

高等职业教育旅游管理类专业系列教材

旅游美学

主 编 杨哲昆 霍义平

主 审 郑 奇 参 审 郭嘉颖



东南大学出版社

高等职业教育旅游管理类专业系列教材

旅 游 美 学

主 编 杨哲昆 霍义平

参 编 何升华

主 审 郑 奇

参 审 郭嘉颖

东南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学/杨哲昆,霍义平主编. —南京:东南大学出版社,2007.7

(高等职业教育旅游管理类专业系列教材)

ISBN 978-7-5641-0750-5

I. 旅... II. ①杨... ②霍... III. 旅游—美学—高等学校:技术学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 066963 号

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼2号 邮编 210096)

出版人:江汉

新华书店经销

印刷厂印刷

开本:787 mm×1092 mm 1/16 印张:14 字数:332千字

2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷

ISBN 978-7-5641-0750-5/F·91

定价:23.00元

(凡因印装质量问题,可直接向读者服务部调换。电话:025—83792328)

高等职业教育旅游管理类专业 教材编委会名单

顾问委员会(按姓氏笔画排序)

华国梁 沙 润 沈家模 陈 耀 周武忠
袁 丁 黄震方

丛书编委会(按姓氏笔画排序)

主 任 朱承强 陈云川 杨哲昆 张新南
副主任 毛江海 王春玲 支海成 叶骁军 刘卫民
邵万宽 张绍来 杜 雷 周国忠 胡 强
都大明 徐学书 董正秀

秘书长 张丽萍

编 委 丁宗胜 马洪元 马健鹰 王 兰 王志民
方法林 卞保武 朱云龙 刘江栋 朱在勤
任昕竺 汝勇健 朱 晔 吉根宝 刘晓杰
李广成 李世麟 邵 华 沈 彤 陈克生
陈苏华 陈启跃 吴肖淮 陈国生 张建军
李炳义 陈荣剑 杨 涌 杨海清 杨 敏
杨静达 易 兵 周妙林 周 欣 周贤君
孟祥忍 柏 杨 钟志慧 洪 涛 赵 廉
段 颖 唐 丽 曹仲文 黄刚平 巢来春
崔学琴 梁 盛 梁 赫 韩一武 彭 景
蔡汉权 端尧生 霍义平 戴 旻

高等职业教育旅游管理类专业教材 编委会会员单位名单

- | | |
|--------------|--------------|
| 扬州大学旅游烹饪学院 | 金陵旅馆管理干部学院 |
| 上海旅游高等专科学校 | 四川烹饪专科学校 |
| 江苏经贸职业技术学院 | 镇江市高等专科学校 |
| 太原旅游职业学院 | 海南经贸职业技术学院 |
| 浙江旅游职业学院 | 昆明大学 |
| 海南职业技术学院 | 黑龙江旅游职业技术学院 |
| 桂林旅游高等专科学校 | 南京铁道职业技术学院 |
| 青岛酒店管理职业技术学院 | 苏州经贸职业技术学院 |
| 无锡商业职业技术学院 | 三亚航空旅游职业学院 |
| 扬州职业大学 | 无锡市旅游商贸专修学院 |
| 承德旅游职业学院 | 金肯职业技术学院 |
| 无锡城市职业技术学院 | 南京工业职业技术学院 |
| 应天职业技术学院 | 江阴职业技术学院 |
| 江苏农林职业技术学院 | 湖南工业科技职工大学 |
| 盐城工学院 | 安徽工商职业技术学院 |
| 江苏食品职业技术学院 | 苏州科技学院 |
| 浙江工商职业技术学院 | 登云科技职业学院 |
| 浙江育英职业技术学院 | 新疆职工大学 |
| 上海工会职业技术学院 | 陕西职业技术学院 |
| 上海思博学院 | 海口经济职业技术学院 |
| 南京视觉艺术学院 | 海口旅游职业学校 |
| 湖南工学院 | 长沙环境保护职业技术学院 |
| 湖南财经工业职业技术学院 | 成都商业高等专科学校 |
| 常州轻工职业技术学院 | 广东韩山师范学院 |
| 南京化工职业技术学院 | 吴忠职业技术学院 |
| 成都市财贸职业高级中学 | 吉林商业高等专科学校 |
| 四川省商业服务学校 | 河北旅游职业学院 |
| 南昌女子职业学校 | 安徽城市管理职业学院 |

