

旅游规划与设计

30

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

美食旅游

Culinary Tourism

基于地标美食消费的美食旅游概念新探

从舌尖体验到美食生活：美食旅游目的地的创新与发展

乡土食材转化为美食旅游体验产品——以翎芳宴为例

以传统美食激发地方发展新动力——珠海斗门区美食旅游品牌建设创新实践



TOURISM PLANNING & DESIGN

NO.30

旅游规划与设计 30

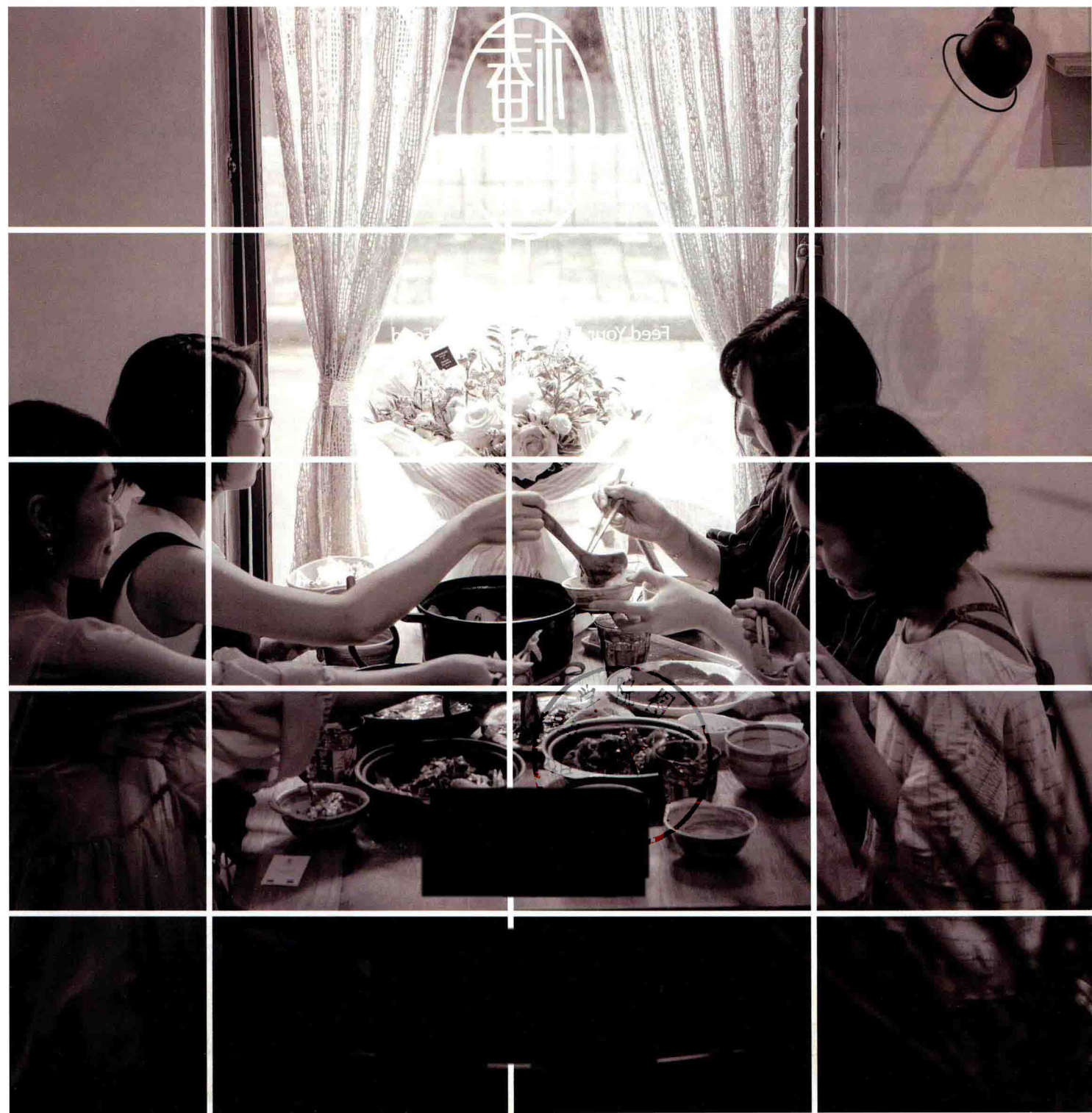
旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

美食旅游

Culinary Tourism



图书在版编目(CIP)数据

旅游规划与设计——美食旅游/北京大学
城市与环境学院旅游研究与规划中心主编.
—北京:中国建筑工业出版社,2019.3
ISBN 978-7-112-23391-5

I. ①旅… II. ①北… III. ①旅游规划 IV.
①F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第040645号

主编单位:

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 北京大地风景文化旅游发展集团有限公司

出版单位:

中国建筑工业出版社

编委(按姓名拼音排序):

