



旅游文化

● 主编 陈艳珍 张新凤 赵德辉

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

旅游文化

主 编 陈艳珍 张新风 赵德辉
副主编 王 薇 章 杨 于庆霞
佟安娜 尹志欣

 **北京理工大学出版社**

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书依据旅游管理及相关专业的教学指导方案及培养目标,以“理论实际一体化”和“仿真教学”为指导,以旅游客体文化为基础介绍了旅游和旅游文化、历史、建筑、园林、宗教、自然景观、民俗、饮食、文学艺术等方面知识。本书在内容上突出实用性、可读性和创新性;在编排体例上设置旅游情景、学生分析与决策、知识研修、知识拓展、学生讲坛、项目小结、同步测试、延伸阅读等模块,体现了本书的知识性、科学性、丰富性、趣味性和新颖性。

本书可作为旅游管理或相关专业培养应用型、技能型人才的教学用书,也可作为社会从业人员及广大文化爱好者的业务参考用书及培训用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化 / 陈艳珍, 张新风, 赵德辉主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2017. 1
ISBN 978 - 7 - 5682 - 3450 - 4

I. ①旅… II. ①陈… ②张… ③赵… III. ①旅游文化 IV. ①F590 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 303781 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市华骏印务包装有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 13

字 数 / 306 千字

版 次 / 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 45.00 元

责任编辑 / 周 磊

文案编辑 / 赵 磊

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

前 言

本书依据旅游管理及相关专业的教学指导方案及培养目标，以“理论实际一体化”和“仿真教学”为指导，围绕旅游职业岗位知识、能力、素质的需求，以人文素养和职业能力培养为核心，以旅游客体文化为基础，设置旅游和旅游文化、旅游历史文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游宗教文化、自然景观文化、旅游民俗文化、旅游饮食文化、旅游文学艺术等九个学习项目，使学生了解广博的历史、建筑、园林、宗教、自然景观、民俗、饮食、文学艺术等旅游文化知识，培养学生良好的职业道德，提高学生的文化内涵和人文素养，为学生的终身发展奠定坚实的文化基础。

本书的编写以职业能力培养为主线，注重教学与实践一体化和仿真教学，教材以项目为导向，设计了旅游情景、学生分析与决策、知识研修、知识拓展、学生讲坛、项目小结、同步测试、延伸阅读等模块，结构上体现职业—技能导向，方法上突出以学生中心，做到教、学、做合一，化文化为素养，化知识为行动，实现知识传授、素质养成、能力培养一体化。

本书由陈艳珍、张新风、赵德辉任主编，王薇、章杨、于庆霞、佟安娜、尹志欣任副主编，具体分工如下：项目一、项目五由陈艳珍、佟安娜编写，项目二、项目六由张新风编写，项目三、项目九由赵德辉编写，项目四、项目八由王薇、于庆霞编写，项目七由章杨编写，尹志欣参加部分项目的编写。全书由陈艳珍统稿，并进行修改、补充和审阅。

本书在编写过程中参考了大量旅游文化方面的书籍和网上资料，在此向所有被引用书籍和资料的作者表示最诚挚的谢意！

由于本书编者的经验和水平有限，书中不足之处在所难免，敬请专家与读者批评指正。

目 录

项目一 旅游和旅游文化	1
专题一 认识旅游	2
一、旅游活动的产生与发展	2
二、旅游的概念与特征	2
三、旅游与文化的关系	3
专题二 认识旅游文化	4
一、旅游文化的产生与发展	4
二、旅游文化的概念与特征	6
三、旅游文化的内容和构成	7
四、旅游文化与旅游业	8
项目二 旅游历史文化	11
专题一 中国历史文化概述	12
一、中国历史发展的基本脉络	12
二、中国历史文化的基本精神	17
专题二 历代官制科举	18
一、历代中央、地方官制	18
二、古代科举制度	22
专题三 中国古代称谓	24
一、古代姓氏渊源	24
二、古代人的名、字、号	26
三、帝王官僚及皇亲的特殊称谓	27
专题四 中国古代思想文化及科技文化	29
一、古代思想文化	29
二、科学技术文化	34
专题五 旅游历史文化传媒	38
一、中国民族语言	38

