



- 重庆市高等学校“十二五”市级重点学科“企业管理”项目
- 2015年中央财政支持地方高校发展专项资金项目
- 四川外国语大学旅游管理重点学科项目

# 国际旅游文化研究

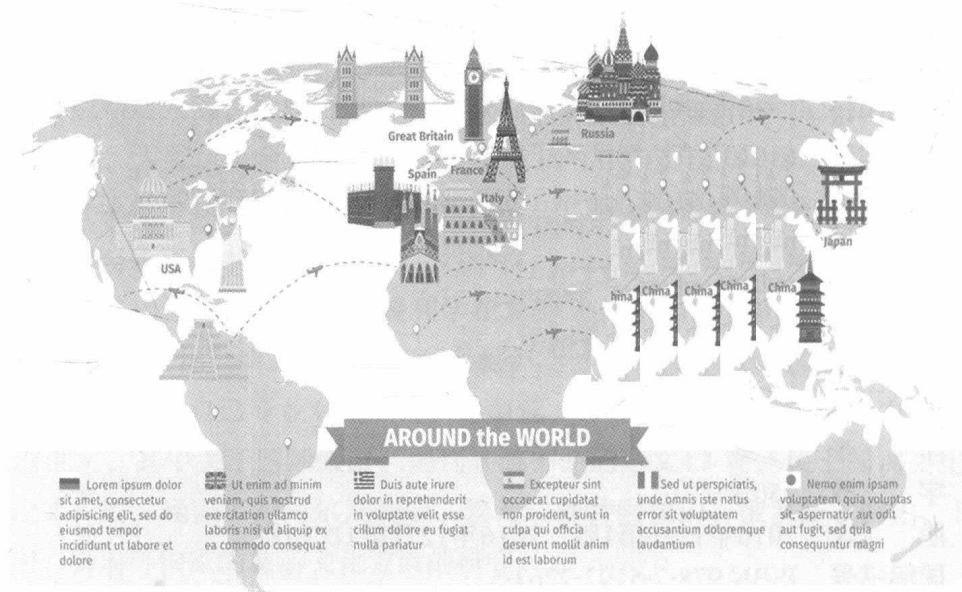
罗文青 杨红◎主编



本书获得：重庆市高等学校“十二五”市级重点学科“企业管理”专项经费支持  
2015年中央财政支持地方高校发展专项资金项目“协同创新下的国际企业管理学科”经费支持  
四川外国语大学旅游管理重点学科经费支持

# 国际旅游文化研究

主 编：罗文青 杨 红  
副主编：黄 森 吴 昊



世界图书出版公司  
广州·上海·西安·北京

## 图书在版编目(CIP)数据

国际旅游文化研究 / 罗文青, 杨红主编. —广州:  
世界图书出版广东有限公司, 2016.12  
ISBN 978-7-5192-2263-5

I. ①国… II. ①罗… ②杨… III. ①旅游文化—  
世界—文集 IV. ①F591-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第304016号

- 
- |      |   |
|------|---|
| 书 名  | 国际旅游文化研究<br>Guoji Lüyou Wenhua Yanjiu                       |
| 主 编  | 罗文青 杨 红   |
| 责任编辑 | 张梦婕   |
| 装帧设计 | 吴伟边   |
| 出版发行 | 世界图书出版广东有限公司  |
| 地 址  | 广州市新港西路大江冲25号   |
| 邮 编  | 510300  |
| 电 话  | 020-84451969 84453623 84184026 84459579                     |
| 网 址  | <a href="http://www.gdst.com.cn">http://www.gdst.com.cn</a> |
| 邮 箱  | <a href="mailto:pub@gdst.com.cn">pub@gdst.com.cn</a>        |
| 经 销  | 各地新华书店  |
| 印 刷  | 广州市德佳彩色印刷有限公司   |
| 开 本  | 787mm × 1092mm 1/16   |
| 印 张  | 13.75   |
| 字 数  | 250千  |
| 版 次  | 2016年12月第1版 2016年12月第1次印刷                                   |
| 国际书号 | ISBN 978-7-5192-2263-5                                      |
| 定 价  | 38.00元  |
- 

