

旅游区地方特色食品产业标准化管理模式研究

Study on the industrial standardization management mode of the local special food in tourist areas

朱 芳

ZHU Fang

(湖南涉外经济学院, 湖南 长沙 410205)

(Hunan International Economics University, Changsha, Hunan 410205, China)

摘要:针对目前旅游区地方特色食品产业良莠不齐的局面,提出以地方特色食品产业发展为源头,结合多部门,挖掘一方食品特色文化,建立旅游区地方特色食品标准体系及地方特色食品保护与管理机制,多层次打造当地特色食品工业化、产业化发展的链条,形成地方特色食品连锁化经营,完善当地特色食品的管理模式,为当地的餐饮行业及特色食品加工产业挖掘新的经济增长点,为当地旅游业发展提供一条新思路。

关键词:旅游;特色食品;标准化;系统化

Abstract: Focusing on the uneven qualities of current local special foods in tourist areas, propose to take the industrial development of local special food as source, combine multi-departments, and excavate local special food culture, to establish a standard system and protection/management mechanism of local special food. Create the industrialization chain of local special food, form a food management chain with local characteristics, improve the management mode of local special foods, to find new economic increasing points for local catering service industry and special foods and, and provide a new way for the development of local tourism.

Keywords: tourism; local food; standardization; systematization

当前旅游业已是世界上最大的新兴产业,每年国际旅游业的交易额已超过 3 000 亿美元^[1]。中国在过去 30 多年间,平均经济增长率达到 7.4%,而旅游业就是创造高附加值的产业之一^[2]。对于外出旅游者来说,在旅游活动食、宿、行、游、购、娱六大要素中,食通常排在了首位,可见餐饮供应和旅游食品的购买在旅游活动中占有极为重要的地位。在旅游业发达的国家和地区,旅游餐饮的收入通常达到旅游业总

收入的 30% 左右^[2]。

旅游区特色食品作为旅游区的组成部分,其本身就是一类旅游资源——具有地方特色的名吃、名菜、名点就是潜在的文化旅游资源。关于地方特色食品,各地说法不一。在《中国旅游大词典》^[3]中,特色食品指口味上具有特定风格特色的食品,或具有浓厚地方特色的小吃为目的的旅游餐饮。在各地出台相关《食品安全标准》中,特色食品的定义为对本地区具有文化传承功能、地方特色鲜明的食品。参考相关资料,本文将地方特色食品界定为具有当地特色,在口感味道、色香味方面及外表上存在地区唯一性的食品,而旅游区地方特色食品则是指满足当地游客的饮食需求,并具有当地特色的地方唯一性的餐饮食品及其工业化产品。旅游区中特色食品可分为 3 种即:当地特色菜肴、预制品(主要指半成品、散装食品,如腊肉、腌菜等)、工业成品(一般指包装即食食品)。

旅游区地方特色食品在管理方面已经受到国内专家学者的普遍关注^[4]。然而旅游业在快速发展的同时,旅游区地方特色食品发展的问题也日益凸显,作为当地餐饮行业的重要组成部分,旅游消费的重要经济增长点,解决旅游区地方特色食品发展中出现的问题,是地方特色食品自身生存的要求,也是在今后发展中形成地方特色食品工业化生产的必要条件,同时也是带动当地旅游产业化发展的重要策略。

近年来,旅游区地方特色食品的问题主要集中在食品认知、规范经营、安全生产等管理方面,正如李鑫^[5]提到的食品事件频发,严重影响了一个国家、一个地区、一个景点的“形象工程”。寻求有效的管理手段来妥善控制与解决旅游区地方特色食品发展中出现的问题,成为了旅游区特色食品自身生存发展的前提,也是旅游区地方特色食品实施工业化发展的关键。基于以上原因,本文提出建立特色食品系统化、标准化管理体系已势在必行,对旅游区地方特色食品实施系统化、标准化管理,不仅能完善当地的特色食品管理,而且能为当地旅游业发展提供一条新思路。

基金项目:湖南省旅游局课题(编号:2014LYB06)

作者简介:朱芳(1975—),女,湖南涉外经济学院讲师,硕士。

E-mail:474709799@qq.com

收稿日期:2017—05—25

1 旅游区地方特色食品产业发展中存在的问题

1.1 原材料使用、制作工艺的随意性

大多数旅游区的特色食品在原材料使用方面没有统一的标准,因人而异,随性而定。有的是外来商户根本不了解当地特色食品的原料要求,随意进货影响了菜肴或加工食品的口味;有的则是不良商户,在食品原料上故意以次充好,加加工工艺上粗制滥造。制作工艺的随意性指地方特色食品制作工艺缺乏传承性。传统的制作工艺手段在经济利益的驱使下逐步丧失原有的严谨与内涵,粗制简化的形式制作工艺手法代替了传统的地方特色食品的制作工艺手法,并冠以传统制作工艺的特色食品。

