天津財经大學珠江学院

本科毕业论文

题　　目　　旅游目的地餐饮景观体系构建研究

——以上海市为例

系　　别　　酒店与旅游管理系

专业班级　　旅游 1913 班

姓　　名　　李冠达

指导教师　　王天佑

2023 年 4 月 1 日

毕业论文（设计）原创性声明

本人郑重声明：所呈交的毕业论文（设计）是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

论文(设计)作者签名：李冠达

日期：2023年4月1日

毕业论文（设计）版权使用授权书

本毕业论文（设计）作者完全了解天津财经大学珠江学院有关保留、使用毕业论文的规定，即：本人在校学习期间毕业论文（设计）工作的知识产权单位属天津财经大学珠江学院。同意天津财经大学珠江学院保留并向国家有关部门或机构送交论文（设计）的复印件和电子版，允许论文（设计）被查阅和借阅。本人授权天津财经大学珠江学院可以将本论文（设计）的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

论文(设计)题目：旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例

论文(设计)作者签名：李冠达　　指导教师签名：

日期：2023年4月1日　　日期：2023年4月1日

摘 要

随着中国城镇化的进程，餐饮业已成为经济发展的重要组成部分。上海作为中国最具国际化的城市之一，其餐饮行业的发展日益受到重视。以此背景，上海市政府逐渐意识到餐饮景观对于提高城市竞争力和吸引外来游客的重要性，并开始加大相关投入和政策支持。同时，上海市的餐饮行业也面临着一系列挑战。

本文从餐饮体验角度出发，引入价值共创理论，对上海市餐饮景观体系构建的现状以及国内外对餐饮景观方面的相关研究进行了总结。通过分析上海市餐饮街区、餐饮菜系和餐饮门店等，评估了上海市餐饮景观的发展概况。同时，本文结合各位专家学者对餐饮景观体系构建的研究，制定了餐饮景观构建影响因素指标体系表，并进行专家打分。最终得出排名靠前的影响因素指标有“人员服务水平”、“街区门店数量”、“特色菜品开发”、“门店区域位置”。基于各权重排序以及上海市餐饮景观构建现状，从餐饮街区环境构建、服务体验环境构建、餐饮产品开发构建三个角度分析上海市餐饮景观体系构建过程中存在的问题并提出相关建议对策。

关键词：餐饮景观；餐饮街区；服务体验

Abstract

With the process of urbanization in China, catering industry has become an important component of economic development. As one of the most internationalized cities, the development of the catering industry in Shanghai is receiving increasing attention. Against this background, the Shanghai Municipal Government has gradually realized the importance of catering landscape for improving urban competitiveness and has begun to increase relevant investment and policy support.

From the perspective of catering experience, this article introduces the value co creation theory and evaluates the development of Shanghai's foodscape by analyzing the catering blocks, cuisine, and restaurants Shanghai. In this paper, the expert scoring method is used to determine the index system of influencing factors for the construction of foodscape. The influential factor indicators that rank high include "personnel service level","number of stores in the block", "development of specialty dishes". Finally, it analyzes the problems existing in the construction of Shanghai's foodscape system from three perspectives: the construction of catering street environment, the construction of service experience environment, and the development and construction of catering products, and puts forward relevant suggestions and countermeasures.

Key words: Foodscape; Catering Block; Service Experience

目 录

一、 绪论 1
（一） 研究背景 1
（二） 研究目的与意义 2
（三） 研究方法 3
（四） 研究思路与框架 4
二、 文献综述 5
（一） 相关概念 6
（二） 相关理论 8
（三） 国内外研究综述 9
三、 上海市餐饮景观体系构建概况 14
（一） 上海市餐饮街区构建概况 14
（二） 上海市餐饮菜系构建概况 16
（三） 上海市餐饮企业构建概况 17
四、 上海市餐饮景观体系构建实证分析 19
（一） 建立层次体系及结构模型 20
（二） 构造判断矩阵并确定指标权重 21
（三） 一致性分析 23
（四） 层次总排序 24
五、 上海市餐饮景观构建问题与策略 25
（一） 服务体验环境构建 25

（二） 街区门店环境构建 26
（三） 餐饮产品开发构建 26
六、 结语 27

旅游目的地餐饮景观体系构建研究
——以上海市为例

一、绪论

（一）研究背景

随着旅游业的迅速发展和体验经济的到来，人们对于旅游目的地的用餐体验也有了更深层的需求。这一旅游诉求使餐饮文化以一种体验的方式成为文化深入的桥梁、情感贴近的纽带，其自身也拥有了可以被景观化的特质。旅游景点附近的餐饮业也在快速发展，但由于饮食种类的增多，人们对生活品质的要求也越来越高。美食旅游因其在旅游的社会文化和环境方面的多功能性而受到越来越多的关注。美食餐饮体验主要是通过餐饮（景观）来代表对当地环境、民族及其故事的体验。将美食与当地餐饮景观联系起来，可以加深对美食餐饮体验的认识。

食物是一种宝贵的旅游资源，因为它可以影响人们决定他们的旅游目的地。人们在体验画画、音乐和建筑等文化元素时，也会体验食物。总的来说，餐饮景观呈现了社会中与食物有关的有形和无形的方面。在过去的二十年里，餐饮景观的概念在社会科学和自然科学领域引起了广泛的学术关注，包括营养学、健康学、城市地理学、公共政策、消费者研究、食品科学等。它是一个将地点、身份、文化、食品、服务和人类相互联系起来的综合概念，并为学者们提供了对这些行为者的相关思考。特别是在消费者和文化研究中，餐饮景观帮助我们了解人们如何在与环境和社会文化背景的互动中消费和体验食物，它们相互连接，形成一个完整的美食体验景观[①]。同时，因不同人群的消费饮食习惯不同，顾客享受食物的体验相互之间也会产生影响。因此，不同目的地和旅游文化之间的互动，会衍生了具有多种混合体验的餐饮景观。

餐饮市场的目标人群是越来越成熟的中高收入人群，他们对公务、商务、休闲、娱乐、体育、健身等各方面的需求越来越高。这些旅游者在用餐时不仅仅重视菜肴的口味，也希望在一个安闲的环境下享受美食，他们追求从视觉和心理上

---

① Richards G.Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism[J]. International Journal of Contemporary Hospitality Management,2021,33(3):1037-1058.

得到双重的满足。根据《2021 年上海市国民经济和社会发展统计公报》数据显示，2021 年上海餐饮业包含住宿业实现销售收入 1455.93 亿元，较上年增长 22.7%，占全市社会消费品零售总额的比重达 2.56%[①]。因此，探究餐饮景观的构建是旅游餐饮中必不可少的。本文基于这些背景的考虑，从餐饮体验出发，将上海市的餐饮景观现状进行概括，引入价值共创理论，通过构建上海市餐饮景观体系构建评价模型，根据专家学者对各项指标的评分，分析影响上海市餐饮景观体系构建的主要因素，并提出建议和对策。

（二）研究目的与意义

1．研究目的

餐饮景观不仅包括有形的服务场所（如街区景观、餐饮设施）还包括无形的服务体验（就餐环境、餐饮文化、食物本身的味道、游客的参与），除此之外，还包括食物本身、食物烹饪的过程等食品生产和消费的所有方面。从旅游的角度看，餐饮景观包括当地的餐饮环境以及它如何影响旅游者的消费体验。餐饮景观框架在分析食物、地点以及在许多情况下人们是如何相互联系以及如何相互作用时具有明显的优势。总体来说，餐饮景观呈现了与食物有关的有形和无形的社会环境。深入研究餐饮景观，可以揭示游客、目的地和餐饮是如何相互作用并产生令人满意的美食体验，进而有利于当地餐饮产业和旅游产业的发展。

本文以上海市餐饮景观作为研究对象，从餐饮体验的视角切入，结合共创价值理论，研究影响上海市餐饮景观体系构建的因素，经过调查分析餐饮景观构建的不足，从而提出景观构建需要考虑的问题，探讨如何构建餐饮景观，使其增强游客的体验感，提高旅游目的地的整体形象，加深游客对餐饮景观的认识，是本文的研究目的。

2．研究意义

（1）理论意义

本文对餐饮景观的研究，引用了价值共创理论。通过提出目的地餐饮景观体系构建的维度，有助于旅游业和食品研究之间的跨学科对话。国内当前对于餐饮景观的研究，大多从物理环境、景观设计、生态保护、符号学等有形的服务方面

[①] 2021 年上海市国民经济和社会发展统计公报[J].统计科学与实践,2022（03）:13-23.

研究、对于无形的服务以及旅游者消费体验方面的研究则相对较少，少有的则是在物理景观设计的基础上挖掘文化传播，对于菜品菜系、服务体验的相关文献研究则相对缺乏。共创价值理论认为，顾客不仅是消费者，更是创造者和合作者。其希望能够通过与企业和其他游客的互动，获得更加丰富和有意义的旅游餐饮体验。基于此，本文从餐饮体验的视角切入，以上海市为研究对象，引入价值共创理论，对上海市餐饮景观的构建进行讨论。

（2）实践意义

从旅游产业和餐饮产业的角度看，餐饮作为旅游服务业的重要组成部分，对餐饮体验和旅游文化的传播起着重要作用。而餐饮景观作为餐饮体验的重要组成部分，其质量和特色对于旅游业的吸引力和竞争力具有重要影响。因此，上海市可以通过构建餐饮景观体系，将自身打造成一个更具吸引力和竞争力的旅游目的地，进而带动旅游产业和餐饮产业的发展。

从旅游目的地的角度来说，上海市餐饮景观体系构建，可以推动上海市的餐饮文化的传承与创新，游客在品尝美食的同时可以了解当地的文化背景，进而增强了对上海市的认识和理解，促进文化的传承。其次，餐饮作为服务业的重要组成，构建餐饮景观体系，可以促进游客之间的交流合作，从而共同创造出更优质的餐饮体验和旅游产品。因此，研究上海市餐饮景观体系的构建不仅可以为游客提供更加丰富、更有意义的餐饮体验，还推动了上海市的文化交流与传承发展。

（三）研究方法

1．文献研究法

文献研究法主要指搜集、鉴别、整理文献,并通过对文献的研究,形成对事实科学认识的方法。本文以中国知网、万方、国外期刊网站等作为资料库，参考了有关餐饮管理、餐饮景观建设的期刊和学术论文等，对近年来有关的研究进行了整理。对有关文献进行整理、分类、分析，对旅游目的地餐饮景观等概念进行了初步的认识。通过搜集文献资料理清了上海市餐饮景观发展的概况。

2．实地调查法

实地调查法是最基本常用的科学研究方法，包括问卷调查，资料收集等，是论文写作过程中必不可少的。在开始写论文之前，为获取第三部分、第四部分上

海市旅游餐饮景观构建的数据，对上海市的旅游餐饮街区进行了调查;在调查条件允许的情况下，利用图片收集和网络资料对其进行餐饮景观设计的分析和研究。

3．定性与定量结合法

本文采用定性与定量结合的方法，从餐饮体验的角度出发，结合共创价值理论，借助分析软件 yaahp10.1 构建餐饮景观体系构建层次模型，分析餐饮景观体系构建的影响因素，进而深层次的研究街区环境、饮食开发、服务体验和文化与营销对餐饮景观体系构建的影响。基于各权重排序以及上海市餐饮景观构建现状，从餐饮街区环境构建、服务体验环境构建、餐饮产品开发构建三个角度分析上海市餐饮景观体系构建过程中存在的问题并提出相关建议对策。

（四）研究思路与框架

本文采用定性与定量相结合的方法探究餐饮景观体系构建的问题。文章共分为六个部分：

第一部分：绪论。围绕选题的必要性进行阐述，对本文的研究背景、研究目的与意义、研究方法与思路框架进行介绍。

第二部分：文献综述。首先介绍了景观与餐饮景观的基本概念，然后对国内外餐饮体验、餐饮景观的相关文献进行整理，将实际问题转化为研究问题，为论文提供理论基础。

第三部分：上海市餐饮景观发展概况。基于餐饮景观的构建维度，对上海市的餐饮街区、菜系菜品、餐饮门店等的发展现状进行了分析。

第四部分：实证分析。结合餐饮景观相关研究，设计专家打分问卷，通过构造判断矩阵并确定各指标权重值，对权重进行层次总排序得出影响上海市餐饮景观体系构建的主要因素指标。

