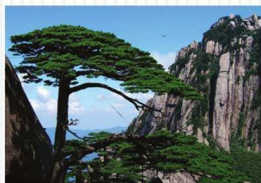


闫红霞 著

休闲旅游

文化·审美·体验



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

休闲旅游

文化·审美·体验



闫红霞 著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目(CIP) 数据

休闲旅游：文化·审美·体验 / 闫红霞著. —北京：
中央编译出版社, 2016. 9
ISBN 978 - 7 - 5117 - 3096 - 1

I. ①休… II. ①闫… III. ①休闲旅游 IV. ①F590.71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016) 第 214635 号

休闲旅游：文化·审美·体验

出 版 人：葛海彦

出版统筹：贾宇琰

责任编辑：曲建文

责任印制：尹 珺

出版发行：中央编译出版社

地 址：北京市西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座(100044)

电 话：(010) 52612345(总编室) (010) 52612363(编辑室)
(010) 52612316(发行部) (010) 52612315(网络销售)
(010) 52612346(馆配部) (010) 55626985(读者服务部)

传 真：(010) 66515838

经 销：全国新华书店

印 刷：北京振兴源印务有限公司

开 本：710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数：315 千字

印 张：18

版 次：2016 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价：48.00 元

网 址：www. cctphome. com 邮 箱：cctp@ cctphome. com

新浪微博：@ 中央编译出版社 微 信：中央编译出版社(ID: cctphome)

淘宝店铺：中央编译出版社直销店(<http://shop108367160.taobao.com>) (010) 52612349

本社常年法律顾问：北京嘉润律师事务所律师 李敬伟 问小牛

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话: 010 - 66509618



前言

国家战略的提出有利于最大限度地集聚和利用资源，协调各方力量。当今世界，美国、西班牙、德国、英国、俄罗斯、日本、韩国、巴西、印度、南非等众多国家纷纷实施旅游国家战略。2015年，我国国内旅游突破40亿人次，国民人均出游2.98次，旅游收入超过4万亿元，说明国内旅游已经成为一种刚需，旅游日益成为人们一种常态化的生活方式，成为人们享受休息权的一个重要体现。大众旅游时代的到来呼唤旅游业发展方向进行相应的转变。各地都希望通过“空间转向”和“尺度重建”，构建新型旅游经济发展网络。

休闲是旅游的蓝海。大众休闲旅游作为重要的民生产业，需要旅游行业全力推进，为旅游者提供最好的产品、最好的环境、最好的管理和最好的服务。一个区域的旅游质量，不仅取决于旅行社、酒店、景区的服务质量，而且是由整个区域的综合环境决定的。现在游客更加希望在当地进行深入的交流交往，更重视对一个地方风土人情、居民素质等整体环境的评价。这就要求我们从全域整体优化旅游环境、优化旅游全过程，配套旅游基础设施、公共服务体系和旅游服务要素。

国务院2014年发布的《关于促进旅游业改革发展的若干意见》提出，要更加注重文化传承创新，提升文化内涵和附加值，培育体现地方特色的旅游品牌。文化与旅游融合发展，要充分依托当地经济条件和人文地理环境。坚持地域文化与旅游融合；坚持体育文化与旅游融合；坚持创意文化与旅游



融合；坚持乡土文化与旅游融合；坚持科普文化与旅游融合；坚持建筑文化与旅游融合；坚持生态文化与旅游融合。

有些人其实并不懂得旅游的真谛，到景点就是拍照、购物，没能享受到旅游的乐趣。风景都是建构出来的，不存在天经地义的风景。康德曾经说过，“有审美的眼睛才能见到美”。因此，真正有意义的不在于能看到多少，而在于看了这么多之后想些什么。要有一定的相关常识，才能读懂地理，才能知美。比如，人们“颂春”“悲秋”，这与中国的四季连接顺序有关。我国大部分地区都是春夏秋冬四个季节，只有广东、广西、海南等地没有冬季。严冬令人生畏，在我国大部分地区，秋是冬的序幕，让人联想到冬季，所以会有“悲秋”，而人们亲近春、“颂春”，也是基于同样的道理。成语有“暗送秋波”“秋水盈盈”“望穿秋水”“秋水伊人”，这是对于秋天的水波清澈的发现，也是与中国的独特气候有关。

休闲旅游强调体验式旅游，为旅游者提供参与性和亲历性活动，使之主动地享受轻松愉悦的旅游活动方式。旅游者出行大多是为了扩展个人视野，感受不同的生活体验或者获取个人生活范围以外的信息。传统的观光式旅游，高度依赖一些优质的自然资源或者文化遗产，来为游客提供一种游览的满足感；探险式旅游则更多的是追求感官或者感受的刺激，例如漂流、穿越等；度假式旅游着重提供一种休闲的氛围，让游客轻松愉快享受假期。而体验式旅游着重的是给游客带来一种异于其本身生活的体验，比如为城市人提供乡村生活的体验，为游客带来不同地域，或者是不同年代生活的体验等。



