



高等院校旅游专业系列教材
旅游企业岗位培训系列教材

李伟 主编 / 韩静 曹华 副主编

中国旅游文化



YZL10890198427



清华大学出版社



高等院校旅游专业系列教材

旅游企业岗位培训系列教材

中国旅游文化

李伟 主编 / 韩静 曹华 副主编



YZLI0890198427

清华大学出版社
北京

印次：2013年6月第1次印刷
印数：488千字

开本：185mm×230mm
印张：1~4000
定价：38.00元

ISBN 978-7-302-32110-0

内 容 简 介

本书根据国际旅游业发展的新形势和新特点,结合旅游活动所涉及的范围和领域,系统介绍旅游文化、自然山水文化、古代建筑文化、旅游聚落文化、古典园林文化、旅游宗教文化、民俗节庆文化、中华饮食文化、中国传统艺术、中国旅游文学等基本知识,并通过实证案例分析讲解启发学生深入学习、强化应用技能培养,以达到学以致用目的。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化/李伟主编. --北京:清华大学出版社,2013

(高等院校旅游专业系列教材、旅游企业岗位培训系列教材)

ISBN 978-7-302-32556-7

I. ①中… II. ①李… 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(2013)第109927号

责任编辑:陆滢晨

封面设计:常雪影

责任校对:宋玉莲

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4903

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:21.75 字 数:466千字

版 次:2013年6月第1版 印 次:2013年6月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:38.00元

产品编号:051710-01

序 言

随着我国居民收入和闲暇时间的增多,旅游正日益成为现代社会人们主要的生活方式和社会经济活动。旅游业也正以其强劲发展势头成为全球经济中最具活力的绿色朝阳产业。

2012年3月,国家旅游局局长邵琪伟介绍,2011年我国入境旅游人数1.35亿人次、入境过夜旅游者5758万人次,实现外汇收入458亿美元;已有146个国家和地区成为中国公民出境旅游目的地;人均出游率2次、国内旅游人数26.4亿人次,中国公民出境总人数7025万人次。据测算,中国旅游业增加值已占到GDP的4%以上,旅游业发展带动了社会投资和相关产业发展。旅游业对住宿业贡献率超过90%,对民航和铁路客运业贡献率超过80%,并且促进了社会消费和居民就业。调查显示:我国旅游直接从业人员超过1350万人,与旅游相关就业人数约8000万人。目前,中国是全球第三大入境旅游接待国,我国已经形成世界上最大的国内旅游市场,旅游业已成为国民经济的重要产业。

根据国家旅游协会调查统计,居民因旅游每花1元钱就可以带动相关消费5元钱,直接或间接地刺激行业经济、促进140多个相关产业的发展。作为文化创意产业的核心支柱,旅游在国际交往、商务活动、文化交流、赈灾恢复、拉动内需、解决就业、促进经济发展、丰富社会生活、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越大的作用,因而成为我国服务经济发展的重要产业,在我国经济发展中占有举足轻重的位置。

旅游业的发展不仅对本国拉动经济具有强大的助推作用,在缓解世界政治军事紧张局势、构筑国际社会和谐等方面也具有极其深刻的意义。

当前,随着全球旅游业的快速发展,面对国际旅游业激烈的市场竞争,我国旅游行业的在职从业人员应更新观念、提高服务技能、提升业务与道德素质,努力成为一名“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才。而加强旅游经营管理模式的创新、加速旅游经营管理专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

针对我国高等教育“旅游管理”专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,我们组织了在一线多年从事旅游教学和实践活动的国内知名教授及旅游企业的经理共同编撰了这套教材,旨在迅速提高大学生和旅游从业者的专业素质,更好地服务于我国的旅游事业。本套系列教材根据大学“旅游管理”专业教学大纲和课程设置与调整,包括《新编旅游概论》、《旅游市场营销》等20本。

