

江西师范大学历史文化与旅游学院旅游学文库

Tourism

区域旅游丛书 主编 / 方志远

旅游文化探讨

◎ 方志远 王 健 朱湘辉 等著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

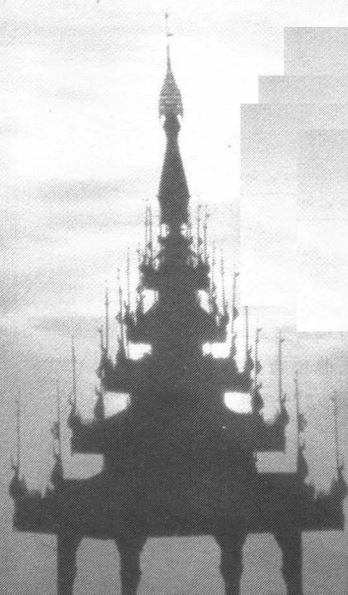
江西师范大学历史文化与旅游学院旅游学文库

Tourism

区域旅游丛书 主编 / 方志远

旅游文化探讨

◎ 方志远 王 健 朱湘辉 等著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游文化探讨/方志远等著. —北京: 经济管理出版社, 2005

ISBN 7-80207-334-0

I. 旅... II. 方... III. 旅游—文化—研究—江西省 IV. F592.756

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 061096 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 张 马

技术编辑: 杨 玲

责任校对: 叶 子

880mm×1230mm/32

6 印张

147 千字

2005 年 1 月第 1 版

2005 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1—5000 册

定价: 20.00 元

书号: ISBN 7-80207-334-0/F·322

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

前 言

由于自然环境状况、社会经济条件和历史发展的影响，不同区域的文化特征既有相对的共性又具有明显的差异。区域文化是一门研究人类文化空间组合的地理人文学科，以广义的文化领域作为研究对象，探讨附加在自然景观之上的人类活动形态，文化区域的地理特征，环境与文化的关系，文化传播的路线和走向以及人类的行为系统，包括民俗传统、经济体系、宗教信仰、文学艺术、社会组织，等等。

自 20 世纪 80 年代以来，全球产业结构呈现出“工业型经济”向“服务型经济”转型的大趋势。21 世纪旅游业将成为世界三大支柱产业之一。中国将成为世界三大主要客源地和旅游目的地。旅游经济的发展离不开旅游资源，区域文化是旅游资源中的一个重要组成部分，区域文化的差异性构建了旅游资源的垄断性及对旅游者的吸引力，我们把对旅游者能产生吸引力的区域文化统称为区域旅游文化。区域旅游文化通过对某一区域的文化领域作为研究对象，尤其是对文化旅游的商品化、市场化进行全面科学的分析和研究，促进旅游文化产业化，使旅游文化在区域发展中发挥优势作用。

江西是中国旅游资源大省，临近沿海发达地区，市场开发潜力较大。省政府提出了建立“三个基地一个后花园”的发展战略，为江西省高等旅游教育发展提供了机遇，同时也面临着挑战，其中一个挑战就是建设人才培养高地的挑战。江西物华天宝



人杰地灵，文献礼仪之邦，红色革命之都，皆承载在青山绿水之中。作为全国“红色旅游”的重要组成部分，江西区域旅游文化大有文章可做。如何使区域旅游文化推动地方经济发展与旅游市场壮大是我们研究的重点。

为整理、总结和提升多年从事旅游文化研究的成果，我们编写了《旅游文化探讨》一书，本书是众位作者专业教学与科研实践的结晶，由理论篇与实践篇组成，对赣文化区域的形成与演变、古村落文化、宗教文化、民俗文化、城市文化以及旅游美学等方面作了初步探讨，把我们的一点研究心得求教于方家。

