

淄博烧烤、天水麻辣烫…… 一场亿万人参与的“寻味中国”

▶ 近日，在天水市秦州区的天水名优小吃城，游客排队等待品尝麻辣烫。
新华社记者范培坤摄



号馆内，各色京味美食聚集于此。13家老字号带来了各自的招牌京味美食，加起来有近百种。

据了解，这场小吃美食展是春季京城第一场美食节活动，也是第四届北京市小吃美食文化节一部分，旨在让更多人领略体验北京餐饮，了解小吃文化。

“特色小吃是百姓日常一日三餐的见证，同时也是国际国内游客体验当地饮食文化和风土人情的绝佳佐证。”北京烹饪协会负责人说。

美食旅游“带火”当地经济

美食旅游走红网络，也“带火”了当地经济。

“每天闭店前，堆起来的签子都和‘发财树’一样高了！”虎小玉是土生土长的天水人。她和丈夫经营的“伊甸园”麻辣烫店，已然有成为热门“网红店”架势。

近两周，天水辣椒面、定西土豆等土特产品的成交额环比增长均超100%，3月以来天水景区门票相关订单量同比增长216.8%。

天水旅游与消费市场的火热并非孤例：淄博烧烤“火”遍全国的2023年“五一”假期，淄博住宿预订量较2019年同期上涨865%，旅游订单同比增长2000%；“尔滨”火爆出圈后的2024年春节假期，哈尔滨累计接待游客1009.3万人次，日均同比增长81.7%，实现旅游总收入164.2亿元，同比增长235.4%。

文化和旅游部印发的《“十四五”文化和旅游发展规划》在提升旅游服务质量方面明确要求：提升旅游餐饮品质，推动旅游餐饮与文化结合，发展美食旅游。

去年凭借烧烤“爆红”后，淄博今年继续在民俗文化中挖掘新的亮点。不久前举办的淄博首届萝卜糖球民俗文化节，为市民游客奉献了一场视觉与味觉双重享受的节会。

在浙江，39组选手登上“味美浙江·百县千碗”美食讲解大赛的舞台。《春江鱼宴》《天姥唐诗宴》《警安药王宴》……一次次美食讲解，将历史文化、人文故事与地方美食结合，将浙菜的文化内涵娓娓道来。（据新华社北京3月24日电记者黄扬、文静、张文静）

“按图寻味”奔赴另一座城市

“唯有美食和远方不能辜负。”对于美食的热爱，长久根植在中国人的文化里。古代中国人便曾有“口之于味，有同嗜焉”的说法，而如今的中国人也会为一顿烧烤、一颗冻梨，甚至一份麻辣烫所吸引，结伴出行，奔赴另一座城市。

数据显示，截至2023年12月，中国网民的规模已达10.92亿人。在互联网的助推下，“酒香不怕巷子深”，地方美食也可能快速成为全民网红。

过去一周内，在中国，无论沿海内陆、南北东西，网络让天水麻辣烫的“香”飘入了巷弄胡同里的家家户户。

抖音平台数据显示，关于“天水麻辣烫”“甘肃麻辣烫”的话题播放量持续走高，累计已突破15亿。有关天水麻辣烫的作品，全网点赞量达8579万余次，互动评论量达8112万余次。

在中国的互联网上，受欢迎的不只是天水。随手打开一个中国社交平台，在搜索栏里输入“地名”加“美食”，多半会有海量的内容等待着你。其中既有美食博主沉浸式体验的视频，也有普通人品尝过后的图文分享。

在社交平台“小红书”上，博主“吃货薯”发起“寻找风味小城”的活动。

一个月时间里，帖子收到了500多条回复和上千点赞。潮州拇指生煎、潍坊肉火烧、广西醋水鸭……大江南北的网友纷纷在评论区内晒出地方美食。成百上千次的互动里，既有故乡风情的想念，也有他乡风味的好奇。

还有不少有心人早已绘制好“美食地图”“云南豆腐地图”“大理咖啡地图”“西关美食探店图”……时间精准到小时，空间精确到小区，让四面八方食客与美食相连，开启一段段“按图寻味”之旅。

