

DOI: 10.13652/j.issn.1003-5788.2021.09.037

美食旅游开发模式研究进展

Research on development model of gastronomy tourism

刘 沧

LIU Cang

(厦门大学嘉庚学院管理学院, 福建 漳州 363105)

(School of Management, Jiageng College, Xiamen University, Zhangzhou, Fujian 363105, China)

摘要:从消费者和经济发展两方面分析了美食旅游的价值和意义,将美食旅游开发模式分为地域美食旅游、节庆美食旅游和主题美食旅游 3 类,列举国内外 3 种美食旅游模式的开发现状,并给出了未来美食旅游发展建议。

关键词:美食旅游;开发模式;国际美食街

Abstract: The value and significance of food tourism were analyzed from two aspects including consumer satisfaction and economic development. The development model of food tourism was classified into three categories, i. e., regional food tourism, festival food tourism and theme food tourism, and the development status of the three kinds of modes in and outside China was also enumerated. Finally, suggestions are given for the development of food tourism in the future.

Keywords: gastronomy tourism; development model; international food festival

美食旅游是一种新颖的旅游方式,是指通过享受特色美食、感受独特饮食文化,进而在旅途中获得味觉享受和愉悦体验的旅游活动^[1]。中国美食旅游的起点可以追溯到 1987 年广州举办的第一届国际美食节,此后各地以美食为主题的旅游活动层出不穷。进入 21 世纪,琳琅满目的美食旅游开始进入了迅速发展时期^[2],由此也引申出美食旅游开发模式概念,即把美食旅游作为一种旅游产品进行有效开发^[3],好的美食旅游开发模式不仅可以为游客带来良好的旅游体验,还可以促进旅游消费、拉动旅游经济发展。

美食旅游的出现与风靡有其必然性。一方面从消费者需求的角度,美食是旅游六要素“吃、住、行、游、购、娱”中的基础环节,随着生活水平的提高,人们对在旅游过程中的美食体验有了更高的要求,对旅游餐饮的要求更是从“吃饱”升级到了“吃好”,同时也希望借由美食了解当

地文化与风土人情。成立于 1996 年的荷兰缤客(Booking)网是一家全球知名的网上预定世界各地住宿的网站,Booking 网站曾对全球 5 万多名游客进行了采访,数据显示超过 61% 的游客表示会因为美味的餐饮而选择一个旅游目的地^[4]。另一方面,从经营者供给的角度,美食旅游成为吸引游客并且增加商家甚至当地经济收入的方式,更进一步带动食品生产业、房地产业、商贸业、文化娱乐业、建筑业等一系列产业链的发展,美食旅游已经成为一些地区经济发展的倍增器。国外研究数据^[5]显示,2016 年澳大利亚堪培拉地区的松露节为当地带来超过 800 万美元的收入,平均每位游客消费 754 美元。

中国学术界对美食旅游及美食旅游开发模式的理论研究远远落后于实践发展。虽然近些年来,也有聚焦于美食旅游的研究,但是都着眼于某一个省市或地区的美食旅游发展。在中国知网中搜索美食旅游和美食旅游开发模式的综述性文章仅寥寥数篇,陈朵灵等^[2]梳理了英语学术界美食旅游相关的代表性研究成果;管婧婧^[6]从旅游中的饮食和美食旅游两个视角进行了归纳和梳理;袁文军等^[7]通过文献综述的方法梳理美食与旅游的关系、研究了美食旅游动机、梳理美食旅游相关概念并对中国美食旅游提出建议;王灵恩等^[4]则从食物消费角度,通过文献分析将国外美食旅游研究划分为萌芽(1966—2000 年)、起步(2001—2010 年)和快速发展(2011 年至今)3 个阶段;孙秀文^[8]分析了成都中国国际美食旅游开发模式的不足。文章拟在上述研究的基础上,跟踪国内外美食旅游开发模式研究与实践进展,厘清美食与旅游、美食旅游与旅游开发模式的关系,综述国内外典型美食旅游开发模式,并给出未来美食旅游发展模式建议。

1 美食旅游与旅游开发模式

人们对美食的追求古往今来人皆有之,在旅途中享受美食成为一种自 21 世纪兴起的一种特殊兴趣旅游——美食旅游。关于美食与旅游的关系,有研究^[9]将其划分为文化、魅力、产品和体验 4 个方面。还有研

