韩式饮食在青岛的地方化
——兼论跨国移民对城市地方性的重构

周雯婷[1],丁哲璇[2],金玉实[3],刘云刚[4,5]

(1. 广州大学管理学院,广州 510006;2. 筑波大学生命地球科学研究群,筑波 3058572;3. 青岛大学商学院,青岛 266071;4. 华南师范大学地理科学学院,广州 510631;5. 华南师范大学北斗研究院,佛山 528225)

摘要: 跨国流动赋予了地方多样化的文化特质,跨国移民深刻影响着城市地方性的建构。在韩资与韩国移民流入和流出青岛的动态背景下,本文采用定量与定性相结合的方法,探讨了韩式饮食的地方化及其对青岛地方性重构的影响。研究发现,韩式饮食在青岛的地方化,国家尺度下受中韩贸易往来的影响,形成"韩资–韩国移民–韩式饮食"的链式反应;城市/社区尺度下呈现城阳片区移民社区大集聚、各行政区小集聚的空间扩散特征;社群尺度下通过"生产–消费"的日常饮食实践逐渐融入当地居民的日常生活及饮食体系。通过前后发展阶段的叠加,外来的韩式饮食在本地逐渐形成了新的文化根基并成为青岛的新地方特质。青岛地方性重构背后蕴含了城市人口及资本国际化、地方经济转型、多元文化消费、旅游国际化等多重背景意涵。本研究探讨了全球地方化背景下跨国要素在中国的地方化机制,对我国城市应对今后跨国经贸格局及移民结构变化带来的挑战具有积极的参考意义。

关键词: 地方性;全球地方化;族裔饮食;跨国移民;青岛

CSTR: 32071.14.dlyj.20250350 DOI: 10.11821/dlyj020250350

1 引言

1978年改革开放以来，中国正在由移民输出国向移民输出和输入并行国转变，中国城市的国际化建设也已进入引资（资本国际化）和引人（人口国际化）并进的新阶段[1]。第七次全国人口普查显示，2020年居住在中国（数据暂未含港澳台等地区）的外籍人员达845,697人，比2010年增幅42%，来自缅甸和越南的移民快速增长并一跃成为排名前二的移民群体，韩国移民以59,242人退居第三，人口规模不足2010年的一半[2]。跨国移民作为一种建构地方意义的新主体，其日常生活、空间实践均深刻嵌套在不断协商和建构的人地关系之中[3]。跨国移民社会空间作为移民空间实践的产物和结果，也时刻在移民的人地互动过程中重构演化，成为一个差异和冲突被不断消融、协商和生产的争议地带[4]。因而跨国移民及其族裔空间成为城市文化多样性的重要因素，也深刻影响着城市地方性的特征演变。随着中国内外经济结构的调整，外资在华发展及移民人口存在流入和流出的动态变化。当对华经贸往来发生调整，尤其是某一特定国家的外资外企减少时，可能相应带来该国移民群体的人口规模缩减。那么，该移民群体的生活方式是否会在城

收稿日期: 2025-03-26;**录用日期:** 2025-08-25

基金项目: 国家自然科学基金项目（42371246）;教育部人文社会科学研究青年基金项目（23YJCZH334）

作者简介: 周雯婷（1986-），女，广东茂名人，副教授，硕士生导师，主要研究方向为社会文化地理学、旅游地理和跨国移民研究。E-mail: lyzhouwt86@gzhu.edu.cn

通讯作者: 刘云刚（1973-），男，内蒙古呼和浩特人，教授，博士生导师，主要研究方向为政治地理学、城市地理学、生活空间论。E-mail: ygliu@scnu.edu.cn

中国知网 https://www.cnki.net

市中继续留存与如何留存？是否会对城市的地方性特征产生新的影响？这是全球经济格局变动背景下，中国城市发展面临的新问题与新挑战。

在全球地方化浪潮中，受全球资本、跨国移民、多元文化等新要素的冲击与影响[5]，学者们关注流动性、外资、跨国移民与地方之间的互动关系及其对地方的影响，以及在此过程中地方性的演变和重新定义[6]。以往研究关注到外资与移民流入城市后，对城市经济结构和社会空间的重塑，尤其以跨国移民社区、族裔经济活动、社会网络等研究居多[7-9]。在移民人口频繁流动和更替的背景下，部分城市的移民空间出现了旅游化现象[10]，也即从移民群体的日常生活空间向为居民和游客提供以族裔为主题的休闲、消费和娱乐空间转变[11]。尽管已有研究关注到移民人口减少后族裔空间的结构、形态和功能的变化，但大多限于小尺度的移民与社区互动，更大尺度下移民与城市如何互动并影响城市地方性的特征演变，仍是未解的重要课题。以与韩国经贸往来密切的青岛为例，21世纪后韩资企业及投资份额迅速增长，带动了外资主导型韩国移民的到来，人口规模长期保持在5万~6万人。韩国移民的青岛聚居为城市带来了饮食、文化、习俗等异域特色，以韩式饮食为代表的族裔资源与文化逐渐成为青岛地方魅力与文化底色的组成部分。近年来青岛吸引的韩资规模已出现明显下滑趋势，韩国移民人口规模也随之大幅缩减。随同韩国移民流入青岛的韩式饮食，在韩资和韩国移民逐渐撤出青岛后又如何演变？韩式饮食是否能继续留存青岛？

基于以上问题意识，本文基于结构主义与人文主义叠加的地方性理论视角，探讨在韩资和韩国移民流入和流出青岛的动态背景下，韩式饮食在青岛的地方化及其对青岛地方性重构的影响。本文追踪外资和移民撤离后城市社会空间的发展动态，以族裔饮食为切入点开展跨国要素与地方性的交互研究，在实践层面回应外资流出后跨国移民生活方式如何在城市中留存、演变与再生产的现实问题；在理论层面回应全球地方化的实践机制及跨国要素作用下的地方性形成原理，动态和系统地捕捉城市地方性的景观重组与关系转化，助力城市积极应对外资和跨国移民流动变化带来的挑战，为推动跨国移民社会空间与本地社会协同耦合的地方构建提供参考建议。

2 研究理论

2.1 移民与地方性

地方性（Placeness）通常指一个地方区别于其他地方的独特性、文化内涵和特殊意义[12]。作为地理学中的关键概念，地方性的形成机制主要有结构主义与人文主义两种解释[13]：结构主义强调地方性是“由外向内”的建构性、“浅层-深层”的结构性、“物质-实践”的物质性三者合一的结果，地方产生于与外界的联系中，地方性取决于地方在区域系统甚至是全球政治经济格局中的位置；人文主义则认为地方性是“由内向外”的内需能动性和“个体-日常”的流动性所持续塑造的产物。

地理学者长期关注地方性如何在社会中塑造与被塑造，及其在空间中的表现方式，包括地方的象征性、表演性和日常实践[12]。地方性的相关研究已积累了丰硕成果，但尚有不足。在机制分析上，结构主义与人文主义机制相互独立，将地方性生产割裂为或由宏观结构主导，关注经济转型、制度政策、资本竞争、阶层关系等外部动力[14, 15]如何塑造与重构地方特质；或由日常的主客体互动所塑造，通过情感联结、怀旧记忆、身份认同等内生要素[16, 17]的个体化互动，关注日常生活层面的在地内涵和文化魅力的生产。现实中，结构性力量往往通过积极的个体实践得以在地体现，而个体能动性也常在制度框架内被激发或约束，两组机制间存在相互嵌套与协同塑造的内在联系。因而应将结构主

中国知网 https://www.cnki.net

义与人文主义的地方性诠释框架进行叠加，整合为兼具“短期-长期”“宏观-微观”“制度-情感”“他塑-自塑”等特点的综合性机制，将地方性的生产与重构置于多维张力与互动的动态进程中来理解[18]。

在研究对象上，既有研究聚焦传统村落[15]、艺术区[13]、民族社区[17]等小尺度空间，关注本土原生的景观、遗产与习俗等文化要素对地方性的塑造，对跨国力量对地方性的消解与重构等关注不足。在全球化背景下，跨国资本开始进入中国的城市、乡镇等空间，其介入不仅重构了本土的生活方式、景观形式与消费语境，更对原有地方性内涵造成了冲击[5]。但大多学者认为地方自身具有的文化韧性使地方性不会轻易被单向消解[19]，而是在全球与地方的博弈过程中交互、融合与重构，最终使全球资本追求的标准化、高效率、商业价值与地方独特魅力并存[20]。在全球-地方的动态张力系统下，地方性呈现为涵盖地方要素与非地方要素的文化杂糅：地方要素被编织进全球语境中为他地所用，而非地方要素在本地形成新的文化根基并最终成为新的地方特质[19, 20]。因而地方性可被视为全球-地方互动过程中多重尺度力量不断拼装、解构与再聚合的产物，并涌现为动态生成、持续演化的特质[21]。与此同时，跨国移民与地方的互动研究主要聚焦跨国移民群体对城市空间和地方意义的塑造、地方感知等。如基于跨国商贸主义[7]、空间生产[22]或因果积累机制[23]等探讨移民社区的空间形成和机制，聚焦族裔经济区的社会经济特征[8]和形成机制[9]等，通过移民社区、商业经济网络或宗教场所的地方嵌入，移民重构了地方空间的功能与意义，从中能解读全球化进程对中国城市社会空间的影响，揭示了从结构主义视角解读移民与地方互动的重要性。在地方意义和感知方面，基于地方性知识视角下早期广州报纸通过有污名化符号意味的非裔空间地图，构建了当地居民对非洲移民及其社区的地理想象[24]；跨国精英移民对迁入城市地方景观的分析指出，正面的地方意义解读有助于移民产生地方认同和整合的跨文化认同模式[25]；非裔移民对广州的地方感构建呈现出“地方满意度>地方依赖>地方信任>地方依恋>地方认同”的特征[26]，上述研究侧重于从人文主义视角解读移民如何通过日常实践影响和构建地方。

然而，鲜少有研究同时结合结构主义和人文主义视角来开展移民与城市的互动研究，且上述研究聚焦外资和移民流入城市背景下，跨国移民如何重构城市空间和地方意义，但对跨国移民与地方性的互动、外资和移民流出后地方性的重构关注不足。因此，需要突破“本土原生文化与地方性”的经典研究路径，关注结构主义与人文主义叠加的视角下，跨国资本、跨国移民与多元文化等全球要素在中国城市空间中如何演变，及其如何影响地方性的重构。

