

国内外旅游食物消费研究综述

王灵恩^{1,2}, 王磊^{1,3*}, 钟林生¹, 成升魁¹

(1. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101; 2. 新西兰怀卡托大学管理学院, 新西兰 汉密尔顿 3240;
3. 宁夏大学人文学院, 银川 750021)

摘要: 旅游食物消费是旅游消费的首要内容。随着旅游学科研究的不断深入, 旅游食物消费近年来逐渐成为学界关注的热点。目前, 国内对旅游食物消费的研究仅限于对饮食文化资源的开发和旅游食物卫生等方面, 处于描述性研究的初级阶段。国际上旅游食物消费研究起步较早, 内容也较为全面, 除对旅游食物安全风险、食物旅游产品开发和市场营销进行广泛探讨外, 更在游客食物消费行为、旅游食物消费综合效应等领域取得了系统成果。本文利用文献分析方法, 在综合分析和梳理国内外食物消费研究文献基础上, 归纳总结了旅游食物消费发展阶段和特征, 并重点从游客食物消费行为模式、旅游食物资源开发、旅游地美食节庆与营销、旅游食物安全与风险、旅游食物消费与旅游地发展、旅游食物消费环境影响与可持续发展等6个方面对旅游食物消费的研究内容和进展进行了分析, 最后提出了中国现阶段旅游食物消费研究应关注的重点领域和方向。

关键词: 游客; 食物消费; 旅游; 餐饮; 综述

1 引言

食物是人地关系的天然纽带, 自伯克利学派开始关注食物消费研究起, 食物研究在国外已属发展较成熟的领域, 在中国也受到了地理学等学科的关注(陈传康, 1994; 林俊帆等, 2014)。旅游食物消费是传统旅游“六要素”之首, 是旅游消费的首要内容和最基本组成(Eric et al, 2013; Frisvoll et al, 2016)。实际上, 旅游视角下的食物消费早已不只是游客一日三餐的果腹行为。旅游食物消费不仅是旅游者体验旅游地饮食方式和地方文化的重要途径(Molz, 2007; Chang et al, 2010), 具有特色的美食和饮食服务已经成为旅游目的地重要的吸引物(Hjalager et al, 2002)。因此, 食物消费在旅游者消费决策、旅游满意度、旅游产品和目的地营销策略

等方面承担着越来越重要的角色(Henderson, 2009)。然而长期以来, 旅游食物消费研究没有引起旅游领域和食物消费领域学者的足够重视(Cohen et al, 2004)。近年来, 随着旅游学科研究的不断深入, 旅游食物消费逐渐成为国际上旅游研究的热点领域, 并出现了许多有影响力的研究成果。系统梳理国内外旅游食物消费的研究成果, 总结旅游食物消费研究进展, 对拓展中国旅游消费研究领域, 推动旅游消费研究深入发展具有重要意义。

本文以文献研究方法为基础, 探讨国内外旅游食物消费的研究进展。除对国内外旅游食物消费文献进行分析和总结外, 还从不同的角度进行深入的内容分析和探讨, 并在此基础上提出今后中国旅游食物消费研究的方向和重点领域, 以期为中国旅游食物消费研究的深化提供借鉴和参考。

收稿日期: 2016-07; 修订日期: 2016-10。

基金项目: 国家重点研发计划重点专项(2016YFE0113100); 国家自然科学基金项目(71233007); 中国博士后科学基金项目(2014M561041, 2015T80128); 国家留学基金资助项目 [Foundation: Specialized Research Fund of the National Key Research and Development Program of China, No.2016YFE0113100; National Natural Science Foundation of China, No.71233007; China Postdoctoral Science Foundation, No.2014M561041, No.2015T80128]。

作者简介: 王灵恩(1987-), 男, 山东沂南人, 博士, 助研, 主要研究方向为旅游消费环境影响, E-mail: wangle.10b@igsrr.ac.cn。

通讯作者: 王磊(1981-), 男, 宁夏银川人, 副教授, 主要从事葡萄酒旅游研究, E-mail: Duke@nxu.edu.cn。

引用格式: 王灵恩, 王磊, 钟林生, 等. 2017. 国内外旅游食物消费研究综述[J]. 地理科学进展, 36(4): 513-526. [Wang L E, Wang L, Zhong L S, et al. 2017. A literature research on tourism food consumption[J]. Progress in Geography, 36(4): 513- 526.]. DOI: 10.18306/dlkxjz.2017.04.012

2 文献总体分析

本文文献搜索时间从1966-2016年4月,英文文献通过Scopus数据库(包括Web of Knowledge和Google Scholar)对“tourism+food”和“tourist+food”进行搜索;中文期刊通过中国知网对“旅游+食物”“旅游+饮食”“旅游+餐饮”进行篇名和主题词检索^①。除报道性和无关文献外,经筛选后,获得中文文献364条,英文文献288条。从论文数量上看,与发展渐成体系的旅游总体研究相比,旅游食物消费的研究成果所占比例甚微,表明旅游食物消费的研究目前尚比较薄弱。

在研究内容和领域上,国内的旅游食物消费研究领域较为单一,着重于食物旅游资源开发、旅游饮食卫生安全以及餐饮品牌营销等方面,多为描述性研究。其中,旅游食物资源开发是目前中国旅游食物研究(即中文文献)的主要领域,文献数量为240篇,占搜索文献总量的65.9%;其次是旅游食物安全与风险领域28篇。国际英文文献对旅游食物消费的研究领域广泛,主题多样,分布较为均衡,涵盖消费者行为、游客体验、消费者感知、旅游地文化、品牌营销、食物节庆、食品安全、旅游食物消费对旅游地农业的影响以及产生的资源环境效应等多个领域。其中游客食物消费行为/模式领域的研究文献数量最多,达75篇,占国际旅游研究(即英文文献)总篇数的26.0%;其次是旅游地美食节庆与营销领域57篇,占比为19.8%(表1)。

3 研究阶段及特征

依据研究文献,可将国内外旅游食物消费研究划分为以下3个阶段,如图1所示。

3.1 萌芽阶段(1966-2000年)

1966年,英国食品类期刊《British Food Journal》发表的“Food Risks for Tourists in Spain”一文,系统探讨了旅游者在西班牙所面临的食物安全和卫生问题(Editorial of British Food Journal, 1966),这是国内外第一篇研究旅游食物消费的学术论文。但直到10年后另一篇旅游食物消费的研究论文才

表1 1966-2016年国内外旅游食物消费文献研究内容的分布情况

Tab.1 Distribution of research content of tourism food consumption-related articles published in China and internationally, 1966-2016

序号	研究内容	国内文献		国际文献	
		篇数	比例/%	篇数	比例/%
1	游客食物消费行为/模式	4	1.1	75	26.0
2	旅游食物资源开发	240	65.9	45	15.6
3	旅游地美食节庆与营销	18	4.9	57	19.8
4	旅游食物安全与风险	28	7.7	31	10.8
5	旅游食物消费与旅游地发展	4	1.1	47	16.3
6	旅游食物消费环境影响与可持续发展	14	3.9	25	8.7
7	其他	56	15.4	8	2.8
总计		364	100.0	288	100.0

资料来源:作者整理。

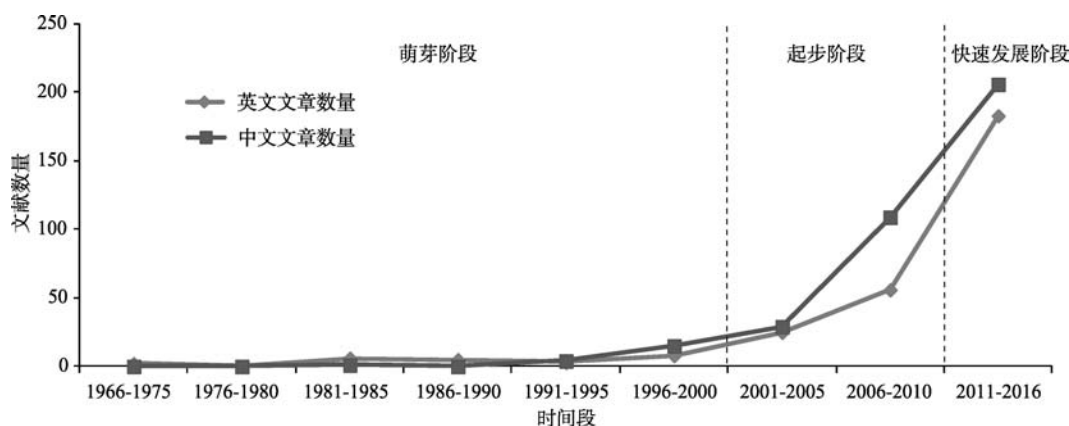


图1 国内外旅游食物消费研究阶段^②

Fig.1 Research stage of tourism food consumption in China and internationally

①考虑到国内研究实际,中文检索中同时将“饮食”和“餐饮”作为关键词进行搜索。

②由于前10年国际上仅有2篇文献,因此第一时间点1966-1975年按照10年统计,其余为5年段统计。

再次出现,关注的是瑞典旅游地食物卫生问题(Se-fastsson, 1975)。进入1980年代后,专业的旅游学术刊物上开始出现旅游食物消费的研究文章,并且研究主题跳出了旅游食物卫生的范畴。这一时期,国内旅游食物消费的研究成果也开始陆续出现。