版权所有 侵权必究  
(如有印装错误, 请与出版社联系)

# 前 言

当今世界一体化背景下，国家提出实施对外开放战略，特别是“一带一路”战略，需要培养一批具有国际视野，通晓国际规则，能够参与国际事务与国际竞争的应用型、复合型非通用语种人才。重庆是西部大开发的重要战略支点，处在“一带一路”和长江经济带的联接点上，起着承东启西、连接南北的作用，而作为西南地区唯一的外国语大学，四川外国语大学肩负为西南地区培养具有国际视野、多元融合的高级涉外人才使命。凭借外语多语种的优势，四川外国语大学在发挥传统办学优势和学科优势的同时，正探索如何结合外语专业和社会需求联系起来，做好传统语言教学融入国别区域研究的结合，以融入重庆的经济发展，满足我国经济社会发展，特别是扩大对外开放新需要。

2014年12月，重庆市对外贸易经济委员会与四川外国语大学共同成立了重庆国际战略研究院，希冀搭建一个政届、学界、业届共同研究重庆市国际战略问题的平台，为重庆市全方位开放的战略格局提供政策制定参考。研究院的成立，为我们外语教学和国际事务的众多师生搭建了一个国际战略研究信息资料库、一个国际战略研究学术交流平台，以及国际战略研究人才交流与培育的平台。

正是在国家战略、重庆发展和学校发展的背景下，为开阔学术视野，围绕“国际旅游和文化”研究主题，四川外国语大学东方语学院和国际商学院的教师和研究生，根据自己专业对象国的信息资源，经过一年时间的辛勤努力，撰写了23篇论文，其中关于国际旅游、国别旅游方面的论文17篇，关于国别文化研究的论文6篇，涵盖了对阿尔及利亚、埃及、沙特阿拉伯、俄罗斯、韩国、日本、越南、泰国等国家的旅游文化方面的研究。

重庆国际战略研究院起步较晚，国别研究所也刚刚成立，基础不强，但我们希望通过这次尝试来推进传统语言教学与国别区域研究和社会发展想结合的思路，为以后更深入研究奠定基础。

感谢重庆国际战略研究院院长明国辉、副院长熊林、张艳，秘书长杨柏和高

文等同志对本书的支持和关心，感谢世界图书出版公司对本书的大力支持，使本书得以顺利有效地出版。

由于时间仓促，加上编者学识有限，错误之处难免，恳请方家批评指正。

罗文青

2016年秋于重庆歌乐山下

# 目 录

再谈越南文化中的历史情结·····	罗文青	1
The Spatial Distribution of Agritourism in China: National Agritourism Demonstrations in China·····	杨 红	8
国际商品展示与交易中心发展的SWOT分析·····	黄 森 舒首凤	27
2016年埃及旅游业“寒冬期”及对策分析·····	吴 昊	37
关于日本近年来发展观光立国的政策,措施及实效·····	毛卫兵	45
关于重庆地区中韩旅游合作发展的思考·····	金日权	56
“一带一路”背景下重庆低碳旅游发展研究·····	芮小明	67
阿尔及利亚罗马遗址旅游资源研究·····	潘雷 闵 敏	74
“一带一路”背景下提升我国邮轮旅游竞争力初探·····	邹思晓	85
阿尔及利亚撒哈拉沙漠旅游资源研究·····	闵 敏 潘 雷	92
“一带一路”战略下开展国际旅游合作的策略选择·····	姬妍婷	102
谈俄罗斯文化的双重性·····	包淑萍	109
中国与“一带一路”沿线国家进行旅游目的地营销合作的分析·····	黄雅婷	116
泰国旅游资源概况与2015年旅游业发展形势分析·····	赵银川	125
中国旅游国际传播中的问题及对策研究·····	黄 俊 李 超	134
沙特旅游业的现状和前景·····	黄婷婷	141
中国大陆泰国文学研究综述——以公开发表论著和CNKI网论文为中心 分析·····	蒙昭晓	148
中国出境游市场的发展趋势及其原因·····	金福实	157
国内智慧旅游研究的回顾和展望——基于CNKI相关文献的统计分析 ·····	王文健	164
关于中越经济外交的一些思考——从电商角度·····	任丹丹	178
略论越南“船文化”·····	刘艳芬	189
论中韩文化之争——以“端午节”为例·····	徐绿枝	195
浅析越南佛教中的女性崇拜·····	张 睿	207