“美食地图”里，有网友们的热心标注，也有地方政府的积极参与。

2023年12月，“味道湖南·去湘当有味的地方”湖南美食旅游地图上线，同时发布10条湖南美食旅游线路，“潇湘诗韵”“悠游武陵”“神农福地”等线路主题，展现了三湘四水之地的人文风情。

同程研究院首席研究员程超功认为，“美食地图”类旅游产品的产生，原因在于“食”在旅游中的地位快速上升。

中国旅游研究院院长戴斌分析，美食已经纳入了中国地方旅游发展的战略视野。《2023中国美食旅游发展报告》指出，餐饮美食在旅游目的地建设和发展体系中的地位也越发凸显。

面花、酱牛肉、天鹅酥、塔糕……初春时节，中国国际展览中心（朝阳馆）的4

跨国公司高管们的中国之行意味着什么

苹果中国大陆最大零售店21日晚在上海开业，苹果公司首席执行官蒂姆·库克亲手推开新店大门迎接中国消费者。

此前一天，库克在上海苹果中国总部，与比亚迪、蓝思科技、长盈精密等供应商进行交流。他说：“对于苹果的供应链来说，没有比中国更重要的地方了。苹果将加强与中国供应链伙伴长期合作关系，在绿色制造、智能制造方面紧密合作，实现双赢。”

中国是大市场，也是全球产业循环的“大枢纽”。苹果公司的200家主要供应商中有151家在中国生产，这200家供应商占苹果总采购的98%。“果链”之于中国，正是中国供应链韧性千千万万个故事中的一个。

中国供应链韧性，反映在跨国公司高管的行程里。

近期，葛兰素史克全球首席执行官魏

爱玛、瑞士雀巢集团首席执行官马克·施奈德等跨国高管密集到访中国，还有很多高管新年伊始就把跨国商务访问的“首站”选在中国。德国大陆集团执行董事会成员兼汽车子集团负责人冯贺飞在中国4天的行程里马不停蹄地飞了京沪渝三座城市，为了留出更多时间与中国客户对接，常常把入住酒店选在机场附近。

冯贺飞说：“年产3000万辆汽车的中国市场可能是当今世界上竞争最激烈的市场，这也意味着我们有额外的机会从竞争中脱颖而出。我们与中国的客户共同成长，助力他们在本土以及海外的发展，寻找更多机会。我看到了一个伟大而繁荣的未来。”

中国供应链韧性，充盈在一座座智慧、绿色的工厂里。

黑灯工厂、智能工厂、零碳工厂……一排排机器人和数控机床忙碌工

作，派单、生产、质检、物流无缝衔接。

中国产业链高效、灵活、韧性的既有优势，中国“智造”开始赋能全球供应链。安波福亚太区总裁杨晓明说：“中国工厂是我们全球自动化、智能化程度最高的工厂。现在，安波福连接器全球生产所用的精密模具，80%来自上海智能工厂。中国正在实现‘智能输出’。”

中国供应链韧性，体现在“数实融合”的产业浪潮里。

在跨境出海服务商飞书深诺总部办公室，一块块大屏实时跳动着来自海外的市场“信号”。“借助大数据分析，企业可以知道哪一款产品谁关注、谁点击、谁有付费意愿、谁下单了，这个反馈闭环最快‘T+1’就能完成，从而指导企业更精准完成生产销售。在小批量订单、快速反应的‘小单快反’模式下，部分外贸企业上新周期从数十天缩短至一周。”飞书深诺集团

风控副总裁陈国阳说。

今年政府工作报告提出“积极推进数字产业化、产业数字化，促进数字技术和实体经济深度融合”。依托“深度信息链+高效供应链”的强强整合，中国跨境电商快速崛起。2023年，跨境电商进出口达到2.38万亿元，同比增长15.6%，比全国进出口增长速度高出15.4个百分点。

最新公布的1-2月经济数据显示，我国发展质量不断改善，经济运行起步平稳，延续回升向好态势。中国经济的强大韧性与活力，将世界与中国超大规模市场红利紧密“链”接，与中国高水平开放的底气和自信“链”接，与中国源源不断的发展机遇“链”接。强韧的供应链里，彰显着无可替代的中国经济魅力。（据新华社上海3月24日电记者姚玉洁、王辰阳）