# 赣菜饮食营销战略中国经济论文

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-02-12

*从体验的角度来看,餐饮业整体上应属于为创造消费者愉悦经历的体验型行业,它创造价值的形式是：以餐饮店的设施、设备与环境氛围为道具和舞台,以员工的接待、服务与娱乐活动的介绍及表演为节目,使消费者融入其中,给消费者带来愉悦的餐饮体验。今天范文网...*

从体验的角度来看,餐饮业整体上应属于为创造消费者愉悦经历的体验型行业,它创造价值的形式是：以餐饮店的设施、设备与环境氛围为道具和舞台,以员工的接待、服务与娱乐活动的介绍及表演为节目,使消费者融入其中,给消费者带来愉悦的餐饮体验。今天范文网小编要与大家分享的是：赣菜饮食营销战略相关中国经济论文。具体内容如下，欢迎阅读：

关键词：赣菜营销战略经济

论文正文：

赣菜饮食营销战略

一、体验经济与赣菜饮食文化

美国学者派恩与吉尔摩合著的《体验经济》(2002年)一书中对体验经济作了精辟论述,这两位学者将人类经济形态的演进分成了4个阶段：农业经济、工业经济、服务经济和体验经济。体验经济与前三者最大的不同实际上就是经营者需利用消费大众对于亲身体验的渴求心理,将原本不需消费者亲历亲为的生产或服务过程,以一定的价格卖给消费者的经济活动。因此体验经济具有强调个性化、强调顾客参与、强调消费过程的直接体验等特征。而餐饮业在这方面有着得天独厚的优势,因为它符合体验经济下的四种消费类型：娱乐、教育、逃避和审美。

可以说,在餐饮经济内部已经蕴含了体验经济的萌芽,只不过长期以来人们没有把它当作一种经济产出的类型去利用和开发。对于赣菜饮食文化来讲,体验经济时代的到来无疑是发展的最好时机。赣菜作为中华美食文化中的一朵奇葩,有着数千年饮食文化的积淀,虽然不在八大菜系之列,但是独具特色。赣菜选料广泛、主料突出、注重刀工、制作精细,尤其突出原汁原味。从赣菜这些特点来看,完全可以满足体验消费者对于主题体验、文化体验、参与体验等多方面的要求。

二、体验经济时代下餐饮消费者的行为特点

通过笔者的实地调查,认为体验经济背景下餐饮消费者的行为呈现出如下特点：

(一)钟情个性化的经历。在体验经济时代下,外出就餐给人带来的主要是以精神愉悦为特征的心理满足,温饱已不是消费者的唯一追求,他们想要的是一种独特的,难忘的经历。餐饮消费中,这种经历可以来自于美味的菜肴、热情的服务、优雅的环境、新颖的娱乐项目等诸多因素,这不仅是大众食客的需求,更是旅游餐饮产品在体验经济时代自然提升的关键。

(二)注重高层次的需求。进入新世纪以来,经济活动的高度市场化和高科技浪潮的迅速发展,引起了人类生活方式的剧烈变化,节奏紧促、竞争激烈、变化多端取代了平缓、悠闲的生活工作方式。这种变化使得人们的感情需求日趋强烈,从笔者在一些大型餐饮机构的调查结果来看,消费者外出就餐更多的是享受生活、实现自我或是社交的目的,而不是初级的生理需求。通过这些活动就餐者放松自我、结交朋友、增进社交情感、帮助消费者实现高层次的需求。

(三)乐于主动的参与。在过去的经济形态中,消费者只能在餐厅挑选适合自己口味的成品,而在产品的设计中,并没有完全的话语权。但是体验经济时代里,这些食客不是被动的接受,而是主动的参与到食物的整个设计、生产、消费过程中,顾客需有足够的自主活动空间,自由享受各种服务设施。当参与过程结束时,游客的记忆将会长久地保存这一过程的体验。

三、体验经济时代下赣菜饮食文化开发现状

近年来,赣菜饮食文化一直呈现迅猛发展的势头,以赣菜的中心南昌为例,市政府将重点扶持以赣菜为主的20家餐饮连锁龙头企业,着力打造建设10条(个)餐饮街(城)、社区餐饮集聚点100个,形成具有南昌地方特色的赣菜品种1000个、核心菜品50个,全力打造江南美食名城。但是现阶段从体验经济角度分析,赣菜饮食文化的经营与开发还存在许多问题：

(一)盲目跟风,产品主题不强。

很多赣菜餐饮企业盲目追求多、杂、全,必然导致口味的缺失,可以说赣菜饮食文化的精髓就是在这无形中被转移和破坏的。由于家家仿照,就难以把握赣菜原汁原味的特点,使得各种经典菜肴纷纷串味,失去了赣菜原来的风味特色和魅力。

(二)品尝为主,文化体验不足。

目前赣菜饮食文化的开发基本上以品尝为主,而深厚的数千年饮食文化传统却被搁置。消费者所看到的往往是菜肴的色、香、味、形,用完餐后,留于印象中的只有一时的美味,却没有对赣菜饮食文化的深入了解,这与体验经济的特点背道而驰。

