

区域美食旅游资源可持续发展路径研究

——以“广元好味”为例

丁茂斌¹ 张子涵¹ 王 燕² 李红英¹ 李辛龙¹ 王芳琴¹

1. 四川轻化工大学经济学院, 宜宾;

2. 泰安岱岳区范镇中心小学, 泰安

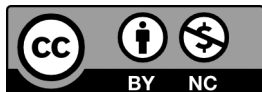
摘 要 | 地方美食兼具生态、农业、文化与旅游属性, 其旅游开发存在引发原料替代、文化同质化、食物浪费与社区收益外流的风险。本文基于广元市2021—2026年政策文本和公开案例, 从资源基础、价值转化、环境约束与治理反馈四个维度分析“广元好味”。分析表明, 广元已初步形成食材、菜品、技艺、文化场景与美食地图相结合的基础, 但存在名录分散、产地体验不足、绿色标准衔接不够、地方供应链不稳和环境评价薄弱等问题。研究提出, 通过资源名录分级、三级产品体系、绿色标准嵌入、全过程减量循环、社区利益共享及数字监测, 构建“准入—监测—评价—整改—退出”的治理闭环。

关键词 | 地方美食; 旅游资源; 可持续发展; 资源环境治理; 广元好味

Copyright © 2026 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



对游客而言, 美食首先是一项日常消费, 但它也会把人带入地方生活。食材在什么环境中生长, 居民怎样加工和保存, 某道菜为何在当地长期流传, 这些内容都与农业生产、历史记忆和社会关系有关。近年来, 游客不再只满足于观看景点, 进入市场、街区、厨房和产地的体验逐渐增多, 地方饮食也由此成为认识目的地的一条路径。美食进入旅游市场后, 能够带动农产品销售, 延长游客停留时间, 并为小型经营者和传统技艺提供新的生存空间。不过, 客流和网络热度只能反映传播效果, 不能替代对开发质量的判断。《“十四五”旅游业

发展规划》提出生态优先、科学利用、绿色消费和反对餐饮浪费^[1]。据此, 评价区域美食旅游还应关注原料利用是否合理、文化解释是否可靠、收益是否更多留在本地, 以及经营活动给环境带来的实际负担。

已有研究表明, 本地食物能够把游客与目的地环境、文化及生产者连接起来, 是维持地方真实性和区域认同的重要媒介^[2-3]; 食旅活动中的游客、经营者与居民共同创造, 又会持续重塑目的地食景^[4]。与此同时, 本地食品促进经济、社会文化和环境可持续性的作用并非自动发生, 而取决于地方供应链、经营规范和治理能

基金项目: 2025年度广元市哲学社会科学研究规划重点课题“‘广元好味’品牌化建设与社会接受度研究”(项目编号: GYSJGH25ZD17)。

通讯作者: 丁茂斌, 博士, 讲师, 研究方向: 文旅融合、旅游目的地品牌与区域美食资源开发。

文章引用: 丁茂斌, 张子涵, 王燕, 等. 区域美食旅游资源可持续发展路径研究——以“广元好味”为例[J]. 环境与资源, 2026, 8(3): 320–327.

<https://doi.org/10.35534/er.0803047>

力是否真正嵌入旅游消费^[5]。特别是在旅游旺季、节庆和夜间消费场景中，过量采购、菜品剩余、一次性用品和厨余垃圾容易集中增加。《中华人民共和国反食品浪费法》和《粮食节约和反食品浪费行动方案》已对适量点餐、小份餐品、剩余食物打包、厨余分类和资源化利用提出明确要求^[6-7]。

广元市“十四五”文化和旅游发展规划提出塑造“广元好味、广元好居、广元好客、广元好礼”等文旅服务品牌^[8]；商务系统在不同阶段同时使用“广元美味”和“广元好味”等称谓，依托名店名菜评选、美食地图、特色街区和消费活动推动餐饮与旅游融合^[9-13,24]。由此可见，两种称谓并非边界固定、彼此独立的法定品牌，而是存在交叉使用。为避免概念混用，本文在分析层面将“广元好味”作为面向目的地消费与服务形象的统领性表述，将“广元美味”作为餐饮产业运营实践中的重要称谓和载体。此种处理旨在建立统一的分析口径，并不意味着二者在政策实践中具有稳定、互斥的边界。前者侧重文旅形象整合，后者侧重连接餐饮主体、产品与消费场景，两者在目标、主体和功能上互补，但尚未形成统一的资源名录、绿色标准、社区参与和绩效评价框架。政策文本分析涵盖广元市2021—2026年文旅、商务、农业农村等部门发布的规划、方案及活动文件，案例归纳以政府公开报道、工作方案和品牌名录为主要依据。文章重点回答三个问题：广元美食资源具备怎样的旅游转化基础；现有开发面临哪些资源环境约束；如何形成兼顾产业增值、文化传承、环境责任和社区受益的可持续开发路径。