第五部分：上海市餐饮景观构建问题与策略。根据实证分析的结果，结合上海市餐饮景观体系构建的现状，提出上海市餐饮景观体系构建的策略。

第六部分总结。

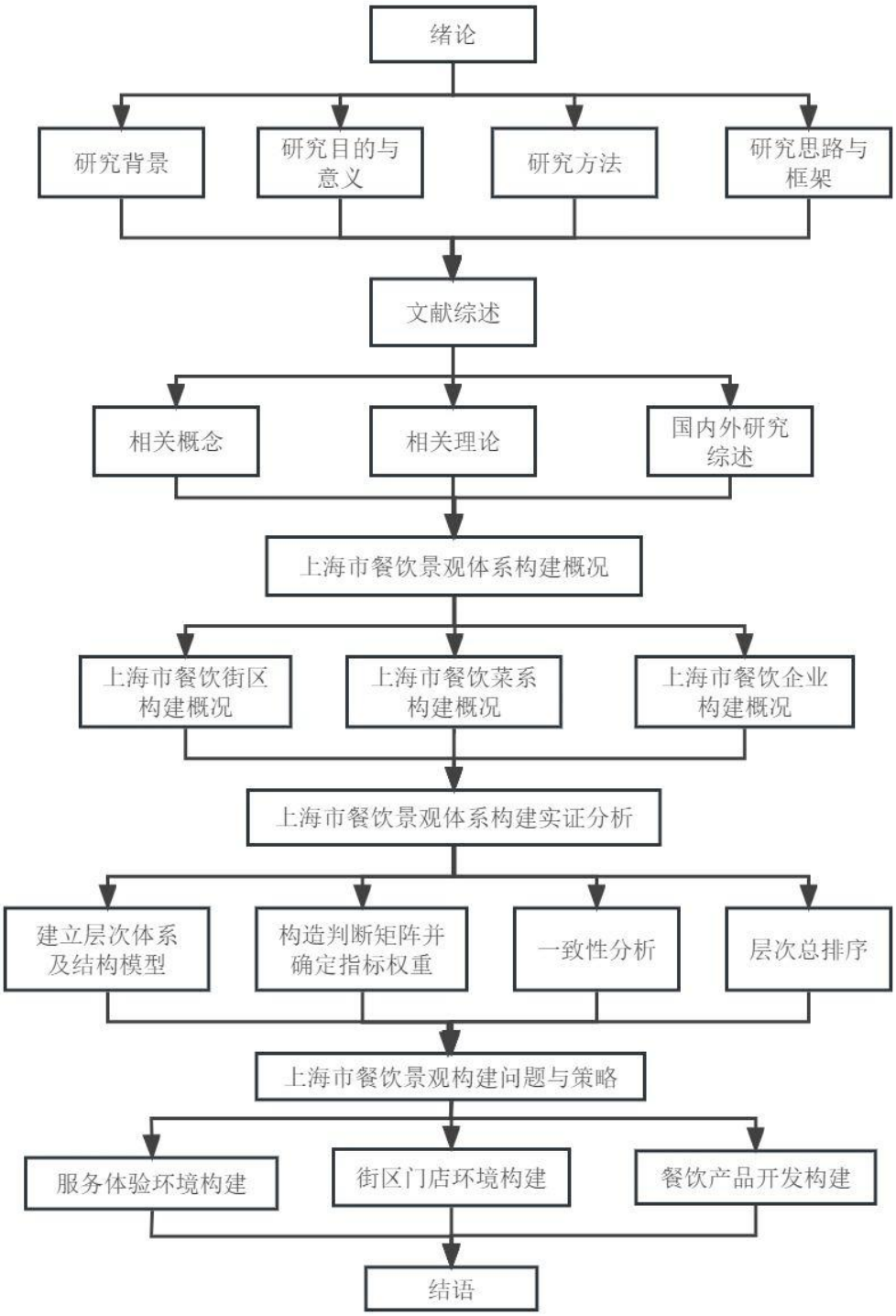

图 1 研究框架图

（资料来源：笔者整理）

二、文献综述

（一）相关概念

1．餐饮景观

景观学是一门涉及多学科领域的综合性独立学科，景观作为一个外来词汇最初表现为“植物景观 landscape”,并发展成地理区域规划，人们把作为人类欣赏对象的自然景物或现象称为“景观”。随着服务业的发展与体验经济的到来，景观逐渐演化出了“建筑景观”“服务景观”“体验景观”等概念。当人们开始注重餐饮文化和旅游业的发展后，越来越多的学者开始了对“餐饮景观”的研究。

餐饮景观是一个综合复杂的系统，按照不同的标准，可以划分为不同的子系统，菜系菜点、餐饮文化、街区环境、服务体验、文化营销等。Mikkelsen（2011）认为餐饮景观是指人（包括实践、社会价值、规范）、环境（饮食行为发生的环境）、食品（生产、分配的消费的方式）之间的相互作用[①]。目的地的餐饮环境不仅限于有形的服务场所，还包括无形的服务体验。Ute 和 Edvardsson（2012）将物理环境层面分为被称为氛围的无形感官元素和社会元素：氛围是成为顾客思绪与空间场景的纽带，能够建立起空间与人的联系，有形的布局、设备、家具、装饰等设计元素打造视觉、听觉体验。用 Amin（2014）的话说，餐饮景观是充满活力的基础设施，它在顾客、摊主和食物之间的相互作用下无休止的运动[②]。郑惠珊等（2014）认为餐饮景观包括菜单菜谱形态，菜名菜系，主供菜类别、食物的周边装饰，餐饮餐具等[③]。孙杨（2019）认为餐饮景观是一个动态的过程，不仅包括食物本身，还包括食材的获得、烹饪过程、消费者的参与等[④]。从共创价值理论的角度看，游客和生产者的互动表现塑造了他们周围的空间环境，反过来又在不断的互动中构建了他们作为个人成员的身份。Bjork（2019）餐饮景观是用来描述特定地区的餐饮环境的术语，包括该地区食品生产、分配和消费的所有

---

① Mikkelsen B E.Images of foodscapes:Introduction to foodscape studies and their application in the study of healthy eating out-of-home environments[J].Perspectives in public health,2011,131(5):209-216.

② Amin A. Lively infrastructure[J].Theory,Culture & Society, 2014,31(7-8):137-161.

③ 郑惠珊,杨智敏,张建华.景观化理念下主题体验餐厅的营建[J].江苏商论,2014（07）:8-14

④ 孙杨.游客视域下旅游地美食符号的建构：饮食景观化[J].江苏商论,2019（11）: 3-6.

方面以及周围的地理环境[①]。从旅游的角度看，餐饮景观包括目的地的餐饮环境以及它如何影响游客的餐饮体验，包括分析当地的菜系菜品的种类质量、当地的餐饮文化、街区环境的构建等。

对餐饮景观的概念的研究进行总结，可以知道，餐饮景观不仅指餐厅或餐饮场所的装修和环境设计，还包括当地的餐饮文化、当地的菜系和食材、人员服务态度、周围街区环境，餐饮设施等，具有以下特征：一是由人、环境、饮食之间的相互作用形成；二是与饮食相关的地方和空间；三是具有旅游吸引力，是由有形和无形要素组成的综合体。

综上所述，本文中餐饮景观是指由街区环境、饮食开发、服务体验和文化营销等多个方面构成的餐饮产业的整体形象和特征。其中，街区环境体现了餐饮店铺所处的区域环境和建筑风貌；饮食开发则反映了菜品的研发、创新和品质等方面的特征；服务体验则侧重于顾客的感知和消费体验；文化营销则强调餐饮文化的传播和营销策略的制定等。综合而言，餐饮景观体现了餐饮产业在多个方面的特点和特色，是消费者进行餐饮消费时考虑的一个重要因素。

2．餐饮街区

餐饮街区，是指由众多餐饮商户组成的聚集区域。它通常位于城市中心或其他商业繁华区域，具有餐饮种类繁多、服务周到等特点，受到了广大市民和游客的喜爱。从空间上看，街区比街路的空间容量更大，餐饮街区则聚焦到街区中“吃”上，以区域文化为背景，以住、行、游、购、娱为配套，是具有明显的生活气息和旅游意义的交往空间[②]。

餐饮街区起源于夜市、早市，随着城市旅游发展逐步趋于规范化，形成了由诸多小摊组成的开放空间[③]。餐饮街区是城市文化和特色美食的集中展示场所，已逐步演变成一个旅游吸引物。徐秀美和李洁（2013）指出餐饮街区是以餐饮、休闲、娱乐为一体的、将餐饮消费需求与地域文化相结合的产品[④]。

---

① Bjork P, Kauppinen-Raisanen H.Destination foodscape: A stage for travelers' food experience[J].Tourism Management,2019,71:466-475.

② 张旗．基于体验视角的美食街区开发研究[J]．扬州大学烹饪学报，2013，30（3）：37-41.

③ 饮食街区游客旅游动机,感知价值与重游意愿研究:与武汉户部巷为例.[D].武汉:湖北大学.2018.

④ 徐秀美,李洁.美食主题街区顾客餐饮满意度评价模型研究——以昆明祥云美食街为例[J].旅游研究,2013（1）:79-83.

作为城市文化的代表，餐饮街区除了满足人们的口腹之欲之外，还可以提高城市形象和知名度，促进城市的社会活力。本文认为餐饮街区是一个具有地域特色的用以满足生活需求和旅游需求的区域空间。

3．餐饮菜系

餐饮是人们日常生活中不可或缺的一部分，而餐饮菜系则是餐饮文化的重要组成部分。餐饮菜系是指在特定地域和文化背景下，形成了一套独特的烹饪方法、调味技巧以及食材选择等方面的共同特点和风格[①]。

餐饮菜系的产生不仅源于地理环境、气候条件、历史文化等因素，还与人们的生活习惯、口味喜好、宗教信仰等密切相关。世界各地都有自己的独特餐饮菜系，如中国的川菜、粤菜、鲁菜，法国的浪漫法式菜、意大利的地中海式菜等。

餐饮菜系不仅是一种独特的烹饪风格，更代表了一种文化传承和发展。每种餐饮菜系都有其自身的历史和发展过程。同时，餐饮菜系也对人们的生活产生了深远的影响。它们不仅为人们提供了美食享受，也成为了社交、交流的重要场所。

（二）相关理论

1．共同创造价值理论

共同创造是一种以消费者为中心的方法，是由消费者和企业共同创造价值和体验的理论。Prahalad 和 Ramaswamy（2004）是提出共同创造概念的学者，该理论认为：企业与顾客通过合作来共同创造价值，这种创造是基于双方之间的互动与合作，而不是企业单方面的提供产品或服务[②]。

共创价值理论依赖于供应商和顾客之间的交互。Payne 等（2008）认为共创价值是供应商和客户之间的互动过程，他们共同有机会通过定制的共同生产产品来创造价值[③]。Prahalad 和 Ramaswamy（2010）通过阐述促进共同创造体验的企业-客户互动的构建模块，得出企业和客户之间的互动是价值创造的核心部分[④]。

---

① 何星,张艳萍,何攀.旅游发展背景下传统川菜饮食文化资源开发现状研究[J].阿坝师范学院学报,2018,35（03）:89-93.

② Prahalad C K, Ramaswamy V. Co-creation experiences: The next practice in value creation[J]. Journal of interactive marketing,2004,18(3):5-14.

③ Payne A F, Storbacka K, Frow P.Managing the co-creation of value[J].Journal of the Academy of Marketing Science,2008, 36 (1): 83-96.

④ Prahalad C K, Ramaswamy V.Co-creation experiences:The next practice in value creation[J]. Journal of Interactive Marketing, 2010, 18(3):13-46

在旅游背景下，游客和目的地之间的互动的本质取决于游客如何参与这一互动过程。为了在旅游活动中产生价值，有必要将产品和服务的体验元素集中在服务提供者和游客身上。Suntikul 和 Jachna（2016）指出："共同创造描述了当代旅游业的重要价值创造"[①]。Ellis（2018）等人认为，食物是体验经济的一部分，价值的共同创造是基于环境和相关食物的选择[②]。Chathoth 等（2018）将旅游中的价值共创概念化，以体验经济为基础，指出价值共创不仅需要更深层次的客户参与，还需强调消费者和供应商之间互动过程中创造的体验[③]。同样，根据 Prebensen 等人（2018）观点，餐饮体验中的价值创造强调游客（消费者）、服务提供者（生产者）和目的地在共同创造过程中的作用[④]。本文为更好总结完善上海市餐饮景观体系构建过程中的优化策略，餐饮景观的构建需要企业与顾客共同合作，来提升整个系统的价值。

（三）国内外研究综述

1．餐饮体验研究

餐饮体验在旅游目的地的作用和在日常生活中的作用可以相同也可以不同，为了更好的诠释旅游中的餐饮体验，Quan 和 Wang（2004）提出了一个概念模型，将餐饮看作消费者体验和高峰餐饮体验[⑤]。其中消费者餐饮体验可以被看作日常生活体验，重点是确保餐饮中的食物符合游客的文化、习惯、习俗和规定。高峰餐饮体验可以则通过品尝更多种类的食物来验证，其不一定等同于游客日常需要的食物。Henderson（2009）认为在旅行中寻找不同餐饮体验时，面对令人愉快和难忘的美食消费，旅游者显得更有动力且兴趣十足，并将其作为高峰体验的一部分。此外，对餐饮体验的追求也帮助游客探索、研究和丰富他们对食物的见解，食物可以成为人们游览特定目的地的动力，也是游客满意度的重要影响因素[⑥]。

---

① Ranjan K R,Read S.Value co-creation: concept and measurement[J]. Journal of the academy of marketing science,2016, 44: 290-315.