保继刚(中山大学)	陈田(中国科学院)	陈可石(北京大学深圳研究生院)
高峻(上海师范大学)	刘锋(巅峰智业)	刘滨谊(同济大学)
罗德胤(清华大学)	马晓龙(南开大学)	马耀峰(陕西师范大学)
石培华(南开大学)	唐芳林(国家林草局)	王向荣(北京林业大学)
魏小安(世界旅游城市联合会)	谢彦君(海南大学)	杨锐(清华大学)
杨振之(四川大学)	张捷(南京大学)	张广瑞(中国社会科学院)
周建明(中国城市规划设计院)	邹统钎(北京第二外国语学院)	

名誉主编: 刘德谦

主编: 吴必虎

本期特约主编: 曾国军 侯兵

常务副主编: 戴林琳

副主编: 李咪咪 汪芳 高炽海

编辑部主任: 林丽琴

编辑部副主任: 姜丽黎

编辑: 孟紫玉 崔锐 徐文晴

装帧设计: 刘洛铄

责任编辑: 郑淮兵 王晓迪

责任校对: 焦乐

封面图片提供: 陕西袁家村

封面图片说明: 陕西袁家村

扉页图片提供: 广州榕里

扉页图片说明: 广州榕里私房菜

封二底图提供: 张妍妍

封二底图说明: 台湾九份老街

封三底图提供: 徐晓东

封三底图说明: 成都宽窄巷子

旅游规划与设计——美食旅游

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版、发行(北京海淀三里河路9号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京富诚彩色印刷有限公司印刷

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 9% 字数: 292千字

2019年1月第一版 2019年1月第一次印刷

定价: 48.00元

ISBN 978-7-112-23391-5

(33538)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码 100037)

约稿函

《旅游规划与设计》由北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心主编、中国建筑工业出版社出版发行,是中国第一本专业旅游规划类不定期连续出版物。其全面、系统地介绍当今旅游、休闲、游憩领域的空间规划与专项规划、旅游区规划设计、旅游景观设计、旅游建筑设计、旅游景区管理等研究方向的前沿理论研究、实践案例剖析及深度热点话题探讨等,将对旅游行业的发展起到更好的引导和推动作用。欢迎广大从事旅游规划、旅游景观与建筑设计、景区管理等研究的专家、学者以及关心旅游规划设计发展的各界人士不吝赐稿。

近期主题

1. 野生动物旅游
2. 旅游风险与旅游安全
3. 健康旅游与养老旅游
4. 遗产活化社会参与
5. 户外游憩与体育旅游
6. 过度旅游

文稿要求

1. 稿件一般在6000~12000字,主题明确,观点新颖,结构严谨,具有科学性、首创性和可读性。
2. 正文前应列有摘要和关键词,摘要约200字,关键词3~5个。文章题目、摘要和关键词需要中英文对照形式。
3. 参考文献,标注形式请参考《中华人民共和国国家标准文后参考文献著录规则》GB/T 7714—2005。
4. 如文章属于基金项目,需注明基金项目类别以及项目编号。
5. 根据文章内容,提供相应的照片或者图片示意。照片清晰,尺寸一般不小于15cmx20cm,线条图一般为A4幅面为宜,图片电子文件分辨率不小于300dpi。
6. 所有英文人名、地名应有规范译名,并在第一次出现时用括号标注原名。
7. 作者信息须全面,包括姓名、出生年月、性别、单位、职称、详细通信地址、邮编、联系电话及电子邮件。稿件被录用的作者,需提供身份证号及银行账号,编辑部将支付稿酬。
8. 本出版物不向作者收取任何费用。凡被录用的稿件,一律按照100元/千字的标准发放稿酬。

联系投稿

《旅游规划与设计》编辑部

地址:北京市海淀区颐和路5号北京大学逸夫二楼3354室 邮编:100871

地址:北京市朝阳区北四环中路27号院盘古大观写字楼A座31层 邮编:100101

投稿邮箱:tpdtourism@163.com

联系人:姜丽黎 010-59393229

崔锐 010-62757971

目 录



06 美食旅游：概念、发展与战略

- 08 美食旅游发展趋势及典型案例剖析 欧阳灿 黄开正 李 想
- 20 基于地标美食消费的美食旅游概念新探 石自彬 韩雨辰 马建林
- 28 刍议河北美食旅游的开发与规划设计 王 鹏
- 34 全域旅游背景下哈尔滨市旅游餐饮发展现状及对策研究 汤 姿

40 美食资源与美食目的地

- 42 关于优质特色食材旅游开发的思考 冯玉珠
- 50 四川美食旅游资源开发现状分析 冯明会 童光森 李 想
- 56 从舌尖体验到美食生活：美食旅游目的地的创新与发展 薛 涛 高彩霞
- 66 美食旅游目的地文化原真性重塑路径研究——基于双向视角的阳朔大师傅啤酒鱼案例 梁馨文

76 美食旅游：产品与体验

- 78 乡土食材转化为美食旅游体验产品——以翎芳宴为例 王翎芳 徐尧鹏
- 90 浅谈乡村深度人文旅行产品中的乡土美食创新——以大地乡居·风景食课为例 谢灵君 李 霞 Nora
- 96 熟悉度对美食旅游体验质量的影响研究——以黔东南黎平肇兴侗寨为例 陈瑾妍 张玉钧 尚琴琴

