



高等院校旅游专业21世纪规划教材

旅游文化学

尹华光 主编

易伟欣 刘冰清 生延超 副主编

湖南大学出版社

HUNAN UNIVERSITY PRESS





高等院校旅游专业21世纪规划教材

内容简介

本书是《旅游文化学》教材系列中的基础理论分册。

本书共分十章，主要介绍旅游文化的定义、分类、特征、功能、发展、传播、保护、利用、评价、研究等。

本书可作为高等院校旅游专业及相关专业的基础理论教材。

本书可作为从事旅游工作的专业人员的培训教材。

旅游文化学

中国图书馆分类号(CIP)

尹华光 主编

易伟欣 刘冰清 生延超 副主编

湖南大学出版社

HUNAN UNIVERSITY PRESS

ISBN 7-5707-3001-1

定价：25.00元

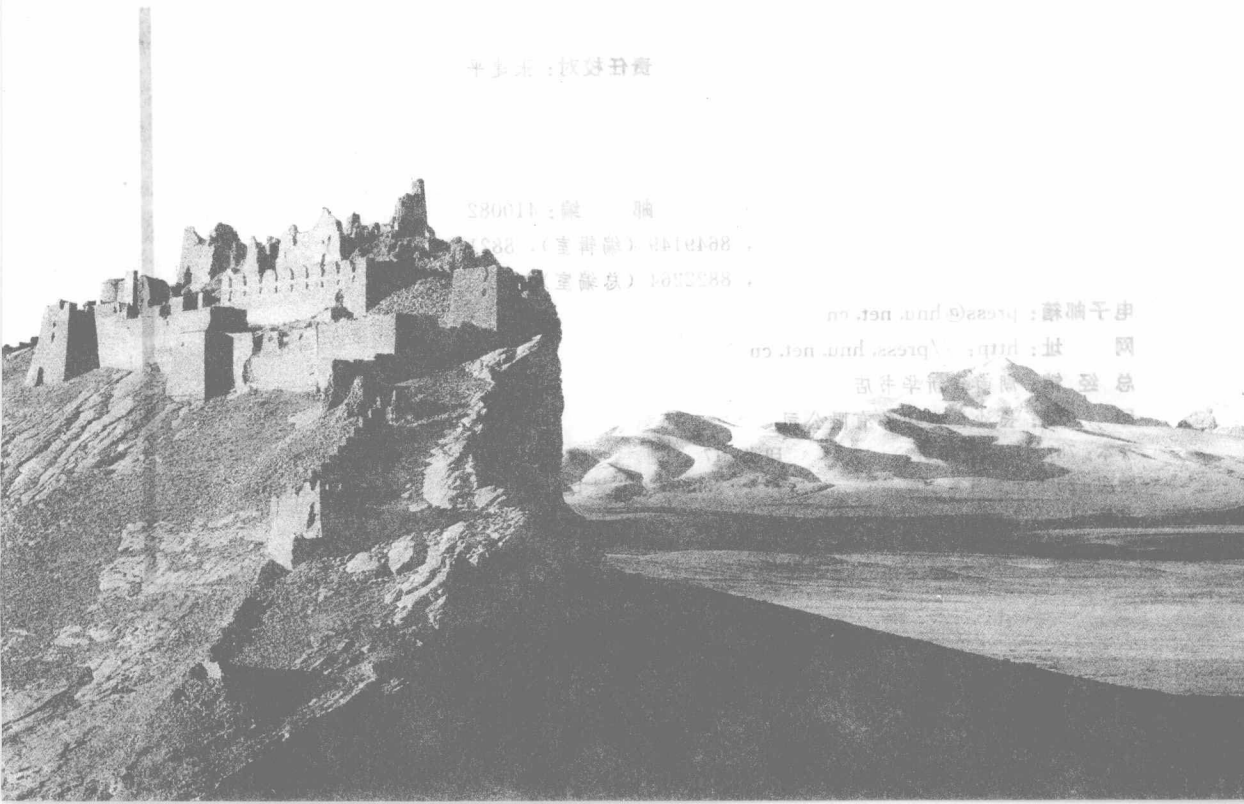
湖南大学出版社

长沙

电子邮箱: press@hnu.net.cn

网址: <http://press.hnu.net.cn>

总发行所: 湖南大学出版社



内 容 简 介

本书主要阐述了旅游文化学的基本理论和基本知识,具体包括旅游主体文化、旅游客体文化和旅游休闲文化、旅游制度文化和旅游生态文化。从总体框架、具体内容到编排体例等方面力图体现学术性、应用性和创新性的特点。