基金项目:福建省中青年骨干教师教育科研项目(编号:JAS160771)

作者简介:刘沧(1982—),男,厦门大学嘉庚学院讲师,硕士。

E-mail: liucang1982@126.com

收稿日期:2021-01-09

究^{[10]10}站在消费者与旅游者的角度,将旅游中对美食的需求与马斯洛提出的需求层次理论相结合,提出美食旅游层次划分:基础层次是对旅游餐饮的基本生理需求;提高层次是体验美食与享受美食;发展层次是认识学习并体验美食文化。总之,美食旅游强调以美食作为吸引游客的旅游资源,旅游美食则承担着美食在旅游六要素之中的基础功能^[11]。

国内外,美食旅游有着大体相似却又不尽相同的定义,就像美食旅游在英语中有 gastronomy tourism、cuisine tourism、culinary tourism、food tourism、tasting tourism 等不同表达方式^[12],并有研究^[7,13]总结了国内外 15 种概念定义。笔者将美食旅游定义为:游客通过享受美食这一当地文化独特载体、体验当地独特的饮食文化、欣赏当地人独特的生活方式,由此得到审美提升和愉悦体验为目的的旅游活动。

关于美食旅游的意义,联合国世界旅游组织于 2012 年和 2017 年先后发布了两版《全球美食旅游报告》,报告不仅就美食对旅游目的地的重要性进行了阐释,而且指出了美食对于旅游目的地的打造、宣传营销具有重要意义,还从文化视角指出美食旅游发展对于非物质文化遗产的保护、社区生活原真性等的重要性^[11]。美食旅游不仅激发了人们对旅游中美食、心理、体验的需求与渴望,而且带来了巨大的经济效益,成为一个地区重要的旅游增长点^{[10]8-9}。

美食旅游开发模式由此成为学者研究和地方政府关注的热点问题。旅游开发需要因地制宜,通过科学合理的调查、评价、规划、建设、管理等综合研究,利用适当的资金对资源、市场、产品、商品、人才等旅游资源进行利用,创造最优的“经济—社会—生态”效益,使旅游业在当地得以建立、完善和提高^[14-15]。对于美食旅游开发模式,不同城市和地区有不同的开发模式,不同的开发模式带来不同的体验,同时影响经济收入效益。

2 中国典型美食旅游开发模式

笔者将中国典型的美食旅游开发模式分为地域美食旅游、节庆美食旅游和主题美食旅游三类。地域美食旅游以当地风味美食吸引游客,例如四川的川菜、广东的粤菜;节庆美食旅游指以传统佳节或新式美食节的形式吸引游客,例如广州国际美食节和寻找“年味儿”的旅游;主题美食节则是指以某种或某类食物吸引游客,例如葡萄酒旅游等围绕酿酒产业开发的旅游。

2.1 地域美食旅游

中国美食文化博大精深,各地菜系各具特色。中餐在各地环境、气候、物产、风俗以及饮食习惯等的持续影响下,逐渐形成了各具地域风味的菜系^[16]。目前粤菜、川菜、鲁菜、淮扬菜、浙菜、闽菜、湘菜和徽菜成为广受国人认可的八大菜系^[16]。中国各地利用了各自的地域美食优

势,纷纷开发具有地域美食特色的旅游业。

川菜是“天府之国”成都的一张美味的名片,在全国餐饮业竞争激烈中川菜在八大菜系中脱颖而出,市场占有率位居第一^[17]。四川省委、省政府抓住这一地域美食特色,倡导发展川菜产业化,从而带动川酒、川茶、旅游、商业等产业的发展。随着川菜产业化进程的推进,川菜在国内外的影响力不断扩大,来成都品尝川菜、了解川菜文化的游客也越来越多。2015 年成都市旅游业带来的住宿餐饮业收入 738.96 亿元,占住宿餐饮业总收入的 90%^[18]。

广州以八大菜系之一的粤菜闻名全国,源远流长的饮食文化与旅游产业交融,成为拉动内需,刺激消费,促进饮食、旅游业发展的重要推手。广州市发展和改革委员会打出“来穗游客多,‘食在广州’强”的口号,2019 年五一节期间,外地游客在穗消费 49.56 亿元,其中餐饮支出占总花费的 21%,相比 2018 年的 17% 有较大的提高,反映出游客对广州美食这个金字招牌的认可度^[19]。

