

基于 DEMATEL 模型的美食文化旅游 影响因素研究

——以成都美食制作体验项目开发为例

杨 静¹, 侯智勇^{2*}, 杨长平³, 冉 杰⁴

(1. 四川旅游学院 经济管理学院, 四川 成都 610100; 2. 四川旅游学院 食品学院, 四川 成都 610100;
3. 四川旅游学院 休闲美食文化园, 四川 成都 610100; 4. 四川旅游学院 旅游文化产业学院, 四川 成都 610100)

摘 要: 在国家促进文化与旅游融合发展背景下, 美食文化旅游迎来了良好的发展契机。以成都美食制作体验旅游项目开发为例, 从体验产品设计、体验组织管理、支撑保障条件三个维度系统分析项目开发影响因素, 并应用 DEMATEL 模型方法定量分析各因素间的相互影响作用, 根据计算结果进行影响程度和重要度分析, 得出价格水平、产品多样化与个性化、地域特色、主题文化、区域旅游资源整合度等因素对成都美食制作体验项目开发起关键性作用, 并针对性地提出促进成都美食文化旅游发展的对策与建议。

关键词: DEMATEL 模型; 美食文化; 文化旅游; 成都; 美食制作体验

中图分类号: TS 972. 182. 71 文献标识码: A 文章编号: 2095 - 8730(2019)02 - 0053 - 07

美食文化作为旅游资源的重要组成部分, 在世界各地的旅游发展和城市形象塑造中起着非常重要的作用。^[1] 国务院在《“十三五”旅游业发展规划》中明确提出“要促进文化与旅游的融合发展, 开发文化旅游产品”, 为美食文化与旅游的融合发展带来了良好的发展机遇。美食制作体验是美食文化与旅游深度融合的旅游项目, 是以旅游地特色饮食文化、美食资源作为吸引物,^[2] 注重美食“制作”与“文化体验”, 使旅游者获得高品质的“烹之乐、食之趣”的美食文化体验之旅。^[3] 成都融合了四川美食资源与饮食文化特色, 2010 年获批加入联合国教科文组织创意城市网络并被授予“美食之都”称号, 并提出高品位建设“世界旅游名城”和“国际美食之都”的战略规划, 进一步促进了成都美食文化旅游项目的发展。^[4-6]

近年来, 成都美食旅游经济取得了快速增长, 但体验形式相对单调, 局限于单一的美食品尝和特产购物, 趣味性和体验感不强, 缺乏深度融合的

美食文化旅游产品, 制约了成都美食文化旅游项目的进一步发展。^[7] 本文以成都美食制作体验项目开发为例, 建立影响项目开发的指标体系, 定量分析各因素间的影响关系与影响程度, 识别关键因素, 采取针对性的对策, 为创新美食文化旅游形式、开发美食文化旅游产品提供参考。

1 美食制作体验项目开发影响因素

1.1 影响因素指标体系构建

美食制作体验项目开发领域研究成果较少, PRISEILLA^[8] 分析了影响美食旅游发展的因素, 介绍了美食旅游的运作过程。牛洪霞^[9] 以沙县小吃美食旅游开发为例, 从游客感知角度设计了 23 个指标为影响因子, 反映游客期望与感知的差异。梁慧等^[10] 以湖北恩施为例, 提炼出 6 个维度、18 项因子进行游客美食体验感知分析。基于国内外研究现状, 依照《旅游业标准体系表》中“旅游产品与业态标准——产品标准、行业管理

收稿日期: 2019 - 02 - 02 * 通信作者

基金项目: 四川省社会科学重点研究基地——四川旅游发展研究中心课题(LYC17-03); 四川省教育厅课题(18SA0187)

作者简介: 杨 静(1986-), 女, 甘肃会宁人, 四川旅游学院经济管理学院讲师, 从事旅游经济理论研究;

侯智勇(1983-), 男, 四川阆中人, 四川旅游学院食品学院副教授, 从事餐饮企业管理研究。

标准”^[11] 结合《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775-2003)中有关旅游区(点)质量等级条件,选出体验产品设计、体验组织管理、配套保障条件三个维度16项指标,作为影响成都美食制作体验项目开发的主要因素。