出版说明

当前职业教育还处于探索过程中,教材建设“任重而道远”。为了编写出切实符合旅游管理专业发展和市场需要的高质量教材,我们搭建了一个全国旅游管理类专业建设、课程改革和教材出版的平台,加强旅游管理类各高职院校的广泛合作与交流。在编写过程中,我们始终贯彻高职教育的改革要求,把握旅游管理类专业课程建设的特点,体现现代职业教育新理念,结合各校的精品课程建设,每本书都力求精雕细琢,全方位打造精品教材,力争把该套教材建设成为国家级规划教材。

质量和特色是一本教材的生命。与同类书相比,本套教材力求体现以下特色和优势:

1. 先进性:(1)形式上,尽可能以“立体化教材”模式出版,突破传统的编写方式,针对各学科和课程特点,综合运用“案例导入”、“模块化”和“MBA 任务驱动法”的编写模式,设置各具特色的栏目;(2)内容上,重组、整合原来教材内容,以突出学生的技术应用能力训练与职业素质培养,形成新的教材结构体系。

2. 实用性:突出职业需求和技能为先的特点,加强学生的技术应用能力训练与职业素质培养,切实保证在实际教学过程中的可操作性。

3. 兼容性:既兼顾劳动部门和行业管理部门颁发的职业资格证书或职业技能资格证书的考试要求又高于其要求,努力使教材的内容与其有效衔接。

4. 科学性:所引用标准是最新国家标准或部颁标准,所引用的资料、数据准确、可靠,并力求最新;体现学科发展最新成果和旅游业最新发展状况;注重拓展学生思维和视野。

本套丛书聚集了全国最权威的专家队伍和由江苏、四川、山西、浙江、上海、海南、河北、新疆、云南、湖南等省市的近60所高职院校参加的最优秀的一线教师。借此机会,我们对参加编写的各位教师、各位审阅专家以及关心本套丛书的广大读者,致以衷心的感谢,希望在以后的工作和学习中为本套丛书提出宝贵的意见和建议。

高等职业教育旅游管理类专业教材编委会

前 言

改革开放以来,中国旅游业迅猛发展,进入 21 世纪后,已经开始进入全面转型升级阶段。在转型升级阶段,旅游市场的主体类型在发生变化,旅游产品的主体类型在发生变化,旅游经营模式在发生变化,但是,最重要的变化,还是旅游服务质量的全面提升。在旅游业粗放经营的时代,服务质量更多地从初级服务技术上表现出来。但是,随着市场产品和经营模式的全面升级,服务质量也必然从初级的服务技术向高层次提升。在这种背景下,一批高层次服务技能类课程,被摆到旅游职业教育越来越重要的位置上。“旅游美学”就是其中比较典型的课程之一。

在常规的高等教育中,“旅游美学”是一门还不太成熟的应用性理论课程,主要还是按传统方式从概念、规则、规律等方面使学生理解掌握美学知识和规律,没有凸显应用性的特色。但是,在旅游业迅猛发展的实践中,旅游者需要比较具体的审美能力和技能,服务员、导游、管理者也需要比较具体的审美能力和技能。“旅游美学”必须根据实践发展的需要,在职业教育中,强化学生能力和技能的培养,使其更充分地发挥出应用学科的作用。

针对职业教育发展需要和旅游业实践的特殊需要,我们编写了这本专供高等职业教育使用的《旅游美学》教材。本书编写的主导方向,是为高等职业教育提供一本实战型的高层次职业技能教材。为此,按照适度够用的原则,阐述了美学的基本理论知识,然后按照旅游业实际运行的机制,将本书主体内容分为上中下三编,分别阐述“旅游活动与审美”、“旅游服务与审美”、“旅游管理与审美”。在体系编排上,每章的开头设置了学习目标、本章导读,每节开头设置了引导案例,文中设置了小思考、小讨论、案例等形式多样的栏目,在每一章结束设计了本章小结、实训及形式多样的练习,每编后设置了综合实训,以便于学生能学以致用。使学生不仅能结合职业理解美学知识和理论,而且能根据职业需要,提升审美能力,形成高层次的职业服务技能。

