



高等院校旅游专业应用型规划教材

主编 罗兹柏

中国旅游文化

主编 秦学颀 赵静

格致出版社



上海人民出版社

高等院校旅游专业应用型规划教材

主编 罗兹柏

中国旅游文化

主编 秦学颀 赵静

格致出版社



上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化/秦学颀,赵静主编. —上海:格致出版社:上海人民出版社,2014

高等院校旅游专业应用型规划教材

ISBN 978-7-5432-2415-5

I. ①中… II. ①秦… ②赵… III. ①旅游文化-中国-高等学校-教材 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 207324 号

责任编辑 王亚丽
装帧设计 路 静

高等院校旅游专业应用型规划教材

中国旅游文化

秦学颀 赵 静 主编

出 版 世纪出版股份有限公司 格致出版社
世纪出版集团 上海人民出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.co)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081
www.hibooks.cn

发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心

印 刷 上海市印刷十厂有限公司
开 本 787×1092 1/16
印 张 15
插 页 1
字 数 286,000
版 次 2014 年 11 月第 1 版
印 次 2014 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5432-2415-5/G·684

定价:36.00 元

编委会

- 主 任** 罗兹柏 重庆师范大学旅游发展研究中心主任，教授
刘 放 重庆旅游商会会长，重庆中旅集团董事长
- 副主任** 钟建伟 重庆交通大学国际学院工商教学部副主任，副教授
李 庆 重庆第二师范学院旅游与服务管理系系主任，教授
陈 岩 重庆旅游商会副会长，重庆山水旅行社总经理
徐启明 重庆丽苑酒店总经理
- 成 员** 罗兹柏 刘 放 钟建伟 李 庆 陈 岩 徐启明 王 宁
牟奇国 牟 红 朱世蓉 赵 静 刘祥艳 李燕妮

总序

20 世纪 70 年代末,中国打开了对外开放的大门,中国旅游业开始迅速发展。1979 年 9 月上海旅行游览专科学校(现上海旅游高等专科学校)的成立,揭开了中国旅游高等教育的序幕。经过 30 多年的发展,全国有 897 所高校设置了旅游专业,在校生人数近 40 万人,并形成了专科、本科、硕士、博士四级完整的高等教育旅游专业人才培养体系。2012 年 4 月上海辞书出版社出版了我国首部旅游综合辞书——《中国旅游大辞典》,首次为我国旅游专业理论建设和发展提供了最系统的概念基础。2012 年 9 月教育部颁布了《普通高等学校本科专业目录(2012 年)》,首次在管理学门类下单独设立旅游管理专业类,其下设旅游管理、酒店管理、会展经济与管理三个专业,至此,旅游管理类和工商管理类平行发展。2012 年旅游专业与学科建设的这两件大事,无疑为我国高等教育旅游管理类专业的建设与发展,以及本套教材的编写与出版提供了新的契机。

近年来,我国旅游教育与旅游产业都呈现出快速发展的态势:一方面中国旅游业发展取得举世瞩目的成就,旅游业产值占到国内生产总值(GDP)的 4% 以上;另一方面全国已有 505 所普通高校开设了旅游管理的本科专业(2011 年),仅在校本科生人数就达到了 14 万。但旅游产业与旅游教育的发展却似乎并不契合、并不同步。从人才需求上看,我国旅游业直接就业人员逾 1560 万人,间接就业人员达 8000 万人,人才需求数量庞大,特别是中高级人才缺乏,国内饭店业中本科以上学历占管理层人数不足 25%。但与此同时,旅游管理专业毕业生的行业内就业率却不断下降,近年来已下降到 10% 至 20%。这样矛盾的现状背后尽管有社会、企业、

院校等多方面原因,但我们更应正视高等旅游专业院校的责任与义务。要从根本上提高高校旅游管理专业的培养质量,让毕业生获得行业企业的认可,就必须广泛借鉴国际旅游管理教育经验,加强旅游管理高等教育的职业化。

旅游管理是一门应用性很强的学科,这是从事旅游教育和研究人士的共识。无论是重视旅游高等教育的美国,还是侧重旅游职业培训的瑞士,抑或是职业培训与高等教育兼顾的澳大利亚,都非常重视旅游教育职业化和实践性。

