



“十二五”旅游专业应用型规划教材

主要客源国概况

ZHUYAO

KEYUANGUO GAIKUANG

主编 张志孝 孙宝鼎 张百菊



东北师范大学出版社
Northeast Normal University Press





“十二五”旅游专业应用型规划教材

主要客源国概况

ZHUYAO

KEYUANGUO GAIKUANG

主编◎张志孝 孙宝鼎 张百菊



东北师范大学出版社 长 春
Northeast Normal University Press



图书在版编目 (CIP) 数据

主要客源国概况/张志孝, 孙宝鼎, 张百菊主编.
—长春: 东北师范大学出版社, 2015. 1
ISBN 978 - 7 - 5681 - 0628 - 3

I. ①主… II. ①张…②孙…③张… III. ①旅游客
源—概况—世界—高等学校—教材 IV. ①F591

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 013022 号

☐责任编辑: 黄玉波 ☐封面设计: 董志刚
☐责任校对: 孔垂杨 ☐责任印制: 刘兆辉

东北师范大学出版社出版发行
长春净月经济开发区金宝街 118 号 (邮政编码: 130117)

电话: 0431—85687213

传真: 0431—85691969

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdcbs@mail.jl.cn

东北师范大学出版社激光照排中心制版

吉林省金山印务有限公司印装

长春市绿园区西新工业集中区(130062)

2015 年 1 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

幅面尺寸: 185 mm×260 mm 印张: 12 字数: 266 千

定价: 24.00 元

前言

《主要客源国概况》是一本既可供旅游专业学生使用的基础课教材，又是旅游爱好者了解世界主要国家历史文化、民族风情、旅游资源的普通读物。它系统、全面、精练地介绍了世界上 30 多个主要国家和民族的基本国情、文化习俗和旅游资源（旅游名城、旅游名胜、旅游名区），上下几千年，纵横东西方。

《主要客源国概况》一书最大的特点是针对性、实用性、综合性、求源性。各位编者均多年从事旅游教学工作。为此，本教材从学生实际的知识水平、接受能力和兴趣特点入手，最大限度地突出了教材的实用性，去掉了以往教材中诸多不大实用、不大实际、面面俱到的编写方法。此外，与其他版本教材不同的是，本教材力求对世界主要国家、民族所普遍奉行的常识性知识作高度的归纳综合、整理提炼，如对人们赋予数字、花卉、颜色等的感情色彩及社会属性，以及那些具有世界性、洲际性的节日风情、宗教禁忌、肢体语言等均作了全面介绍。所谓求源性，是指书中所涉猎的知识点尽量寻根溯源，因而更具有可读性和趣味性。

《主要客源国概况》的编写分工：第一章和第二章由张志孝编写，第三和第四章由孙宝鼎编写，全书由张百菊负责统稿。

《主要客源国概况》的成书，首先要感谢旅游学院领导及同事们的大力支持与帮助，其次也要感谢前人为我们所铺就的成书之路，其中参阅了大量的论著、书刊、文献、资料等，对所有同行们致以诚挚的谢意。

任何一本教材都必须经历不断完善、不断修订的过程，本教材中错误、纰漏在所难免，诚望同行们及使用者积极反馈，以便修正。

编者

2014 年 6 月

目 录

第一章 绪 论.....	1
第二章 亚洲客源国概况.....	7
第一节 韩 国——礼仪之邦.....	7
第二节 日 本——樱花之国	15
第三节 蒙 古——马背民族	26
第四节 越 南——S型国家	32
第五节 泰 国——黄袍佛国	38
第六节 马来西亚——黄金半岛	45
第七节 新 加 坡——四位一体	51
第八节 印度尼西亚——印度群岛	57
第九节 菲 律 宾——椰子之国	64
第十节 印 度——宗教博物馆	70
第三章 欧洲客源国概况	80
第一节 俄 罗 斯——跨洲大国	80
第二节 法 兰 西——西餐王国	90
第三节 英 格 兰——天使之地	98
第四节 荷 兰——低地之国.....	104
第五节 意 大 利——靴型岛国	112
第六节 西 班 牙——阳光国度	122
第七节 德 意 志——欧洲心脏	132
第四章 美、澳、非洲客源国概况.....	142
第一节 美利坚——山姆大叔.....	142
第二节 加拿大——枫叶之国.....	149
第三节 巴 西——咖啡王国.....	153
第四节 澳大利亚——袋鼠之乡.....	160
第五节 新西兰——海中陆地.....	166
第六节 埃 及——辽阔国家.....	172
第七节 南 非——黑人土地.....	180
参考文献.....	186

