



21世纪 | 规划教材
高等院校旅游专业 | 双证系列

中国旅游文化

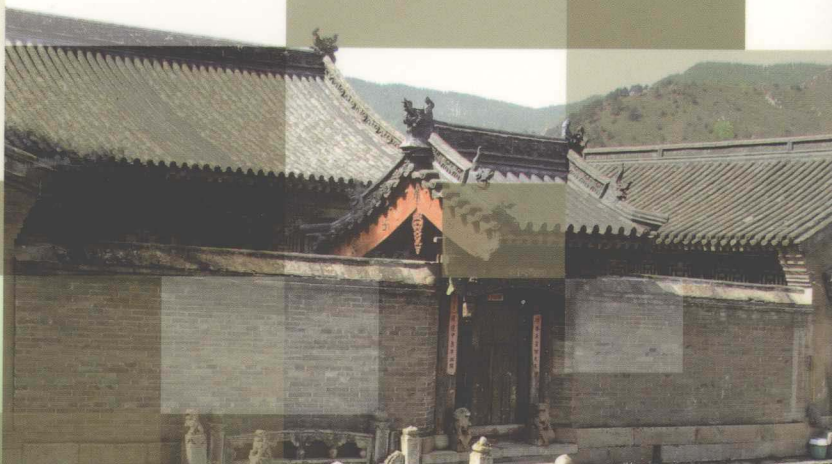
主编\都大明 金守郡
主审\周飞潮

(第3版)



上海交通大学出版社

SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS



21 世纪高等院校旅游专业 规划教材
双证系列

中国旅游文化

第三版

都大明 金守郡 主编
周飞潮 主审

上海交通大学出版社

内 容 简 介

全书阐述中国旅游文化的三个主要组成部分:中国旅游主体文化——游客在旅游过程中的作用,同时对中华本体旅游文化和异体旅游文化作了比照,还分析了旅游中的跨文化现象;中国旅游介体文化,分类型阐述了旅行社文化、饭店企业文化和旅游交通文化;着重介绍了中国旅游客体文化,从山水、古建筑、宗教、民俗、饮食、文学和艺术等多方面作了介绍,并分析了这些客体的文化内涵。

本书是普通高等院校、高等远程教育、高等职业教育、成人自学考试旅游管理专业的基础课教材,也可作为社区学院、老年大学旅游课程教材。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化/都大明,金守郡主编. —3 版. —上海:上海交通大学出版社,2012

ISBN 978-7-313-05039-7

I. 中... II. ①都... ②金... III. 旅游文化—中国—高等学校—教材 IV. F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 126456 号

中国旅游文化

第三版

都大明 金守郡 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

上海交大印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本:880mm×1230mm 1/32 印张:11.375 字数:322 千字

2008 年 1 月第 1 版 2012 年 6 月第 3 版 2012 年 6 月第 4 次印刷

印数:2030

ISBN 978-7-313-05039-7/F

ISBN 978-7-900624-93-2/F 定价(含光盘):32.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:021-54742979

第三版前言

本书于2008年1月第1次出版,2009年8月予以修订,出了第二版。由于本书既适于普通高等院校、成人自学考试旅游教育,也适合社区学院和老年大学的旅游教育,因而对此书的需要量较多。又因近几年我国旅游业的迅速发展,促使我国的旅游文化方面的研究也在加速,众多旅游新业态的出现也促进了旅游文化的发展。为此,本书也有必要适当增加一些内容,并对原书中存在的错漏之处作些修订,故借此再印之机,略作修改。

本书修订的主要内容有三:一是在第三章中国旅游文化史话中增加近年来我国旅游文化发展的一些内容;二是在第九章中国饮食文化的烹饪文化部分,增加“上海菜”的内容;三是在第十章中国的旅游文学和艺术中,在中国旅游文学欣赏中,增加一些中国古代山水诗、词的内容,原书中山水词的内容缺失,这次予以增加,山水诗的内容也有所增加。其他各章节也都有一些小的变动。修订工作由金守郡负责完成,倪华编辑做了大量的资料整理工作。

