



旅游文化学

陈国生 潘建明 袁鹏 主编

西北工业大学出版社

旅游文化学

主 编	陈国生	潘建明	袁 鹏	
副主编	彭文武	陈晓亮	唐闪光	邓泓鸿
编 者	祖 鹏	施 敏	王 露	
	阳 琴	尹智勇	刘艳军	邹 幸

西北工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化学/陈国生,潘建明,袁鹏主编.—西安:西北工业大学出版社,2015.5

ISBN 978-7-5612-4400-5

I. ①旅… II. ①陈…… ②潘… ③袁… III. ①旅游文化 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 119211 号

出版发行:西北工业大学出版社

通信地址:西安市友谊西路 127 号 邮编 710072

电 话:(029)88493844 88491757

网 址:www.nwpup.com

印 刷 者:兴平市博闻印务有限公司

开 本:727 mm×960 mm 1/16

印 张:18

字 数:304 千字

版 次:2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

定 价:45.00 元



前言

文化是一个内涵极为丰富的概念，既包括历史遗留下来的传统、艺术、文字，更体现在现代人的生活、生产、生存之中。文化和旅游是密不可分的，旅游是文化最好的载体，文化是旅游的靈魂。没有文化，景区的生命力是不可能长久的。对于一流的旅游目的地来说，促进接待人数和旅游收入增长并非主要目标，而是要通过发展旅游，带动社会、经济、文化的全面发展；不是仅仅发展旅游产业本身，而是建设一个成熟的、一流的旅游目的地。也就是说，旅游要成为城市名片、引擎产业、社会凝聚剂、文化升华剂。显然，文化在旅游发展中具有不可替代的重要作用。从全球旅游业的发展趋势来看，进入 21 世纪以来，旅游目的地之间、旅游企业之间的竞争已经上升为文化的竞争。谁能够从现代人的需求出发，充分利用本地的文化特色，结合现代化的表现手段，谁就能够赢得市场的青睐。因此，发展旅游需要从文化这个内涵丰富、古今兼容、动静结合的宝库中寻找能够吸引现代旅游者的要素，在本地区的文化资源中选择那些能吸引人的眼球的要素，开发能让游客有说头、有听头、有看头、有玩头的旅游产品，提供能让游客有独特体验、有新鲜感受、有无尽回味的旅游服务。

本书的内容是根据当前旅游文化学科日益成熟的理论体系逐步展开的。其特点在于将文化学的基本原理和现代旅游学发展的新趋势紧密结合起来，具有很强的针对性和指导意义。同时，又根据高职院校学生的具体特点和学习要求，既注意文字的深入浅出，又将最新的研究成果反映到教材中，使本书具有较强的实用性和前

瞻性。

本书的内容包括旅游文化研究概论、旅游文化体验研究、旅游消费行为研究、作为文化现象的旅游资源及其开发、旅游产品文化、旅游环境文化、旅游经营文化、旅游文化建设、旅游文化研究的热点及发展趋势。本书在编写过程中，力求将旅游文化学的原理与应用相结合，注重选材的针对性、科学性和实用性，从而能较好地满足旅游从业人员和旅游爱好者在工作、交际中的需要。

全书编写分工如下：湖南交通工程学院经济管理学院潘建明负责第一章的撰写，湖南工学院旅游规划与设计研究所陈国生负责第二章的撰写和全书的统稿，中南林业科技大学商学院阳琴负责第三章的撰写，中南林业科技大学商学院刘艳军负责第四章的撰写，中南林业科技大学商学院邓泓鸿负责第五章的撰写，湖南工学院旅游规划与设计研究所袁鹏负责第六章的撰写，湖南工学院旅游规划与设计研究所陈晓亮负责第七章的撰写，中南林业科技大学商学院尹智勇负责第八章的撰写，中南林业科技大学商学院邹幸负责第九章的撰写。另外还有郴州职业技术学院的唐闪光、湖南商务职业技术学院的祖鹏、长沙南方职业学院的施敏、湖南外国语职业学院的王露参加了各章节的编写。