这种由理论型课程向技能型课程转变的尝试,难免存在方方面面的不足,恳望得到各方面的指教,使这门课程迅速成熟起来,以适应旅游业快速发展的实践需要。本书的编写者均具有比较丰富的旅游美学教学经验,教材中较多地体现了他们的教学积累和研究成果。

本书由海南职业技术学院旅游系主任、海南旅游研究所所长杨哲昆教授担任主编并担任大纲的制订和全书的统稿工作,南京视觉艺术学院院长霍义平教授担任第二主编,其中总论由霍义平教授、杨哲昆教授负责编写,上编、中编由海南职业技术学院旅游系讲师何升华老师负责编写,下编由杨哲昆教授、何升华老师编写。

本教材在编写过程中得到南京航空航天大学博士生导师郑奇教授及其弟子郭嘉颖的指导和评审,同时还参考了不少专家的相关著述和文献,此外,为了增加教材的现实感,引用了较多的旅游业现实案例,如有表述不当之处,请从教学需要角度给予原谅!在此向他们一并表示衷心感谢!在整个教材编写过程中,东南大学出版社的张丽萍老师做了大量的协调和指导工作,在此深表敬意和谢意!

杨哲昆

2007年5月 于海南岛

目 录

总 论

第一章 美与审美的界定、机制和种类	003
第一节 美与审美的界定	003
一、美的界定	004
二、审美的界定	005
三、审美的作用	006
第二节 审美机制	007
一、审美准备阶段	007
二、审美实践阶段	009
三、审美回味阶段	012
第三节 审美种类	013
一、美的种类	013
二、审美种类	014
实训:对承德避暑山庄中残荷的赏析	015
第二章 旅游美学的研究对象和基本内容	019
第一节 旅游美学的研究对象	020
一、审美主体	020
二、审美对象	020
三、审美关系	020
四、旅游审美的分类	021
第二节 旅游审美的基本特点	021
一、异地倾向	022
二、求知倾向	023
三、娱乐倾向	024
第三节 旅游美学研究的基本内容	024
一、旅游景观特征作用	025
二、旅游者的审美心理	025
三、旅游的审美关系	026
四、旅游的审美创造	026
实训:一个北京旅游者对海南黎族民俗旅游产品的审美过程	027
综合实训:一次艺术审美中对美、审美、审美机制和审美特点的把握	029

上编 旅游活动与审美

第三章 旅游审美与自然美	033
第一节 旅游活动中自然美的作用及种类	033
一、旅游活动中自然美的作用	034
二、旅游活动中自然美的种类	035
第二节 旅游活动中自然美审美的基本模式	043
一、自然审美准备阶段	044
二、自然审美引导阶段	044
三、自然审美感受阶段	045
四、自然审美品味阶段	045
第三节 旅游活动中自然美审美的基本特点	046
一、直观冲动	046
二、意境升华	046
三、皈依自然	047
实训：九寨沟的审美历程	047
第四章 旅游审美与社会美	050
第一节 旅游活动中社会美的作用及种类	050
一、旅游活动中社会美的作用	051
二、旅游活动中社会美的种类	053
第二节 旅游活动中社会美审美的基本模式	074
一、社会美审美准备阶段	075
二、社会美审美引导阶段	075
三、社会美审美直观感受阶段	075
四、社会美审美理解体会阶段	076
第三节 旅游活动中社会美审美的基本特点	077
一、现实感受	077
二、换位体验	077
三、关联内涵	078
实训：苏州留园的审美历程	078
第五章 旅游审美与艺术美	083
第一节 旅游活动中艺术美的作用及种类	084
一、旅游活动中艺术美的作用	084
二、旅游活动中艺术美的种类	086
第二节 旅游活动中艺术美审美的基本模式	096
一、艺术美审美的准备阶段	096
二、艺术美审美的引导阶段	097
三、艺术美审美的直观感受阶段	097
四、艺术美审美的再创造阶段	098

第三节 旅游活动中艺术美审美的基本特点	099
一、神韵领悟	099
二、情感会意	100
三、形象再造	100
四、自我教育	100
实训:中国古乐《梁祝》的审美历程	101
综合实训:一次实地旅游活动的实际审美体验和思考训练	106