作为普通高等教育旅游管理专业的特色教材,本套图书具有以下特点:融入了旅游运营与管理的最新教学理念,坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进;在吸收国内外旅游界权威专家最新科研成果的基础上,依照旅游活动的基本过程和规律,根据旅游业发展的新形势和新特点,全面贯彻我国新近颁布实施的旅游法律法规和旅游业管理

规定,按照旅游企业对用人的需求模式,结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求;注重校企结合、贴近行业企业业务实际,强化理论与实践的紧密结合,注重管理方法、管理能力、实践技能与岗位应用的培养训练;采取通过实证案例解析与知识讲解的写法,严守统一的创新型格式化体例设计,并注重教学内容和教材结构的创新。

本套教材的出版,对帮助学生尽快熟悉旅游操作规程与业务管理,以及学生毕业后能够顺利实现就业具有一定的指导作用。

编委会
2013年5月

前言

文化是旅游业的灵魂,也是旅游的生命之源和提升动力。中国历史悠久、文化灿烂、博大精深,既是我国宝贵的旅游资源,也是中华民族赖以生存的根基。中国要实现旅游强国的梦想,必须认真研究我国文化旅游资源的优势、特色,深刻挖掘旅游资源的文化内涵,并把它展示给世人,突出旅游文化特色、提高旅游价值与品位。

中国旅游文化是旅游管理专业的一门专业课程,掌握中国旅游文化的基本知识对于旅游行业的从业人员来说具有非常重要的作用和实用价值。目前,面对国际旅游服务业激烈的市场竞争,加强旅游业经营管理模式的创新、加速旅游职业服务技能培训、强化旅游职业岗位服务技能人才培养已成为亟待解决的问题。为了满足日益增长的旅游市场需求,更为了培养社会急需的旅游服务实用型、操作技能型人才,我们特编撰了本书。

作为普通高等教育旅游管理专业的特色教材,本书坚持以科学发展观为统领,严格按照教育部“加强职业教育、突出实践应用技能培养”的要求,根据全国高校职业技能教学大赛及学生就业实习反映出的各种问题,既注重传统旅游服务的规范化,又注重旅游服务知识技能的创新运用,对帮助学生提高业务文化素质,尽快掌握中国旅游文化体系知识,走上社会顺利就业,从事旅游职业工作具有特殊意义。

全书分为10章,以学习者应用能力培养为核心,以中国旅游文化挖掘与传承为主线,按照旅游服务工作流程和岗位应具备的职业知识技能,系统地介绍了旅游文化、自然山水、古代建筑、旅游聚落、古典园林、旅游宗教、民俗节庆、中华饮食、中国传统艺术、中国旅游文学等中国旅游文化基本知识,并通过实证案例分析讲解、挖掘内涵、继承传承、学以致用,提高学生的就业能力。

本书融入旅游文化最新的实践教学理念,既可作为普通高等院校本科旅游管理专业的首选教材,又可以作为高职高专、高等自学考试、成人教育相关专业的教材,对于各类旅游从业者也是一本非常实用的岗位培训用书。

本书由李大军进行总体方案策划并具体组织,李伟主编并统稿,韩静、曹华为副主编,最后由武裕生教授审定。作者具体的编写分工如下:牟惟仲(序言),徐秋(第一章),李伟(第二章、第五章),韩静(第三章、第七章),陈洪宏(第四章、第六章),曹华(第八章),吴青梅(第九章),贾晓龙(第十章),蔡丽伟、李瑶、周鹏、马瑞奇(附录);华燕萍(文字修改和版式调整),李晓新(制作课件)。