2.2 节庆美食旅游

节庆美食旅游是以美食旅游为内容、以节日庆典为依托,以提升地区形象、促进地区旅游业发展为主旨的一种美食旅游开发模式。美食旅游节庆可以作为一种旅游资源来看待,即在一定区域范围内能对旅游产生引向性,有可能被用来开发成旅游消费对象的各种节庆事典活动的总和包括各类旅游节日、庆典、集会、交易会、展览会、博览会及各种文化体育活动等^{[8]18}。而今美食旅游节庆活动已在各大城市遍地开花,不仅成为一道靓丽的都市风景,也逐渐成为人们美食旅游的一种新选择^{[20]27}。

中国节庆美食旅游发端于广州。2004 年广州国际美食旅游节持续了 10 d,吸引了众多游客,消费收入高达 2 000 万元;到了 2012 年广州第 26 届国际美食节,更是在 8 d 内吸引超过 80 万人次入场品尝美食,创造了 1.2 亿元的消费总额^{[10]8-9}。国际美食节不仅塑造了广州旅游新形象,更使得各地区城市竞相模仿^[21-22]。不过大多美食旅游节都采取了“文艺演出+狂欢活动+展览活动”的传统节庆形式^{[8]21},并不能有效地满足游客的核心体验,即品尝各种不同食物所带来的美妙感受和难忘记忆;美食旅游节活动安排缺乏体验性,即在空间格局和时间格局上创造的旅游者体验参与感不足^{[8]21}。

节庆美食旅游的另一大创新是将美食旅游与传统佳节相结合^[23-24],例如春节,在固定的时间以特定的主题与活动方式庆贺^[25]。寻找“年味儿”的节庆旅游中,除了传统民俗,最吸引游客的就是各具特色的春节美食。从 2009 年开始山东抓住了节庆旅游的风口,推出“好客山东贺年会”活动,将旅游与传统“年”文化和传统美食结合到一起,有力推动了山东的旅游增长;2011 年的贺年会,在山东全省范围内共接待了 4 157.7 万人次的国内外游客,旅游总收入 369.9 亿元,同比增长了 24.5%^[26]。近年来,

河北张家口也将元宵节、年夜饭、古镇游与传统民俗打树花等概念相结合,大力发展旅游业,这些传统概念的碰撞,也在申办 2022 年冬奥会过程中起到了对外文化推介作用^[27-28]。

2.3 主题美食旅游

主题美食旅游是以某一美食为主题,串联起当地的旅游业,成为美食旅游开发模式中的典型,其中以葡萄酒旅游最为突出。葡萄酒旅游是建立在对葡萄酒这一主题美食的特殊兴趣之上的,是以访问葡萄园、酿酒厂,参与葡萄酒节庆活动,并以品尝葡萄酒、享受休闲惬意为主要动机的旅游模式^[29]。现在,全球几乎所有著名的葡萄酒产区都致力于葡萄酒旅游业集群的打造。如加拿大的啤酒酿造之旅^[30]、法国白兰地酒庄之旅^[31]、苏格兰威士忌酿酒厂之旅^[32]等。

在法国波尔多,自 1989 年起诸多葡萄酒学校和相关旅行社被相继建立起来,为发展葡萄酒旅游业奠定了基础^[31]。波尔多酒业协会自 1998 年起每两年举办一次国际葡萄酒节。此后,以波尔多葡萄酒酒庄之旅为代表的葡萄酒旅游成为法国最富吸引力的旅游产品之一。法国每年葡萄酒旅游的游客超过 700 万人次,占全国 7 600 多万名游客量的近 1/10。在意大利,1993 年建立了葡萄酒旅游协会,通过各种努力增加了葡萄酒产地的游客访问量,最终带动了葡萄酒旅游业及相关产业的发展^[33]。在澳大利亚,葡萄酒旅游经过多年经营在 2009 年吸引了约 476 万人次的国际与国内游客,创汇达 48.9 亿澳元;近年来澳大利亚葡萄酒旅游一年创造的价值能够达到 1 400 亿美元^[34]。此外,在美国、加拿大、西班牙、新西兰、南非等国家和地区,政府也在积极扶持葡萄酒产业,推进葡萄酒主题旅游的迅速发展^[35-36]。

