

美食之旅 怎样让游客品味在地文化

□ 本报记者 张玫



地方美食成为旅途风景 图虫创意 供图

淄博烧烤火出圈,让人们再次认识到美食与旅游相辅相成、相互促进的紧密关系。其实,位于旅游六要素之首的“食”,一直是旅游者和旅游者都非常关注的内容,全国各旅游城市也都纷纷打出美食牌。特别是在文旅融合的背景下,各地更是深度挖掘美食文化,使美食之旅成为特色文化之旅。怎样让游客通过美食感悟更丰富的在地文化?淄博烧烤带给我们怎样的启示?五一假期将至,美食旅游或将成为出游热门,有关方面应做好哪些准备?

美食是难忘的旅游记忆

“都江堰令人齿生香的串串香、临沂香酥麻辣的沂蒙炒鸡、广州令人回味无穷的烤生蚝……这些美食不仅是我旅行地图最重要的部分,让我念念不忘、回味无穷,也是激发我重游意愿的最大动力。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云说。

吴丽云介绍,对自己而言,美食不仅是调味味蕾、感知地方文化的方式,也是旅行记忆最深刻的构成。“我去过的地方,如果提及印象最深刻的城市,我会第一时间想到自己去过的第一个境外城市马来西亚兰卡威以及奶油龙虾,想到那个美好的下午我们在海边极致的美食体验。某种程度上,奶油龙虾是我对兰卡威最深刻的记忆,也是兰卡威在我旅行印记中的代名词。”云南师范大学地理学部旅游与地理学院副院长李庆雷认为,美食是外来游客和当地居民的高刚性需求,

关联着种植、加工和服务业,体现着当地的自然环境、传统文化和生活方式。对于不少旅游地来说,美食是一种十分接地气的打开方式,如小龙虾之于盱眙、羊肉泡之于西安、螺蛳粉之于柳州。“我最难忘的美食经历有两次。”李庆雷说,一次是在迪庆考察时跟随向导进山找松茸,认识了松茸的生涯,聆听了松茸的故事,成功找到了一朵松茸,回到村子里品尝到了三种方法做成的美食:炭烤松茸、酥油煎松茸、松茸炖鸡,味道鲜美。另一次是在泰国清迈参加半天的烹饪学校,实际上就是厨艺学习班,跟不同国家的游客一起走进菜市场认识、采购五花八门的食材,在厨师的指导下学习做凉菜、热菜、汤菜,午餐就是大家各自的劳动成果,最后居然还发了“毕业证书”,仪式感满满。

中华美食数不胜数,各地在“美食+旅游”方面的探索和实践也不胜枚

举。记者粗略梳理,仅近几年就有诸多实例——

浙江于2018年8月全面开启“诗画浙江·百县千碗”旅游美食推广系列活动,组织各地挖掘特色美食,打造以美食为核心吸引物的优质“养胃”旅游产品。

成都市连续多年举办成都国际美食节、世界川菜大会等重大美食节会活动,并制定、实施建设国际美食之都三年行动计划(2018—2020年)、五年行动计划(2021—2025年)。

2022年8月,“好吃好玩享福味”福建旅游美食季主题活动现场,126个美食展位不仅展示了活动举办地南平建瓯的光饼、熏鸭等美食,还推出了福州的肉燕、厦门的海蛎煎、永定的牛肉丸、福鼎的肉片等福建各地特色美食,吸引众多市民游客驻足品尝。

今年3月,为期一个月的2023东坡美食文化节活动在海口东坡老码头举办,四川眉山、湖北黄冈、广东惠州、海南儋州等十大东坡旅居城市同台展示各地东坡美食。

吴丽云认为,旅游目的地还应以

创新为路径,打造、丰富、优化美食产品和品牌。“可以通过举办美食节庆、美食竞赛等多种路径,鼓励本地餐饮企业在食材、制作工艺、呈现形式等多方面进行创新,推动本地美食供给不断提质升级。”

“可以依托餐饮与美食协会,充分发挥文学艺术界联合会的桥梁纽带作用,吸引公众积极参与地方美食文化的挖掘和传播。”李庆雷说,美食往往与地方农特产品、非遗、名人轶事相关,体现着当地人的情感、价值观和创造力,富有生活气息、文化色彩和丰富寓意。可以通过有奖征集美食故事、组织文艺人士和新媒体创作者采风、召开专家研讨会、举办特色美食节、举行菜品研发烹饪大赛、选拔美食形象大使、申报非物质文化遗产、创建美食之乡品牌、编写美食指南、出版专题读物、拍摄纪录片、鼓励设立企业文化展馆等方式,挖掘、展示、创新美食文化,为居民和游客提供精神食粮。

