

基于京杭大运河沿线淮扬地区的饮食体验设计

文/丁肇辰,高昊天 (北京服装学院 艺术设计学院)

Design of Catering Experience Based on Huaiyang Area along the Beijing-Hangzhou Grand Canal

摘要: 饮食作为最底层的生理需求之一,是人类社会开展一切物质和精神活动的重要基础。食物对特定地域的物质文明和精神文明有着极强的影响力,是重要的文化符号,也是文化可持续的重要研究内容。千百年来,京杭大运河联通了各地的商业经济,同时也肩负着“两京”之间粮食、商品、人员等的运输重任。大运河开通后,往来流通的各地食材极大地丰富了中国食品市场,促进了各地间的文化交流,更对中国饮食文化产生了深远影响。京杭大运河沿线的淮扬地区是国内较具代表性的运河文化区,文章以文献研究法为主,探讨京杭大运河开通后对中国饮食格局产生的影响,以及淮扬地区、淮扬饮食文化的发展与运河之间的关联性,结合相关史论研究,将体验设计的原则引入淮扬地区饮食设计的研究中,探索在当今体验经济时代的社会背景下,淮扬菜更多的发展可能性。

关键词: 中国大运河;淮扬地区;地域文化;食物设计;体验设计

Abstract: Food is the most basic physiological need of human beings and the basis for all activities carried out by human society, and it is also the premise and foundation for building spiritual civilization. Food has an extremely strong influence on the material and spiritual civilization of a specific region, and is an important cultural symbol and research content for cultural sustainability. For thousands of years, the Beijing-Hangzhou Grand Canal has connected the commercial economies of various regions, and has also been responsible for the transportation of food, goods and people between the two capitals. Since its opening, the Grand Canal has greatly enriched Chinese food market with ingredients from the whole country, promoted cultural exchanges between regions, and had a profound impact on Chinese food culture. The Huaiyang region along the Beijing-Hangzhou Grand Canal is a representative canal culture area in China. The article focuses on literature research to explore the impact of the opening of the Beijing-Hangzhou Grand Canal on Chinese food pattern, and the correlation between the Huaiyang region, the development of Huaiyang food culture. Exploring more possibilities for the development of Huaiyang cuisine in the context of the experience economy.

Key words: Chinese grand canal; Huaiyang area; regional food cultural; food design; experience design

DOI: 10.3969/J. ISSN. 1674-4187. 2023. 01. 007

德国旧唯物主义哲学家费尔巴哈曾说:“人就是他所吃的东西。”中华民族的饮食文化有着悠久的历史 and 复杂的发展脉络,各地饮食文化受到地形、气候、政治、经济和文化等方方面面因素的影响而不尽相同,也正因此,食物成为了人类文明的重要信息载体,有着很强的文化属性,可以在一定程度上反映出当地人们的生产生活境况。

作者简介: 丁肇辰,北京服装学院艺术设计学院教授,博士生导师;英国皇家艺术学会会士,意大利米兰理工大学全球学者,北京市朝阳区凤凰教育领军人才,中国通信学会移动媒体与文化计算委员会委员。研究方向:数字时尚,健康设计,数字娱乐设计,生活方式设计。

而运河作为促进社会繁荣发展的重要工具,承载着当地政治、经济和文化的昔日光辉,更是人类文明发展的古老见证者,这类巨型工程对饮食文化的影响无疑也是巨大的。在中国,一大批与运河息息相关的食物由此诞生。

文章以文化可持续的视角,选取淮扬地区的历史、食物文化、生产方式,以及与中国大运河相互交融的内容,以体验设计的方法论为指导,对淮扬地区饮食进行解构和重塑,优化用户体验,为淮扬地域特色食物提供新的发展活力,为国内食物设计提供行业参考。

一、关于食物设计及运河文化研究

1.1 国外食物设计研究

食物设计是众多研究方向的综合体,包括食物产品设计、食物体验设计、食物空间设计、食物服务设计以及可持续食物设计等方面,涉及产品设计、室内设计、体验设计、心理学、社会学、营养学等诸多学科,旨在以食物的角度对社会问题进行思辨。食物设计开始引起学界关注是在1997年,西班牙

设计师马尔蒂·吉赫(Marti Guixe)首次将设计引入食物领域,并在巴塞罗那的“GALERIA H2O”艺术画廊中展示了他的食物设计项目,如高速公路蛋糕、番茄面包再设计、预切水果等^[1]。2007年,意大利食物设计师弗朗西斯卡·赞波洛(Francesca Zampollo)将食物设计相关理论研究进行整理,食物设计自此成为一门独立学科,随后陆续有高校开始建设食物设计相关课程(见图1)。

