

品尝一方美食，领略一方风味，了解一方文化…… 当“舌尖上的旅行”成为流量密码

◎ 通讯员 文/图 黄高原 李金枝 陈潜 刘冬雪

到山东淄博感受夜市中的烟火气、去甘肃天水品尝舌尖上的麻辣烫盛宴、在湖南长沙嗦一碗酸辣鲜香的米粉……

当越来越多的游客为了品尝特色美食而奔赴一座城，当一道道美食成为带火一座城的流量密码，“舌尖上的旅行”便成为一种旅游新风尚，不仅为当地餐饮业带来巨大商机，也成为促进旅游消费的新增长点，带动着城乡旅游业的发展与繁荣。

寻味美食 踏上美好旅途

四方食事，不过一碗人间烟火。如今，越来越多的游客踏上寻味美食的旅途，通过品尝一方美食了解一城风味、一地文化。



▲位于长沙市中心的美食一条街

“我在网上刷到很多分享长沙美食的视频，一直想去尝尝，这次终于吃了正宗的长沙臭豆腐，外皮酥脆，鲜嫩多汁，果然名不虚传。”近日，刚刚退休的山西游客曹丽约朋友一起到长沙旅游。曹丽说：“我们年纪大了，更喜欢到烟火气足的市井街走走，尝尝当地特色美食。长沙的糖油粑粑、剁椒鱼头、口味虾都很好吃。”

走进唐山饮食文化博物馆（唐山宴），金黄溜圆、外酥里嫩的小山炸糕，肉馅鲜香、色泽金黄的棋子烧饼……150余种极具唐山风味的特色小吃和20余种非遗美食吸引了众多游客前来品尝。小山炸糕店铺工作人员介绍：“这是唐山宴的招牌小吃，特别受游客欢迎，我们一年能卖出300多万块炸糕。”



▲延吉市独有的冬日美食资源吸引了大量游客涌入这座东北小城

软糯香甜的打糕、鲜美滋补的参鸡汤、酸甜清爽的冷面……吉林省延吉市美食资源丰富，吸引大量游客涌入这座

东北小城。“海兰江”是当地知名的餐饮品牌之一，成为外地游客的热门选择。“店里的冷面、牛肉汤、土豆饺子、米肠、参鸡汤、石锅拌饭是游客最喜欢的。”延吉市海兰江餐饮管理有限公司副总经理孙永明说，“一到节假日，店门口会停很多外地车，游客接待数量是平日的两三倍，销售额也会翻一番。”

去年3月，山东淄博烧烤全网火爆，淄博八大局便民市场人山人海，大街小巷在短时间内新开了不少烧烤店迎接八方来客。今年年初，甘肃天水凭借一盘麻辣烫火爆“出圈”，不少游客赶到天水只为吃一碗正宗的麻辣烫。据统计，今年1月至9月，天水市累计接待游客5348.08万人次，旅游花费307.35亿元，同比分别增长25.29%和28.66%。



▲淄博烧烤延续了热度，仍是游客奔赴此地的旅游吸引物

到底有多少游客会为追寻地道风味而奔赴一座城？中国旅游研究院美食旅游课题组发布的《2024中国美食旅游发展报告》显示，93.1%的受访者认为体验美食是旅游的主要因素。

“美食已成为游客规划行程时的重要考量因素，甚至成为旅游的主要目的。”中国旅游研究院美食旅游课题组长、规划与休闲研究所所长吴丰林说，“随着我国旅游业进入感受美好生活的中高级阶段，游客从‘在家里吃好’到‘走出家门去旅游’，再到‘以旅游方式享受异地美食、品味美食文化’成为重要选项，这种变化体现了人民群众对美好生活的向往，也是大众旅游发展的趋势。”

苏品大闸蟹……如今，游客已经“品”出了一份节气旅游美食地图。今年2月，文化和旅游部资源开发司指导中国旅游报社开展“寻味美好中国·品游万里山河”全国二十四节气旅游美食及美食旅游线路征集和宣传推广活动，目前已发布春、夏、秋季旅游美食及线

