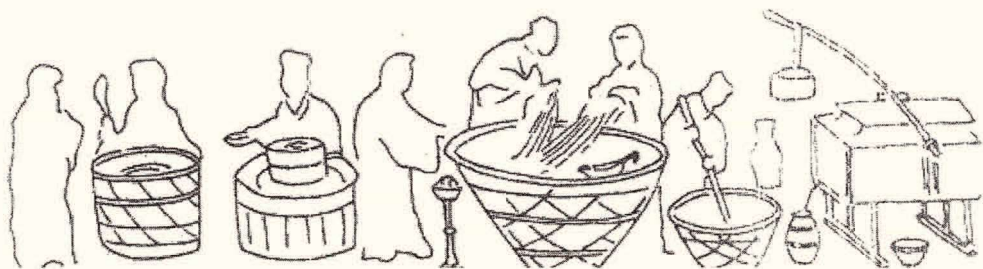


饮食文化

旅游开发与设计

冯玉珠 著



YINSHIWENHUA
LVYOUKAIFAYUSHEJI



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

饮食文化旅游开发与设计

冯玉珠 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

饮食文化旅游开发与设计 / 冯玉珠著. — 杭州 :
浙江工商大学出版社, 2017. 1

ISBN 978-7-5178-1893-9

I. ①饮… II. ①冯… III. ①饮食—文化—旅游资源
开发—研究—中国 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 262527 号

饮食文化旅游开发与设计

冯玉珠 著

出品人 鲍观明

策划编辑 唐妙琴

责任编辑 方 潇 白小平

封面设计 林朦朦

责任校对 穆静雯 张春琴

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163. com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州五象印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 21.25

字 数 367 千

版 次 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-1893-9

定 价 59.80 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

前言

《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》(国发〔2014〕10号)指出,“以文化提升旅游的内涵质量,以旅游扩大文化的传播消费”,要求“推进文化资源向旅游产品转化,建设文化旅游精品”,“鼓励文化创意和设计服务进入旅游业,提升文化旅游产品开发和设计水平,促进发展特色文化旅游”。

文化旅游是人们为了满足文化需要,前往文化旅游资源地去感知、了解、体验当地特色文化的一种旅游活动。文化旅游是旅游活动和旅游产品中的一个重要类别,是旅游管理学和旅游开发规划学共同的研究范畴。从资源类型来看,文化旅游主要分为山水文化旅游和社会人文旅游两个方面,饮食文化旅游属于后者。

饮食是人类生存和改造身体素质的首要物质基础,也是社会发展的前提。饮食文化是一个国家和民族物质文明和精神文明发展的标尺,是一个民族文化本质特征的集中体现,也是考察一个民族历史文化与心理特征的社会化石。中国饮食文化内涵丰富,源远流长,是中华文明的重要组成部分。

近年来,随着休闲旅游和专题旅游的出现及快速发展,饮食文化作为一种传统文化现象,逐渐成为一种重要的旅游资源,饮食文化旅游日益受到旅游者的青睐,其相关开发设计也越来越为旅游业所重视。本书在综合前人研究成果的基础上,运用饮食文化学、餐饮经济学、旅游规划学、市场营销学等相关学科的理论和方法,对饮食文化旅游的概念、内涵、类型以及资源开发和产品设计等相关理论进行了粗浅的分析和研究,以期能在该领域奉献一砖一瓦。

全书共分十二章,第一章为饮食文化旅游开发设计的理论基础,其后十一章分别为“‘秀’出特色食材”“花样面点惹人馋”“旅游途中品名菜”“为小吃走天涯”“旅游‘酒’时光”“相约寻茶去”“‘有容乃大’食器美”“旅游筵宴啖新意”“多彩食俗如诗画”“饮食节事新常态”“博物馆里的饮食密码”等

各专题,依次论述了食材文化旅游、面点文化旅游、菜肴文化旅游、小吃文化旅游、酒文化旅游、茶文化旅游、食器文化旅游、筵宴文化旅游、食俗文化旅游、饮食节事旅游和饮食文化博物馆旅游的开发与设计。

