

旅游发展背景下传统 川菜饮食文化资源开发现状研究

何星，张艳萍，何攀¹

摘要：随着全球移动互联网、物联网和中国旅游市场的快速发展，以美食旅游为主体的旅游方式正悄然兴起并得到了旅游市场以及广大游客的喜爱。川菜作为中国四大菜系之一，具有深厚的文化底蕴，已成为吸引游客来川旅游的重要因素，但在旅游发展过程中由于过度追求旅游经济效益而忽视了对传统川菜口味、技法的保护。本文对四川旅游发展过程中的川菜饮食文化发展现状进行了分析，在此基础上发现其存在的问题，并对如何保护传统川菜提出了笔者的一些建议。

关键词：传统川菜； 饮食旅游； 文化性； 餐旅融合

中图分类号：F592. 7； F719

文献标识码：A

文章编号：2069 — 1707(2018) 03 — 0089 — 05

一、川菜的发展概述

川菜作为中国传统的四大菜系（鲁菜、川菜、粤菜、淮扬菜）之一，以取材广泛、调味多变、菜式多样尤其以善用麻辣调味著称，形成别具一格的烹调方法和浓郁的地方风味。幅员辽阔的中国大地由于自然、社会、文化环境的不同，才孕育和演化了多种多样、各具特色的菜系和饮食，从中也反映出各地的饮食风俗和习惯，川菜作为中国饮食文化组成的一部分，其传统饮食是四川走向省外具有地域特色的饮食文化名片。

笔者通过对川菜起源发展相关文献的查阅和梳理，从晚清徐珂所著《清稗类钞·各省特色之肴撰》一书中就记载有京师（北京）、四川、山东、广东、福建、苏州、扬州等地饮食的特色；成书于清同治五年的《筵款风馐依样调鼎新录》中收录了2500种川菜菜式；宣统元年812930（公元1909年）年有相关印刊发行傅崇渠编撰《成都通览》里就记载了从咸丰末年（公元1861年）到光绪末年（公元1908年）47年间成都及周边城镇小吃菜肴1328种以及依照不同冷热菜、原料分类和不同的食材做法类型进行了条目整理分类^{[1] 28-36}，可见川菜在当时就已有一定规模。1959年，由著名川菜大师蓝光鉴审阅并出版的四川《满汉全席》川菜名录，其中收录了成都及周边城镇约65种菜单名；1960年出版的《中国名菜谱（第七辑）川菜专辑》，收录了成

¹收稿日期：2018 — 03 — 26

基金项目：四川省哲学社会科学重点研究基地2017年度课题“四川民族地区‘旅游+ 第一产业’融合发展研究”（LYC17 — 39）；四川省教育厅人文社科重点研究基地“四川旅游发展研究中心”2017年度课题“基于利益相关者视角下的四川省导游自由执业服务平台建设研究”（LYC17 — 48）。

作者简介：何星，男，西南民族大学西南民族研究院博士研究生；（四川成都610041）

张艳萍，女，西南石油大学讲师，西南民族大学西南民族研究院博士研究生；

何攀，男，西南财经大学工商管理学院硕士研究生。

都和重庆地区一些著名餐馆的传统川菜菜品和菜式 117 种以及传统名小吃 32 种，并介绍了四川民间传统宴席的菜品 13 种；另外《重庆名菜谱》收录了重庆地区的传统名菜、小吃等 150 多种^[2]。

由于川菜不断演进和发展以及对其他饮食口味的借鉴和融合、吸收和创新，菜品得到不断更新。川菜作为四川饮食文化的精髓，加上自身的包容性、创新性，与南来北往的商人、移民、官员、军队的交流融合，博彩各地之长，兼容汇通，乃至吸收了西方的一些食材和做法，使得川菜得到迅速发展，并逐渐形成了四川独具一格的菜系流派。著名川菜大师蓝光鉴曾对川菜进行过评价：“所谓川菜正宗者，实际是集南北烹饪高手所做的各地的地方名菜精华融于四川味，以四川人喜吃的味道出之”^[3]₂₈₋₃₂。总的来说，川菜的风味特点在于菜式的调味多变、菜品特色多样，不止是单纯以“麻辣”为大家熟知，而是兼容并蓄地吸收南北以及西方饮食特点之后的创新变化和融合发展，形成了独具四川特色风味饮食的“一菜一格、百菜百味”。

