

## 麻辣烫带来大效应

——对甘肃天水的调查

本报记者 孙世芳 陈发明 魏永刚

今年3月份以来,甘肃省天水市因为一碗麻辣烫成为新晋网红。大量游客从全国各地涌到这个西北小城,带来暴增的“流量”。如今,“麻辣烫流量”渐渐平稳,这座城市留下了什么?又改变了什么?

麻辣烫在甘肃天水不算名小吃,却在今年春天火起来,让这座小城成为全国热门旅游目的地和现象级IP。

据统计,从3月初至“五一”假期结束,短短两个月时间,人口只有300万的天水市累计接待游客1338.17万人次,游客旅游花费达76.95亿元,分别同比增长35.69%、36.52%。天水的火爆,也带动甘肃省整体提前两个月进入旅游旺季。

天水麻辣烫是一种拌着火红辣子油的吃食。随着气温升高,麻辣烫的热度逐渐平稳,但天水文旅却没有“降温”。天水如何保持麻辣烫带来的热度?“网红效应”给城市治理和社会治理带来怎样的改变?

## 待客下足绣花功夫

天水是西北的一个老工业城市。当年“三线”建设在这里建起37家工厂,为这座历史文化名城增添了现代工业底蕴。成为网红之后,拥有粗犷工业风的天水却细腻起来。

“宠宝宝”,今年3月以来,随着大量游客来到天水,当地人也开始频繁使用这个网络热词。“宠”字表现的不仅是一种态度,更是细致的服务。有人这样评价:麻辣烫流量来得莫名其妙,但天水却接得细致入微。

色香味俱全的麻辣烫、浆水面、天水呱呱等美食,人文历史厚重的伏羲庙、麦积山等著名景点……这些旅游打卡的常规操作之外,可以免费停车的天水市委和市政府大院、挪开警车为游客让位的交警、忙碌在大街小巷的红马甲志愿者、天水方言里的“镇国寺”、热情的“甘E”牌照车主等,都频频出现在游客的视频里。

天水人是在迅速爆红的惊喜中,逐步摸索着城市的待客之道。

“3月初突然火起来的时候,我们心里也没底。这么大的流量能不能接得住?”天水市文旅局副局长裴康吉回忆,当时顾不得多想,就是做好该做的事。对于天水来说,第一件重要的事就是成立麻辣烫保障服务工作专班,由市委、市政府主要领导任双组长,并专职抽调20多名工作人员集中办公,同时确定“省市统筹、三区为主、五县联动、部门协同”的工作基调。

裴康吉被抽调到专班的综合协调组。他告诉记者,在专班机制驱动下,整座城市行动起来。3月中旬,天水连夜刷墙、擦栏杆、修马路等迎客操作,引来不少网友点赞;到了天水,一出高铁站就有志愿者分发旅游攻略,引导游客坐麻辣烫专线,还有不少当地群众自发成立义务车队接送;在麻辣烫门店外,游客排队收到的小礼品已经超出了一碗麻辣烫的价值……

来到天水的人,并不是吃碗麻辣烫,一抹嘴就走人。客流增加对天水提出了多方面挑战。距离天水市区100公里左右的大地湾遗址,就被考验了一次。

有着8000年历史的大地湾遗址在学术界声名远扬,但以前接待普通游客相对较少。5月10日傍晚,大地湾博物馆已经闭馆,有一个从宁夏银川来的团,按照博物馆门口张贴的安全责任书联系电话,致电工作人员想入馆参观。

“以前没有过这种情况,但我们还是安排人来开馆。”甘肃大地湾文物保护研究所所长郭四亮说,全市都在努力促成网红热度持续,肯定不能让游客失望而归,“麻辣烫本身只是浅层次的餐饮游,结果演变成了文化游,实现了文旅融合”。

