

『一带一路』

中国旅游景区语言文字 使用情况调查

主编 韩荔华

社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES DOCUMENTARY PRESS

本书有利于从语言规范化角度推进旅游景区以及旅游系统语言文字规范化工作，有助于从语言文字规范以及语言文化传播角度促进城市形象建设、国家形象建设以及中外文化传播等问题的研究，有助于从语言景观研究角度，推进语言政策和语言规划实证研究与理论研究，进而促进国家相关语言规划特别是旅游景区多语种语言规划与相关语言政策的制定、完善以及实施。

调研内容主要有四方面：

一是汉字、汉语拼音、词语、语法、标点符号等方面的规范情况；二是修辞与语篇表达情况；三是景区相关语言文字表达内容与文化内涵等情况；四是景区相关语言文字种类及其排列顺序等多种语言文字使用统一性情况。

最后，提出相关建议与对策。

北京第二外国语学院「一带一路」战略研究院丛书

『一带一路』

中国旅游景区语言文字 使用情况调查

主编 韩荔华

编者 韩荔华

党静鹏 王世利 刘光婷

李洪波 张鹏 郝婧婕



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS(CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

“一带一路”中国旅游景区语言文字使用情况调查 /
韩荔华主编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018.6
ISBN 978-7-5201-2532-1

I. ①一… II. ①韩… III. ①旅游区 - 标识 - 语言文字符号 - 调查研究 - 中国 IV. ①H02

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第064862号

“一带一路”中国旅游景区语言文字使用情况调查

主 编 / 韩荔华
编 者 / 韩荔华 党静鹏 王世利 刘光婷 李洪波 张 鹏 郝婧婕

出 版 人 / 谢寿光
项目统筹 / 魏小微
责任编辑 / 刘晶晶 汪延平

出 版 / 社会科学文献出版社·期刊运营中心(010) 59367210
地址: 北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编: 100029
网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010) 59367081 59367018
印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm×1092mm 1/16
印 张: 38.75 字 数: 591千字

版 次 / 2018年6月第1版 2018年6月第1次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5201-2532-1
定 价 / 189.00元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

