

美食旅游的价值与创新路径

□ 何 华 曾博伟

在未来的发展中,美食旅游需要在继承与创新之间寻求平衡,通过提升美食质量、优化用餐体验、挖掘文化内涵等方式,推动旅游产业的多元化发展

一、美食旅游的独特价值

(一)旅游要素独立发展的标志

美食从传统的“吃住行游购娱”六大要素中逐渐脱颖而出,已经从最初作为配套的“吃”,转变为独立的旅游吸引物。游客不再仅仅把“吃”视为满足生理需求的环节,而是将美食体验提升至核心旅游动因,甚至在某些情况下成为比景区游览更具吸引力的存在。例如,重庆火锅已成为许多游客前往重庆的首要理由。美食通过对地方文化、食材的独特展现,体现出旅游差异化的特征,进一步促进了“吃”在旅游中的地位提升。美食的独特性在于其不同于其他消费品,它无法完全实现线上替代,某些特殊食材和烹饪方式只能在原产地体验,因而游客的味蕾成为他们出行决策的重要驱动力。美食旅游的地域属性性加强了旅游地的吸引力,使之成为差异化旅游的典型代表。

(二)文旅融合的生动体现

美食不仅是味觉的享受,更是地方文化的载体。中国是美食种类最为丰富的国家,每一省区的烹饪传统都蕴含着深厚的文化底蕴。美食往往是地方历史、习俗、生产方式的反映,因此通过品尝美食,游客可以更深入地理解一个地方的文化。美食作为文化传播的无意识形态载体,具有较强的传播力和感染力,是讲述中国故事的天然工具。例如,央视《舌尖上的中国》等美食类纪录片,通过对食物的讲述,不仅展示了中国美食的魅力,也让观众感受到了其背后的地域文化和非物质文化遗产技艺。而浙江的“百县千碗”项目,通过美食呈现乡村文化,更是将文化与旅游紧密结合,使美食旅游成为文旅融合的典型形式。

(三)主客共享的情感纽带

美食旅游具有独特的主客共享属性,游客通过品尝当地居民的日常饮食,能很好融入当地的生活场景。这种主客共享,让美食成为连接游客与

当地居民的情感纽带,游客不仅是被动的体验者,还通过美食与当地建立了某种文化共鸣。例如,在许多地方,游客参与当地居民的家宴、体验传统的家庭烹饪过程,既增强了文化的传递,也增加了旅游的深度与温度。这种共享性体现了现代旅游的趋势,即游客不再仅仅满足于景点观光,而是更加注重体验当地生活。美食旅游因此成为游客与当地居民互动交流的桥梁,拉近了彼此的心理距离。

(四)城市发展的“烟火气”

美食旅游是现代城市经济发展的亮点之一,尤其是在夜经济、街区经济的带动下,城市的烟火气与美食街区紧密相连。据统计,全国县级以上城市的美食街区已超过 5000 条,总长度达 3000 公里,形成了以美食为核心的城市消费地标。这些美食街区不仅吸引了游客,也成为城市居民日常生活的主要场所。美食街区的活跃,不仅促进了消费,也增强了城市的整体活力。美食旅游成为推动城市夜经济、促进地方消费、展现城市特色的有力抓手,同时也因此展示了城市独特的文化和生活方式。

(五)品牌营销的重要利器

在美食旅游的推动下,许多地方逐渐打造出自己的美食品牌。例如,美团数据显示,2024 年“五一”期间,以美食为特色的小城,如天水、正定等地的住宿预订量大幅增长。这一趋势表明,美食已经成为城市品牌营销中的重要内容,不仅能够吸引外地游客,还能够提升城市的知名度和美誉度。城市通过美食品牌的推广,成功实现了品牌价值的输出,进一步加强了城市与游客之间的联系,形成了旅游与地方发展的良性循环。

二、美食旅游的创新路径

(一)创新美食味道,增强吸引力

美食旅游的核心永远是美食本身。无论是传统美食还是创新菜品,味道始终是决定游客是否愿意为之而行的重要因素。因此,美食的味道创新显得尤为重要。各地厨师需要在传承传统美食的基础上不断创新,将地域特色与现代口味相结合,满足不同游客的味觉需求。我国各地拥有丰富的美食传统,南北风味差异巨大,而这种差异恰恰成为美食旅游的驱动