本书主要供旅游管理专业本科学生及相关研究人员使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游文化学/尹华光主编. —长沙:湖南大学出版社, 2005. 8
(高等院校旅游专业 21 世纪规划教材)

ISBN 7-81053-957-4

I. 旅... II. 尹... III. 旅游—文化—高等学校—教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 086704 号

旅游文化学

Lüyou Wenhua Xue

作 者: 尹华光 主编

责任编辑: 邹 彬

责任校对: 张建平

特约编辑: 刘 萍

装帧设计: 吴颖辉

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山

邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691 (发行部), 8649149 (编辑室), 8821006 (出版部)

传 真: 0731-8649312 (发行部), 8822264 (总编室)

电子邮箱: press@hnu.net.cn

网 址: <http://press.hnu.net.cn>

总 经 销: 湖南省新华书店

印 装: 长沙银都印务有限公司

开本: 787×1092 16 开

印张: 17

字数: 295 千

版次: 2005 年 8 月第 1 版

印次: 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1~4 000 册

书号: ISBN 7-81053-957-4/F·112

定价: 26.00 元

版权所有, 盗版必究
湖南大学出版社凡有印装差错, 请与发行部联系

高等院校旅游专业 21 世纪规划教材编委会

总主编：许春晓

主任：陈福义

副主任：钟永德 阎友兵 谢俊贵 尹华光

委员(以姓氏笔画为序)：

尹华光	王文明	艾建玲	许春晓	刘建平
朱沁夫	朱晓媚	安应民	肖星	李丰生
李映辉	杨永德	吴楚材	陈福义	金颖之
罗文	郑焱	钟永德	胡幸福	胡延龄
俞益武	郭英之	阎友兵	谢俊贵	董明辉

参编院校

复旦大学

广西大学

中南林学院

湖南科技大学

吉首大学

河南农业大学

湖南商学院

怀化学院

湖南理工学院

湖南文理学院

桂林旅游高等专科学校

湖南师范大学

湘潭大学

贵州大学

海南大学

广州大学

桂林工学院

浙江林学院

衡阳师范学院

邵阳学院

长沙学院

前 言

20世纪90年代中期,旅游业成为了世界上最大的产业,并以十分惊人的速度发展着。为此,国际知名的旅游学、经济学、未来学专家都看好旅游业的发展势头,作出了十分乐观的预测:大众化旅游时代已经到来,旅游业将成为“永远的朝阳产业”。

20世纪80年代,中国旅游业开始快速发展,连续保持两位数字的增长速度,令不少国际知名的旅游学专家感到震惊。他们看好中国的旅游业发展前景,一致认为“21世纪中国将成为世界主要的旅游中心”。

无疑,中国旅游业的快速发展带动了中国高等旅游教育的发展——涌出了大量的教育教学成果,培养了大量优秀的旅游管理人才。这对中国旅游业的进一步发展起到了巨大的促进作用。

我国高等旅游教育的教材建设,已经有了比较好的基础,许多出版社相继推出了各具特色的系列教材,其中既有国内知名学者联合攻关的教学研究成果,也有引进的外版教材。这些努力,都为繁荣我国高等旅游教育事业起到了独特的作用。然而,伴随着社会经济的发展、旅游产业的快速扩张以及旅游高等教育的不断进步,出现了一系列亟需解决的、与旅游相关的理论与实践问题。鉴于此,湖南大学出版社在深入调查研究的基础上,确定了“高等院校旅游专业21世纪规划教材”的重点选题,与此同时,湖南省旅游学会旅游教育委员会也正围绕旅游专业本科教育的多个学术问题进行着认真的研究。通过几次较大型的学术讨论会,双方确定以湖南省的学术群体为依托,借助全国知名学者的鼎力支持,打造一套全国性的高等院校旅游专业精品教材;并且确定了总主编,成立了编辑委员会。

高等旅游教育的发展需要高水平的教材作为支持,为此,我们力图通过众多专家教授、一线教师的通力合作,推出一套紧扣高等旅游教育改革的主方向,密切结合中国旅游业发展的主题,质量上乘,特色鲜明的精品规划教材。本套教材编写的基本理念是:根据教育部教育教学改革的要求和强化学生实践能力和创新