位于荷兰的埃因霍芬设计学院(DAE)是一所专注于跨专业艺术设计的高校,研究范围涵盖艺术、建筑、服装、平面和工业设计,拥有世界上第一

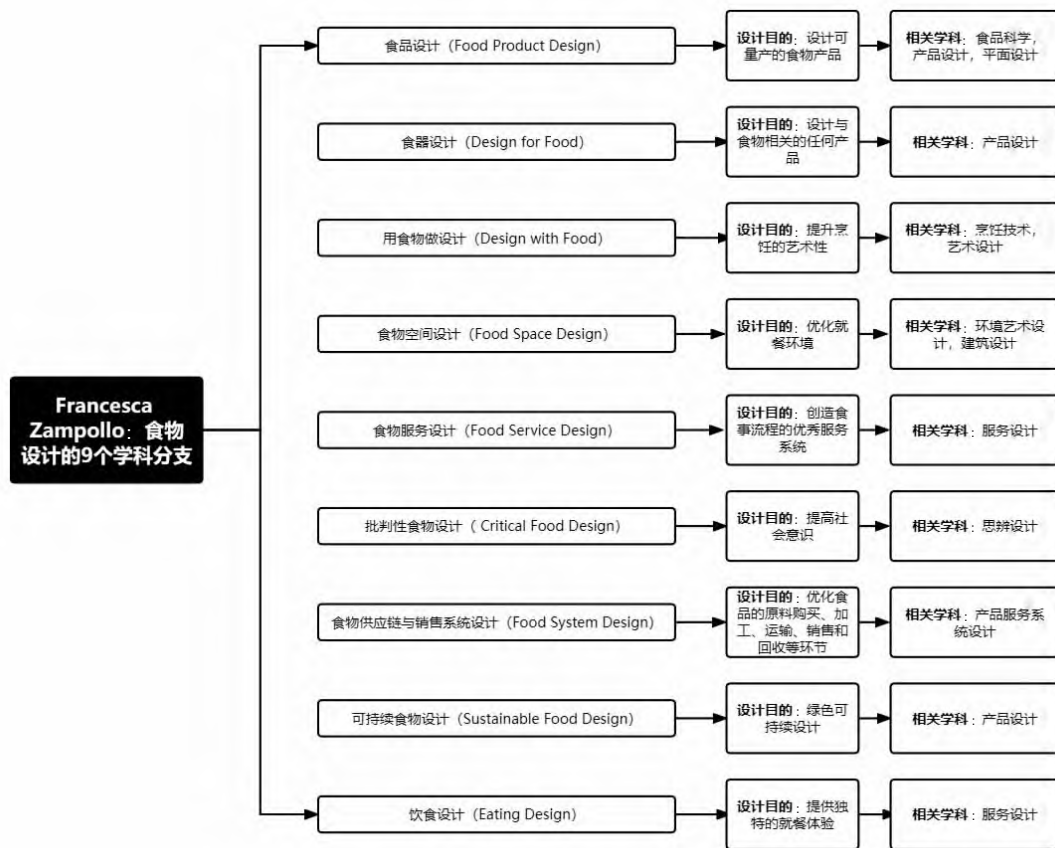


图 1 食物设计的 9 个学科分支

个食品设计专业——“食物非食物”(Food Non Food)科系,由荷兰设计师玛丽耶·沃格尔藏(Marije Vogelzang)于2014年创立。作为食物设计领域的先驱,玛丽耶认为世界需要一场“食品革命”,食物设计不只是关注食物本身,其背后的政治、历史、礼仪、文化等都值得探究和展示,并在2016年创办了荷兰食品与设计学院(DIFD)^[2]。

米兰语言与传播自由大学(IULM)创立于1968年,下设有口译学院、传播学院和艺术与旅游学院,并同时提供学士学位与研究生学位课程,在旅游管理领域颇有建树。2015年,其与研究生培训机构米兰工业设计学院(SPD)联合推出“食品设计与创新”硕士课程,邀请到食品行业的相关管理人员、技术人员和设计师进行直接对话,最终目标是培养出能够将管理、营销和沟通技巧与设计方法相结合的新一代设计师或是行业管理者。课程结构从粮食和农业系统开始,随后学习食品文化与传播,美食体验设计、包装设计、场所设计、服务设计等。除常规授课外,课程结构还包括参观食品公司、餐厅、概念店和美食展览等内容^[3]。除此之外,法国南特大学(NU)、苏格兰阿伯泰大学(AU)、英国阿尔斯特大学(UU)等高校均开设有食物设计学士、硕士课程。