1.1.1 体验产品设计因素

美食制作体验产品是吸引旅游者的核心要素,是提供给旅游者的旅游吸引物与服务的组合,能充分满足美食文化深度体验需求,对项目开发是否成功具有重要的影响作用。地域特色指设计的产品能充分代表旅游地饮食风味与民风食俗,区域特色性会刺激美食旅游者的旅游动机,对旅游产品设计有较大的影响。^[12] 主题文化是指美食体验产品的文化属性,成都深厚的地方饮食文化底蕴,是吸引旅游者来川旅游的重要因素。营养卫生已成为现代人类饮食基本价值观。价格水平是旅游者对体验产品价值评价的重要因素,直接影响旅游者体验感知效果。产品多样性与个性化是能够充分适应旅游者多元化消费需求的因素。^[3] 推广实用性是指体验产品的实用程度,是否具有异地制作及推广价值,受烹饪技能的难易程度、食材的独特性、设备的稀缺性等因素影响。综上所述,从美食制作体验产品设计角度,主要影响因素有:地域特色、主题文化、营养卫生、价格水平、产品多样性与个性化、推广实用性。

1.1.2 体验组织管理因素

旅游从业者组织管理水平对体验项目开发效果具有重要的影响。体验空间环境是美食制作体验项目开发的硬件条件,包括体验空间布局、环境装饰及消防、食品、操作安全设施设备等。配备设施设备是美食制作体验的基础条件,设备数量、使用状态、质量水平等因素影响旅游者的体验操作,直接影响项目能否正常进行。指导师资自身的烹饪技能及指导水平,会对旅游者的参与度及最终体验效果产生较大影响。烹饪表演活动是美食制作体验项目设计的重要环节,旅游者通过观摩烹饪技艺表演,感受当地传统烹饪技艺的文化底蕴和高超技艺,在视觉和心理上带来冲击。^[9] 在美食文化旅游过程中,旅游者大多具有较强的参与及互动体验的需求。服务品质贯穿整个体验旅游过程中,旅游者对服务品质的评价结果会影响项目开发成效。综上所述,从体验组织管理的角度,主要影响因素有:体验空间环境、设施设备配备、

指导师资配备、烹饪表演活动、体验者参与性与互动性设计、服务品质。

1.1.3 配套保障条件因素

旅游项目开发离不开相关保障条件,配套保障条件主要涉及项目举办所选择的地理位置、交通条件、项目配套公共设施、区域旅游资源整合度等因素。

综上所述,建立美食制作体验项目的影响因素指标体系,详见表1。

表1 美食制作体验项目影响因素指标体系

准则层	指标层	符号
体验产品设计	地域特色	X_1
	主题文化	X_2
	营养卫生	X_3
	价格水平	X_4
	产品多样性与个性化	X_5
	推广实用性	X_6
体验组织管理	体验空间环境	X_7
	设施设备配备	X_8
	指导师资配备	X_9
	烹饪表演活动	X_{10}
	体验者参与性与互动性设计	X_{11}
配套保障条件	服务品质	X_{12}
	地理位置	X_{13}
	交通条件	X_{14}
	公共设施	X_{15}
	区域旅游资源整合度	X_{16}

1.2 因素间影响关系综述

结合美食旅游资源开发理论,地域特色与文化属性是美食文化旅游产品开发设计的重要元素,^[4] 区域特色美食资源是地域饮食文化形成的产物,而地域文化是特色美食的根植土壤,两因素相互影响,密不可分。^[13] 同时,美食资源与地域文化的独特性元素将体现在项目产品设计、组织管理与保障条件相关因素中。随着人们营养保健意识的提高,旅游者注重食材的新鲜度、菜肴的营养搭配与健康卫生的服务体验。价格承受力的大小取决于旅游者关注的重点要素,^[14] 结合美食制作体验项目特点,旅游者关注参与互动环节设计、产品多样性与个性化、师资配备、烹饪表演活动效果等要素。基于游客需求层次理论^[10],面对不同体验需求的游客,需提供多样性与个性化的产品供其选择。推广实用性的大小与产品个性化设计、师资个性化指导水平、价格水平等因素有关。体

验空间环境及配套设施设备,主要用于旅游者美食制作体验使用,硬件条件会最终影响旅游者对综合服务品质及产品价格的满意度评价。指导师资的配备与产品价格水平、产品类型、烹饪表演活动设计等因素相对应,师资指导水平会影响游客参与互动程度、综合服务效果等。烹饪表演活动影响产品价格的确定。游客参与性、互动性环节与产品个性化设计、师资个性化指导、配套设施设备等因素相关。服务品质越好,旅游者满意度越高,对于价格承受能力也越强。^[14]地理位置与交通条件因素关系密切,公共设施与区域旅游资源整合度为项目开发配套保障因素,改善交通条件、公共设施等配套条件,提高保障水平会影响旅游者对综合服务效果的评价。

2 研究方法

解决系统影响因素问题需要从本质上分析因素间的相互影响关系及影响程度,识别出对目标层影响最大的关键因素。^[15]影响美食制作体验项目开发的因素数量多,相互影响关系复杂,影响程度不确定,需选择一种综合分析方法,简化系统结构分析过程,筛选复杂的关键要素。DEMATEL方法用于解决错综复杂、多因素交织系统的影响因素问题,主要运用专家经验和知识进行影响因素的初始判断,再通过矩阵运算等进一步识别系统影响因素间的结构性相关关系,^[16]已广泛应用于旅游业发展影响因素研究领域。王鹏^[11]、卢小丽等^[17]将DEMATEL模型应用于乡村旅游发展影响因素研究,朱飞^[18]、甘俊伟^[16]等分别运用DEMATEL模型,研究环太湖地区文化旅游产业集群发展与川藏旅游产业竞争力影响因素,众学者对DEMATEL分析方法的应用价值均表示了肯定。本文选用DEMATEL方法,应用在美食制作体验项目开发的影响因素研究中,可丰富美食文化旅游领域的研究方法,其研究基本步骤如下:

(1) 设记美食制作体验项目开发的影响因素为 X_1, X_2, \dots, X_n 。

(2) 各影响因素间影响关系分析。两个因素间如果存在影响关系,则用箭线连接,且关系的强弱程度用 L 表示。强弱程度的定义如下:

0 无影响; 1 影响非常弱; 2 影响较强; 3 影响一般; 4 影响较强; 5 影响非常强。

各因素间相互影响图如图 1 所示。^[16]

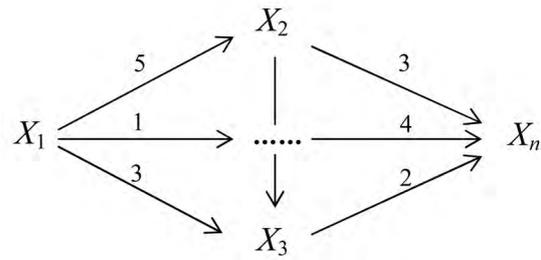


图 1 各因素间相互影响

(3) 专家打分得到直接影响矩阵,设 n 阶矩阵 $X = (X_{ij})_{n \times n}$,具体如下:

$$X = \begin{bmatrix} X_{11} & X_{12} & \dots & X_{1n} \\ X_{21} & X_{22} & \dots & X_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ X_{n1} & X_{n2} & \dots & X_{nn} \end{bmatrix}$$