萌芽阶段较鲜明的特征是旅游食物消费研究逐渐引起研究者关注,相关研究成果陆续出现。但该阶段研究成果数量较少,前期的研究文献主要集中于旅游食物安全和卫生领域,以反映和解决旅游过程中出现的实际问题为主。同时,相关成果主要发表于其他有关专业领域的期刊。研究方法上,多为定性描述旅游过程中出现的食物卫生问题,食物旅游资源的特征以及与旅游地的关系等。

3.2 起步阶段(2001-2010年)

进入21世纪以后,旅游食物消费研究的步伐加快,论文数量明显增加,研究成果开始在《Tourism Management》《Annals of Tourism Research》《Journal of Sustainable Tourism》等国际主流旅游刊物发表。这一时期国内旅游食物消费研究文献数量迅速增加,从2001-2005年的29篇增至2006-2010年的129篇,其中绝大部分涉及食物旅游资源开发领域,这与中国旅游产业的快速发展和旅游研究不断深入有关。

该阶段旅游食物消费研究开始起步,涉及的研究领域不断拓展,主要有:旅游食物消费与旅游地农业和食物生产的关系、食物旅游资源评价开发、旅游食物安全与卫生、旅游者食物消费体验和感知等。其显著特征是旅游领域的研究者开始取代其他领域研究者占据旅游食物消费研究的主导地位。同时,在研究方法方面,旅游定量分析和模型方法被引入旅游食物消费研究。

3.3 快速发展阶段(2011年至今)

2011年以来,旅游食物消费研究进入全面发展阶段,突出的表现是研究成果数量迅速增加,研究内容在全面开花的基础上,重点领域深入发展。2011-2016年,国际旅游食物消费研究文献183篇,为过去50年文献总量的63.5%;同期国内旅游食物消费研究论文206篇,论文数量成倍增长。该阶段国际旅游食物消费研究成果在国际主流旅游学术期刊上快速增长;研究内容开始涵盖游客食物消费行为、食物旅游资源开发、旅游地美食节庆与营销、旅游食物安全与卫生、旅游食物消费与旅游地发展、旅游食物消费环境影响与可持续发展等各个领

域,其中旅游者食物消费行为等重点领域逐渐出现系统研究成果。相比而言,国内研究仍以食物旅游资源开发主题的扩展为主,多视角的深入研究仍未引起多数国内旅游研究者的关注。

4 研究内容

受研究背景、学科起源和研究发展阶段等因素影响,国内外旅游食物消费研究存在较大差异。总体上,国际上有关旅游食物消费的研究已有一定基础,而国内则以饮食旅游资源开发的描述性研究为主,成果散见于管理和市场类文献中。根据以上文献分析结果,本文从6个方向对国内外旅游食物消费的研究内容进行讨论,具体包括:旅游食物安全与风险、旅游食物资源开发、旅游地美食节庆与营销、游客食物消费行为/模式、旅游食物消费与旅游地发展、旅游食物消费环境影响与可持续发展。对比总结见表2。

4.1 旅游食物安全与风险

旅游食物安全与风险是最早受关注的研究领域。在旅游食物消费研究的最初阶段,除了萌芽阶段提到的2篇文献外,还有Albalas在1982年探讨了国际旅游者的食物中毒和腹泻问题(Albalas, 1982)。目前国际上该领域的研究着重于分析食物风险与游客感知及其旅游决策的关系,进而提出降低旅游食物风险的策略和方法。食物安全问题对旅游目的地影响评估是国际上旅游食物安全与风险研究的首要领域。报告显示,每年约有10%的旅游人口会被食物传染性疾病感染(MacLaurin et al, 2000),而到亚洲、拉丁美洲和非洲的游客中约有30%感染痢疾等食物传染疾病(JHHI, 2002)。对度假地区食物中毒事件的频繁报道可提高游客感知的旅游风险水平(Sönmez et al, 1998)。实际上,旅游地食物引发的疾病尤其是传染性疾病会严重损害旅游目的地的形象,进而影响旅游者的出行决策(Yeung, 2009)。由于卫生标准较低,食物中毒和痢疾等传染性疾病多发,非洲和亚洲地区往往被国际旅游者认为属于安全等级较低旅游目的地(Carter, 1998)。研究显示,多数美国人因为担心食物安全问题而拒绝去亚洲、非洲和南美旅游(MacLaurin, 2004)。Eitzinger(2007)通过研究发现,食物中毒是继飞机失事、旅游大巴交通事故、火车出轨等因素之后,旅游者最担忧的旅游风险,并且造成该风险

表2 国内外旅游食物消费研究内容对比

Tab.2 Comparison of tourism food research content in China and internationally

研究内容	国际	国内
旅游食物安全与风险	最早的研究领域,着重在分析食物风险与游客感知及其旅游决策的关系等方面	仍然停留在从医疗卫生视角对游客食物中毒事件报道以及旅游食物中毒的原因和对策分析
旅游食物资源开发	内容广泛,研究方法多样,涉及烹饪旅游、美食旅游、品尝旅游、食物旅游、葡萄酒旅游等诸多领域,强调对已开发旅游资源的分析和研究	主要研究领域,多针对不同区域、不同民族以及不同视角分析饮食文化资源特征,并提出相应的开发策略。对区域食物旅游开发具有指导意义,但总体上以描述性研究为主,仍处于相对初级阶段
旅游地美食节庆与营销	注重对食物进行旅游地营销的策略、效果以及影响研究,认为地方特色的食物是旅游地进行差异化定位和品牌形象构建与市场营销的重要手段	主要以各地美食节庆活动的开发和营销策略为主,在研究深度、研究视角和研究方法等方面与国际存在较大差距
游客食物消费行为/模式	强调对游客食物消费行为的实证研究是国际旅游食物消费研究的重要特征,集中于游客食物消费行为的影响因素、行为过程和感知等领域	针对游客食物消费行为和感知等内容研究较为缺乏,仅有针对游客食物消费行为和影响因素的初步研究
旅游食物消费与旅游地发展	视角丰富,重点关注游客食物消费对旅游地旅游业、农业、农产品价格以及就业影响等方面	目前国内尚未见到该领域的系统研究成果
旅游食物消费环境影响与可持续发展	受关注较少,部分研究尝试分析了某些旅游目的地,或特定的宾馆食物消费的生态环境成本	把游客食物消费作为旅游消费系统的首要内容进行分析,但对游客食物消费的定量研究仍缺少

的责任中游客只占 6.8%,政府和其他责任者则占 93.2%。

随着国际旅行中食物中毒风险的不断加剧,研究者们开始关注食物安全与旅游餐饮及公共健康的关系,进而寻求全球性的食物安全保障策略(MacLaurin, 2001)。基于不同视角和利益主体的旅游食物消费安全风险防范逐渐被国外研究者所关注。旅游行业应当积极研究旅游者对食品安全风险的感知和反馈,并通过将食物风险管理策略嵌入市场影响体系来降低食物安全风险(Yeung, 2009)。Kumar(2012)分析了总体质量管理(TQM)、食品安全管理体系(HACCP)和 ISO 认证对食品安全管理的原则和要求,并从食品、加工器材、场地以及人员等方面系统提出了旅游宾馆食物安全管理措施。Dawood(1989)认为,为避免包括食物中毒在内的旅游风险,旅游产业各方(旅行社、目的地旅游组织、旅游承包商)需在旅游信息指导等方面作大量工作。从旅游者的角度,应当通过个人健康指导和预防措施来避免旅游过程中的食物中毒问题(Carter, 1998),同时旅游过程中食用新鲜食品、不直接饮用生水等良好的饮食习惯对旅游者身体健康同样重要(Petty, 1989)。调查结果还发现,通过培训和教育对国际留学生进行知识灌输能有效地确保其在旅行中的饮食安全(Benedict et al, 2009)。