能力培养的精神，从本科教材入手，向着多层次、多风格的系列旅游教育书籍系统开发。这套规划教材的总体策划和编写，致力体现理论与实践紧密结合的特点，达到全（知识理论的全面性）、准（理论的准确性）、新（专业研究发展的前沿性）、实（突出适用性，便于教学使用）的水准。

我们这套教材第一批 8 种在 2005 年秋开始出版发行，欢迎全国有关院校师生和专业人士选用。同时，我们热忱欢迎各界人士提出宝贵意见，以便我们对教材不断完善和修正。

许春晓

2005 年 7 月



目次



第1章 旅游文化学概论

- 第一节 旅游文化的概念、结构、特征和功能 (1)
- 第二节 旅游文化学的研究对象、方法和意义 (12)
- 第三节 我国旅游文化的研究历程 (15)

(15)



第2章 旅游主体文化

- 第一节 旅游主体观念文化 (20)
- 第二节 旅游主体消费文化 (26)
- 第三节 旅游主体审美文化 (34)

(34)



第3章 旅游客体文化(上)

- 第一节 山水文化 (48)
- 第二节 建筑文化 (60)
- 第三节 园林文化 (72)

(72)



第4章 旅游客体文化(下)

- 第一节 宗教文化 (86)
- 第二节 民俗文化 (100)

(100)



第5章 旅游休闲文化

第一节 休闲文化概述	(118)
第二节 中国古代休闲文化	(126)
第三节 中国现代休闲文化	(132)
第四节 西方休闲文化	(139)



第6章 旅游企业文化

第一节 旅游企业文化的内涵和功能	(144)
第二节 旅游企业文化的构建	(155)
第三节 旅游饭店企业文化	(165)
第四节 旅行社企业文化	(171)
第五节 旅游交通企业文化	(178)



第7章 旅游制度文化

第一节 旅游行业标准	(185)
第二节 旅游管理模式	(197)
第三节 旅游法律规章	(216)



第8章 旅游生态文化

第一节 民族文化与地域文化的生态特征	(226)
第二节 文化生态位和生态文化区域	(234)
第三节 生态文化的旅游开放和开发	(246)
第四节 生态文化旅游资源的保护和永续利用	(254)
参考文献	(258)
后 记	(261)

第1章

旅游文化学概论

 教学目的

- 掌握旅游文化的概念、结构、特征和功能
- 熟悉旅游文化学的研究对象、方法和意义
- 了解我国旅游文化的研究历程

第一节 旅游文化的概念、结构、特征和功能

一、旅游文化的概念

旅游文化学是一门新兴的综合性的边缘学科。它既是旅游管理学科的一门分支学科，又是文化学的一门分支学科。因而，要弄清楚旅游文化的概念，必须首先弄清楚文化的概念。

(一) 文化的概念

1. 文化一词的来源

在中国，“文化”一词由来已久。汉刘向《说苑·指武篇》上说：“圣人之治天下也，先文德而后武力。凡武之兴，谓不服也，文化不改，然后加诛。”南齐王融《曲水诗序》中写道：“设神理以景仰，敷文化而柔远。”这里说的“文化”均指文德教化，含有修养、教养、德行等涵义，与现在人们所讲的“文化”大相径庭。我们现在所说的“文化”一词是舶来品，是从日本转译而来的，相当于英语的 Culture 和德语的 Kultur，它们均源于拉丁语 Cultura。其原意为耕种、栽培、教育、教养、修养、祭拜等意，后引申为物质生产和精神创造等意，与现在

所说的“文化”基本接近（刘守华等，1992年）。

2. 文化的定义

“文化”一词虽然和我们朝夕相伴，是我们最为熟悉的词语之一，但要给“文化”下一个定义，却极其困难。据美国人类学家克鲁伯和克鲁克洪在《文化的概念》一书中统计，从1871年到1951年80年间，“文化”的定义多达164种；据法国人类学家摩尔统计，“文化”的定义多达250多种。因此，要给“文化”下一个准确的公认的定义很不容易。

最早给“文化”下定义的是英国人类学家泰勒。他在1871年出版的《原始文化》一书中说：“文化或文明，就其广泛的民族学意义来说，乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂整体。”这一定义强调了“文化”的核心——精神层面对后世产生的深远的影响（庄锡昌等，1987年）。苏联人对“文化”的定义进行了广泛的讨论，认为“文化是社会和人在历史上一定发展水平的标志，它表现为人们进行生活和活动的种种类型和形式，以及人们所创造的物质和精神财富……”（《苏联大百科全书》，1973年）。这个定义对我国的影响较大。我国著名学者刘守华等认为：“人类为求生存发展，结成一定社会关系，进行种种有社会意义的创造活动。这些活动方式、活动过程及其成果的整合，就是文化。”

