

为期4天的桂林首届“粉超”交出亮眼答卷 带动“地方风味”走向“全国赛道”

米粉连山海 明年再相聚

4月20日，桂林甲天下会展中心。随着最后一批食客端着米粉碗满意离场，持续四天的“潮动三月三·桂林首届米粉超级联赛”落下帷幕。

一组数据展示了这场盛会的热度：253家商家参展，93支专业队伍同台竞技；截至20日16:00，线下会场观展16.17万人次，线上直播观展超1069.16万人次，累计总观展人次突破1085.33万；累计总交易额2024.62万元，其中现场交易统一收银金额154.31万元，线上直播交易额1870.31万元（美团+抖音+“粉超”官方直播间）；网上相关信息达7407条，新华社、人民日报、中央广播电视总台、中新社、中国日报、中国食品报、金融时报、广西日报、广西广播电视台、桂林市融媒体中心等180家媒体参与报道，总曝光量超6.1亿，相关话题登上抖音热点总榜第2名、桂林同城榜第1名。

以一碗米粉为切口，桂林不仅点燃了整座城市的烟火气，更在“舌尖经济”的赛道上，跑出了消费升级与产业破圈的加速度。

流量变现：

赛事经济激活全城消费

4月17日开幕当天，甲天下会展中心广场上一口直径三米的巨型锅翻滚着琥珀色的卤水，八角、桂皮的香气弥漫在空气中。“嗦粉共启一城欢”环节，现场市民游客同时捧碗嗦粉，吸溜声此起彼伏，“一碗米粉连山海”的场面瞬间刷屏网络。

官方线上直播间同样火爆：美团直播间吸引21.3万人次观看，抖音平台及“粉超”官方直播间合计贡献超千万人次观看。这些数字远超预期，印证了米粉作为“国民美食”的强大号召力。

消费热度在商家的业绩中体现得更为直观。“首日卖了800斤粉！”马记脆皮奶奶桂林米粉负责人马丽芳语气里满是惊喜，“没想到全国人民这么热情，第二天赶紧备了1000斤，还是不够卖。”桂林文五和老卤粉店长黄慧蓝说：“一天卖2000碗，根本停不下来。”来自陕西汉中热面皮首日食材全部卖光，次日临时调货；梧州赵百科食品有限公司备了四天的干河粉，第一天就被“抢”完，董事长赵百科感叹：“简直是在‘抢粉’！”

据统计，现场有207家桂林本地商家与46家区外商家共同参与，涵盖现煮堂食、预包装产品、文创潮玩、科技体验等多元品类。从老字号到新品牌，从传统卤粉到跨界创新，市民游客的消费热情贯穿始终。

这场不收门票的全民盛会，以一碗米粉为“第一触点”，将人流高效转化为餐饮、零售、文创、文旅等各个环节的消费增量。许多外地游客专程赶来，嗦完粉后顺道游览景区、购买伴手礼，形成了“以粉引流、全域消费”的完整链条。

作为本次活动的唯一承办方，桂林旅游投资集团相关负责人接受采访时表示：“让八方来客在饱览桂林山水之余，从‘看风景’迈向‘品生活’，美食正是最好的桥梁。‘粉超’将服务做到了全周期、全场景，这是桂林深耕米粉产业的结果，也是对‘村超’‘苏超’成功经验创新实践。”

产业竞技：

93支队伍同台 千亿赛道见真章

如果说流量变现是“粉超”的外在热度，那么产业竞技则是其内在筋骨。作为赛事的核心IP，专业赛承载的不仅是技艺比拼，更是产业实力的集中检阅。

来自全国12个省份的93支队伍同台竞技。四川绵阳米粉、海南腌粉、贵州花溪牛肉粉、南昌拌粉、衡阳卤粉……各地风味齐聚漓江之畔；越南河粉、泰国丸子清汤米粉、马来西亚叻沙等东盟特色米粉也首次亮相“粉超”。赛事分为



4月20日上午，在桂林首届米粉超级联赛闭幕式上举行了颁奖仪式。
记者 滕嘉 摄

“经典原味”与“创意创新”两大赛道：前者聚焦非遗技艺传承，要求选手精准还原地域本味；后者鼓励跨界融合，传统主食在融合中焕发新意。

“粉超”总裁判长、中国烹饪大师郝赅评价说：“本届赛事规模大、组织有序，选手学习氛围浓厚，市民参与热情高涨。希望‘粉超’持续举办，成为全国米粉文化交流、产业协同发展的标杆盛会。”

赛场之外，产业链的展示同样引人注目。展区内不仅有冒着热气的现做米粉，更有鲜湿米粉、干米粉、预包装米粉、专用配料等全产业链产品集中亮相。相关数据显示，桂林米粉堂食店已有9000多家，全产业链年总产值超100亿元；而全国米粉行业全产业链规模已突破3000亿元。从街边小店到千亿赛道，一碗粉正书写着崭新的经济叙事。