② Ellis A, Park E, Kim S, *etal*. What is food tourism?[J].Tourism management,2018,68:250-263.

③ Chathoth P K,Ungson G R, Harrington R J, *etal*. Conceptualization of value co-creation in the tourism context[J]. Creating experience value in tourism, 2014: 33-47.

④ Prebensen N K, Chen J S, Uysal M S.Co-creation of tourist experience:scope,definition and structure[J].Creating Experience Value in tourism,2018:1-10.

⑤ Quan S ,Wang N.Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism[J].2004,25(3):297-305.

⑥ Hall CM,Mitchell R . Gastronomy,food and wine tourism Science Direct[J]. Tourism Business Frontiers, 2006:137-147

Smith（2013）餐饮体验可以带来变革，并鼓励游客改变他们的习惯，最终促进社会变革[①]。Prebensen 和 Foss（2011）在游客视角下对共同创造体验进行调查研究，当游客认为共同创造对他们有利时，其更倾向于积极参与共同创造活动[②]。Bjork 和 Kauppine（2014）认为旅游中的餐饮体验是多维的，并受到多个方面的影响，其以 Mossber（2007）服务营销领域提出的“体验景观概念”为基础，根据其观点，体验景观贯穿体验的五个影响因素，分别为环境、人员、产品和纪念品、其他游客以及旅游地的主题或故事[③]。体验在个人身上建立，由一个人在特定的情绪和心理状态下对环境中相互作用的反应方式决定。Henderson（2009）认为食物可以对餐饮体验起到重要作用，在旅行结束后，餐饮体验会在人们心中留下极为深刻、持久的印象[④]。Minkiewicz 等人（2013）在对博物馆和画廊的案例研究中，探讨游客如何共同创造消费体验，以及影响游客共同创造体验的因素，即合作生产、共同参与、个性化。合作生产是在整个消费体验中积极参与活动；参与是旅游者的情感和认知沉浸的心理状态，通过与工作人员和其他游客的互动，产生沉浸感；个性化是游客通过自我定制的体验和与服务人员的互动来满足自己的需求。Bjork 和 Kauppine（2014）确定了影响旅游者在目的地餐饮体验的三个因素，分别为食物、场所和个人行为。其中食物包括事实特征（食物的类型与质量）与联想特征（新奇、真实、自制、简单与健康）；场所包括与外部场所（物理环境与目的地）、服务场所（内部和外部设计）及提供餐饮体验的方式相关的特征；其研究结果表明，餐饮体验是主观性和情境性的，游客在特定环境下体验食物时，可能会有不同的感知与期望[⑤]。Michaela（2016）认为在服务过程中，应用刺激-互动能够进一步形成个人层面的顾客体验。

2．餐饮景观研究

餐饮景观作为一个饮食概念，在关注餐饮研究的学者中越来越受欢迎，目前

---

① Smith M. Transforming quality of life through wellness tourism[M].Transformational tourism: Tourist perspectives,2013:55-67.

② Prebensen N K, Foss L.Coping and co-creating in tourist experiences[J].International journal of tourism research, 2011, 13(1): 54-67.

③ Mossberg L.A marketing approach to the tourist experience[J].Scandinavian journal of hospitality and tourism, 2007,7(1): 59-74.

④ Henderson J C. Food tourism reviewed[J].British Food Journal, 2013, 111(4-5):317-326.

⑤ Bjork P, Kauppinen-Raisanen H. Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences[J]. Current Issues in Tourism, 2016, 19(12):1260-1280.

对于餐饮景观的研究大致分为三个方向，一是营养和公共健康领域的餐饮景观[①]；二是构建伦理的、公平的、可持续发展的餐饮景观[②]，主要在政治、地理和社会学领域；三是消费与体验中的餐饮景观[③]，主要集中在消费行为和文化领域。在餐饮景观的消费与体验上，影响消费者体验和餐饮景观构建的重要因素是文化，旅游则可以提供跨文化的背景，目的地的餐饮则作为旅游的吸引力和游客的必需品。因此，目的地的餐饮景观可以被视为游客、美食、和目的地之间互动和共同创造的景观[④]。

基于此，餐饮景观可以描述一个复杂的餐饮系统及其与环境中的人的潜在相互作用。因此，Johnston 和 Baumann（2009）将餐饮景观定义为将食物与特定的地方、人物和意义联系起来的一种动态的社会结构，其可能会以不同的方式探究食物生产和消费的社会影响[⑤]。首先，餐饮景观概念可以提高我们对通过规范、习俗和文化社会调节的食物和食物系统的理解。其次，作者指出，这个概念表明了文化、感官、风味、物理景观和生态之间的联系。Hall 和 Gossling（2016）认为该定义揭示了饮食文化与食物之间的动态关系,餐饮景观对旅游业很重要，因为餐饮景观是吸引游客的因素，也是食物选择、消费和行为的一个因素[⑥]。而 Bjork（2016）也提出，应当强调当地的饮食作为营销维度，引导当地人员参与构建公共-私人的目的地空间，让游客可以有更多私人的餐饮体验[⑦]。Ellis（2018）认为目的地餐饮景观与日常环境中的餐饮景观最重要的区别是旅游带来的跨文化界面的混合特征。一方面，游客离开常住地去寻找独特的目的地景观；另一方面，食物成为标志目的地独特性和创造难忘体验的核心景点之一[⑧]。

---

① Mikkelsen B E. Images of foodscapes: Introduction to foodscape studies and their application in the study of healthy eating out-of-home environments[J]. Perspectives in public health, 2011, 131(5):209-216.

② Roe M, Sarloy Herlin I, Speak S. Identity, food and landscape character in the urban context[J]. Landscape Research, 2016, 41(7): 757-772.

③ Richards G. Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism[J]. International Journal of Contemporary Hospitality Management,2021,33(3):1037-1058.

④ Zhu D, Wang J, Wang P, *etal* .How to Frame Destination Foodscapes? A Perspective of Mixed Food Experience[J].Foods,2022, 11 (12):4-19.

⑤ Josee Johnston, Baumann S. Foodies: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape[J]. Contemporary Sociology A Journal of Reviews,2011,40(6):776-777.

⑥ Hall C M, Gossling S. From food tourism and regional development to food, tourism and regional development: Themes and issues in contemporary foodscapes[J],2016:19-74.

⑦ Bjork P ,Kauppinen-Raisanen H. Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences[J]. Current Issues in Tourism,2016,19(12):1260-1280.

⑧ Ellis A, Park E, Kim S, *etal*. What is food tourism?[J].Tourism management,2018,68:250-263.

Fuste（2020）游客不仅通过品尝食物和了解食材来寻求体验感，还通过有形和无形的用餐环境、与服务人员、其他客人和当地人之间的互动寻求新鲜感[①]。另一方面，游客也需要食物来满足饥饿需求，补充能量[②]。从这个意义上说，饮食成为一种生活上的辅助，旅游者从旅游目的地的餐饮食品和相关场所寻求熟悉感、舒适感和自身安全感[③]。例如，以往的研究发现，中国游客到欧洲旅游时，即使食物口味和就餐环境并不是很合适，但由于对当地食物和饮食习惯的不适，他们多半会选择当地的中餐馆就餐。因此，在这相反动机的推动下，具有不同感知度的游客会寻找不同的目的地食物和用餐环境。在这个过程中，游客连接了不同的目的地和社会文化参与者，并产生了各种类型的美食景观。目前，Bjork 和 Kauppinen（2019）将目的地美食景观分为五个维度:物理环境、社会互动、食物质量价值、价格和差异[④]。物理环境包括地理位置、感官、服务设施、主题文化等；社交互动包括客人与服务人员间的互动、与游客群体间的互动；食品质量由味道、外观、食用价值、地区特色饮食组成；差异化则代表了食物与环境之间的独特性质，包括餐饮体验是如何产生的，地方的独特性及游客日常生活的差异性。Zhu 和 Wang（2022）从消费等级、物理环境、社会互动与氛围、美食与饮食、文化与游客混合体验等五个维度去研究泰国清迈的餐饮景观，并阐述了对应五种类型的餐饮景观的游客体验模式[⑤]。

3．旅游目的地可持续发展研究

杨丽（2001）在《试析饮食文化旅游资源的开发》提出，在旅游产业开发中应适应消费者市场需求，将餐饮产品、文化等与旅游相关活动相结合，提高当地旅游业的市场竞争力，促进餐饮业和旅游业的进一步融合[⑥]。蔡晓梅（2007）在广州饮食文化景观感知的实证研究中提出，餐饮景观的构建要注意市场细分，针

---

① Fuste-Forne , F. Savouring place: Cheese as a food tourism destination landmark.[J].Place Management. Dev. 2020, 13, 177–194.

② Lin, J.;Cui, Q.; Xu , H. Beyond Novelty–familiarity Dualism: The Food Consumption Spectrum of Chinese Outbound Tourists.[J].China Tour.Res.2022,1–21.

③ Lin,J;Cui,Q;Marin,J;Xu,H.Distinction and omnivorousness in tourists' food consumption. Int.[J]Hospital. Management.2019,83,95–102.

④ Bjork P, Kauppinen-Raisanen H.Destination foodscape:A stage for travelers' food experience[J].Tourism Management,2019,71:466-475.

⑤ Zhu D,Wang J, Wang P,*etal* .How to Frame Destination Foodscapes? A Perspective of Mixed Food Experience[J].Foods,2022,11(12):4-19.

⑥ 杨丽. 试析饮食文化旅游资源的开发[J]. 学术探索, 2001（06）:67～70.

对不同年龄的游客提供个性化的服务产品[①]。餐饮景观是指餐饮场所的环境和氛围对游客体验的影响，其可以影响消费者的购买决策和消费行为，因此它对于餐饮企业有着重要价值。

吴晓东（2010）等人从顾客需求的角度入手，论证了餐饮旅游过程中就餐环境、现代餐饮景观、餐饮服务三个要素的重要性，并认为美食旅游应严格按照地方美食标准和市场化规定，以解决美食旅游品质不稳定的问题[②]。郑惠珊等人（2014）从分布、主题分类和餐厅细节切入，针对上海市主题餐厅的餐饮景观方面过分注意环境的营建，忽视餐饮方面的主题表现的问题，提出了优化策略[③]。

张艳和王喜庆（2018）结合餐饮街区的特点,从质量感知、价值感知、环境感知的角度构建模糊层次顾客满意度评价体系，采用层次分析法确定其指标权重，对西安某餐饮街区顾客满意度进行了综合评估，总结出来具有针对性的提升顾客满意度的措施[④]。孙杨（2019）以符号学的实践理论为依托，在充分界定餐饮景观概念的基础上，从游客视角去解读餐饮景观构建的主客观因素[⑤]。其中客观因素包括外观、现场环境和服务设施、服务态度、旅游商品等；主观因素包括历史文化、饮食风俗、技艺厨艺表演、外部景观、文化设施、节庆活动，其构建的核心是围绕旅游者需求及其带来的体验展开的。王诗雨等（2020）运用层次分析法将餐饮食品安全监管评价标准量化为指标，对餐饮食品安全监管量化分级评价方法进行分析评价[⑥]。陈诗童等（2021）采用层次分析法对福清成龙步行街的景观进行景观评价研究并提出相应策略[⑦]。在某些情况下，餐饮景观可能会被认为是一个地区文化的组成部分，因为它反映了当地的饮食偏好和食品文化。例如，在某些地区，当地菜肴和传统烹饪方法可能会成为吸引游客和客人的亮点之一。在这种情况下，餐饮景观也可以被看作是促进地区经济和旅游业发展的一种手段。

---

① 蔡晓梅,赖正均.旅游者对广州饮食文化景观形象感知的实证研究[J].人文地理,2007,（1）:63-66

② 吴晓东,康珺.基于游客需求的我国地方美食旅游发展探讨[J].江苏商论,2010（6）:49-51.

③ 郑惠珊,杨智敏,张建华.景观化理念下主题体验餐厅的营建[J].江苏商论,2014（07）:8-14.

④ 张艳,王喜庆.基于模糊层次分析法的餐饮街区顾客满意度评价研究[J].美食研究,2018,35（01）:57-59+64.

⑤ 孙杨.游客视域下旅游地美食符号的建构：饮食景观化[J].江苏商论,2019（11）:3-6.

⑥ 王诗雨,李洲,任文龙,卢玉军,吕婧怡,肖静.层次分析法构建南通市餐饮食品安全监管量化分级评价方法应用研究[J].食品安全质量检测学报,2020,11（15）:5173-5178

⑦ 陈诗童, 郑文铖, 董建文.基于 AHP 法的特色商业步行街景观评价与改造策略研究——以福清成龙步行街为例[J].福建建设科技,2021,3:3-7.