在中国国内,烟台地区作为中国优质酿造葡萄的主要产区之一,是中国最大的葡萄酒产地^[37],在国外葡萄酒旅游产业的促进下,也积极推广葡萄酒文化,带动旅游生态链发展。首先催生葡萄酒会所和葡萄酒主题景观等旅游资源;其次针对不同消费者偏好设计葡萄酒旅游专项线路、项目和活动等;最终带动葡萄园观光采摘、葡萄酒酒庄休闲度假、葡萄酒节庆旅游等的全面发展^[38-40]。在宁夏,自治区历届党委和政府先后制定了一系列促进贺兰山东麓葡萄酒和葡萄酒旅游产业发展的政策和发展规划,以充分利用贺兰山东麓优越的自然条件、发展葡萄酒及葡萄酒旅游产业^[38]。

3 未来美食旅游发展建议

文中提出的 3 种美食旅游开发模式并不是完全割裂独立的,而是相辅相成、互通互补的。在以上研究基础上,针对未来美食旅游发展给出建议。

(1) 拓展美食旅游开发模式,例如与“食品工业”和“工业旅游”联合形成“食品企业工业旅游”。例如牛奶加

工企业的“工厂旅游”和“牧场体验”,旅游过程中有食品营养与食品安全讲解,引导消费者科学认识食品添加剂等等,不仅可以引导消费者,还可以增加与消费者的互动,促使食品安全信息的透明化。

(2) 资源整合,通过多样性的旅游资源提高吸引力。将丰富美食与自然风光、休闲享受、乡间野趣、民族特色和宗教文化各类旅游资源进行组合,充分整合“吃、住、行、游、购、娱”六大要素,成体系布局旅游开发模式。

(3) 组织或政府参与,通过建立餐饮行业安全卫生标准,或通过政府资助改善公共设施的建设,研究并制定食品旅游发展战略,促进各部门之间的交流与合作共同干预食品旅游。

(4) 加强宣传力度,让美味随美食旅游传播。通过网络(微博、微信)、报刊杂志、电视、口碑等多种渠道,利用互联网思维理念,结合大数据分析针对不同人群的不同需求进行定向化的宣传当地美食旅游,可以取得事半功倍的效果。

参考文献

- [1] 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, 4(3): 85-89.
ZHANG Ya-wei. Countermeasures research on the present situation of the delicious food tourism development in Shanghai[J]. Tourism Research, 2012, 4(3): 85-89.
- [2] 陈朵灵, 项怡娴. 美食旅游研究综述[J]. 旅游研究, 2017(2): 77-87.
CHEN Duo-ling, XIANG Yi-xian. Review of culinary tourism[J]. Tourism Research, 2017(2): 77-87.
- [3] 赵豫西, 冉杰. 国民休闲视角下美食旅游开发策略研究[J]. 特区经济, 2015(3): 84-85.
ZHAO Yu-xi, RAN Jie. Research on the development strategy of gourmet tourism from the perspective of national leisure[J]. Special Zone Economy, 2015(3): 84-85.
- [4] 王灵恩, 王磊, 钟林生, 等. 国内外旅游食物消费研究综述[J]. 地理科学进展, 2017, 36(4): 513-526.
WANG Ling-en, WANG Lei, ZHONG Lin-sheng, et al. A review of domestic and foreign tourism food consumption research[J]. Advances in Geography, 2017, 36(4): 513-526.
- [5] STAR M, ROLFE J, BROWN J. From farm to fork: Is food tourism a sustainable form of economic development? [J]. Economic Analysis and Policy, 2020(66): 325-334.
- [6] 管婧婧. 国外美食与旅游研究述评: 兼谈美食旅游概念泛化现象[J]. 旅游学刊, 2012, 27(10): 85-92.
GUAN Jing-jing. A review of foreign studies on food and tourism: Also on the generalization of the concept of food tourism [J]. Tourism Tribune, 2012, 27(10): 85-92.
- [7] 袁文军, 晋孟雨, 石美玉. 美食旅游的概念辨析: 基于文献综述的思考[J]. 四川烹饪高等专科学校学报, 2018(2): 37-41.
YUAN Wen-jun, JIN Meng-yu, SHI Mei-yu. The concept of

