

因麻辣烫爆火，天水旅游能“香”多久

■中国城市报记者 张亚欣

一碗麻辣烫让甘肃天水接棒“尔滨”，成为新晋“顶流城市”。

进入3月以来，甘肃天水麻辣烫频登微博热搜，在短视频平台上爆火，相关内容点击播放量突破10亿次，成为继淄博烧烤、哈尔滨冻梨之后的又一“爆款”。这波“泼天流量”更是直接促使当地旅游业飞速升温。

天水，这座此前堪称的“小众”西北城市该如何借机实现“一碗麻辣烫推动大发展”。

用美食点燃旅游人气

浸满鲜亮红油、瞬间唤醒人味蕾的手擀粉，再配以“建议全国普及甘肃麻辣烫”的旁白，一条短短七秒的抖音自拍开始转动甘肃天水的“命运齿轮”。携程数据显示，今年3月以来，天水整体旅游订单同比增长4成，其中酒店订单同比增长超6成；前往天水的游客中，外省游客占比49%。另据同程数据，天水旅游搜索热度上涨186%，并呈现继续快速上涨的趋势。

如果说烤炉、小饼、蘸料是淄博烧烤的“灵魂三件套”，那么辣子、宽粉、土豆便算是甘肃麻辣烫的“三绝”。特别是其中的辣椒，堪称陇派麻辣烫的“点睛之笔”。

“辣椒是关键加分项！”家乡是甘肃的北京白领小郑告诉中国城市报记者，与东北老式黏糊麻辣烫、北京麻酱麻辣烫相比，甘肃麻辣烫的精髓就

在于辣椒。她称自己平时不吃辣椒，但只要一回到甘肃，就立刻实现“辣椒自由”。

据了解，小郑口中备受夸赞的辣椒正是来自“无辣不甘、无谷不椒”的甘谷县。甘谷县位于甘肃省天水市西北部，是闻名中国的“辣椒之乡”。这里光照充足、雨水偏少，种植辣椒有得天独厚的地理优势。甘谷县辣椒以线椒为主，色泽红亮、皱纹均匀、肉厚油多，辣而不燥、麻而不腻。同时，甘肃省定西市也素有“中国马铃薯之乡”的美誉，这里的马铃薯淀粉含量高、黏性足。以天水麻辣烫为代表的甘肃麻辣烫中用马铃薯淀粉和面、切条做成的鲜粉，煮熟之后入口筋道，再拌上“灵魂”汤汁和油辣子，便成了不可多得的“神仙美味”。

前有淄博烧烤，后有天水麻辣烫，特色美食先后带火旅游目的地，这背后有何内在逻辑？

“美食文化与旅游从来就是密不可分的。”江苏理工学院旅游产业创新中心负责人王聪在接受中国城市报记者采访时表示，“食”作为旅游六要素之一，在旅游活动中扮演着不可缺少的角色。而随着生活水平的提升，人们对于饮食的需求也不再局限于饱腹，而是追求更高层次的味蕾享受和其中蕴含的精神文化。

在王聪看来，美食不仅能够丰富旅游产品，展现当地文化和历史，还有助于促进旅游目的地的品牌形象的塑造。“因此，美食正逐渐成为旅游目的地的营销新重点。”王聪说。

同程研究院相关负责人

介绍，近年来，探寻美食已成为深受年轻人喜爱的旅行主题之一，淄博烧烤等地域美食也摇身一变成了影响力巨大的城市旅游名片。而天水麻辣烫的火爆，为游客前往天水旅行提供了新动机，也给天水文旅产业发展带来新的机遇。

走红并非偶然

天水坐落于甘肃省东南部，因“天河注水”的传说而得名，古称秦州、上邽，不仅是甘肃省人民政府批复确定的甘肃省域副中心城市、关中平原城市群次中心城市，也是丝绸之路经济带重要节点城市。

自从天水麻辣烫爆火后，天水就迎来了大批游客。相关数据显示，自3月1日至3月20日，天水市累计接待游客236万人次，实现旅游综合收入13.7亿元。其中，3月20日，天水市接待游客17.7万人次，旅游综合收入1.05亿元，较3月19日分别增长15.61%和14.26%。天水市麦积山、伏羲庙、天水古城、水帘洞、大像山等重点景区内客流如织。

