

最火地方菜，輪到它了？

今年過年，爆火的餐廳裡一定有貴州菜。

這個曾經的「小透明」，正在以肉眼可見的速度「入侵」北京、上海、成都等一線和新一線城市。這些城市的食客們發現，一日三餐都見縫插針進了貴州元素：早餐的豆漿油條咖啡貝果，正在被熱氣騰騰的牛肉粉羊肉粉代替，中午吃個火鍋少了酸湯的身影，甚至連宵夜晚酌，也逃不開貴州BISTRO小酒館。

貴州菜，要火起來了嗎？

沒人能逃過「貴州菜」

貴州菜，作為雲貴川西南菜系中的一員，一度被夾在中間看似小透明，不過這種局面正在出現轉變。

北京白領志浩幾乎屬於從不開火的外食族，平均工作日一天3頓外賣、休息日一天2頓外食，志浩自詡是吃「百家飯」的代表。他觀察到，貴州菜的火始於2024年，最明顯的特徵便是火鍋店裡出現了「酸湯」鍋底。

比如火鍋一哥海底撈，在2024年6月便推出了雷山酸湯鍋，鍋底中添加了貴州非遺技藝發酵的「雷山魚鱗酸」。

在社交平台上，有消費者表示雖然同為酸，但是味道比傳統番茄鍋更有層次，可以不蘸醬料直接吃。據海底撈相關負責人透露，「海底撈雷山酸湯鍋」已經成為點單率最高的鍋底之一。

其實這並非海底撈第一次覬覦貴州口味，早在2023年底，它就在貴州推出了區域限定的紅酸湯鍋底，成為當時的區域大爆品。

除了海底撈之外，巴奴毛肚火鍋、熊貓來了等都紛紛推出了貴州酸湯系列。據《2024年火鍋經營發展報告》顯示，在2023年火鍋鍋底口味排行熱度上，酸湯鍋底位居第二，僅次於牛油鍋底。

但凡與貴州酸湯掛鉤的餐飲，在2024年都迅速增長。天眼查專業版數據顯示，截至2025年1月中旬，現存名稱中包含「酸湯」相關企業8000餘家，其中1700餘家為2024年新註冊企業。

除了以「酸湯」的形式進駐火鍋店之外，貴州風味還在以其他更小众的形式散落在不同的業態中。

比如輕食界，連鎖咖啡品牌Manner在旗下的輕食店裡賣起了貴州酸湯海鮮泡飯；而在零售界，樂事薯片以及嚕味薯片紛紛推出了酸湯口味。

此外還有一眾以「貴州」冠名的BISTRO小酒館，貴州菜以混搭創意菜的形式嶄露頭角。尤其是在成都，檢索BISTRO，菜單裡很可能會「亂入」貴州元素，甚至有不少

BISTRO主打的就是貴州風味，洋酒配酸湯成為招牌。

貴州風味正在「攻城略地」，這背後有怎樣的秘密？

拿捏味蕾，不止辣和酸

地方菜火遍全國成為國民菜，並不是件稀罕的事，川、湘、粵菜早已全國開花，貴州菜走的一條老路：憑借鮮明且具有差異性的口味，讓地域風成為國民風。

貴州風味最明顯的特質便是酸，而且是建立在辣之上的酸。

「吃慣了紅油麻辣，感覺貴州菜的酸辣更爽口」，來自重慶的食客胡勇告訴有意思報告。

一方面，同屬西南菜的川菜、湘菜在全國流行多年，在全國各地培養起一大批對辣味接受度較高的食客，這就為貴州菜的出圈打下基礎。

另一方面，貴州菜又在辣味的基礎上增添「酸」味。川菜、湘菜中的麻、香、多油更偏向加重「辣」的口感，讓辣味來得更火爆。貴州菜中的酸卻反其道而行之，酸辣的獨特風格不僅帶來味覺上的驚喜，也能很好中和辣椒對味蕾的暴擊，起到解膩的作用。

在貴州有這樣的說法：「三天不吃酸，走路打躑躅」「頓頓若有酸，日行一百三」。貴州人對酸的喜愛由此可見一斑。

可是，酸也不算什麼新鮮的味道，酸辣粉、酸菜魚早已火遍大江南北成為國民菜，貴州菜的酸憑什麼能突出重圍？

山外面·貴州酸湯火鍋品牌運營經理王先生告訴有意思報告，相比酸菜魚單一的酸，貴州酸湯火鍋的口感更豐富，吃起來更像是酸、辣、甜的結合。

以紅酸湯為例，貴州當地又叫毛辣酸。這種酸由貴州本地的特色小西紅柿「毛辣果」，以及鮮紅辣椒、生薑、白酒、甜酒等多種原料一起，在瓦罐中發酵近5個月而成，酸中帶辣，入口酸爽醇厚又帶有番茄的清爽香氣。