- gourmet tourism: thoughts based on literature review[J]. Journal of Sichuan Culinary College, 2018(2): 37-41.
- [8] 孙秀文. 节庆旅游体验营销策略研究[D]. 成都: 西南财经大学, 2008.
- SUN Xiu-wen. Research on festival tourism experiential marketing strategy[D]. Chengdu: Southwestern University of Finance and Economics, 2008.
- [9] CHEN Q, HUANG R. Understanding the importance of food tourism to Chongqing (China) [J]. Journal of Vacation Marketing, 2015, 22(1): 42-54.
- [10] 朱珂. 山东省美食旅游开发研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2013.
- ZHU Ke. Research on the development of gourmet tourism in Shandong province[D]. Jinan: Shandong Normal University, 2013.
- [11] 袁文军, 晋孟雨, 石美玉. 美食旅游的概念辨析: 基于文献综述的思考[J]. 四川旅游学院学报, 2018(2): 37-41.
- YUAN Wen-jun, JIN Meng-yu, SHI Mei-yu. The concept of gourmet tourism: Thoughts based on literature review[J]. Journal of Sichuan Institute of Tourism, 2018(2): 37-41.
- [12] KIVELA J, CROTTS J C. Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment[J]. Journal of Culinary Science & Technology, 2006, 4(2/3): 39-55.
- [13] BESSIERE Jacinthe. Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas[J]. Sociologia Ruralis, 1998, 38(1): 21-34.
- [14] 吴宜进. 旅游地理学[M]. 北京: 科学出版社, 2005: 35-68.
- WU Yi-jin. Tourism geography[M]. Beijing: Science Press, 2005: 35-68.
- [15] 乌伊罕. 克什克腾旗旅游公共服务体系建设: 现状、问题与对策[D]. 北京: 中央民族大学, 2013: 6-10.
- WU Yi-han. Construction of tourism public service system in Keshiketeng Banner: Current situation, problems and countermeasures[D]. Beijing: Central University for Nationalities, 2013: 6-10.
- [16] 吕晓敏, 丁晓, 代养勇. 中国八大菜系的形成历程和背景[J]. 中国食物与营养, 2009(10): 62-64.
- LU Xiao-min, DING Xiao, DAI Yang-yong. The formation and background of the eight major cuisines in China[J]. Chinese Food and Nutrition, 2009(10): 62-64.
- [17] 张源. 成都美食旅游研究[D]. 上海: 复旦大学, 2008: 7-13.
- ZHANG Yuan. Chengdu food tourism research [D]. Shanghai: Fudan University, 2008: 7-13.
- [18] 陈纱岚. 新形势下成都市旅游业发展战略研究[D]. 成都: 电子科技大学, 2017: 10-11.
- CHEN Sha-lan. Research on Chengdu's tourism development strategy in the new situation[D]. Chengdu: University of Electronic Science and Technology of China, 2017: 10-11.
- [19] 陈刚, 韦晓慧. 粤港澳大湾区背景下珠三角城市群经济一体化与城市关联分析[J]. 长安大学学报(社会科学版), 2020(1): 58-69.
- CHEN Gang, WEI Xiao-hui. Analysis of economic integration and urban correlation of urban agglomerations in the pearl river delta under the background of Guangdong-Hong Kong-Macao greater bay area[J]. Journal of Chang'an University (Social Science Edition), 2020(1): 58-69.
- [20] 林慧. 饮食类节庆的旅游开发研究[D]. 泉州: 华侨大学, 2014.
- LIN Hui. Research on tourism development of food festivals[D]. Quanzhou: Huaqiao University, 2014.
- [21] 王莎, 肖利, 石心雨, 等. "国际美食之都"战略下成都美食文化旅游模式的调查研究[J]. 现代食品, 2019(8): 187-192.
- WANG Sha, XIAO Li, SHI Xin-yu, et al. Investigation and research on Chengdu food culture tourism model under the strategy of "international food capital"[J]. Modern Food, 2019(8): 187-192.
- [22] 张珊珊, 武传表. 美食旅游节对举办地的影响研究[J]. 改革与开放, 2018(5): 89-91.
- ZHANG Shan-shan, WU Chuan-biao. Research on the impact of food tourism festival on the host place[J]. Reform and Opening, 2018(5): 89-91.
- [23] 王淑佳. 现代节庆中的传统文化传承研究: 以广州国际美食节为例[J]. 技术与市场, 2013(4): 181-182.
- WANG Shu-jia. Research on the inheritance of traditional culture in modern festivals: Taking Guangzhou international food festival as an example[J]. Technology and Market, 2013(4): 181-182.
- [24] 茆茂兰, 王峥. 国内民俗旅游研究综述[J]. 郑州经济管理干部学院学报, 2007, 22(4): 24-28.
- QING Mao-lan, WANG Zheng. A review of domestic folklore tourism research[J]. Journal of Zhengzhou Institute of Economic Management, 2007, 22(4): 24-28.
- [25] 林慧. 饮食类节庆的旅游开发研究[D]. 泉州: 华侨大学, 2014: 9-25.
- LIN Hui. Research on tourism development of food festivals[D]. Quanzhou: Huaqiao University, 2014: 9-25.
- [26] 范素锋. 在旅游中寻找“年味儿”中国旅游品牌营销研讨会领导访谈录[J]. 广告人, 2012(3): 110-111.
- FAN Su-feng. An interview with the leaders of the China tourism brand marketing seminar on searching for "Nian Taste" in tourism[J]. Advertiser, 2012(3): 110-111.
- [27] 刘虹霞. 张家口地域文化元素在 2022 年冬奥海报中的应用[D]. 保定: 河北大学, 2016: 9-15.
- LIU Hong-xia. The application of Zhangjiakou regional cultural elements in the 2022 Winter Olympics posters[D]. Baoding: Hebei University, 2016: 9-15.
- [28] 班颖. 浅谈非物质文化遗产纪录片的创作[D]. 保定: 河北大学, 2016: 2-6.
- BAN Ying. On the creation of intangible cultural heritage documentaries[D]. Baoding: Hebei University, 2016: 2-6.
- [29] 林清清, 周玲. 国外葡萄酒旅游对我国茶旅游发展的启示[J]. 热带地理, 2009(3): 86-90.
- LIN Qing-qing, ZHOU Ling. The enlightenment of foreign wine tourism on the development of tea tourism in my country[J]. Tropical Geography, 2009(3): 86-90.