在编著本书的过程中,我们参考了大量国内外旅游文化方面的最新书刊资料,借鉴了国家历年出台的旅游管理法律法规和规章制度,并得到中国旅游协会有关专家教授的具

目 录

第一章 旅游文化概述	1
第一节 文化与旅游	2
第二节 旅游文化概述	15
第三节 旅游文化与中国旅游业	21
本章回顾	25
复习思考	26
课后实践	26
第二章 自然山水文化	27
第一节 山水文化的形成	29
第二节 以山水为载体的文化形态	34
第三节 自然山水的审美	50
第四节 自然山水的观赏与美学体验	61
本章回顾	68
复习思考	68
课后实践	68
第三章 古代建筑文化	69
第一节 中国古代建筑的起源与发展	70
第二节 中国古代建筑的文化取向	76
第三节 中国古代建筑的特征	82
第四节 中国古代建筑的主要类型	92
本章回顾	103
复习思考	103
课后实践	103
第四章 旅游聚落文化	104
第一节 了解聚落文化	105
第二节 认识中国历史文化名城	110
第三节 走进中国特色古村落	123

本章回顾	134
复习思考	134
课后实践	134
第五章 古典园林文化	135
第一节 中国古典园林的发展	137
第二节 中国古典园林的类型	142
第三节 中国古典园林的构成要素	147
第四节 中国古典园林的布局与构景手法	155
第五节 中国古典园林的艺术特点	159
本章回顾	163
复习思考	163
课后实践	163
第六章 旅游宗教文化	164
第一节 宗教的本质及其旅游价值	165
第二节 宗教的流派及其教义	172
第三节 宗教的神佛偶像	185
第四节 中国四大宗教的宗教节日与宗教礼仪	195
本章回顾	205
复习思考	205
课后实践	205
第七章 民俗节庆文化	206
第一节 民俗文化的分类与功能	207
第二节 节庆民俗	213
第三节 少数民族特有民俗	224
本章回顾	239
复习思考	239
课后实践	240
第八章 中华饮食文化	241
第一节 饮食文化的发展与传播	242

第二节 中华食文化·····	245
第三节 中华茶文化·····	252
第四节 中华酒文化·····	259
本章回顾·····	266
复习思考·····	267
课后实践·····	267
第九章 中国传统艺术 ·····	268
第一节 书法艺术·····	269
第二节 绘画艺术·····	276
第三节 戏曲艺术·····	284
第四节 民间艺术·····	290
本章回顾·····	297
复习思考·····	297
课后实践·····	298
第十章 中国旅游文学 ·····	299
第一节 旅游文学的概述·····	300
第二节 中国旅游文学的发展·····	306
第三节 中国旅游文学的鉴赏·····	310
本章回顾·····	321
复习思考·····	321
课后实践·····	322
附录 ·····	323
参考文献 ·····	334

第一章

旅游文化概述

【学习目标】

1. 了解文化、旅游及旅游文化的概念；
2. 掌握旅游与文化的关系，旅游文化的内涵，学习旅游文化的重要意义；
3. 掌握旅游文化对于促进我国旅游业的作用。

【重点难点】

1. 掌握中国旅游文化的种类、特征以及中国旅游文化与我国旅游业的关系；
2. 理解旅游文化的概念及旅游与文化的关系。

【核心概念】

文化、旅游文化、可持续发展。

引导案例

海南的未来：文化旅游

2011年5月1日，全国文化工作会议在合肥胜利召开，关于文化产业的相关配套政策已在全国应势而生。

一个国家一个社会的发展，单靠经济发展那条物质的长腿是行不通的。中国经过30多年的改革开放，经济和社会固然都得到快速发展，但在经济快速发展、物质极度丰富的当下，人们回过头来看社会发展，发现相较于经济发展那条物质的腿，社会发展这条文化的腿还是远远地滞后了。

两条腿不一样长直接导致现今社会整体幸福感下降。经济物质的满足固然能让人们体会一时的“幸福感”，但这个幸福感持续不了多长时间就消

退了。因为经济物质是硬的是有限的,必然满足不了人心无穷尽的欲望。而社会文化是软的是无限的,显然只有丰盈的社会文化才能满足人们对幸福感的渴望。

一处自然美景对于游客来说,看过一次也许就已一饱眼福了,但它满足不了游客的心福(心灵文化体验的满足)。在讲究消费心灵文化体验的时代,对于再优美的自然景观,游客看过一次之后也许就再也不想来了。而一处有文化内涵的景区,经过精彩的文化诠释与呈现,也许相较于其他景区的自然风光,此处的景观没有那么艳丽,但它的文化风光满足了游客的心福。

