

国内外“食”旅游：“Food Tourism”

“美食旅游”“饮食旅游”研究比较

钟竺君 林锦屏 周美岐 张豪 韩雨婕¹

(云南大学 地球科学学院, 云南 昆明 650091)

【摘要】: 基于文献研究法, 对国内外 1996—2020 年 721 篇文献进行了梳理、归纳与总结, 从年度载文量、来源期刊类型、基金项目资助等入手, 比较了国内外“食”旅游: “Food Tourism”“美食旅游”“饮食旅游”的研究现状、热点及进展。结果表明: (1) 国外“食”旅游研究已进入成熟阶段, 国内正处拓展阶段。(2) 国内外均采用定性与定量相结合的研究方法, 国内以定性分析为主, 而定量方法相对简单, 国外定量方法趋于多元化、复杂化。(3) 国内学者对“美食旅游”“饮食旅游”分别进行了研究。(4) 文献研究得知, 韩国“食”旅游研究对全球“食”旅游研究贡献巨大。

【关键词】: “食”旅游 美食旅游 饮食旅游

【中图分类号】: F590.75 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1005—8141(2021)04—0463—09

食, 作为旅游六大要素中的第一要素, 是人们旅游活动中的重要组成部分。随着世界旅游业的迅猛发展, “食”旅游研究迅速成为国内外学者的研究热点, 研究成果颇丰。20 世纪 50 年代, “食”旅游在法国葡萄酒旅游、农庄旅游、乡村旅游的基础上发展起来^[1]。“Food Tourism”一词最初始于 1998 年以“烹饪旅游”的形式出现, 朗(LONG)将其定义为旅游者跨国界参与异域饮食的消费、制作和展示等一系列过程^[2]。21 世纪初, 国外开始了“食”旅游的规模化探索。2000 年在塞浦路斯举办第一届美食和旅游国际会议成为“食”旅游发展的重要节点, 此后“食”旅游在全球范围内迅猛发展^[3,4]。中国“食”旅游发展的雏形是古代盛行的“游宴”或“船宴”, 直到 1987 年第一届广州国际美食节的举办, 中国的“食”旅游才以美食节的形式作为依托发展起来。学者们对“食”旅游的概念定义存在差异。如, 尚雯雯认为以品尝美食、感受美食文化为主要旅游动机, 利用当地自然和人文景观来充实美食体验过程且具有文化和休闲等属性的旅游活动称作美食旅游^[5];程励、陆佑海与李登黎^[6], 李想、何小东与刘诗永^[7]等认为美食旅游也可称为食物旅游或厨艺旅游, 是一种体验美食味道, 感受美食文化的旅游活动, 强调以与美食相关的旅游资源为吸引物, 让游客通过美食获得独特的、难忘的并具有文化内涵的旅游体验, 兼具社会性和休闲性。从上述国内学者对“食”旅游的定义可知, “美食旅游”与“饮食旅游”两者间没有明确的界定^[8]。

近年来, 随着我国经济的迅速发展, 简单地“解决温饱”, 已远远不能满足新时期旅游者更高层次的需求。旅游活动过程中人们更加关注食物的品质、蕴含的特色与文化背景等。食物作为旅游目的地的重要旅游资源, 可增强目的地竞争和吸引力, 助推当地经济发展。

1 国内外文献基本概况

¹**作者简介:** 钟竺君(1995-), 女, 四川省自贡人, 硕士研究生, 研究方向为人文地理与美食旅游。

林锦屏(1963-), 女, 福建省福州人, 博士, 副研究员, 硕士生导师, 研究方向为区域旅游开发与人文地理。

基金项目: 国家自然科学基金项目“老年人群消费需求驱动下冬季避寒旅游地生态适宜度研究”(编号:41561031)

1.1 数据来源

本研究所使用的外文文献全部来源于 Web of Science 数据库(检索日期截至 2020 年 6 月 10 日),以主题为“Food Tourism”,文献类型为“article”为条件进行检索,得到检索结果 5904 条。将排序条件按照“相关性”从高到低进行排列,再根据此数据库的特性,取前 600 条检索结果作为本文外文文献的筛选范围。最终,筛选符合此主题的外文文献共计 186 篇。

本研究所使用的中文文献主要来源于中国知网,以“美食旅游”和“饮食旅游”作为主题词进行中文文献检索(检索日期截至 2020 年 6 月 10 日),主题为“美食旅游”的文献检索结果为 261 条,剔除报纸、国内会议论文、学术辑刊和不相关文章,剩余文献 191 篇,其中期刊 155 篇、硕士论文 36 篇,其中,包含综述类文献 6 篇、政策类研究文献 16 篇。主题为“饮食旅游”的文献检索结果为 421 条,剔除国内会议论文、学术辑刊和不相关论文,剩余文献 344 篇,其中期刊论文 306 篇、硕士论文 38 篇。国内外 1996—2020 年国内外“食”旅游文献年度载文量统计结果见图 1。

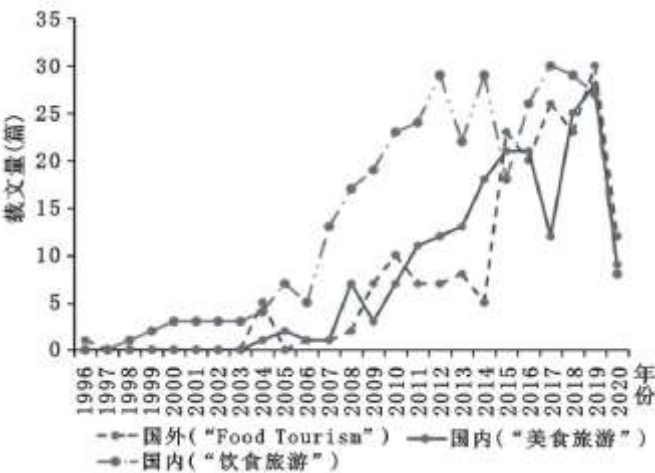


图 1 国内外“食”旅游年度载文量

1.2 来源期刊类型与学科分布

来源期刊:通过对文献的梳理归纳与总结,外文文献期刊集中在医学、旅游与休闲、可持续发展、食品营销等领域,另外还涉及服务行业、国际旅游与酒店业、旅游与文化变化等,表明国外在该领域的研究涉及范围广、研究成果丰富,学科间的交流合作也较为紧密。国内“美食旅游”文献来源主要集中于经济学方面的期刊,涵盖领域有限,缺乏学科间的深度合作与交流。