由于作者理论与实践不足，水平有限，时间仓促，其中错误与不妥之处在所难免，恳请各位同仁指正。

作者

2005年5月

目 录

- 红色旅游可持续发展问题研究——“以白裹红”与“内涵延伸” / 1
- 城市个性特色评说——兼论南昌城市建设的相关问题 / 10
- 赣文化区的形成与演变 / 20
- 江西省古村落的空间分析及旅游开发比较 / 27
- 古村落旅游承载力研究 / 37
- 古村落旅游解说系统探讨 / 47
- 赣闽粤边客家乡村旅游的发展优势 / 56
- 历史文化名城南昌城市风格探讨 / 69
- 古代山水文学作品的导游作用 / 83
- 历代吟赣诗词与江西旅游 / 94
- 庐山诗词文赋与旅游审美 / 101
- 融湖山之美 汇水陆之利——江西旅游要打“庐山—鄱阳湖”牌 / 109
- 藏蒙汉宗教文化的相互交流及影响 / 118
- 西藏地域民族生态差异比较及分析 / 126
- 从上巳节看中日民俗文化的交流与变异 / 144
- 对旅游异化现象的思考 / 151
- 旅行安全及其保障 / 159
- 庐山避暑地的开辟及近代旅游业的兴起与发展 / 168

红色旅游可持续发展问题研究

——“以白裹红”与“内涵延伸”

王东林

“红色旅游”是一个深具创新意味的概念，于21世纪初滥觞于江西。2004年1月在郑州全国旅游工作会议上，江西率先发起，联同上海、北京、福建、广东、河北、陕西签署了《七省市发展红色旅游郑州宣言》，在全国引起强烈反响。

关于“红色旅游”，早在2003年4月，中央政治局委员、中宣部部长刘云山在视察江西时就明确指示：要大力发展红色旅游，将红色旅游资源优势转变为经济优势，把红色旅游打造成有震撼力的旅游产品。随即，省委宣传部刘上洋部长亲自部署，多次召开会议研究红色旅游展开的具体方案，策划实施了《井冈山之歌》大型歌舞晚会、《血染的丰碑》大型巡展、“2004中国红色之游万里行”等活动；省旅游局也适时推出了《江西省红色旅游发展纲要》（以下简称《纲要》）。“红色旅游”脱胎于以往有组织的革命传统教育，是革命传统教育观念和旅游产业观念与时俱进的结果。尽管前期的研究论证比较全面和充分，然而要在实践中完成从以组织行为为主的革命传统教育到以自发性市场行为为主的旅游活动的转变却并非易事。人们有理由担心，缺乏文件、组织乃至公费支撑的红色旅游，到底能维持多长时间。因而未雨绸缪，就红色旅游的可持续发展问题作一些前瞻性、对策性的研究，应该是一项十分紧迫而且十分必要的工作。



一、“以白襄红”——多色组合中的盲区

有人认为,“红色旅游”是“红色”与“旅游”的有机结合。“红色”是内涵,“旅游”是形式。这话不完全对,其实“旅游”也是内涵。“红色”是政治的属性,“旅游”是经济的属性。将红色资源转化为旅游产品,必须辅以一定的条件,也就是必须以旅游吸引物为核心,食、住、行、游、购、娱六大要素配套,使之具有观赏性、娱乐性、介入性、通达性、参与性、享乐性、回味性的特点。这里的“旅游吸引物”是一个非常重要的概念,它是旅游者选择目的地的决定因素,其数量的多寡和吸引力的大小是一个地区能否开发成热点旅游区域的先决条件。

红色旅游中的旅游吸引物无疑是指所谓红色旅游资源。目前对红色旅游资源的界定,是指“中国共产党成立以后,解放以前,包括红军长征时期、抗日战争时期、解放战争时期等重要的革命纪念地、纪念物及其所承载的革命精神”。诚然,红色旅游资源作为一种特色旅游吸引物,有其相对的优势,如它所承载的精神不仅是一个政党的革命精神,也是中华民族优秀文化的杰出代表,是世界优秀的文化遗产,具有“世界性和时代性”,而且“资源极为丰富”,“相对集中”,“品位独特超群”。它的精神文化与思想道德教育的功能,更为其他类型的旅游资源所无法比拟。然而,红色旅游资源同样有它相对的劣势,诸如品种单一,大多数纪念场馆形式与观念的陈旧,对组织与公费行为的依赖性过强,市场吸引力偏弱,等等。