# 再谈越南文化中的历史情结

罗文青

**摘要：**越南文化以儒释道为主，以历史人物和典故命名街道地名表现出越南对历史过往“感恩戴德”的浓厚情结，越南的习俗节庆、语言文字割不断华夏文化对其深远的影响和传承，可见越南文化仍是以东方文化为主体，越南文化的根与中国文化紧紧相连，对此我们应有既认同又宽容的豁达态度。

**关键词：**越南；文化；历史情结

## 一、引言

越南是东南亚地区的一个国家，也是中国的邻邦，全称是越南社会主义共和国。历史上对现今越南国境，称呼屡经更替：古代称“交趾”“象郡”“安南”，968年从中国独立出去，称为“大瞿越”，1803年开始出现“越南”这个称呼；1945年，越南八月革命胜利，建立越南民主共和国；1976年南北统一，称为越南社会主义共和国。过去人们指称的“安南人”也就是“越南人”。

说到越南文化，到过越南的中国人，很多都有似曾相识的感觉，因为在很多方面，越南和中国特别相似。虽然，越南很强调其文化具有民族特色，但我们还是感受到：越南有着很浓重的源自华夏文化的历史情结。之前笔者发表过一篇题为“越南文化中的历史情结”小文章，时隔十年，经历了在越南留学以及一直从事越南语教学科研工作的体验，对越南文化有了更多了解，今天再撰此文与大家探讨。

## 二、越南文化以儒释道为主

人们一般把儒学、佛教、道教简称为儒释道。从文化角度来看，在东南亚各

国中，越南和新加坡都是属于儒释道为主的文化<sup>①</sup>，所以和中国很相似。

越南是一个多民族国家，主体民族京族是当地旧苗裔与华夏南迁族群融合而成的，因此在族群起源上，越南民族与中华民族有着密切的历史渊源关系。从公元前2世纪至公元3世纪以来，随着华夏族群的南迁，中国的传统文化也开始传入安南，其中祖先崇拜、祭祖习俗和孝道尊严等华夏文化一直在越南得到沿用，这份历史情结一直保持至今。

首先，越南全国上下都有祭祖习俗，分为家祭、族祭和国祭三种。在越南，无论是城市还是农村，无论是大公司还是小商店，无论是富人还是穷人，家家户户都在家里最庄重的地方设置供台，安放祖先牌位，摆放香烛、灯烛、花瓶、果盘和酒器等，供桌上方常常用汉字书写。家祭的时间一般是祖先的忌日，每月农历初一、十五，以及重大传统节日，如春节、清明、端午、中元、重阳、中秋等，家里有重大事件如婚礼、葬礼、生育、考试、病痛、打官司等，也要祭拜祖先，以求庇护和恩泽。与中国族祭相似，越南民间也非常盛行族祭，祭祀地点一般在宗族祠堂，供桌上放置宗族始祖牌位，族祭时家族各支系的子孙都要到场，仪式相当隆重。越南的国祭是在每年农历三月初十，这天会在越南北方富寿省雄王庙举行祭拜雄王的祭祀活动，也称为“祭祖日”。祭雄王日也是雄王庙会，这是祭祀活动中最庄严隆重的活动。

