

# “一带一路”战略下宁夏清真餐饮品牌提升战略研究

王磊<sup>1,2</sup>, 冯健<sup>1</sup>

(1. 宁夏大学 人文学院旅游管理系, 宁夏 银川 750021;

2. 中国科学院 地理科学与资源研究所, 北京 100101)

**摘要:**在“一带一路”战略背景下对宁夏清真餐饮产业进行了SWOT分析,提出了宁夏清真餐饮产业品牌提升应依托清真餐饮文化资源禀赋以及现有餐饮产业布局 and 规模,以标准化、特色化战略为主,通过“挖掘品牌内涵——整合品牌载体和品牌要素——培育品牌知名度——提升品牌形象”的路径,实现弘扬宁夏地方清真餐饮文化,扩大清真餐饮经营规模,增强民族文化自豪感和认同感,提高餐饮业服务水平的目标,最终形成具有浓郁回乡特色的清真餐饮产业。

**关键词:**宁夏; 清真餐饮; 品牌

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 1009-9545(2016)03-0022-04

## 一、引言

“一带一路”战略是目前我国拓展对外开放合作的重要战略,宁夏作为国内首个内陆开放型经济实验区,是中阿合作的桥头堡和丝绸之路经济带的战略支点。<sup>[1]</sup>作为回族文化一部分的清真餐饮文化既是实现宁夏与广大阿拉伯国家“民心相通”的重要纽带,也是宁夏“建设特色鲜明的国际旅游目的地”最具辨识性的垄断性资源。

中国清真饮食是伊斯兰饮食规范同中国传统饮食文化结合后产生的饮食文化类型,在中国饮食文化体系中占有举足轻重的地位。在当前食品安全成为国人关注焦点的背景下,清真食品以其良好声誉、口碑以及安全性获得了越来越多人的认可。<sup>[2]</sup>

宁夏作为回族人口最多、最集聚的省份,清真食品产业是其发展特色民族经济的主打品牌,<sup>[3]</sup>宁夏与世界穆斯林文化相近、习俗相通,具有发展清真食品产业独特的人文环境、区位优势和产业基础。<sup>[4]</sup>但是,目前宁夏清真餐饮业缺乏统一和鲜明的品牌形象,这就导致了清真餐饮业空间分布较为分散,企业规模、产品类别、品牌知名度以及市场规模都处在一个产业发展的初始阶段。其实,清真不仅仅是一个概念,亦可树立品牌。<sup>[5]</sup>因此,在“丝绸之路经济带”战略背景下,如何

塑造、提升宁夏的清真餐饮业品牌,具有一定的现实和理论意义。

## 二、宁夏清真餐饮产业发展 SWOT 分析

### (一) 优势

1. 清真餐饮文化底蕴丰厚。宁夏素有“塞上江南、鱼米之乡”的美称,适宜的气候环境,“天下黄河富宁夏”的灌溉条件,使这里物产丰富,为宁夏餐饮文化的发展奠定了坚实的物质基础。宁夏在饮食习惯上深受回族风俗习惯的影响,清真文化对当地影响深远。

2. 初具饮食文化声誉。当前宁夏的餐饮业呈现出蓬勃发展的良好态势,“中国清真餐饮看宁夏”的形象在全国已初步形成,宁夏也被誉为“中国清真美食之乡”。

3. 业态发展势头良好。随着宁夏与阿拉伯国家合作的不断深入,其清真餐饮产业规模不断扩大,与此同时,与本土餐饮文化相结合,自身特色愈发突出。目前,有数万家各类清真餐饮经营单位,餐饮产品有300多个花色品种。其中不乏有“中华名小吃”等优质菜品。还拥有德隆楼、老毛手抓等“中华餐饮名店”。

4. 清真餐饮相关支撑产业较为发达。以伊利、金河、夏进为龙头的奶制品加工企业达20家,

收稿日期: 2016-06-14

基金项目: 宁夏高等学校科研项目(NGY2015014)

作者简介: 王磊(1981-),男,副教授,博士研究生,主要从事旅游地理、旅游企业文化等研究。

2015年奶产业产值突破130亿。以盐池、同心、红寺堡为重点的羊畜产业优质饲草种植面积达到420万亩,羊只饲养量达到620万只,肉牛23万头,草畜产业实现产值11亿元以上。这些优势产业势必会为宁夏清真餐饮产业的发展提供坚实的基础保障。