力。地方美食应充分利用其独特性,针对游客的喜好进行创新,以此增强美食旅游的吸引力。比如,四川火锅的麻辣风味吸引着北方游客,吉林锅包肉的酸甜口感又吸引了南方食客,这些独特的风味差异成为游客出游的重要动力。

(二)创新餐饮方式,增强仪式感

美食旅游的魅力不仅在于食物本身,还在于用餐体验的差异化。通过创新用餐方式,增强仪式感,地方美食能够更加突出。例如,淄博烧烤的成功不仅在于味道,还在于“炉子明火烧烤”和“灵魂三件套”的独特体验;而新疆的手抓饭也因其特殊的进食方式而别具一格。此外,不同的餐具等也可以为美食增添更多的仪式感。例如,传统陶瓷餐具的使用、特定的盛放方式,会增强游客的参与感与体验感,让他们在品尝美食的过程中感受到更多的乐趣。

(三)创新用餐场景,打造独特体验

不同的用餐场景能够大幅提升美食旅游的体验感。结合独特的自然景观或人造环境,可以为游客创造难忘的美食回忆。例如,成都的“火锅巴士”通过将餐饮与交通工具结合,给游客带来了前所未有的就餐体验;在海边设置的海底餐厅或日落沙滩餐厅,则通过自然景观的变化,增加了用餐过程的视觉享受。场景化用餐能够让游客体验从单纯的味觉享受延伸到视觉、听觉等多感官的沉浸体验。这样的创新不仅增强了美食的吸引力,也为游客提供了更加丰富的文化体验。

(四)挖掘文化内涵,提升旅游层次

美食旅游不仅是味蕾的享受,更是文化的体验。地方美食往往承载着丰富的文化元素,将文化与美食结合,能够提升美食旅游的层次感。例如,孔府家宴通过儒家文化的植入,赋予了传统美食新的文化内涵;江西井冈山红军餐将红色历史文化与地方饮食结合,增强了游客的历史感受。通过文化的深度挖掘,地方美食能够超越单纯的味觉体验,成为文化传播的重要载体。游客在品尝美食的同时,也在品味当地的历史和文化,从而增加旅游的深度和价值感。

(五)提升服务质量,优化旅游体验

服务质量是美食旅游的核心竞争力之一。无论美食的味道多么出众,如果服务跟不上,游客的整体体验也会大打折扣。因此,提高服务水平、注重服务细节,成为美食旅游发展的重要方向。海底捞火锅以优质服务闻名,它通过极致的消费体验,成功在竞争激烈的火锅市场中脱颖而出,给发展美食旅游带来启示——标准化服务与个性化服务的结合,能够为美食旅游提供更高水平的体验。标准化确保了服务的一致性与质量,而个性化则让每一位游客都感受到特别的关怀和体验,这两者的结合,能够为美食旅游带来持久的竞争优势。

(六)关注市场细分,满足多元需求

根据不同游客的消费需求,美食旅游应当进行精细化分层,为消费者提供多元化的选择。大众化美食旅游应突出“烟火气”,让游客感受到地道的市井文化;中端美食旅游则需要突出舒适的环境;而高端美食旅游则需通过高级食材、优雅环境和精致服务来体现其独特的品位与吸引力。这种多层次的分级策略,能够满足不同游客的消费需求,提供更加精准的美食旅游产品。例如,北京的簋街以大众化美食闻名,吸引了众多游客感受当地夜生活的“烟火气”,而一些高端的特色美食,因环境和美食的独特性吸引了追求高品质生活的游客。这种层次化的美食旅游产品设计,不仅能够增加游客的选择空间,也有助于地方旅游资源的优化配置。

美食旅游作为现代旅游产业的重要组成部分,不仅承载了游客的味觉期待,也彰显了地方文化的独特魅力。在未来的发展中,美食旅游需要在继承与创新之间寻求平衡,通过提升美食质量、优化用餐体验、挖掘文化内涵等方式,推动旅游产业的多元化发展。同时,利用科技与互联网的力量,深化国际化推广与可持续发展理念,确保美食旅游的长期健康发展。通过多方面的努力,美食旅游必将成为推动地方经济发展的新引擎,也为全球游客提供更加丰富多彩的旅游体验。

(作者单位:中国文物信息咨询中心,北京联合大学旅游学院)