一、我国客源市场现状

(一) 两大部分

1. 港澳台市场

我国客源市场是由两个部分构成的,其主体部分是来自港、澳、台地区同胞及海外华侨,另外一部分则是外国游客。其中港、澳、台同胞及海外华侨约占入境客源总数的80%左右。

以2010年为例,入境的外国游客为2 193.75万人次,占市场份额的17.3%,而华侨和港澳台同胞来内地旅游人次高达10 453.84万人次,占市场份额的82.7%。

由于现阶段内地与台湾省尚未统一,香港和澳门现行的社会制度与内地不同,三个地区的游客来内地旅游均需办理出入境手续,为此,有人把港澳台地区称为我国特殊的客源市场,而且这三个地区占据内地入境旅游市场主体地位的格局短时间内也不会被打破。

港澳台三地与内地同祖同根,一脉相承,民风习俗大体相同,且没有语言障碍。多年来,三地同胞来内地旅游、访学、寻根、祭祖的热情持续不减。

同时,港澳台地区也是我国海外客源市场的重要中转站,因此积极稳妥地开发港澳台客源市场,不仅有利于两区一省之间的文化交流,而且对促进祖国统一大业具有重大的经济、政治意义。

2. 外国客源市场

尽管外国游客仅占我国全部客源市场的20%上下,但这是一块不可或缺的重要客源市场。

作为具有五千年历史文明的古国,中国地域辽阔,山川秀丽,古迹众多,历史上曾有万方使臣、客商、高僧、名士云集,东方旅游中心之说。

国家旅游局抽样调查资料表明,入境客源最感兴趣的旅游资源仍集中在山水风光和文物古迹两个方面,其中对山水风光感兴趣的游客占52.5%,对文物古迹感兴趣的占43.9%。此外,外国游客对民俗风情和饮食烹调也有着浓厚的兴趣,分别占37.7%和34.8%。

新中国成立后,特别是党的十一届三中全会以后,中国的旅游业发生了历史性的转变,在旅游产业规模、旅游设施设备、接待服务质量、旅游外汇收入以及所处国际地位等方面都发生了翻天覆地的变化。1979年,外国人来华旅游人数仅为36.24万,2010年高达2 193.75万人次,30多年来增长了60倍之多。

（二）四大市场

1. 举足轻重的亚洲市场

亚洲历来就是中国举足轻重的海外客源市场，入境旅游人数除了 1997—1998 年亚洲经济危机的冲击外，其增长速度在 20% 以上，并且形成了东亚的韩国、日本、蒙古及东南亚五国等比较稳定的主要客源国家，尤其是韩国和日本，连续多年稳居我国客源国的前两位。

东南亚的越南、泰国、缅甸、老挝、柬埔寨五国，作为我国的近邻，与我国有着久远的交往历史，以及经济、文化交流等渊源，一直是我国传统上稳定的客源国家。其中，马来群岛中的新加坡、马来西亚、印尼、菲律宾等国家，同样因为历史、经济、文化、习俗等方面的因素，成为我国不可或缺的重要客源地。

南亚地区，主要的客源国家是印度、巴基斯坦、尼泊尔等，尤其是拥有十几亿人口的印度，是个具有很大潜力的客源市场，近年来印度的中产阶级正在迅速崛起，出境旅游也一直稳步增长。作为印度的邻国，印度市场也有望成为我国入境市场的一大潜在客源地。

中亚的哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦等国家，尤其是哈萨克斯坦共和国，工农业比较发达，总体经济实力在独联体国家中位居第三位，仅次于俄罗斯和乌克兰，也是我国第二梯队的客源国家。

亚洲市场占据我国客源市场的 60% 以上，我国前 10 位的客源国中，2005 年亚洲国家占据 7 个席位，2010 年亚洲国家占有 6 个席位。

2. 稳中有升的欧洲市场

欧洲是我国仅次于亚洲的洲际客源市场，来华旅游的人数一直处于平稳增长状态，增幅约在 20% 左右。多年来一直占据我国客源市场份额的 20% 以上，2000 年为 249.05 万，2005 年为 478.49 万，2010 年达到 568.87 万人次之多。

特别是俄罗斯、英国、法国、德国，一直稳居我国 20 大客源国之列，尤其是俄罗斯，多年来一直是我国四大客源国之一，欧洲第一客源国，尤以远东地区游客为多，边境游占有较大比重，且以购物为主。

3. 持续增长的美洲市场

美洲属于我国第三位的洲际客源市场，尤其是北美洲的加拿大、美国，它们占据了美洲市场份额的 90% 以上，特别是美国，连续多年位列我国四大客源国之一，而加拿大在 2010 年也一举跨入了我国十大客源国之列。