2.2 移民、族裔饮食与地方互动

族裔饮食（Ethnic Food）在移民研究领域中长期被视为重要的议题之一，其是移民群体流动带来的生活方式的重要表征，通常具有非本土的食料来源、独特的烹调风味、族群语言的招牌和菜单标识，及具有母国文化意涵的饮食经营方式等特征[27]。族裔饮食的发展与演变贯穿了移民流入和流出的整个迁移过程，在个人/族群、社区、城市甚至是国家等不同尺度上展现了与地方互动的过程和结果，鲜明而生动地展演了全球要素在城市空间中的演变。

在个人/族群尺度，族裔饮食是移民适应地方、维系文化记忆、增强情感认同的重要手段，如族裔餐厅为来华非裔群体复刻了熟悉的文化氛围，有助于维护其身份认同的稳定性及提供快速融入当地的途径[28]。主流社群通过族裔饮食消费塑造对移民群体的文化认知[29]。族裔食物带来的风味印象会影响其对移民群体的情感偏向，对少数族裔的接纳与排斥也会反映在对异国风味的接受与拒绝中[30]。因而由移民群体经营的族裔饮食餐厅

中国知网 https://www.cnki.net

被视为兼具象征性与政治性的有界空间，形成“我者–他者”“主流–边缘”的空间与权力互动[29]，成为不同族群间邂逅并协商文化差异的重要场域[31]。

在社区尺度，族裔饮食受族裔社区和族裔经济的不同发展阶段影响，如早期芝加哥学派关注到族裔餐厅是如何成为移民就业、维持生计与社会融入的策略[32]，帮助其缓和在当地社会被排斥、歧视、边缘化的消极状况[33]；后期则可能融入主流社会服务于本地居民与游客，出现族裔经济向族裔文化经济的转变[34]。在此过程中，族裔饮食逐渐完成在地化，消费者结构中族裔/本地社群的占比变动、餐厅经营逻辑的调整（从身份认同、族群关系的社会文化逻辑到租金、成本、市场需求的经济逻辑）、从强调原真性到展演性的族裔文化符号使用等都是族裔饮食在地化的重要指标[11]。

在城市尺度，族裔餐厅的空间分布反映了移民的社会融合程度，移民人口密度越高、对族裔文化包容性越强、移民经营资源与主流社群对文化消费需求越充足的片区，出现族裔餐厅地理集聚的可能性就越高[35]。街区内族裔餐厅的数量与多样性成为评价移民社会融入、城市多元开放与包容性的重要指标[36]。利用族裔饮食等文化资源推行城市空间更新与打造兼具包容性与宜居性的地方品牌成为不少西方移民城市的发展策略，如唐人街、小意大利、日本城、韩国城等街道/街区建设有效推动了城市的旅游经济发展[37]，营造了吸引全球资本和高新技术人才的城市软环境[38]。

在国家尺度，族裔饮食成为移民母国在东道主国家塑造国家形象，推动国家间多方合作的文化策略。如韩国政府每年向世界各地的韩国城移民店铺提供经济援助，鼓励其以韩食为媒介，结合韩流出海产业宣传韩国文化，提升东道主民众对韩国的形象认知[39]。东道主国家也希冀通过提升当地民众对移民母国的文化好感度，与移民母国达成更深度的经贸合作。如澳大利亚鼓励唐人街自主推行更多的饮食与文化交流活动，“以食促交”为中澳进一步经贸往来提供民意基础[40]。

可见，族裔饮食作为跨国移民与地方互动实践的重要媒介，一方面可以作为理解全球流动要素如何通过个体、族群、社区、城市、国家等不同尺度对地方性产生作用和影响的切入口；另一方面又能成为政府、资本、市场、跨国移民、本地社群等不同主体间感知、博弈与协商本土文化与外来文化的场域，其中兼具移民空间治理、地方转型与发展、全球城市竞争、文化外交等诸多潜在价值的课题。然而，个人/社群和社区尺度的研究更多基于内需性的人文主义视角，城市和国家尺度的研究更多基于外源性的结构主义视角来开展移民流入后的族裔饮食与地方的互动研究，不仅缺乏多尺度多视角的系统性交互研究，对移民流出后的族裔饮食变化及其对地方性的影响等也关注不足。

3 研究设计

基于以上的研究梳理，本文基于结构主义与人文主义叠加的地方性理论视角，构建了以韩式饮食为媒介，探讨跨国要素（韩资、韩国移民）参与和影响青岛地方性重构的分析框架。该分析框架涵盖了结构主义（政策制度、经贸往来、人员交流、资本竞争下的饮食时空变迁）和人文主义（个体的日常饮食实践）的力量主体对地方性的持续作用，从“国家–城市/社区–社群”三个尺度探讨韩式饮食如何通过制度、空间和日常维度的地方化来影响青岛的地方性重构（图1）。本文采用定量与定性相结合的方法，遴选和整合了传统统计数据与政策文本、地理空间信息和实地调研三类数据，以增强实证分析的深度与广度，并弥合定量分析中难以呈现的社会文化语境与个体经验。

国家尺度，主要选取了1992年以来中韩两国发布的经贸往来数据、移民人口数据

中国知网 https://www.cnki.net

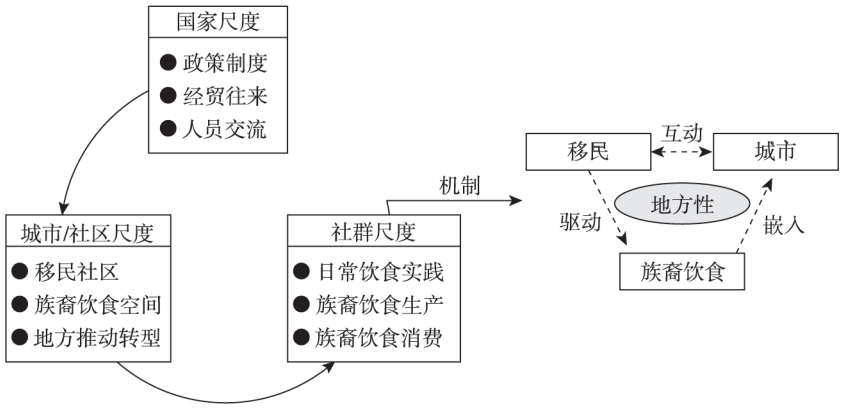


图1 分析框架

Fig. 1 Analytical framework

（第六、七次全国人口普查，韩国外交部发布的《海外在留同胞统计（재외동포현황）》）、市/镇（乡）/区的地方志、对外经贸志、青岛统计年鉴等，得到按国/地区划分的外资投资总额、新增投资项目数、实际利用投资额等数据，从整体上把握韩资、韩企、韩国移民在中国和青岛的动态时空演变。

城市/社区尺度，主要使用高德地图饮食门店的POI数据，源数据包括青岛市内全部饮食门店的名称、餐饮类别、经营内容、详细坐标、联系方式等信息，通过热力图呈现不同年份（2013、2015、2017、2019、2021、2023年）韩式饮食在青岛的时空变迁。合计采集数据31.88万条，基于人工筛选法识别韩式饮食店铺，操作流程为：通过行业分类初步筛选以“韩国料理”“朝鲜族料理”“韩（朝）式饮食”为类别的条次；根据店名是否包含韩语或韩食相关内容进行判断，对存疑数据通过查询工商登记信息进行再确认；与大众点评、美团等平台信息进行交叉比对与复核，最终得到6,630条有效记录。

社群尺度，主要通过深度访谈、问卷调查和参与式观察等获取一手数据。2023年8月开展为期一周的预调研，后续于2024年10月至2025年6月期间多次追加补充调研。调研期间共对韩餐馆经营者和从业人员共7名开展了深度访谈，访谈内容围绕其经营内容和策略、消费者构成、未来发展等议题展开（表1）。问卷调查于2024年7月、9月与2025年6月分三次开展，共发放问卷793份（线下637份，线上156份），其中有效问卷577份，有效率为72.76%。样本覆盖青岛各个行政区，问卷调查内容涵盖人口基本属性、韩餐消费行为、满意度、情感体验和多元文化认知等项目，以获知当地居民对韩式饮食的消费与认同情况（表2）。同时，为弥补问卷访谈法对现象把握的局限，通过对15家韩餐厅的参与式观察，记录其空间布局、菜单设计、服务语言及经营者和消费者的行为，捕捉韩式饮食在地方化过程中的符号呈现与日常实践的数据材料。

表1 访谈者属性表

Tab. 1 Attributes of interviewees

属性	分类	编号	人数
性别	男		4
	女		3
年龄（岁）	[20, 30)		1
	[30, 40)		2
	[40, 50）		3
	[50, 70)		1
身份	中国经营者	No. 1	1
	韩国经营者	No. 2、No. 3、No. 4	3
	汉族员工	No. 5、No. 6	2
	朝鲜族员工	No. 7	1
访谈时长（h）	≤0.5		1
	(0.5, 1]		3
	>1		3

中国知网 https://www.cnki.net

表2　问卷调查者属性表

Tab. 2　Attributes of questionnaire samples

属性	分类	人数	百分比	属性	分类	人数	百分比
性别	男	200	34.7%	常住区域	市南区	76	13.2%
	女	377	65.3%		市北区	57	9.9%
年龄（岁）	<20	82	14.2%		城阳区	210	36.4%
	[20, 30)	259	44.9%		黄岛区	95	16.4%
	[30, 40)	113	19.6%		崂山区	87	15.1%
	[40, 50)	75	13.0%		其他	52	9.0%
	[50, 60)	37	6.4%	职业	学生	189	32.7%
	≥60	11	1.9%		企业职员/商业服务业人员/私人企业主	162	28.1%
民族	汉族	506	87.7%		事业单位人员/企业管理人员/工商个体户	134	23.2%
	朝鲜族	60	10.4%		公务员	27	4.7%
	其他	11	1.9%		其他	65	11.3%

4　韩式饮食在青岛的地方化背景

4.1　政策制度：中韩贸易与交流

韩式饮食在中国的传播和发展深刻镶嵌在中韩贸易往来与政策环境演进的宏观背景中。自1992年中韩建交以来，两国间经贸联系日益紧密，为韩国食品企业进入中国市场、韩式饮食在本地扎根提供了契机。

从中韩贸易的相关政策（表3）来看，主要经历了3个阶段[41]：① 初期阶段（20世纪90年代）：外交突破与贸易起步。韩资企业和韩国移民开始进入青岛、北京、沈阳、上海等城市，形成最早的韩国移民社区，由此带动了韩式饮食的日常消费需求。该时期韩国食品进入中国主要依赖专属超市、侨民带货、餐厅私自进口[42]，或中国朝鲜族的饮