1.2 国内食物设计研究

国内对于食物设计的研究仍处于萌芽期,目前仅有小部分高校开展了食物设计相关课程,尚未形成较为完善的研究与学科建设体系。2017年,北

京服装学院组织“再出发,首尔智慧城市工作坊”,整合中韩两国优秀教育资源,开设“中韩食物设计国际工作坊”,对食物文化、食物记忆等进行品牌包装,并结合可穿戴技术,将研究内容延伸到了饮食检测、健康保健等领域;2019年,浙江大学国际设计研究院开展“文化构成与创新设计”暑期课程,课题围绕蒸糕的材料和其背后的历史典故进行探索和研究,以求将糕点作为文化载体为用户讲故事;江南大学设计学院在2020年联合北京服装学院、南京艺术学院、同济大学等高校,举办“食品系统设计与体验创新”跨专业研究生暑期工作坊,结合系统设计和体验创新设计,围绕餐具、食品包装、食品品牌、用餐服务等主题进行研究学习。除此之外,上海有部分中小学也开始把食物教育写入教案中,旨在减少儿童挑食、进餐速度过快或过慢、剩饭剩菜、营养不良等问题。

胡一哲《基于饮食体验的食物设计研究》从体验设计的角度出发,基于人的认知、行为、情感3个层面,推导出相对应的基于饮食体验的食物设计原则,并以此为方法论,为当代女性青年设计出一款好味、好玩且便捷的红糖姜茶棒棒茶。季铁、陈俊材、郭寅曼《侗族油茶饮食文化的产品服务系统设计》,以振兴乡村发展为目标,整合湘、黔、桂地区优秀的油茶文化及资源,设计出一套完整的产品服务系统,以实现经济创收和文化传播的双赢。

1.3 国内外运河文化研究

20世纪50年代后,世界经济复苏,

各个国家也开展了对境内运河的保护与研究行动。国外针对运河进行的保护与开发起步较早,相关研究的完成度较高。

加拿大里多运河修建于1832年,连接着渥太华和安大略省,全长202 km,起初是为了在1812年的第二次南北战争中对抗美军而修建,2007年被列入世界文化遗产。加拿大政府自1979年开始举办一年一度的渥太华冰雪节,人们可以在结冰的里多运河上滑冰、饮啤酒、做冰雕等;2008年,又设立一年一度的里多运河节,吸引着众多游客和艺术家前往游览参观,这些举措既促进了当地旅游业发展,又宣传了加拿大运河文化,很好地转化了本地文化资源。1984年,美国通过了伊利诺伊和密歇根运河国家遗产廊道法案,该法案将自然与人文资源进行整合,由此形成“人与自然的共同作品”。这是遗产廊道概念被首次提出并运用,为运河沿线生态的保护和可持续发展研究提供了行业参考。1996年,法国米迪运河(南运河)被列入《世界遗产名录》,成为世界上第一条被列入世界文化遗产的运河。

隋唐大运河与京杭大运河共同构成了中国大运河体系。多年来,已有许多学者和研究机构围绕中国大运河及周边文化进行了相关研究。

1984年,中国唐史学会组织国内30余所院校和研究机构的教授、研究人员、讲师和水利工作者等数十人,组成运河考察队,对唐宋运河(隋唐大运河通济渠段内)进行考察,随后编写了《运河访古》一书,编辑纪录片《唐宋运河》。这次考察是自建国以来国内第一次有组织地针对运河文化进行系统研

究,为学界后续研究大运河文化打下了基础。2014年,中国大运河被列入《世界遗产名录》,标志着我国政府多年来为保护大运河遗产所付出的艰苦努力取得了丰硕成果,也获得了国际社会的认可,对弘扬中华文化有着巨大的推动作用。2019年,国务院印发《大运河文化保护传承利用规划纲要》,强调要依法合规保护和弘扬大运河文化,推出大运河文化艺术精品力作,弘扬中华优秀传统文化。以上政府与民间研究机构的研究活动,很大程度上代表并引领着中国社会对大运河文化的关注保护,是伟大的探路者与领导者。

饮食文化泛指在食物加工过程中,从原材料的生产、选择、加工和消费等一系列过程中所运用的技艺,以及在饮食基础上形成的传统食事习俗等内容,是人类精神和物质行为的融合^[4]。

在大运河饮食文化的探究方面,万鲁建《大运河与天津饮食初探》利用文献研究和古籍研究法,论述运河与中国饮食的关系,搜集力证讲述大运河对天津饮食带来的种种变化,并呼吁人们加强对运河饮食文化的研究。姜跃岭《大运河与饮食文化》、徐皓《京杭大运河沿岸美食》与嵇刊《流淌的美味:品味舌尖上的大运河(上)》《从历史