南美洲市场是我国国际客源市场中有待开发的地区市场，随着经贸文化交流的开展以及新航线的开通，南美有望成为我国一个新兴的客源地区。

4. 潜力巨大的澳洲市场

澳洲市场主要是指澳大利亚和新西兰两个国家，由于这两个国家的国民经济稳步增长，商务旅游和观光度假等出境旅游快速发展，中国与澳大利亚旅游交往进一步增强，中国和澳大利亚航班的开通和增加，使这一市场发展前景更加广阔。

5. 不痛不痒的非洲市场

非洲历来是中国洲际客源市场中的薄弱环节，属于发展中的客源市场。2000 年来华旅游人数 6.57 万人次，2005 年为 23.8 万，2010 年达到 46.36 万，也可以说是缓慢增长

的洲际客源地。尤其是南非共和国,国民经济持续发展,出境旅游发展势头强劲,随着两国外交和经贸关系的进一步发展,有望成为我国又一新兴客源市场。

二、我国旅游市场发展前景展望

(一) 旅游业市场战略目标

我国旅游业总的指导方针为:大力发展入境旅游,积极发展国内旅游,适度发展出境旅游。在这一总体方针的指导下,2000年全国旅游工作会议上提出了我国今后旅游业20年发展的战略目标,即到2020年,把我国由亚洲旅游大国建设成为世界旅游强国,把我国旅游业真正发展成为国民经济的支柱产业。

具体目标为:到2020年,我国入境旅游人数达到1.35亿—1.45亿人次,其中外国游客达到2750万—3350万人次,国际旅游外汇收入520亿—750亿美元,国内旅游收入1.9万亿—2.7万亿元人民币。

(二) 我国旅游市场未来地位

1. 世界十大旅游目的地

世界旅游组织1997年10月发布的报告预测,到2020年世界国际旅游人数将达16亿人次,全球旅游外汇收入将达2万亿美元。届时,中国将超过美国、法国、西班牙、意大利、英国,成为世界十大旅游目的地之首,年接待入境游客达到1.37亿人次,占据世界市场份额的8.6%。

世界十大旅游目的地分别为:中国、美国、法国、西班牙、香港、意大利、英国、墨西哥、俄国、捷克。

2. 世界十大客源输出国

依据预测,到2020年世界十大旅游输出国依次为:德国、日本、美国、中国、英国、法国、荷兰、加拿大、俄罗斯、意大利。

根据此预测,到2020年,我国将成为世界第四大旅游客源输出国,每年输出客源达上亿人次,占世界市场份额的6.2%。

3. 世界最佳十大旅游城市

佛罗伦萨(意大利)、布宜诺斯艾利斯(阿根廷)、曼谷(泰国)、罗马(意大利)、悉尼(澳大利亚)、纽约(美国)、乌代普尔(印度)、伊斯坦布尔(土耳其)、旧金山(美国)、开普敦(南非)。

佛罗伦萨:意大利文艺复兴发源地,保存着世界最丰富的文艺复兴时期的文艺作品,文学三杰以及晚期艺术三杰的许多作品。

布宜诺斯艾利斯:阿根廷首都,以绵延的山峰、碧绿的湖水、整洁的城市、诱人的葡萄、醉人的探戈而入围十佳城市。

曼谷:泰国首都,有“佛庙之都”、“天使之城”、“东方威尼斯”的称誉。

罗马:意大利首都,是集上千年名胜古迹于一身的古城,号称永恒之城、雕塑之城、喷泉之城、狼育之城、宗教之城、七丘之城。

悉尼:澳大利亚最大的城市,著名的海港城市,曾入选为世界最适宜人居的城市。

纽约：美国最大的城市，最大海港，金融、商业、贸易、文化、服装、化妆品中心，联合国总部所在地。

乌代普尔：印度的多湖之城，被誉为印度境内最浪漫、最具风情的城市。

伊斯坦布尔：土耳其最大城市，同时拥抱两个大洲的城市，历史上三大帝国的首都，拥有众多的教堂、王宫、清真寺以及美丽的自然风光。

旧金山：坐落于美国西海岸，号称美国西部最热闹的城市，尽管城市规模不大，但是秩序井然，治安良好，四季如春。旅游业发达，金门大桥为城市标志。

开普敦：南非的立法首都，位于好望角半岛上，是生态旅游、回归大自然最理想的游览地，也是非洲企鹅、海鸟、鲸鱼的栖息地。

4. 亚洲最佳十大旅游城市

清迈、琅勃拉邦、京都、暹粒、斋普尔、加德满都、曼谷、乌代普尔、中国的香港及北京。

琅勃拉邦：老挝最古老的城市，湄公河穿城而过，古城以和尚、寺庙为最大特色。

暹粒：柬埔寨通往吴哥古城的门户，吴哥古迹和号称东南亚最大的淡水湖泊洞里萨湖是旅游最大的亮点。

加德满都：尼泊尔首都，号称“山中天堂”、“寺庙之都”，人们形容这座城市“寺庙多于住宅，偶像多于人口”。其余国外五大城市后续。

5. 世界新七大自然奇观

总部设在瑞士的“世界新七大奇迹基金会”，2009年公布了备选的440多个自然景观，经过了两年的酝酿评选，最终于2011年12月12日尘埃落地，确定了“世界新七大自然奇观”。由于许多国家没有参与申报和评定工作，其评选结果不一定客观、公正、全面，仅供了解、参考。