表3　中韩交流主要事件表

Tab. 3　Major events of Sino-South Korean exchange

时间	主要事件	内容概述
1989年	首家韩资企业入驻青岛	托普顿落户青岛，开启韩资企业在青岛投资的先河
1992年	中韩正式建交	中韩双边关系正式建立，为韩资大规模进入青岛奠定基础
1994年	韩国驻青岛总领事馆设立	标志青岛成为韩国在华重点外交与经贸城市
1995—2004年	韩资企业快速增长	“劳动密集型+初级制造业”为主
2005—2014年	中韩经贸全面提升	青岛成为韩资企业第二大集聚地
2015年	中韩自贸协定（FTA）正式生效	双边贸易壁垒降低，韩国产食品、化妆品、日用品快速流入青岛市场，促进韩餐发展与品牌连锁化
2016年	建设“中韩自贸区地方经济合作示范区”	设立于青岛城阳，重点发展中韩高端制造业、商贸服务与文化消费产业
2017年	“萨德事件”引发中韩经贸摩擦	部分韩资撤资，韩餐品牌转向“去标签化”，消费出现短期波动
2018—2025年	合作机制修复与地方合作深化、推动中国（山东）自贸试验区总体方案	“一带一路”倡议与“RCEP”框架下，青岛对韩合作恢复，推动中韩高校、文化、医疗合作升级；青岛加强了区域合作（中韩海关间绿色通道互认制度）和产业合作（国际客厅引企引资、中日韩消费专区）

注：作者根据山东省及青岛市人民政府官网信息梳理。

中国知网　https://www.cnki.net

食供给，流通渠道有限、价格偏高，消费群体以韩籍居民和韩企员工为主。② 发展阶段（2000—2014年）：韩流兴起与市场放开。中国加入WTO后，中韩贸易大幅增长。21世纪初，韩国拉面、烧酒等食品通过正规渠道大批量进入中国各大超市与便利店，提升了韩式饮食的可及性与普及度。同时韩国政府开始加大“韩食全球化”战略力度，2009年设立“世界韩餐化”推进委员会，KOTRA、aT（韩国农水产食品流通公社）等机构开始在中国举办韩餐博览会与推介会，开设“韩食文化讲座”等项目，推广韩餐的制作技术与品牌运营[43]。该时期为韩式饮食在中国城市的传播奠定了基本认知框架。③ 跨国互通与本地化并行阶段（2015—2025年）：FTA签署与政策协同。《中韩自由贸易协定》的签署使部分韩国农产品和加工食品进入中国后享受关税减免，进口成本显著下降，促进了韩餐的进一步发展与品牌连锁化。同时，双方在食品标准协调、原产地认证等方面加强合作，有效拓展了食材的本地供应渠道。这为韩式饮食利用本地食材提供异国风味的在地融合奠定了坚实基础。

4.2 经贸往来:韩国对青岛的投资

因临近韩国的地理位置优势，加上机场、港口等进出口贸易基础设施完善，1989年首家韩国企业托普顿电器有限公司在青岛设立，随后韩资企业开始陆续进入青岛及周边市，青岛、烟台、威海三市成为韩国在山东省的投资重心。

韩国对青岛的投资发展可分为4个阶段（图2）：① 1989—1998年的探索期。建交前韩国共设立71家企业，以小规模投资的劳动密集型中小型企业为主。后期投资企业数增至800多家，在纤维、玩具、电子、鞋子、塑料等领域形成了一定规模[44]。② 1999—2007年的增长期。青岛提出了包括减免税收、降低贷款利率、设置产业园区与工业村等福利政策，吸引了通信与电子、通用设备、机械加工等大型企业，及服装纺织业、饰品加工业、小商品加工业等劳动密集型中小企业。在投资项目数上，韩资的项目数和直接投资额均超半数以上，凸显了韩资在青岛外资中的主导地位[45]。③ 2008—2017年的衰退期。受金融危机、中国劳动力、土地、原材料等成本上涨及城市产业结构升级转型的影响，高污染、高耗能、高成本的韩资企业发展受限。不少韩企从小额盈利陷入难以为继，韩资占青岛外资的比重大幅缩减：新增项目数平均占比降至39%，投资金额平均占比降至15%[46]。加上“萨德事件”的影响，韩资企业开始撤离或转移至东南亚地区。④ 2018—2023年的转换期。每年新增韩资企业数虽有所增加，但投资金额大幅减少。如2023年韩国投资项目占新增项目数的26%，金额不足2%[47]。来自日本、新加坡等国家的外资逐渐取代韩资在青岛的主导地位。

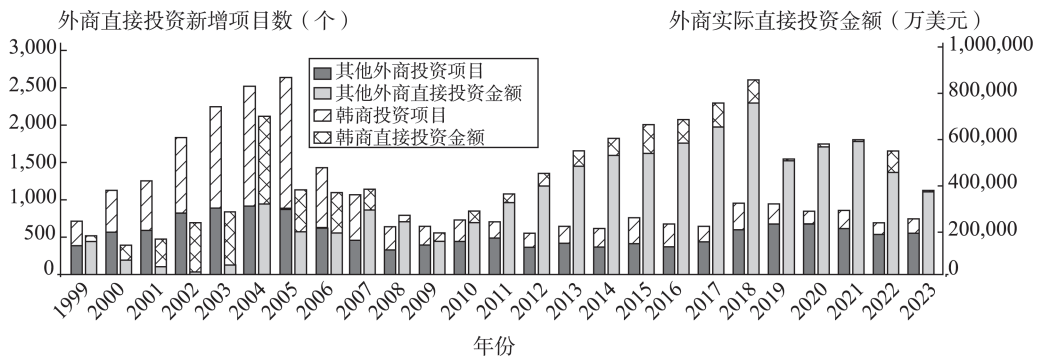


图2 韩国对青岛的投资一览

Fig. 2 Trends in the South Korean direct investment and business conditions in Qingdao

中国知网 https://www.cnki.net

4.3 人员交流：韩国移民的流动

据韩国外交部的统计数据[48]，1999年在华韩国移民42,997名，其中37%集中在山东省。2003年后统计数据精确到城市，北京、上海、天津、青岛、烟台和威海常年占据前六位在华韩国移民最多城市的位置。青岛作为韩国对华投资的第一大城市，2005年有近5万韩国移民，高峰期的2007年超过8.5万，占山东省韩国移民的近6成，占在华韩国移民总数的17%（图3）。随着韩资企业的撤离，青岛的韩国移民人口数量逐年减少，2023年跌至2万左右。目前青岛仍位列在华韩国移民最多城市的前三名，仅次于北京和上海之后。

然而，不同城市的韩国移民人口构成差异较大（图3），如北京和上海的留学生（유학생，指在华接受小/初/高等基础教育及来华交换/留学等高等教育的学生）比重较高，2021年分别占比27%和26%，2023年降至14%和13%；而青岛的韩国移民，除2011—2015年期间留学生占比在10%左右外，2015年后基本以“一般移民”（일반，指因私或因公以工作/商务/工作/探亲/生活等为目的）为主，近几年的比重基本稳定在97%左右。青岛的“一般移民”主要是韩资企业人员，大多为韩企制造业中的管理层岗位，部分为跨境贸易与仓储物流的从业者[46]。可见，青岛的韩国移民以企业主导型为主，其人口流动受韩资企业流入、流出的影响较大。在流动初期，由于韩国移民对中国社会尚不熟悉，中国朝鲜族作为跨文化中介逐渐流入青岛，承担起语言翻译、生活协助等联结功能。2008年后青岛的韩国人社会开始进入衰退阶段，中国朝鲜族则进入定居阶段，通过独立创业或从日韩赚钱到青岛买房的人口数量不断增加[49]。中国朝鲜族的定居趋势也为韩式饮食在青岛的发展和留存提供了坚实的后盾。

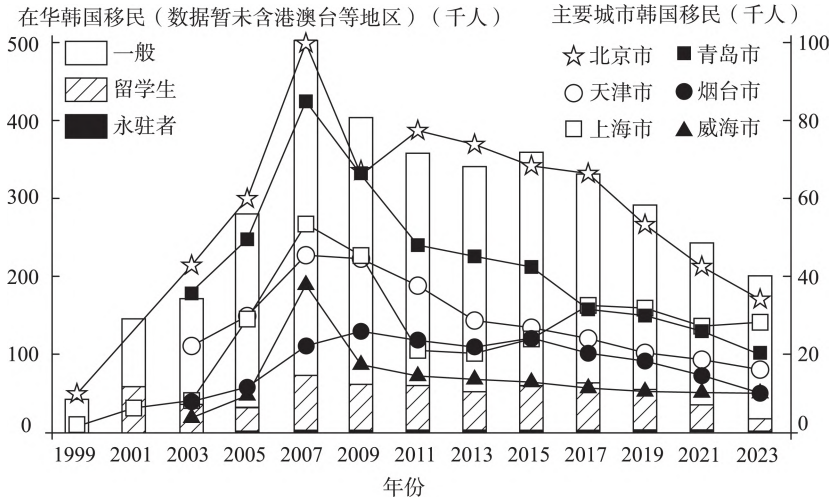


图3　在华韩国移民人口的变化

Fig. 3　Trends of South Korean population in China

注：左侧坐标对应柱状数据，右侧坐标对应折线数据；北京市2001年数据缺失。

5　韩式饮食在青岛的发展演变

5.1 韩国移民社区的变化

据青岛对外经济贸易志的记录[44]，1992年青岛韩国投资企业协会成立，同年城阳区引进30余家韩资企业，此后城阳区作为韩资企业的集聚地受到关注，尤其在城阳街道、流亭街道周边形成了最早一批涉外商住小区，包括南疃社区、北疃社区、后桃林社区、

中国知网　https://www.cnki.net

天泰小区、渤海湾小区等。这些小区是当地政府在考察首尔、釜山的现代化社区后规划设计，带有明显的韩式风格，小区内配套有韩国超市、美容院、韩国料理店等，在当时被称为“韩国村”[50]。重庆北路段由于聚集了大量韩国料理店，成为青岛知名的“韩国美食街”。市南区香港中路附近的香港花园、绿岛小区、远洋公馆等门禁社区也受到相对富裕的韩国移民的青睐。而李沧区、即墨区、崂山区、胶州市则多为产业园、小商品城、服装批发城等，形成了零星小规模的韩国移民社区，如三友公寓、领事华府、天泰馥香谷等。因而在韩资企业增长期，青岛的韩国移民分散居住于城阳区、市南区、李沧区、即墨区、崂山区、胶州市等各行政区，居住模式呈现出靠近韩资企业、产业园区、批发市场的职住平衡的空间格局。