2 旅游文化

二、中国民族文字	39
三、中国文房四宝	41
四、中国古籍文献	41
项目三 旅游建筑文化	45
专题一 中国古代建筑概述	46
一、中国古代建筑的发展历程	46
二、中国古代建筑的主要特点	47
三、中国古代建筑的结构	48
专题二 中国古代城市与长城	49
一、中国古代城市	49
二、长城	52
专题三 中国古代宫殿建筑文化	52
一、宫殿建筑文化	52
二、北京故宫	53
专题四 中国古代陵寝文化	53
一、封土的沿革	53
二、陵园的建筑布局	54
三、墓室结构	54
四、中国现存著名的古代陵墓	55
专题五 其他建筑文化	56
一、楼文化	56
二、书院文化	57
三、亭文化	58
四、水利工程	59
项目四 旅游园林文化	62
专题一 中国古典园林概述	63
一、先秦时期——古代园林的雏形	64
二、秦汉时期——古代园林生成时期	64
三、魏晋南北朝时期——自然山水园林形成时期	64
四、唐宋时期——自然山水园林繁荣发展时期	65
五、明清时期——顶峰时期,从自然山水式向写意山水式转变	66
专题二 中国古典园林构园、构景艺术	66
一、构园理念与构景要素	66
二、构景方法	70
专题三 中国古典园林的类型及特征	72
一、古典园林的分类	72
二、古典园林的特征	74
专题四 中国古典园林赏析	76
一、私家园林	76

二、皇家园林·····	79
项目五 旅游宗教文化 ·····	83
专题一 宗教文化概述 ·····	84
一、宗教的产生·····	84
二、世界宗教流派及分布·····	85
三、中国宗教信仰情况及特点·····	85
专题二 佛教旅游文化 ·····	86
一、佛教的起源与发展·····	86
二、佛教的基本理论·····	88
三、佛教的供奉对象·····	88
四、佛教的主要宗教活动·····	90
五、佛教名山古刹·····	90
专题三 道教文化 ·····	94
一、道教的起源与发展·····	94
二、道教的基本理论·····	96
三、道教殿堂和供奉对象·····	97
四、道教的宗教活动·····	98
五、道教名山名观·····	98
专题四 伊斯兰教文化 ·····	100
一、伊斯兰教的起源与发展·····	100
二、伊斯兰教的基本理论·····	101
三、伊斯兰教的常用称谓和主要节日·····	101
四、中国著名的伊斯兰教建筑·····	101
专题五 基督教文化 ·····	102
一、基督教的起源与发展·····	102
二、基督教的基本理论·····	103
三、基督教的信奉对象·····	103
四、基督教的宗教活动·····	103
五、中国基督教教堂·····	104
项目六 自然景观文化 ·····	108
专题一 自然景观文化概述 ·····	109
一、自然景观与文化·····	109
二、自然景观的文化特性·····	109
专题二 地质景观文化 ·····	110
一、中国著名的地质景观·····	110
二、中国著名的地貌景观·····	112
专题三 水体景观文化 ·····	114
一、河流景观文化·····	114
二、湖泊景观文化·····	116

4 旅游文化

三、瀑布景观文化	118
四、泉水景观文化	120
专题四 生物景观文化	121
一、森林景观文化	121
二、草原景观文化	124
专题五 气象气候景观文化	125
一、云雾冰雪景观文化	125
二、光学景观文化	127
项目七 旅游民俗文化	129
专题一 旅游民俗文化概述	130
一、民俗的概念	130
二、民俗的特点	131
三、民俗的构成	131
四、民俗和旅游的关系	132
专题二 民族民俗文化内容	133
一、物质民俗	133
二、社会民俗	133
三、精神民俗	133
专题三 西南地区少数民族民俗文化	133
一、苗族	133
二、藏族	134
三、彝族	135
四、白族	135
五、纳西族	137
六、傣族	137
专题四 西北地区少数民族民俗文化	138
一、回族	138
二、维吾尔族	140
专题五 中南地区少数民族民俗文化	141
一、壮族	141
二、土家族	141
三、黎族	142
专题六 东北地区少数民族民俗文化	143
一、满族	143
二、朝鲜族	144
三、蒙古族	145
项目八 旅游饮食文化	147
专题一 饮食文化概述	148
一、饮食文化的定义	148