文化中走来的大运河美食》(欢颜)均针对大运河沿线美食做了研究和介绍,包含原料与做法等。不足之处是案例有限,且未深入挖掘背后的历史人文。董克伟《邗沟文化遗产研究》详细梳理了邗沟的发展变迁与文化内涵,以及对淮扬地区文化的诞生与发展所产生的重大影响。黄玮《淮扬菜系的品牌开发和视觉策略》对当今淮扬菜影响力日趋下降的境况进行分析,随后深挖淮扬菜的历史文化精髓,为其树立品牌形象并进行推广。

二、大运河与中华饮食文化探究

在中国上下五千年的历史长河中,饮食文化与社会的发展相互影响,已成为中国文化不可或缺的宝贵组成部分。所谓“一方水土养一方人”,长久以来,中国饮食文化诠释着国人的审美体验,价值取向和处世哲学,已超越了其本身对“吃”的解读,更能反映出对事物的认知与理解思维,蕴含着深刻的社会意义(见图2)。

2.1 南北饮食格局的变迁

中国大运河体系对我国饮食文化

的影响不可谓不重大。我国疆域辽阔,地形上集平原、盆地、山地、丘陵和湿地为一体,气候上又纵贯寒温带、温带、亚热带和热带,因此很少有国家像中国这样在单一国内拥有极为丰富的物产。我国南北方地区以秦岭——淮河一带为分界线,此线两侧地理条件截然不同,进而导致我国南北地区的农业生产格局和烹饪工艺有着明显差异。自元代京杭大运河开通以来,商品经济便迎来了繁荣发展的时期,各地饮食文化得以进行交流,南方稻作区和北方产麦区开始产生联系,曾经很难获取到的偏远地区食材也开始在市场上流通。《中华文化通志·饮食志》一书中提及大运河的开凿对饮食文化的交流有着重要意义:东南地区出产的水稻、棉、盐、丝绸和海产品,以及北方地区出产的枣、栗、药材、煤炭、铁制品等都是重要的商品,众城市都成为了粮食、蔬菜、水果、禽畜、水产和餐具等各类物资的集散地,更促进了地域间饮食与各民族间的文化交流^[5]。

2018年,西北农林科技大学针对绿头野鸭和北京鸭等12个品种的家鸭基因差异进行研究,结果表明北京鸭是由南方家鸭持续700余年定向培育出的品种;元代饮膳太医忽思慧所著

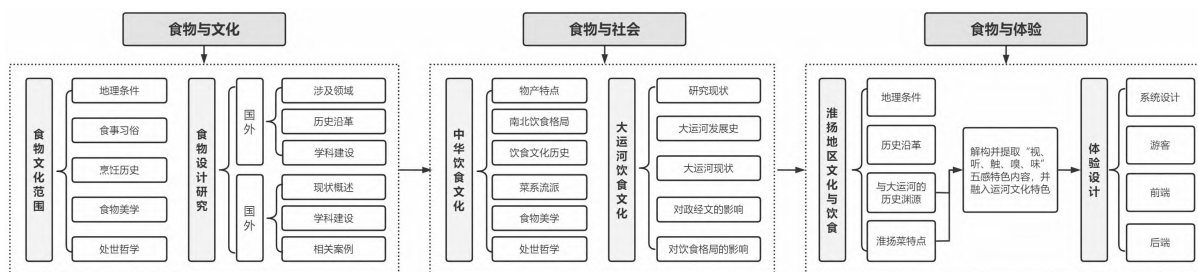


图2 文章研究思路

《饮膳正要》中记载,当时宫廷烧鸭多选用体型瘦小的南京湖鸭;在天津的餐桌上,也常见广东、福建一带产的海参、鱼翅、和江南地区的竹笋、火腿等产品,诸如此类,不胜枚举。这些都是京杭大运河开通后,各地区饮食文化相互碰撞交融的有力证据。

2.2 运河生态下的淮扬菜

淮扬地区指今淮安、扬州一带,位处长江下游地区,毗邻京杭大运河,长久以来都是联结我国东西南北地区的重要枢纽。该地区文化的形成和发展,与中国大运河体系也有着密切联系。

邗沟开凿于公元前486年(春秋时期),是在中国古运河历史中,最早有明确纪年的运河,元代被改称为淮扬运河,最初是作为军运通道而开凿,现已成为国家北煤南运、南水北调的通道。邗沟北起淮安,南至扬州,其重要意义在于沟通我国黄河流域和长江流域两大文明之源,因此,南北方的不同社会群体,如商人、军人、官僚等,随着邗沟的开凿,将不同的物资与文化带到此地,对当地饮食文化的影响颇为显著^[6]。

淮扬菜的诞生要追溯至自春秋时期,发展至今已逾2000年,有“东南第一佳味、天下之至美”的赞誉,与川菜、粤菜、鲁菜并称中国四大菜系。淮扬菜的发展历程,可以概括为“始于西汉,盛于隋唐,衰于清末”。扬州汉墓中多次出土精美的铜碗、勺等餐具,说明至少在汉朝时,扬州人民对饮食就有着相当的重视。西汉辞赋家枚乘《七发》中的“饮食”与“游宴”篇,描述了淮安