对红色旅游单一性与单色调的认识,在目前的研究视野中,应该说有比较充分的估计并形成了相对成熟的对策。不少有识之士从“红色旅游资源多与自然生态、民族历史文化等旅游资源相



伴生”的事实中，寻找到了—条克服单一性和单色调的解决之道，提出了“发展红色旅游，实行红色、绿色、古色旅游资源互融，区域旅游线路互联，城乡旅游市场互动，海内外客源互流”的基本思路（见《纲要》），既富于创见，又切实可行，值得给予充分肯定，然而这依然不够完全。

这种不够完全，大概受制于一种传统的思维惯性和认识缺陷。长期以来，大凡与“红色”、“革命”直接或间接关联的遗址遗物，都被视为“圣地”、“圣物”而得到比较有力的保护，一些被毁于战火的革命遗存，也大致按原貌进行了恢复重建，并纳入了相应的保护级别；与此相反，那些与“革命”、“红色”相对立的，我们姑且称为“白色资源”的历史遗存，则几乎消失殆尽，或其侥幸留存至今者，在记忆中淡忘；或在时光的流逝中风雨飘摇，朝不保夕，随时面临毁灭之灾；即使是一些极有别样品味甚至具有重大历史价值者，也未能体面地进入文物保护的体制，基本上处于休眠状态，而没有发挥它应有的作用。

客观而言，“红色”实际上是与“白色”对应的一个概念，分别代表“革命”与“反革命、被革命”两类事物，二者是中国现代史上相互依存、相互斗争、相互对立的矛盾统一体。“八一”南昌起义，是对国民党反动派打响的第一枪；井冈山革命根据地在白色包围中创建发展；中央苏区在白色恐怖中生存、壮大，并以五次“围剿”与反“围剿”为斗争主线；红军长征，有国民党反动派上百万军队的围追堵截；抗日战争，有红白两方的第二次合作，既有民族战争的主题，又有国共既联合又斗争的内容；解放战争则是红白此胜彼败的大决战……可见没有白色对比、衬托的红色，很难反映历史真实的全貌，给人以完整的历史印象，革命的艰巨性、对象性、目的性便变得含混不清，历史的客观性、真实性、生动性和感染性，也由此而大打折扣，变成了一种“自说自话”、“自言自语”式的角色独白，于是在博物馆与纪念馆内



丰富的红色实物与白色的语言抽象形成了一种不对称的平面图景,使我们与历史相距得越来越远的青少年朋友,在红色的强势语言和白色的模糊状态中,滋生了过多的迷离。

实事求是地说,以往相沿成习的对待历史遗存扬“红”抑“白”,厚此薄彼的态度,不是一种历史主义的观念;在某种意义上,甚至可以说是极左思潮的另一表现形式。就红色旅游的发展而言,白色资源的稀疏和空白,使红色旅游吸引物的丰富性,历史的原真性和完整性遭受削弱;同样也使红色之“红”因失去白色之“白”的呼应、衬托而显得单调并有失鲜艳。

在中国现代的历史运动中,白色资源是重要的不可或缺的历史构件,是我们研究认识历史的重要的文物资料,应当引起我们的重视并给予相应的保护。国内外的经验同样证明,历史的反面与正面一样,对于旅游开发都是极具魅力的旅游吸引物。

因此,适时转变观念,消除对白色资源的认识误区与盲区,对于红色资源转化为旅游产品,增强其市场吸引力并实现红色旅游的可持续发展,具有重要的意义。为此,我们郑重建议省委宣传部、省文物局及其他相关部门,应当尽快组织一次白色资源的考证与普查,并及时划定保护对象与保护范围;对一些与重大历史事件相关的遗址,也可以考虑作适当的恢复重建。例如,位居省城百花洲上的蒋介石行营,也该纳入文物保护之列,并恢复它叙说历史的功能。

二、内涵延伸——吸引力强化的新视角

如前所言,旅游吸引物数量的多寡和吸引力的大小是一个地区能否开发成热点旅游区域的先决条件。吸引力从何而来?无疑取决于旅游吸引物新、奇、特、异的自身禀赋。美国学者杰弗

