

城市餐饮文化特色与 “美食之都”建设探讨

——以成渝两市为例

杜 莉

【摘 要】 美食之都的形成,必须有城市鲜明的餐饮文化特色作为立足点,有突出地体现城市餐饮文化特色的餐饮格局和餐饮企业作为重要基础,美食之都的建设与城市的餐饮文化特色有着十分密切的关系。本文不仅探讨了成渝两市的餐饮文化特色和美食之都建设的重要基础,而且对进一步加强美食之都建设提出了思考与建议,指出应当在工作内容上紧抓重点、强化特色、丰富内涵,在工作方式上责任明确、分工协作、各司其职。

【关键词】 餐饮文化特色;美食之都建设;成都;重庆

【中图分类号】 G122 【文献标识码】 A 【文章编号】 1008-0139(2011)03-0086-6

改革开放以后,餐饮业每年以两位数的速度发展,是国民经济各行业中增长最快的行业之一,也成为中国许多城市的优势特色产业和重要的支柱产业之一。如今,这些城市纷纷以餐饮业为突破口,根据自身长期以来形成的个性强化特色美食和餐饮文化特色,建设美食之都,树立品牌形象,以更好地促进餐饮业、旅游业和其他相关产业的发展。这里仅以成都、重庆为例,主要探讨它们的餐饮文化特色与美食之都建设的重要基础,并对进一步加强美食之都建设提出一些思考和建议。

一、餐饮文化与美食之都的含义及关系

(一) 餐饮文化的含义

餐饮文化,通常又称饮食文化,泛指人类在饮食品的生产和消费过程中所创造的物质财富和精神财富。由于地理、气候、物产等自然环境和社、经济、文化等人文环境的不同,各个地区和城市都会或多或少地形成不同的餐饮文化特色与风格,并且拥有体现这些特色的独特菜点品种。如北京、上海、扬州、济南、广州、重庆、西安等城市都有自己的餐饮文化特色与风格。(见表1)而这

〔作者简介〕杜 莉,四川烹饪高等专科学校教授,四川 成都 610100。

些餐饮文化特色与风格也是一个地区、一个城市在餐饮方面表现出的城市文化个性和标志,是城市各种类别文化的重要基础和立足点。

表1 部分城市的餐饮文化特色与风格

名称	餐饮文化特色与风格	代表菜点品种
北京	皇族正统文化,庄重、大度	全聚德烤鸭、仿膳菜
上海	海派新潮文化,新奇、秀美	白切三黄鸡、虾子大乌参
扬州	园林文化,精巧、细致	大煮干丝、三套鸭、船点
济南	中原文化,中庸、纯正	糖醋黄河鲤鱼、九转大肠
重庆	山河文化,豪迈、兼容	毛肚火锅、水煮鱼
广州	海洋文化,平和、融通	生猛海鲜、红炖鱼翅、鲍鱼
西安	古都文化,古朴、厚重	牛羊肉泡馍、葫芦鸡

(二) 美食之都的含义以及与餐饮文化的关系

都,即都市、都会。《辞海》言:都会是“人众及货物汇集之地。”美食之都,顾名思义,是指汇集了大量美食人群和各种美食品、特色突出且知名度很高的大都市。进入21世纪以后,国内外的有关机构相继对“美食之都”的标准做了一些规定。如在国际上,联合国教科文组织在创意城市网络中就设有“美食之都”及其申请标准。该网络起源于联合国教科文组织在2002年建立的全球文化多样性联盟,旨在提升发达国家及发展中国家的社会、经济和文化发展,把美食看作是创意产业,并且提倡文化多样性。其“美食之都”的标准共有8条:一是在城市中心地区有高度发达的美食行业;二是拥有活动积极的美食机构、大量传统餐厅和厨师;三是拥有本国特有的传统烹饪配料;四是拥有在工业时代科技进步情况下依然留存的当地烹饪诀窍、方式和方法;五是拥有传统食品市场和食品产业;六是举办过美食节、烹饪比赛和相关奖项等活动;七是尊重当地传统产品的生产氛围,注重促进其可持续发展;八是注重提高公众对传统美食的关注程度,在烹饪学校推广关于传统烹饪和保护烹饪方式多样性的课程。可以看出,这个标准特别注重拥有本国和当地特有的传统烹饪配料、传统烹饪方式、食品市场、食品