目 录

主 报 告

“一带一路”AAAAA级旅游景区语言文字使用情况调查

韩荔华 党静鹏 王世利 刘光婷 张 鹏 郝婧婕 / 003

景区分报告

恭王府景区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 党静鹏 王世利 刘光婷 / 089

泉州市清源山风景名胜区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 112

厦门鼓浪屿风景名胜区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 126

福建土楼（永定·南靖）旅游景区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 137

宁德市福鼎太姥山旅游区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 147

昌吉州阜康市天山天池风景名胜区语言文字使用情况调研报告

刘光婷 / 160

吐鲁番葡萄沟风景区语言文字使用情况调研报告 刘光婷 / 169

西安秦始皇兵马俑博物馆语言文字使用情况调研报告

撰文：郝婧婕 图片采集：张 鹏 / 181

西安华清池景区语言文字使用情况调研报告

撰文：郝婧婕 图片采集：张 鹏 / 194

西安大雁塔 - 大唐芙蓉园景区语言文字使用情况调研报告

撰文：韩荔华 郝婧婕 图片采集：张 鹏 / 212

嘉峪关文物景区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 231

甘肃省敦煌鸣沙山月牙泉景区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 249

天坛公园语言文字使用情况调研报告

党静鹏 / 260

鄂尔多斯伊金霍洛旗成吉思汗陵旅游区语言文字使用情况调研报告

王世利 / 267

大连金石滩景区（地质公园 - 发现王国 - 蜡像馆 - 文化博览广场）

语言文字使用情况调研报告

刘光婷 / 276

桂林漓江风景区语言文字使用情况调研报告

刘光婷 / 286

桂林独秀峰·靖江王城景区语言文字使用情况调研报告

刘光婷 / 295

南宁市青秀山旅游区语言文字使用情况调研报告

刘光婷 / 305

丽江古城景区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 315

大理崇圣寺三塔文化旅游区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 328

迪庆藏族自治州香格里拉普达措国家公园语言文字

使用情况调研报告

韩荔华 / 339

大足石刻景区语言文字使用情况调研报告

韩荔华 / 353

南川金佛山 - 神龙峡风景区语言文字使用情况调查报告

韩荔华 / 364

郑州登封嵩山少林景区语言文字使用情况调研报告

王世利 / 376

十堰丹江口市武当山风景区语言文字使用情况调研报告

王世利 / 387

武汉市东湖景区语言文字使用情况调研报告	王世利 / 398
天津古文化街旅游区（津门故里）语言文字使用情况调研报告	郝婧婕 / 406
广州长隆旅游度假区语言文字使用情况调研报告	党静鹏 / 432
广州白云山景区语言文字使用情况调研报告	党静鹏 / 444
青岛崂山景区语言文字使用情况调研报告	党静鹏 / 452
烟台蓬莱阁 - 三仙山 - 八仙过海旅游区语言文字 使用情况调研报告	王世利 / 460
三亚南山文化旅游区语言文字使用情况调研报告	韩荔华 / 469
三亚南山大小洞天旅游区语言文字使用情况调研报告	韩荔华 / 482
海南省保亭县槟榔谷黎苗文化旅游区语言文字 使用情况调研报告	韩荔华 / 497
扬州瘦西湖风景区语言文字使用情况调研报告	李洪波 赵 艺 刘金路 / 528
杭州西湖风景区语言文字使用情况调研报告	刘光婷 / 538
杭州西溪湿地旅游区语言文字使用情况调研报告	刘光婷 / 551
绍兴市鲁迅故里 - 沈园景区语言文字使用情况调研报告	刘光婷 / 565
黄山市黄山风景区语言文字使用情况调研报告	党静鹏 / 579
黄山市黟县皖南古村落 - 西递宏村语言文字 使用情况调研报告	党静鹏 / 593
附录 “一带一路”AAAAA 级旅游景区语言文字使用 情况调研指标体系	/ 606

主 报 告

“一带一路”AAAAA级旅游景区语言文字使用情况调查

韩荔华 党静鹏 王世利 刘光婷 张鹏 郝婧婕

受教育部、国家旅游局委托,北京第二外国语学院中国“一带一路”战略研究院、北京第二外国语学院文学院于2015年9月开始进行教育部语言文字应用管理司项目《“一带一路”旅游系统语言文字使用情况调研——AAAAA级旅游景区语言文字使用情况及对策研究》的调查研究工作。该项调研是在国家政府部门的支持下国内第一次对旅游系统特别是AAAAA级旅游景区实地语言文字使用情况进行的调查研究。

第一部分 “一带一路”倡议与旅游以及旅游语言服务

一 “一带一路”与旅游业发展

2015年3月,国家发改委、外交部、商务部在博鳌论坛期间发布名为《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》的规划,明确提出:“加强旅游合作,扩大旅游规模,互办旅游推广周、宣传月等活动。联合打造具有丝绸之路特色的国际精品旅游线路和旅游产品,提高沿线各国游客签证便利化水平。推动21世纪海上丝绸之路邮轮旅游合作”;要“推进西藏与尼泊尔等国家边境贸易和旅游文化合作”;要“加大海南国际旅游岛开发开放力度”。其中的许多内容成为中国旅游业发展的新重点,给旅游业带来重大机遇,并将直接推动国内相关城市

以及沿线国家旅游业的长足发展。

“一带一路”倡议是时代发展的新要求，是中国亲诚惠容、和平发展理念的新体现，是推动沿线各国合作发展的新构想，同样也是旅游业发展的新视角和新重点。旅游经济发展热点中，旅游必然发挥重要力量，而这种力量应是文化吸引力、真诚感染力、协作合力与借力以及人员交流魅力的聚合。发展旅游业将成为“一带一路”建设的一个切入点，为区域一体化合作提供最直接的契机。

二 “一带一路”与AAAAA级旅游景区

AAAAA级旅游景区是国家旅游局评定景区的最高级别，具有代表性、示范性。截止到本次调研工作启动时的2015年9月，全国一共有201个AAAAA级旅游景区。本次调研以201个AAAAA级旅游景区为基础数据进行抽样，抽出43个旅游景区进行实地调查研究。

“一带一路”由两个核心区域、四个门户、八个高地、十五个港口组成。两个核心区域包括新疆丝绸之路经济带核心区与福建21世纪海上丝绸之路核心区。

四个门户包括：（1）西北：面向中亚、南亚、西亚国家的通道、商贸物流枢纽、重要产业和人文交流基地，包括陕西、宁夏、青海、甘肃四省区；（2）东北：向北开放的重要窗口，包括北京、内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江五省区市；（3）广西：面向东盟区域的国际通道，21世纪海上丝绸之路与丝绸之路经济带有机衔接的重要门户；（4）云南：面向南亚、东南亚的辐射中心。