进入韩资企业衰退期后，不少韩国移民因企业撤离离开了青岛，尤其是拥有韩资企业园区的李沧区、即墨区、崂山区、胶州市的韩国移民社区逐渐走向衰退，市南区香港中路东段的韩国移民社区也呈现同样趋势。而城阳区的城阳、流亭街道因韩式生活服务设施完善和生活成本较低，不断吸纳从其他行政区迁出的韩国移民，加上2015年韩国驻青岛总领事馆的迁入，城阳区逐渐发展成青岛最大的韩国移民社区。其以正阳中路为中枢，北达春阳路，南至礼阳路与长城路交界的奥林匹克公园，西起黑龙江北路，东抵厚城路，形成17.64 km²的“城阳片区”（图4）。城阳片区内分布有大量的韩国料理店、韩国超市、杂货店等韩式生活服务设施及韩国人学校。同时，城阳片区中的韩国移民社区也在不断更新换代，随着旧韩国移民社区（前文提到的南疃社区、北疃社区等）的楼盘老化（图5a、5b），以万科为首的品牌商业地产（如万科城市花园、万科魅力之城、万科春阳花园、青特城、水悦城等）逐渐成为韩国移民聚居的新社区（图5c）。目前青岛的韩国移民居住空间形成以城阳片区为核心，李沧区、即墨区、崂山区、胶州市、黄岛区零星分布的大聚居、小分散的居住格局。

5.2 韩式饮食的时空变迁

鉴于中国朝鲜族与韩国人的饮食文化相近，两者均是韩式饮食的经营者和消费者，本文将具有朝鲜族饮食特色的门店界定为韩式饮食消费空间，下文简称为韩式餐厅。通过高德地图的时空地图POI数据，选取2013、2015、2017、2019、2021、2023年六个年份，数据清洗后得到6,630条韩式餐厅数据。六个年份的数据依次为：231、873、1,527、1,075、1,446和1,478家。进而通过ArcGIS进行核密度分析，获得青岛韩式餐厅的时空变迁。

分析显示：青岛的韩式饮食消费空间总体上呈现出店铺数量先增长后稳定、以韩国

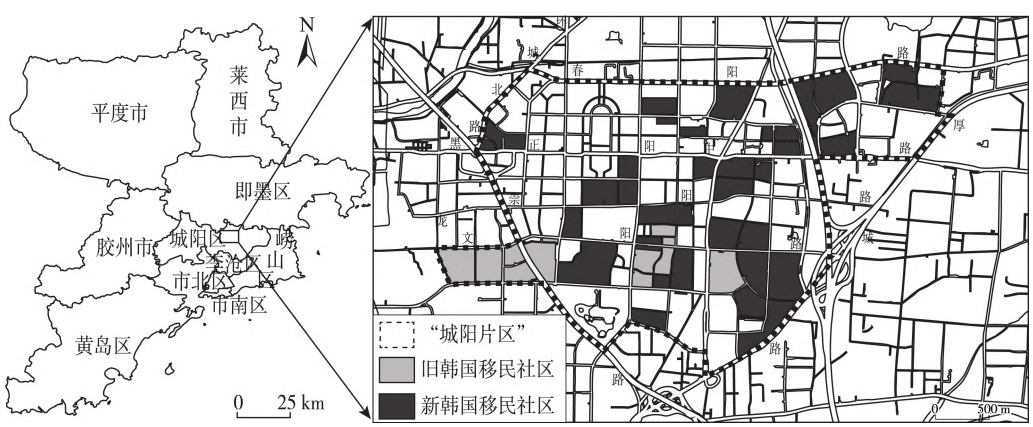


图4 青岛韩国移民社区的空间分布

Fig. 4 Distribution of South Korean enclaves in Qingdao

中国知网 https://www.cnki.net

a. 旧韩国移民社区　　b. 后桃林社区周边朝鲜族经营市场　　c. 新韩国移民社区



图5　青岛的韩国移民社区景观

Fig. 5　Landscapes of South Korean enclaves in Qingdao

注：所有图片由作者于2023年8月调研期间拍摄。

移民社区为中心逐渐向周边扩散的发展特征（图6）。首先，以城阳区韩国移民社区为核心的韩式饮食消费空间基本形成，成为韩国移民满足日常饮食需求与本地居民体验韩国文化的重要消费空间。城阳区的韩式餐厅数量，从2013年的69家增至2015年的311家、2017年的448家，随后基本保持在300~400家水平，2023年为405家，约占全市韩式餐厅总数的27%；经营业态上，以韩国移民和中国朝鲜族经营的店铺居多，既有面向韩国移民的传统韩国料理，如参鸡汤、脊骨汤、牛骨汤饭等；也有经过味道改良并融入当地饮食的韩式风味，如韩式烤肉、拌饭、炸鸡店、汉堡店、咖啡厅等（图7a）。韩式饮食的连锁化、品牌化和外卖化已成为常态。其次，“旅游+”背景下韩餐的涌现和普及。得益于近年来城市旅游的快速发展，市南区和市北区吸引了大量游客，两区的韩式餐厅数量从2013年的45家增至2023年的239家，占比16%。其中香港中路一带的日韩料理一条街，

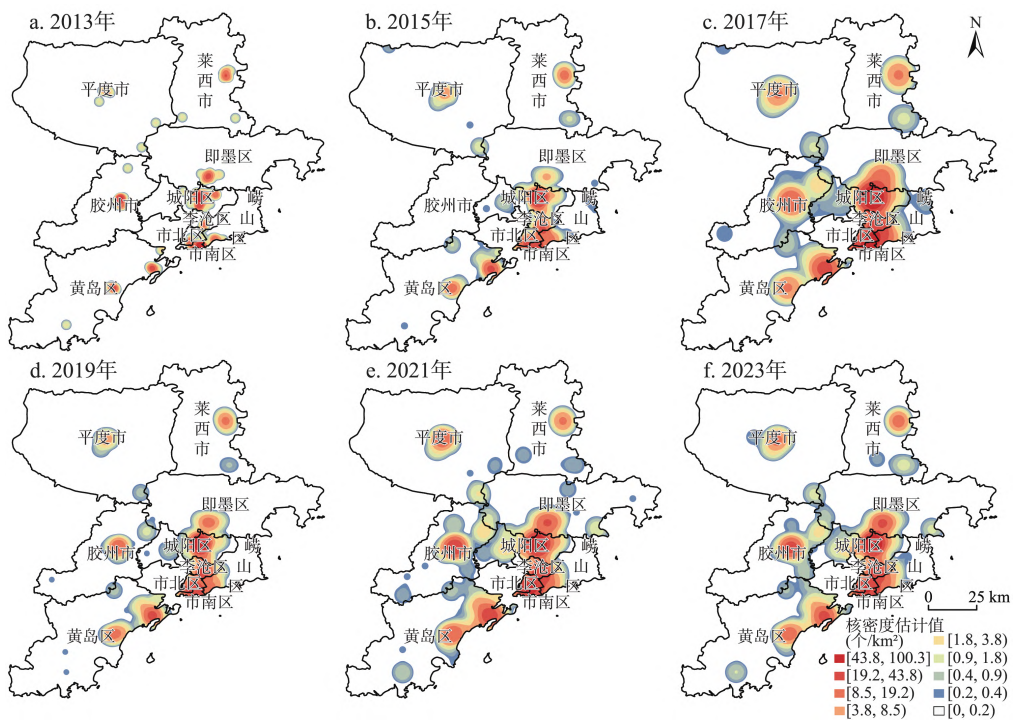


图6　青岛韩式餐厅的时空变迁

Fig. 6　Spatio-temporal distribution of Korean restaurants in Qingdao

中国知网　https://www.cnki.net

a. 韩式餐厅 b. 对韩贸易批发市场 c. 中韩国际青年创客中心



图7 青岛韩国移民的族裔景观

Fig. 7 Ethnic landscapes of South Korean transmigrants in Qingdao

注：作者于2023年8月调研期间拍摄。

尽管经营业态偏向传统韩式饮食，但口味大多针对游客进行了本地化改良。相比之下，其余片区的韩式饮食大多服务于韩企职员或韩商，受韩资企业减少的影响，餐厅数量增长较为缓慢。如黄岛区、胶州市、莱西市的韩式餐厅主要服务于韩企园区，2023年三区市共442家，占比30%。即墨区、李沧区、平度市的韩式餐厅更多依赖零售批发为主的韩商，多分布于服装、五金、饰品批发市场周边，2023年为316家，占比21%。

聚焦到城阳片区的韩式饮食消费空间，2023年8月的实地调研显示，店铺分布呈现出与韩国移民的生活或生产空间高度重合的特征：① 新旧韩国移民社区，分布在韩国移民社区及其周边的韩式餐厅最多，包括：南疃社区（A4）65家、北疃社区（A5）42家、万科魅力之城（A3）24家、万科城市花园（A6）31家；② 企业部门、小商品城、商场等与韩国移民相关的工作、消费场所：分布有韩资企业办事处的水悦城（A1）14家，内建有韩国百货城的鲁邦·国际风情街（A2）18家（图7b），靠近多家大型商场的青特城（A7）29家；③ 城阳农贸市场（A8），内有提供韩式饮食食材的店铺11家；④ 领事馆及周边的政务场所，如韩国驻青岛总领事馆（A9）及周边的中韩国际青年创客中心（图7c）、韩国中小企业振兴公团、中韩合作交流客厅等，分布有18家（图8）。