地方当时豪宴中的菜品和烹饪方法。隋唐时期,我国经济发展达到顶峰,社会繁荣安定,淮安、扬州的经济与文化发展也迎来了鼎盛时期,两地菜系在唐代形成了各自完整的系统。元朝京杭大运河的开通,促进了黄河流域、长江流域的物资交流,更为淮扬地区带来了丰厚的经济效益。淮扬菜实由淮(安)菜和扬(州)菜构成,各自有各自的独特风味,明清之后,淮菜与扬菜相互融合,而后形成了淮扬菜这一系统的菜系。直至清末,淮扬菜随着漕运的衰落,人员流动减少,淮扬餐饮行业开始走向低谷。

三、淮扬菜的体验设计

3.1 淮扬菜的文化特点

淮扬菜历来以“制作精美、刀工精湛、选料严格、注重本味”的特点闻名于世,其成因与大运河之间的关联性大致如下。

3.1.1 制作精美,刀工精湛 中国烹饪历来讲究“色形相和”,在做好菜品丰富色彩搭配的同时,配合精巧的刀工技法,将食材处理成片、条、丁等形状,使菜品呈现出别样的型致。淮扬菜的精致当属中国所有菜系中的极致。第一个影响因素是中国大运河体系为淮扬地区文化带来的融合。邗沟的开通,使得曾经很难获取到的食材得以商业化运作。与此同时,来自五湖四海的名厨大家齐聚一堂,相互交流经验,切磋烹饪技艺。长期来看,这种文化现象逐渐进入了百姓的日常生活,造就了淮扬菜的“精雕细琢”^[7]。

第二个影响因素是当地盐商。两淮地区因受到独特地理条件的影响,盐矿储量巨大,历来盛产食盐,自古有“两淮盐、天下咸”的说法,李白在《梁园吟》中有云:“吴盐如花皎白雪”,其中“吴盐”指的正是两淮地区盛产的高质量食盐,伴随着食盐的销售,一批富有的盐商便由此诞生。这些盐随着隋唐大运河开通而走向全国,盐商群体日渐庞大,唐宋时期随着经济重心的南移,盐商甚至成为了封建统治阶级颇具影响力的社会阶层^[8]。由于食盐是生活必需品,销量极大,因而盐商们极其富有,往往挥金如土,食不厌精,对饮食有着高标准严要求,常聘请技艺高超的厨师作为家厨,古称“家庖”。家厨们也会在盐商的带领下,与其他家厨互相切磋厨艺,也是影响淮扬菜“精雕细琢”的一个原因。

3.1.2 选料严格,注重本味 淮扬地区地处长江下游地区,加之临近大运河,这一先天优势使该地区常年能够得到不间断的食材供应,这包括极为丰富的鱼、虾、蟹等淡水水产,以及种类繁多的各类蔬菜,因而每一季都有时令蔬菜保障供应。得益于此,淮扬菜的食材得以优中选优,因地制宜,往往选用品质最好的部分进行烹饪^[9]。此外,淮扬菜不如川菜般重麻重辣,也不如鲁菜般重油重盐,它尤为注重食材的本味,不能让佐料的味道喧宾夺主,讲究“清淡而有味”。这是因为该地区丰富的水产占到了淮扬菜原料的大头,影响到了菜品的烹饪手段,相较于煎炒的烹饪方式,焖煮能够更好地保留食材的原汁原味,同时掌控好火候,方能保证醇正的口味与透而不烂的口感,很好

地做到了“天人合一,本味中和”。

3.2 淮扬菜的体验设计

如今,人类社会已进入体验经济时代,用户的良好体验成为了评价各行业设计优劣的重要标尺。感官体验是人类一切体验的基础,包括视、听、触、味、嗅“五感”。所谓体验设计,其实就是把握好用户在体验流程中的感官体验,从而达到更好的设计效果。

所谓饮食体验,是指用户在进行饮食活动时,与食物、餐具、服务、环境等诸多触点之间进行互动交流而产生的感受,不同的触点会带给用户不同的体验感受^[10]。从基础的“五感”出发:视觉上是指食材在色彩、形态上的设计,与食器的搭配是否美观;听觉是指咀嚼食物、烹饪食物以及餐具相互的碰撞而发出的声音;食物的温度与口感属于触觉层面;嗅觉层面,除食物本身的气味外,就餐环境的气味同样需要重视;味觉是指食物的口味等。味觉体验是用餐过程中最重要的一个触点,往往最大程度上决定整个用餐体验是否良好。一直以来,淮扬菜在追求“五感”体验的道路上有着相当的造诣,力求做到“耳目听嗅触俱佳”。

