

继茶颜悦色、文和友之后，长沙新消费涌现又一网红现象——

去长沙老茶馆吃茶，吃的究竟是什么

湖南日报全媒体记者 陈新

“呷杯么子茶？”
“一杯茉莉花茶，一碟瓜子，再来份紫苏梅子姜。”

4月23日清晨6时30分，长沙市东茅街的青石板上还残留着夜雨的痕迹，东茅街茶馆已开门迎客。

这家由旧厂房改造的茶馆单日接待量最高达1.5万人次，多次登上热搜榜单，成为继茶颜悦色、文和友之后，长沙文旅消费市场又一标志性打卡点。

火爆出圈的何止东茅街茶馆？从开福区苏托垅到芙蓉区马坡岭，长沙多家老茶馆持续圈粉，日均客流量逾千人次，在社交平台掀起“到长沙吃茶去”的打卡潮。

当新消费浪潮撞上千年茶脉，老茶馆如何在流量时代迸发新活力，在烟火气中烹煮新意，在传承与创新间找到支点？

暮春时节，记者走进长沙老茶馆探寻密码。



长沙蔡二茶馆，顾客在店内消费。

热浪奔涌：老茶馆“泡”出新消费

清早，72岁的康伟拄着拐杖、提着鸟笼，缓缓走进长沙市东茅街茶馆。

这里，开业7个月来日均客流量近1万人次。步入院内，浓荫匝地。游客们在还原工厂“努力向前”的红底标语墙前拍照留念。穿过门廊，开敞的厅堂里烟火气扑面而来：斑驳墙面上，吊扇悠悠转动，过去年代的标语和图片，诉说着旧时故事。老茶客们或围桌品茶闲谈，或举着手机捕捉怀旧瞬间。

康伟将鸟笼轻搁在斑驳木桌上，捧着平底大瓷杯轻抿茉莉花茶，感慨道：“这味道，这环境，跟50年前太像啦！”

为重现长沙茶肆风貌，东茅街茶馆团队在项目启动前拜访长沙地方志编纂专家，深入街巷走访数十位老茶客，走遍湖南乡野搜集石臼、旧桌凳、老招牌，甚至按史料记载复刻了《芙蓉区街巷志》中的“自觉庵”牌楼，恢复了长沙烟熏茶、老长沙沱茶、笋子肉包、肉丝粉、老长沙油饼等特色餐食，让长沙老茶馆文化生动再现。

“不少顾客拖着行李箱来打卡，引发社交媒体传播热潮。”东茅街茶馆执行主理人黄聪锐站在梧桐树下，望着穿堂而过的人流，笑着说：“最火时一天卖出3000多杯茶，客流达1.5万人次，外地游客占六成以上，一座难求。”

东茅街茶馆采用“258”定价法（2元葱油粑粑、5元花生瓜子、8元茶饮），加上全时段供应的粉面，让顾客能从清晨待到日暮，吸引了一大批“老长沙”粉丝。

往北18公里之外，长沙市开福区捞刀河畔苏托垅的蔡二茶馆，青砖黛瓦间，茶座错落，茶香袅

袅，古韵十足。茶客们边吃点心边看花鼓戏，怡然自得。

“今天客流如何？”记者询问。

画家出身的茶馆负责人蔡颖强朝记者扬起手掌：“500个座位都坐满了！”

蔡二茶馆大规模复原了长沙市井文化。蔡颖强受成都、重庆老茶馆启发，耗时数年，将自家老宅及周边数亩地改造成沉浸式茶空间。自2023年12月开业至今，日均接待量稳定在400人次左右，周末可达1000多人次。