106 美食文化与品牌构建

- 108 旅游休闲街区中美食文化的运用与表达——以昆明茶马花街为例 程小敏
- 122 以传统美食激发地方发展新动力——珠海斗门区美食旅游品牌建设创新实践 王 欣 马紫蕊 石 莹
- 132 美食旅游对重庆城市形象构建的影响探究 韩雨辰 马建林 石自彬
- 142 顺德“世界美食之都”品牌认知调查 周书云 张嘉欣

CONTENTS

TOURISM PLANNING & DESIGN
旅游规划与设计 NO.30
旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理
北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工业出版社 出版

- 06 Culinary Tourism: Concepts, Development and Strategies**
- 08 Development Trends and Case Analysis of Culinary Tourism *by Ouyang Can, Huang Kaizheng, Li Xiang*
- 20 A New Probe into the Concepts of Culinary Tourism Based on Symbolic Food Consumption
by Shi Zibin, Han Yuchen, Ma Jianlin
- 28 Discussion on the Development, Planning and Design of Culinary Tourism in Hebei Province *by Wang Peng*
- 34 Research on the Development and Strategy of Harbin's Tourism Catering in the Context of Holistic Tourism *by Tang Zi*
- 40 Culinary Resources and Culinary Destination**
- 42 Tourism Development on High-quality Original Food Materials *by Feng Yuzhu*
- 50 Study on Tourism Development of Culinary Resources in Sichuan Province *by Feng Minghui, Tong Guangsen, Li Xiang*
- 56 From Taste Experience to Culinary Life : Innovation and Development of Culinary Tourism Destinations *by Xue Tao, Gao Caixia*
- 66 The Authenticity Reproduction in Culinary Tourism Destinations : A Case Study of Master's Beer Fish in Yangshuo *by Liang Xinwen*
- 76 Culinary Tourism: Products and Experiences**
- 78 Transforming Original Rustic Food Materials into Experiential Products of Culinary Tourism : A Case Study of Lingfangyan Restaurant *by Wang Lingfang, Xu Yaopeng*
- 90 Creative Rural Cuisines as Deep Rural Cultural Tourism Products: A Case of BES Village Cooking Classroom *by Xie Lingjun, Li Xia, Nora*
- 96 Impact of Familiarity on Tourist Experience of Culinary Tourism : A Case Study of Zhaoxing Dong Village in Liping, Southeast Guizhou *by Chen Jinyan, Zhang Yujun, Shang Qinqin*
- 106 Culinary Culture and Brand Building**
- 108 Presenting the Culinary Culture in Tourism and Leisure District : A Case of Chamahua Street in Kunming *by Cheng Xiaomin*
- 122 Traditional Food as a New Stimulation to Local Development : The Innovative Practice of Culinary Tourism Branding of Doumen District, Zhuhai *by Wang Xin, Ma Zirui, Shi Ying*
- 132 Culinary Tourism Impact on City Image Building of Chongqing *by Han Yuchen, Ma Jianlin, Shi Zibin*
- 142 A Survey on Brand Awareness of Shunde as the Gastronomy City of the World *by Zhou Shuyun, Zhang Jiabin*



Culinary Tourism

北京大学城市与环境学院
旅游研究与规划中心
中国建筑工业出版社 出版

TOURISM PLANNING & DESIGN

NO.30

旅游规划与设计 30

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

美食旅游

Culinary Tourism



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划与设计——美食旅游/北京大学
城市与环境学院旅游研究与规划中心主编.
—北京:中国建筑工业出版社,2019.3
ISBN 978-7-112-23391-5

I. ①旅… II. ①北… III. ①旅游规划 IV.
①F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第040645号

主编单位:

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 北京大地风景文化旅游发展集团有限公司

出版单位:

中国建筑工业出版社

编委 (按姓名拼音排序):

保继刚(中山大学)	陈 田(中国科学院)	陈可石(北京大学深圳研究生院)
高 峻(上海师范大学)	刘 锋(巅峰智业)	刘滨谊(同济大学)
罗德胤(清华大学)	马晓龙(南开大学)	马耀峰(陕西师范大学)
石培华(南开大学)	唐芳林(国家林草局)	王向荣(北京林业大学)
魏小安(世界旅游城市联合会)	谢彦君(海南大学)	杨 锐(清华大学)
杨振之(四川大学)	张 捷(南京大学)	张广瑞(中国社会科学院)
周建明(中国城市规划设计院)	邹统轩(北京第二外国语学院)	

名誉主编: 刘德谦

主编: 吴必虎

本期特约主编: 曾国军 侯 兵

常务副主编: 戴林琳

副主编: 李咪咪 汪 芳 高炽海

编辑部主任: 林丽琴

编辑部副主任: 姜丽黎

编辑: 孟紫玉 崔 锐 徐文晴

装帧设计: 刘泓铄

责任编辑: 郑淮兵 王晓迪

责任校对: 焦 乐

封面图片提供: 陕西袁家村

封面图片说明: 陕西袁家村

扉页图片提供: 广州椿里

扉页图片说明: 广州椿里私房菜

封二底图提供: 张妍妍

封二底图说明: 台湾九份老街

封三底图提供: 徐晓东

封三底图说明: 成都宽窄巷子

旅游规划与设计——美食旅游

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版、发行 (北京海淀三里河路9号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京富诚彩色印刷有限公司印刷

