

食品工业旅游开发的现实困境与改进路径

Real dilemma and improvement of food industry tourism development

林文超

LIN Wen-chao

(海南经贸职业技术学院, 海南 海口 571127)

(Hainan College of Economics and Business, HaiKou, HaiNan 571127, China)

摘要:食品工业旅游具有满足游客求知求新求奇的需求、扩大食品企业的品牌影响、提高消费者对食品安全的信任、使消费者参与食品企业管理以及促进当地经济的发展等重要作用。中国食品工业旅游存在旅游项目设计单一、游客参与度不高、食品企业自身重视不够以及缺乏专门的硬件配套等问题,从而使其陷入开发的现实困境。只有通过对食品工业旅游项目进行全面综合设计、对同一地区的食品工业旅游进行系统整合、加大对食品企业工业旅游重要性的宣传和教

关键词:工业旅游;食品工业旅游;食品安全;食品企业

Abstract: Food industry tourism meets the needs of tourists seeking novelty, expands the brand influence and improves the trust of consumers on food safety, enable consumers to participate in food business management and promote the development of local economy. However, there are many problems in Chinese food industry tourism, for example the tourism project design is single, the degree of participation of visitors is not high, the food companies themselves do not pay enough attention, and lack of specialized hardware support, which cause a dilemma of development. In order to ensure the smooth development of food industrial tourism, some actions should be taken, for implementing the food industry tourism project for comprehensive design, integrating on the same area of the food industry tourism system, increasing publicity and education on the importance of industrial tourism and food enterprises, and increasing the cultivation of special talents in food industry.

Keywords: industry tourism; food industry tourism; food safety; food enterprise

工业旅游发端于二次世界大战之后的法国,最初主要是让游客了解汽车的生产过程,但人们很快发现其存在着巨大的市场潜力,世界各国纷纷效仿,从而成为旅游行业的一个

重要方向。食品工业旅游作为工业旅游的重要组成部分,最早也是肇始于 20 世纪 50 年代的法国,其在闻名世界的葡萄酒产地波尔多、卢瓦尔地区开展葡萄酒旅游活动,并很快扩展到美国、加拿大、澳大利亚等其他重要的葡萄酒产地^[1]。中国的食品工业旅游一直到改革开放之后才逐渐出现,如 20 世纪 90 年代驰名全国的“青岛啤酒节”,即为早期的食品工业旅游的重要表现方式。到目前为止,依托全国各地的知名食品品牌,已经形成了很多独具特色的食品工业旅游项目。如青岛啤酒公司专门设立旅游接待室,并作为“青岛啤酒节”的主角;河南漯河以两大国内知名食品品牌“双汇”和“南街村”为主题的食品工业游;“茅台”集团组织的茅台酒文化系列游等^[2]。目前中国的食品工业旅游仍处于开发的初期阶段,虽然不乏成功的案例,但是多数均存在各种各样的问题,其进一步发展已经陷入了由此造成的现实困境。

1 食品工业旅游的意义

1.1 满足游客求知求新求奇的目的

食品工业旅游之所以能成为旅游项目的一种,最根本的原因是其既能满足游客求知求新求奇的需求,又能让游客达到愉悦的精神享受的目的。理论上讲,所有的个体都是食品工业的现实和潜在的消费者,对于大多数的食品消费者来说,自己日常消费的食品到底在什么样的地方、由什么样的人、使用什么样的设备、在什么样的环境下生产,以及为什么某些食品具有其独特的风味和营养价值,都是其迫切需要了解的问题。如经常吃火腿肠的消费者肯定对双汇股份公司怎么加工其“双汇”牌肉制品系列非常感兴趣,而贵州茅台镇对很多喜欢喝茅台酒的消费者来说甚至会成为其心目中酒文化的圣地。因此,各种独具特色的食品工业和知名食品品牌都会引发消费者的好奇心和求知欲,从而使其在条件具备的情况下成为食品工业旅游大军中的一员。