(下转第 239 页)

- mines in roast beef[J]. *Food Hydrocolloids*, 2020, 108: 106073.
- [55] ANA M, RUIZ C. Novel lipid materials based on gelling procedures as fat analogues in the development of healthier meat products[J]. *Current Opinion in Food Science*, 2020, 39: 1-6.
- [56] ATASHKAR M, HOJJATOLESLAMY M, SEDAGHAT L. The influence of fat substitution with κ -carrageenan, konjac, and tragacanth on the textural properties of low-fat sausage[J]. *Food Science & Nutrition*, 2018, 6(4): 1 015-1 022.
- [57] 郑迪, 许加超, 高昕, 等. 响应面法优化卡拉胶-刺槐豆胶软胶囊胶皮的制备工艺[J]. *食品工业科技*, 2016, 37(14): 238-243.
- ZHENG Di, XU Jia-chao, GAO Xin, et al. Optimization of preparation process of carragenan and locust bean gum soft capsule rubber by response surface methodology[J]. *Science and Technology of Food Industry*, 2016, 37(14): 238-243.
- [58] 张莉琼, 李新芳, 刘晓艳, 等. 魔芋葡甘聚糖-卡拉胶可食性包装复合膜性能影响研究[J]. *食品工业科技*, 2013, 34(16): 114-116.
- ZHANG Li-qiong, LI Xin-fang, LIU Xiao-yan, et al. Study on performance influencing factors of konjac glucomannan-carrageenan edible composite packaging film[J]. *Science and Technology of Food Industry*, 2013, 34(16): 114-116.
- [59] LAN Wei-qing, ZHAO Yan-an, HU Xiao-yu, et al. Effects of carrageenan oligosaccharide on lipid, protein oxidative changes, and moisture migration of *Litopenaeus vannamei* during freezethaw cycles[J]. *Journal of Food Processing and Preservation*, 2020, 44(9): e14675.
- [60] KIM S M, KIM T K, KU S K, et al. Quality characteristics of semi-dried restructured jerky: Combined effects of duck skin gelatin and carrageenan[J]. *Journal of Animal Science and Technology*, 2020, 62(4): 553-564.
- [61] MARWA R S, ABDALLAH M A, MOHAMED M H, et al. Improving the sensory, physicochemical and microbiological quality of pastirma (A traditional dry cured meat product) using chitosan coating[J]. *LWT-Food Science and Technology*, 2017, 86: 247-253.
- [62] CETINKAYA T, ALTAY F, CEYLAN Z. A new application with characterized oil in water in oil double emulsions: Gelatin-xanthan gum complexes for the edible oil industry [J]. *LWT*, 2021, 138: 110773.
- [63] PRAMILA U, PAULO E S, MUNEKATA K, et al. Edible films/coating with tailored properties for active packaging of meat, fish and derived products[J]. *Trends in Food Science & Technology*, 2020, 98: 10-24.
- [64] BERMUDEZ A, RODRIGUE G, RUBIO F, et al. Effect of edible pectin-fish gelatin films containing the olive antioxidants hydroxytyrosol and 3, 4-dihydroxyphenylglycol on beef meat during refrigerated storage[J]. *Meat Science*, 2019, 148: 213-218.
