

PUP6

21世纪全国高职高专

旅游系列

规划教材

旅游管理专业系列



中国旅游文化

主 编 崔益红 韩 宁

- 简洁准确，提炼旅游文化精粹
- 图文并茂，饱览旅游文化风情
- 链接丰富，扩展旅游文化外延



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高职高专旅游系列规划教材

中国旅游文化

主 编 崔益红 韩 宁
副主编 赵伟华 王丽萍
参 编 戴金枝 王 玉 宋 微



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书是高职高专旅游类专业“十二五”规划系列教材之一,是旅游专业的入门课程教材。本书在吸收近期研究成果的基础上对“旅游文化”教材体系进行了重新设计,强化了旅游文化学理论研究内涵。全书内容丰富,共分9章,介绍了旅游文化本质属性、旅游文化的构成,涉及历史、地理、古迹、建筑、园林、宗教、饮食、工艺品、乡俗等旅游文化知识的诸多方面。

本书内容力求通俗易懂,将理论讲解和案例教学相结合,突出了实用性。本书适用于高等职业教育各类院校旅游专业和其他相关专业的旅游文化基础理论课教学,也可供中职、五年制高职学生使用,同时可作为与旅游专业相关的企业人员培训的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化/崔益红,韩宁主编. —北京:北京大学出版社, 2014. 5

(21世纪全国高职高专旅游系列规划教材)

ISBN 978-7-301-24102-8

I. ①中… II. ①崔…②韩… III. ①旅游文化—中国—高等职业教育—教材 IV. ①F592

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第068164号

书 名: 中国旅游文化

著作责任者: 崔益红 韩 宁 主编

策 划 编 辑: 刘国明

责 任 编 辑: 陈颖颖

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-24102-8/F · 3933

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博:@北京大学出版社

电 子 信 箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京富生印刷厂

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 15印张 345千字

2014年5月第1版 2014年5月第1次印刷

定 价: 32.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

文化是旅游活动的灵魂，文化是旅游资源开发的灵魂，文化是旅游服务的灵魂。旅游业的飞速发展，引起了理论界从各个角度、不同侧面对旅游现象的广泛研究。国内外对旅游文化的研究更是呈现出了前所未有的繁荣。在国内，旅游文化研究成果不仅见于学科理论专著和专业刊物之中，还形成了不同层次的系列教材。掌握中国旅游文化的基本知识对于旅游业的从业人员来说具有重要意义和实用价值。旅游文化也是高职高专旅游管理专业的一门专业课程，但从已出版的旅游文化相关教材来看，一是缺乏真正符合旅游高等职业教育培养目标、课程设置及教学要求的教材；二是教材在编写中并没有找到旅游文化在旅游学科中的准确定位。而这两点恰恰是当今中国旅游高等教育发展中所急需解决的难题。

本书在编写过程中充分考虑到高职高专学生的特点和需要，为了使内容具备新理论、新知识、新案例，编者参阅了近年来大量的相关文献，将之充实到教材中。本书在编写过程中还充分照顾到学生学习的便利，尽量做到高度提炼和归纳各种观点，选取的资料具有一定的代表性和时效性，努力为学生提供一本体系完整、通俗易懂、兼具一定操作性的教材。本书在内容和体例编排中体现出以下几个特点。

第一，根据高职高专院校的人才培养目标，按照“应知应会、适度够用”的原则，编排整理了9章内容，具有针对性。

第二，理论讲解和案例分析相结合。本书所选知识引例丰富并紧扣章节内容，配合收录的知识链接等，增加了教材的可读性，也有助于帮助学生理解相关理论。

第三，作为旅游专业的一门基础课程配套教材，本书在编写中注意吸取了国内现有旅游文化教材的长处，内容完整，又自成系统。

第四，本书亦可作为非旅游专业人士了解和学习旅游文化基础理论知识的简易读本。

本书由邯郸职业技术学院崔益红老师和韩宁老师担任主编，邯郸职业技术学院赵伟华老师和王丽萍老师担任副主编。崔益红老师负责全书编写工作的全局安排，韩宁老师、赵伟华老师和王丽萍老师一起负责最后的统稿。各章编写具体分工如下：第1章、第4章、第9章由韩宁老师编写；第2章、第5章由崔益红老师编写；第3章由保定职业技术学院戴金枝老师编写；第6章、第7章由唐山科技职业技术学院王玉老师编写；第8章由邯郸职业技术学院宋微老师编写。