产业,突出强调特色化、差异化。^①在国内,中国烹饪协会制订了有关“中华美食之都”的评估认定标准及相关要求,包括历史传承、餐饮文化、餐饮产品与格局、餐饮规模、餐饮企业与人才、餐饮行业管理与规划等方面。其中,在餐饮文化方面特别强调当地餐饮文化必须具有鲜明特色和丰富内涵,并且在继承的基础上得到了极大的发展和弘扬。将这两个标准分析比较可发现,它们的一个相同之处在于都非常注重城市的餐饮文化特色与传统。一个美食之都的形成不是一蹴而就之事,必须有城市丰富而深厚的餐饮文化积淀作为立足点,有突出地体现着城市餐饮文化特色的餐饮格局和餐饮企业作为重要基础。可以说,美食之都的建设离不开城市的餐饮文化特色和餐饮格局与企业的有力支撑,它们之间有着十分重要而密切的关系。

二、成渝两市的餐饮文化特色与美食之都建设的基础

成都、重庆是中国西部的两个重要城市,都非常重视餐饮业的发展。2007年,重庆被中国烹饪协会批准成为“中国火锅之都”,现正在向国际“美食之都”努力。2010年,成都已被联合国教科文组织批准成为国际“美食之都”,是亚洲第一个获得此称号的城市。而成渝两市取得了成绩,与它们拥有鲜明的餐饮文化特色和雄厚的餐饮基础密不可分。

(一) 成都

1. 成都的餐饮文化特色

成都的餐饮文化特色在一定程度上源于成都人和城市的性格。成都是“一个来了就不想离开的地方”。它位于四川盆地中的川西平原,气候温和,降水量充沛,中间土地平坦、肥沃,加之李冰修建都江堰水利工程以后,出产大量河鲜、禽畜、粮食、蔬菜、瓜果等特产原料,“民无饥谨”“水旱从人”^②,是“天府之国”的核心地带,比较富庶、多财;但四周绵延的群山既有效地阻挡了北方寒冷空气的入侵和战火的摧残,使成都成为历史上

主要的避乱之地，也造成了蜀道艰险、难以对外扩展，历史上大量的移民进入成都后与成都土著居民共同生产、创造了可观的财富，却很难在人多地少的环境中用于扩大再生产，便大多把财富用于享受生活，使得成都人和城市形成了盆地休闲文化特色，比较崇文，具有柔和、温婉、儒雅、兼容的风格。正如《成都向左 重庆向右》所言：“成都人和城市的性格就像一条弯弯曲曲的跑道，还是由充满弹性的柔软橡胶筑成的。”⁽³⁾这可以从成都人的语言和心态上看出。成都话语气平和柔美、语调宛转悠扬。如问到某处怎么走，如果普通话回答“直走，在路的尽头转弯”，那么，成都话最常见的是“端端儿走，抵拢倒拐”，儿化音很重，婉转悠扬。成都人非常重视享受生活、平和兼容，追求浅斟慢品、诗意人生。在成都，在春天或冬日的暖阳下，常见人们沏一壶茶，或看书聊天，或麻将酣战；在夏季或秋日的黄昏，常见人们傍河依柳喝“跟斗酒”、吃冷淡杯，显得诗意盎然，生活的乐趣尽在其中。由此形成的成都餐饮文化特色是川西平原背景下的“休闲与诗意”，具有柔和、温婉、儒雅、兼容的风格。这非常典型地体现在餐饮企业提供的进餐环境和餐饮形式上。在成都的餐厅中，常常以诗文字画来装饰，充满浓郁的文化气息；成都率先创造的农家乐和休闲餐饮则是将饮食与游乐、休闲密切结合，是成都市民和外来游客必不可少的美食、休闲之选。