1 区域美食旅游资源可持续开发的内涵

1.1 区域美食旅游资源的复合属性

区域美食旅游资源不是菜品名录的简单集合，而是在特定自然环境和地方社会中逐步形成，并能够被游客感知、参与和消费的一组食物资源。这里既有看得见的食材和产品，如农林产品、畜禽水产和地方调味品，也包括烹饪方法、传承人、饮食习俗、历史记忆及其发生

的市场和街区。品牌认证、资源档案、数字地图等制度和技术工具，同样属于这一资源体系。

其旅游价值来自“地方性”：游客需要了解某种食材为何产自当地，一项技艺如何适应地方气候和生活条件，以及某道菜与居民日常之间有何联系。倘若开发只保留菜名、图案和装饰符号，却切断了食材产地、制作者和文化背景之间的联系，那么所谓地方美食便很容易变成可以在各地复制的普通餐饮商品。

区域美食旅游资源还具有明显的链条性。前端是原料生产和生态供给，中端是加工烹饪与文化表达，后端是旅游消费、废弃处置和评价反馈。后端评价应反向作用于前端种养方式、采购标准和产品设计，形成“生产—加工—消费—评价—再生产”的反馈循环。任何一个环节失衡都会影响整体可持续性：原料过度利用会损害生态基础，统一化制作会削弱地方差异，消费组织不当会增加食物浪费，收益分配失衡则会降低社区参与意愿。因此，资源开发对象应由“菜品和门店”扩展为“食材—技艺—空间—主体—环境”的复合系统。

1.2 可持续开发的四项要求

第一，资源可持续利用，即依据原料供给能力、季节性、种质资源状况和生态敏感度确定开发强度，避免以外地通用原料替代地方核心资源。第二，文化可持续，即保护关键技艺、地方知识和生活语境，允许呈现方式创新但不能虚构历史或滥用非遗符号。第三，环境可持续，即将地方采购、节能节水、份量设计、包装减量、厨余分类和资源化纳入全过程管理，并以单位餐次能耗、水耗、一次性用品减量率、食物废弃物产生量、厨余资源化率及冷链运输碳足迹等指标进行监测；其制度设计可借鉴GB/T 24001—2016关于环境因素识别、目标管理和持续改进的基本思路^[18]。第四，社会可持续，即保证农户、传承人、社区和小微经营者能够进入品牌体系并分享旅游收益。四项要求相互联系，并构成“资源基础—价值转化—环境约束—治理反馈”的分析框架：地方供应链决定文化真实性与收益留存，环境标准约束开发规模，绩效反馈又反向修正资源准入和产品组织方式。

表 1 区域美食旅游资源的构成及可持续开发要求

Table 1 Composition of regional gastronomic tourism resources and requirements for sustainable development

资源类别	主要内容	旅游转化方式	可持续开发重点
原料资源	地方农产品、林下产品、畜禽水产、调味原料及种质资源	产地参观、时令菜单、农事体验、伴手礼	生态承载、种质资源保护、应季利用、地方采购和可追溯
技艺资源	烹饪、加工、保存技艺及传承人	制作展示、互动体验、研学课堂	核心工艺保护、传承人参与和知识权益
菜品资源	名菜、名小吃、宴席、饮品及其组合	餐饮消费、主题宴、线路套餐	份量设计、营养健康、差异化与反浪费
场景资源	餐馆、街区、集市、农场、节庆和夜间空间	主题街区、节事活动、原产地体验	环境容量、噪声油烟、垃圾减量和社区协调
文化资源	蜀道、女皇文化、地方记忆、饮食礼俗	菜单叙事、导览解说、文创传播	事实准确、避免符号化和文化收益共享
制度资源	品牌、标准、认证、溯源、数字平台和协作网络	准入评价、联合推广、数据共享与动态监测	绿色标准、数据治理、动态监管和退出机制

2 “广元好味”的资源基础与开发实践

2.1 生态、农业与文化叠加的资源基础

广元地处川陕甘结合部，山地生态、农林资源、蜀道交通和多元饮食传统相互叠加，为美食旅游提供了较强的地域基础。女皇蒸凉面、剑门豆腐宴、曾家山核桃饼、米仓山菌类等资源既具有味觉和消费价值，也与城市历史、交通空间、乡村生产和居民生活紧密相关。广元官方美食地图已系统梳理特色名小吃、名菜和餐饮名店，并持续推出百佳美食地图，说明当地美食资源已由零散宣传逐步转向目录化和空间化呈现^[11-12]；农业农村现代化规划中的区域公用品牌和特色农业建设，也为食材端整合提供了政策基础^[25]。