本书在撰写过程中,广泛参阅了国内外饮食文化旅游研究方面的相关理论研究成果和案例,同时还参考了许多相关网站和图书资料,在此对相关作者致以诚挚的谢意。

限于学力和时间,错漏之处,希望得到大家的指正。

冯玉珠

2016 年仲秋于石家庄

目 录

第一章 饮食文化的理论基础	1
第一节 饮食文化的概念和作用	1
第二节 饮食文化与旅游的关系	8
第三节 饮食文化旅游的内涵	10
第四节 饮食文化旅游资源	13
第五节 饮食文化旅游存在的问题和对策	28
第二章 “秀”出特色食材	33
第一节 食材的概念和特点	33
第二节 食材旅游的内涵和种类	42
第三节 食材旅游资源的开发和保护	49
第四节 食材旅游的开发方式	63
第五节 食材旅游开发案例	66
第三章 花样面点惹人脍	70
第一节 面点的概念和文化特色	70
第二节 面点旅游开发	76
第三节 主食的故事	86
第四节 面塑与旅游	91
第四章 旅游途中品名菜	104
第一节 菜肴的内涵及其与旅游的结合	104
第二节 菜肴旅游资源	114
第三节 地标菜的旅游开发	127
第五章 为小吃走天涯	133
第一节 小吃的概念和种类	133

❖ 第二节 特色小吃的旅游开发	138
❖ 第三节 部分小吃旅游资源	144
第六章 旅游“酒”时光	156
❖ 第一节 酒文化的概念和属性	156
❖ 第二节 酒文化旅游的特点和意义	159
❖ 第三节 酒文化旅游资源	163
❖ 第四节 酒文化旅游开发模式	174
第七章 相约寻茶去	184
❖ 第一节 茶文化的概念和特点	184
❖ 第二节 茶文化旅游的内涵	187
❖ 第三节 茶文化旅游资源	190
❖ 第四节 茶文化旅游设计	203
第八章 “有容乃大”食器美	218
❖ 第一节 食器的起源和发展	218
❖ 第二节 食器的旅游价值	223
❖ 第三节 食器旅游资源的主要种类	229
❖ 第四节 食器文化旅游开发	236
❖ 第五节 户外旅游炉具和炊具的选择	240
第九章 旅游筵宴啖新意	244
❖ 第一节 筵宴的特点和种类	244
❖ 第二节 旅游筵宴开发	251
❖ 第三节 旅游筵宴实例	254
第十章 多彩食俗如诗画	263
❖ 第一节 饮食民俗文化的内涵	263
❖ 第二节 饮食民俗文化的旅游开发	272
❖ 第三节 民族传统节日食俗与旅游	278
❖ 第四节 婚嫁食俗旅游资源	289
第十一章 饮食节事新常态	294
❖ 第一节 饮食节事的概念和特点	294
❖ 第二节 饮食节事与旅游的关系	297

❖ 第三节 饮食节事的旅游开发	299
❖ 第四节 现代饮食节事活动	302
第十二章 博物馆里的饮食密码	311
❖ 第一节 饮食文化博物馆的种类和功能	311
❖ 第二节 饮食文化博物馆与旅游的关系	315
❖ 第三节 饮食文化博物馆的旅游开发	317
参考文献	324
后 记	327



第一章 饮食文化的理论基础

第一节 饮食文化的概念和作用

一、文化的本质

文化是一种复杂而广泛的社会现象。研究文化现象角度的多样性,决定了揭示文化本质、界定文化概念的复杂性和多样性。据专家考证,“文化”是中国语言系统中古已有之的词汇。“文”的本义,指各色交错的纹理。《易·系辞下》载:“物相杂,故曰文。”《礼记·乐记》称:“五色成文而不乱。”《说文解字》称:“文,错画也,象交叉。”其中的“文”均指此义。在此基础上,“文”又有若干引申义。其一,为包括语言文字内的各种象征符号,进而具体化为文物典籍、礼乐制度。《尚书·序》所载伏羲画八卦,造书契,“由是文籍生焉”。其二,由伦理之说导出彩画、装饰、人为修养之义,与“质”“实”对称。所以《尚书·舜典》疏曰“经纬天地曰文”,《论语·雍也》称“质胜文则野,文胜质则史,文质彬彬,然后君子”。其三,在前两层意义之上,更导出美、善、德行之义,这便是《礼记·乐记》所谓“礼减两进,以进为文”,郑玄注“文犹美也,善也”,《尚书·大禹谟》所谓“文命敷于四海,祇承于帝”。“化”,本义为改易、生成、造化,如《庄子·逍遥游》:“化而为鸟,其名曰鹏。”“化”指事物形态或性质的改变,同时“化”又引申为教行迁善之义。

