

发展美食产业 弘扬美食文化

—2017海南美食文化发展论坛发言摘登



国家开放大学(海南)国际旅游学院院长 杨哲昆

使美食资源优势 转化为产业发展的独特优势

餐饮业的发展具有系统性，海南餐饮业可基于自身优势，从规模化的野生食材、规模化的南药食材、潜力巨大的有机食材以及生态化的民俗餐饮四方面入手塑造自身的独特性。

第一，利用规模化的野生食材。在生态需求越来越强烈的现代，野生食材将由“珍贵”变得“珍稀”。海南具备规模化“野牧”式生产的民俗基础和大发展的条件。海南可以大力推广雨林牧场、海上牧场、野菜园等“野牧”模式。

第二，规模化的南药食材。海南岛有维管束植物4200多种，药用植物3100多种，可谓名副其实的“天然药库”。以南药、黎药、海洋药材为支撑，可开发海南独特的药膳体系。

第三，潜力巨大的有机食材。有机食材是世界公认的生态食材，对比台湾等岛屿，海南有充分的空间进行有机种植养殖的系统开发。

第四，生态化的民俗餐饮。海南民间餐饮丰富、独特，有利于形成海南

本土餐饮的“鲜”“活”“简”“淡”习俗。海南餐饮业能达到怎样的巅峰？我认为一个是一流的生态餐饮，另一个是一流的养生餐饮。那么有哪些可操作的措施来推进海南餐饮业的发展？

第一，战略定位及管理。只有从海南省战略发展的角度进行决策并做出系统发展规划、实施有效管理，才能使海南美食资源优势转化为产业发展的独特优势。

第二，食材立法及管理。对野生、有机、南药等食材的生产和管理进行严格的立法。同时，建立系统的管理控制机制。

第三，重金投入、大力研发。通过直接投入和政策鼓励，重金投入各类与餐饮相关课题的研发工作，形成餐饮业发展的大研发格局，为餐饮业高质量发展奠定基础。

第四，推广和重金奖罚。采用灵活有趣的方式向市场展示海南生态餐饮的特色，重奖有创意和影响力的企业，重罚破坏海南餐饮形象的案例。



海南省管理现代化研究会会长 胡卫东

美食文化发展演化的趋势

在讨论美食文化的发展演化趋势之前须厘清美食文化的内涵。

美食文化是指一个地区、一个民族的人们对美食的共同记忆和共同认知。由此可知，美食文化具有区域性、民族性，它的主体是人，是特定人群对饮食的消费记忆和评价标准。因此，关注人们对饮食消费记忆和评价标准的变化是研究美食文化发展演化的趋势的起点。

近几年来，知名广告人叶茂中一直在关注人们消费习惯的变化逻辑。依据他的观点，人们在饮食领域里就一直处于冲突链中，比如，要吃既美味，又营养，还便宜的食物。但实际往往是有营养的东西，不一定美味；美味又营养的东西不一定便宜；而且即便是美味、营养又便宜的东西，也难“逃”消费疲劳。

目前美食文化的发展演化主要呈现出三种趋势。

第一，回归趋势。消费者在饮

食消费上的本质需求还是吃，其他都是以吃为导向诱发出来的二次需求。这种需求的内在冲突还是“又好又便宜又有面子”。未来，消费者的就餐体验是决定餐厅命运的关键。

第二，融合趋势。竞争者最容易遗漏的冲突就是只注重单品或单品，容易放弃单品或单品的衍生产品。现在的人吃饭不再像过去那样，只为填饱肚子。上饭馆、坐餐厅，更多目的是社交娱乐。而这些餐厅无外乎就是“强IP+”创新，即借助最火爆的热点所形成大量的用户群体，加上创新独特的营销模式或方法。

第三，突破趋势。互联网引起的智能化正在改变餐饮的业态，餐饮将被社群化，粉丝成为主要经济来源。因此，越来越多的餐厅开始注重培养自主品牌，建立自己的粉丝群，通过活动来增强粉丝黏性，提升餐厅的复购率。