本书作为一本教材广泛吸取了国内许多同行专家的研究成果,并承蒙有关专家学者的审阅。在这几年的使用过程中,又吸取了很多师生的意见,在此表示衷心的感谢。由此修订时间有限,定还有不足之处,望大家给予批评指正。

编者

2012年6月

再 版 前 言

旅游活动“作为现代休闲生活及其方式中不可或缺的组成部分,不失为促进人类审美意识,提高人类生活质量的有效途径之一^①”“文化是旅游者的出发点和归结点,是旅游景观吸引力的渊藪,是旅游业的灵魂^②”。作为旅游大国,中华民族的丰富的旅游文化为发展我国的旅游业奠定了基础。旅游景点的开发和旅游产品的设计都离不开文化。因而,我国的旅游从业人员与管理人员,尤其是一线的导游人员都应该了解旅游文化的相关知识,了解中华民族的传统文化和中国旅游文化知识。为适应旅游高等教育的需求,为培养应用型的高级旅游人才,上海交通大学出版社先后组织了十余所旅游院校的学者、教师研讨,并多方征求意见,最终确定由华东师范大学和无锡城市职业技术学院为主,多校通力合作,共同编著《中国旅游文化》。

本书由都大明老师和金守郡教授担任主编,共同拟定全书的框架结构和编写原则,金守郡负责最后的统定工作。本书共分四个部分十章,第一部分是中国旅游文化概述(一、二、三章),在简单介绍旅游文化的基础上,多视角地介绍了中国旅游文化的特征,并对中国旅游文化的发展历史作了回眸;第二部分着重介绍中国旅游主体文化,安排了中华本体旅游文化和异体旅游文化的比照,并介绍了旅游中的跨文化现象;第三部分介绍中国旅游介体文化,对中国的旅行社、饭店和交通这三大支柱行业以及旅游管理和法规的文化性作了分类型的讨论;第四部分介绍中国旅游客体文化,从自然、人文、社会三个角度,分山水、古建筑、宗教、饮食、文学等多方面作了介绍,注重客体的文化内涵分析,以帮助

① 王珂平. 生活质量与旅游观光之断想[M]//潘立勇,傅建祥. 人文旅游. 杭州:浙江大学出版社,2006(2):38.

② 马波. 现代旅游文化学. 青岛:青岛出版社,2001.

学生更好地认识中国的主要的客体文化。本书为培养应用型的高级旅游人才,除注意学科体系外,更注意学生能力的培养和今后工作的需要,既使学生知其然,还要知其所以然。

这次借再印之机,对原书中存在的错漏之处作了修订,同时,根据我国旅游业的发展形势,增加了一部分内容,具体为:第五章第三节增加了有关“中国经济型酒店”的内容,第四节增加了有关我国“城际铁路”的建设与发展的内容;第八章第一节增加了“佛教基本教义”的相关内容;第九章第四节增加了2008年至2013年《中国餐饮业发展规划纲要》中有关餐饮类别及空间格局等内容。修订工作主要由金守郡负责完成,倪华编辑做了大量的资料收集与整理工作。

本书第一、二、三、四、五章由都大明编写;第六章由金守郡编写;第七章、第八章由吴扬、金守郡编写;第九章由都大明编写;第十章由毛丽蓉(金华职业技术学院)、金守郡编写。周飞潮作为主审,对本书提出了很多有价值的修改意见,倪华编辑做了大量的编务工作,上海市民族和宗教事务委员会对本书第八章的内容作了审读,并提出了修改意见。在此谨表谢意。

为了配合教学,我们设计制作了一套光碟。这套光碟除了讲述本课程的重要内容外,还安排了几十幅彩色照片,每章内容后还有思考题,最后还设计了几套练习题,并附答案,便于老师授课和学生自学。

本书作为一本教材,广泛吸取了国内许多同行专家的研究成果,并承蒙有关专家学者的审阅,在此表示衷心的感谢。由于水平有限,不足之处还望大家给予批评指正。在本书编写过程中,曾参阅和引用了不少文献,因篇幅有限,无法一一列出,只能将主要的文献目录列于书后。在此,谨向他们表示深深的谢意。