2. 成都“美食之都”建设的重要基础

在联合国教科文组织的“美食之都”标准中，“在城市中心地区有高度发达的美食行业”是第一个标准。而层次丰厚、特色突出的餐饮格局和众多餐饮企业是构成“高度发达的美食行业”的基本要素之一，也是“美食之都”建设的一个非常重要基础。

以餐饮格局而言，成都有本土的川菜、火锅、小吃和快餐以及外地、异域餐饮等多种业态，层次丰厚，特色突出。其中，本土的川菜、火锅、小吃和快餐各自在餐饮格局中所占比例较为接近，而且大多从环境装饰装修和餐饮产品及服务等

突出地体现着成都“休闲与诗意”的餐饮文化特色，文化气息浓郁，呈现出柔和、温婉、儒雅的风格。如在本土川菜企业中，巴国布衣营造与体现的是川东乡土文化，蜀萃典藏营造与体现的是巴蜀古典文化，大蓉和营造与体现的是融合文化；在本土火锅企业中，皇城老妈营造与体现的是蜀汉文化，川江号子营造与体现的是川东码头文化，三只耳营造与体现的是健康养生文化；在本土小吃、快餐等企业中，龙抄手、麻婆豆腐店等营造与体现的是川西市井文化。外地及异域餐饮在成都发展迅速，在餐饮格局中占据了重要的一席之地，更多地体现出兼容的风格。全国各地主要风味如广东、山东、江苏、云南、贵州、重庆、山西、陕西以及东北等地风味都在成都开办了餐馆，仅以重庆火锅为例，德庄、刘一手、秦妈等著名火锅店在成都的数量几乎与成都本土火锅企业旗鼓相当；法国、意大利、德国等众多国家的餐饮以及韩国烧烤、日本料理、泰国鱼翅馆等都能在成都看到踪影。此外，成都市政府还倾力打造了6条美食街区。其中，最著名、最具影响力的一条美食街区是宽窄巷子。它以成都历史、传统餐饮文化为背景，融入西方饮食文化，多种业态并存，是最成都和最能体现诗意、休闲、包容的餐饮文化特色与风格的美食街区。在这里中西饮食文化交相辉映，有制作、经营四川私房菜的上席、子非、尽膳、俞家厨房等餐饮企业，有制作、经营大众菜的小吃店、烧烤店，也有经营西餐的滴意、悠格纳斯等异域餐饮店，还有经营休闲饮品的茶馆和咖啡店、酒吧如蝴蝶音乐咖啡、星巴克等。可以说，层次丰厚的餐饮格局和特色突出的众多餐饮企业是成都“美食之都”建设并获得国际认可的坚实基础。

(二) 重庆

1. 重庆的餐饮文化特色

重庆的餐饮文化特色则是与重庆人和城市的性格一脉相承的。重庆是著名的山城，也曾经是抗战时期的陪都。它背倚群山，面临长江、嘉陵江，山河汇集，除了普通的家禽家畜、蔬菜水

