

农民日报·中国农网记者 高文 鲁明 胡燕俊

春寒料峭的二月，一条7秒的甘肃麻辣烫短视频，让全国各地的游客在三月，开启了一场奔赴“热辣滚烫”的西北之行，也让天水这个沉淀许久的文化名城出现在全国人民的视野中。

这边，一碗麻辣烫火了一座城的故事还未完待续，另一边，曾经的“顶流”——淄博烧烤的小炉又重新燃了起来。有数据显示，今年清明假期淄博景区、住宿、交通等文旅订单量同比增长超130%，淄博烧烤店里人声鼎沸，似乎又回到了去年的盛况。

从去年的淄博烧烤到今年的天水麻辣烫，以美食为起点，带动一座城市“出圈”现象再现，引发了许多思考。在这些现象级消费的背后，蕴含着怎样的产业故事和城市脉动？

朴素做法背后的高品质食材

作为街边巷口极其常见的小吃，麻辣烫制作流程简单，食材的新鲜程度和口味的好吃与否很大程度上决定着碗麻辣烫是否能吸引顾客。因此，对于一碗人均20元左右的天水麻辣烫来说，能做到物美价廉的前提，还得是所用食材的高品质和好滋味。

一大碗热气腾腾的蔬菜，泼上几大勺辣椒油，洒上一瓶瓶调料，不断翻腾搅拌后，红油里粒粒白芝麻点缀其中。一捋、一泼、一洒、一拌，随着麻辣烫师傅七八次“大气”的搅拌动作结束，一碗天水麻辣烫诞生。而麻辣烫中“三绝”则当属辣椒、蔬菜和粉。

曾让无数网友在深夜对着手机屏幕垂涎欲滴的，是天水麻辣烫鲜红诱人的色泽。“香而不辣”是天水麻辣烫最大的特色。有人说，天水麻辣烫中的辣椒前调是香辣，中调是爽朗，后调则有些麻，多重的口感征服了许多游客的胃。

“我们甘肃的麻辣烫不仅不加麻酱，底料也不加牛奶，所以吃起来不会特别黏糊，调料主要还是油泼辣子。”今年刚大学毕业的陈灵来自甘肃武威，知道天水麻辣烫火了之后也跟着朋友来凑热闹，她告诉记者，其实甘肃每个地方的麻辣烫风格都不太一样，天水麻辣烫汤汁比较少，相对来说更像麻辣烫拌，“没有其他杂味的影响，一勺甘谷辣椒直击灵魂。”

不同于南方地区深入骨髓的辣，甘谷辣椒“辣”在眼睛里，“香”浸骨髓里。“别人要是问我甘谷辣椒为什么好，我也只能说香而不辣，现在我们请专家做了检测报告，用数据说话。”在甘谷辣椒博物馆里，甘谷县农业农村局产业服务中心主任杨彩霞指着一旁用于展览的数据图表说道。甘谷辣椒含有醛类、烯类、醇类等45种风味物质，显著高出同类产品16种，维生素C含量较同类产品高92.88%，尤其酚类物质含量高，这也让甘谷辣椒红而微甜，脂香、果香、蜜蜡花香味更浓，因而独秀调料界经久不衰。

一方水土产一方物。甘谷县地处亚热带向暖温带过渡的边缘带，是典型的大陆性季风气候，光照充足，土壤肥沃，温差较大，为辣椒种植提供了优越的生长条件。甘谷辣椒如今已有400多年的种植历史，几乎家家户户都种有辣椒。经晾、切、碾、炒，满屋都是浓郁的椒香。除了麻辣烫，甘谷辣椒也是甘谷人的家常菜里必备调料，炒至焦红的辣椒如羊角一般，轻咬一口，唇齿留香。

在悠久的种植历史中，甘谷椒农们的种植技术已经很成熟，探索总结出了集约化育苗技术和旱地线辣椒全膜双垄侧移栽培技术，并依托项目在全县建成线辣椒标准化育苗点15处200余亩，育苗量达8000万株以上，有效解决了传统育苗方式存在病害多、费时、品质差等问题。

据了解，甘谷辣椒以前主要以辣椒面为主，其中火候的掌握、配料的添加等都依赖于工人丰富的经验。现如今，在遵循传统的基础上，又添加了电动石磨、石臼等工具，不仅保留了辣椒原有的风味，又大大提高了生产规模和现代品味，并行生出了甘谷辣椒的辣椒面、丝、片、丁、油、酱以及油泼辣子等7大系列60多个品种，延伸了“香”的触角。