作为本次活动的联合主办方，世界中餐业联合会会长邢颖也表示：“我们将一如既往支持桂林米粉产业发展，希望桂林通过‘粉超’成为中国米粉产业的创新高地、交流中心、出口基地，也希望中国米粉通过‘粉超’享誉世界，绽放异彩。”

产业的火热也延伸到了线上。除了官方直播间与多家平台联动外，展商中也有不少架起手机直播，订单提示音此起彼伏。“不少网友来不了现场，只能线上下单支持。”一位主播告诉记者。从现煮堂食到预包装产品，从线下体验到线上复购，米粉的消费场景正在被重新定义。

市商务局相关负责人表示，本次桂林“粉超”紧扣“三月三”文旅消费热点，以米粉单项赛事为切口，为从业者搭建了专业展示、技艺比拼的优质平台，有效激发了餐饮市场活力，促进品牌交流互鉴，将进一步推动桂林米粉产业标准化、品牌化、规模化发展，以美食赋能消费升级，以赛事搭建新消费场景。

文化破圈：

从“吃一碗粉”到“读一座城”

“粉超”不止于吃，更是一场文化的盛宴。四天里，非遗文化全景式体验、桂林经典沉浸式展区、米粉文创潮玩集市等板块同步开放，将“吃、游、购、娱、学”融为一体。

米粉非遗博览馆展区系统呈现桂林米粉的历史脉络与传统制粉工具——从秦始皇开凿灵渠时军粮演变的传说，到当代国家级非物质文化遗产技艺，千年故事在展板与实物间流淌。非遗传承人现场演示磨浆、压粉、切条全流程，孩子们在研学课堂上亲手制作米粉，在实践中感受饮食文化的温度，让千年饮食文化“可触摸、可品尝、可带走”。

桂林经典沉浸式展区以20个“桂林经典”IP为核心，划分生态名城、品质生活名城、旅游名城、开放名城四大专区，打破静态陈列，打造“一步一景、一景一韵”的沉浸式空间。火遍全网的漓江“哇塞阿姨”赵莲

娥受邀为游客免费拍照，队伍排起长龙。喝油茶、学拓印、AI拍照等项目全部免费，仅首日参观人数便已破万。

恰逢“三月三”，现场民俗活动精彩纷呈：民族盛装巡游队伍身着绚丽服饰穿行展区，成为一道流动的风景；竹竿舞体验区，市民游客手拉手跳起欢快的舞步，将节日气氛推向高潮。夜间的文艺活动同样引人入胜：“民族之夜盛典”上演壮族打扁担、瑶族花棍舞、桂林渔鼓等节目，各族群众同唱团结歌；“北大人的音乐行旅”带来《桂林的米粉任你嗦》《对山水》等原创歌曲，巴西里约科帕卡巴纳要塞乐团演绎《茉莉花》与巴西名曲，中外音乐碰撞出别样火花；“桂林有戏——地方戏曲展演”将广西文场、彩调、桂剧搬上舞台。白天逛展吃粉、晚上载歌载舞，已成为市民游客在这个假期里的“标配”。

这种“赛事+文化+旅游”的融合模式，让“粉超”超越了单纯的美食活动，升华为城市形象的立体呈现。一碗粉，吃出的是文化底蕴，也是服务升级的方向。

从“流量”到“留量”：

一碗粉的无限可能

四天时间，一场以粉为媒的盛会交出了亮眼答卷，更释放出鲜明信号：以米粉为代表的特色美食，正从“街头小吃”迈向“城市名片”，从“单点消费”延伸至“全产业链”，从“地方风味”走向“全国赛道”。

以粉为媒，以味会友。桂林首届“粉超”以一碗米粉串联南北风味，搭建起文化交流的平台，更探索出一条“小切口”激活“大产业”的可行路径。从淄博烧烤、天水麻辣烫到柳州螺蛳粉，再到桂林“粉超”，频频出圈的舌尖经济印证了同一个逻辑：好风味就是好流量，好服务就是好产业。

这一切，与桂林打造世界级旅游城市的愿景紧密相连。山水是桂林的底色，而米粉则是这座城市最接地气的烟火表达。通过“粉超”，桂林米粉这张“味觉名片”愈发闪亮：它承载着两千多年前灵渠开凿的南北交融智慧，也链接着百亿级产业的现代化雄心；它让游客在山水间品味地道风味，更成为讲述桂林故事、传递桂林温度、汇聚桂林力量的文化符号。就如同一位游客在现场所感叹的：“这一碗粉，有历史、有匠心，更有山水间的独特味道，让人念念不忘。”

收官不是终点。不少商家已经开始盘算：“明年，带更多的货，来更早的场。”随着“桂林米粉”这张城市美食名片的持续擦亮，随着产业政策、文旅资源、服务消费的深度耦合，一碗粉的故事，还将继续书写。

明年“三月三”，桂林“粉超”再相聚！

记者黄敏