### (二) 劣势

1. 清真餐饮品牌与地区整体品牌形象衔接不够。就目前宁夏总体形象而言,无论是网络媒介还是官方宣传的内容,如“塞上江南 神奇宁夏”与当地特色饮食难以产生紧密的联系,难以让当地居民和旅游者联想到本地的清真餐饮特色。

2. 餐饮业服务质量有待提高。与东部经济发达地区相比,宁夏服务人员的知识水平和素质还有一定差距,服务质量亟待提高。从业人员大多存在专业文化知识水平不高的问题。餐厅经营者大多文化素质不高,缺乏管理现代企业的能力和经验。观念落后,思路不开阔,缺乏对相应的现行法律和政策知识的掌握,更谈不上运用法律知识和政策保护自己的合法权益,造成企业管理只能在低水平、低层次徘徊。

3. 餐饮企业在品牌形象塑造方面各行其是,缺少统一规划。将宁夏清真餐饮作为统一品牌进行打造和提升,就必然要涉及对餐饮企业各自的品牌发展策略进行统筹协调,然而,对已成形的餐饮业布局 and 经营习惯进行变革将面临相当大的挑战。

### (三) 机遇

1. “一带一路”战略机遇。“一带一路”战略覆盖面广,涉及亚、欧、非众多国家和地区,涵盖总人口约44亿,经济总量达21万亿美元。其沿线绝大多数是发展中国家和新兴经济体,其中有57个伊斯兰国家,与宁夏开展互助合作的前景十分广阔,有利于清真餐饮业的大发展。

2. 多层面营销宣传机遇。宁夏全区开展的各种推介和交流活动,如中阿论坛、回商大会、“塞上江南 神奇宁夏”旅游推介会等,为宁夏清真餐饮产业的跨越式发展营造了良好的发展环境,宁夏清真餐饮企业也从中获得了提升知名度和美誉度的契机。

3. 产业政策机遇。《宁夏清真餐饮产业发展规划纲要(2009年-2020年)》中明确指出,2009年至2020年期间,将宁夏打造成“中国清真饮食

文化的美食天堂”。这一针对清真餐饮产业发展的专门规划对宁夏清真餐饮业的品牌提升将会起到积极的促进作用和政策支持。

### (四) 威胁

1. 国内其他地区的竞争。竞争主要来自两个方面,一是,外省知名餐饮企业陆续进军宁夏市场,比如:传统名店东来顺,餐饮新锐绿茶等,这对宁夏本土清真餐饮企业的发展带来一定的威胁。二是,从清真品牌来看,“清真”已不仅仅是宁夏本土餐饮企业的特色,新疆、青海、内蒙古等地的一些清真餐饮企业也纷纷加入清真品牌的打造上,这使得宁夏清真餐饮业因市场集中度过高和竞争加剧而面临生存和发展的严峻挑战。

2. 清真餐饮的假冒现象。宁夏本地以及国内其他地区出现假冒清真餐饮(尤其是清真饭店)的现象时有发生,清真餐饮形象产生了一定的负面影响。

## 三、宁夏清真餐饮业品牌提升路径

### (一) 提炼清真品牌,统一餐饮形象

提炼宁夏的品牌本体,既本底特色和显著标志,将其与清真餐饮企业的品牌标志有机结合,使宁夏形象与清真餐饮形象交相呼应,相互凭借,从而做到本地总体形象与清真餐饮业的形象同时向外界投射,便于当地居民的认同,尤其使旅游者无论在接触宁夏还是清真餐饮时都能产生交互性的联想,形成类似“宁夏+清真餐饮”或“宁夏=清真餐饮”的深刻印象。



图1 清真餐饮企业品牌标志的规范

### (二) 丰富清真菜品,培育清真菜系

注重清真餐饮业产品文化的挖掘整理工作,深入发掘宁夏地方传统餐饮文化的商业价值,以内涵式发展提升宁夏清真餐饮的文化品位。

1. 总结历史,挖掘内涵。通过建立清真餐饮专家团队,加大对宁夏本土清真菜理论与历史文化挖掘,在创意和附加值上可以根据当地菜品的名称、来历、典故对其在盛装方式、使用方法、介绍的形式上赋予文化内涵,从而提升服务的价值与品质,为地方菜创新发展夯实基础。