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 9% 字数: 292千字

2019年1月第一版 2019年1月第一次印刷

定价: 48.00元

ISBN 978-7-112-23391-5

(33538)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码 100037)

卷首语

“王者以民为天，而民以食为天”。民以食为天的观念源远流长，是中国饮食文化观念的核心，反映了中国几千年来文明史与农业的密切关系。中国拥有广袤的土地和多样的气候，不同的地理条件造就了人类千姿百态的生活方式。在这片土地上，有荒漠草原，有山川丘陵；有黄土高坡，有岛屿海洋，孕育了不同的饮食文化。上下五千年，这片土地上发生过无数故事，但食物带给人们的温暖和慰藉亘古不变。作为生存必需品，食物不知不觉成为地理环境、历史境遇、生存条件影响人们生活的最佳折射。美食不仅仅是物质上的呈现，还有文化的传承、人与自然的关系，不仅在于它的美，还在于装下的情感和记忆。因此，食物成为理解人与社会、人与地方关系最重要的媒介。

旅游不仅仅是风景、文化、地理上的旅游，也是美食的旅游。美食旅游涵盖了以美食为目的的旅游活动，以及旅游中的美食活动。美食旅游活动兴于20世纪80年代，21世纪以来表现出强劲的发展态势。说到美食旅游，我们不禁会想到，在中国广袤土地上，如雨后春笋般不断冒出地方特色小吃街。咸阳的袁家村、上海的城隍庙、成都的宽窄巷子和锦里、桂林的西街、武汉的户部巷、长沙的火宫殿、南京的夫子庙、苏州的观前街、青岛的劈柴院、济南的芙蓉街、厦门的中山路、扬州的东关街、昆明的南屏街，拉萨的八角街等……无数的小吃街如同盘根错节的经脉一般遍布在华夏大地。东西南北、天涯海角，无论你身处何方，过个马路，拐两个弯，也许就会遇见一片喧嚣的散发着扑鼻香味的美食空间。但是如今这些琳琅满目的“本地特色小吃街”，已经变得千篇一律，在商业化道路上与“地方性”相去甚远。饮食的“原真性”与“标准化”在对立中行而前。

现有的美食旅游研究主要围绕美食旅游概念探讨、以葡

萄酒和茶为代表的美食相关旅游资源研究、旅游者饮食消费行为影响因素发掘及美食旅游开发探讨这四个方面展开。美食旅游的最大特点即“为食而游”，而美食旅游者则是以享受美食、了解当地美食文化抑或是参与以美食为依托的美食旅游活动为目的的旅游者。开展美食旅游，不仅可以增加文化认同感，增加地区经济收入，促进文化自信，还可以弘扬传统文化，输出文化软实力。发展具有中国特色的饮食文化旅游和丰富美食旅游的开展形式具有重要意义。本辑将围绕以下四个主题对美食旅游的相关议题进行探讨，即美食旅游的概念、发展与战略，美食资源与美食目的地，美食旅游中的产品与体验，美食文化与品牌构建。期望这些文章能够使诸位读者有所启发、有所收获。“山川依旧，风味不改”。让我们穿越四季、跨越山海，开始一场精彩绝伦的美食之旅。

受吴必虎教授的邀请，我很荣幸和扬州大学侯兵教授主持本辑美食旅游专题的编辑工作，也让我成为本辑专题的第一位读者。希望本辑专题文章对大家有所启发，也希望文中案例能增进读者对美食旅游的理解。感谢名誉主编刘德谦教授和主编吴必虎教授的鼎力支持，感谢各位作者的智慧和辛劳，感谢编辑部林丽琴主任和姜丽黎、孟紫玉等编辑的努力。本专题得以按时出版，离不开大家的精诚合作。

本期特约主编

曾国军

中山大学旅游学院教授、博士生导师

目 录



06 美食旅游：概念、发展与战略

- 08 美食旅游发展趋势及典型案例剖析 欧阳灿 黄开正 李 想
- 20 基于地标美食消费的美食旅游概念新探 石自彬 韩雨辰 马建林
- 28 刍议河北美食旅游的开发与规划设计 王 鹏
- 34 全域旅游背景下哈尔滨市旅游餐饮发展现状及对策研究 汤 姿

40 美食资源与美食目的地

- 42 关于优质特色食材旅游开发的思考 冯玉珠
- 50 四川美食旅游资源开发现状分析 冯明会 童光森 李 想
- 56 从舌尖体验到美食生活：美食旅游目的地的创新与发展 薛 涛 高彩霞
- 66 美食旅游目的地文化原真性重塑路径研究——基于双向视角的阳朔大师傅啤酒鱼案例 梁馨文

76 美食旅游：产品与体验

- 78 乡土食材转化为美食旅游体验产品——以翎芳宴为例 王翎芳 徐尧鹏
- 90 浅谈乡村深度人文旅行产品中的乡土美食创新——以大地乡居·风景食课为例 谢灵君 李 霞 Nora
- 96 熟悉度对美食旅游体验质量的影响研究——以黔东南黎平肇兴侗寨为例 陈瑾妍 张玉钧 尚琴琴