在待客之道上,天水人下起了绣花功夫。聚焦游客“吃、住、行、游、购、娱”全链条需求,他们从细节着手,多措并举开展个性化、暖心化服务,努力让“头回客”变“回头客”。天水市在车站、机场、酒店前台和网红打卡地等场所,设立150余处固定志愿服务岗,每天有2000多名志愿者全方位推介民俗、美食、特产和景点,发放旅游攻略和服务指南,力所能及为游客纾困解难,让外地游客感受天水人独有的“保姆式”服务。



天水“麻辣烫四合院”里,游客排队品尝麻辣烫。本报记者 陈发明摄

爆火之初,天水市就意识到,如果仅靠麻辣烫,热度很快会过去。于是,一套全城动员和全省联动的“组合拳”打了出来。甘肃省文旅厅组织各市州以文艺演出方式分批次、按节奏、多形式助力天水,并策划开展甘肃麻辣烫及特色美食大PK、文创非遗市集展销、“春绿陇原”文艺展演等系列“宠粉”活动和暖心之举,既为天水“加油”,又为各地宣传引流。同时,天水全面挖掘当地文艺演出资源,3月份至今已举办750多场次演出活动。

动员如此广泛的资源和力量,是否“划得来”“有必要”?“传统的文旅宣传,以投放广告、走出去举办推介会等形式为主,当大家都‘砸钱’的时候,财力有限的地方就落入下风。一位文旅行业的干部分析,凭借细致入微的服务,充分利用好网络流量,是一种成本低、效果好、见效快的宣传途径。

“省市文旅部门以文塑旅、以旅彰文”,组织各类演出团队,拿出“压箱宝贝”,亮出“看家本领”、展现“独门绝技”,生动展示了各自风土人情和文化特色,创造了文旅深度融合发展的天水经验。”甘肃省文旅厅科技信息处处长明亮把天水的经验,概括为“有力的政府管理、有度的市场调剂、有为的城市服务、有效的社会协同、有爱的民众参与”。

## 全域整合要素引流

天水“麻辣烫流量”的源点是位于市中心的一个小四合院。一位返乡大学生以视频的形式,在网络上推介这种拌着火红辣子油的美食,引得成千上万人涌进这座几百平方米的小院。

显然,一个四合院“盛不下”那么多游客。天水文旅部门就开始准备引流,想着要给游客更多选择。

天水是国家历史文化名城,有着3000多年的文字记载史和2700多年的建城史,以伏羲文化、大地湾文化、秦早期文化、石窟文化、三国古战场文化为代表的“五大文化”,共同组成天水独具魅力的文旅资源。

麻辣烫引客来,全地域做分流。将平均每天20万人次的游客化整为零,需要天水每个景点做好承接。天水文旅部门提出全域整合要素,应对不断增加的客流。

麻辣烫爆火之前,麦积山石窟是天水最亮眼的名片之一。往年麦积山景区从“五一”假期进入旺季,在暑期达到客流高峰。今年3月1日至5月23日,麦积山大景区共接待游客121.77万人次,与去年同期相比增长136%。

提前两个月的旺季客流,对景区是个考验。麦积山大景区管委会主任谢晓睿介绍,3月份以来,他们先后开展“景区焕新”“四心守护”“延时开放”“串珠成链”“文化润景”“暖心惠民”等一系列行动。

景区开通了从伏羲庙、天水南

站到达麦积山的直达专线。麦积山景区按照实时游客入园情况,在门票售罄后,引导游客向仙人崖、石门、温泉等景点分流,形成了龙头引领、多点支撑、全域联动的大旅游格局,极大提高了景区接待承载能力;在避免游客过于集中的同时,提升了大景区内其他子景区的曝光率和知名度。数据显示,3月1日至5月23日,仙人崖景区接待游客17.69万人次,较去年同期增长241.5%。

与大地湾遗址、麦积山石窟的“千年等待”不同,这波流量于天水古城而言,可谓正逢其时。2018年,天水古城西关片区综合保护与利用项目一期工程启动实施,经过3年多的大规模全面修复,天水古城于2022年对外开放。