海南国际旅游岛建设,硬件设施建设固然重要,但在注重消费心灵文化体验(文化营销之核心)的时代,软件设施建设显得尤为重要。旅游的本质核心是文化,在旅游产业发展进程里,那个单纯依靠自然美景及气候条件吸引游客的时代已经一去不复返。而今如何实施“文化旅游”和“文化营销”是海南旅游产业发展面临的重大产业课题。

中国社会改革开放发展到今天,按理说应该“三十而立”,但经济快速发展带来的利欲熏心,引发整体社会心态躁动及空虚。我们回头看,发现整体社会心态还要经历一段比较漫长的青春期。而在这个青春期中,文化旅游恰好是可以让人们静下心来,修身养性、怡然心灵、丰富并提炼文化素养的绿色生活方式。

我们有理由相信:在历经这波财富洪水的洗礼过后,国人整体心态必然会回归理性与平和,人们会更加明白人生的意义与价值是在于体验生命的过程,而不是在于体验生命的结果——获得多少的身外之物。我们更有理由相信:在中华民族伟大复兴的历史进程中,海南给中华民族做的最大贡献不是给国人提供了一个天然氧吧,而是给国人提供了一个心灵氧吧。

海南建设国际旅游岛的核心是发展旅游产业,而发展旅游产业的核心是发展文化产业。即海南建设国际旅游岛其核心的核心是发展文化产业,而如何践行“文化旅游”和“文化营销”是当下每个旅游产业工作者必须破解的重大工作课题。

资料来源:吴鹏程.海南国际旅游岛的未来——文化旅游.南海网.

第一节 文化与旅游

一、文化的概述

(一) 文化的定义

文化,国外学术界对其概念的表述众多,有的过于宽泛,将文化与文明合一;有的仅强调某个角度。具有代表性的概念有以下几种。

1. 国外对文化的定义

(1) 法国的《迈尔百科全书》(1971年)将文化定义为：“文化最初指土地的开垦和植物栽培，以后指对人类的身体，特别是艺术和道德能力以及某些天赋的培养，也指人类社会在征服自然和自我发展中所创造的物质和思想财富。”

(2) 英国的《英国大百科全书》(1974年)将文化定义为：“文化是总体的人类社会遗产，是一种渊源于历史的生活结构的体系，这种体系往往为集团的成员所共有。”它包括这一集团的语言、传统、习惯和制度，还包括有激励作用的思想、信仰、价值以及它们在物质工具和制造物中的体现。

(3) 苏联的《苏联大百科全书》将文化定义为：“文化，是社会和人在历史上一定的发展水平，它表现为人们进行生活和活动的种种类型和形式，以及人们所创造的物质财富和精神财富。文化这个概念用来表明一定的历史时代、社会经济形态，具体社会、民族和民族的物质和精神的发展水平，以及专门的活动或生活领域。”

(4) 美国的《文化科学》将文化定义为：“在心理学及大部分社会学之外，存在着另外一类人类行为的决定因素，这就是传统的风尚习俗、典章制度、工具、哲学、语言等，这些我们统称为文化。”

(5) 日本的《简明文化人类学》将文化定义为：“文化是由后天被造成的，成为群体成员之间共同具有被保持下来的行为方式。”

2. 我国对文化的定义

“文化”一词在我国出现最早见于《易经·贲卦》：“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下。”“天文”指自然规律。“人文”指人伦社会规范。所谓“观乎人文，以化成天下”，意指文化出于自然而又能驾驭自然。近代之前，我国的“文化”含义一直指向宗法社会的文治教化和人伦规范，不具备现代意义的“文化”内涵。

凡是超越本能的，人类有意识地作用于自然界和社会的一切活动及其结果，都属于文化。或者说，“自然的人化”即是文化。它包括显露在外的，人们可以直接感知的所谓“显在文化”和不表现在外的由知识、态度、价值观、心态等构成的“隐在文化”。