视觉上的美感,源于淮扬菜对刀工的高标准严格要求。在这里,美食不仅用来满足食欲,更是可供观赏的艺术品。清代戏曲作家李斗在《扬州画舫录》·卷十一中有描述:“取西瓜皮镂空人物、花卉、虫鱼之戏,谓之西瓜灯”^[11]。文中所指西瓜灯便是扬州当地著名的瓜雕,古人将西瓜去瓤雕刻后,在里面放上蜡烛,既美观,又有照明的作用^[12]。

瓜雕技艺由来已久,发展至今,雕刻对象已不限于西瓜,也包括胡萝卜、南瓜等蔬菜,成为了果蔬雕。这些果蔬极其脆嫩,虽易雕刻,但也容易裂开和脱落,良品率极低。因此,雕刻师傅的一凿一削,一铲一旋,力度和角度均必须恰到好处。此外,关于西瓜灯仍有一个不得不提的妙用,清朝文人许宗彦《瓠瓜为灯制甚工巧诗以咏之》有云:“生翠玲珑照雪房,热中转觉外清凉”,可见在炎热之季,古人会将西瓜灯作为“避暑”佳品,其身上的美丽图案透过幽幽碧光,可使人在心理上感受到一丝清凉。

淮扬名菜八宝葫芦鸭,需要先将鸭子的骨头全部取出,随后在鸭子身体内填充由香菇、冬笋、火腿等组成的八宝馅料,并用麻绳将其束成葫芦形状,最后再蒸制、烧制。整个过程要保证鸭子外皮没有破损,十分考验厨师的刀工和火候控制。

著名的“扬州清曲”便是听觉上的重头戏。这是明清时期扬州一带流行的一种曲艺形式,曲牌众多,曲调悠扬婉转,2006年被列入国家第一批非物质文化遗产名录。《扬州画舫录》·卷十一中提及:“清唱以笙笛、鼓板、三弦为场面……多以熙春台、关帝庙为清唱之地。”^[11]熙春台位于今扬州市瘦西湖西岸,是扬州盐商为清乾隆皇帝所筑行宫,是如今“扬州二十四景”之一。古时熙春台终年演出不止,客如云来,往来的宾客无不一边驻足欣赏,一边品味地方特色,一派“酒碧灯红夹两堤”之盛景,好不享受。

淮扬菜的烹饪方式简约,调味料少,为的是突出食材自身的口感风味。《扬州画舫录》·卷十一中有言:“烹饪

之技,家庖最胜……文思和尚豆腐,小山和尚马鞍桥,风味皆臻绝胜。”文中所提其一即文思豆腐羹,正是依靠高超技艺为食客带来了独一无二的鲜嫩口感。大致做法为,厨师首先将10 cm见方的嫩豆腐块切成大致1 mm厚的薄片,再将这些薄片切成如发丝般纤细的细条,辅料通常是香菇和青菜,处理方法同上,随后加入鸡汤一同煮至断生即可。其二是红烧马鞍桥,主料为鳊鱼(即长鱼)和山药,通过近1 h的小火焖制,成菜口感嫩滑无比。

味觉上的独特体验,源于淮扬菜擅长使用焖、炖、烧、煮的方式。这些烹饪技法对火候的控制要求较高,这样可以很好地保留鱼、虾、蟹、时蔬等的形态,并且突出其特有的鲜香味。近代青年作家洪为法《扬州续梦》中有言,淮扬人常说的“大煮”是指一定要将食材在汤中煮上一会,方能入味。所谓的“煨面”,通常是将银丝面放入三鲜(鸡、鱼、肉)汤汁,将其鲜美味道融进面条内的一类面食。

由于鱼、虾、蟹等水产一旦稍误时机,便不可避免地会产生腥膻味,而为了去腥增鲜,如、姜、醋、糖、酒乃至鲜橙等,都是淮扬菜中经常出现的调味品,依靠其独特的香气,力求做到耳目嗅触俱佳。古时人们把酒视作调味的佳品,经加热后不仅可以祛除食物的腥膻味,并且可以保留淡淡的酒酿清香气味。出自宋代宫廷的蟹酿橙,是将蟹肉与橙肉炒制后,倒入挖空的橙子中,伴上几叶菊花上锅蒸。开锅后,蟹、橙和菊花的清香味四溢——“使人有新酒菊花、香橙螃蟹之兴”^[12],也就构成了淮扬菜独特的嗅觉体验(见图3)。