二、川菜的旅游开发现状

近年来，随着国内旅游市场的扩大以及多媒体、自媒体的广泛传播，美食逐渐成为旅游活动中最主要的组成部分，美食体验在旅游者的动机和行为方式上占据重要地位。四川省作为中国西南地区的旅游大省，不但拥有丰富的自然、人文景观，其饮食资源的开发与旅游产业相结合，对于四川的旅游产业结构调整以及整个地区的综合发展都有重要的战略意义。

随着国内国际市场的进一步开放，国内经济的迅速发展，导致整个旅游市场的活跃，使川菜独具特色的菜式和烹饪技法特色迅速发展，并进军国内的餐饮行业，逐渐在全国各地开花落地，有了较高的市场份额。经过近三十年的快速发展，川菜在不断创新突破的过程中，为餐饮产业升级打下了良好的基础，涌现了一批大家耳熟能详的川菜餐饮品牌。通过笔者的调查和走访，在广大游客和本地民众口碑比较好的川菜饭馆有：蜀九香、菜根香、皇城老妈、大蓉和、三江渔府、芙蓉苑、巴蜀味苑、老房子等本地特色化、专业化连锁经营川菜企业，并针对不同消费市场制定营销方式，创新经营机制和管理模式，取得了市场的广泛认同，获得了良好的口碑。据国家统计局公告显示，2007 年四川餐饮业销售规模达 625.53 亿元；2009 年餐饮零售额突破 1000 亿^[4]₅₆₋₆₂。直到 2015 年四川餐饮销售额 1768.4 亿元，同比增长 12.2%^[5]。

另外，随着世界移动互联网、物联网的迅速传播，在全域旅游发展背景带动下，四川省在开发饮食旅游资源这样一个新的领域上有着突出的成绩。自 2004 年开始至今举办了 14 届成都“中国国际美食旅游节”，通过举办“国际美食节”“主题美食节”以及多样的饮食旅游展演等形式，为彰显“美食之都”风采，传承弘扬川菜美食文化，促进餐饮业转型发展，拉动内需扩大消费，为丰富市民和游客生活发挥了重要作用，已发展成为川菜文化的交流平台、餐饮旅游的行业盛会和游客市民的欢乐节日，品牌效应日益凸显，取得了良好的社会和经济效益。另外积极创新“互联网+餐饮”的形式，运用电子商务等信息化手段，实施建成的智慧餐台、智能餐盘快速结算系统，满足消费者个性化、健康化消费需求，不断拓宽市场渠道，促进餐饮消费。

目前，四川省政府充分利用四川本身多样且有深厚文化的饮食资源优势，以“美丽中国、品味四川”为主题，借助“品味川菜、感知古蜀文化”活动，推动川剧、清音等非遗文化与川菜文化联动发展，打造一批促进川菜走出去的市场载体和宣传平台，借助农业、加工业和服务业相结合，提供了相对完善的优惠和保障措施，使川菜借助旅游这一东风影响越来越大，成为了四川省全域旅游产业的又一个新的增长点。

三、旅游餐饮资源开发中存在的问题

所谓饮食的文化性，是指在饮食旅游中体现的地方民俗饮食特色，并展示地域风貌、物产、技艺等多方面的内容^[6]₄₉。川菜饮食文化作为四川文化的重要组成部分，有着丰富的文化底蕴和文化积淀，并渗透到生产生活中的方方面面，甚至是四川人生活场景的缩影。现阶段，全国旅游产业快速发展，川菜作为旅游餐饮的重要组成部分，有着巨大的潜力，但目前我们在饮食资源开发中还存在认识理念、文化韵味探究、宣传促销、行业整合度等方面的不足和问题。