二、中国饮食文化的基本内涵	148
三、中国饮食文化的发展过程	149
四、中国饮食文化的旅游吸引力	151
专题二 丰富多彩的食文化	151
一、食文化的成因	151
二、中国食文化的特色	152
三、著名菜系及其名品	153
专题三 博大精深的酒文化	155
一、酒史	155
二、酒俗	156
三、酒文化旅游	157
专题四 源远流长的茶文化	157
一、茶文化在我国的发展历程	157
二、茶文化的功能	159
三、茶文化旅游	159
项目九 旅游文学艺术	162
专题一 中国旅游诗词	163
一、旅游诗词的发展轨迹	163
二、旅游诗词的艺术特征	168
三、名篇选读	169
专题二 中国旅游文学	170
一、旅游诗词	170
二、赋与散文	171
三、旅游楹联	173
专题三 中国主要传统艺术文化	176
一、书法艺术文化	176
二、绘画艺术文化	180
三、雕塑艺术文化	182
四、戏曲艺术文化	185
参考文献	191

旅游和旅游文化

学习目标

知识目标：

1. 了解旅游和旅游文化的产生与发展。
2. 理解旅游文化的内容和构成。
3. 掌握旅游文化的概念和特征。
4. 认识旅游文化在旅游业发展中的地位和作用。

技能目标：

1. 能运用旅游文化的基本理论，理解和阐释旅游文化的含义、内容和特征。
2. 能运用旅游文化知识解决实际问题，为游客提供优质服务。

素质目标：

1. 具有较丰富的旅游文化审美知识，运用旅游文化知识提升学生的文化品位和文化素养。
2. 增强学生的民族自豪感和爱国情怀。
3. 通过合作探究，培养学生的团队合作意识。

旅游情景

建筑为型，文化为魂

杭州宋城旅游景区位于西湖风景区西南，北依五云山、南濒钱塘江，是中国最大的宋文化主题公园。

宋代（公元960—1279年）是中国封建社会发展成熟的朝代，其经济、科技、文化的发展在当时居世界领先地位。宋城就是反映两宋文化内涵的杭州第一个主题公园，它主要分为：《清明上河图》再现区、九龙广场区、宋城广场区、仙山琼阁区、南宋风情苑区等部分。

宋城是两宋文化在西子湖畔的自然融合，它使杭州宋文化旅游得到了定位。宋城旅游景区的建设运用了现实主义、浪漫主义、功能主义相结合的造园手法，源于历史、高于历史，依据宋代杰出画家张择端的《清明上河图》画卷，严格按照宋代营造法式再现了宋代都市

的繁华景象。在景观上创造了一个有层次、有韵味、有节奏、有历史深沉感的游历空间。在中国传统山水园林艺术手法基础上,吸取了西方开朗、飘逸、注重功能的艺术处理手法,使之既有《清明上河图》再现区的古朴、凝重、严谨,九龙广场、城楼广场、宋城广场轴线式大人流的集散功能,又有景观的包容性和冲击力。斗拱飞檐,车水马龙,渗透出一幅浓郁的古宋风情。规模宏大的瀛州飞瀑,营造出一个凝幻似真的传奇氛围,给悠古的宋城注入了一股生命的动感,构成了一幅宋城之水天上来上的奇景。

文化是宋城的灵魂,它在表现自然山水美、园林建筑美、民俗风情美、社会人文美、文化艺术美上做了自己的探索。它模糊了时空概念,缩短了时空距离。宋城是我们对中国古代文化的一种追忆与表述,它应该成为一座寓教于乐的历史之城。

(资料来源:中国新闻网)

学生分析与决策

1. 结合案例,谈谈杭州宋城景区的亮点是什么。
2. 依据现有的知识,谈谈你对旅游和旅游文化的认识和理解。

知识研修

专题一 认识旅游

一、旅游活动的产生与发展

旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物。现代旅游活动是从人类历史上的旅行发展而来的,人类有意识的外出旅行则可以追溯到原始社会末期,是由商品交换引起的。从奴隶社会开始迅速发展,到封建社会时,除经商旅行外,相继出现各种非经济目的旅行活动,如帝王将相的巡游、文人墨客的漫游、宗教信徒的朝圣以及学术考察旅游和航海旅游等。但参加人数较少,路途也比较近,其消遣旅行活动没有普遍的社会意义。