(4) 标准化直接影响矩阵,得到矩阵 $G (G = [g_{ij}]_{n \times n})$

$$G = \frac{1}{\max_{1 \leq i \leq n} \sum_{j=1}^n X_{ij}} X \tag{1}$$

由于 $0 \leq g_{ij} \leq 1$ 。鉴于篇幅所限,标准化影响矩阵不再呈现。

(5) 计算综合影响矩阵 $T (T = [t_{ij}]_{n \times n})$,解释各因素间的间接影响关系。

$$T = G(I - G)^{-1} \tag{2}$$

其中 I 为单位矩阵。

(6) 探究影响因素。根据综合影响矩阵中的元素 t_{ij} ,计算出各元素的影响度 D_i 、被影响度 R_j 、中心度 M_i 、和原因度 H_i 。

$$D_i = \sum_{j=1}^n t_{ij} (i = 1, \dots, n) \tag{3}$$

$$R_j = \sum_{i=1}^n t_{ij} (i = 1, \dots, n) \tag{4}$$

$$M_i = D_i + R_j (i, j = 1, \dots, n) \tag{5}$$

$$H_i = D_i - R_j (i, j = 1, \dots, n) \tag{6}$$

行因素 D_i 是影响度,表示美食制作体验项目开发的影响因素 X_i 对其他影响因素 X_j 的直接或间接影响值。列因素 R_j 是被影响度,表示美食制作体验项目开发的影响因素 X_j 受到其他因素的影响值。 M_i 为中心度,表示因素 X_i 在评价指标体系中的位置及其所起作用大小。 H_i 大于零,表示因素 X_i 对影响美食制作体验项目开发的其他因素影响较大,是原因因素;小于零则表示因素 X_i 很大程度受其他因素影响,是结果因素。^[17]

3 实证分析

美食制作体验项目开发受到体验产品设计、体验组织管理及配套保障条件的综合影响。为确定各因素间的影响关系,从以下三方面展开研究。

3.1 问卷设计与发放

问卷设计为两大部分,第一部分为调查对象基本情况,包括性别、年龄、受教育程度等信息。^[19]第二部分为影响因素,调查对象主要为四类人群:高校科研学者、政府管理人员、行业专家和到休闲美食文化园与成都川菜博物馆的体验游客。合计发放问卷300份,未考虑每类调查人群对综合评价的影响权重大小,即认为影响程度相同,有效回收问卷278份,随机抽取90份有效问卷,运用SPSS软件计算克朗巴哈系数值,得到的结果为0.852,属于高信度,能满足研究的需

要。因涉及美食制作体验项目开发相关研究成果较少,结合旅游管理相关国家标准与行业标准,基于长期从事美食文化旅游项目开发与管理实践经验,建立项目影响因素指标体系,并通过专家咨询与多次调研测试,不断优化,以能正确反映研究需要,具有较高的效度。

3.2 计算过程

建立直接影响矩阵。在对调查问卷结果进行总结分析的基础上,结合专家意见,基于旅游项目开发相关理论,对因素间的影响关系赋分进行修正优化,建立直接影响矩阵,详见表2。

根据直接影响矩阵结果,利用前述公式①,计算出标准化矩阵(本文从略)。再按照公式②,计算综合影响矩阵,反映出因素之间的影响程度,^[18]详见表3。

表2 美食制作体验项目开发的影响因素直接影响矩阵

符号	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆
X ₁	0	4.67	0	4.11	4.00	2.78	2.67	0.78	2.11	4.89	0	0	3.11	0	0	2.67
X ₂	4.11	0	0	3.94	4.19	2.89	2.87	0.94	2.10	4.90	0	0	3.03	0	0	3.07
X ₃	0	0	0	2.11	0	0	0	0	0	0	0	0.98	0	0	0	0
X ₄	0	0	0.95	0	2.98	0	1.98	0	3.05	1.98	4.06	1.07	0	0	0	0
X ₅	1.17	2.94	2.10	4.03	0	2.01	1.96	3.11	3.93	1.12	3.15	1.98	0	0	0	2.02
X ₆	0	0	0	2.11	1.07	0	0	0	1.10	0	0	0	0	0	0	0
X ₇	1.17	1.14	0	2.03	1.13	0	0	0	0	0	0	3.06	0	0	0	0
X ₈	2.10	1.16	1.08	2.01	1.95	1.12	0	0	0	0	2.02	1.98	0	0	0	0
X ₉	0	0	0	4.04	1.98	0	0	0	0	4.01	2.07	2.91	0	0	0	0
X ₁₀	2.13	2.11	0	3.15	0	0	1.13	0	2.11	0	1.17	1.11	0	0	0	2.12
X ₁₁	0	0	1.96	3.91	3.86	1.97	0	3.05	4.04	1.11	0	2.95	0	0	0	2.06
X ₁₂	0	0	0	4.07	0	0	0	0	0	0	1.12	0	0	0	1.97	0
X ₁₃	4.04	1.94	0	2.02	1.12	0	0	0	0	0	0	0	0	4.89	0	1.91
X ₁₄	0	0	0	1.12	0	0	0	0	0	0	0	0	4.89	0	0	2.04
X ₁₅	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.04	0	0	0	2.14
X ₁₆	2.03	2.02	0	2.91	4.03	1.09	0	0	2.11	1.98	3.01	2.03	3.10	3.08	2.14	0