原料与加工制作工艺的随意性,导致家家自称正宗却店店口味不同。“劣币驱逐良币”,使真正的传统工艺制作的特色食品无法立足,严重降低当地特色食品的品质,让初次接触当地特色食品的游客对该地方特色食品产生误解,造成不良的口碑传播。其潜在的危害是影响了当地特色食品的工业化产品走向全国。

1.2 质次价高、随意宰客

质次价高体现在3个方面,第一,产品的价格远远高于产品本身的市场价值,如青岛的“天价虾”,三亚的“天价鱼”;第二,产品质量或份量与产品价格不符,以北京烤鸭为例,市面上同样标注“正宗北京烤鸭”的产品品牌数以百计,其价格相差数倍,分量与质量也相差甚远;第三,以次充好,甚至用病死猪肉或禽肉为原料,采取工业染色剂和香料掩盖不良外观和气味,完全是“坑蒙拐骗”产品。根据媒体报道统计发现,仅2016年,全国媒体公开曝光了至少18起“天价消费”事件。其中,13起“天价事件”均发生在食品领域。“青岛天价大虾”事件在2015年10月查处后,原来的商铺至今无人问津。可见,旅游区地方特色食品缺乏规范化管理,不仅阻碍了当地特色食品行业的市场形象,对当地的特色食品产业化发展是一个致命的打击,严重影响了当地旅游业的健康发展。

1.3 食品安全管理意识不强,监控不到位

食品安全一直是国内外学者专家关注的问题,建立食品安全监管体系的动态管理模式^[6]对加强食品安全管理意识与监控是有必要的。旅游区食品的安全则关系到旅游者与当地居民的身体健康和生命安全,关系到当地经济健康发展

和社会稳定,因此旅游区的食品安全也将成为备受社会关注的热点问题。

由于旅游过程的流动性,以及游客在景区就餐及采购食品过程中的随机性,加之食品安全事件发生后游客由于行程的安排,无法进行及时举报,政府部门无法及时取证,旅游区食品安全监管成为棘手问题,仅在发生重大食品安全事件后,才有可能得以重视。近年来有关食物中毒或疑似食物中毒的重大食品安全事故新闻报道中,近80%事件发生在旅游区或旅游过程中。如2017年3月,新加坡马来西亚游客在广东佛山市酒店用餐后出现食物中毒现象;2017年4月,重庆长江黄金游轮有限公司游轮上130余名游客出现疑似食物中毒的现象。事件的受害者涉及国内外游客,使地旅游业的负面影响波及国内外。

1.4 旅游区地方特色食品游客满意度低

切实做好旅游区特色食品安全的管理工作,提高食品生产、销售的安全意识,加强食品卫生监控,在旅游区特色食品管理中形成“产、销、控”的系统链条打造已经是迫在眉睫的工作了。笔者针对旅游区地方特色食品的发展问题,在旅游区发放1000份问卷,从旅游者对旅游区地方特色食品的综合感知和满意度两方面进行了调查,目的是了解旅游区地方特色食品的发展现状与生存空间。

首先,从旅游者的综合感知方面分析,抽取有效综合因子评价指标进行分析,对每项指标加以说明,限定范围,得出该指标的权重。表1为感知权重评价表所示,由表1可知:评价指标中,餐饮消费支出的权重为0.586,说明在旅游活动中旅游者的餐饮消费支出较高,餐饮在旅游业的发展中占有重要地位;旅游活动中当地特色餐饮的消费支出权重为0.318,说明当地特色餐饮受欢迎的程度不高;旅游活动中购买当地特色食品的消费支出权重为0.354,说明游客对当地特色食品的认知率不高,同时也可说明当地特色食品的产业化发展规模不大,难以形成连锁经营化销售模式;正面调查旅游活动中特色食品在生产、销售安全管理的必要性,同时在实地访谈中得到某种食品安全出现问题时,再次购买或消费该食品的机率为0。由此得出,旅游活动中特色食品安全管理的权重为1.00。

