

揭秘网红长沙修炼简史：“都”离不开她

文 / 邓魏 图、视频 / 吴小兵

长沙成网红了！

有人说，网红长沙是一夜诞生的。可是，我发现长沙晋升成网红其实是经过了漫长的锤炼。

随着我们不断地纵深窥探，居然发现一个重要的秘密：“美食之都”“娱乐之都”“时尚之都”“媒体艺术之都”“文化之都”……每一个“都”为网红长沙带来了消费动力。

而这背后，其实是几十甚至几百几千年来，一群重要的人的接踵发力……



扫一扫，
分享美文

“美食之都” 带来的女性消费力

对于网红长沙来说，吃，牵扯着许多人的味蕾，也拉扯很多人的记忆。

最有名的长沙小吃当然要数臭豆腐，毛主席还曾为它打过广告——“闻起来臭，吃起来香”。可据说毛主席吃的臭豆腐其实不是火宫殿的，是当时临时在姜二娣的臭豆腐摊子上买的。

像白玉小宝塔的糯米团子，名字就很有女性特色——姊妹团子。

火宫殿的荷兰粉，相传是清乾隆年间一个女人——刘氏研制而成……

只要我们去挖掘，几乎每一个长沙传统小吃的背后，都有一个女人的故事。

至于近二十年来，王五娣的臭豆腐、李娣的葱油粑粑、阿庆嫂的长青汤圆店、四娣的口味虾、巢娣的月饼……这些风靡长沙的小吃背后，都有一个勤劳的女人。

这是不是一个惊人的巧合呢？

再往后看，长沙城里又涌起了许多知名饭店，比如毛家饭店、冰火楼、坛宗剁椒鱼头、炊烟小炒黄牛肉、好食上……许多美食店背后也都有一个刻苦的女掌门。

无法想象，如果没有这一群女人，长沙美食又会怎么样？

而因为有了传统美食的基因，到了网红长沙时代，茶颜悦色、文和友等品牌，成为了“长沙小骄傲”。

在超级文和友里，我们见到了超级挤和忙——据说，2万多人排队等吃哩。在那些执着的食客里，绝大部分是热爱生活的姑娘。

而在茶颜悦色的门口，那个古典美女头像的LOGO下，是无数锲而不舍排队的青年男女，只为捧上“幽兰拿铁”“蔓越阑珊”“桂花弄”“两生花”……每一个名字都很具有女性色彩。

是啊，相比男人们，越来越多的女性购买欲望更受直观感觉影响，她们更青睐于好吃而又好看的美食。

“娱乐之都” 带来的女性消费力

“电视湘军”影响力在全国排名遥遥领先，电视节目里，都在为长沙打CALL。

曾几何时，湖南广电也成为全国女明星出现频率最高的一片地区。再加上金鹰节落户长沙，“金鹰女神”让多少追星的人儿神往长沙。

于是，“娱乐之都”以娱乐之名，既为吃喝玩乐打了广告，又为时尚消费倾注了动力。

值得一提的是，2014年—2018年省级卫视收视报告发布，湖南卫视超六成观众为女性，其中35岁以下年轻观众占比最高。

这个意思很明显，这群35岁的年轻女性，既是网红长沙背后重要的“支援团”，也是消费力最强、最有消费欲望的人群。

时至今日，整个长沙城里，当夜幕将来，无数来到长沙或者居住长沙的人们，一边聊着八卦，一边吃着、逛着、玩着。

放眼全国，这恐怕是长沙独有的魅力啊。

不仅如此，消费圈也傍上了娱乐圈。

比如，今年10月，2020年长沙时装周首秀W.M.ZERO PARTY、草莓音乐节等时尚活动的启动，不都是以娱乐之名行消费之实吗？

“时尚之都” 带来的女性消费力

曾几何时，友谊、阿波罗、中山、晓园、东塘百货，“五虎”闹长沙。后来，五一商圈、梅溪湖商圈、红星商圈、高铁新城商圈等“圈子”遍地开花。

不管怎么样，长沙商业的核心，从来都是五一商圈。据说，这个商圈早在2000多年前的汉朝就已经确立。

五一商圈的“圈子里”原本就有平和堂、王府井、新世界、春天百货、乐和城、悦方ID MALL购物中心等等，后来又涌现了万达、海信广场等一批高端商场。

但让它真正比肩国际的，是



2018年开业的IFS国金中心。从此，长沙成为名副其实的“时尚之都”。

作为九龙仓在内地的又一力作，长沙IFS占地面积超过7万平方米，其中商业部分引进了约400个品牌。

2019年“十一”黄金周，这个“圈圈”里迎来了960多万人打卡。

嗯，每个男人都必须承认，撑起这些商场的，不大多数是女性吗？毕竟“女人的衣柜里永远都少一件衣服”。

而时尚的另一面——坡子街、太平街、步行街等等传统老街里，也诞生了无数网红新店。

除了吃吃吃、买买买，还有玩玩玩。湘剧、糖画、棕编、剪纸表演……无数传统的小玩意，也迎来大消费。在解放西路酒吧一条街里，灯红酒绿是一种最嗨皮的消费……

今年的“五一”黄金周，据网易财经等发布的疫情后消费“满血复活”指数显示，在全国11个核心城市的最核心商圈客流量，长沙位居第二，仅次于上海。

“媒体艺术之都” 带来的女性消费力

可以说，长沙的“红”因互联网而兴。

2017年11月1日，长沙成为中国首座获评世界“媒体艺术之都”称号的城市。什么是“媒体艺术之都”？其实它是联合国教科文组织“创意城市网络”项

“文化之都” 带来的女性消费力

看到这里，也许有人会说，在网红长沙里，难道只有吃喝玩乐，没有文化底蕴？

其实，长沙晋升网红城市，恰恰建立在文化的基础上，娱乐、文创、时尚，甚至小吃，不都是文化吗？

更往深处说，长沙古有“屈贾之乡”“楚汉名城”之称，现有“东亚文化之都”之誉。

可以这么说，对网红长沙牵肠挂肚的，不一定都是为了茶颜悦色和文和友，一定还有马王堆、湖南省博物馆等等。

当你来到这座与烈士公园毗邻的博物馆，我相信你迫不及待要见的，应该是它的“女主人”——辛追奶奶。

辛追奶奶的素纱禅衣，是世界上现存年代最早、保存最完整、制作工艺最精、最轻薄的一件衣服。

有人认为这是一件性感内衣，也有人认为这是一件婚礼罩衫。可不管怎么说，我们能看出，即便是两千多年前，女人对衣服也是那么狂热啊。

在湖南省博物馆，不得不提《人物龙凤图》。这幅中国现存最古老的帛画——它表现的是龙凤引导墓室女主人的灵魂升天的情景。

从辛追奶奶身上，我们也看到了长沙女人地位比较高的历史原因。

为什么说长沙女人地位高呢？因为一声“堂客”。

中国传统建筑的格局，正中是堂，堂后是室，两边为房，而汉民族亲属称谓命名便是由堂、室、房来决定，比如尊称对方的母亲为“令堂”。

所以，把妻子叫做“堂客”，足见长沙人对她珍爱无比。

当然，一定要注意，不要把“堂客”叫成了“堂客们”。

看到这里，或许你已经明白，我为什么说“东亚文化之都”带来了消费力——那是因为一方面文化能吸引外人来消费，一方面“堂客”主导家庭消费、敢于消费啊。