亚马孙：南美洲的亚马孙河是世界上流域和流量最大的河流已毫无争议，但是其长度目前说法不一。

亚马孙河自安第斯山脉发源，沿途接纳了成千上万条溪流，最终汇成了浩浩荡荡的滚滚洪流，滋润着沿途800多万平方千米的土地，孕育出世界最大的热带雨林，也使亚马孙流域成为了世界公认的“生命王国”和“地球之肺”。

下龙湾：坐落在越南北方广宁省的一个海湾，以风光秀丽迷人而闻名世界，在1500多平方千米的海面上，山脉、岛屿星罗棋布，大自然的鬼斧神工把这些自然景物雕琢得千姿百态。其中岩洞奇观是下龙湾最大的特色，洞内的钟乳石更是千奇百怪，栩栩如生。

伊瓜苏：位于阿根廷和巴西交界处的伊瓜苏瀑布，坐落于伊瓜苏河下游，整个瀑布呈马蹄形，由270股急流和泻瀑组合而成的三大瀑布群，平均落差72米，每到洪水期，瀑布宽度可达4000米，为世界最宽的瀑布。

济州岛：韩国最著名的旅游胜地，有“神话之岛”、“蜜月之岛”的美誉，被韩国人自诩为“韩国的夏威夷”，岛上的最高峰——汉拿山，高达1950米，为韩国第一山峰。

科莫多：印度尼西亚的国家公园，位于巴厘岛东部，公园由三个岛屿组成，最大的岛屿叫科莫多岛，园内生存着一种凶猛的食肉动物、恐龙的近亲——巨型蜥蜴，因体积庞大而被称为“科莫多龙”，体长可达3—4米，体重上百千克，寿命长达40—50年，最多时达到5700多只，现在只剩下几百只。

地下河：是指菲律宾的普林塞萨地下河，其最大特色是一条长达 8 000 米的地下暗河以及圣保罗洞，是典型的喀斯特地貌为主的溶洞，洞内钟乳石林立，石笋遍布。

桌形山：南非的桌形山因山形似平桌而得名，高度仅有 1 067 米，但被誉为世界最古老的山峰之一，已拥有 3.6 亿年的历史。同时，这里还是各种花卉、鸟类、动物的乐园。

以上入选的世界新七大自然奇观，从景观类型上看，包括了河流、岛屿、瀑布、海湾、洞穴、山脉、公园等七种。但从地域分布上显然是不平衡的，七大自然奇观有四个分布在亚洲，两个在南美洲，一个在非洲，欧洲、澳洲、北美洲空白。

对于大多数游人而言，纵然大千世界风情万种，人造奇迹层出不穷，他们还是更青睐、喜爱鬼斧神工、浑然天成的自然美景：蓝天白云、青山绿水、姹紫嫣红，鸟语花香、大漠荒滩、崇山峻岭，长河落日、朝霞夕阳、泉水叮咚，飞瀑激流、秀林千层、暗河溶洞。

小 结

2005、2010 年中国洲际客源旅游人数统计表

地 区	2005 年 (万人)	所占比重 (%)	地 区	2010 年 (万人)	所占比重 (%)
亚 洲	1 250.63	61.7	亚 洲	1 618.87	61.96
欧 洲	478.49	23.6	欧 洲	568.78	21.76
美 洲	214.57	10.6	美 洲	299.54	11.46
澳 洲	57.35	2.8	澳 洲	78.93	3.02
非 洲	23.80	1.2	非 洲	46.36	1.77
合 计	2 024.84		合 计	2 612.48	

2005、2010 年中国前 20 位客源国入境人数统计表

地 区	2005 年 (万人)	所占比重 (%)	地 区	2010 年 (万人)	所占比重 (%)
韩 国	354.53	17.5	韩 国	407.64	15.6
日 本	338.99	16.7	日 本	373.12	14.3
俄罗斯	222.38	11.0	俄罗斯	237.03	9.1
美 国	155.54	7.7	美 国	200.96	7.6
马来西亚	89.96	4.4	马来西亚	124.52	4.7
新加坡	75.58	3.7	新加坡	100.37	3.8
菲律宾	65.40	3.2	菲律宾	82.83	3.2