其次,对旅游区地方特色食品的特色、价格、品种、原材料、工艺制作、管理、创新等方面进行满意度调查(见图1),将满意程度分成5个等级。由图1可以看出:旅游者对旅游区

表 1 感知权重评价表
Table 1 Perceived weight evaluation table

序号	评价指标	指标含义	权重范围	权重
1	旅游活动中餐饮的 消费支出	衡量食、住、行、游、购、娱在旅游活动中的 比重,进一步说明其在旅游业中的重要性	0~1	0.586
2	旅游活动中当地特色 餐饮食品的消费支出	反映当地特色食品在旅游区受欢迎的程度	0~1	0.318
3	旅游活动中购买当地 特色食品的消费支出	反映对当地特色食品的认知程度与产业化 生产的规模	0~1	0.354
4	旅游活动中特色食品 安全管理	反映游客对特色食品生产中安全管理与生 产的重视程度	0~1	1.000

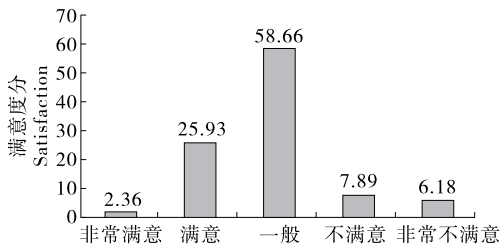


图 1 旅游区地方特色食品满意度调查结果

Figure 1 Tourist area local characteristics of food satisfaction survey results

地方特色食品整体印象停留在一般的阶段,旅游区地方特色食品发展、提升空间还很大。

综合以上数据与分析可知:旅游区地方特色食品的发展现状不尽人意,游客的感知度偏低,说明地方特色食品的发展缓慢,不具备规模性、效益性。对旅游区特色食品的满意度调查显示,对现有的地方特色食品的满意度呈抛物线形,说明旅游区特色食品的生存空间大,提升可能性强。以目前的发展现状来看,旅游区地方特色食品要进行工业化生产、产业化发展、连锁化经营是不太可能的。因此,对当地特色食品进行系统化管理改革已刻不容缓。

2 地方特色食品标准化管理模式

2.1 标准化是实现中式传统食品规范化与连锁经营的基石

在国内外食品安全对比中可以发现食品方面最大差异化在食品标准方面,欧美等先进国家在食品安全及食品加工制作方面都制定了严格的标准细则。其中,英国政府于 1997 年成立了食品标准局,专门负责食品安全总体事务和制定各种标准。这些标准的实施为当地特色食品的发展实现规模化、连锁化经营打下了基础。

中国传统食品工业化以及传统餐饮连锁经营的最大瓶颈在于缺乏相应的标准。为此,中国在 2002 年首次对传统菜系进行了 ICO1002 认证标准^[7]。随之,鲁菜、苏菜、粤菜、川菜、浙菜、闽菜、湘菜、徽菜八大菜系也相应提出了相关食品标准。以湘菜为例,较为细化是 2013 年由湖南省食品质检研究院、省餐饮协会牵头,10 位著名湘菜大师与 2 名标准化专家合作撰写的《中国湘菜标准》。这部厚达 600 多页的湘菜系列地方标准,光专业术语解释就有 100 多页。对经典湘菜、筵席湘菜、衡东土菜、南岳斋菜、常德钵子菜、特膳湘菜等湘菜体系构架以及站炉子、油走红等操作术语都作出了详尽的解析。在“湘菜标准”中,明确了 208 个基本术语,特别是对湘菜、湘式菜肴和湘点进行了历史性的定位,科学的量化标准,要求以烹调的整个工艺过程规范化、标准化摆脱传统手工操作的模糊性和随意性,让所有的湘菜制作环节都严格遵循统一标准,每一步操作都采用量化指标。

2.2 旅游区地方特色食品标准化是规范管理的依据

由于中国食品标准体系的研究时间较短,受重视程度较弱,且已制定的餐饮食品标准化基本只局限于传统八大菜系或者个别名菜式、糕点,普及性不强,宽泛性不大。旅游区地方特色食品标准化的制定有利于补充食品标准的不足,使食品标准化体系更加宽泛化。

旅游区地方特色食品标准应建立在当地大菜系标准之

下,做到有据可依,有章可循。在具体实施与制定当地特色食品标准时,对于旅游区中原本就在大菜系下的特色菜肴则按大菜系的标准实施;对于旅游区中独有的菜肴,属某菜系地区又不在该地方的大菜系中的菜肴,如湘西苗家酸鱼、吉首酸肉、凤凰腊肉等部分特色菜属湘菜地域,却不在《中国湘菜标准》中,这些特色菜肴在制定食品标准过程中需借鉴当地已公布的大菜系的标准。

