

新国货崛起，洋快餐让让

资本爱上长沙糕点：虎头局渣打饼、墨茉点心又获融资

“国潮涌动”！新一代年轻人正以吃国货、穿国货、用国货为荣，重新定义时尚。

在长沙吃货眼中，这几年，新中式糕点和茶饮已经俘获了一众年轻人。

疫情之前，长沙的虎头局渣打饼行、墨茉点心局、茶颜悦色、柠季等门店，常常排起了百米长队，顾客等待几个小时就为一块糕点、一杯茶，甚至还出现了跨省代购。同时，资本也纷纷涌入，不少品牌均获得新一轮融资。

各项利好驱动，新国货餐饮能否乘势而上，在消费市场“永”立潮头？

■记者 卜岚 实习生 向越



在长沙一家新中式糕点店门前，市民正在排队购买点心。 记者 卜岚 摄

爆红热卖，新中式糕点成功出圈

现象

“我就喜欢吃咖啡麻薯，淡淡的咖啡夹杂着奶香味，就连我这种不喜欢喝咖啡的人也爱，19元一袋。”今年年初，李小姐从上海来长沙出差，一次偶然的机会，吃到了朋友买的新中式点心，就此爱上了。

和李小姐一样，不少年轻人的心被新中式点心“击中”。

在荷花路上的一家墨茉点心局门店内，店员边熟练地包装好糕点边介绍，咖啡麻薯和超级芝士脆都是明星单品，很多新顾客都成了回头客，有不少人一次买十几袋。“以前一天能卖出去300多份，排队也是经常的事。”

“人最多时，队伍能有一百多人。”万家丽中路附近吴酥生

宫廷酥饼店店员说，很多年轻游客常来打卡，海苔味和草莓味的肉松小贝7元两个，卖得最好，12元一份的乳酸菌爆浆麻薯，口感冰爽，小孩喜欢吃。

嘉雨路附近“奶奶的美食店”店员介绍，疫情反复之前，从早上10点到晚上10点，有时候忙起来连喝水的时间都没有，“我们都是现点现炸，有5种优惠套餐，售价23元的套餐有年糕、墨斗丸等等，不少顾客都说我们的食品为他们找回了回忆。”

线下卖得火爆，线上甚至还出现了外地代购。在淘宝上，记者发现一家“墨茉点心局”代购店铺，月销量已超过7000单。

迅速圈粉，长沙餐饮品牌崛起

延展

餐饮圈内，国产品牌的兴起不仅仅停留在一块块糕点上。此前，诸多“资深网红”，如喜茶等国产茶饮店已拥有了大批忠实粉丝。而这其中，长沙制造表现亮眼，如茶颜悦色、柠季等等。

“顾客比较多，还有很多外卖，店里的人每天都忙得团团转。”8月11日，万科金域蓝湾茶颜悦色的工作人员感慨，“今年4月做充值加赠活动，由于参与人数过多，小程序的服务器几次‘招架不住’。”

由于只在国内少数城市开设门店，粉丝的热情让茶颜屡屡因为长长的代购队伍和高价跨城代购登上热搜。

新玩家柠季，也同茶颜悦

色一样，属长沙制造。而它一经亮相，也拿下不俗的成绩。万家丽广场附近的一家柠季手打柠檬茶的店员介绍，该店每天销售情况不同，生意好的时候可以卖出近千杯，“周末的人流量比较大，销量也会更多一些。”

“喜茶湖南首店开业时，我去凑热闹，上午11时到店队伍就已排了一两百米，大概等了三小时才买到一杯多肉葡萄。”喜茶忠实粉丝朱晴说，她常常去购买，基本上每次等待时间在半小时以上。

8月11日15时30分，喜茶点单小程序显示，喜茶惠农大厦门店有46杯饮品等待制作，如果此时下订单，预计至少需要等待40分钟。

农行郴州分行“金融活水”流向产业振兴

盛夏季节，郴州市嘉禾县辉煌农业专业合作社负责人李勇辉忙坏了。该合作社的蔬菜基地直供粤港澳大湾区，每天到基地察看蔬菜长势是他的必修课。“农行真是雪中送炭啊，290万元贷款解决了建设700亩大棚和1260亩滴灌生产所需的资金难题！”李勇辉激动地说。

辉煌农业专业合作社经营蔬菜、果树种植及水产、家禽家畜养殖，今年初因扩大生产规模，前段时间正在为购买大棚和滴灌材料的资金而犯愁。农行郴州分行工作人员获悉这一情况后，第一时间上门对接，通过“绿色通道”为他快速办理了贷款。“有了农行的支持，我们扩