路，这为美食旅游创新融合发展提供了新路径。

“鼓励各地因地制宜打造‘美食名村’‘美食名镇’”“加强美食旅游宣传推广，鼓励推出精品美食旅游线路”……

今年3月，商务部、文化和旅游部等9部门联合印发《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》，进一步释放餐饮消费潜力。重庆、北京等纷纷出台地方政策措施，加强区域性美食文化IP塑造，更好满足人民日益增长的美好生活需要。

火锅、小面、辣子鸡、毛血旺……重庆的热辣美食一直令游客赞不绝口。今年4月，重庆发布了“渝味360碗”，涵盖热菜、凉菜、小吃、汤羹等多种类别。“日前，我们启动了‘渝味360碗’进商圈进街区进景区活动，让重庆美食走进更多消费场景，还公布了‘渝味360碗’2024年度美食体验店、示范店、旗舰店及美食街区名单。”重庆市文化和旅游发展委员会有关负责人说。

创新创意 激发情绪消费

当前，美食已经成为提升地方旅游竞争力的关键要素。各地如何促进美食与旅游深度融合发展、体现出旅游差异化特征、进一步激发旅游消费活力？创新美食味道和新业态是关键。

今年年初，冰城哈尔滨圈粉无数，马迭尔冰棍、红肠等特色美食颇受游客欢迎。“为迎接冰雪季和2025年第九届亚冬会旅游热潮，我们将研发一系列与冰雪主题相关的中西餐特色菜品以及冰雪主题下午茶，更好丰富游客体验。”哈尔滨马迭尔集团有关负责人介绍。

近年来，内蒙古深入挖掘美食文化内涵，先后推出“内蒙古味道”“有滋有味内蒙古”等品牌，发布15条美食旅游线路。内蒙古自治区文化和旅游厅有关负责人介绍，内蒙古将继续推出文化内涵丰富、特色鲜明的旅游美食和线路，持续放大美食旅游品牌影响力。

“接下来，重庆将积极推动‘美食+直播’‘美食+演艺’等新消费，推出‘美食+艺术馆’‘美食+博物馆’等特色主

今年以来，福建省泉州市以申创“世界美食之都”为契机，联动各地。“我们发布了一批美食名店、美食名菜、人气名菜、人气名小吃等，举办美食嘉年华、美食节等活动，吸引海内外游客前来打卡品尝，让‘赏味泉州’成为旅游新风尚。”泉州市文化广电和旅游局有关负责人说。

与此同时，各地积极创新美食与旅游融合方式，不断推出新模式、新业态、新体验，更好满足游客多元需求。中国非遗面食大会今年8月在山西太原举办，龙须拉面、吹面气球、一根面等面食技艺展示，彰显了山西面食文化的魅力；广西柳州推出螺蛳粉旅游线路，观螺蛳粉文化馆、游螺蛳粉生产线、品螺蛳粉小吃，让游客体验更丰富；天津打造洪湖里美食街、姚村夜市等街区，特色美食引来众多食客；成都国际美食嘉年华汇聚全球各地的特色美食，并融入文化、旅游、娱乐等元素，满足游客多元需求。

题餐饮。”重庆市文化和旅游发展委员会有关负责人说。

在互联网的助力下，因美食而汇集的“泼天流量”足以让一座城市一夜走红。不论是淄博烧烤，还是天水麻辣烫，都离不开互联网和社交媒体的传播助力。“美食旅游具备社交属性，尤其是对年轻群体具有较高的市场黏性。”吴丰林认为，年轻人是文旅内容的重要创造者、传播者，各地要借助互联网营销推广的力量，做好美食旅游的创意传播。

中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰认为，发展美食旅游需要围绕美食做好综合配套服务，为游客营造安心舒心的消费环境。他举例道：“淄博烧烤‘出圈’之后，面对蜂拥而至的巨大客流，当地迅速建立联席会议机制，成立食品、安保、交通、环境、文旅等工作专班，第一时间回应游客需求，赢得了游客的赞美与喜爱，这凸显了地方构建协同联动服务体系的重要性。”