

奶茶“王者”、健身品牌纷纷做起咖啡生意，新老玩家再战长沙这块“必争之地”

咖啡江湖掀起新混战，这次谁能赢



8月10日，鸢央咖啡印象汇店内，不少消费者前来探店。



**发放文旅消费券
万张景区门票免费送**
2022湖南旅博会
8月下旬在长沙举行



扫码看视频

三湘都市报8月10日讯 今天，省政府新闻办召开新闻发布会，宣布2022湖南文化旅游产业博览会（以下简称“旅博会”）将于8月25日-27日在长沙国际会展中心举办。

现场发放惠民助企文旅消费券

本届旅博会以“新文旅、新科技、新未来”为主题，规划了七大主体活动和六大配套活动，分别为开幕式、文旅科技产品应用展示系列活动、省乡村文化旅游产业深度融合发展论坛、旅游高级职业经理人研讨会、文化旅游新产品推介会、文化旅游商品大赛等系列活动，旨在推动“稳经济、强产业、促消费”，打造一场“高标准、高热点、高人气”的文旅嘉年华。

旅博会展览总面积约58000平方米，参展企业达700余家。主展场设在长沙国际会展中心，展示面积为30000平方米，分为形象展示及交易互动两大板块，设置了10大展区。分展场设在长沙书山欧阳询文化园，展示面积为28000平方米，规划了4大展区，重点体现“新科技”元素，展陈科技文旅装备、游乐游艺设备，展示文旅科技领域新技术、新产品、新成果，打造全景沉浸式文旅科技展区。

值得一提的是，本届旅博会还将全面升级文化旅游产品的供给力度，携手各大文旅企业和旅游平台，开展惠民助企文旅消费券现场直发、千万文旅商品秒杀、万张景区门票免费送、超值预售套餐等多项措施，为文旅企业引流赋能，为全国消费者带来切实的实惠与便利，真正激活文旅消费。

上半年湖南接待游客1.71亿人次

经过一系列产业扶持政策和措施的刺激，我省文旅产业呈现快速复苏态势。

今年上半年，湖南省接待国内外游客1.71亿人次、实现旅游收入2572.09亿元，分别高于全国平均水平6.1、9.7个百分点，恢复到2019年的85%，领跑全国。进入暑期，全省旅游产品人气火爆，截止到2022年7月31日，湖南省线上产品供给次数达到205.63万次，与去年同期相比增长48.58%。

湖南省文旅厅党组成员、副厅长张希慧表示，在疫情防控常态化形势下，文化旅游业的疫后重振、市场重组，在稳住经济大盘，提升经济复原力，推动可持续发展方面的作用不断凸显。本届旅博会作为我省文旅产业复苏一个重要的平台，以“新作为”关键词，通过激活新消费、引导新需求、挖掘新亮点，打造“文旅+”的新文旅生态圈模式，加速新常态背景下文旅产业复苏，助推文旅产业成为稳经济大盘的生力军，让文旅产业信心“足”起来、市场“火”起来。

■文/视频 全媒体记者 潘显璇
实习生 唐清清



扫码看视频

一周前，茶颜悦色推出新品咖啡味的奶茶“生椰玛丽颜”，强调这是品牌9年来首次“拥抱咖啡”；一周后，茶颜悦色再用5家咖啡店向外界宣告杀入咖啡市场的决心。8月10日，茶颜悦色旗下咖啡品牌“鸢央咖啡”正式开业，首批5家门店在长沙五一商圈集中亮相。

俗话说，背靠大树好乘凉。前有奈雪的茶、喜茶在自有门店菜单中加入咖啡产品，后有柠檬茶新贵柠季创立咖啡子品牌“RUU COFFEE”、长沙本土健身品牌健萌旗下跨界品牌“见萌咖啡”试营业，已在奶茶界几近“封神”的茶颜悦色，能再次用“西咖中做”的方式，成功获得咖啡赛道的一席之地吗？

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 图/实习生 肖梦媛

【动态】“鸢央咖啡”5家新店齐亮相

8月9日9时许，位于长沙市天心区印象汇东南角的鸢央咖啡已开门迎客。“茶颜悦色旗下的新品，自然要来试试。”趁着暑期，得知咖啡店开业的消息后，大三学生小田便约上朋友来拍照、打卡。

鸢央咖啡的点菜单上，共有12款饮品，分为奶咖系列、纯咖系列、特调系列和预制系列，单杯零售价为13.8元至19.8元。有意思的是，定价策略延续了茶颜悦色“下雨天指定产品第二杯半价”传统。饮品的名字，也符合茶颜悦色一贯的调性，自带几分“文气”，如，空山新雨后、高山低谷、辣妹子辣、万股皆苦等。

【市场】国际品牌接连抢滩长沙

眼下，咖啡正快速抢占着“一天一杯”的饮品市场。

在有着全国新消费风向标之誉的长沙，自然也是咖啡品牌们的“必争之地”。一众品牌摩拳擦掌，想在暗流涌动的咖啡商战中占据一席之地。

最近，M Stand长沙首店落户步步高星城天地，成为继Tims、代教家、Lavassa后2022年入驻长沙核心商圈的又一个国际连锁咖啡品牌。

面对外来客的高调抢滩，本土咖啡品牌同样蓄势待发。今年5月，专卖手打柠檬茶的柠季推出咖啡连锁品牌RUU COFFEE。长沙本土健身品牌健萌跨界开起了咖啡店见萌咖啡，首店开在了健萌的大本营——长沙马栏山。沉寂许久的咖啡之翼，宣布完成新一轮融资，由中金资本领投，融资额高达1亿元。书亦烧仙草则投资了长沙的本土品牌DOC咖啡，随后又完成控股权收购。

“五一广场的咖啡店琳琅满目，一眼望去

“这款空山新雨后，可选择埃塞俄比亚的耶加雪菲咖啡豆或巴西摩羯咖啡豆，还加上了栀子毛峰绿茶和生椰乳，是门店的主推产品。”店员介绍，区别于“一半咖啡、一半红茶”的传统鸳鸯饮品，店内产品都是根据茶和咖啡的风味搭配的，以此探索更多咖啡与茶的可能性。

茶颜悦色创始人吕良在接受媒体采访时表示，鸢央咖啡和茶颜悦色是两个独立的品牌，“我们希望能让咖啡走入寻常生活中，也请大家降低预期，多给我们一些时间。鸢央咖啡刚刚起步，产品风味、门店操作和服务，需要更多时间来打磨。”

会产生选择困难症。”爱喝咖啡的朱女士明显地感觉到，长沙可选择的咖啡品牌越来越多，最便宜的咖啡不到10元，“身边喝咖啡的朋友真的在变多。”

“20世纪90年代，上岛咖啡、老树咖啡、咖啡之翼等西餐厅混搭各类西餐和速溶咖啡，是长沙咖啡市场的首批‘培育者’。后来，星巴克、85度C等品牌进入长沙，爱时尚的长沙妹陀、满哥在店里拍照发布在社交平台上，开启了2.0时代。”业内人士介绍，四五年前，只需要在咖啡杯套印上“长沙”二字，就能引起一阵打卡社交风，可现在更讲究咖啡豆的品质和做法，这也是一些精致街边小店能生存下来的原因。

“一片叶子有无限可能”，上述业内人士认为，在“咖啡奶茶化、奶茶咖啡化”的融合上，长沙本土新消费品牌已迈出第一步，不过，茶颜悦色是否能在固守奶茶“江山”的基础上，探索更宽的消费边界，在咖啡领域也闯出声响，还需要市场和时间的考验。