(二) 文化的多种含义

(1) 文化是人的创造物，不是自然物；文化是一种社会现象，不是自然现象。例如，原始的山川草木不是文化，但经过人类一定的加工、改造所建立起来的园林等旅游景点就是一种文化。

(2) 文化不属于某一个人，它是全社会人们共同拥有和享用的。例如，中东地区国家的女人蒙着面纱，印度女人则普遍都戴着鼻环，这都是文化。

(3) 文化是人类智慧和劳动的创造，这种创造体现在人们社会实践活动的方式中，体现在人们所创造的物质产品和精神产品中。例如，中国的故宫、古埃及的金字塔都是人类

文明发展史上的里程碑,是人类文明史上的璀璨明珠,这是因为这些建筑体现了古代人们所具有的科学技术水平,表现了当时人们的审美标准。

(三) 文化的构成体系

多数文化学家都认为,每一种文化本质上都包含着3个层面,或者说每一种文化都由3个部分构成。

1. 物质文化

物质文化即文化的物质实体层面,它包括各种生产工具、生活用具以及其他各种物质产品等。

2. 行为文化

行为文化也叫文化的行为方式层面,它包括行为规范、风俗习惯、生活制度以及各种社会制度和社会规范等。

3. 精神文化

精神文化也可以称作心态文化或观念文化,这是文化的精神观念层面,包括思维方式、思想观点、价值观念、审美情趣、道德操守、宗教信仰以及民族性格等。

文化的3个层面之间关系十分密切,其中精神文化居于核心地位,它是文化发展的动因,起支配制约作用;行为文化是精神文化在人们行为活动中的体现;物质文化是精神文化通过人们的实践活动在物质产品上的体现,三者水乳交融,互相依存。

(四) 文化的种类

1. 主文化和亚文化

大群体的共有文化,相对于其中的小群体文化而言称为主文化。

相对于大群体的共有文化来说,其中的小群体文化称为亚文化。

2. 雅文化和俗文化

语言文化程度较高的群体的文化称为雅文化或高雅文化。

语言文化程度较低的群体的文化称为俗文化或通俗文化。

3. 文化和反文化

在一个社会、一个国家、一个民族、一个群体形成一种文化并且占据统治地位的情况下,同时还会存在一种与其完全相反甚至对立的文化,那么占统治地位的文化就是文化,相反或对立的文化就是反文化。

(五) 文化的等级序列

文化的等级序列由小到大,即文化特质—文化丛—文化模式—文化区。

1. 文化特质

文化特质是指一种具体的文化现象,是文化最小、最基本的单位。人类文化的任何一种具体表现都可以称为文化特质,它便于人们识别不同文化系统的细微差异。例如,吃饭

时西方人习惯用刀叉,中国人用筷子。

2. 文化丛

一定文化特质的集合或组合被称为文化丛或文化丛结。例如,新石器时代,生产工具是陶器,生活用具是陶器,装饰也是陶器,这就形成了陶器文化丛结。

3. 文化模式

文化模式是指一个社会群体在长期的社会实践过程中形成的相对稳定的,各个层面有机组合的文化结构。

文化特质和文化丛只是一个社会群体文化在某一质点、某一方面、某一局部的表现,文化模式则是反映一个社会群体在整体上的文化状况或面貌,而且文化模式较之于文化特质和文化丛有着较强的稳定性,一种文化特质或文化丛的产生或消失并不能立即引起整个文化模式的改变。不过,文化模式的稳定性也不是绝对的,当文化特质、文化丛的量变到一定程度,必然会引起文化模式的相应变化。比较不同地区、不同民族的文化模式,有助于人们把握区域、民族之间文化上的联系和差异。