“文”与“化”并联使用,较早见于《易·贲卦·象传》:“(刚柔交错),天文也。文明以止,人文也。观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”这段话里的“文”,即从纹理之义演化而来。日月往来交错文饰于天,即“天文”,亦即天道自然规律。同样,“人文”,指人伦社会规律,即社会生活中人与人、人与人之间纵横交织的关系,如君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友,构成复杂的网

络,具有纹理表象。这段话是说,治国者须观察天文,以明了时序之变化,又须观察人文,使天下之人均能遵从文明礼仪,行为止其所当止。在这里,“人文”与“化成天下”紧密联系,“以文教化”的思想已十分明确。

西汉以后,“文”与“化”方合成一个整词,如“圣人之治天下也,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也。文化不改,然后加诛”(《说苑·指武》),“文化内辑,武功外悠”(《文选·补之诗》)。这里的“文化”,或与天造地设的自然对举,或与无教化的“质朴”“野蛮”对举。因此,在汉语系统中,“文化”的本义就是“以文教化”,它表示对人性情的陶冶、品德的教养,本属精神领域之范畴。随着时间的流变和空间的差异,现在“文化”已成为一个内涵丰富、外延宽广的多维概念,成为众多学科探究、阐发、争鸣的对象。

文化作为人类社会的现实存在,具有与人类本身同样古老的历史。人类从“茹毛饮血,茫然于人道”(王夫之《读通鉴论》卷二十)的“植立之兽”(《思问录·外篇》)演化而来,逐渐形成与“天道”既相联系又相区别的“人道”,这便是文化的创造过程。在文化的创造与发展中,主体是人,客体是自然,而文化便是人与自然、主体与客体在实践中的对立统一物。这里的“自然”,不仅指存在于人身之外并与之对立的外在自然界,也指人类的本能、人的身体的各种生物属性等自然性。文化的出发点是从事改造自然、改造社会的活动,进而也改造自身即实践着的人。人创造了文化,同样文化也创造了人。举例言之:一块天然的岩石不具备文化意蕴,但经过人工打磨,便注入了人的价值观念和劳动技能,从而进入“文化”范畴。因此,文化的实质性含义是“人化”或“人类化”,是人类主体通过社会实践活动,适应、利用、改造自然界客体而逐步实现自身价值观念的过程。这一过程的成果体现,既反映出自然面貌、形态、功能的不断改观,也反映出人类个体与群体素质(生理与心理的、工艺与道德的、自律与律人的)的不断提高和完善。由此可见,凡是超越本能的、人类有意识地作用于自然界和社会的一切活动及其结果,都属于文化;或者说,“自然的人化”即文化。

长期以来,人们在使用“文化”这一概念时,其内涵、外延差异很大,故文化有广义与狭义之分。广义的“文化”,着眼于人类与一般动物、人类社会与自然界的本质区别,着眼于人类卓立于自然的独特的生存方式,其涵盖面非常广泛,所以又称作“大文化”。梁启超在《什么是文化》中称:“文化者,人类心能所开释出来之有价值的共业也。”这“共业”包含众多领域,诸如认识的(语言、哲学、科学、教育)、规范的(道德、法律、信仰)、艺术的(文学、美术、音乐、舞蹈、戏剧)、器用的(生产工具、日用器皿以及制造它们的技术)、社会的(制度、组织、风俗习惯)等。广义的“文化”从人之所以为人