本书参阅了相关的文献资料，未一一注明出处，在此谨向有关文献资料的作者表示诚挚的谢意。

编 者

2014 年 11 月



目 录

第一章 旅游文化研究概论	1
【学习要点】	1
【基本概念】	1
第一节 探寻旅游文化的定义	2
第二节 旅游文化研究的特征、对象和意义	16
【练习思考题】	32
第二章 旅游文化体验研究	33
【学习要点】	33
【基本概念】	33
第一节 旅游文化体验研究概述	34
第二节 旅游活动的文化体验价值	38
第三节 旅游文化体验中的审美愉悦	47
【经典案例】	69
【练习思考题】	70
第三章 旅游消费行为研究	71
【学习要点】	71
【基本概念】	71
第一节 旅游消费行为研究概述	72
第二节 文化语境中的旅游消费	78
第三节 文化的差异及其对旅游消费行为的影响	82

第四节 旅游消费行为的文化走向	87
第五节 中国社会经济文化与旅游消费行为	98
【经典案例】.....	104
【练习思考题】.....	104
第四章 作为文化现象的旅游资源及其开发	106
【学习要点】.....	106
【基本概念】.....	106
第一节 旅游资源的基本概念及其文化特征.....	106
第二节 自然旅游资源及其文化内涵.....	108
第三节 人文旅游资源的文化内涵.....	114
第四节 旅游资源开发中的文化影响因素.....	117
【经典案例】.....	121
【练习思考题】.....	121
第五章 旅游产品文化	122
【学习要点】.....	122
【基本概念】.....	122
第一节 旅游产品的基本概念及其文化特征.....	123
第二节 旅游产品文化功能的可持续开发.....	128
第三节 现代旅游产品设计开发中的文化因素及其具体运用.....	133
第四节 现代旅游规划中的文化.....	140
【经典案例】.....	145
【练习思考题】.....	147
第六章 旅游环境文化	148
【学习要点】.....	148
【基本概念】.....	148
第一节 旅游环境文化概述.....	149
第二节 旅游容量.....	157
第三节 环境承载力.....	162
第四节 旅游环境保护与可持续发展.....	166
【经典案例】.....	176

【练习思考题】	177
第七章 旅游经营文化	178
【学习要点】	178
【基本概念】	178
第一节 企业与企业文化	179
第二节 旅游经营文化与传统文化	186
第三节 旅游企业经营文化	193
第四节 旅游地经营文化	209
【经典案例】	218
【练习思考题】	219
第八章 旅游文化建设	220
【学习要点】	220
【基本概念】	220
第一节 旅游文化建设的意义	221
第二节 旅游文化建设的基本原则和需要解决的若干问题	225
第三节 基于旅游主体、客体、介体的旅游文化建设	229
第四节 旅游文化建设优化工程	233
第五节 旅游文化建设的基本举措	237
【经典案例】	240
【练习思考题】	242
第九章 旅游文化研究的热点及发展趋势	243
【学习要点】	243
【基本概念】	243
第一节 旅游文化研究的热点问题	244
第二节 对当前旅游文化研究的评价和反思	254
第三节 中国旅游文化研究的未来发展趋势	263
【经典案例】	270
【练习思考题】	272
参考文献	273

第一章 旅游文化研究概论

学习要点

通过对旅游活动文化属性的分析,以及对旅游文化的历史溯源和当代发展状况的了解,深刻把握旅游文化概念的内涵和外延。同时,深入了解旅游文化研究的对象、内容、特征及研究意义。

基本概念

文化,旅游文化。

旅游文化很早就已经出现,甚至可以这样说,自从有了旅游活动,就有了旅游文化。但是,旅游文化作为与旅游经济和旅游管理相对互动的组合概念而被提出,直至被当作一门学科和学问研究,则是现代特别是当代的事情。