與紅酸湯相對應，在貴州常見的酸湯中，還有一種白色酸湯——米湯酸，即由糯米或清米湯在酸湯桶中慢慢發酵而成，釀出來的酸湯顏色乳白清亮，味道酸爽回甘，氣味芳香。

把「酸」玩明白了只是貴州菜的硬實力，真正把貴州菜推向主流少不了軟實力——文旅。

2024年，貴州成為最熱門旅遊打卡地之一。攜程數據顯示，2024年國慶期間，貴州旅遊訂單量同比增長21%，門票訂單量同比增長56%。



貴州成了人們心中「詩與遠方」的新代表：一座山連一座山，一條河交錯著一條河，一個寨子旁邊還有一個寨子，在自然、非遺、少數民族等關鍵詞之下，貴州憑藉著神秘感令人嚮往。

詩與遠方或許不能長期擁有，但讓胃體驗一次貴州風情卻並不難。

貴州菜吃的是情調、情緒，當然也有性價比。

資深餐飲投資人穆亦晨表示，貴州菜的火爆有成本和價格的因素，其所使用的食材都非稀有或昂貴的食材，而且葷菜也以成本並不高的魚、牛肉為主，因此能走出性價比路線。

位於北京豐台區一家萬達廣場的貴州火鍋，人均僅為78元，團購顯示2-3人餐138元，4-5人餐258元。

而位於同一商場內的川渝火鍋，朱光玉火鍋館人均125元，巴奴毛肚火鍋人均148元。唯一和貴州火鍋價位相近的只有呷哺呷哺。

另一家位於北京三里屯的貴州火鍋，人均價格也僅74元，而百米內的廣東砂鍋雞火鍋，人均則是158元。

貴州菜還沒飛起來
那麼貴州菜真的火了嗎？志浩對此持疑。

「火的其實是貴州風味或者貴州元素，而非貴州菜」，志浩回憶，拋開海底撈等火鍋店的酸湯鍋底，到目前為止他除了光臨過貴州米粉店之外，還沒有真正吃過貴州菜專門店。

「我甚至一時半刻叫不出一家貴州菜的名字。」志浩說。

根據窄門餐眼的數據，在地方菜系中品牌數排第一的是擁有近千個連鎖品牌的川菜，小眾些的雲南菜也以107個連鎖品牌榜上有名，然而貴州菜則「查無此菜」未被收錄其中。

在獨立消費分析師劉戈看來，具有聲量的大品類是菜系發展的關鍵，火車跑得快全憑車頭帶。川菜裡單是酸菜魚這一細分品類，太二酸菜魚和江魚兒酸菜魚加在一起就有千家門店的體量；湘菜品牌裡更是跑出了費大廚辣椒炒肉、蘭湘子等品牌，但是貴州菜還沒有覆蓋全國的領頭羊。

目前，貴州菜品類中還沒有出現類似具有大眾知名度的品牌，其中規模最大的是擁有221家門店的錢攤攤安順奪奪粉火鍋。

但它一方面在一線城市佈局極少，北上廣深共有4家門店，且大多門店集中在西南地區，其中川渝兩地就有103家，占比近五成。

劉戈對有意思報告表示，比起已經站穩腳跟的川菜和湘菜，貴州菜的火比較像曾經淄博燒烤、天水麻辣燙的火，火的是嘗鮮，不一定能復購。

貴州菜的火，背後少不了審美疲勞的因素。

餐飲行業專家、凌雁管理諮詢首席諮詢師林岳告訴有意思報告，川、湘菜已經到了創新的瓶頸期，而辣也已經滿足不了新生代的獵奇需求，因此轉向貴州菜，是一種審美疲勞後的選擇。

林岳表示，貴州菜有些菜品並不是大眾能輕易接受的。如貴州人超愛的牛癩湯、折耳根等，極具地方特色，但太地方化反而有悖於大眾化，更多是作為嘗鮮菜品出現。

或許，現階段最能令人接受的只有酸湯火鍋，口味熟悉且帶有陌生感，同時在製作上相對不複雜，以此切入大眾赛道是個不錯的選擇。

當然，變革、在地化也至關重要。貴州輕工職業技術學校烹飪教師吳茂釗提到，地道的貴州菜其實偏油、偏鹹，有不少外地遊客表示長期吃會吃不慣。因此，貴州菜需要改革，以滿足不同地域遊客在飲食習慣、文化上多樣性的需求。