- [65] KHALEDIAN S, BASIRI S, SHEKARFOROUSH S S. Shelflife extension of pacific white shrimp using tragacanth gum based coatings containing persian lime peel (*Citrus latifolia*) extract[J]. *LWT*, 2021, 138: 110937.
- [66] FAN Yan-ling, YANG Jing, DUAN An-bang, et al. Pectinsodium alginate-xanthan gum edible composite films as the fresh cut package[J]. *International Journal of Biological Macromolecules*, 2021, 181: 1 003-1 009.
-
- (上接第 231 页)
- [30] TELFER D J. Strategic alliances along the Niagara wine route[J]. *Tourism Management*, 2001, 22(1): 21-30.
- [31] HENDERSON J C. Food tourism reviewed [J]. *British Food Journal*, 2009, 111(4): 317-326.
- [32] Malt Whisky Trail. Scotland's malt whisky trail[DB/OL]. [2020-5-24]. <http://www.maltwhiskytrail.com>.
- [33] 詹丽, 何伟军, 阚如良. 旅游产业集群发展研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2015: 32-34.
- ZHAN Li, HE Wei-jun, KAN Ru-liang. Research on the development of tourism industry cluster [M]. Beijing: China Social Sciences Press, 2015: 32-34.
- [34] 尹微, 苏晓光. 澳大利亚葡萄酒旅游业的发展及其启示[J]. *世界农业*, 2014(1): 122-124.
- YIN Wei, SU Xiao-guang. The development of Australian wine tourism and its enlightenment[J]. *World Agriculture*, 2014(1): 122-124.
- [35] 詹婷婷, 李宏. 国外葡萄酒旅游研究[J]. 首都师范大学学报(自然科学版), 2009(2): 59-64.
- ZHAN Ting-ting, LI Hong. Research on wine tourism abroad[J]. *Journal of Capital Normal University (Natural Science Edition)*, 2009(2): 59-64.
- [36] 李萍萍. 新西兰葡萄酒旅游业发展及启示[J]. *辽宁农业职业技术学院学报*, 2015, 17(5): 49-53.
- LI Ping-ping. Development and enlightenment of wine tourism in New Zealand[J]. *Journal of Liaoning Agricultural Vocational and Technical College*, 2015, 17(5): 49-53.
- [37] 刘丽丽. 烟台市葡萄酒庄旅游开发研究[D]. 济南: 山东大学, 2013: 38.
- LIU Li-li. Research on the tourism development of Yantai winery[D]. Jinan: Shandong University, 2013: 38.
- [38] 胡宇橙, 吴秀苹. 全域旅游背景下贺兰山东麓葡萄酒旅游发展探析[J]. *农村经济与科技*, 2020, 31(9): 100-103.
- HU Yu-cheng, WU Xiu-ping. Analysis on the development of wine tourism in the eastern foothills of Helan Mountain under the background of global tourism[J]. *Rural Economy and Technology*, 2020, 31(9): 100-103.
- [39] 董峰, 林富强, 张文丽, 等. 基于消费者偏好的烟台葡萄酒文化旅游发展研究[J]. *农学学报*, 2019, 9(3): 95-100.
- DONG Feng, LIN Fu-qiang, ZHANG Wen-li, et al. Development of Yantai wine culture tourism based on consumers' preference[J]. *Journal of Agriculture*, 2019, 9(3): 95-100.
- [40] 许路路. 烟台葡萄酒庄园旅游开发策略研究[D]. 济南: 山东大学, 2016: 12.
- XU Lu-lu. Study on tourism development strategy of Yantai wine manor[D]. Jinan: Shandong Normal University, 2016: 12.