海南省酒店与餐饮行业协会主席团主席、海南拾味馆餐饮连锁管理有限公司总经理 龚季弘

传统餐饮企业如何创新与发展

要谈传统餐饮企业如何创新与发展，就得先理解这个时代的变化。而当下最重要的一个变化就是互联网的发展。

“互联网+餐饮”可以把餐饮业的人、财、物以最高效率便捷的方式连接起来。而诸多餐饮企业则需在这些连接点中找到发展的机会。

置身于新时代、新环境，基于已有的经验与优势，餐饮企业该如何进行创新呢？

餐饮企业创新，最根本的在于思维创新。首先要不断进行市场调研，研究市场、研究消费者，洞察其痛点。其次，要不断学习、敬畏、理解、认知食物、食材与产品。唯此，才能看到别人看不见的机会，才能发现别人找不到的具有发展价值的连接点。

立足于思维创新，餐饮企业具体可以从模式、产品、管理与运营四方面入手进行创新。而无论是模式、产品、管理还是运营创新，都需要进行

战略规划。

当前餐饮企业会依据自身特点采取不同的战略，但循其根本，可分为三类：产品领先、亲近顾客、卓越运营。

产品领先战略离不开工匠精神，需要对产品进行全方位的设计，包括上游原材料采购、产品食材的甄选标准、制作过程的SOP流程制定、消费者使用过程的场景模拟等等。

亲近顾客战略可弥补有的企业在产品方面的弱势。如果产品不具有竞争力，可以努力把服务做到极致，以吸引消费者。

卓越运营战略需要有高度的管理技能、管理工具以及高效的团队。通过降低成本、高效运营、品牌传播，让消费者对品牌产生依赖感。

需要注意的是，无论采用何种战略，都需要保持一致性，最终要为整个餐饮运营的内在逻辑服务。

(见习记者 梁君穷 实习生 郑景莹 整理)

2017海南美食文化发展论坛之高端对话

主持人：海南美食发展如何与文化更紧密地结合？

省商务厅服务贸易和商贸服务业处处长兼省服务贸易促进局副局长 姬国辉：

首先，我们应该明确美食文化的核心是什么？美食文化的核心概念落脚于美食，而谈论美食发展归根究底在于推介美食，进一步可以理解为激发消费者的多样需求。

其次，我们现在讨论美食文化是在去除温饱层面后，谈论人们如何吃得更好，即满足人们的高层次美食文化需求。在这一方面企业要怎么做？方法有很多，但关键离不开创新，在食材、手法、管理等方面创新以满足高层次美食需求，拉动消费者进行再次光顾。

总结下来，餐饮行业需要加大力度发掘、宣传、推介美食，在丰富创新过程的同时，不要忘记回归美食的本质——食材。

临高县商务局副局长 陈一新：

我认为促进美食文化的长久发展，需要从以下两个方面做出努力。

一方面，政府要大力扶持本土餐饮企业的发展，积极引导企业挖掘海南特色美食，创造出生态、健康的绿色食品；另一方面，美食行业要走规模化、标准化道路，闭门造车、小打小闹的封闭做法不符合现代社会趋势，反而以集约化的规

模发展、统一的美食产生标准，能够推出物美价廉的产品，用品质叩响海南美食走出岛外的大门。

海南省酒店与餐饮行业协会理事长、海南龙泉集团董事长 符史钦：

美食行业的发展不能光靠美食企业的单打独斗，即使店铺装修得富丽堂皇、美食宣传得天花乱坠都只是做到了表面功夫，真正助推美食行业发展的力量来自全社会的努力。

只有经济基础不断提升，老百姓对“食”的需求越来越丰富时，才能提供给美食行业生生不息的发展动力，同时，餐饮企业自身应该拥有全局思想，大胆地向全国知名餐饮企业学习，学习人才的管理方法、门店的经营方法等等。

海南日报原总编辑、美食专家 云大新：

我在以前曾听到过这样一种观点，称海南美食文化就像贫瘠的荒岛，对此我并不赞同。

首先，海南美食文化是岭南美食文化的重要组成部分。在历史上海南与岭南地区关系密切，当前被大众熟知的粤菜、台湾菜、福建菜等都属于岭南美食圈，同时，上述菜系能在全国闻名遐迩的原因，在我看来有对岭南美食文化的传承与发展的成分。