数字化浪潮下的旅游企业创新发展之道

□ 李 毅

在数字技术的推动下,如何通过创新实现跨界融合、全产业链发展、技术革新以及 IP 赋能等方面的变革,成为摆在业界面前的共同课题

当前,数字经济已成为国家与国家、企业与企业之间竞争的关键领域。《2024 年国务院政府工作报告》明确提出,“深入推进数字经济创新发展”“制定支持数字经济高质量发展政策,积极推进数字产业化、产业数字化,促进数字技术和实体经济深度融合”“深化大数据、人工智能等研发应用,推进服务业数字化”。

科技是第一生产力,也是我们发展旅游业的利器。当前,以 AI、大数据、云计算为代表的数字技术突飞猛进,旅游业需要比过去更重视技术的进步。因为科学技术的进步不仅快速改变着游客的消费行为,也在加速渗透并改变旅游业的创新和竞争格局。

一、供需两端齐变革,数字化时不我待

从需求侧来看,以 AI、云计算、大数据、VR/AR/MR、移动互联网、社交网络等为代表的数字技术的快速发展,深刻影响了游客的出行方式、体验方式、互动模式,使得游客的需求更加多元化、个性化,迭代更快。

从供给侧来看,技术的快速进步也给了旅游企业满足游客需求、超出游客期待的可能性,比如,可以利用 3D/4D、VR 等技术手段,以及微博、抖音、小红书、微信朋友圈等社交网络平台,达成游客之间和结伴而来的情侣、朋友、家庭成员之间的互动。运用仿真技术、轨道动感交通技术等,让游客可以去穿越埃菲尔铁塔,去飞越非洲大陆,颠覆性地改变现有旅游体验和娱乐体验模式。

二、以技术为抓手,加速供给侧改革

数字化不仅是大势所趋,更是提升竞争力、创新产品和服务模式的有力抓手。在数字技术的推动下,如何通过创新实现跨界融合、全产业链发展、技术革新以及 IP 赋能等方面的变革,成为摆在业界面前的共同课

题。除了已走在时代潮头的 OTA 外,景区、酒店和旅行社等传统旅游企业,有必要在技术创新体系、人才队伍引进、迭代周期等方面进一步提升,以创新、开放、共享的理念来拥抱数字化浪潮下的新时代。

作为企业,最重要的是如何利用数字技术,快速响应游客的需求。以华侨城为例,除了与业界广泛合作之外,还同步推出了“花橙旅游”一站式线上服务平台,开发了游客统一服务小程序应用,从线上预订、行程规划到景区内导览、互动体验等,为游客提供无缝衔接的高品质服务。该平台通过大数据的开发和运用,更准确地预测游客行为,优化资源配置,针对不同的客群提供不同的产品配置、个性游玩方案线路;利用 AI 引擎技术平台,打造了一系列全方位、多层次的旅游智慧化系统。智能客服一期系统上线六个月累计服务游客数量突破百万人次,机器人的人问题解决率达七成。虚拟排队系统显著缓解了热门景点人流压力,游客排队等待时长平均减少超 30%。该系统获评工信部“绽放杯”和“数字中国创新大赛”等多个奖项。

同时,可以广泛应用各种数字科技手段,实现场景大革新,跳出当前行业低效“内卷”的怪圈,给游客提供超出预期的惊喜。例如,坚持“以文塑旅、以旅彰文”,结合最新数字技术,把景区实体空间塑造成异次元,让游客感官叠加、沉浸于多重场景中,“虽为人造,宛如自然”,实现景区从“亮化”到“美化”再到“文化”的提质升级,让景区昼夜餐食繁荣。在深圳,华侨城抓住当地发展低空经济的

机遇,部署多个低空场景,在锦绣中华、世界之窗、欢乐谷、东部华侨城建立了无人机配送基地,得到游客的广泛好评。

三、多重发力,共谋未来

数字经济由于其广泛性、渗透性、开放性,已成为全社会共同面对的研究课题和发展方向。在数字化进程中,政府、行业组织、企业需要共同携手,多重发力,共同构建一个共享共赢的新型合作数字生态体系。