广元的美食旅游优势并非源于某一道菜品，而在于现有资源具有多层次组合的可能。城区适合承担品牌展示、餐饮消费和游客集散等功能。剑门蜀道沿线则可以把豆腐制作、驿站饮食与行旅文化联系起来。曾家山、米仓山等乡村和山地地区，更适合围绕食材产地、农业生产和季节变化组织体验。这些资源若能形成互补，游客便不只是到店用餐，还可以进入产地、参与制作或购买地方产品，从而延长停留时间并带动农产品消费。不过，组合开发并非越多越好。产品规模需要服从本地原料供给、生态承受能力、场地容量和文化保护要求，不能为了增加项目而突破资源边界。

2.2 “广元好味”与“广元美味”的功能衔接

政策文本梳理表明，“广元好味”与“广元美味”的使用存在阶段性和部门交叉。“广元好味”最早嵌入“四好”文旅服务品牌体系，近年来又被商务系统用于统领美食品牌建设；“广元美味”则更多出现于餐饮评选、美食地图和公共品牌推广实践^[8-13]。因此，本文所作区分是功能性而非法定性区分：以前者统摄目的地叙事、旅游服务和综合消费形象，以后者概括名店、名厨、名菜、名小吃等餐饮运营载体。二者衔接有利于避免文旅品牌停留在形象宣传，也避免餐饮品牌只追求销售和门店数量。需要说明的是，两种称谓在实际使用中并非严格互斥，本文的功能性区分旨在为可持续治理分析提供概念工具，而非对政策文本作规范性界定。

广元现阶段主要通过评选授牌、美食地图、特色街区和主题活动推广地方餐饮。首届“四个十佳”评选将味感、质感、观感、健康和文化内涵纳入评价，并设置线上投票、现场品鉴和综合评定等环节^[9-10]；“烟火利州十二坊”则依托工作专班推进街区建设，把餐饮消费、夜间游览、文化体验及相关配套放在同一空间中统筹^[11]；2026年发布的百佳美食地图进一步提出推动品牌孵化、连锁经营和食材供应链建设^[12]。这些实践提升了广元美食的社会认知度，也使分散的餐饮资源获得了更集中展示。不过，“广元好味”与“广元美味”在实际运行中仍分别承担不同功能，两套品牌在资源名录、绿

色要求、社区参与和绩效评价方面尚未完全衔接。由此形成的并非单纯的宣传不足，而是品牌传播与可持续治理之间仍存在一定的制度断层。

2.3 由餐饮消费向复合旅游体验转化

广元最新文旅融合政策提出深化“文旅+百业”“百业+文旅”，系统推进品牌、业态、服务和体制机制融合^[13]。据此，“广元好味”的开发不应停留在“到店吃一道菜”，而应形成“识别一种食材—进入一个产地或街区—体验一项技艺—理解一段文化—购买一组产品”的完整过程。例如，剑门豆腐宴可以与豆类种植、豆腐制作、蜀道驿站文化和主题线路结合；女皇蒸凉面可以与城市早餐生活、传统制作和女皇文化导览结合；山珍菌类和核桃产品可以与生态农业、森林康养和研学体验结合。

体验内容增加后，美食资源的旅游价值可能得到提升，但经营活动带来的环境压力也会随之变化。夜间街区营业时间较长，照明、制冷等能源消耗通常会增加，周边居民还可能受到噪声、油烟和交通拥堵影响。节庆活动在短时间内聚集大量游客，餐厨垃圾、一次性餐具和布展材料容易集中产生。连锁门店若长期依赖跨区域配送，也会拉长冷链运输距离。

此外，部分产品为追求网络传播效果而采用复杂包装和高度相似的视觉装置，不仅增加材料消耗，也可能遮蔽地方文化本身。因此，开发新的消费场景之前，应先判断场地能够承受多大客流，食材从何处供应，经营过程会消耗多少资源，以及活动是否会持续影响社区日常生活。

3 “广元好味”开发的主要问题

3.1 资源名录分散，开发边界不清

广元美食资源涉及农业农村、商务、文化旅游、市场监管、非遗保护、地方志和行业协会等多个领域。受分行业、分部门职能分工模式影响，各主体通常依据自身工作需要建立名录或数据库，目前尚未形成统一的数据共享机制。不同名录在指标口径、统计范围、更新时间和使用权限上存在差异，部分资源可能被重复记录，也有一些内容没有进入现有名录。