续 表

地 区	2005 年 (万人)	所占比重 (%)	地 区	2010 年 (万人)	所占比重 (%)
蒙 古	64.19	3.2	蒙 古	79.44	2.9
泰 国	58.62	2.9	加 拿 大	68.53	2.6
英 国	49.96	2.5	澳大利亚	66.13	2.5
澳大利亚	48.29	2.4	泰 国	63.55	2.4
德 国	45.48	2.2	德 国	60.86	2.2
加 拿 大	42.97	2.1	英 国	57.50	2.2
印 尼	37.76	1.9	印 尼	57.34	2.2
法 国	37.19	1.8	印 度	54.93	2.1
印 度	35.64	1.8	法 国	51.27	1.9
緬 甸	23.28	1.1	哈萨克	38.03	1.4
越 南	20.11	1.0	意大利	22.92	0.8
哈萨克	18.66	0.9	荷 兰	18.91	0.7
意大利	17.69	0.9	瑞 典	15.45	0.6

第二章

亚洲客源国概况



学习目标

亚洲是我国四大洲际客源市场中首屈一指的客源输出地区，占据我国海外客源市场的 3/5 左右，是我国最基础、最重要的客源市场。

亚洲国家是我国的近邻，由于历史渊源、民族文化、宗教信仰、民俗风情、主要节日等与我国有着千丝万缕的联系，有的相似，有的相同，所以一直是我国传统上稳定的、最重要的客源输出地区。

按照客源入境人数，亚洲国家中最为重要的是东亚的韩国、日本和蒙古，是我国极为重要的客源国家；其次是中南半岛以及马来群岛中的国家，主要包括新加坡、马来西亚、越南、印尼、菲律宾等，也是我国不可或缺的主要客源国家；再次是南亚的印度、尼泊尔、巴基斯坦，也有望成为我国很有潜力的客源市场。

西亚（中东）地区由于政治局势、民族矛盾等问题，一直动荡不安，一直是有待开发的客源市场。

而中亚国家的哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦等与我国领土接壤，是值得重视的潜在客源地区。

亚洲国家应重点掌握韩国、日本、新加坡、马来西亚、泰国、印度等六个国家基本国情，重点了解和把握其具有世界意义的名胜古迹、自然景观、特殊性节日、国家首都等，如下龙湾、泰姬陵、吴哥古迹、婆罗浮屠、济州岛、冲绳岛、宋干节、开天节等。

第一节 韩国——礼仪之邦

公元 1 世纪时，朝鲜半岛上形成高句丽、百济和新罗 3 个古国，历史上称为“三韩”。公元 7 世纪时，新罗国统一朝鲜半岛，直至公元 10 世纪初，高丽国取代新罗国。

14 世纪末，李氏王朝取代高丽国，定国号“朝鲜”。1897 年，原为中国藩属的李氏王朝结束，获取“独立”，更名为“大韩帝国”。

1910 年 8 月，朝鲜半岛沦为日本殖民地，直至 1945 年 8 月 15 日，日本战败投降，朝鲜半岛解放。1948 年 8 月，朝鲜半岛南部成立大韩民国。

一、国情概述

（一）位置、面积与人口

1. 位置

大韩民国位于朝鲜半岛南半部，东、西、南三面环海，只有北部以北纬 38 度为界与朝鲜接壤，东南隔着日本海（韩国、朝鲜称东海）与日本相望。

2. 面积

10.021 万平方千米，占整个朝鲜半岛总面积的 45%。

3. 人 口

全国总人口约 5 000 万，其中一半以上分布在几个主要大城市，城市人口近 70%。属于世界上人口密度较大的国家之一。

(二) 民族、语言和宗教

1. 民 族

韩国属于单一民族的国家，也是世界上姓氏最少的国家之一。依据 1960 年国家调查的结果，全民族共有姓氏 411 个。其中金、李、朴、崔、郑五大姓，约占全国人口的一半以上，其次是赵、姜、张、韩、严、吴、林、申、安等姓氏。