国内对旅游食物安全和风险的研究仍然停留在从医疗卫生视角对游客食物中毒事件报道(陈斌等, 2012; 李伟等, 2012),以及旅游食物中毒的原因

和对策分析(邹积丰等, 2002; 霍金文等, 2004; 李艳菊, 2011; 刘斌财等, 2011),研究方法以描述性分析为主。

4.2 旅游食物资源开发

饮食根植于地方文化和传统之中,因此食物不仅能反映不同区域人们的特殊生活方式,而且还能强化乡村的文化传统和城市的时代性(Mitchell et al, 2006)。随着旅游业的发展,食物与旅游的关系变得越来越紧密,尤其是在农业旅游、葡萄酒旅游以及食物旅游纪念品的开发等方面(Hjalager et al, 2000),实际上食物已经成为重要的旅游资源(Quan et al, 2004; Henderson, 2009)。国际上该领域的研究主要围绕各类食物资源的特征和产品类型展开,与国内主要从旅游资源描述和评价展开不同,国际上研究者多从游客体验的视角进行资源开发和发展分析。差异性食物作为旅游资源的重要吸引力所在,世界各地的美食千差万别,如巴黎的食物与北京、纽约和赫尔辛基的食物相去甚远,而正是这种差异性吸引着旅游者去体验(Richards, 2002)。游客在旅游过程中往往对食物抱有持续的热情(Enteleca Research and Consultancy, 2000),一些更认真或感兴趣的游客则组织专门的活动四处搜集食物并学习食物的做法。这种以食物为基础的旅游形式往往被学者从不同视角进行研究和界定,称其为“烹饪旅游”(Wolf, 2002)、“美食旅游”(Hjalanger et al, 2002)、“品尝旅游”(Boniface, 2003)或“食物旅游”(Hall et al, 2003)等。这些旅游类型中往往包含

对饮料的体验和品尝(包括含酒精和不含酒精类),其中葡萄酒旅游往往作为独立的内容加以研究(Hall et al, 2000)。许多以美食和美酒作为旅游资源开发的旅游产品,如加拿大的啤酒酿造之旅(Telfer, 2001)、法国白兰地酒庄之旅(引自 Henderson, 2007)、苏格兰威士忌酿酒厂之旅(Malt Whisky Trail, 2007)等,美食都是其旅游产品的核心组成部分。在格鲁吉亚,品尝当地美食占有所有旅游活动的35%,与休闲和观光一起成为格鲁吉亚最主要的旅游市场的组成部分(Meladze, 2015)。游客对不同饮食文化的浓厚兴趣是推动旅游地农产品生产和食物加工发展的重要因素,同时又有助于食物文化和遗产的保护(Bessiere et al, 2013)。Kerma等(2015)以斯洛文尼亚为例,研究了酒文化旅游资源在当地旅游开发中的特征和地位。Renko等(2010)研究了食物在欠发达地区乡村旅游开发中的地位和角色。在食物旅游的开发措施上,Meler等(2003)提出至少可以通过以下措施来提升食物旅游产品质量:①增加食物的营养;②减少食物残渣;③增加相应食物成份的分量;④提高相应食物的品质;⑤改善食物的气味、味道和颜色;⑥改善食物的外观;⑦提升食物的加工、存储和运输。

在国内,食物旅游资源开发是目前旅游食物消费研究的主要领域,研究者多针对不同区域(王晓文, 2001; 喻玲等, 2009; 梅松华, 2010)、不同民族(马晓京, 1999; 曹水群, 2010; 谭志国, 2011)以及不同视角(韩静等, 2007; 张磊, 2010; 唐少霞等, 2012; 赵丽初, 2015)分析饮食文化资源特征,并提出相应的旅游产品开发策略(史涛, 2012)。研究结论对区域食物旅游开发具有指导意义,但总体上以描述性研究和初步的定量评价为主,仍处于相对初级阶段。

4.3 旅游地美食节庆与营销

食物通常与特定区域的社会、文化和自然特征交织在一起,因此食物本身往往包含着很多地方性符号和象征意义(Ferguson, 1998; Lockie, 2001),这一特征使特色食物能够很好地体现旅游目的的品牌特色。而由此产生的特色品牌都是通过游客独特的消费体验而来的。从游客体验的视角,“吃”往往是游客满意度的一项主要决定因素(Kivela et al, 2006),具有地方特色的美食不仅能增加游客满意度,而且能增加旅游目的地的原真性(Du Rand et al, 2003; McKercher et al, 2008)。大量的实证研究发现,众多旅游者被地方和民族美食所吸引是因为

他们期待能从中获得独一无二的体验(Reynolds, 1993; Hall et al, 2003; Cohen et al, 2004)。旅游者与食物相关的经历能增加他们对旅游目的地的喜爱和满意度(Nield et al, 2000; Yüksel et al, 2003),进而增加他们的重游率(Spark et al, 2003)。苏格兰的一项调查发现(Boyne et al, 2001, 2002),通过阅读食物促销旅游指南,该地区的游客会:①在当地特色的食物消费上花费更多;②更加频繁的外出就餐;③在将来更加可能购买当地特色的食物;④进一步提高他们重游的可能性。包括葡萄酒在内的地方特色食物能增加旅游目的地的综合吸引力,进而提高该区域的旅游综合竞争力(Crouch et al, 1999)。

实际上,研究者发现具有地方特色的食物往往是旅游地进行差异化定位(Boyne et al, 2003; Sims, 2009)和品牌形象建构与市场营销(Hashimoto et al, 2006; Fox, 2007; Forristal et al, 2009; Lin et al, 2011; Pestek et al, 2011; Okumus et al, 2013; Tsai, 2016)(一句话内过多文献)的重要手段。因此,通过实证研究分析食物在地方旅游品牌塑造中的地位和作用也成为国际上研究者关注的重要领域。国际上该领域研究者着重从国家尺度进行分析。例如,“品味威尔士”的营销策略就成功地对当地特色美食和食物产品进行了促销,进而推动整个威尔士住宿业的发展(Jones et al, 2002);奥地利也通过一系列措施将食物旅游融入到其整个国家的旅游目的地营销中(Cambourne et al, 2003);加拿大尼亚加拉区域则开发了“尼亚加拉美食”作为旅游促销的主打品牌(Telfer et al, 2003)。Okumus等(2013)以加勒比海地区4个小岛为例,通过分析旅游宣传册、购物指南、旅游网站以及其他促销资料,对比研究了该地区利用地方美食进行目的地营销的手段、内容和效果。Boyne等(2003)研究了英国食物旅游网络促销过程中存在的不足,认为从生命周期视角,英国食物旅游发展仍然处于早期阶段,这些不足很多是由于英国区域旅游发展过程中基础设施和营销的碎片化引起的。在地方区域尺度上,Telfer(2000)描述了加拿大安大略省南部尼亚加拉地区如何通过美食给当地带来积极产出效益。该地区启动的“品质食物联盟”将食物生产商、加工商、分销商、宾馆、餐馆、酒庄以及厨师连在一起,成功地提升了该地区的美食形象。Kneafsey等(2001)分析了地方特色美食如何促进区域特色形象营销。食物节庆则通常

由许多企业和一系列的活动组成,目的多是庆祝地方各类事件(Henderson, 2009; Meretse et al, 2016)。

在国内,旅游地美食节庆与营销研究主要以各地美食节庆活动的开发和营销策略为主(魏芸, 2010; 吴磊, 2011),如白雪(2009)以成都国际美食旅游节为例对餐饮节庆对城市旅游形象塑造进行了研究。刘璐殊(2012)阐述了贵州民族饮食文化在地方旅游营销中的品牌效应。总体上,国内该领域研究成果少且分散,多发表在地方和普通学术期刊上,在研究深度、研究视角和研究方法等方面与国际上存在较大差距。

4.4 游客食物消费行为/模式

强调对游客食物消费行为的实证研究是国际旅游食物消费研究的重要特征,国际研究者从多个视角对游客食物消费行为进行了积极的探索和研究。首先是游客食物消费体验的差异性及其影响因素研究。研究表明,游客的食物消费体验因各种原因而千差万别,食物消费体验对某些游客来说新奇而非同寻常(Arnould et al, 1993),甚至是独一无二(Wooliscroft et al, 2009);而对另一部分游客来说可能觉得再普通不过(Carù et al, 2003)。Jacobsen等(2002)总结了影响游客旅行过程中食物选择的3个主要因素:身体条件,用餐地点的环境、位置以及服务质量和友好程度。Frâncu(2013)总结认为,可将游客的食物消费行为概括为以下3类:①对体验新的美食非常感兴趣;②不会因为美食而选择旅游目的地,但是会品尝所到访地区的所有美食;③在旅途中随机品尝所遇到的地方美食。在具体的动机上,通过建构模型和验证, Kim等(2012)认为游客消费旅游地食物的动机可以分为5个方面:文化体验、人际交流、兴奋、感官吸引和健康考虑。通过进一步的验证发现,这些驱动因素在不同性别、年龄、收入等变量之间具有显著的差别。Mak等(2013)通过贮备格栅法和Procrustes综合分析方法从14个方面解构了影响游客食物消费的驱动因素:真实体验、荣誉感、文化知识、健康考虑、保障、方便、价格、新意、种类、熟悉度、饮食习惯、感官喜好、社交乐趣和现场场景。