1.2 扩大食品企业的品牌影响

对于大多数消费者来说,其对食品企业的印象仅仅停留在其消费食品本身及企业投放的各种广告上,而缺乏对食品企业的进一步认识。通过食品工业旅游,可以使游客充分认

作者简介:林文超(1983—),女,海南经贸职业技术学院讲师,硕士。

E-mail: wenchao1244@sina.com

收稿日期:2015-08-09

识到食品企业的生产能力、技术能力、质量控制能力以及承担社会责任的能力等,并将其在消费者中间广为传播。由于游客能通过自身的亲身经历了解到企业的相应情况,因此其传播的相关食品企业信息的可信度大大超过企业自身所做的各种广告。因此,很多企业都很注重对工业旅游游客的接待,如青岛海尔就专门在公司设置了旅游接待室,为其企业品牌影响的扩大提供了良好的条件;2014年武汉光博会期间,楚天激光邀请游客看激光秀,见识实景激光3D模拟器等,使品牌知名度不高的楚天激光受到人们的广泛关注^[3]。通过采取类似措施,食品工业旅游同样能起到扩大食品企业品牌影响的作用。

1.3 提高消费者对食品安全的信任

由于近年来,食品安全事件的频繁发生,食品企业的安全保障能力受到了消费者的广泛质疑,而食品工业旅游则有利于提高消费者对食品安全的信任。如2008年三聚氰胺有毒奶粉事件,人们对奶粉类食品企业产品的质量严重缺乏信任,很多中国消费者甚至不敢再购买国产奶粉。在这样的情况下,中国奶粉类食品企业的知名品牌蒙牛率先推出食品工业旅游,将游客直接邀请到其奶制品生产线上,不仅可以现场观摩奶制品的生产过程和质量控制过程,而且由相应的讲解员对游客详细讲解其先进的卫生消毒设施和严格的质量控制程序,并由游客亲自品尝不同阶段的奶制品,从而使游客认识到中国的奶制品在食品安全方面并不比国外知名品牌差,而且很多地方还有国外企业难以企及的优势,比如其营养搭配更符合中国人的实际情况等。而2011年被中央电视台曝光的“双汇瘦肉精”食品安全事件,更由于双汇集团一直注重对食品工业旅游的游客的接待,使消费者通过游客对双汇集团的参观,了解到这只是双汇集团质量控制过程中的一个意外,并已采取改进措施保证不再发生相应的食品安全事件,从而最大程度地恢复了消费者对双汇集团肉制品食品安全的信任^[4]。

1.4 使消费者参与食品企业管理

食品工业旅游还开辟了消费者参与食品企业管理的新路径。参与食品工业旅游的游客,几乎都是对此品牌的食品非常感兴趣的消费者,这些游客游览食品企业的过程,实际上也是这些消费者对食品企业进行监督管理的过程。游客在了解相关食品企业的生产设备、生产流程、技术质量控制以及具体的管理规定的过程中,不可避免会同企业的管理人员进行各种各样的交流。这种交流不仅可以更大程度加深消费者对被参观的食品企业的了解,改善消费者同食品企业之间的关系,而且还能促使游客站在消费者的立场上,对食品企业的相关管理制度提出质疑及相应的建议,从而使消费者能积极参与食品企业的管理,进一步提高食品企业的管理水平。

1.5 促进当地经济的发展

作为旅游产业的重要组成部分,食品工业旅游对食品企业所在地经济发展的促进作用是显而易见的,这也是知名品牌的食品企业所在地政府积极组织相应的食品工业旅游的主要原因。如中国最有名的啤酒产地青岛一年一度的“青岛啤酒节”,江西婺源的生态观光旅游茶园等。有的地方食品

工业旅游甚至成为了当地旅游经济的支柱,如河南漯河即主要以“双汇”、“南街村”两大国内知名食品品牌为其旅游开发的基础和重点,贵州茅台镇的旅游则几乎全部依赖于“茅台”这一享誉世界的知名白酒品牌^[5]。

2 食品工业旅游开发面临的现实困境

食品工业旅游虽然随着中国旅游业的发展有了长足的进步,但其进一步发展却由于各种问题的存在,而面临着系列的现实困境。

2.1 旅游项目设计比较单一

中国目前的食品工业旅游项目设计比较单一,绝大多数只包括参观生产线和品尝产品及厂家介绍三部分,而且安排的时间非常有限,很多情况下甚至将其作为其他旅游项目附带的购物旅游的一部分。不仅难以充分发挥食品工业旅游的正面作用,甚至还会因为将其强行附加于某些主要旅游项目中而使游客产生厌恶情绪。

