

美好安徽

全域旅游

奔赴小城的路上 冬天的风都是甜的

这个冬季，广德市的大街小巷，挤满了挂着沪、苏、浙牌照的车辆。广德炖锅+卡旺卡奶茶+詹记桃酥，“广德三件套”持续爆火，将这座皖南小城推上热门打卡地，成为年末安徽文旅地图上飘散鲜香的一抹亮色。

曾经，旅行的理由是“去看”，去看城市繁华，去看黄山奇松，去看摩肩接踵的热闹、名满天下的风景铺展在眼前。如今，这些理由悄然变成了“去感受”——感受古村的晨雾如何漫过石板路，感受炖锅里的美食在炭火上咕嘟作响，感觉自己暂时从日常中抽离，成为朋友圈九宫格里另一段故事里的主角。

在奔赴小城的路上，冬天的风都是甜的。从淮北到江南，一个个“皖美宝藏小城”，星罗棋布，千姿百态，点缀全域旅游的广袤版图。探寻江淮大地隐秘的小城风景，在“皖美如画”的韵味里挖掘抚慰内心的情愫，这种共振共鸣正在精准地嵌入旅途的乐趣、旅行的价值。

安徽日报报业集团全媒体记者 宣岚

情感共鸣引发社交裂变

“广德三件套”迅速走红网络，话题单周浏览量达11.5亿次，众多浙江“美食特种兵”前来打卡，这一切源于徽派美食对浙江网友的吸引。”近日，在2025皖浙文旅产业合作座谈会上，安徽省文化和旅游厅副厅长储晓焱言辞恳切地说。

人间烟火味，最抚凡人心，地处长三角“白菜心”的广德就这样走入了人们的视线，“广德三件套”不仅是味觉享受，更是平凡日子中的“小美满”。这么近，那么美，当“微度假”成为常态，一种更深入的探索正在兴起——“奔县游”，正是这一趋势的缩影。

“如今，谁也不能忽视社交裂变与文旅破圈之间的双向赋能。”安徽大学旅游规划与研究中心主任李东和认为，共鸣，是流量最原始的起点，互动性、参与感助推线上流量与线下消费相互转化，造就了文旅产业的一场场“泼天富贵”。

随着移动社交媒体快速发展，一张精美图片、一段创意短视频常常引爆旅游热点，在线上创造巨大流量的同时，带动线下游客量集中暴涨。电视剧《六姊妹》热播，拍摄地淮南市九龙岗小镇火了起来；电视剧《长月烬明》霸榜热搜，蚌埠市集聚南海北的游客；《大生意人》近日迎来收视热潮，又让合肥三河古镇、黄山歙县成为新晋网红打卡点。虚拟与现实之间的场景营造，打破了文旅空间的传统边界，犹如一剂生活的解药，成为建立情感链接和深度认同的关键。

“奔县”小城重构生活美学

“如果说中国是一个家，书房，毫无争议，就是安徽。”央视《百家讲坛》主讲人、学者魏新，如此描绘诗情画意的安徽印象。这书房里，有最好的“文房四宝”宣纸、徽墨、宣笔、歙砚，有黄山、九华山、天柱山做“镇纸”，有一盏徽茶扑鼻清香，更有一城一味等待人们品味。

放眼江淮，“一区三圈四带”全域旅游蓝图正在铺展开来。皖南国际文化旅游示范区，向着打响世界文旅品牌之路迈进；合肥都市科创文化休闲旅游圈，发挥科创资源集聚的巨大优势；大别山红绿交融文化旅游圈，感受红色文化与体验绿色生态相得益彰；皖北文旅融合发展圈，不断挖掘潜藏的文旅富矿……琳琅满目的地域风情，丰富多彩又和而不同地聚拢在一起。

安徽各地，宝藏小城“香”得各有千秋：“文都”桐城的文脉书香，“药都”亳州的千年药香，“中国文房四宝之城”宣城的书卷香……而灵璧的奇石、淮北的榴园、颍上的皖北四季田园风光，每个地方都像一本等待被翻阅的书，小城的故事，才刚刚开始。

一半在地文化，一半情绪共鸣，安徽文旅的发展逻辑，恰如书房不断传承与迭代。以文塑旅，以旅彰文，双向赋能，这里不仅仅是陈列风景的地方，更是一个供人思考、放松、寻找灵感与幸福的精神空间。

优质服务带动“网红”长红

免费巴士游线路，带领游客打卡“三件套”美食地标，一站式畅游竹海、卢湖、太极洞等景点；农贸市场、中小学校等指定区域，划定免费停车位；文旅志愿者“红马甲”提供路线指引、景点讲解、应急帮助，笑容里写着：“广德好玩，更要让你玩好！”这波流量，广德稳稳接住，靠的正是优质服务。