的意义上立论,认为正是文化的出现“将动物的人变为创造的人、组织的人、思想的人、说话的人以及计划的人”,因而将人类社会——历史生活的全部内容统统摄入“文化”的定义域。一般来说,文化哲学、文化人类学等学科的研究工作者多持此类文化界说。狭义的“文化”排除人类社会——历史生活中关于物质创造活动及其结果的部分,专注于精神创造活动及其结果,所以又被称作“小文化”。

二、饮食文化的含义和构成

(一) 饮食文化的含义

饮食,是人类生存的第一需要。动物要生存,也必须饮食。然而,只有人类才有饮食文化。因为动物只能靠自身的锐牙利爪,从自然界获取现成的食物;而人类靠大脑和双手,发明制造工具,依靠工具获取自然界的食物,或耕种食物原料,并制造烹饪器具加工食物。这样一来,人类就和动物在饮食原料的获得、加工以及进食上产生了根本的区别,即人通过有意识的劳动,获取或生产食物原料,并建立起与之相适应的饮食方式、制度规范,形成了一定的意识形态、饮食风俗,从而形成了饮食文化。从火的使用到今天的微波炉,人类的吃和服务于吃的工具进步史,可以说是凝聚着人类全部文化的发生发展史。

饮食文化是一种复杂而广泛的社会现象,研究饮食文化现象角度的多样性,决定了揭示饮食文化本质、界定饮食文化概念的复杂性和多样性。赵荣光先生认为,饮食文化是指在食物原料开发利用、食品制作和饮食消费过程中的技术、科学、艺术,以及以饮食为基础的习俗、传统、思想和哲学,即由人们食生产和食生活的方式、过程、功能等结构组合而成的全部食事的总和。^① 陈苏华认为,饮食文化是人类为了生存,在饮食生活中创造产生的饮食观念、行为、技术及其饮食产品的总和,是人类通过自然选择、约定俗成的与环境最相适应的饮食生活方式。^②

饮食文化有广义和狭义之分。广义的饮食文化是指人类在社会实践中所创造的与饮食相关的一切物质文化和非物质文化的总和。狭义的饮食文化主要指人类在饮食生活中创造的非物质文化,如饮食风俗、饮食思

① 赵荣光:《中国饮食文化概论》,高等教育出版社 2008 年第 2 版,第 2 页。

② 陈苏华:《饮食文化导论》,复旦大学出版社 2013 年版,第 6 页。

想、饮食行为、饮食技术等。饮食非物质文化作为饮食文化中最具活力、最敏感、最重要的组成部分,是饮食文化得以发展的关键,是饮食文化乃至探寻人类科学发展的文化基因。^①

饮食文化的内容宽泛,可以按国家、地域、民族、宗教、食源、生产工艺、炊饮器皿、消费层次、文化品位等进行分类。

中国饮食文化是指中华民族在饮食活动中,从饮食品的生产、产品到产品消费所创造的一切现象以及现象之间相互联系的总和,是中华文明的重要组成部分。从地域角度讲,中国饮食文化是世界饮食文化的一个组成部分;从民族角度讲,中国饮食文化是世界各民族饮食文化中的一个分支。

(二) 饮食文化的内容构成

1. 物质层面的饮食文化

物质层面的饮食文化指人们在社会实践中所创造的与饮食相关的一切物质性的东西,如烹调用的炊具、食材,饮食场所使用的设施、设备和器具(包括餐厅、装饰、餐桌、餐椅、台布、餐巾、餐具、茶具、酒器及辅助性器具等),以及制成的产品(包括各种菜肴、面点、小吃、饮料、瓜果、糖果、罐头制品、方便食品等)所体现的文化等,还包括与饮食相关的书法、绘画、雕塑、书报、菜谱等。

2. 制度层面的饮食文化

制度层面的饮食文化指影响、制约饮食活动的社会制度、政体制度、家庭制度、生产制度、饮食制度等文化,如一日两餐或三餐的进食制度(食制)、各种宴会制度、中国古代与“礼”紧密结合的“乡饮酒礼”“公食大夫礼”等。

