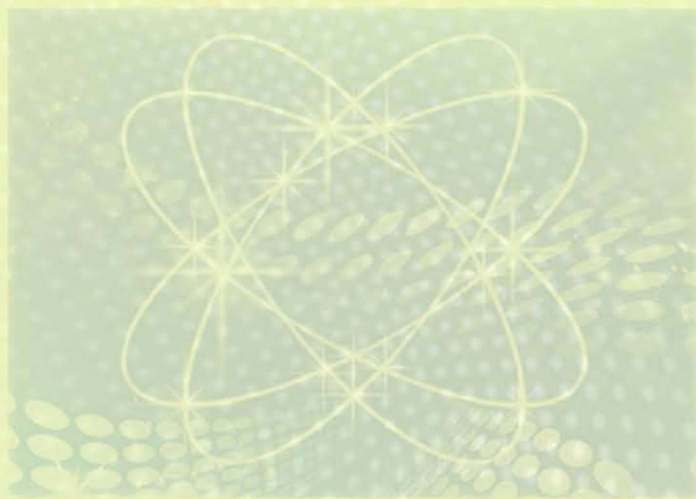


赤峰旅游文化发展研究

张国芬 陆 平 于 颖 编著



内蒙古科学技术出版社

赤峰旅游文化发展研究

张国芬 陆平 于颖 编著



内蒙古出版集团
内蒙古科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

赤峰旅游文化发展研究 / 张国芬, 陆平, 于颖编著

. — 赤峰 : 内蒙古科学技术出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-5380-2497-5

I. ①赤... II. ①张... ②陆... ③于... III. ①旅游文化—研究—赤峰市 IV. ①F592.726.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第304982号

出版发行: 内蒙古出版集团 内蒙古科学技术出版社

地 址: 赤峰市红山区哈达街南一段4号

邮 编: 024000

电 话: (0476) 8225264 8224848

邮购电话: (0476) 8224547

网 址: www.nm-kj.com

责任编辑: 马洪利

封面设计: 永 胜

印 刷: 赤峰金源彩色印刷有限责任公司

字 数: 218千

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 9.5

版 次: 2014年12月第1版

印 次: 2014年12月第1次印刷

定 价: 36.00元

前 言

旅游业作为独立的社会经济产业形成于19世纪中叶,不过其在全球范围内的普遍兴起是在20世纪50年代,而在我国兴起则是到了20世纪70年代后期。所以说,旅游业在我国是一个新兴产业。在我国形成较晚的旅游业,却表现出强劲的发展势头。2013年,全年实现旅游总收入29475亿元,比上年增长14.0%。国内旅游市场方面,2013年,国内旅游人数32.62亿人次,比上年增长10.3%;国内旅游收入26276亿元,同比增长15.7%。

随着人们旅游追求品位的提高,文化旅游越来越受到重视,相关的政府部门和景区(点)也非常重视旅游文化资源开发。正是鉴于此种情况,我们围绕赤峰文化旅游资源开发展开了一系列的研究。本书编写的主旨:规范旅游开发,宣传赤峰旅游文化,方便游客了解赤峰旅游文化,提升赤峰旅游文化发展品位,为赤峰旅游文化发展贡献绵薄之力。

本书共九章,其中第一章(赤峰旅游文化发展导论)、第二章(文化、旅游与旅游文化)、第三章(赤峰历史文化旅游发展研究)由张国芬编写,第四章(赤峰民俗旅游文化研究)、第五章(赤峰名人文化研究)、第六章(赤峰旅游品牌营销策略研究)由陆平编写,第七章(赤峰市自然旅游资源的开发利用)、第八章(赤峰市自然旅游资源文化研究)、第九章(赤峰市生态旅游文化)由于颖编写。

本书在写作过程中参考了许多专家学者公开发表的作品,并直接引用了一些精辟论述和价值极高的资料,在此谨向这些作品的作者表示诚挚的谢意!