瑞·戈比在他的《你生命中的休闲》一书中指出：“旅游总是涉及到一个比居住的地方更新奇的目的地。”因此，红色资源要真正完成从传统的革命精神教育到教育与观光相结合的旅游产品的转化，并真正地掌握市场，牵动游客，必须在吸引力上做足文章。

红色、绿色、古色“三色”互融，区域旅游线路互联，城乡旅游市场互动，是一种取长补短的选择，有助于克服单色调、单一性所导致的吸引力的弱化，但却对某一具体的旅游目的地和具体的红色旅游吸引物吸引力的增强，没有产生“丰其稟赋”的直接功效；发挥和利用白色旅游资源，对保护历史的完整性、原真性，增加旅游吸引物的数量和提升吸引力的强度有重大意义，但估计很难产生聚变性、引爆性效应；因而恰当的、科学的、因势利导、因地制宜的创造，或许能开启另一扇智慧之门。

内涵延伸，是指某一红色旅游区原有的历史文本，资源特色，文化个性的创造性展开及必然的逻辑路向。是创造，却不是生硬的添加与文化伪造。

在《纲要》中，南昌红色旅游区被定位为“主集散中心”和与瑞金、萍乡、上饶并列的“四个基点”之一。然而现实的情况是，南昌众多的红色旅游点除“八一”起义纪念馆和完全敞开不用购票的“八一”广场能够吸引较多的外地游客外，其他各处皆门可罗雀。在国际和国内旅游市场上，南昌在总体上不是首选，甚至不是次选。光顾南昌的游客大多只是临时驻足、顺带观光的过客，原因固然很多也很复杂，然其要者，还在于南昌没有一处舍此无他而且足以让游客逗留一天以上的旅游吸引物。

其实，早在2001年由民盟江西省委和王东林同志提出的创建“中国人民解放军陆军博物馆”的构想，就已为南昌的红色旅游走出困境，带旺人气并彰显省城个性，提供了极富创意的可行性方案。“陆博”作为南昌红色旅游区的内涵延伸，完全是一种符合历史逻辑和文本规范的自然创造。南昌是“八一”军旗升起



的地方，是中国人民解放军更是陆军（解放军最早的也是革命战争时期惟一的军种）的诞生地；1999年，当时的中央军委副主席张震同志在视察江西时指出：我军的主要力量、主要的战略和战术方法，主要战果就出自江西。因而“陆博”之设，南昌具有无可置疑的铁定资格；以南昌为“陆博”馆址所在，更是对历史的尊重；即使从中国南北交通以及国防教育基地的合理布局等多个方面进行考察，也具有十分充足的理由（详见王东林《关于创建“中国人民解放军陆军博物馆”的构想》，省政协八届四次会议大会发言材料之六十一）；尤其值得关注的是“陆博”还将以其丰富的内涵、新奇的内容、博大的容量以及它“只此一家，别无分店”的独异性而在国内乃至国际旅游市场成为首选；此外，“陆博”之设还为南昌旅游进一步的内涵延伸预设了空间，如全军军事体育运动会，军队大比武活动的常设地，国际性军事体育赛事的举办地，世界军事思想研讨以及军事科研成果的展示与交易地……顺此思路，我们不难进入一个豁然开朗的思维领域，我们会惊讶地发现南昌竟然有如此深厚的发展潜力，如此辉煌的未来前景。可以预言，“陆博”的成功申建不仅可以极大地丰富南昌红色旅游的内涵，提升旅游产品的整体吸引力，而且势必对全省的红色旅游产生巨大的辐射力与带动力，并以一种强劲的发展势头、强势的品牌效应与其他省市的红色旅游线路、旅游区域进行对接，在一个更大的范围内发挥其“引爆性”作用。

再说另一“基点”——萍乡红色旅游区。相对而言，几乎这一区域内的大多数红色旅游点都以其分散、规模偏小尤其是展示形态的陈旧，而在全国红色旅游涌动的春潮中遭遇“寒冬”。即使如《纲要》中所构想的，将萍乡组合进“南昌—萍乡—韶山—长沙”赣湘红色文化旅游精品线路，也会因其与其他各点吸引力的强烈反差，而继续边缘化，成为被人们遗忘的角落。

