

西安传统饮食与旅游融合发展路径

王呈诚

(暨南大学深圳旅游学院, 广东 深圳 518053)

摘要: 在文化与旅游融合发展的背景下,饮食文化是文化旅游资源的重要组成部分。西安作为历史文化名城,传统饮食文化资源丰富,吸引力强。运用案例分析法,以西安的回民街、永兴坊两个美食旅游街区作为案例地,分析西安传统饮食与旅游融合发展的现状。在分析现存问题的基础上,探讨西安传统饮食与旅游融合发展路径,以促进西安传统饮食文化创造性发展,丰富饮食文化旅游产品体系,助推西安文旅产业高质量发展。

关键词: 文旅融合; 传统饮食; 融合路径; 案例研究

中图分类号: F592.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2024)19-0106-05

民以食为天,饮食自古以来就是人们日常生活的重要部分,大众的旅游活动也不例外,在旅游六要素中食是排在第一位的,对游客的旅游体验有重要的影响。饮食本身还是一种文化,不同的地理区域环境孕育着不同的饮食习俗,除了满足游客的支持性需求外,饮食也为游客了解和体验当地传统文化提供了物质载体。西安传统饮食资源丰富,历史由来已久,具有极高的旅游价值^[1]。近年来西安特色美食在网络上逐渐走红,西安也因之成为热门的美食旅游城市之一。基于当前文化和旅游产业融合发展的时代趋势以及大众提质升级的旅游需求,在西安传统饮食爆红的背后,需要探索的是传统饮食文化如何更好地与旅游业深度融合,以契合新时代背景下大众对旅游的美好需求^[2]。

本文以西安传统饮食作为研究对象,对回民街与永兴坊两大旅游街区进行案例分析,针对传统饮食与旅游融合发展存在的困境,探讨西安传统饮食与旅游融合发展的提升路径,以发挥旅游对传统文化的传承与创新发展的作用,以期为本地的旅游经济注入文化价值与活力,提高旅游供给侧质量,从而推动西安文旅产业的高质量发展。

1 传统饮食与旅游融合的内涵价值

1.1 饮食是游客进行旅游活动的首要因素

在传统旅游六大要素“食、住、行、游、购、娱”中,“食”排在第一位,无论是什么类型的游客,到达旅游目的地后总是会品尝当地的美食,“食”在旅游活动中的作用越来越重要,是构成旅游活动的首要

因素,以美食作为吸引资源的旅游目的地也越来越常见。西安既是历史悠久的文化名城,也是美食之都,发展旅游业具有得天独厚的资源优势,其中不乏传统饮食资源。悠久的历史和城市的发展使西安的传统饮食资源愈加丰富和繁荣,因其参与性、体验性、趣味性,每年吸引着大量游客来到西安打卡特色美食。游客的旅游活动离不开饮食,传统饮食是吸引游客的关键因素之一,也影响着游客对目的地的认知与旅游体验。因而旅游资源的开发必须重视游客对饮食的需求,推动传统饮食资源的现代性转化,丰富饮食文化旅游产品体系,以打造出独特的地域饮食文化旅游品牌。

1.2 传统饮食是重要的文化旅游资源

除满足游客支持性需求外,饮食本身就是一种文化,不同的传统饮食孕育着不同的地方习俗与文化,是重要的文化旅游资源,为游客了解和体验当地的传统文化提供了物质载体^[3]。西安传统饮食源远流长,深受汉唐文化与回族文化的影响。回民街、永兴坊等旅游街区汇集了西安的传统非遗美食与饮食民俗,如肉夹馍、牛羊肉泡馍、摔碗酒、凉皮、米皮等特色饮食,制作手法由来已久,制作工艺精湛,融入了关中的饮食文化和传统,民俗文化价值较高。西安的传统饮食作为重要的文化旅游资源,具有较高的资源吸引力。推动西安传统饮食与旅游产业的融合发展,既能带来旅游效益的增长,推动目的地旅游产业的整体发展,也能促进当地传统饮食文化的传承与传播,发挥旅游带动文化创新发展的作用。