中编 旅游服务与审美

第六章 旅游服务的审美心理影响	111
第一节 旅游服务审美要素的展示	111
一、环境美的展示	112
二、仪容美的展示	112
三、风度美的展示	113
四、语言美的展示	114
五、心灵美的展示	115
第二节 旅游服务审美心理的适应控制	115
一、求知类审美心理的适应与控制	115
二、抒情类审美心理的适应与控制	116
三、体验类审美心理的适应与控制	117
四、休闲类审美心理的适应与控制	117
第三节 旅游服务的审美创新	118
一、探索新奇主题	119
二、整合审美要素	119
三、创意纪念商品	119
实训:对抒情类旅游者服务的审美创新	120
第七章 旅游接待服务与审美	123
第一节 旅游接待服务的种类	123
一、酒店接待服务	123
二、景区接待服务	124
三、旅行社接待服务	124
第二节 旅游接待服务的审美制约	124
一、客观审美制约因素	125
二、主观审美制约因素	125
第三节 旅游接待服务的基本美学原则	126
一、用“第一印象”奠定基础	126
二、用“美好心灵”深化美感	126
三、用“良好态度”感染情绪	127
四、用“善始善终”完善美感	127

第四节 旅游接待服务的基本美学技巧	127
一、创造良好的“第一印象”	127
二、创造神奇的“知求先备”	128
三、施展巧妙的“情感关照”	129
四、留下深远的“服务回味”	130
实训:旅行社接待准旅游者的一次审美经历	131
第八章 餐饮服务与审美	133
第一节 餐饮服务的种类	133
一、大众餐饮的服务	134
二、豪华餐饮的服务	134
三、特色餐饮的服务	134
第二节 餐饮服务的审美制约	135
一、环境:洁净、舒适、幽雅	135
二、接待:体贴、热情、周到	135
三、菜肴:特色鲜明、美味可口	135
四、服务:个性要求,特殊关照	135
第三节 餐饮服务的基本美学原则	136
一、用“洁净特色的菜品”吸引旅游者	136
二、用“幽雅的就餐环境”奠定基础	136
三、用“舒适利落的仪态”深化影响	137
四、用“适时到位的关照”强化美感	137
五、用“适度专业的语言”辅助就餐	137
六、用“始终如一的热情”感染情绪	137
第四节 餐饮服务的基本美学技巧	137
一、用环境创造印象	138
二、用体贴营造氛围	138
三、用文化提升品位	139
四、用服务表现质量	140
实训:对“特色餐饮”旅游者的一次服务经历	141
第九章 导游服务与审美	143
第一节 导游服务的基本环节及审美制约	143
一、“迎宾”中的审美制约	143
二、“景点解说”中的审美制约	144
三、“旅游生活组织安排”中的审美制约	144
四、“送客”中的审美制约	145
第二节 导游服务的基本美学原则	145
一、用“清新的第一印象”导入影响	146
二、用“自然和谐的风度”深化影响	146
三、用“善良真诚的心灵”感染情绪	146

四、用“生动专业的讲解”形成高潮	146
五、用“善始善终的迎送”完整美感	146
第三节 导游服务的基本美学技巧	147
一、巧用服饰	147
二、进入角色	147
三、引导审美	148
四、善解疑惑	148
五、控制心情	148
六、真诚送别	148
七、善于沟通	149
实训：一次导游服务的审美经历	149
综合实训：一次旅游服务实习的锻炼和审美体验	151

下编 旅游管理与审美

第十章 旅游产品策划、规划与审美	155
第一节 旅游市场审美心理发掘	155
一、审美期待阶段的心理挖掘	156
二、审美实践阶段的心理挖掘	157
第二节 旅游资源的审美发掘	160
一、发掘能够复苏审美经验的审美要素	160
二、发掘能够体现审美品位的审美要素	161
三、发掘能够满足审美趣向的审美要素	163
四、发掘能够实现审美理想的审美要素	164
第三节 旅游产品策划、规划的审美原则	164
一、从消费市场的立场选取审美角度的原则	164
二、以市场的最大审美需求为最高审美原则	165
第四节 旅游产品策划、规划的基本美学技巧	166
一、寻买点和卖点	166
二、找异点和奇点	167
三、探端点和极点	167
四、求要点和亮点	167
实训：峨眉山温泉会馆审美设计	168
第十一章 旅游产品开发与旅游审美	171
第一节 旅游产品开发的主要种类和主要环节	171
一、旅游产品开发的主要种类	172
二、旅游产品开发的主要环节	172
第二节 审美要素的发掘与产品开发	173
一、观光旅游产品审美要素的发掘和产品开发	174
二、休闲旅游产品审美要素的发掘和产品开发	176

