

CHINA'S
TOURIST
CULTURE

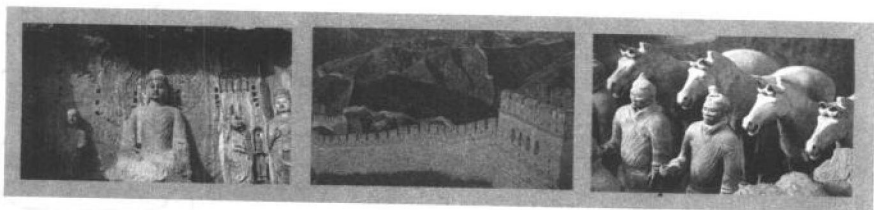
中国旅游文化



◎潘宝明 朱安平 等著

中国旅游出版社

中国旅游文化



◎潘宝明 朱安平 等著

中国旅游出版社

责任编辑：王建华 林 红

装帧设计：缪 惟

责任印制：李崇宝

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游文化/潘宝明, 朱安平著. - 北京:

中国旅游出版社, 2001.7

ISBN 7-5032-1827-4

I. 中… II. ①潘… ②朱… III. 旅游 -
文化 - 研究 - 中国 IV. F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 16185 号

书 名：中国旅游文化

著 者：潘宝明 朱安平

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编 100005)

印 刷：河北遵化市印刷有限公司

版 次：2001 年 7 月第 1 版

2001 年 7 月第 1 次印刷

开 本：850 毫米 × 1168 毫米 1/32

印 张：11

印 数：1 - 8000 册

字 数：250 千

定 价：18.00 元

如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换

(电话 010-65201174)

作者简介



潘宝明

1948年生，扬州人。江苏作协会员，红楼梦学会会员，现任扬州大学旅游烹饪学院旅游系主任、副教授。著作有《郑板桥》、《秦少游》、《扬州文化概观》、《江苏文化概观》、《扬州名胜》、《扬州风物》、《红楼梦大观》、《家庭旅游》等。



朱安平

1950年生，扬州市烟草专卖局（公司）党组书记，总经理，高级政工师。江苏烟草学会理事，政治思想工作研究会理事，曾多次在《中国烟草》、《上海烟业》、《市场与管理》、《科技管理》、《江苏烟草》、《辽宁烟草》等报刊上发表理论文章，曾获江苏省学术论文一、二等奖。

内容简介

“文化就是明天的经济”。对旅游文化的研究和关注已成为中国旅游经济腾飞和市场开拓的支点。

本书从山水文化、聚落文化、园林文化、建筑文化、宗教文化、民族文化、民俗文化、烹饪文化、酒文化、茶文化、诗词文赋文化、书画雕塑文化、戏曲歌舞文化、工艺美术文化、花鸟虫鱼文化等方面介绍了旅游活动与诸文化之间的关系，突出了各种文化的个性特点及其在旅游活动中的作用。

本书是旅游从业人员和旅游爱好者全面了解中国旅游文化的指南，也可用作大专院校旅游专业教材。

目 录

绪论	(1)
第一节 中国旅游文化界说	(1)
第二节 中国旅游与文化的关系	(4)
第三节 中国旅游文化的特征	(15)
第四节 中国旅游业与旅游文化	(18)
第一章 山水文化	(21)
第一节 山岳文化	(24)
第二节 江河文化	(29)
第三节 湖泊水域文化	(32)
第四节 海滨文化	(35)
第五节 森林风景文化	(39)
第六节 石林溶洞瀑布文化	(42)
第二章 聚落文化	(45)
第一节 聚落文化与旅游	(45)
第二节 历史文化名城	(46)
第三节 特色城镇	(53)
第三章 园林文化	(56)
第一节 园林类旅游资源概述	(56)
第二节 中国古典园林的分类	(59)
第三节 中国园林的特点	(64)
第四章 建筑文化	(74)
第一节 长城和城堡	(74)