19世纪60年代的产业革命,使人类社会有了一个飞跃的发展,这为人们的外出旅行创造了诸多有利条件。尤其是蒸汽机发明后,出现了火车、轮船等先进的交通工具,从而促使更多的人外出旅游。1841年7月5日,英国人托马斯·库克利用包租火车的方式组织了一次从莱斯特前往洛赫伯勒的团体旅游,去参加一次禁酒大会。这次旅游活动被认为是近代旅游开端的标志。

第二次世界大战后,世界经济迅速发展,人们的收入普遍增加,休假时间也增多,交通工具也不断更新、完善。20世纪50年代中期,喷气式客机开始用于民航,为人们外出旅游尤其是远距离旅游提供了更多的方便,创造了更好的条件。旅游活动得到新发展,出现新局面,人们普遍认为喷气式客机用于民航标志现代旅游的真正开始。

二、旅游的概念与特征

(一) 旅游的概念

对于什么是旅游,从不同的角度和目的出发,一些国际组织和学者曾经给旅游下过多个

定义。1991年6月25日,世界旅游组织(WTO)在加拿大召开“旅游统计国际大会”,对旅游的概念进行了重新定义,并以《国际旅游统计大会建议书》向联合国推荐。1995年,该定义经联合国统计委员会组织专家评审和修订后在全世界推广使用,即“旅游是人们为了特定的目的而离开他们通常的环境,前往某些地方并做短暂停留(不超过一年)的活动,其主要目的不是要从访问地获得任何经济收益”。

(二) 旅游的特征

1. 暂时性特征

旅游是人们一种特殊的短期生活方式,它是发生在旅游者人生中某一时段上的行为。具体地说,旅游活动在时间上的特点是“暂时性”,即要求旅游者在目的地做短暂的停留,世界旅游组织规定时间不超过一年。

2. 异地性特征

旅游活动的发生要以行为主体的空间移动为前提,区别于日常的生活空间,即离开自己的惯常环境。旅游目的地的异地性带给旅游者的是不一样的情怀和感受,具有很大的吸引力。

3. 休闲性特征

旅游是在相对自由或闲暇的时间内进行的自由、随意的综合性体验活动,它是观光、游览、消遣、交流、健身、审美、求知等众多休闲活动的重新组合,呈现显著的休闲性质。

4. 消费性特征

旅游是一种消费活动。首先,旅游者要有足够的可自由支配时间和一定数量的金钱才能实现一次完整的旅游活动。其次,旅游是一种通过旅游者亲身参与从而获得感受的一种社会活动,它要求旅游者亲身体验,跟随全程,必然也会导致对人体力的消耗。

5. 社会性特征

一方面,人类最初的旅游活动只是少数人的个别行为,随着旅游者人数的不断增加和旅游规模的不断扩大,旅游活动逐渐成为一种集体的、社会性的行为,从而引起社会的广泛关注。另一方面,不同条件下的社会文化对旅游主体的旅游需求、旅游介体提供的旅游服务、旅游客体的文化内涵都会产生强烈的影响,使旅游活动体现出鲜明的社会属性。

6. 综合性特征

旅游活动是一种综合性的社会现象。一方面,旅游者的体验内容和体验层次具有综合性。另一方面,旅游活动涉及或影响的范围也具有综合性。

三、旅游与文化的关系

旅游是社会经济与文化发展到一定阶段的产物,旅游既是一种经济活动,也是一种社会文化活动,两者密切联系、相互促进。旅游活动是一种文化的经历和体验,是一种以体验异地他乡文化风情、丰富阅历、满足精神享受为主要目的的,涵盖物质文化和精神文化双重内容的特殊生活。旅游活动是一种移动的、路上的生活,是去感悟今日、追寻往昔、向往明天的别样文化生活。旅游本身就是一种大规模的跨文化交流活动。在这一过程中,旅游者不仅可以欣赏和吸收旅游目的地的文化,同时也可以把自己客源地的文化带到目的地,对目的地的文化产生影响,形成不同文化的融合。