（一）忽视传统的技艺工序和文化底蕴

笔者通过调查发现，游客对川菜的印象停留于其色香味，往往只品尝其味道而忽视了每一道传统菜式的做法以及所代表的意义；在对川菜饮食资源的开发上，商家也缺少对川菜饮食文化的内涵挖掘和提炼，没有将传统川菜的来源、原料、工序等充分传达给游客，没有让用餐者在用餐过程中从餐馆风格、服务、餐具中体验到深厚的文化气氛。例如传统川菜中的“开水白菜”菜肴，原由川菜名厨黄敬临在清宫御膳房时创制，后经川菜罗国荣大师将烹调技术带回四川并不断发扬光大，使之成为高档筵席或川菜饭店中必不可少的菜肴。“开水白菜”名似清如开水一般，从其品相来看，清水与几棵白菜心的简单搭配，不见一星油花，难免让人觉得其无色无味，但其制作工序很是复杂：1. 熬汤要两锅两火。一锅高汤，锅里的温度大概七八十度就可以；一锅上要放个网漏，用火保温；2. 精选个头小的白菜且只留下3到4层鲜嫩的上好菜叶，将白菜根部放在调好的汤锅让浸泡，目的是让其外部茎叶软化，且根部不能断开；3. 将软化的白菜平放网漏上，用细银针在菜心上反复穿刺以便让汤汁能通过细孔进入菜叶之中；4. 用勺子将汤顺势而缓慢地淋在菜叶上，如此反复直到最外层菜茎完全熟软；5. 将白菜放上盛菜的容器里，再将熬好的新鲜高汤倒入其中。制作此道菜的关键在于其汤味浓而清，因此入口有一种清香爽口之感。从中医学的功效来看，这道菜还具有除烦、利水、清热解毒、辅助降血脂、改善血液循环以及健脑益智的作用，正符合熊四智先生所提出的：中国传统饮食具有食治养生的营养观。因此，目前在川菜饮食资源开发上，往往忽视了其传统的技艺工序和文化底蕴，也在无形中使川菜饮食独特的魅力逐渐消失。

（二）片面追求经济利益，忽视地方特色

笔者通过对成都酒店、餐馆以及小吃美食街调查发现，除了个别的几种四川传统川菜（鱼香肉丝、宫保鸡丁、夫妻肺片、麻婆豆腐、回锅肉）之外，都可以看见在各地常见的菜式中都夹杂了其他的菜品和小吃，尤其是在游客熟知度较高的旅游景区如锦里、宽窄巷子等更是将各地小吃夹杂其中（如新疆烤羊肉串、馕），千篇一律，并没有突出本地方的特色和风味。另外各类国际餐饮店纷纷进驻四川：法国大餐、意大利披萨、欧美西餐、日韩料理、巴西等南美风情餐饮，泰国、越南等东南亚料理，以及印度菜等南亚餐饮不断进入，一方面为消费者提供了更多的餐饮体验与消费选择，另一方面却淡化了川菜的主体地位，旅游者对川菜的感知度较小，也加速了传统川菜口味的消失。在对消费者对川菜社会影响的研究中，肖云忠教授运用量化的卡方检验方法，以川菜口味、环境、服务质量、价格、卫生、名气等变量分类研究，得出消费者在选择正宗的川菜馆以及川菜口味的比例分别达到81.2%和38.1%^[7]，可以看出川菜的口味正宗与否是消费者最主要的选择。另外，外地人在四川境内开设菜馆，为了迎合各地的人群，带来了大量的外地菜肴，并逐渐替代了川菜的口味，导致川菜的传统手艺和味道流失，出现了川菜特色饮食慢慢衰退的迹象。如此盲目地开发，片面追求经济效益，虽然表面上满足了不同人群的口味，但这在一定程度上破坏了川菜的整体性和独特性，开发者和经营者缺少对川菜饮食文化内涵的挖掘和提炼，不顾川菜文化内涵的盲目宣传，以点代面，没有针对性和准确性，忽略了川菜深厚的饮食文化传统的发扬，也忽视了用餐者的精神感受。

（三）旅游与饮食文化的融合度低

旅游的发展为各地饮食提供了一个很好的舞台。“食”是旅游要素和旅游过程的重要部分，旅游者对饮食是否满足，直接影响旅游的体验度。饮食不仅仅是满足游客的生理需求，如果一种美味的食物能让旅游者在旅游过程中产生身心精神上的享受，将更能提高旅游的效用和质量。游客对四川饮食的印象只是局限于麻辣味道以及火锅上，在短暂而匆忙的旅行途中，游客并没有太多的时间去品尝正宗而多样的四川美食。在成都市区，比较出名的美食街有“锦里”和“一品天下”美食街，它们立足于游客和市民，汇集了川北凉粉、三大炮、钵钵鸡、张飞牛肉、龙抄手等十几种四川小吃。但通过调查研究发现，由于美食街规模较小，总共一公里左右，将购物、休闲、小吃、娱乐融于一体，空间密集，而一到节假日，游客众多且行程匆忙，无法充分向游客展示丰富多彩的四川饮食文化，而游客也无法长时间驻足体验川菜的多样性和文化性；另外在旅游体验过程中，外地游客更希望通过参与制作或者讲解来了解其中的文化底蕴，但在我们的饮食旅游项目中并没有体现出来，因而失去了对游客的吸引力。