编 者

2009年8月

目 录

绪 论	1
第一节 文化与旅游	2
第二节 旅游文化的内涵	4
第一章 多视角中的中国旅游文化	9
第一节 地球村中的中国	9
第二节 世界社会图景中的中华民族	11
第三节 世界三大文化中的中国文化	13
第四节 面向世界的中国旅游文化	15
思考题	17
第二章 中国旅游文化的特征	18
第一节 延续性 源远流长	18
第二节 系统性 多元一统	20
第三节 丰富性 博大精深	22
思考题	25
第三章 中国旅游文化史话	26
第一节 中华旅游文化的孕育期——蒙昧时代	26
第二节 中国旅游文化的奠基期——过渡时代	29
第三节 中国旅游文化的成熟期——封建文明时代	40
第四节 中国旅游文化的转型期——半殖民地半封建时代	68
第五节 中国旅游文化新时期——新中国成立以来	85
思考题	89
第四章 中国旅游主体文化	91
第一节 中国旅游主体文化概述	91
第二节 秉承本体文化的游客	96
第三节 扮演异质文化交流者的游客	100

第四节 中国旅游主体文化与跨文化·····	106
思考题·····	109
第五章 中国旅游介体文化·····	110
第一节 旅游介体的构成·····	111
第二节 旅游介体文化中的旅行社·····	116
第三节 旅游介体中的饭店文化·····	119
第四节 旅游介体中的“行”文化·····	124
思考题·····	131
第六章 中国旅游客体文化及其山水文化·····	132
第一节 中国旅游客体文化概述·····	132
第二节 山水文化及其内涵·····	133
第三节 山水文化的形态和结构·····	137
第四节 山水景观与人文景观的交融·····	145
第五节 古代中国的山水审美意识·····	151
第六节 山水景观的审美过程·····	154
思考题·····	161
第七章 中国古代建筑文化·····	162
第一节 中国古代建筑文化概述·····	162
第二节 中国古建筑的基本构件·····	171
第三节 中国古建筑的主要类型·····	174
第四节 中西古建筑的比较·····	204
思考题·····	206
第八章 中国的宗教和民俗文化·····	208
第一节 中国佛教文化·····	208
第二节 中国道教文化·····	228
第三节 基督教文化·····	241
第四节 伊斯兰教文化·····	246
第五节 中国的民俗风情文化·····	254
思考题·····	269
第九章 中国饮食文化·····	271

第一节	中国饮食文化的产生和发展·····	271
第二节	中国饮食文化的主要理念·····	274
第三节	中国饮食文化的基本特征·····	278
第四节	中国饮食文化的主要种类·····	279
思考题	·····	317
第十章	中国的旅游文学和艺术 ·····	319
第一节	中国的旅游文学·····	319
第二节	中国书画、雕塑艺术文化 ·····	331
第三节	中国工艺美术文化·····	342
第四节	中国戏曲曲艺文化·····	347
思考题	·····	350
参考文献	·····	351

绪 论

现代旅游业在第二次世界大战结束后迅速崛起并不断发展,不仅逐渐成为全球最大的产业之一,而且以新兴的综合开拓性产业将成为21世纪新的经济增长点和经济支柱产业。

当今世界处在由物质经济向精神经济过渡的历史转折期当中,旅游业无疑是精神经济时代最具特色和活力的代表性产业之一。进入21世纪,旅游业有着得天独厚、举足轻重的特殊地位,使其自然成为最有前途的文化产业的重要组成部分。根据国内外学者预测,21世纪全球经济将出现五大浪潮,首先出现的是休闲的浪潮。

马克思说过:闲暇时间“是社会成员全面发展所需要的时间”。休闲的本质和价值在于提升每个人的精神世界和文化品味。有报道称:2015年美国的休闲产业将占其全部产业的50%,而休闲产业中有很大的比重就是文化产业。休闲型文化产业、知识型文化产业和娱乐型文化产业就是文化产业的三大构成。而旅游业本来就与休闲产业你中有我,我中有你,诸多交叉,更在文化产业中增添了比重。^①旅游活动已经成为当今世界文化交流的主要途径和形式。新世纪伊始,马来西亚华裔女作家冯久玲的《文化是好生意》在全球畅销,该书用了相当多的案例向人们演绎着文化是好生意,预示着新世纪文化产业的欣欣向荣。而这些案例中大多数是旅游观光及相关行业,如新天地等新兴的观光休闲中心,及文化景区、旅游饭店等。其中案例以亚太地区为主,并不乏中国的旅游业案例,这也在印证着亚太地区旅游业的崛起和中国在2020年将成为世界旅游第一大国的灿烂前景。

旅游的竞争最终是文化的竞争。旅游的内涵重在文化,文化是旅游的灵魂。

^① 叶朗.文化产业与我国21世纪的经济[N].中华读书报,2002-9-18.

