



AI生成

在秋意渐浓的成都，火锅的香气再次成为城市的“流量密码”。从田野间的“花田火锅”，到家门口的“社区火锅”，一场关于“热辣生活”的新趋势，正在天府之国悄然升温。

□ 华西社区报记者 杨春梅



图片由AI生成

# “热辣”生活新坐标：花田与社区里的火锅

## 秋日花田火锅

### 丰收场景里的新“流量地标”

十月的成都，稻谷金黄、芙蓉正艳。趁着国庆中秋假期，不少市民选择走出城市，在近郊的田园间打卡特色餐饮体验，其中，“花田火锅”成为最具烟火气的新场景。

在崇州隆兴镇黎坝村和白头镇五星村，不少花田火锅在秋日丰收氛围中重新开业。帐篷、灯串、户外桌椅围绕稻穗与花海布置而成，游客围炉而坐，在微凉的秋风中感受火锅的热气。

“现在天气不冷不热，是最适合户外火锅的季节。”四川省火锅协会严会长介绍，“崇州、龙泉等地的花田火锅做得比较成熟，有的还叠加了露营、音乐节、美食市集等活动，带动人气非常旺。”

在黎坝村的“农博记忆·花田火锅”，每逢周末或节假日，游客都需提前预约。主理人介绍：“10月客流跟春季持平，白天是家庭游客多，晚上是露营团体。”

花田火锅不仅满足了游客“打卡+美食”的双重需求，也成为乡村旅游的新增长点。根据四川省火锅协会统计，国庆中秋假期期间，全省近郊“花田火锅”平均上座率达91%，

较平日提升近40%。“火锅本身是城市文化的代表，而当它走进田野，就成了乡村文旅的‘社交新入口’。”严会长说。

## 社区火锅

### 城市烟火的“恒温场”

如果说花田火锅是“周末生活方式”的象征，那么社区火锅则是成都居民的“日常温度”。从金牛到双流，从龙泉到新津，社区火锅的烟火气正从小区门口弥漫到城市各个角落。

“社区火锅肯定更占优势，因为它就在城里头嘛。”严会长介绍，“像罗二火锅、冯校长火锅、笨小孩火锅这些，都是我们做得比较好的社区业态。”

其中，位于金牛区的“燄叁三火锅”国庆中秋假期期间日营业额保持在1万到2万元之间，高峰期排号超过20桌。“做社区火锅就是服务周边常住人群，把味道和品质打磨到极致。”该火锅店负责人杨总说，“宁愿少挣钱，也要让居民形成信任感，才能做到复购。”

社区火锅的选址逻辑也更加务实——不进一线商圈，而是选择“一流商圈的二三流位置”，既能享受外溢客流，又能避免高租金压

力。如今，这种以100㎡左右、装修投入约20-30万元的小型火锅店，已成为成都餐饮市场新的主力形态。与此同时，菜市场、商业街区、社区广场正在成为“火锅+生活”的新场景。

## “双业态”融合

### 火锅创新的成都范式

当下餐饮业进入存量竞争阶段，成都火锅的创新正从“单一爆款”转向“组合创新”。花田火锅与社区火锅的“双业态”组合，正成为品牌寻找新增量的典型路径：一头连接文旅流量，一头扎根日常生活；

一边是体验经济，一边是生活刚需。

据四川省火锅协会相关数据显示：花田火锅类文旅餐饮今年秋季客流量同比增长28%；社区火锅门店数量同比增长35%，消费者复购率超过七成；约四成火锅品牌正在尝试“火锅+露营”“火锅+咖啡”“火锅+夜经济”等创新融合形式。

花田与社区看似一远一近，实则共同指向成都人的“生活半径”。前者是“走出去”的浪漫，后者是“回家来”的温度。当火锅的热气在秋风中升腾，也升腾起这座城市独有的热辣生活力。