然而时至今日,淮扬菜虽名列中国“四大菜系”之中,其市场份额似乎不敌川菜、鲁菜和粤菜。究其原因,除了竞争意识较弱外,一个很重要的原因是淮扬菜对技艺的要求太高,较难标准化,这使其向外推广变得格外艰难^[3]。另外,淮扬菜饮食主体与客体之间的互动性较低,其与本地人和本地历史文化的关联性仍有提升空间,尤其是与淮扬地区发展历史息息相关的中国大运河。因此,淮扬菜的食物相对而言仍是孤立的,进而在一定程度上影响了本地食物文化的可持续发展力。

值得一提的是,通过充分利用本地得天独厚的旅游资源,淮扬地区近几年的经济建设取得了不小的成就,城市现代化建设持续稳步推进。与此

同时,还可以看到淮扬地区与中国大运河上千年来的文化交流与传承,使该地区呈现出传统与未来兼容并蓄的局面。中国大运河对淮扬菜的影响,主要体现在为其提供了更加丰富的食材选择,带来了广泛的文化交流,促成了淮扬菜南北包容、兼容并蓄的文化内涵。有鉴于此,文章尝试以淮扬地区饮食文化和中国大运河文化为切入点,整合当地特色文化资源进行相关内容的体验设计,注重游客的体验质量和可记忆性以提高游客的满意度,创造令人难忘的旅行体验^[4]。

整个体验系统要实现的目标,分对内和对外两部分。对内要依靠本地人的文化认同与自豪感,来实现经济创收,对外需要向游客展示当地优秀

的饮食文化和运河文化,并提供优秀的旅行体验。前文提到有关淮扬菜本身优秀的“五感”体验,及其背靠的大运河文化是其核心竞争力,也是实现差异化竞争的重要支撑,若游客能够亲身参与体验,定能感受到其独特的历史文化熏陶。

服务系统将游客在参与饮食文化体验过程中,与服务提供者之间的触点进行分解梳理,从而明晰整个服务流程。整个体验流程的核心是在淮扬运河上进行,涵盖了依托于视、听、触、味、嗅5种感官的多种服务形式,包括对准扬地区文化、中国大运河文化的讲解、现场烹饪表演、现场演奏扬州清曲,以及瓜雕体验等。文章希望透过该系统对准扬地区人文资源进行整合,