中国的旅游文化学研究,始于20世纪80年代,经旅游文化界同仁披荆斩棘的艰苦努力,虽不敢说成果卓著,但使学科建设从无到有,功不可没,却是事实。然而即使如此,我们仍不得不坦承,旅游文化学至今仍是一门尚在探索和构建中的学科:旅游文化作何理解?旅游文化与旅游文化学有何实质性差别?旅游文化学究竟是一门怎样的学科?旅游文化在现代旅游业中起到何种作用?旅游文化学究竟应进行怎样的学科构架?诸如此类的旅游文化学理论问题和实践问题,依然在探索过程中,处于“百家争鸣”时代。

第一节 探寻旅游文化的定义

旅游的核心问题是文化问题。旅游文化是旅游的精神和灵魂，是推动旅游发展的原动力。研究旅游，无论是将它作为一种经济现象，还是将它作为一种文化现象，都离不开旅游文化。

旅游文化是一门既和旅游学有联系又和文化学分不开的交叉学科，是作为一门因学科交叉而形成的新兴学科。旅游文化通常被作为旅游学学科体系的一个分支。对于一门尚在构建中的学科，我们首先要了解的是，它是一门怎样的学科？为什么会被称为旅游文化或旅游文化学？它的研究对象、研究内容是什么？为什么要学习和研究它，以及怎样去学习和研究它？

一、令人困顿的旅游文化

从字面上看，旅游文化包括“旅游”和“文化”两个关键词，因此，要给旅游文化界定概念，首先似乎应该搞清楚旅游与文化的含义。

对于旅游的解释，似乎印证了这样一句话：“一千个人的眼里就有一千个汉姆雷特”，世界上几乎每位学者对它的理解和解释都不相同。沈祖祥先生在《旅游文化概论》中摘要归结为以下几种：交往理论、总和理论、休闲理论、离开理论、生活方式理论、访问和消遣理论、经济理论。

有学者从历史学角度出发，认为中国古代称旅游为“游”，游人、游子、游宴、游学、游猎、云游、遨遊等等，皆从游而来。还有一个几乎为官家所独占的“巡”字，实际意义与“游”相仿，但具有浓重的官家色彩，如巡使、巡守、巡检、巡抚、巡幸、巡视等等。“观光”一词，开始时满是皇家气派，谓得位帝王明习国之礼仪。后来，称巡视考察政教风俗为观光。有的学者从经济学角度出发，认为：旅游是指非定居者的旅行和暂时留居而引起的一种现象及其总和。这些人不会永久留居，也不从事赚钱活动。有的学者从旅游三大主体构成部分出发，认为：旅游是由旅游者（主体）、旅游资源（客体）和旅游服务（条件）三大要素构成。旅游三要素既具有各自特定的内涵，又紧密地联系在一起，共同形成旅游，产生旅游价值。也有学者从文化学角度出发，认为：旅游是一种特殊的生活方式，其特殊性就在于不是为解决人们的物质需要，而是为了满足人们的精神需要。人们外出旅游，或领

略大自然的神奇，或进行科学探秘，都可以得到多方面的精神享受，虽然在旅游过程中，要进行钱物交换，但整个旅游活动的最终效应，是以获得精神享受为指向。

如此种种，总体说来，关于旅游的解释比较有代表意义的有如下几种：

其一、日本的浅香幸雄认为：旅游是人们为了休息、教养、娱乐、运动等目的，离开日常生活的范围所进行的一时的移动，为广义的娱乐活动的一种形态。

其二、联合国官方旅行机构国际联合会则认为，到一国访问，逗留超过24小时的短期旅客，其旅行的目的属于下列之一者：悠逸（含娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育活动）业务，家庭，出使，开会，均称为旅游。

其三、美国的罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特在《旅游学》一书中，同意格洛萨瑞所下的定义：“在吸引和接待旅客与来访者的过程中，游客、旅游设施、东道国政府和接待团体的互相影响，所产生的现象与关系的总和。”