大蔬菜产业规模的规划得以实现。”站在田埂上的李勇辉开心地说。

产业兴，乡村兴。近年来，农行郴州分行不断创新金融支持模式，为郴州市蔬菜、水果、茶叶、生猪、烤烟等农业产业一次次送去“及时雨”。

“去年种植30亩生姜，效益很

好，今年有了农行的14万元贷款，我扩大规模种植烤烟380亩，目前烤烟丰收在望。”汝城县大坪镇种植大户朱付林介绍。

朱付林是郴州农行惠农e贷“一点一色”助力乡村振兴好模式的受益者。在“一点一色”好模式的带动下，该行掀起了助力乡村振兴新

高潮。今年前七个月，农行郴州分行移动端农户信息建档4354户，较年初净增3531户，惠农e贷净增4.7亿元，农户贷款有效客户净增1802户。

截至目前，农行郴州分行涉农贷款余额117.93亿元，较年初增长17.02亿元，同比多增2.78亿元。

■胡智飞 刘娟丽 经济信息

记者手记

洋快餐让让 新国货浪潮来了

“不听不听，我就要买！”“上最贵的！”今年7月，即便鸿星尔克总裁在直播间上，多次劝大家理性消费，也挡不住国民“野性消费”的热情。

事件背后，是国民对国货品牌的情感共鸣，更是新国货浪潮的又一次崛起。

不再迷信于国外大牌，而是更关注“中国制造”。

从新中式茶饮、新中式糕点的热销不难看出，中国持续增强的经济实力和不断提升的民族自信，正是其迅速发展的重要机遇。越来越多的国产品牌在餐饮行业冒头，成为领军企业，而消费者也渐渐摆脱对“洋快餐”的迷恋，变得理性成熟。

新国货潮流在餐饮圈的兴起，也是国产品牌的产品生产经营、品牌运营能力不断提升的表现。

新国货迎来了发展的春天，要走得更远不能只靠打感情牌。如何持续结合时代进行创新以及品牌的经营，拥有强大的实力，是必须思考的问题，也是在浪潮中乘风破浪、勇立潮头的法宝。

随着新国潮品牌的兴起，过去高高在上的洋快餐们，可能也需更多思考，是让位，还是做出改变迎战。

变化

资本追捧，不少品牌完成首轮融资

智研咨询信息显示，截至2020年底，中国烘焙行业市场规模达到2358亿元，预计未来五年也将维持在7%左右的增长速度。有投资机构预测我国烘焙行业零售端潜在市场约4700亿元，存在至少一倍市场的增量空间。

市场大有可为，也吸引了资本的不断进入。

据公开信息显示，今年6月，墨茉点心局已获腾讯投资，投后估值约50亿元人民币。此前，该品牌已在一年内完成投资方包括今日资本、清流资本、元璟资本等机构在内的四次融资。

紧随其后，虎头局也于今

年7月宣布完成A轮融资，由GGV纪源资本和老虎环球基金联合领投。“老网红”鲍师傅则宣布启动了新一轮融资，估值被推至100亿元人民币。

国潮茶饮领域，则更先一步吸引到资本的注意。早在2018年，喜茶就获得A+轮融资，由美团点评旗下产业基金龙珠资本领投，融资金额在4亿元左右。在此之前，因味茶获得刘强东的5亿元投资；奈雪的茶获得天图资本过亿元融资，对外称估值达到60亿元；煮葉于近期获得达晨创投的千万元融资。

而在今年7月初，长沙品牌柠季也宣布完成了来自字节跳动的数千万元A轮融资。

行业

风口已至，应避免同质化竞争

资本的青睐，也预示着行业风口已至。

从事十余年烘焙行业的周女士认为，在消费升级之下，烘焙行业已展现出巨大的市场消费力，也呈现出了日趋年轻化的趋势。再加上高颜值的包装、创新性的口味、低糖低卡的品类细分，让新中式糕点吸引了不少消费者，“此外，中国品牌文化自信度显著提升，行业刮起的国潮风，也一定程度促进了销量迅速增长。”

“随着消费升级，市场上主力消费客群主要以85后、90后为主，而新中式糕点和茶饮具备了社交和休闲的属性，产品

的升级满足了年轻人的胃，新颖的营销则打动了他们的心。”业内人士指出，对于新青年而言，网络热点话题对其影响很深，他们也更期待食物曝光之后的社会价值，因此新营销方式也助推了产品人气的提升。

周女士说，虽然新国货正在崛起，但从整体来看，行业准入门槛并不高，各家产品也是大同小异，同质化竞争相对严重，“在未来，行业需要向高端化、多样化、精细化方向发展，从产品口味、外观包装、门店设计、购买体验、品牌运营等多方面做功课，才能很好地迎合当下年轻消费者快速更迭的消费需求。”