本书在编写过程中，得到各单位领导的高度重视和支持、北京大学出版社刘国明编辑的鼓励和帮助以及友邻学校同仁的大力协作，在此谨表衷心的感谢！本书参考了部分相关教材、著作和论文的研究成果，这些成果以参考文献形式附于书后，在此对



这些专家、学者们表示诚挚的谢意！

由于编写时间仓促，加上编者水平有限，书中疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者

2014 年 1 月

目 录

1 绪论	1	5.3 中国的非物质文化遗产	120
1.1 旅游概述	2	实训应用	123
1.2 旅游文化概述	9	复习思考题	123
复习思考题	17	6 中国历史文化名城名镇	124
2 中国历史与文化	18	6.1 中国历史文化名城名镇概述	126
2.1 中国历史概述	20	6.2 中国历史文化名城	130
2.2 中国古代历史小常识	27	6.3 中国历史文化名镇	138
2.3 中国旅游文学	30	实训应用	144
2.4 中国绘画书法艺术及其鉴赏	35	复习思考题	144
实训应用	38	7 中国的风物特产与鉴赏	145
复习思考题	38	7.1 玉器、陶瓷器与丝织刺品绣	147
3 中国民俗文化	40	7.2 漆器与金属工艺	155
3.1 民俗文化概述	41	7.3 年画与文房四宝	160
3.2 人生礼俗	50	实训应用	165
3.3 岁时节日	57	复习思考题	165
3.4 民俗禁忌	64	8 中国古代建筑与园林文化	166
实训应用	66	8.1 中国古代建筑概述	167
复习思考题	67	8.2 宫殿与礼制建筑	181
4 中国宗教文化	68	8.3 陵墓建筑	186
4.1 宗教文化概述	70	8.4 中国古典园林建筑	192
4.2 中国佛教文化	75	复习思考题	199
4.3 中国道教文化	88	9 中国饮食文化	200
4.4 中国伊斯兰教文化	95	9.1 中国饮食文化概述	201
4.5 中国基督教文化	100	9.2 中国的酒文化	207
实训应用	105	9.3 中国的茶文化	213
复习思考题	105	9.4 中国的菜系	221
5 中国的世界遗产	107	实训应用	230
5.1 世界遗产概述	108	复习思考题	230
5.2 中国的世界遗产选介	111	参考文献	232

1

绪 论

学习目标

知识目标	技能目标
1. 了解旅游及旅游文化的基本概念 2. 掌握旅游文化的内涵与特征 3. 理解旅游文化与我国旅游业发展的关系	1. 熟悉中国旅游文化的地位 2. 学会分析旅游文化对某一地区旅游发展的作用

知识引例

世界文化名人——玄奘

玄奘是中国唐代伟大的佛学家、哲学家、旅行家、翻译家，是中外文化交流的杰出使者 and 世界文化名人。以玄奘西行取经为蓝本的《西游记》故事在中国乃至世界广泛传播，使得唐僧（玄奘）的故事家喻户晓、妇孺皆知。在联合国教科文组织评选的世界百位文化名人中，玄奘与孔子被推举为世界文化名人。2004年国务院新闻办将玄奘与孔子、老子、孙子、屈原作为中国第一批对外宣传的历史文化名人向世界推介。玄奘历时十九年翻译的浩繁的佛教典籍，已经成为中国唐代以后佛教文献的经典，对佛教在中国的发展和鼎盛，对佛教作为中国古代儒、释、道三大思想体系的重要组成部分，对唐以后中国政治、经济、文化、社会、教育、意识形态及道德规范等领域产生了极为深远的影响，并且随着佛教的东传，渗透到日本、朝鲜半岛和东南亚地区，对亚洲地区佛教的发展产生了积极的推动作用。梁启超称玄奘为“千古一人”。