第二节	宫殿与官衙	(78)
第三节	邮驿、会馆、书院	(81)
第四节	桥梁与闸坝	(84)
第五节	传统民居	(88)
第六节	坛庙与陵墓	(91)
第五章	宗教文化	(96)
第一节	道教文化与旅游	(96)
第二节	佛教文化与旅游	(102)
第三节	伊斯兰教文化与旅游	(108)
第四节	基督教文化与旅游	(113)
第六章	民族文化	(116)
第一节	民族概述	(116)
第二节	民族歌舞	(117)
第三节	民族的衣食住行	(120)
第四节	民族宗教	(123)
第五节	民族旅游区	(126)
第七章	民俗文化	(128)
第一节	民俗——社会生活史的活化石	(128)
第二节	民俗旅游资源的分类	(138)
第三节	民俗旅游资源的成功开发	(149)
第八章	烹饪文化	(157)
第一节	烹饪文化的渊源	(157)
第二节	烹饪文化的特色	(170)
第三节	主要地方风味	(172)
第九章	酒文化	(186)
第一节	酒文化的渊源	(186)
第二节	酒品、酒器与酒戏	(190)
第三节	酒之祸德与酒茶之争	(194)
第十章	茶文化	(199)

第一节	茶文化渊源与茶类·····	(199)
第二节	茶品、茶具与茶饮·····	(205)
第十一章	诗词文赋文化·····	(210)
第一节	文学与旅游的最初结合·····	(211)
第二节	文人雅士竞相歌咏山水名胜·····	(213)
第三节	旅游文学的类别·····	(217)
第四节	旅游文学的特点·····	(231)
第十二章	书画雕塑文化·····	(237)
第一节	笔补造化的书法艺术·····	(237)
第二节	神似取胜的绘画艺术·····	(248)
第三节	笔墨纸砚·····	(259)
第四节	气韵生动的雕塑艺术·····	(268)
第十三章	戏曲歌舞文化·····	(278)
第一节	流派纷呈的戏剧·····	(278)
第二节	说透人情的曲艺·····	(286)
第三节	清丽典雅的音乐歌舞·····	(290)
第十四章	工艺美术文化·····	(295)
第一节	工艺美术发展简史与精品举例·····	(295)
第二节	工艺美术的特征·····	(304)
第三节	工艺美术展示的多样性·····	(311)
第十五章	花鸟虫鱼文化·····	(317)
第一节	花·····	(317)
第二节	鸟·····	(328)
第三节	虫·····	(334)
第四节	鱼·····	(336)
第五节	花鸟虫鱼文化·····	(337)
后记	·····	(343)
主要参考文献	·····	(345)

绪 论

本书为中国旅游文化概览，在篇章展开之前，首先对全书的核心概念、涉及范围、编撰意义等问题做一说明，是为绪论。

第一节 中国旅游文化界说

一、文化与旅游文化

文化本义见仁见智颇多，国内诸多著述多从词源学上追溯罗列，其实文化实质性的含义就是“人化”或者“人类化”，凡是超越本能的、人类有意识地作用于自然和社会的一切活动及其结果都属于文化，自然的人化即文化。《英国大百科全书》（1974）将文化界定为，“总体的人类社会遗产，是一种渊源于历史的生活结构的体系，这种体系往往为集团的成员所共有。……它包括这一集团的语言、传统、习惯和制度，包括有激励作用的思想、信仰和价值以及它们在物质工具和制造物中的体现。”这一概念颇为全面，一是它指出了文化是人的创造而非自然物，是社会现象而非自然现象，但文化与自然又不是排斥的，只要是对原始的自然按人类的规则加工以后，自然也就有了文化。二是它指出了文化是人类社会活动所创造的，具有社会普通性，

而不包括专属个人思想和行为的某些特殊的东西。三是它指出了文化是人类智慧和劳动的创造,这种创造包括物质产品和精神产品。

旅游文化,1977年,美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特的《旅游学——要素、实践、基本理论》一书,用“旅游文化”作为书中一章的标题,指出旅游文化“实际上概括了旅游的各个方面,人们可以借助它来了解彼此之间的生活和思想”,它是“在吸引和接待游客与来访者的过程中,游客、旅游设施、东道国政府和接待团体的相互影响所产生的现象与关系的总和。”

1984年出版的《中国大百科全书·人文地理学》对“旅游文化”的界定是:

旅游与文化有着不可分割的关系,而旅游本身就是一种大规模的文化交流,从原始文化到现代文化都可以成为吸引游客的因素。游客不仅吸取游览地的文化,同时也把所在国的文化带到游览地,使地区间的文化差别日益缩小。绘画、雕刻、工艺作品是游人乐于观赏的项目。戏剧、舞蹈、音乐、电影又是安排旅游者夜晚生活的节目。诗词、散文、游记、神话、传说、故事又可将旅游景物描绘得栩栩如生。

尽管有人对此界定提出一些异议,但是它既注意了传统文化和现代文明都是旅游客体,能够满足游客食住行游购娱的需求,又注意了游客在游玩过程中对异国异地文化的吸收和对自身文化的传播。