四、传统川菜文化的保护对策

川菜是在其悠久的历史、自然、社会发展过程中，经过漫长的沉淀积累下来的文化资源，与其历史、民族、人文、环境等因素密切相关。川菜以其独特的、传统的烹饪原料、配料、制作工序以及氛围，依托地域文化并与当地文化相结合，赢得了大众的喜爱，得到了人们的认同。因此，要使传统川菜得到继承和长远的发展，并让各地的旅游者从中可以体会到川菜饮食文化的丰富多彩，本文作如下的开发保护和探讨建议。

（一）加大政府对传统川菜的保护力度

政府要做好川菜饮食资源的规划，制定相关的政策和规章制度，联合旅游局、卫生局、餐饮协会，在餐饮产业投资政策、产业组织政策、企业管理政策上认真贯彻相关的行政法规；并以此为行业准则加强餐饮市场的公正公平、规范化和合法化建设；创建良好的环境以及市场流通渠道；对某些传统特色川菜制定专项规划，防止盲目、破坏性开发。四川省人民政府制定了四川省促进川菜走出去三年行动方案（2018—2020年），以发挥川菜独特作用，带动农业优势特色产业、绿色食品种养殖基地和农产品加工业发展，把川菜培育成我省对外开放的重要名片和特色优势支柱产业^[8]；另外，组织专家、川菜名家对川菜饮食文化的背景、历史渊源、制作工序、典故资料进行调查、整理，对各个类型的条目分类，建立川菜饮食资源信息系统，通过政府部门以及餐饮企业协会的积极配合，加强对餐饮企业（酒店、饭店、小吃街等）中的正宗川菜的菜品、口味等进行监督和评估，并按照规范的标准对相关的企业进行定级和奖励；树立川菜的行业品牌效应，从而让其他餐饮企业也能树立向广大消费者推介正宗川菜的经营意识；在菜谱制作、菜式搭配以及相关配套服务设施上都要注重川菜特色和文化展演；明确川菜饮食文化资源的历史价值、可开发性、可接受性，才能做到准确、有效地开发，防止粗制滥造和名不副实，这样才能给广大民众以真实感和文化价值感，从而实现传统川菜开发、效益和保护共赢^[9]。

（二）科学合理地进行宣传

通过挖掘、整理、创新传统川菜原料选择、加工工艺、烹饪技艺以及食材搭配开发出具有地方特色的饮食产品，借助现今科学技术，由文化旅游部门牵头，宣传部门、新闻媒体配合，加大对传统川菜文化的宣传力度，在广播、电视报刊、宣传册、网站以及菜单宣传板等方式上加以多层次、多元化的组织有益的活动来介绍推广，提高川菜品牌意识。比如通过四川美食网、网上购物平台（美团、百度糯米、大众点评等软件）以及电视媒体节目《舌尖上的中国》《食在中国》等美食文化节目；在餐厅酒店的菜单上将菜品的起源、原材料、配料、制作方式方法以及文化内涵进行介绍说明，并按照不同的地域、风味、文化条目分类，将一些不为人知的传统川菜菜品详细真实的展示在广大民众面前，才能吸引人们更方便的去关注、了解、喜爱、尊重川菜的传统以及其蕴含的文化内涵，推动川菜的创新和科技含量，这样才能促进川菜在与时俱进的进程中具有繁荣发展的生命力。

（三）饮食与旅游的融合

旅游本质上是一种文化体验、文化认知与文化分享的重要形式。同时，不同的文化又需要通过旅游来传承、创新和传播。当前四川餐饮行业面临全域旅游发展的机遇，政府机构以及经营者要通过对旅游市场信息、客源地市场信息、消费者对饮食需求信息以及社会文化信息进行收集，针对不同的对象需求，生产从包装、商标、文字说明都符合川菜特色的旅游饮食商品。在旅游线路设计包装中充分考虑游客的饮食消费和欣赏需求，将旅游景点与四川多样的菜肴、小吃（如剑阁豆腐、乐山棒棒鸡、眉山东坡菜、南充凉粉等）相结合，推动菜品创新、品牌创新、文化创新“三大创新工程”，建立川菜标准，提升川菜品质，将川菜作为特色人文景观和旅游商品项目加以推广，提高川菜饮食旅游商品的宣传度，使游客在游览过程中感受到四川饮食在不同的地理区位、文化区域以及不同的民族风情区所呈现的川味特色^[10]。不仅可以向游客展示川菜的美味，而且可以让其在欣赏美景的同时还能感受到深厚的巴蜀文化内涵。目前在成都市通过举办搭建多样化的美食节、美食博览会以及美食街的平台，提升旅游的影响力，提高游客的参与度，通过川剧、变脸等表演形式让游客深入参与体验，让游客在品尝川菜美味的同时，更会

