



全国高校素质教育教材研究编审委员会审定

中国 旅游 文化

徐日辉 著

中国教育文化出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游文化/徐日辉 著 —中国: 中国教育文化出版社, 2006 年 12 月

ISBN 988-97477-7-4

I. 中… II. 徐… III. 历史地理—中国旅游—文化

IV. K93.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006)

中国旅游文化

徐日辉 著

责任编辑: 邱巍

封面设计: 张骐年

出版发行: 中国教育文化出版社

排 版: 科士洁文印中心

印 刷: 新颖印务有限公司

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 9.9

字 数: 340 千字

版 次: 2006 年 12 月第 1 版

印 次: 2006 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 988-97477-7-4

定 价: 25.00 元

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 请将本书寄回编委会由我们负责为您调换

地址: 北京市海淀区交大东路 62 号西 208 室 100044

序 言

旅游文化是研究“在吸引和接待游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相互影响所产生的现象与关系总和”的一门学科,是“整个旅游业的灵魂与支柱”。

旅游文化是旅游过程中物质文明与精神文明的总和,是旅游主体主客观相融的一种文化形态。从原始文明到现代文化;从物质资源到精神资源都可以成为吸引旅游主体的因素。旅游主体在旅游过程中吸取旅游地的文化,开阔眼界,丰富见闻,增长知识,提高了文化修养,在满足了文化需求的同时也把自身的文化传播开来,使地区间的文化差别日益缩小。“我们的旅游业,就如同我们在舞台上演戏一样,戏中有古代的明星,也有现代的明星;有古代文化,也有现代文化;有美丽的自然风景,也有建筑、历史文化遗存等。换句话说,我们不止是金钱,更重要的是伟大的传统和人类历史最卓越的成就。”因此,旅游既是一种经济活动,更是一种文化活动。从哲学的角度看,也是人们主观感受见之于客观存在的能动的意识活动。

改革开放后,随着旅游业的发展,旅游文化研究从 20 世纪 80 年代起异军突起,旅游文化传统、旅游文化理论研究成果斐然,为我国旅游经济的壮大奠定了基础。随着 21 世纪的到来,人民生活水平大幅度提高、闲暇时间增加、世界经济一体化等诸多因素促使了中国旅游业迅猛发展,并由粗放型向成熟型转变。在这个时期,旅游产业文化内涵的提升以及旅游者对文化的需求格外迫切。人们也十分关注旅游文化的研究与应用,并把它看成是中国旅游经济腾飞和旅游市场开拓的支点与“旅游经济保持持续发展的根本保障”。

徐日辉教授的《中国旅游文化》便是在这种背景下写成的。同

类相较，该书有三个特点：首先，提纲挈领，重点突出。该书十三部分，有源、有流、有具体的文化，简明扼要地概括了旅游文化学科的核心内容，言简意赅，使人一目了然。其次，基础扎实，观点新颖。该书重视旅游文化的基础，有点有面，点面结合，布局合理，旅游活动中重要的、常用的文化知识浓墨重彩；一般常识，高度概括，带笔而过，不失分寸。书中旅游文献与旅游文化，文物考古及其旅游实践，旅游文化的传播等章节，是作者长期研究的结晶，其材料详实，言语精妙，新见叠出；给人诸多启迪。其三，注重实践，强调应用。旅游文化的应用一直是旅游界的棘手问题，旅游开发、旅游活动都强调文化，但多数人是知其然而不知其所以然。该书有多年旅游实践的经验和方法，尤其是文物考古与旅游实践，并且设有专章论述中国旅游文化的实践与发展，可供旅游界的同仁们参考。

徐教授从事旅游文化教学、研究多年，出版著作 10 部，其经验丰富，功底深厚，博学多闻，才思敏捷，又刻苦努力，屡有佳作付梓。今承蒙信任，嘱我先言。虽班门弄斧，江郎才尽，亦终其所托，不敢怠慢，是为序。

唐代剑

2006 年 10 月 6 日于杭州

唐代剑：浙江工商大学旅游学院院长、浙江省旅游科学研究所所长、教授、博士、博士生导师。

目 录

第一章 中国旅游文化的定义与特征	1
一 中国旅游文化的定义	1
二 中国旅游文化的特征	13
(一) 历史承传特征	13
(二) 地域文化特征	17
(三) 民族特征	27
(四) 综合发展特征	30
第二章 中国古代旅游文化的考察	32
一 中国旅游发展简述	32
二 中国古代旅游行为考察	44
(一) 政治型旅游行为	44
(二) 事业型旅游行为	48
(三) 考察型旅游行为	51
(四) 游玩型旅游行为	55
(五) 社会型旅游行为	57
(六) 出走型旅游行为	58
(七) 精神寄托型旅游行为	60
第三章 中国传统文化与中国旅游文化	64
一 中国文化之探讨	64
二 传统的表义	72

(一) 传统的稳定性	73
(二) 传统的模式化	74
(三) 传统的排它性	76
(四) 传统的发展性	77

三 中国传统文化的形成、发展与时代特征

(一) 中国传统文化的渊源	80
(二) 中国传统文化的发展	81
(三) 中国传统文化的形成	83
(四) 中国传统文化的时代特征	90

四 诸子百家与中国旅游文化

(一) 儒家与中国旅游文化	91
(二) 孔子与中国旅游文化	96
(三) 道家与中国旅游文化	102
(四) 老子与中国旅游文化	106
(五) 墨家与中国旅游文化	110
(六) 兵家与中国旅游文化	113
(七) 法、名、阴阳诸家与中国旅游文化	116

第四章 中国旅游文献与中国旅游文化

一 中国旅游文献的定义

二 中国旅游文献学

三 中国旅游文献对中国旅游文化的支撑与贡献

(一) 《山海经》	129
(二) 《穆天子传》	131
(三) 《法显传》	134
(四) 《水经注》	137
(五) 《西域图志》	141
(六) 《大唐西域记》	142
(七) 《入蜀记》	144
(八) 《吴船录》	145

(九) 《长春真人西游记》	146
(十) 《徐霞客游记》	148
第五章 山水文化	151
一 山水文化的由来与发展	151
二 山水文化与现代旅游文化的关系	155
三 魅力杭州与山水文化	159
第六章 饮食文化	178
一 饮食文化的渊源考察	179
二 关于“饮”与“食”的考察	181
三 农业发展与饮食文化	184
四 早期旅游文献中的饮食文化	193
五 饮食文化行为发展的考察	199
(一) 陶器及其他饮食器具的发明与应用	199
(二) 中国面条的发现	203
(三) 汉唐以来饮食文化的发展	207
(四) 佛教与饮食文化	216
(五) 道教与饮食文化	220
(六) 清真饮食文化	226
六 饮食文化与社会政治	227
第七章 酒文化	235
一 酒的由来	235
二 酒的社会功能	238
三 酒的礼仪交际功能	242
四 酒的医药保健功能	244
五 酒肆与酒文化	245
六 酒与文学创作	249

第八章 茶文化	253
一 茶的发展	254
二 陆羽与茶	260
三 茶马互市	264
四 茶风茶俗	267
五 好山好水好茶	271
六 茶与文人情结	274
七 有关茶文化著作的考察	278
第九章 宗教文化与中国旅游文化	286
一 宗教与宗教文化	286
二 佛教与旅游文化	290
三 道教与旅游文化	295
第十章 书法、绘画与雕塑艺术	301
一 中国书法	301
二 中国绘画	307
三 中国雕塑艺术	313
第十一章 旅游文学与旅游史学	319
一 旅游文学	319
二 旅游史学	330
第十二章 文物考古与旅游实践	334
一 历史文物的特点	335
(一) 直观形象性	336
(二) 历史真实性	336
(三) 社会典型性	337
(四) 不可再生性	337
二 文物的范围	338

三 历史文物的价值	340
四 考古与文物在旅游活动中的作用	341
五 文物是最具开发价值的旅游资源	343
第十三章 中国旅游文化的实践与发展	348
一 二十五年来成功的实践	348
(一) 理论上的重大突破	348
(二) 旅游文化资源的开发	349
(三) 宣传与旅游文化	349
(四) 旅游开发对文化的保护	350
(五) 旅游文化与国民经济的增长	350
(六) 旅游文化成为促进和支持旅游经济发展的亮点	351
(七) 改善社会环境和生态环境	352
(八) 促进了教育事业的发展	352
二 实践中的弊端	352
(一) 以目前中国世界遗产为例	353
(二) 对生态环境的破坏	354
(三) 文化保护与发展旅游的矛盾	354
三 发展与展望	356
引用书目	360
后 记	385

第一章 中国旅游文化的定义与特征

旅游文化作为一种表现形式,或者说文化种类,它既是人类活动的表现,也是人类有目的文化活动的结果;作为存在方式,不仅仅反映了人类旅游实践的结果,还包括创造成果的活动本身。

中国旅游文化是建立在中国传统文化的基础之上,从广义上讲是属于“旅游文化”的范畴,但中国旅游文化不是简单的要素综合与条块归纳,而是自立于世界民族之林的中华文明积淀的反映,是以源远流长的传统文化悠久的旅游历史和丰富的文化内涵为背景的民族文化。因此,我们的目标之一就是以中国传统文化为基础进行研究、探讨和拓展中国旅游文化,并从开发与研究两个方面着手作有益的探讨,完善具有中国特色的理论体系,更好地为传承中华文明服务,为建设旅游强国服务,为繁荣祖国经济服务。

一 中国旅游文化的定义

旅游是人类诸多活动之一,有几千年的历史,如果把原始社会先民们的迁徙作为起始的话,至少不下万年。而“旅游文化”则是对长期旅游活动的理论提升,然而风行于国内的“旅游文化”一词不但出现得很晚,而且还是舶来品。

“旅游文化”最早见于美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特的《旅游学——要素·实践·基本理论》,他们对旅游业和旅游文化提出了自己的看法。其中旅游业的定义是:“在吸引和接待游客与来访者的过程中,游客、旅游设施、东道国政

府和接待团体的相互影响所产生的现象与关系的总和”^①。在他们看来，在旅游活动中任何一个部门都会涉及到旅游业，而旅游业又影响着每一个部门。这是针对旅游活动而言的，实践证明，游客、商业机构、东道国政府和东道国共同体以及接待团体和旅游设施等确实是旅游业的重要因素。对于旅游文化，他们的定义是：

实际上概括了旅游的各个方面，人们可以借助它来了解彼此之间的生活和思想。因此，旅游是促进国际间文化合作的重要途径。反过来说，一个国家的文化发展又是吸引游客的根本保证^②。

在这里通过旅游行为来增加“了解彼此之间的生活和思想”，显然是提升了旅游行为的本身，上升到文化的层次，也就是说从单纯的“游”和“玩”进入到高一层次的文化交流。该观点一经提出，便得到了广泛的认同。在中国最早使用这个概念的是1990年版的《中国大百科全书·地理学》，该书是这样解释的：

旅游与文化有着不可分割的关系，而旅游本身就是一种大规模的文化交流，从原始文化到现代文化都可以成为吸引游客的因素。绘画、雕刻、摄影、工艺作品，是游人乐于观赏的项目。戏剧、舞蹈，音乐，电影以及其它表演艺术也常常是吸引旅游者的晚间节目。一些特色的博览会、博物馆、游乐园也是旅游收入很高的文化实施。游客在欣赏旅游地文化的同时，也把所他们居住地的文化带到了游览地，使地区间的文化差别日益缩小。所以，旅游本身也是一种文化交流。^③

《中国大百科全书》具有很高的权威性，但有意思的是将“旅游”归入《地理学》的《文化地理》之中，而不是归入到“文化”

① 美，罗伯特·麦金托什；夏希肯特·格波特著，蒲红等译：《旅游学——要素·实践·基本理论》第12页，上海文化出版社1985年版。

② 美，罗伯特·麦金托什；夏希肯特·格波特著，蒲红等译：《旅游学——要素·实践·基本理论》第37～38页，上海文化出版社1985年版。

③ 《中国大百科全书·地理学》第293页，中国大百科出版社1990年版。

之中,可见在1990年以前我国对“旅游文化”还没有形成明确的类属。由于归入地理学科,所以它对“旅游文化”的解释不够全面。考察这一解释,虽然注意到了传统文化和现代文化都是旅游客体,以及具体的旅游活动,但只是强调了旅游主体在旅游过程中所传播的本国文化和所接受的异国文化的总和,尤其是偏重于文学艺术领域。从内容的罗列上讲,《中国大百科全书》不能说不全,但仅限于较低层次的范畴,并没有真正揭示中国旅游文化的内核。今天看来,有着一定的局限性。但是对旅游三大要素的界定,即:“旅游主体(旅游者),旅游对象(风景名胜和娱乐活动等)和旅游手段或旅游媒介(旅游宣传,组织,运输和接待设施)”却很有道理^①,成为一种流行的观点。其实还应该包括“旅游社会环境的环节文化”^②,这是因为任何的旅游活动都要受到社会环境的制约束。

我们知道,美国学者提出“旅游文化”这一概念,是有其历史背景为支撑的。首先,20世纪70年代后,美国从越南战场撤出并与中国正式建立外交关系。这两件大事改变了美国人当年的生活。一是从越战撤出,使人们开始摆脱战争的阴影,重新设计日常生活;二是与中国建交,使不少美国人梦想进入东方古国观光成为现实。其次,伴随着科学技术的高速发展、交通工具的现代化,使旅游更加便捷快速。因此,在这种世界旅游业大发展所带来的经济效益高于其他行业的大趋势下,“旅游文化”的概念应运而生,并带有明显的美国气味。

由于世界旅游业迅速发展,越来越看好的经济收入,使世界各国从20世纪80年代起都不同程度地加快了自身的旅游业发展步伐,中国也不例外。所以中国最早对“旅游文化”的解释是在美国学者观点的基础上,融入了中国特色的文化内涵。80年代以来中国高速发展的旅游业,使学术界开始对“旅游文化”进行冷

① 《中国大百科全书·地理学》第289页,中国大百科出版社1990年版。

② 谢贵安:《旅游文化学》第13页,高等教育出版社1999年版。

静的思考和研究,提出了种种建设性的意见。迄今为止,观点就达七八种之多,但最基础的应该是以下具有代表性的三种定义:

1. 旅游文化是与旅游有关的物质财富与精神财富的总和^①;

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^②;

3. 旅游文化是旅游生活的一种文化形态,是旅游这一独特的社会现象体现出来的文化内涵^③。

以上三种定义从不同的角度揭示出旅游文化的本质或者说属性,但各自的侧重点有所不同。

第一种定义所强调的是人类无论过去还是现在所创造的与旅游活动紧密相关的精神和物质两个方面,但过于笼统,显而易见,这一定义有其不足。

第二种定义相对而言切合于“旅游文化”,这是因为旅游文化不仅是精神的,物质的,而且还是商业的。也就是说在旅游主体与旅游客体同时并存的前提下,今天出现的朝气蓬勃的旅游介体或者说是媒体作为旅游业发展中的派生物,它一诞生就得到了社会的认可,时至今日已经构成了当今世界旅游文化中不可缺少的一部分。没有媒体的宣传,你就不可能知道更多的旅游地,没有旅行社你可能一生都无法去想去的方地方等等。虽然旅游介体的历史不如旅游主体和旅游客体长,但它的作用,尤其是在发展经济的方面是不容低估的最活跃因素,其发展潜力之大,也是超出人们的想象,因为谁都不能否认经济也是一种文化。

第三种定义是从旅游活动中认识旅游文化的,强调的是旅游者与旅游服务者在活动过程中所反映出的社会现象,包括观念形态和表现形式。

在这三种基本定义的基础上,随着旅游业的发展和对旅游文化

① 张复:《旅游文化》第3页,北方文艺出版社1991年版。

② 冯乃康:《首届中国旅游文化研讨会会议纪要》,载《旅游刊学》1991年1期。

③ 王明煊、胡定鹏:《中国旅游文化》第9页,浙江大学出版社1999年版。

研究的深入,又派生出一些与之相关的观点。如王明煊、胡定鹏先生提出:“旅游文化是人类过去和现在创造的与旅游关系密切的物质财富与精神财富的总和,凡在旅游活动过程中能使旅游者舒适、愉悦、受到教育,能使旅游服务者提高文化素质和技能的物质财富和精神财富,都属于旅游文化的范畴”^①。另外,谢贵安先生提出:“旅游文化是一种文明所形成的生活方式系统,是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件,通过旅游客体的能动作用,碰撞产生的各种旅游文化现象的总和”^②。碰撞说来自于西方,罗伯特·麦金托什、夏希肯特·格波特的《旅游学——要素·实践·基本理论》就持有此观点。方志远先生提出:“旅游文化是文化交流与对话的一种形式,是以旅游主体为中心,以区域文化生态为对象,以跨文化交流为媒体,在丰富多样的旅游活动中迸发出来的、形式复杂多样的各种文化行为为表征的总和。它是一种有时间和空间上的延续性,而没有国界性或地域性的、动态的路上文化。由于旅游作为一种社会文化现象有着极其悠久的历史,因而旅游文化是人类创造的与旅游活动相关的物质和精神财富的总和”^③。最近有学者提出:“旅游文化是一种概念,而不是一种现实。它是过去发展起来的一种思想,并且与旅游目的地的政治文化密切结合的表现形式。作为一种概念,旅游文化不断地体现着一种矛盾:一方面,它吸纳了一种均质化的政治议程,暗示生活在一个特定旅游地(场所)的人以相同的总体方式活动,并作为一个(旅游目的地)群体划出界限来确定该群体的身份;另一方面,如果仔细地观察被描述者的行为模式,便会发现这些模式其实并非真的可以划出界限”^④。旅游文化可以认为是一种概念,但不能排除对其的定义,这在上述主要观点中表现得很清楚。

① 王明煊、胡定鹏:《中国旅游文化》第9页,浙江大学出版社1999年版。

② 谢贵安:《旅游文化学》第13页,高等教育出版社1999年版。

③ 方志远:《旅游文化概论》第13页,华南理工大学出版社2005年版。

④ 郭翔东、傅吉新:《基于旅游文化是一种概念的理解》,载《桂林旅游高等专科学校学报》2006年4期。

当我们探讨了旅游文化的定义之后,有必要研究什么是中国旅游文化。由于我们生活在中国,主要的旅游活动也在中国,因此,在认识“旅游文化”的基础上更应该了解和熟知“中国旅游文化”。对于“中国旅游文化”,潘宝明先生对其定义提出了如下的界定:

“既然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文化形态,是旅游过程中物质文明和精神文明的总和,那么中国的传统文化和现代文明凡是能为旅游直接服务或间接服务的都应纳入中国旅游文化范围”^①。在这里主要强调了能为旅游直接或间接服务的中国传统文化与现代文明都纳入到中国旅游文化。而周敦源先生认为:

“在中国深厚的传统文化中,只有能为旅游业开发利用并产生综合效益的那部分才属于旅游文化的范畴,是与旅游活动相关的文化的总称”^②。作为对中国旅游文化的探讨,周健、甄尽忠先生从中国旅游文化的文化结构、地域结构、要素结构、内容结构和主体结构着手,提出:“中国旅游文化的内容结构包括中国旅游史、中国旅游文学、中国旅游建筑文化、中国园林旅游文化、中国旅游宗教文化、中国旅游民俗文化、中国旅游饮食文化、中国旅游艺术文化和中国制度文化等”^③。毫无疑问,上述诸观点的出现有着积极的意义,为我们更深入地研究中国旅游文化作出了有益的探索。

综合学者们的研究和教学实践的探索,我们认为从广义上讲中国旅游文化属于“旅游文化”的范畴;从个性上讲则是独一无二的中国文化。这是因为每个国家、每个民族都有自己的文化传统,而这种长时期形成的文化传统必然地表现在文化的各个方面,包括旅游文化在内。这里有人文的因素,也有地理的因素,还有不可低估的突发事件以及战争因素等。因此,我认为中国旅游文化的定义是:

中国旅游文化,是指具有中国特色的旅游文化,是以中华民族

① 潘宝明:《中国旅游文化》第3页,中国旅游出版社2005年版。

② 周敦源:《旅游文化》第8~9页,浙江大学出版社2005年版。

③ 周健、甄尽忠:《中国旅游文化》第7、12页,郑州大学出版社2006年版。

五千年的文化传承和积淀为基础的,包括已经创造的和正在创造的与旅游活动相关的物质财富与精神财富在内的文化产物。

中国旅游文化不但历史悠久源远流长,而且内容丰富多彩,既有旅游主体文化,包括旅游者的文化素质、政治主张、思想信仰、审美情趣、性格爱好、生活方式^①、心理特征和文化需求等。又有旅游客体文化所包括的与旅游相关的旅游历史文化、建筑文化、宗教文化、民俗文化、饮食文化、文学、艺术、史学和自然景观等。还包括旅游介体文化中的旅游企业文化、传媒文化、管理文化、服务文化、商品文化、娱乐文化、旅游中介文化以及旅游文化教育、旅游政策、旅游法规等。

旅游文化,这个词虽然出现的很晚,但不并等于中国旅游文化就发生得很晚,因为旅游一词在中国 5000 年的旅游文化中有一个认识 and 发展的过程,特别是所赋予的内涵,这也是我们在探讨中国旅游文化的时候必须要掌握的基础知识。

当学者们把更多的注意力集中在界定“旅游文化”的时候,却忽略了对中国的“旅”和“游”的文化考察。

考察表明,从实质上讲“旅”和“游”是两个有区别的概念,至少是在唐代以前“旅”和“游”是分开的且各自不大相属,在距今 3200 年前武丁的时期就有反映^②。“旅”,在出土的甲骨文一期中写作“𠂔”、“𠂕”,二期写作“𠂖”、“𠂗”、“𠂘”,三期写作“𠂙”,从“𠂚(yan)”、“𠂛”。金文“旅”写作“𠂜”、“𠂝”,像人在旗帜的下边,众人拥着旗子向前走。因此《说文》称:“旅,军之五百人为旅”。《周礼》规定:“五旅为师。”^③孙子称:“夫用兵之法,全国为上,破国次之;全军为上,破军次之;全旅为上,破旅次之;全伍为上,破伍次之。是故百战百胜,

① 康玉庆、何乔锁:《中国旅游文化·绪论》,中国科技出版社 2005 年版。

② 夏商周断代工程专家组:《夏商周断代工程 1996 年—2000 年阶段成果报告》第 88 页,世界图书出版社 2000 年版。

③ 《周礼·地官·小司徒》。

非善之善者也，不战而屈人之兵，善之善者也。”^① 由于“旅”为军队，军队的宗旨是服务于战争，而战争是在运动中完成，是动态的流动的，所谓君行师从，卿行旅从，因而又借用为行。《尔雅》称“征迈曰行也”，是为“旅行”。《礼记》称：

曾子问曰：“三年之丧，吊乎？”孔子曰：“三年之丧，练不群立，不旅行”^②。

这里的“旅行”是说三年服丧之人不与众人一同行走。因而《易经》称：“旅，小亨。旅贞吉。……六二：旅次，怀其资，得其仆，贞”^③。旅，指客人。是说旅客有所占问则吉。而“旅即次”者，注曰：可以安行旅之地也”；次，亦指客舍，旅馆^④。是说旅客来到客舍（旅馆），携带着钱币，买到一名男奴隶，事情顺利大吉。正因为周代有旅客，所以设置了相应的设施，称之为“庐”、“宿”^⑤。有旅舍就有了“旅人”。“旅人”，《国语·晋语》称：“旅人所以事子也，唯事是待”。注曰：“旅客也。言寄客之人，不敢违命。”从一个侧面反映出对旅人旅游者的敬重。

南北朝以来，由于文人的旅游的兴起，“旅舍”便频频出现^⑥，如谢灵运：“久痾（mei）昏垫苦，旅馆眺郊岐”之“旅馆”^⑦，痾者，忧思成病。还有谢朓：“旅思倦摇摇，孤游昔已屡”之“旅思”^⑧，指旅途之思念。从“旅”字的组合可以看出，由原来意义上的军队机动之“旅”演化为百姓“旅行”之“旅”，代表着广泛的出行。

游，意为流动，《诗·秦风·小戎》有“游环胁驱，阴鞿(yin)鋈(wu)续”，游环，孔颖达引《释名》说：“游环，在服马背上，驂马之外辔贯之，游移前卻无定处也”。即用皮革制的鞿环，在

① 《孙子兵法·谋攻》。

② 《礼记·曾子问》。

③ 《易·旅第五十六》。

④ 高亨：《周易大传今注》第452页，齐鲁书社1983年版。

⑤ 《周礼·周官，遗人》。

⑥ 庾信：《哀江南赋》。

⑦ 谢灵运：《游南亭诗》。

⑧ 《谢宣城集》卷三。