1.1 旅游概述

1.1.1 旅游的起源及发展

依据古代的神话传说，可以推测在远古时代，人类就已经开始了最早旅游活动，如《周易·观》卦中就有“观国之光”的词语，这就是后来“观光”一词的由来，其实就是旅游的意思。《周易·观》卦中对观光的作用予以充分肯定。《象辞》说：“风行地上，观。先王以省观民设教。”意思是：和风吹行地上，万物广受感化，这大概就是传说中的尧舜禹先王之所以要不辞辛劳，巡游天下的原因。而《周易·旅》卦的内容更是与旅行和旅游活动有关，对旅行和旅游活动中的各种状况作了详细的分析，卦辞中称：“旅贞吉”，意思是只要旅行时谦柔守正，就能获得吉利。我们的祖先就已知晓旅游是指人们离开自己的定居地，到异地他乡进行观光游览等活动，并能在物质上和精神上得到一定的满足，而这和现代旅游的概念是有很多相通之处的。到南北朝时，著名的梁朝诗人沈约在题为《悲哉行》的诗中写道：“旅游媚年春，年春媚游人”。这是迄今所知“旅游”一词在中国典籍中最早的一次出现。到了唐代，随着社会旅游活动的蓬勃发展，“旅游”一词开始被大量运用。

旅行作为一种社会行为，中国早在公元前 22 世纪就有了。当时最典型的旅行家大概要数大禹了，他为了疏浚九江十八河，游览了大好河山。之后，就是春秋战国时的老子、孔子二人了。老子传道，骑青牛西去。孔子讲学周游列国。汉时张骞出使西域，远至波斯（今伊朗和叙利亚）。唐时玄奘取经到印度，明时郑和七下西洋，远至东非海岸，还有大旅行家徐霞客（见图 1-1、图 1-2）。

严格地说，旅游与旅行是有区别的。旅行的重点在“行”字，人们是要通过“行”



来进行政治、宗教、学术、商务等活动,游览并不是它的主要目的;而旅游的重点则是在“游”字,游览就是它的最终目的。前者如晋代的法显、唐代的玄奘、明代的郑和等;后者如晋代的谢灵运、明代的唐伯虎、清代的袁枚等。但另一方面,旅行和旅游又有着密不可分的关系:既要“游”,就要“行”,不经过一定的“行”是无法达到游览的目的;而即使旅行是为了达到政治、宗教、商务等目的,也总免不了在跋涉旅行中沿途游览一番。因此,人们往往很难明确地将旅游和旅行这两者严格区分开来。

【知识链接】

徐霞客

徐霞客(1587年1月5日—1641年3月8日),名弘祖,字振之,号霞客,汉族,明南直隶江阴(今江苏江阴市)人。伟大的地理学家、旅行家和探险家。崇祯十年(1637年)正月十九日,由赣入湘,从攸县进入今衡东县境,历时55天,先后游历了今衡阳市所辖的衡东、衡山、南岳、衡阳、衡南、常宁、祁东、耒阳各县(市)区,三进衡州府,饱览了衡州境内的秀美山水和人文大观,留下了描述衡州山川形胜、风土人情的15000余字的衡游日记。徐霞客在完全没有政府资助的情况下,先后游历了江苏、安徽、浙江、山东、河北、河南、山西、云南等十六个省。东到浙江的普陀山,西到云南的腾冲,南到广西南宁一带,北至河北蓟县的盘山,足迹遍及大半个中国。徐霞客写下的游记经过后人整理成书,就是著名的《徐霞客游记》。徐霞客的游历,并不是单纯为了寻奇访胜,更重要的是为了探索大自然的奥秘,寻找大自然的规律。他写的游记,既是地理学上珍贵的文献,又是笔法精湛的游记文学。他的游记,与他描绘的大自然一样质朴而绮丽,有人称赞它是“世间真文字,大文字,奇文字”,这一点也不过分。读他的游记,使人感到是真与美的享受。大自然雨、雾、晴、晦的千变万化,山、水、树、岩的千姿百态,再现在徐霞客的笔端,仿佛使人们也随着徐霞客的足迹,跋涉奇峰峻岩、急流险滩,置身于祖国的秀丽山河之中,为之陶醉,为之骄傲,心中油然而升起对祖国的无限深情。