美食之旅需多方护航

烤消费券,并为学生提供优惠的青年旅舍住宿;针对快速增长的游客,趁热打铁,将淄博烧烤节和淄博烧烤季提上日程,持续放大流量效应。

——环境优化提升游客体验。爆红之后,淄博不骄不躁,快速响应游客需求,增加烧烤供给,便利游客出行,加强对烧烤供给企业和服务业企业的监管,保障来访游客的出游体验,打造流量口碑。针对激增的客流和排队消费现象,鼓励社会资本和个人加入烧烤供给队伍,开通一件事一次办窗口,降低新加入者的时间成本。开展金炉奖评选活动,走品质提升和品牌建设发展路径。开通抵达主要烧烤店的烧烤专线车和免费摆渡车,打通烧烤美食的“最后一公里”,便利游客的烧烤出行,将细致服务做到极致。加大对烧烤企业及上下游企业的食品安全、质量和服务监管,成立烧烤协会,加强行业自律,优化游客的旅游体验环境。

——以点带面拓宽发展空间。以烧烤为点,以产业为面,通过线路串联、产品联合、营销推介,实现以“小点”带“大面”,带动淄博市旅游景点、文创商品、当地特产、酒店、交通、零售等多业发展。以烧烤为基础,通过打造烧烤地图、美食地图、旅游地图等,将淄博市的旅游资源充分串联,最大程度发挥烧烤带来的流量效应,将烧烤热变成全域旅游热。

“淄博烧烤热再次提醒我们,要关注现代旅游消费的生活化趋势。人间

烟火气,最抚凡人心。游客不仅需要风景名胜带来的精神愉悦,也关注日常生活要素带来的小确幸。”李庆雷说,政府和企业在推进传统旅游资源开发与大型旅游项目建设的同时,也不能忽视对游客衣食住行等日常生活需求的满足。

淄博烧烤热展示了“美食+旅游”的多种可能。李庆雷建议,旅游目的地可以把美食之旅延伸到地头、车间、厨房和文创空间。应学习淄博在业态培育、质量管理、宣传推广、氛围营造、游客服务等方面的经验,用好用足当地的特色美食资源,培育由技术研发、种植养殖、仓储物流、加工制作、餐饮服务、文化创意、品牌传播、教育培训等构成的产业链条,注重美食衍生产品的开发,提升游客的参与感、体验感和获得感,促进旅游经济的发展。

为五一高峰做好准备

所长王旭科说,靠美食“流量经济”不能支撑多久,短视频时代的网红城市要防止乍起乍落的现象出现,还需稳扎稳打,系统化练内功是重中之重。吴丽云建议,随着淄博烧烤的快速出圈,美食出游或将成为今年五一的一大旅游主题。各地应抓住机遇,做好本地特色美食的挖掘、打造、宣传和引流工作,借势五一长假,带动旅游业的恢复发展。与此同时,要做好食品卫生、安全等监管,丰富并优化旅游公共服务和旅游产品供给,以更优质的产品或服务迎接即将到来的五一假期。

吴丽云建议,一方面根据酒店、火车票、景区预订预售情况,及时向社会发布相关信息,引导游客理性到访。

软萌可亲的“海丝家族”摆件,展现泉州鲤城区城市IP独特魅力;通过3D技术,让泉州海丝唐卡百米长卷“动”起来;发布首个城市NFT数字藏品——“世遗金福船”……近期,在由福建省委宣传部、省文化和旅游厅、泉州市政府指导,泉州文旅集团、鲤城文投集团主办的首届海丝泉州数字文创博览会(以下简称“首届海丝文博会”)上,各种与海丝元素相关的文创产品精彩亮相。

首届海丝文博会以“数字变革,文创新生”为主题,围绕“一会、一展、一藏品、一赛事”核心内容,设立泉州城市文化、数字消费、非遗&IP文创、特色主题、国际插画文创应用等主题展区,全方位展示海丝文化、数字文创、潮流IP等,打造极具泉州特色的海丝数字文创盛会,激发泉州文旅发展活力。

融入海丝元素 文创产品出彩

“这个动漫太可爱,太形象了。”“爸爸妈妈,我想跟‘和和’一起合影。”……在泉州城市文化展区的“鲤城馆”,“泉州”“和和”“阿木”“宋哥”“阿宝”等五个动漫形象组成的“海丝家族”IP精彩亮相,吸引了众多小朋友围观。

“‘海丝家族’选取了聚宝街、提线木偶等泉州标志性文化元素,融合南戏、南音、惠安女等特色标识,融入开放包容的‘海丝’精神与爱拼敢赢的闽南精神,以动漫形式创新设计而成。”“海丝家族”的设计方、功夫动漫集团董事长李竹兵介绍,他们还衍生开发出手绘地图、T恤衫、台历、摆件等一系列文创产品,让游客把文创产品带回家,不断推广泉州优秀文化。

2021年7月,“泉州:宋元中国的世界海洋商贸中心”项目成功列入《世界遗产名录》,“宋元中国·海丝泉州”成为泉州一张靓丽的名片。泉州城市文化展区中,泉州13个县(市、区)展示的各个文创产品都融入了浓浓的海丝元素。