本书认为，文化是人类创造一切物质成果和精神成果的过程和结果的总和。

（二）旅游文化的概念

同“文化”一样，“旅游文化”一词也是舶来品。最早出现在美国学者罗伯特·麦金托和夏希肯特·格波特合著的《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中，而我国最早使用“旅游文化”这个概念是在1984年出版的《中国大百科全书·人文地理卷》中。由于人们对文化的理解众说纷纭，因而对旅游文化的理解也见仁见智。

1. 旅游+文化论

陈辽（1987年）认为，“旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游有关的物质财富和精神财富的总和。”这是人们最初的也是最简单的对旅游文化的理解。这种理解是将旅游与文化简单叠加，忽视了旅游文化内在的质的规定性，过于简单宽泛是其缺陷。

2. 民族文化论

受《中国大百科全书·人文地理卷》的影响，喻学才（1987年）认为，“所



谓旅游文化，指的是某个民族或某个国家在世世代代的旅游实践过程中所体现出来的本民族或本国家文化。它包括只有这个民族、这个国家独有的哲学观念、审美习惯、风俗人情等文化形态。或者说，旅游文化，就是一个民族的共同的文化传统在旅游过程中的特殊表现。”这种观点过分强调旅游文化的民族性，而忽视了旅游文化的共同性，过于狭窄是其缺陷。

3. 主体论与客体论

周谦等（1990年）认为，“旅游文化是指与自然风光、古迹遗址有关的历史掌故、民俗文化、文学艺术、传统故事及百科知识等。”而冯乃康、窦石等（1991年）认为，旅游文化是“旅游者或旅游服务者在旅游观赏或旅游服务过程中所反映出来的观念形态及其外在表现”。前者从旅游客体的角度来阐述旅游文化的概念，我们称之为客体论；后者从旅游主体的角度来阐述旅游文化的概念，我们称之为主体论。这两种观点各有所长，但又各有偏颇。

4. 碰撞论

经过多年的探索，在1991年“首届中国旅游文化学术研讨会”上形成了为多数学者首肯的“碰撞论”，即“旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体相互作用所产生的物质和精神成果”。马波在《现代旅游文化学》、沈祖祥在《旅游文化概论》等书中对“碰撞论”进行了全面的阐释和完善。碰撞论比较科学地阐述了旅游文化的形成过程，但忽视了旅游各要素固有的旅游文化属性，因而这种解释并不全面。

5. 本书的观点

本书认为，“旅游文化”和“文化”一样既是一个过程，又是一种结果，既要强调其动态的相互作用，又不能忽视其静态的客观存在，为此，本书表述为：旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体内在的及其相互作用所产生的物质成果和精神成果的总和。

二、旅游文化的结构

要解读旅游文化的结构，必须首先解读文化的结构。

（一）文化的结构

由于人们对文化的认识千差万别，因而对文化结构的认识也各有不同，有的学者主张“二分法”，即“政治制度和经济体制是其表层结构，哲学思维和文化

价值是其深层结构”(封祖盛等,1987年)。有的学者主张“三分法”,即“文化的物质层面,是最表层的;而审美趣味、价值观念、道德规范、宗教信仰、思维方式等,属于最深层;介于两者之间的是种种制度和理论体系”(庞朴,1987年)。有的学者主张“四分法”,即“文化变迁可以分为很多层:首先是物质层次,其次是制度层次,再其次是风俗习惯层次,最后是思想与价值层次”(余尧时,1987年)。有的学者主张“五分法”,即“中国的传说思想文化结构,由世界模式、习惯心理、思维方式、情感方式和价值尺度等五个部分构成”(王建武,1986年)。而刘守华等(1992年)认为,文化结构由物质文化、制度文化、行为文化和精神文化构成,其中物质文化处于文化结构的表层,制度文化和行为文化处于文化结构的中层,精神文化潜沉于文化结构的里层。本书赞同刘守华等人的观点。