第一编 休闲旅游概述

第一章 概论	3
第一节 休闲的概念和类型	5
一、休闲的概念	5
二、休闲的意义和作用	10
第二节 休闲旅游	12
一、休闲旅游概念	12
二、休闲旅游产品	15
第三节 休闲旅游资源	22
一、主要特征	22
二、主要类型	23
三、主要依托	26
第四节 休闲旅游的新理念——全域旅游	38
一、全域旅游发展的时代背景	38
二、全域旅游概念	39
三、全域旅游的思路	40
四、全域旅游的现状	43
五、全域旅游的战略	44



六、全域旅游的支持系统	46
第五节 休闲旅游审美体验	48
一、旅游活动的休闲性与审美性	49
二、参与旅游审美的因素	53
三、导游审美功能	58
第二章 休闲旅游产业的新发展	63
第一节 民宿休闲旅游	63
一、民宿古今	63
二、世界各国民宿经营模式面面观	65
三、世界民宿比较分析	67
四、民宿休闲游	68
第二节 体育休闲旅游	69
一、缘起	69
二、背景	71
三、开发模式	71
四、中国体育旅游发展策略	73
第三节 山地休闲度假旅游	74
一、山地旅游产品开发类型	74
二、山地旅游问题	76
三、山地旅游产业发展策略	77
第四节 银发休闲旅游	79
一、现状	80
二、目前问题	80
三、深耕细作银发旅游市场	82

第二编 感悟自然生命的绚烂

第三章 自然景观形态美和景观象征	89
第一节 林泉高致，山水娱情	89

第二节 比德·····	101
一、概念·····	101
二、中国与西方山水审美观的差异·····	103
第四章 自然景观要素·····	105
第一节 山地·····	105
一、花岗岩名山·····	106
二、变质岩名山·····	107
三、岩峰林地貌名山·····	107
四、丹霞地貌名山·····	108
五、岩溶峰林·····	109
第二节 水域·····	109
一、江河·····	110
二、湖泊·····	111
三、瀑布·····	112
四、泉水·····	113
五、海岸带·····	114
第三节 生物·····	115
一、植物·····	115
二、动物·····	118
第四节 气候·····	120
一、气候旅游概念·····	120
二、气候旅游实践·····	120

第三编 怀旧情愫

第五章 村落，梦中家园的怀念·····	126
第一节 乡村休闲旅游·····	126
一、乡村吸引力·····	126
二、乡村旅游掠影·····	127



第二节 农耕文明典型的民居建筑·····	130
一、民居代表·····	130
二、乡村之韵·····	133
第六章 古镇，走进昨日的繁华街市·····	137
第一节 古镇掠影·····	138
一、古镇特色·····	138
二、古镇风景·····	140
第二节 古镇的桥、水、楼·····	148
一、江南建筑·····	149
二、水系·····	150
第三节 古镇开发和风险控制·····	152
一、古镇开发模式·····	152
二、古镇损坏·····	154
三、风险控制·····	154
第七章 园林，理想的居游之地·····	157
第一节 中国园林的艺术特点和分类·····	157
一、皇家园林·····	157
二、私家园林·····	158
三、寺观园林·····	160
四、公共园林·····	162
第二节 中国园林审美·····	162
一、意境美·····	162
二、性格美·····	163
三、整体美和形式美·····	163
四、空间组织美·····	164
第三节 中国园林建园要素·····	166
一、园林中的山和水·····	166
二、园林中的建筑和花木·····	174

第四节 古典园林室内环境艺术·····	182
一、盆景·····	182
二、书法·····	183

第四编 时尚都市

第八章 城市建筑·····	187
第一节 西方建筑·····	187
一、古希腊式建筑·····	187
二、罗马式建筑·····	189
三、哥特式建筑·····	191
四、文艺复兴式建筑·····	198
五、巴洛克式建筑·····	199
第二节 中国古建筑·····	201
一、古城建筑·····	201
二、宫殿建筑·····	209
三、古代陵墓·····	220
四、中国古代坛庙建筑·····	223
五、宗教建筑·····	226
第九章 关注城市的形象和个性·····	236
第一节 城市轴线与轮廓·····	236
一、城市轴线·····	236
二、城市轮廓线·····	241
第二节 城市生态与个性·····	242
一、生态与通达：宜人的双重空间·····	242
二、个性与品味：城市的特色感悟·····	246
第三节 休闲旅游城市·····	253
一、法国最大的港口城市马赛·····	253
二、慢行水城阿姆斯特丹·····	254