《纲要》指出：“萍乡红色旅游区要突出中国工人运动与秋收

起义策源地的主题和革命故地与古雒文化、高山草甸风光相结合的特色；完善安源工人运动博览区、萍乡秋收起义广场、铜鼓纪念馆、修水纪念馆等，创建中国优秀旅游城市。”应该说有一定的指导意义，想法不错，但未必就能整体提升萍乡红色旅游吸引物的吸引力。

安源工人运动纪念博览区主馆陈设形态陈旧，同质化倾向严重；区内虽有若干历史遗址，但整体风貌荡然无存，“安源路矿工人俱乐部”旧址完全没有与之协调的背景依托，而显得孤立苍凉；整个景区缺乏必要的游览纵深，无法勾起人们流连往复的兴致。当地政府已着手开发纪念馆后山，建亭立碑，辅以一些娱乐休闲设施，便以为是馆内又一亮点，这样主观臆测，必定事与愿违。

安源博览区的内涵延伸，一要读懂历史文本，把握其逻辑路向；二要把握个性，发现它固有的特异资源。由是而观，我们认为，安源博览区内涵延展的方向，应当是红、白、黑、绿、古多色组合，地面与地下一体营构，多维沟通。

“黑”是煤矿的指称。萍乡产煤用煤的历史，至少可以追溯到南宋，史料记述中称为“石炭”。南宋诗人戴复古《萍乡客舍》诗中，就有“地炉燃石炭，强把故书看”的句子。明清时期，萍乡煤炭开采已经相当兴盛，光绪二十四年（1898），经朝廷允准，萍乡煤矿局于安源成立，引借外资，购买西方机械设备，聘请德国工程技术人员，进行大规模煤炭开采；光绪三十一年（1905），株萍铁路建成通车，两年后，煤矿建成投产，成为中国最早采用西方机器开采、运输、洗煤、炼焦的大型企业之一。1908年，萍乡煤矿与汉阳铁厂、大冶铁矿合并为汉冶萍煤铁厂矿有限公司，简称汉冶萍公司，成为中国近代第一个跨地区、跨行业的企业集团。可见萍乡不仅是中国工人运动的策源地，也是中国近代民族工业发展历史的见证地。因而萍乡完全可以开风气之先，



依托近代矿井、铁路和安源路矿工人大罢工时期的文物等遗存，成立中国第一个“近代路矿博物馆”，并按影视城的规制，依历史原貌恢复重建一片具有近代色彩的安源路矿生产作业区与生活区，并整治出若干可供游人参观的近代矿井（以总平巷为代表），让游客了解煤炭生成的知识、开采的过程、矿工的生活与习俗；征集并展示煤炭开采的近代机器设备、生产工具，以及早期的铁路机车等工业文物，并与现有的安源路矿工人运动纪念馆巧妙衔接，成一体。如此，则安源博览区将可得到大规模的拓展，游客可以入馆瞻仰，也可以出入于井巷，游弋于影城；逼真的环境营造，真实的文物陈设，给人以一种时光倒流、恍若置身历史的感觉，从而给萍乡红色旅游区注入新的内涵，达到在整体意义上丰富其旅游吸引物并提升吸引力的目的，逐步引领萍乡的红色旅游步出低谷，在一个更高、更新、更奇的层面上形成强势旅游品牌。

红都瑞金，说得上是红色文化遗存最为集中的旅游目的地，它们作为共和国摇篮的地位同作为龙头定位的井冈山一样，在红色旅游的体系中极具分量。然而，这并不是说瑞金已是尽善尽美，无文章可做了。瑞金红色旅游区的内涵延伸，似乎应当从“静”与“动”两个方面着手。静态的设施延展，旨在强化“共和国摇篮”、“红色故都”的庄重氛围。因而在瑞金应当有一处现代与历史对接的“红都广场”，最好与中央革命根据地纪念馆等建筑相依凭；广场上集中展示毛泽东同志在中央苏区创建前后所作诗词系列手迹（碑刻），以及中央苏区领导人和战斗英模的铜像。动态的延展，旨在改变瑞金静态遗存集中，但静中少动，介入性和参与性偏弱的缺憾。因而在红都广场，应当有一组比较常规的主题活动，并形成特色；此外，还可以围绕五次反“围剿”以及红军游击战、运动战等战术思想，典型战例，运用现代科技手段，在特设的场馆内再现情景，让游客在生动直观的参与中，