2. 创新产品, 开发菜肴。大力推进地方清真餐饮企业的创新发展, 加强与其他知名菜系的融合。在制作工艺上既要保留传统的烹饪工艺同时要创造出符合现代烹饪的技术, 独创出一些有较高实用性和文化性的新菜品。在学习借鉴的基础上, 创新、开发宁夏传统清真菜肴、风味名小吃。

开展宁夏清真传统、特色名菜、名点、名宴的研发、挖掘整理工作, 统一制作标准、宣传标准, 报政府组织验收后确定为“宁夏清真餐饮名菜、名点、名宴”。

3. 协调统一, 形成菜系。相关餐饮企业各自推出或研制创新一道或几道最为拿手且最能代表各自特点的清真菜肴(也可以是一套清真宴席), 以提升清真餐饮品位, 带动整个菜系品牌形象的提升, 经相应部门和专家的认定后给予官方的认证。鼓励名店将这些清真菜肴(或宴席)及时申请专利, 这些创新研制菜品与“清真餐饮名店”联合品牌相呼应, 通过此举使各家名店在经营传统清真菜肴并开展良性竞争的同时, 各自拥有一个能够相互区别、相互呼应的特征, 使每家清真名店都有机会成为消费者“吃在宁夏”这一印象中不可被分割、不可被遗漏的完整品牌链条中的一环, 并最终形成宁夏清真菜系。

### (三) 打造龙头企业, 发挥带动作用

采取措施培育一批具有竞争力的大型餐饮企业。利用龙头企业、老字号企业、品牌企业的巨大影响力, 推动品牌经营理念和连锁经营等现代模式在全行业普及。

1. 加大对“老字号”餐饮企业的扶持力度。以商务部推行实施的“振兴老字号工程”为引领, 指导宁夏“老字号”企业兼容并蓄, 在传承传统美食文化的基础上, 不断创新, 努力实现管理与服务的人性化与科学和, 从而增强“老字号”企业的品牌的知名度与美誉度。鼓励老字号餐饮企业的连锁经营, 从而实现餐饮业专业化、特色化、规范化和统一化的发展, 做大做强宁夏当地回族菜品特色。

2. 形成“联合品牌”。通过官方部门组织和专家认证宁夏清真名店“联合品牌”的形式, 对宁夏现有清真名店品牌进行整合和包装, 例如“五大清真名店”或“八大清真名店”。确立名店联合品牌后, 借助宁夏旅游对外宣传平台, 在与有关饮食特

色的板块中对此联合品牌进行着重宣传, 提高此联合品牌在全区以及全国范围内的知名度。同时要努力发展具有宁夏特色的“大餐饮”, 将餐饮业作为主导产业, 推动食品加工, 速食产品等领域的研发, 实现清真餐饮全产业链的发展。

3. 推动地方菜知名品牌餐饮企业的发展。将清真餐饮企业品牌培育与清真菜系、菜品创新和技术进步相结合, 发挥名店、名菜、名师的品牌叠加效应。将餐饮与旅游、会展、文化创意等产业相融合, 优化服务的形式和功能, 实现餐饮业与其他产业的交融性和关联性。

(四) 构建清真美食街区, 开展美食节庆活动  
应依托城市发展总体规划将清真餐饮业纳入城市商业网点的布局, 突出餐饮与会展、旅游、文化等产业紧密结合的特征, 在人口集聚区、产业集聚区、商务集聚区、旅游集散区, “高起点、高标准、高品味”地发展特色美食街区, 培植一批美食城、美食村镇, 并使聚集式餐饮点的位置、功能与社区居民的日常需求相适应, 与外来消费者的特殊需求相适应。在外地打造若干宁夏餐饮集聚区, 增强宁夏饮食的集聚效应。

1. 融休闲和饮食于一体的餐饮美食园。在公园、广场等休闲设施中开辟一定空间和场地, 接纳多家商铺进行集中经营清真餐饮、小吃。

2. 主要街道建设专门的餐饮街区。在各辖区中选择一些清真餐饮经营规模较为可观的地区, 以及在游客集散地, 开辟联合经营的清真餐饮业, 力争做到在宁夏每一个地级市打造出 1-2 个特色清真餐饮街区。