果外,河鲜、山珍十分丰富、独特,但高山与大河之间陡峭、崎岖的山路和江河中的激流、险滩迫使人们不进则退,不得不激流勇进,以此延伸到整个生产、生活之中,使得重庆人和城市形成了山河拼搏、进取文化特色,比较尚武,具有阳刚、热烈、豪迈、耿直的风格。正如《成都向左 重庆向右》所言:“重庆人和城市的性格是一条以闪电状向前推进的跑道,是由坚硬的花岗石制成的。”^[4]这也可以从重庆人的语言和心态上看到端倪。重庆话语气急促刚烈、语调爽快利落。如果用普通话指路说“直走,在路的尽头转弯”,重庆话则言“对直走,墙角角转弯”,干脆利落,快人快语。重庆人非常重视创造生活、勇于拼搏,追求满斟豪饮、快意人生。在山城重庆,炎炎夏日,随处可见人们围坐在麻辣、翻滚的火锅旁,大汗淋漓地吃喝,与四周耸立蓝天的高楼、蜿蜒盘旋的公路和匆匆跋涉、攀登的脚步相映成趣。由此形成的重庆餐饮文化特色是峡江背景下的“山河拼搏文化+快意人生”,具有阳刚、热烈、豪迈、耿直的风格。它非常典型地体现在餐饮产品和餐饮企业提供的进餐环境上。在餐饮产品中,重庆的火锅最能代表山河文化、能够让人痛快淋漓;在重庆的餐厅中,人们大多认为餐厅就是吃的地方,重菜肴味道,轻环境氛围,讲究平直、实惠,直来直去。

2. 重庆“美食之都”建设的重要基础

与成都相比,重庆餐饮格局和餐饮企业的最大特色和亮点是火锅,它突出地体现着重庆“山河拼搏文化+快意人生”的餐饮文化特色,具有极强的刺激性和挑战性。重庆火锅与其他风格、特色的餐饮一起构成特色十分突出、层次较为丰厚的餐饮格局,成为重庆“美食之都”建设的一个重要基础。

在重庆的餐饮格局中,重庆火锅不仅独占鳌头,而且获得了吉尼斯世界纪录。据重庆市商委的数据显示,2006年以后,重庆火锅企业数量众多、规模巨大,已占据餐饮格局的半壁江山。(见表2)。其中,一些火锅企业也在努力凸显重庆的餐饮文化特色。如德庄以万人大火锅体现了重庆

的豪气、痛快,巴将军营造与体现的是巴国刚勇文化,小天鹅率先引入现代歌舞,体现的是敢于创新的文化。而政府和行业协会则连续多年举办了盛况空前的火锅文化节。2004年的首届火锅文化节上,首次开展“万人品尝重庆火锅”活动,68家企业摆了800多张餐桌的“火锅长龙”,有数万人参与品尝。2006年举办第二届中国重庆火锅美食文化节,在“万人火锅宴”上摆放了餐桌1006张、绵延约2公里,有30多万人参与品尝。2007年举办第三届中国重庆火锅美食文化节,在“万人火锅宴”第一台中有13612人同吃2249口沸腾火锅,在为时3天的“万人火锅宴”期间,顾客达143万人次,总营业额达1140万元,由此创造了吉尼斯世界记录,也赢得了“中国火锅之都”的称号,火锅成了重庆这座城市的一张闪亮名片。

表2 重庆火锅2006年与2008年发展状况

	2006年	2008年
火锅店数量	火锅店5万多家,占全市餐饮网点8万余家的62.2%	全市餐饮网点8.4万家,火锅店5万多家占62.2%
营业额	全市餐饮营业额194亿元,火锅达到78亿元,占40.2%	全市住宿餐饮营业额295亿元,火锅按40.2%计算,就达118亿元
从业者	全市餐饮从业人员71万人,火锅达43万人,占60.4%	全市餐饮从业者85万余人,火锅占60.4%,达51万人
餐饮百强	重庆餐饮企业10余家,火锅店约占一半	重庆特色餐饮酒楼7家,火锅企业达8家

除了本地火锅,重庆餐饮格局还有本地的川菜、小吃和快餐以及外地、异域餐饮等多种业态,虽然它们在餐饮格局中所占比例都无法与火锅抗衡,却依然在营造和体现重庆的餐饮文化特色。如在本土川菜餐厅中,顺风123处处体现着“快意人生”的主题,易老头三样菜突出体现着重庆地道的乡土文化。在小吃、快餐企业中,乡村基独树一帜,以先进的快餐理念、运作方式与适合的口味、价格,呈现出良好的发展势头。而外地、异域