对国际游客的食物消费行为进行实证研究是近年来国际上旅游食物消费行为研究的热点方向。Chang(2010)通过游客访谈研究了中国游客在澳大利亚异国文化环境下食物消费偏好、动机和行为,发现大陆游客、台湾游客和香港游客的食物消

费行为特征各异。在食物消费地点选择上,马来西亚的国际游客更愿意在固定的餐馆消费美食,而不是在街边摊点(Omar et al, 2015)。泰国游客会基于对餐饮品牌的熟悉程度选择国际连锁餐馆,位置和食欲则是他们选择本地特色餐馆的主要因素,选择在宾馆就餐的国际游客则主要是基于位置考虑(Burusnukul et al, 2011)。

国内针对游客食物消费行为和感知等内容研究较为缺乏(王灵恩, 成升魁, 李群绩等, 2013),目前仅有极少数学者在该领域进行了初步的实证研究。李钢等(2013)对西安市国际游客的餐饮行为进行了初步研究,发现影响国际游客餐饮决策的关键因素是食物质量和服务水平。王灵恩、成升魁(2013)以拉萨市为例,基于游客问卷截面数据的统计分析,初步分析了拉萨市游客食物消费行为。张涛(2012)通过对澳门游客的抽样调查发现,推动游客饮食消费行为的动机为休闲放松、饮食猎奇和文化探索,拉动动机包括饮食产品和配套服务;同时发现休闲放松、文化探索和饮食产品对满意度有正向影响,饮食猎奇要素对行为意向有正向影响。

4.5 旅游食物消费与旅游地发展

食物消费作为游客在旅游地消费的基本内容,必然会驱动和影响旅游地食物生产和供给的各个产业门类,进而影响旅游地的社会经济发展。地方美食与游客食物消费关系以及旅游如何影响旅游地食物消费为研究者提供了重要的研究议题(Astier Dumas et al, 1985)。实际上,发展中国家的食物消费服务已成为旅游发展的重要组成部分(Elmont, 1995)。游客食物消费偏好首先影响旅游地旅游农业生产规模和结构。一些国际研究成果发现,消费旅游目的地当地的食物有助于保持当地区域形象,维持农业的多样性(Knowd, 2006; Clark et al, 2007; Everett et al, 2008; Sims, 2009)。Torres(2003)通过分析墨西哥尤卡坦州游客食物消费偏好与当地农业发展的关系,认为国际游客的食物消费偏好不会影响当地农业发展,墨西哥菜、热带水果和有机产品都是未来尤卡坦州旅游和农业加强联系的潜在领域。Torres等(2004)以墨西哥坎昆为例,进一步分析了游客食物消费的卫生问题对当地旅游产业的影响。Eric等(2013)对加纳的675名国际游客调研分析发现,17种传统食物非常受游客欢迎,并认为加纳应以最受欢迎的7种食物为基础积极发展特色食品产业。Bélisle(1983)以加勒比海地区为例,

认为旅游通过4个相互关联的方面影响旅游目的地的食物生产:①通过吸引农业劳动力从事旅游业改变食物生产的劳动力结构;②由于增加了旅游休闲用地而使农业用地减少;③改变土地利用价值和土地结构;④推动当地农民拓展其食物生产类型以满足游客的食物消费需求。

但涉及劳动力,Latimer(1985)则认为很难判定农业劳动力的流失是由于发展旅游业造成的,“一个产业劳动力的增加和另一个产业劳动力的减少现象本身并不意味着是其中一个产业抢夺了另一个产业的劳动力”。同时,很多地区游客消费的食物是从外地输入的,这就减少了旅游消费对旅游目的地经济发展的带动作用,同时也意味着当地就业机会和农民收入的流失(Jefferson, 1975)。Gooding(1971)的研究进一步证实了这个结论,通过对巴巴多斯岛旅游企业的抽样研究发现,游客消费的食物中,体量上有1/2,但价值上仅有1/3是当地生产的。通过对餐馆经营者的调查发现,当地生产的食物不但价格高,而且品质较低,且供应难以保证(Bélisle, 1984)。即便如此,游客食物消费对旅游地的正面影响还是不容置疑,就像Hermans(1981)指出的,如果旅游业下降,会直接影响旅游地农民的经济地位,因为他们从蔬菜、水果的销售中获得的收入会明显减少。不仅如此,旅游目的地特色食物实际上串联着当地居民、农民、食物加工商以及餐馆等各类利益相关者(Björk et al, 2014)。另外,Reynolds(1993)从传统文化的视角研究了巴厘岛游客食物消费与传统文化保护之间的关系。Mak等(2012)对全球化背景下旅游业的食物消费问题进行了研究,从文化的视角阐述了全球化对旅游业食物消费的影响,认为全球化将推动地方饮食文化的重构和复兴。

目前国内极少见有该领域的系统研究成果,仅见少量研究成果。如陈来生(2003)以苏邦菜为例,阐述了旅游要素尤其是特色美食消费对苏州旅游强市建设的重要意义。

4.6 旅游食物消费环境影响与可持续发展

旅游消费是典型的异地消费过程(席建超, 2003),游客由相对分散的客源地涌入旅游目的地,由此驱动的旅游目的地食物消费需求迅速增加,必然会对旅游目的地和区域资源环境产生显著影响(周生路等, 2000; 杨桂华等, 2005)。食物经过生产、加工、运输和烹饪等环节后本身隐含着一系列的资

源成本和环境代价。作为旅游消费活动的首要内容,食物占据了旅游总消费约1/3(Bélisle, 1983)。一些食物比其他类型的食物在各个环节中需要更多的能源消耗和温室气体排放,因此在旅游消费过程中管理好食物消费能有效地缓解旅游业发展带来的气候变化问题。食物消费对旅游地产生的生态环境影响在已有的文献中极少受关注(Telfer et al, 2000; Hunter, 2002),尚未见详细分析旅游食物消费所隐含的能量消耗及其带来的温室气体排放研究(Gössling et al, 2011)。国外部分研究尝试分析了某些旅游目的地或特定的宾馆食物消费的生态环境成本(Stefan et al, 2002; WWF- UK, 2002; Peeters et al, 2006; Hjalager et al, 2013),但由于难以获取大量研究所需的消费数据,这类研究在构建复杂的食物碳排放核算模型方面存在诸多不足(Becken et al, 2002; Jones et al, 2007; Patterson et al, 2007; Bakhat et al, 2011)。食物消费到底对旅游目的地产生多少环境影响,目前仍是个未知数(Hunter et al, 2007)。在减少食物消费的环境影响方面,餐饮企业扮演者重要角色。一方面,餐饮企业可以更加高效的烹饪食物,减少每餐所消耗的能源(Carlsson-Kanyama et al, 2003);另一方面,餐饮企业存在严重的食物浪费问题(引自 Gössling, 2008),增加了食物资源的无效消耗。

近年来,从旅游消费系统的视角研究旅游活动资源环境影响逐渐为国内学者所重视,并把游客食物消费作为重要内容进行分析(章锦河等, 2004; 章锦河等, 2005; 章锦河, 2009)。席建超等(2004)以北京市海外旅游者为例,对旅游消费“吃、住、行”等基本消费的生态占用进行了核算,指出包括食物消费在内的旅游消费生态占用是区域生态赤字扩大的重要诱因。张约翰等(2010)基于统计资料,对拉萨市旅游生态足迹进行了定量核算,其中也涉及游客食物消费足迹内容。但是已有研究中,作为旅游食物消费生态足迹核算基础的游客食物消费量和消费结构等数据皆参照旅游地居民的消费数据或全国通用数据,忽略了旅游消费作为异地消费的特殊性,其科学性有待商榷。符国基(2006)在测算海南外来旅游者生态足迹时认为:旅游活动是一项体力消耗较大的户外活动,所以旅游者饮食消费量比旅游目的地人均饮食消费量大。王灵恩等(2016)通过对旅游城市拉萨市的实地调研,定量核算了拉萨市游客的食物消费规模、结构及其生态足迹成本。

