

不再随便对付，一人食也能好好吃饭

中式定食走红长沙 年轻人告别重油快餐爱上热汤家常菜 部分预约制门店一座难求



扫码看视频

8月10日10时，长沙市开福区的一家中式定食店里飘出冬瓜猪骨汤的清香，夹板手写的当日食谱摆在木桌最显眼处，一份主菜搭配免费续加的例汤、时蔬与配菜，就能吃上一顿清爽均衡的午餐。

记者走访发现，曾经被重油盖浇饭、油炸快餐占据的单人简餐市场，正被讲究轻油轻盐、荤素搭配的中式定食悄悄改写，成为长沙年轻人日常就餐的新选择。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 龙思言
通讯员 刘蕊

中式定食人气走高，部分门店实行预约制

临近饭点，记者走进位于四方坪的食事是四时门店，每日轮换的四款主菜旁，配套的养生例汤和不限量时蔬尤其受食客青睐。当日主推的土豆焖鸡点单量居高不下，搭配用冬瓜、猪骨、枸杞等食材慢炖的祛湿例汤，单人定食价格在38至58元区间。

“门店菜品主打清淡少油，平日饭点堂食客流旺盛，凭借每日更新的菜单积累了不少回头客。”店员告诉记者。“以前天天吃盖码饭，油汤泡饭虽然下饭，但吃完一下午都腻得发沉，胃不舒服。”在附近写字楼从事策划工作的赵女士是店里的常客，入夏后她告别了重油快餐，“这里每天菜都不重样，汤是慢炖的，蔬菜也新鲜，不到40元荤素搭配还有例份小甜点，吃饱吃好，下午上班都清爽很多”。

位于长沙市芙蓉区的顺时吉时定食店同样人气火爆，仅开放午市营业的小店座位有限，堂食必须提前微信预约，每晚店主都会更新手写版次日菜谱。“生意实在太火了，我蹲了三天，还是赶上有人退餐才约上的。”市民陈女士告诉记者。这家店单人定食定价35至45元，菜品带着家常质感，口味清淡温和，主推的番茄牛腩收获不少好评，米饭、配菜可免费续加，店主还会主动为客人添汤添饭，自制辣椒酱更是不少食客的心头好。

记者走访发现，除了专门的定食专卖店，不少餐饮门店也推出单人中式定食套餐切入赛道。主打药食同源的苏仙膳房，将四神排骨汤作为套餐核心菜品，线上94元的滋补养生单人餐搭配湖湘炒菜、时蔬与点心；鸡汤浓液·广式靓汤品店主打节气养生套餐，单人基础套餐30至40元，汤品细分出夏季祛湿、老人孩童、女士专属等多款，适配不同人群需求。

对付一口到好好吃饭，一人食经济扩容

中式定食在长沙的走热，并非孤立的市场现象，而是一人食经济扩容与健康饮食升级共振的必然结果。中研普华产业研究院发布的《2025—2030年中国一人食经济行业发展现状分析与前景预测报告》显示，2025年我国“一人食”经济规模有望突破1.8万亿元，年复合增长率达15.3%，单人餐饮赛道增速显著高于全国餐饮业整体水平。



长沙一家定食餐厅内，消费者正在用餐。
龙思言 摄



定食餐厅内，兼顾营养和口味的菜品。
受访者 供图

而在健康餐饮领域，中国餐饮产业研究院与未来轻食研究院联合发布的《2026中国轻食行业发展白皮书》数据显示，狭义现制轻食市场规模已达848亿元，同比增长23.7%；其中贴合国人饮食习惯的中式热轻食占比持续提升，早已打破西式冷沙拉的市场垄断。

“中式定食能快速突围，核心是踩中了当下消费者的两大核心痛点。”有业内人士指出，一方面，独居群体与职场年轻人的增加，让单人用餐从“无奈选择”变成“日常刚需”，定食模式无需拼桌、搭配固定，完美适配单人就餐场景；另一方面，西式轻食不符合国人热食习惯，难以形成长期复购，传统快餐又普遍重油重盐，中式定食恰好填补了中间的空白。“中式定食用本土家常菜的做法做健康餐，既有均衡搭配的优势，又贴合湖南人的口味，很容易打动注重生活品质的年轻群体。”记者在采访中发现，预约制与即点即吃两种经营模式并行，加上部分外卖渠道的补充，也让这类小店能灵活适配不同客流情况，具备更强的市场生命力。