“我们在弥补天水旅游市场业态不完善的同时,也推动古城实现业态布局与市场需求的全面接轨。”甘肃公航旅天水名城保护投资发展有限公司总经理程刚介绍,突出“看什么、玩什么、游什么、吃什么”四大攻略,天水古城联合天水伏羲庙、玉泉观、南郭寺等景区,推出天水一日游、三日游等5条精品旅游线路,将古城人文历史、古建民居、特色美食与天水各大知名景点串点成线、连线成面,打造多点开花、众星拱月的品质旅游套餐。

“网红效应”促进了天水旅游业态的日益完善和服务功能的不断优化。天水古城成为此次“麻辣烫流量”的重要承载地,不仅是重点文旅活动的举办场地,也是省内外游客到天水后的必打卡景点之一。今年“五一”假期,天水古城累计接待游客25.8万人次,较去年同期增长153%。

据了解,天水市现有全国重点文物保护单位21处、省级文保单位58处、市级文保单位410处,尚未核定为文保单位的不可移动文物1318处;还有完整名城古镇名村及传统村落体系15处,保存较好的古城区2处,古民居院落140余处,百年以上古树2900多棵。看过天水不同景点的网友戏言,麻辣烫其实是天水最不值一提的事。

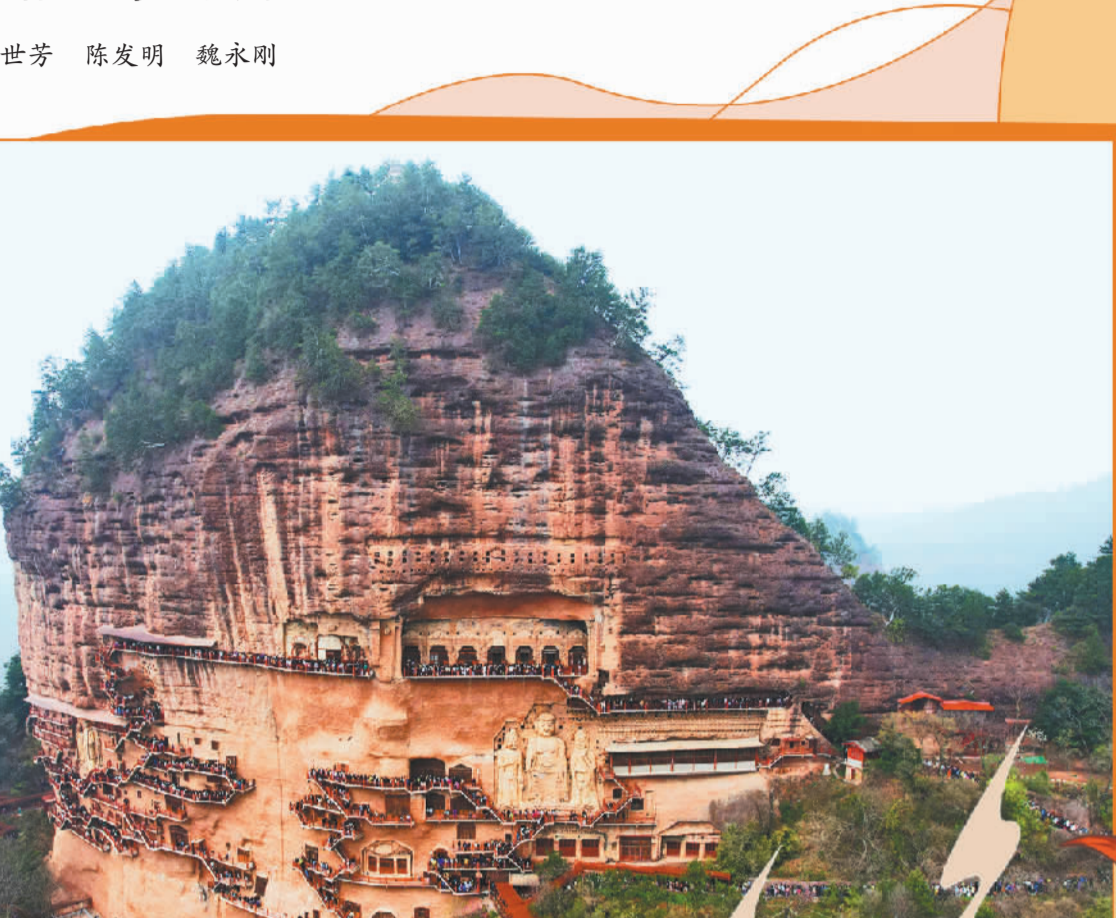
网红提升了天水的吸引力,让天水文旅融合布局有了更明晰的路径:推动文旅要素全域化整合,文旅业态全链条拓展、旅游服务全方位配套。更高的目标也随之确立:在未来一个时期,打造世界知名文化旅游目的地。