通过此举, 使所处地点、经营内容各不相同的餐饮企业能够在一个较为集中的场所共同展示和提供其产品和服务, 做到“一站式”享用。消费者在一处便能品尝众多清真餐饮产品, 从而在其头脑中形成较为统一的清真餐饮品牌形象。

3. 开展丰富多彩的美食节庆活动。节庆活动不仅可以将娱乐与饮食消费二者巧妙地结合起来, 同时可以获得一定的宣传效应。另外, 节庆活动本身也构成了一种独特的旅游资源。如果特定地区的节庆活动丰富多彩, 便可以为外来游客提供更多可参与的活动, 延长他们在本地的逗留时间, 同时也能够增加旅游者的消费。

对原有的“清真美食节”在饮食类别、目标市

场、时间跨度和空间跨度四个维度上进行扩展，形成多样化的主题卖点，使消费者在参加不同类型的节庆活动时对清真餐饮获得趣味迥异的体验。

在举办美食节庆活动时，科学恰当地划定其时间跨度，使其能够与当地旅游接待的最佳时节相匹配，从而保证能够有足够的游客前来参与。在旅游景区开辟“体验型餐饮”。可以通过专门的互动的方式更加直观的感受回族饮食的文化，例如可以有专门的厨师在旁指导，游客可根据自己的喜好实现菜品的DIY，同时也可以进行趣味比赛，这样既增加了旅游的趣味性又能够为美食增添一些“快乐”的味道。

(五) 依托“一带一路”战略，实施“连锁化”与“走出去”战略

在“一带一路”战略中，清真产业既是宁夏的优势和特色产业，也是推进中阿合作的重要领域。应突出“清真”和“绿色”两大品牌，加快推进清真食品认证，加快培育大型骨干龙头企业，特别是谋划引进阿拉伯国家和穆斯林地区企业，发展清真食品产业，扩大清真食品出口规模。积极落实清真餐饮“走出去”的战略，鼓励品牌餐饮企业在宁夏区外设立连锁网点。

2012年，宁夏成为了我国第一个内陆开放型经济试验区。《宁夏建设内陆开放型经济试验区规划》明确提出将宁夏建设成为“重要的清真食品和穆斯林用品产业集聚区”，要在转变经济发展方式过程中，把宁夏逐步打造成面向阿拉伯国家和伊斯兰世界的“清真食品与穆斯林用品”产业联盟，集生产加工销售、设计研发认证、集散展示为一体的中心省份。

(六) 加强人才队伍建设，确保品牌优质形象

1. 加强对从业人员的培训力度，提升其综合素质。抓好发展餐饮业急需和短缺的技术人才的培养，鼓励企业加强在岗培训，不断提升从业人员的技术、管理和服务水平。

2. 建立清真餐饮行业的就业准入制度，实行从业人员资格认定和等级考核制度，抓好从业人员的岗前培训、在职培训和职业技能鉴定工作，引进和使用优秀餐饮业人才。

3. 建立校企合作机制，搭建餐饮专业人才的教

育、就业、职业发展培养平台，为宁夏市餐饮行业输出高学历的专业人才。

4. 大力发展职业教育，建立以市场需求为导向的人才培养机制。支持和引导各类院校增设相关专业，加快培养多元化、复合型的清真餐饮人才。对各类教育培训机构、企业、园区等开办人才实训基地，地方政府给予适当资金补助。制定吸引人才的优惠政策，为人才发展提供优良环境。

#### 四、结语

宁夏应在“一带一路”的战略背景下，把握国务院《关于加快发展旅游业的若干意见》和宁夏打造“中国清真饮食文化的美食天堂”战略等重要历史机遇，以清真餐饮为基础，通过塑造清真餐饮品牌，整合清真餐饮产品创新、清真餐饮文化、技术、投资与市场等优势，将特色资源与优势品牌的结合，打造宁夏特有的清真菜系，最终形成具有浓郁回乡特色的清真餐饮业。