收稿日期: 2024-04-18

作者简介: 王呈诚(2000—),女,湖北随州人,硕士研究生,研究方向为文化旅游。

2 西安传统饮食与旅游融合发展的基础

2.1 资源优势

西安文旅融合发展具有得天独厚的资源基础,历史文化悠久,人文底蕴深厚。传统饮食在长期发展中深受汉唐文化与陕西地域特色的影响,形成了独具特色、源远流长的饮食文化资源,孕育了丰富多样的饮食民俗文化^[1]。回民街的传统饮食文化资源具有浓郁的民族特色,清真饮食在长期发展中受西安地区饮食文化的影响渐渐发生改变,并最终形成如今的清真美食;永兴坊的饮食文化资源地域特色浓厚,遍布陕北、关中及陕南的民间非遗美食和民俗活动。传统饮食的资源丰富,文化价值高,具有强烈的旅游吸引力,提供了深厚的资源优势^[4]。

2.2 政策环境

文化和旅游融合发展成为当前旅游业的一面旗帜,西安作为文化之都,为发展文旅产业提供了大力的政策支持。2020年西安市委、市政府出台《西安市推动文化旅游产业快速发展工作方案》,为文旅融合加快发展注入强大信心和动力。2021年印发了《西安市“十四五”文化和旅游发展规划》,明确要求全面推进吃住行游购娱等基础要素融合发展,充分挖掘非遗文化的商业属性,推动非遗产业与其他行业的深度融合,鼓励民众积极参与非遗展示、表演、互动和交易。2022年陕西省委宣传部与陕西省文化和旅游厅联合印发了《陕西省打造万亿级文化旅游产业实施意见(2021—2025年)》,提出了促进文化和旅游深度融合发展,鼓励用原创品牌形象生产一批具有陕西特色、中国气派、世界表达的文化旅游融合产品。西安传统饮食由来已久,代表了陕西特色与文化底蕴,将这些富有文化内涵的传统饮食资源与旅游进一步融合,既是适应大众旅游需求的必然选择,也是符合当前政策发展的必然要求,能顺应大众的美好生活和精神需求,进一步提升旅游业的文化内涵。

2.3 社会环境

促进西安传统饮食文化与旅游融合发展是内外部环境的共同要求。西安旅游产业发展火热,自成为网红城市以来,连续多年成为热门旅游目的地之一,享有较高的知名度,接待游客数量逐年上升,回民街、永兴坊作为西安著名的美食文化街区,拥有广泛的客源市场,成为西安旅游必去的景点,文化与旅游融合发展具有广泛的市场基础。消费需求升级与技术进步也是传统饮食文化与旅游融合

发展的推动力。随着大众生活水平的提升,简单的观光游已无法满足其需求,文化体验类需求助推文旅产业增加高质量的供给,技术进步为传统饮食文化与旅游的融合提供了更大的范围、更快速的传播途径。国内文化和旅游市场竞争更加激烈,新产品新业态在不断更新,以及大量美食文化主题景区的存在,提供给西安美食文化旅游街区持续发展的外部压力。

3 西安传统饮食与旅游融合发展的现状及问题

3.1 案例地概况

以西安的回民街、永兴坊旅游街区作为研究的案例地。回民街、永兴坊以其丰富的饮食资源与陕西特色小吃而出名,反映了老西安人的饮食习惯与习俗,具有较高的历史文化价值。其中回民街是西安著名的美食文化街区,由主街和其他街道组成,在90年代末由回族开始经营,在长期的融合过程中逐渐形成了具有地域特色与回族风情的传统饮食文化。街区两旁的建筑维持明清风格,具有浓厚的民族文化氛围,游客能够看到保存完好的传统街巷、寺庙、生活形态。永兴坊是国内首个以非遗美食为主题的街区,具有浓郁的关中民俗气息,汇集了陕西省11地市、107区县的历史非遗美食,向旅游者展现了积淀千年的西安传统饮食文化。自从“西安人的歌”“摔碗酒”等在社交媒体上走火后,引发了巨大的蝴蝶效应,回民街、永兴坊成为游客来西安旅游的重要打卡点,西安一跃成为网红旅游城市。饮食旅游的火热也引发了大众对于西安非遗文化的关注,传统饮食也因此成为西安旅游对外宣传的重要文化符号。本文以回民街和永兴坊两大旅游街区作为研究的案例地具有典型性与代表性。