文化模式具有排他性,即个人的价值选择必须遵从社会的价值体系,吸收与自己相类似的文化。

4. 文化区

文化区是指具有某种共同文化体系的人群所占据的地区。它有一定的文化中心和覆盖区域,有可以分辨的范围和边界,在区内具有相对的文化均质性。

二、文化与旅游

(一) 旅游的概念

旅游是指人们从事旅行、游览的活动,这是人们的一种特殊的精神文化生活方式。具体地说,是指人们为了使其文化精神需求得到满足,离开常住地,前往旅游目的地所进行的具有劳作与休闲二重性质的、非定居性的观光游览活动。其中偏重于劳作性的旅游,又叫做价值创造性的旅游,如会议旅游、商务旅游、公务旅游、疗养旅游、宗教旅游、探亲旅游、休闲保健旅游、避暑旅游、探险旅游、地质旅游等,其首要目的是会议、商务、公务、疗养、宗教等,旅游者只有在完成首要目的,创造了首要任务的价值后,才展开旅游观光活动,所以学术界把这种旅游活动称为非观光旅游。

偏重于休闲性的旅游,叫做价值欣赏性旅游,如观光旅游、民俗旅游、娱乐旅游、都市旅游、森林旅游、山水旅游等,尽管这些名称不一,但实际上都属于观光游览活动的性质,其首要目的就是开展与它的名称相一致的旅游活动,所以学术界把这种旅游称为观光旅游。观光旅游不具有创造价值的任务,而是以休闲观光为首要目的。但是这两种类型的旅游活动,又不是绝然分开的,有时往往是交融在一起的。

（二）文化与旅游的关系

文化与旅游有着不可分割的关系。

（1）自然旅游景观与文化。自然景观形象万千，它带给旅游者的第一审美感觉就是形象美，大自然能够带给人的直观美感还包括形态美，形态美可分为动态美与静态美两大类。随着人类社会的发展，人们逐步认识到自然的重要。人们追求自然、回归自然，是为了使身体和精神更多地与自然交融，从而使个人和社会获得更加健康而愉快的生存与发展。“仁者乐山，智者乐水”从一个侧面反映了人类对山水自然的热爱。

大自然的宽广与无限，使人对自然美的追求成为一种难以割舍的情结。

人们在饱览自然风光之后，会由衷地萌发与宇宙万物融合为一体的和谐情怀。人在自然中，整个肉身感触传给大脑的是幽谷鸟鸣、清水芙蓉般的天籁。

（2）山水文化与旅游。名山大川是宇宙灵气所在，人是山川灵气之凝结，自然之景和人文之赏融为一体，经历代志士仁人、能工巧匠的努力，这些由人们知识、态度、价值观构成的山水的“隐在文化”逐渐地转化为显露在外的、人们能够可以触摸的“显在文化”，于是山水名胜中有了寺庙、楼台亭阁、摩崖碑刻、诗词对联、逸闻传说等。这些显在文化尽管自身有其丰厚的文化内涵，但是它们的内蕴只有置放于相应的山水中才有其个性魅力。

人们对自然景观的审美需求和审美能力在不断地发展，在自然景观中，以山水文化形成过程中的宗教活动和文学艺术为例，几乎历代的人们都依傍山水或以山水为表现对象，积累了中国旅游文化的宝贵经验。推而广之，实用的、认知的、宗教的、审美的多层面的积淀，都不断给山水打上人的印记，使山水文化人化、物化、诗化和史化。

可以说山水文化就是人化的山水，是人的本质力量对象化的结晶，而人与山水的关系就是人与自然的和谐精神。《庄子·天道》说：“与人和者，谓之人乐；与天和者，谓之天乐。”这就反映了人与自然界的和谐共存。

（3）花鸟鱼虫文化与旅游。艺术家的书法、绘画、雕塑、工艺、建筑无不以花鸟鱼虫为题材，写花之多，用花之巧，摹花之工，拟花之切，为我们留下艺术的瑰宝。托花寓意、缘花抒情，花韵、花姑、花仙，一个个美好形象使人难以忘怀，可以说，无论是从多样性还是从特色性上看，花文化已成为我国的旅游资源，尤其是生态旅游资源的重要组成部分，挖掘花文化的内涵是我们义不容辞的责任。