5 启示与建议

食物为游客提供身体所需的基本能量和营养,因此,旅游食物消费被认为是“最基本的旅游消费活动”(Mak, Lumbers, Eves et al, 2012)。尤其是近年来,中国各地由旅游食物消费事件引发的旅游市场和管理问题引起全社会关注,“青岛大虾”“天价饭”等事件从侧面反映出旅游食物消费与旅游地健康发展有着紧密的联系,必须引起高度重视。随着旅游学科研究的不断深入,旅游食物消费研究逐渐受到越来越多来自食物和旅游领域相关学者的关注。国际上旅游食物消费在经历了萌芽阶段和起步阶段之后,目前已进入快速发展阶段,并已成为旅游研究体系中迅速崛起的重要分支(Cohen et al, 2004)。但总体上,国内外旅游食物消费的研究仍较薄弱,基本的学科体系和研究范式尚在构建过程中(Kim et al, 2009)。国际上旅游食物消费研究起步较早,在游客食物消费行为模式、旅游食物资源开发、旅游地美食节庆与营销、旅游食物安全与风险、旅游食物消费与旅游地发展、旅游食物消费环境影响与可持续发展等领域取得了大量研究成果,涉及的内容广泛,方法较科学。尤其是近年来,相应的研究成果在国际主流旅游期刊上不断涌现,表明国际上旅游食物消费研究不断深入,逐渐成为旅游研究的重要领域。相比而言,目前国内该领域的研究较为滞后,集中于饮食旅游资源开发和旅游食品卫生,成果分散,系统性不强,以描述性研究为主。从研究成果产出上也可以明显看出,在搜索的国内364篇相关文献中,330篇发表在普通一般学术刊物上;发表在核心期刊(包括北大核心、CSSCI和CSCD)上的文献数量仅有34篇,只占文献总量的9.3%。其原因一方面是旅游研究发展阶段的特征体现,另一方面也受旅游产业发展特征和模式的影响。因此,必须借鉴和参考国际旅游食物消费研究成果,推动中国旅游食物消费领域研究水平的提升。

借鉴国际研究,未来中国应关注和加强以下4个领域的研究:

(1) 加强旅游地食物旅游开发的综合研究。目前国内大部分旅游食物消费研究以食物旅游资源的资源介绍与开发建议和存在问题为主。作为旅游目的地资源与产品体系的主要组成部分和游客消费的第一要素,现阶段食物旅游的开发研究应立

足于全域旅游背景,将食物旅游资源的定量评价、旅游地食物旅游产品开发、目的地地品牌塑造以及市场营销等主题有机联系,开展系统的综合研究。同时拓展研究视角,加强旅游地饮食资源与特色农业、农业文化遗产、乡村旅游以及餐饮产业等关联领域的交叉研究。

(2) 积极开展游客食物消费行为研究。游客食物消费行为是旅游食物消费研究的核心内容,但目前国内该领域的研究几乎处于空白。未来应积极开展不同游客群体、不同消费情景下的游客食物消费行为规律和特征研究,尤其应针对游客食物消费的定量测度、驱动因素、决策过程、消费感知和满意度等关键内容开展系统研究。同时,基于国际化视角,通过东西文化差异加强对旅游者食物消费行为差异和特征的对比研究,尤其是具有不同文化背景的国际入境游客食物消费行为研究。

(3) 深入推进旅游食物消费的综合效应研究。旅游食物消费关联着旅游地农业生产、交通运输、食品加工、食品销售、餐饮企业、环保清洁等各个产业类型,涉及旅游地农民、社区居民、企业经营者等各类利益主体。深入推进旅游食物消费对区域食物资源配置、旅游地农业生产、食物价格、劳动就业以及资源环境影响等方面的综合影响研究,对促进旅游地可持续发展和食物资源的可持续利用具有积极意义。

(4) 推动食物旅游消费研究方法的创新。目前国内旅游食物消费领域的研究方法多数仍停留在描述性研究的初级阶段,以宏观定性分析为主。未来应注重多学科研究方法的融合,积极开展实证研究,运用参与观察、访谈、问卷调查法等获取研究数据,加强定量研究和综合研究。立足于网络化、数字化背景,充分利用网络自媒体和大数据平台,创新旅游食物消费研究资料与方法。

参考文献(References)

- 白雪. 2009. 餐饮节庆对城市旅游形象塑造研究: 以成都国际美食旅游节为例[J]. 知识经济, (9): 85. [Bai X. 2009. Image-building of food festival on urban tourism: Taking Chengdu International Food Tourism Festival as an example[J]. Knowledge Economy, (9): 85.]
- 曹水群. 2010. 西藏饮食文化资源的特点及其旅游开发[J]. 云南财经大学学报: 社会科学版, 25(2): 78-79. [Cao S Q. 2010. Characteristics of the Tibetan diet cultural resources and tourism development[J]. Yunnan Finance & Econom-

- ics University Journal of Economics & Management, 25 (2): 78-79.]
- 陈斌, 周伴群, 焦亮. 2012. 一起旅游团副溶血弧菌引起的食物中毒危险因素调查[J]. 现代预防医学, 39(15): 3999-4000, 4003. [Chen B, Zhou B Q, Jiao L. 2012. Investigation on risk factors of food poisoning caused by *Vibrio parahaemolyticus* in a travel team[J]. Modern Preventive Medicine, 39(15): 3999-4000, 4003.]
- 陈传康. 1994. 中国饮食文化的区域分化和发展趋势[J]. 地理学报, 49(3): 226-235. [Chen C K. 1994. The culture of Chinese diet: Regional differentiation and developing trends[J]. Acta Geographica Sinica, 49(3): 226-235.]
- 符国基. 2006. 海南省外来旅游者生态足迹测评[J]. 资源科学, 28(5): 145-151. [Fu G J. 2006. Evaluating ecological footprint of external tourists in Hainan Province[J]. Resources Science, 28(5): 145-151.]
- 韩静, 戚晶. 2007. 体验视角下的满族饮食文化旅游研究[J]. 汉商业服务学院学报, 21(2): 7-9. [Han J, Qi J. 2007. Study on "MAN" diet culture travel[J]. Journal of Wuhan Commercial Service College, 21(2): 7-9.]
- 霍金文, 黄昌胜. 2004. 影响旅游定点饭店食物中毒发生的因素及预防措施[J]. 食品研究与开发, 25(5): 11-12. [Huo J W, Huang C S. 2004. Food poisoning factors and prevention in designated tourist hotel[J]. Food Research and Development, 25(5): 11-12.]
- 李钢, 杨文钊, 杨新军, 等. 2013. 国际游客餐饮行为及其对陕西地方小吃的感知[J]. 资源开发与市场, 29(3): 317-321. [Li G, Yang W Z, Yang X J, et al. 2013. Dining behavior of international tourists' and perception of Shanxi local snacks in Xi'an[J]. Resource Development & Market, 29 (3): 317-321.]
- 李伟, 段勇军, 黄建华, 等. 2012. 甘孜藏族自治州旅游景区一起食物中毒调查[J]. 中国食品卫生杂志, 24(1): 87-89. [Li W, Duan Y J, Huang J H, et al. 2012. Investigation on food poisoning in a tourist attraction of Ganzi Tibetan Autonomous Prefecture[J]. Chinese Journal of Food Hygiene, 24(1): 87-89.]
- 李艳菊. 2011. 浅谈承德地区夏季旅游人群食物中毒的预防和控制[J]. 医学动物防制, 27(10): 952-953. [Li Y J. 2011. Research on food poisoning prevention and control on Chengde summer tourist[J]. Journal of Medical Pest Control, 27(10): 952-953.]
- 林俊帆, 林耿. 2014. 意义、权力与再物质化: 食物消费地理新进展[J]. 人文地理, 29(6): 40-46. [Lin J F, Lin G. 2014. Meaning, power and rematerializing: Progress in geography of food consumption[J]. Human Geography, 29(6): 40-46.]
- 刘斌赋, 张志云, 李淑文. 2011. 沿海旅游城市卫生监督应用的管理模式对预防食物中毒的分析[J]. 中国卫生监督杂志, 18(2): 183-185. [Liu B C, Zhang Z Y, Li S W. 2011. Analysis on the effect of management model of health supervision application to prevent food poisoning in coastal tourist city[J]. Chinese Journal of Health Inspection, 18(2): 183-185.]
- 刘璐殊. 2012. 贵州民族饮食文化在旅游营销中的品牌效应[J]. 旅游纵览, (11): 77-78. [Liu L S. 2012. Brand effect of Guizhou ethnic food culture in tourism marketing[J]. Tourism Overview, (11): 77-78.]
- 马晓京. 1999. 中国清真饮食文化的旅游价值及开发[J]. 中南民族大学学报: 人文社会科学版, (3): 55-58. [Ma X J. 1999. Chinese Muslim food culture tourism value and development[J]. Journal of South-Central University for Nationalities: Humanities and Social Sciences, (3): 55-58.]
- 梅松华. 2010. 浙江景宁畲族饮食文化旅游开发构想[J]. 浙江师范大学学报: 社会科学版, 35(3): 27-31. [Mei S H. 2010. A blueprint for development of Food-culture Tourism in Jingning She Autonomous County, Zhejiang Province[J]. Journal of Zhejiang Normal University: Social Sciences, 35(3): 27-31.]
- 史涛. 2012. 饮食文化旅游产品开发体系探析[J]. 扬州大学烹饪学报, 29(4): 55-59. [Shi T. 2012. Framework of development for tourism products of food culture[J]. Culinary Science Journal of Yangzhou University, 29(4): 55-59.]
- 谭志国. 2011. 土家族饮食旅游资源特点与开发探析[J]. 安徽农业科学, 39(8): 4881-4883, 4886. [Tan Z G. 2011. Exploration on characteristics and cultivation of food and drink tourism resources of Tujia Nationality[J]. Journal of Anhui Agricultural Sciences, 39(8): 4881-4883, 4886.]
- 唐少霞, 毕华, 罗艳菊. 2012. 国际旅游岛背景下海南特色餐饮资源的开发研究[J]. 国土与自然资源研究, (6): 66-68. [Tang S X, Bi H, Luo Y J. 2012. Hainan characteristics catering resources development under the background of international tourist island[J]. Territory & Natural Resources Study, 28(6): 66-68.]
- 王灵恩, 成升魁. 2013. 基于旅游“六要素”分析的拉萨市旅游消费实证研究[J]. 消费经济, 29(6): 27-30, 50. [Wang L E, Cheng S K. 2013. An empirical study of Lhasa tourism consumption based on tourism "six elements" analysis[J]. Consumer Economics, 29(6): 27-30, 50.]
- 王灵恩, 成升魁, 李群绩, 等. 2013. 基于实证分析的拉萨市游客餐饮消费行为研究[J]. 资源科学, 35(4): 848-857. [Wang L E, Cheng S K, Li Q J, et al. 2013. Tourist dining behavior in Lhasa City[J]. Resources Science, 35(4): 848-857.]
- 王灵恩, 成升魁, 钟林生, 等. 2016. 旅游城市餐饮业食物消费及其资源环境成本定量核算: 以拉萨市为例[J]. 自然