3.2 西安传统饮食与旅游融合发展的现状

西安传统饮食历史悠久,在当前已成为一种独特的文化现象,吸引着大量游客前来打卡。现阶段回民街、永兴坊两大旅游街区已开发的饮食旅游资源以地方特色面食为主,汇聚了清真美食、关中美食、陕南美食及陕北民间非遗美食,能够对游客产生一定的吸引力,具有资源优势。通过现场调研整理出两大街区开发的传统饮食旅游资源,见表1。

这些传统面食是自汉唐延续至今,并受到丝绸之路开通、中外饮食文化交流的影响,逐渐形成独具特色的传统饮食,是西安民俗和文化的产物,为游客了解西安传统文化提供了地域媒介和载体。除了传统饮食不断在旅游中开发和发展外,回民街、

表1 回民坊及永兴坊开发的主要传统饮食资源

回民街		永兴坊	
清真美食	关中美食	陕南美食	陕北美食
牛羊肉泡馍	biangbiang 面	柞水洋芋糍粑	子长煎饼
水盆羊肉	老潼关肉夹馍	紫阳蒸盆子	子洲饅馅
灌汤包	西安甑糕	白火石杂汤	榆林羊杂碎
胡辣汤	臊子面	摔碗酒	陕北大烩菜
黄桂柿子饼	秦镇米皮羊肉泡馍	油馍馍	

永兴坊两大街区也打造了一些民俗体验活动,游客可以欣赏秦腔、皮影戏、剪纸、木偶等非遗文化表演,参与体验手工糖画、面人非遗技艺,体验西安传统节日中的民俗活动,将传统美食体验与西安非遗、民俗文化结合在一起,但对外影响力与知名度局限在本地市场层面。

目前来看,西安传统饮食与旅游融合发展取得了一定的成效,初步形成了对外宣传的城市文化旅游品牌,但商业化氛围浓厚、传统饮食背后的文化内涵尚未得到深度开发^[5],需要进一步对传统饮食背后的民俗文化进行挖掘与发展。

3.3 西安传统饮食与旅游融合发展存在的问题

3.3.1 以浅层次的旅游活动为主,游客感知度低

从游客感知的角度,通过现场走访发现,游客对于西安传统饮食文化的感兴趣程度较高,但现阶段游客对于西安传统饮食文化的了解渠道主要来自社交媒体平台,缺乏系统完整的西安传统饮食文化的认知;游客在回民街、永兴坊的旅游体验以浅层次的美食打卡为主,现有的传统饮食旅游体验薄弱,停留在美食打卡的层面,可供深度参与的传统饮食体验活动少,导致游客对西安饮食背后的传统文化感知度低,难以满足游客深层次的文化体验需求^[6-7]。整体来说目前的发展缺乏参与性和体验性,无法充分地将文化资源转化为旅游资源。

3.3.2 重形式轻文化,面临文化传承与商业化的冲突

从文化传承的角度,回民街、永兴坊等街区的业态以餐饮、网红美食为主,重形式、轻文化,商业化气息浓厚,“网红美食”受到商家和游客的追捧,而非遗名录中更为传统的饮食受到忽视。虽然市面上已有一些如“摔碗酒”“毛笔酥”的体验活动以及非遗技艺演出活动,但主要作为旅游经营者的一种营销手段,以刺激游客的消费需求为主,缺少对传统饮食文化内涵的挖掘和提炼,传统饮食的文化价值被淡化^[8]。随着旅游业的发展,回民街和永兴坊等地方的传统饮食逐渐变得商业化,大多数游客只是出于一种新奇感被吸引,对其背后的饮食来源

及民俗文化的了解少之又少,西安传统饮食文化面临商业化发展的冲突。

3.3.3 传统饮食旅游产品和服务同质化,品牌带动力有待提升

从旅游产品开发的角度,在回民街、永兴坊等旅游街区,传统饮食旅游产品和服务缺乏独特性和差异性。目前两大街区的饮食旅游产品基本上以品尝传统饮食为主,产品类型同质化严重,存在重复竞争。游客在回民街、永兴坊的传统饮食体验过程中易感到乏味和重复,二次消费少,重游率低,导致了传统饮食对城市旅游品牌与形象的带动力有限。