八个高地包括（1）西安：内陆型改革开放新高地；（2）重庆：西部开发开放重要支撑；（3）成都、郑州、武汉、长沙、南昌、合肥：内陆开放型经济高地。

十五个港口包括上海、天津、宁波-舟山、广州、深圳、湛江、汕头、青岛、烟台、大连、福州、厦门、泉州、海口、三亚。

（一）抽样调研景区数据说明

本次调研工作以201个AAAAA级旅游景区为基础，抽样调研的43

个景区完全覆盖“一带一路”的两个核心区域、四个门户、八个高地、十五个港口等区域，这使得对“一带一路”旅游系统特别是AAAAA级旅游景区语言文字使用情况的调查研究与国家“一带一路”倡议地区无缝对接。

所调查的43个抽样景区中，有37个抽样景区位于“一带一路”的两个核心区域、四个门户、八个高地、十五个港口区域。

(1) 两个核心区域抽取了6个景区，抽样景区区域覆盖率为100%。区域实际AAAAA级旅游景区数量中抽样景区比例为35.3%。

(2) 四个门户抽取了16个景区，抽样景区区域覆盖率为100%。区域实际AAAAA级旅游景区数量中抽样景区比例为33.3%。

(3) 八个高地抽取了10个景区，抽样景区区域覆盖率为50%。区域实际AAAAA级旅游景区数量中抽样景区比例为58.8%。

(4) 十五个港口抽取了11个景区，抽样景区区域覆盖率为53.3%。区域实际AAAAA级旅游景区数量中抽样景区比例为57.9%。

(二) “一带一路”两个核心区域、四个门户、八个高地、十五个港口与抽样调研景区覆盖率

表1 “一带一路”主要区域（两个核心区域、四个门户、八个高地、十五个港口）与其他区域抽样调研景区比率

AAAAA级旅游景区分布区域				调研景区				区域覆盖率	实地调研景区比率	备注
	序号	组成部分		序号	景区名称	景区数量				
						完成数量	实际数量			
主要区域	1	两个核心区域	福建	1	泉州市清源山风景名胜	6个	17个	100%	35.3%	
				2	厦门鼓浪屿风景名					
				3	福建土楼(永定·南					
				4	靖)旅游景区					
		新疆	5	宁德市福鼎太姥山						
			6	旅游区						
				昌吉州阜康市天山						
				天池风景名胜						
				吐鲁番葡萄沟风景						

续表

AAAAA级旅游景区分布区域					调研景区			区域 覆盖 率	实地 调研景 区比率	备注	
序 号	组成部分			序号	景区名称	景区数量					
						完成 数量	实际 数量				
主要 区域	2	四个 门户	西北	陕西	7	西安秦始皇兵马俑博物馆	16个	48个	100%	33.3%	
					8	西安华清池景区					
					9	西安大雁塔-大唐芙蓉园景区					
				甘肃	10	嘉峪关文物景区					
					11	甘肃省敦煌鸣沙山月牙泉景区					
				宁夏							未
				青海							未
			东北	北京	12	天坛公园					
					13	恭王府景区					
				内蒙古	14	鄂尔多斯达拉特旗响沙湾旅游景区					
					15	鄂尔多斯伊金霍洛旗成吉思汗陵旅游区					
				辽宁	16	大连金石滩景区（地质公园-发现王国-蜡像馆-文化博览广场）					
						吉林					
				黑龙江							未
			广西		17	桂林漓江风景区					
					18	桂林独秀峰·靖江王城景区					
					19	南宁市青秀山旅游区					
			云南		20	丽江古城景区					
					21	大理崇圣寺三塔文化旅游区					
					22	迪庆藏族自治州香格里拉普达措国家公园					

