

热辣滚烫！

# 天水麻辣烫“火”出圈 如何接住“泼天富贵”？

继淄博烧烤、“尔滨”冰雪之后，当人们还在猜测“泼天富贵”接下来会落在哪里时，甘肃天水“捧”着一盆麻辣烫闪亮登场。

各项数据都显示，甘肃天水的热度正在迅速上升。同程旅行平台数据显示，甘肃天水近一周旅游搜索热度上涨186%。途家民宿数据显示，自3月份以来，天水民宿预订同比2023年增长近2倍。微信指数显示，关键词“天水”的指数最近一周（3月11日-3月18日）上涨了20多倍。

在天水市秦州区市中心，多家麻辣烫店门前排起长队，来自天南海北的美食爱好者来到天水，亲身感受舌尖上的“热辣滚烫”。而天水也开启了宠粉模式，通过开通“麻辣烫公交专线”、增设外地旅游车辆临时停车点、免费赠送特产和景点门票等方式吸引游客前来“打卡”。市民主动提供服务，展现地主之谊，将热度进一步推高。现在，游客要吃上一碗海英麻辣烫，得排队好几个小时。

## 怎么火起来的？

细究之下，来自自媒体的流量在此类“爆红”过程中都扮演了主导角色。

微信指数显示，天水在3月11日之前的曝光量一直比较平稳，从3月12日开始指数陡然上升，并且热度持续上涨一周。3月13日当天，视频号中涉及天水的直播来源环比上涨14倍。

根据记者梳理，从2023年开始，抖音上就有美食博主在介绍甘肃麻辣烫。真正将天水带火的，是2024年2月13日一个本地人随手发布的生活记录类视频。该视频仅有7秒钟，画面是颜色红艳的麻辣烫，配音“建议全国普及甘肃麻辣烫”，获得了136万个赞。据新华社报道，该博主是天水人。记者查询发现，该账号目前粉丝仅2.5万（此前更低），内容基本是个人生活分享。

此后，开始有粉丝量更多的博主前往甘肃天水探访。这其中有不少是专职美食博主，哪里有流量就往哪里去，甚至“跨越1000公里就为吃个麻辣烫”。这之后的一个月时间内，社交平台上关于天水麻辣烫的内容不断增多，在算法的加持下天水热度逐渐提升。据天水融媒3月6日报道，当时近一周有400多个网络美食达人更新相关作品超500个，以每天超2000万播放量的趋势狂飙，视频累计播放量超8亿。

再往后，天水麻辣烫彻底出圈，登上各个社交平台的热搜，并且被主流媒体争相报道。

天水是甘肃省的一个地级市，位于甘肃省东南部，距离兰州约300公里。作为国家历史文化名城，天水有3000多年的文字记载史和2700多年的建城史，有“羲皇故里”之称。当地的麦积山石窟是世界文化遗产，现存一万多尊塑像。天水人可能没想到，带火这个城市的不是历史文化底蕴，而是麻辣烫。

但麻辣烫到处都有，甚至川渝地区的麻辣烫更为



有名，天水的麻辣烫有何特别之处？不少自媒体博主都提到了一个因素——辣椒。

天水市甘谷县的辣椒是很多麻辣烫店主的首选。据“甘肃发布”，天水市甘谷县是我国辣椒栽培最早的县份之一，由于独特的土壤、气候等自然条件，甘谷的辣椒肉厚油多，芳香物质沉淀得更丰富。这种辣椒做的油泼辣子以香为主，细品起来有些许回甘，成为天水麻辣烫的点睛之笔。

## 标准化“宠粉模式”

当一个城市突然涌入大量的游客，对当地的交通、住宿、城市管理等方面都是考验。好在天水不是第一个考生，淄博和哈尔滨都已经提供了答案。

这正在成为一种“标准模式”。当初淄博突然火起来后，当地政府采取了一系列措施保障游客的体验，包括开通烧烤专线、制作烧烤地图、市政府免费停车、连夜新建烧烤城、景区联动，市民自发提供服务展现热情好客的形象。这为当地赢得了口碑，网友称“真诚才是必杀技”，并进一步推高了淄博的热度。

现在，天水政府正在复制这些措施。天水融媒在3月8日的报道就提到，为了接住这泼天的流量，天水文旅和各县区纷纷主动出击，开启“花式宠粉”。

自3月11日起，天水羲通客运公司开通两条麻辣烫公交专线，在火车站迎接到来吃麻辣烫的游客，并制作麻辣烫地图。市政部门连夜刷墙、修路，把垃圾桶都擦得锃亮；天水市委、市政府等党政机关全部敞开大门，供外地游客免费停车；天水还顺势举办民俗文化展演，把过年才有的高跷社火都请出来了。

各大景区纷纷推出了联票优惠，天水市博物馆、伏羲庙景区和天水民俗博物馆的开放时间延长至21点，来承接麻辣烫带来的火爆流量。与此同时，当地仍不忘利用自媒体进行宣传——5万以上粉丝的博主可免费参观伏羲庙景区。

紧接着，天水推出麻辣烫“吃货节”，从3月16日到23日，在天水市下辖的各个区县轮流举办，并通过活动向游客赠送特产。仅用两天时间，天水又迅速新建起一条麻辣烫街，40位经营者在3月18日开启营业。

天水市精神文明办还发出倡议，倡导市民们展现热情好客、文明礼貌的良好形象，



↑食客们正在麻辣烫店排队。

←天水麻辣烫。

用真心诚心欢迎四海宾朋，让“网红”成“长红”，让“流量”变“留量”。

天水政府部门的一系列行动，包括当地市民团结友好的氛围，与淄博和哈尔滨的模式如出一辙。如果说第一个吃螃蟹的淄博展现了真诚，那么已经轻车熟路的天水则更多是在复制“套路化”的模式。

## 还能火多久？

携程研究院行业分析师王亚磊表达了一个观点。前阶段时间天水的火，主要是网友自发前往，被麻辣烫的美味和公交专线、机场接机等热情接待所吸引；现在地方政府主动出击，举办一系列活动，预计将给天水带来新一波流量。

天水当然想要尽力接住这波流量，并期待热度持续久一点。而根据记者观察淄博和哈尔滨的百度搜索指数，爆红出圈的过程一般只能持续一个多月。

天水的指数从3月12日开始上涨，目前来看仍旧处于上升阶段。清明节、“五一”等假期即将到来，对于闻“香”而来的人流，如何在吃好吃好之后，还能让他们住好玩好，高兴而来、满意而归，这是当地政府目前面临的重大考验。

“现在大家常说‘能不能接住这泼天的富贵’”，中国社会科学院旅游研究中心主任宋瑞认为，凭着美食解锁出圈后，一座城市或旅游目的地的综合吸引力，与当地的综合管理能力、交通接待能力等都是密切相关的。所谓“接不接得住”，其实就体现在当地的规划和应对能力。

北京京和文旅发展研究院院长范周指出，面对出圈，各地应该首先把眼光放长远、冷静看待，思考火爆

现象出现的原因并研究其中发展趋势，做好城市文旅发展中的“常量”，因为优质的文旅内容需要游客的感受、体验和传播，也需要满足市场需求的基础设施作为支撑。他建议统筹各方力量，充分释放文旅消费券等经济手段的杠杆效应，力争将文旅城市的“网红”现象转化为常态化发展。

综合界面新闻、人民网、中国新闻网