三、澳洲之旅——堪培拉	255
四、澳洲之旅——悉尼	256
五、澳洲之旅——布里斯班	256
六、澳洲之旅——墨尔本	257
七、中国北海	258
八、其他	259
第四节 城市休闲游憩设施	261
一、沈阳世博园	261
二、厦门园林植物园	262
三、鼓浪屿	265
四、都江堰	267
五、太阳岛	269
主要参考文献	273
后 记	278

第 一 编

休闲旅游概述



科学文明的休闲方式，可以有效地促进人体能量的储蓄和释放，它包括对智能、体能的调节和生理、心理机能的锻炼。

人们富裕后，“玩”成为生活中必然的需求。于光远先生说过“什么叫休闲？人之初，性本玩。”朱厚泽说过“古人总是讲玩物丧志，现在要研究休闲，需把这句话翻新，叫作在玩物中壮志，在休闲中新生。”休闲产业提倡健康的“玩文化”，创造条件让人们玩得开心、玩得健康。让人们体验到“蓝天”的乐趣，是健康的“玩文化”的一种体现。现在广场舞越来越盛行，在许多城市都能见到，例如在公园、广场、小区里。它不是政府和企业行为，而是完全由人们自发组织。这种自发的休闲活动日趋成为一种核心休闲活动。为了加强这些核心活动，公共场所也开发出了多种用途的配套设施，如公园、广场等公共场所，既有小孩玩耍的地方，又有大人们跳舞、练太极、下棋等活动的地方。

休闲之事古已有之。一般意义上的休闲是指两个方面：一是解除体力上的疲劳，恢复生理的平衡；二是获得精神上的慰藉，成为心灵的驿站，是完成社会必要劳动之后的自由时间，是人的生命状态的一种自我完善形式。因此，对于人之生命的意义来说，休闲是一种精神的态度，并在人类社会进步的历史进程中扮演着重要角色。随着经济的发展，选择旅游作为一种休闲方式已成为比较普遍的行为方式。



人们休闲的概念不断在发生变化,它不再是“懒惰”的代名词,而是从简单的休息、睡眠发展到运动、艺术、娱乐等多个方面。越来越多国人逐渐意识到,生活的内容包含了很多方面,绝不仅仅只是工作和家庭。人们的身份不仅是职场和家庭赋予的,许多人通过休闲活动找到了全新的身份认同。比如一个企业白领,同时也是位桥牌高手;一个全职妈妈,同时也是名绘画师,诸如此类。好的休闲活动不仅能丰富生活,也能让人增添自信,无论是对个人的生活,还是社会的发展,都能起到积极的推动与平衡作用。

人们对休闲的态度以及休闲的习惯,在不同年龄层、在城市和乡村有不同的体现。以旅游为例,老年人往往更倾向于跟团游,而年轻人则更喜欢自己设计路线、安排行程,不再满足于走马看花似的旅游模式。人们对休闲有了更多更细的需求,这无疑对整个休闲领域,包括城市规划、市政设施的发展等方面提出了更多的要求和更大的挑战。由于休闲之要旨在于人在旅途而无身心疲惫之虞,因而便捷的交通和舒适的食宿,是体现休闲旅游资源价值的首要条件。

旅游是人们的物质生活发展起来之后的一种文化生活需求。旅游者的目的是求新、求知、求乐、求得一个美好的回忆,是现代社会中民众的一种短期性的特殊生活方式。随着旅游从有闲阶层的有限范围进入社会经济生活的普遍范围内,旅游便有了广泛的社会性。但是,随着时代的发展,传统旅游的功能已难适应人们的需求。因此,应赋予旅游以更多的内涵。有的学者强调休闲旅游是人的一种文化经历、文化体验、文化传播、文化欣赏,可以满足人的心理和精神以及多方面发展自我的需要。然而关键问题是,如何在休闲过程中提高人的文化素养、审美情趣、感受能力和鉴赏眼光,让旅游成为人们感受文明、融于自然、理解文化、陶冶性情的一种综合性的休闲方式。将休闲旅游变成社会文明的一份动力,需要有更多、更好、更合适的休闲旅游资源和产品提供给市场。

旅游产业也是一把双刃剑,在发展旅游经济的同时也产生了许多负面影响。一般情况下,常规观光旅游开发的对象是自然景观及人类的文化遗迹。当开发成为以经济利益为目的的无休止行为以及人们仅仅为满足好奇心和追求感官刺激而践踏自然、造成生态环境的破坏时,它所带来的负面影响尤其不可低估。常规旅游资源的过度开发已成为世界大多数旅游地的通病,并且