馆内陈列着老门窗、八仙桌、黄包车、老井台等上百件老物件，将民国时期长沙城茶馆的部分场景植入，重现当年长沙茶馆风貌。

茶品除了富硒绿茶、茉莉花茶等，还有甜酒冲蛋、猪血丸子等小吃，以及花鼓戏、长沙弹词等表演。

“这里既是营业场所，也是展馆，还是长沙童谣传承空间。”蔡颖强说，年轻客群占比达三分之二，他们在此体验市井烟火。

新中式茶馆热度大增，吸引了众多创业者涌入。

在长沙芙蓉区马坡岭，“00后”大学生李瀚玢凭着“现代人需要怀旧空间”的直觉，赶上了茶馆经济风口。他和朋友将闲置的汽车电器厂厂房改造成马王堆老茶馆，从成都等地购买了门窗桌椅等老物件。今年3月开业前，他还在担心客流，没想到运营后日均客流量突破2000人次，单日营收最高达4万元。

截至目前，社交平台上“长沙茶馆吃茶”话题浏览量达403万次。长沙老茶馆正以“老传统+新元素”的思路，成为文旅消费新热点。



顾客在长沙蔡二茶馆打卡。

风潮溯源：千年茶脉的当代回响

长沙人嗜茶，刻在历史年轮里。

文史专家、湖南文史馆馆员陈先枢翻开与友人合著的《中国茶全书·湖南长沙卷》介绍，长沙茶馆历史可追溯至唐代。宋代时，长沙茶肆遍布街巷。清末民初，长沙作为湖南茶叶集散中心与全国重要茶市，茶馆业兴盛，“一去二三里，茶园四五家，楼台六七座，八九十品茶”的场景随处可见，享有“江南茶馆”美誉。1906年，长沙登记在册茶馆200多家，五芳斋、徐松泉、祥华斋、德园等茶馆颇具盛名。

据记载，当时茶资每壶3分至1角，早市热闹，充满市井烟火气。

“长沙茶馆向来是市井文化培育的重要场所。”陈先枢指出，因战乱频繁，长沙虽未积淀出文人雅士的茶寮“雅趣”，却催生出花鼓戏、长沙弹词、方言相声等本土草根艺术。他认为，有别于杭州茶馆的雅致、上海茶馆的静谧、潮汕茶馆的韵味、成渝茶馆的技艺，长沙茶馆是市井文化的发源地，长沙方言、俗语在此交融，充满烟火趣味。

破局之路：在挑战中磨砺慢功夫

热潮之下，挑战接踵而至。

记者调查发现，部分茶馆存在老物件堆砌、文化挖掘不足的现象。一位茶客坦言：“相似的布局看多了，难免审美疲劳。”此外，数百万的装修投入与人均十几元的客单价形成反差，“慢节奏”业态导致翻台率低，运营成本高。部分茶馆过度依赖短视频流量，一旦热度退去，可能面临客流骤减。对比成都成熟的茶馆生态，长沙本地消费习惯尚未稳固，天气变化对客流影响也比较显著。

面对挑战，长沙茶馆人正以务实姿态破局。

“这不是赚快钱的生意，需要坚持长期主义。”黄聪锐坦言，在寸土寸金的市中心，东茅街茶馆总投资近千万元，按10年周期规划发展，光回本至少需要2至3年。他指着东茅街茶馆的门联说，“莫说何事且吃茶去，闲话家常便人禅来”，既是劝客宽心，也是提醒自己，看似热热闹闹，实则更需慢功夫打理。

在黄聪锐看来，东茅街茶馆的母公司是一家文

“长沙茶馆经济的火爆，本质是新消费趋势与城市文化基因共振的结果。”中南大学商学院教授傅沂分析，长沙老茶馆满足了全年龄段消费群体的文化体验和情感共鸣需求，更注重文化场景营造，可以说是运用体验式消费重构了价值链条，社交消费扩大了传播影响。

在傅沂看来，长沙茶馆通过文化场景复原、科技赋能体验、疗愈经济延伸等方式，将饮茶从单一消费行为转变为多维体验。他观察到，长沙老茶馆推动了商业模式的重构。茶馆与餐饮、文创、演出等产业相融合，采用“茶+小吃+非遗展演”的模式，延长了用户的停留时间，实现了从卖茶到卖场景的转变。“这种模式不仅丰富了消费者的体验，还推动了产业链的延伸，带动了本地农产品、文创设计、文旅等产业的发展，形成了一个新消费生态圈，为城市经济发展注入了新活力。”