除了“拌鞋底”都好吃的灵魂调料，麻辣烫的美味还离不开甘肃独特的高原蔬菜和爽滑筋道的粉。由于高原地区气候凉爽湿润，昼夜温差大，日照时间长等特点，使得高原蔬菜的生长周期相对较长，病虫害轻，因此蔬菜养分积累多，质量较好，口味鲜美。作为全国“西菜东调”“北菜南运”的重要基地，甘肃的高原特色“菜篮子”建设始终坚持“绿色、优质、健康”发展方向，不断攻克育苗技术提升、连作障碍克服、病虫害防控等亟须解决的技术瓶颈，提升高原蔬菜的品质。如今已不仅是陇原人的“千金菜”，也是大江南北百姓的“幸福菜”。

“麻辣烫可能两三天吃一顿，但是洋芋我们是顿顿吃。”陈灵告诉记者。对于许多外地游客来说，一碗麻辣烫里能品尝到软糯的洋芋片、外焦里嫩的洋芋丸子或爽滑筋道的手擀粉，而这都来源于这片土地上盛产的马铃薯。

在食不果腹的那个年代，马铃薯成了不可或缺的主食，而在当地人的智慧“创作”中，一颗马铃薯也有了无数种吃法：洋芋丸子、洋芋手擀粉、洋芋擦擦、洋芋搅团、土豆丝饼……正所谓“无洋芋不成席”，干物质和淀粉含量高的特性，让口感软糯瓷实的马铃薯成功征服了各地游客的胃。

一碗麻辣烫，盛下的是甘肃人如今多滋多味的美好生活，浓缩的是甘肃农业持续高质量发展的坚实步伐。“建议全国普及甘肃麻辣烫”不再是短视频里的夸张言辞，如今已逐渐成为现实。

热辣城市背后的火红产业

白天，“来自全国各地的宝贝”吃麻辣烫、喝浆水酸粉、游麦积山景区；到了夜晚，当你在街上看见身穿五彩斑斓的服饰、拿着“刀剑”的一伙人时，就意味着伏羲庙的社火表演即将在这座火热的城市上演。3月份，天水市累计接待游客464万人次，实现旅游综

天水麻辣烫——风口之后如何持续？



一碗美味的天水麻辣烫。

受访者供图

从去年的淄博烧烤到今年的天水麻辣烫，以美食为起点，带动一座城市“出圈”现象再现，引发了许多思考。在这些现象级消费的背后，蕴含着怎样的产业故事和城市脉动？



甘谷陇上椒公司生产车间内，工人们正紧锣密鼓地加工辣椒。

农民日报·中国农网记者 胡燕俊 摄



伏羲古城里，热闹的社火表演。

农民日报·中国农网记者 胡燕俊 摄

合收入27亿元，较上年分别同比增长64.8%和67.2%。市民赵先生告诉记者，“平时只有过年期间才能看见社火表演，现在好了，天天都能看着，这人多确实比过年还热闹。”

流量的聚集效应是明显的。行走在水市秦州区的市中心区域，经常能看到各种甘肃特色农产品的宣传横幅：花牛苹果——最强“解辣搭子”、吃麻辣烫送菊花茶和面膜，不止天水的县区，甘肃其他市也纷纷赶来助力；张掖驱车800公里运输13吨高原夏菜赠送天水麻辣烫商家、定西给外地游客送上流汁宽粉……一碗麻辣烫的火爆让众多甘肃特色农产品有了上台露脸的机会。

“我吃一碗麻辣烫不到30元，排队期间收到的礼物都远超这个价了。”没想到甘肃的黄瓜也这么好吃。“一边是志愿者帮助取号、引导游客随时了解排队进程，一边是重新刷爆、机场高铁免费接送、开通麻辣烫专线……面对“泼天的富贵”，一座城市用心服务和体贴周到诠释“热辣滚烫”的温度，而麻辣烫背后的产业也干得“火星直冒”。

下午四点，在秦州区元元麻辣烫店门口，贴着一张纸上写着：“今日已卖完，备货中。”“以前都是先选单，老板数完签字数再下锅，现在客人多了，都是吃完再数签。”市民杨女士自麻辣烫火了之后已经很久没来吃了，“趁这个闲散点的时间来，游客没那么多。”

后厨里，老板一边忙着串油菜，一边忙着招呼客人。“之前我们都是去超市里买菜，现在麻辣烫火了之后，光店里帮忙的人手已经不够用了，直接手机上给批发商发信息，批发商给送，随时要，随时就送过来了。”