其次，越南尊崇儒学，把儒家传统思想称为儒教。二千年来儒家对越南的社会和家庭产生了巨大影响，潜移默化地影响着人们的思想文化和生活习惯。“忠孝节义”“三纲五常”等观念成为家喻户晓的伦理规范，《四书五经》等儒学经典成为普及的通俗读物，忠、孝、勤、俭、廉、正成为传统的道德因素，表现在家庭生活中就是男尊女卑、长幼有序和重男轻女。在越南人的观念中，男主外女主内，妇女照顾老人、小孩和丈夫，承担所有家务是天经地义的职责。越南人在称呼上也是长幼有序，如果不按辈分，会被认为是极没教养。饭桌上小辈要先邀请长辈，对长辈说话要带敬语，离家出门要向长辈辞别。越南的家庭伦理观念和中国很相似，中国不少影视作品深受越南民众喜欢，就是由于越南人对中华儒家道德的高度认同。在尊崇儒学的社会风气熏陶下，越南每个家庭，尤其是儒士家庭十分重视教育，形成了全民尊师重教和讲究文明礼节的社会风尚。

再次，越南崇奉佛教和道教，宗教信仰具有较强包容性。佛教已传入越南近两千年，并得到广泛传播，越南各地寺庙处处可见，几乎每个村庄都有拜佛的

① 《东南亚文化》(古小松主编)，中国社会科学出版社，2015年，第189页。



庙或者庵，并且寺庙悬挂的牌匾、楹联几乎都是用汉字书写。道教也对越南影响深刻，广泛流传对真武帝君的信仰，北部和中部有许多奉祀真武大帝的宫观和神祠。河内西湖边的真武观和还剑湖边的玉山寺道观，所奉祀的真武大帝、文昌帝君、关帝和吕祖等都是中国广泛流传的道教神祇。越南的寺庙，常常是既供奉佛教人物，又摆放道教神案。此外，越南信奉的母道教和高台教也是以道教为主，母道教的庙观与道教宫观相似，而高台教则吸收了中国儒家和佛家的伦理观念，神仙基本搬用道教的神仙体系。虽然，越南的中南部也信仰天主教、基督教和伊斯兰教，但从教人数远无法和儒释道相比。

### 三、越南以历史名人和故事命名街道地名

这类地名可以分为两小类，一类是以名人命名，这些名人包括神话传说人物、历代封建皇朝的皇帝、将士、文人以及近现代的革命烈士、爱国人士、领导领袖等。人物地名在河内街巷地名中最为常见，且大部分是以名人命名，可以说名人地名是河内街巷地名的一大特色。有人曾对河内旧市区内717条街道进行统计，以人名命名的街道占291条，占街道总数的40.59%<sup>①</sup>。

这些名人包括神话传说人物、古代人物或是当今名人，其中以神话传说人物命名的有安阳王路、瓠姬路、雄王路、雒龙君路等。以古代名人命名的有100多条街巷，这些人物主要为历代皇帝、文人名将，如丁先皇路、李太祖路、李常杰路、陈仁宗路、黎太祖路等。以近现代名人命名的也有100多条，主要是作家、诗人、学者、领袖及革命爱国人士等，如南高街、陶维英街、阮攸路、黎笋路、范文同路、潘佩珠路等。

越南历史上也出现不少杰出的女性，因此在河内地名中也出现一些以女性人名命名，如武氏熟街、裴氏春街、段氏点街。由于越南女性有跟随夫姓的习俗，所以有时还会出现以丈夫姓氏命名的，如赵夫人街、清官县夫人街等。

另一类是记载民间传说或史实的地名。民间传说源自神话或者衍生于历史故事，这类故事反映了越南社会底层老百姓朴素的世界观，对神仙鬼怪的敬畏。河内还剑郡有一座寺庙叫白马寺，相传李太祖在建升龙城时屡建屡塌，于是派人到龙杜寺祈求保护，祈神仪式完毕后突然出现一匹白马，李太祖跟随马的脚印建筑升龙城并最终成功，因此修建这座寺庙供奉神灵白马，取名为白马寺。河内市中