由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,欢迎广大读者批评指正。

编者

2014年11月

目 录

第一章 赤峰旅游文化发展导论	1
第一节 赤峰旅游发展概述	1
第二节 赤峰旅游文化发展研究的基本思路和方法	5
第三节 赤峰旅游文化的基本特征	7
第二章 文化、旅游与旅游文化	8
第一节 文化的含义	8
第二节 旅游的含义	11
第三节 旅游文化	12
第三章 赤峰历史文化旅游发展研究	16
第一节 赤峰历史文化旅游发展概述	16
第二节 赤峰历史文化旅游资源开发现状	24
第三节 赤峰历史文化资源旅游开发	37
第四节 本章结语	45
第四章 赤峰民俗旅游文化研究	46
第一节 概述	46
第二节 赤峰市民俗旅游资源开发整合	62
第三节 赤峰市民俗旅游资源的创新模式探索	63
第五章 赤峰名人文化研究	66
第一节 概述	66
第二节 赤峰名人文化的整合与开发	68
第三节 本章结语	72
第六章 赤峰旅游品牌营销策略研究	74
第一节 绪论	74

第二节	品牌和品牌营销概述	74
第三节	赤峰市旅游品牌营销现状分析	85
第四节	对策及建议	91
第七章	赤峰市自然旅游资源的开发利用	96
第一节	绪论	96
第二节	赤峰市自然旅游资源的概况及开发现状	101
第三节	赤峰市自然旅游资源开发中存在的问题及建议	113
第八章	赤峰市自然旅游资源文化研究	121
第一节	自然旅游资源与文化	121
第二节	赤峰市自然旅游资源文化研究的方法及路径	123
第三节	提升赤峰市自然旅游资源的文化内涵	127
第九章	赤峰市生态旅游文化	132
第一节	绪论	132
第二节	生态旅游资源	136
第三节	生态旅游规划	138
第四节	发展生态旅游	140
参考文献		144

第一章 赤峰旅游文化发展导论

第一节 赤峰旅游发展概述

随着国内旅游业的蓬勃发展,赤峰旅游业近几年也展现了强劲的发展势头,并取得了可观的成就。赤峰市作为中国优秀旅游城市、中国最佳旅游胜地、中国最具民族特色的旅游城市、中国旅游竞争力百强城市、中国优秀旅游目的地、中国最值得向世界推荐的旅游胜地,2011年全市共接待旅游者640.4万人次,比2007年增长55.3%;旅游收入88亿元,比2007年增长1.15倍;实现旅游税收4亿元,比2007年增长2.25倍。旅游业已经成为赤峰市国民经济增长较快产业之一和新兴的支柱产业。

一、赤峰旅游业发展现状

近几年来,赤峰旅游业发展突飞猛进,主要表现在以下几个方面:

(一)旅游资源得天独厚

赤峰市位于燕山山脉和大兴安岭山脉的交汇处,内蒙古高原向西辽河平原的过渡地带。独特的地质构造和地貌特点,悠久的历史文化,造就了赤峰多姿多彩的自然和历史文化旅游资源。山峰、沙漠、草原、森林、湖泊、温泉、冰雪、冰臼、花岗岩石林、珍稀动植物、民族风情、文物古迹一应俱全,门类齐全。现有历史文化遗址6800多处,国家重点文物保护单位25处,国家森林公园6处,国家级自然保护区6处,国家水利风景名胜区分区6处,世界地质公园1处。拥有“中华第一龙”、“华夏第一村”、“草原第一都”等重量级文化遗产,有“自治区的名片”和“内蒙古的缩影”之称。据旅游权威人士评价,赤峰旅游资源分布之广,品位之高,资源之富集,特色之鲜明,类型之多样,在内蒙古自治区乃至中国北方都是罕见的,具有多样性、典型性、独特性、原生性和丰富性等特点。

(二)旅游产业初步形成

近年来,在市委、市政府的正确领导下,以建设“草原文化旅游胜地”为目标,坚持“政府主导、社会参与、市场运作、企业经营”的原则,实现了旅游产业的快速起步。目前,全市已开发并投入运营的景区(点)63家,其中有国家质量等级的景区16家(AAAA级2家,AAA级4家,AA级9家,国家工业旅游示范点1家),旅行社65家,星级宾馆28家,旅游推荐单位80多家,旅游汽车公司3家,导游440多名,2006年全市旅游业直接就业人数2.2万人,为相关行业提供就业岗位10万个,形成了配套的旅游服务体系。旅游业带动了交通、商贸、餐饮、文化、体