三、度假旅游产品审美要素的发掘和产品开发	177
第三节 审美心理的解析与旅游产品开发	178
一、观光旅游产品开发与审美心理解析	178
二、休闲旅游产品开发与审美心理解析	180
三、度假旅游产品开发与审美心理解析	181
实训：“海南黎族民艺苑”开发的审美体验	182
第十二章 旅游产品市场开发与审美	186
第一节 旅游产品市场开发的主要种类和主要环节	186
一、旅游产品市场开发的主要种类	186
二、旅游产品市场开发的主要环节	187
第二节 产品审美要素的发掘与旅游市场开发	188
一、审美要素的发掘与观光旅游市场开发	189
二、审美要素的发掘与休闲旅游市场开发	189
三、审美要素的发掘与度假旅游市场开发	190
第三节 市场审美心理的解析与旅游市场开发	191
一、观光旅游市场审美心理解析与市场开发	191
二、休闲旅游市场审美心理解析与市场开发	192
三、度假旅游市场审美心理解析与市场开发	193
实训：海南度假产品的广州旅游市场开发的审美体验	194
第十三章 旅游经营管理活动与审美	197
第一节 旅游经营管理的主要种类和主要环节	197
一、计划管理	198
二、人事管理	199
三、市场管理	200
四、财务管理	201
五、发展管理	201
第二节 审美要素的发掘与旅游经营管理	203
一、企业管理形象美与旅游经营管理	204
二、企业员工形象美与旅游经营管理	204
三、企业外在形象美与旅游经营管理	204
第三节 审美心理的解析与旅游经营管理	205
一、审美知觉与旅游经营管理	205
二、审美情感与旅游经营管理	206
三、审美品位与旅游经营管理	206
实训：海南南山佛教文化苑的旅游管理审美体验	206
综合实训：一次旅游企业见习中的旅游管理的体会和审美	208
参考文献	210

总 论

第一章 美与审美的界定、机制和种类

学习目标

- ◎ 了解 审美的种类
- ◎ 理解 美、审美的界定
- ◎ 掌握 审美机制
- ◎ 应用 依据正确的审美观和审美规律参与审美实践

本章导读

本章分析“美”与“审美”这两个最基本的美学概念，是《旅游美学》最基本的理论起点，它起到了统摄全书的作用。第一节探讨“美”、“审美”的基本定义，第二节探讨审美的基本机制，第三节探讨审美的基本种类。

第一节 美与审美的界定

引导案例

一群游客，在泰山观日出，顶着凛冽的寒风，静静地等待，终于，东方山后的天空，在薄如轻纱的几片淡云的边际，露出了浅红的霞彩，过了一阵，山峰映红了；又停了一会儿，太阳像火球一般，拨开耀眼的云彩，露出半边脸，射出道道强烈的金光，慢慢地完全显露了它庞大的身躯，耀眼的光芒照彻了大地，接下来，红光逐渐化为了纯白的强光，白昼开始了。人们欢呼着，雀跃着。但是，一批游客赞叹“太美了”、“太激动了”之后，却觉得泰山日出也不过如此，不过是大家都来看，也跟着来看看而已。究其原因，是旅游者没有足够的审美知识，才使其不能够真正感受到日出之美的更多、更高层次的美感。当然，在旅游者当中也会有一些人能够得到较多的美感，甚至可以渐入佳境，构建出日出的意境之美来。初升的太阳对于每位观日出的游客来说都是一样的，为什么各自的感受却有很大的差距呢？这就涉及美与审美方面的知识。了解美和审美，才可能树立深刻明确的审美观，这样不仅可以使旅游从业人员在知识素质上得以提升，也可以给旅游审美者提供一个良好的审美理论基础，使其更好地去感受美、体验美和创造美。

18世纪中叶，德国哲学家鲍姆嘉通提出了美学的概念，从此，美学作为一门独立的学科开始从哲学、伦理学、宗教学、文学艺术中分化出来，后人称鲍姆嘉通为“美学之父”。他在