从名录内容看，菜品和餐饮门店受到的关注较多，而食材产地、季节变化、传统种质、技艺传承、乡村市场和环境容量等信息相对分散。现有管理工作又较多依托专项项目或阶段性活动展开，跨部门数据标准和持续更新机制仍有完善空间。在资源底数尚不清晰的情况下，开发活动容易集中于知名度较高的少数产品，也不利于判断哪些资源可以扩大经营，哪些只适合预约体验，哪些应优先保护。

3.2 菜品展示较强，产地与技艺体验不足

当前开发主要依靠评选、地图、街区和节庆提高餐

饮消费可见度，食材生产端、加工端和技艺传承端进入旅游产品的程度仍有限。其原因在于短周期活动更容易形成客流和传播指标，而产地组织、传承人参与和解释系统建设投入周期长、协同成本高。游客能够知道“吃什么”，但不一定能够理解“从哪里来、为什么在广元形成、由谁制作”。如果菜品脱离产地、技艺和生活语境进入同质化商业空间，地方美食容易被压缩为可复制的口味和装饰符号，不仅削弱教育功能，也可能使游客将商业包装误认为地方传统，形成文化误读^[20]。

3.3 品牌质量标准与绿色标准衔接不足

餐饮品牌通常重视食品安全、口味、服务和门店形象，但地方采购、应季利用、能源水耗、一次性用品和食物废弃物尚未成为同等重要的准入条件。其制度根源在于环境成本尚未进入品牌评价和经营主体的成本核算，食品安全合规与环境绩效管理之间仍相互分离。现行标准可在食品安全与感官评价基础上，参考GB/T 24001—2016的环境因素识别和持续改进思路，将能源、水、物料和废弃物纳入审核^[18]。旅游餐饮需求波动大，节庆、团餐和宴席容易在采购、备餐和餐后环节产生浪费；中国旅游城市研究已表明，旅游者餐饮浪费量通常高于非旅游者，份量和非日常消费情境是重要诱因^[19, 21]。餐饮食物浪费治理不仅需要末端处理技术，还需改变采购预测、菜单设计、员工操作和消费者提示等组织惯例^[15-16]。若绿色要求停留在宣传层面，品牌规模扩大可能同步放大资源消耗。

3.4 地方供应链联结不稳，收益外溢风险存在

美食旅游能否带动农户和乡村增收，取决于品牌门

店是否稳定采购本地原料。地方美食被贴上旅游品牌标签以后，并不会自动形成稳定的本地供应链。生产规模、供货时间、产品规格、结算周期以及双方协作成本，都会影响门店是否愿意长期采购^[14]。其本质是分散小农户与集中采购主体之间的交易成本和风险分配不对称：门店要求稳定、标准化和快速交付，农户则受季节、产量和现金流约束。以剑门豆腐为例，2024年实施的《地理标志产品 剑门关豆腐生产技术规程》已将其原料、加工工艺和生产管理纳入地方标准体系^[26]。这意味着地方品牌的真实性不只是体现在成品口味上，还与原料产地、制作方式和生产过程能否追溯有关。旺季若大量使用外地原料，产品风味和本地收益可能受到影响；而小农户若长期达不到门店要求，也可能难以进入品牌采购体系。

3.5 场景扩张较快，社区和环境治理相对滞后

特色街区和节庆能够聚集流量，但也可能增加居民生活空间的噪声、交通、油烟和垃圾压力。部分节庆采用一次性展陈、餐具和装饰材料，活动结束后又缺乏资源消耗、垃圾产生和居民影响的后评估。相似的灯光、摊位和网红装置还会造成空间同质化。其深层原因是节庆治理通常围绕活动审批和即时秩序展开，而环境责任分散在商务、城管、生态环境、属地街道和运营企业之间，缺乏统一责任清单。美食节庆的社会可持续性与环境可持续性相互依存，社区支持、文化表达和资源管理任何一方面失衡，都会影响活动的长期正当性^[17]。目前品牌绩效仍容易以门店数量、活动场次、媒体曝光和销售额衡量，对本地采购比例、单位餐次食物废弃、传承人参与和居民满意度关注不足，难以形成持续改进。

表2 “广元好味”可持续开发问题及其资源环境风险

Table 2 Problems and resource-environmental risks in the sustainable development of “Guangyuan Haowei”