尽管学者们在研究对象的名称上不一致，但研究结论中，对于餐饮景观的核心要素的认定较为统一，既有无形的体验，又有有形的展示，包括食物的味道、种类、烹饪服务、饮食安全、街区服务等。

三、上海市餐饮景观体系构建概况

随着城市经济的发展和人民生活水平的提高，上海市的餐饮业也在不断地发展壮大。当前，上海市的餐饮业已经形成了以中华美食、外国美食、快餐、饮品等多种类型的餐饮业态。与传统的餐饮业相比，上海市的餐饮业趋向于多样化、个性化、智能化和绿色环保。通过引进新技术和新概念，许多餐厅可以提供更加智能化、便捷的点餐、支付和配送服务，使得消费者享受到更好的用餐体验。

（一）上海市餐饮街区构建概况

上海是中国第一大城市，具有独特的地理区位优势，也是我国经济最发达的地区。其独特的上海风情文化、本土美食、时尚建筑、独具当地特色的生活氛围等吸引了无数国内外游客。以下是统计的部分餐饮街区，如表 1 所示：

表 1 上海市部分餐饮街区一览表

浦东	昌里路休闲街、陆家嘴 96 广场、亚太盛汇广场老上海裁缝街、上海金桥国际茶城、上海湾时尚休闲街、滨江大道休闲餐饮街、佛罗伦萨小镇
静安	吴江路休闲街、陕西北路服饰街、阳曲路餐饮特色街、青云路眼镜街
长宁	虹桥南丰城丰尚街、仙霞路美食特色街、ART 愚园生活美学街区
杨浦	金储休闲广场、大学路创智生活休闲街
宝山	牡丹江路北翼服饰街、诺亚新天地商业广场、罗店历史文化风貌区
闵行	虹梅路休闲街、七宝老街、十尚坊休闲餐饮街、虹泉路韩国街
嘉定	州桥老街特色商业街区、新源路餐饮特色街、曹安路市场特色街、南翔老街
金山	金山嘴老街、枫泾古镇生产街、枫泾历史文化风貌区、张堰历史文化风貌区
黄浦	新天地休闲娱乐街区、老码头滨江特色餐饮酒吧街区、云南路老字号雁荡路休闲文化街、豫园老街、田子坊、外滩历史文化风貌区、人民广场餐饮街区
徐汇	天钥桥路休闲餐饮街、宜山路建材街、衡山坊、衡山路东段特色餐饮街区、新乐路时尚街区、武康路慢生活街区、田林路社区商业特色街
虹口	多伦路文化名人街、瑞虹天地星星堂、1933 老场坊、星乐汇商业街
普陀	梅川路休闲商业街
松江	松江松东路饮食文化街、泰晤士小镇文创休闲街区
青浦	朱家角镇北大街、尚都里、朱家角历史文化风貌区、
奉贤	奉浦餐饮娱乐休闲街、南方国际广场美人鱼休闲街
崇明	新崇南路餐饮街

（数据来源：整理自上海市规划和自然资源局网站）

1．外滩餐饮街区

外滩餐饮街区位于上海市中心黄浦江畔，拥有得天独厚的地理位置和极佳的交通便利性，其形坐落于上海国际金融中心 CBD 核心地带，连接陆家嘴金融区。其建筑以西洋风格为主，如外滩 13 号、“三大洋行”建筑群等。外滩餐饮街区中汇聚了众多的本土和国际餐饮品牌，涵盖中西式菜系、精致小吃等多个品类。

2．人民广场餐饮街区

人民广场位于上海市的市中心，附近是上海市的商业中心地带，餐饮街区既有传统欧式洋房，又有现代化的高楼大厦，集聚了许多知名品牌和时尚餐饮店。街区美食以各式中西餐厅、小吃摊和咖啡馆为主。在菜品菜系方面，餐饮街区内的餐厅提供的菜肴种类繁多，涵盖了本地上海菜和其他地方的特色菜肴，还有日本料理、韩国烤肉、意大利面等。其中以上海菜为主的餐厅最具特色，例如老正兴和黄家香等经典的上海老字号餐厅。

3．田子坊餐饮街区

田子坊餐饮街区是上海市的一个文化、艺术和美食聚集地。其地处老城区，保留了许多传统的建筑和石板路，以及具有浓郁上海风情的景观元素。这些建筑和景观为消费者提供了一种独特的用餐环境和文化氛围。田子坊餐饮街区中有众多餐厅、小吃店和茶馆等，涵盖本帮菜、川菜、粤菜、西餐、快餐、小吃等多个品类，同时街区周围还有许多文化艺术机构和画廊等，经常举办各种展览和活动，使得田子坊餐饮街区充满了艺术气息和创意氛围。

4．徐家汇餐饮美食街区

徐家汇餐饮美食街区是是一个集商业、文化和娱乐于一体的综合性街区，其建筑类型既有传统的石库门建筑，也有现代化的高层建筑，建筑之间相互交错、融合，形成了一种混合式的建筑风格。徐家汇餐饮街区中有许多特色餐厅和美食品牌，如上海老正兴黄焖鸡米饭、俞家铁板烧、南翔馒头店等，这些餐厅具有强烈的地方特色和文化底蕴。

5．南京路餐饮美食街区

南京路步行街是上海市中心的一条著名商业步行街，以欧洲风格建筑为主

要特色。这些建筑采用了西班牙巴洛克、法国新古典主义和意大利文艺复兴等风格。其中，南京东路步行街的“外滩源”作为新古典主义建筑的代表之一，成为了上海市区内的地标性建筑之一。此外，南京路步行街内还保存着许多历史悠久的店铺和建筑，有许多传统的上海本帮菜馆和小吃店，如永安公司和南翔小笼包店，这些建筑物不仅是城市文化遗产的代表，也见证了上海百年商业发展的历程。

（二）上海市餐饮菜系构建概况

从地域分布来看，上海市餐厅数量众多，其中浦东新区和徐汇区的餐厅数量为首，随着地铁线路的开通以及区域经济的发展，宝山、匣北等新近开发区的餐厅数量业呈飞快增长趋势。

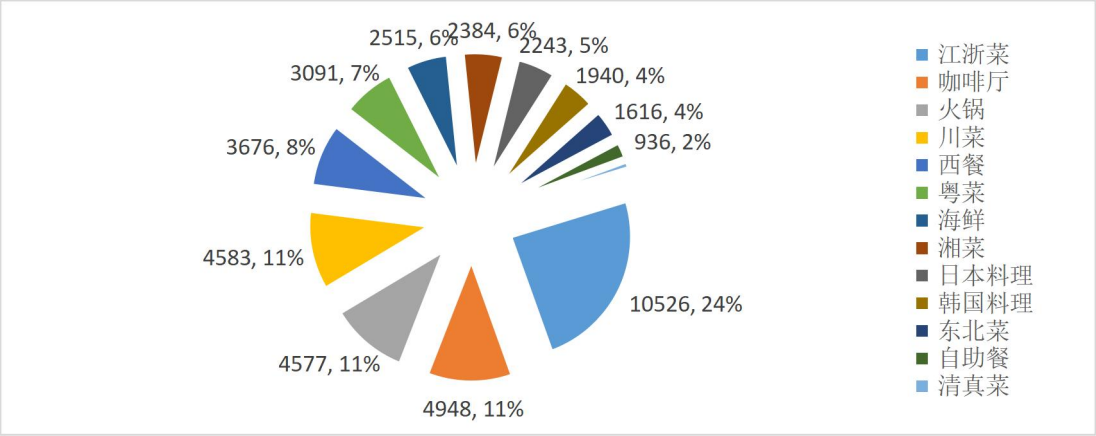

图 2 上海市主要菜系餐厅数量情况

（数据来源:笔者整理）

据上海市餐饮业数据报告显示，由图 2 知，上海市餐饮菜系以本帮江浙菜系为最，其餐厅数量有 10526 家，占比约 24%，其他菜系的门店数如咖啡厅、火锅、川菜不相上下。其中咖啡厅在上海数量比较突出，有 4948 家，在各菜系中位列第二，约占餐厅总数的 11%。其间接反映了上海市休闲大众餐饮的蓬勃发展。

表 2 浙江菜点评 TOP20 餐厅

餐厅名（TOP1-10）	点评数	人均消费	餐厅名（TOP10-20）	点评数	人均消费
外婆家（大悦城）	21197	65	外婆家（虹口龙之梦店）	12233	62
保罗酒楼	21166	103	上海 1 号私藏菜（静安寺店）	11510	123
桂满陇-南宋御街	20717	80	新白鹿餐厅（张杨路店）	11108	56
绿茶（虹口龙之梦店）	18613	64	外婆家（又一城店）	10552	61
新白鹿餐厅（南京东路店）	17278	58	南京大牌档（香港广场店）	10370	61

餐厅名（TOP1-10）	点评数	人均消费	餐厅名（TOP10-20）	点评数	人均消费
南京大排档(人民广场店)	16312	61	外婆家（莘庄店）	10206	61
外婆家（南京西路店）	16273	60	匆匆那年餐厅（五角场店）	9990	85
桂满陇-桃花山庄(徐家汇店)	14178	83	王朝大酒店（徐汇店）	9917	140
外婆家(上海华润时代店)	13132	64	南京大牌档（五角场百联店）	9784	62
绿茶（中山公园店）	13113	64	匆匆那年餐厅(人民广场店)	9731	88

（数据来源：笔者整理）

进一步来看，本帮江浙菜的餐厅数目是最多的，根据表 2 的大众点评浙江菜点评排行榜，点评数最多的是大悦城店的外婆家餐厅，点评数量高达 21197 条；其余评论数量达到 20000 条以上的有保罗酒楼和桂满陇-南宋御街餐厅。

图 3 主要菜系人均消费图
（数据来源：笔者整理）

上海餐饮市场结构多元化，消费者对各种菜系的接受和需求都较高。由图 3 得，从大众点评网发布的上海市各菜系的人均消费水平来看，位于上海人均消费水平第一位的是日料餐厅，海鲜、自助餐、西餐和东南亚菜也位居前十位最高人均消费之列。同时，火锅、粤菜、川菜、韩国菜等菜系也受到消费者的青睐，而外来的西餐也成为越来越多的消费者的日常选择。

（三）上海市餐饮企业构建概况

表 3 上海市各行政区餐厅数量

行政区	餐厅数量	占比
浦东新区	9683	21.58%
闵兴区	4229	9.43%
徐汇区	3765	8.39%
长宁区	2820	6.28%
松江区	2557	5.70%

行政区	餐厅数量	占比
宝山区	2395	5.34%（接上页）
黄浦区	2055	4.58%
嘉定区	2015	4.49%
静安区	1937	4.32%
杨浦区	1866	4.16%

（数据来源：整理自上海餐饮产业发展报告）

由表 3 可知，上海市各行政区餐厅数量以浦东新区为最，约占上海市行政区餐厅总数的 21.58%，其次是闵行区和徐汇区，餐厅数占比约为 9.43%和 8.39%。

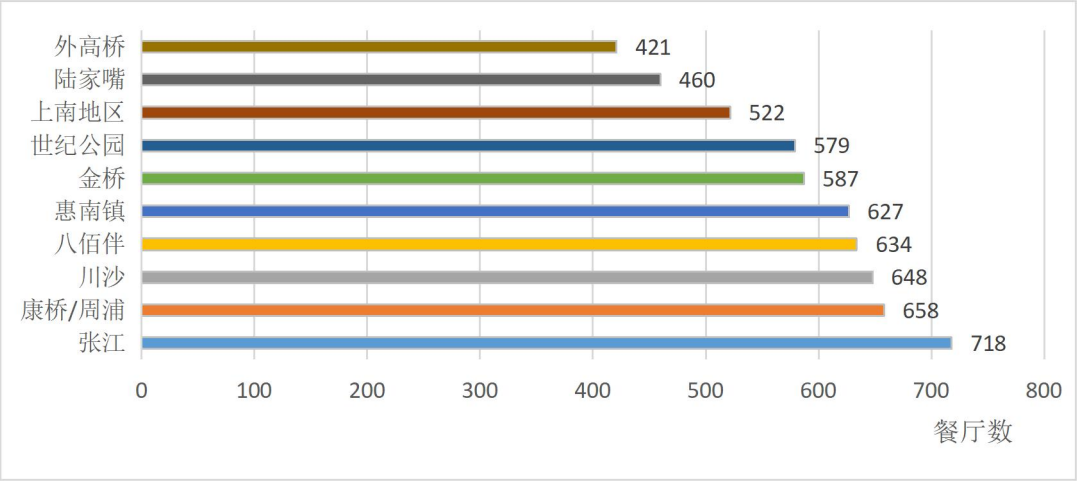

图 4 浦东新区餐厅数量 TOP10 商圈
（资料来源：笔者整理）

从图 4 浦东新区餐厅数量 TOP10 商圈可以看出来，张江、康桥/周浦、川沙四个商圈的餐厅数量居多。松江、宝山等新近开发的区域，随着地铁线路的开通，区域经济的发展，餐厅数量也呈现飞快的增长。

