



随着“一圈两场三改”和“一河一道两片”城市更新工作的推进,2024年以来,民生路等老街区变身网红美食打卡地。在众多特色美食中,油炸土豆片尤为亮眼,从蔡家街到民生路,售卖土豆片的商家如雨后春笋般“一夜长出”,从原来的一两家商铺增长至目前的近20家。一个个土豆经过切片、油

炸、撒料、摇匀、装袋等工序后,被陆续递到顾客手中。

打开大众点评、小红书等生活分享类APP,搜索“民生路美食”关键词,油炸土豆片是众多博主及游客必推的贵阳文旅伴手礼。

这种贵阳市民熟悉的零食,何以走出贵阳,成为“网红”?

来贵阳,总得吃回土豆片吧!

——从油炸土豆片销量激增透视贵阳文旅融合新密码

【情理之中】

“泼天流量”源自商户与游客的“双向奔赴”

小小土豆片何以货卖百家?这与土豆片经营商户的快速反应、创新意识,以及短视频的推动密不可分。

为了满足各地游客的味蕾,民生路、蔡家街土豆片经营商户正上演地方特色美食升级的“突围战”。

董家现炸土豆片是蔡家街第一家制作油炸土豆片的店铺。面对“泼天流量”,该店依然坚守现场制作出售的经营模式,但在提升顾客体验方面狠下了一番功夫。该店负责人董玉芳说,为适应全国各地游客的口味,该店在过去销售贵阳人喜欢的麻辣味、蒜香味、番茄味土

豆片的基础上,又新研制开发出洋葱奶酪、酸奶芝士、甘梅等味道的土豆片,让每个游客都能选到自己喜爱的一款。

如今,在民生路及蔡家街销售的油炸土豆片品类已达20余种,土豆片口味变得丰富,与各商家重视南来北往各地游客不同的口味需求密切相关。

“尝尝我们家的焦糖海盐和酱香味土豆片吧,这是刚推出的新品。”在郑姨妈土豆片店内,工作人员热情地向顾客介绍新开发的产品。“许多顾客愿意为特色食品买单,所以我们每隔一段时间就会复盘总结销售情况,根据市场需求不断调整推出新品。”胡馨月说。

土豆片口味丰富多样、可选择性强,这些都是外来游客化身“洋芋国”代言人的重要因素。“蟹黄味、咸蛋黄味、甘梅味

的土豆片,对于我们口味偏咸鲜的淮安人来说非常友好。”江苏游客张睿说。

“这个蜂蜜黄油口味的土豆片相当不错。”来自云南镇雄的游客罗信荣,在民生路现场化身“贵州美食推荐官”。“原计划在贵阳只游玩一天,没有做攻略,在民生路上随便找了一家排队人数少的商铺,没想到味道也这么好。”罗信荣笑称,在贵阳可能就没有不好吃的土豆片。

为了让顾客及时收到订单,与家人分享贵阳特色美食,彩航现炸土豆片商铺今年还和顺丰合作,将之前3天到5天的快递到货时间缩短至1天到3天。唐中荣说:“随着送货提速,订单量也迅速增长,商铺销售高峰期的快递也从平时每天两次发货增加为一天多次发货。”

【文旅融合】

“土豆片传奇”诠释“洋芋国”文旅密码

如今,从民生路到蔡家街,除土豆片外,蛋包洋芋、洋芋粑、炸土豆等土豆制品随处可见,让“洋芋国”的称号更加具象化,也吸引越来越多的“老饕”和外地游客奔赴贵阳。街头零嘴,正在书写贵阳文旅经济的新注脚。

在扎佐物流园附近做了10多年土豆批发生意的熊刚刚说,自己在贵阳有100多家合作商,2024年以来,民生路彩航家的土豆进货量翻倍,旺季仅一个月进货量就达100吨。

“民生路是贵阳老街,烟火气十足,自带‘流量’,打造成文旅商业街区后,游客越来越多,油炸土豆片生意火爆,看似偶然其实也是必然。”熊刚刚说。

最近,因为越界影城的爆火“出圈”,也让尚未进入文旅旺季的民生路迎来一波“流量”。唐中荣说:“不少顾客是在越界影城看完电影后,又来民生路买土豆片的。”

“越界影城的爆火,吸引外地游客为‘一块屏’而奔赴一座城,油炸土豆片成为游客的热门伴手礼,这些都是贵阳文旅发展中出现的新现象、新爆点。”贵州大学旅游管理系主任胡书玲说,贵阳应稳稳接住新爆点流量,以文化的爆点打造旅游的爆款,以文化的价值实现旅游的增值,让流量助推文旅发展。

胡书玲认为,油炸土豆片成为热门伴手礼是贵阳“六爽”产业链中“爽口”业态的出圈之作,打造农副产品的爆款还可以扩大到刺梨、折耳根等农产品上,在贵阳红色文化、阳明文化、街头文化等系列文化中,进行故事框定到符号提取,在与游客的互动中,引发文旅融合的综合效应,打造多款多个文化谱系的爆款,构建“爽爽贵阳”城市品牌体系引导下“六爽”体系品牌,真正实现流量转化为留量,文化的价值转化为旅游的增值。

贵阳日报融媒体记者 吴宇

【意料之外】

土豆片成为民生路美食“顶流”

文旅发展释放消费活力,油炸土豆片特色小吃正成为撬动民生路、蔡家街美食街区发展的新支点。

贵阳市文化和旅游局统计数据示,2024年全市累计接待国内游客1.67亿人次,其中就有不少流向民生路、蔡家街等美食街区。在文旅热潮中,“洋芋国”渐渐成为贵阳的代名词被游客熟知,很多游客还借助社交平台,主动成为“洋芋国”的代言人。因美味可口、方便实惠、易于携带或邮寄,贵阳市民钟爱的寻常零食——油炸土豆片则成为“洋芋国”的代表,意外“晋升”为美食新“顶流”。

“经常在短视频平台上刷到‘洋芋国’相关视频,觉得很有意思,来都来了,不带点土豆片回去总感觉少了点什么。”湖北游客李雪说。

云南游客余露琪,在一天之内逛黔灵山公园,打卡二七路、太平路、民生路,给家人朋友带的贵州特产就是油炸土豆片。“时间仓促却不虚此行,下次还会再来。”余露琪说。

3月10日,民生路彩航现炸土豆片商铺负责人唐中荣向记者介绍了商铺的销售曲线:2022年月均销售额7万元,2024年这个数字攀升至21万元。2025年前两月,100多吨土豆经切片、油炸、调味后化为超百万元的销售额。

激增的订单,也让唐中荣改变了经销方式:将门店改为生产加工间并开启线上销售。“9个微信号,约9万名顾客添加为好友。今年前两月,线上订单超过1.3万单。因为满100元包邮,不少外地游客都是线下购买邮寄回家。加上线上下单的订单,需要邮寄的订单达90%以上。”唐中荣说。

另一户商家郑姨妈土豆片的相关负责人胡馨月说,为满足顾客购买需求,2023年,该店在贵阳综合保税区建成加工厂,新增为合作商供应土豆片的经营内容。目前,郑姨妈土豆片在贵阳已签约10多家合作商,遍及青云市集、黔灵山公园等多个贵阳文旅打卡地。

“工作人员根据订单制作土豆片成品,每天上午10点前送至各家门店。”胡馨月说,“以前每天最多能卖30斤至40斤,成立加工厂后,每天的销售额增长了10倍有余,‘五一’、国庆等节假日期间,每日销量能达到上千斤。”



游客在民生路土豆片商铺选购