从旅游活动的要素来讲,旅游无不反映旅游主体的文化需要、旅游客体的文化价值、旅

游介体的文化素质。旅游活动有物质上的消费,有精神上的享受。对于旅游介体来说,旅游是一种经济行为,而对于旅游主体来说则是一种文化行为,是一种对美的追求。当然,旅游活动在消费文化的同时,也在创造文化。

文化是旅游者的出发点和归宿点,是旅游活动产生的动机和本质属性;能提升旅游资源的品质,是旅游资源开发的灵魂;是旅游业的依托和持续发展的支撑。旅游是文化发展的重要载体,是文化交流与传播的有效形式,能促进民族文化的保护与发展。

专题二 认识旅游文化

一、旅游文化的产生与发展

旅游文化的发展历程,就是人类物质文明与精神文明的创造过程,也是旅游主体人格的塑造过程。因而,不了解旅游文化的历史演变轨迹,就无法洞察其深厚的底蕴,从而也就无法全面、具体进行旅游活动的文化审视。

从时间发展上来看,旅游文化先后经历了三个发展阶段:一是19世纪之前的古代旅游文化;二是19世纪至第二次世界大战前的近代旅游文化;三是第二次世界大战后产生的现代旅游文化。

(一) 古代旅游文化

古代旅游文化内涵深邃而广博。孔子曰:“知者乐水,仁者乐山。”老子云:“譬道之在天下,犹川谷之于江海。”佛家云:“青青翠竹皆是法身,郁郁黄花无非般若。”儒道释三家都在自然山水中投射和寄托了自己的文化理想。中国的风景名胜大多积淀着历朝历代的文化传统:“山以贤称,境缘人胜”;“山水籍文章以显,文章亦凭山水传”。兰亭遇王羲之,永州山水遇柳宗元,黄州赤壁遇苏轼,岳阳楼遇范仲淹,滕王阁遇王勃,才成为声名赫赫、使游客流连忘返的旅游胜地。而《兰亭集序》《永州八记》《赤壁赋》《岳阳楼记》《滕王阁序》等千古名篇,则是使这些景观具有鲜明特色的和竞争垄断性的重要因素所在。

古代旅游文化活动的丰富,与中国古代旅游主体的多样性、多层次性有关。在古代,受交通条件的限制和传统思想观念的影响,观光式的旅游活动并不多见,而带有政治、军事、外交、宗教和学术考察性质的旅行活动却较为常见。帝王巡游、高僧云游、文人漫游、使节出访、航海旅行、百姓节庆出游等,成为古代旅行的常见形式。这些旅游活动不仅丰富了古代旅游文化的内涵,增添了旅游文化的魅力,而且促进了人与自然、社会的交往联系,丰富了精神创造的审美和情感维度。

1. 帝王巡游

帝王巡游是集视察官吏、暗访民情、观赏风景于一体的职务旅行活动。我国最早有记载的帝王旅行家是西周的周穆王。《左传》记载:“穆王欲肆其心,周行天下,将皆必有车辙马迹。”在《史记·五帝本纪》中还有关于黄帝、颛顼、虞舜、夏禹的巡猎传说的记载。史书中记载的还有秦始皇五次出游;汉武帝巡游全国名山;隋炀帝乘坐龙舟沿京杭大运河南下江都,北至涿郡;清朝乾隆皇帝下江南等。帝王所到之处给后世留下大量的史话和古迹,流传到今天成为宝贵的旅游资源。

2. 高僧云游

古代以求法、朝觐为目的的宗教活动颇为盛行。由于佛教宗派庞杂,教义分歧,为探明

教理,解决争端,僧人纷纷西行求取真经。东晋法显出游到达天竺(今印度),把旅途见闻写成《佛国记》,此书成为世界上最古老的游记;唐代僧人旅行家玄奘曾到今印度一带讲经求佛,回国后写成了《大唐西域记》,记述了游历的138国的风土人情、地理文化等情况;唐代僧人鉴真六渡日本传佛出游等。

