

明年9月到会展新城逛杉杉奥莱

杉杉(长沙)国际名品广场项目落户长沙国际会展新城,将打造成一座“会展+奥特莱斯”新型商业综合体

● 陈焕明 李恬

5月31日,长沙国际会展新城[2024]长沙市021号地块,由杉杉商业集团成功摘牌,成交价格3.43亿元,标志着杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目正式落户自贸会展区。作为长沙河东今年首个出让的纯商业地块,[2024]长沙市021号地块位于自贸会展区金展路以东,清水塘路以南,杜家坪路以西,香樟东路以北区域,总建筑面积超20万平方米。项目将建设杉杉商业集团全国首家“会展+奥特莱斯”集休闲、购物、娱乐、体验于一体的综合购物广场,为长沙创建国际消费中心城市打造消费新地标。



项目计划总投资超20亿元,用地面积约168亩,建设体量超20万平方米,项目计划将分两期建设,一期工程拟于2025年9月建成开业。



杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目效果图。均为资料图片

杉杉落了 打造以会展为驱动的中国旗舰店

一个商业综合体的到来,对城市的发展具有极其重要的影响。杉杉商业集团此次成功摘牌,正式落户长沙国际会展新城,为城市再造一座繁华新中心,完善会展片区商业综合体配套,为长沙市民带来一个吃喝玩乐购的好去处。

杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目是由中国500强企业唯品会旗下杉杉商业集团投资建设的项目。杉杉商业集团专注于奥特莱斯商业综合体的开发、建设、运营与管理,目前已在宁波、哈尔滨、郑州、天津、武汉等地布局21家奥特莱斯商业综合体,成为国内首屈一指的奥特莱斯连锁品牌。

杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目将以国际国内知名品牌为中心,引入直营国际品牌旗舰店、网红餐饮、高端美妆等,同时配套儿童娱乐、大型餐饮主力店等,打造以会展为驱动、以高端奥特莱斯业态为核心、全新泛娱乐化商业模式的中国旗舰店。

项目计划总投资超20亿元,位于会展片区金展路以东,清水塘路以南,杜家坪路以西,香樟东路以北区域,用地面积约168亩,建设体量超20万平方米,项目计划将分两期建设,一期工程拟于2025年9月建成开业。

据悉,杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目从洽谈到正式签约不到两个月时间,从签约到调规完成,项目挂牌及摘牌落地不到三个月时间,充分体现了在市委、市政府的关心重视下,市直相关部门、会展管委会、市城发集团和长沙县协力实施招商引资一号工程的拼抢干劲和优越的营商环境。

吸睛的天幕结构和精神堡垒,多元的造型设计打造了动感的城市主干道形象;以火热的长沙特色夜生活为灵感,打造商业街区,感受“舌尖上的长沙”的无限魅力……杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目将长沙当地文化特色与杉杉奥莱经典“∞”字形动线相结合,打造新型街区商业。同时,将公园商业景观和户外街区景观相结合,打造城市公园+商业综合体以增强度假感,让消费者体验不一样的自然复合都市生活。

长沙城东,浏阳河畔,敢胜垸生态景观带风光无限,绿带“明珠”磨盘洲旖旎秀丽,与之隔河相望的,是长沙国际会议中心、长沙国际会展中心“双星”闪耀。

作为湖南自贸区对外开放高地、长沙重点建设的“十大重点片区”和“四大高端服务片区”之一,高标准规划的教育、医疗、文化配套,让长沙国际会展新城的未来充满了吸引力。长沙国际会展新城位于长沙东南门户位置,规划面积约30平方公里,

辐射中部 杉杉集团打开商业新格局

弦歌不绝,烟火不息。杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目旨在打造集时尚零售、文旅体验、城市公园、家庭社交为一体的新型奥特莱斯商业综合体。在这里,购物不再单调,每一次购物都成为一次丰富的文化体验,一次放松身心的休闲之旅,一场与亲朋好友欢聚的社交盛会。