续表

AAAAA级旅游景区分布区域				调研景区				区域 覆盖 率	实地 调研景 区比率	备注
序号	组成部分		序号	景区名称	景区数量					
					完成 数量	实际 数量				
主要 区域	3	八个 高地	西安	见序号7	西安秦始皇兵马俑博物馆	10个	17个	50%	58.8%	不计入此处完成数量的重复统计
				见序号8	西安华清池景区					
				见序号9	西安大雁塔-大唐芙蓉园景区					
			重庆	23	大足石刻景区					
				24	南川金佛山-神龙峡风景区					
			郑州	25	郑州登封嵩山少林景区					
				26	洛阳龙门石窟景区					
			武汉	27	武汉黄鹤楼公园					
				28	十堰丹江口市武当山风景区					
				29	武汉市东湖景区					
			成都							
			长沙							
			南昌							
			合肥							
	4	十五个港口	天津	30	天津古文化街旅游区（津门故里）	11个	19个	53.3%	57.9%	
			广州	31	广州长隆旅游度假区					
				32	广州白云山景区					
			青岛	33	青岛崂山景区					
			烟台	34	烟台蓬莱阁-三仙山-八仙过海旅游区					
			大连	见序号16	大连金石滩景区（地质公园-发现王国-蜡像馆-文化博览广场）					不计入此处完成数量的重复统计

续表

AAAAA级旅游景区分布区域				调研景区				区域 覆盖 率	实地 调研景 区比率	备注							
	序 号	组成部分		序号	景区名称	景区数量											
						完成 数量	实际 数量										
主要 区域	4	十五个港口	厦门	见序号2	厦门鼓浪屿风景名胜区	11个	19个	53.3%	57.9%	不计入此处完成数量的重复统计							
			泉州	见序号1	泉州市清源山风景名胜名胜区												
			三亚	35	三亚南山文化旅游区												
				36	三亚南山大小洞天旅游区												
				37	海南省保亭县槟榔谷黎苗文化旅游区												
			海口								未						
			上海								未						
			宁波-舟山								未						
			深圳								未						
			湛江								未						
			汕头								未						
			福州								未						
			其他 区域	5	江苏					38	扬州瘦西湖风景区	6个	39个	100%	15.4%		
					浙江					39	杭州西湖风景区						
40	杭州西溪湿地旅游区																
41	绍兴市鲁迅故里-沈园景区																
42	黄山市黄山风景区																
安徽		43			黄山市黟县皖南古村落-西递宏村												
		其他					0个	61个									
小计							43个	201个									

说明：备注中标“未”的，表示未进行调研。

三 “一带一路”AAAAA级旅游景区与语言服务

“一带一路”倡议为旅游业发展提供了新的机遇与挑战,旅游系统中的旅游解说语言服务系统是推动旅游系统提高语言传播效能的重要依托。

构成旅游的三个基本要素是:旅游的主体(旅游者)、旅游的客体(旅游资源)、旅游的媒介(旅游业)。旅游业由主体部门、相关部门和管理部门构成。主体部门是为旅游者提供直接服务的部门,也是旅游业的核心部门,主要有餐旅业、旅行社、交通运输业三类。由此可见,旅游系统特别是“一带一路”AAAAA级旅游景区旅游解说语言服务主要包括两大方面:一是旅游资源方面的旅游解说系统语言服务;二是旅行社范围的导游语言服务。本次调查主要针对旅游资源方面的旅游景区标识语的普通话语言文字使用情况进行。

《中国旅行服务业年度报告(2015)》指出:旅游活动是以人们的空间移动为前提的,为空间移动的人们提供从信息整合、行程安排,到目的地期间所消费的餐饮、住宿、交通、游览、购物、娱乐以及商务活动和休闲体验等方面的协助,以上都属于旅行服务业的范畴。虽然上述报告内容并未提及语言服务,但仍不能弱化旅游解说语言服务归属于旅行服务业范畴的天然属性。这使得旅游语言的服务对象、服务内容、服务效能等问题成为旅游系统特别是“一带一路”AAAAA级旅游景区旅游解说语言服务系统的重要研究内容。

李宇明教授在《人民日报》刊文《“一带一路”需要语言铺路》(《人民日报》2015年9月22日,第7版),特别强调了语言服务问题。他指出:语言服务,需要政府与民间双手推动、更多依靠民间力量,需要公益服务与有偿服务双腿行进。应向各国政府、企业、社会机构及家庭、个人等提供各种语言服务,包括语言规划、语言咨询、语言教育、语言翻译、语言技术支撑等。