图 1-1 徐霞客



图 1-2 徐霞客旅行线路

现代旅游是闲暇追享的“民主化”。如冬季旅游,过去是少数富人强占的运动;骑马、划艇、射击,过去是非大众化运动。但是嗜好和闲暇的“商业化”已使这些活动能

为一般人所享用。大量的人到国外去参加更为令人激动和更富有外国情调的活动,如登山、滑冰、水下游泳和马车旅行等。现代旅游发展为“社会旅游”。如英国度假营,既提供传统的旅游胜地具备的一切设施,又不断开辟和发展新的风景区域,组织大群游人观赏,建造特别设计的低消费接待设施,并经常就地提供娱乐和其他服务。社会旅游可以把大量旅游者引入偏远和相对不发达地区。因此,对旅游的业余性规定大体是正确的,但在实际中又难以区分。特别是在中国,利用开会、出差旅游的人很多。据统计,到北京来旅游的人,41%是会务旅游者。外国利用国际会议旅游的人也很多。这些参加国际会议的人,既是为了某一专业目的而去的会务者,也是一个利用会议参加旅游活动的游览者。目的地国正是利用这种方式,获得可观的旅游收入。

旅游是一种高级的精神享受,是在物质生活条件获得基本满足后出现的一种追享欲求。有一位社会学家说,旅游者的心理中有“求新、求知、求乐”这样三条。这是旅游者心理的共性。旅游者不远千里而来,就是想领略异地的新风光、新生活,在异地获得平时不易得到的知识与快乐。旅游给大家带来很多见识,增进了对各地的了解,丰富了人文知识。旅游给大家带来心灵的愉悦,会让自己的思维、心情发展到兴奋和快乐的极致。现代社会快节奏的工作与生活,使人越来越感到生活的压力过大,所以需要在一些假日放松自己,到海滨享受阳光,沙滩,大海,蓝天,白云。

1.1.2 旅游的定义

“旅游”从字义上很好理解:“旅”是旅行,外出,即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程;“游”是外出游览、观光、娱乐,即为达到这些目的进行的旅行。二者合起来即旅游。所以,旅行偏重于行,旅游不但有“行”,且有观光、娱乐含义。

1. 世界旅游组织推荐的技术性的统计定义

1963年,联合国国际旅游大会在罗马召开。这次大会是当时的国际官方旅游组织联盟(IUOTO)发起的。

大会提出应采用“游客”(Visitor)这个新词汇。游客是指离开其惯常居住地所在国到其他国家去,且主要目的不是在所访问的国家内获取收入的旅行者。游客包括两类不同的旅行者:

(1) 旅游者(Tourist):在所访问的国家逗留时间超过24小时且以休闲、商务、家事、使命或会议为目的的临时性游客。

(2) 短期旅游者(Excursionists):在所访问的目的地停留时间在24小时以内,且不过夜的临时性游客(包括游船旅游者)。

从1963年开始,绝大多数国家接受了这次联合国大会所提出的游客、旅游者和短期旅游者的定义以及以后所作的多次修改。

在1967年的日内瓦会议上,联合国统计委员会提出了“短期旅行者”概念。

2. 现代旅游的定义

1) 定义旅游的三要素

尽管上文中所提及的技术定义应当适用于国际旅游和国内旅游这两个领域,但是



在涉及国内旅游时,这些定义并没有为所有的国家所采用。不过,大多数国家都采用了国际通用的定义中的三个方面的要素:出游的目的、旅行的距离、逗留的时间。

2) 对出游的目的定义

以该尺度为基础的定义旨在涵盖现代旅游的主要内容。

(1) 一般消遣性旅游,非强制性的或自主决定的旅游活动。他们只把消遣旅游者视为旅游者,并且有意把商务旅游单列出去。

(2) 商务和会议旅游,往往是和一定量的消遣旅游结合在一起的。参加会议公务旅游也被视为旅游。

(3) 宗教旅游,以宗教活动为目的的出行活动。

(4) 体育旅游,与重大体育活动联系在一起的旅游。

(5) 互助旅游,新兴的一种旅游方式,通过互相帮助,交换等,互助的一方向另一方提供住宿。互助旅游不但节省了旅费,而且因为当地人的介入,更深入地体验当地的人文和自然景观。