3. 文人漫游

古代的文人学者、隐士大夫,包括一些思想家、文学家、地理学家、旅行家为了探寻某方面的学术文化和实现人生志向,通过寻访游历、寄情于山水来实现对人生目标的追求,这些文人在漫游过程中所创造的水墨画、山水诗及散文游记,丰富了我国的文艺宝库。

西汉历史学家司马迁足迹遍布西汉版图疆域,撰写了名著《史记》;唐宋时期漫游文人的游记甚多,苏轼的《石钟山记》、柳宗元的《小石潭记》、欧阳修的《醉翁亭记》等都是著名的游记;学术考察旅游著作有北魏郦道元的《水经注》,明朝医学家李时珍的《本草纲目》;明代旅行家徐霞客遍游全国名山大川,考察16个省区,著有《徐霞客游记》,他被世人称为“千古奇人”,他的书则被称为“千古奇书”;明清时期顾炎武遍游华北、西北,考察达20年,写成《天下郡国利病书》和《肇域志》两部地理名著。

4. 使节出访

春秋时外交游说活动很频繁。汉武帝时张骞两次出使西域,到达今伊朗、印度一带,了解了西域风俗、山川、地理等,促进了中外商业交流,开辟了著名的“丝绸之路”。以后历代随经济、交通的发展,商务、外交旅游日渐增多。

5. 航海旅行

秦汉时期,我国与日本、朝鲜、越南和印度就有海上往来。东汉末年,康泰和朱应就从海路出使过南洋各国,撰写了《扶南传》(已失传),记述了南洋景物。明代郑和七次下西洋,历经30个国家和地区,他亲自绘制的《郑和航海图》,成为我国第一部海洋地理图册,郑和也因此成为我国历史上涉程最远、历时最长的航海家。旅行记有郑和的随员马欢著的《瀛涯胜览》、费信著的《星槎胜览》和巩珍著的《西洋番国志》等。

6. 百姓节庆出游

据史书记载,殷商西周时就有民间出游活动,主要是观社、观猎、观乐、观祭祀等。后来,各代民间旅游观光规模不断扩大。作为农业国家,中国古代游乐活动的时间安排大多与气候节庆有关,如春节团圆、元宵灯会、清明游春、中秋赏月和重阳登高等,游乐主题以古代农业社会敬重神道、祈求丰年、追求“人和”为特点。

(二) 近代旅游文化

鸦片战争以后,中国步入近代社会,旅游方面的变化特别明显。这一时期,文官仕游、商业旅游有了新的发展,革命旅游也随之兴起,且休闲性旅游萎缩而劳作性旅游高扬,商业旅游、革命旅游的冒险性与探索性进一步改变了传统旅游的“稳健内敛”之风。

西方列强的入侵打乱了封建社会的秩序,使之沦为半殖民地半封建社会。隋唐以来的文官仕游在传统形式上又有了新的发展。清政府在列强的侵略下认识到学习西方的重要性,开始派官员出国考察以图改革,同时派留学生前往欧洲学习各类科学技术,力图振兴。

由于外国资本的侵入以及中国自发的洋务运动的兴起,中国自给自足的自然经济瓦解,商业经济的因素注入中国传统经济,商业旅游有了突破性发展,上海、广州、天津、青岛等重要商业都市开始崛起。

进入近代社会以来，封建礼教在西方文化的冲击下风雨飘摇，而修身、齐家、治国、平天下的人生理想在乱世为人们所尊崇并身体力行，进而引发了以孙中山、黄兴、李大钊、瞿秋白、周恩来、邓小平等为代表的革命先驱者外游各国寻救国之途，内游各地宣传并组织革命，这一切催生了独具特色的革命旅游。

（三）现代旅游文化

新中国成立后，中国的旅游活动因安定团结的社会环境而得以恢复和发展。首先是劳作性旅游的恢复。在计划经济体制下，社会生产被分割而局限于一地，广大民众极少旅游。但是一些公务人员在计划体制的配置下游历各地进行考察，形成了庞大的劳作性旅游。其次是休闲性旅游的恢复。由于国力的逐渐强盛，各地建立大量的旅游园区、疗养院，设立旅游局等行政部门专业旅游开发与管理。