- 资源学报, 31(2): 215-227. [Wang L E, Cheng S K, Zhong L S, et al. 2016. Quantitative analysis of catering food consumption and its resources and environmental cost in tourist city: A case study in Lhasa[J]. Journal of Natural Resources, 31(2): 215-227.]
- 王晓文. 2001. 试论饮食文化资源的旅游开发: 以福州为例[J]. 福建师范大学学报: 哲学社会科学版, (3): 112-116. [Wang X W. 2001. An elementary study of the tourism exploitation of the resource of repast culture in Fuzhou[J]. Journal of Fujian Teachers University: Philosophy and Social Sciences Version, (3): 112-116.]
- 魏芸. 2010. 旅游节庆符号营销策略研究: 以成都美食节为例[D]. 成都: 成都理工大学. [Wei Y. 2010. A symbolic marketing strategy on tourism festival: The evidence from gourmet festival of Chengdu[D]. Chengdu, China: Chengdu University of Technology.]
- 吴磊. 2011. 体验经济时代下赣菜饮食文化的营销策略[J]. 江西蓝天学院学报, (1): 50-52. [Wu L. 2011. Marketing strategies for the Gan cuisine diet culture in the experience economy[J]. Journal of Jiangxi Blue Sky University, (1): 50-52.]
- 席建超. 2003. 旅游者旅游消费结构及潜力分析: 以入境旅游者旅游消费为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 14(2): 38-41. [Xi J C. 2003. The analysis on consumption structure and potential of tourist: A study of foreign tourist arrivals tourism consumption[J]. Journal of Guilin Institute of Tourism, 14(2): 38-41.]
- 席建超, 葛全胜, 成升魁, 等. 2004. 旅游消费生态占用初探: 以北京市海外入境旅游者为例[J]. 自然资源学报, 19(2): 224-229. [Xi J C, Ge Q S, Cheng S K, et al. 2004. Ecological footprint of tourism consumption: A case study of Beijing foreign tourist arrivals[J]. Journal of Natural Resources, 19(2): 224-229.]
- 杨桂华, 李鹏. 2005. 旅游生态足迹: 测度旅游可持续发展的新方法[J]. 生态学报, 25(6): 1475-1480. [Yang G H, Li P. 2005. Touristic ecological footprint: A new yardstick to assess sustainability of tourism[J]. Acta Ecologica Sinica, 25(6): 1475-1480.]
- 喻玲, 洪军, 熊隆芳. 2009. 宜宾饮食文化资源的旅游开发研究[J]. 资源开发与市场, 25(1): 80-83. [Yu L, Hong J, Xiong L F. 2009. Studies on catering culture tourism resources development in Yibin[J]. Resource Development & Market, 25(1): 80-83.]
- 章锦河. 2009. 基于生态足迹的区域旅游环境影响研究[M]. 合肥: 安徽人民出版社. [Zhang J H. 2009. Jiyu shengtai zuji de quyue lvyou huanjing yingxiang yanjiu[M]. Hefei, China: Anhui People's Publishing Press.]
- 章锦河, 张捷. 2004. 旅游生态足迹模型及黄山市实证分析[J]. 地理学报, 59(5): 763-771. [Zhang J H, Zhang J. 2004. Touristic ecological footprint model and analysis of Huangshan City in 2002[J]. Acta Geographica Sinica, 59(5): 763-771.]
- 章锦河, 张捷, 梁玥琳, 等. 2005. 九寨沟旅游生态足迹与生态补偿分析[J]. 自然资源学报, 20(5): 735-744. [Zhang J H, Zhang J, Liang Y L, et al. 2005. An analysis of touristic ecological footprint and eco-compensation of Jiuzhaigou in 2002[J]. Journal of Natural Resources, 20(5): 735-744.]
- 张磊. 2010. 基于旅游需求的饮食文化资源开发: 以淮安为例[J]. 四川烹饪高等专科学校学报, (1): 11-13. [Zhang L. 2010. Exploitation of food cultural resources based on tourism demand[J]. Journal of Sichuan Higher Institute of Cuisine, (1): 11-13.]
- 张涛. 2012. 饮食旅游动机对游客满意度和行为意向的影响研究[J]. 旅游学刊, 27(10): 78-84. [Zhang T. 2012. A study on the effect of food tourism motivation on tourist satisfaction and behavioral intention[J]. Tourism Tribune, 27(10): 78-84.]
- 张约翰, 张平宇, 张忠孝. 2010. 拉萨市旅游生态足迹与可持续发展研究[J]. 中国人口·资源环境, 20(7): 154-159. [Zhang Y H, Zhang P Y, Zhang Z X. 2010. Disquisition of touristic ecological footprint and sustainable development of Lhasa[J]. China Population, Resources and Environment, 20(7): 154-159.]
- 赵丽初. 2015. 从食品供给角度探析饮食文化旅游资源的开发[J]. 品牌, (8): 241. [Zhao L C. 2015. Catering culture tourism resources development from the perspective of food supply[J]. Brand, (8): 241.]
- 周生路, 朱凤武, 彭补拙, 等. 2000. 桂林市区域人粮关系及其协调研究[J]. 地理科学, 20(1): 78-82. [Zhou S L, Zhu F W, Peng B Z, et al. 2000. Study on regional man-grain relationship and its coordination in Guilin City[J]. Scientia Geographica Sinica, 20(1): 78-82.]
- 邹积丰, 杨建忠. 2002. 旅游季节食物中毒流行特征及管理对策[J]. 中国公共卫生, 18(2): 222. [Zou J F, Yang J Z. 2002. Food poisoning epidemic characteristics and management strategies during tourist season[J]. Chinese Journal of Public Health, 18(2): 222.]
- Albalas B. 1982. International tourism: Food poisoning and traveller's diarrhea[J]. Hellenic Armed Forces Medical Review, 16(4): 345-353.
- Arnould E J, Price L L. 1993. River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter[J]. Journal of Consumer Research, 20(1): 24-45.
- Astier Dumas M, Mossé A. 1985. Does tourism influence food choice[J]. Bibliotheca Nutritio et Dieta, (36): 26-28.
- Bakhat M, Rosselló J. 2011. Estimation of tourism-induced