近年来,旅游文化成为热门的话题,并进入高校旅游专业的课程之中。中国旅游文化也越发引起人们的兴趣,逐渐成为很多院校旅游专业的主干课程。人们期望通过对旅游文化,尤其是中国旅游文化的学习,从多方面、多种角度,特别是从文化的角度观察旅游业的现状,探寻旅游业的未来。可以说,加强旅游文化的研究不仅十分必要,而且对弘扬我国优秀传统文化,促进旅游业经济效益提高,正确对待旅游带来的社会影响等有着迫切的现实意义。因此,了解旅游文化的相关要素、特征、知识,进一步认识和理解旅游文化的本质和规律,从而在旅游文化理论的指导下,促使旅游专业的学生更好地服务于旅游事业,推进旅游实践活动向更高、更深层次发展。

第一节 文化与旅游

一、文化的含义

“旅游文化”是一个年轻的词语,“旅游文化学”是文化学众多分支中的一支,是旅游和文化相交叉的一门边缘学科。它既有旅游学的特征和属性,也蕴含文化学的本质和内涵。要研究“旅游文化”的含义,就必须先了解“文化”的本质含义。

文化是一个古老的词语,无论在东方还是在西方,早期“文化”都当作动词使用。从西方的词源来看,“文化”一词在德文“Kultur”,还是英文“Culture”,都是源于拉丁文“Culrure”,原意为:“土地耕耘和作物培育。”在法国《迈尔百科辞典》(1971年)中,也认为文化最初指土地的开垦及植物的栽培,后来才指对人类的身体,特别是艺术和道德能力,还有天赋的培养。人类的开垦种植是人类对自然世界有目的的改造活动,象征着人类文明生活的开始与演变。之后,古代西方人从认识自然转向认识自身,“Culture”一词的含义也发生了转变,融进了“培养、教育、发展、尊重”等内涵,最终主要用来指称人类精神领域。可见,文化的含义是从物质生产活动逐步引向精神生产活动。

在我国古代,“文化”的概念起码要上溯到东周时期,其解释最早出

现于《周易·贲卦》：“观乎天文，以察时变，观乎人文，以化成天下。”“文化”也作动词用，是“文治和教化”的意思，主要指社会伦理方面。

历经千年，现代意义上的“文化”可分为广义和狭义两种。广义的文化是置于社会学的视野下，指人类在长期的社会历史实践过程中所形成和创造的一切物质财富和精神财富的总和。狭义的文化，相当于广义文化中的精神财富。尽管国内外对文化的定义不下几百种，然而文化的基本内涵只有两个：一是人类创造的文化成果及其精神传统；二是在人类创造的文明中感化。前者是名词，后者为动词。前者依据时间的一维性，文化一经创造即成为传统，由此又可以分为传统文化和文化传统两种涵义。

二、旅游的文化属性

文化对旅游的影响是十分深远的，如《中国大百科全书人文地理卷》(1984 年版本)对旅游的界定为：旅游本身是一种大规模的文化交流。

旅游作为人类社会特有的文化活动，起源于人类进入文明社会之初，是社会进步的产物。伴随着人类社会的进步，现代旅游随着有闲暇、有余钱、有文化享受需求的人数的日益扩大，呈现出大众化趋势。

旅游是一种经历，是一种文化的经历；旅游是一个过程，是人的文化的过程；旅游又是一种体验，是人们求新、求异、求美、求奇的体验。

旅游作为一种经历、一个过程、一种体验，很可能是人生历程中获得的最大一笔精神财富。

旅游是一种对话，一种多层次、多界面的对话，不管是人与人，人与自然，昨天与今天，传统与现代之间，无不是一种文化的对话。

旅游是一种生活，一种移动的、路上的生活，一种别样的文化生活，是去感悟今日，寻找往昔，向往明天的生活。

旅游消费本质上是文化消费，旅游行为是一种文化消费行为，外出旅游的动机和目的是获得精神上的享受和心理上的满足，所以旅游的经营者提供的应是能满足旅游者文化享受的旅游文化产品。