5.3 地方推动转型

在韩资调整与移民外流加剧的背景下，青岛市及各区政府主要从以下方面扶持和帮助以韩式饮食为代表的生活方式产业的转型。

（1）将韩式饮食打造为韩国移民安居乐业“软环境”的构成要素，吸引企业和移民

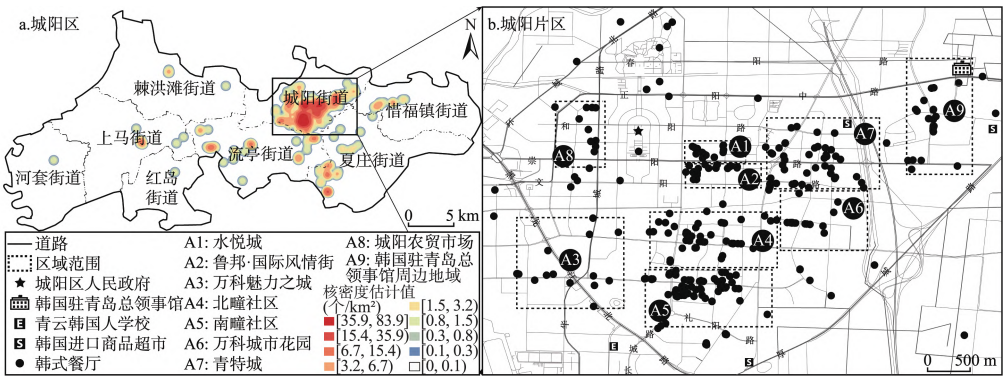


图8 城阳片区的韩式饮食消费空间

Fig. 8 Spatial distribution of Korean cuisine in Chengyang area

中国知网 https://www.cnki.net

回流。当下青岛正从“以资引人”模式向“以人引资”模式转变，即通过为跨国移民打造安居乐业的配套生活环境，吸引技术型与知识型移民的定居，进而提升对高新技术型外资外企的吸引力。如2019年青岛市政府提出通过中韩交流合作国际客厅为在青韩国人的创业、投资、定居提供一对一的全方位保障服务[51]；2022年城阳区在全市率先出台《关于促进日韩产业发展的政策措施》，从鼓励日韩外资/基金落户、日韩特色产业园区发展及日韩籍人才落户等方面优化企业及人才的投资创业环境[52]。

（2）将韩式饮食作为城市国际化与文化消费街区建设的重要手段。2017年起，青岛市国际城市战略推进委员会每年考核并发布《青岛市推进“国际化+”行动计划》，2020年方案中明确指出可利用外资优势与韩资长期在青岛形成的经济网络，以韩国明洞地区为模板打造具有标志性的休闲消费街区[53]；2019年城阳区发布的《促进夜间经济发展工作方案》中提出，将韩餐等跨国饮食文化作为促进新型文化消费的一部分，打造“吃正宗韩国料理到城阳”和“融合韩国元素活力style”的街区品牌化构想[54]；2022年城阳区人民政府、青岛亿联控股集团和韩国宝罗CM株式会社就共建K茂项目达成合作协议，共同投资建设拥有国际化的商务枢纽中心、消费中心、文创中心、医疗中心、人文社区等五大板块的“韩国城”[55]。

（3）通过韩式饮食带来的环境熟悉感提升韩国游客的旅游意愿，促进入境游发展。在山东省政府与青岛市政府关于《山东半岛城市群发展规划（2021—2035年）》的顶层设计中，利用已有跨国文化资源，为国际游客提供多元文化的休闲消费服务，助推“旅游国际化”的目标设想得到了肯定[56]。《青岛市统计年鉴》[47]显示，韩国游客常年稳居青岛外籍游客的首位，占比4成左右，疫情前10多年基本保持在50万人次的水平。2024年末中国对韩国实行免签政策，极大地恢复和提升了韩国游客到青岛的旅游规模。近年山东省和韩国进一步加强了跨国旅游合作，达成了多个韩国游客赴青旅游合作协议，如《关于组织韩国自行车旅行团前往山东的框架协议》《关于组织韩国老年文化旅游团前往山东的框架协议》等[57]。

可见，在地方推动和市场利基的双重作用下，青岛开始聚焦文化赋能经济，通过设立韩国城、打造韩餐街区、支持韩餐品牌落地等方式，促进韩式生活方式的城市化表达。韩式饮食在韩国移民逐渐流出青岛的背景下仍得以继续留存和发展，与其契合当地政府建设韩资高地品牌、打造多元文化特色街区、构建入境旅游目的地等城市发展目标密切相关，因而韩式饮食资源被创新转化为城市国际化发展的战略要素之一。

6 韩式饮食的日常实践及其对青岛地方性的影响

饮食实践是流动群体在个体化的身份与道德叙事中再塑地方性的多元策略，通过个人日复一日的日常行为，地方意义得以在集体性的食物观念中被反复建构[58]。下面通过饮食关系重构[59]、在地形式调整与消费[60]、地方意义再赋予[61]三个维度，分析韩式饮食如何通过日常的“生产–消费”实践参与地方性的重构过程中。

6.1 饮食关系重构

随着韩式饮食的时空变迁，韩式饮食的“生产–消费”关系经历了从“韩国/中国朝鲜族经营者–韩国消费者”模式到“中国朝鲜族/汉族经营者–本地/韩国消费者”模式的社会关系重构。据天眼查平台的韩资企业数据，2023年的韩资（含独资/合资）饮食企业98家，占全市韩餐的比重不到7%；其中城阳区74家，占城阳区韩餐的18%。当韩国经营者逐渐撤离而中国经营者不断流入族裔饮食的利基市场时，刺激了韩餐经营者不断调

中国知网 https://www.cnki.net

整受众方向，将更多的本地消费者视为长期且稳定的新受众。如某知名连锁韩餐已发展门店8家，据其韩国经营者（No.2）介绍，鉴于目前消费者九成以上为本地居民，中国朝鲜族员工的优势并不明显，加上经营者自身具备中韩双语能力，足以应对经营过程中的语言需求，因而从业人员95%为汉族。可见目前的韩式饮食生产中，从业人员已基本完成本地化转化。

问卷调查结果显示，韩式饮食的消费群体以本地汉族为主，其次为中国朝鲜族、在住韩国移民、外地游客与入境韩国游客。当前，作为韩式饮食主要消费群体的当地居民已然呈现出选择意愿强、消费频次高、年轻化的特征：七成以上的被调查居民消费过韩餐；在外就餐时优先选择韩餐（83%）的意愿远高于西餐（50%）、日料（45%）和东南亚菜（31%）等国外菜系；接触韩餐的时间普遍较长（1~5年46%、5~10年22%、10年以上20%），且三成以上消费者有反复光顾的韩餐厅，证明其对韩式饮食较为熟悉，日常生活接触程度较高；近六成为30岁以下的年轻消费者，三成以上为30~49年龄层的消费者，朋友聚餐时选择韩餐的意愿高达72%。

6.2 在地形式调整与消费

韩式饮食的在地形式调整，主要通过韩式餐厅经营策略的文化展演性与口味的本地化来呈现。韩式餐厅通过情境化空间，尤其是韩剧中饮食消费情景的再现，激发本地消费者的他者文化符号感知，如在外观装潢上采用韩国传统的原木屋风格、店内使用原木风桌椅和铜制餐具、中韩双语的菜单标识与穿插的韩语招待话术等（No.1、No.2、No.3）。通过让消费者在惯常环境中品尝韩剧场景投射的特色韩餐符号，迎合其韩国饮食文化想象。而口味的本地化表现在就地获取食材。以往为满足韩国消费者的偏好，韩式餐厅大多选择韩国原产和跨国输送的食材，现在已转换成“进口符号+本地主材”的供应组合，也即韩餐的关键调味品依赖韩国进口或店主自制以保持菜品原真性，其他大部分主材采购自本地市场（No.2、No.4）。如韩式餐厅普遍使用山东大白菜替代韩国泡菜原料，通过自行腌制的方式赋予其“韩式风味”，体现出对本地口味与饮食结构的调适（No.7）。此外，青岛广布的韩式超市，农贸市场、批发市场中深谙韩餐口味与食材需求的商贩，当地专门培育和供应的特殊蔬菜等，构成了韩餐食材供应链的各个环节，成为韩式饮食在地嵌入的关键节点。

韩式饮食进入青岛三十余年，当地居民也逐渐适应与接纳韩式饮食。被调查居民大多出于个人饮食习惯、韩流文化影响和社交媒体推荐的理由选择消费韩式饮食，如“饮食习惯、食材、口味等偏好”（64%）、“韩剧、音乐、偶像的推荐”（33%）、“抖音、小红书等社交媒体推荐”（33%），大部分消费者不认可其消费是受“异国情调氛围吸引”（15%）。被调查居民对韩式饮食的总体满意度较高，环境氛围满意度（7.41/10分）最高，服务满意度（7.24分）和菜品满意度（7.21分）次之。其中，环境氛围中的“环境清洁”“韩国特色的装潢摆设”，服务中的“服务态度好”“服务效率高”，菜品中的“符合自己的口味”“食材新鲜美味”是其最满意项目。被调查居民对韩式饮食的消费并没有停留在外出就餐情境，而是逐渐扩展到家庭烹饪情境，“家庭制作韩国料理意愿”较为显著（6.11分）。然而，被调查居民并不太认可韩式饮食的消费和体验有助于促进对韩国及其文化的了解，近半数表示“不关心，只是一种料理”，仅三成认为有助于“在工作中增加与韩国人的沟通互动”“学习韩国传统文化”。可见，韩式饮食已逐渐融入当地居民的饮食体系中，成为当地饮食文化的构成部分；他们对韩式饮食的选择更多出于日常化的原因和偏好，对韩式饮食中蕴含的异国文化符号的敏感程度较低。

6.3 地方意义再赋予

韩式饮食的在地化发展为青岛的文化底色增添了新内涵。被调查居民普遍认可“韩式

中国知网 https://www.cnki.net

饮食可以体现青岛的多元文化特色”，总评分6.95分，且四成以上表示高度认可（>8分）。针对当前韩式饮食的本土化改造，被调查居民总体上呈现支持态度，只有不到二成消费者表示应维持饮食原真性；在对韩式饮食的未来发展建议上，希望韩式饮食能够在原有风味基础上与当地口味融合创新（30%），或按照本地人口味进行更多本土化改造（24%）。

城阳区利用近30余年韩资入驻形成的韩式饮食文化优势，多次举办饮食文化节、中韩交流节、日韩进口商品展览会等大型活动，将原先服务于外贸的软环境优势转换为多元文化休闲消费生产力。“吃正宗韩国料理到城阳”及在城阳区体验“韩国风情”成为青岛品牌化街区营造的重要旅游吸引力。半数以上被调查居民听闻/参加过上述的推广活动，并希望政府及相关机构后续能进一步推广韩餐烹饪教学（51%）、韩国旅游资讯（26%）、韩服试穿/拍照体验（23%）、美妆体验（20%）、现场表演/KPOP快闪活动（12%）等感受韩国文化魅力的体验活动。此外，新媒体成为韩式风情体验转换为持续性地方消费的重要推手，微博、抖音、小红书等社交媒体上出现大量“假装在韩国”的话题，从侧面也印证了城阳区已被赋予了“韩式风情”的新地方意义。

综上，韩式餐厅经营者作为韩式饮食的生产主体，通过消费环境的韩式氛围营造与展演、食材供应链的“进口符号+本地主材”、口味的本地化调整来促进韩式饮食的在地重嵌；当地居民作为韩式饮食的消费主体，其消费行为、情感体验和价值认知均体现出对韩式饮食的接纳与认可。两者共同推动了韩式饮食的日常实践，使其成为青岛地方性的重要组成部分。