106 美食文化与品牌构建

- 108 旅游休闲街区中美食文化的运用与表达——以昆明茶马花街为例 程小敏
- 122 以传统美食激发地方发展新动力——珠海斗门区美食旅游品牌建设创新实践 王 欣 马紫蕊 石 莹
- 132 美食旅游对重庆城市形象构建的影响探究 韩雨辰 马建林 石自彬
- 142 顺德“世界美食之都”品牌认知调查 周书云 张嘉欣

CONTENTS

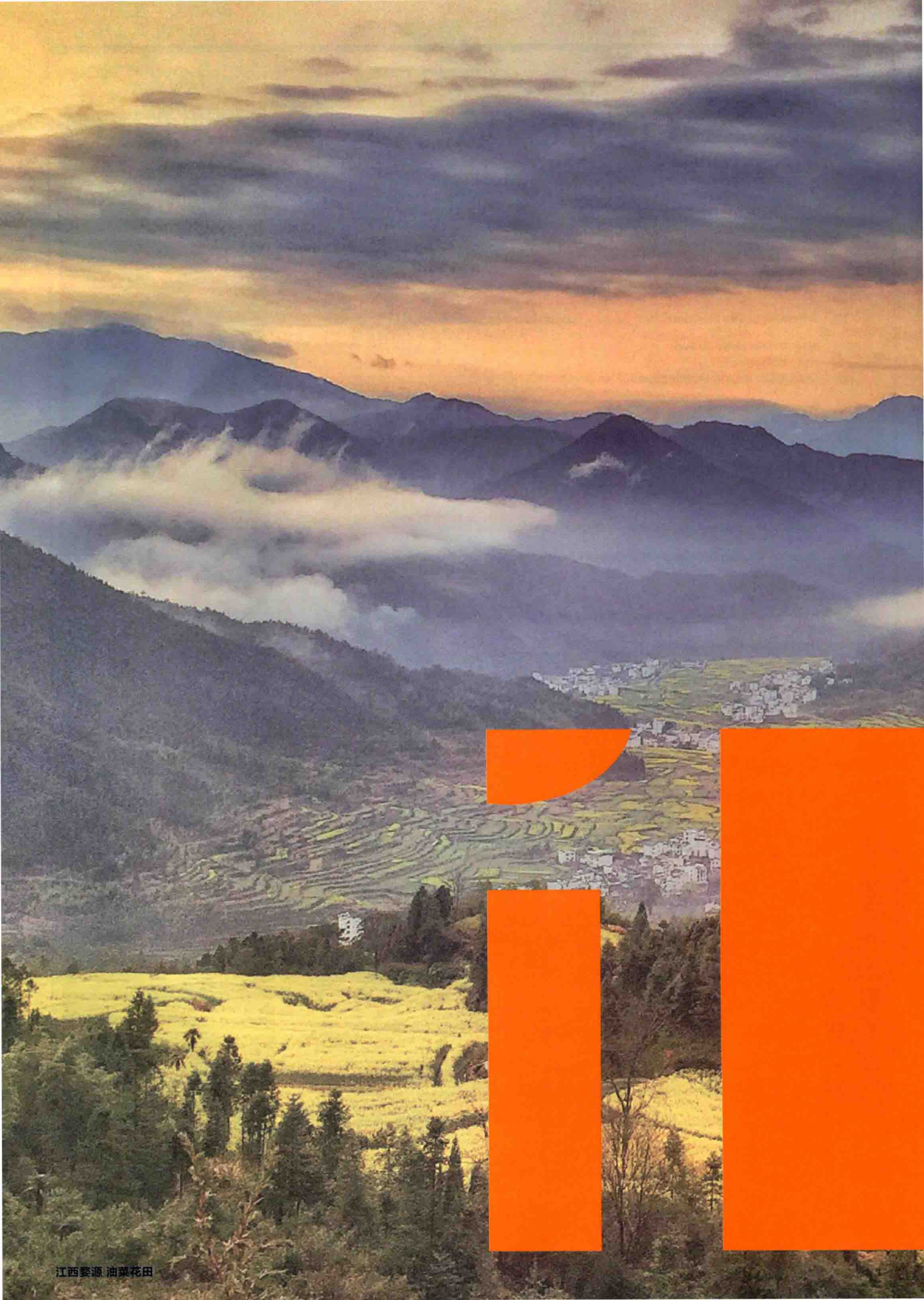
TOURISM PLANNING & DESIGN
旅游规划与设计 NO.30
旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理
北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工业出版社 出版