① 闫京育，《河内街道命名文化探究》，2011年广西民族大学外国语学院本科毕业论文，第5页。

心有名的还剑湖，得名的由来也是源于越南李朝李太祖向神龟借剑打败外敌后将剑物归原主的神话传说，还有二征夫人郡内的白藤路也是因越南历史上有名的白藤江战役而得名。

越南行政省市地名通名上，我们也能看到中国地名文化对越南地名的影响。由于中越历史上的特殊关系，越南的行政区划通名受中国政区地名通名的影响很多，河内作为历代皇朝的京都，其政区地名通名的历史沿革充分体现了中国地名文化对越南地名的影响。中国古代的行政区划单位屡有变化，曾出现有郡、道、路、府、县、州等，这些行政通名都曾出现在越南的行政通名中。时至今日，越南仍实行省制，国家划分为省、中央直辖市，省划分为省辖市和县，中央直辖市划分为郡、县和县级市，县划分为乡、镇，省辖市划分为坊、乡，郡划分为坊。

再次，河内地名有以历代皇帝的年号及庙号命名，以皇帝年号及庙号命名起源于中国。且在河内地名中也有因为与当时皇帝及其帝王的宗族同名或同字而被更改的现象，这种现象叫做避讳，这是封建社会一种特殊的制度。这些地名命名方式与中国地名的命名方式相同。从这些地名现象，我们可以看到华夏文化在河内甚至是整个越南的影响。

越南以历史名人来命名城市街道，体现了越南对历史人物的纪念和崇拜，证明越南对饮水思源、学会感恩的“德”，以实际事例诠释了儒家思想，越南在行政地名上也无法割断其与华夏政治历史文化上的渊源关系，表现了越南具有浓厚的历史情结。

#### 四、越南民俗节庆酷似华夏

越南的历法与中国几乎一样，既用公历，也用农历，并且越南完全使用农历来推算传统节日，如春节、中秋、端午、中元等。越南同中国一样使用天干地支来纪年，也与中国一样有二十四个节气。十二生肖是中国传统文化的重要部分，而越南的十二生肖与中国也大同小异，除了一个为“猫”年（中国为“兔年”）不同，其他十一个都一样。而越南这些民俗的形成和流传至今，都是源自与中国有着密切的渊源关系，割舍不了的历史情结。

越南与中国的节庆习俗也几乎一模一样，发展趋势也是惊人相似。比如春节，和中国一样，也是越南一年中最重要的节日，并且也同样视为辞旧迎新的日子，也是最重要的家庭团聚的节日，同样习惯在腊月开始置办年货，年二十三送灶王爷上天，贴春联，买年画，包粽子，做年糕，放鞭炮，吃年夜饭，年初一拜

年，发红包，讲吉利话，家里张贴“福”字以及“福禄寿”，和中国完全一样。越南的春节也有花市，家家户户都要买几株桃花或者一盆金橘摆放在家里，这和中国南方很相像。难怪有些到过越南的中国人感叹说：越南简直就是一个缩小的中国，世界上找不出比越南更像中国的国家了。

清明节也是越南的一个重要节日，一般在农历三月或四月初。同中国一样，越南也借清明节扫墓和踏青，祭祀先人。同中国的时间一样，越南的端午节在农历五月初五，也有吃粽子和驱虫的习俗，越南人认为，吃粽子可以求得风调雨顺和五谷丰登。虽然用于驱虫的方法因地而异，但都是通过采摘草药来驱邪避冲。

越南也是在农历八月十五过中秋节，这天晚上，越南人有点彩灯和吃月饼的习俗，并举行各种文化体育娱乐活动，孩子们提着各种灯笼在月光下玩耍，边吃月饼和水果，边听大人讲故事，就像是过儿童节。越南的中秋月饼，或是在春节、端午节时吃的粽子，在做法和形状上和中国不尽相同，但也都是很类似。

越南的婚礼也和中国一样，有纳彩、问名、纳吉、纳征、请期、亲迎等六礼，随着社会的发展，婚礼形式有了很大改变，但有一样始终不曾改变，那就是婚礼上一定必须张贴中国的“红双喜”字。