7　结论与讨论

7.1　韩式饮食带动青岛的地方性重构

本文采用定量与定性相结合的方法，基于结构主义与人文主义叠加的地方性理论视角，探讨了韩资和韩国移民流入和流出青岛的动态背景下，韩式饮食的地方化演变及其对青岛地方性重构的影响，进而揭示其背后的机制逻辑（图9），并得到以下结论。

（1）韩式饮食在青岛的地方化，国家尺度下主要受中韩贸易往来的影响，基本形成“韩资–韩国移民–韩式饮食”的链式反应。中韩建交后韩资企业大规模入驻青岛，带动了

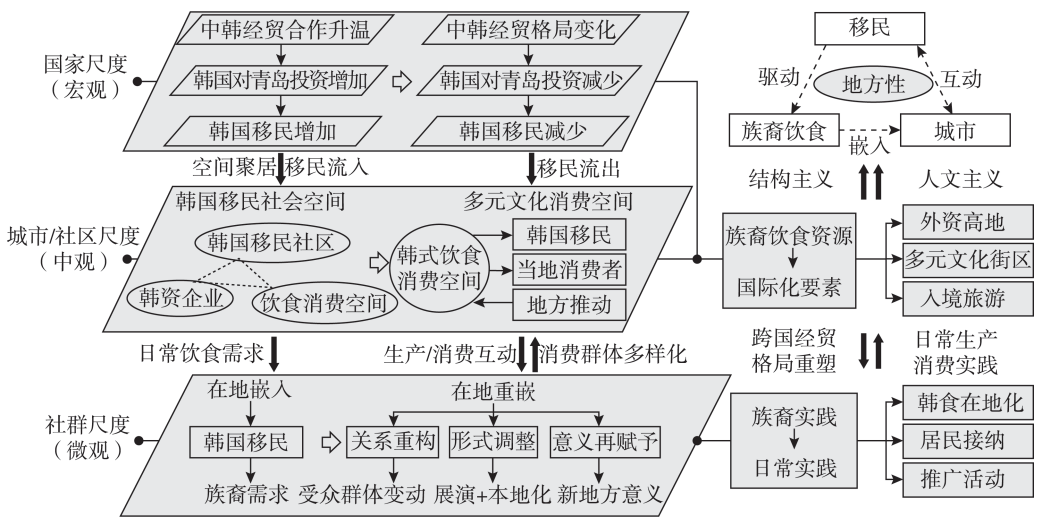


图9　青岛地方性的重构机制

Fig. 9　Placeness reconstruction mechanism of Qingdao

中国知网　https://www.cnki.net

企业主导型韩国移民在青岛各行政区的空间聚居。跨国移民在进入中国城市后首先面临的是日常生活适应问题，与母国类似的饮食供给有助于快速适应当地社会。由此韩国移民的日常生活需求带动了韩式饮食的兴起。加上韩国政府的“韩食全球化”战略及FTA签署，为后期韩式饮食在中国城市的传播和发展奠定了制度基础。城市/社区尺度揭示了韩式饮食在青岛的时空变迁，呈现出以城阳片区的韩国移民社区为大集聚核心，胶州市、莱西市、即墨区、黄岛区等韩资工业园区小集聚的空间扩散特征。随着韩资企业的撤离和韩国移民的人口缩减，当地政府基于韩资高地品牌、多元文化特色街区、入境旅游目的地等城市发展目标，为韩式饮食在青岛的留存与发展提供了地方转型的支持。由此也推动了社群尺度下韩式饮食的日常“生产–消费”实践，韩式饮食逐渐融入当地居民的日常生活及饮食体系中，并成为青岛地方性的重要组成部分。

（2）在青岛的地方性重构中，韩式饮食成为韩国移民与城市互动的重要手段并发挥了饮食媒介性，其背后还蕴含了城市人口及资本国际化、地方经济转型、城市多元文化消费、旅游国际化等多重背景意涵。青岛地方性的重构受到多重尺度机制的共同作用，宏观层面受国家尺度下国际生产与贸易体系调整带来的资本流动与跨国经贸格局重构所驱动，中观层面为城市尺度的经济结构转型与国际化发展战略所推动，建立在地方与社区既有的移民社区、族裔资源和社会网络上，并在微观层面通过当地社群的饮食生产与消费的日常实践反复确认与融合，从而推动青岛城市生产出新的地方意义。在此过程中，中国朝鲜族前期作为韩资入驻和韩国移民移居的跨文化中介，中后期作为韩式饮食的经营者和消费者、在地食材（农贸市场、批发市场、韩国超市等）的供给者等发挥了重要作用，该群体是韩式饮食能够顺利在青岛继续留存和发展的重要保障。

（3）不同尺度机制的作用很大程度取决于具体的建构情境与方式。在青岛地方性的演变中，前中期的地方性生产主要呈现为结构主义机制，青岛处于韩国对华经贸格局中的重要位置，青岛的经济结构、外资政策、地理区位等外部动力共同塑造了青岛“韩资高地”的地方特质，韩式饮食成为“韩资高地”的符号代表；中后期的地方性重构逐渐过渡到人文主义机制，在韩资和韩国移民逐渐撤离的背景下，当地居民通过日常生活层面与韩式饮食的持续邂逅与交集，将外来的韩式饮食融入日常生活中，呈现出异质文化在地化与地方认同重构的交互特征。通过前后发展阶段的结构主义机制和人文主义机制的过渡与叠加，外来的韩式饮食在本地逐渐形成了新的文化根基并成为青岛的新地方特质。本研究揭示了跨国要素作用下的地方性形成原理与全球地方化的实践机制，为中国语境下跨国移民与地方的“人–地”互动提供了新的分析框架，为移民研究的文化转向提供了新的研究视角、研究范式和实证案例。

7.2 移民文化对城市品牌塑造的意义

针对前文提出的“外资外企减少带来移民人口规模缩减时，移民群体的生活方式如何在城市中留存”的问题，本文认为移民群体的族裔资源文化具有作为地方营销/发展和品牌塑造的潜力。在城市间竞争日益激烈的背景下，文化经济已成为城市转型的重要手段，城市品牌建设成为增强城市竞争力的重要策略。青岛案例显示，通过自上而下的顶层设计及自下而上的地方化实践，韩式饮食未来有望成为青岛“中韩友好交流”“高质量文化旅游”“国际化城市”的城市品牌要素，为城市品牌建设提供了全新的视角和思考路径。

首先，多元文化为城市品牌提供了全新视角。“文化搭台，经济唱戏”已成为很多地方经济发展的重要模式，文化成为经济发展的活力部门，文化发展战略成为政府满足公众需求的策略。在移民城市，跨国流动赋予了地方更加复杂多样的文化特质。如鹿特丹与阿姆斯特丹通过多元文化战略来吸引智力型移民，为城市品牌注入了创新活力[38]。在

中国知网 https://www.cnki.net

中国，跨国移民带来的异质文化能否顺利融入本地并为城市品牌化所用，是全球地方化变局下亟需探索的问题。其次，饮食文化为城市品牌化提供了可行路径。青岛韩式饮食的发展与演变，正是展现了饮食文化为城市品牌化提供的创新路径：（1）全球化背景下的地方化实践：西方学界多关注移民与社会结构的互动，而中国注重引进外资外企以服务全球生产体系。在此逻辑下，城市品牌建设更加需要政策扶持，如吸引高新技术型企业与知识人才的措施、打造可持续消费场景的能力；（2）满足城市多元文化消费需求：消费主义在中国的兴起为城市品牌建设提供了动力。跨地方饮食文化因其迎合部分城市消费者的偏好，成为地方实现城市国际化的重要手段。青岛对韩式饮食的支持与塑造，既满足了本地居民的文化消费需求，也吸引了更多国内外游客，为城市品牌注入新的消费活力；（3）促进中外文化交流的载体：跨地方饮食文化景观还承担着文化外交的角色。对本地居民和游客而言，饮食是了解移民文化的重要媒介。通过与饮食文化的互动，城市品牌得以传递包容性与开放性，从而提升城市的国际友好形象。

7.3 展望

在中国语境下，由于移民嵌入和城市响应的差异，不同城市中的跨国移民社会空间呈现出不同的地方特质。本文所提出的“外资外企–企业主导型移民–族裔饮食”的链式反应并非青岛所独有的。本文的研究结论对外资经济结构（单一外资依存度高）和移民人口结构（单一移民比重高）较为类似的城市具有参考意义，如威海、烟台、无锡等城市，可利用族裔饮食等软文化资源实现经济转型、地方服务与城市形象的多重提升，增强城市对高新技术和海外资本、人才的吸引力与留驻力。而像北京、上海、广州等综合性大城市，其外资经济结构和跨国移民人口结构更为多元化，城市的综合素质及国际化水平足以吸引海外资本和人才。这些城市中也不乏以跨国移民社区为空间载体形成跨国饮食消费空间的情况。如上海古北和苏州淮海街的日料街、北京望京和广州远景路的韩料街，除了服务移民社区中的日韩移民外，已成为本地居民和游客体验异国风情的多元文化消费空间。然而，这些城市的族裔饮食对地方性的影响基本局限在小尺度的移民社区及附近，未能扩散至城市范围。未来可结合城市指数（规模及等级、经济结构、国际化水平等）和跨国移民流动网络（工作满意度、生活便利度、环境友好度）等指标，推进不同类型城市的对比研究。

在全球地方化进程中，跨地方饮食文化的大量涌入可能对传统本土文化、身份与社会观念产生冲击。这种非本土文化是否会对当地文化生态造成破坏，仍需进一步探索。其次是地方治理的软环境建设问题。中国近年来的招商引资政策逐渐向城市软环境建设倾斜，试图通过文化品牌与宜居宜业的生活环境来吸引外资与跨国移民的回流。然而，如何确保这些软环境策略既能与已有政策形成合力，又能在吸引外企与跨国移民的同时保持地方的文化稳定性等，仍需深入探讨。

致谢：诚挚感谢两位匿名评审专家在文章评审与修改过程中所付出的宝贵时间与精力。专家对本文理论框架的提出、研究问题的确立、文献综述的梳理、研究意义的深化等方面均提出了极具建设性的修改意见。这些宝贵建议使作者受益匪浅，对提升文章质量起到了重要的作用，在此向两位专家表示衷心的感谢。

参考文献（References）

[1] 周雯婷, 刘云刚. 中国大城市外国人聚居区的形成机制: 基于北上广的比较研究. 地理科学, 2022, 42(9): 1513-1521. [Zhou Wenting, Liu Yungang. The formation mechanisms of immigrant enclaves in China: Comparative study of Beijing, Shanghai and Guangzhou. Geographical Science, 2022, 42(9): 1513-1521.]