20世纪80年代后期,由于我国旅游业以前所未有的速度飞速发展,自然就激励了学术界对旅游文化的研究,围绕着旅游三要素,即旅游主体游客,旅游客体旅游资源,旅游介体旅游业的文化研究异常活跃,而且都肯定旅游文化就是三者相互作用所产生的物质和精神的成果,三者中

又以自然旅游资源和人文旅游资源的文化内涵为重心。应该说游客所以青睐旅游目的地，必然是受异地他乡旅游资源的吸引。旅游业不仅自身具有文化性质，更重要的是它充分利用当地的旅游文化资源为其发展服务。它所介绍给游人的景观、饮食、工艺商品、娱乐项目本身就是旅游文化资源的一部分，而如何挖掘、培育、开发文化资源，使之为旅游业的发展服务，就是中国旅游业今天面临和永远面临的伟大而艰巨的任务。

既然旅游文化是以一般文化的内在价值因素为依据，以旅游诸要素为依托而作用于旅游生活过程中的一种特殊的文化形态，是旅游过程中物质文明和精神文明的总和，那么中国的传统文化和现代文明凡是能为旅游直接服务或间接服务的都应纳入中国旅游文化范围。旅游是人类文明的体现，是广义的文化活动，它是文化的消费，又是文化的创造。可以说旅游最本质的特征就是旅游者变换原有的文化环境，探奇求知，变换生活节律，以吸取其他地域的文化。无论是有意识还是无意识，旅游活动都是为了满足文化精神的需求。

二、文化层面与中国旅游文化

文化通常有四个层面，物化力量构成的物态文化层，即人类最基本的生存需求，如衣食住行；各种社会规范构成的制度文化层，如经济、婚姻、家族、政法、宗教社团、教育、科技的相关制度及准则；人际交往中约定俗成的习惯性定势构成的行为文化层，如社会行为，风尚习俗；社会实践和意识中长期化育出来的价值观念、审美情趣、思维方式构成的心态文化层，如文学艺术哲学宗教等等。可以说旅游六要素中的食住行游购娱与文化水乳交融，密不可分。人们之所以愿意花费财力物力和体力心力去尝试

“在家千日好，出门一时难”的旅游活动，就是因为付出的同时，却满足了探奇求知的需求，而探奇求知的核心又在于探求不同文化。这实际上是人们的物质文明提高以后比较复杂的高层次需求。了解和体验其他地区和国家民族的文化历史、社会经济生活、风土民情、民族传统习惯，以及欣赏民族的文化艺术等，都属于这种了解和体验异地异族文化的需求。因此满足游客日益增长的文化需求，引导游客欣赏、了解旅游文化也是我们旅游工作者的责任和义务。

中国的旅游文化内涵十分丰富，有人曾将亚洲主要旅游目的地分为三类，一类是具有交通优势地区，如新加坡；一类是工业国，如日本；一类是拥有特殊旅游资源的国家。我国当属第三类，因为我国旅游文化资源源远流长，博大精深，自成体系。美国 B·肯尼迪评价：“在近现代以前的所有文明中，没有一个国家的文明比中国文明更发达，更先进。”我国的文物古迹、文学艺术、民俗风情、科技思想构成以古老东方文化为特色的国度形象决定了我国旅游发展必然带有浓厚的传统文化色彩。