显而易见，由于对旅游的内涵和外延的理解不同，所以各家定义互有差异。虽然它们都有成立的理由，但又都是不全面的。

对于“文化”这一概念，中国陆杨在其著作《文化研究导论》一书中如是描述：“这似乎是一个你不说我还明白，你一说我就开始糊涂的话题。”自有文字记载以来，学者们从不同视角出发，对“文化”做出了不计其数的定义。

20世纪50年代，美国人类学家阿尔弗雷德·克洛依伯和克莱德·克拉克洪在其著作《文化：概念和定义批判分析》一书中列举了历史上百余条不同的文化定义，逐一进行解析。两位作者将五花八门、形形色色的文化定义根据一些“基本主题”进行归类。归类的结果得出9种基本文化概念，它们分别是哲学的、艺术的、教育的、心理学的、历史的、人类学的、社会学的、生态学的和生物学的。

然而，不论是历史文献之中还是今日正在流行的文化定义，都未必是这九种基本类型可以囊括。现今，距离上文所论之书出版时间又过去了半个多世纪，有关“文化”的定义可谓远胜百条。

综上所述，关于什么是文化的定义绝不是三言两语可以说清楚的问题。就其大致所指论，18世纪德国启蒙思想家赫尔德尔曾在其名著《人类历史哲学概要》中给文化定位过3个基本特征：其一、文化是一种社会生活模式，它的概念是个统一的、同质的，无论作为整体还是社会生活的方方面

面，人的每一言每一行都成为“这一”文化无可置疑的组成部分；其二，文化总是一个“民族”的文化，它代表着一个民族的精华；其三，文化有明确的边界，文化作为一个区域的文化，它总是明显区别于其他区域的文化。这3个特征甚至可以说是迄至不久前，一直被认为是关于文化内涵的权威定论。著名的例子如英国诗人T·S·艾略特（T. S. Eliot），就接过赫尔德尔的文化定义，称文化是涵盖了“一个民族的全部生活方式，从出生到走进坟墓，从清早到夜晚，甚至在睡梦之中”。对文化的此类理解是我们所熟悉的。

在理解上文对旅游文化的两个概念，“旅游”与“文化”的描述之后，不难看出，旅游和文化这两个概念本身的复杂性，而且，它们还可以方方面面地延伸开去，成为你中有我，我中有你，无论如何也理不清楚的铺天盖地的大网。因此，不难想象现今学者们在旅游文化的具体定义上的纷争，甚至矛盾冲突了。为此，有学者发出这样的感叹：“对旅游文化作何理解？是旅游过程所涉及的文化现象？是以旅游作为生活方式而创建的文化模式？抑或是旅游主体‘人文化成’过程加上旅游目的地文化冲突与涵化的过程？是旅游中介体文化？诸如星级宾馆、现代交通和旅行社管理文化？凡此种种，似乎都可称之为‘旅游文化’。旅游文化，特别是作为一门学科的旅游文化研究，应如何凸现出其赖以构成学科的独特性？旅游文化研究以何种核心问题为自己研究的对象？”

然而，要全面厘清旅游文化的内涵与外延，追踪旅游文化研究的来龙去脉殊有必要。

二、旅游文化概念的溯源

中国的旅游研究最早是从文化的角度切入的。旅游文化的研究可以追溯到1935年江绍原的《中国古代旅行之研究》。20世纪80年代初，中国就有人指出：“一定意义上，旅游也是一种文化事业。”《中国大百科全书·人文地理学》最早正式使用了“旅游文化”一词。这个定义更多地阐释了文化的类型及其在旅游活动中的作用，但没有讲明旅游文化的本质。1984年旅游文化作为一个专业概念首次提出。而第一部以“旅游文化”命名的专著是张复于1991年完成的。

近些年来，旅游文化作为一门学科的探索取得了一些重要成果。1995年，喻学才的大作《中国旅游文化传统》问世，可谓旅游文化研究领域的一部具有里程碑意义的重大成果。1996年，沈祖祥《旅游与中国文化》又将