“现在到货量最多的一天有四车，最少的三天两车。产地价格波动不大，批发市场价格也相对稳定。甚至过完春节至今，部分蔬菜的价格是持续降低的。”天水江楠果蔬批发市场精品菜批发商李洪锐说，今年麻辣烫的火爆，让他们的生意也旺了起来。随着外地游客的持续增加，为了让更多甘肃特色产品能得到推广，李洪锐还打算尝试经营新品种。

据了解，天水市速生叶类蔬菜在田面积8.17万亩，日产量3084吨，对麻辣烫市场的供应量同比增长10倍，天水江楠果蔬批发市场还配备了麻辣烫菜品配送专车，为麻辣烫经营户免费配送菜品，确保市

场上有充足的蔬菜供应。

蔬菜保供不停，“热辣滚烫”不止。天水麻辣烫火了之后，网络上许多美食博主也纷纷开始了“天水麻辣烫同款复刻”，而复刻的第一步就是下单一包“灵魂调料”甘谷辣椒。数据显示，在天水麻辣烫火爆后的两周内，京东平台上甘谷干辣椒的成交额环比增长超10倍，天水辣椒面、天水油泼辣子的成交额分别环比增长163%、151%。

“最近的线上订单比平日多出10倍左右。”在陇上椒农业科技(集团)有限公司的辣椒面生产车间里，20多名工人们赶着加工辣椒面。而陇上椒总经理何志斌更是在考虑引进全自动化设备生产线，“麻辣烫没火之前，线上一天能卖个800单左右，现在基本上每天能卖将近1万单，现在人工打包、封口、装箱都忙不过来，从早干到晚。”何志斌告诉记者，“我们甘谷的辣椒确实好，许多代理商来尝了之后都特别认可。”

这次麻辣烫的爆火也点燃了椒农们的种植热情。2023年，全县辣椒种植面积达5.6万亩(其中青椒0.84万亩、线椒4.76万亩)，分布在安远镇、八里湾镇等14乡镇80余村。“今年我们本来打算增加到5.8万亩，但是麻辣烫火了之后，5.8万亩的面积远远不够市场需求。”杨彩霞告诉记者，就这几天农户申报扩种的情况来看，已经增加了1万亩。“每天打来申报的电话不停，有农户前几天报500亩，今天又打来电话说不能再加1000亩。”

每到6、7月份，椒农们把辣椒收上来就放在屋檐下风干，红彤彤的辣椒串成一串，“今年夏天，甘谷应该会更加红火。”杨彩霞笑着说。

滚烫之旅背后的冷静思考

晚上九点，在持续了一个多月的火爆后，“表情包大叔”海英麻辣烫店门口依然水泄不通，除了吃麻辣烫的游客，还有很多平台博主拿着支架和直播设备对着海英拍摄。询问后发现，很多游客即使吃不上海英家的麻辣烫，也要来“看看海英”，跟海英合影留念，“觉得这个大叔很真实，又很可爱。”从重庆赶来的李悦一边吃着别家的麻辣烫，一边说着。

过口碑传播建立自身的独特IP。“能不能接住‘泼天富贵’，还得看城市和产业建设的专业性、成熟性，同时也讲究包容性和长期规划性。”张毅告诉记者。

从淄博的一封信《致广大游客朋友的一封信》，到天水党政机关敞开大门供外地游客免费停车能看出，除了美食的吸引力，一座城市的真诚和热情也是让很多游客不远千里来的意义所在。

当人与城市皆已就位，下一步就需要社交媒体的推动。

在天水麻辣烫排队间隙，有志愿者拿着喇叭喊着，鼓励大家多拍短视频记录。通过无数个游客的沉浸式亲历体验来放大舆论场的声音，让这趟麻辣烫之旅更加真实可感。

如今，互联网和社交媒体的持续发展，去中心化传播已发展成常态。从传播的源头看起，无论是淄博烧烤的大学生特种兵式旅游，还是天水大学生春节假期记录家乡美食，这种所谓“素人”的用户生成内容的优势在当下表现得越发明显，各地也越发重视互联网和短视频传播的力量。不仅用户参与度高，创造力丰富，对于某一产品或品牌来说，更容易建立起消费者对其的信任。

对于这种现象级热点来说，甘肃的迅速部署也道出了此次火爆的“密码”：要将颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播有机结合，丰富业态体验，提升服务能力，展示城市良好形象。

流量考试背后的现实答卷

从淄博烧烤到天水麻辣烫，这种“大众”饮食带火“小众”城市的爆红路线似乎已有路径可循：从互联网短视频开始传播，将流量引向话题中心，再由当地政府开启“宠粉”模式提供贴心服务，然而最后他们都会面临如何将流量变“留量”的现实拷问。

