

火的是一碗麻辣烫，“出圈”的是一座城

青岛财经日报/首页新闻 甘肃天水“接棒”尔滨，一碗麻辣烫火了。近日，天水麻辣烫火爆“出圈”，单日省外游客超7万，相关词条在各大社交平台登上热搜榜，累计关注度超14亿。“花4个多小时转战飞机、高铁，再排几个小时队吃一口麻辣烫的行为确实疯狂，但只要好吃，就觉得值得。”游客的心声成为了天水麻辣烫“出圈”的真实写照。

在短视频充斥的当下，天水麻辣烫的走红可谓有迹可循，网络话题从培育、发酵再到引爆，这样的模式也变得不再陌生，但无论是淄博烧烤、尔滨冻梨还是天水麻辣烫，有品类无品牌是它们的特性，如何借助流量转化为产业能量，把走红变成“长红”是值得深思的问题。

为了一碗麻辣烫奔赴一座城

仿佛是在一夜之间，天水麻辣烫火爆“出圈”，不少网红博主、吃货“特种兵”甚至不远千里“坐高铁去甘肃吃麻辣烫”，相关话题也登上各大平台热搜。

那么甘肃天水麻辣烫究竟是怎么火起来的？

据媒体报道，2024年2月13日，一名博主在抖音平台发布了一条时长仅7秒的短视频，视频中她边吃麻辣烫，边建议“全国普及甘肃麻辣烫”。截至3月18日，该视频点赞量为134.6万，转发量达190.1万。短视频的爆火，引来网友的广泛关注和推荐。记者看到，有网友不远千里乘坐飞机和高铁直奔天水，只为吃上这一碗正宗的麻辣烫。

“定西宽粉、康县木耳、秦安豆腐，还有西蓝花、莴笋等特色高原夏菜……满满的‘甘味’食材应有尽有。”来自北京的消费者顾女士在接受记者采访时表示，“当然，最精华的还属配料油泼辣子，刷视频时就被这一大勺油泼辣子浇满的画面吸引了。”记者了解到，天水麻辣烫与其他麻辣烫最大的区别就在于里面有甘肃的调味灵魂“甘谷辣椒”。

“丰富优质的食材，再搭配热气腾腾的麻辣汤底，一眼望去就让人食欲大增，吃上去更是香辣可口，麻而不燥。”顾女士告诉记者。

天水麻辣烫的“出圈”，消费者的热情瞬间被点燃，这股风潮不仅带动本地麻辣烫生意红火，异地麻辣烫门店生意也火爆起来。在北京，天水麻辣烫门店生意也火爆起来，部分门店一天排200多个号，进货量翻倍，更有很多新店入驻。餐厅菜单上也开始推出甘肃天水麻辣烫菜品。在青岛，也有不少“天水麻辣烫”店陆续开业，一些店开业当天，就有市民排队两个小时只为品尝一碗麻辣烫，

有的店铺甚至中午两三个小时就把一天的货都卖没了，下午闭餐备货。

天眼查专业版数据显示，截至目前，我国拥有16.2万余家麻辣烫相关企业，其中，2024年1—2月新增注册相关企业2770余家。另外，美团、大众点评数据显示，全国有关“甘肃麻辣烫”的关注度持续升温，最近一周，“天水麻辣烫”在大众点评上的关键词搜索量周环比增长超13倍。

火的不止是一碗麻辣烫

随着“天水麻辣烫”的火爆“出圈”，天水麻辣烫的重要食材和调味料——柔韧爽滑的手擀粉、麻味醇正的花椒、人手一把的“麻辣烫花束”等，也引起国内外消费者普遍关注。

据了解，电商平台上与天水麻辣烫有关的料包、手擀粉等产品随之走红。据多家网店客服表示，天水麻辣烫走红带动了相关料包销量的增长。一家专门售卖甘肃特产的网店客服告诉记者：“大概从3月12号开始，一款麻辣烫料包突然卖得特别好，到现在最高一天能卖1000多单，比没走红之前销量涨了10倍。”该客服表示，由于人手有限，订单“接不过来，已经限制购买了”。

记者发现，天水麻辣烫料包登上了淘宝热搜榜，本周热度上升65%。有顾客在一款料包产品的评论区表示：“我昨天下午拍的时候显示已售1000(单)，过了一晚上看现在已售3000(单)了。”记者发现，目前该评论所指的产品已售7000单。

作为天水麻辣烫的主要食材之一，手擀粉也受到了欢迎。有网店客服表示，“顾客买麻辣烫料包之外，也会买上手擀粉，目前店里已经卖了400多单了。”另有网店客服表示，由于发货量太大，手擀粉已经缺货，2天后才会重新上架。