3) 对旅行距离的定义

在异地旅游中,许多国家、区域和机构采用居住地和目的地之间的往返距离作为重要的统计尺度。

旅行距离确定的标准差别很大,从0到160公里不等。低于所规定的最短行程的旅游在官方旅游估算中不包括在内,标准具有人为和任意性。

4) 对逗留时间的定义

为了符合限定“旅游者”的文字标准,大多数有关旅游者和游客的定义中,都包含有在目的地必须至少逗留一夜的规定。

“过夜”的规定就把许多消遣型的“一日游”排除在外了,而事实上,“一日游”往往是旅游景点、餐馆和其他的旅游设施收入的重要来源。

5) 其他方面

在进行市场定位和制定相关市场战略时,了解旅游者的居住地要比确定其他的人口统计方面的因素,如民族和国籍等更为重要。

为了更好地进行规划,一些目的地通过收集游客交通方式(航空、火车、轮船、长途汽车、轿车或其他工具)的信息来获得有关游客旅行模式的信息。

1.1.3 现代旅游活动的主要特征

现代旅游是同社会化的大生产紧密结合的,现代生产的高度社会化必然使旅游具有与之相适应的社会化特点,主要表现为以下几方面。

1. 游客的大众性

现代旅游首先表现为它的大众化。所谓大众化,一是指旅游参加者的范围已扩展到普通大众,旅游活动在世界各地各个阶层都普遍开展起来。二是参加旅游的人数越来越多,旅游去处越来越远。三是群体性、规范性旅游增加。四是旅游,特别是奖励旅游(见图1-3、图1-4)作为一种激励员工的手段,已被企业或各种组织所广泛采用。

【知识链接】

奖励旅游

奖励旅游的目的是协助企业达到特定的目标，并对达到该目标的参与人士，给予一个尽情享受、难以忘怀的旅游假期作为奖励。其种类包括：商务会议旅游、海外教育训练、奖励对公司运营及业绩增长有功人员。需要指出的是，奖励旅游并非一般的员工旅游，而是企业业主提供一定的经费，委托专业旅游业者精心设计的“非比寻常”的旅游活动。用旅游这一形式作为对员工的奖励，会进一步调动员工的积极性，增强企业的凝聚力。

奖励旅游的历史可以追溯到 20 世纪二三十年代美国，如今已有约 50% 的美国公司采用该方法来奖励员工。在英国商业组织给员工的资金中，有约 40% 是以奖励旅游的方式支付给员工的。在法国和德国，一半以上资金是通过奖励旅游支付给员工。一般奖励旅游包含了会议、旅游、颁奖典礼、主题晚宴或晚会等部分，企业的首脑人物会作陪，和受奖者共商公司发展大计，这对于参加者来说无疑是一种殊荣。其活动安排也由有关旅游企业特别安排，融入企业文化的主题晚会具有增强员工荣誉感，加强企业团队建设的作用。更重要的是，常年连续进行的奖励旅游会使员工产生强烈的期待感，对于刺激业绩成长能够形成良性的循环。



图 1-3 2013 中国国际商务及会奖旅游展览会



图 1-4 2014 安利中国营销菁英海外进修研讨会



2. 发展的广泛性

旅游的发展有赖于社会生产水平的提高。现代旅游首先在西方经济发达国家兴起,全世界 90% 以上的国际旅游者来自发达国家和地区,同时,他们又接待世界 80% 的国际旅游者。第二次世界大战后,由于旅游业经受世界多次经济萧条的冲击仍然兴旺不衰,显示了它是一个很有活力和发展前途的产业。发展中国家的旅游业也普遍发展起来。目前,世界已有 100 多个国家经营国内、国际旅游业,有 100 多个国家参加联合国的世界旅游组织。由于世界各国和地区的旅游事业的普遍发展使旅游者几乎可以无处不到,边远地区旅游的局限性正在逐渐消失。

3. 地理的集中性

随着现代科学技术的发展和交通运输工具的进步,各地空间方面的时间距离不断缩小,旅游跨度增加。但是,现代旅游者不是较平均地分布在地球表面各个地区,他们往往集中到某些地区或国家去旅游,甚至集中到某些景点参观游览或从事其他旅游活动。现代旅游的地理集中性不仅反映在全世界国际旅游的分布格局上,具体到一个国家同样也呈现这一特性。