要说出越南本土习俗与中国有什么明显不同的地方，那就是越南春节不像中国北方那样要包饺子，还有一点就是，在越南结婚时一定要有一长串新鲜槟榔，这点在中国并不常见。

总的看来，越南的这些习俗节庆都有一个共同特点，都是用阴历来推算，都是和华夏文化有很明显的传承关系。

## 五、受汉字影响的越南语言文字

越南人最早使用的文字是汉字，被称为“儒字”。两千多年来，越南留下大量的古籍文物都是使用汉字书写记载的，甚至连家谱都是用汉字记录的。越南历史上曾一度创造和使用“喃字”，产生过一些民族风格浓郁的文学作品，但总的来说还是使用汉字时间长并且更广泛。由于历史的原因，越南语与汉语关系密切，除发音和中国广东话相像外，词汇上也借用了大量的汉根词，据统计有70%左右的词汇是借汉词，特别是现代越南语还保存了一套“汉越音”，用这套汉越音系统可以读出所有的汉字。这类汉根词大量保留了古汉语的痕迹，如“铜壶—钟表”“进士—博士”“书院—图书馆”“甘结—承诺”，前者是汉越音的越南语，能对应于古汉语，后者是现代汉语的词汇语义。可见，从语言文字上，我们

也不难看出古代汉语对越南语言文字的影响和继承。

今天大多数越南人使用的是现代越南语，已看不懂也读不懂汉字了，他们不一定知道汉语对其的影响，但汉语情结仍然难以消除，如前面提到的婚礼上的红双喜必须是汉字，祭祖、宗教活动也要使用汉字，庙宇和古建筑的牌匾、楹联也都是保留着汉字，甚至家里墙上的挂饰也使用汉字。随着中越关系正常化，学习汉语在越南成为热门，近期越南教育部培训部还提出小学和初中要增加汉语和俄语两门外语课程，可见，越南方面已清楚地意识到，掌握汉语对越南来说是何等重要，懂汉语不仅能促进中越两国人民之间的交流和沟通，还有利于中越经贸合作和共谋发展，有助于提升民族的文化素养。

## 六、余论

当然，越南文化也不仅仅只是受中国文化的影响，它还吸收了印度和西方文化，处在中西文化和中印文化交汇的前沿。越南从19世纪法国人到来之后开始接受西方文化影响，20世纪50年代法国人离开越南后，一直到20世纪70年代中期，越南南部还接受了来自美国等西方国家文化的影响。西方文化的影响至今仍明显地体现在越南的语言、饮食、建筑等方面，如越南人把使用了两千多年的汉字改成了拼音文字，日常生活也会食用面包，喝啤酒和咖啡，南北建造了不少哥特式的西洋建筑等等。越南当代文化中保留下来的具有鲜明土著文化特色的印记是很少的。

不过，相比较而言，无论是印度文化还是西方文化，对越南文化的影响都只是表层，而华夏文化对于越南来说，由于是通过族群承传的，所以它已深入越南人的血液和基因之中，已不可能分清哪些是汉文化，哪些是越南文化。就拿儒学来说，它已经在越南两千多年，潜移默化地影响人们的思想、文化、教育和习惯行为，即使后来西方思想文化冲击越南传统文化，儒教影响削弱，但儒教毕竟已方方面面影响并深深扎根于越南社会与生活之中。所以越南文化仍然是以东方文化为主体，越南文化的根与中国文化紧紧相连。

既然越南文化与华夏文化有着根深蒂固的渊源关系，“打断骨头连着筋”，“剪不断，理还乱”，因此对越南来说，应正视华夏文化对越南深远影响的客观事实，不应刻意回避或是试图消除汉文化影响而割断中越纽带。所以对于文化中的历史情结，越南既要承认，也要豁然对待。另一方面，从文化角度看，顽强且独立自主是越南民族的重要精神，也是越南文化的重要特色，越南是一个具有强烈

民族独立意识的国家，胡志明曾说“没有什么比独立自由更宝贵的”，因此对中国来说，不应总把“汉文化影响”挂在嘴边，过分强调自己文化对对方的影响，要充分尊重对方自身的意见，特别是在当今世界文化多元化背景下，要给对方留存一些思考和选择的时间和空间。