问题领域	主要表现	形成原因	资源环境风险	责任主体与协同机制
资源识别	菜品、食材、技艺、产地和场景分散管理	各部门依据职能分别建立名录，数据标准与共享机制尚待衔接	资源识别范围及开发边界有待明确、生态与文化边界不清	市文化广播电视和旅游局牵头，市商务局、市农业农村局、市市场监管局和市非物质文化遗产保护中心共建名录
产品转化	重菜品展示，轻产地、技艺和生活场景	短期流量导向强，原产地组织和解释系统投入不足	体验同质化，地方知识被符号化	市文化广播电视和旅游局、县区政府、文旅企业、市非物质文化遗产保护中心和经营者共同设计
品牌标准	重安全、口味和形象，轻环境绩效	环境绩效指标尚未充分纳入品牌评价	能耗水耗、包装和食物浪费随规模增加	市市场监管局负责食品安全，市商务局组织品牌管理，市生态环境局参与绿色标准制定及试点后的绩效核验
地方供应链	门店与农户、合作社连接不稳定	供需规模、规格、交付和结算条件不匹配	本地原料被外地原料替代、地方收益外流、小农户被排除	市商务局协调订单，市农业农村局组织合作社、家庭农场和产地集配
场景治理	街区节庆扩张较快，社区协商不足	多主体协同责任仍需进一步明确	噪声油烟、垃圾集中、居民生活受扰	县区政府统筹，城市管理、生态环境部门、属地街道和运营主体共治
绩效评价	偏重流量、销售和曝光	环境基线、数据台账及动态管理机制仍需完善	环境漂绿、政策纠偏和退出困难	品牌运营机构汇总数据，第三方机构评估，联席会议审议并向公众公开

4 区域美食旅游资源可持续开发路径

4.1 建立分类分级的资源名录与开发边界

建议由广元市文化广播电视和旅游局牵头，联合

广元市商务局、广元市农业农村局、广元市市场监督管理局、广元市生态环境局和广元市非物质文化遗产保护中心建立“广元好味”跨部门联席会议，并与已设立的“烟火利州十二坊”工作专班衔接^[11]。联席会议负责

统一数据标准、年度任务和绩效口径,协调各部门已有名录的归并与去重,并对地方食材、菜品、技艺、传承人、餐饮主体、市场街区、节庆和文化故事开展普查,形成“一项资源一个档案”。档案应记录产地范围、季节周期、关键原料、核心工艺、传承主体、文化依据、现有开发方式和环境风险,并通过数字地图呈现资源空间分布。

依据资源稀缺性、文化重要性、生态敏感性和市场成熟度,可分为保护传承型、限量体验型、重点开发型和大众推广型。保护传承型资源以记录、传习和小规模展示为主;限量体验型资源采用预约、季节菜单和产量控制;重点开发型资源建设稳定供应链和主题产品;大众推广型资源用于城市餐饮和伴手礼。同步建立负面清单,禁止虚构历史、外地原料冒充地方资源、破坏生态获取食材和滥用非遗名义。

4.2 构建“城市展示—县域主题—乡村原产地”产品体系

城市层面承担品牌展示、游客集散和综合消费,可优化美食地图、特色街区、主题餐厅和夜间线路;县域层面围绕代表性食材和菜品形成差异化主题;乡村原产地以小规模、预约式体验为主,开展食材识别、农事参与、技艺制作和家庭餐桌体验。具体而言,剑门关景区可以把豆腐制作与蜀道徒步组合为半日体验;曾家山可结合核桃采摘、山地食材和森林康养设计季节产品;利州城区则以美食地图、十二坊街区和女皇文化场景为主要展示空间。这三个层级并不是把同一套产品重复设置,而是应依据当地资源、交通条件、环境承受能力和社区意愿确定各自分工。

产品设计要从“装饰地方元素”转向“解释地方关系”。对于重点开发的菜品或食材,应提前整理基本资料,明确其产地条件、技艺变化、历史依据,以及它在当地居民生活中的实际用途。这些内容可以作为菜单介绍、导览牌、短视频和现场讲解的事实基础,但不宜完全由营销机构独立编写。传承人、厨师、原料生产者和社区居民都应参与核对和讲述。产品组合也应建立在真实资源之上,例如将美食体验与蜀道文化、生态农业、研学活动或康养项目相衔接,而不是简单套用流行装置和网络打卡模式。

4.3 将绿色要求嵌入品牌标准与地方供应链

“广元好味”标准体系应从“安全—质量—服务”扩展为“安全—质量—文化—环境—社区”。品牌主体除满足食品安全和服务要求外,还应逐步披露地方原料采购比例、应季食材使用、单位餐次能源与水耗、一次性用品减量、食物废弃物和员工绿色培训情况。试点阶段可将“核心原料本地采购达到基线调查确定的合理可供应比例”“单位餐次食物废弃物持续低于基线水平”等设为阶段性目标。具体阈值应依据菜系、季节、产量