餐饮企业虽然较少,却也是重庆餐饮格局的重要补充,如四川的巴国布衣,韩国烧烤、日本料理和西餐厅等。

三、对进一步加强美食之都建设的思考与建议

人们常常将重庆和成都进行比较、联系在一起,因为它们确实有许多相同与不同之处。两位80后重庆小伙和成都妹子联手创作的《成都向左 重庆向右》对成渝两地风情和关系做了形象比喻:“如果说重庆是阳,成都便是阴,这两座拥有完全相反气质的双子城就像一个太极般和谐共存着,缺一不可。”⁽⁵⁾它们共同构成巴蜀文化圈,却呈现出不同景象;共同构成川菜这个风味流派,却呈现出不同风貌。如今,它们又同样凭借各自特色建设“美食之都”,只是重庆正在积极努力获得国际“美食之都”的称号,而成都则是努力维护和提升“美食之都”的品牌形象、兑现国际承诺,在2012年迎接联合国教科文组织对“美食之都”建设情况的评估。为此,成渝两市都应当以国际“美食之都”的8条标准为指南,努力做好各项建设工作。在此仅从两个方面提出一些思考和建议。

(一) 紧抓重点,强化特色,丰富内涵

这主要是指工作内容。联合国教科文组织大力倡导和保护文化的多样性,在其美食之都8条标准中特别强调特色化、差异化,因此,成渝两市在进一步建设美食之都时必须首先把城市餐饮文化特色作为突出的重点和立足点,依托城市餐饮格局因势利导,重点打造特色餐饮产品和品牌,以进一步强化城市餐饮文化特色、夯实基础,丰富餐饮文化内涵。

在重庆的餐饮格局中,火锅是最大的亮点和重庆餐饮文化特色的集中体现,因此应当将火锅发挥到极致,可从三方面开展工作:一是创新产品。如应当研制、创新一些味感清鲜的火锅汤料、味碟和具有清火作用的饮品,以更好地满足人们对饮食营养、健康、美感的多样化需求。二是制定标准。即制定有关火锅制作与服务的国家及国际标准,以规范火锅行业的各种行为,促进火锅的

标准化与国际化发展。三是申报非遗。即将重庆火锅的传统制作技术申报省级、国家级非物质文化遗产名录以及代表性传承人,以便更好地继承和保护火锅的传统制作技术与文化,使重庆的餐饮文化特色更加鲜明、突出。此外,美食之都都是南北饮食荟萃、中外饮食交辉的大都会,因此应当更加积极、主动地吸纳多元饮食风味与文化,加强对异地、异域餐饮的引入,构建百花齐放、异彩纷呈的美食格局,让异乡人在重庆吃到“家乡味”,争取使本地、外地、异域餐饮相对均衡地发展,呈现鼎足之势。其实,重庆曾经作为陪都、重要的交通枢纽,在抗战时期就曾汇聚了众多异地、异域餐饮,如今一定会发扬光大这一传统,尽快建成国际“美食之都”。

在成都的餐饮格局中,本地的川菜、风味小吃是其亮点之一,也集中地体现了成都餐饮文化特色,因此应当紧紧抓住本土川菜和小吃大做文章,也可以从创新产品、制定标准和申报非遗三方面进行工作:即采取拿来主义,借鉴各国、各菜点烹饪之长,研制、开发新的融合川菜、个性川菜,以满足当今人们营养、健康、美感的需要;制定有关传统川味菜点制作与服务的行业标准和国家标准,以标准促规范,并利用国际“美食之都”的平台将川菜更好地推广到世界各地;将成都著名川味菜点的传统制作技术申报省级、国家级非物质文化遗产名录以及代表性传承人,以便在继承、保护川味菜点传统制作技术与文化的基础上发扬光大,使成都的餐饮文化特色更加鲜明、突出。与此同时,大力发扬成都兼容并包的优良传统,加快引进外地及异域餐饮的步伐,使成都成为国际美食荟萃之地。对此,成都市副市长王忠林在2010年2月28日联合国教科文组织认定中国成都“美食之都”新闻发布会上已指出:“成都将加快引进中外美食项目,建成3大美食功能区(特色美食街区与古镇、旅游景区游客集散地、大型商业中心和社区)和餐饮总部等7大基地,形成餐饮产业蓬勃发展与中外美食在成都交相辉映的国际美食高地。”⁽⁶⁾