2. 语 言

韩国属于语言单一的国家，韩国语全民通用，朝鲜半岛北部的人称其为朝鲜语。

3. 宗 教

国民信奉的宗教主要是萨满教、儒教、佛教和基督教。其中萨满教以万物有灵为思想核心，宗教仪式已经融入民族音乐、戏剧、舞蹈等艺术之中。

儒教对朝鲜半岛的文化产生了巨大影响，历史上曾经设立过专门传授儒教的私立书院，如今每年春秋两季还要举行“祭孔”活动。

佛教曾经于公元 10 世纪的新罗时代被奉为国教，目前仍有教徒 300 多万。

(三) 国家标志及释义

1. 国 旗

国旗名为“太极旗”，以白色为旗底，中间为上红下蓝的太极图案，四周有四组八卦中的四卦符号。

白色的旗底代表富饶的土地，太极的圆形代表人民，圆形内的阴阳鱼两仪和上红下蓝，分别代表阴、阳，寓意宇宙万物平衡和谐。

整个国旗的总体含义：日月天地、春夏秋冬、东南西北、仁义礼智以及国家和政府、人民的和谐、完美、平衡、统一。

2. 国 花

木槿花是韩国的国花，朝开夕落，一朵凋谢，万朵盛开，所以又叫“无穷花”，象征生生不息、前仆后继、坚忍不拔、充满朝气的民族精神。

3. 国 鸟

喜鹊，被韩国人誉为尊贵圣贤之鸟。

4. 国 兽

老虎。

因韩国的国旗是太极旗，国兽是老虎，所以“太极虎”成为世人称呼韩国的绰号。

韩国人对国旗、国花、国歌等十分珍视。每日晚 5 时，全国要准时播放国歌，并向国旗敬礼。届时，即使是走在路上的国民，甚至包括外国人在内也必须停下脚步，以示敬意。

二、文化习俗

（一）礼仪礼节

韩国号称“礼仪之邦”，十分注重礼仪礼节，长幼之间、上下级之间、同辈之间的用语都有着严格的区别。

1. 孝顺父母，尊重师长

是全社会的美德风尚，假如有人虐待长者和父母或不尊重老师，不仅会受到社会舆论的谴责，司法部门还会进行干预。

在语言习惯上，同辈之间、长幼之间、上下级之间的用语有着严格的区别，即使是政府官员，对长辈也要使用尊称，否则会受到社会舆论的谴责。

上班下班或是路上相逢时，必须互相问候；隆重场合或接待贵宾时见面低头行礼；对师长或有身份的人，递接物品时必须使用双手并躬身。

年轻人未经允许，在父母、长辈、师长面前不得吸烟或饮酒；女子发出笑声前必须先用手捂住嘴巴。

流行家长至上的家庭传统和长子继承的家族习俗。家长在家庭中的地位至高无上，具有绝对权威。长子是家庭财产的当然继承者，但必须赡养父母，照顾兄弟姐妹。

2. 身土不二的民族情结

国民拥有强烈的民族意识，即使外国产品、食品充斥市场，人们还是愿意使用本国产品，大到汽车、家电，小到麦当劳、肯德基等，即使本国货价格高于外国货，也宁可使用或消费本国产品。

（二）饮食服饰

1. 饮食

韩国饮食独具特色，除了日常主食以大米为主外，最值得国民骄傲的是具有民族特色的风味泡菜、冷面、酱汤、烤肉、火锅、生鱼片、生牛肉、狗肉汤等，以及用糯米制成的打糕。

农历正月十五食用用黑豆、红小豆、糯米、黏高粱等制成的五谷饭；用菜叶卷饭制成的菖芭饭等。

2. 服饰

韩国的民族服饰别具一格，特色鲜明，传统的民族服装以白色或浅色为主色调，男人穿短衣肥裤，外罩坎肩。女人长裙上及胸部，下到脚跟，宽大舒适，头顶器物搬运东西是女人的特长。城市居民和年轻人则喜爱现代的流行服饰。

（三）节日风情

韩国的节日大体可分为大众化节日和特殊性节日两大类。

1. 大众化节日

主要包括元旦、光复节、文字节以及民间传统节日。

元旦：1月1日，是一年中最大的节日，通常放假3天，习俗与我国基本相近。但是

有史以来，绝大多数家庭还是习惯于过传统上的阴历年，至今依然如此。按照习俗，大年初一的早上，人们把一些零钱塞进事先扎好的稻草人里面，扔到十字路口，以此表示驱邪接福。同时喜欢食用类似八宝饭的食品，用大枣粉、松子、糯米拌上蜂蜜制成的甜食，寓意今后的日子甜蜜，人丁兴旺。