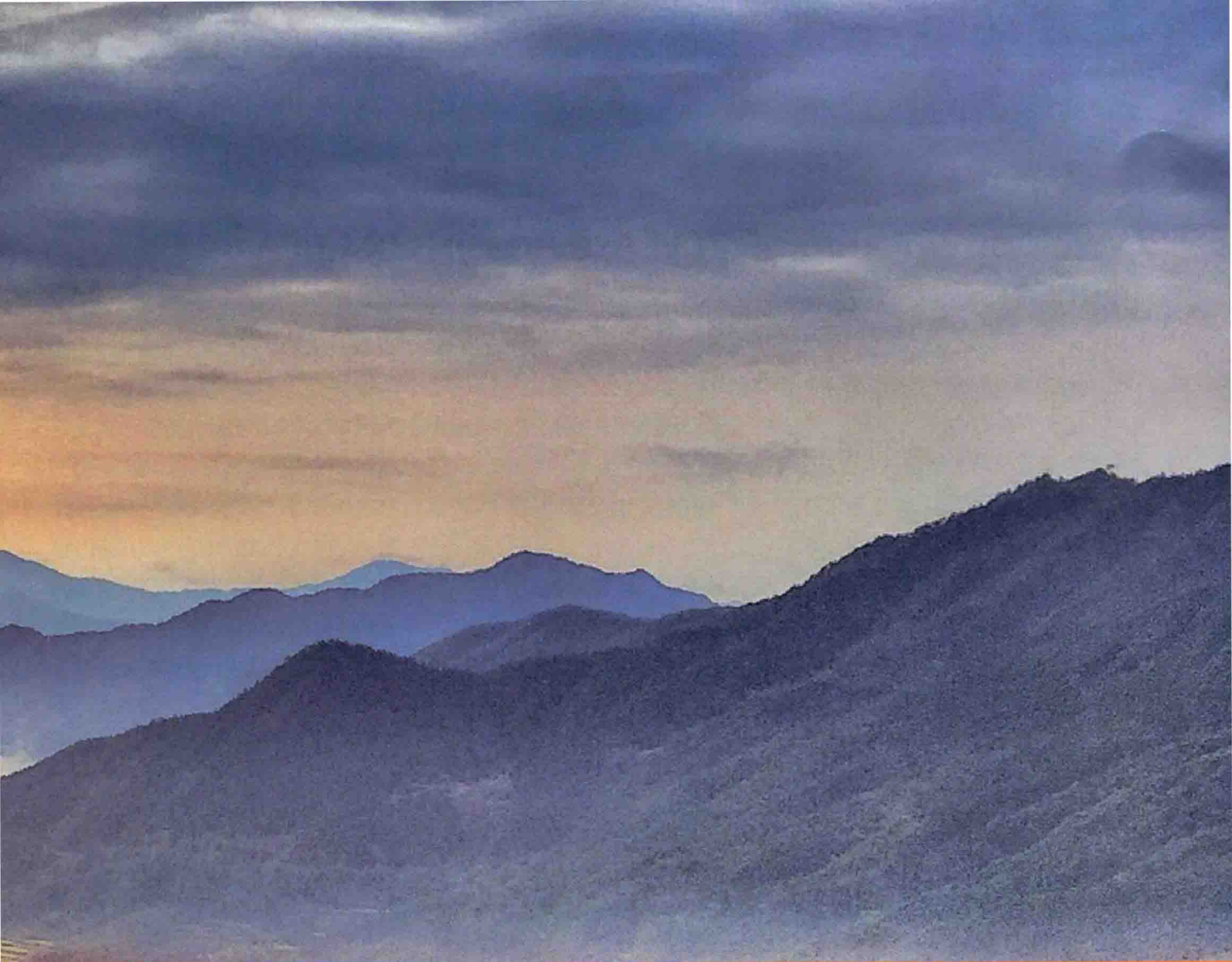
- 06 Culinary Tourism: Concepts, Development and Strategies**
- 08 Development Trends and Case Analysis of Culinary Tourism *by Ouyang Can, Huang Kaizheng, Li Xiang*
- 20 A New Probe into the Concepts of Culinary Tourism Based on Symbolic Food Consumption
by Shi Zibin, Han Yuchen, Ma Jianlin
- 28 Discussion on the Development, Planning and Design of Culinary Tourism in Hebei Province *by Wang Peng*
- 34 Research on the Development and Strategy of Harbin's Tourism Catering in the Context of Holistic Tourism *by Tang Zi*
- 40 Culinary Resources and Culinary Destination**
- 42 Tourism Development on High-quality Original Food Materials *by Feng Yuzhu*
- 50 Study on Tourism Development of Culinary Resources in Sichuan Province *by Feng Minghui, Tong Guangsen, Li Xiang*
- 56 From Taste Experience to Culinary Life : Innovation and Development of Culinary Tourism Destinations *by Xue Tao, Gao Caixia*
- 66 The Authenticity Reproduction in Culinary Tourism Destinations : A Case Study of Master's Beer Fish in Yangshuo *by Liang Xinwen*
- 76 Culinary Tourism: Products and Experiences**
- 78 Transforming Original Rustic Food Materials into Experiential Products of Culinary Tourism : A Case Study of Lingfangyan Restaurant *by Wang Lingfang, Xu Yaopeng*
- 90 Creative Rural Cuisines as Deep Rural Cultural Tourism Products: A Case of BES Village Cooking Classroom *by Xie Lingjun, Li Xia, Nora*
- 96 Impact of Familiarity on Tourist Experience of Culinary Tourism : A Case Study of Zhaoxing Dong Village in Liping, Southeast Guizhou *by Chen Jinyan, Zhang Yujun, Shang Qinqin*
- 106 Culinary Culture and Brand Building**
- 108 Presenting the Culinary Culture in Tourism and Leisure District : A Case of Chamahua Street in Kunming *by Cheng Xiaomin*
- 122 Traditional Food as a New Stimulation to Local Development : The Innovative Practice of Culinary Tourism Branding of Doumen District, Zhuhai *by Wang Xin, Ma Zirui, Shi Ying*
- 132 Culinary Tourism Impact on City Image Building of Chongqing *by Han Yuchen, Ma Jianlin, Shi Zibin*
- 142 A Survey on Brand Awareness of Shunde as the Gastronomy City of the World *by Zhou Shuyun, Zhang Jiabin*