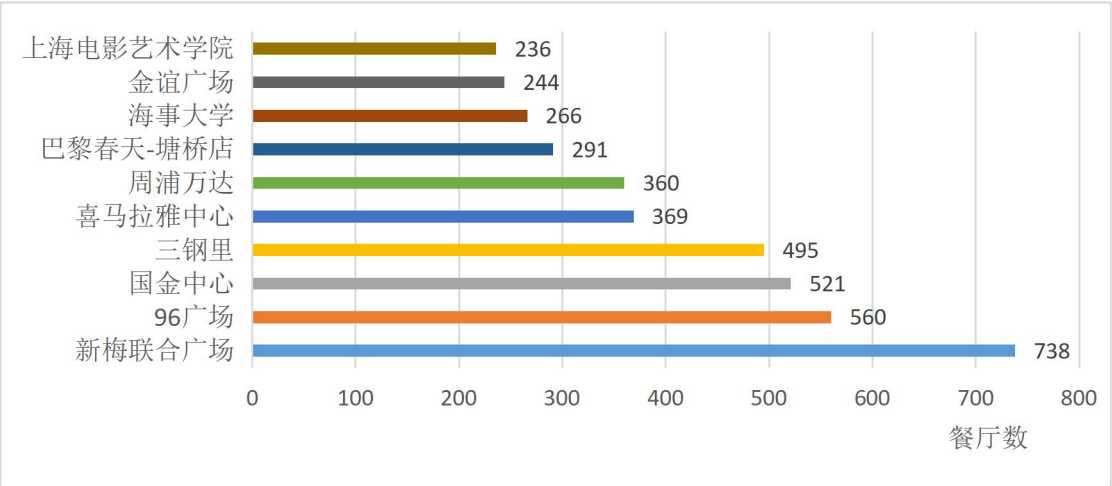

图 5 浦东新区餐厅数量 TOP10 地标餐厅数
（资料来源：笔者整理）

浦东新区餐厅数量占比最大。从图 5 可以知道，新梅联合广场餐厅数最多，达到 738 家；其次是 96 广场，餐厅数量有 560 家；国金中心，餐厅数量有 521 家；最后是海事大学场和上海电影艺术学院，均在 200 家以上。

综观上海各商圈餐厅数量，这几年新发展商圈数量一度超过老商圈。数据显示张江区域餐厅数量最多，有 718 家；其次是五角场/大学区商圈，有 705 家；第三是康桥/周浦，达到 658 家；川沙排名第四，数量达到 648 家。

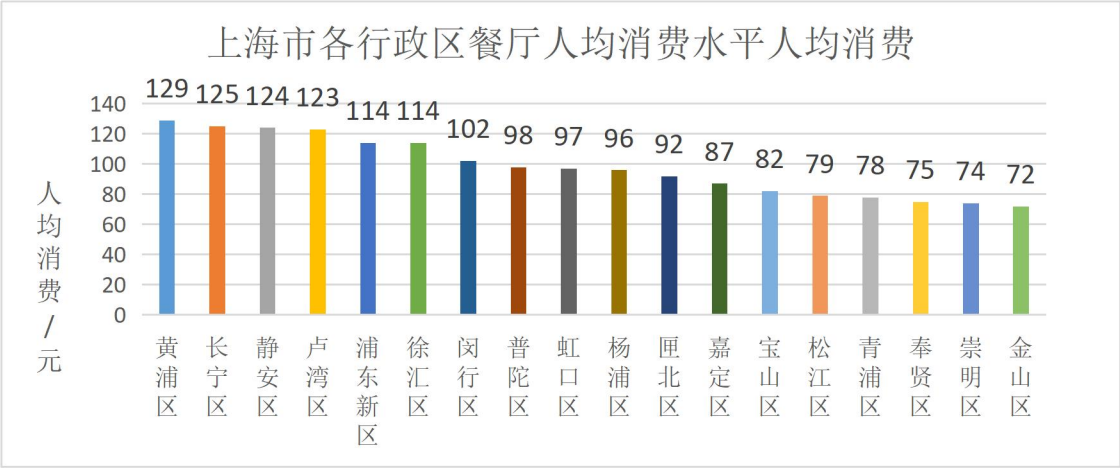

图 6 上海市各行政区餐厅人均消费水平人均消费
（资料来源：笔者整理）

从图 6 各区餐厅人均消费上来看，黄浦区餐厅人均消费最高，为 129 元；其次是长宁区、静安区、卢湾区分别为 125、124 和 123，而金山区餐厅人均消费最低，为 72 元。

四、上海市餐饮景观体系构建实证分析

本文餐饮景观研究的相关文献中初步确定了餐饮景观的研究维度，其中主要借鉴的是国外学者 Bjork 和 Kauppinen（2019）提出的目的地食物景观的维度框架[①]。同时，通过和导师多次讨论修改维度指标，最终确定了包括街区环境、饮食开发、服务体验、文化与营销四个维度的目的地餐饮景观构建框架。同时还参考了张艳和王喜庆《基于模糊层次分析法的餐饮街区顾客满意度评价研究》[②]，宋云婷《饮食景观感知及其对游客行为意向的影响》[③]的设计方式制订打分问卷。

---

① Bjork P, Kauppinen-Raisanen H. Destination foodscape: A stage for travelers' food experience[J].Tourism Management,2019,71:466-475.

② 张艳，王喜庆. 基于模糊层次分析法的餐饮街区顾客满意度评价研究[J]. 美食研究，2018，35（01）:57-59+64

③ 宋云婷. 饮食景观感知及其对游客行为意向的影响[D]. 湖北：湖北大学，2020.

（一）建立层次体系及结构模型

本文以德尔菲方法为基础，通过专家咨询问卷，与 5 名旅游餐饮管理领域的专家、学者进行了探讨。本研究共发放 5 份调查问卷，收回 5 份问卷。其中 3 名餐饮管理专家及 2 名旅游管理专家参与打分。首先，结合已有文献，提出了一些影响旅游目的地的餐饮景观构建的因素。然后，通过对相关专家和学者的分析，得出了旅游目的地餐饮景观的影响因素。具体如下所示：

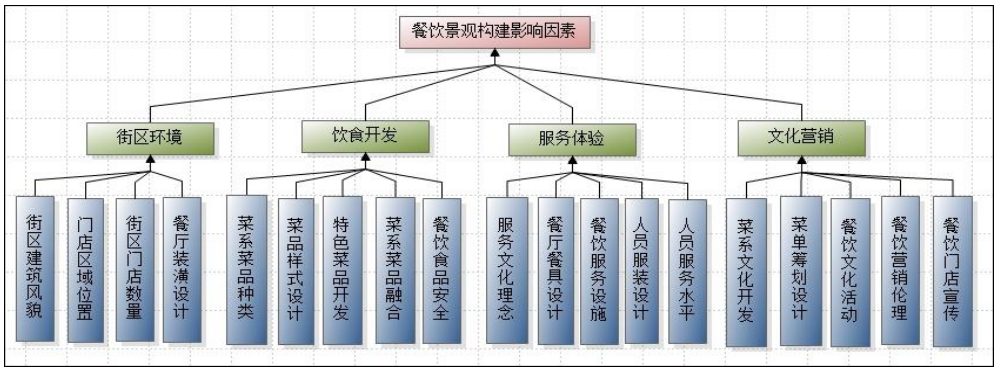

图 7 餐饮景观构建影响因素指标模型图

（资料来源：笔者根据软件 yaahp10.1 整理）

表 4 餐饮景观构建影响因素指标体系表

目标层	准则层	方案层
餐饮景观构建影响因素 A	街区环境 B1	街区建筑风貌 C1
		街区门店数量 C2
		门店区域位置 C3
		餐厅装潢设计 C4
	饮食开发 B2	菜系菜品种类 C5
		菜品样式设计 C6
		菜系菜品融合 C7
		特色菜品开发 C8
		餐饮食品安全 C9
	服务体验 B3	人员服装设计 C10
		餐饮服务设施 C11
		餐厅餐具设计 C12
		服务文化理念 C13
		人员服务水平 C14
	文化与营销 B4	餐饮营销伦理 C15
		餐饮门店宣传 C16
		菜系文化开发 C17
		菜单筹划设计 C18
		餐饮文化活动 C19

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

（二）构造判断矩阵并确定指标权重

本文在邀请专家和学者参与构建模型的基础上，邀请 5 个与旅游餐饮服务业的专家学者对指标体系的因子，按照下表 2 所示的标度进行赋值，并通过运用层次分析方法对所构建的各指标体系中的各因子之间相对重要性作比较。最后，根据学术专家们的各种评价指标进行综合评分求出平均值，通过 yaahp 系统计算特征向量和权重值，得到判断矩阵，并对矩阵结果进行一致性检验。

表 5 重要性标度含义表

标度	含义
1	第 i 个因素与第 j 个因素相比，同等重要
3	第 i 个因素与第 j 个因素相比，稍微重要
5	第 i 个因素与第 j 个因素相比，明显重要
7	第 i 个因素与第 j 个因素相比，非常重要
9	第 i 个因素与第 j 个因素相比，极端重要
2、4、6、8	上述相邻判断的中间值，需要折中时使用

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

表 6 准则层判断矩阵表

项	A	B2	B4	B3	B1	ωi	权重	λmax	CI 值
饮食开发	B2	1	1.2599	0.3029	0.3816	0.1333	13.33%	4.0224	0.0075
文化与营销	B4	0.7937	1	0.3333	0.3467	0.1193	11.93%		
服务体验	B3	3.3019	3	1	1.5874	0.4291	42.91%		
街区环境	B1	2.6207	2.8845	0.63	1	0.3183	31.83%		

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

根据表 6，权重为对应判断矩阵特征向量的近似值，权重数值越高，表明该因素重要程度越高。从准则层要素分析，“服务体验”的权重最高为 42.91%，其次是“街区环境”的权重，“饮食开发”和“文化与营销”的权重值非常接近，“饮食开发”的权重略高一些，表明四个要素对餐饮景观体系构建的影响程度以“服务体验”最大，其次是“街区环境”，“饮食开发”和“文化与营销”影响程度居末。

表 7 中，“街区门店数量”的权重最高，在“街区环境”中，显得更为重要，说明餐饮门店是餐饮街区构建的必要条件，餐饮门店数量是餐饮景观构建的基础。表 8 中，“特色菜品开发”权重最高，表明在饮食开发的维度下，只有蕴含当地特色的菜系产品更能吸引游客前来欣赏。表 9 中，“人员服务水平”权重

最高，这表明在服务体验的维度，人员服务水平能极大影响顾客的消费体验。表10中，“餐饮营销伦理”是文化与营销维度权重最高的指标，说明在餐饮景观构建的过程中，要坚守诚实、公正、透明、保护消费者健康及利益的准则。

表 7 街区环境判断矩阵

项	B1	C1	C2	C3	C4	ωi	权重	λmax	CI 值
街区建筑风貌	C1	1	0.2752	0.3333	0.7211	0.1162	11.62%	4.0327	0.0109
街区门店数量	C2	3.6342	1	1.4422	1.5874	0.3844	38.44%		
门店区域位置	C3	3	0.6934	1	1.4422	0.2978	29.78%		
餐厅装潢设计	C4	1.3867	0.63	0.6934	1	0.2016	20.16%		

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

表 8 饮食开发判断矩阵

项	B2	C5	C6	C7	C8	C9	ωi	权重	λmax	CI 值
菜系菜品种类	C5	1	3.3019	1.5874	0.3218	0.3816	0.2233	22.33%	5.2366	0.0591
菜品样式设计	C6	0.3029	1	1.2599	0.2371	0.3029	0.0866	8.66%		
菜系菜品融合	C7	0.63	0.7937	1	0.2811	0.5848	0.0801	8.01%		
特色菜品开发	C8	3.1072	4.2172	3.5569	1	2.6207	0.3938	39.38%		
餐饮食品安全	C9	2.6207	3.3019	1.71	0.3816	1	0.2162	21.62%		

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

表 9 服务体验判断矩阵

项	B3	C10	C11	C12	C13	C14	ωi	权重	λmax	CI 值
人员服装设计	C10	1	1.1006	3	1.4422	0.3333	0.1933	19.33%	5.1652	0.0413
餐饮服务设施	C11	0.9086	1	3	2.6207	0.63	0.2367	23.67%		
餐厅餐具设计	C12	0.3333	0.3333	1	0.4368	0.3467	0.0793	7.93%		
服务文化理念	C13	0.6934	0.3816	2.2894	1	0.3816	0.1313	13.13%		
人员服务水平	C14	3	1.5874	2.8845	2.6207	1	0.3594	35.94%		