第二节 中国旅游与文化的关系

中国旅游与文化从来是密不可分的。下面就将本书涉及到的山水文化、聚落文化、园林文化等内容及其与旅游的关系予以概括及阐述。

一、山水文化与旅游

表面上看山水似乎是自然物，山岳江河、湖泊海滨、森林溶洞、瀑布悬泉，乃至生活其间的花鸟鱼兽确实都是自然物。然而，中国景观中的自然美和人工美总是结合得

那样和谐，传统的名山胜水不仅以日月星辰，烟岚云霞，树木花草的自然景色取胜，而且这些只要一经游客发现，或以文记，或以口传，并给名山名水的个性定位，如黄山之奇，泰山之雄，华山之险，嵩山之峻，峨眉之秀，青城之幽等，为大家认同。自然美和人们的审美之间是如此的契合，人文对自然的认同是如此精到，甚至将自己的情感好恶寄情于自然，这就是山川名胜人化的过程。穷探造化奥秘，善于欣赏自然，正是我们民族可贵的心理特征。曹操的“山不厌高，水不厌深”，王恽的“山以贤称，境缘人胜”，天人合一，将名山大川作为宇宙灵气所钟，而人则是山川灵气之凝结，自然之景和人文之赏分明已融为一体。经历代志士仁人，能工巧匠的努力，这些由人们知识、态度、价值观构成的山水的“隐在文化”逐渐地转化为显露在外的，人们能够可触可摸可感的“显在文化”，于是山水形胜中有了寺庙观庵、楼台亭阁、磴道古桥、摩崖碑刻、诗词对联、轶闻传说，这些显在文化尽管自身有其丰厚的文化内涵，但是它们的内蕴只有置放于相应的山水中才有其个性魅力。而围绕着山水进行的登山、游泳、渔猎、划船、冲浪更是充满了刺激和愉悦，使沉寂的山水成为游客的天堂。

山水文化是不断创造的过程，它既然是人类与自然之间建立起来的亲善和谐关系的特殊体现，那么人们对山水的审美需求和审美能力就会不断发展，在山水文化形成过程中就会不断丰满、完善。以宗教活动和文学艺术为例，几乎历代的人们都依傍山水或以山水为表现对象，积累了中国旅游文化的宝贵的经验财富。推而广之，实用的、认知的、宗教的、审美的多层面的积淀，都不断给山水打上人的印记，使山水文化人化、物化、诗化和史化。可以说山水文化就是人化的山水，是人的本质力量对象化的结晶。

而人与山水的关系极致就是人与自然的和谐精神。《庄子·天道》说：“与人和者，谓之人乐；与天和者，谓之天乐。”这是在儒家强调的“人和”之外提出了“天和”，即人与自然界的和谐。这种朴素的哲学思想反映了世界的普遍规律，越来越被人们所认识，并将之作为中华民族的人文精神，不仅具有历史价值，而且具有时代价值。

二、聚落文化与旅游

作为人群聚居之地，都市、城镇与乡村都是旅游的热点。依山傍水之地，交通便利之区，生态旅游资源和文化旅游资源丰厚之所总是立体、多维地满足游客的要求，都是聚落文化的渊源。我国幅员辽阔，东南西北中，地域不同，地质地貌有别，政治、经济、文化的侧重不同，在民族、语言、历史、宗教诸方面各具特点，形成了区域性很强的文化中心和覆盖区域，这就是聚落文化的区域特征和民族特征。

历史文化名城是我国悠久历史的缩影，也是民族灿烂文化的橱窗，无论是历史沿革、地理概况，还是名胜古迹、风景园林、风物特产、城市建设等方面都无愧于历史文化名城的桂冠。以政治文化为特点的北京型，以沿海开放为特点的上海、广州型，以风景秀丽为特点的杭州、桂林型，以区域中心为特点的沈阳、南京型，这些名城都努力发展固有的民族风貌，完善自己的个性特色。正是以它们为核心，我国才无愧于文明古国的称号。值得庆幸的是，一些小的县城、小镇，由于注意保护，其历史文化的价值越来越被看好，如山西平遥是我国境内保存最完整的明清时期古代县城的原型。1997年12月，它以古代城墙、官衙、街市、民居、寺庙作为整体列入《世界遗产名录》。江苏的同里、周庄、角（lù）直都是很有名的小镇，它们是典型的

江南水乡古镇，钟灵毓秀，人杰地灵。

可喜的是少数民族村寨成为展现民族风情的场所，贵州红枫湖的侗寨、黑土的苗寨、安顺的布依族村落，还有海南通什的黎苗村寨、四川凉山的彝族村寨等，都以其特有的吃喝穿住、婚丧嫁娶成为极具魅力的旅游项目。

三、园林文化与旅游

我国园林历史悠久，风格独特，在世界园林史上享有盛誉，深受海内外人们的青睐。尽管不少学者就“园林”的释名常起硝烟干戈。其实园林无非是人造景观，运用工程技术和艺术手法，通过筑山叠石、理水引泉，营造厅堂、栽花植卉，反映主人的追求，园艺家的技艺，形成人工景观和自然风景的和谐。