突出旅游专业教育的专业性、职业化,需要不断深化培养方案改革、课程改革、教材改革,围绕管理能力培养这个核心,突出旅游专业教育的实践性、应用性。

从2002年到2007年,重庆曾成功实施了由澳大利亚政府资助的“中澳(重庆)职教项目”,在职业教育方面吸收了澳大利亚的成功经验,其“能力本位”的教学理念、目标明确的课程开发与教学模式也影响到重庆市部分高校的旅游专业教育。

重庆市高校旅游专业教育有长期校企合作的传统,重庆旅游商会是重庆市旅游业具有较强影响力的行业组织,重庆市开设有旅游管理专业的院校均加入了重庆旅游商会教育分会,并通过这一组织与旅游行业企业进行广泛和深入的合作。2008年,由重庆旅游商会与重庆市部分开设旅游专业的院校共同推动举办了“中国西部旅游创意论坛”,论坛上行业企业家与院校专家深入交流,不断深化对旅游专业教学改革的认识,强化旅游专业的实践性、应用性,成为旅游业企业家和旅游院校专家的共识。其中,“实践性”更多地依靠院校培养方案的优化和行业对培养人才意识的优化来实现,而“应用性”需要更多地依靠教材和教学方式的优化来实现。由院校老师与行业专家共同编写一套应用型旅游高校教材的思路逐渐明确。格致出版社充分认同教材的编写思路,感动于院校老师与行业专家的热情,决定立项出版这套教材,共同的目标是为课程改革探索提供一套以能力培养为核心的应用型教材。

本套教材减少了对基本概念、专业术语、属性功能等学科理论的分析,强化了课程的应用性,增加了案例、实训实践项目以及行业新业态、新模式等行业新趋势的内容,力争达到本套教材“能力导向、行业对接、内容新颖、立体互动”的总体要求。

1. 能力导向。本套教材以职业能力为导向,提倡编写者运用DACUM(Developing A Curriculum, 课程开发)方法进行职业或岗位分析,在此基础上,以能力培养为核心,采用统一的编写体例,以任务驱动式编写岗位技能教材,以案例解析式编写概论类或职业素质类教材。

2. 行业对接。本套教材通过旅游院校与重庆旅游商会开展合作,借助行业力量,从确定选题到教材编写,再到教材审定,至少有一名行业人士全程参与,教材

内容能反映行业工作实际情况，并在今后的修订中，不断适应行业发展的趋势。

3. 内容新颖。要尽力反映旅游、酒店、会展行业的新变化，重点突出其中新的业态形式、操作模式、工作要求，采用新的实践案例，使整套教材能较清晰地描述行业新技术、新方法、新案例和新文化。

4. 立体互动。教材除课本本身外，还利用信息化技术，制作并有效传递多媒体课件、电子教案、经典案例和最新案例、试题库等内容，建立同行交流和师生的互动网络平台。力争通过立体互动教学设计与精品课程申报相结合，完成课程从教材、教学方法到课程考核的教学改革。

本套教材由重庆师范大学旅游发展研究中心主任罗兹柏和重庆旅游商会会长刘放共同主编，每本教材均由院校老师与行业人士共同编写，以保证教材内容与行业实际的紧密契合，提高其实践性和应用性。

本套高校旅游专业应用型教材既适合于应用型普通高校旅游专业使用，也针对了民办高校、网络教育和高职高专的教学需要，同时还可作为行业或企业中基层管理人员的培训教材。我们衷心希望这套教材能得到旅游教育界和行业培训界的关注和使用，并提出宝贵的批评或建议，使其不断适应旅游专业教育的需要，不断帮助师生提高教学质量。

“高等院校旅游专业应用型教材”的出版，得到了格致出版社的大力支持。从教材定位、选题方向到书稿修改，格致出版社提出了许多建设性的意见。重庆旅游商会刘放会长一直支持和关注本套教材的编写工作，重庆丽苑酒店徐启明总经理为编写工作提供了大量无私的帮助和独到的意见，各高校老师和旅游业界资深专家对本套教材热情响应和鼎力相助，在此一并致以深深的谢意和敬意。