光复节：8月15日，为纪念1945年8月15日摆脱日本并吞35年的殖民统治，取得独立而设立的节日。

文字节：10月9日，为纪念朝鲜李氏王朝世宗制定朝鲜拼音文字而设立的节日。

民间比较重视的传统节日还有春节、元宵节、寒食节（清明节）、端午节、中秋节、重阳节、上元节、佛诞节、冬至节等，节日时间、庆祝方式与我国大体相同。

2. 特殊性节日

开天节：特殊性节日中最为重要的是“开天节”，节期在阴历10月3日，又叫“檀君节”或“纪元节”，以纪念传说中公元前2333年朝鲜始祖在半岛上建立国家的日子。

按照朝鲜半岛流传的神话，天界神国中的最高天王，名叫桓因，他有一位神通广大、心地善良的儿子——桓雄。桓雄不忍看半岛上人们岩居穴处、茹毛饮血、荒草遍地、林木苍茫，决心下临凡间，把半岛建设成为一个花团锦簇、福满人间的大花园。桓雄降临在太白山（今妙香山）顶，在一棵神檀树下建立了一个“神市”，一边兴云布雨，一边寻找机会，等待一个能替代天神统治朝鲜的贤王出世。

后来桓雄与凡间一位貌似天仙的女子结成夫妻，一年后的十月初三，妻子在一棵檀树下生下一个男孩，桓雄以“檀”为姓，取名檀君。檀君仁慈宽厚，博学多才，他教人耕作、织布、建房，让半岛上的人民过上了安居乐业的生活。

檀君在半岛上当了1500年（一说1038年）国王，后来隐居当了山神。

节日期间，半岛人成群结队前往江华岛的檀君祭坛——长生坛和位于黄海南道的三神祠堂（桓因、桓雄、檀君），举行隆重的敬神仪式，共同追忆和缅怀祖先建国的光荣历史。

踽踽花节：济州岛上流行许多节日，如济州王樱花节、油菜花节、蕨菜节以及踽踽花节、紫芒花节、正月元宵野花节等。其中踽踽花节大约于5月中旬举办，届时，漫山遍野开满踽踽花，人们欢聚在举办地——汉拿山的威势岳下，祈愿济州人幸福安康，同时举行选拔踽踽花女王等丰富多彩的娱乐活动。

（四）行为禁忌

1. 数字忌讳

韩国人最忌讳数字4，认为4同死联系在一起，也不喜欢双数；不能伸出一个手指指人，而是用手掌掌心朝上；招呼人过来时的手势是手心朝下。

2. 交谈忌讳

交谈时要回避政治问题，不谈“二战”历史，尤其是朝鲜半岛被日本侵占的殖民史。

3. 民间忌讳

民间流行正月前三天不扫地，不倒垃圾，不宰畜禽，不能生气吵架，见面尽说吉利话，不在他人家剪指甲，姓氏属性相克不结婚，睡觉时不能枕书，不用红笔签名字等习俗。

4. 饮食忌讳

吃鱼不能翻身，嘴含食物不能讲话，筷子和勺子不能同时在手，吃菜最好别吃干净，主人以为准备不足，面子上难堪，剔牙时要用手把牙遮住。

三、旅游资源

韩国旅游业起步于20世纪50年代，20世纪80年代时，韩国政府即提出了“旅游立国”的口号，确定了“全体国民旅游职业化，整个国土旅游资源化，旅游设备国际化”的奋斗目标，积极争取入境客源，逐步开放出国旅游的发展模式。进入20世纪90年代，旅游业发展更加迅猛，成为世界重要的客源输出国之一。

韩国之所以能够成为世界重要的客源输出国家，除了经济发达因素外，国民的外出旅游意识也不断提高，在他们的潜意识里，一个家庭如果不外出旅游一次，会被认为负担不起或不合潮流，他们把外出旅游看成增长见识、扩大视野、学习交友、培养独立处世能力的重要途径。

韩国人出游的目的地，首先是日本，其次是美国，第三位的是中国内地，多以休闲度假和商务旅游为主要目的。

韩国三面环海，四季分明，旅游资源较为丰富，其中被联合国教科文组织批准进入《世界遗产名录》的世界级遗产有宗庙，海印寺大藏经版本及版库，庆州石窟庵和佛国寺，昌德宫，高昌、华森和江华史前遗址，济州火山岛和熔岩洞等人文和自然遗产。

（一）旅游名城

1. 首尔——皇宫之城

韩国首都首尔位于半岛中央，汉江下游，汉江把首尔一分为二，北部是历史文化中心，南部商务气息浓厚。

首尔是朝鲜半岛上最古老的城市之一，拥有上千万人口的超级大都市，占全国总人口的1/4，为韩国政治、经济、交通、文化、旅游中心。

因历史上许多朝代在此建都，而得名“皇宫之城”，古迹甚多，市中心一带的景福宫、德寿宫、昌庆宫、昌德宫等为历代皇家宫殿。

景福宫：李朝始祖李成桂修建，建筑风格酷似中国紫禁城的宫苑，李朝各代国王曾在此处理政务，包括勤政殿、思政殿、乾清殿、康宁殿、交泰殿等宫殿。宫内一座10层敬天寺石塔，是韩国国宝之一。