从“随便对付一口”到“认真吃好一顿饭”，一人食的消费升级正在长沙街头巷尾发生。区别于日式定食的精致感，也跳出传统快餐的饱腹逻辑，融合本土口味的中式定食，用一碗热汤、一碟时蔬、一份合口的主菜，接住了年轻人对健康、烟火气与单人用餐体面感的多重需求，也为长沙餐饮的日常刚需赛道带来了新的可能。

设立围挡，装修进场 星巴克即将回归长沙IFS



扫码看视频

“探索星巴克臻选咖啡世界。”8月10日，在长沙IFS东区外街、临近东门停车场入口的拐角临街铺位，整体色调为哑光白的星巴克店装围挡已悄然设立。

数月前，曾占据长沙IFS五一商圈“黄金客厅”位置的星巴克城市旗舰店撤店，引得不少消费者唏嘘。如今，它的“回归”，位置的选择颇有点儿“闹中取静”的意味。

【走访】 新店围挡建于东区外街，装修已进场

此处引人注目的L型围挡沿街道转角铺开，正立面印着白金配色的星巴克LOGO与“STARBUCKS RESERVE”英文字样，风格简约克制。8月10日，记者在该围挡处看到，侧边仅有一处供施工人员进出的小门半掩着。

“年初撤店的时候我特意来喝了最后一杯，没想到小半年就回来了。”市民刘女士笑着告诉记者，她曾是旧址双层臻选店的常客，“以前的店在西北门拐角，人来人往很热闹，这次选在东区外街，算是闹中取静”。

记者从国金中心服务台了解到，新店具体开业时间暂未公布。现场施工人员透露，其负责施工的门店设计为单层，团队9日刚刚进场，工期预计二十余天。

在不少消费者看来，曾经的长沙IFS星巴克城市旗舰店是长沙咖啡地标之一。此前，这家随商场同期开业的双层门店，是星巴克中西区首家融入酒吧设计的臻选门店。二楼打造了书院式阅读空间，凭借通透的玻璃立面与独特的人文氛围，被不少人称作“长沙最美星巴克”。

今年3月，门店因租约到期闭店，商场在其原址引入潮玩品牌泡泡玛特。当时，曾引发不少市民的不舍与感慨。

【业内】 门店选址或重新锚定客群

事实上，此次星巴克臻选回归的长沙IFS，早已是长沙高端咖啡赛道的“必争之地”。记者梳理发现，华中首家Maison Margiela Café 马吉拉咖啡于2023年入驻商场L1层，推出过紫苏青瓜冷萃等长沙地域特调；2026年7月，湖南首家Vivienne Westwood Café 西太后咖啡也正式营业，将朋克美学与英式下午茶融合，开业即跻身商圈热门。除此之外，皮爷咖啡也已在该商场2楼布局，M Stand、瑞幸咖啡等品牌也在商场不同楼层设点，从高端精品、潮牌跨界到平价刚需，覆盖全价位段消费需求。

有业内人士表示，星巴克臻选此次回归并选址东区外街，是一次精准的差异化调整。不同于旧址占据核心流量入口的“地标店”定位，新址避开首层潮牌咖啡的流量内卷，闹中取静更偏向服务有办公、深度休憩需求的客群。面对层出不穷的跨界咖啡品牌与本土精品咖啡品牌的夹击，老牌咖啡巨头或将通过调整门店形态与选址，重新锚定自己的客群。

作为星巴克旗下高端产品线，星巴克臻选2010年始创于美国与加拿大市场，主打全球稀缺的精品咖啡豆。2014年10月，星巴克臻选正式进入中国内地市场，2017年亚洲首家星巴克臻选上海烘焙工坊开业，将臻选系列的高端形象推向新高。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 龙思言
通讯员 刘蕊