台湾入浙深度旅游市场拓展研究

—基于饮食文化视角

徐 迅

(浙江旅游职业学院烹饪系，浙江 杭州 311231)

【摘 要】 浙台之间的旅游日益频繁，但入浙台湾游客逗留时间较短，因而要开发适宜的深度旅游产品进一步吸引台湾游客，增加其旅游体验的满意度，从而拓展深度旅游市场。本文诠释了深度旅游和饮食文化的内涵，通过浙台两地饮食文化特色比较，阐述了浙江饮食文化旅游产品开发的途径，设计出六项基于地方特色的旅游产品，从饮食文化视角研究了入浙台湾游客深度旅游问题。

【关键词】 浙江；台湾游客；深度旅游；饮食文化；旅游产品

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1008-7508（2014）10-0044-02

浙台旅游是海峡两岸旅游的重要组成部分。自 2008 年 7 月 18 日台湾游首发，台湾已经超过港澳成为浙江居民出境旅游的最大目的地。来自国家旅游局和台湾观光局等官方网站的资料显示：大陆居民赴台旅游人数从 2008 年的 32.9 万人次增至 2012 年的 258.6 万人次；[①]台湾来浙江旅游的游客量已从 2008 年的 91.5 万人次提升到 2012 年的 162 万人次。[②③]浙江省中青国际旅游有限公司等开展台湾游业务的旅行社组织的旅游活动显示，浙江赴台旅游行程一般为 6—8 天，而来浙台湾游客的逗留时间一般不足 3 天。从饮食文化视角进行深度旅游产品的开发，以美食作为吸引物，开发体验式深度旅游产品，拓展台湾入浙旅游市场，延长台湾游客的逗留时间，提高旅游收入是当前需要研究的问题。

一、深度旅游与饮食文化内涵

体验式深度旅游是旅游的升级产品，是较发达客源地游客的主要旅游方式。美国学者约瑟夫·派恩与詹姆斯吉尔摩在 1998 年《哈佛商业评论》中提出“体验式经济时代已经来临”。深度旅游是指旅游者为了获得或满足自身层次的旅游动机而进行的旅游行为方式，与普通的观光型旅游不同的是，它更强调旅游的内容和体验，同时能放松心情，有新的观察、新的体验、新的认识、新的人际关系、新的发展，最后乃至到达潜能的发挥，自我实现。[④]美食作为关键旅游吸引物已成为业内人士的共识，史密斯（Smith）和肖（Xiao）（2008）指出美食旅游是认识、品味或消费旅游地饮食及相关资源的各类体验。[⑤]

饮食文化是指食物原料开发利用、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。[⑥]地方饮食文化则是在共同地域、共同历史和共同文化作用下，形成的积久成习的文化传统，它包括饮食风味、方式、礼仪及形成发展等，是重要的文化景观之一。[⑦]

收稿日期：2014-03-22
作者简介：徐迅（1969—）,浙江宁波人，副教授，硕士，主要从事中西饮食文化研究。

二、浙台两地饮食文化特色比较

浙江与台湾地域相近、人缘相亲，在饮食文化上存在一定的相似性，然而，因两地的历史沿革、文化背景等存在差异，体现在饮食文化上就各具特色。

浙江饮食文化源远流长，浙菜是中国“八大菜系”之一，特色鲜明：选料刻求“细、特、鲜、嫩”；烹饪独到，烹法多样，擅长炒、炸、烩、熘等；口味注重清鲜脆嫩，保持原料的本色和真味；菜品形态讲究，精巧细腻，清秀雅丽。东坡肉、西湖醋鱼、叫化童鸡、龙井虾仁、知味小笼、绍兴臭豆腐等传统名菜名点扬名海内外。

台湾菜融会了闽粤及客家菜风味并经荷兰、日本的文化影响，再结合台湾当地物产及食俗的一种菜肴，呈现出多元化的特点：自然原味，调味不求繁复，注重“清、淡、鲜、醇”；海味丰富，擅长冷食与生吃；羹汤菜肴多样，口味多酸甜；善用腌、酱菜入菜增味，讲究食补养生；小吃丰富，有“小吃王国”的美誉。台湾小吃蚵仔煎、担仔面、棺材板、海鲜粥、珍珠奶茶等是各地夜市的畅销美食。

三、浙江饮食文化旅游产品开发的途径

浙台两地的饮食文化具有较大的共性又各有千秋，研究和分析饮食文化的差异性和对饮食文化体验需求的共性，开发饮食文化旅游产品，增强旅游吸引力，促进入浙台湾游客的旅游从目前的观光型向休闲型发展，加深旅游者的旅游体验。

（一）加强交流，展示浙江饮食文化风采

自 1987 年台湾当局开放老兵对大陆探亲开始两岸旅游以来，特别是 2008 年直接三通之后，浙台两地的饮食文化交流日益频繁。浙江省人民政府台湾事务办公室、浙江大学台湾研究所、浙江省海峡两岸经济文化发展促进会、浙江省餐饮行业协会、台湾中华国际美食艺术协会等政府部门和民间团体在不同层面开展了交流，曾举办了三届“两岸发展研讨会”、两届“海峡西餐厨艺邀请赛”、“共品中华美食，同享两岸风情”征文大赛等活动，由政府牵头举办了“诗画江南美食浙江”为主题的 2011 浙江美食台湾行活动等。