为四川深厚的文化所折服，同时也打开了市场和提高了知名度。

（四）提高餐饮从业人员的素质

餐饮的从业人员是直接面对用餐者的群体，要使川菜在激烈的竞争环境中保持长远发展，要求从业人员不但要熟悉消费者的需求，还要了解川菜的来源、制作工序和文化内涵，引导消费者欣赏川菜的魅力和文化价值。首先，增强对餐饮服务人员的岗前服务培训、职业技能鉴定培训等，加强对厨师等技术人才的培训和管理，规范职业技术培训市场，提高培训人员质量；其次，餐厅经营者要有敬业精神、较强的业务水平和服务意识，餐厅经营要专业化。服务人员作为展示传统川菜文化的窗口，要提升他们对菜品质量的诠释，在面对川菜饮食不太了解的消费者时，不仅要讲菜品的起源、烹制、风味以及文化内涵准确真实地讲解给消费者，使消费者在用餐的同时不仅要获得生理的满足，还要增加品尝川菜所带来的文化精神满足；最后，烹饪人员要努力提高自己的技艺，对传统川菜（比如开水白菜、麻婆豆腐、宫保鸡丁等）的原材料、配料以及制作工艺都要非常熟悉，不能忽视了传统技法，导致传统菜品味道的改变以及特色风味的淡化，将会对传统川菜的继承和发扬产生严重的影响。

五、结语

川菜以其独特的口味清鲜醇浓并重及麻辣调味著称的饮食特色风味得到了大众的喜爱，不管是四川人还是外来游客都对川菜由衷地喜爱。川菜不只是一种简单的饮食或菜肴，更能反映出四川深厚的历史文化底蕴。但在旅游快速发展的同时，出现了经济对传统的过度追求而忽略对传统川菜的继承和保护。本文通过简单的论述和建议，希望对川菜饮食文化资源进行合理而有效的开发，不管是高档饭店还是小众餐馆都能展示地道的川味。希望通过“旅游+”“互联网+”的方式，在新的社会市场环境中寻找传统川菜的当代价值和存续意义，将旅游与饮食文化很好地结合起来，使广大本省居民或者外来旅游者都能享受川菜味道带来的愉悦感，同时也能了解、尊重川菜丰富多彩的餐饮文化底蕴和美感，这是川菜不断拓展市场，获得持续发展的动力。

参考文献：

- [1] 傅崇渠. 成都通览 [M]. 成都：成都时代出版社，2006.
- [2] 刘军丽. 近代川菜菜肴发展综述 [J]. 四川烹饪高等专科学校学报，2008，（1）.
- [3] 车辐. 川菜杂谈 [M]. 上海：生活·读书·新知三联书店，2004.
- [4] 杨柳. 中国餐饮业白皮书 [M]. 长沙：湖南科学技术出版社，2007.
- [5] 四川省人民政府网. 2015 年四川省餐饮业实现销售额 1768.4 亿元 [EB/OL]. [2015 - 12 - 29]. <http://www.sc.gov.cn/10462/10464/10465/10574/2015/12/29/10363690.shtml>.
- [6] 胡爱娟. 饮食文化与现代旅游 [M]. 杭州：浙江大学出版社，2009.
- [7] 肖云忠，苏玉琼. 川菜文化的社会分层功能及影响因素研究 [J]. 扬州大学烹饪学报，2010，（3）.
- [8] 四川省人民政府网. 关于印发四川省促进川菜走出去三年行动方案（2018 - 2020 年）的通知. 川办发 [2018] 18 号 [EB/OL]. [2018 - 04 - 05] <http://www.sc.gov.cn/10462/10778/10876/2018/4/3/10448300.shtml>.
- [9] 杨音南. 侗族饮食文化在旅游产业开发中存在的问题与对策 [J]. 文史博览，2008，（5）.

[10] 朱多生. 关于川菜旅游资源开发的对策研究 [J]. 商场现代化, 2008, (11) .