表 1 国内外学科分布排名前十位统计

国外 “Food Tourism”			国内 “美食旅游”			国内 “饮食旅游”		
学科分类	载文量 (篇)	占比 (%)	学科分类	载文量 (篇)	占比 (%)	学科分类	载文量 (篇)	占比 (%)
Social Sciences	84	45.16	旅游经济	180	50.28	旅游经济	323	52.01
Other Topics			商业经济	76	21.23	轻工	171	27.54
Business Economics	43	23.11	轻工	44	12.29	商业经济	60	9.66
Food Science	23	12.37						
Technology								

Environmental Sciences Ecology	10	5.4	农业经济	6	1.68	文化	12	1.93
Psychology	6	3.2	新闻传播	6	1.68	民族	8	1.29
Geography	5	2.7	工商管理	5	1.4	教育	7	1.13
Agriculture	4	2.2	文化	4	1.12	语言	5	0.81
Engineering	4	2.2	城乡规划与市政	3	0.84	农业经济	4	0.64
Science Technology	4	2.2	城市经济	3	0.84	公共卫生与预防医学	4	0.64
Computer Science	3	1.61	政治	3	0.84	数量经济	4	0.64

学科分类:从国内外学科分布排名前十位统计结果(表 1)可见,国外关于“Food Tourism”的文献主要分布在社会科学、经济学、食品科学技术、环境科学、心理学、地理学、农业、计算机科学等学科领域;国内“美食旅游”相关研究则分布在经济学、轻工业、农业经济、新闻传播、文化、城市规划与市政等方面;“饮食旅游”的研究主要分布在旅游经济、轻工、文化、民族、教育、语言、农业经济等方面的学科。除以上统计之外,国外“Food Tourism”研究还涉及 Biodiversity Conservation、Nutrition Dietetics、Public Environmental Occupational Health、Sociology 等方面,载文量在 1—3 篇范围内;国内“美食旅游”分布于图书情报档案、语言、美术、教育工业经济、区域经济、军事、文学等学科,载文量多为 1—2 篇;“饮食旅游”相关研究在区域经济、城市经济、环境、工商管理、地理、城乡规划与市政、工业经济、食品等学科均有分布,载文量在 1—3 篇范围内。

1.3 国内外基金项目资助的发文量分析

一般文献综述研究大都仅限于期刊载文量、期刊来源、案例地分布、作者分析等,甚少涉及到探讨论文是由哪个基金项目资助发刊。本文尝试通过对国内外基金项目资助发文量的统计,分析研究国内外基金项目资助“食”旅游研究的最新态势(表 2)。从表 2 可见,国外支持“Food Tourism”研究的基金项目数量较多。国外由某个基金项目资助发文量在 1—2 篇的比比皆是,要统计所有资助 1—2 篇发文量的国外基金项目难度较大,因此本文只统计了资助发文量在 3 篇及以上的基金项目,主要为欧洲联盟项目、美国国立卫生研究院项目等,主要机构是欧美国家的国家科学基金机构及研究中心。

在统计国外基金项目资助发文量时,发现了一种特殊现象,1996—2020 年间由我国国家自然科学基金资助刊发于国际学术期刊的论文有 8 篇,约占国外在该研究领域总刊文量的 4.3%。近年来由于我国与各国间的国际合作增多,助推了国内学者在国际期刊上发表论文。

国内“美食旅游”研究主要由国家自然科学基金、国家社会科学基金和四川省哲学社会科学规划项目、湖北省教育委员会科学研究计划等国家、地方或专项项目进行资助。资助“饮食旅游”研究发文的基金项目一般是地方性基金项目,如四川省教育厅科学研究项目、湖北省教育委员会科学研究计划项目、江苏省教育厅人文社会科学研究基金等。综上所述,国内“食”旅游研究的基金资助项目较为分散,且资助项目的发文量相对偏少,大部分发文量在 2 篇及以下。

表 2 国内外基金项目资助的发文量

国外“Food Tourism”		国内“美食旅游”		国内“饮食旅游”	
基金类别	发文量(篇)	基金类别	发文量(篇)	基金类别	发文量(篇)
National Natural Science	0	国家自然科学基金	11	四川省教育厅科学研究项	4

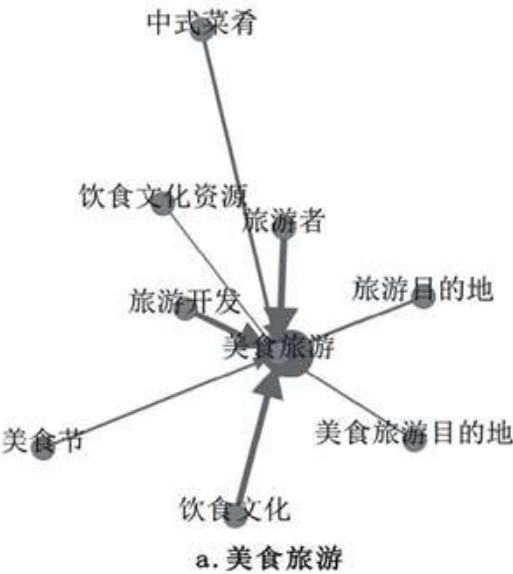
Foundation of China				目	
United States Department of Health Human Services	5	国家社会科学基金	4	湖北省教育委员会科学研究计划项目	4
European Union EU	4	四川省哲学社会科学规划项目	3	江苏省教育厅人文社会科学研究基金	4
National Institutes of Health of USA	4	湖北省教育委员会科学研究计划项目	3	湖南省教委科研基金	3
National Science Foundation NSF	3	江苏省教育厅高等学校哲学社会科学基金项目	2	四川省软科学研究计划	2
The others	162	其他	160	其他	327

1.4 研究主题

因为国外在该领域的研究主题不能直接从Web of Science 数据库获取，所以国外文献的研究主题根据研究方向进行统计。数据库中显示的该领域前 100 个研究方向中，包含了社会科学各类主题研究、食品商业经济学、食品科学技术、环境科学生态学、心理学、地理、农业、工程、科学技术其他主题等方面。由此可见，国外在该领域的研究涉及领域广，研究主题多样，研究灵活度高。

国内的研究主题统计见图 2，箭头线条的粗细代表基于该主题的发文量，线条越粗代表发文量越多，反之发文量越少。“美食旅游”研究主题主要是美食旅游、旅游者、饮食文化、旅游开发等方面，“饮食旅游”研究主题集中在饮食文化、旅游开发、旅游资源等方面。由于在“美食旅游”与“饮食旅游”文献检索过程中有 31 篇文献可交叉检索，因此图 2a 与图 2b 有部分研究主题相同。