编委会

前言

中国旅游文化是学术领域的一个新课题，学术界对本课题的研究还处于起步阶段，有关论述并不多见，可资借鉴者极其有限。因此，本书作者虽然都在高校长期从事中国历史文化与旅游学教学和科研，也不免有“筚路蓝缕，以启山林”之叹。经过本书作者的深入思考，确定了本书的主要内容：第一，中国旅游文化的内涵及特征；第二，中国旅游文化的类型；第三，中国旅游文化的发展历程；第四，与旅游相关的中国文化事项。

关于中国旅游文化的内涵、特征及类型，学术界并没有一致的看法。本书作者根据文化学的理论和自己的研究提出了自己的观点。根据我们对中国旅游文化的理解，关于中国旅游文化的发展实际上是从旅游学的角度，对中国历史文化发展历程中的一些人物、事件与活动乃至思想、理论等予以挖掘、阐释。譬如古代帝王的一些政治、军事、经济、外交等活动，官吏的从政赴任，士大夫的游学访友，宗教人士的朝拜寻仙等活动，其本身的目的虽然不是旅游，但他们沿途所见所闻，对各地的物产、风俗、人情必然会触发感慨而获得一种审美意识，从而使得这种活动具有了旅游文化的意蕴。如大禹治水，其足迹遍及全国，他还在会稽山大会诸侯，古代帝王的狩猎、征伐、祭泰山，均可作如是观。唐代刘禹锡出任夔州刺史时，具有浓郁巴文化特色的“竹枝”歌舞深深地吸引了他，他吸收其精华，创造了一种“竹枝词”的诗体。此类活动，我们认为也是可以纳入旅游文化中的。其次，有些概念和术语虽然是现代才提出来的，但运用这些概念和术语对古代的相关内容进行说明，这是许多学科共同采用的。比如，商务旅游虽然是现代旅游学中提出来的一个

概念，但到目前为止学术界对这一概念并没有明确的界定。就其字面的含义而言，商务旅游就是以商务为目的的旅游。而这种商务旅游却是自古就有的。中国传统社会将商务活动分为行商与坐贾两种：坐贾就是店铺经营；行商就是长途贩运。商人们为商务目的而长途跋涉，经历异国他乡，各地不同的文化、风俗别开生面，从而引发他的感思，这就与旅游密切相连了。另外，中国文化史上的有些术语和概念，就其本身来说，虽然与旅游无关，但我们也仍然可以从旅游学的角度对它进行挖掘，从而使得这一传统概念获得新的含义。比如《周易·下经》中有三个连续的卦：丰、旅、巽。《卦序传》说：“丰者，大也。穷大者必失其居，故受之以旅。旅而无所容，故受之以巽。巽者，入也。”在丰饶的家里住久了，就想出去旅游；长期羁旅在外，无容身之处，便又回家了。从旅游的角度而言，实际上就讲述了旅游的全过程。明代袁宏道提出了“会心”论、“情趣”论，而且明清时期的士大夫的确把发现“趣”、表现“趣”作为旅游的审美追求，人们在旅游时必须以“趣”的心灵、“趣”的眼光去审视观察自然物象和表现对象。