参考文献：

- [1] 段庆林. 宁夏打造丝绸之路经济带战略支点构想[J]. 新商务周刊, 2014, (14): 74-77.
- [2] 陈文祥. 伊斯兰清真食品内涵新论[J]. 中国穆斯林, 2014, (5).
- [3] 李自然. 浅谈清真食品的界定[J]. 回族研究, 2004, (4): 170-174.
- [4] 杨连臣, 霍正元. 宁夏市清真产业发展思路[J]. 现代商业, 2014, (9): 61.
- [5] 杨柳. 中国清真餐饮产业发展思路的探索 / 中国回商文化[M]. 银川: 宁夏人民出版社, 2009: 190-195.
- [6] 龚静, 李自然. 浅谈品牌建设中“清真”、清真元素的性质及清真品牌差异化竞争中应注意的问题[J]. 回族研究, 2014, (3): 117-119.
- [7] 马平, 东梅. 宁夏清真食品国际贸易策略研究[J]. 回族研究, 2013, (4): 50-52.
- [8] 杨小波, 刘敦华. 宁夏清真食品产业发展现状[J]. 农业科学研究, 2011, (6).
- [9] 杨韶艳. 宁夏清真食品产业竞争力探讨[J]. 农业科学研究, 2010, (3).

(下转第34页)

旅游专业人才的培养,建设优质、专业、新型的旅游人才队伍。优秀的导游不仅带给旅游者优质的服务,把旅游景点讲解、介绍给旅游者,而且会随时随地宣传城市的人文、地理等,让旅游者体验到一次难忘的旅游经历。

2. 从旅游企业来看,景区、旅行社、宾馆重视企业组织结构与竞争,创新盈利模式,景区应增加其他娱乐项目,弥补新疆景区分散的不足,增加单个景区的游览时间;通过定期举办特色旅游文化节,丰富景区游览内容。旅行社要创新旅游产品,设计最优的旅游线路,加强与内地旅行社的合作,以扩大客源市场;宾馆提高服务质量,在饮食、住宿上给游客以舒适。以哈密为例,其

需求因素排名较低,可以通过开发、创新人文旅游资源,环形旅游线路,以增加其旅游资源的吸引力。

3. 最后,要加大宣传提升服务。利用互联网、电子商务等新平台,新技术,加强旅游产品的推广与宣传。在宣传方式上,一方面要进行官方宣传,例如制作旅游宣传片、组织大型旅游文化节等。另一方面,可以利用大众媒体宣传,通过微博推广、业余旅游者拍摄的视频来宣传。另外,通过与内地旅行社的合作,制作宣传手册,来吸引内地游客。只有多种方式相结合才能提高旅游景区的知名度,扩大客源市场。

## Enhance the Competitiveness of the Tourism in Xinjiang Under the Background of the "Silk Road Economic Belt"

LIU Ya-hui, MENG Yong-sheng

(School of Economics, Xinjiang University of Finance and Economics, Urumqi, Xinjiang 830012)

Abstract: Xinjiang has vast land and abundant tourism resources. In recent years, tourism industry has better developed with increasing competitiveness, but there are significant differences levels of development of the tourism from city to city. Therefore, this essay is based on the Porter "diamond model" theory to analyze the Xinjiang tourism industry competitiveness index system, by factor analysis to measure tourism industry factors of 14 cities in Xinjiang. The result shows that the tourism competitiveness of different states in Xinjiang are quite various, so we give reasons both from the external conditions of supply and internal demand conditions. Finally, we give specific recommendations to enhance the tourism industry competitiveness.

Keywords: Xinjiang; tourism industry; competitiveness; factor analysis

(上接第 25 页)

## On the Brand strategic Improvement of "the Belt and Road" in Halal Catering Industry in Ningxia

WANG Lei<sup>1,2</sup> FENG Jian<sup>1</sup>

(1. Tourism Management Department, School of Humanity, Ningxia University, Yinchuan, Ningxia 750021;

2. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101)

Abstract: Under the background of "The Belt and Road" strategy, with the SWOT analysis of Ningxia Halal food industry, the authors put forward the Ningxia brand of Halal food and beverage industry should rely on Ningxia Halal diet culture resources endowment and the existing catering industry layout and scale, at the same time, standardization and specialization should be taken at the first place. Through the "dig the connotation of the brand carrier, integration of brand and brand elements, cultivating brand awareness, enhance brand image" path, we should carry forward the Ningxia local Halal food culture, expand the scale of halal food and beverage management, enhance the national cultural pride and identity, improve the service level of local social grand target, and finally forms with rich return characteristics of Halal food industry.

Keywords: Ningxia; Halal catering industry; brand