在这一新的数字生态体系中,无论是定规划、出政策,还是强化监管、支持引导,政府的角色都至关重要。例如,今年的大规模设备更新政策,如果数字化方面的补贴力度更大些,行业将更有积极性推动设备的换代升级。此外,行业协会在数字化进程中发挥着不可或缺的作用。作为连接政府与企业的桥梁,行业协会可以构建起有效的信息共享和资源对接平台,推动行业内部的交流与合作,探讨数字化转型过程中遇到的困难和挑战。

数字经济具有天然的国际化特征,旅游行业加速数字化进程,有助于提升中国旅游业的国际化水平,讲好中国故事,传播中国文化,吸引更多的国际游客,促进文明互鉴,《黑神话:悟空》的爆红已经充分印证了这一点。

展望未来,我们要积极拥抱数字化,不断探索与创新,使旅游业真正实现高质量发展,成为战略性新兴产业和民生产业、幸福产业。

(作者单位:华侨城欢乐谷集团)

《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》提出,“推出多种类型特色旅游产品,鼓励邮轮游艇、房车露营、低空飞行等新业态发展”。《国务院关于推动内蒙古高质量发展奋力书写中国式现代化新篇章的意见》提出,“推动产业结构战略性调整优化,构建多元发展、多极支撑的现代化产业体系”“开展低空空域改革,发展低空经济”。低空经济是内蒙古自治区着力构建的战略性新兴产业,低空旅游是低空经济的重要组成部分。2023 年 7 月,《内蒙古自治区党委关于全方位建设模范自治区的决定》提出,打造以各民族交往交流交融、守望相助、共同弘扬蒙古马精神和“三北精神”、铸牢中华民族共同体意识为基本内容的“北疆文化”品牌。做好低空旅游与北疆文化的深度融合,将助推内蒙古文旅发展再上新台阶。

一、低空旅游的特点

低空旅游是将通用航空与传统旅游相结合,在低空进行的旅游活动,可以让游客在飞行中欣赏到地面上难以见到的风景。发展低空经济有利于推动旅游场景加速推陈出新,带动旅游服务业的现代化转型升级。

与传统旅游相比,低空旅游具有以下特点,一是独特视角,让游客从空中俯瞰大地,感受令人震撼的视觉冲击;二是个性化体验,能根据游客的个性化需求,匹配飞行路线和服务;三是前景广阔,低空旅游在我国尚处于起步阶段,具有广阔的发展前景,到 2030 年我国低空旅游经济规模有望达到 2000 亿元以上,低空旅游未来发展空间巨大。

二、低空旅游与北疆文化融合的必要性的

没有文化的旅游是浅显的旅游,用低空旅游讲好北疆文化故事,能够让北疆文化更生动,也能让低空旅游更有内涵。

一是能够丰富北疆文化内涵。北疆文化的核心理念之一是担当,正是有了担当的精神品质,内蒙古才能成为我国北方重要生态安全屏障。低空旅游具有高端、智能、绿色的特点,是一条发展绿色经济的重要赛道,有助于进一步推动生态环境的保护与改善,是北疆文化“担当”的行动实践。内蒙古的绿色底蕴是低空旅游发展的底气,低空旅游可以提升内蒙古经济的绿色含量,形成双向奔赴的良性“循环”。

二是能够作为宣传北疆文化的重要载体。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体,二者有着天然联系。发展低空旅游有助于让游客体验民族团结之美、领略山川大河壮丽之美、感受草原沙漠辽阔之美,形成独具特色的旅游体验,促进内蒙古旅游提档升级,更好满足游客的精神文化需求,让北疆文化得到广大游客的认同和传播。

三是能够体现北疆文化与时俱进的创新性。在继承创新中不断发展,在应时处变中不断升华,是北疆文化赓续发展的内驱力,也形成了北疆文化激扬创新、彰显时代精神的基本特征。发展低空旅游契合北疆文化与时俱进的气质,以科技为北疆文化赋能,能够更好地开发利用北疆文化资源,发掘出更多潜力,以新模式展示北疆文化,更好地将北疆文旅资源转化为向着闯新路、进中游目标奋进的新动能。

三、推动低空旅游与北疆文化融合的具体措施

北疆文化是内蒙古低空旅游发展的资源宝库和精神内核,内蒙古发展低空旅游,必须依托北疆文化打造特色产业、特色产品,才能实现健康可持续发展,助力内蒙古全域全季旅游格局的构建。

(一)充分发挥北疆文化的引领作用

一是深刻领悟北疆文化核心理念。北疆文化的核心理念是爱国、忠诚、团结、担当,是内蒙古精神特质的集中体现。发展低空旅游任重道远,必须要把北疆文化的核心理念转化为干事创业的强大精神动力,发挥“吃苦耐劳、一往无前,不达目的绝不罢休”的蒙古马精神,才能形成产业优势,更好地服务自治区产业结构转型升级。

二是深度融合北疆文化内涵特征。北疆文化内涵丰富,是内蒙古大地上各种优秀文化的系统集成,体现出较为鲜明的地域特点。发展低空旅游要深入挖掘北疆文化特征,将文化内容、文化符号融入产品设计,多角度、全方位展现北疆人文景观、自然风光、深厚文化底蕴,用红色文化、草原文化、农耕文化、黄河文化、长城文化赋能低空旅游,依托特色文化塑造低空旅游场景,让游客通过低空旅游感悟北疆文化。

以 北疆文化为引领 发展内蒙古低空旅游

□ 范 申

三是深入挖掘北疆文化时代价值。北疆文化具有开放、包容、互补的时代价值。发展低空旅游,要充分彰显北疆文化的时代价值,主动服务和融入内蒙古发展战略,利用自身带动能力强的特点,打通产业链制造、设计、消费各环节,推动经济高质量发展、脱贫地区实现共同富裕。

(二)加强融合发展的要素保障

一是加快出台促进措施。低空旅游和北疆文化融合发展,需要政府、通航企业与景区景点共同推进。建议内蒙古自治区政府实施“低空+文旅”专项行动计划,在资金、土地、政策上引导和支持优质低空旅游企业与盟市政府、旅游景区合作,在低空基础设施建设、低空飞行器引进、应用场景开发等方面,探索建立灵活适用的商业模式。

二是对通用机场进行景点化改造。改变传统通用机场冰冷严肃的风格,结合当地旅游资源禀赋,围绕游客保障需要,建设营地化的服务保障枢纽,营造放松、休闲的氛围,实现“一机场一特色”。利用低空旅游带动性强的特点,带动当地餐饮、住宿等产业发展,成为所在地经济发展新的增长点。

三是营造低空旅游发展氛围。低空旅游企业要借助传统媒体和新兴媒体进行推广,加大对内蒙古低空旅游产品的宣传,普及低空旅游知识,逐渐扩大游客群体。要加强与体育等部门的合作,联合举办低空会展、论坛等活动,大力营造低空旅游发展氛围,将飞行营地、旅游景区作为北疆文化的展示空间。

(三)做好融合项目的设计开发

一是北疆历史文化观光。利用无人机、直升机等低空飞行器,为游客提供空中俯瞰长城、边塞、遗址等文化遗产的观光体验,为游客提供空中视角,欣赏北疆文化浓厚的历史底蕴。

二是北疆自然风光探索。针对自治区境内的黄河、草原、沙漠、湖泊等自然风光,设计低空旅游产品,让游客从低空欣赏独特地貌、植被和景观。

三是北疆城市风光游览。结合自治区各城市的特色资源,如呼和浩特大青山、包头钢铁、鄂尔多斯康巴什等,设计低空旅游线路,让游客在空中感受城市的繁华与特色。

四是北疆民族风情体验。针对自治区各民族的特色文化和传统活动,如蒙古族的牧区文化、河套地区的农耕文化等,设计低空旅游产品,让游客从空中感受民族文化的魅力。

(四)加强融合成果向市场端转化

一是打造低空旅游拳头品牌。自治区有实力的低空旅游企业要用自身优势,加快打造成为有影响力和吸引力的区内航旅融合品牌,形成“以低空产品为载体,以北疆文化为内容,以游客体验为追求”的品牌内涵,塑造新型旅游核心竞争力。

二是成立专业低空旅游项目推广企业。政府部门可引导航旅企业以提升低空旅游效益为导向,组建专业市场开发公司,拓宽产品销售渠道,提升供给端和需求端的匹配度,为低空旅游项目提供持续稳定的消费群体。

三是降低消费门槛扩大消费群体。低空旅游客户群体的增长,需要产品完成从高端消费到中产消费再到大众消费的过渡。内蒙古可以依托区内骨干航旅企业,发挥规模优势,降低产品成本,合理优化利润,实现产业的可持续发展。

(作者单位:天骄航空有限公司)