体验战争的奇诡，学习军事知识。

“以白襄红”、“内涵延伸”，既是完成红色资源向旅游产品顺利过渡的建设性意见，也是实现红色旅游可持续发展的对策。“红色旅游”本身就是一个全新的事物，对新事物、新问题的解决，需要突破既成的思维定势，突破一些观念上、行为上的框框，去做一些看似大胆，但本质上符合逻辑的论证。本文提供的仅仅是一种新的观察视角与思考路向，点到为止，精致的设计则有赖更为具体可行的方案。

城市个性特色评说

——兼论南昌城市建设的相关问题

王东林

一、特色危机的“病因”诊断

城市个性特色迷失的结果和主要症表是，大量的城市失去自我，千城一面，千篇一律，城市及城市文化的多样性和丰富性遭到破坏，以致整个世界也由于平庸而变得单调乏味。

深圳模拟香港，北京试图变成华盛顿，上海则想包容巴黎、纽约或伦敦；大量的省级城市相对“保守”一些，多向深圳、北京和上海看齐，希望有朝一日成为“某地的上海”或“北京”、“深圳”。法国建筑师 P. 克勒蒙特在上海完成过多个设计项目，说过一番很有趣的话：“中国人总是希望我们设计法国式的工程，但是每次我们的设计都反映出他们自身的文化。”

城市景观的大同小异，历史文脉的中断，形象面孔的趋同现象，很可能是一个世界性的问题。前英国皇家建筑学会会长帕金森指出：“全世界有一个很大的危机，我们的城市正在趋向同一个模样。这是很遗憾的，因为我们生活中许多情趣来自多样化和地方特色。”

“特色危机”的致病原因，粗略分析有以下四个方面：

(1) 城市规划及规划意识的滞后。我们的城市规划多年来受

计划经济时代城市规模控制思想的约束，一当城市化浪潮兴起，城市的急剧扩张及城市人口的激增，即凸显了规划的滞后，发展追着规划跑。这种不断调整的城市规划，似乎永远无法跟进城市变化的速度，永远处于被动状态。城市建设势必由于缺乏一个长远成熟的规划而显得杂乱无章。这种状态直到近几年不少城市逐步确立了近 50 年的发展目标之后才相对缓解。就规划本身而言，则存在两大缺失：一是规划的制定没有注入城市历史文化的保护承传及城市特色的维护与创造的意识；二是规划因缺乏一定的法律保障而没有充分的权威性，朝令夕改，随意变更，规划不得不因种种毋庸言说的原因而屈从一些非制度性的意志。

(2) 在经济的发展推动城市大规模改造建设的过程中，一度盛行的大拆大建的开发方式以前所未有的力度翻新着城市。这种“擦黑板”式的城市拆建使一些具有历史特色的城市风貌发生了巨变，城市历史记忆的“文本”化为乌有。忙碌的建设者在创造未来的同时，将自己的过去弃如敝屣。城市历史文化的严重失血，导致了城市建设对自我认识的模糊，进而又导致了城市及城市建筑设计中的文化的“失语症”。

(3) “历史文本”的缺失及“文化失语症”，势必带来城市规划设计中的模仿行为、跟风行为。城市特色与一地的自然环境、社会生活和历史风貌息息相关，蕴蓄着人与自然、人与社会的内在素质，反映了人类文明的历史积淀。因而，“城市特色”不可能通过复制、克隆或者远离“文本”的主观臆测营造出来。时下城市间的交流学习，大多不是学其精神，而是效其行为。相互模仿，相互攀比，追风头，赶浪潮，眼睛向外，很少看看自己。其结果只能给原本就无多少文化品味可言的城市添加了更多的难以抹去的败笔。

(4) “全球化”背景下，建筑的设计、方法和材料正越来越国际化、标准化。它们随着时尚改变而不会顾及“特色”。“全球