关于与旅游相关的文化事项，经过我们认真考虑，并吸收学术界已有的成果，主要选择了山水、城镇、饮食、建筑、艺术、宗教和民俗。它们不仅在中国文化中占有非常重要的地位，同时与旅游的关系也比较紧密，是中国旅游文化的主要内容。中国的山水蕴含着多种极其深厚的历史、科学、审美、养生、美育等价值。山水文化是一系列以山水为载体或表现对象的精神财富和文化艺术活动。因此本书所论述的山水，并非纯自然山水，而是具有深厚文化内涵的山水。城镇作为人类创造的一种文化景观，具有丰富的文化内涵，代表着一定的地域文化。文物古迹、风景名胜、历史街区和建筑更是浓缩了历史文化的精华，是一个时代、一个地区民族文化的象征，记载着先人的智慧、情感和创造精神，是最具说服力的历史文化见证。饮食文化是中华民族灿烂文化的一部分。中国的饮食文化曾博得“食在中国”的美誉。孙中山先生在《建国方略》中说：“我中国近代文明进化，事事皆落人之后，惟饮食一道之进步，至今尚为文明各国所不及。中国所发明之食物，固大盛于欧美；而中国烹调法之精良，又非欧美所可并驾。”中国传统建筑历史悠久，种类繁多，经过历代劳动人民和匠师们的不断积累和创新，形成了独具我国历史特点和民族文化传统的建筑风格，具有极其深厚的文化内涵。艺术是用不同的手段塑造形象，以表现人们的思想和情感、反映社会生活的一种特殊意识形态。艺术门类很多，本书仅选择了在中国传统文化中最重要的文学、美术和音乐舞蹈。宗教不仅对传统中国的社会生活、文化风尚、道德伦理等产生了深远的影响，宗教建筑、雕塑、绘画、音乐等也是中国传统文化的重要组成部分。中国的民俗文化多姿多彩，既有贯穿人生的生活与社交礼俗，涵盖衣食住行的物质民俗，也有各具特色的岁时节日娱乐，以及符合民族心理与传统文化习惯的各种崇拜禁忌。中国是一个统一的

多民族国家,各民族都有自己独特的文化,由于篇幅所限,我们只介绍了几个少数民族的文化。

秦学颀、赵静为本书的主编。第一章“中国旅游文化总论”由秦学颀撰写;第二章“迷人的山水文化”和第八章“多彩的民俗文化”由赵静撰写;第三章“悠久的城镇文化”和第七章“神秘的宗教文化”由赵永青撰写;第四章“丰富的饮食文化”和第六章“绚丽的艺术文化”由田艳平撰写;第五章“多元的建筑文化”由吕飞撰写;第九章“特色各异的少数民族文化”由杨卫东撰写。全书的统稿工作由秦学颀和赵静负责。

本书内容是作者多年来的研究心得,对有些问题的看法也是作者的一孔之见,不妥之处甚至错误之处,在所难免,但它毕竟是我们多年的心血,是我们对学术界的芹曝之作。本书在写作过程中还借鉴了学术界已有的研究成果,因限于体例,没有一一标明出处,只在最后列出了参考书目,谨向他们表示诚挚的谢意。

编者

第一章 中国旅游文化总论	1
第一节 中国旅游文化的内涵及特征	2
第二节 中国旅游文化的现状和发展趋势	13
第三节 中国旅游文化的结构	33
第二章 迷人的山水文化	34
第一节 中国山水文化的价值	37
第二节 山岳风景	42
第三节 江河湖泊风光	51
第四节 森林风景	63
第五节 森林景观要素	64
第三章 悠久的城镇文化	70
第一节 历史文化名城	71
第二节 中国著名的古镇	75
第三节 名人故里	82
第四章 丰富的饮食文化	83
第一节 中国饮食文化概述	83
第二节 饮食文化特色	89

中国旅游文化概论

目 录

总序	1
前言	1
第一章 中国旅游文化总论	1
第一节 中国旅游文化的内涵及特征	2
第二节 中国传统的旅游观和旅游类型	12
第三节 中国旅游文化的历程	20
第二章 迷人的山水文化	36
第一节 中国山水文化的价值	37
第二节 山岳胜景	42
第三节 江河湖泊风光	54
第四节 森林风景	60
第五节 石林溶洞瀑布	64
第三章 悠久的城镇文化	70
第一节 历史文化名城	71
第二节 中国著名的村镇	75
第三节 名人故里	82
第四章 丰富的饮食文化	88
第一节 中国饮食文化概述	89
第二节 四大菜系及特色菜	93