1. 物质文化

是人类物质生产活动方式和产品的总和,是可触知的具有物质实体的文化事物,是构成文化的基础,反映了人与自然的物质变换关系。

2. 制度文化

是人类在社会实践中组建的各种行为规范、准则及各种组成形式的总和,包括政治、经济、文化、教育、军事、法律、婚姻等制度和实施制度的各种具有物质载体的机构设施以及个体对社会事物的参与形式、反映在各种制度中的人的主观心态等,是文化结构中最具权威的因素,规定了文化的性质,反映了人与人的关系,具有强制性特点。

3. 行为文化

是人类社会实践中以约定俗成的方式构成的行为规范的总和,与制度文化相比,行为文化是一种无形的、非物质的、自律的和不带任何强制性的内在良知的制约因素。

4. 精神文化

是人类在社会实践和意识活动中长期教化出来的价值观念、思维方式、道德情操、审美趣味、宗教情感、民族情结等文化因素的总和,是文化结构的核心部分,是人与自身关系的反映(刘守华等,1992年)。

(二) 旅游文化的结构

对旅游文化结构的认识,学术界尚无一致意见。有些学者认为可以直接套用

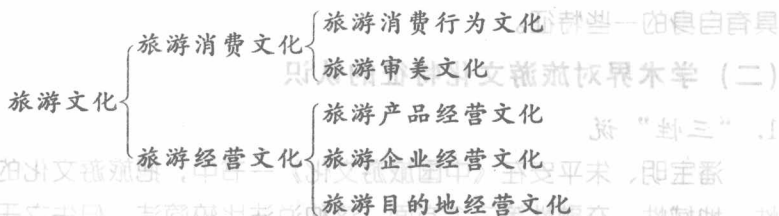
文化结构,即旅游文化由旅游物质文化、旅游制度文化、旅游行为文化和旅游精神文化构成,这种方式失之简单;也有的则按照地域将旅游文化分成齐鲁旅游文化、三晋旅游文化、关陇旅游文化、吴越旅游文化、荆楚旅游文化、巴蜀旅游文化和岭南旅游文化等,这种方式失之零碎。目前学术界较有影响的是卢云亭先生的三要素结构论和马波先生的主体结构论。

1. 三要素结构论

卢云亭先生在《旅游文化学及其系统结构分析》一文中将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,这种结构方式在沈祖祥的《旅游文化概论》一书中得到全面的阐释和发挥。该书认为:以旅游的主体、客体和介体作为旅游文化三大块领域的标志,清晰明确,简便易行。旅游介体,一边连着旅游主体,一边连着旅游客体,从而使旅游文化成为一个有机的统一体。而且,从旅游的文化属性分析,文化是旅游的出发点和归宿点,是旅游景观吸引力的源泉,是旅游介体的灵魂,因此,把旅游文化划分为主体文化、客体文化和介体文化符合同一层面、同一标准的要求(沈祖祥等,2001年)。

2. 主体结构论

马波先生通过对旅游文化构成体系的分析,认为分析旅游文化的结构应该着重考虑旅游文化的两个主体和旅游交换的过程,即将旅游文化分为旅游消费文化和旅游经营文化两大块,用图表示如下:

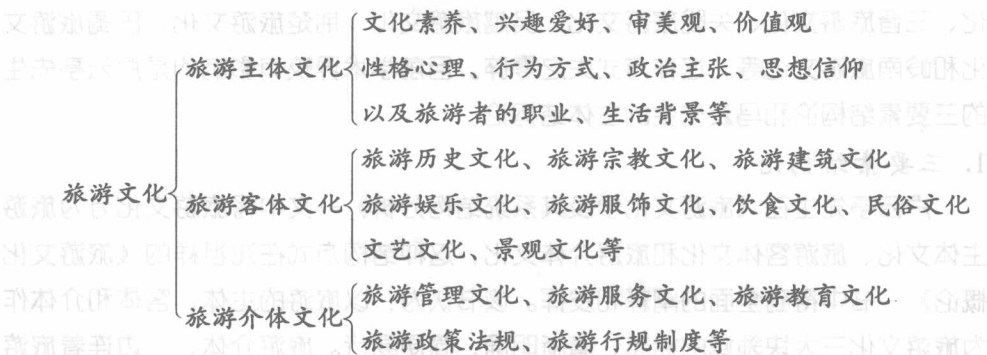


3. 四分法

吴莉淳在《旅游文化的类型与特征分析》一文中提出,旅游文化除包括旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化外,还存在一种独立的旅游文化类型——旅游环境文化。所谓旅游环境文化,“是指旅游出发地和目的地的社会环境与文化背景,以及出发地和目的地两者之间相互交流和彼此影响所产生的复杂的文化联系和状态,它包括旅游出发地社会环境对旅游者的影响;旅游者对旅游目的地的影响;旅游目的地社会环境对旅游者的影响;旅游出发地社会环境文化与目的地的社会环境文化之间的相互影响”(吴莉淳,2002年;王芳、周秉根,2004年)。