近期，为了让全国各地网友足不出户就能吃到正宗的天水麻辣烫，天水麻辣烫官方授权淘宝店“甘肃原产地甄选特产”正式上线。店铺上架近10种与天水麻辣烫相关商品，包括天水麻辣烫干拌料、甘谷辣椒、酸辣粉、定西宽粉等等。除此之外，还给天水花牛苹果、黄金帅苹果等农产品提供了全新的网络销售渠道。据了解，目前店铺已卖出上万份产品。

在保证供应链的前提下，把麻辣烫的正宗地道滋味产业化是延续流量的重要一步。“不光要把产品原材料卖出去，还得把产品卖出去。”甘肃省农业农村厅相关负责人表示，这是天水麻辣烫的火爆带来的重要启示，针对目前精深加工水平较低的短板，甘肃下一步将通过持续引培链主企业来推进甘肃特色农产品种养、加工、流通以及数字化发展，从而实现特色产业提质增效。

要想守住来之不易的流量，树标准、打品牌同样关键。据介绍，甘肃正加快推进“天水麻辣烫”地方标准建设，以规范促进行业可持续发展为目标，组织起草《天水麻辣烫经营规范》地方标准。同时，加快推进“天水麻辣烫”集体商标注册申请，积极引导食品安全状况好、群众美誉度高的经营主体申请注册商标，大力推动“天水麻辣烫”品牌效应和附加值双提升。

产品好、产业旺，服务也要跟上。“要想长红，服务要越来越才行。”中国农村财政研究会常务副会长王朝才表示。

许多游客在今年重新去到淄博后发现，“复烤”的淄博已经到了“2.0”版本。牧羊村烧烤店老板杨本新为保证食材的新鲜干净，升级了中央厨房，清明节假期期间每天能串肉4万多串；网红“赵大爷”被叫去参加食品安全和燃气消防大会；还有游客发现，许多烧烤店也开始了扫码点单……淄博烧烤用不变的真心和升级的服务又重新赢回了流量。

然而不可否认的是，去年6月以来，曾经火热的淄博烧烤也一度陷入“转让潮”。由于客流不稳定，疯狂开店之后，许多店面出现供应过剩的情况，无法盈利之下只得惨淡关门。

无独有偶，天水麻辣烫火爆之后，全国多地也纷纷开始“跟风开店”。截至3月31日，全国地区大众点评上收录的天水麻辣烫商户数近千家，还有许多麻辣烫店纷纷上新“甘肃天水口味”麻辣烫。还有麻辣烫培训班也火爆开营，一周培训时间，收费5000—1万元不等。

据了解，山东济南高新区一家甘肃麻辣烫门店在开业仅18天后便宣布关门，店主刘先生不仅特地前往甘肃学习手艺，还投入了二三十万元的开店资金。或许对于制作简单、成本低的麻辣烫产业来说，其他地区的商家想要踏进这一赛道并不难，但能否守住这一流量，有多方面的决定因素。

经济学家盘和林认为，虽然“跟风口”能够带来起始客流，但长期留住顾客的关键在于口味和店铺的差异性。尤其在各地口味不同的情况下，是否进行改良、如何进行改良，同样是店家应该考虑的问题。

对于淄博和天水来说，已经通过美食让自己的城市被看见，让大家对这个名字不再陌生。对于许多还没有被看见的城市或者产业来说，或许不止跟风这一条路可以选择。

王朝才认为，不同于以往的大众消费习惯，现在是一个个性化消费很突出的时代。这也意味着，哪怕是一个传统的产品，如果能用心做出自己的特色，做出好口碑，质变的机会就来了。“如果只是一味跟风，或者想‘短平快’，是做不好的。必须找到自己的特色和差异，农产品是这样，农业产业也是，乡村旅游更是。”王朝才告诉记者。

当我们把麻辣烫的火爆归功于原材料好，那么反过来看，做好“土特产”文章，留住土色土香的同时，放大“特”的优势，讲好品牌故事，则是农产品“出圈”的密码。尤其在注意力经济旺盛发展的当下，对于农产品来说，需要把特色更加直接、迅速地展现在消费者眼前，在消费者心中留下独特的印象。

在一次次城市的“美食大摸底”中，无数家门口的“土特产”刷新人们的认知，我们期待有越来越多的“宝藏”美食走向产业化、市场化道路，也让农产品的进阶之路越走越宽。