项目充分运用会展片区“自贸区+国际化”优势,融合“长沙城市客厅”的区域特性,通过主题展览、户外景观

新城崛起 片区将建“超级中央商务轴”

其中9.84平方公里纳入中国(湖南)自由贸易试验区。历经10年发展,片区已形成外联高铁、机场、磁悬浮、地铁、高速“五位一体”立体交通,内街“五横五纵一环”骨干路网的国家级门户区位优势。

杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目紧邻地铁4号线杜家坪站,交通区位优势得天独厚。长沙国际会展新城于2023年完成片区规划调整,在保证片区建设品质的基础上,进一步优化片区教育、产业、生态、配套,并迅

艺术雕塑、悬挂农场等设计,展现新型消费场景,引领长沙商业新风尚。

杉杉(长沙)国际名品广场(奥莱)项目签约是会展片区商业配套兑现的重大项目,它的建成将为会展片区带来一座新型商业综合体,不仅能弥补会展区域高端商业的空白,成为长沙东南核心商圈,为区域发展注入活力;还能以优越的区位交通特性、丰富的品牌组合和高品质的建设及运营服务辐射中部商圈,成为长沙商业新地标。

速实现。

项目北侧为“超级中央商务轴”,在建清水塘公园,南侧已建成光达公园,西侧建成国展中心体育公园。根据规划,“超级中央商务轴”自磨盘洲起,沿礼宾路向东至黄兴大道,总长3.6公里,商业商务体量超300万平方米,预估总投资超千亿元,致力打造成为“中部地区国家级门户”,沿线依次布局自贸总部组团、国际贸易组团、国际交流组团、国际科创组团片区四大核心组团。

品质为先 完善各类配套,展现新城魅力

5月22日,自贸会展区会展人才公寓正式开业,638套精致公寓将为会展片区新引进的青年人才提供高品质的过渡性住房保障,让他们在长沙发展更加安心、舒心、暖心。

湘府东路(浏阳河—黄兴大道)项目、金桂路跨浏阳河大桥全面推进施工收尾,预计6月份通车,届时会展片区将从北向南形成金桂路、劳动路、香樟路与湘府路四条骨干道路连接中心城区。

连日来,长沙国际会展新城项目建设捷报频传。

据统计,自开发以来,会展片区在城市基础配套方面累计建设投入近400亿元。长沙城发集团会展公司相关负责人表示,片区综合容积率仅0.87,规划有22个城市绿地公园、8000亩稻田生态湿地等,人均绿地面积达16.95平方米。目前,占地230亩的磨盘洲已建成开放,并成为网红打卡点,10公里浏阳河风光带逐段建设,一座低密低容的生态宜居城已然成型。

片区开发,教育先行。长沙国际会展新城始终将教育摆在片区开发的重要战略位置。根据规划,片区内共规划有24所学校,教育资源密度位列全市片区前列。目前片区内博才高塘坪实验小学、育英会展小学、雅礼洋湖会展中学等学校已开学。“四大名校”之一的雅礼中学新校区落户片区,该校实行“一校两址”办学模式,即将启动建设;雅礼中学新校区南侧还将建设雅礼会展学校,一所由雅礼本部托管的九年一贯制学校。

长沙城发集团会展公司相关负责人表示,未来,将继续高品质建设片区、持续引进高端产业,完善各类配套,展现长沙国际会展新城独特魅力。片区锚定“内陆地区高端现代服务业中心”目标,突出发展会议会展、商务商务、国际交流、总部经济、科技研发等产业矩阵,长沙国际会议中心、长沙国际会议中心、运达会展湾、国际商务商务服务区等项目面向世界、展开怀抱。