旅游区地方特色食品标准的制定考虑由当地旅游局牵头,联合当地餐饮协会、食药局、工商管理部门成立标准化专业技术委员会,主要负责对当地的特色菜肴进行前期的搜集和整理,再对基础类标准、烹饪原料标准、烹饪工艺标准、菜品标准和烹饪设备标准等细化地进行认定与制订,收集并撰写特色食品标准文稿,图 2 为特色食品标准化制定流程。

旅游区的预包装地方特色食品与工业成品,其生产过程、配方及工业流程方面除了遵循现有国标或行业标准外,还要对照旅游区地方特色食品的标准进行规范。否则,不得在包装上标注“* * * 地方特色食品”的字样。在此基础上规范地方预包装食品与工业成品的安全操作流程,对当地特色食品的管理形成了一级基础管理模式,也为旅游区地方特色食品走向工业化、连锁化的发展道路打下基础。

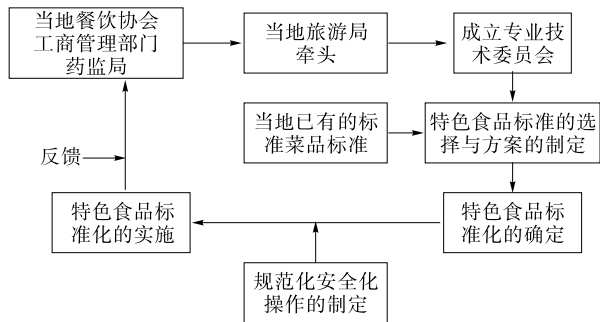


图 2 特色食品标准化制定流程

Figure 2 Characteristic food standardization process

2.3 旅游区地方特色食品的认证

在旅游区地方特色食品标准体系建立后,就要进入实施的阶段。这个阶段也是反馈与纠正的阶段,将实施过程中遇到的食品标准问题与意见收集总结进行再次的提出、确定。地方特色食品标准体系初步完善稳定后,将原由地旅游局牵头,餐饮协会、食药局、工商管理部门组建成立的食品标准专业技术委员会的原班人员的工作,转化为对当地特色食品的认证工作,成立当地特色食品认证委员会,负责对当地特色食品进行体系认证。

旅游区的餐饮企业、门店及特色食品加工企业可以自愿进行特色食品的认证。通过特色食品认证委员会认证的餐饮部门、门店、加工企业,由当地旅游局等政府部门在官方网站及媒体上做正式报道与宣传。当地餐饮协会也可以通过民间渠道对通过认证的机构进行广泛宣传。

地方特色食品的认证方式可采取授牌的形式,即对于通过认证的餐饮企业或门店、特色食品加工企业予以授牌。在授牌的方法上可分为两种,一种是门店授牌,整体认证,如“特色小吃店(街)”;另一种是单独认证,单独授牌,即对某个特色食品或菜品进行单独认证。这样对旅游区特色食品的

管理形成二级认证管理模式,既可以加深旅游者对特色食品的认知,同时保护了当地特色食品合法规范经营者的利益。

2.4 旅游区地方特色食品的日常监督管理

要使旅游区地方特色食品管理形成良性循环模式,必须加强基本监督与管理。建议由特色食品认证委员会对旅游区地方特色食品进行日常监督与管理。其主要职责是对通过认证的餐饮企业或门店、特色食品加工企业,采取日常监督管理的与星级管理的制度。在日常监督管理中实施定期检查和不定期抽查两种方式,由特色食品认证委员会成员采用明查、暗访的方法进行调查,收集相关资料,并做出评估,特色食品认证委员会对于调查评估结果进行公布。对合格的餐饮企业或门店、特色食品加工企业予以星级或物质提升的奖励;对于不合格的餐饮部门、门店、加工企业实行第 1 次警告处理;第 2 次降星处理;第 3 次摘牌处理,由特色食品认证委员会通过官方网站与媒体进行公布,当地工商部门介入调查。长此以往,旅游区特色食品的经营者就会自愿参与认证,自觉遵守相关的管理条例,进一步规范旅游区地方特色食品市场,形成三级监督管理模式。

2.5 旅游区地方特色食品的宣传

旅游区地方特色食品的宣传是进行规范管理地方特色食品的另一个手段,从宣传的角度出发,结合当地居民、社区,扩大特色食品的知名度,对旅游区特色食品起到了一个监管的作用,同时也是旅游区特色食品实现工业化生产、连锁化经营的重要渠道。综合当地特色食品的发展,可以从以下几个方面着手:

(1) 建立基本认知。地方特色食品专业技术委员会在特色食品标准体系正式实施之前首先召开说明会,让广大群众了解特色标准体系的存在,并对标准中专业术语进行解释与说明,使广大群众对特色食品产生基本认知。