除了与麻辣烫相关的食材和调味料火了，天水的文旅也“水涨船高”，天水昔日的辉煌也震撼着游客：这里是“羲里娲乡”，孕育了中国新石器时代目前发现最早的遗址大地湾。秦人在此放马、建都，蜀魏在此拉锯争雄，东西文明在此交汇，被工匠凿刻在风景秀美的麦积山、水帘洞等石窟长廊上。它是《诗经》里的“蒹葭苍苍，白露为霜”，是“但使龙城飞将在，不教胡马度阴山”中汉代名将李广的故乡，也是杜甫在入蜀前游历了3个多月，写下“露从今夜白，月是故乡明”的秦州。

当四面八方的人潮顺着网线寻来，天水的文旅发展同样掀起了高潮。据了解，在天水麻辣烫登上热搜后，天水市融媒体中心“新天水”客户端、“天水融媒”视频号同步开启了特色美食直播，在视频中，虽然已经过了饭点，但排队吃麻辣烫的食客仍络绎不绝。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力表示，美食作为文化的一部分，具有极强的吸引力和传播力，同时现代社交媒体传播速度与广度不可小觑，当前社会对地方特色美食的关注和追捧，反映了人们对于文化多样性和生活品质的追求。

“美食已经成为年轻人旅行的主题之一。淄博烧烤等地域美食，都成了影响力巨大的城市名片。”同程研究院相关负责人对记者表示，天水麻辣烫的火爆，为游客前往当地旅行提供了新动机，给天水文旅产业发展带来了新机遇。

由此不难看出，美食作为一种文化载体，在满足人们对美好生活需求的同时，也成为推动旅游产业发展的新动能。近年来，各地纷纷开启“美食+文旅”模式，原因在于，“美食与文旅的有效结合，能够提升游客的旅行体验，让他们更深入地了解 and 体验目的地文化。”国内咨询机构科方得Co-Found智库研究负责人张新原在接受记者采访时说道：“美食作为文旅产业的一部分，还可以带动目的地旅游业、餐饮业等相关产业的发展，这对于提升地区经济和提高人民生活水平具有重要意义。”

“出圈”是一座城的事

从一位“不倒翁小姐姐”的笑容带火大唐不夜城的西安、一曲《唐宫夜宴》冲上热搜的河南，到和大学生“双向奔赴”后掀起“进淄赶烤”热潮的淄博，再到全城实力宠粉、打造现象级冰雪热的哈尔滨，越来越多默默耕耘的城市，在网络助推之下迎

来文旅的春天。

现象级的热度和流量为城市的文旅商产业注入了新的活力，但只有那些能够巧妙地将短暂的流量转化为持久吸引力的城市才是真正赢家。

据媒体报道，天水麻辣烫刚火起来的时候，本地人其实没有太大反应，后来，越来越多的游客来到天水，当地政府开始积极反应，迅速组织人员把麻辣烫的经营场地翻新优化，如粉刷墙面、增设餐桌、张贴旅游宣传海报等。天水古城还举办了一个“天水吃货节”的活动。在吃货节中，展示了来自天水两区五县的各种美食特产以及文旅产品。同时天水市政府也增加了几条麻辣烫的专线，这些专线从火车站、机场专程免费迎接外地来吃麻辣烫的游客，本地人也自发免费组织车队去接外地游客。有一些网友隔空在网上留言：“我准备去天水吃麻辣烫了，有没有天水宝宝们能够接下我呀”，本地人回应说：“我接你！”

天水人的这些反应，在此前淄博、哈尔滨“出圈”时都能找到痕迹。回顾淄博与哈尔滨爆火之时，当地承接流量的诀窍都在于细节。去年5月份，淄博烧烤蹿红，当地政府快速反应，通过各种政策和行动，持续放大流量效应，例如开启烧烤专列、严查借机涨价问题、加强视频传播等。哈尔滨彼时同样持续放出“宠粉”大招，特色活动与创新服务不断。

从天水人的热情看到了淄博人的好客，哈尔滨人的豪爽，可以说，一座城的“出圈”，当地人的热情功不可没。不少人为了一碗麻辣烫奔赴一座城，而在这座城里得到了对等热情与好客，“出圈”也就在情理之中。一座城市的“出圈”的原因，有美食的“诱惑”，有市民的真诚，也有着政府的响应和城市文化的底蕴。相反，淄博烧烤走红后，许多地方以蹭流量为目标开出的各色淄博烧烤店，但因评价各异让部分消费者感到失望，最终逐渐消失。离开了真诚与热情，“网红”也难持久。