Culinary Tourism

北京大学城市与环境学院
旅游研究与规划中心
中国建筑工业出版社 出版





美食旅游：概念、发展与战略

Culinary Tourism: Concepts, Development and Strategies

- | | | | |
|-----|-----|-----|--------------------------|
| 欧阳灿 | 黄开正 | 李 想 | 美食旅游发展趋势及典型案例剖析 |
| 石自彬 | 韩雨辰 | 马建林 | 基于地标美食消费的美食旅游概念新探 |
| | | 王 鹏 | 刍议河北美食旅游的开发与规划设计 |
| | | 汤 姿 | 全域旅游背景下哈尔滨市旅游餐饮发展现状及对策研究 |

美食旅游发展趋势及典型案例剖析

Development Trends and Case Analysis of Culinary Tourism

文 / 欧阳灿 黄开正 李 想

【摘要】

随着旅游业的迅速发展,美食旅游成为热点。本文通过国内外美食旅游的发展趋势及美食旅游案例剖析与归纳总结,得出美食旅游的六大旅游模式:(1)教育美食旅游;(2)乡村美食旅游;(3)文化美食旅游;(4)美景美食旅游;(5)都市美食旅游;(6)节日美食旅游。

【关键词】

美食旅游;美食旅游模式;案例研究

【作者简介】

欧阳灿 四川旅游学院烹饪学院讲师

黄开正 四川旅游学院烹饪学院助教

李 想 通讯作者,四川旅游学院烹饪学院教授

美食旅游 (gastronomy tourism), 又称食物旅游 (food tourism)、厨艺旅游 (culinary tourism), 是一种体验美食味道, 感受美食文化的旅游活动, 强调以与美食相关的旅游资源为吸引物, 让游客通过美食获得独特的、难忘的并具有文化内涵的旅游体验, 兼具社会性和休闲性^[1]。

美食旅游开始区别于早期仅局限于满足低层次生理需求的饮食^[2], 属于发展、享受层次的旅游形式, 重视生态学、经济学方面的效益。2000年, 在塞浦路斯召开了首届关于本土美食与旅游的国际会议, 提出要将地方美食打造成具有独特吸引力的旅游产品^[3]。与此

同时, 《环球美食旅游: 发展、管理与市场》《美食与旅游》《葡萄酒、美食及旅游市场营销》《厨艺旅游》以及《尝味旅游: 为了饮食而旅游》等畅销书籍大量面世, 激发了全球对美食旅游的关注。美食作为现代人的向往和追求目标, 带来丰厚的社会和经济效益, 激发了各国美食旅游开发的热情, 预示着美食旅游有着光明的发展前景。

1 国外美食旅游发展趋势

美食是传统旅游产品的重要组成部分, 食品消费在旅游消费中约占25%。20世纪50年代, 美食旅游在

法国葡萄酒庄旅游、农庄旅游、乡村旅游基础上发展而来。随着美食旅游在发达国家兴起, 加上各国政府对美食旅游所带来经济贡献的重视, 美食旅游在全球旅游市场蓬勃发展起来。

1.1 美食旅游类型的多样化

国外主要有以下3种美食旅游类型: (1) 在假期赴某地烹饪学校参加烹饪教育; (2) 在旅游地著名餐厅用餐, 参观当地食品市场; (3) 参观食品制作工厂或作坊。其中, 烹饪教育是国外美食旅游的重要组织部分。西方烹饪学校为满足游客的需要, 开设为



图1 意大利托斯卡纳的菜市场

Photo by Sven Johanson on Unsplash

期1天、2天、1周、2周或1月、2月等灵活的短期培训课程；“欧洲十大著名烹饪学校”的美食培训课程反映了人们对美食教育体验的热情。此外，英国、挪威、丹麦、瑞典、德国、荷兰等欧洲国家，通过在“城市农场”“社区花园”等典型的农场开展“做中学”（learning by doing）的美食烹饪教育和体验，得到了政府支持和游客青睐。当然，绝大多数美食旅游活动会结合上述三种形式。

1.2 美食旅游产品的地方特色化

世界各国在各自美食旅游发展的思路上都注重开发不可复制、富有地方特色的旅游产品，并通过提供一系列特色美食产品，最终实现游客只有前往该地区才能体验原汁原味的原产地美食。世界知名的特色

美食原产地众多，较为典型的热门地区包括：美国加州纳帕河谷，法国普罗旺斯、波尔多、勃艮第、香槟大区，意大利托斯卡纳区（图1），加拿大尼亚拉加以及澳大利亚亚拉河谷（图2）等。