旅游文化的研究推向高潮。20世纪90年代的著述主要有马波、谢贵安等。此后,2001年,2004年,2005年几乎每年都有几部关于旅游文化的著作问世。

也几乎所有以旅游文化命名的教材,都给出了关于旅游文化的定义或界定,而且思路也比较一致,即从文化入手,通过已有对旅游文化界定的参考,从旅游过程中主体遭遇、消费和产生的文化等等思路框架,给出了自己的定义。

喻学才先生将20世纪80年代起到2004年近20年的旅游文化研究分为3个阶段,并分段做了详细阐述,这其中,对旅游文化的基本概念的探讨从未间断。具体表示如下:

1. 20世纪80年代的旅游文化定义总结

这一时期,不少学者在论著或论文中,都试图对旅游文化加以界定,窦石认为,旅游文化是一个金字塔结构的文化体系。其“主体应当是那鲜明地反映了旅游经济和旅游活动的特殊需要部分”。除主体外,旅游文化还有广泛的部分,它表现在一般社会文化素养的普遍提高及其与旅游活动和旅游服务体系相交错的瞬间。北京信息经济中心的杨时进老师在其由中国旅游出版社1987年出版的专著《旅游述略》中对这一见解作了进一步完善。魏小安则认为,旅游文化是通过旅游这一特殊的生活方式,满足旅游者求新、求知、求乐、求美的欲望,由此形成的综合性现代文化现象。此外,晏亚仙指出:“旅游文化,是根据发展旅游事业的规划和旅游基地的建设,以自然景观(名山、名水、名城、名景)和文化设施为依托,以包括历史文化、革命文化和社会主义精神文明为内容,以文学、艺术、游乐、展览和科研等多种活动形式为手段,为国内外广大旅游者服务的一种特定的综合性事业。”江苏省社会科学院陈辽研究员主张“旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游有关的物质财富和精神财富的总和。”东南大学喻学才教授在《中国旅游文化传统》第一章中写道:“所谓旅游文化,它是指旅游主体和旅游客体之间各种关系的总和”。

2. 20世纪90年代前期的旅游文化定义总结

在这一时段当中,北京旅游协会曾于1990年6月和8月先后两次组织召开了以旅游文化为中心议题的学术座谈会,座谈会纪要载于《旅游学刊》1991年第1期。在座谈会的基础上,同年10月又与另外两个单位联合召开了“首届中国旅游文化研究学术研讨会”,该会以“旅游文化概念”为重点展开讨论,会议论文已汇集成《旅游文化论文集》(1991年由中国旅游出版

社出版)。冯乃康的“会议纪要”将研讨会上对旅游文化的定义,概括为下述3种表述方式。

(1) 旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游有关的物质财富和精神财富总和。

(2) 旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体相互作用所产生的物质和精神成果。

(3) 旅游文化是以一般文化的内在价值因素为依据,以旅游诸要素为依托,作用于旅游生活过程中的一种特殊文化形态。

20世纪90年代对旅游文化定义和特征加以研究的文章不多,这些定义相比20世纪80年代对旅游文化的定义并无多少新意,最多只能算是对上一阶段中国旅游学术界关于旅游文化的定义的一个阶段总结。

除此之外,比较有新意的有邓祝仁的《谈旅游文化及其特征》。作者认为除了应包括主、媒、客三方面文化外,旅游文化还应包括人们对旅游的研究成果,如旅游心理学、旅游社会学、旅游哲学、旅游美学等。

3. 20世纪90年代后期的旅游文化定义总结

由于文化的定义到此时也并无达成基本共识,学者们对旅游文化的认识和表达依然存在很大差异,综观这些论述,基本上都是从基本定义的角度进行研究。

在这一阶段,中国旅游学术界对旅游文化定义研究中较有特色的有如下几种。

(1) 贾祥春提出,旅游文化是一种全新的文化形态,是环绕旅游活动有机形成的物质文明和精神文明的总和。

(2) 王德刚给旅游文化下过这样的定义:旅游文化是以旅游活动为核心而形成的文化现象和文化关系的总和。

(3) 刘卫英、王立认为旅游文化的定义为“人类创造的有关旅游不同形态特质所构成的复合体”。

(4) 谢春山提出旅游文化是传统文化和旅游科学相结合而产生的一种全新的文化形态。

(5) 旅游文化是旅游者和旅游经营者在旅游消费或旅游经营服务过程中所反映、创造出来的观念形态及其外在表现的总和,是旅游客源地社会文化和旅游接待地社会文化通过旅游者这个特殊媒介相互碰撞作用的过程和结果。