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

表 10 文化与营销判断矩阵

项	B4	C15	C16	C17	C18	C19	ωi	权重	λmax	CI 值
餐饮营销伦理	C15	1	3.6342	3.3019	3.3019	1.5874	0.408	40.81%		
餐饮门店宣传	C16	0.2752	1	1	0.7937	0.6934	0.1204	12.04%		
菜系文化开发	C17	0.3029	1	1	0.6934	0.6934	0.1195	11.95%	5.0869	0.0217
菜单筹划设计	C18	0.3029	1.2599	1.4422	1	1.4422	0.1737	17.37%		
餐饮文化活动	C19	0.63	1.4422	1.4422	0.6934	1	0.1783	17.83%		

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

（三）一致性分析

为保证判断矩阵的客观合理一致性，CR 值要低于 0.10，否则需要重新考虑各因素之间的重要性。其公式为：

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad CI = \frac{\lambda max - n}{n-1}$$

上式中，CR 为一致性比例；CI 为一致性指标；RI 为平均随机一致性指标；λmax 为特征方程的最大特征根；n 为判断矩阵的阶数；RI 的取值如下所示：

表 11 随机一致性 RI 表

n	1	2	3	4	5	6
RI	0	0	0.52	0.89	1.12	1.26

通过计算，得出餐饮景观体系构建的影响因素准则层判断矩阵。其中，权重表示准则层的 4 个影响因素对上层目标层影响程度的权值。结果如表 12 所示。

表 12 一致性检验

判断矩阵	λmax	CI 值	RI 值	CR 值	一致性检验结果（CR<0.1，通过）
准则层判断矩阵	4.0224	0.0075	0.89	0.0084	通过
街区环境判断矩阵	4.0327	0.0109	0.89	0.0122	通过
饮食开发判断矩阵	5.2366	0.0591	1.12	0.0528	通过
服务体验判断矩阵	5.1652	0.0413	1.12	0.0369	通过
文化与营销判断矩阵	5.0869	0.0217	1.12	0.0194	通过

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

在上述判断矩阵的一致性检验中，判断矩阵的 CR 值均<0.1，可认为通过了一致性检验，在对所有分析结果进行比较时，可以认为结果均可靠。

（四）层次总排序

通过 yaahp 软件进行层次分析，得到了餐饮景观体系构建的影响因素准则层和方案层的指标权重。如表 13 所示：

表 13 餐饮景观体系构建影响因素指标权重分布

准则层	权重	方案层	权重
服务体验	42.91%	人员服务水平	35.94%
		餐饮服务设施	23.67%
		人员服装设计	19.33%
		服务文化理念	13.13%
		餐厅餐具设计	7.93%
街区环境	31.83%	街区门店数量	38.44%
		门店区域位置	29.78%
		餐厅装潢设计	20.16%
		街区建筑风貌	11.62%
饮食开发	16.53%	特色菜品开发	42.32%
		餐饮食品安全	23.35%
		菜系菜品种类	15.79%
		菜系菜品融合	10.02%
		菜品样式设计	8.51%
文化与营销	11.48%	餐饮营销伦理	40.81%
		餐饮文化活动	17.83%
		餐饮门店宣传	12.04%
		菜系文化开发	11.95%
		菜单筹划设计	17.37%

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

表 14 合成权重排序表

方案层		合成权重	排序
序号	指标名称		
人员服务水平	C14	15.42%	1
街区门店数量	C2	12.24%	2
餐饮服务设施	C11	10.16%	3
特色菜品开发	C8	9.48%	4
门店区域位置	C3	8.29%	5
餐厅装潢设计	C4	6.42%	6
人员服装设计	C10	5.64%	7
服务文化理念	C13	5.63%	8
餐饮营销伦理	C15	4.87%	9

方案层 序号	指标名称	合成权重	排序
街区建筑风貌	C1	3.70%	10
餐厅餐具设计	C12	3.40%	11
餐饮食品安全	C9	3.11%	12
餐饮文化活动	C19	2.13%	13
菜系菜品种类	C5	2.10%	14
菜单筹划设计	C18	2.07%	15
餐饮门店宣传	C16	1.44%	16
菜系文化开发	C17	1.43%	17
菜系菜品融合	C7	1.34%	18
菜品样式设计	C6	1.13%	19

（资料来源：笔者据 yaahp10.1 整理）

通过表 12 可以看出，准则层 4 个影响因素按照权重从大到小可排列为：服务体验>街区环境>饮食开发>文化与营销。通过表 13 对方案层的指标进行权重合成并排序，可以得到，除了“人员服务水平”和“街区门店数量”两个重要指标外，“餐饮服务设施”、“特色菜品开发”、“门店区域位置”三项指标的指标权重也相对较高。其他指标虽然权重相对较低，但在各自维度中，都占据了重要地位，仍是上海市餐饮景观体系构建过程中不可忽略的因素。他们对提升上海市，增强上海市的旅游竞争力，对当地旅游业和餐饮业的发展仍起到重要作用。

五、上海市餐饮景观构建问题与策略

根据研究结果，人员服务、街区门店和菜品开发是影响餐饮景观构建的重要因素。通过对这些方面的分析，我们可以看到，上海市的餐饮景观已初步形成，但仍存在一些问题。

（一）服务体验环境构建

在上海市餐饮行业的发展中，人员服务水平表现出的问题并不是特别突出。相反，在上海市的许多餐饮企业和品牌中，从业人员的服务态度和质量已经得到了较大程度的提高和改善，成为其核心竞争力之一。但是面对消费者不断变化的消费需求，其在服务质量和服务标准化方面仍需加强。比如，由于餐饮行业的快速发展和多元化特点，服务标准的制定、实施和监督难度较大，导致服务标准缺乏统一性和规范性。其次，由于餐饮从业人员素质和技能的差异，以及管理和培训不到位等因素，餐饮企业服务质量参差不齐，使得消费者体验有所欠缺。再者，

尽管一些餐饮企业注重品牌建设和创新，但仍然缺乏对消费者个性化需求的有效满足，无法提供更加个性化的服务体验。

针对上述问题，从政府的角度看，政府可以与行业协会和餐饮企业合作，制定更加统一和规范的服务标准，并加强监督和评估。例如，制定食品安全和环境卫生方面的标准，建立消费者权益保护机制、定期调查消费者满意度等。同时，通过宣传和奖惩等方式，促进企业遵守标准，进一步提高服务质量。从餐饮企业的角度看，可以通过完善的顾客反馈机制，了解消费者需求和偏好，推出符合消费者个性化需求的服务模式和产品，增强竞争力和品牌价值。比如，提供多样化的菜品选择、充分考虑特殊群体的需求（如儿童、老人、素食者等）等。

（二）街区门店环境构建

上海是一个历史文化名城，但在餐饮景观的构建过程中，有些地区注重商业化开发，忽略了历史文化的保护和传承，导致城市形象和文化地位与建设规划相矛盾。上海市历史悠久，保存了大量的传统建筑，如石库门、洋楼等。但在部分餐饮街区的建设中，为了追求商业利益和经济效益，忽略了保护和传承历史文化的理念，导致建筑风格缺乏统一性，不够协调。此外，随着餐饮门店数量的增长，餐饮业的管理和监管也变得更加困难，如食品安全问题和噪音污染等。这些问题不仅影响了餐饮业的发展，也影响了城市形象和文化地位的协调。

面对城市形象和文化地位不匹配的问题可以从几个方面来做出改善：第一、控制餐饮门店数量，政府可以通过规划和配额来控制餐饮门店的数量。第二，可以加强土地使用管理，限制特定区域内的餐饮商业发展，以保护其历史风貌。第三、在餐饮业的管理和监管上加强监管力度，同时也需要鼓励创新和个性化品牌的发展，提高餐饮行业质量和服务水平。

（三）餐饮产品开发构建

近年来上海市的餐饮行业在特色菜品开发方面已经取得了一定的成就，出现了许多具有地域、文化和创新特色的本土特色菜品，并在市场上获得了消费者的认可，但仍然存在一些问题：

在推广和宣传方面，一些本地特色菜品仍未能充分被市场认可和接受。这可能与推广手段不够多样化、宣传力度不足等因素有关。例如，上海传统小吃“马

蹄糕”虽然味道香甜，价格适中，但在新生代消费者中却没有太高的知名度。一些餐饮企业试图通过改良包装、采用线上营销等手段来提高其知名度和接受度。

在菜品创新方面，一些本地特色菜品在加工技艺或口味等方面缺乏创新，例如，上海老字号餐厅“小肥羊”，虽然在火锅行业有着举足轻重的地位，但近年来出现了多家同类型的餐厅，导致市场竞争激烈。

在特色菜品质量和服务体验上，存在少数商家质量参差不齐的问题。例如，2018 年上海市查处了多家违规餐饮店铺，其中包括在制作“生煎包”时使用过期油品的案例。这些事件严重影响了消费者对上海特色美食的信任感和安全感。

针对上述问题，首先，提高特色菜品的认可度和接受度，政府可以加大在媒体宣传、旅游推广等方面的支持力度，引导更多消费者参与到特色菜品的评价和宣传中来。其次，增强创新能力，餐饮企业应该加强研发团队的建设，积极寻求本地文化和消费者需求的结合点，进行有针对性的创新研发工作。政府可以出台相应的政策，鼓励企业加大在研发方面的投入，并为其提供相关支持和帮助。第三、人才培养管理，餐饮企业可以通过提高待遇、提供晋升机会等方式留住优秀的员工，并注重对员工的培训和发展，提高他们的专业技能和素质水平。政府可以出台相应的优惠政策，吸引更多有才华、有经验的餐饮从业人员来上海工作。

六、结语

旅游业创造了人们进行跨文化的交流，食物扮演了连接游客和目的地的重要角色，同时还带来了多样化的体验。在目的地吃东西，可以满足自身的饥饿需求，还可以满足自身对新文化的需求体验，在食物的消费过程中，游客不仅与食物获得了联系，还与目的地产生了感官上的联系。因此，将他们连接到一起组合形成了上海市的餐饮景观，同时也提升了其吸引力。本文从餐饮体验的角度出发，研究了上海市餐饮景观体系构建的现状和存在的问题，并提出了相应的建议和对策，希望通过本文的研究，可以为优化上海市的餐饮体验和发展餐饮行业提供参考。

在本文的研究中还存在以下不足，一是研究地点的限制。本文以上海市为例进行研究，由于不同地区的文化、历史和经济背景等因素的影响，本文得出的结论可能并不能完全适用于其他城市或地区。二是数据来源的限制。本文的数据主要来自于文献资料和专家访谈，虽然数据来源比较广泛，但是实际情况可能会与数据有所偏差，需要更多实地调查数据进行支持。三是影响因素指标体系的局限。

本文制定了影响餐饮景观构建的指标体系表，但指标的选择和权重的确定具有一定的主观性，可能存在一定的误差与局限。四是建议对策的局限。本文提出了针对上海市餐饮景观体系构建存在的问题的建议对策，但是这些建议对策的实际效果需要进一步的实践验证，同时也需要考虑到政策和经济等方面的限制因素。

参 考 文 献

[1] 2021 年上海市国民经济和社会发展统计公报[J].统计科学与实践,2022（03）:13-23.

[2] Mikkelsen B E.Images of foodscapes: Introduction to foodscape studies and their application in the study of healthy eating out-of-home environments[J]. Perspectives in public health,2011,131（5）:209-216.

[3] 陈枫. 旅游凝视下的餐饮景观化研究[D].海口：海南大学,2020.

[4] 郑惠珊,杨智敏,张建华.景观化理念下主题体验餐厅的营建[J].江苏商论,2014（07）:8-14

[5] 孙杨.游客视域下旅游地美食符号的建构：饮食景观化[J].江苏商论,2019 （11）: 3-6.

[6] Bjork P, Kauppinen-Raisanen H.Destination foodscape: A stage for travelers' food experience[J].Tourism Management,2019, 71: 466-475.

[7] 张旗. 基于体验视角的美食街区开发研究[J]. 扬州大学烹饪学报, 2013, 30（3）: 37-41.

[8] 吴莹洁. 饮食街区游客旅游动机、感知价值与重游意愿研究[D].湖北大学,2018.

[9] 徐秀美,李洁.美食主题街区顾客餐饮满意度评价模型研究——以昆明祥云美食街为例[J].旅游研究,2013（1）:79-83.

[10] 何星,张艳萍,何攀.旅游发展背景下传统川菜饮食文化资源开发现状研究[J].阿坝师范学院学报,2018,35（03）:89-93.

[11] Widyanta A.Co-creation experience and foodscape in tourism: A case study of Yogyakarta[D].2019.

[12] Payne A F, Storbacka K, Frow P. Managing the co-creation of value[J].Journal of the Academy of Marketing Science,2008,36(1): 83-96.