除上述主题之外，“美食旅游”还涉及旅游资源及开发、满意度、旅游产业、旅游动机、旅游餐饮、旅游产品开发等主题，文章数量在 1—3 篇范围内。研究层次分布于行业指导、基础研究、政策研究、工程技术、行业技术、职业指导、大众科普等方面；“饮食旅游”主题还涉及民族饮食文化、旅游产品、美食旅游、旅游地、文化与旅游等，文章数量约 2—5 篇。研究层次集中在基础研究、行业指导、基础与应用基础研究、工程技术、政策研究等。



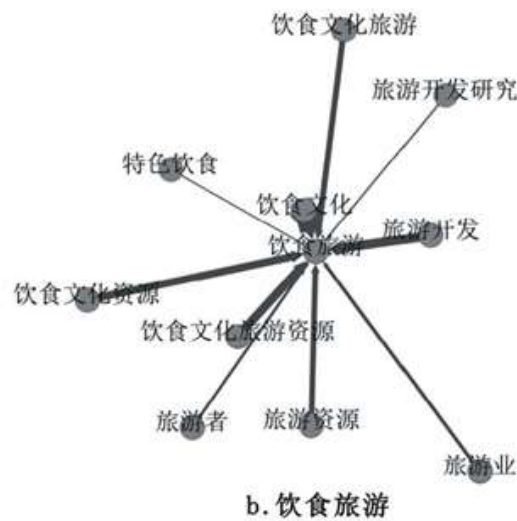
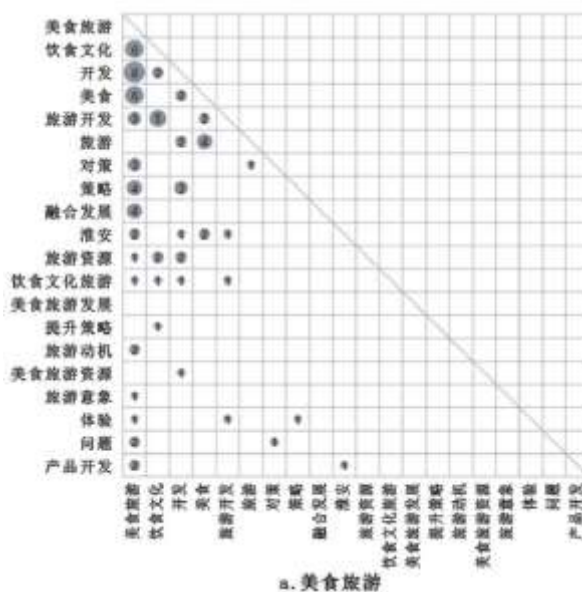


图2 国内“美食旅游”和“饮食旅游”研究主题比较

2 “美食旅游”和“饮食旅游”研究比较

2.1 关键词共现分析

分别提取国内“美食旅游”和“饮食旅游”研究文献中排名前十位的关键词，详见表3。通过对以上两个主题关键词的统计分析，发现“美食旅游”与“饮食旅游”既有联系也有区别。国内学者未对“美食旅游”和“饮食旅游”进行明确界定与区别研究，研究内容有交叉部分，如饮食文化、旅游开发、旅游资源等方向。根据图3和表3，二者又有各自的侧重点，“美食旅游”研究偏城市或地区美食发展及带来的效益，“饮食旅游”研究偏重文化挖掘与资源开发。加之对近五年“美食旅游”与“饮食旅游”关键词年度交叉情况(图4)进行分析，结果与前文所述具有一致性。另外，将“美食旅游”进行关键词共现网络关系分析。以出现频次为5进行节点过滤，选择临近节点进行关系分析，聚类分析选择3，得到图5。由图5可知，“美食旅游”和“文化旅游产品”是相关关键词的两个中心。



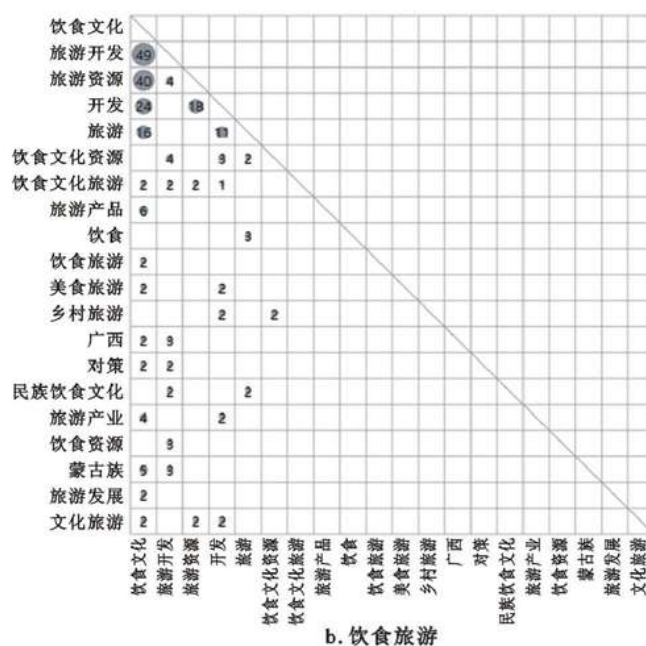


图 3 国内“美食旅游”和“饮食旅游”关键词共现矩阵

表 3 国内“美食旅游”与“饮食旅游”研究关键词比较

“美食旅游”			“饮食旅游”		
关键词	载文量(篇)	占比(%)	关键词	载文量(篇)	占比(%)
美食旅游	80	41.89	饮食文化	158	45.93
饮食文化	18	9.42	旅游开发	75	39.27
开发	15	7.85	旅游资源	52	27.23
美食	13	6.80	开发	44	12.79
旅游开发	12	6.28	旅游	33	17.28
旅游	9	4.71	饮食文化资源	15	4.36
对策	6	3.14	饮食文化旅游	14	4.07
融合发展	4	2.09	旅游产品	10	2.90
饮食文化旅游	4	2.09	美食旅游	8	2.33
旅游资源	4	2.09	饮食旅游	8	2.33