旅游活动无不渗透了丰富的文化内涵，无不反映了旅游主体的文

化需求、文化体验,同时也反映着旅游客体的文化价值,旅游中介的文化素质。

第二节 旅游文化的内涵

近年来,随着中国旅游热的持续升温,旅游文化愈加为人们所关注,不断促进中国旅游文化这一门新学科的发展。加强旅游文化的学科建设首先需要正确而深刻地理解旅游文化的内涵,并对其进行科学分类,以使旅游文化的学科建设目标明确,更具有针对性和可操作性,也将推动中国旅游文化的结构分类呈现出多样化。

一、旅游文化的分类

对于旅游文化的理解,有从社会经济学的角度切入,有从旅游功能内容着手的,有从文化基本结构分析的,更多的是注重旅游基本要素分类;也有以区域差异为基础提出中国(旅游)历史文化区域结构;还有考虑到旅游文化和物质、行为、精神层面相结合的结构。虽然分析角度不同,但是所有这些观点都会在中国旅游文化研究的各个阶段给人们一定的启示。下面就其中常用的几种观点作些介绍。

1. 文化三体说

卢云亭先生在 1991 年发表的《旅游文化学及其系统结构分析》一文中提出以旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化作为旅游文化的系统结构的主要组成,对三部分比较具体的分类为:

旅游客体文化,包括旅游历史文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游宗教文化、旅游民俗文化、旅游娱乐文化、旅游文学艺术、人文的自然景观等。

旅游主体文化,包括旅游者的政治主张、思想和信仰,旅游者的文化素质,旅游者的职业,旅游者的心理、性格、爱好,旅游者的生活方式等。

旅游介体文化,包括旅游餐饮文化、旅游商品文化、旅游服务文化、旅游管理文化、旅游文化教育、旅游导游文化、旅游政策和法规、其他旅

游中介文化等。

这种分类从旅游角度出发,在同一层面上以旅游介体连结旅游主体和旅游客体,借助文化使三者有机统一,从而体现出完整性。为此,这种分类法在旅游学界得到较为广泛的认同。如谢贵安、华国梁编著《旅游文化学》对此也作了深入阐述。

2. 两体内容说

沈祖祥先生 1999 年在他主编的《旅游文化概论》中,对旅游文化下了较好的定义: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,通过对旅游客体的能动的活动,碰撞产生的各种旅游文化现象的总和。该书的框架体系虽然主观上倾向于把旅游文化分为旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化,但是在实际编写中没有涉及旅游介体文化等内容,在客观上主要成为二元内容。纵然有一定的理由,也可能因兼顾公共选修课教材,但在中国旅游正逐步从纯观光型向观光与远足休闲娱乐结合型的转换中,毕竟还是显得不够完整,稍感遗憾。

3. 三元主体说

2003 年初,赵荣光先生主编的《中国旅游文化》出版,在中国文化旅游体系构架的认识上很有新意,提出了“参与者在全部旅游活动中的行为、过程、原因、影响及其由于介入其中各种要素的社会文化聚合”的旅游文化概念。

4. 后现代文化交流休闲说

2004 年,章海荣先生积多年游历感悟,潜心著述的《旅游文化学》出版。此书采用后现代人类社会为背景,对旅游文化作出了明晰而极富价值的界定:“旅游文化是基于人类追求人性自由、完善人格而要求拓展和转换生活空间的内在冲动,其实质是文化交流与对话的一种方式。它是世界各区域民族文化创造基础上的后现代全球化趋势中的大众的、民间的休闲消费文化。”章海荣先生还提出了科学的,以文化交流为核心的理论体系构成:

命题 1. 旅游文化是人类直面的文化交流和对话的一种方式。

命题 2. 旅游文化是世界各民族文化创造基础上的一种趋同的大

众的、民间的休闲消费文化。

命题 3. 旅游文化是后现代人类完善人格,追求人性自由而要求拓展生活空间的生活创造。

此书还提出了“间文化”的概念和旅游文化学的支撑学科,即旅游学、文化社会学(文化人类学)和跨文化交流学。

此外,张文 2001 年在《旅游与文化》一书中提出旅游的“时空说”也自成一家。

二、旅游文化的实质及其构成体系

综合以上各家理论,对于旅游文化的本质内涵,我们比较赞同这样的表述:旅游文化是人类创造的与旅游活动相关的物质财富和精神财富的总和,旅游文化的实质是文化交流与对话的一种形式。旅游文化学的核心理论包括旅游主体的文化身份和旅游的跨文化交流。

中国旅游文化的结构在旅游文化分类的多样化基础上也可以有不同的分类角度,还能加入中国文化的特点,如南北、东西地域文化、地貌文化差别和六大古文明圈,以及当代中国六大行政区划和各省、市、自治区、直辖市的影响。上述中国旅游文化的构成系统可用图 0-1 来表示:

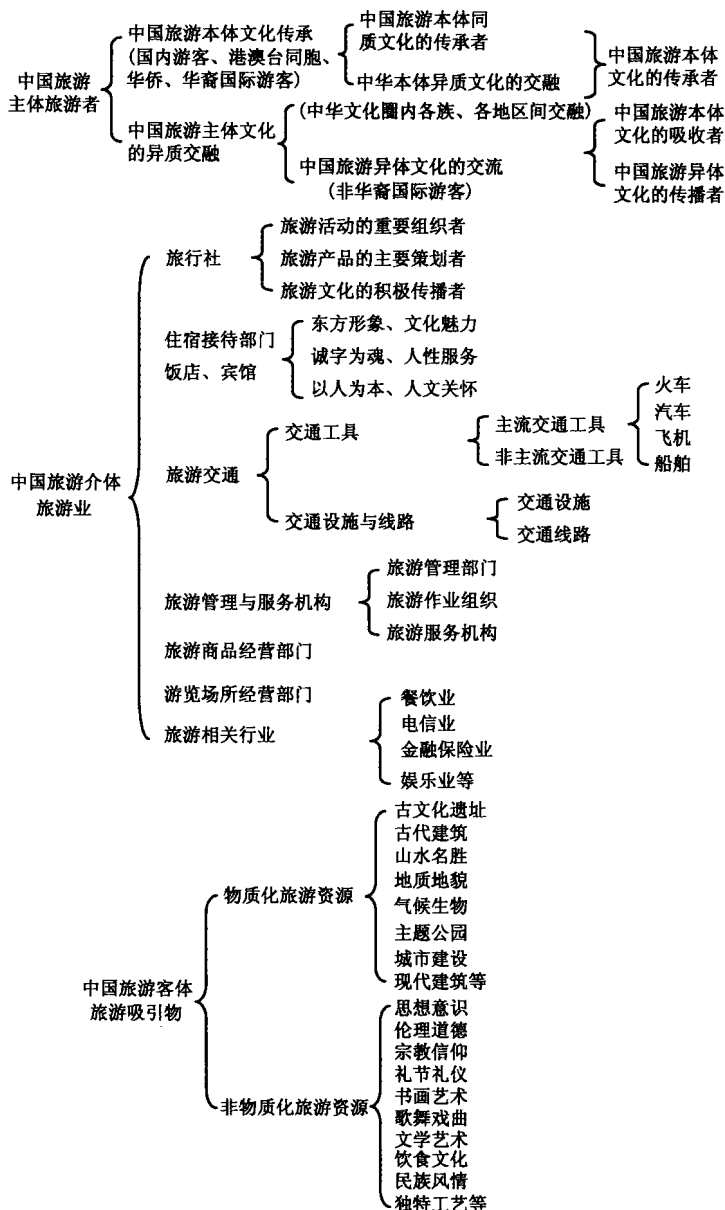


图 0-1 中国旅游文化的构成系统

思考题

1. 何谓旅游文化？旅游文化的内涵是什么？
2. 何谓跨文化交流？举例说明之。
3. 简述旅游文化的文化三体说。