育、通讯、物流等行业的发展,并成为全市第三产业的龙头。

(三) 旅游基础设施明显改善

全市加大了旅游基础设施建设的投入,交通、通讯、城建等一些制约旅游业发展的瓶颈因素大为改善,仅交通一项就累计投资114亿元,建设了出区跨省的公路干道,改造了一批省际、旅游、通乡通村公路,启动建设了赤大、赤通高速公路,通行能力和通达水平明显提高。尤其是锦茅一级路的开通,缩短了北京与赤峰的距离,使赤峰市与华北诸多客源地城市的连接更加顺畅。特别是2004年全市开展的创建中国优秀旅游城市活动,使赤峰市城市服务功能上了一个新台阶。在创优过程中,全市实施了许多道路、广场、街道治污排污、绿美亮工程,改善了城市的投资环境、旅游发展环境和城市居民生活质量。同时,2014年内蒙古全区运动会的召开,市政府的多项举措也极大地提高了赤峰市的基础设施水平。

(四) 旅游形象进一步提升

几年来,针对本市目标客源市场,赤峰市采取走出去,请进来,各种媒体一起上的办法,大力开展跨区域旅游促销推介。市和旗县区两级政府每年投入的旅游宣传促销经费达到2000多万元,五年中各级政府和企业投入宣传经费近亿元,全方位、多角度地开展了城市形象宣传和旅游产品推介。在央视天气预报、《朝闻天下》等名牌栏目的黄金时段连续几年播出赤峰旅游形象广告;市政府由主要领导带队,多次到北京、天津、沈阳等主要客源地探讨包括旅游在内的区域合作关系,先后同北京、沈阳、鞍山、锦州、朝阳、承德等地签订了旅游合作框架协议,实现了客源共享和无障碍旅游;在继续巩固、扩大以京津为重点的环渤海市场的前提下,积极开拓长三角、珠三角和以重庆为重点的大西南客源市场。经过努力,先后开通了上海、广州的航线,举办了较有影响的旅游启动仪式和系列宣传活动,在重庆举办了克什克腾旅游节;组织旅游企业参加了在北京、广州、沈阳、长春、上海举办的10个旅游交易会 and 18个旅游推介会;和铁道部合作开通了“克什克腾号”旅游专列;连续举办了红山文化节、草原旅游节、克什克腾蒸汽机摄影节、美林谷滑雪节等旅游节庆活动;广泛开展了“赤峰人游赤峰”活动,让旅游走进社区、走进居民家庭,几年来向市民赠送门票10万张。初步形成了以环渤海客源市场为主,以长三角、珠三角和内蒙古西部、山西、陕西客源为辅的客源市场网络。五年来,全市共举办旅游企业经理、领班、导游、歌手、厨师、服务员等各级各类培训班近800期,参加培训人员3万多人,75%以上的受训人员获得了旅游岗位培训合格证书。

(五) 全社会形成了共建大旅游的良好氛围

全市各级领导把旅游作为朝阳产业和第三产业的先导来抓,由抓旅游带来的经济效益和社会效益已被普遍认可,投资开发旅游项目的市外企业家越来越多,旅游项目已经逐渐成为市外投资者的投资热点并呈逐年上升趋势。围绕“发展大旅游、开发大市场、建设大产业”的思路,旅游与各部门实现了通力合作,与交通、文化、城建、扶贫、团委、文明办、公安、工商、卫生、环保、质检等部门长期开展项目合作、各种宣传、检查和培训活动,同时带动了中石油、