综合影响关系研究。根据公式③、④、⑤、⑥计算各个因素的原因度、中心度、影响度和被影响度(计算结果见表4)^[16]。为了更加直观反映各影响因素相互关系,特绘制影响因素中心度及原因-结果图(见图2)。

3.3 计算结果分析

原因度大于零的因素被称为原因因素。原因

因素对其他因素的影响程度较大,稳健性较强,同时也较难改变,其具有的特性表明必须给予优先考虑。^[16]由图2可知,主题文化(X₂)、地域特色(X₁)、区域旅游资源整合度(X₁₆)、体验者参与性与互动性设计(X₁₁)等因素原因度大于零,且数值排序靠前,是影响成都美食制作体验项目开发的原因因素。成都特色美食资源、浓郁的饮食文化

及休闲养生文化属于自然人文旅游资源,是历史积淀的结果,是美食文化旅游产品开发的核心理要素,具有较强的稳定性;区域旅游资源整合度为区域旅游资源及旅游项目融合程度,受区域旅游规划及相关政策影响,在规划阶段稳定性较强,且对

该项目体验产品设计、组织管理及其他保障条件相关因素均有影响;旅游者对美食文化旅游项目均有较强的参与互动体验需求,参与性与互动性设计是项目产品的必要内容,存在很大的改变难度,并对其他因素产生较大影响。

表3 美食制作体验项目开发的影响因素综合影响矩阵

符号	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}	X_{11}	X_{12}	X_{13}	X_{14}	X_{15}	X_{16}
X_1	0	0.1124	0	0.0989	0.0962	0.0669	0.0642	0.0188	0.0508	0.1177	0	0	0.0748	0	0	0.0642
X_2	0.0989	0	0	0.0948	0.1008	0.0695	0.0691	0.0226	0.0505	0.1179	0	0	0.0729	0	0	0.0739
X_3	0	0	0	0.0508	0	0	0	0	0	0	0	0.0236	0	0	0	0
X_4	0	0	0.0229	0	0.0717	0	0.0476	0	0.0734	0.0476	0.0977	0.0257	0	0	0	0
X_5	0.0282	0.0707	0.0505	0.0970	0	0.0484	0.0472	0.0748	0.0946	0.0269	0.0758	0.0476	0	0	0	0.0486
X_6	0	0	0	0.0508	0.0257	0	0	0	0.0265	0	0	0	0	0	0	0
X_7	0.0282	0.0274	0	0.0488	0.0272	0	0	0	0	0	0	0.0736	0	0	0	0
X_8	0.0505	0.0279	0.0260	0.0484	0.0469	0.0269	0	0	0	0	0.0486	0.0476	0	0	0	0
X_9	0	0	0	0.0972	0.0476	0	0	0	0	0.0965	0.0498	0.0700	0	0	0	0
X_{10}	0.0513	0.0508	0	0.0758	0	0	0.0272	0	0.0508	0	0.0282	0.0267	0	0	0	0.0510
X_{11}	0	0	0.0472	0.0941	0.0929	0.0474	0	0.0734	0.0972	0.0267	0	0.0710	0	0	0	0.0496
X_{12}	0	0	0	0.0979	0	0	0	0	0	0	0.0269	0	0	0	0.0474	0
X_{13}	0.0972	0.0467	0	0.0486	0.0269	0	0	0	0	0	0	0	0	0.1177	0	0.0460
X_{14}	0	0	0	0.0269	0	0	0	0	0	0	0	0	0.1177	0	0	0.0491
X_{15}	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0731	0	0	0	0.0515
X_{16}	0.0488	0.0486	0	0.0700	0.0970	0.0262	0	0	0.0508	0.0476	0.0724	0.0488	0.0746	0.0741	0.0515	0