第二，海南有很多来自内地的居民，伴随着各地区生活生产方式，还有各地区的饮食习惯和当地美食，共同汇聚一处形成了独特的美食文化。

其中有一项重头戏便是美食比拼大赛。我们的代表菜品走的可不是寻常路，例如“会上树的鸡”“会冲浪的鱼”“会飞的鸭”等等，将所有当地美食打上一个吸引人的标签，形成保亭独一无二的特色美食。每当游客提到保亭美食，脑海里首先想到的便是这些好玩、有趣、美味的鸡鸭鱼。

保亭的美食经验可以一句话总结为“人无我有、人有我优”，我们当地在发掘特色、优化品质上做足功夫，让消费者不仅吃得饱，还吃得放心，并通过贴心的服务为消费者带来高端的美食体验。

以上四个方面，充分证明了海南具有深厚的美食文化底蕴，丰富的美食文化基因，在悠久的历史长河中兼容并包，形成了独具特色的海南美食。与此相比，目前海南餐饮行业对本土美食文化的挖掘不够充分，对烹饪技法、消费者偏爱口味等方面研究不足，现状还需进一步改善。

回到问题本身，如何将美食与文化紧密相连？我的答案是加速挖掘民间菜肴，加强烹饪技艺交流，涌现一批海南本土的名师名厨，助推海南美食走向全国。

主持人：从政府、企业和协会来说如何发展好海南的餐饮业？

海南省酒店与餐饮行业协会执行会长 陈恒：

我认为，从政府层面讲：政府要营造良好的餐饮业发展环境。一是做好行业

规划，二是出台扶持政策，三是政府要依法行政，四是举行大型活动时，政府需有资金上的支持。

从行业协会层面讲：行业协会对政府来说，是一个桥梁和纽带。近几年行业协会也在向政府表达诉求和呼声，行业协会要服务企业和搭建平台。

从企业层面来讲：一是选好食材。餐饮业最大的优势就是食材优势，最本质的就是味道，餐饮企业一定要在味道上下功夫。二是做好菜。把海南文化融入饮食，也就是我们说的五美：味道美、器皿美、形美、技美、色美。

主持人：在新形势下，我们的琼菜如何传承、创新和开放？

海南省烹饪协会会长、海南三厨新海府餐饮管理有限公司董事长 陈建胜：

我认为，越是地方的，越是民族的，它就越是世界的。所以，在传承和发展传统饮食文化上，主要讲四点：

一、创新。也可以说是微创新。刚才看到的吉祥煎堆，我们在传统的基础上，把它做大。煎堆是我们地方小吃中意味着团圆圆、吉祥如意的小吃，我们把传统的东西经过创新，才有了今天这个菜品。

二、注入文化、讲故事。任何一道菜、一个企业、一个产品，如果没有注入文化，没有讲故事，它始终只是一个产品而已。

好产品应该会讲故事。我们的产品创新之后，第二个要做的就是注入文化。我们的吉祥煎堆意味着吉祥如意，把它的故事注入以后，就赋予了它生命。

三、增加仪式感。我们在注入仪式感后，煎堆不仅仅是一道小吃，它还是一道靓丽的风景线，不仅吸引本地客人，更吸引外地游客，从视觉享受转化为经济效益。

主持人：在品牌创新、美食文化的创新和传承上，有一些什么样的主意和方法？

海南省酒店与餐饮行业协会主席团主席、海南拾味馆餐饮连锁管理有限公司总经理 龚季弘：

首先美食要好吃。像我们的何太生煎包，我们在食材、调味、师傅的引进、设备的引进以及品牌的打造，花了将近一年的时间准备，才把这个产品推出去。我们应该把消费者放在首位，考虑消费者的需求、消费者的痛点。

其次是食品安全问题。尽自己所能，从原材料的选择抓起，并且企业内部团队要有责任和担当。

(见习记者 唐咪咪 实习生 郑景莹 整理)

本版言论仅代表个人观点，不代表本报立场

高端对话

High-end dialogue