	第三节 中国茶文化	97
	第四节 中国酒文化	104
第五章	多元的建筑文化	113
	第一节 中国建筑文化概述	114
	第二节 中国宫廷建筑文化	117
	第三节 中国民居建筑文化	121
	第四节 中国的园林建筑	125
	第五节 中国建筑中的风水观念	130
第六章	绚丽的艺术文化	136
	第一节 中国旅游文学	137
	第二节 中国美术	142
	第三节 中国的音乐舞蹈	149
第七章	神秘的宗教文化	158
	第一节 宗教与文化	159
	第二节 道教文化	162
	第三节 佛教文化	167
第八章	多彩的民俗文化	176
	第一节 民俗文化概述	177
	第二节 人生礼俗	179
	第三节 衣食住行	183
	第四节 岁时节日娱乐	186
	第五节 崇拜与禁忌	193
第九章	特色各异的少数民族文化	198
	第一节 中国少数民族概况	199
	第二节 蒙古族文化	200
	第三节 藏族文化	205
	第四节 满族文化	210
	第五节 回族文化	212
	第六节 其他少数民族文化	215
参考文献		227

第一章

中国旅游文化总论

【本章导读】

旅游是人类的一种活动方式，是文化的组成部分。中国历史源远流长，中国文化博大精深。中国的旅游资源丰富多彩，中国的旅游文化绚丽多姿，独具特色。本章主要介绍文化、旅游文化、中国旅游文化等基本概念、特征，中国旅游文化的内容、类型，传统的旅游观以及中国旅游文化发展等问题。

【学习目标】

了解什么是旅游文化及其发展历程；掌握中国旅游文化的内涵及特征。

【核心概念】

文化；旅游文化；中国旅游文化；中国旅游文化的特点；旅游观；中国旅游文化的类型

【本章导入】

“旅游”的出现

南朝诗人沈约《悲哉行》诗云：“旅游媚年春，年春媚游人。徐光旦垂彩，和露晓凝津。时嚶起稚叶，蕙气动初蘋。一朝阻旧国，万里隔良辰。”诗中“旅游”一词是中国典籍中最早出现的，它比西方 tourism 一词的出现要早 1300 多年。

第一节 中国旅游文化的内涵及特征

一、中国旅游文化的内涵

(一) 什么是文化

小知识：你知道这是文化吗

假如你看见谁向人吐唾沫，你一定认为他不喜欢那个人，可是在东非洲查加兰的黑人那里，你就猜错了。在他们那里，吐唾沫是对重要事件的一种祝福，新生的孩子、生病的人，都要由法师来吐四口唾沫。可见，用唾沫来表示厌恶，并不是人类的“天性”，这种象征主义不过是习惯而已。

——【美】罗伯特·路威《文明与野蛮》

“文化”作为一门学科，是在 19 世纪下半叶人类学、社会学、文化学等学科兴起之后，才得到专门研究的。从此，不少学者给文化下过很多定义，做过种种说明，但是到现在也还没有一个完全一致的看法。

“文化”是中国古已有之的一个词。“文”的含义有三：一是指文字；二是指花纹，引申为纵横交错的纹理；三是指文德教化，后天形成的品德、修养。这种意义上的“文”，往往与“质”、“野”、“武”对举。“化”有改变、化生、造化、化育之义，也包括宇宙生成以后的演化、分化。“文”与“化”合并起来使用，始于《周易·贲卦》《彖》曰：贲，“亨”。柔来而文刚，故“亨”。分，刚上而文柔，故“小利而有攸往”。天文也。文明以止，人文也。观乎天文，以察时变。观乎人文，以化成天下。孔颖达疏曰：“言圣人观察人文，则诗书礼乐之谓，法此教而化成天下也。”“文化”作为一个词，首见于刘向《说苑·指武》：“凡武之为兴，为不服也。文化不改，然后加诛。”故中国“文化”一词主要指通过体现道德政治伦理的诗书礼乐教化世人。

关于“文化”最古典的定义是英国杰出的人类学家、文化史和人类学进化论学派的创始人 E·B·泰勒 (Tylor) 在其所著《原始文化》(1871) 一书中所下的：“文化或文明，就其广泛的民族学意义来说，乃是包括知识、信仰、艺术、道德、

法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂整体。”泰勒的定义只强调了精神方面的文化，属于狭义的“文化”。广义的文化定义则是：文化是人类在长期的历史发展中共同创造并赖以生存的物质与精神存在的综合。这个定义应把握三个要点：第一，广义文化是与人类及人类的创造活动相联系的，是以人为中心的概念；第二，广义文化是一个历史概念，它涵盖人类历史的全过程，是一个传承发展的综合概念；第三，广义文化的外延涵盖物质创造和精神创造的全部。^[1]