1.3 美食旅游与乡村旅游相结合

20世纪70年代，受工业化和经济全球化的影响，欧洲乡村经济发展滞后，各国开始探索一条依托乡村特有的地貌和物产发展乡村特色美食旅游的乡村经济振兴之路。农场产品直销，吃地道乡村菜，体验农家生活等乡村旅游产品吸引了大量外地游客，既为农村地区提供了经济发展机会，又提升了乡村社区的自我文化认同感。例如，2001年英国乡村协会成功地发起了“吃风景项目”（Eat the

View Project），该项目包括参与美食节庆、参观购买特定厂家食品、购买农家商品和农村集市的食材，以及品尝当地乡村餐馆传统美食等具体活动，成功实现了游客与乡村美食的紧密结合，推动了乡村经济发展。

1.4 美食旅游新产品的品牌价值化

欧洲各国一直关注美食旅游产品的品牌化建设，增加知名美食旅游品牌的高附加值。比较有代表性的国家包括：2002年爱尔兰食品协会以“纯洁的爱尔兰，纯正的味道”（Pure Ireland, Pure Taste）为美食主题，持续在美国西部进行市场推广，提升了爱尔兰美食旅游品牌知名度。新西兰围绕1993年创立的“新西兰之路”品牌，大力打造“新鲜新西兰之路”“品尝新西兰之路”“体验新西兰之路”的美食旅游品牌。1998年“新西兰之路”的170个合作品牌共同占20%的新西兰外汇收入，也代表了20%新西兰最好的公司。法国注重打造阿尔萨斯“让你惊奇的艺术”（the Art of Surprising You）、勃艮第“生活的艺术和欢乐”（the Art and Joy of Living）等葡萄酒国际化美食旅游品牌形象。法国率先实行原产地命名控制（AOC），这一首创的“原产地命名管理体系”还获得了欧盟的认可，并且于1992年在欧盟范围内颁布了相应的“原产地命名保护”法律体系。1994年世界贸易组织框架下的地理标志多边协议使得法国和欧盟原产地命名制度以及产品的知识产权得到了更为广泛的保护。

美食节具有集中展示本地产品、聚集人气和促进销售的功能，成



图2 澳大利亚亚拉河谷梅尔树莓果酱

Photo by Keji Gao on Unsplash

为全国各地推广地方特色美食产品的重要手段。世界知名的美食节包括法国的葡萄酒节、香槟酒节和法式美食节、德国慕尼黑啤酒节、中国国际美食节、香港美食节等。美国不同地区在不同季节举行不同的美食节活动,将美食与美景、美酒、音乐文化相结合,强有力地拉动了旅游市场;法国美食节实现了全国范围内的全民参与,提供丰富多彩的美食创意活动能够让游客获得深度的美食体验;德国慕尼黑啤酒节拥有600万~700万游客的参与规模,国际知名度高,旅游经济贡献大。



图3 成都宽窄巷子

图片来源:摄图网

2 国内美食旅游发展趋势

西方国家对于美食旅游的研究早于国内^[4]。国内对美食旅游的研究和美食旅游的起步相对较晚,但随着国内经济的高速发展,旅游业的迅速发展,美食旅游方式也逐渐受到国内游客的热捧。

2.1 都市成为美食旅游主要集聚地

我国现有的美食旅游主要集中在经济较发达的都市地区。四川省成都市和广东省顺德区分别于2010年、2014年被联合国教科文组织授予“美食之都”称号,拥有了世界级美食城市的金字招牌。北京、上海、广州等各大城市政府部门充分意识到美食餐饮对城市经济文化的促进作用,规划打造了许多风格迥异的美食街、美食城等,形成了都市美食集聚区。其中,以成都市为例,其市区集中打造了宽窄巷子(图3)、武侯祠锦里、琴台路等全国知名的集历史民俗文化和地方传统餐饮于一体的

古街美食区;春熙路、羊西线、南延线、神仙树、光华村、科华北路、红瓦寺、交大路、建设路等街道社区也形成了各具特色的城区现代美食区或餐饮街。

2.2 美食节成为美食旅游的重要载体

我国每年在全国各地大量举办各种各样的旅游节、美食节、博览会,吸引了大量的客商和游客。这些美食节庆活动以推广本地农副产品、特产食品为主题,搭建一个交流交易平台以促进本地美食产品的销售。美食节也逐渐发展为我国美食旅游的主要形式。例如2014上海旅游节“饕餮上海”活动,通过举办银联上海旅游美食节、都市咖啡文化节、扬子江德国啤酒节、南翔小笼

文化展、静安国际起泡酒节、浦东假日酒店慕尼黑啤酒节、上海特色旅游食品评选等一系列美食节活动,吸引了众多市民和游客参与。中国国际美食旅游节是成都市重点打造的品牌节庆活动,已连续成功举办9届,每届都有200多万人参与,对提升成都市知名度、扩大内需、带动就业、刺激消费、促进现代服务业的发展发挥了积极作用。

2.3 农家乐成为近郊美食旅游的重要阵地

农家乐是以“吃农家饭、品农家菜、住农家屋、干农家活、享农家乐、购农家品”为特征的乡村旅游活动,近年来受到广大都市游客的偏爱。简单加工制作的农家乐乡土菜可以很好地满足都市游客追求生态