四 “一带一路”AAAAA级旅游景区语言服务系统——景区旅游解说系统

旅游解说的类型有多种,从不同角度可以划分出不同的类别。

（一）根据旅游解说系统范围不同分为景区解说系统和非景区解说系统

1. 景区解说系统

景区解说系统是指通过第一手的实物、人工模型、景观及现场资料向公众介绍关于文化和自然遗产意义及相互关系的宣传系统。景区解说系统有广义和狭义之分。

（1）广义的景区解说系统

广义的解说系统，可以从不同的角度加以分类。

A. 从广义的景区解说所具有的不同解说层次角度划分，一般分为第一解说、第二解说、第三解说。第一解说：景区内的解说服务，包括游客中心及其展示、音像品、模式、现场标识牌、隐蔽观察所、手册、导游资料等，醒目客观，专门供游客使用。第二解说：采用口头、书写的形式附载于往来景区的交通工具上，如公共汽车、景区专用客车、飞机等，具有辅助功能，可以强化游客在景区活动的选择。第三解说：各种广告媒体，包括海报、电视、广播、商品、图书、口传交流等，这类解说虽然具有隐蔽性、模糊性，极易被人忽视，但确实又一定程度地对景区内的游客产生着影响。综上，景区解说系统一般由软件部分（导游、解说员、资讯服务等具有能动性的解说）和硬件部分（导游图、导游画册、标识牌、录像带、幻灯片、语音解说、资料展示栏柜等多种表现形式）构成。

B. 根据解说系统的形态分为语言文字解说与非语言文字解说一类；静态平面解说、动态口头解说与时空立体解说一类。

语言解说与非语言解说。语言解说，主要分为口头解说与书面解说。非语言解说，静态平面解说方面主要有图形展示解说、声像放映解说、纪念品出售等形式；时空立体解说方面主要是以文物展览、民俗活动展示、歌舞表演、活动背景依托、场地借用、信息发布、游客模仿秀等形式来进行节庆活动、会展活动、征集活动、申报活动、影视拍摄活动、实地有奖娱乐与比赛活动、考古探秘活动、缔结友好关系活动等特殊的导游讲解。

静态平面解说、动态口头解说与时空立体解说。静态平面解说系统，

又称图文声像解说系统,是采用文字标识、图形展示、声像放映、纪念品出售等形式,向游客介绍旅游地的文化内涵,具体包括:景区标识牌、广告牌、宣传书籍、画册、风光VCD、旅游交通地图、导游图、明信片、纪念邮票邮折、旅游指南手册、媒体广告、招贴、报刊、电视、网站、旅游门券、旅游纪念品、旅行社线路报价等。动态口头解说系统,又称为实地解说系统,是以导游人员为载体来运作的。它采用现场讲解、引导、问答、提示、启发等口头形式,在游览地现场通过导游人员向游客介绍文化旅游地的文化内涵。根据游客的不同类型,其讲解可以划分为综合讲解、专题讲解、团体讲解、散客讲解;根据讲解的方式可划分为沿途讲解、定点讲解、对比讲解、延伸讲解、问答式讲解、抒情式讲解、直叙式讲解等。时空立体解说系统又称为线路体验式解说系统,是一种离不开特定时空的特殊导游讲解系统,它采用文物展览、民俗活动展示、歌舞表演、活动背景依托、场地借用、信息发布、游客模仿秀等形式,向游客间接介绍文化旅游地的文化内涵,具体分为举办节庆活动、会展活动、征集活动、申报活动、影视拍摄活动、实地有奖娱乐与比赛活动、考古探秘活动、缔结友好关系活动等。此外还有主观解说与客观解说、实物解说与虚拟解说(人工与自然)、视觉解说与听觉解说、自导型解说与向导型解说、家长式解说与儿童式解说以及成人式解说等解说方式。

这次调研,重点通过对“一带一路”AAAAA级景区静态平面解说的景区标识牌的语言文字使用情况的调查研究,主要关注旅游系统语言文字使用的规范性问题;进而关注“一带一路”AAAAA级旅游景区语言服务水平与提升旅游系统语言文字使用效能等问题;并进一步关注相关景区乃至相关区域甚至国家文化形象建设问题。

(2) 狭义的景区解说系统

狭义的景区解说系统,专指语言解说,包括动态口头解说系统与相对静态的书面解说系统。动态口头解说是以导游人员为解说主体来运作的。书面解说主要是以书面文字陈述为载体。动态口头解说系统中的导游语言服务质量,取决于导游人员的讲解素质和讲解水平,特别是文化旅游地导游人员的深厚的文化功底和良好的口头表达能力。