“网红城市”的“出圈”能给一些老牌旅游城市启发，也将给予更多小城“我也可以”的自信和“未雨绸缪”的干劲。流量之风横冲直撞，无差别地拂过各个角落，让碍于现实局限的城市有机会打一场翻身仗。网络助推的“火星”，或许是一碗美食、一处美景、一句承诺，形成燎原之势的，却是依托地方文化特色推陈出新的巧思，和针对游客需求倾尽全力的真诚。天水麻辣烫的爆火不是首例，亦非终结，谁能巧妙地将短暂的流量转化为持久的吸引力才是一个值得深入探讨的课题。

车企“咬住”置换需求在存量中找增量



年全国两会期间，商务部部长王文涛表示，我国的汽车、家电、家装市场综合体量大，相当一部分产品使用年限较长，能耗排放较高，有的因为长期使用，还存在着一定的安全隐患，潜在更新需求进入了集中释放期。

《行动方案》也对以旧换新的车型提出了要求，“严格执行机动车强制报废标准规定和车辆安全环保检验标准，依法依规淘汰符合强制报废标准的老旧汽车。因地制宜优化汽车限购措施，推进汽车使用全生命周期管理信息交互系统建设。”

据崔东树测算，2023年汽车报废量净增为756万辆，未来会显著有加速的趋势。因此，汽车报废更新、升级会成为行业增长的重要动力。同时，二手车出口转出模式也日益成熟，国内道路上汽车的车况水平也将逐步提升。

抢占“换新”风口

《行动方案》明确，组织开展全国汽车以旧换新促销活动，鼓励汽车生产企业、销售企业开展促销活动，并引导行业有序竞争。

去年，“东风系”组团杀价掀起车市价格战。今年，“东风系”也抢先针对置换需求抛出迎客计划。其中，包括东风汽车集团旗下东风岚图、东风风神、东风奕派、东风纳米、东风风行、东风启辰等自主品牌，以及东风日产、东风本田、东风标致、东风雪铁龙、东风英菲尼迪等合资品牌。

据东风汽车集团相关负责人介绍，本次以旧换新涉及超50款车型，覆盖旗下乘用车和商用车品牌，预计置换补贴超百亿元。在位于北京朝阳生

汇的岚图汽车门店，记者看到店内摆放着岚图梦想家、岚图FREE、岚图追光三款车型。其中，摆在店内“C位”的岚图梦想家旁，围绕着几组看车的消费者。该门店工作人员表示：“目前店车型均提供置换补贴，比如岚图梦想家计算置换补贴后的综合优惠为3万元，如本月提车还能再优惠1万元，这也是春节后给出的最大优惠。”据介绍，厂家推出置换补贴政策后，近期不少消费者再次到店看车。

不仅是“东风系”，奇瑞集团同样拿出百亿元置换补贴政策，覆盖旗下奇瑞、星途、捷途及iCAR品牌。从车型来看，优惠力度最大的奇瑞瑞虎8系列车型，置换最高可优惠4万元。在一家位于北京市顺义区的奇瑞品牌4S店，店内在售瑞虎9、瑞虎8和瑞虎7等车型。在谈及置换优惠时，该店销售人员表示：“实际优惠力度还要看车型，比如瑞虎8系列的2.0T车型优惠4万元，1.6T车型为3万元，两款车型的置换补贴分别是2万元和1万元。”

在合资品牌中，本月，一汽-大众推出限时政策，给予全系车型最高2.1万元置换补贴，部分车型针对老用户还额外提供5000元置换补贴。目前，一汽-大众揽境和揽巡车型均能拿到2.1万元的高置换补贴。

除上述品牌外，目前包括吉利、哈弗、坦克、比亚迪、五菱在内的20多个汽车品牌均已推出企业层面的以旧换新补贴政策。

在政府补贴落地前夜，推出各自的抢客政策，除了卡位，更重要的是市场下行的压力。

来自乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)发布的数据显示，今年2月国内乘用车市场零售109.5万辆，同比下降21%，环比下降46.2%。其

中，作为增长主力的自主品牌零售62万辆，同比下降13%，环比下降45%；豪华车零售16万辆，同比下降21%，环比下降35%；主流合资品牌零售33万辆，同比下降高达31%，环比下降51%，三大细分品牌板块零售均出现两位数下滑。