- electricity consumption: The case study of Balearics Islands, Spain[J]. *Energy Economics*, 33(3): 437-444.
- Becken S, Simmons D G. 2002. Understanding energy consumption patterns of tourist attractions and activities in New Zealand[J]. *Tourism Management*, 23(4): 343-354.
- Bélisle F J. 1983. Tourism and food production in the Caribbean[J]. *Annals of Tourism Research*, 10(4): 497-513.
- Bélisle F J. 1984. Food production and tourism in Jamaica: Obstacles to increasing local food supplies to hotels[J]. *The Journal of Developing Areas*, 19(1): 1-20.
- Benedict Jipiu L, Toh P S, Abd Azis A M, et al. 2009. Food safety for education tourism: Implications to cultural change[R]//CAUTHE 2009: See change: Tourism & hospitality in a dynamic world. Fremantle, Australia: Curtin University of Technology: 1299.
- Bessiere J, Tibere L. 2013. Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces [J]. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93 (14): 3420-3425.
- Björk P, Kauppinen-Räsänen H. 2014. Culinary-gastronomic tourism-a search for local food experiences[J]. *Nutrition & Food Science*, 44(4): 294-309.
- Boniface P. 2003. Tasting tourism: Travelling for food and drink[M]. Hampshire, UK: Ashgate.
- Boyne S, Hall D. 2004. Place promotion through food and tourism: Rural branding and the role of websites[J]. *Place Branding*, 1(1): 80-92.
- Boyne S, Williams F, Hall D R. 2001. Innovation in rural tourism and regional development: Tourism and food production on the Isle of Arran[C]//Ruddy J, Flanagan S. ATLAS 10th anniversary international conference: Tourism, innovation and regional development. Dublin, Ireland: Dublin Institute of Technology.
- Boyne S, Williams F, Hall D R. 2002. On the trail of regional success: Tourism, food production and the Isle of Arran Taste Trail[C]//Richards G, Hjalager A M. Tourism and gastronomy. London, UK: Routledge: 91-114.
- Burusnukul P, Binkley M, Sukalakamala P. 2011. Understanding tourists' patronage of Thailand foodservice establishments: An exploratory decisional attribute approach[J]. *British Food Journal*, 113(8): 965-981.
- Cambourne B, Macionis N. 2003. Linking food, wine and tourism: The case of the Australian capital region[C]//Hall C M, Sharples L, Mitchell R, et al. Food tourism around the world: Development, management and markets. Boston, MA: Butterworth-Heinemann: 268-284.
- Carlsson-Kanyama A, Pipping Ekström M, Shanahan H. 2003. Food and life cycle energy inputs: Consequences of diet and ways to increase efficiency[J]. *Ecological Economics*, 44(2-3): 293-307.
- Carter S. 1998. Tourists' and travellers' social construction of Africa and Asia as risky locations[J]. *Tourism Management*, 19(4): 349-358.
- Carù A, Cova B. 2003. Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept[J]. *Marketing Theory*, 3(2): 267-286.
- Chang R C Y, Kivela J, Mak A H N. 2010. Food preferences of Chinese tourists[J]. *Annals of Tourism Research*, 37(4): 989-1011.
- Clark G, Chabrel M. 2007. Measuring integrated rural tourism [J]. *Tourism Geographies*, 9(4): 371-386.
- Cohen E, Avieli N. 2004. Food in tourism: Attraction and impediment[J]. *Annals of Tourism Research*, 31(4): 755-778.
- Crouch G I, Ritchie J R B. 1999. Tourism, competitiveness, and societal prosperity[J]. *Journal of Business Research*, 44 (3): 137-152.
- Dawood R. 1989. Tourists' health-could the travel industry do more[J]. *Tourism Management*, 10(4): 285-287.
- Du Rand G E, Heath E. 2006. Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing[J]. *Current Issues in Tourism*, 9(3): 206-234.
- Editorial of British Food Journal. 1966. Food risks for tourists in Spain[J]. *British Food Journal*, 68(7): 88-102.
- Eitzinger C, Wiedemann P. 2007. Risk perceptions in the alpine tourist destination Tyrol: An exploratory analysis of residents' views[J]. *Tourism Management*, 28(3): 911-916.
- Elmont S. 1995. Tourism and food service: Two sides of the same coin[J]. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(1): 57-63.
- Enteleca Research and Consultancy. 2000. Tourist attitudes towards regional and local foods, ministry of agriculture, fisheries and food[R]. London, UK: Enteleca Research and Consultancy.
- Eric Amuquandoh F, Asafo-Adjei R. 2013. Traditional food preferences of tourists in Ghana[J]. *British Food Journal*, 115(7): 987-1002.
- Everett S, Aitchison C. 2008. The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, south west England[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2): 150-167.
- Ferguson P P. 1998. A cultural field in the making: Gastronomy in 19th-century France[J]. *American Journal of Sociology*, 104(3): 597-641.
- Forristal L J, Lehto X Y. 2009. Place branding with native species: Personality as a criterion[J]. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(3): 213-225.

- Fox R. 2007. Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3): 546-559.
- Frâncu C. 2013. Turismul culinar sau calatoriile pentru placerea gustului[DB/OL]. *Tourism Market*, 2013- 03- 04 [2016-05-10]. <http://www.turismmarket.com/turismul-culinar-sau-calatoriile-pentru-placerea-gustului>.
- Frisvoll S, Forbord M, Blekesaune A. 2016. An empirical investigation of tourists' consumption of local food in rural tourism[J]. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(1): 76-93.
- Gooding E G. 1971. Food production in Barbados with particular reference to tourism[R]//*The Tourist Industry in Barbados*. Kitchener, Canada: Dusco Graphics: 73-116.
- Gössling S, Garrod B, Aall C, et al. 2011. Food management in tourism: Reducing tourism's carbon 'foodprint'[J]. *Tourism Management*, 32(3): 534-543.
- Gössling S, Hansson C B, Hörstmeier O, et al. 2002. Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability[J]. *Ecological Economics*, 43(2-3): 199-211.
- Hall C M, Mitchell R. 2000. Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development[J]. *Thunderbird International Business Review*, 42(4): 445-465.
- Hall C M, Sharples L, Mitchell R, et al. 2003. Food tourism around the world: Development, management and markets [M]. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Hashimoto A, Telfer D J. 2006. Selling Canadian culinary tourism: Branding the global and the regional product[J]. *Tourism Geographies*, 8(1): 31-55.
- Henderson J C. 2009. Food tourism reviewed[J]. *British Food Journal*, 111(4): 317-326.
- Hermans D. 1981. The encounter of agriculture and tourism: A Catalan case[J]. *Annals of Tourism Research*, 8(3): 462-479.
- Hjalager A M, Corigliano M A. 2000. Food for tourists-determinants of an image[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2(4): 281-293.
- Hjalager A M, Johansen P H. 2013. Food tourism in protected areas- sustainability for producers, the environment and tourism[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3): 417-433.
- Hjalager A M, Richards G. 2002. Still undigested: Research issues in tourism and gastronomy[M]//Hjalager A M, Richards G. *Tourism and gastronomy*. London, UK: Routledge: 224-234.
- Hjalager A M, Richards G. 2002. *Tourism and gastronomy* [M]. London, UK: Routledge.
- Hunter C. 2002. Aspects of the sustainable tourism debate from a natural resources perspective[M]//Harris R, Griffin T, Williams P. *Sustainable tourism: A global perspective*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann: 3-23.
- Hunter C, Shaw J. 2007. The ecological footprint as a key indicator of sustainable tourism[J]. *Tourism Management*, 28(1): 46-57.
- Jacobsen J K S, Haukeland J V. 2002. A lunch with a view: Motor tourists' choices and assessments of eating-places [J]. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(1): 4-16.
- Jefferson O. 1975. Some economic aspects of tourism[R]. Mona, Jamaica: Caribbean Development Bank.
- JHHI. 2002. Stemming the tide: Coping with traveler's diarrhea, Johns Hopkins Health Information[DB/OL]. 2002-03-16[2016- 05- 20]. <http://www.intelihealth.com/IH/ihIH?t=20886&c=229773&November16>.
- Jones A, Jenkins I. 2002. 'A Taste of Wales-Blas Ar Gymru': Institutional malaise in promoting Welsh food tourism products[M]//Hjalager A M, Richards G. *Tourism and gastronomy*. London, UK: Routledge: 115-131.
- Jones C, Munday M. 2007. Exploring the environmental consequences of tourism: A satellite account approach[J]. *Journal of Travel Research*, 46(2): 164-172.
- Kerma S, Gačnik A. 2015. Wine tourism as an opportunity for tourism development: Examples of good practice in Slovenia[J]. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 27(4): 311-323.
- Kim Y G, Eves A. 2012. Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food[J]. *Tourism Management*, 33(6): 1458-1467.
- Kim Y G, Eves A, Scarles C. 2009. Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3): 423-431.
- Kivela J, Crotts J C. 2006. Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination[J]. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3): 354-377.
- Kneafsey M, Ilbery B. 2001. Regional images and the promotion of speciality food and drink in the West Country[J]. *Geography*, 86(2): 131-140.
- Knowl I. 2006. Tourism as a mechanism for farm survival[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1): 24-42.
- Kumar A. 2012. Food safety and quality: An overview of practical implementation in selected hotels of haryana tourism [J]. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 5(1): 47-56.
- Latimer H. 1985. Developing-island economies-tourism v agriculture[J]. *Tourism Management*, 6(1): 32-42.

