

“超级大店”上新，“零食王国”包出片的

可逛、可拍、可买、可玩，将成长沙新消费打卡地标 大体量品牌旗舰店成新商业趋势



荔枝抢“鲜”上市 身价涨了两三成

暖冬叠加丰产透支，今年遇“小年”



扫码看视频

清明过后，荔枝褪去青涩，带着清甜果香登陆长沙。4月14日，记者走访发现，2026年荔枝抢“鲜”上市，但价格较往年涨了20%—30%，部分优质品种零售价近200元/公斤。不过，即便如此，消费者的尝鲜热情却丝毫未减。

部分荔枝刚上市时售价近200元/公斤

在E佳鲜果(蔡锷北路店)门店，荔枝摆上显眼位置，鲜红饱满的果实搭配嫩绿的叶子，成为门店最吸睛的单品。

“‘桂花香’是最早成熟的一批荔枝，现在市面上基本只有这一品种。今年是荔枝生产‘小年’，收成远不如去年。”店员表示，“4月初刚上市的时候，大果价格为198元/公斤，现在降到119.8元/公斤，小果为79.8元/公斤，销量还不错，荔枝整体价格比去年贵20%—30%。等到五六月份妃子笑等品种上市后，价格会便宜很多。”

在百果园(泊富广场2店)，工作人员正忙着为顾客称重打包荔枝，谈及今年的销售情况，工作人员感慨道：“今年荔枝比去年同期涨了三成多，而今年的售价从158元/公斤降到了目前79.6元/公斤。现在的荔枝价格较贵，口感偏酸涩。”

此外，记者发现，盒马App也同步上线了盒马美“荔”日记专区，选购页面显示，标记口感酸果核较大的海南桂花香荔枝售价约66.33元/公斤，近一月有超3000人下单，而标记果核稍大、果肉丰盈的时令早熟荔枝约49.66元/公斤，显示近一周降价幅度超50%，并且库存紧张。

产量锐减是价格走高的根本原因

4月8日，“海南高温已影响荔枝、香蕉生长”的话题登上热搜。据悉，自4月5日以来，海南出现较大范围的持续性高温天气，对当地水果生长带来影响。此前，广州当地荔枝种植户普遍表示今年荔枝将出现减产，与刚过去的暖冬气候，以及前几年果树丰产，消耗了过多的养分都有一定关系。

“2026年是荔枝‘小年’，全国核心主产区广东、广西、海南等地荔枝总产量同比减产，其中桂味、糯米糍等优质晚熟品种减产最为严重，部分果园近乎绝收。”业内人士分析指出，2025年荔枝产量创历史新高，导致果树养分严重透支；叠加2025—2026年暖冬、冬春干旱的气候影响，荔枝花芽分化缺乏必要的低温刺激和水分支撑，“只见绿叶，不见花”的现象较为普遍，最终导致供应量大幅缩减，供需失衡直接推高价格。

对于后期荔枝价格走势，业内人士认为，4月下旬，荔枝早熟品种上市进入尾声，市场供应处于最紧张阶段，价格将维持在高位，优质早熟品种零售价仍会保持在80—160元/公斤，“进入5月上旬，妃子笑等中熟品种将集中上市，预计零售价将明显下降，成为市民尝鲜的高性价比选择”。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚 通讯员 周彩艳 钟小雨

▲长沙“零食王国”内设置有多处打卡和互动区域。

◀商场内有满墙的零食和比人还高的巨型饮料装置。

当零食不再只是货架上的商品，而是变成巨型装置、沉浸式隧道、互动打卡墙，会是什么样子？4月14日，记者获悉，由鸣鸣很忙打造的“零食王国”沉浸式零食体验空间即将在长沙芙蓉广场开业，其拥有约1.2万平方米零售与体验空间和超3.5万款商品，并设置有多个体验和打卡装置。

近年来，长沙各大核心商圈频频迎来大体量品牌旗舰店布局，从卖商品转向卖体验，消费者也更愿意为沉浸式、出片、好玩且有话题的场景付费。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 全若楠

约1.2万平方米、商品达3.5万余款 零食店变“快乐王国”

走进“零食王国”随处可以感受到零食带来的视觉冲击，入口处的拱形“零食长廊”长达数十米，两侧与顶部均由零食拼贴而成。曾在社交媒体引发热议的大包装零食呈现在“大零食”主题分区，双仔大辣片、1米高的巨型乐事等格外抢眼。此外，“王国”内还有面向亲子与“童年感”的迷你零食专区，在这里可以买到拇指大小的“奥利奥”等，一大一小，反差感拉满。

“泡面之城”也是“零食王国”的亮点之一，一整面墙集中呈现来自全国及全球的3500多种泡面，从经典的老口味到地域限定款，应有尽有。全球零食站同样颇具特色，其中包括来自近20个国家不同口味的可乐以及最全口味的乐事薯片等。

整整两层楼的零食让人目不暇接，仅是棉花糖就有一整排货架，牛奶、饮品等更是有数十排货架陈列，辣条味的牛奶、把子肉风味的酸奶等小众口味也一应俱全。此外，“零食王国”内还有零食周边专区、零食礼品区以及零食博物馆等，消费者几乎可以在这里找到与零食相关的一切。

据鸣鸣很忙负责人介绍，“零食王国”以“超多零食、超大面积”为核心特点，拥有约1.2万平方米零售与体验空间，汇聚全球约70个国家和地区的风味、6500多家国内外品牌、超过3.5万款商品，旨在为消费者提供集选购、打卡、互动于一体的探索式体验，“在这里，消费者不仅能快乐畅游全球零食世界，也可直观感受中国食品工业的活力与多样性”。

巨型艺术装置+品牌IP 打造长沙新消费打卡地标

在“零食王国”，“包出片”也是基本体验。售卖

糖果的货架附近，由7万多颗棒棒糖拼制的巨幅装置复刻周杰伦经典专辑《范特西》封面，是打卡点之一。另有2.7米高的巨型购物车装置、巨型面包墙以及比人还高的饮料瓶，供消费者打卡拍照。整个“零食王国”设置有多处出片型打卡点位，零食玻璃地台和零食玻璃柱随处可见，专为年轻人“出片”而生。

除了“可逛、可拍、可买”，“零食王国”的“可玩性”也很高，在雀神争霸赛区域，巨型麻将是场内超人气互动打卡体验点，三五好友们可以双手抱起游玩、围坐互动竞技，消费者逛店多一份互动与竞技的快乐。

从种类齐全的零食品类，到随处可见的打卡装置，再到互动性十足的游玩区，“零食王国”全场景沉浸式体验让购物变成一场充满惊喜的探险，零食店也由此发展为打卡、社交、聚会的新据点。

大体量、复合型品牌旗舰店成热门商业模式

值得注意的是，近年来，长沙商业版图正迎来一波大体量旗舰店集中落地的新浪潮，从五一商圈的平和堂优衣库全球旗舰店，到即将亮相的泡泡玛特城市旗舰店，再到如今鸣鸣很忙打造的“零食王国”，品牌们不约而同选择以“超级大店”重新定义线下消费，“购物=社交+打卡+娱乐+内容生产”的趋势愈发明显。

这一趋势背后与消费习惯的变化有着密切联系。当前，Z世代年轻人成消费主力，他们更追求体验感、社交打卡、情绪价值等，也更愿为沉浸式、出片、好玩、有话题的场景付费。超大体量、强场景、全体验的“旗舰店”模式正成为各个行业破局的优选，卖货只是基础，卖生活方式、卖情绪、卖身份认同是新的出圈方式。



扫码看视频