实际上，不少甘肃人对于天水的走红并不意外。“去年东方甄选助力甘肃旅游出圈，相关视频下的评论区里就有人留言：建议甘肃麻辣烫全国推广。我觉得这也为今年天水麻辣烫爆火埋下了伏笔。”小郑告诉中国城市报记者，她观察到，当时“建议甘肃麻辣烫全国推广”是一条高赞热评，很多游客去甘肃“炫”完美食对麻辣烫纷纷点赞，有的还在社交媒体上发了图文推荐或评论。“社交媒体自发性的

宣传功不可没。”小郑说。

天水具备得天独厚的地缘优势，为其旅游业的发展奠定了基础。王聪表示：“天水市地处中国旅游西北大环线，典型的沿河（藉河）设城，是甘肃省内少有的山青水绿之地。再加上丰富的人文历史景观，更为其加分不少。”

同程数据显示，关注天水的省外游客中，陕西游客占比最高，河南、广东、新疆、江苏等地的游客占比相对靠前。

“越来越多的宝藏目的地进入大众视野，其背后是多种因素共同作用的结果。”携程集团副总裁秦静在接受中国城市报记者采访时分析，一方面，旅游行业处于加速复苏中，游客出游需求较为旺盛；另一方面，文旅部门、在线旅游平台、从业者观念和模式的升级，以及其在话题打造、内容运营、体验优化、服务品质提升等方面的努力，让地方文旅火爆的趋势形成正向的发酵循环。

值得一提的是，厚道实诚的天水人为远道而来的游客提供了更多“超值”的贴心服务，有效地激活了后发优势。3月16日，天水市委书记冯文戈主持召开“天水麻辣烫”服务保障工作推进会议并指出，全市上下要把握机遇、乘势而上、全员行动，拿出十足诚意，下足精细功夫，周密安排、精心准备，全力做好各项服务保障工作，努力实现“一碗麻辣烫推动天水大发展”。

如何避免“昙花一现”

城市品牌既是打造城市

综合影响力、提升城市可持续竞争力的有效战略工具，也是国家品牌化的有力支撑。无论是因“村超”赛事爆火的贵州榕江，还是因“冰雪”成为万众瞩目焦点的黑龙江哈尔滨，现象级旅游城市的成功实际上难以复制。

现阶段，天水因麻辣烫而火“出圈”。接下来，为避免“昙花一现”，天水该如何整合旅游资源，促进当地文旅业发展，乃至辐射整个甘肃文旅？

“对天水来说，应高度重视这次难得的机会，一定要把‘天水麻辣烫’的品牌做好，尽力通过质量、创新和服务为这一品牌保值，形成真正的竞争力，并通过游客口碑宣传持续扩大影响。”中国社会科学院旅游研究中心名誉主任张广瑞在接受中国城市报记者采访时表示，眼下，天水面对“送上门”的客人，要借此机会介绍和宣传当地其他具有竞争力的旅游产品，扩大游客的旅游范围，为到访游客提供再次重访的理由和愿望。“作为旅游目的地，天水一定要清楚，前来专程品尝麻辣烫的游客和其他喜欢文化旅游的游客有着明显不同的兴趣和需求，他们有着差异化的旅游计划和游览方式，地方政府和相关企业要根据选定的目标市场选择不同的营销策略。”张广瑞直言，一定要用产品的质量、诚信和服务从长计议，把客人留下。

秦静也表示，目的地爆火的背后，“听劝”“真诚”是关键词——目的地关注、倾听并及时响应游客的诉求是其受到游客欢迎的主要因素。同时，在秦静看来，为把流量变“留量”，天水应团结更多专业力量，比如通过与在线旅游平台、专业旅行社和机构的沟通合作，能够在旅行线路的设计、交通规划的方案上提供更多可参考的专业意见，让游客在一趟旅行中，从吃住行娱购多方面体验天水的魅力。

此外，张广瑞还提到，此次爆火能够让天水乃至全甘肃相关部门和企业认识到利用哪些资源可以打造出有效的旅游产品，了解到游客真正的需求、消费方式和旅游兴趣，并体会到如何做好服务、使产品保值。同时，“爆发”也是“过度旅游”的变种，对当地旅游健康长久发展也有不利影响。“建议旅游目的地理性推进可持续发展，不要把宝压在某一孤立的产品上。”张广瑞说。

AW2024北京时装周举行

近日，承载着东方韵味与国际视野的AW2024北京时装周举行。本季时装周以“境由新生”为主题，旨在借创新之力熔铸新的设计理念、孕育新的文化现象、启迪新的商业智慧，从而引领中国乃至全球时尚产业步入一个融合艺术之境、审美之心、数字之灵与城市合境的崭新时代。图为本季北京时装周社光百件新中式旗袍高级定制发布会现场。

中国城市报记者 全亚军摄