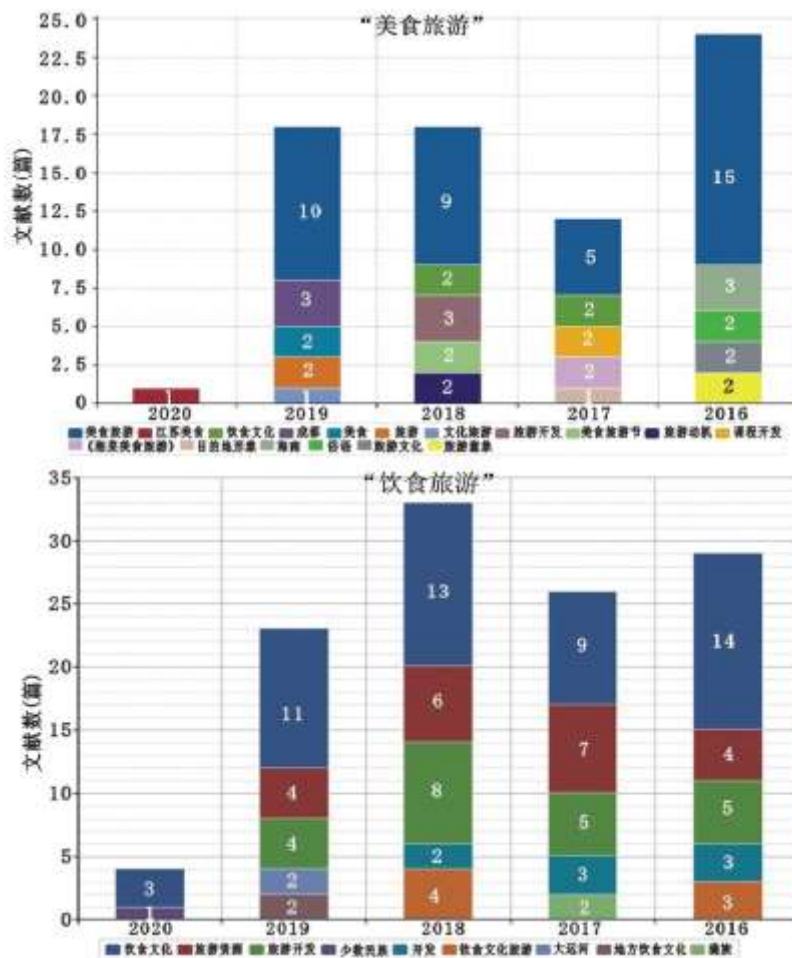


图4 近5年“美食旅游”与“饮食旅游”关键词年度交叉分析

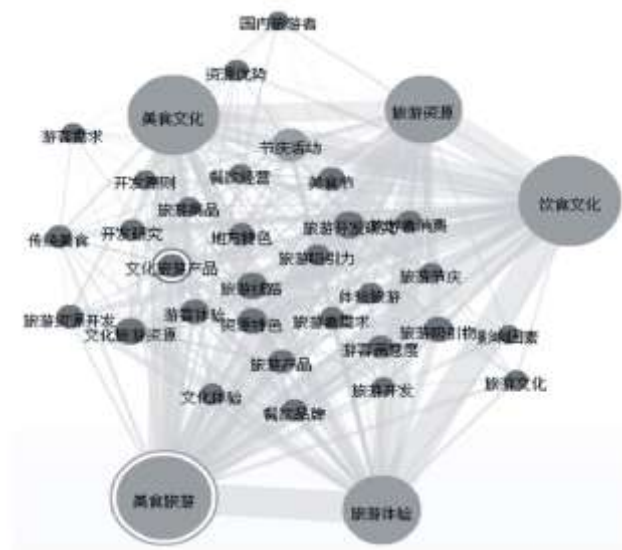


图5 “美食旅游”关键词共现网络关系

3 韩国“食”旅游研究的突出贡献

本次筛选的 186 篇外文文献中有 94 篇由韩国作者撰写, 约占总文献量的 51%, 另有部分文献是其他国籍学者以韩国城市或地区为研究案例地进行的研究。由此可见, 韩国“食”旅游是近年来食品及相关领域备受关注的研究热点。同时, 韩国的“食”旅游研究较发达, 一定程度上也带动了国内外学者对该领域研究的积极性。另一方面, 韩国大量的研究成果汲取了各国在该领域的先进研究经验与方法, 并在此基础上进行多元创新研究, 韩国的“食”旅游研究已进入成熟阶段, 一定程度上反映了韩国的“食”旅游研究具有代表性和独特性。为此, 本节专门探讨韩国“食”旅游的研究内容、研究方法、研究视角及与其他领域的关系研究。

满意度相关研究: Lee、Duksoo 通过研究动机和参与对食品旅游业满意度和参与活动的影响, 提出相应对策, 以促进食品旅游业发展和提高游客对食品旅游业的满意度^[9]; Jaegon Kim、Kyungsook Song 研究表明, 开发以美食为旅游价值的旅游资源, 不但可将独特的饮食文化介绍给游客, 而且可为人们提供美味的美食和旅游的乐趣, 因此区域性土著食品的传承和开发可以增加当地的爱国主义, 发展相关产业, 从而最大限度地提高经济效益^[10]; Kang Hyesook 探究了游客整体满意度对“食”旅游服务质量的影响^[11]。Seongsik Ahn、Ki million、Hyunjong Lee 研究了食物因素对游客满意度和旅游业目的地忠诚度的影响^[12]。Kim Heon-cheol 考察了旅游目的地选择属性对旅游满意度的影响, 而当地美食的形象在旅游者选择属性和旅游满意度之间具有调节作用^[13]。Seongyeon Hiringgon 研究了食品旅游卫生是如何影响厨师和营养师的满意度的, 为食品旅游组织在经营食品旅游餐饮服务时优先考虑预防工作提供了启示^[14]; Lee Yeonjung-Lee 检验了浦项当地食品的质量属性、普及度和旅游商品化的重要性和满意度, 为建立有效的营销方向提供信息^[15]; Yongbo Yoon 以江陵为中心研究疗养旅游食品和服务质量对游客满意度的影响^[16]; Kim Hyunji 分析了与食物有关的人格特质, 探讨了“食”旅游经历的满意度和忠诚度之间的结构关系^[17]; Park Jang-soo、Heonsu 人分析“食”旅游经历类型对购买意向的影响, 并进一步验证购买意向对游客满意度的影响^[18]。

营销策略: Kim Soon-ha 认为“食”旅游能够对当地经济产生积极影响, 从而增加区域就业, 因此迫切需要在食品旅游领域引入市场营销和商业化策略^[19]; Lee Woongkyu 等回顾并分析了韩国和国外出版的各种文献、期刊、政府文件和报纸文章, 认为有必要发展海洋食品旅游, 开发和经营高附加值的融合食品的旅游产品, 以及开发满足岛上旅游范式和游客旅游方式变化的海洋食品旅游产品^[20]; Lee Woongkyu 认为食品旅游业在全球范围内发展, 并在旅游市场上具有最大的潜力, 在乡村和渔业地区需要明星营销美食旅游, 以此促进乡村和渔业发展的“食”旅游研究^[21]; Cho Moon-Soo 基于前往济州岛的游客研究食物消费动机和食物相关经验对食物旅游参与意向的影响, 发现制定有效的营销策略, 通过促进“食”旅游来吸引游客^[22]; Yonggi Min、Bae Inho 学者以泰国街头食品行业为基准的案例进行了 SWOT 分析, 研究面向目的地营销的韩国美食旅游的战略发展^[23]; Choi Woong 研究了冬季奥运会后当地食物在区域形象、美食旅游、重访意向和区域复兴方面的结构关系, 通过不断吸引来实现区域复兴战略^[24]; Seungik Lee 通过光州和全南地区的特色食品和食品对当地食品旅游产品的影响和认知度的影响进行实证分析, 从而为振兴落后的当地经济以及成功发展新的当地饮食文化提供基础材料^[25]; Lee Hyo-seon 以韩国和日本美食为例, 探讨了“食”旅游的全球化策略^[26]。