#### 参考文献：

- [1] 古小松. 东南亚文化. 中国社会科学出版社, 2015年1月.
- [2] 孙衍锋等. 越南文化概论. 世界图书出版公司, 2014年12月.
- [3] 范宏贵. 越南历史与社会主义革新. 广西民族学院外国语学院教材, 2001年7月.
- [4] 罗文青. 越南文化中的历史情结. 东南亚纵横, 2005年第10期.
- [5] 古小松. 越南-历史, 国情, 前瞻. 中国社会科学出版社, 2016年3月.
- [6] 闫京育. 河内街道命名文化探究. 本科毕业论文, 广西民族大学外国语学院, 2011年.
- [7] 黄秋莲. 越南河内地名研究. 广西民族大学亚非语言文学硕士论文, 2013年.

(作者简介：罗文青，女，四川外国语大学东方语学院，教授，博士，研究方向：越南语言文化)

# The Spatial Distribution of Agritourism in China: National Agritourism Demonstrations in China

Hong Yang, Bai Yang, Wei Chen

**Abstract:** Although agritourism has been an important element in the growth of China's tourism and has developed dramatically in recent years, its spatial distribution pattern has not been known in detail. After tracking the historical development of agritourism in China, this paper presents the spatial distribution pattern of NADs (National Agritourism Demonstrations) in China and their spatial relationship to tourist origin based on the statistical analysis of 359 NADs in China designated by CNTA (China National Tourism Administration). It confirms that agritourism in China is mainly concentrated in eastern coastal provinces. The geographic association coefficient is applied to identify four agritourism clusters which exhibit tourist market orientation.

**Key words:** agritourism; spatial distribution; NADs; China

## 1. Introduction

Tourism has long been considered as a complementary tool and an effective catalyst of rural socio-economic development and regeneration (Opperman, 1996; Fleischer & Felsenstein, 2000; Sharpley, 2002; Briedenhann & Wickens, 2004). In many countries, such as America, Canada, Australia, New Zealand, tourism is employed as an engine of economic growth and diversification in rural areas (Hall & Jenkins, 1998). Agritourism is regarded as a valuable and growing sector of the overall tourism market (Hummelbrunner & Miglbauer, 1994). In China, agritourism is usually defined as tourism products which are connected with the agrarian

environment, agrarian products or agrarian stays (Yang & Zhao, 2001; Cheng & Mei, 2004). The development of agritourism offers potential solutions to many of the problems facing rural areas (Gannon, 1994). Therefore, according to Fleischer & Pizam (1997), agritourism in many countries has enjoyed substantial encouragement, support and, in some cases, even direct financial assistance from both the public and private sectors.

China is a large country abundant in agritourism resources. Numerous scenic spots and attractions, long agricultural traditions, rich agrodiversity and colorful folk customs provide great potential for developing agritourism (He, 2004; Xie, 2007). However, unlike countries in Europe and North America with agritourism development history of approximately 100 years, China did not start agritourism until the early 1980s. Since 1998 when the Chinese central government identified tourism as a "pillar industry" (State Council of PR China, 1998), supportive government steps were taken one after another. Agritourism, as a means to spur the country's rural economy and social development, has been given great priority by tourism authorities at both national and provincial levels (Shao, 2007a). The promotion of agritourism, as a derivative of political will, is considered an urgent need to enhance the New Socialist Rural Construction which serves as a campaign to effectively deal with "Three Nong" issues: the issues of agriculture, farmer and rural areas (their initials all pronounce "Nong" in Chinese), develop modern agriculture, achieve a level of integration between urban and rural areas, change the urban-rural dual structure, and reduce disparities between urban and rural areas. In addition, agritourism is also put into the broad government agenda of income and employment generation and the diversification of tourism products. Adherence to the policy of reform and opening up has brought China a steadier, sustainable and healthier political and economic environment for development (Zhang, 1997). Combined with a favorable policy of stimulating domestic tourism, the fast growing national economy and the marked improvement in living standards give rise to a level of growth of agritourism at an unprecedented speed.