食品工业旅游存在的关键原因是激发游客对相关食品工业的好奇心,要最大程度地吸引相关游客,并挖掘食品工业旅游的价值。因此必须对相应的旅游项目进行全面且综合性的设计,从各个方面全面展示相关食品工业的魅力。如法国波尔多地区设计的葡萄酒旅游项目。游客不仅能参观葡萄酒的全部生产过程并现场品尝生产的葡萄酒,而且还能体验波尔多地区特有的风情和传统,进入葡萄园了解葡萄生长的具体情况,观赏葡萄酒庄的独特环境,学习如何酿造葡萄酒,参加当地的葡萄酒节等。从而能使游客在参观葡萄酒生产的基础上,对葡萄酒酿造的地理环境、原料选择、工艺控制都有着全面的了解,而且还通过游客亲自品尝以及学习酿造的方式满足游客亲身体验的好奇心,最大程度地使游客产生愉悦的旅游体验。

2.2 游客参与度不高

食品工业旅游之所以能起到满足游客的好奇心,其重要原因是游客能亲自参与食品生产的各个环节,包括原料选取、生产加工、质量控制、运输存储等。但是,在大多数的食品工业旅游的过程中,很多食品企业将游客的亲身参与限制在对特定生产线的参观和试吃上,其他方面要么由厂方简单介绍,要么干脆略过不提。比如参观某地的茶文化,其流程被设计为,在固定的路线上欣赏茶园风光,观看茶叶的加工过程,然后是参观茶文化陈列室,讲解和表演茶艺,品鉴茶水,乘车返回。很大程度上,作为消费者的游客被食品企业进行了某种程度的隔离,以防止其对正常生产管理的干扰或泄露企业秘密。在这样的情况下,游客在食品工业旅游中的参与度不高,会直接影响游客的积极性,从而对食品工业旅游产生全方位的负面影响。

2.3 食品企业自身重视不够

绝大多数知名食品企业均没有对其企业进行相应的食品工业旅游规划,对企业的参观主要限于商务洽谈、政府协调、同行观摩和学校组织学习等方面。如王老吉虽然在白云山南麓建立了所谓的王老吉凉茶博物馆,但同其企业不仅距离遥远,而且只能进行纯粹的参观,与食品工业旅游的亲身体验要求相距甚远^[6]。就算已经开展了食品工业旅游项目

的食品企业,企业也很少对其进行认真的分析和规划,从而出现上述的项目设计单一、游客参与度低等问题。因为食品企业是食品工业旅游的载体,在食品企业自身对其重视不够甚至完全缺乏相关意识的情况下,食品工业旅游必然因为缺乏食品企业自身的配合而陷入开发困境。

2.4 缺乏专门的硬件配套

食品工业旅游吸引游客的一个重要方面是其对食品生产的亲身体验,要达到这一目的,食品工业旅游的开发过程中必须建立一系列的配套设施。包括专门接待工业旅游团的接待点的设置,专门供游客参观和参与的生产线、实验室,供游客品尝产品的专门区域,对游客进行讲解的陈列室、多媒体设备,收集游客意见和建议的表格、网站的设计和建设等。但是,对大多数食品企业来说,其一般只具备商务接待和洽谈的配套设施和场所,甚至都达不到工业旅游的最低要求。

很多已经开展工业旅游的食品企业,也往往因为游客并不能为其带来可观的直接利益而尽量节省开支,从而不愿意建立完善的工业旅游的配套设施。对于大多数的食品企业来说,其在专门的硬件配套上的缺乏,表现为不仅没有专门的旅行社为其负责接待工业旅游的顾客,企业本身也没有相应的旅游人才的储备,没有设置专门的工业旅游接待点,以及建立相应的配套设施等。在这样的基础上开发食品工业旅游无异于无源之水无本之木,必然使其发展陷入困境。