“食”旅游资源重要性: 传统市场是“食”旅游最重要的资源之一。Park Soo-jin、Hwang Tae-gyu 认为应该系统地管理食物和旅游资源, 有效地管理食物旅游, 不断扩大的美食旅游市场中提高资源管理效率^[27]; Se oYoon-jung、Rok-Hwan Jo、Woongkyu Lee 认为为使食品旅游业商业化, 发展具有竞争性的传统和当地食品并对其进行战略性利用, 确保传统食品竞争性并使用它来复兴当地经济是非常重要的因素^[28]; Kimki-Mum、Kim Keunjong 通过开发和经营高附加值大田食品旅游产品, 简化与现有业务联系, 以应对变化的旅游模式^[29]。Sohn Jeong-Min 采用结构化问卷的定量研究方法, 总结出美食价值和营养信息的重要性, 并且二者在“食”旅游中扮演着不同的角色, 已显示出对于增加釜山重访意向的重要性。Yoon Yooshik 调查了韩国人对传统食品作为旅游资源的重视程度以及他们对传统食品的看法, 并评估传统食品的吸引力和潜力^[30]; Jaewan Park 认为传统食品的发展影响了地区和国家旅游业, 强调以区域传统、历史性和特色来更新传统食品, 并将其视为重要的文化要素^[31]; Choe Ja Young (Jacey)、Kim Seongseop 等研究了由目的地营销组织制作的“食”旅游视频剪辑, 探究潜在游客对目的地食品价值的理解^[32]; Eunhee Ki 研究了大武道葡萄酒旅游对海岛旅游的激活作用^[33]。

“食”旅游搜索渠道:Kim Soo-Jin、Shin, Seoyoung 的研究表明美食游客最常使用在线和离线渠道搜索“食”旅游信息,“食”旅游信息渠道的可信度和有用性因国籍和美食游客细分而异^[34];Im Eun Soon 找出旅游的 SNS 信息特征,认为“食”旅游信息满意度受信息共享意愿的影响,这对餐饮旅游业社交媒体的战略建设具有重要意义;Kim Hak-seon 通过 Web 信息,根据国际商业环境的变化对食品旅游业进行诊断,将成为有助于建立食品旅游业营销策略的基准数据基础^[35];Yang Seung Ryong 使用数据包络分析(DEA)技术分析了韩国美食旅游节的效率,并确定影响技术效率的因素^[36];Soon-Yeo、Jung 通过社交数据研究社交媒体用户如何形成和改变对济州岛食品的认识与理解及影响因素^[37];Seonhee Lee 认为有必要通过电视节目提供可靠的信息,从而可以更好地满足潜在和现有美食游客日益增长的需求^[38]。

“食”旅游活动的影响研究:Park、Seunghyun 着重研究游客的依恋程度和参与程度对“食”旅游选择行为的影响,政府和市场营销人员应关注“食”旅游的基本要素,如食品的真实性和旅行目的地的吸引力^[39];Chang Meehyang 研究了新颖性和食物参与对“食”旅游行为的影响,以及“食”旅游行为对重访全州比宾巴美食节意图的影响^[40];Sangmi、Lee 研究了影响“食”旅游活动的来访意向^[41];LeeJun-Yup 使用 Spsswin12.0 统计软件研究了美食游客参与度对食旅游活动参与和行为意向的影响^[42];Kwak Eun Jin 研究了食旅游中体验价值和目的地形象对旅游行为意图的影响。Kang Hyesook、Myeong So-Hyeong、Yoon Deok-In 旨在考察食品旅游景点特征对区域形象和游客行为意图的影响,结果发现信息服务,食品故事因素,食品信息和兴趣会影响区域形象^[43];YiChang-Gi 应用频率分析、探索性因素分析、确认性因素分析、可靠性分析、相关性分析和结构方程模型等方法,探讨了江原道传统地方食品在区域形象,“食”旅游和游客行为意图上的结构关系^[44];Min Kyeong 针对食品旅游博览会的受众,并分析其动机、满意度、再访意图和建议意图^[45];Jin Lee Mi、Soohyun Kim 检验食物体验因素对体验满意度和节日表演的影响^[46];Kim Yeong Gug、SuhBo Won、EvasA-nita 等将与食物相关的人格特质的概念应用于酒店和旅游业,并确定了人格、满意度和忠诚度之间的关系^[47]。

“食”旅游行为研究:Eun-Kyeong Jeong 根据智能旅游对访问束草的游客进行分类,以发现他们在食物选择和行为意图属性上的差异;Jang Yang-rye、Jeong-Im Yang、Park Jun-woon 针对中国游客,通过传统食品的选择属性和行为意图研究旅游商品化,确定选择属性对购买意向和推荐意图重要的重要性^[48];Kim Heungryul Yoon Seolmin 比较游客和泰安居民对旅游要素(食物,购物,观光,娱乐)的重要性的认识差异^[49];Kim Dong-jun、Choongho Kim 探讨中国个人游客的国内“食”旅游体验,结果表明中国游客很重视互联网上的美食体验,并且倾向于根据游客的口味相传制定旅行计划^[50]。

除上述研究内容以外,还包含诸多方面。如,健康时代的“食”旅游全球化研究,Seongyeon 通过对“食”旅游全球化的细分来研究食品旅游健康流和“食”旅游全球化策略^[51]。“食”品牌化价值体验研究,Tsai Chen-Tsang(Simon)、Wang Yao-Chin 以价值为驱动力来评估美食体验价值,将其作为品牌食品旅游的先决条件^[52]。“食”旅游目的地的定位研究,Jeong Seok、Johye Hwang 等学者根据食物的参与程度以及他们如何看待韩国的大都市作为美食旅游胜地,来研究居民的观念差异^[53]。“食”旅游市场细分研究,Seongyeon、Kim Geun-hye 采用统计处理技术分析,频率分析,因子分析,聚类分析和逻辑回归分析等方法,通过细分探究了美食旅游和区域旅游振兴发展^[54];Minhana、Gyuwan Choi 探索了外国游客的市场细分,识别和预测游客的行为并提出相应的营销策略^[55];Sungjin Kang Do Gyeong-rok、Rokhwan Jo 通过利用韩国人与食物有关的行为来识别外国游客在韩国当地的饮食旅游细分,并提供外国食物游客的概况^[56]。时空变化与“食”旅游的关系研究,Park Mi Hyeon 收集了 1971 年至 2011 年的官方餐厅数据,并使用 Open Geo DA 软件分析了空间自相关和空间回归,探究时空变化与当地“食”旅游的关系^[57]。新型食品服务业应用研究,Do Gyeong-rok Min Woonsik Kim 研究了清真食品消费体系的环境特征与社会建设^[58];Jaewan Park 通过对永东地区经营示范餐厅的管理人员进行实证分析,得出当地食品菜单的发展对当地政府和食品服务业非常重要^[59];Kim、Sangkyun 以日本立林面条大奖赛为例,探究美食节旅游业发展的历史和地理背景^[60]。