从唐代的茶肆到现在的文旅打卡地，长沙老茶馆既承载着历史，也展现着当下。

旅企业，跳出了单一的餐饮依赖，持续推进产品、场景、业态组合及文化内容的迭代创新，比如推出“五行茶礼”和键盘帽等零售和文创产品。此外，茶馆抓住与热门游戏场景相似的契机，跨界联动邀请动漫角色扮演者拍摄素材，单条视频实现亿次曝光。

而面对蜂拥而至的顾客，马王堆老茶馆负责人李瀚玢紧急从老旧市场搜罗桌椅以扩充容量。他坦言，创业之路充满挑战：从选址、装修到开业前夜突击学习线上运营，都是边学边干。如今，运营与盈利模式仍在摸索，“一切都在摸着石头过河”。他表示，会深耕传统器物陈列与演出内容，完善文化体验，剩下的交给时间验证。

蔡二茶馆负责人蔡颖强则主张“传统与创新兼容”：“年轻人爱喝咖啡，茶馆里也能提供创意特调，让不同年龄段都能找到归属感。”他相信，当茶馆成为城市文化的一部分，自然能留住客流。

谈及日益激烈的同质化竞争，从业者普遍持开放态度。“当每个茶馆都能讲好自己的文化故事，整个业态就能更好发展。”

四、长红之道：文化深耕与业态创新

天眼查数据显示，全国现存茶馆相关企业13.37万家，近一年新增1.3万家。长沙老茶馆如何在竞争中乘势而上，实现从“网红”变“长红”？

眼下，东茅街茶馆团队正筹备走出长沙。“下一站可能叫‘某某街茶馆’，但绝不是简单的复制粘贴。”黄聪锐深知，茶馆的经营成功与否，在于是否挖掘当地方志文化和在地化。“到每座城市落地之前，都需要重新调研地方志、访谈原住民、挖掘饮食民俗，这种‘一城一策’的茶功夫，恰是老茶馆保持旺盛生命力的源头活水。”

面对新消费群体崛起，传统茶馆正经历业态裂变。陈先枢建议，要做到“怀旧与前卫的统一”，在传统形式茶馆中植入现代消费模式；坚持“欲取之先必予之”的服务哲学，推行薄利多销策略；运用消费心理学优化体验，建立诚信经营体系；回归传统茶文化本质，同时融入自然生态理念。

“未来茶馆头部品牌通过连锁化、资本运作抢占市场份额，而小众品牌突围，聚焦细分市场，茶馆市场会整合加速，差异化竞

争加剧。”傅沂建议，新人局者需在差异化定位、流量运营、成本控制三者间找到平衡，同时注重长期价值而非短期爆红，方能在竞争激烈的市场中立足。

傅沂认为，要深挖文化IP，打造差异化场景，结合长沙本土文化设计空间，增强品牌辨识度，避免消费疲劳和同质化竞争；同时，实现多种业态融合，覆盖早餐、下午茶、夜宵等多时段需求，延长消费时段；另外，拥抱数字化与私域流量，搭建线上商城，通过直播、短视频等方式，吸引年轻消费者。

行业生态的顶层设计同样关键。傅沂建议，政府部门将茶馆经济纳入长沙“国际消费中心城市”建设体系，推动“茶+”产业融合，同时由行业协会牵头制定服务标准，建立从产品研发到场景设计的规范框架。完善政府引导、行业自律、市场主导的协同机制，为茶馆经济可持续发展筑牢根基。

暮色中的老茶馆渐次亮起灯笼，茶客们仍闲坐在斑驳的墙下细品时光。当历史的茶香融入当下，传统茶杯盛载新味，长沙老茶馆正熬煮属于这座城市的独特滋味。

长沙东茅街茶馆，顾客在店内消费。

本版照片均为湖南日报全媒体记者 范远志 摄