## 用好“溢出效应”

在天水,受益于“麻辣烫效应”的,不只是文旅行业。



天水市清水县食用菌产业园内,工作人员在采摘木耳。本报记者 陈发明摄



游客在位于天水市麦积区的麦积山石窟游览。新华社记者 张奇敬摄

数据显示,1月份至4月份,天水市快递业务量1272.5万件,同比增长56.33%,辣椒、花椒、粉条等农产品收寄量同比增长近7倍;全市共销售甘谷辣椒、麦积花椒、清水木耳、武山宽粉等10余种热销产品3.8万吨,销售额7.8亿元;全市新增城镇就业18205人,同比增长16.7%。

麻辣烫对天水乃至甘肃的影响,也不会止于这几个月。一时的流量如何成为长远的增量?已经有人做出探索。4月19日,位于天水市清水县的“天水麻辣烫食材(全国)供应中心”正式投运并开仓发货。目前,该中心已选定23个代表性的麻辣烫相关食材供应端、25家合作供货厂商;产品销售方面,已从1000多家终端门店中筛选出80余家供货。

“我们是直播电商企业,经过几年发展积累了供货资源。3月初,麻辣烫刚开始火起来,我们就开展调研。”甘肃阿甘甄选电子商务有限公司是“天水麻辣烫食材(全国)供应中心”的运营企业,该公司副总经理王斌鹏告诉记者,他们用1个月,先后走访甘肃多地供货企业以及西安、上海等麻辣烫门店,确定方向后,马上启动实施。

王斌鹏说,天水麻辣烫火了之后,全国各地掀起一股开店热。但是盲目跟风的新开门店,难免要被市场淘汰一批,最终会进入一个稳定发展期。“麻辣烫门店要开得长久,正宗的食材是保障品质的基础因素。”王斌鹏说,通过“线上+线下”的模式做麻辣烫食材供应中心,可以满足外地商家对正宗食材的需求。

此次“甘味”系列农产品可谓“受益匪浅”。据统计,3月份至5月份,甘谷辣椒成交额同比增长超10倍,天水辣椒面、天水油泼辣子成交额分别同比增长163%和151%,天水“甘味”农产品品牌影响力迅速提升。

看到麻辣烫火爆起来,从事花椒、辣椒等农产品加工销售的甘谷县“农小胖”供应链负责人巩士杰迅速行动,在3月12日租下一家店面,通过线上线下结合方式销售农产品。短短两个月,销售额就达140万元。巩士杰表示,借着这波热度,他们农产品的销路已经完全打开;下一步还要进行深加工,推出“农小胖”麻辣烫底料、手擀粉、蔬菜包等产品。

流量热度带火产品销售,一切看起来理所当然,但实际上离不开“有形之手”的布局 and 推动。3月份出台的《2024年“天水麻辣烫”服务保障工作方案》中,就提出全力推动麻辣烫服务保障工作与文旅产业深度融合、与农特产业深度绑定、与城市形象深度融合、与民生福祉深度关联,紧盯小产业,做足大文章。