《中华文化史》的作者之一何晓明把文化结构解析为一个由外而内的四层次组成的整体圆心：第一层次为人类加工自然创制的器物所构成的物质文化层。它是人们物质生产方式及其产品的总和，构成整个文化创造的基础。第二层次为人类在社会实践中建立的各种社会规范构成的制度文化层，包括社会经济制度、婚姻制度、家族制度、政治法律制度、家族、民族、国家、经济、政治、宗教社团、教育、科技、艺术组织等。第三层次是行为文化层，它是人类在社会实践，尤其是在人际交往中约定俗成的习惯性定势，表现为礼俗、民俗、风俗等形态。第四层次为心态文化层，它是由人们在一定的社会经济条件下和相应的文化传统（包括风俗习惯，而且主要是通过风俗习惯体现出来的传统文化）的影响下，在日常生活中自觉和不自觉（主要是不自觉）地形成的一种普遍性意识，也是实际支配人们日常生活言行的、无孔不入的现实性和实践性很强的意识。其内容包括价值观念、思维方式、审美情趣、道德情操、宗教情绪、民族气质等。

（二）旅游与文化

1. 旅游是一种文化现象。

旅游，顾名思义，包括旅行和游览两种行为。关于旅游的定义，一般的说法是：个人或团体离开自己的居住地到他乡异国去从事吃、住、观、购活动，以获得物质上和精神上的满足。旅游在本质上“是一种文明所形成的生活方式，是一种文化现象，一个系统，是人类物质文化生活和精神文化生活的一个最基本的组成部分，是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件，通过对旅游客体的能动的活动，为实现自身某种需要而作的非定居的旅行的一个动态过程的复合体”。^[2]由此可见旅游属于广义的文化范畴，是文化的内容之一。

2. 旅游与文化紧密相连。

从狭义的文化来看，旅游又与文化紧密相连。“文化”一词在中国出现很早。《周易·贲卦》《彖》曰：贲，“亨”。柔来而文刚，故“亨”。分，刚上而文柔，故“小

[1] 王宁主编：《中国文化概论·绪论》，湖南师范大学出版社2000年版，第5页。

[2] 沈祖祥：《旅游史学科建设的若干构想》，《社会科学》，1991年第7期。

利而有攸往”。天文也。文明以止，人文也。观乎天文，以察时变。观乎人文，以化成天下。”这里，“文”与“化”是作为两个词来使用的。“人文”就是人类的文采，即典章制度、诗书礼乐之类。“化”就是教化。通过观摩、观仰人类的典章制度、诗书礼乐等，可以促成天下的教化。这就是中国古代最早对“文化”的描述。值得注意的是，《周易》在论述“文化”时，使用了“观”这个词。“观”，有观摩、瞻仰、观察之义。《周易》就有一个观卦，其中说，“观国之光，利用宾于王”；“观国之光，尚宾也”；“观天下之神道，而四时不忒”。“观国之光”，就是观仰王朝的光辉盛治。后来“观光”一词就成了旅游的同义词。日本因受中国文化影响，因此日文中一直把汉语中的旅游、游览称为“观光”。由此可见，在中国文化中，旅游（“观光”）一开始就与文化关系密切，二者结下了不解之缘。