(三)享受优先,参与体验不够。

品尝美食能只能停留在人们初级的生理上的享受,而参与食物的制作和设计过程才能更多地满足人们的求知欲与好奇心,因为人们的满足感更多的是体现在心理感受的愉悦。遗憾的是,当前赣菜饮食文化产品端到旅游者面前往往是已经加工完毕的食物成品,其间的工艺则被无情地省略。

(四)杂乱无章,环境特色缺乏。

相当数量的赣菜餐饮企业在环境设计方面存在诸多问题,餐厅设计没有明晰的市场地位和主题格调,家具配套、空间分割、环境色调等都显得毫无章法;一味的效仿其它菜系餐厅的环境设计,没有立足于赣菜饮食文化创立与之相适应就餐氛围。体验经济时代的到来,意味着缺乏特色的用餐环境无法满足消费者的生理和精神需求,也无法为用餐者提供自我展现的空间和机会。

四、赣菜饮食文化的体验营销策略

从体验的角度来看,餐饮业整体上应属于为创造消费者愉悦经历的体验型行业,它创造价值的形式是：以餐饮店的设施、设备与环境氛围为道具和舞台,以员工的接待、服务与娱乐活动的介绍及表演为节目,使消费者融入其中,给消费者带来愉悦的餐饮体验。所以,餐饮业在进行营销时,要充分考虑消费者情感体验的需要,注重与消费者的沟通,发掘他们内心的渴望,站在消费者体验的角度,去审视自己的产品和服务。尤其要着力于让消费者在选择、购买、消费全过程中的获得独特、难忘的体验。

(一)行动体验营销策略建立赣菜演示练习馆。

行动体验的目标是让消费者全身心体验产品出产过程与互动,行动体验营销通过增加消费者的亲身体验,丰富消费者的生活经历。为了最大限度的调动食客的积极性,参与到赣菜佳肴的制作当中,笔者认为可以在南昌的独一处、民间饭庄、灶王爷等一些大型赣菜餐饮连锁机构设立赣菜演示练习馆,安排赣菜名厨现场演示具有代表性的赣菜,像三杯鸡、四星望月、文山肉丁以及时令农家菜。对有时间、有兴趣的游客可以通过参与体验,从赣菜的选料、加工、火候、造型、养生滋补等多方面予以全过程享受。通过体验常用的烹饪技艺,了解赣菜独特的制作方法,培养出更多的赣菜消费者和爱好者。

(二)文化体验营销策略创立赣菜文化展示馆。

赣菜源远流长数千年,历代的文人墨客、历史事件、传说故事都隐现于其菜品之中,如果能将餐饮、文化、体验三者结合起来,打造一个赣菜餐饮文化体验之旅,必定能为赣菜的发展开拓一片更加广阔的领域。笔者觉得是否可以学习民俗博物馆之方式创建一个以赣菜饮食文化为主的展示馆,此馆主要展示赣菜的历史溯源、地方名宴和特色小吃。通过广泛征集,可将赣菜烹饪典籍、理论研究成果、饮食传奇故事等内容充分展示。另外,通过将历代名厨、原料餐具、制作流程、宴席菜单、名店名菜等以丰富的形式展示于馆内,以供游客参观。把赣菜的形式与内容相互融合,让历史与现代共存,将赣菜饮食文化与体验经济有机结合起来。

(三)感官体验营销策略设立赣菜经典品尝馆。

由于餐饮产品是一个内涵很丰富的概念,作为体验经济时代下的餐饮经营者,必须将各种感官的体验融入到餐饮产品中,感官营销是以五种感官为诉求视觉、听觉、触觉、味觉与嗅觉,目标就是创造知觉体验刺激,提供美学的愉悦、美感和心理上的满足。赣菜经典品尝馆可与知名赣菜餐饮企业合作,从中抽取部分人力物力财力;集中在品尝馆内制作并销售正宗的赣菜菜点,也可建成富有赣菜传统特色的高档会所,在景区或其他区域现场制作销售精品赣菜肴,让来赣的游客既可以品尝到正宗的江西美味,又省去东奔西跑的劳顿。同时,赣菜经典品尝馆还需将特色用餐环境(视觉)、地方传统音乐(听觉)、精美餐具器皿(触觉)、正宗美味菜肴(味觉)、芬香扑鼻气味(嗅觉),形成有机整体统一风格,便于就餐者全方位的体验。

(四)情感体验营销策略筹办赣菜推广培训机构。

情感体验营销是以消费者内在的情感为重点,立足于激发和满足消费者的情感体验,使顾客对赣菜品牌产生情感的策略方法。情感营销是一种人性化的营销,它真正从消费者的感受出发,细心体察与呵护消费者的情感。餐厅应该促进消费者与餐饮产品之间的情感交流,让消费者感动与之建立良好感情联系,进而赢得消费者的忠诚度。餐饮业中服务人员则承担着与消费者进行交流沟通的角色,因此对赣菜馆中服务人员情感培训显得尤为重要。江西省相关部门和行业协会应该筹建一个专门培训推广赣菜饮食文化的机构,用以教授和训练服务人员餐饮业基本从业要求、个性化服务标准、赣菜饮食文化知识等内容。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn