

总主编 张广海
21世纪旅游管理规划教材

山东省旅游行业协会推荐教材
山东省旅游行业协会组织编写

旅游文化

Tourism Culture

主编/吉良新



中国海洋大学出版社
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS

21世纪旅游管理规划教材

总主编/张广海

旅游文化

Tourism Culture

主编/吉良新

中国海洋大学出版社

· 青岛 ·

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化/吉良新主编. —青岛:中国海洋大学出版社,2010.8

(21 世纪旅游管理规划教材/张广海总主编)

ISBN 978-7-81125-420-4

I. ①旅… II. ①吉… III. ①旅游-文化-高等学校-教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 154592 号

出版发行 中国海洋大学出版社

社 址 青岛市香港东路 23 号

邮政编码 266071

网 址 <http://www.ouc-press.com>

电子信箱 cathaypower@gmail.com

订购电话 0532-82032573(传真)

策 划 李夕聪 郑雪姣 陈琳琳

责任编辑 鞠德峰

责任校对 毕玲玲

电 话 0532-85901040

印 制 日照报业印刷有限公司

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次印刷

成品尺寸 185mm×236mm

印 张 22

字 数 380 千字

定 价 35.00 元

21世纪旅游管理规划教材

编委会

主	任	狄保荣				
副	主	任	肖德昌	田克勤	李夕聪	
委	员	(按英文字母先后排序)				
		曹艳英	陈增红	程俊峰	崔学琴	代合治
		郭峻	霍淑芳	吉良新	吉小青	蒋凤英
		刘雪巍	李青	孟华	彭耀华	裴敏莉
		齐洪利	石峰	王有邦	魏敏	邢继德
		许汝贞	张青	张广海	张建忠	张祖国
		赵全科	赵颜	朱孔山		
秘	书	郑雪姣	陈琳琳			

旅游文化

主 编	吉良新				
副 主 编	胡秀丽	李红岩	秦志玉	程俊峰	张祖国
编 者	赵 燕	刘安娜	侍崇慧	赵 颜	李秋颖
	宁 双	徐建华	王政军	栾 桢	李晓丹
	王 宇	李剑锋	宋 培	王 夏	张丽丽
	李学芝	李 娟			

联合编写院校名单

(按英文字母先后排序)

东北财经大学	四川大学
德州职业技术学院	四川农业大学风景园林学院
桂林理工大学南宁分校	西南林业大学
高等职业技术学院	山西运城学院
黑龙江旅游职业技术学院	山东大学
湖南文理学院	山东师范大学
华侨大学	山东旅游职业学院
济南大学	山东理工职业学院
济宁学院	山东青年政治学院
莱芜职业技术学院	山东商业职业技术学院
聊城大学	山东省商贸学校
聊城职业技术学院	山东外贸职业学院
聊城高级财经职业学校	泰山学院
辽东学院	泰山医学院
临沂师范学院	潍坊学院
青岛大学	潍坊教育学院
青岛大学旅游职业学院	威海职业学院
青岛酒店管理学院	云南大学
青岛职业技术学院	烟台旅游学校
青岛滨海学院	枣庄学院
青岛求实学院	枣庄职业学院
青岛恒星学院	中国海洋大学
曲阜师范大学	中华女子学院山东分院
日照职业技术学院	淄博职业学院

| 出版说明 |

近年来,随着旅游教育的迅速发展,我国旅游教材的建设也逐渐走向繁荣。从旅游教材的系列与品种来看,已由旅游管理专业一个系列几十个品种,发展并细化到现今旅游管理、饭店管理、旅行社管理、会展管理及景区管理等若干系列上百个品种;从出版旅游教材的出版社数量来看,已由过去两三家发展到近百家。但由于学科建设时间短、师资多元化以及教材编写质量等问题,很多旅游院校使用的教材不可避免地存在着数据陈旧、内容纷杂、缺乏针对性、没有地方特色等问题。

作为旅游业大省与强省,山东省的旅游教育正在蓬勃发展,汇集了一大批优秀的旅游院校和教师。在山东省旅游行业协会教育分会的指导下,我们以山东为中心,联合全国一批致力于旅游教育的院校,成立了“21 世纪旅游管理规划教材编委会”。编委会以交流教学改革成果及经验、研讨旅游教育教学改革方向为宗旨,以“立足山东,面向全国”为目标,以中国海洋大学出版社为平台,以教材为载体,进行分享与传播,期望进一步向全国推广,为我国的旅游教育尽一份力量。

编委会根据既定的方针,邀请具有丰富教学经验的一线教师、具有相关行

业工作背景的双师型教师以及企业一线工作者联合编写了“21 世纪旅游管理规划教材”。教材遵循“从实际出发、学以致用”的基本原则,凸显旅游行业相关知识的应用性和前瞻性,以实用性为基础,以市场需求为导向,以任务为驱动,以学生为主体,以案例教学为特色,突出实践教学环节,并通过大量的案例分析和实践技能操作训练窗口等内容,确保培养内容与就业市场的需求达到无缝对接。本套教材涵盖旅游管理专业的主干课程,首批出版《旅游概论》、《旅游资源概论》、《旅游文化》、《旅游市场营销》、《旅游心理学》、《旅游政策与法规》、《中国旅游地理》、《民俗旅游》、《旅游公共关系》、《菜水酒点知识》等教材。本套教材被中国海洋大学出版社列为“十二五”期间重点发展的教材,将会在实践中逐步完善整个教材体系,同时将参评山东省“十二五”省级规划教材。

在编委会运作及教材编写出版期间,得到了国家旅游局政策法规司、山东省旅游局等旅游主管部门的悉心指导,得到了山东省旅游行业协会教育分会及各会员单位的鼎力相助,得到了一大批优秀院校和教师的全力支持,在此致以最衷心的感谢!同时,恳请广大读者对教材提出宝贵意见和建议,以便修订时加以完善。

21 世纪旅游管理规划教材编委会

中国海洋大学出版社

2010 年 6 月

Foreword | 前言

教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》明确指出：课程建设与改革是提高教学质量的核心，也是教学改革的重点和难点。高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程，根据技术领域和职业岗位的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程体系和教学内容。要建立突出职业能力培养的课程标准，规范课程教学的基本要求，改革教学方法和手段，融“教、学、做”为一体，强化学生能力的培养。

根据此文件精神，本着“以能力为本位，以应用为目的，以学生为主体”的原则，我们编写了《旅游文化》这本书。

本书是一个教学团队智慧的结晶，这个团队由多位理论功底扎实、实践经验丰富的“双师型”教师组成。本书的编写特点主要表现在以下几个方面：

第一，观点新颖。编者在编写过程中，吸收了旅游文化研究领域的最新成果和资料，力图使本书具有先进性和科学性。

第二，结构独特。在每章前都有具体的案例导入课程；正文中有“案例驿站”来帮助和理解理论知识，有“专题笔谈”对相关内容进行专题研究，展示相关研究前沿的内容；每节后都列出“本节相关知识链接”，以开拓学生视野。

第三, **内容丰富**。全书不但阐述了旅游主体文化、旅游客体文化和旅游企业文化等, 还以发展的眼光对旅游文化建设和可持续发展等问题进行了探讨。

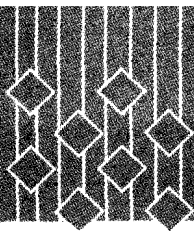
第四, **注重实训**。为了取得更好的学习效果, 在编写过程中特别注重实训。本书将学习目标分为“知识要点”“技能训练”“能力拓展”三部分; 每节后都列有“本节试题与知识训练”, 题型多样, 考查全面; 每章后都给出“实训练习”, 注重学生实践能力的培养。

由于时间仓促, 加之编者水平有限, 错误在所难免, 恳请专家、同仁和读者提出意见和建议, 使本书再版时能够得到进一步的完善。

在本书编写过程中, 参阅了许多学者的论著、文献、资料 and 消息报道, 除去书后所列的参考文献外, 还参阅了许多其他文献、资料, 恕不一一列出。在此, 我们向这些论著的作者和出版者表示真诚的谢意!

编者

2010 年 6 月



目 次

第一章 旅游文化概述	1
第一节 旅游文化的定义	2
一、文化的定义	2
二、旅游文化的定义	4
三、文化与旅游的关系	6
第二节 旅游文化的特征	8
一、综合性	8
二、民族性	9
三、地域性	10
四、传承性	12
第三节 旅游文化的构成	14
一、旅游主体文化	15
二、旅游客体文化	16
三、旅游介体文化	17
第四节 旅游文化的重要地位和发展趋势	18
一、旅游文化的重要地位	18
二、旅游文化的发展趋势	22
第二章 旅游主体文化	26
第一节 旅游主体文化在旅游文化中的地位	27
一、旅游主体与旅游主体文化	27
二、旅游主体文化在旅游文化中的地位	30
三、旅游主体文化的成因	31
四、旅游主体文化的主要特征	33

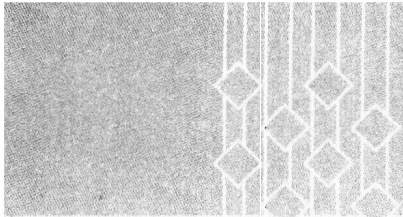
第二节 旅游主体消费文化	35
一、文化与旅游主体消费	35
二、旅游主体消费文化的特征	39
三、我国旅游主体消费文化存在的问题及发展趋势	40
四、旅游商品消费文化	42
第三节 旅游主体审美文化	45
一、旅游离不开审美	45
二、旅游审美与旅游审美关系	48
三、旅游主体审美活动及其类型	51
四、旅游主体审美感受的层次	53
第四节 旅游主体休闲文化	56
一、旅游休闲文化概述	56
二、我国休闲文化的发展	56
三、旅游休闲文化对旅游主体的功用	59
第三章 旅游山水文化	66
第一节 山文化	67
一、山与文化	67
二、中国山文化的形成发展	68
三、中国名山文化赏析	70
第二节 水文化	79
一、水与文化	79
二、中国水文化的形成与发展	80
三、中国水文景观文化赏析	81
第四章 旅游建筑文化	97
第一节 中国古代建筑文化概述	98
一、中国古建筑的发展历史与界定	98
二、中国古建筑类型	99
三、中国古建筑的文化特点	100
第二节 中国建筑的欣赏	102
第三节 西方建筑文化艺术欣赏	110
一、古埃及建筑	110
二、古希腊建筑	111

三、古罗马建筑	112
四、拜占庭建筑	114
五、西欧中世纪建筑	115
六、文艺复兴建筑	118
七、巴洛克建筑	121
第五章 旅游饮食文化	126
第一节 中国饮食文化概述	127
一、中国饮食文化的起源和发展	127
二、中国饮食文化的特色	128
三、中国饮食文化的地域流派	130
第二节 中国茶文化	134
一、茶文化的起源和发展	134
二、中国茶叶的分类	135
三、中国十大名茶	137
第三节 中国酒文化	141
一、酒文化的起源和发展	141
二、酒的分类及特色	142
三、节日饮酒习俗	144
第四节 西方饮食文化	147
一、西方饮食文化的特点	147
二、西方饕餮的风味流派	149
第六章 旅游文学艺术文化	155
第一节 旅游文学	156
一、旅游文学的产生和发展	156
二、中国旅游文学的特征	158
三、古代旅游文学名篇选读	160
第二节 绘画与旅游	163
一、中国绘画艺术的历史渊源	164
二、绘画艺术与旅游的关系	167
第三节 书法与旅游	168
一、书法艺术的魅力渊源	168
二、当代书法艺术特征	171

三、书法艺术鉴赏旅游	172
第七章 旅游宗教文化	178
第一节 佛教文化	179
一、佛教概述	179
二、佛教的基本理论	181
三、佛教景观	183
四、供奉对象	186
五、佛教节日	189
六、常用的称谓	189
七、常用的礼仪	189
八、常见的佛事	190
第二节 道教文化	192
一、道教的创立与发展简史	192
二、道教的基本理论	193
三、道教景观	194
四、供奉对象	194
五、道教节日	196
六、道教的主要称谓	197
七、常用的礼仪	199
第三节 伊斯兰教文化	204
一、伊斯兰教的创立及传播	204
二、伊斯兰教的教义	204
三、伊斯兰教的经典和标志	206
四、信奉的最主要对象	206
五、主要节日和习俗	206
六、伊斯兰教主要称谓	207
七、伊斯兰教景观	207
第四节 基督教文化	210
一、基督教的创立与发展	210
二、基督教在中国的传播	210
三、基督教的基本教义	211
四、基督教的经典和标志	212

五、信奉的主要对象	212
六、基督教主要称谓	212
七、基督教主要节日	213
八、基督教景观	213
第八章 旅游民俗文化	218
第一节 旅游民俗文化概述	219
一、民俗文化概念	219
二、民俗文化的类型	219
三、民俗文化的基本特点	221
四、民俗文化的旅游价值	222
第二节 汉民族民俗	223
一、民俗概括	223
二、节日	224
三、禁忌	225
第三节 中国各少数民族民俗	226
一、北方少数民族的民俗	226
二、中南地区少数民族的民俗	229
三、西南地区少数民族的民俗	231
第四节 客源国民俗	237
一、亚洲	237
二、欧洲	244
三、北美地区	249
四、大洋洲	251
第九章 旅游企业文化	257
第一节 旅游企业文化概述	258
一、企业文化与旅游企业文化	258
二、旅游企业文化的内涵	260
三、旅游企业文化的特征	262
四、旅游企业文化的功能	265
第二节 旅游企业文化建设	268
一、我国旅游企业文化的建设现状	268
二、我国旅游文化建设存在的问题	269

三、对我国旅游企业文化建设的思考	271
第三节 旅游饭店企业文化	276
一、旅游饭店企业文化内涵	277
二、饭店企业文化的功能	279
三、饭店企业经营理念	280
四、饭店企业文化的建设	283
第四节 旅行社企业文化	285
一、旅行社企业文化内涵	285
二、旅行社企业文化建设的途径	287
三、导游文化	290
第十章 旅游生态文化	299
第一节 旅游的可持续发展观	300
一、可持续发展观	300
二、旅游文化与可持续发展观	302
第二节 旅游生态文化	304
一、生态旅游的概念和特点	305
二、生态旅游文化的内涵和特点	311
第三节 生态文化旅游资源的保护和永续利用	317
一、旅游开放开发对生态文化旅游资源的影响	317
二、生态文化旅游资源的保护与永续利用	321
参考文献	329



第一章

旅游文化概述

学习目标

知识要点:了解旅游文化的定义和内涵;理解旅游文化的特征;掌握旅游文化的主要构成;理解旅游文化的重要地位和发展趋势。

技能训练:将班级成员分成人数相当的小组,以学习者所在城市为对象,分析讨论所在地旅游的发展与当地文化的关系,以及当地旅游文化的发展水平和发展趋势。

能力拓展:以学习者所在城市为对象,实地考察所在城市的旅游文化(包括旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化)的发展情况。

引例

2009 年世界文化旅游论坛与会嘉宾畅谈文化旅游发展

8月8~10日,2009年世界文化旅游论坛在历史文化名城西安举行。与会嘉宾在论坛上围绕“文化旅游、文化创意”这一核心发表了精彩演讲。与会者认为,文化是一个民族的血脉,是旅游产业的核心元素,需要予以传承保护和开发利用。将文化元素与旅游资源结合起来,充分发挥文化创意,寻求文化与旅游的和谐与共进,是实现旅游产业大放光彩的重要途径。

张坚钟(国家旅游局政策法规司司长)说:文化是旅游业兴旺发达的源泉,旅游是实现文化功能的载体。

李克夫(国家旅游局原正司级巡视员)说:要保护和合理利用世界遗产旅游文化资源。

王立祥(中华民族文化促进会旅游研究中心主任)说:加快文化创新产业的发展,打造具有中国文化特色的文化旅游景区。

李庚(首都旅游集团研究院首席研究员、国家旅游标准技术委员会委员)说:不应该

只把旅游作为一种谋利手段。

案例引发的问题:文化与旅游之间有什么关系?

资料来源: <http://www.ljyinggu.com/newsdetail.asp?id=181>, 丽江映古客栈网

旅游,首先是一种文化现象。旅游作为一种文化现象所产生的影响,在某种程度上比其单纯的经济影响更为深远。旅游活动中,无论是需求方还是供给方,都具有文化性。清楚认识旅游的文化本质并加以研究,对我们进一步认识和揭示旅游发展的固有规律,促进旅游事业和整个社会的繁荣有着重要意义。

第一节 旅游文化的定义

旅游文化是文化的一个组成部分,它有着文化所具有的一般性特征。它既是旅游管理学科的一门分支学科,又是文化学的一门分支学科。但是,旅游文化并不是文化在旅游中的简单“移入”,而是旅游与文化融合后形成的一门独立学科。因而,对旅游文化进行明确的界定就显得非常必要。

一、文化的定义

“文化”一词是人们经常使用的词汇,但对其意义的理解却迥然不同。有人认为文化仅仅是精神生活的财富;有人将文化的概念局限得更小,只把艺术、文学现象列入文化范畴;还有人则完全把文化理解成为“完成劳动”,即为经济生产服务的某种意识形态。

英国学者威廉斯曾说过,“文化”一词是英语语言中最复杂的两三个词之一。恐怕不单单是英语,世界上的其他语言要想明确地对“文化”进行界定都不是一件简单的事情。其实,“文化”是一个含义极广的概念,其研究也经历了漫长的过程,吸引了各个学科的众多学者。由于其内涵和外延的不确定性,导致对这一概念有不同层面的理解。

在中国,“文化”一词由来已久。早在先秦时期,《易·贲卦》中就有“文明以止,人文也。观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下”之句。“天文”指自然规律,“人文”指人文社会规范。所谓“人文,以化成天下”,含有文化处于自然而又能驾驭自然的意思。汉代许慎在《说文解字》中将“文”“化”分开进行了解释:“文,错画也,修饰也;化,教行也,变也。”西汉时期,文献中正式出现了“文化”一词。汉代刘向在《说苑·指武篇》中说:“圣人之治天下者,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也;文化不改,然后加诛。”南齐王融在《曲水诗序》中写道:“设神理以景仰,敷文化以柔远。”这里的“文化”是指与武功相对应的