劉戈認為雲南菜就是個好例子，北京上海等大都市消費者最熟悉的雲南菜莫過於雲海餛飩，但是如果真的去雲南品嚐當地菜餚，會發現味道大相逕庭，正宗的調味會更重，而走向全國的雲南菜改良成了「清淡口味」。

貴州菜或許也需要走一條在地化的改良路線。

貴州風味火了，但貴州菜是否能在風口上起飛，還有不少難題要解。

她相信你倆在一起，一定會幹出一番事業來的，雲姨喋喋不休地說個不停……

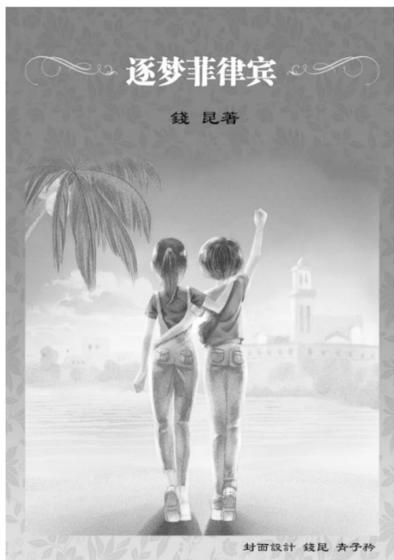
整個下午，菲妮先是收拾了行李，把買來的東西一一裝在了行李箱裡，然後把連日來靈感閃現時所作的三首詩，公公正正地抄在了準備隨身帶往菲律賓的筆記本裡；心想，等到不為五斗米折腰了，將重拾寫詩和繪畫的愛好。

早早晚晚，菲妮準備到晉瑤家，她要把這大好的消息告訴她。哪想到，她急急匆匆而來，一邁入臥室，便喜不自勝地說：「我約會了，昨晚你一回家，我便接受了父親的安排，同他老同學的兒子在附近的小咖啡廳約會！他叫陳德利，個子180釐米，正在名校讀碩士研究生，小了約一歲，但長得挺老成和相貌堂堂，言談舉止溫文爾雅；昨晚聽他講了對詩文、藝術、社會、人生和理想等等的獨到見解……並說，等研究生畢業了，將考GRE，然後申請獎學金，往美國的名校去留學；我像收音機似地聽他高談闊論，直談到子夜時分，仍意猶未盡，不嫌時長。」

菲妮看到晉瑤那發亮的眼睛，和一口氣地把她的喜悅分享了出來，直覺得這是一樁門當戶對的好姻緣。晉瑤也說了，今日，其父母雙雙說很適合，讓他常常來家裡走動走動。這是先前從未對他的男同學男同事說過的話。

晉瑤越說越興奮，彷彿陳德利已賽過心愜，佔據了她的心。看到她覺得心中所愛，也為她走出心怡有意無意布下的情網而感到高興，真心地送上了祝福，並希望儘早得到了他們締結秦晉之好的消息！

晉瑤的兩頰緋紅得像晚霞似的，菲妮看到她微微地笑個不停，也為她找到這麼一個高大帥的英才而露出了開心的微笑。等她把陳德利談到盡興之後。菲妮才一五一十地把上午菲律賓來長途的內容告訴了她。真心為菲妮好的她再次老調重彈地說——到菲律賓找男友是很難的，特別是文青，更是難乎其難，即便找到了一個疼你和愛你的人，也毫無共同語言。這是她祖父推心置腹地對她父親所說的話，因此，你應該在國內談一個，一旦在國外呆不下去了，回來了才有結婚的對象，才不會好男兒都成了別人夫和他人爸了。晉瑤看到菲妮正側耳傾聽著她說的話，便進一步地說道：「文彬一直對你情有獨鍾，這些年來，每逢節假日便往你家裡跑，從