除此之外,按照联合国教科文组织制定的美食之都标准,成渝两市需要开展的工作还有许多,如在世界范围内大力宣传推广本地的美食及餐饮文化,培养和引进餐饮人才,推动美食功能区和餐饮企业发展,等等。

(二) 责任明确,分工协作,各司其职

这主要是指工作方式。美食之都的建设是一项系统工程,无论政府、行业组织或协会还是餐饮企业,缺少任何一方努力都是困难的,必须各方齐心协力,在责任明确的基础上分工合作、各司其职,才能很好地进行。

以政府相关部门、行业组织或协会而言,在美食之都建设中应当作为引导者和服务者,既要高瞻远瞩地组织和引导,也脚踏实地服务和协调,起到提纲契领、纲举目张的作用。如在深入调查研究的基础上,结合本市餐饮业实际和餐饮文化特色,科学地制定餐饮业发展总体规划和有利于美食之都建设的政策和措施,以实际行动引导和服务于美食之都的建设。仅以成都而言,在获得国际“美食之都”称号后,成都市政府已专门成立了成都市美食创意产业发展领导小组、成都市美食之都促进会,并且制定了《成都建设美食之都行动纲要(2010—2012)》和《成都市发展餐饮

产业 建设美食之都工作方案(2010—2012年)》和相关政策、措施,安排专门资金用于支持“美食之都”建设,做好各种引导和协调工作。而“成都市美食之都促进会”作为一个应运而生的美食行业组织已经将今后3年的工作重点确定为四个方面,即将致力于推动成都美食之都创意经济的现代化和国际化,致力于推动成都美食产业的品牌提升和可持续性发展;致力于推动成都美食文化继承创新与海内外传播交流;致力于推动成都全球川菜发展中心的建设。⁽⁷⁾以餐饮企业而言,在美食之都建设中最重要职责是做出特色、做足特色、做好自己,至少包括三个方面:一是产品特色,二是服务特色,三是餐饮环境和文化特色。餐饮企业必须而且应该认真回答问题是:“顾客吃了感动、记得住的是什么?有多少?”如果回答好了这个问题,餐饮企业就会有自己的餐饮文化特色。而每个企业一旦都有自己的餐饮文化特色,那么整个城市也将拥有了鲜明的餐饮文化特色,必然为美食之都建设强化了重要基础。

总之,只要政府主导,行业组织和协会协调,餐饮企业积极实干,就一定能够更进一步地建设好美食之都,有力地促进城市餐饮业、旅游业和其他相关产业的发展。

【参考文献】

- (1) 联合国教科文组织.创意城市网络[Z].北京:中华人民共和国联合国教科文组织全国委员会,2009.
- (2) 常璩.华阳国志[M].成都:巴蜀书社,1984.
- (3) (4) (5) 胡飞,林万姝.成都向左,重庆向右[M].重庆:重庆出版社,2010.
- (6) 苏向东.中国成都成为亚洲首个世界美食之都[EB/OL].(2010-02-28). http://www.china.com.cn/culture/2010-02/28/content_19491159.htm.
- (7) 尹育培.成都市美食之都促进会成立 推动全球川菜发展[EB/OL].(2010-9-27). <http://travel.newssc.org/system/2010/09/27/012909192.shtml>.

(责任编辑 彭东焕)