我国的园林强调“随势造形”，朝代不同园林风格固然不同，地域不同园林形式各异，甚至一个地区内也流派纷呈。以北京、承德、曲阜为代表的皇家园林气势恢宏，北京的颐和园，承德避暑山庄，曲阜孔府花园都以规模宏大、装饰豪华著称。这固然因为这些园林是帝王理政祭祀所在，因而范围大，强调对称，景色兼收并蓄，极尽富丽堂皇，充满了皇家气概。江南一带多私家园林，杭州西湖的园林，扬州瘦西湖的园林，苏州拙政园、狮子林，上海豫园，占地不大，园中亭台楼阁，配以山水花木，以素雅精巧，小中见大的风格取胜，体现出浓重的书卷之气。岭南园林虽效法于江南园林、北方园林，却能将精美灵巧与庄重华缛集于一身，广东的四大名园晖园、可园、十二石斋、余荫山房，福建的鼓浪屿都有着凭海临风，融和中外的特点。“虽由人作，宛自天开”，中国的园林所以能本于自然，高于自然，正是因为中国古典园林审美趣味和艺术风格明显地受到人的风格、人的品格和文化修养的影响。

四、建筑文化与旅游

我国的建筑是民族科学技术、艺术才能和审美情趣的结晶。建筑物的环境、装饰既具有物质的一面，同时也反映精神文化的一面。它的造型、形象所产生的精神功能和美的观念成为构成建筑文化的重要因素。中国建筑自身以木结构为主体，形成完备的木构架系统；环境注意以“院”为单位组合，有主从也有韵律，有严整的对称又有灵活的安排，注意变化又追求和谐；装饰能因地采用石、砖、木、金属、琉璃等质材，将雕塑、彩绘糅合其中，造成鲜艳浓烈或淡雅朴素的视觉效果，内部装饰中的精致家具、精细雕刻、名贵字画，诸种艺术的精华恰到好处地安排其中。这种种特点使建筑有了凝固的音乐、立体的诗画之称。

我国建筑类型多样，名城古镇、宫殿坛庙、各地民居，陵寝祠墓、佛寺窟塔，园林亭台，形成蔚为大观的建筑艺苑，反映出各民族各地区的历史文化、社会政治经济、伦理道德观念、审美情趣，可以说建筑就是一部国家民族的文明史。观赏多姿多彩的建筑文化，风格迥异、造型独特、气势不凡的建筑使游人惊叹。徜徉小桥古镇，街坊民居又让你感到情趣盎然。在悬卧江上的大桥极目，在高耸入云的楼阁上引吭，那是雄伟、壮丽，那是联想绵绵，思绪悠悠。

五、宗教文化与旅游

伟大的革命先行者孙中山先生说过：“佛学是哲学之母，研究佛学可补科学之偏。”宗教是人类文化的最初源泉，它随着人类历史的发展，并随着不同社会性形态和不同历史时期，宗教的内容、性质和形式都有不同程度的变化。经过千百年积累发展，形成独特、灿烂的宗教文化，其中包

括哲学、神学、文学、音乐、美术、建筑以及修持制度和风俗习尚。历史上，宗教对文化发生过较大的影响，我国人民对宗教信仰有两个明显的特点，一是采取兼容并蓄的态度，二是外来宗教进入中国后迅速本土化、地方化。特别是明清以后，宗教走向世俗化，直接影响着中国的文化、旅游，佛教的寺庙、造像，道教的宫观、壁画，都成了稀世珍宝，在国内外享有盛誉，凡有这些存在的地方，无不成了海内外知名的旅游胜地。今天，应对宗教的性质、作用和演变规律作出科学的说明，发扬宗教中有积极意义的传统文化，促进宗教与旅游的协调发展。

六、民族文化与旅游

刘毅同志曾为《中国民俗·旅游丛书》题词：“民族文化，民俗风情，是具有强大吸引力的旅游产品，要努力开发它、完善它、精化它。”我国是多民族的国家，“五十六个民族，五十六朵花，相亲相爱如兄弟，共同祝愿中华”。民族具有共同语言、共同地域、共同社会生活方式、共同文化特点、共同心理素质、共同的社会民俗文化现象，这种文化的共同性是民族群众智慧的结晶创造，同时又供人民群众享受和利用，传承于民间的大部分民俗文化活动，都带有极其浓厚的娱乐性质，尤其是节日民俗文化和竞技民俗文化最为突出。

七、民俗文化与旅游

民俗文化的范围很广，民族成员的居住、服饰、饮食、生产、交换、交通、工艺、家庭、村落、结盟、社会结构、岁时风俗、婚丧嫁娶、道德礼仪、禁忌习俗、口头文学、心理特征、宗教信仰、审美情趣，方方面面都反映了各个民族的特点。地域风俗、时令风俗、行为风俗，在时间上