未聽說過他與別的女人傳緋聞，他的家境也不錯，祖父那麼有名，父母也是高級知識份子，又是獨子，家裡寶貝得不得了，我覺得是個很好的人選，你不考慮考慮他嗎？」菲妮打斷了她的話，大搖其頭地對她說：「拜託了，別提他好不好，你聽好了，我同他有緣無份。」「為什麼呢？他哪裡配不上你？哪裡讓你看不順眼了？」晉瑤非得讓菲妮說出所以然不可。拗不過她的刨根問底，只好告訴她說：「文彬同他的師兄蘇南翔，一個是助教，一個是講師，均學有所成，相繼成為高校的青年才俊，事業可圈可點，頗有建樹，但他倆同缺口鑊子沒什麼兩樣。比如，你正午12點餓著肚子去找他，他竟然不問你吃了沒有？當然了，也就不會請你去吃，一個是我親歷過，另一個是我的閨蜜經歷了。」「江山易改，本性難移，有這種天生性格的人是很難改變的，而我家的情況你也知道，自我祖父以來，就是那種對朋友慷慨大方和熱心相助的人家。我有他們的遺傳，很看不慣那種「飽漢不知餓漢饑」的人，在他們的眼裡，只盯著家裡一畝三分地在團團轉，因此還是做朋友相處的好。」

晉瑤聽後露出了惋惜的神情後接著問道：「這些年來，難道就沒有一個人走進你的內心？能讓你念念不忘魂牽夢繞嗎？」

(〇二六)

好好吃飯好好陪伴 其次，都是其次

交付完最後一個項目，搞完工作總結，今年的班兒就先上到這兒吧，錯過啥，都不能錯過年夜飯呀。

爸爸的紅燒肉，媽媽的炸帶魚，以及無數藏在記憶裡的年味兒，都蓄勢待發，犒勞離家一年的胃。畢竟，這一年，你也記不清有多少次吃飯是「湊合一頓」了。

中國營養學會調查顯示，我國近兩成居民不能每天吃早餐。「早不吃、午湊合、晚吃撐」，打工人的胃就像一個倒金字塔，裝滿了日常的奔波忙碌和一年的酸甜苦辣。

一年365天，1095頓飯。今年，你有沒有好好吃飯？

學會愛自己，從好好吃飯開始

清晨，沉睡一晚的城市開始甦醒，忙碌的一天拉開序幕。對於很多年輕人來說，一杯咖啡、一個麵包往往就是一頓早餐。如果趕著通勤，就路上匆匆對付一口。

到了午餐時間，「今天中午吃什麼」又成為每天的必答题。面對外賣APP裡一串長長的選項，味道誘人、價格實惠、送餐迅速的餐品最有可能成為年輕人的首選。

《職場人外賣營養「體檢」報告》顯示，在北上廣等大城市，超過半數的外賣訂單是高碳水、重油重辣以及多肉肉類，而新鮮水果的訂單量相對不足。仔細回想一下，今年你點的外賣，是不是始終在麻辣燙、干鍋、炸雞、燒烤、漢堡的圈裡打轉？

三餐不規律，營養搭配不均衡，「好好吃飯」似乎成為當下年輕人的一種奢侈：早上匆忙出門，忽略早餐的存在；加班至深夜，飢腸轆轆時隨便對付一口；週末忍不住想犒勞一下自己，一不小心又暴食暴飲。這樣的生活節奏，讓很多人的胃開始發出警告。遠在家鄉的父母電話那頭最關切的總是「吃飯沒」，好好吃飯，成為父母對在外遊子最重要的掛念。然而，在快節奏的生活中，似乎有很多事情的優先級都排在「好好吃飯」的前面：項目的進度、年底的KPI、工作的應酬，以及埋在心裡詩和遠方。

再美好的遠方，也替代不了近在咫尺的瑣碎和日常。路要一步一步走，飯要一口一口吃，那些堅持好好吃飯的人，往往對生活有著更強的掌控力，也更加自律。

新的一年，學會愛自己，先從好好吃飯開始。

好好吃飯，我們不再「各自為營」

「你的人生，可以從最基本、最簡單的『好好吃飯』這個點開始，重新鮮活。」

Selina曾在一檔綜藝節目《好好吃飯吧》中這樣說。快節奏生活中的我們，可能有太多的失序：間歇性的失眠、漂泊的情感，打亂的秩序，收窄的生活圈，如何重新建立生活的秩序？不妨從一日三餐開始。

很多時候，吃飯不只是補充能量，也是一種儀式。就像吃火鍋，一行人圍爐而坐，鍋開了，夾起食材入鍋，香味慢慢擴散，喜悅和幸福也漸漸溢出來。這個時候，餐食更是增進感情交流的媒介。

然而，這個媒介正變得似有似無。隨著外賣服務的普及，其靈活性和獨立性意味著人們可以隨時隨地滿足自己的口腹之慾，無需再受限於特定的時間或地點。

錢昆歐遊打油詩 往龐貝

一輛專列三車廂，
滿載龐貝客前往。
赤日炎炎來參觀，
斷瓦殘垣現慘況。