通往安徽的路上很“出片”，山脉、水脉、文脉组成文化底色，网游、网剧、网文拉近年轻游客距离。旅行不仅是地图上的轨迹，更是心弦的共振。安徽高速的

- ① 近日，广德市延安路上詹记桃酥门店前人流如织。
- ② 日前，外地游客涌入广德市品尝广德炖锅。
- ③ 近日，广德市向游客展示融合鄂豫皖风味的广德炖锅。
- ④ 日前，广德市火热举办全民炖锅大“武”台活动。
本报记者 张敬波 本报通讯员 陈蔚然 摄

动人微笑，温暖游客的旅途；车站、酒店的志愿者，热心帮助游客……这些“皖美”面孔同样在社交媒体上“出片”更“出圈”。

“网红地”能火多久，除了持续打造IP，还取决于服务的颗粒度。从打造“安徽旅游诚信日”到选树旅游服务质量标杆单位，近年来，我省不断强化旅游系统服务意识，打响美好安徽旅游服务品牌，锻造了旅游业高质量发展的核心竞争力。

“泼天的流量”往往不可计划，但却可以用口碑托举。随着“人人都是迎客松”安徽文旅志愿服务行动开展，选树各行各业的“迎客松”典型人物，汇聚全社会力量，共同营造文明有序的旅游氛围。全省不断建立健全以游客为中心的旅游服务质量评价体系，让优质服务成为最好的旅游产品，让越来越多的“回头客”变“回头客”。



“卡旺卡奶茶+广德炖锅+詹记桃酥”，这一神奇组合引爆了“广德三件套”的泼天流量，成为一个多月来网络热词之一。那么，“广德三件套”为什么会火？如何理解它爆火出圈的密码？对我们有什么启示？

“广德三件套”首次出现在社交平台是11月24日。据说是一位来自浙江湖州的网友，随手发圈“炖锅配奶茶，浙江人懂的都懂”，经过网友不断转发加工，最终演变成全民热捧的“广德三件套”。

“梗”不能凭空捏造。广德市抓住“超级皖”美食争霸赛的契机，创造性地开展了全民炖锅大“武”台等多项文体活动，其间，网友纷纷向沪苏浙朋友喊话，邀请“到广德走一走”。随着“广德三件套”话语在网络的横空出世，首批浙江湖州游客如约而来，造就首度网络热潮。

“广德三件套”的提法一经提出，广德市立即全网悬赏首提“广德三件套”说法的网友，诚意满满地备上“超级文旅大礼包”，并开启“宠粉”时刻——

开通“三件套”专线免费公交，串联起“三件套”打卡点、笋山竹海、卢湖风景区等大小景点，从早8时到晚21时循环发车；商家集体承诺“食材新鲜，现点现烧，没有预制菜”；市民自发倡议“非必要不开车”，志愿者免费接送外地游客；公安启动“全警护航”，承诺外地车辆在指定区域可免费停车……

为什么广德会稳稳接住流量？根源是作为移民城市的广德所具有的开放包容、热情好客的精神内核。

清末民初，来自中原、荆楚、吴越等地的移民给广德带来了多元文化元素，荆楚文化和中原文化忠勇尚义、务实重情，吴越文化容忍执着、创新求变，徽文化“贵而好儒”。作为吴越文化、中原文化、荆楚文化和徽文化的集大成者，广德人热情好客、友善豪爽，具有一定的开放性和包容性，这正是广德移民文化独特的魅力。

“广德三件套”，依然在升温。数据显示，11月24日至12月20日，广德市累计接待游客数突破468万，是当地常住人口的近10倍。

“广德三件套”能否“网红”变“长红”，真正让广德城市品牌“出圈”、“美好安徽”愈发深入人心？

在大数据和流量时代，美好的事物不一定会“出圈”，但不美好肯定不会。对于广德市、宣城市乃至安徽省而言，“广德三件套”的爆火证明了“中国文房四宝之城”、安徽文旅的潜力和实力，彰显了“大美安徽”的无穷魅力。

“广德三件套”的出圈，拓展了新消费场景的想象空间。这一事件也表明，在移动互联和自媒体时代，要稳稳接住“网络流量”，并持续转化为“消费流量”和“发展增量”，就必须提高站位、扩展格局、宕开一笔，聚焦人文、精神和情绪维度，在想方设法慰留客人味蕾的同时，千方百计慰留他们的“身心”，从而在“网红”变“长红”的征途中，实现城市品牌和地域形象的“上一台阶”。

从『广德三件套』爆火出圈说开去

张敬波