3. 中国文化中的“旅游”。

“旅”、“游”二字在中国出现很早。《周易》中有旅卦，象征行旅。全卦展示羁旅居外的不同情况，揭示正确的处旅之道。“游”又做“遊”，从足，指陆上活动有关的行为。又引申为出游、嬉戏。可见，“游”蕴含着顺应自然、适意而行的意味，超功利的旅游特征。在“旅游”一词正式出现之前，中国古代的旅游活动常常是用独立的“游”字来概括和表现的。如《尚书·大禹谟》：“罔游与逸。”《尚书·皋陶谟》：“惟漫游是好。”《诗经·卫风·竹竿》：“驾言出游，以写（泻）我忧。”《庄子·天地》：“黄帝游乎赤水之北”；《秋水》：“（庄子）游于濠梁之上”、“游于雕陵之樊”；《知北游》：“知北游乎玄水之上。”这些“游”都是指具体的旅游活动，无不体现着现代旅游那种自娱自乐的审美功能和行为心理特征。《孟子·尽心上》载孟子谓宋勾践曰：“子好游乎？吾语子游。人知之，亦嚣嚣；人不知，亦嚣嚣。”赵岐注：“嚣嚣，自得无欲之貌。就已言则曰自得无欲，对物言则不为私。”真切地道出了古代“游”字的旅游意义和特征。中国古代的“游”，就是指由旅游审美而达到的那种自由自在、逍遥无为的精神境界和由此而来的对待世界的审美态度，而这正是我们今天所说的旅游的最基本的含义。“旅游”一词，诞生在魏晋南北朝时期。南朝诗人沈约《悲哉行》诗云：“旅游媚年春，年春媚游人。徐光旦垂彩，和露晓凝津。时嚶起稚叶，蕙气动初蘋。一朝阻旧国，万里隔良辰。”这是迄今所知“旅游”一词见于中国典籍的开始，它比西方 tourism 一词的出现早 1300 多年。

（三）什么是旅游文化

由于对“文化”有不同的理解，因此目前我国学术界对旅游文化的概念也存在着不同的看法。根据上述广义文化的概念，我们对旅游文化的定义可以做如下表述：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。旅游文化是文化与旅游相结合、相融合的产物,其内涵十分丰富,外延也相当宽泛。举凡旅游路线中、旅游途中、旅游景点中一切有助于增长旅游者文化知识的物质财富和精神财富,都属于旅游文化的范畴。既涉及历史、地理、民族宗教、饮食服务、园林建筑、民俗娱乐与自然景观等旅游客体文化领域,又涉及旅游者自身文化素质、兴趣爱好、行为方式、思想信仰等文化主体领域。

从旅游文化的结构来看,应包括四个层面:即最外层的物质文化、中间层面的制度文化、行为文化以及核心层面的精神文化。这四个层面构成了旅游文化由外向内的球状结构。旅游文化的物质文化包括建筑、园林、器物、工具、饮食、服饰等,这些都是具体的、有形的,具有能够被人感知的物质形态。旅游制度文化是旅游者和旅游经营者处理个人与他人、个体与群体之间关系的产物,包括旅游活动参与者应遵守的法律、规章以及职业道德等约束机制,它是旅游行为的定型化、程序化、道德化,主要由政府、集团、机构等运用强制手段制定和实施。旅游行为文化,则主要是指旅游者和旅游经营者在旅游活动中约定俗成的习惯定势行为,如礼俗、礼仪、民风、民俗、行为举止和服务方式等。它实际上是旅游者或旅游经营者的个体的自发性行为,是其内在的价值观念、审美情趣、思维方式等因素在其行动中的表现。旅游精神文化是旅游活动参与者的文化心态及其在观念形态上的表现,包括社会心理和社会意识形态,由价值观念、审美追求、道德情感、思维方式等主体因素构成。这四者之间是由客体到主体紧密相连、不可或缺的关系。物质文化是旅游文化的外在显现或外在的物化,能够直接为人所感知,也因其有形,故易于模仿和创造,但要真正具有魅力,必须在物态化的背后体现出创造者的一种精神、观念和追求。心态文化是旅游文化的核心,必须有意识地外化于物态,才能为人所感知、为人所了解,从而使自己的观念、追求、情趣、情感等能引起他人的共鸣。因此,物态文化和心态文化互为表里地对立统一于整个旅游活动中。而制度文化和行为文化则是由物态到心态的中间性的过渡环节,具有承上启下的不可替代的作用。制度文化是保证服务质量、提高旅游层次、促进旅游业健康发展的必不可少的因素,具有保证方向和指南的意义。而行为文化对于提高旅游业的经营管理水平、保证服务质量、增强竞争力等方面也是不可缺少的。旅游服务人员标准、优雅的服务,能使旅游者感到旅游的莫大快乐;旅游者良好的行为举止,既是人类文明的象征,也能减少和接待地居民间的不必要的冲突。

(四) 中国旅游文化的内容

旅游文化作为一种特定的文化形态,有其特定的内涵和相应的外延。从广义上来理解,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。它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