4. 旅游的季节性

根据旅游资源的不同性质和不同的旅游类型,现代旅游的季节性非常突出。一般来说,主要依赖自然旅游资源吸引游客的国家和地区,旅游接待量的季节性波动比较大;主要依靠人文旅游资源吸引游客的国家和地区,旅游接待量的季节性波动就比较小。消遣型旅游受季节性制约多一些,事务型旅游几乎不受季节性影响。四季分明的国家和地区,四季中接待游客的波动量比较大,如北戴河定位为“夏都”,给人的感觉是夏天游玩的胜地,其他时间去的人自然会减少,诸如此类的大连、青岛等海滨旅游胜地大都由于海滨旅游资源观赏游览的特性,四季中夏季游客众多,冬季游客明显较少;四季不太分明的国家和地区,四季中接待游客量就比较稳定,如印度尼西亚的巴厘岛,属于热带海岛型,常年炎热,全年平均温度约 28℃,淡旺季接待游客量的差别并不巨大,相对季节性不很明显。

5. 增长的持续性

战后世界经济的发展经历了许多曲折和起伏兴衰的变化过程,尤其是西方国家的经济都经历了多次经济危机的冲击。唯独旅游业“一枝独秀”,至今方兴未艾。在今后历史发展过程中,只要不发生新的世界大战或全球性的经济危机,世界旅游增长的持续性不会改变,世界旅游业将继续发展。中国只要保持社会的稳定,坚持改革开放,保证国民经济的健康发展,旅游业一定能持续发展和快速增长。

6. 服务的一体性

由于科学技术的发展和人们旅游需求层次的不断提高,现代旅游服务的一体化特点越来越明显。所谓服务一体化,就是为旅客提供食、住、游、购、娱系统服务,为游客提供离开家园到返回家园的全程服务。这既是现代大众旅游组团旅游的基本要求,也是现代化、国际化的大规模群体性旅游活动能顺利开展的基本条件。

1.1.4 旅游的分类

1. 按地理范围分类

按旅游者到达目的地的地理范围划分,旅游活动可以分为国际旅游和国内旅游。

(1) 国际旅游。国际旅游是指跨越国界的旅游活动,分为入境旅游和出境旅游。入境旅游是指他国公民到本国进行的旅游活动;出境旅游是指本国公民到他国的旅游活动。

(2) 国内旅游。国内旅游是指人民在居住国内进行的旅游活动,包括本国公民在国内的旅游活动,也指在一国长期居住、工作的外国人在该国内进行的旅游活动。

从旅游发展的历程看,国内旅游是一国旅游业发展的基础,国际旅游是国内旅游的延伸和发展。

2. 按旅游性质和目的分类

(1) 休闲、娱乐、度假类:属于这一类旅游活动的有观光旅游,度假旅游,娱乐旅游等。

(2) 探亲、访友类:这是一种以探亲、访友为主要目的的旅游活动。

(3) 商务、专业访问类:属于这一类的旅游活动有商务旅游,公务旅游,会议旅游,修学旅游,考察旅游,专项旅游等,也可将奖励旅游归入这一类,因为奖励旅游与游客个人职业及所在单位的经济活动存在紧密关系。

(4) 健康医疗类:主要是指体育旅游,保健旅游,生态旅游等。

(5) 宗教朝圣类:主要是指宗教界人士进行的以朝圣、传经布道为主要目的的旅游活动。

(6) 其他类:上述五类没有包括的其他旅游活动,例如探险旅游等。

3. 按参加一次旅游活动的人数分类

按参加一次旅游活动的人数划分旅游活动可分为团队旅游、散客旅游、自助旅游和互助旅游。

(1) 团队旅游。团队旅游是有旅行社或旅游中介机构将购买同一旅游路线或旅游项目的10名以上(含10名)游客组成旅游团队进行集体活动的旅游形式。团队旅游一般以包价形式出现,具有方便、舒适、相对安全和价格便宜等特点,但游客的自由度小。

(2) 散客旅游。散客旅游是由旅行社为游客提供一项或多项旅游服务,特点是预定期短、规模小、要求多、变化大、自由度高,但费用较高。

(3) 自助旅游。人们不经过旅行社,完全由自己安排旅游行程,按个人意愿进行活动的旅游形式,例如背包旅游。特点是自由、灵活、丰俭由人。很多人认为自助旅游是一种省钱的旅游方式,旅游内容粗糙,可能会有很多危险,旅馆没有预定会有不安全感,这是一种错误的认识。其实,如果深入了解自助旅游特性,会发现自助旅游是一种相当精致有特色的旅游形态。自助旅游使所有的花费都可依自己的喜好来支配,行程可弹性调整,又可深入了解当地民情风俗。自助旅游绝非玩得少、花得多。