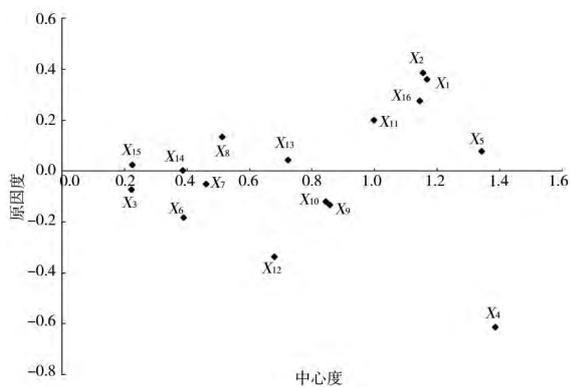


图2 美食制作体验项目开发的影响因素中心度及原因-结果

原因度为负值的因素为结果因素,容易受到其他因素的影响。^[17]由图2可知,结果因素中绝对值较大的因素主要为:价格水平(X_4)、服务品质(X_{12})、推广实用性(X_6)、指导师资配备(X_9)、烹饪表演活动(X_{10})等。按照价格形成理论,体验

产品、组织管理水平、相关保障条件因素均会影响价格水平;旅游者对服务品质的感知贯彻美食制作体验全过程,体验产品设计、项目管理服务水平及公共设施条件等均会影响综合服务品质;推广实用性受相关物质资源及食俗习惯限制,受地域特色及主题文化影响较大,同时,个性化产品设计及师资开展个性化指导对该因素均有影响;因成都美食制作体验产品可涵盖川菜、小吃、火锅、川茶、川酒等内容,体验产品类型、游客参与性、互动性环节设计及区域旅游资源整合度等因素对指导师资配备、烹饪表演活动影响较大。

中心度是影响成都美食制作体验项目开发的关键因素。^[17]图2显示,价格水平(X_4)、产品多样化与个性化(X_5)、地域特色(X_1)、主题文化(X_2)、区域旅游资源整合度(X_{16})等是中心度数值排名靠前的几个关键因素,集中在体验产品设计体系,在成都美食制作体验项目开发过程中值

得重点关注。

表4 综合影响关系

影响因素	影响度	被影响度	中心度	原因度
X_1	0.764 9	0.403 0	1.167 9	0.361 9
X_2	0.770 9	0.384 5	1.155 4	0.386 4
X_3	0.074 4	0.146 5	0.220 9	-0.072 1
X_4	0.386 7	1.000 0	1.386 7	-0.613 3
X_5	0.710 3	0.633 1	1.343 4	0.077 2
X_6	0.103 0	0.285 4	0.388 4	-0.182 4
X_7	0.205 0	0.255 3	0.460 3	-0.050 3
X_8	0.322 9	0.189 6	0.512 5	0.133 3
X_9	0.361 2	0.494 5	0.855 7	-0.133 3
X_{10}	0.361 6	0.481 0	0.842 6	-0.119 4
X_{11}	0.599 4	0.399 4	0.998 8	0.200 0
X_{12}	0.172 3	0.507 9	0.680 2	-0.335 6
X_{13}	0.383 1	0.340 0	0.723 1	0.043 1
X_{14}	0.193 7	0.191 8	0.385 5	0.001 9
X_{15}	0.124 6	0.098 9	0.223 5	0.025 7
X_{16}	0.710 5	0.433 8	1.144 3	0.276 7

4 结论与建议

根据表4结果,分别对影响成都美食制作体验项目开发的体验产品设计、体验组织管理、配套保障条件三个维度中各影响因素的影响度、中心度和原因度求和,结果见表5。

表5 三维度因素综合影响关系汇总

维度	影响程度	中心度	原因度
体验产品设计	2.810 2	5.662 7	-0.042 3
体验组织管理	2.022 4	4.350 1	-0.305 3
配套保障条件	1.411 9	2.476 4	0.347 4