[13] Prahalad C K, Ramaswamy V. Co-creation experiences:The next practice in value creation[J]. Journal of Interactive Marketing, 2010, 18(3):13-46

[14] Ranjan K R, Read S. Value co-creation: concept and measurement[J].Journal of the academy of marketing science, 2016, 44: 290-315.

[15] Ellis A, Park E, KimS,*etal*. What is food tourism[J].Tourism management,2018,68:250-263.

[16] Chathoth P K, Ungson G R, Harrington R J,*etal*.Conceptualization of value co-creation in the tourism context[J]. Creating experience value in tourism,2014: 33-47.

[17] Prebensen N K, Chen J S, Uysal M S. Co-creation of tourist experience: scope , definition and structure[J].Creating Experience Value in tourism,2018:1-10.

[18] 张艳,王喜庆.基于模糊层次分析法的餐饮街区顾客满意度评价研究[J].美食研究,2018,35（01）:57-59+64.

[19] 王诗雨,李洲,任文龙,卢玉军,吕婧怡,肖静.层次分析法构建南通市餐饮食品安全监管量化分级评价方法应用研究[J].食品安全质量检测学报,2020,11（15）:5173-5178

[20] 陈诗童, 郑文铖, 董建文. 基于 AHP 法的特色商业步行街景观评价与改造策略研究——以福清成龙步行街为例[J].福建建设科技,2021,3:3-7.

[21] Quan S, Wang N.Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism[J].2004,25（3):297-305.

[22] 邓毅成. 酒店式公寓屋顶花园景观设计研究[D].广州：华南理工大学,2018.

[23] Prebensen N K, Foss L.Coping and co-creating in tourist experiences[J].International journal of tourism research, 2011, 13（1): 54-67.

[24] Eerang P, Andy W. Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination[J].Tourism Management Perspectives,2022, 42:100964.
[25] Henderson J C. Food tourism reviewed[J]. British Food Journal, 2013, 111(4-5):317-326.
[26] Bjork P, Kauppinen-Raisanen H. Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences[J]. Current Issues in Tourism, 2016, 19(12): 1260-1280.
[27] Mikkelsen B E. Images of foodscapes: Introduction to foodscape studies and their application in the study of healthy eating out-of-home environments[J]. Perspectives in public health, 2011, 131(5): 209-216.
[28] Roe M, Sarloy Herlin I, Speak S. Identity, food and landscape character in the urban ontext[J]. Landscape Research, 2016, 41(7): 757-772.
[29] Zhu D, Wang J, Wang P, *etal*. How to Frame Destination Foodscapes? A Perspective of Mixed Food Experience[J]. Foods,2022, 11 (12):4-19.
[30] Josee Johnston, Baumann S. Foodies: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape[J]. Contemporary Sociology A Journal of Reviews, 2011, 40(6):776-777.
[31] Hall C M, Gossling S. From food tourism and regional development to food, tourism and regional development: Themes and issues in contemporary foodscapes[J],2016: 19-74.
[32] Ellis A,Park E, Kim S, *etal*. What is food tourism?[J].Tourism management,2018,68:250-263.
[33] Fuste-Forne, F. Savouring place:Cheese as a food tourism destination landmark.[J].Place Manag. Dev. 2020, 13, 177 – 194.
[34] Lin, J;Cui, Q;Xu, H.Beyond Novelty-familiarity Dualism:The Food Consumption Spectrum of Chinese Outbound Tourists.[J]. China T our. Res.2022,1 – 21.
[35] Lin,J;Cui,Q;Marin,J;Xu,H. Distinction and omnivorousness in tourists' food consumption. Int.[J] Hosp. Manag. 2019, 83,95–102.
[36] Zhu D, Wang J, Wang P, *etal*.How to Frame Destination Foodscapes? A Perspective of Mixed Food Experience[J].Foods,2022, 11 (12):4-19.
[37] 杨勉.川西林盘户外餐饮空间景观研究探析[J].南方农机,2021,52（13）:20-21+24.
[38] 杨丽.试析饮食文化旅游资源的开发[J].学术探索,2001（06）:67～70.
[39] 蔡晓梅,赖正均.旅游者对广州饮食文化景观形象感知的实证研究[J].人文地理,2007,（1）:63-66
[40] 吴晓东,康珺.基于游客需求的我国地方美食旅游发展探讨[J].江苏商论,2010,（6）:49-51.
[41] 郑惠珊,杨智敏,张建华.景观化理念下主题体验餐厅的营建[J].江苏商论,2014（07）:8-14
[42] 张艳,王喜庆.基于模糊层次分析法的餐饮街区顾客满意度评价研究[J].美食研究,2018,35（01）:57-59+64.
[43] 孙杨.游客视域下旅游地美食符号的建构：饮食景观化[J].江苏商论,2019（11）: 3-6.
[44] 宋云婷.饮食景观感知及其对游客行为意向的影响[D].湖北：湖北大学,2020.
[45] Laura A.The foodscape of the urban poor in Jakarta: street food affordances, sharing networks, and individual trajectories[J].Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability,2021, 14 (3): 272-287.
[46] 张竟芳.基于体验式消费模式的森林餐厅景观设计研究[D].成都：成都大学,2022.

附录：

上海市餐饮景观构建评价体系

尊敬的专家学者们：

本调查问卷构建了上海市餐饮道景观评价体系，现诚邀您进行指标两两重要性对比。本问卷分为两部分，第一部分为准则层（B）街区环境、饮食开发、服务体验、文化与营销的两两重要性对比；第二部分为指标层（C）的两两对比，指标层因子在各自分属的准则层（B）内进行比较。

目标层	准则层	方案层
餐饮景观构建影响因素 A	街区环境 B1	街区建筑风貌 C1
		街区门店数量 C2
		门店区域位置 C3
		餐厅装潢设计 C4
	饮食开发 B2	菜系菜品种类 C5
		菜品样式设计 C6
		菜系菜品融合 C7
		特色菜品开发 C8
		餐饮食品安全 C9
	服务体验 B3	人员服装设计 C10
		餐饮服务设施 C11
		餐厅餐具设计 C12
		服务文化理念 C13
		人员服务水平 C14
	文化营销 B4	餐饮营销伦理 C15
		餐饮门店宣传 C16
		菜系文化开发 C17
		菜单筹划设计 C18
		餐饮文化活动 C19

表 15 标尺含义表

标度	含义
9	第 i 个因素与第 j 个因素相比，同等重要
7	第 i 个因素与第 j 个因素相比，稍微重要
5	第 i 个因素与第 j 个因素相比，明显重要
3	第 i 个因素与第 j 个因素相比，非常重要
1	第 i 个因素与第 j 个因素相比，极端重要
2、4、6、8	上述相邻判断的中间值，需要折中时使用

1. 关于餐饮景观构建评价体系 A 判断矩阵，请两两比较下列各元素的重要性。

餐饮景观构建体系的影响因素	街区环境 B1	饮食开发 B2	服务体验 B3	文化与营销 B4
街区环境 B1	1			
饮食开发 B2		1		
服务体验 B3			1	
文化与营销 B4				1

2. 关于街区环境因素 B1 的判断矩阵，请两两比较下列各元素的重要性。

街区环境因素 B1	街区建筑风貌 C1	街区门店数量 C2	门店区域位置 C3	餐厅装潢设计 C4
街区建筑风貌 C1	1			
街区门店数量 C2		1		
门店区域位置 C3			1	
餐厅装潢设计 C4				1

3. 关于饮食开发因素 B2 的判断矩阵，请两两比较下列各元素的重要性。

饮食开发因素 B2	菜系菜品种类 C5	菜品样式设计 C6	菜系菜品融合 C7	特色菜品开发 C8	餐饮食品安全 C9
菜系菜品种类 C5	1				
菜品样式设计 C6		1			
菜系菜品融合 C7			1		
特色菜品开发 C8				1	
餐饮食品安全 C9					1

4. 关于服务体验因素 B3 的判断矩阵，请两两比较下列各元素的重要性。

服务体验因素 B3	人员服装设计 C10	餐饮服务设施 C11	餐厅餐具设计 C12	服务文化理念 C13	人员服务水平 C14
人员服装设计 C10	1				
餐饮服务设施 C11		1			
餐厅餐具设计 C12			1		
服务文化理念 C13				1	
人员服务水平 C14					1

5. 关于文化与营销因素 B4 的判断矩阵，请两两比较下列各元素的重要性

文化与营销因素 B4	餐饮营销伦理 C15	餐饮门店宣传 C16	菜系文化开发 C17	菜单筹划设计 C18	餐饮文化活动 C19
餐饮营销伦理 C15	1				
餐饮门店宣传 C16		1			
菜系文化开发 C17			1		
菜单筹划设计 C18				1	
餐饮文化活动 C19					1

表一

本科毕业论文（设计）任务书

<table>
<tr><td>题目</td><td colspan="5">旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例</td></tr>
<tr><td>学生姓名</td><td>李冠达</td><td>学号</td><td>2019162299</td><td>系</td><td>酒店与旅游管理系</td></tr>
<tr><td>专业(方向)</td><td colspan="3">旅游管理（旅游与会展管理）</td><td>班级</td><td>旅游 1913</td></tr>
<tr><td rowspan="3">题目来源</td><td colspan="3">科学技术（　）</td><td colspan="2">生产实践（　）</td></tr>
<tr><td colspan="3">社会经济（　）</td><td colspan="2">自拟（√）</td></tr>
<tr><td colspan="3">经典（　）</td><td colspan="2">其他 _____</td></tr>
<tr><td>起止时间</td><td colspan="5">2022 年 10 月 16 日至 2022 年 10 月 19 日</td></tr>
</table>

一、选题目的及工作任务

（一）选题目的

从旅游的角度看，餐饮景观包括当地的餐饮环境以及它如何影响旅游者的消费体验。餐饮景观框架在分析食物、地点以及在许多情况下人们是如何相互联系以及如何相互作用时具有明显的优势。总体来说，餐饮景观呈现了与食物有关的有形和无形的社会环境。深入研究餐饮景观，可以揭示游客、目的地和餐饮是如何相互作用并产生令人满意的美食体验，进而有利于当地餐饮产业和旅游产业的发展。

（二）工作任务

本文以上海市餐饮景观作为研究对象，从旅游体验的视角切入，结合共创价值理论，研究影响上海市餐饮景观体系构建的因素，经过调查分析餐饮景观构建的不足，从而提出景观构建需要考虑的问题，探讨如何构建餐饮景观，使其增强游客的体验感，提高旅游目的地的整体形象，加深游客对餐饮景观的认识，是本文的研究目的。

二、参考文献

[1] 2021 年上海市国民经济和社会发展统计公报[J]. 统计科学与实践, 2022(03):13-23.

[2] Ellis A, Park E, KimS , etal. What is food tourism ?[J]. Tourism Management, 2018, 68:250-263.

[3] 陈枫. 旅游凝视下的餐饮景观化研究[D]. 海南：海南大学, 2020.

[4] 郑惠珊，杨智敏，张建华. 景观化理念下主题体验餐厅的营建[J]. 江苏商论, 2014(07):8-14

[5] 孙杨. 游客视域下旅游地美食符号的建构：饮食景观化[J]. 江苏商论, 2019 (11): 3-6.

[6] Bjork P, Kauppinen-Raisanen H. Destination foodscape: A stage for travelers' food experience[J]. Tourism Management, 2019, 71: 466-475.

[7] 张旗. 基于体验视角的美食街区开发研究[J]. 扬州大学烹饪学报, 2013, 30(3): 37-41.

[8] 吴莹洁. 饮食街区游客旅游动机、感知价值与重游意愿研究[D]. 湖北大学, 2018.

[9] 徐秀美, 李洁. 美食主题街区顾客餐饮满意度评价模型研究——以昆明祥云美食街为例[J]. 旅游研究, 2013(1):79-83.

[10] Zhu D,Wang J, Wang P, et al.How to Frame Destination Foodscapes? A Perspective of Mixed Food Experience[J].Foods,2022, 11 (12):4-19.

[11] Widyanta A.Co-creation experience and foodscape in tourism: A case study of Yogyakarta[D].2019.

[12] Eerang P, Andy W.Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination[J].Tourism Management Perspectives,2022,42:100964.

[13] Prebensen N K, Chen J S, Uysal M S. Co-creation of tourist experience:scope,definition and structure[J].Creating Experience Value in tourism,2018:1-10.