的旅游方式,而是一种在同一地方花上较多的时间深入了解该地的特色,接触当地的人与事,看自己想看见的东西,走自己想走的路。

(4) 互助旅游。互助旅游是网络催生的一种旅游模式,以自主、平等、互助为指导思想的一种交友旅游活动,是经济旅行(没有中间商)。通俗地说,互助游就是交朋友去旅游,使网络上的人脉关系走向现实世界。互助旅游将成为当今人们主选的旅游模式之一,也是科技时代带给人们的现代社交观念与快乐生活的方式。

1.2 旅游文化概述

随着旅游业在经济领域中地位的不断提高,它对社会文化发展的需求和依赖也越来越明显。旅游行为的综合性、时间空间的延展性、景观意态的趣味性、旅游内容的丰富性,以及满足游客文化需求多样化的客观性,促使旅游业必须具有适合自身发展需要的文化形态,这就是旅游文化。要加快中国旅游业的发展,提高其国际竞争力,就必须高度重视旅游文化建设,这是旅游的文化本质特征的必然要求。

现代旅游现象,实际上是一项以精神、文化需求和享受为基础的,涉及经济、政治、社会、国际交流等内容的综合性大众活动。文化因素渗透在现代旅游活动的各个方面,研究学者认为文化是旅游者的出发点和归结点,是旅游业的灵魂。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受和心理上的满足;而旅游经营者要达到盈利的目的就必须提供一种能满足旅游者文化享受的旅游产品。

1.2.1 现代旅游与文化的关系

1. 现代旅游活动是一种特殊的文化现象

现代人类的旅游活动显然不再是仅仅为了满足生存的需要,已经不具有“谋生”的性质,而是出于“乐生”的需要。

现代旅游活动是人们追求自由生命表现的內力的驱使结果,是人的精神状态得到自由解放的象征,旅游的人,实即艺术精神呈现了出来的人,亦即艺术化了的人,旅游的时候,人就像鸟儿自由飞翔一样,无所拘束,其乐无穷。旅游活动作为自由的生命表现的一种形式,使人摆脱了日常劳动和生活方式的机械束缚及压力,使人自由、潇洒、快乐。

现代社会人们的旅游需要,主要属于精神享受和发展需要,是一定文化背景下的产物,是文化影响的结果。没有文化的发展,就无法激发人们的旅游动机,也就不能产生旅游活动。从历史发展的观点看,旅游与其说是经济发展的产物,不如说是人类文化进步的结果。

旅游是社会文明发展的产物,是一种丰富多彩、自由愉快的文化活动,是现代社
会文明人所特有的生存和生活方式。事实上,真正意义上的旅游活动,从它一开始就带有自由性、开放性和探索性等这样一些文化的内容色彩。

现代旅游的本质属性和社会意义所赋予的文化内涵,具体表现在以下几个方面。

(1) 旅游是满足人们学习求知的重要途径。旅游景观不仅是旅游活动中游览观光的对象,而且由于其所蕴涵的博大精深的精神文化内涵,是一部直观而生动的教科书,成为人们认识和学习对象,可以丰富人们的知识和完善文化素质结构,提高人们对自然和社会的学习和认识水平。

“读万卷书,行万里路”。在现代社会,旅游已成为人们特殊的学习求知方式和经历,“寓学于游,寓学于乐”,人们从中可以学到许多书本上学不到的东西,受益无穷。现代旅游活动的社会功能日趋完善和多样化,走出家门,踏上旅游之路,亲身去了解和感受大自然与人类社会,则成为更多人的选择。

(2) 旅游是一种主动、积极、自由的文化活动。旅游是一种愉快的活动,陶渊明说他“性本爱丘山”,李白称他“一生好入名山游”,这种爱好本质上是一种自由、主动、积极的文化活动,是一种高层次的愉快的精神享受。

(3) 旅游有助于提升个体审美层次。旅游是最直接、最生动、最大体量的综合性审美活动,不管旅游者的旅游目的如何多种多样,对自然和社会的审美始终是旅游者的共同目标和追求。旅游可以增强旅游者的审美意识,丰富旅游者的审美经历,培养旅游者的审美情趣,不断提高旅游者的审美水平。