通过系统梳理、总结和归纳有关韩国“食”旅游研究的文献,发现韩国“食”旅游研究内容涉及广泛,研究成果颇丰,包含“食”旅游满意度相关研究、“食”旅游资源、“食”旅游行为、“食”旅游网络搜索平台、“食”旅游营销策略、“食”旅游市场细分等研究。从该研究内容及研究阶段上看,这是一个由浅及深的过程,众多学者由发现“食”旅游资源,探究价值,到探究“食”旅游如何成为旅游目的地吸引旅游者的重要资源,特别是发现“食”旅游具备独特的研究价值,逐步丰富了“食”

旅游研究内容与成果。除上述研究内容以外,韩国的“食”旅游相关研究还涉及“食”旅游网络搜索平台研究、健康时代的“食”旅游研究、时空变化与“食”旅游的关系、新型食品服务业应用、“食”旅游的背景探究,这部分已从一般研究层面上升至与其他领域的关系研究,研究区由城市、地区、国家逐渐向全球化扩张。

研究目的是为了将“食”旅游作为旅游目的地的重要吸引力资源或重视利用“食”旅游资源,从而带动地区经济发展、文化传承等。同时,韩国“食”旅游的研究方法有效结合了其他研究领域的方法,涵盖了外文文献中的大部分研究方法,部分创新性研究方法也出自韩国“食”旅游研究领域。可以说,韩国“食”旅游研究为整个“食”旅游研究领域作出了突出贡献,由于不断地探索“食”旅游研究内容与研究方法,“食”旅游的研究视角也随之拓宽,这就不可避免地需要借鉴、利用其他领域的研究方法,进行多领域、多学科的协同研究。韩国“食”旅游相关研究也存在薄弱之处,表现为虽然研究内容较为成熟、成果较多,但缺乏全面系统科学的研究体系支撑。

4 评述与展望

“烟火人间,风味长存”,吃是生物的本能,是一切活动的力量来源。生活离不开食物,这是人们平衡工作与生活必不可少的一部分。因长期受到人们的追捧与青睐,食物逐渐地成为了反映社会现象最直接的一种表达方式,当今社会的食物不仅仅是“解决温饱”,更是一种精神享受,是高层次的人类需求活动。食物与旅游的巧妙融合,衍生出一种具备社会和休闲属性的新颖旅游形式——“食”旅游。“食”旅游并非经久不衰,它的可持续发展依然离不开系统科学研究的支撑。通过梳理、归纳与总结国内外“食”旅游相关文献发现,国内外在该领域的研究存在较大差距。国外在该领域的研究起步较早,综合运用定性与定量相结合的方法,研究成果较国内多,且定量分析法较国内研究的层次深,与其他学科领域广泛交叉;而国内在该领域的研究起步晚,目前仍处于初级阶段,研究成果多为描述性研究,缺乏定量研究、与多学科领域的融合研究,未形成系统科学的“食”旅游研究体系。本文通过对国内外“食”旅游相关文献的研究比较,为国内学者今后在该领域的研究提供具有科学理论依据的研究思路,帮助确定研究方向,以期进一步加强与深化国内“食”旅游研究。

首先,重视理论与实践研究相结合,加强“食”旅游的基础理论研究。我国“食”旅游研究虽已有十几年时间,但目前的研究处于“瓶颈”阶段,多为照搬或借鉴国外的研究模式。我国“食”旅游的相关理论研究严重滞后于实际发展,导致充分挖掘和全方位开发“食”旅游的经济、文化价值受阻,影响了“食”旅游的创新性发展。因此,在今后的研究中应注重旅游经济学、社会学、食品研究、生态学等理论方法的拓展与应用,加强与相关学科领域的结合。同时,重视“因地制宜”发展“食”旅游,突出区域特色,打造地区独树一帜的硬招牌等。通过完善理论研究,加强实践指导,构建系统科学的“食”旅游研究体系,为“食”旅游发展过程中出现的困境与发现的问题提供可行性建议,实现“食”旅游的理论与实践均衡发展。

其次,优化、完善国内“食”旅游的研究方法。目前国内外关于“食”旅游的研究都采用了定性与定量相结合的研究方法。不同的是,国外关于该领域的研究以定量研究方法为主、定性分析为辅,能熟练地运用多元化、网络化、系统化的定量分析方法收集与处理相关数据;而国内的“食”旅游研究多停留在描述性分析层面,部分研究虽运用了定量分析方法,但研究层次浅、内容单一。因此,要提升国内“食”旅游研究质量,必须坚持以定量分析为主,辅之以定性研究,以此构建相关数理模型,为“食”旅游研究提供科学的数据支撑,及时预判“食”旅游的发展趋势,抢占市场先机,延长“食”旅游目的地的生命周期。

第三,科学地规划与定位“食”旅游,助推“食”旅游创新研究。“食”旅游是一种新颖的旅游形式,以食物为主要“拉力”吸引旅游者前来旅游,但目前各地食旅游产品同质化严重、美食质量堪忧等问题依然使“食”旅游发展面临困境。主要原因是:各景点或地区没有正视食物对旅游的重要价值,仅单一地为获取更多的经济效益而设置美食店面、街区,千篇一律,缺乏创新意识。经济发展的强大驱动力在于消费,而“食”作为旅游六大要素之首,具备驱动消费的强劲动力,因此,如何定位与发展“食”旅游成为解决问题的关键所在。在未来的发展中,相关部门要科学地认识“食”旅游的经济价值与社会文化意义,重视地区美食的特色化、创新性发展;同时对“食”旅游做出科学、系统、完善的规划与定位,促进“食”旅游的创新可持续发展。

参考文献:

- [1]刘琴, 何忠诚. 我国美食旅游研究领域文献的可视化分析[J]. 生产力研究, 2019, (9): 101-105, 146.
- [2]LONG L. Culinary Tourism(material worlds) [M]. Lexington:The University Press of Kentucky, 2004: 4.
- [3]朱桃杏, 陆林, 蒋秀兰. 芜湖市美食旅游产品开发初探[J]. 资源开发与市场, 2005, 21(2): 167-168, 171.
- [4]Weiler B, Hall C M. Special Interest Tourism[M]. London: Bellhaven Press, 1992: 1-14.
- [5]尚雯雯. 美食旅游动机视角下餐饮老字号游客满意度与忠诚度研究[D]. 开封: 河南大学硕士学位论文, 2015.
- [6]程励, 陆佑海, 李登黎. 儒家文化视域下美食旅游目的地品牌个性及影响[J]. 旅游学刊, 2018, 33(1): 25-41.
- [7]李想, 何小东, 刘诗永. 国内外美食旅游发展趋势[J]. 旅游研究, 2019, 11(4): 5-9.
- [8]杨占武. 宁夏旅游资源与文化旅游产业发展报告[M]. 银川: 宁夏人民出版社, 2015.
- [9]Lee, Duk soo. The Impact of Motivation and Participation on Satisfaction and Participation in the Food Tourism Industry[J]. Korean Journal of Tourism Research, 2013, 28(5): 325-342.
- [10]Jaegon Kim, Kyungsook Song. The Influence of Traditional Native Products Tourism Motivation on Expectations, Community Attachment and Tourism Satisfaction in Festivals[J]. The Journal of the Korea Contents Association, 2011, 11(10): 434-448.
- [11]Kang Hyesook. The Influence of Overall Tourist Satisfaction on the Quality of Food Tourism Service: Centered on Tourists in Jiangling District[J]. Journal of Tourism and Leisure Research, 2016, 28(9): 155-17.
- [12]Seongsik Ahn, Ki million, Hyunjong Lee. The Impact of Food Factors on Tourist Satisfaction, the Impact on Tourism Destinations and Destination Loyalty[J]. Journal of Tourism and Leisure Research, 2011, 23(3): 63-86.
- [13]Kim Heon-cheol. The Moderating Effect of the Local Food Image in the Influence of Tourism Destination Selection Attributes on Tourism Satisfaction: Gijang Town is the Center[J]. Tourism Research, 2019, 44(4): 151-169.
- [14]Seongyeon Hiringgon. Research on the Safety and Sanitation Conditions and Internal Customer Satisfaction of Food Tourism Crowds Focus on Group School Food Service in Daegu Elementary and Middle School[J]. Journal of Mice&Tourism Research, 2017, 17(4): 77-94.
- [15]Lee Yeonjung. Pohang's Local Food Quality Attributes, the Importance of Popularization and Tourism Commercialization Strategy and Satisfaction Analysis[J]. Culinary Science&Hospitality Research, 2017, 23(3): 227-241.
- [16]Yongbo Yoon. A Study on the Impact of Health Tourism Food and Service Quality on Tourist Satisfaction-Taking

Gangneung as the Center[J]. Food Service Industry Journal, 2015, 11(2) : 41-54.

[17]Kim Hyunji. Research on the Structural Relationship between Foodrelated Personality Traits, Satisfaction and Food Travel Loyalty:Focusing on Tourists who Participated in the 2015 Slow Food Asia Pacific Festival[J]. Korean Journal of Hospitality and Tourism(KJHT), 2016, 24(4) : 181-200.

[18]Park Jang-soo, Ha Heonsu. The Influence of the Type of Food Tourism Experience on Purchase Intention and Tourist Satisfaction:Focus on the Participants of Daegu Food Tourism Expo[J]. Culinary Science&Hospitality Research, 2016, 22(7) : 11-21.

[19]Kim Soon-ha. Literature Research on the Development of Gourmet Tourism[J]. Journal of Hotel&Resort, 2014, 13(2) : 51-70.

[20]Lee Woongkyu. Measures to Activate Food Tourism Using Ingredients from Uryungdo and Dokdop[J]. The Journal of Korean Island, 2019, 31(3) : 93-126.

[21]Lee Woongkyu. Gourmet Tourism Research to Promote the Development of Villages and Fisheries[J]. The Journal of Korean Island, 2017, 29(1) : 39-62.

[22]Cho, Moon-Soo. The Influence of Food Consumption Motivation and Preference for Food-related Experience on Food Tourism Participation Intention : Based on Tourists Visiting Jeju Island[J]. Journal of Tourism and Leisure Research, 2016, 28(3) : 233-251.

[23]Yonggi Min, Bae In-ho. Strategic Development of Korean Food Tourism for Destination Marketing:A Case Study Based on the Thai Street Food Industry[J]. Korean Journal of Tourism Research, 2015, 30(5) : 513-533.

[24]Choi Woong. The Structural Relationship of Local Food in the Special Area of the Winter Olympic Games in terms of Regional Image, Gourmet Tourism, Revisiting Intention and Regional Revival:Realize the Regional Revival Strategy through the Continuous Attraction of Tourists after the Winter Olympics[J]. Korean Journal of Hospitality and Tourism(KJHT), 2017, 26(5) : 151-170.

[25]Seungik Lee. Research on the Awareness of Local Food Tourism Products and Market Vitality Methods-focusing on Gwangju and Jeonnam[J]. Journal of Hotel&Resort, 2012, 11(2) : 101-123.

[26]Lee Hyo-seon. Global Strategy of Food Tourism:Taking Korean and Japanese Food as Examples[J]. Journal of the Society of Japanese Language and Literature, Japanology, 2012, 56 : 379-396.

[27]Park Soo-jin, Hwang Tae-gyu. Classification and Comparative Research on the Importance of Food Tourism Resources[J]. Journal of Korea Regional Economics, 2018, 16(3) : 91-112.

[28]Seo Yoon-jung, Rok-Hwan Jo, Woongkyu Lee. Gourmet Tourism has Developed to Use Traditional and Local Cuisine[J]. Journal of Rural Tourism, 2011, 18(1) : 117-133.