3.3.4 西安传统饮食文化与旅游融合发展方式单一,传统与现代的创新融合不足

从产业融合的角度,西安传统饮食文化与旅游融合发展方式单一,传统与现代的创新融合不足,融合程度有待提高。一方面,回民街和永兴坊街区的发展方式以美食打卡旅游为主,对传统饮食背后的民俗文化、习俗技艺挖掘不深入,使得传统饮食文化的凝聚力有限^[9-10];另一方面,传统饮食文化在与旅游融合的过程中,缺乏现代元素的融入和创新,传统饮食与现代的创新融合不足,对年轻游客的市场吸引力有限。

4 西安传统饮食与旅游融合发展的路径分析

4.1 以非遗美食为载体,开发个性化的民俗文化体验活动

在文旅融合发展的背景下,依托于西安的传统饮食资源,开发多种非遗美食主题的民俗体验活动,以满足游客升级的饮食文化旅游需求。在美食主题旅游活动的设计中,要深度挖掘传统饮食蕴含的价值,民风民俗、食材器具、各类特色美食制作技法、宫廷筵席文化、背后的非遗美食传承人以及传统节日饮食习俗,各个阶段都可以充分挖掘文化元素,打造成可以让游客亲身体验的环节,如亲手制作美食或亲身体验一次饮食民俗,以促进游客的参与互动,增强游客的体验性。

4.2 以多方参与为依托,打造传统饮食的旅游场景

西安传统饮食与旅游融合发展的核心在于旅游发展过程中的传统饮食文化的保护与传承,尽量避免文化传承与旅游发展的冲突。一条文化氛围鲜活的美食文化街区便是一座活的美食文化博物馆。回民街里明清风格的建筑、吆喝声里的传统清真美食、衣着回族服饰的经营者,永兴坊的唐代坊

式建筑、民俗活动、非遗技艺,就是西安传统饮食文化传承的载体,生活在街区的居民以及店铺经营者,都是传统饮食文化的实践者。在发展传统饮食旅游过程中促进多方参与,以促进对非遗文化及民风民俗的保护与传承,对于传统饮食文化,“参与是最好的保护”。

保护好非遗美食传承人及老字号店铺的利益,邀请非遗美食传承人、老字号店铺、本地居民、游客共同参与,营造浓厚的传统饮食旅游氛围,打造一个集展示、学习、参与、体验、生活为一体的传统饮食旅游场景,提高饮食旅游体验的真实性与互动性,促进西安传统饮食文化的传承,推动非遗美食技艺赋能文旅产业的高质量发展。

4.3 以传统饮食为核心,提供差异化的饮食旅游产品

目前回民街、永兴坊的饮食旅游产品单一,因而需要开发提供差异化的饮食旅游产品,形成良性竞争的商业氛围。深度挖掘西安的传统非遗饮食,开发有别于市场上同类型的网红产品。以客源市场为导向进行市场细分,设计针对亲子游、非遗研学游、养生食疗、特色美食打卡等个性化、多层次的非遗美食旅游活动和体验项目,如针对中老年人群可以推出传统养生食品、对于年轻人可以推出新潮时尚食品,深度融合西安的传统饮食文化,丰富饮食旅游产品体系。此外,需要与当地其他文化产品进行深度结合,融入秦腔、皮影戏、木偶戏、鼓乐、汉服唐装等非遗文化元素,扩大西安传统文化的品牌影响力。

4.4 以现代元素为支撑,促进传统饮食与旅游创新融合

随着科技以及网络的发展,可以借助现代元素改变传统饮食的呈现方式,向旅游体验方向转化,以促进传统饮食与旅游创新融合。融合现代科技、制作工艺等手段,对传统饮食进行创新开发。通过科技改变传统的体验方式,引入新型科技手段,如增强现实(augmented reality, AR)、虚拟现实(virtual reality, VR),提供给游客沉浸式的文化体验,借助新型科技手段,为游客提供智能化、个性化的传统饮食旅游产品导览及推荐服务,改善游客的旅游体验。并依托于小红书、抖音、微博等社交媒体,全方位多渠道开展网络营销,借助于年轻人喜闻乐见的短视频、达人直播、朋友圈种草等形式,强化西安传统饮食旅游品牌,广泛拓展年轻群体的市场,积极推动西安传统饮食创新性发展。