(4) 旅游是社会文化交融的一种需要。科学考察、学术交流、文化往来与旅游活动的有机结合,促进了社会文化的交融。例如 2010 年世博会期间杭州案例馆开展的有关中国茶与外国酒为主题内容的国际文化交流活动就是一个很好的体现(见图 1-5、图 1-6)。一方面,现代旅游的兴起和发展,促进了国家和地区之间的文化与科技的交流,推动了文化和科技前进的步伐;另一方面,旅游加深了世界各国人民的友好往来,增进了友谊,对文化事业的进步起到了积极的作用。



图 1-5 杭州案例馆茶艺表演



图 1-6 杭州案例馆红酒展示

【知识链接】

绿茶与红酒的碰撞——世博会杭州案例馆举办国际文化交流活动

2010 年上海世博期间,为了增进与国内外参展方的友谊,深化国际合作与文化交流,上海世博会杭州案例馆以绿茶和红酒这两个极具东西方文化特征的元素为主题,在世博园上演了一次国际文化的碰撞与交流。活动特别邀请了上海世博会 200 余位展馆馆长及代表出席。

源远流长的茶文化是杭州人追求的生活品质和生活方式，也为杭州这一历史文化名城注入了特有的内涵。活动现场，名为“五水共导，龙井茶道”大型茶艺演示上演，五位身着古代服装的小伙子手拿五种特色茶具，用取自钱塘江、京杭大运河、西湖、西溪、杭州湾的五种水冲泡“狮龙云虎梅”五种不同品质的龙井茶。最值得一提的是，现场用经过安全处理的杭州湾海水冲泡茶叶，是国内首次公开亮相。

活动中，来自法国罗阿大区、西班牙马德里、意大利威尼斯等地的葡萄酒专家为在场的嘉宾们带来了各国高品质的葡萄酒，并介绍了许多不同地域的葡萄酒文化。

优雅、浪漫和神秘的葡萄酒在杭州案例馆遇上了清雅、悠远、恬静的绿茶，一切都变得如此美妙。不论是品着绿茶听着来自大洋彼岸铜管乐队的演奏，还是喝着葡萄酒看着极具江南特色的越剧表演，那一刻，东西方文化将得到最大的融合，千言万语全都汇聚在了这一个小小的杯子里。

杭州案例馆以“以西湖为核心的‘五水共导’治水实践造就‘品质杭州’”为主题，凸显城、人、水之间的关系，展现杭州百姓倚水而居、倚水而业、倚水而文的和谐美好的社会景象。杭州是中国最佳旅游城市，“五水共导”的山水之城，同时也是一座以“生活品质之城”为品牌的中国历史文化名城。

2. 文化是旅游业的灵魂

旅游活动的产生和普及也受到旅游景观的吸引和激发，旅游景观本身所具有的文化内涵的魅力调动和激发了人们旅游的欲望和动机。旅游资源的基础，旅游资源的文化内涵十分丰富，且具有时代性、民族性和地域性特色，而旅游者对旅游资源文化属性的需求是多样的，这就给人们开发旅游资源的文化内涵提供了丰富的想象空间。

旅游资源的精神文化性要求人们在开发旅游资源时，不仅要重视有形的实体，更要深入挖掘其丰富的精神文化内涵，并且要开阔思路，发现、形成和创造独具特色的旅游资源。旅游资源的开发利用反映一个国家和地区人民的智慧和创造力，既是一种经济活动，又是一种文化活动，实际上是一个经济与文化建设系统工程。

由于旅游消费本质上是文化消费，旅游业的文化特性就不仅仅体现在旅游资源开发、旅游产品设计方面，也渗透在旅游产业多种部门的运行之中。旅行社和旅游饭店业的经营管理与服务就带有明显的文化色彩。

实践证明，旅游业与文化之间关系密切，只有提高旅游产品的文化含量，才能提高旅游企业的档次，才能增强吸引力和竞争力，才能在市场经济中立于不败之地。

总之，文化是旅游活动的出发点和归宿点，是旅游景观吸引力的源泉和本质所在，是旅游业的灵魂，是旅游业不断发展的新的生长点。只有把旅游文化与旅游经济很好地结合起来，才能使中国旅游业发展得更快、效益更好。

1.2.2 旅游文化的概念

旅游文化作为旅游和文化的分支，既有旅游的综合性，又有文化的延续性，它是