3. 行为层面的饮食文化

行为层面的饮食文化包括与饮食有关的各种礼仪、方式、习俗、情趣等以动作行为表现出来的现象,如古代定亲的“吃茶”,民间春节初一吃饺子或年糕,白族迎宾敬“三道茶”,等等;也包括一些由动作行为表现出来的技艺等,如烹调中的刀工、配菜、调味、火候掌握、盛装点缀等;还包括餐厅的上菜、摆台、桌边服务,就餐或餐会的各类礼仪仪规、餐后物品处理及利用等餐饮活动中的各种技艺活动。

4. 意识层面的饮食文化

意识层面的饮食文化指人们在饮食活动中产生、发展、形成的价值观

① 刘晓芬:《论饮食文化的非物质性》,《社会科学辑刊》2010年第3期,第78页。



念、审美情趣、消费心理、思维方式等纯意识领域的文化。如饮食中反映出的要求、愿望、情趣、风尚等,过去中国人见面先问“吃了没有”,判断食品优劣的标准是“好吃不好吃”等;也包括各种饮食理论、学科体系,以及涉及饮食活动的政治、经济、军事、哲学、宗教、科学、文学、艺术、语言等理论化的意识领域。饮食意识文化是饮食文化体系的核心。

三、饮食文化的特征

(一)地域性和民族性

俗话说:“一方水土养一方人。”不同地域的饮食文化与当地的风土、人情、世态有着密不可分的联系,其自然环境也决定了人们的饮食文化。因此,不同国家、不同民族、不同地域的饮食文化有着明显的特点及差异。饮食文化的民族性主要体现在传统的食物摄取、食物原料的烹制技法及食品的风味特色上。饮食文化的民族性的形成是有不同原因的,包括不同的饮食习惯和饮食礼仪、饮食禁忌等方面。

(二)传承性和交融性

不同国家、不同民族,由于区域文化的长久迟滞及内循环机制下的代代相传,使得区域内的饮食文化代代相因。从食物原料品种及其生产、加工,基本食品的种类、烹制方法,到饮食习惯与风俗,甚至区域内食品的生产者与消费者的心理与观念也长时期重复存在。但饮食生活是动态的,饮食文化是流动的,它与时俱进,又因时、因地、因人而异。不同的时代,又具有不完全相同的饮食文化;不同地域的饮食文化又在一定条件下交互影响,互相借鉴、取长补短。因此,呈现出中西兼容、南北兼容、毗邻兼容及层次兼容等相互融合和拓展的客观现象。

(三)审美性与娱乐性

人类的很多记忆可以说都跟饮食有关,人类审美意识的起源在很大程度上也可以理解为人类对饮食生活“美”的感受和觉悟。这种对饮食生活的审美则可以理解为是人类对饮食生活愉悦的感受。经过漫长的历史过程,饮食文化不断进步,中国古代饮食审美思想逐渐丰富和完善,形成了代表中国饮食文化思想的“十美风格”的审美原则,即“质、香、色、形、器、味、序、境、适、趣”。对饮食文化的审美可以达到李泽厚先生曾在《美学四讲》

中提到的“悦耳悦目”“悦心悦意”“悦志悦神”三境界。

饮食文化的娱乐性是指人们在饮食过程中获得快乐的效用。它作为一种社会现象而存在,有益于社会的发展完善。尤其是现代人,因生活节奏加快、工作压力加大和饮食社会化程度提高,人们在注重“吃得营养、吃得健康”的同时,也追求饮食文化的娱乐性,以求获得享受。

四、饮食文化的地位

(一) 饮食文化是人类生存的第一需要,是强身健体的基础

饮食是人类赖以生存的基本条件,同时又是补充营养、防治疾病、美容健体、抗老防衰的重要手段。孙思邈说:“安生之本,必资于食。”人体所需的营养物质,必须依靠饮食源源不断地予以补充。一个人一生中摄入的食物超过自己体重的 1000—1500 倍,这些食物中的营养素,几乎全部转化成人体的组织和能量,以满足生命运动的需要。现代医学证明,人体如缺乏某些食物成分,就会导致疾病,如钙质不足会引起佝偻病,维生素 A 缺乏会产生夜盲症等,而通过食物的全面配合,便可预防上述疾病。历代医家都主张“药疗”不如“食疗”,强调“夫医者,当须先洞晓病源,知其所犯,以食治之。食治不愈,然后命药”。此外,合理的饮食有助于秀发、明目、美唇、健齿、丰乳、润肤、减肥、增重、抗老防衰。“食物是最好的药物。”