经济

责编/王金文 美编/王斌 校对/欧艳

集合2200多款辣味零食,“零食很忙”来啦

零食很忙全国首家纯辣主题店在长沙解放西路正式开业

长沙晚报6月2日讯(全媒体记者 周游 刘捷萍 通讯员 谢海)“无辣不欢”的湖南人有了新选择!继“零食很忙”“超级零食很忙”在全国掀起“大零食”现象级购物潮后,新消费品牌零食很忙再度对门店业态进行创新。6月1日,全国首个以“辣味”为主题的休闲零食店“零食很忙”在长沙解放西路正式开业。

超2200款,全国品类最齐全的“纯辣”零食店

“一周前路过这里还是‘零食很忙’,现在又转眼变成了‘零食很忙’,果然长沙的新消费品牌‘城会玩!’来到开业现场的顾客李小姐有趣地说。

记者现场发现,“零食很忙”在门店招牌、店内陈列上均与以往的“零食很忙”店有些不同。“门店整体采用的是红黄色调,为了呼应‘辣’这一主题。”零食很忙店长李彬介绍,“最大的区别在于产品陈列,目前所有产品全部都是采用挂包形式陈列,从而实现空间的高效利用,使门店SKU大幅提升。”

“零食很忙”共有超过2200款“辣味”零食,涵盖辣条、肉制品、熟食素菜等品类,像盐津铺子、麻辣王子、双仔、卫龙、翻天娃等大家耳熟能详的麻辣品牌均有在门店售卖。这也是国内目前“辣味”零食品类最全面的零食集合店。

选购了一大袋辣条,准备回去和朋友分享,市民徐凯很满意:“这么多辣味零食,让我这个无辣不欢的湖南人找到了归宿。”

推动中国辣味食品行业持续向好,打造“辣文化”传播新载体

随着居民人均食品支出增长,消费场景日益丰富,产品创新持续迭代以及以量贩零食为代表的零售渠道的涌现,中国休闲食品行业进入细分化时代。其中,以辣条为代表的辣味食品行业,近年来正逐步驶入快车道。

据中商产业研究院研究数据,辣味休闲食品市场规模由2017年的1257亿元增长至2021年的1729亿元,复合年均增长率达8.3%,预计未来仍将逐年稳步增长。在尼尔森发布的《2023年辣条行业研究报告》中同样披露了这么一则数据,以面筋辣条为主的调味零食,在一个滚动年度内销量达4.1亿公斤,销售件数达75.7亿件。“零食很忙”选择在湖南落



6月1日,全国首个以“辣味”为主题的休闲零食店“零食很忙”在长沙解放西路正式开业。长沙晚报全媒体记者 周游 通讯员 谢海 摄影报道

聚焦产品品类细分,持续创新休闲零食业态模式

近几年,零食很忙在门店业态模式上不断推陈出新,而品牌位于解放西路的这一家直营店似乎更像是品牌创新的“实验室”,先是开设品牌全国首家社区公园主题概念店,继而成功试水“大零食店”模式,打造全国首个专卖“大零食”

的门店“零食很忙”,再到如今的新业态“零食很忙”。李彬介绍,“零食很忙”是区别于标准加盟店与“大零食店”模式的创新业态,未来门店还将基于“辣味”的程度,例如麻辣、香辣、爆辣等,以及地区“辣味”

新消费,主打一个情绪价值

“零食很忙”还在排队的时候,“零食很忙”又来了。在长沙似乎不用担心“没意思”“不好玩”,消费的新业态新场景新模式让年轻人永远有得选。零食、奶茶、小吃……这些随处可见的饮食,凭什么少吃能打造出热门新消费品牌,甚至年轻人来长沙只为喝一杯茶颜,去一次文和友?只能说,和年轻人同频的长沙,很懂年轻人要什么——不只是吃和玩,还提供了无可取代的情绪价值。对于年轻人来说,买“大零食”、喝茶