面对车市“淡季”，车企打出以旧换新“组合拳”前，价格“热”战已提前开打。

作为去年销冠，比亚迪以一张“电比油低”的海报引战，宣布其王朝网旗下秦PLUS荣耀版车型上市，其中DM-i车型起售价降至7.98万元，EV车型则进入10万元区间。随后，众多车企参与价格调整周，覆盖各品牌板块。

按照以往国内车市淡旺季规律，年初为淡季，通常车企及经销商会缩减新车优惠，但今年车市“满弦”出发背后是满满的生存压力。

春节开工首日，小鹏汽车CEO何小鹏在开工信中称，今年是中国汽车品牌进入“血海”竞争的第一年，也就是淘汰赛的第一年。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟也认为，今明两年非常关键，很多企业可能在这两年退出。今年是大浪淘沙的关键时期，行业洗牌应该会加速，对很多企业是成长的机会，但很多企业的日子就更加难过。

外界判断，面对市场压力，车企官降叠加置换补贴，将进一步降低新车终端售价。

存量市场中的增量

新车官降、百亿元补贴背后，“换新”成为车企必争的增量市场。

据统计，传统燃油车的换车周期约6—8年，新能源车的换车周期约3—5年。目前，车龄6—10年的车型为二手车市场的交易主力。其中，车龄3—6年的车型占比更接近五成。

另一个数据是保有量方面：截至2023年末，我国汽车保有量为3.4亿辆。在用“国三”及以下排放标准的乘用车超过1600万辆，其中车龄15年以上的车型超700万辆。据乘联会测算，去年应有756万辆汽车报废，同比增长185万辆。

“如果按照乘用车在汽车中的占比为80%进行测算，将是600万辆乘用车。”乘联会秘书长崔东树表示，2009年开始的新车暴增期，应该对今年乘用车报废积攒了很大的基数，相信今年车市在新购、增购、换购需求推动下，仍有平稳增长的良好空间。

在岚图汽车CEO卢放看来，推进汽车等大宗消费品更新换代，可有效节约用户购车、用车、换车的成本，同时造就万亿元规模的市场空间。一位豪华品牌内部人士对记者表示，新一轮以旧换新有望促进现有乘用车换购需求释放，而目前新车置换型消费往往伴随车型消费升级，这对于中高端汽车市场将进一步起到提振作用。

综合中国新闻网、《北京商报》
葛成 刘洋 刘晓梦/文

天气转暖，汽车行业今年的“好消息”也如期而至。近日，国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》(以下简称《行动方案》)提出，开展汽车以旧换新。加大政策支持力度，畅通流通堵点，促进汽车梯次消费、更新消费。业内人士认为，随着上述方案的实施，车市将建立起“去旧更容易、换新更愿意”的有效机制，缩短消费者的换车周期，使国内汽车保有量和车况水平同步提升，同时还将进一步繁荣二手车市场，实现汽车消费的高质量增长。

随着新一轮“以旧换新”即将开始，车企卡位战已经打响。包括新品降价、置换补贴立体化企业措施应出尽出。除提前抢跑外，更重要的是对未来两年优胜劣汰的基本判断。向置换需求要增量成为车企共同认识。

以旧换新将显著拉动汽车消费

记者整理发现，自2009年以来，我国曾多次推出汽车消费刺激政策，措施既包括减免购置税、节能车补贴这样的“直接减钱”，也包括以旧换新、汽车下乡这样的“间接推广”。

以2009年为例，当时我国刚进入私家车时代不久，汽车行业立足未稳，受全球金融危机冲击，产销出现下滑。随着当年以旧换新、减免购置税等政策推出，中国汽车产销当年超越美国成为全球第一，并将这一纪录保持至今。

“回顾之前出台的汽车消费刺激政策，均对行业销量提振明显。”在北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员、沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔看来，本次《行动方案》的实施，同样也将对我国汽车消费起到显著的拉动作用。

张翔同时指出，本次《行动方案》提出的以旧换新针对性较强，或有效打通消费者换车过程中的堵点。“与发达国家相比，我国车主的换车周期较长。首任车主平均用车6—7年后更换，而发达国家仅2—3年。缩短上述周期，将对新车市场产生积极影响。”《行动方案》提出，到2027年，报废汽车回收量较2023年增加约一倍，二手车交易量较2023年增长45%。

在乘联会秘书长崔东树看来，上述有关报废汽车回收的目标是有依据的。从2008年开始，我国汽车产销呈现爆发增长态势，十年间增长超过9倍。按照15年车龄报废回收来算，目前进入了集中报废的高峰阶段。

“在用国三及以下排放标准的乘用车超过1600万辆，其中车龄15年以上的超过700万辆。”今