4. 本书的观点

本书赞同卢云亭先生的观点，用图表示如下：



三、旅游文化的特征

(一) 文化的特征

要了解旅游文化的特征，必须首先了解文化的特征。根据刘守华（1992年）等专家的研究，文化具有超自然性，超个体性，贯通时空的普遍性、永恒性和具体形态的民族性、阶级性、时代性以及传承性和变异性等特征。旅游文化作为文化的一个分支学科，无疑也具有文化的上述特征；但同时作为旅游分支学科，又具有自身的一些特征。

(二) 学术界对旅游文化特征的认识

1. “三性”说

潘宝明、朱平安在《中国旅游文化》一书中，把旅游文化的特征归纳为承袭性、地域性、交融性等三个方面，这种说法比较简洁，但失之于简单。

2. “四性”说

马波先生在《现代旅游文化学》一书中，把旅游文化的特征归纳为地域性、民族性、时代性、承袭性和变异性等四个方面，这种说法比“三性”说更具体、更完善。

3. “五性”说

宋采义、程逐营、宋若涛在主编的《中国旅游文化》一书中，把旅游文化的特征归纳为综合性、传承性、地域性、民族性和新奇性等五个方面，这种说法有创新之处，但不是很妥当。



4. “八性”说

沈祖祥在其主编的《旅游文化概论》一书中,把旅游文化的特征归纳为延续性、多样性、地域性、民族性、实用性、宗法性、封闭性和伦理性等八个方面。此说除了全面介绍旅游文化的一般特征外,还全面阐述了中国旅游文化独有的三个特征。此说的优点是全面深刻,缺点是过于纷繁芜杂。

(三) 本书的见解

本书认为旅游文化事象纷繁、特征多样,是稳定性与变异性的统一;民族性与地域性的统一;开放性与封闭性的统一;显性与隐性的统一;多样性与单一性的统一;群体性与个体性的统一。

1. 稳定性与变异性的统一

旅游文化和文化一样,一旦形成就会在特定的人群中代代相传、代代沿袭。为了生存繁衍,老一代总是把自己积累的生产、生活知识与技能传授给新一代。新一代则要在接受学校教育、家庭教育和社会教育的过程中,不仅从前辈那里继承有形的物质成就,还承袭了传统的价值观念、思维习惯、情感形态和行为规范,经过耳濡目染、潜移默化的内化过程将其积淀于显意识和潜意识底层,文化由此得以保存下来。文化的这种承袭性使文化具有了一定的稳定性(马波,2001年)。

文化除了稳定性的特征外,同时还具有变异性的特征。这是因为人类是一个不断创造、不断发明的群体。他们在继承前辈物质成果和精神成果的基础上,还将进行新的创造和发明,通过不断的累积和沉淀形成新的文化。同时,文化与文化之间的相互碰撞交流,也会打破旧的文化传统,形成新的文化类型。正是文化的承袭性和变异性的统一,文化才得以不断发展、不断进步,旅游文化在这一点上与文化的这一特征完全一致。

2. 民族性与地域性的统一

每个民族都有自己独特的旅游文化特征。如汉民族喜欢喝米酒、喝高度酒,而日尔曼民族则喜欢喝葡萄酒、喝低度酒;中国人喜欢喝绿茶,而英国人则喜欢喝红茶;土家族人喜欢住转角楼,而藏族人则喜欢住碉楼。不同的民族具有不同的旅游文化传统,旅游文化具有全方位的民族性特征。

旅游文化除了具有民族性特征外,同时还具有地域性特征。这种地域性特征表现在两个方面:一是同一地域的不同民族具有某些相同的特征。如同属于武陵山区的土家族人、苗族人和侗族人都喜欢建吊脚楼、住吊脚楼,喜欢吃辣喝辣,