The fast development of agritourism in China has caught the interest of many Chinese scholars. Their studies have investigated the characteristics and current state

of China's agritourism (Wang, 2007), definitions of agritourism (Han, 2000; Yang et al., 2001; Cheng & Mei, 2004), agritourism classifications (Ding & Sun, 2000; Lu, 2002), the origin of agritourism (Guo et al., 2000), and agritourism development issues (Mei, 2005; Zhang, 2011, Zhang, 2012). However, the spatial distribution of China's agritourism still remains a void in terms of any detailed analysis of China's spatial distribution pattern. This paper, therefore, aims to analyze the regional and provincial distribution state of agritourism in China.

Tourism in China is a "government-led" industry. The former Chinese president of CNTA (China National Tourism Administration), He indicated that Chinese governments at various levels do their best to promote the growth of tourism, including providing guide lines, allocating funds, training personnel, initiating projects, overseeing service quality, stipulating regulations and marketing. One concrete evidence is made clear with the designation of NADs (National Agritourism Demonstration) conducted by CNTA who aims to promote the sustainable development of agritourism in China. Through spatial analysis of the 359 NADs, this paper intends to present the spatial distribution state of Chinese agritourism. First, Table 1 illustrates the standards for NADs to identify the agritourism definition, significance and functions of NADs in China. Second, statistical analysis provides a picture of the current spatial distribution features of China's agritourism from the provincial perspective. Then, spatial density and the Geographic Association Coefficient are also calculated to examine the relationship between the tourist market and agritourism destinations, NADs.

## 2. China's Agritourism Development—an overview

Although China is a country with a long tradition of agricultural culture, her agritourism origin dates back less than three decades (He, 2004; Xie, 2007). Between 1979 and 1984, systemic and effective reforms were instituted in China's agricultural system. In the rural areas, these reforms decollectivized agriculture by a contract responsibility system based on individual households, which successfully increased productivity, the amount of available arable land, and peasant per capita income. Simultaneously, peasants in China were given more freedom for



their agricultural production and other economic activities. This success stimulated substantial support in the countryside for the emergence of agritourism. The original activities, probably without any government intention, were derived by rural residents' spontaneous business behaviours to improve their living conditions (Gao et al., 2009). The business types and services provided include family-run hostels, restaurants, shortdistance transportation, retailing, photographing, horse renting and rickshaw services (Gao, 1997). This period of time is called the embryonic stage of China's agritourism. During this stage, neither local nor central authorities were involved in these spontaneous business activities in rural areas (Shu, 1997). In 1988, the Lychee Tourist Festival was first launched in Shenzhen, a prefecture-level city. Since then, China's agritourism market has seen a boom in popularity.

In the 1990s, more and more citizens spent their holidays in inexpensive accommodation in villages close to their cities, particularly from neighboring large cities such as Guangzhou, Shanghai, and Beijing (Shu, 1997). In 1996, the CNTA and The State Council Leading Group of Poverty Alleviation and Development jointly held the national conference on poverty alleviation through tourism in Zhangjiajie of Hunan Province, which was a hallmark event in the agritourism development in China (Gao, 2008). The concrete evidence of the growing interest in agritourism manifested when, according to estimated statistics, more than 7 projects were conducted that reached 100m RMB for investment in sightseeing agritourism from 1996 to 1997 (Lv & Liu, 2006). In 1998, the CNTA related the theme of Huaxia Urban-rural Tourism to the year and put forward the slogan "taste rural dishes, accommodate in rural houses, participate in formworks, view rural scenery, and enjoy rural lifestyles" in an effort to give China's agritourism a great boost (Tian, 2007). In 1999, the first forum on Chinese ecotourism was held in Xishuang Banna in Yunnan Province. The event induced the establishment of the Chinese Ecotourism Association and the Declaration on Chinese Ecotourism. At the same time, 1999 was declared officially as the Year of Chinese Ecotourism. Given that agritourism was seen as an effective means of achieving not only the regeneration of rural areas but also a variety of ecotourism-policy objectives, it has become and remains an established priority of the ecotourism and sustainable development agendas in China.