昌德宫：又名东宫，李氏王朝宫苑中保存最完好的一座宫殿，宫内为中国式建筑，入门后就是处理朝政的仁政殿，为1804年扩建。殿内装饰华丽，并设有帝王御座，殿前花岗石铺地，三面环廊，殿后是王妃们的起居地。寝宫乐善斋殿内陈列着王冠、王服、墨宝、武器、马车、轿子以及末代国王乘坐过的早期汽车。

宗庙：坐落于首尔市中心，西面是韩国总统府——青瓦台。宗庙由两座最主要的建筑——正殿和永宁殿组成，是供奉朝鲜历代王朝的国王和王妃的祠堂。其宗庙祭礼是韩国儒家传统文化的具体体现，饮食、祭器、乐器、仪仗、音乐、舞蹈等礼仪文化在1462年定型后，几乎原封不动地保留下来。1995年12月宗庙被评定为世界文化遗产。

民俗村：是展现李氏王朝时代生活方式的民俗村，距离首尔南40多千米的一个山谷中，建于1973年。村内建筑物多达200栋以上，全部模仿1392—1910年的住宅形式而建

造，因此民俗村有“生活博物馆”之称。

村里除了有官衙、士大夫住宅、民宅外，还有铁匠作坊、磨坊、陶窑、手工匠店以及私塾等。

而且村民都按照当时的生产生活方式，如礼仪、游戏、学习等居住在民俗村内。在大户人家，还置有蜡人像，其中有衣冠楚楚的饮茶聚会的群像，有正在干活的使女，有跪坐受课的少爷、专心刺绣的小姐等。

在官衙里面还有着各种刑具和阴森恐怖的牢房，并且有表现囚犯受刑、狱卒耀武扬威、判官铁面无私的塑胶制成的人像等。

2. 釜山——天然良港

釜山市为韩国最大港口，第二大城市，隔着朝鲜海峡与日本相望，是韩国对外贸易的门户，经济地位异常重要。同时，釜山也是一座集高山、河流、海洋于一体美丽的海滨城市。

釜山塔：龙头山公园内的釜山塔高 120 米，直径 6.4 米，巍然耸立，是为纪念釜山开港 100 周年而建造的，从釜山塔俯瞰全城，美丽的海港尽收眼底。

梵鱼寺：坐落在郊区的建于公元 7 世纪的梵鱼寺为韩国四大名刹之一。

金井山城：韩国规模最大的山城，四大城门和瞭望楼与山城融为一体，形成天然要塞，也是游客必到之处。

海云台：韩国最大的海滨浴场，白沙、松林、大海交相辉映构成一幅绝妙的自然美景。浴场据说可以容纳 12 万人，每年 7 月 1 日—8 月 31 日对外开放。

太宗台：釜山又一名胜，据历史记载，太宗王统一三国后，巡视途中来到此地，因迷恋这里的景色而在此地小住，因而得名太宗台。

五六岛：由盾牌岛、松柏岛、灯塔岛、牡蛎岛、锥子岛和老鹰岛组成，涨潮时仅能看见 5 个岛屿，落潮时才可以看见 6 个岩石岛屿。五六岛是进出釜山国际港口船只的必经之路，因而成为了釜山的象征。

明洞大街：位于首尔中心地带的明洞大街，是 2000 年 3 月份政府指定的观光特区，大街长 1 500 米，面积只有 0.44 平方千米，常住人口仅有 5 000 人。但是每天的流动人口超过 200 万，每年有 400 万以上的外国游客来这里观光旅游。

“洞”是韩国行政建制中的基层单位，相当于中国的街道。所谓的“明洞”，可以理解为一條叫做“明”的大街。街道两侧百货公司、餐厅、戏院、观光酒店以及 100 多家金融机构和数千家服装服饰专卖店等，形成了一个大型购物休闲娱乐区。

3. 庆州——露天展馆

位于首尔东南 370 千米的庆州市，是一座历史古城，古城的周围散布着王室陵墓、古庙遗迹以及城堡的残垣断壁。游客可从中看到韩国早期佛教遗产中许多独具特色的雕刻艺术品，其中仅从天马冢中便出土上万件古董。所以被人们誉为“无围墙的博物馆”，庆州街道每个角落都会看到古坟公园。

佛国寺：距离庆州城约 10 千米的佛国寺建于公元 530 年，背依吐含山，溪水穿流，林木繁茂，景色秀丽，被誉为韩国最精美的佛寺，是修行佛法的道场，以其完美的新罗建筑艺术和寺院内许多极为珍贵的佛教国宝而闻名于世。

步入佛国寺山门，并排建筑的两座双层石坛迎面耸立，向着石坛的两边架有 4 座石