在“丰泽馆”,最近由赵丽颖带火的蛸埔簪花围,吸引众多市民游客现场体验。“蛸埔阿嬷”黄鹂耐心细致地为游客盘发、插花,并换上蛸埔女服饰,引得围观群众纷纷拍照留念。“这次受邀来现场为大家簪花围,我感到非常荣幸,非常乐意把蛸埔女的这份美丽传递给每一位游客,‘今生戴花,来世漂亮’。”黄鹂说。

展区中最热门的当属泉州“兔兔馆”,新晋网红“簪花兔”在此亮相,大、中、小三个型号各具特色,引得市民游客争相打卡拍照。今年春节期间,泉州推出五个兔子造型的艺术装置,在抖音、小红书等平台火出圈。曾参与设计“幸福兔”“簪花兔”等兔兔兔年城市艺术装置的黄跃昆说:“泉州是一座活着的博物馆,希望通过各种充满海丝元素的兔兔,以海丝文化赋能文创产品,让更多人了解泉州、爱上泉州。”

拥抱数字科技 优化沉浸体验

“设计您的元宇宙形象时,您更倾向于选择动植物形态、流体形态还是人类形态?”数字科技应用领域龙头企业风语筑现场推出的元宇宙实验室,展示了数字孪生赋能文旅融合的奇幻场景。市民游客只要触摸数字屏幕,就能开启“元宇宙”形象测试,测试出属于自己的“小宇宙”。这一新奇体验,吸引了不少观众驻足体验。

首届海丝文博会在泉州城市文化展区、数字消费展区以及数字潮流艺术展区融入科技元素,展现“文化+科技”型龙头企业和数字文化创意企业的新产品、新技术。

在泉州城市文化展区,一幅泉州海丝唐卡百米长卷吸引了市民游客的目光。该长卷以非物质文化遗产唐卡艺术创作,通过3D技术让画卷“动”起来,再现古泉州“市井十洲人”的繁荣景象,非常壮观。

在数字潮流艺术展区的时空之境、万象之境、城市印记、丝路筑梦、探秘奇观等五个光影空间中,市民游客可以看到冰屏投影、数字感应捕捉、3D裸眼等技术营造出的梦幻空间,深入了解泉州悠久的历史和丰富的文创产品。“为了营造更多元、更有层次的视觉效果,呈现泉州‘半城烟火

数字文创为海丝泉州添彩

□ 黄瑶瑛 记者 李金枝

半城仙”的城市印象,此次展览动用了40多台投影设备,打造一个以“福”文化、海丝文化为核心,集听觉、视觉、嗅觉、触觉感受于一体的沉浸式互动空间,展示泉州文创产业成果,拉近传统文化的距离感。”此次数字潮流艺术展策展人何雨琴说。

福船是我国古代四大船型之一,是中国最具远洋能力的商船和古代海上丝绸之路的重要见证。在首届海丝文博会期间,泉州发布首个城市NFT数字藏品——世遗金福船,并配套设计了原创虚拟IP形象——海丝MOMO。“发布世遗金福船,希望以Z世代喜闻乐见的方式,持续吸引年轻人对传统文化的关注,把握数字经济发展新机遇,发展城市新经济、新消费、新文化。”上海市创意产业协会文创IP产业中心秘书长徐超说。

汇集各方智慧 助力文旅发展

首届海丝文博会期间,主办方还组织嘉宾们围绕文创产业如何创新发展进行深入交流和探讨。

意大利插画师协会会长PAOLO RUI认为,作为艺术家,必须了解一个国家的历史文化,它能给艺术家带来灵感、想法和创意。设计文创产品时,需要多种思路和表达方式。西安博物院研究馆员、副院长王锋钧认为,文创产品的设计开发最能打动消费者的除了文化内涵,还有功能性和实用性。活字创意品牌“字在”创始人刘美松建议,泉州传统文化深厚,可以联动文创产品设计师,把这些传统文化变成各种各样的文创产品,并传播到海外去。

首届海丝文博会期间,由泉州文旅集团、鲤城文投集团发起,共有13个行业协会、10家行业头部企业参加了合作组织。泉州市文化广电和旅游局举办泉州城市IP插画大赛颁奖仪式,对《泉州百景图》等一批获奖作品进行颁奖。本次大赛参赛作品均将纳入泉州城市创意图库,未来将在城市品牌宣传、文创周边开发、文旅创意设计等方面得到应用,不断打响“宋元中国·海丝泉州”文旅品牌。

泉州市副市长陈小辉说,近年来,泉州抢抓数字经济发展红利,打造古城数字文创动漫产业基地,擘画“宋元中国·海丝泉州”系列品牌IP,讲好泉州故事,推动文旅经济高质量发展。首届海丝文博会开启了良好开端,今后泉州将致力于打造中国乃至“一带一路”沿线国家新型文旅融合发展的平台、数字文创的IP,为传统文化、现代产业赋能,推动文旅经济高质量发展。



新晋网红“簪花兔”文创产品吸引观众 首届海丝文博会主办方 供图