[2] 国家统计局. 2020年中国人口普查年鉴. 北京: 中国统计出版社, 2021: 1899-1903. [The National Bureau of Statistics. Chinese Population Census Yearbook 2020. Beijing: China Statistics Press, 2021: 1899-1903.]

中国知网 https://www.cnki.net

[3] 朱竑, 张博, 马凌. 新型城镇化背景下中国流动人口研究: 议题与展望. 地理科学, 2019, 39(1): 1-11. [Zhu Hong, Zhang Bo, Ma Ling. A review of Chinese internal migration research under the background of new-type urbanization: Topics and prospects. Geographical Science, 2019, 39(1): 1-11.]
[4] 杨蓉, 袁振杰, 尹铎, 等. 人地互动关键带的内涵与理论框架探索. 地理学报, 2023, 78(11): 2659-2675. [Yang Rong, Yuan Zhenjie, Yin Duo, et al. Exploring the connotation and research framework of the critical zone of human-earth interaction. Acta Geographica Sinica, 2023, 78(11): 2659-2675.]
[5] 陆林, 张清源, 许艳, 等. 全球地方化视角下旅游地尺度重组: 以浙江乌镇为例. 地理学报, 2020, 75(2): 410-425. [Lu Lin, Zhang Qingyuan, Xu Yan, et al. Rescaling of tourism destination under the glocalization perspective: A case study of Wuzhen, Zhejiang Province. Acta Geographica Sinica, 2020, 75(2): 410-425.]
[6] 毛熙彦, 贺灿飞. 区域发展的“全球–地方”互动机制研究. 地理科学进展, 2019, 38(10): 1449-1461. [Mao Xiyan, He Canfei. A review of global-local interactions for regional development. Progress in Geography, 2019, 38(10): 1449-1461.]
[7] 李志刚, 薛德升, 杜枫, 等. 全球化下“跨国移民社会空间”的地方响应: 以广州小北黑人区为例. 地理研究, 2009, 28(4): 920-932. [Li Zhigang, Xue Desheng, Du Feng, et al. The local response of transnational social space under globalization in urban China: A case study of African enclave in Guangzhou. Geographical Research, 2009, 28(4): 920-932.]
[8] 周雯婷, 刘云刚. 上海古北地区日本人聚居区族裔经济的形成特征. 地理研究, 2015, 34(11): 2179-2194. [Zhou Wenting, Liu Yungang. Characteristics of the Japanese ethnic economy in the Gubei Japanese enclave of Shanghai city, China. Geographical Research, 2015, 34(11): 2179-2194.]
[9] 周雯婷, 刘云刚, 全志英. 全球化背景下在华韩国人族裔聚居区的形成与发展演变: 以北京望京为例. 地理学报, 2016, 71(4): 649-665. [Zhou Wenting, Liu Yungang, Jeon J. Making, development and transformation of South Korean Enclave in China: A case study of Wangjing, Beijing. Acta Geographica Sinica, 2016, 71(4): 649-665.]
[10] Aytar V, Rath J. Selling Ethnic Neighborhoods: The Rise of Neighborhoods as Places of Leisure and Consumption. New York: Routledge, 2012: 1-15.
[11] 周雯婷, 丁哲璇, 马凌, 等. 跨国族裔经济空间的在地化变迁及其机制: 以苏州淮海街为例. 人文地理, 2025, 40(2): 31-41. [Zhou Wenting, Ding Zhexuan, Ma Ling, et al. Localization process and mechanism of transnational ethnic economic space: A case study of Huaihai street, Suzhou. Human Geography, 2025, 40(2): 31-41.]
[12] 朱竑, 钱俊希, 陈晓亮. 地方与认同: 欧美人文地理学对地方的再认识. 人文地理, 2010, 25(6): 1-6. [Zhu Hong, Qian Junxi, Chen Xiaoliang. Place and identity: The rethink of place of European-American human geography. Human Geography, 2010, 25(6): 1-6.]
[13] 周尚意, 杨鸿雁, 孔翔. 地方性形成机制的结构主义与人文主义分析: 以798和M50两个艺术区在城市地方性塑造中的作用为例. 地理研究, 2011, 30(9): 1566-1576. [Zhou Shangyi, Yang Hongyan, Kong Xiang. The structuralistic and humanistic mechanism of placeness: A case study of 798 and M50 art districts. Geographical Research, 2011, 30(9): 1566-1576.]
[14] 杨槿, 徐辰, 朱竑. 本土产业发展视角下的乡村地方性重构: 基于阳美玉器产业的文化经济地理分析. 地理科学, 2020, 40(3): 374-382. [Yang Jin, Xu Chen, Zhu Hong. Placeness reconstruction under the influence of local industry: A cultural economic geographical study of the jadeware industry in Yangmei Village. Geographical Science, 2020, 40(3): 374-382.]
[15] 聂桂博, 艾少伟, 王瑞宁. 基层政府主导下中国乡村地方性的呈现与形成探究: 以河南省郏县姚庄乡为例. 地理科学进展, 2025, 44(2): 359-372. [Nie Guibo, Ai Shaowei, Wang Ruining. Representation and formation of locality in Chinese rural areas under the leadership of grassroots governments: A case study of Yaozhuang Township, Jiaxian County of Henan Province. Progress in Geography, 2025, 44(2): 359-372.]
[16] 汪芳, 吕舟, 张兵, 等. 迁移中的记忆与乡愁: 城乡记忆的演变机制和空间逻辑. 地理研究, 2017, 36(1): 3-25. [Wang Fang, Lyu Zhou, Zhang Bing, et al. Memory and homesickness in transition: Evolution mechanism and spatial logic of urban and rural memory. Geographical Research, 2017, 36(1): 3-25.]
[17] 艾少伟, 周文凤, 罗冰, 等. 城市少数民族社区地方认同的消解与重构. 人文地理, 2020, 35(1): 28-35, 122. [Ai Shaowei, Zhou Wenfeng, Luo Bing, et al. Dissolution and reconstruction of place identity of urban minority communities. Human Geography, 2020, 35(1): 28-35, 122.]
[18] 杨阳, 房艳刚, 李少琦. 地方性景观重构的结构主义与人文主义叠加分析: 以传统村落党家村为例. 地理研究, 2025, 44(1): 149-165. [Yang Yang, Fang Yangang, Li Shaoqi. Structuralism and humanism superposed analysis of local landscape reconstruction: The case study of traditional Dangjia village in Shaanxi Province. Geographical Research, 2025, 44(1): 149-165.]
[19] 孙九霞, 吴传龙, 凌玲. 旅游地特色饮食的地方化: 丽江三文鱼的生产与消费. 南开管理评论, 2018, 21(2): 182-191. [Sun Jiuxia, Wu Chuanlong, Ling Ling. The taste of place: Taking Lijiang salmon as an example to analyze the localization of special food in tourism destination. Nankai Business Review, 2018, 21(2): 182-191.]

中国知网 https://www.cnki.net

[20] 苏晓波. 商业化、地方性和城市遗产旅游. 旅游学刊, 2013, 28(4): 8-9. [Su Xiaobo. Commercialized, local and urban heritage tourism. Tourism Tribune, 2013, 28(4): 8-9.]
[21] Dovey K. Place as assemblage//Edensor T, Kalandides A, Kothari U. The Routledge Handbook of Place. Oxon & New York: Routledge, 2020: 21-31.
[22] 刘云刚, 周雯婷, 黄徐璐, 等. 全球化背景下在华跨国移民社区的空间生产: 广州远景路韩国人聚居区的案例研究. 地理科学, 2017, 37(7): 976-986. [Liu Yungang, Zhou Wenting, Huang Xulu, et al. Production of space of South Korean enclave in Yuanjing road, Guangzhou. Geographical Science, 2017, 37(7): 976-986.]
[23] 梁玉成. 在广州的非洲裔移民行为的因果机制: 累积因果视野下的移民行为研究. 社会学研究, 2013, 28(1): 134-159, 243-244. [Liang Yucheng. African immigration in Guangzhou China: A cumulative causation perspective on immigration behavior. Sociological Studies, 2013, 28(1): 134-159, 243-244.]
[24] 安宁, 冯秋怡, 朱竑. 基于报业话语的广州非裔社区的空间想象分析. 地理学报, 2019, 74(8): 1650-1662. [An Ning, Feng Qiuyi, Zhu Hong. The spatial imagination of Guangzhou's African community: Analysis based on newspaper discourses. Acta Geographica Sinica, 2019, 74(8): 1650-1662.]
[25] 蔡晓梅, 朱竑. 高星级酒店外籍管理者对广州地方景观的感知与跨文化认同. 地理学报, 2012, 67(8): 1057-1068. [Cai Xiaomei, Zhu Hong. Foreign managers' perception on urban landscape of place and their cross-cultural identity: A case study in Guangzhou. Acta Geographica Sinica, 2012, 67(8): 1057-1068.]
[26] 宋宗员, 刘云刚, 安宁, 等. 跨国移民的地方感研究: 以在穗非洲移民为例. 人文地理, 2022, 37(4): 65-74. [Song Zongyuan, Liu Yungang, An Ning, et al. Study on transnational migrants' sense of place: A case study of African migrants in Guangzhou. Human Geography, 2022, 37(4): 65-74.]
[27] Arvela P. Ethnic food: The other in ourselves//Sanderson D, Crouch M. Food: Expressions and Impressions. Leiden: Brill, 2013: 43-56.
[28] Bodomo A, Ma Enyu. We are what we eat: Food in the process of community formation and identity shaping among African traders in Guangzhou and Yiwu. African Diaspora, 2012, 5(1): 3-26.
[29] Hooks B. Eating the other: Desire and resistance//Hooks B. Black Looks: Race and Representation. New York: Routledge, 2015: 20-40.
[30] Karaosmanoğlu D. How to study ethnic food: Senses, power, and intercultural studies. Journal of Ethnic Foods, 2020, 7: 1-7.
[31] Zukin S. Urban lifestyles: Diversity and standardisation in spaces of consumption. Urban Studies, 1998, 35(5/6): 825-839.
[32] Light I. Ethnic Enterprise in America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks. Berkeley: University of California Press, 1973: 30-41.
[33] Zhou Min. Chinatown: The Socioeconomic Potential of an Urban Enclave. Philadelphia: Temple University Press, 1992: 91-118.
[34] Schor B, Slater D, Zukin S, et al. Critical and moral stances in consumer studies. Journal of Consumer Culture, 2010, 10 (2): 274-291.
[35] Park K. Ethnic foodscapes: Foreign cuisines in the United States. Food, Culture & Society, 2017, 20(3): 365-393.
[36] Amin A. Ethnicity and the multicultural city: Living with diversity. Environment and Planning A: Economy and Space, 2002, 34(6): 959-980.
[37] Shaw S, Bagwell S, Karmowska J. Ethnoscapes as spectacle: Reimaging multicultural districts as new destinations for leisure and tourism consumption. Urban Studies, 2004, 41(10): 1983-2000.
[38] Belabas W, Eshuis J, Scholten P. Re-imagining the city: Branding migration-related diversity. European Planning Studies, 2020, 28(7): 1315-1332.
[39] Kim J. Manhattan's Koreatown as a transclave: The emergence of a new ethnic enclave in a global city. City & Community, 2018, 17(1): 276-295.
[40] Ang I. Chinatowns and the rise of China. Modern Asian Studies, 2020, 54(4): 1367-1393.
[41] Lee J. The Geopolitics of South Korea-China Relations: Implications for U.S. Policy in the Indo-Pacific. Rand National Security Research Division Insight Report, 2020: 1-28.
[42] 장영진. 한·중 소무역의 변화 과정과 공간적 특성. 대한지리학회지, 2010, 45(5): 628-646. [Jang Y. The development process and spatial characteristics of Sino-South Korean cross-border small-scale trade. Journal of the Korean Geographical Society, 2010, 45(5): 628-646.]
[43] 농림축산식품부. 한식 현지화를 위한 중국시장분석과 마케팅 전략개발. 세종: 농림축산식품부, 2014: 3. [Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs. China Market Analysis and Marketing Strategy Development for Korean Food Localization. Sejong: Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, 2014: 3.]
[44] 青岛市史志办公室. 青岛市志(1985—2005): 对外经济贸易志. 北京: 五洲传播出版社, 2001: 128-170. [The Office