- Lin Y C, Pearson T E, Cai L A. 2011. Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective[J]. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1): 30-48.
- Lockie S. 2001. Food, place and identity: Consuming Australia's 'beef capital'[J]. *Journal of Sociology*, 37(3): 239-255.
- MacLaurin T L. 2001. Food safety in travel and tourism[J]. *Journal of Travel Research*, 39(3): 332-333.
- MacLaurin T L. 2004. The importance of food safety in travel planning and destination selection[J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(4): 233-257.
- MacLaurin T L, MacLaurin D J, Loi L S. 2000. The impact of food-borne illness on food safety concerns of international air travellers[J]. *Tourism Economics*, 6(2): 169-185.
- Mak A H N, Lumbers M, Eves A. 2012. Globalisation and food consumption in tourism[J]. *Annals of Tourism Research*, 39(1): 171-196.
- Mak A H N, Lumbers M, Eves A, et al. 2012. Factors influencing tourist food consumption[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3): 928-936.
- Mak A H N, Lumbers M, Eves A, et al. 2013. An application of the repertory grid method and generalised Procrustes analysis to investigate the motivational factors of tourist food consumption[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 35: 327-338.
- Malt Whisky Trail. 2007. Scotland's malt whisky trail[DB/OL]. 2007[2016-05-20]. <http://www.maltwhiskytrail.com>.
- McKercher B, Okumus F, Okumus B. 2008. Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers [J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2): 137-148.
- Meladze M. 2015. The importance of the role of local food in Georgian tourism[J]. *European Scientific Journal*, 212(S2): 222-227.
- Meler M, Cerović Z. 2003. Food marketing in the function of tourist product development[J]. *British Food Journal*, 105 (3): 175-192.
- Meretse A R, Mykletun R J, Einarsen K, et al. 2016. Participants' benefits from visiting a food festival: the case of the Stavanger food festival (Gladmatfestivalen) [J]. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(2S1): 208-224.
- Mitchell R, Hall C M. 2006. Wine tourism research: The state of play[J]. *Tourism Review International*, 9(4): 307-332.
- Molz J G. 2007. Eating difference: The cosmopolitan mobilities of culinary tourism[J]. *Space and Culture*, 10(1): 77-93.
- Nield K, Kozak M, LeGrys G. 2000. The role of food service in tourist satisfaction[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 19(4): 375-384.
- Okumus F, Kock G, Scantlebury M M G, et al. 2013. Using local cuisines when promoting small Caribbean island destinations[J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4): 410-429.
- Omar S R, Ab Karim S, Omar S N. 2015. Exploring international tourists' attitudes and perceptions: In characterizing Malaysian Heritage Food (MHF) as a tourism attraction in Malaysia[J]. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(3): 321-329.
- Patterson T M, Niccolucci V, Bastianoni S. 2007. Beyond "more is better": Ecological footprint accounting for tourism and consumption in Val di Merse, Italy[J]. *Ecological Economics*, 62(3-4): 747-756.
- Peeters P, Schouten F. 2006. Reducing the ecological footprint of inbound tourism and transport to Amsterdam[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(2): 157-171.
- Pestek A, Nikolic A. 2011. Role of traditional food in tourist destination image building: Example of the city of Mostar [J]. *UTMS Journal of Economics*, 2(1): 89-100.
- Petty R. 1989. Health limits to tourism development[J]. *Tourism Management*, 10(3): 209-212.
- Quan S, Wang N. 2004. Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism[J]. *Tourism Management*, 25(3): 297-305.
- Renko S, Renko N, Polonijo T. 2010. Understanding the role of food in rural tourism development in a recovering economy[J]. *Journal of Food Products Marketing*, 16(3): 309-324.
- Reynolds P C. 1993. Food and tourism: Towards an understanding of sustainable culture[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1): 48-54.
- Richards G. 2002. Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption[M]//Hjalager A M, Richards G. *Tourism and gastronomy*. London, UK: Routledge: 3-20.
- Sefastsson S. 1975. Problems of food hygiene in a tourist region (Swedish)[J]. *Hyg Miljo*, 64(1): 2-4.
- Sims R. 2009. Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3): 321-336.
- Sönmez S F, Graefe A R. 1998. Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions[J]. *Annals of Tourism Research*, 25(1): 112-144.
- Sparks B, Bowen J, Klag S. 2003. Restaurants and the tourist market[J]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(1): 6-13.
- Telfer D J. 2000. Tastes of Niagara: Building strategic alliances between tourism and agriculture[J]. *International Jour-*

- nal of Hospitality & Tourism Administration, 1(1): 71-88.
- Telfer D J. 2001. Strategic alliances along the Niagara wine route[J]. *Tourism Management*, 22(1): 21-30.
- Telfer D J, Hashimoto A. 2003. Food tourism in the Niagara region: The development of a nouvelle cuisine[R]//Hall C M, Sharples L, Mitchell R, et al. *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Boston, UK: Butterworth-Heinemann: 158-177.
- Telfer D J, Wall G. 2000. Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels [J]. *Tourism Geographies*, 2(4): 421-447.
- Torres R. 2003. Linkages between tourism and agriculture in Mexico[J]. *Annals of Tourism Research*, 30(3): 546-566.
- Torres R, Skillicorn P. 2004. Montezuma's revenge how sanitation concerns may injure Mexico's tourist industry[J]. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(2): 132-144.
- Tsai C T. 2016. Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food[J]. *International Journal of Tourism Research*, 18(6): 536-548.
- Wolf E. 2002. Culinary tourism: A tasty economic proposition [DB/OL]. 2002-04-14[2016-05-20]. <http://www.culinary-tourism.org>.
- Wooliscroft B, Ganglmair-Wooliscroft A. 2009. Co-production in memorable service encounters: Three hot chocolates in Belgium[C]//Lindgreen A, Vanhamme J, Beverland M B. *Memorable customer experiences: A research anthology*. Surrey, UK: Gower Publishing Company: 149-158.
- WWF-UK. 2002. Holiday footprinting: A practical tool for responsible tourism[DB/OL]. 2005-07-22[2016-05-20]. <http://www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/holidayfootprintingfull.pdf>.
- Yeung R. 2009. Tourist perception of food safety risk and destination choice[J]. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 2(1): 21-33.
- Yüksel A, Yüksel F. 2003. Measurement of tourist satisfaction with restaurant services: A segment-based approach[J]. *Journal of Vacation Marketing*, 9(1): 52-68.

A literature research on tourism food consumption

WANG Ling'en^{1,2}, WANG Lei^{1,3*}, ZHONG Linsheng¹, CHENG Shengkui¹

(1. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China;

2. Management School, University of Waikato, Hamilton 3240, New Zealand;

3. College of Humanities, Ningxia University, Yinchuan 750021, China)

Abstract: Food consumption is the primary content of tourism consumption. With the deepening of tourism research, tourism food consumption, in recent years, has gradually become the focus of attention of scholars. At present, the research of Chinese tourism food consumption is limited to the development of food culture tourism resources and food hygiene, and most of them are descriptive in nature, in the early stage of development. International tourism food consumption study started earlier, and the content is more comprehensive. In addition to the research content of tourism food safety and health, food tourism product development and marketing, the fields of tourist food consumption behavior, the relationship between tourism food consumption and tourist destination, and combined effect of tourism food consumption have also been actively discussed. Using literature analysis, this article comprehensively analyzes Chinese and international tourism food consumption based on literature search from academic databases. Tourism food consumption development stage and characteristics were then summarized. The research progress in tourism food consumption were analyzed from six aspects of tourist food consumption behavior, food tourism resources development, tourism food festivals and marketing, tourism food safety and risks, tourism food consumption and destination development, and environmental impact and sustainability of tourism food consumption. Finally, research focuses of tourism food consumption in China at present are proposed.

Key words: tourists; food consumption; tourism; catering; review