(二) 饮食文化是传统文化的根基、传承文明的纽带

饮食文化是一个国家和民族物质文明和精神文明发展的标尺,是一个民族文化本质特征的集中体现,也是考察一个民族历史文化与心理特征的社会化石。^① 人类学家、美国科学院院士、哈佛大学教授张光直曾断言:“达到一个文化核心的最佳途径之一,就是通过它的肚子。”^②“吃”这一最为生物化、物质化的层面,可能是理解一个民族精神气质和精神内核最重要的切入点。如人类交往的主要工具——中国文字的产生源于饮食活动,《周易·系辞下》说:“上古结绳而治,后世圣人易之以书契。”结绳文字主要是

① 姚伟钧:《饮食:中国传统文化的根基》,《南宁职业技术学院学报》2014 年第 4 期,第 1—5 页。

② 转引自李波:《吃垮中国?——口腔文化的宿命》,光明日报出版社 2005 年第 2 版,第 309 页。



记食物的数量。再如人类的宗教活动亦是从饮食活动中发展起来的,《诗经·小雅·楚茨》云:“苾芬孝祀,神嗜饮食,卜尔百福,如几如式。”还有中国的礼仪风俗也是从饮食活动中发轫的,《礼记·礼运》引用孔子的话说:“夫礼之初,始诸饮食。”一个时代、一个地域的饮食生活,对于其社会生活的各个方面均产生着深刻的影响。

(三) 饮食文化是一种生活方式,反映一个人的生活态度

饮食文化像无处不在的空气一样,弥散在每一个人的人生世界里,成为生活方式中的重要组成部分。如果说,社会人生就像一张大网,那么,饮食活动仿佛就像这张大网上的无数个纽结,经纬社会和人生的许多关键环节。^①其一,饮食是观察社会分层的一个重要着眼点,一个人吃什么、怎么吃,往往打上了文化传承、身份高下、经济贫富之别的深深烙印。其二,饮食是民俗活动中的重要主题。在长期的历史积淀中,中国各地都形成大量饮食习俗。很难说这些饮食习俗的背后有多少遗传学的因素,多少消化生理学的隐私,多少营养学的因素,又有多少文化学的因素,这些因素又是如何作用的。^②自人类诞生以来,在获取食物享受饮食的过程中,也形成和发展了相应的生活方式。

苏格拉底说:“他人为食而生,我为生而食。”在物质生活升华到一定的高度,温饱已经基本解决,吃也就被提高到了对生活态度的角度。现代人很多的疾病都与吃相关,由此也限定了人们对吃的选择。例如,糖尿病、痛风……逼迫人们做出诸多吃食的割舍。但无论吃五谷与否,无论素食与否,只要你愿意,都反映出一种生活态度。很多时候我们也就是为活着、为享受而吃,并不需要有多么高尚的理由。^③吃什么,怎么吃,已不仅仅是为了生存,更是一种生活态度与品位。懂得美食的人,更懂得享受生活。

(四) 饮食文化带动相关产业,推动社会经济和谐发展

“文化就是明天的经济。”饮食文化能够带动餐饮产业、食品工业、旅游业、房地产、商贸业、文化娱乐业、建筑业等行业的发展,给经济发展带来了巨大的空间和发展的潜力。此外,由于美食旅游对其他的旅游类型旅游者的影响,旅游者更重视旅游体验,自觉增加餐饮方面的消费,也使得整个旅

