



视频里提到了一位在陶琉馆上班的朋友。今年以前，这位朋友的工作都很闲，主要教人体验陶瓷技艺，平时总爱叫人去喝茶。但“五一”期间，这位朋友已经忙得连水都喝不上，嗓子都哑了。

在淄博，除了传统文旅要素，一些个体也因美食意外走到了流量中心。“淄博鸭头小哥”伊扬，至今记不清自己是哪一天走红的。

在八大局，24岁的伊扬开了一家鸭货店。从4月开始，蜂拥而至的游客发现这里有一位年轻小伙卖鸭头，肌肉线条健硕，性格又内向，有点“反差萌”。越来越多的手机镜头对准了伊扬，还有人来到店里求合影。

一位女顾客甚至伸手摸了伊扬的肌肉，并对着手机镜头说“家人们，摸到了”。被摸时，伊扬本能地缩了缩身子，露出难以置信的神色。终于，“五一”期间，大量游客前来围观他的店铺，为维护市场秩序，伊扬在5月2日下午闭店。这一闭，就是7天。

重新开业后，伊扬的鸭头店依然火爆。5月11日下午，记者看到，为了减少不必要的麻烦，大部分时间店铺的卷闸门都被拉下。卷闸门上写着鸭货出锅的时间。等到鸭货出锅，伊扬拉开门，外面已经里外三层叠满了人，还有一位保安负责维持秩序。人们攒着劲，拼命探头，比起买鸭，似乎更想要看清“鸭头小哥”真面目。不到十分钟，所有鸭货全部卖完，伊扬又迅速地拉下门。

如今，烧烤的热度已炙烤着这座城市的每一根毛细血管。

“淄博”能否复制

眼下，“淄博同款”成为外地餐饮同行追求的标签。烧烤相关的铁炉、小马扎和卷饼，都得到了全国各地商家的拷贝。一位菜鸟驿站的老板告诉记者，现在每天往外地发货最多的就是卷饼和炉子，“卷饼都是一次几百斤往外发，黑龙江，甘肃，哪哪都有”。

宋爱香曾在一次公开发言中表示：“我们的城市被其他城市赶过了好多，我们的城市一直在努力，一直在找突破口。”虽然对于工业城市的淄博而言“挺心酸”，但不可否认，烧烤已然成了淄博文旅、甚至是这座城市的突破口。

如今的美食，不再是旅游的附属品，毫无疑问可以排在独一档的位置，成为游客出行的首要理由。

在乐山，记者同样看到了美食与文旅之间一些打破传统想象的关联。

4月下旬，《新民周刊》记者曾前往四川乐山。在这座西南小城，岷江从中穿过，将城区大致分为了东西两边。

在乐山东部，多年来当地最富盛名的景点——乐山大佛，矗立在大渡河、青衣江和岷江三江汇流处。景区入口处，是熟悉的传统旅游大巴，游客群以中老年为主。

但在西边的市中区，到处都是年轻的面孔，以大学生为主。甜辣的鸳鸯豆花，越吃越上头的钵钵鸡、甜皮鸭，物美价廉的小炸串……这些美食是年轻人选择来乐山最重要的元素。

比起大佛，年轻人认为美食打卡才是必选项。据说最热门的甜皮鸭店，从早上7点就排起了长队。

不过，在“B太”一个多月前拍摄的那条淄博视频下方，一条被点赞近万次的热门评论这样写道：

“四川你尴尬吗？”众多IP定位显示在四川的网友现身说法。有人说，成都不仅坑游客，自己人也被坑得一愣一愣的。

且不论这些评论的真伪，但至少说明以西安、成都和长沙等城市为代表的传统热门旅游城市，正在经历淄博与乐山等新锐的挑战。

所幸老牌旅游城市没有“躺平”。最新的目的地旅游整体订单量显示，今年“五一”假期，成都依然进入了热门旅游目的地前三名。其中，大熊猫繁育研究基地在采取严格限流措施的前提下，累计接待游客26.4万人次，成为全国最受关注的十大景点之一。

近几个月，大熊猫的热度在网上始终居高不下，成都大熊猫繁育研究基地也不断调整、升级配套服务，满足更大客流量。结合时事，打造文旅新场景，这是成都交出的答卷。

在长沙，从政府到商家，不断巩固自身“夜经济”这张名片对于旅游业的积极效应。目前，长沙夜经济从业人员超100万人，为长沙夜间30多个特色商业街区 and 4000多个夜间商场、超市提供服务。

一方面，过往的传统旅游热门地想办法维持自己的吸引力；另一方面，新锐旅游城市也必须直面一个问题：这股互联网的疾风劲草究竟能刮到何时。☑