喜欢炕腊肉、喝高度酒。二是不同地域的同一民族具有某些不同的旅游文化特征。如东北汉人喜欢睡炕，陕北汉人喜欢住窑洞，南方汉人喜欢住人字坡木屋。旅游文化的这种民族性与地域性相统一的特征，铸造了旅游文化异彩纷呈、多姿多彩的特点。

3. 开放性与封闭性的统一

总体而言，旅游文化具有开放性的一面。在它的交流发展过程中，不断吸收、融合新的文化，从而不断充实、完善自己。旅游文化的这种开放性特征还表现在它对其他文化的影响方面。如中国文化一方面吸收了印度文化和伊斯兰文化的某些精华，另一方面中国的儒道文化对日本、韩国的文化曾产生过深远的影响。

旅游文化也与文化一样，具有封闭性的一面。某种文化一旦形成就会具有其特定的质的东西。这种特质具有排他性和封闭性，很难受到外来文化的影响或被外来文化所融化。如中华民族的忠孝节义观念、大和民族的武士道精神、日尔曼民族的冒险精神就很难被同化，被融化。旅游文化的这种开放性与封闭性相统一的特征，使旅游文化既能相对稳定又能不断发展。

4. 显性与隐性的统一

旅游文化的显性是指其外在显现的客观性。旅游园林、建筑、服饰、饮食等物质文化是显性特征的具体体现；旅游文化的隐性特征是指其内在的隐蔽性特征，如宗教、艺术、民俗、价值观念、行为规范、思维习惯等精神文化则是旅游文化隐性特征的鲜明表现。

5. 多样性与单一性的统一

世界是丰富多彩的，旅游文化也是丰富多彩的。全世界有 200 多个国家，就有 200 多种旅游文化，有 500 多个民族就有 500 多种旅游文化，这是从宏观上来说的；从微观上看，每一个国家还有旅游亚文化，每一个民族也有旅游亚文化，细分下去，每一种亚文化下面也许还有亚文化，如此看来，旅游文化的确是极其多样的。从另一个角度来看，旅游文化也具有单一性，如犹太文化则是一种单一的商业文化，吉普赛文化则是一种单一的流浪文化。

6. 群体性与个体性的统一

旅游文化是某一群体集体智慧的结晶，是某一群体在历史长河中的旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化的总和。同时，群体是由个体构成的，没有个体也就无所谓群体，因此，我们不能忽视个体在旅游文化创造中的地位。如果没有孔子和孟子，就没有中国文化的儒家文化特征；没有苏格拉底和亚里斯多



德，就没有古希腊文化的思辩特征。

四、旅游文化的功能

(一) 学术界对文化和旅游文化功能的认识

1. 文化的功能

认识文化的功能有助于我们更加全面而深刻地认识旅游文化的功能。刘守华等在《文化学导论》中，将文化的功能归纳为：满足需要的功能；认知的功能；规范的功能；凝聚的功能。

2. 旅游文化的功能

目前，学术界对旅游文化功能的研究还不是很多，主要有马波的六功能说和金永员的四功能说。

马波认为，旅游文化具有满足人类基本需求的功能：记录、储存、传播功能；认知、助知功能；教化、培育功能；凝聚功能和调节、控制功能。

金永员认为，旅游文化具有弘扬民族精神、增强民族凝聚力、推动经济发展、促进对外文化交流与保护等功能。

(二) 本书对旅游文化功能的认识

本书认为，旅游文化具有十大功能：保存功能、认知功能、教化功能、启智功能、愉悦功能、凝聚功能、交流功能、经济功能、审美功能、规范功能。

1. 保存功能

旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游介体创造的物质文化和精神文化成果的总和，是对各种旅游文化事象的记录和储存，是各种旅游文化成果的凝聚和沉淀，记录和保存的方式各种各样，主要以物化形式和符号形式为主。如长城、天安门、故宫、苏州园林、凤凰古城是物化形式保存的旅游文化。而思维方式、价值观念、情感模式和行为规范等则是以文字符号或音节符号的形式保存的旅游文化。

2. 认知功能

人类的发展是一个承上启下的过程，人类的文明进步是一个渐进的过程。没有昨天的积累，就没有今天的发展。旅游文化作为人类物质文化和精神文化的一部分，无疑具有极其重要的了解和认知功能。通过土家族的茅谷斯舞，我们可以了解远古时期土家人的生产生活方式；通过苗族的盘瓠崇拜，我们可以看出人类与动物同宗同源的朴素观念；通过蒙古族的帐篷，我们可以了解到北方游牧文化