4.5 以“一带一路”为窗口,打造丝绸之路饮食文化旅游品牌

在当前共建丝绸之路经济带、中外合作发展的背景下,西安作为丝绸之路的起点,其悠久的历史沉淀和独特的文化内涵为打造丝绸之路文化旅游品牌奠定了良好的基础。西安传统饮食文化源远流长,受到东西方饮食历史的共同影响,拥有对外文化交流的根基。以西安的传统饮食文化作为发展丝绸之路沿线文化旅游的营销媒介和包装手段,将传统饮食元素作为丝绸之路美食文化旅游的核心,渗透到丝绸之路文化旅游的产品设计、活动体验、品牌宣传等方方面面,充分展示陕西特有的文化内涵,让传统饮食文化走出国门。同时坚持“引进来”,融入丝绸之路沿线地区的特色饮食文化、民风民俗,共同举办饮食文化主题旅游活动,以丰富传统饮食旅游产品,加强传统饮食文化方面的国际交流与合作,拓展丝路旅游市场,打造丝绸之路饮食文化旅游品牌^[11],推进西安传统饮食与旅游深度融合发展。

参考文献

- [1] 朱立挺. 西安:“国际美食之都”的饮食传统和文化基础[J]. 新西部, 2023(1): 68-72.
- [2] 张朝枝, 朱敏敏. 文化和旅游融合:多层次关系内涵、挑战与践行路径[J]. 旅游学刊, 2020, 35(3): 62-71.
- [3] 魏颂贤. 近五年国内饮食文化旅游研究综述[J]. 江苏商论, 2021(9): 16-17, 21.
- [4] 田龙过. 陕西饮食文化的历史变迁及其因果逻辑[J]. 西部学刊, 2021(21): 5-8.
- [5] 马震. 商业文化遗产的开发模式困境与其对策研究:以西安市回民街为例[J]. 经济师, 2015(8): 9-10.
- [6] 王锦秋, 于立新. 民族宗教美食旅游目的地形象感知研究:以西安回民街为例[J]. 度假旅游, 2019(4): 363-365.
- [7] 席岳婷, 贺雅娟. 基于网络文本分析的美食街区游客感知研究:以西安永兴坊为例[J]. 经济研究导刊, 2022(6): 130-133.
- [8] 冯雨, 净卓安, 周璐瑶. “网红城市”现象对饮食文化影响的调研报告:以西安饮食文化为例[J]. 产业与科技论坛, 2019, 18(2): 81-82.
- [9] 席岳婷, 贺雅娟. 基于网络文本分析的美食街区游客感知研究:以西安永兴坊为例[J]. 经济研究导刊, 2022(6): 130-133.
- [10] 胡明丽, 严艳, 李嘉钰. 具身视角下旅游饮食体验及其影响因素研究:以西安回民街为例[J]. 资源开发与市场, 2019, 35(2): 269-273.
- [11] 韩慧林, 高燕翔. “一带一路”倡议下西北丝绸之路旅游品牌提升策略探析[J]. 现代商业, 2022(1): 91-93.

Path of Integration Development of Xi'an Traditional Diet and Tourism

WANG Chengcheng

(Shenzhen Tourism College, Jinan University, Shenzhen 518053, Guangdong, China)

Abstract: In the context of the integrated development of culture and tourism, dietary culture is an important part of cultural tourism resource. As a famous historical and cultural city, Xi'an is rich in traditional dietary culture resource and has a strong attraction. The case study method is applied to analyze the current situation of the integrated development of traditional dietary culture and tourism in Xi'an, taking the Hui Min Street and Yong Xing Fang as the case sites. Taking the existing problems as an orientation, the path of integration and development of Xi'an traditional diet and tourism is explored to promote the creative development of Xi'an traditional dietary culture, enrich the dietary culture and tourism product system and boost the high-quality development of Xi'an culture and tourism industry.

Keywords: culture and tourism integration; traditional diet; integration path; case study