综上所述,中国国内对旅游文化的定义分歧比较大,仔细比较分析可以

发现,其主要分歧可以归纳为如下三类:一是认为旅游文化是人类过去和现在所创造的,是与旅游有关的物质精神财富的总和;二是认为旅游文化是以旅游主体、旅游客体和旅游媒体相互作用而产生的物质精神成果;三是将旅游文化看作以一般文化的内在价值因素为依据,以旅游诸要素为依托,作用于旅游生活过程中的一种特殊文化形态。

第一种说法无疑是简洁的,但在旅游文化与一般文化的关系上,笼统地用了“相关”的概念,不能具体指明作为一般文化的不同领域和具体表达的旅游文化与之不可分割的逻辑关系,而且“相关”得如何,相关到何种程度,都很难界定。在旅游文化的构成上,也援用流行的大文化观念。

第二种说法深受旅游学和经济学分析的启发,将旅游活动的“三体”作为旅游文化创造的主体,界定范围较前者有所缩小,但是有些旅游文化内容也没有归纳进去。具体地说,就是在现代旅游没有大规模发展之前,人类几千年中的旅游活动创造的旅游文化,还没有现代意义上的旅游媒体或客体。但此说也给我们提供了一个基本的视角,就是按现代旅游活动的“主、客、媒”三体审视旅游文化的发生、碰撞,这无疑是具有新意的第三种代表性意见。

第三种说法将旅游文化与一般文化贯通起来,提出一般文化的内在价值因素是旅游文化的依据,以旅游六要素作为旅游文化的实际依托。这也为之后的旅游文化定义研究打下了一定的基础。

三、当代旅游文化的定义

旅游和文化的关系非常紧密。20世纪80年代初,我国就有人指出:“一定意义上,旅游也是一种文化事业。”《中国大百科全书·人文地理学》最早正式使用了“旅游文化”一词。这个定义更多地解释了文化的类型及其在旅游活动中的作用,但没有讲明旅游文化的本质。

由于旅游和文化这两个概念本身的复杂性,旅游文化又是一个新兴学科,其概念的科学界定存在相当大的困难。目前,将学术领域的多种说法归纳起来,其中较有代表性的观点主要有下述3种。

(1) 旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游有关的物质财富和精神财富的总和。

(2) 旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游介体相互作用所产生的物质和精神成果,旅游三要素中的任何一项都不能单独形成旅游文化。

(3) 旅游文化是以一般文化的内在价值因素为依据、以旅游诸要素为依

托而作用于旅游生活过程中的一种特殊的文化形态，是人类在旅游过程中精神文明和物质文明的总和。

我们认为，作为人类生活观念形态的一种反映，旅游文化是贯穿在整个旅游活动中的内在因素，它的产生与发展必然要建立在一般文化的基础上。而且文化的本质在于创新，旅游文化不是一般社会文化向旅游领域的简单移入或嫁接，而应该是以一般文化形态为基础创造出来的新型文化。同时尽管旅游活动古已有之，其中不乏文化因素，但旅游文化作为一个独立的学科却应该是现代的事情。

旅游文化：是一种全新的文化形态，是旅游活动发展到一定阶段，以旅游活动为核心而形成的关于旅游的文化本质及其发展规律的学科。它揭示了旅游活动本质上是一种文化活动，旅游业的发展在遵循经济规律、生态规律的同时，还必须遵循文化规律。从广义上说，它是一门从文化方面研究人类旅游活动发展规律的学问；从狭义上说，它研究的是在现行的市场经济社会中，人们如何合理开发利用过去所创造的旅游文化遗产，如何创造具有时代精神和地域特色的新旅游文化的问题。