和供给稳定性,由跨部门联席会议在完成基线测量后分类确定并定期调整,避免一刀切。对表现较好的主体设置绿色等级和推广优先权,对长期不达标者实施限期整改或退出。

在食材供应方面,可由品牌门店、合作社、家庭农场和小农户共同建立订单协作关系。品牌运营机构可参考往年客流、季节变化和节庆安排,提前发布采购需求。合作社承担集中收购、产品分级和基础质量检查,分散农户则按照约定标准提供原料。

对于产量较少或季节性较强的地方食材,应根据实际供给安排菜单,并设置每日或每季供应数量,不宜在原料不足时直接用外地产品替代。配送环节可在产地进行必要的初步处理,使用可循环周转箱,并通过集中运输减少重复配送。数字溯源所记录的内容也不应只有商品名称,还应包括生产者、产地、供应时间和相关环境承诺。

4.4 推进旅游餐饮全过程减量与循环治理

餐饮减量需要从采购开始,而不能只依赖餐后处理。门店可结合预订数量、天气变化、历史客流和活动规模估算当日需求,减少经验式备餐。菜单中可同时设置不同份量,标明适合人数,并增加单人组合和共享套餐。服务人员在点餐时应给出适量提示,避免通过满减、套餐搭售等方式引导顾客超量消费。后厨可根据销售节奏分批制作,并提高边角料的合理利用率。对于供应稳定、操作流程较为统一且不涉及核心传统技艺的产品,可考虑集中采购和批次加工,以降低各门店的重复损耗。需要现场制作和展示技艺的产品,则不宜简单转入中央厨房。门店还可按储存损耗、加工剩余、未售成品和餐盘剩余分别记录废弃物,每周统计重量和原因,以识别浪费较多的菜品和具体环节。

街区与节庆应在招商阶段要求经营主体提交用料、餐具和废弃物方案,试行“押金餐具”或统一租赁清洗制度,限制一次性布展材料,设置油污、厨余和其他垃圾分类点,并在活动结束后开展能耗、水耗、垃圾量和居民投诉的环境后评估。不可避免的厨余与城市分类收运和资源化体系衔接,但治理顺序应始终坚持源头预防、过程减量、再利用和资源化,不能以末端处理能力替代减量责任。

4.5 完善社区参与、利益共享与动态评价

品牌使用地方故事、传统技艺和社区公共文化资源时,应建立知情协商与收益回馈机制。对具有明确传承主体的技艺,可通过授权、顾问、培训和联合经营等方式补偿;对街区和村落公共文化资源,可设立“美食旅游社区发展基金”,由参与门店、节庆运营方和财政奖补资金按约定比例共同投入,专项用于公共空间维护、技艺传习、环境治理和小微经营者培训。基金提取比例应经社区协商并公开收支。品牌评选应为家庭式、小微

型和乡村经营者设置差异化认证，避免以装修规模和网络流量作为唯一门槛。

社区参与和利益共享能否持续，还需要借助稳定的评价机制进行检验。建立覆盖资源、环境、文化、经济和社会五个维度的评价体系。资源方面，应了解本地原料使用情况、资源名录是否及时更新，以及传统技艺是否仍有稳定传承人。环境评价可从每餐产生的食物废弃量、一次性用品使用、门店能耗水耗和配送方式入手。文化评价重点核查故事讲述是否有事实依据，传承人是否真正参与。经济评价则应关注地方采购、就业增加以及小微经营者获得的实际收益。社区居民的满意程度和不同主体之间的协作情况，也需要单独记录。数字平台可整合门店、产地、绿色承诺、游客反馈和监管信息，涵盖门店台账、采购溯源、游客点评及监管部门检查记录，形成“准入—监测—评价—整改—退出”闭环。

4.6 强化财政、物流与分阶段实施保障

实施层面可按照“1年建库、2年试点、3年扩面”的

节奏推进。第一阶段完成资源普查、环境基线和品牌标准修订；第二阶段选择利州城区美食街区、剑阁县剑门豆腐和朝天区曾家山食材体验开展差异化试点；第三阶段根据评估结果扩展至其他县区。资金来源可统筹文旅产业专项资金、消费促进资金、企业投入和社会资本，优先支持资源档案、绿色改造、周转餐具、数字平台和社区项目。广元2026年文旅融合政策已提出强化财政金融保障并培育“广元好味”等消费品牌，为试点提供了政策接口^[13]。

物流方面，可在剑阁、朝天等主要产地依托合作社或农产品集配主体建设分级、预冷、周转箱和共同配送节点，城市门店按订单集中配送，以减少多批次、小批量运输。对保鲜要求高的食材建立“产地—集配点—品牌门店”温控与时间记录；对常温产品优先采用可循环包装。联席会议每年向社会公开发布资源环境绩效简报，并将财政奖补、品牌推荐和整改退出与评价结果挂钩。