人保财险、汽车公司等企业参与旅游建设和开发的积极性。“人人都是旅游环境,事事关系旅游发展”的观念深入人心,全社会形成了共同参与,支持旅游业发展的新格局。

(六) 草原文化旅游胜地定位的确立和政府主导型旅游发展战略的实施

市委、市政府根据赤峰市的资源优势、区位优势和发展潜力,从战略的高度提出了全市经济发展的六大战略定位:把赤峰市建设成为辐射周边地区的农牧业产业化中心、东北与华北地区能源基地、中国矿产资源战略接替基地、自治区东部重要商品集散地和最便捷的出海通道、草原文化旅游胜地和京津地区重要的生态屏障。草原文化旅游胜地这一战略定位的提出,充分表明了市委、市政府大力发展旅游业的决心和信心。随后,以市长为首的全市旅游产业发展协调领导小组正式成立,并出台了《关于加快旅游业发展的决定》,在旅游业产业定位、指导思想、工作重点、发展目标、政策措施和保障体系等方面为全市旅游业的发展提供更明确、更科学和更有可操作性的指导。在此基础上,制定并通过了《全市旅游发展规划》,指导全市旅游业可持续发展和又好又快发展。

在全区确定的31个旅游重点旗县区(市)中,赤峰市占了7个。中科院地理与资源研究所、中国城市规划设计研究院对全区旅游资源的调查与评价认为,赤峰市优良级旅游资源109个,居全区12个盟市第一位。

二、赤峰旅游发展存在的问题

(一) 旅游业发展水平与旅游资源拥有量不对称

赤峰市旅游业虽然取得了一定程度的发展,但发展水平仅处于全区中游。截至2009年赤峰市国内旅游者人数为342.79万人次,占全区的9%;旅游业总收入为54亿元,占全区的9%,位居全区第6位。与国内旅游发展相比,赤峰市国际旅游发展缓慢,2009年入境旅游者30773人次,占同期全区入境旅游者的2.3%;国际旅游收入1975.23万美元,占全区国际旅游收入的3.21%。

赤峰市旅游业发展状况在全区中的水平与赤峰市所拥有的位于全区第二的优质旅游资源数量不对称,资源一流与产业滞后是目前赤峰市旅游业现状的准确定位,需要解决的问题还很多,应进一步加大旅游业的发展,使之与旅游资源的拥有量相对称。

(二) 旅游景区总体服务质量有待进一步提高

目前赤峰市高等级景区少,A级以上景区仅占全区的11.6%,数量不多且质量不够高。据调查,赤峰市所有景区工作人员最多的不超过60人,还没有培育出档次高、规模大,在全国、全区有影响力的知名大景区。即使是主打的阿斯哈图石林景区,除了其资源独特外,在景区的硬件建设、管理、服务水平等方面与其他盟市和国内知名景区相比都有很大的差距,赤峰市旅游业的发展仍缺乏骨干景区的有力支撑。

赤峰市现有取得导游资格证的人员近千人,申请导游IC卡人员近800人,但目前仍在导游岗位工作人员不到400人,使得旺季导游短缺严重,且目前持有导游证人员主要为大中专学

生,服务水平有一定局限性,影响到游客对赤峰旅游的良好体验。

(三)市域内旅游业发展不平衡

由于旅游资源赋存状况差异、旅游起步早晚等原因,区域内旅游业发展差异较大。克什克腾旗和喀喇沁旗集中了赤峰市大部分 AAA 级以上景区和重要旅游企业,拥有赤峰市较大的两个旅游开发公司(分别是赤峰市旅游产业发展有限责任公司和喀喇沁旅游发展公司),旅游资源的整合开发已经步入正轨,极大地促进了旅游业的快速发展。目前克什克腾旗旅游业发展相对较好,其余旗县旅游发展相对落后。

(四)旅游发展中文化资本体现不够

当前赤峰市旅游的主打品牌还是自然景观,也可以从另一方面理解,那就是目前人文景观吸引力有限,没有彰显其所应具有的魅力。目前赤峰市以草原旅游为主的旅游形式尚停留在旅游的初级阶段,简而言之是粗放型旅游,文化赋予程度不够,对特有文化比如红山文化、契丹辽文化、蒙元文化挖掘等吸收以及消化和创新不足,这样直接导致旅游层次提升程度不明显,品牌意识不强,品牌优势尚处于萌芽阶段,文化资源优势既没有变为文化优势,也尚未转化为经济优势。