同时，台湾餐饮业知名品牌“金钱豹”、“王品台塑牛排”、“鼎泰丰”、“85℃”、“斗牛士”“一茶一坐”等都在浙江开办了多家连锁店，“台湾食品城”进驻浙江食品市场、杭州百年老店“楼外楼”在台北开设分店，杭州南宋御街开设了台湾美食城。两地餐饮业的互通有无，不仅有利于民众便捷地品味两地美食，更增进了浙台两地的饮食文化交流。

（二）推出地方特色，设计旅游产品

1.杭州名菜与茗茶游

杭州菜历史悠久，中外驰名。无论是 1956 年浙江省认定的 36 种传统名菜，还是缘于“迷宗菜”的理念而出现的新杭州名菜，均一直为游客津津乐道。龙井茶为中国绿茶之魁，杭州被赋予“中国茶都”的美誉。茗茶品菜自古以来便是中华民族的待客之道，可以通过两者联动开发出系列旅游产品。如龙井村上喝龙井，楼外楼里尝名菜；吃茶菜享茶宴，茶菜有经典的龙井虾仁，还有创新的龙井问茶、龙井羊柳、龙井鲜贝、龙井鲍鱼、茶香卤鸽、红茶鹅肥肝、鲜茶蛋皮卷、五香茶干、鲜茶天目笋、茶园鱼米香等，茶宴在杭州山外山、香溢大酒店等地都被精心地研制。

2.绍兴土菜与品酒游

一部《孔乙己》让世人认识了绍兴的老酒和下酒的茴香豆，而绍兴菜和绍兴酒都孕育着丰富的地方特色，很值得游客去体验。绍兴菜富有江南水乡的风味，特别崇尚自然，扎根于乡土民间。霉笋、霉毛豆、霉千张、霉豆腐、霉干菜、霉苋菜梗等又咸又香，手剥笋、带壳煮花生、茴香豆、螺蛳、咸鱼、醉虾、盐水虾、豆干、鱼干等都是惬意的“过酒配”，醉河虾、醉蟹、糟鸡、糟青鱼干、糟溜虾仁等都弥漫着黄酒的醇香。绍兴老酒品种颇丰，有：元红酒、加饭酒、善酿酒、香雪酒、花雕酒等，不同风味的老酒给予游客不同的感受。让游客在咸亨酒店、农家小院温一壶老酒，取一筷土菜，品出唐诗宋词的韵味。

3.宁波海鲜与故里游

因历史原因，台湾有不少是宁波籍的，来浙的游客相当一部分会寻访宁波、奉化故里。宁波海鲜因产于东海，质量上乘，自古享誉海内外。甬邦厨师手艺精巧，烹制的菜肴风靡大江南北。让宁波丰富的海鲜菜肴和如旧的故里风貌勾起游客年少时的回忆，带回旅游之后永久的回味。

4.温州小吃与市场游

市场经济下的温州模式引起全世界的关注，为台湾的商务旅游者精心设计温州各大市场的游线。以温州鱼丸、灯盏糕、松糕、猪油糕、温州大馄饨等为特色的温州小吃，虽与台湾小吃风味迥异，但却有异曲同工之妙，都能极大地引发游客强烈的食欲。展示温州繁荣的小吃文化，体会温州人工作、生活两相宜的百姓生活，足以激发台湾游客深度旅游的兴趣。

5.舟山素斋与礼佛游

台湾有众多的信佛之士，到“海天佛国”舟山进行一次心仪已久的礼佛游，同时奉上精致的素斋，使游客得到一次完美的净化身心之旅，在品味美食之余，也传播了深邃的佛教文化，使游客得到双重的收获。

6.浙西美食与生态游

养身旅游是当今最受欢迎的旅游产品，台湾人注重养身的理念非常强烈。浙西地区是浙江乃至大陆享有声誉的适合养身之地，浙西的遂昌、衢州、开化、龙游等地美食无污染、原生态，让游客在浙西停下来，感受美食、感受生态、得到养身。通过对饮食文化进行深度挖掘，以一定的内容和形式来凸显、展示博大精深的浙江饮食文化®，使台湾游客感受到美味、体验到文化，自愿增加逗留时间，提高旅游的满意度，从而拓展深度旅游市场，使深度旅游成为当前台湾入浙旅游的主要方式。

参考文献：

①“中华民国交通部观光局．近”十年来台主要客源国旅客成长趋势[EB/OL].2013－07－23.http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315

②国家旅游局.2008年1-12月地方接待情况（一）[EB/OL].2009－02－13.http://www.cnta.gov.cn/html/2009-2/2009-2-13-16-5-99682.html

③国家旅游局.2012年1-12月地方接待情况[EB/OL].2013－02－17.http://www.cnta.gov.cn/html/2013-2/2013-2-17-10-23-14985.html

④ 邹开敏.国内外深度旅游研究现状[N].中国旅游报,2008-06-13(11).

⑤ Smith SLJ, Xiao H. Culinary tourism supply chains: A preliminaryexamination[J]. Journal of Travel Research,2008,46(3)：289-299.

⑥赵荣光，谢定源.饮食文化概论［M］.北京：中国轻工业出版社，2004.

⑦何宏.饮食文化对旅游发展的影响[J].社会科学战线，2007，(2)：311－313.

⑧张雅玮.上海市美食旅游开发现状及对策研究[J].旅游研究，2012,（3)：85-89.