颜、吃文和友,食物本身固然重要,而不能获得情绪价值才是关键。比如,买了“大零食”必要发在社交平台,和网友们玩梗一番,享受“精神状态颠颠的快乐”,做互联网上“最靓的仔”。又比如,到文和友吃什么先别说,拍出复古感、氛围感十足的“大片”,才算是不虚此行。这些吃喝之外的消费附加值,恰恰是年轻人愿意消费的原因。很明显,长沙的新消费品牌明白这一点,所以,拎着一“对暗号可许愿”的小黄鸭,茶颜悦色不断推出中式周边和系列店铺,“零食很忙”生出稀奇的“全大

店”“全辣店”……可以说,这些新消费品牌的创意与创新,归根究底都是把品牌本身视作“年轻人”,小到产品的取名、包装、制作,大到店铺的增设、场景的打造,都是有个性、有“人设”的,能和年轻人产生交流、互动、情感共鸣。

有趣、治愈、欢乐、无厘头……无论哪一种情绪价值,都有年轻消费大军为之买单。趋于个性化、多元化、情感化的年轻人,奔向新消费,为的就是“活得开心”“为生活解压”“千金难买我乐意”……而能火出圈的新消费品牌,靠的就是满足年轻消费者的这股“随心消费”劲儿。

2024“味道湖南”港湘食品餐饮行业对接会在长沙举行

大力推动“湘菜入港、港菜进湘”

长沙晚报6月2日讯(全媒体记者 刘捷萍)2日,中部博览会专题活动——2024“味道湖南”港湘食品餐饮行业对接会在长沙举行。100多名湘菜行业商会、湘菜龙头企业代表和湘菜大师参加对接会,共商湖南食品餐饮企业如何更好以香港为桥头堡,推动“湘菜出海”。

近年来,港人“北上”消费蔚然成风,“北店南下”也成为新趋势,很多餐饮品牌选择先在香港试水,再利用香港优势,向东南亚及欧美市场拓展。香港投资推广署提供的数据显示,今年一季度,已经有包括连锁餐饮品牌在内的150家内地企业赴港设店。目前,香港的湘菜门店超20家,湘菜品牌10余个,如湖南苑、湖南轩、回家湘等。

长沙本土品牌绝味早在2017年就在香港开出第一家分店,目前分店数已经增至44个,借助香港这个跳板,绝味计划在澳门、新加坡、加拿大、日本等地增设分店。“香港是公司发展海外市场的首选地方,因为香港是国际化城市,中外人士会聚,有助于外国人士了解绝味品牌。香港的经验也能协助及促进绝味在其他国家和地区的发展。”绝味香港业务总监余斌表示。

香港巨大的餐饮市场,让湘菜企业向往。调查显示,香港人均每周外出用餐10.5次。“香港湘菜餐厅的人均消费可以达到200元~300元。”长沙火宫殿品牌连锁管理有限公司总经理王有华表示,目前,火宫殿正在为香港开店选址。“我们在澳门、越南开店的成功经验,去香港没有不问题。”王有华告诉记者,面对香港客人,臭豆腐、红烧肉、发丝牛百叶等传统湘菜和小吃会保持原汁原味,同时增加一些适合当地口味的新品。

为了吸引湘菜入港,香港相关部门负责人、行业专家介绍介绍了香港最新的营商环境,并从公司业务开展到人员安排等进行详细讲解。

“我们可以为湖南食品餐饮行业提供行业的信息和资源,如食品标签在香港的注意事项,清关及仓库安排、政府资助的申请等。还可以组织行业探讨会和采购会,为大家提供交流和合作的平台。”香港食品编码协会陈志裕热情地说。

省商务服务中心党委书记、主任张军平表示,为大力推动“湘菜入港、港菜进湘”,将持续开展“味道湖南”美食季走进香港活动,宣传推广名菜、名店、名厨和名优食材。携手香港开展展览展示、大师论坛、厨艺大赛、食材采购对接、品鉴宴等活动。积极发挥两地餐饮行业商协会作用,加强两地餐饮文化交流,强化资源信息共享,加强两地食品餐饮创新发展。