(五)重点旅游资源可持续发展意识亟待提高

赤峰市的旅游,仍然以草原观光为主,是原生态草原休闲、娱乐、度假、观光旅游景区的理想地域,草原及其旅游接待城镇(主要是温泉地)是旅游可持续发展的依靠,但部分地区对旅游资源的可持续利用意识不强。目前克什克腾旗草原旅游是赤峰旅游的主打品牌,其中最为重要的草原旅游景点为乌兰布统草原,被誉为北京的后花园,是国家级重点风景名胜区,但历史的原因形成了乌兰布统地区军地双方管理机构并存的体制(乌兰布统地区于1963年租赁给北京军区作为军马饲养地,租期30年,目前该地区仍未移交地方),在这种体制下,旅游业的发展难以实现统一高效的资源配置与科学合理利用。

三、赤峰旅游指南

(一)交通

航空:赤峰机场为赤峰玉龙机场,位于喀喇沁旗牛营子镇玉龙村, S206左侧,距离赤峰市新城区15公里。三字代码(IATA): CIF, 四字代码(ICAO): ZBCF。通航城市有:北京、上海、呼和浩特、沈阳、大连、昆明、西安、广州、哈尔滨、南京、天津、成都、重庆、鄂尔多斯、包头、海拉尔等。在玉龙机场起降航班的航空公司有:中国国航、东航、天津航空、川航、华夏航空、中联航。赤峰玉龙机场按照4C级建造,能够起降B737及以下飞机。

铁路:赤峰站位于市区南部、昭乌达路的最南端,从赤峰至北京、呼和浩特、沈阳、哈尔滨、大连、长春、锦州、承德、朝阳、山海关、张家口、大同、齐齐哈尔、满洲里等地都有列车直达。目前,正在规划建设赤(峰)喀(喀左)高速铁路,届时赤峰到北京的铁路运行时间将缩短到100分钟以内。

公路:赤峰长途汽车站就位于松山区铁路桥东侧,111国道穿境而过。赤峰至北京、天津、秦皇岛、石家庄、哈尔滨、沈阳、唐山、锦州、朝阳、青岛、大连、济南、齐齐哈尔、郑州、西安、福鼎、呼和浩特、包头、锡林浩特、保定、邯郸、霸州、白沟、淄博等地均有车直达。赤峰市已建成了通(辽)赤(峰)高速、赤(峰)大(板)高速、赤(峰)朝(阳)高速、赤(峰)承(德)高速等多条高速公路。

(二) 美食

四大名吃:对夹、哈达饼、哈达火烧、草原肉饼。

四大风味:炒米、奶食品、手把肉、烤全羊。

五大名菜:锅包肉、红烧梅花筋、红烧牛蹄筋、红烧牛尾、干炸华子鱼、瓦氏雅罗鱼。

五大名饮:敖汉杏仁乳、喀喇沁马奶酒、赤峰啤酒、宁城老窖、沙棘饮料。

(三) 特产

蕨菜、黄花、白蘑、山杏仁、哈拉海、巴林美石、林西水晶、天使地毯、鹿系补品等。

(四) 习俗节日

燃灯节:每年农历十月二十五日,待夜幕降临,家家点燃酥油灯以示欢庆。蒙古族传统的娱乐活动有赛马、赛骆驼、摔跤、射箭、拔河、民间歌手弹唱、马头琴演奏、民间舞蹈。土尔扈特蒙古族舞蹈有群舞、独舞、男女对舞,还有随歌伴舞,舞姿飘逸豪放,显示出草原民族独有的特色。

草原那达慕:“那达慕”是蒙古族传统的节日,每年夏季7月或秋季举行。“那达慕”蒙古语意为“娱乐”或“游戏”。如今,“那达慕”成为集娱乐、体育、经济、文化于一体的综合性草原盛会。游人可以在那达慕大会上欣赏到极具蒙古族风情的赛马、摔跤、射箭等竞技比赛,还有蒙古象棋、田径、球类、拔河、秋千、跳板、射击、自行车、摩托车等比赛项目和团体操、武术擒拿等表演。夜幕降临草原,人们燃起熊熊篝火,乌兰牧骑的演员们表演精彩的文艺节目,牧民围着篝火翩翩起舞,放声歌唱,尽情欢乐……

