



眼下,新国潮热盛起,长沙之名尤甚。

细细数来,作为新国潮品牌成长的一方热土,长沙孕育了不少推动新国潮大热的品牌和力量。相对于这些品牌而言,幕后的国潮制造者更为值得关注。

他们是如何围绕新国潮创业、创新、创造、聚合的?又是如何理解新国潮、如何创造新国潮的?即日起,三湘都市报推出《潮红城 造浪者——长沙新国潮系列观察》,讲述从长沙成长起来的新国潮品牌们背后“造浪者”的故事。

文和友美食开发师罗浩:始终创新,呈现洗尽铅华仍被追寻的市井味道

饮食,在时代浪潮的冲刷下,历久弥新,变得有了更鲜明轮廓的味觉清醒。

起家于长沙的文和友,将时代浪潮冲刷中的城市记忆,浓缩重现在味蕾中。这个定位呈现城市文化和地方美食的原创公共空间,在以民族自信、文化自信为背景的“国潮”氛围中,不断探索尝试,适应全新消费生态,致力于把城市文化和地方美食有机融合。

“我们不是在复制,我们始终在创新。”慢慢走过长沙文和友的罗浩仔细观察和揣摩每一个情景空间……上个世纪八九十年代的长沙市井烟火街景就在眼前,罗浩要思考的却是南京文和友项目的餐饮开发:秉承“六朝古都”的底蕴,呈现不一样的餐饮口味与文化。

■三湘都市报全媒体记者 李琪 图片/视频 刘品贝



美食爱好者怎能不去长沙文和友打卡。资料图片

鲜辣的口味虾、外酥里嫩的臭豆腐、色香味俱全的老火汤……11月28日，长沙文和友，从上海来到长沙的周迅，非常享受火热的湘菜，正和一位同事大快朵颐。

鲜辣的口味虾、外酥里嫩的臭豆腐、色香味俱全的老香肠……11月28日，长沙文和友，从上海来到长沙的周斌，非常享受火热的湘菜，正和几位同事大快朵颐。

“一年大概会来长沙两次吧，都是开会，每次都必来打卡。”周斌是某医药公司上海总部的项目经理，每年来长沙分公司开两次会，文和友是他长沙之旅的必选项目。“在文和友沉浸式的氛围中，让人非常有感觉。”周斌坦言，文和友这样“造城”式的复古造景氛围，超级特别。

周斌所说的造景,文和友花了7年时间,重塑了长沙市井老街文化,涵盖了十余个核心景点,复原了150多间老长沙民居。

老物件在新时空中登场。在这里,文和友还原了一段消失的老街——永远街,集合了长沙三十多家经典小吃;也有湖南著名的相声演员大兵创立的“笑工场”,这里包含老长沙式的

幽默——家长里短都是笑料；也有“男巫公会”，用复古而创新的近景魔术表演，带你去到魔幻的世界。

罗浩介绍,文和友的街景,会密集式呈现一个城市的本土文化。在广州文和友和深圳文和友,以及筹建中的南京文和友,这样的理念仍在沿用。例如,广州文和友以老广州为原型打造了一个魔幻市井的美食游乐园,集合了多家有着老广故事与市井人情味的街坊店,如传统广州老字号美食店、福利彩票店、旧物店。贴合老广生活的日常节奏,在这里能感受到亲切无比的广州日常与热闹精彩的夜生活。

“南京作为六朝古都，饮食渊源非常深厚，而如何消化那个城市的文化，我们注定要花费很多心思。”罗浩表示，通过年轻人的潮视角去追忆时光，需要很多策划和尝试。

罗浩:23岁,资深美食爱好者,在世界各地尝试过上百家米其林餐厅,B站美食UP主,目前从事文和友餐饮项目研发。



扫码看视频

烹鲜 用市井烟火抚慰每个人的心

除了文化,餐饮的品质,更是文和友商业模式的本质与“骨髓”。人间烟火气,最抚凡人心。自开业以来,文和友极其注重城市的传统饮食开发,不断挖掘潮流新品,适应年轻人味觉潮流,在行业内深耕。

