

导游基础知识. 上册1

全国导游人员资格考试(上海) 系列教材编写委员会

主 任：杨劲松

副 主 任：吴建国

编 委：(以姓氏笔画为序)

王红平 王保勇 王玉松 刘泽勋

李志军 张 昕 陈永发 范能船

系列教材主编：王红平

主 编：范能船

编 者：范能船 吴忠锐 吴国清 金企民

朱立新 李 桦 张杨莉

前 言

本套教材是全国导游人员资格考试(上海)的系列教材,由上海市旅游局导游人员考评委员会组织编写,包括《导游基础知识》(上册、下册)、《导游法律知识与道德修养》、《导游服务规范与技能》、《现场导游》五本书。本套教材注重党和国家的有关方针、政策和法律法规的贯彻;注重导游职业道德和规范服务的培养;注重基础知识和基本理论的掌握和运用;并体现发展要求及上海特色,着眼于资格准入的基本要求,强调基础,突出重点,将实用性、系统性和前瞻性有机统一起来。本套教材主要作为导游人员资格考试前培训使用,也可作为有关旅游院校相关专业教学用书或教学参考资料。作为导游人员资格考试前培训教材使用时,要依据当年全国导游人员资格考试(上海)的“考试大纲”规定执行。

本套教材是在前两版的基础上进行修订的。《导游基础知识》全书分上、下两册,共二十一章,上册为全国导游基础知识内容,共十二章,下册为上海导游基础知识内容,共九章。上册第一章“旅游发展要略”(范能船编写),第二章“中国历史文化与著名古迹”(吴忠锐编写),第三章“中国旅游地理”(吴国清编写),第四章“中国民族民俗”(朱立新编写),第五章“中国四大宗教”(范能船编写),第六章“中国古代建筑”(范能船编写),第七章“中国古代园林”(范能船编写),第八章“中国文学艺术”(金企民编写),第九章“中国饮食文化”(金企民编写),第十章“中国风物

特产”(金企民编写),第十一章“中国港澳台地区”(吴国清编写),第十二章“中国主要客源国”(吴国清编写)。下册第一章“上海概况”(吴忠锐编写),第二章“上海旅游业”(范能船编写),第三章“上海旅游资源”(范能船编写),第四章“上海城市建筑艺术”(范能船编写),第五章“上海民俗风情”(朱立新编写),第六章“上海文学艺术和体育娱乐”(金企民编写),第七章“上海饮食和小吃”(金企民编写),第八章“上海休闲购物旅游”(李桦编写),第九章“上海的旅游服务”(张杨莉编写)。

在这次新版教材的撰写修订过程中,参阅了同类教材及大量的书籍和诸多报章杂志,在此对相关专家、学者们深表感谢。同时,东方出版中心的领导和编辑在本套教材的出版过程中给予了很大的帮助和支持。付坤、马晓蓉等同志作为本套教材编委会工作人员,承担了大量的文秘处理和日常事务工作,在此表示感谢。由于水平和时间所限,本教材难免有不足之处,诚恳希望广大读者给予指正,以便今后不断完善。

编 者

目 录

第一章 旅游发展要略	001
第一节 旅游的产生与发展	001
一、旅游的产生	001
二、发展史举要	001
第二节 现代旅游活动	002
一、旅游者——旅游活动的主体	002
二、旅游资源——旅游活动的客体	005
三、旅游服务及其设施——旅游活动的纽带	008
四、现代旅游活动类型	008
五、现代旅游活动特点	009
第三节 现代旅游业	010
一、现代旅游业的概念、性质、特点、意义	010
二、现代旅游业的基本构成	013
三、旅游市场和旅游产品	015
四、旅游组织和“世界旅游日”	017
五、现代旅游业发展衡量指标	018
第四节 中国旅游业的发展	019
一、中国古代的旅游活动	019
二、中国近代旅游业的开端	020
三、中国现代旅游业发展	020
四、中国旅游业的图形标志	024
五、“中国旅游日”及其图形标志和形象口号	026
第二章 中国历史文化与著名古迹	028
第一节 远古、夏商周和春秋战国时期历史文化与著名古迹	028

一、远古时期	028
二、夏商周时期	029
三、春秋战国时期	030
第二节 秦汉和三国、两晋、南北朝时期历史文化与 著名古迹	031
一、秦汉时期	031
二、三国、两晋、南北朝时期	033
第三节 隋唐和五代十国时期历史文化与著名古迹	034
一、隋唐时期	034
二、五代十国时期	036
第四节 宋、辽、西夏、金、元时期历史文化与著名古迹	037
一、北宋、辽、西夏时期	037
二、南宋、金、元时期	038
第五节 明、清时期(1840年前)历史文化与著名古迹	040
第六节 近代时期(1840~1949年)历史文化与 著名古迹	042
一、西方文明的冲击与民族危机	042
二、中国人民的觉醒	044
三、探索救国真理的艰难历程	045
四、抗战的烽火和中国革命的胜利	047
第七节 导游常用的历史知识	049
一、中国的别名	049
二、朝代和国号的主要由来	050
三、帝王、皇族、皇戚的称谓	051
四、帝王的谥号、庙号、尊号、年号、陵号	051
五、姓、氏、名、字、号	052
六、天干、地支、干支	053
七、四时、节气、候	054
八、阴阳、五行	054
九、生肖	055
十、科举制度	055

十一、四书五经、十三经、三纲五常	056
十二、避讳	057
第三章 中国旅游地理	058
第一节 自然旅游景观	058
一、地文旅游景观	059
二、水域旅游景观	062
三、大气旅游景观	064
四、生物旅游景观	066
五、天象旅游景观	067
第二节 人文旅游景观	067
一、历史古迹旅游景观	068
二、现代人文旅游景观	070
三、文学艺术旅游景观	071
四、民俗风情旅游景观	072
五、购物旅游景观	073
第三节 典型旅游地	074
一、风景名胜区	074
二、历史文物保护单位	076
三、世界遗产	078
四、自然保护区	079
五、旅游度假区	081
六、AAAA 级和 AAAAA 级旅游景区	083
第四章 中国民族民俗	085
第一节 民族民俗概述	085
一、民族民俗的概念	085
二、族称、人口、分布	085
三、语言文字	087
第二节 汉族民俗概述	088
一、春节	089

二、清明节	090
三、端午节	090
四、七夕节	090
五、中秋节	091
六、重阳节	091
第三节 少数民族民俗概述	092
一、北部少数民族民俗举要	092
二、西南部少数民族民俗举要	098
三、中南、南部少数民族民俗举要	107
第四节 民俗旅游开发原则	112
一、保护性原则	112
二、真实性原则	112
三、艺术性原则	113
四、参与性原则	113
五、特色性原则	113
六、集中性原则	113
第五章 中国四大宗教	115
第一节 中国宗教信仰特点和政策	115
一、中国宗教信仰特点	115
二、中国宗教信仰自由政策	116
第二节 中国的佛教	117
一、创立和教义	117
二、发展、传播和派别	119
三、经典和标记	121
四、供奉的主要对象	121
五、称谓和礼仪	125
六、常见的佛事和主要节日	126
七、佛教建筑	127
八、佛教名胜	128

第三节 道教	130
一、创立和教义	130
二、发展阶段和主要派别	131
三、经典和标记	132
四、供奉的主要对象	133
五、称谓、斋醮和节日	133
六、道教建筑	134
七、道教名胜	135
第四节 中国的基督教	136
一、创立和教义	136
二、主要教派及在中国的传播	137
三、经典和标记	138
四、信奉对象和七件圣事	139
五、称谓和节日	139
六、基督教建筑	140
七、基督教绘画	140
八、著名的基督教教堂	141
第五节 中国的伊斯兰教	142
一、创立和教义	142
二、传播和主要派别	143
三、经典和标记	144
四、信奉的对象	144
五、称谓、习俗和节日	144
六、伊斯兰教建筑	145
七、著名的伊斯兰教清真寺	148
第六章 中国古代建筑	149
第一节 中国古代建筑发展要略	149
一、中国古代建筑的营造观念	149
二、中国古代建筑的发展	149

第二节 中国古代建筑常识	153
一、常见的构件、彩画、屋顶、屋顶装饰	153
二、京城与宫殿配置的原则和宫殿的布局与陈设	158
三、坛庙建筑和陵墓建筑	160
四、常见的传统民居建筑	162
第三节 中国古代建筑的遗存	163
一、古都建筑遗存	163
二、皇宫建筑遗存	164
三、坛庙建筑遗存	166
四、陵墓建筑遗存	167
第四节 中国古代建筑欣赏和中西建筑比较	170
一、中国古代建筑特点	170
二、中国古代建筑欣赏	171
三、中西建筑比较	172
第七章 中国古代园林	174
第一节 中国古代园林概述	174
一、中国古代造园的基本观念	174
二、中国古代园林的发展	174
第二节 中国古代园林的分类和构成要素	177
一、中国古代园林的分类	177
二、中国古代园林的构成要素	179
第三节 中国古代园林的空间分隔和构景手段	182
一、中国古代园林的空间分隔	182
二、中国古代园林的构景手段	182
第四节 中国现存的著名古代园林	183
一、著名的北方园林	183
二、著名的江南园林	184
三、著名的岭南园林	187

第五节 中国古代园林欣赏和中西园林比较	188
一、中国古代园林特点	188
二、中国古代园林欣赏	189
三、中西园林比较	191
第八章 中国文学艺术	193
第一节 著名文学家及其故居、墓地、纪念地	193
一、古代著名文学家及其故居、墓地、纪念地	193
二、现代著名文学家及其故居、墓地、纪念地	202
第二节 旅游文学文体常识	204
一、诗、词	204
二、游记	207
三、名胜楹联	208
第三节 绘画、书法、篆刻艺术常识	210
一、中国画欣赏知识和名家名作	210
二、书法欣赏知识和名家名作	213
三、篆刻艺术基本知识	215
第四节 雕塑艺术常识	216
一、雕塑艺术欣赏知识	216
二、雕塑名家名作	218
第五节 戏曲、音乐、舞蹈常识	219
一、戏曲	219
二、音乐	220
三、舞蹈	221
第九章 中国饮食文化	224
第一节 中国四大菜系	224
一、四大菜系的共同特点	224
二、四大菜系的各自特色	226
三、中国饮食文化特点	227

第二节 中国地方菜和特色小吃	228
一、主要的地方菜	228
二、各地主要小吃	231
第三节 中国茶文化知识	235
一、茶文化的演绎和功能	235
二、茶的分类和品牌茶	236
第四节 中国酒文化知识	238
一、酒文化的演绎和功能	238
二、酒的分类和品牌名酒	241
第五节 中国饮食文化审美特点和中西饮食文化比较	243
一、中国饮食文化的审美特点	243
二、中西饮食文化比较	246
第十章 中国风物特产	247
第一节 中国的陶瓷	247
一、陶器与瓷器	247
二、陶瓷器的欣赏与选择	248
三、名特陶瓷器	249
第二节 中国的丝绸与刺绣	250
一、丝绸	250
二、刺绣	251
第三节 中国的文房四宝、风筝、扇子、年画和盆景	253
一、文房四宝	253
二、风筝	254
三、扇子	255
四、年画	256
五、盆景	257
第四节 中国的雕塑和金属、漆器、编织等工艺品	258
一、雕塑工艺品	258
二、金属工艺品	260

三、漆器工艺品	261
四、编织工艺品	261
第五节 中草药	262
一、中草药的发展和特点	262
二、各地名贵中草药	263
第十一章 中国港澳台地区	266
第一节 香港特别行政区	266
一、概况	266
二、民俗禁忌	267
三、主要旅游景点	268
第二节 澳门特别行政区	271
一、概况	271
二、民俗禁忌	271
三、主要旅游景点	272
第三节 台湾省	275
一、概况	275
二、民俗禁忌	276
三、主要旅游城市和景点	277
第十二章 中国主要客源国	280
第一节 亚洲市场主要客源国	280
一、日本	280
二、韩国	282
三、新加坡	284
四、马来西亚	285
五、菲律宾	287
六、印度尼西亚	289
七、泰国	290

第二节 洲际市场主要客源国	292
一、美国	292
二、加拿大	294
三、德国	295
四、法国	297
五、英国	299
六、俄罗斯	300
七、澳大利亚	302

第一章 旅游发展要略

第一节 旅游的产生与发展

一、旅游的产生

旅游是人类社会发展到一定阶段的产物。原始社会的新石器时代的中期,由于缺乏劳动剩余物,人类即使有迁移活动,也都是因气候、天灾等自然因素或战争等特定人为因素而被迫进行的。直到原始社会末期,由于产生了产品或商品交换,人类才有意识外出旅行,但不是为了消遣和度假。奴隶制社会,由于私有制的产生,剩余产品的出现,生产力和 socioeconomic 的发展,推动了产品交换,人类才自觉地外出经商。所以旅游是人类从早期的旅行活动中发展而来的,由于经商的需求,必须扩大对其他地区的了解和接触,在最初的年代中,主要是商人开创了旅行活动。

二、发展史举要

(一) 近代意义上旅游的出现

就全球而言,直至 19 世纪初期,旅行的发展在较多方面开始具有今天意义上的旅游特点。其中最重要的是,因消遣目的而外出的观光或度假者,在人数规模上已经超过传统的商务旅行。也因为如此,英文中的“旅游”(Tourism)一词开始问世。其最初意义虽然与当今“旅游”专业用法不尽相同,但作为人们日常用语,已经指因消遣目的而离家外出的旅行和在外逗留期间的全部活动。

（二）近代旅游业诞生的标志

近代旅游业诞生的标志是 1845 年英国人托马斯·库克 (Thomas Cook) 创办了世界上第一家旅行社。该年夏天,托马斯·库克决定开办商业性的旅行业务,首次组织团体消遣旅游;从莱斯特出发,最后目的地是利物浦,参加人数 350 位。为组织这次活动,托马斯·库克做了大量先期考察,了解廉价旅馆情况,并确定沿途要参观游览的地点;编写并出版了世界上第一本旅游指南书《利物浦之行手册》;他不仅本人担任旅行团的陪同和导游,而且在沿途一些地方聘用了地方导游;在此前他组织的旅游都是当日往返的一日游,而这一次则是为期一周、在外过夜数天的长途旅游。可见,从考察线路、组织产品、广告宣传、销售组团,直至陪同和导游,托马斯·库克所组织管理的各项活动已不是过去那样的“业余活动”,而是完全出于纯商业目的旅游活动,这体现了当今旅行社的基本业务性质、范围以及做法。可见,托马斯·库克的有计划有目的组织的这次旅游活动,表明人们对旅游的需求已经成熟,旅行社的雏形已经问世,这是近代旅游业诞生的标志。

第二节 现代旅游活动

现代旅游活动的基本要素,是指开展旅游活动必须具备的基本条件。这些基本条件包括三个方面:作为旅游主体的“旅游者”,作为旅游客体的“旅游资源”,作为连接主体和客体的纽带“旅游服务及其设施”;这三个方面的基本条件构成现代旅游活动完整的体系,缺一不可。

一、旅游者——旅游活动的主体

（一）旅游的操作性定义

国际组织和专家学者对旅游下过许多定义,但我们通常用的

是操作性定义。操作性定义是为了统计的方便而制定的。世界旅游组织(World Tourism Organization),简称W. T. O或UNWTO,1991年6月25日,在加拿大召开了“旅游统计国际大会”,对旅游的基本概念重新下了定义,旅游即:“包括人们为了休闲、商务和其他目的,离开他们惯常的环境,到某些地方以及在某些地方停留,但连续不超过一年的活动。”这个定义包括三大部分:首先讲旅游动机,即为了休闲、商务和其他目的,这里当然排除为了谋生而实现的空间移动;接着讲旅游必须有较大的空间移动,有时这些空间移动需要停留,如住宿;最后讲时间,即连续时间不超过一年,这大多与签证有关。

(二) 旅游者

将旅游动机转化为旅游行为,这是与旅游相关的一切社会现象和关系发生的基础,也是旅游业赖以生存、发展的根本,因而旅游者在旅游活动中处于中心地位。

1. 旅游者的基本定义

旅游者是旅游活动的主体,也是旅游业服务的对象。在当今世界旅游组织的前身国际旅游组织联盟推动下,联合国在1963年于罗马召开国际旅游会议(简称罗马会议),会议提出,凡纳入旅游统计中的来访人员统称为“游客”(Visitor),即中文的“旅游者”。旅游者分为两类,一类是在目的地停留过夜的称之为“旅游者”(Tourist),另一类是在目的地不过夜停留,而是在当日往返的游客,称之为“短程游览者”(Excursionist)或“一日游游客”(Day Tripper),也就是不过夜旅游者。我国的旅游统计,则将旅游者分为入境旅游者、国内旅游者和出境旅游者三类。

(1) 入境旅游者。入境旅游者是指来我国观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议以及从事经济、文化、体育、宗教活动的外国人、华侨、港澳台同胞。其中外国人是属外国国籍的人,包括加入外国国籍的有中国血统的人;华侨是指持有中国护照但