可见,当前对于影响成都美食制作体验项目开发的影响程度、中心度最大的均是体验产品设计体系,说明体验产品设计是成都美食制作体验项目开发的关键因素,符合当前项目处于开发初期的特点。同时,为了保障项目顺利开发及实施,选择地域特色明显、交通便利的地理位置及区域旅游资源的有效整合等支撑配套条件显得尤为重要。目前,成都美食文化旅游项目发展还存在美食与文化融合度较低、体验形式单调、项目产品单一等问题,^[6]旅游者深度体验感不强,降低了成都美食文化旅游项目的竞争力。为了促进成都美食文化旅游项目的进一步发展,结合上述关键影

响因素,提出如下对策建议,以期进一步促进成都旅游经济的增长。

第一,与饮食文化深度融合,创新开发美食文化旅游产品。美食制作体验项目作为美食文化与旅游深度融合的新旅游形式,体验产品设计是项目开发的核心要素。应充分挖掘成都饮食文化内涵,注重传统地域民俗文化的保护与传承,^[20]提高美食文化旅游产品品质。在产品设计中,做好主题文化设计,可选择知名川菜、传统风味小吃作为“舌尖上的川菜”体验主题;设计“川味之魂”调味文化体验主题;设计“老茶馆文化”体验项目,观摩长嘴壶功夫茶表演等茶文化体验项目;^[21]设计青城山“道教饮食养生文化”等体验主题。主题文化鲜明,体验内容丰富,并进行产品个性化定制与选择。在产品设计理念中,讲产品“故事”,谈文化“历史”,观摩传统川菜技艺表演,赋予产品更多的文化内涵价值。注重旅游者“制作”与“互动体验”环节设计,增强体验“趣味性”,合理制定价格,提高旅游者体验价值。

第二,加强美食旅游服务标准化管理,推进旅游示范区建设。严格执行国家有关旅游服务质量标准,可结合成都美食旅游发展现状与美食制作旅游项目的特点,制定《成都市美食文化体验旅游景区(点)服务质量要求》,建立美食文化体验旅游区基础设施,体验服务项目,服务规范管理,美食文化体验环境、安全、卫生等方面服务质量标准,侧重标准化与个性化服务理念。积极推进“美食制作体验旅游示范区”的创建与管理规范,可依托正在建设中的“休闲美食文化园”和“成都川菜博物馆”美食制作体验旅游区,^[6]创建示范区。

第三,加大政策支持力度,完善配套保障条件。争取省市区有关促进美食文化旅游发展的政策支持,结合《成都市建设世界旅游名城、国际美食之都三年行动计划(2018-2020年)》要求,将“美食制作体验”旅游项目纳入规划体系建设。同时,寻求与旅游景区、美食企业、旅行社、学校、媒体企业等多方合作,^[22]加强市场营销,丰富产品体系,促进区域旅游资源的统一规划与整合,进一步完善项目配套设施条件。

参考文献:

- [1] 李湘云,吕兴洋,郭璇.旅游目的地形象中的美食要素研究——以成都为例[J].美食研究,2017,34(1):