在广州文和友，主打食材是海鲜。除了可以听到海浪声的复古电话厅、蛏子小道具、鱿鱼头套等好玩的小玩意，生猛的海鲜更是革新了各年龄人群的味蕾。罗浩介绍，海鲜烹饪的方式与材料，除了传统的清蒸、蒜蓉和椒盐，芝士、陈皮、藤椒等新鲜的味觉元素，也被大胆地调和于菜品中，让顾客有了更多的选择与尝试。此外，邀请邻居品尝新菜打分、主办本土语言观察展、广州城相

影像展等趣味横生的互动，也为文和友聚集了不少人气。

“每一道菜,我们都会反复地尝试,都是精心推出来的。”罗浩表示,以广州文和友为例,为了选到最适合“鱼生”的鱼,他们经常行走在养殖场、海岸线,每天吃各种鱼,以此来确定将怎样的口味端上客人的餐桌。“吃了多少鱼?我自己也数不清了,几百条吧。”罗浩笑称。

几千年以来，中国人的餐桌，吃的是美食，品的却是文化。“披着文化的外衣，有着美食的内在，我们的产品，与当前的‘国潮’不谋而合。”罗浩坦言，文和友的目标，便是呈现洗净铅华仍被消费者们追寻的味道，因为那就是代代传承的国潮美食。

记者观察

国潮：
是文化的传承，更是进化

国货正当潮。

近年来,“国潮”概念悄然兴起,并刮起强烈风暴。在产品中代入情感,融入个性的价值观,从服饰,到景点,到饮食,文创下的“国潮”已经成为一种时尚,不仅被年轻人喜爱,也受到各种年龄段的人追捧。

“国潮”热背后，不仅是中国创造、国货品牌的崛起，亦是民族情怀、文化自信的彰显。以文和友为代表，越来越多的长沙企业，在这一轮的浪潮中破圈，走向全国，镌刻着年代的记忆，又追赶着当下火热的潮流。

国潮不仅是文化的传承,更是进化。将来,也会有更多领域的产品,以优秀的传统文化为根源,寻找发展的方向与力量,展示中国的自信和魅力。

基金资讯

华夏港股消费ETF正在发行

Wind数据显示,自2021年2月17日至11月30日,中证港股通消费主题指数(简称“HKC消费”,代码931454CSI),自高位下跌2768%,分析称,港股消费板块长期投资机会不改,短期回调反而提供配置良机。自11月30日起,华夏中证港股通消费主题ETF(简称:H股消费;认购代码:513233)正式发行,助力投资者提前埋伏港股消费股,聚焦反转

动能。? 该基金办理网上现金认购的日期为2021年12月27日至2021年12月29日，办理网下现金认购的日期为2021年11月30日至2021年12月29日。

正在发行中的H股消费(认购代码:513233),紧密跟踪HKC消费指数,选取港股通范围内流动性较好、市值较大的50只消费股进行布局,覆盖港股消费板块细分龙头。

经济信息

一嗨租车推出二手车直卖店 车源稳定可靠 全国租售一体

12月2日，全国连锁直营租车品牌一嗨租车宣布推出二手车直卖店，首批上百个门店覆盖29座城市，未来将拓展至全国500多座城市的2000多个一嗨门店，提供租车和二手车销售两项服务，所售车辆均为一嗨一手车源，14天内包退换。同时，一嗨二手车直卖服务也会登录一嗨租车官方App，并推出专属小程序，实现线上线下一体化的全新二手车零售模式。

一嗨租车推出二手车业务，一是基于自身业务发展阶段的考虑，另一方面也是为广大消费者提出了一个更为可靠的选择。作为全直营、重资产的租车企业，其所有车辆资源均从汽车主机厂一手采购，有完备的全车辆生命周期数据追踪，消费者可以通过租赁的形式深度体验车况。同时，依托2000个左右的实体直营门店完成二手车交易，能有效提升消费者的信任度，也能为其在未来提供一对一的售后服务。

不同于以往传统的二手车买卖平台，一嗨二手车的模式需要线上先进的技术和线下大量的实体店相结合，且具备可靠车源，虽然用户体验有保障，但门槛过高难以复制，几乎只有全国连锁性质的租车企业可以实现。结合优质的售后服务和完备的金融行业，一嗨二手车有望为二手车行业带来一种全新的租售一体新流通模式，引领租车行业和二手车行业的再创新。