表 3 “广元好味”可持续开发路径与重点任务

Table 3 Sustainable development paths and key tasks for “Guangyuan Haowei”

开发路径	核心任务	牵头与协同主体	建议评价指标	主要数据来源
资源普查与分级	统一资源档案、数字地图、四级分类、真实性底线和负面清单	市文化广播电视和旅游局牵头，市商务局、市农业农村局、市非物质文化遗产保护中心、县区政府和社区协同	资源入库率、年度更新率、保护类资源状态	部门名录、资源档案、GIS平台和年度核查
差异化产品体系	城市展示、县域主题、乡村原产地；文化叙事底稿与主题线路	县区政府、文旅企业、餐饮主体、传承人和村集体	主题产品差异度、原产地体验占比、游客停留时间	产品台账、线路订单、预约平台和游客反馈
绿色标准与供应链	地方采购、应季菜单、绿色准入、循环包装、产地溯源	市商务局、市市场监管局和市生态环境局牵头，品牌运营机构、合作社、农户和门店协同	本地采购比例、单位餐次能耗水耗、包装减量率	采购票据、能耗账单、溯源码和门店台账（由联席会议委托第三方或联合市场监管部门按季度抽查核验）
减量与循环治理	需求预测、份量选择、废弃物台账、押金餐具和厨余资源化	市商务局、城市管理部门、市生态环境局、属地街道、运营企业和消费者	单位餐次食物废弃量、一次性用品使用量、厨余分类率	称重记录、收运联单、活动后评估和投诉记录
社区共享与评价	协商授权、社区基金、小微认证、数字监测、整改退出	社区、行业协会、政府、科研机构和公众	社区参与率、基金投入使用、居民满意度、整改完成率	基金账目、会议记录、满意度调查和第三方评估

5 结语

区域美食旅游资源是自然环境、农业生产、饮食文化、旅游空间和社会关系共同构成的复合资源，其可持续开发不能被简化为名菜评选、门店扩张和品牌传播。广元已经通过文旅服务品牌、餐饮公共品牌、美食地图、特色街区和主题活动形成较好的开发基础，但从资源环境视角看，下一阶段的重点应由“扩大可见度”转向“提高资源治理能力”。

本文提出资源普查分级、三级产品体系、绿色品牌标准、地方供应链、餐饮减量循环、社区利益共享和数字评价反馈等路径。其核心逻辑是把“广元好味”由传播标识转变为治理平台：通过资源名录明确开发对象与边界，通过品牌标准设置生态和文化底线，通过差异化场景实现价值转化，通过全过程减量控制消费后影响，

通过利益共享维持社区参与，通过动态评价推动持续改进。

本文主要依据政策文本、公开案例和相关研究开展规范性分析，尚未使用门店采购、能源水耗、食物废弃和社区收益等一手资料，因而不能对实际环境绩效作量化判断，也未涉及游客感知与支付意愿的定量分析。后续可选择剑门豆腐宴、女皇蒸凉面等代表性资源开展供应链追踪和生命周期比较，对品牌门店进行食物废弃物审计，并运用选择实验（choice experiment）或联合分析（conjoint analysis）评估本地采购、绿色包装、低碳配送和社区反哺等可持续属性对游客决策的影响。