很难把握好旅游发展和资源保护、经济繁荣和文化弘扬之间的平衡点。许多被联合国教科文组织列为世界遗产的地方都因为承受过重的旅游压力,使脆弱的自然和文化遗产资源受到破坏。为此,发达国家在几十年前就尝试通过发展休闲旅游产业来缓解旅游业的压力,诸如休闲俱乐部、体育俱乐部、文化馆、剧院、博物馆、艺术馆、休闲度假村、主题公园、游乐园等,在一定程度上缓解了因旅游业对自然的过度开发而造成的破坏。同时,在客观上也丰富了旅游的内涵,扩大了经营范围,促进了经济的发展,更满足了旅游者多方面消遣享乐的需要。

近年来,随着我国国民经济的持续发展和人们生活水平的不断提高,人均可支配收入不断增长,对旅游消费的需求也越来越强烈。随着人们旅游消费观念的不断更新,人们对探险、运动、休闲等为主题的新兴旅游消费需求的产生,一批旅游新业态、新产品不断涌现,大有异军突起、蓬勃发展之势。

第一节 休闲的概念和类型

一、休闲的概念

休闲,是指在工作时间外以各种“玩”的方式求得身心的调节与放松,达到生命健康、体能恢复、身心愉悦为目的的一种业余生活。

休闲,是个体以自己所喜爱的、本能地感到有价值的方式,在内心喜爱的驱动下采取的行为,并为信仰提供一个基础。休闲是从文化环境和物质环境的外在压力中解脱出来的一种相对自由的生活。休闲不是简单的休息,而是对人的生命意义和人生快乐的探索。

休闲两个字:闲,就是要有时间;休,就是怎样去消费这个闲。实际上对于休闲这个概念,从文字结构来看,“休”是人倚树的状态,“闲”是门内有树的场景或者是门中望月的场景。这需要一个庭院,需要一个环境,需要一个相应的心境,最后升华到一种意境。可见古人已明白休闲与生态环境的关系和其自由自在的内涵。当下,从节日旅游的疲于奔命上升到逍遥休闲



的人生境界，以全面提升生活质量，是对休闲度假产业的一个基本要求。

这些年，人们对休闲的认识发生了颠覆性的变化，现在人们会落落大方地谈论休闲，休闲不再是不务正业、游手好闲、不思进取。休闲已经成为一种时尚、一种追求，并逐步成为人们的一种生活方式，成为关系人们身心健康、社会和谐稳定、经济文化发展的大事。从个人来说，休闲是实现自我实现的重要条件，生活的重要意义在于自我的实现，如果没有休闲生活谈何自我实现？从社会来说，休闲是家庭和谐的重要方式，是社会和谐的推动力量，是大同世界的终极形式。从科学研究来看，往往是人在闲暇的状态下创造力才最强。所以说，休闲最终创造了一种新的生活方式。随着我国国民人均可自由支配收入不断增加，可自由支配的时间越来越多，休闲将越来越成为人们消费的要素，成为人们不可缺少的生活方式。

如果从时间维度上划分，休闲有小闲、中闲、大闲。小闲是一天工作之外的日常闲暇，是一天中的三分之一；中闲是大周末，是一周中的三分之一；大闲是法定假日和带薪假期，是一年中的三分之一。休闲是围绕着生活中的三分之一在进行。

从空间维度来看，第一是家庭休闲，这是休闲空间的基础；第二是社区休闲，这是休闲空间的放大；第三是城市休闲体系，这是总体休闲空间的延伸；第四是环城市休闲游憩带，这是休闲空间的拓展，现在基本上每一个城市的周边，环城市休闲游憩带大体都已经形成；第五是乡村休闲，这是休闲空间的发散；第六是异地休闲，就是我们常说的观光，准确来讲，是异地休闲的概念，包括一部分度假，都是休闲空间的辐射；第七是网络休闲，通过虚拟空间消磨时间；最后是互为空间，形成完整的休闲空间体系。

从生活方式的角度划分，休闲大致有两类：一类是积极休闲，一类是消极休闲。积极休闲包括旅游、度假、文化、体育活动、看电影等方式；消极休闲，即睡懒觉、喝酒、打麻将等，这些甚至是多数人目前的休闲方式。我们要倡导积极的休闲方式，尽量弱化消极的休闲方式，只有这样才能把休闲度假产业培育起来。

20世纪七八十年代以来，随着一些发达国家开始进入“后工业社会”，休闲在其社会生活中的功能发生了很大变化，西方学者对休闲价值观的研究也引起了社会的极大关注。随着休闲学的发展，越来越多的学者接受了瑞典