小贴士

钱塘观潮

“八月十八潮，壮观天下无”，这是北宋大诗人苏东坡咏赞钱塘秋潮的千古名句。千百年来，钱塘江以其奇特卓绝的江潮，不知倾倒了多少游人看客。

每年的农历八月十八前后，是观潮的最佳时节。这期间，秋阳朗照，金风宜人，钱塘江

口的海塘上,游客群集,兴致盎然,争睹奇景。观赏钱塘秋潮,有三个最佳位置。海宁县盐官镇东南的一段海塘为第一佳点。这里的潮势最盛,且以齐列一线为特色,故有“海宁宝塔一线潮”之誉。潮头初临时,天边闪现出一条横贯江面的白练,伴之以隆隆的声响,酷似天边闷雷滚动。潮头由远而近,飞驰而来。宛若一群洁白的天鹅排成一线,万头攒动,振翅飞来。潮头推拥,鸣声渐强,顷刻间,白练似的潮峰奔来眼前,耸起一面三四米高的水墙直立于江面,倾涛泻浪,喷珠溅玉,势如万马奔腾。潮涌至海塘,更掀起高9米的潮峰,果然“滔天浊浪排空来,翻江倒海山为摧”!这一簇簇声吞万籁的放射形水花,其景壮观,其力无穷,据说有一年,曾把一只一吨多重的“镇海雄狮”冲出100多米远。当潮涌激起巨大回响之后,潮水又坦然飞逝而去。有人这样写道:“潮来溅雪俗浮天,潮去奔雷又寂然”,十分确切地描绘了潮来潮往的壮观景象。

在第二个观潮佳点——盐官镇东8公里的八堡,可以观赏到潮头相撞的奇景。海潮涨入江口之后,因为南北两岸地势不同,潮流速度南快北慢,潮头渐渐分为两段。进展神速的南段称为南潮;迟迟不前的北段潮头,在北岸观潮者看来,是来自东方,故称东潮。当南潮扑向南岸被荡回来,掉头向北涌去,恰与姗姗来迟的东潮撞个满怀。霎时间,一声巨响,好似山崩地裂,满江耸起千座雪峰,着实令人触目惊心!

在第三个观潮佳点——盐官镇西12公里的老盐仓,可以欣赏到“返头潮”。这里,有一道高9米、长650米的“丁字坝”直插江心,宛如一只力挽狂澜的巨臂。潮水至此,气势已经稍减,但冲到丁字坝头,仍如万头雄狮惊吼跃起,激浪千重。随即潮头转,返窜向塘岸,直向塘顶观潮的人们扑来。这返头潮的突然袭击,常使观潮者措手不及,惊迷失态。

此外,海宁观潮还有日夜之分。白天观潮,视野广阔,一览怒潮全景,自是十分有趣。而皓月当空时观赏夜潮,却也别有其妙。

资料来源: <http://baike.baidu.com/view/4250465.htm>.

(三) 人文景观文化与旅游

人文景观又称文化景观,是人们在日常生活中,为了满足一些物质和精神等方面的需要,在自然景观的基础上,叠加了文化特质而构成的景观。主要包括文物古迹(如:北京的故宫、北海,西安的兵马俑,甘肃莫高窟以及象征我们民族精神的古长城等)、革命圣地(如井冈山、延安等),现代经济、技术、文化、艺术、科学活动场所形成的景观(如:高水准的音乐厅、剧院及各种展览馆、博物馆、农业示范园、农业观光园等),地区和民族的特殊人文景观(如:云南傣族的泼水节、彝族的火把节、白族服饰上的“风花雪月”、石林和蝴蝶泉壮丽的爱情故事等)。这些人文景观为如画的风景披上了一层神秘的面纱,使这些景观更具魅力。

(1) 建筑文化与旅游。建筑是民族科学技术、艺术才能和审美情趣的结晶,建筑物的环境、装饰既具有物质的一面,同时也反映精神文化的一面。它的造型、形象所产生的精