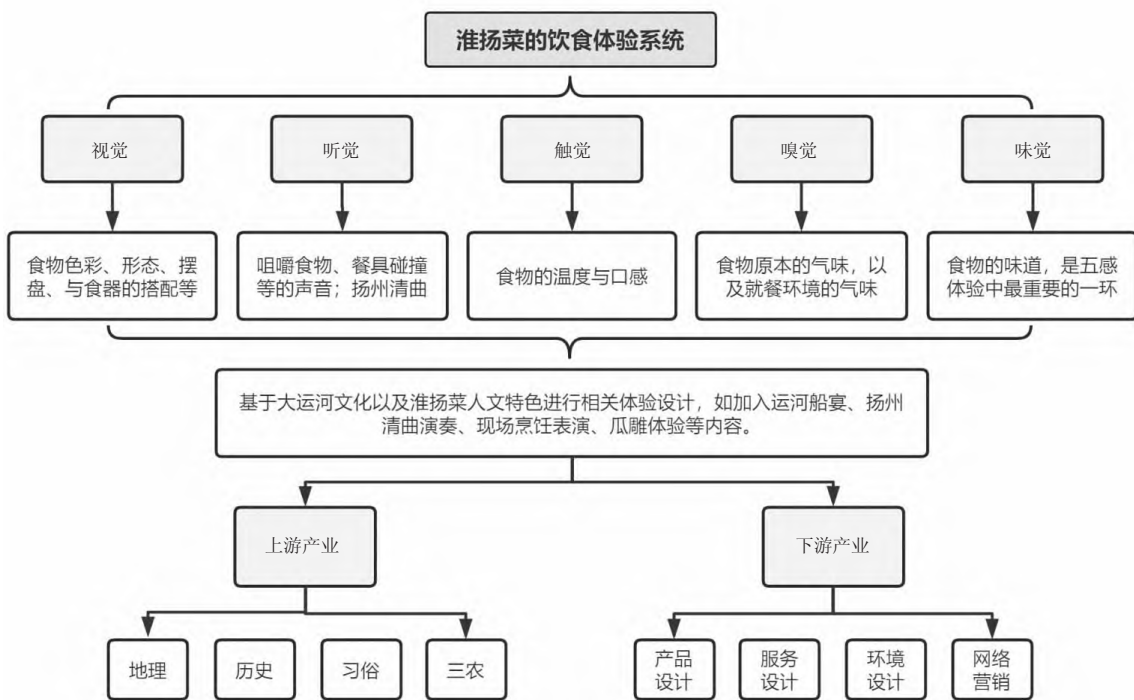


图3 淮扬菜的饮食体验系统

在为游客创造优质旅游体验的同时,还可以对外宣传淮扬本土饮食文化和中国大运河文化。

在本案例中,涉及的上游产业包括对当地地理、历史、农作物、传统饮食习俗等的研究,只有先了解当地历史人文与农业发展情况,才可以更好地理解淮扬菜的文化内涵,是对其进行解构和重塑的重要理论基础,涵盖农学、地理、史学、民俗学等学科领域;中游产业主要包括食物物质形态的创新性研究,以及食品原材料的供应体系设计,主要涉及产品设计、服务系统设计、可持续设计、美学、营养学等学科领域;下游产业包括食器设计、优化服务流程设计、就餐环境和互联网营销等内容,以用户体验和文化可持续为中心,涉及服务设计、产品设计、环境艺术设计、数字媒体艺术等学科领域。在最终的方案实施上,还需要与职能部门(如政府宣传部门,运河管理部门等)进行联合,以保证服务系统的稳定性与可持续性。

四、结 语

中华饮食自古就有“食育”的概念。如民间俗语“医疗不如食疗,药补不如食补”“早吃好,午吃饱,晚吃好”“冬吃萝卜,夏吃姜”等,意在提醒人们注意通过饮食养生,增强体质,预防疾病;《论语》中的“食不语,寝不言”,意在教导人们嘴里在嚼着东西的时候不要说话,入寝时注意不要发出声音吵到别人。所有这些都能够体现出食事

活动在中国传统文化中富含的教育意义。但在今天,与日本、美国,以及荷兰、西班牙等欧洲国家相比,中国的食育研究仍较为落后,没有形成完整的理论体系^[5]。文章认为,当今中国食物设计课题的一大研究难点是做好传统与创新并蓄。为此,我们需要利用好食物设计的跨学科优势,集合各领域专业人才,并进一步将中国饮食文化与当代教育体系、政府职能部门和工业生产体系进行融合。

中国大运河自2014年申遗成功就进入了后申遗时代,在保护、传承和开发利用大运河的文化资源方面,我们仍然任重道远。大运河对中国的影响不止体现在政治、经济、军事层面,它更是将中国广袤的地域相互连结,促进了各地、各民族文化的交流融合,许多地方饮食也正是通过大运河走向全国,深入民众生活,形成了独特的运河饮食文化。因此,文章认为,对大运河文化的研究保护,应秉持上层和下层同步推进的思路,更多地思考其内在的精神价值,以更全面、立体的视角了解中国大运河文化。■

参考文献:

- [1] ORIA LOMBARDY B. Del desperdicio alimentario al objeto: diseño circular y autoproducción de una colección de recipientes contenedores de alimentos para restaurantes [D]. Beilin: Universitat Politècnica de València, 2019.
- [2] Anon. Design academy eindhoven

[EB/OL]. (2020-03-10) [2023-01-05]. www.designacademy.nl/p/about-dae/community/marije-vogelzang.

- [3] Anon. Scuola politecnica di design [EB/OL]. (2021-05-02) [2023-01-05]. www.scuoladesign-spd.it/aster/food-design/.
- [4] 胡梦楠. 论中国饮食文化的传播与认同 [D]. 郑州: 郑州大学, 2014.
- [5] 万鲁建. 大运河与天津饮食初探 [J]. 关东学刊, 2020(1): 38-47.
- [6] 董克伟. 邳沟文化遗产研究 [D]. 南京: 南京艺术学院, 2019.
- [7] 中国中央电视台. 一城一味 [Z/OL]. 第六集. 扬州.
- [8] 廖雯. 明代盐政及盐业与文学 [D]. 南京: 南京师范大学, 2021.
- [9] 黄玮. 淮扬菜系的品牌开发和视觉策略 [D]. 无锡: 江南大学, 2014.
- [10] 胡一哲. 基于饮食体验的食物设计研究 [D]. 北京: 北京服装学院, 2019.
- [11] 李斗. 扬州画舫录 [M]. 北京: 新华书局, 1960: 329.
- [12] 柳靖. 宋代饮食文化审美研究 [D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2021.
- [13] 朱涛, 李承宇. 新媒体时代淮扬菜市场消费分析 [J]. 美食研究, 2015(1): 35-39.
- [14] HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN J M, DI-CLEMENTE E, CAMPÓN-CERRO A M. Culinary travel experiences, quality of life and loyalty [J]. Spanish Journal of Marketing-ESIC, 2020, 24 (3): 425-446.
- [15] 刘君妍, 何颂飞. 疫情的启示: 未来食物设计的发展方向 [J]. 设计, 2022, 35(2): 111-113.

(责任编辑: 杨 勇)