改革开放后，中国旅游进入发展期，即大众性商业旅游蓬勃发展。对外开放的国策一方面把大众性商业旅游推向世界，另一方面带来了方兴为艾的留学大潮。中国学子以民族昌盛为己任，辞亲别友，漂洋过海，学习国外先进的科学技术，成为当代中国最动人的乐章，从而使劳作性旅游从以公务人员的仕游为主转向以大众的商业、求学旅游为主。

这个时期的旅游文化内涵有了质的发展，劳作性旅游充满了不确定性，体现的不再是传统的观物修身、稳健内敛，而是求真逐利，探索冒险；休闲性旅游则旨在骋怀放情，以利身心之愉。

二、旅游文化的概念与特征

（一）旅游文化的概念

旅游文化是一个较广义的概念。一般认为，旅游文化应当包含“旅游”和“文化”两个领域，以及由其按不同方式组合的边缘领域。“旅游文化”一词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。20世纪80年代以来，我国学者开始重视旅游文化的研究，1984年出版的《中国大百科全书·人文地理学》首次将“旅游文化”作为专业词条收入该书。目前我国关于旅游文化的定义主要有以下3种：

- （1）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。
- （2）旅游文化指的是旅游主体和旅游客体之间各种关系的总和。
- （3）旅游文化是旅游主体、旅游客体、旅游介体相互作用所产生的物质和精神成果，旅游三要素中任何一项都不能单独构成或形成旅游文化。

（二）旅游文化的特征

1. 地域性特征

旅游文化的地域性特征主要是指文化的地域差异性。它的形成主要有两种因素：自然环境和社会环境。在我国古代就有“五里不同风，十里不同俗”的说法。在不同自然条件下，人们生活的结构、范围和对象等方面都会有所不同，以至形成带有强烈地域特点的文化形式。形成这种地域性文化的社会环境的因素之一就是民族环境，民族分布的地域性又是文化地域性形成的原因之一。正是这种文化的地域性、民族性构成了旅游资源的魅力，从而促进了国际旅游的发展。

2. 民族性特征

世界上有许许多多的民族，它们都有自己的文化传统，正是这种独特的文化传统，使一个民族与其他民族区别开来。每个民族都生活在特定的环境中，不同的环境造就了不同的生产、生活方式，形成了不同的语言、文字、艺术、道德、风俗习惯，构成了不同的民族文化。

3. 承袭性特征

旅游文化的承袭性特征，即文化的继承性。一种文化一旦形成，便会在特定的群体中代代相传。人们从前人那里不仅继承了有形的物质遗产，还承袭了传统的价值观念、思维习惯、情感模式和行为规范。文化的承袭性使文化具有相当的稳定性，文化经过潜移默化的内化过程，沉淀于显意识和潜意识底层，由此得以保存流传下来，从而积累了深厚的历史文化资源。

4. 交融性特征

旅游文化的交融性特征是指不同文化系统之间的冲突、交流和融合。历史上，中原定居农业文化与北方游牧民族文化的交融不断发生。汉、唐、明是中原地区与西域及边远地区文化交流的繁荣时期，尤以唐朝为盛。唐朝时的绘画、歌舞、服饰、器具大多带有西域文化的风尚。少数民族乐器传入内地，并且沿用至今。唐时胡舞龟兹曲风靡长安，形成了“洛阳家家学胡乐”的情景。

中国文化不仅在内部各族之间的相互融汇、相互渗透中得到发展，而且在与外部世界的接触中，先后受到了中亚游牧文化、波斯文化、印度佛教文化、阿拉伯文化以及欧洲文化的影响。文化交流促进了洲际、国际、族际的文化认知，并以此为基础进行新的文化创造，使整个文化机体保持旺盛的生命力，同时还给后人留下数量巨大、价值极高的文化遗存。

三、旅游文化的内容和构成

(一) 旅游文化的内容

旅游文化的内涵十分丰富，外延也相当宽泛。从结构体系来说，旅游文化包括最外层的物质文化，如建筑、园林、器物、工具、饮食、服饰等，这些都是有形的，是能被人的感知器官感受到的物质形态。