-
- [29]Kim ki-Mum, Kim Keunjong. Research on the Development of Food Tourism Contents on Daejeon Tourism Promotion Plan[J]. Food Service Industry Journal, 2019, 15(4) : 157-168.
- [30]Yoon Yooshik. Research on Traditional Food Purchase Intention Based on the Attraction of Traditional Food as Tourism Resources[J]. The East Asian Society of Dietary Life, 2009, 19(5) : 819-826.
- [31]Jaewan Park. Awareness of Gangwon-do Local Food Menu Development[J]. International Journal of Tourism and Hospitality Research, 2008, 22(1) : 179-190.
- [32]Choe Ja Young(Jacey), Kim Seongseop(Sam). The Influence of Tourists' Local Food Consumption Value on Attitudes, Food Destination Image and Behavior Intentions[J]. International Journal of Hospitality Management, 2018, 71 : 1-10.
- [33]Eunhee Ki. Research on the Activation of Dabudao Wine Tourism on Island Tourism[J]. The Journal of Korean Island, 2014, 26(1) : 99-120.
- [34]Kim, Soo-Jin, Shin, Seoyoung. Exposure, Credibility and Practicality of the Food and Tourism Information Channel for Japanese and Chinese tourists[J]. The East Asian Society of Dietary Life, 2017, 27(5) : 558-568.
- [35]Kim Hak-seon. Exploratory Research on Big Data's Semantic Network Analysis of Food Tourism[J]. Culinary Science & Hospitality Research, 2017, 23(4) : 22-32.
- [36]Yang Seung Ryong. DEA Efficiency Analysis of Korean Food Tourism Festival[J]. Journal of Tourism Management Research, 2015, 19(5) : 85-103.
- [37]Soon-Yeo, Jung. Semantic Network Analysis Research on Jeju Food Tourism: Using Social Media Big Data[J]. Korean Management Consulting Review, 2020, 20(1) : 85-95.
- [38]Seonhee Lee. The Influence of TV Program Viewing Motivation on the Reliability, Satisfaction and Willingness to Visit Food Tourism[J]. Journal of Tourism and Leisure Research, 2019, 31(10) : 356-375.
- [39]Park, Seunghyun. Determine the Determinants of Food Tourism Behavior: Focus on the Impact of Location and Participation[J]. Journal of Tourism Sciences, 2010, 34(6) : 149-169.
- [40]Chang Meehyang, Kim Jung-Hoon, Kim Daecheol. The Influence of Food Tourism Behavior on the Revisit Intention of Food Festival Tourists[J]. Sustainability, 2018, (10) : 3534.
- [41]Sangmi, Lee. Affecting the Intention of Visiting Food Tourism Activities[J]. The Journal of the Korea Contents Association, 2010, 10(8) : 417-425.
- [42]Lee Jun-Yup. The Influence of Food Tourist Participation on Food Tourism Activity Participation and Behavior Intention[J]. Journal of Tourism Management Research, 2009, 13(2) : 177-198.

-
- [43]Kang Hyesook, Myeong So-Hyeong, Yoon Deok-In. The Influence of the Characteristics of Gourmet Tourist Attractions on the Regional Image and the Behavioral Intentions of Tourists-centered on Tourists in Gangneung Area[J]. Journal of Hospitality and Tourism Studies, 2015, 17(2) : 81-102.
- [44]Yi Chang-Gi. The Influence of Local Food on the Image of the Region, Food Tourism and Tourist Behavior Intention: Focus on Local Food in Gangwon Province[J]. Journal of Hospitality and Tourism Studies, 2018, 20(1) : 116-138.
- [45]Min Kyehong. A Study on the Types of Local Restaurant Management and the Activation of Food Tourism-Centering on Jeonju[J]. The Korean Journal of Culinary Research, 2009, 15(1) : 47-58.
- [46]Jin Lee Mi, Soohyun Kim. The Influence of Food Experience Factor(4Es) on the Experience Satisfaction and Festival Performance of Jeollabukdo Cultural Tourism Festival[J]. The East Asian Society of Dietary Life, 2020, 30(1) : 20-34.
- [47]Kim Yeong Gug, Suh Bo Won, Eves Anita. The Relationship between Food-related Personality Traits, Satisfaction and Loyalty of Tourists Participating in Food Events and Festivals[J]. International Journal of Hospitality Management, 2010, 29(2) : 216-226.
- [48]Jang Yang-rye, Jeong-Im Yang, Park Jung-woon. Research on Tourism Commercialization through the Selection Attributes and Behavioral Intentions of Zhongzong Traditional Food: for Chinese Tourists[J]. Journal of Tourism Management Research, 2016, 20(6) : 439-457.
- [49]Kim Heungryul, Yoon Seolmin. Research on the Evaluation of the Importance and Preference of Urban Tourism Elements by Tai'an Tourism and Leisure Company-Focusing on the Comparison between Tourists and Residents[J]. Korea Academic Society of Hotel Administration, 2010, 19(4) : 1-17.
- [50]Kim Dong-jun, Choongho Kim. A Qualitative Study on the Experience of Chinese Tourists' Food Tourism[J]. Food Service Industry Journal, 2015, 11(1) : 95-105.
- [51]Seongyeon. The Globalization of Food Tourism in the Healthy Age Motivation and Focus of Decision-making[J]. Korean Journal of Tourism Research, 2015, 30(1) : 141-162.
- [52]Tsai Chen-Tsang(Simon), Wang Yao-Chin. The Experience Value of Food Tourism Branding[J]. Journal of Destination Marketing & Management, 2017, 6(1) : 56-6.
- [53]Jeong Seok, Johye Hwang. The Positioning of Gourmet Tourism Destinations: Centered on Metropolitan Areas[J]. Journal of Tourism Sciences, 2018, 42(5) : 55-71.
- [54]Seongyeon, Kim Geun-hye. Gourmet Tourism and Regional Tourism Revitalization through Segmentation-focusing on Dishes Cooked with Herbal Food[J]. Journal of Hospitality and Tourism Studies, 2013, 15(3) : 351-369.
- [55]Minhana, Gyuwan Choi. Gourmet Tourism Segmentation: Application of Potential Category Analysis to Foreign

Tourists[J]. Korean Journal of Hospitality and Tourism(KJHT), 2018, 27(8) : 81-95.

[56]Sungjin Kang, Do Gyeong-rok, Rokhwan Jo. Research on Market Segmentation of Foreign Tourists to Revitalize Local Food Tourism[J]. Korean Journal of Tourism Research, 2014, 29(5) : 177-197.

[57]Park Mi Hyeon. The Relationship between Time and Space Changes and Local Food Tourism[J]. Journal of Tourism Sciences, 2013, 37(9) : 147-166.

[58]Do Gyeong-rok, Min Woonggi, Moonsik Kim. The Significance of the New Food Service Industry from the Perspective of Cultural Tourism:Environmental Characteristics and Social Construction of the Halal Food Consumption System[J]. The Journal of Cultural Exchange, 2018, 7(3) : 29-54.

[59]Jaewan Park. The Research Trend of Traditional Food[J]. The Journal of the Korea Contents Association, 2010, 10(12) : 415-424.

[60]Kim, Sangkyun. Understand the Historical and Geographical Background of the Tourism Development of the Food Festival:Take the Tachibayashi Noodle Grand Prix as an Example[J]. Tourism Planning&Development, 2015, 12(4) : 433-446.