3 食品工业旅游开发的改进路径

3.1 对食品工业旅游项目进行全面综合的设计

需要食品企业和旅行社积极合作,对项目进行全面综合的设计,仿效上述的法国波尔多的葡萄酒旅游项目,在坚持以参观和参与食品工业生产线为旅游基础的情况下,大力开拓同食品生产相关的其他旅游事项。如贵州茅台镇酒文化旅游系列就设计得比较科学,除了参观茅台酒生产线之外,企业还组织游客参观作为其主要原料来源的有机高粱基地,并去其“污水处理中心”体验茅台集团对环境污染的重视,去“国家酒检中心”体验茅台集团对质量检验验证及质量体系认证的重视,亲自动手体验相应的检测过程。除此之外,茅台集团还建立了规模不小的茅台中国酒文化城,设立了八大展区,向游客全方位反映中国酒文化的精髓,并与当地政府合作,定期举办“中国酒都文化节”,集祭水仪式、文艺汇演和相关酒文化主题互动活动于一体^[7]。这样才能充分挖掘其内在价值,为其全面综合发展打下坚实的基础。

3.2 对同一地区的食品工业旅游进行系统整合

在对食品工业旅游项目本身进行全面综合设计的同时,还需要政府部门、旅行社和食品企业三方合作,对同一地区的食品工业旅游进行系统整合,以更好地发挥同一地区食品企业在工业旅游方面的互补作用,在为游客带来更多更大的价值的同时,更好地促进企业和地方经济的发展。比如青岛拥有众多的名优啤酒企业,当地政府即定期举行“青岛啤酒节”,并通过各大旅行社大力推广啤酒节旅游项目,不仅使游客可以通过一次食品工业旅游能尽可能多地体验到各种不同风味的优质啤酒,而且为青岛的各大啤酒品牌提供了一个可贵的展示舞台,同时促进了青岛旅游业的发展。河南漯河

市组织的食品工业旅游,则将中国最大的肉制品企业双汇集团和知名速食食品企业南街村组合在一个旅游项目之中,既可以使游客在有限的时间内尽可能地了解漯河市食品企业的主要特色,而且将其主要的两大支柱食品企业进行了很好的推广,同时大大促进了漯河市旅游产业的发展。

3.3 加大对食品企业工业旅游重要性的宣传和教育

食品企业本身对食品工业旅游的重视,是食品工业旅游开发的根本所在,但大多数食品企业并没有意识到食品工业旅游对其发展的重要性,因此很多食品企业根本就没有进行任何食品工业旅游的开发,已经进行开发了的部分食品企业开发程度也远远不够。在这样的情况下,相关政府部门尤其是旅游行政部门有必要对食品企业加强工业旅游重要性的宣传和教育。尤其对某些知名食品品牌企业,因为其品牌本身即具有很高的旅游价值,再加上食品工业旅游对其品牌效应和地方经济的促进作用,更应成为政府部门进行食品工业旅游重要性宣传和教育的重点。只有使这些企业充分意识到了食品工业旅游对其自身和地方经济发展的重要意义,才能使其逐步加大对食品工业旅游方面的投入,从而促使食品工业旅游开发的顺利进行。

3.4 加大对食品工业旅游专门人才的培育

开发食品工业旅游需要大量的专门人才,这些人才不仅需要旅游方面的专业技能,还需要一定程度的食品专业知识。因此,食品工业旅游作为旅游行业的一个特殊分支,有必要根据其具体情况加大对食品工业旅游专门人才的培育。包括在旅行社中招收和培育具有食品专业背景的旅游人才,以及在食品企业招收和培育具有旅游知识背景的人才,在有条件的中高等职业院校,也可以考虑在旅游专业之下设置食品工业旅游方向。

参考文献

- 1 孙英杰.我国食品企业开展工业旅游的现状分析[J].科技和产业,2015,15(1):37~39.
- 2 张驰,刘焱.食品安全背景下的食品工业旅游模式探索[J].食品与机械,2013,29(1):259~262.
- 3 张涛.工业旅游的三个卖点[J].企业改革与管理,2004(2):64~65.
- 4 李伟.漯河发展食品工业旅游的SWOT分析及建议[J].农家科技(下旬刊),2012(4):135~136.
- 5 郭英豪.漯河市食品特色工业旅游开发研究[D].昆明:云南财经大学,2013.
- 6 王焯.企业价值观的塑造及其实施研究——以王老吉企业为例[D].北京:首都经济贸易大学,2011.
- 7 刘姗,吴红梅.白酒企业工业旅游开发研究——以贵州茅台酒厂为例[J].酿酒科技,2013(10):109~113.