(2) 使用大数据网络平台。通过旅游局和景区管委会等建立的官方微博、微信平台,定期公布旅游区地方特色食品信息,不定期组织特色食品推介会或交易会。当地餐饮协会可创建特色食品网站进行线上服务、线上付费的模式,进行网络广告推销。

(3) 售后宣传。通过消费者的电子支付途径搭建在线支付的综合管理平台^[8],以便对旅游区地方特色食品进行跟踪评价与反馈,建立可追溯食品安全体系,不但可以完善特色食品的安全监管,而且加大消费者获取特色食品信息的力度。

(4) 创新营销。将旅游区独特的历史文化与民俗相结合,充分挖掘地方特色食品的文化内涵。在开发特色食品过程中,保护好地方特色,挖掘地方饮食文化是发展特色食品的重要依据,为形成工业化、规模化、系列化的生产提供了重要基础,也是旅游区地方特色食品市场竞争的需求。

3 结论

旅游区地方特色食品的管理模式实施必须建立在政府、行业、经营者、消费者各方利益相关者的合作基础上,在兼顾各方利益的前提下,形成良性循环动态管理模式,图 3 是旅游区地方特色食品管理模式循环图。以地方特色食品发展为源头,结合多部门联动,挖掘一方食品特色文化,形成旅游区特色食品保护与管理机制,多层次管理,打造当地特色食

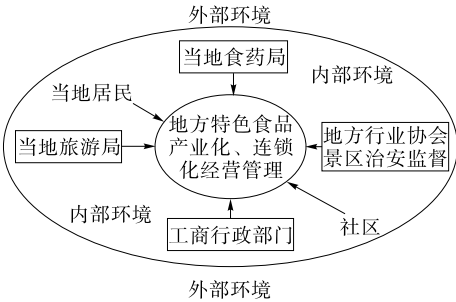


图 3 旅游区地方特色食品管理模式循环图
Figure 3 Tourism area local characteristics of food management model cycle diagram

品工业化生产、产业化发展的链条,形成地方特色食品连锁化经营。

旅游区地方特色食品管理模式中,一级基础管理模式:当地特色食品标准体系的建立完成了旅游区地方特色食品的自我管理与自我提升的流程,为旅游业的发展提供了新思路,形成了当地经济发展的新增长点。二级认证管理模式:为地方特色食品标准化体系的发展提供了实施方向,在实施过程中,需要由政府进行牵头进行政策引导,财政支持。对于特色食品标准化体系的细则,可以由国家旅游局或当地旅游局提出,并组织相关专家进行调研与座谈,制定切实可行的方案,通过市场化引导(而非行政性强制),使餐饮经营者、食品加工企业自觉逐步朝标准靠拢。对于即将失传的特色食品,由当地旅游局及餐饮协会进行保护与挖掘,并建立相应的研究基地。三级监督管理模式:为地方特色食品工业化的生产、连锁化经营打下良好的市场基础,创造了良好的投资与市场经营环境。

这种多部门参与、多层次配合形成的自上而下的管理模式,不但给当地带来经济效益,也为当地的特色食品的工业化生产,旅游业产业化发展提供了新的思路与途径。这种标准化系统性的特色食品管理模式,对旅游区整体的特色食品管理起到“一带一片”的作用,提高了当地旅游业的服务水平。

参考文献

[1] 吕莹. 试析国际旅游业发展趋势[J]. 信阳师范学院学报: 哲学社会科学版, 2000(3): 46-48.
[2] 中国产业调研网. 2016-2022 年中国餐饮行业现状研究分析及发展趋势预测报告[R/OL]. [2017-03-26]. http://www.cir.cn/R_ShiPinYinLiao/29/CanYinFaZhanQuShiYuCeFenXi.html.
[3] 邵琪伟. 中国旅游大词典[M]. 上海: 上海辞书出版社出版, 2015.
[4] 王强, 侯磊. 国内外旅游食品安全保障体系建设研究进展[J]. 食品安全质量检测学报, 2016(10): 4 252-4 257.
[5] 李鑫. 国内旅游食品安全保障体系的构建及对策研究[J]. 北方经济, 2012(2): 10-12.
[6] 周广海. 乡村旅游食品安全管理问题与对策[J]. 食品与机械, 2013, 29(6): 79-81, 88.
[7] 云樵. 对<ICO1002——中国菜系文化认证工程>的认证[J]. 餐饮世界, 2003(2): 30-31.
[8] 刘文斌. 在线支付消费方式在旅游区食品安全追溯中的作用及应用[J]. 食品与机械, 2016, 32(5): 71-73.