① 汪青梅:《作为生活方式的中国饮食文化》,《民间文化论坛》2013年第6期,第89—92页。

② 叶舒宪:《耶鲁笔记》,鹭江出版社2002年版,第81页。

③ 曾鸣:《吃是一种生活态度》,《广州日报》2013年5月16日第B6版。

游过程的消费上涨。

(五) 饮食文化是国家文化软实力的重要组成

在一定程度上说,饮食文化是一个国家和民族物质文明和精神文明发展的标尺,是一个国家软实力建设的重要组成部分。比如,可口可乐、麦当劳、肯德基同好莱坞大片一样,凝聚了美国的文化与价值观,隐含的商业信用、道德理念与经营手法,处处显示了美国的文化与软实力。而建立在中华文化统一道德观、社会观、价值观基础上的中国饮食文化,也是我们最大的文化财富与走遍世界的强大软实力之一。^①

第二节 饮食文化与旅游的关系

中国的旅游资源丰富多彩,不仅有优美的自然风景、雄伟的建筑物,还有享誉世界的饮食文化。中华民族的饮食文化源远流长,为旅游增添了无穷的魅力。饮食文化与旅游活动相结合,对于提升民族饮食文化的经济价值,促进旅游业和餐饮业的发展,有着广阔的市场前景。

一、饮食文化是旅游业存在和发展的基础

(一) 饮食文化是旅游业的重要组成部分

旅游实质上是一种物质和精神的综合性的活动。一方面,它是物质的,没有饮食,旅游就无法进行,饮食服务业是旅游业重要的构成部分;另一方面,它又是精神的(旅游从本质上可以说是一种以审美为突出特征的休闲活动,是综合性的审美实践)。游赏、娱乐是旅游的目的,以食品为物质形态的饮食文化自然也是游客愉悦的对象。腹中有物,审美才能得以正常发挥,无论从物质的还是精神的角度,饮食文化都是旅游文化不可或缺的重要组成部分。

^① 蒋梅:《饮食文化是构建国家文化软实力的重要组成》,《中国食品报》2012年1月31日第A2版。



(二) 饮食文化可以丰富旅游活动的内容

游客出门,总希望能多游览些景观,多领略些风情。如果在游览途中的用餐、歇息,仅仅是为填饱肚子、恢复体力,这个过程就是空白;反之,如果引入饮食文化,就既能饱口福,又能饱眼福耳福,既补充了身体需求,又满足了游客的心理愿望,一举两得,从而使游客的旅途生活大大丰富。好多旅游者往往都是美食家,在有条件的地方,把饮食文化作为具体的旅游项目,必定会受到游客欢迎,从而达到招徕更多游客的效果。

(三) 饮食文化可以提升旅游活动的品位

旅游是一种较高层次的文化活动,没有文化的旅游是没有生命力的。随着社会的进步和人们素质的提高,旅游对文化含量的要求也越来越高。饮食文化概念的引入和饮食文化事业的加盟,恰好顺应了旅游业发展的趋势。而且与其他文化相比,饮食文化更能普遍引起人们的兴趣并易为人们理解和接受,提升旅游活动品位的作用会更明显。在饮食文化的氛围之下,可使游客在轻松愉快的餐饮过程中,了解和领略到更多的民族特色文化和当地的风土人情,从而提高旅游欣赏的水平,增长见识,陶冶情操。

(四) 饮食文化可以增加旅游经营的效益

旅游经营的目的之一是获取经济效益。含有文化内涵的饮食,其附加值则可以大幅度提高,与旅游经营目的相符。比如,旅游地的特色菜肴、风味小吃就比普通食品的价格要高,也更受欢迎。如果配以特定的文化氛围、协调的环境和良好的服务,其附加值又可进一步上升。如果再考虑到饮食文化本身能招徕更多游客的因素,它给旅游经营各个环节所增加的收入将更可观。所以,饮食文化很有可能成为旅游经营效益中新的突出增长点。

二、旅游活动促进饮食文化的交流与发展

(一) 旅游能够促进饮食文化的发展

旅游者在旅游中追求饮食的“卫生、便捷、特色、美感”,促使当地餐饮业规模扩大,管理水平提高,业态多样化,经营品种丰富,经营理念进步。而且旅游业越发达,这种潜在市场就越大,饮食文化可能发挥的作用也越