参考文献

[1] 国务院. “十四五”旅游业发展规划[Z]. 2021-

- 12-22.
- [2] Sims R. Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience [J]. *Journal of sustainable tourism*, 2009, 17 (3): 321-336.
- [3] Everett S, Aitchison C. The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England [J]. *Journal of sustainable tourism*, 2008, 16 (2): 150-167.
- [4] Park E, Widyanta A. Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination [J]. *Tourism Management Perspectives*, 2022, 42: 100964.
- [5] Apak Ö C, Guerbuez A. The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism [J]. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2023, 71: 103192.
- [6] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国反食品浪费法 [Z]. 2021-04-29.
- [7] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 粮食节约和反食品浪费行动方案 [Z]. 2024-11-25.
- [8] 广元市文化广播电视和旅游局. 广元市“十四五”文化和旅游发展规划 [Z]. 2021-12-31.
- [9] 广元市商务局. 川北美食之都广元市首届“四个十佳”餐饮美食店评选活动方案 [EB/OL]. (2023-04-14) [2026-07-25]. <https://swj.engy.gov.cn/New/show/20230414114145457.html>.
- [10] 四川省商务厅. 川北美食之都广元市首届“四个十佳”餐饮美食店授牌仪式举行 [EB/OL]. (2023-05-05) [2026-07-25]. <https://swt.sc.gov.cn/sccom/dfsw/2023/5/5/d99aec7c5cb84e208e1e99eead5ae8ef.shtml>.
- [11] 广元市商务局. “烟火利州十二坊”特色美食街区建设工作方案 [Z/OL]. 2023-09-07 [2026-07-25]. <https://swj.engy.gov.cn/new/show/20230907155604923.html>.
- [12] 广元市商务局. 川北美食之都—广元百佳美食地图 (2026) 发布 [EB/OL]. (2026-01-29) [2026-07-26]. <https://swj.engy.gov.cn/New/show/20260129110638199.html>.
- [13] 广元市人民政府办公室. 广元市关于推进文旅深度融合建设发展建设大蜀道国际文化旅游目的地和康养度假胜地、加快打造国际旅游城市的若干政策措施 (试行) [Z]. 2026-01-23.
- [14] Haven-Tang C, Thomas A, Fisher R. To what extent does the food tourism ‘label’ enhance local food supply chains? experiences from southeast wales [J]. *Tourism and Hospitality*, 2022, 3 (1): 153-160.
- [15] Munir K. Sustainable food waste management strategies by applying practice theory in hospitality and food services—a systematic literature review [J]. *Journal of Cleaner Production*, 2022, 331: 129991.
- [16] Cardenas M, Schivinski B, Brennan L. Circular practices in the hospitality sector regarding food waste [J]. *Journal of Cleaner Production*, 2024, 472: 143452.
- [17] Thelen T, Kim S. Towards social and environmental sustainability at food tourism festivals: Perspectives from the local community and festival organizers [J]. *Tourism Management Perspectives*, 2024, 54: 101304.
- [18] 国家市场监督管理总局, 国家标准化管理委员会. GB/T 24001—2016 环境管理体系 要求及使用指南 [S]. 北京: 中国标准出版社, 2016.
- [19] 张盼盼, 王灵恩, 白军飞, 等. 旅游城市餐饮消费者食物浪费行为研究 [J]. *资源科学*, 2018, 40 (6): 1186-1195.
- [20] 孙晋坤, 郭秋琪, 戴靖怡, 等. 典型街区旅游美食地方性指标体系建构与实证评价——基于网络数据挖掘的研究 [J]. *Tourism Tribune/Lvyou Xuekan*, 2024, 39 (8).
- [21] 孙佼佼, 朱竑. 旅游食物浪费研究评述及展望 [J]. *人文地理*, 2021, 36 (4): 21-28.
- [22] 赵志峰, 李志伟. 旅游情境中地方餐饮品牌真实性维度及其对推荐意愿的影响机制 [J]. *Tropical Geography*, 2023, 43 (7).
- [23] 余凤龙, 徐留倩, 陈悦. 旅游者地方饮食文化认同的构建机制: 以长沙文和友为例 [J]. *美食研究*, 2024, 41 (01): 18-26.
- [24] 广元市商务局. 我市大力发展商贸旅游助力打造国际旅游城市 [EB/OL]. (2025-08-18) [2026-07-25]. <https://swj.engy.gov.cn/mshow/77606852-84b8-4333-8437-1530c07ffa6c.html>.
- [25] 广元市人民政府. 广元市“十四五”推进农业农村现代化规划 (广府发〔2022〕12号) [Z]. 2022.
- [26] 广元市市场监督管理局. DB5108/T 48—2024 地理标志产品 剑门关豆腐生产技术规程 [S]. 2024-06-10.

Sustainable Development Paths of Regional Gastronomic Tourism Resources: A Case Study of “Guangyuan Haoweì”

Ding Maobin¹ Zhang Zihan¹ Yan Wang² Li Hongying¹ Li Xinlong¹ Fangqin Wang¹

1.School of Economics, Sichuan University of Science & Engineering, Yibin;

2.Fanzhen Central Primary School, Daiyue District, Tai'an

Abstract: Local gastronomy integrates ecological resources, agriculture, cultural heritage and tourism. Its tourism development may result in the substitution of local ingredients with non-local alternatives, cultural homogenization, food waste and leakage of community benefits. Based on Guangyuan policy documents and publicly available cases from 2021 to 2026, this paper examines “Guangyuan Haoweì” through four dimensions: resource base, value transformation, environmental constraints and governance feedback. The findings show that Guangyuan has established a foundation combining local ingredients, dishes, culinary skills, cultural settings and food maps, yet remains constrained by fragmented inventories, weak place-of-origin experiences, insufficient integration of environmental criteria into brand certification, unstable local supply chains and inadequate environmental evaluation. The paper proposes classified resource inventories, a three-tier product system, embedded green standards, whole-process waste prevention and circular management, community benefit sharing and digital monitoring to establish a closed governance loop of admission, evaluation, rectification and exit.

Key words: Local gastronomy; Tourism resources; Sustainable development; Resource and environmental governance; Guangyuan Haoweì