旅游文化的中间层次包括制度文化和行为文化两个方面。旅游制度文化是旅游者和旅游经营者处理个人与他人、个体与群体之间关系的产物。它包括旅游活动参与者应遵守的法律、规章以及职业道德等约束机制，是旅游行为的定型化、程序化、道德化，主要由政府、集团、机构等运用手段制定和实施。旅游行为文化则主要是指旅游者和旅游经营者在旅游活动中约定俗成的习惯定式行为，如礼俗、礼仪、民风、民俗、行为举止和服务方式等。它实际上是旅游者或旅游经营者个体的自发行为，是其内在的价值观念、审美情趣、思维方式等因素在其行动中的表现。

旅游文化的核心层是精神文化或称为心态文化。它是旅游活动参与者的心态文化及其在观念形态上的表现，包括社会心理和社会意识形态，由价值观念、审美追求、道德情感、思维方式等因素构成。

物质文化、制度文化、行为文化、精神文化这四者之间的关系是由客体到主体紧密相

连，不可或缺的关系。物质文化是旅游文化的外在显现或外在的物化，能够直接为人所感知，但也容易被人模仿和创造。精神文化是旅游文化的核心，必须有意识地外化于物态，才能为人所感知，为人所了解，从而使自己的观念、追求、情趣、情感等引起他人的共鸣。因此，物态文化和精神文化互为表里地统一于整个旅游活动中。而制度文化和行为文化则是由物态到心态的中间性过渡环节，具有承上启下的不可替代的作用。制度文化是保证服务质量，提高旅游层次，促进旅游业健康发展的必不可少的因素，具有保证方向和指南的意义。而行为文化对于提高旅游业的经营管理水平、保证服务质量、增强竞争力等方面也是不可缺少的。

（二）旅游文化的构成

旅游文化既涉及历史、地理、民族宗教、饮食服务、园林建筑、民俗娱乐与自然景观等旅游客体文化领域，又涉及旅游者自身文化素质、兴趣爱好、行为方式、思想信仰等旅游主体文化领域，更涉及旅游业的服务文化、商品文化、管理文化、导游文化、政策法规等旅游介体文化。因此，旅游文化的构成具有三方面的内容，即旅游主体、旅游客体、旅游介体。

1. 旅游主体文化

旅游主体文化，即旅游者文化。它包括旅游者的旅游审美体验、旅游求知体验、旅游交往体验、旅游情感体验。这些体验文化是旅游者在旅游活动中创造的，属于旅游主体文化。

2. 旅游客体文化

旅游客体文化，即旅游资源文化。学术界按旅游资源的成因或属性分类，将旅游资源分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类型。前者是指由地貌、水体、气候、动植物等自然地理要素所构成的、吸引人们前往进行旅游活动的天然景观，具有明显的天赋性质；后者内容广泛、类型多样，包括各种历史古迹、古今建筑、民族风俗、饮食服饰、文学艺术等，是人类活动的艺术结晶和文化成就。

3. 旅游介体文化

旅游介体文化，即旅游业文化。旅游业有广义和狭义之分。广义旅游业是指与旅游有关的一切企业、事业、行政部门；狭义旅游业仅指其中的旅游企业。旅游业活动包括对内管理活动和对外服务、开发、宣传、调控等活动，由此形成对内的管理文化和对外的旅游服务文化、景观开发文化、旅游宣传文化、旅游规范文化等文化现象。旅游业对外服务、开发、宣传、规范等文化以旅游为基础，文化指向主要是旅游者。直接介入旅游者和旅游活动，属于旅游文化范畴。而对内管理文化不属于旅游文化范畴。

四、旅游文化与旅游业

随着现代社会的飞速发展，文化旅游正成为一种备受青睐、生机盎然的旅游形式。例如，山东的“一山一水一圣人”、杭州宋城的“给我一天，还你千年”等都是把文化融合在旅游产业中，极大地促进了旅游业的发展，同时旅游业的发展又促进了文化产业的提升。由此可见，文化因素对现代旅游活动的影响将会更加深刻和深远。所以，要加快中国旅游业的发展，提高国际竞争力，就必须高度重视文化旅游建设。旅游文化在旅游业发展中的地位和作用主要体现在以下几个方面。

（一）旅游文化将成为扩展国际竞争力的现代旅游现象

旅游者的旅游行为是一种文化消费行为，其外出旅游的动机和目的在于获得精神上的享