三、任务与进度要求

2022 年 9 月 28 日--10 月 15 日教师与学生选题、沟通论文写作相关事宜，教师下达、学生接受任务书

2022 年 10 月 16 日--19 日完成论文开题任务书、论文提纲

2022 年 10 月 20 日--12 月 31 日按计划撰写论文，完成初稿

2023 年 1 月 1 日—1 月 31 日中期检查，根据中期检查意见修改论文

2023 年 2 月 1 日—3 月 28 日修改论文内容，进行格式排版，论文定稿

2023 年 3 月 30 日—4 月 1 日论文查重、评阅、答辩

指导教师（签字）：

系主任（教研室主任）：

备注	

表二

本科毕业论文（设计）开题报告表

姓名	李冠达	学号	2019162299	系	酒店与旅游管理系
专业(方向)	旅游管理(旅游与会展管理)			班级	旅游 1913
题目	旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例			指导教师	王天佑

一、本课题国内外研究动态及意义：

（一）国内研究动态

孙杨（2019）以符号学的实践理论为依托，在充分界定餐饮景观概念的基础上，从游客视角去解读餐饮景观构建的主客观因素 。张艳和王喜庆（2018）运用层次分析法从质量感知、价值感知和环境感知三个维度构建餐饮街区顾客满意度评价指标体系，对西安某餐饮街区的顾客满意度进行实证研究。

（二）国外研究动态

Björk 和 Kauppinen(2019)将目的地美食景观分为五个维度:物理环境、社会互动、食物质量价值、价格和差异 。Fuste（2020）游客不仅通过品尝食物和了解食材来寻求体验，还通过有形和无形的用餐环境、与服务人员、其他客人之间的互动寻求体验 。Zhu 和 Wang（2022）从消费等级、物理环境、社会互动与氛围、美食与饮食、文化与游客混合体验五个维度去研究泰国清迈的餐饮景观，并阐述了对应五种类型的餐饮景观的游客体验模式。

（三）研究意义

对上海市餐饮景观构建展开了更深入的研究，本文以上海市为案例，将上海市餐饮街区、餐饮门店、餐饮服务、餐饮菜系、餐饮从业人员等餐饮业相关数据进行统计分析的同时，引入餐饮景观体系的构建框架，从餐饮街区，餐饮菜系，餐饮门店方面探讨了上海市餐饮景观体系的构建概况，深入研究了上海市餐饮业的发展情况，对总结餐饮景观体系构建的知识与经验奠定了基础。从旅游产业和餐饮产业的角度看，餐饮作为旅游服务业的重要组成部分，对旅游体验和旅游文化的传播起着重要作用。而餐饮景观作为旅游体验的重要组成部分，其质量和特色对于旅游业的吸引力和竞争力具有重要影响。研究上海市餐饮景观体系的构建不仅可以为游客提供更加丰富、更有意义的旅游体验，还可以为上海市的文化交流与传承发展提供新的思路。

二、研究内容、拟解决的主要问题：

（一）研究内容

本研究通过查阅、整理、分析、总结和归纳国内外餐饮景观的相关文献，结合国内外学者既有成果，界定餐饮景观、餐饮街区、餐饮菜系三个概念，通过设技专家打分问卷，以上海市餐饮景观体系构建为调查对象，研究其其在餐饮景观体系构建过程中的问题。

（二）主要问题

1. 注重品牌建设和创新，但缺乏对消费者个性化需求的有效满足
2. 推广和宣传方面，部分本地特色菜品仍未能充分被市场认可和接受
3. 特色菜品质量和服务体验上，存在少数商家质量参差不齐的问题

三、研究方法、步骤及措施：

本文采用定性与定量相结合的方法探究餐饮景观体系构建的问题。围绕这些个问题，文章共分为六个部分

第一部分：绪论。围绕选题的必要性进行阐述，对本文的研究背景、研究目的与意义、研究方法与思路框架进行介绍。

第二部分：文献综述。首先介绍了景观与餐饮景观的基本概念，然后对国内外旅游体验、餐饮景观的相关文献进行整理，将实际问题转化为研究问题，为论文提供理论基础。

第三部分：上海市餐饮景观发展概况。基于餐饮景观的构建维度，对上海市的餐饮街区、菜系菜品、餐饮门店等的发展现状进行了分析。

第四部分：实证分析。结合餐饮景观的相关研究，设计新的专家打分问卷，运用 AHP 层次分析法对专家打分问卷进行分析，通过构造判断矩阵并确定各指标权重值，最后对权重进行层次总排序得出影响上海市餐饮景观体系构建的主要因素指标。

第五部分：上海市餐饮景观构建策略。根据实证分析的结果，结合上海市餐饮景观体系构建的现状，提出上海市餐饮景观体系构建的策略。

第六部分：总结。

四、进度及预期结果：

起止日期	主要内容	预期结果
2022.9-2022-10	查阅文献，收集相关资料	确定论文题目完成文献综述
2022.10-2022.11	拟定研究计划，补充理论	完成论文前三部分
2022.11-2022.12	设计调查问卷并发放	完成问卷回收并整理数据
2022.12-2023.01	分析所得数据，总结问题	完成初稿
2023.01-2023.02	完成论文初稿	修改内容、格式并定稿
2023.02-2023.04	修改论文，定稿，答辩	查重、评阅、答辩

是否可以进入论文（设计）研究：

同意进入论文研究

指导教师(签字)：王玉化

2022 年 10 月 10 日

是否可以进入论文（设计）研究：

系（教研室）主任：

年　　月　　日

表三

本科毕业论文（设计）指导教师指导记录表

题目	旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例				
学生姓名	李冠达	学号	2019162299	系	酒店与旅游管理系
专业（方向)	旅游管理（旅游与会展管理）			班级	旅游 1913
指导教师姓名	王天佑		指导教师职称	教授	
日期	指导记录				
2022.10.13	完善相关概念、理论，增加国内外文献阅读量				
2022.11.02	问卷设计切合研究所需				
2022.12.23	打分问卷一致性调整				
2023.01.30	指导并修改毕业论文前三章				
2023.02.17	指导并修改毕业论文第二稿				
2023.02.28	指导并修改毕业论文第四章				
2023.03.16	丰富相关理论，完善内容表述				
2023.03.27	检查毕业论文完成情况和完善水平，确定参加一辩名单				

表四

本科毕业论文（设计）中期检查表

(教师填写)

学生姓名	李冠达	学号	2019162299	班级	旅游 1913
系	酒店与旅游管理系		专业（方向）	旅游管理（旅游与会展管理）	
论文题目	旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例			指导教师	王天佑
工作进度完成情况	□ 提前完成	√ 按计划完成	□ 延期完成	□ 没有完成	
目前已完成的任务	√1 选定论文题目。 √2 完成调研及阅读文献工作。 √3 拟定论文提纲。 √4 完成论文初稿。 □5 形成论文二稿。 □6 论文定稿。				
质量评价（学生前期已完成的工作的质量情况）					
√优 □良 □中 □差					
工作态度情况（学生对毕业论文的认真程度、纪律及出勤情况）					
√认真 □较认真 □一般 □不认真					
选题是否有变化	□有 √无	选题变化原因			

质量评价（学生已完成工作的质量情况）

学生选题《旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例》论文选题确定后已经完成打分问卷设计及发放，相关研究文献的综述部分已经初步整理，构建了相关论文研究体系，按照进度完成初稿。学生态度认真，能够及时沟通并解决问题。

目前存在的问题，拟采取解决问题的方案及措施

文章整体内容有待丰富和订正，尤其是文献综述部分国内外研究需要进一步充实，相关理论运用还需完善。理论对于内容的支撑缺乏进一步说明

指导教师（签字）：王天佑

2022年1月31日

表五

本科毕业论文（设计）指导教师评分表

学生姓名：李冠达学号：2019162299班级：旅游1913　系：酒店与旅游管理系
专业（方向）：旅游管理（旅游与会展管理）指导教师签名：

评价项目		具体要求	满分	得分
论文选题		选题新颖，有重要的理论意义、实际意义或应用价值。	10	
文献资料		广泛阅读了有关文献，充分掌握资料，且资料详实、运用贴切，综合分析能力强。	10	
学术水平	理论基础与专业知识	论文反映出作者具有坚实的理论基础和系统的专业知识。	20	
	论文学术造诣	在理论或实践方面有独到见解。	25	
表现能力	科学研究能力	数据准确可靠，结论正确新颖，或理论思维能力强，逻辑严密，具有很强的综合、分析问题的能力。	15	
	独立完成论文	在导师指导下，提出解决问题的不同方案，自己确定研究思路和方法且思路清晰、严谨，能很好地独立完成论文。	10	
	写作能力	概念准确，条理清晰，文笔流畅，符合写作规范。	10	
总　分			100	

指导教师评语：

《旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例》论文选题具有一定的参考价值与理论意义，对于实际情况具有创新研究目的，结合自身实习实践经历能够很好的运用，通过研究国内外相关文献，分析能力与文章逻辑较强，能够按时完成论文要求，符合写作规范。

指导教师（签字）：

2023年3月27日

表六

本科毕业论文（设计）评阅教师评分表

学生姓名：李冠达 学 号：2019162299 班 级：旅游 1913

系：酒店与旅游管理系 专业（方向）：旅游管理（旅游与会展管理）

评价项目		具体要求	满分	得分
论文选题		选题新颖，有重要的理论意义、实际意义或应用价值。	10	
文献资料		广泛阅读了有关文献，充分掌握资料，且资料翔实、运用贴切，综合分析能力强。	10	
学术水平	理论基础与专业知识	论文反映出作者具有坚实的理论基础和系统的专业知识。	20	
	论文学术造诣	在理论或实践方面有独到见解。	25	
表现能力	科学研究能力	数据准确可靠，结论正确新颖，或理论思维能力强，逻辑严密，具有很强的综合分析问题的能力。	15	
	独立完成论文	在导师指导下，提出解决问题的不同方案，自己确定研究思路和方法且思路清晰、严谨，能很好地独立完成论文。	10	
	写作能力	概念准确，条理清晰，文笔流畅，符合写作规范。	10	
总 分			100	

备注：指导教师、评阅教师评分标准详见《毕业论文（设计）教师手册》

评阅教师（签字）：周永锋

2023 年 4 月 1 日

表七

本科毕业论文（设计）答辩教师评分表

学生姓名：李冠达　学 号：2019162299　班 级：旅游 1913

系：酒店与旅游管理系专业（方向）：旅游管理（旅游与会展管理）

评价项目	具体要求	满分	得分
基础理论与专业知识	具有坚实的理论基础和系统的专业知识。	25	
分析论证能力	资料详实，综合分析能力强。	25	
实践和应用价值	有重要的实践和应用价值。	20	
答辩提纲与语言表达能力	答辩提纲准备充分，回答问题有理论根据，基本概念清楚，能运用所学知识准确回答提问、有深度。	30	
总　分		100	

备注：答辩教师评分标准详见《毕业论文(设计)教师手册》

答辩组长（签字）：周永博

答辩组成员（签字）：胡晓丽　王晨

2023 年 4 月 1 日

表八

本科毕业论文（设计）答辩记录表

答辩日期：2023年 4月 1 日　　答辩地点：B楼404

学生姓名	李冠达	学号	2019162299	班级	旅游1913
专业（方向）	旅游管理（旅游与会展管理）		指导教师	王天佑	
论文题目	《旅游目的地餐饮景观体系构建研究——以上海市为例》				
论文内容及主要观点摘要	本文从旅游体验和餐饮景观构建的角度出发，对上海市餐饮景观体系构建的现状以及国内外对餐饮景观方面的相关研究进行了阐述。通过分析上海市餐饮街区、餐饮菜系和餐饮门店等方面，评估了上海市餐饮景观的发展概况。同时，结合各位专家学者对餐饮景观体系构建的研究，制定了餐饮景观构建影响因素指标体系表，并进行专家打分。得出排名靠前的影响因素指标有“人员服务水平”、“街区门店数量”“特色菜品开发”。基于各权重排序以及上海市餐饮景观构建现状，从餐饮街区环境构建、服务体验环境构建、餐饮产品开发构建三个角度分析上海市餐饮景观体系构建过程中存在的问题并提出相关建议对策。				
答辩组成员提问及学生答辩情况记录	1.文中对餐饮街区排序的依据有哪些 答：主要根据街区的位置、商业环境、特色美食开发水平及街区门店的服务、营销等方面的发展状况，综合排序。 2.文中餐饮景观包括哪些 答：餐饮景观指由街区环境、饮食开发、服务体验和文化营销等方面构成的餐饮产业的整体形象和特征。 3.实证部分为什么要从这四个维度来构建餐饮景观体系 答：本文从街区环境、饮食开发、服务体验、文化营销四个维度去探究上海市餐饮景观体系构建，涵盖了有形的环境、无形的服务、餐饮产品、餐饮文化传播四个方面，有助于城市形象塑造和文化传承，同时体现了餐饮产业多方面的特点。 记录员：邱梓靖 刘旋丽				
答辩小组成员	组长（签字）：周永泽　　组员（签字）：胡雪丽 王晨				
成绩评定	总成绩				
	等级				

注：(1)毕业论文（设计）的成绩采用结构评分方法。毕业论文（设计）的总成绩＝指导教师评分（表五）×50%＋评阅教师评分（表六）×20%＋答辩成绩（表七）×30%；

(2)毕业论文（设计）等级由毕业论文（设计）的最终成绩按以下标准折合而成

90≤优秀≤100　80≤良好<90　70≤中等<80　60≤及格<70　不及格<60