四、旅游文化的特征

旅游文化属于社会文化的一种，它具有一般文化的共同属性，但更具有独特的个性。

从共性上看，它和一般文化一样，由人创造，普遍存在着人为现象，包括物质财富如衣着服饰、生活设施和精神财富如文学艺术、宗教信仰等，同时也有人类文化象征物如语言、遗迹、雕塑等。旅游文化与社会文化的共性主要表现为地域性、承袭性和交融性。

1. 地域性

地域性就是指地域差异性。美国学者爱尔伍德在《文化进化论》一书中提出自然环境说理论。其核心思想是，人类的文化，像树上的果实一样，依照气候和其他地理条件而产生。东西方这两个不同的地域就孕育了千差万别的文化。陈独秀在《东西民族根本思想之差异》一文中透彻地指出：“西洋民族以战争为本位，东洋民族以安息为本位。西洋民族以个人为本位，东洋民族以家庭为本位。西洋民族以法治为本位，东洋民族以感情为本位。”这种地域性文化形成的社会环境的因素之一就是民族环境，民族分布的地域性又是文化地域性形成的原因之一。正是这种文化的地域性、民族性构成了旅游吸引物的魅力，从而促进了国际旅游的发展。

2. 承袭性

承袭性即文化的继承性。一种文化一旦形成，便会在特定群体中代代相传。继承下来的文化既包括物质的，如陕北黄土高原的窑洞饮食文化，经过几千年发展演变，逐渐形成的烹、炒、煎、炸、炖、煮、酱、腌、炙、溜、熏、烤等多样化的烹调手法；也包括精神的、无形的，如价值观念、思维习惯、行为方式、民族性格，通过潜移默化的内化过程沉淀于潜意识底层。文化的承袭性使文化具有相当的稳定性，今天，旅游者能够领略不同地域千差万别的文化景观，就有赖于文化的这种特性。实际上我们民族的价值观念、思维习惯、行为方式和情感模式的承袭性，不仅在于沿袭，更重要的在于变化和演进。比如我们把中国的历史文化分为原始文化、农耕文化和现代文化三个阶段，分别代表原始社会、传统社会和工业社会的特征，这种文化的变化和演进在旅游过程中是随时可以感受到的。

3. 交融性

交融性是指不同文化系统之间的冲突、交流和融合。古今中外，由于各地文化发展的不均衡，文化的交流冲突从未中断。历史上，中原定居农业文化与北方游牧民族文化冲突不断。中原农耕人在长达两千多年的时间里，历尽艰辛，耗费巨大人力、物力、财力，修筑起万里长城，创造出人类文明史上的一大奇迹。汉、唐、明是中原地区与西域及其边远地区文化交流的繁荣时期，尤以唐朝为盛。当时的绘画、歌舞、服饰、器具有许多就带有西域文化的风尚，唐时，胡舞龟兹曲风靡中原，“洛阳家家学胡乐”。少数民族乐器也多有传入内地，并且沿用至今。中国文化不仅在内部各族的相互融汇、相互渗透中得到发展，而且在与外部世界的接触中，先后吸收了中亚游牧文化、波斯文化、印度佛教文化、阿拉伯文化以及欧洲文化的内容。文化交流促进了洲际、国际、族际间的文化认知，并以此为基础进行新的文化创造，使整个文化机体保持旺盛的生命力，同时还给后人留下数量巨大、价值极高的文化遗存。

从个性上看，一是旅游文化具有明显的“动态”特性，是旅游者在旅游活动过程中创造出来的；二是旅游文化是以追求享受为目的，而一般文化是以生存为目的；三是旅游文化是应旅游的需求而产生，为旅游活动所创造；四是旅游文化具有迁移性，可以将一定的旅游文化内容，在一定迁移条件和途径下进行空间移动；五是旅游文化具有动感性，人们旅游，“登山则情满于山，观海则意溢于海”，景融于意，意见于情，通过景物所看到的体觉其背后的“情动”，产生“流动美学”。