- 24 - 28.
- [2] 侯智勇, 田杰, 吴思运, 等. 体验经济时代下的创意美食体验主题设计思考[J]. 现代食品, 2017(2): 76 - 77.
- [3] 唐旭, 侯智勇, 王娜, 等. 基于游客创意美食体验的旅游产品开发初探[J]. 当代旅游, 2016(8): 41.
- [4] 张源. 成都美食旅游研究[D]. 上海: 复旦大学, 2008.
- [5] 曹亚裙, 谢淑丽, 方堃, 等. 成都美食旅游开发研究[J]. 城市旅游规划, 2015(12): 167.
- [6] 赵豫西, 司崑. 基于川菜资源开发的旅游发展探析[J]. 企业导报, 2015(17): 60 - 62.
- [7] 匡翼云. 符号学视角下的川菜饮食资源与旅游开发[J]. 四川旅游学院学报, 2015(2): 56 - 59.
- [8] PRISEILLA B. Tasting tourism: travelling for food and drink[J]. Tourism Management, 2003(26): 627 - 628.
- [9] 牛洪霞. 基于游客感知视角的美食旅游研究——以沙县小吃美食旅游开发为例[D]. 福州: 建师范大学, 2012.
- [10] 梁慧, 王远坤, 刘明霞. 游客对旅游目的地地方美食体验感知的 IPA 分析——以湖北恩施州为例[J]. 农林经济管理学报, 2016, 15(3): 335 - 342.
- [11] 王鹏, 刘白云, 田至美. 基于 DEMATEL 模型的乡村旅游村地方标准评价指标的关联性探讨[J]. 首都师范大学学报(自然科学版), 2018, 39(4): 75 - 80.
- [12] 葛莉. O2O 模式下的美食体验空间研究[J]. 美食研究, 2015, 32(4): 31 - 35.
- [13] 张雅菲. 陕西省地域文化对地方美食发展的影响[J]. 四川旅游学院学报, 2015(5): 8 - 10.
- [14] 孙浩. 旅游景区门票价格影响机理研究——以黄山风景区为例[J]. 价格理论与实践, 2017(9): 29 - 31.
- [15] 周德群. 系统工程概论[M]. 北京: 科学出版社, 2007: 113 - 116.
- [16] 甘俊伟, 杨龙, 李进军. 基于 DEMATEL 的川藏旅游产业竞争力影响因素研究[J]. 干旱区资源与环境, 2017, 31(3): 197 - 202.
- [17] 卢小丽, 赵越, 王立伟. 基于 DEMATEL 方法的乡村旅游发展影响因素研究[J]. 资源开发与市场, 2017, 33(2): 209 - 213.
- [18] 朱飞. 基于 DEMATEL 模型的文化旅游产业集群发展关键因子分析——以环太湖地区为例[J]. 江南大学学报(人文社会科学版), 2017, 16(1): 117 - 124.
- [19] 刘向前, 梁留科, 元媛. 大数据时代美食夜市游憩者满意度双视角研究[J]. 美食研究, 2018, 35(2): 24 - 31.
- [20] 熊妹闻. 成都饮食文化资源的旅游开发[D]. 济南: 山东大学, 2011.
- [21] 刘军丽. 我国饮食文化博物馆的发展现状及功能提升[J]. 美食研究, 2017, 34(2): 29 - 34.
- [22] 黄进. 创新四川旅游营销机制的思考[J]. 乐山师范学院学报, 2012, 27(10): 55 - 57.

Influencing factors of dietetic culture tourism based on DEMATEL Model

——Taking the development project experiencing Chengdu food making as an example

YANG Jing¹, HOU Zhiyong^{2*}, YANG Changping³, RAN Jie⁴

(1. College of Economics and Management, Sichuan Tourism University, Chengdu, Sichuan 610100, China;

2. Food College of Sichuan Tourism University, Chengdu, Sichuan 610100, China;

3. Leisure & Delicacy Culture Park, Sichuan Tourism University, Chengdu, Sichuan 610100, China;

4. College of Tourism and Cultural Industry, Sichuan Tourism University, Chengdu, Sichuan 610100, China)

Abstract: Under the background of the promotion of cultural and tourism integration in the country, dietetic culture tourism has ushered in a good development opportunity. Taking the development project experiencing Chengdu food making as an example, the influencing factors were analyzed systematically from the three dimensions, experience product design, experience organization management and support guarantee conditions, and the DEMATEL model method was used to quantitatively analyze the interaction between various factors, according to the calculation results. The results showed that the degree of influence and importance, identify the price level, product diversification and personalization, regional characteristics, theme culture, regional tourism resource integration and other factors all played a key role in the project. advance Some countermeasures and suggestions for promoting the development of Chengdu food culture tourism were presented.

Key words: DEMATEL model; dietetic culture; cultural tourism; Chengdu; food making experience

(责任编辑: 王芙蓉)