中国知网 https://www.cnki.net

of Local Chronicles Compilation of Qingdao City. Qingdao City Chronicle (1985-2005): Qingdao Annals Foreign Economic and Trade. Beijing: China Intercontinental Press, 2001: 128-170.]

[45] Kim H. International Ethnic Networks and Intra-Ethnic Conflict: Koreans in China. New York: Palgrave Macmillan, 2010: 19-40, 61-86.

[46] 윤태희. 시진핑 시기 한국기업의 현지 경영환경 변화와 대응: 칭다오 진출 기업 사례를 중심으로. 중국학연구, 2020, 91(1): 243-279. [Yoon T. An analysis of Korean firms' responses to the changing business environment in the Xi Jinping era: A case study on the firms in Qingdao. The Journal of Chinese Studies, 2020, 91: 243-279.]

[47] 青岛市统计局. 青岛统计年鉴2024. 北京: 中国统计出版社, 2024: 126-129. [Qingdao Municipal Bureau of Statistics. Qingdao Statistical Yearbook 2024. Beijing: China Statistics Press, 2024: 126-129.]

[48] 외교부 재외동포청. 재외동포현황(1999—2023). (2025-03-18). https://eng.korean.net/portal/info/pg_knt.do. [Overseas Koreans Agency in Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. The Report of Overseas Koreans Statues (1999-2023). (2025-03-18). https://eng.korean.net/portal/info/pg_knt.do.]

[49] 박경용. 중국 칭다오(青岛) 조선족의 정착 애로와 딜레마: 자영업자들에 대한 구술 자료를 중심으로. 로컬리티 인문학, 2015, 13(4): 211-262. [Bak G. Difficulties and dilemmas for settlement of Chinese-Korean (Chosun-jok) in Qingdao, China: A narrative approach of self-employed small businessmen. The Journal of Localitology, 2015, 13(4): 211-262.]

[50] 장수현. 중국 청도 한국인 교민사회에 대한 연구: 지구화 시대 초국적 이주의 구조적 유동성. 중국학연구, 2012, 62: 337-360. [Jang S. A study on the Korean community in Qingdao: The structural fluidity of transnational migration in the age of globalization. The Journal of Chinese Studies, 2012, 62: 337-360.]

[51] 任晓萌. 中韩“国际客厅”: 桥梁、窗口、平台. 青岛日报, 2020-06-24(3). [Ren Xiaomeng. Sino-Korean “International room”: Bridge, window, and platform. Qingdao Daily, 2020-06-24(3).]

[52] 半岛日报. 开放潮涌, 逐浪前行！城阳区奋力打造中日韩地方经贸合作先行区 持续放大对日韩开放合作优势. (2022-12-23) [2025-07-01]. https://chengyang.bandao.cn/a/685036.html. [Bandao Daily. Chengyang Is Promoting the Pilot Zone for Sino-Japanese-Korean Economic and Trade in District, Attracting More Korean and Japanese Investments. (2022-12-23) [2025-07-01]. https://chengyang.bandao.cn/a/685036.html.]

[53] 青岛日报.《青岛市推进“国际化+”行动计划(2022/2023年)》及对标案例指导手册发布. (2022-10-07) [2025-07-01]. https://news. qingdaonews. com/qingdao/2022-10/07/content_23366214. htm. [Qingdao Daily. Publication of “Promotions of Internationalization+ in Qingdao(2022/2023)” and Guidance Book. (2022-10-07) [2025-07-01]. https://news.qingdaonews.com/qingdao/2022-10/07/content_23366214.htm.]

[54] 青岛日报. 城阳繁荣夜间经济方案: 打造九大夜间消费集聚区. (2019-06-03) [2025-07-01]. https://news.qingdaonews.com/qingdao/2019-06/03/content_20383806.htm utm. [Qingdao Daily. Night Economics in Chengyang: Supporting 9 Night Consumption Areas. (2019-06-03) [2025-07-01]. https://news. qingdaonews. com/qingdao/2019-06/03/content_20383806.htm utm.]

[55] 青岛日报. 青岛K茂项目预计明年开建. (2022-12-19) [2025-07-01]. https://epaper.qingdaonews.com/qdrb/html/2022-12/20/content_18542_7120460.htm. [Qingdao Daily. K-mall in Qingdao Is Planning to Start in Next Year. (2022-12-19) [2025-07-01]. https://epaper.qingdaonews.com/qdrb/html/2022-12/20/content_18542_7120460.htm.]

[56] 山东省人民政府. 媒体解读: 山东半岛城市群2035年跻身“世界级”. (2022-01-07) [2025-07-01]. http://www.shandong.gov.cn/art/2022/1/7/art_306403_4045.html. [Shandong Government. Press Voice: Shandong Peninsula Urban Agglomeration will Be in the Top-level in 2035. (2022-01-07) [2025-07-01]. http://www.shandong.gov.cn/art/2022/1/7/art_306403_4045.html.]

[57] 青岛市人民政府. 青岛文旅闪耀第40届首尔国际旅游展 助力韩国入境旅游再掀热潮. (2025-06-10) [2025-07-01]. http://www.qingdao.gov.cn/zwgk/xxgk/whly/gkml/gzxx/202506/t20250610_9644046.shtml utm. [Qingdao Government. Bureau of Culture and Tourism in Qingdao Attended 40th International Tourism Exhibition in Seoul and Planned to Attract More Korean Visitors to Qingdao. (2025-06-10) [2025-07-01]. http://www.qingdao.gov.cn/zwgk/xxgk/whly/gkml/gzxx/202506/t20250610_9644046.shtml utm.]

[58] 曾国军, 林家惠, 钟淑如. 流动群体跨地方饮食适应的多元策略及身份协商: 广州案例. 地理科学进展, 2022, 41(4): 660-669. [Zeng Guojun, Lin Jiahui, Zhong Shuru. Multivariate strategies and identity negotiation of trans-local dietary adaptation of immigrant groups: A case study of Guangzhou City. Progress in Geography, 2022, 41(4): 660-669.]

[59] Pierce J, Martin G, Murphy T. Relational place-making: The networked politics of place. Transactions of the Institute of British Geographers, 2011, 36(1): 54-70.

[60] Robertson R. Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity//Featherstone M, Lash S, Robertson R. Global

中国知网 https://www.cnki.net

Modernities. London: Sage Publications, 1995: 25-44.
[61] Gieryn F. A space for place in sociology. Annual Review of Sociology, 2000, 26: 463-496.

The localization of Korean cuisine in Qingdao: Its implications for placeness reconstruction by transmigrants

ZHOU Wenting [1], DING Zhexuan [2], JIN Yushi [3], LIU Yungang [4, 5]
(1. School of Management, Guangzhou University, Guangzhou 510006, China; 2. School of Life and Environmental Sciences, University of Tsukuba, Tsukuba 3058572, Japan; 3. Business College, Qingdao University, Qingdao 266071, China; 4. School of Geography, South China Normal University, Guangzhou 510631, China; 5. Beidou Research Institute, South China Normal University, Foshan 528225, China)

Abstract: Transnational mobility has endowed places with diverse cultural attributes, with transmigrants playing a pivotal role in shaping the urban placeness. Against the dynamic backdrop of South Korean capital and transmigrants have inflowed and outflowed in Qingdao, this study employs a mixed-methods approach to examine how Korean cuisine contributes to the reconstruction of Qingdao's placeness through the localization. The findings reveal that the localization of Korean cuisine in Qingdao manifests a chain-like reaction at the national scale-linking South Korean capital, South Korean transmigrants, and Korean cuisine-largely shaped by Sino-South Korean trade relations. At the urban/enclave scale, Korean cuisine exhibits a spatial diffusion pattern characterized by large-scale clustering in the South Korean enclaves, Chengyang district, and smaller clusters across various administrative districts. At the community scale, Korean cuisine has been gradually integrated into local dietary systems through everyday practices of production and consumption by the locals. Through overlapping structuralism and humanism mechanisms across different developmental phases, the Korean cuisine as the non-local cultural element has gradually taken root and evolved into a new place-specific attribute of Qingdao. The placeness reconstruction of Qingdao is underpinned by multiple strategic drivers, including population and capital internationalization, local economic restructuring, multicultural consumption, and tourism globalization. This study contributes to the literature by discussing transnational elements' localization mechanisms under the glocalization in China, offering insights for cities navigating challenges posed by shifting global trade and transmigrant population structure.

Keywords: placeness; glocalization; ethnic cuisine; transmigrants; Qingdao

中国知网 https://www.cnki.net