从实际效果看,天水麻辣烫不仅带火了旅游,还拉动交通运输、住宿餐饮、娱乐体育、特色农业、农产品加工、批发零售、居民服务等多个行业提速发展,充分展现“一业兴,多业旺”的巨大带动效应。

据统计,今年一季度,天水市地区生产总值同比增长4.3%,其中麻辣烫相关行业拉动GDP增长约2个百分点;固定资产投资中,批发和零售业、住宿和餐饮业、铁路运输业、娱乐业分别增长278%、39.8%、37.9%和132.2%。此外,城市美誉度的提升也释放出更多口碑红利。一季度,天水市新签约招商引资项目37项,新建续建项目省外到位资金121.38亿元,同比增长68.79%。

从网红流量的规律看,持续3个月的热度已足够长;但是从历史的角度看,麻辣烫对这座城市的深远影响,或许才刚刚开始。

从淄博到哈尔滨,再到天水,每一波“泼天流量”都来得那么突然,令人惊喜,但似乎又都有迹可循。当最初的热度过后,城市需要更多的冷静思考。

“网红”如何成“长红”,已经不是什么新鲜课题。流量就像个调皮的小孩,很难预料他会在哪家玩具店前驻足停留。但既然来了,不如花功夫让他多停留一会儿。天水市乃至甘肃省对这波“泼天流量”的打开方式,既有网红城市的正常操作,让流量成增量;也有自己探索的招数,让流量成变量和增量。

流量成增量,看似好操作;诚意拉满宠游客就行。但在网红经济刺激下,每当有一座城市火爆之时,就有无数座城市跟风而至。“诚意”二字看似简单,但这份“作业”不是谁都能抄走的。回顾天水此番留客,主打一个全民动员。3月份以来,天水之所以热度不断,既得益于当地丰富的文旅和农特产品资源,也离不开全市干部群众的热情付出。网友一句在某路段“打车难”的留言,一两个小时内就有分管市领导调度资源,志愿者车队跟进补缺;清明假期,游客没有提前订房,电话求助麻辣烫专班,被连夜协调安排住进崭新的学生宿舍……这样的诚意,谁能不爱?

流量成变量,要变成什么样?从网络热度看,数以亿计的话题点击量聚集在“麻辣烫”上。但是,如果仅靠一碗麻辣烫,天水的热度肯定不会持续。麻辣烫的背后,是这碗“流量麻辣烫”里加了更多的“变量料”。从麻辣烫本身的独特食材,引出甘肃各地优质的农特产品,同时还延伸至天水和甘肃厚重绚烂的文化旅游资源。这波流量带来的不仅是天水热度之变,还有这座国家历史文化名城形象之变以及无数游客对甘肃丰富资源的认知之变。

流量成增量,关键在方向。目前来看,流量加持下有长红的城市,但没有哪个地方能长期保持在巅峰状态。天水没有把眼光停留在寻找留住流量的法子上,而是一直在琢磨怎样用好流量,催生地方发展的增量。比如,麻辣烫流量赋能土特产,形成更加亮眼的农产品品牌;麻辣烫流量赋能餐饮业,探索地方小吃的出圈之道;麻辣烫流量赋能文旅融合,带动当地服务升级与基础设施完善;麻辣烫流量赋能工商业,催生出一批产业链上下游的生产、销售企业;等等。

用好“有时限”的流量,才能更好谋划长远的增量。

热浪  
手记

陈发明

## 甘肃天水市 一季度

地区生产总值 ▲增长4.3%

其中麻辣烫相关行业拉动GDP增长约 2个百分点

## 固定资产投资中

批发和零售业

增长278%

住宿和餐饮业

增长39.8%

铁路运输业

增长37.9%

娱乐业

增长132.2%