(五) 最佳旅游季节

赤峰处于暖温带向寒带的过渡地区,冬季寒冷干燥,夏季温暖多雨,夏季最佳旅游时间为6—9月。

第二节 赤峰旅游文化发展研究的基本思路和方法

赤峰旅游文化发展研究作为一项理论课题必须遵循一定的研究理论原则,包括经济学、心理学、社会学、美学等众多理论原则,把这些原则融入到旅游文化发展研究中,才能使赤峰旅游文化发展的研究更加深入、思路更加开阔。

一、赤峰旅游文化发展研究的基本思路

赤峰旅游文化,应该是从旅游的角度理解的赤峰地区的区域性文化,这种文化更多的是赤峰地区各族人民群众生活方式的表征,它可以被旅游者理解和体验。这种区域性的文化,首先具有一定的地理性特质,赤峰的草原、湖泊、地质公园、沙漠等自然因素给赤峰地域性的旅游文化打上了自己的烙印;其次是具有一定的人文历史特质,赤峰独特的历史文化及民俗特征又为这一地区的文化增加了灵性及个性;同时还具有一定的文化交融性特质。因此在研究这一独特的文化现象时,使用单一的理论是远远不能满足需要的,必须在对旅游、文化、旅游文化这些核心概念的领会下,从揭示赤峰旅游文化的基本特征入手,全面阐述赤峰旅游文化基本内容及其发展情况。

旅游文化开发的目的主要是发现及利用它的价值,因此赤峰旅游文化发展研究应该侧重于赤峰地区文化所具有的旅游价值研究。

二、赤峰旅游文化发展研究的基本方法

(一)调查法

调查法是科学研究中最常用的方法之一,它是有目的、有计划、系统地搜集有关研究对象现实状况或历史状况的材料的方法。它综合运用历史法、观察法等方法以及谈话、问卷、个案研究、测验等科学方式,对现象进行有计划的、周密的和系统的了解,并对调查搜集到的大量资料进行分析、综合、比较、归纳,从而为人们提供规律性的知识。

本书主要采用调查问卷法来了解游客对不同旅游资源类型的偏好程度,发现旅游文化开发中存在的问题及从游客本身来说的改进意见;采用谈话法获取第一手资料,通过和旅游景区工作者面对面交流及对旅游管理者的访谈更加深入地了解赤峰旅游文化开发存在的问题及提供一些建设性的意见。

(二)观察法

观察法是指研究者根据一定的研究目的、研究提纲或观察表,用自己的感官和辅助工具去直接观察被研究对象,从而获得资料的一种方法。科学的观察具有目的性和计划性、系统性和可重复性。在科学实验和调查研究中,观察法具有如下几个方面的作用:①增加人们的感性认识;②启发人们的思维;③导致新的发现。

旅游文化研究同样如此,只有深入实践,亲自观察,才能够发现问题,解决问题。

(三)文献研究法

文献研究法是根据一定的研究目的或课题,通过调查文献来获得资料,从而全面地、正确地了解掌握所要研究问题的一种方法。文献研究法被广泛用于各种学科研究中。其作用有:①能了解有关问题的历史和现状,帮助确定研究课题;②能形成关于研究对象的一般印象,有助于观察和访问;③能得到现实资料的比较资料;④有助于了解事物的全貌。

（四）定量分析法

在科学研究中,通过定量分析法可以使人们对研究对象的认识进一步精确化,以便更加科学地揭示规律,把握本质,理清关系,预测事物的发展趋势。

（五）定性分析法

定性分析法就是对研究对象进行“质”的方面的分析。具体地说是运用归纳和演绎、分析与综合以及抽象与概括等方法,对获得的各种材料进行思维加工,从而能去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里,达到认识事物本质,揭示其内在规律的目的。

（六）跨学科研究法

运用多学科的理论、方法和成果从整体上对某一课题进行综合研究的方法,也称“交叉研究法”。科学发展运动的规律表明,科学在高度分化中又高度综合,形成一个统一的整体。据有关专家统计,现在世界上有2000多种学科,而学科分化的趋势还在加剧,但同时各学科间的联系愈来愈紧密,在语言、方法和某些概念方面,有日益统一化的趋势。

第三节 赤峰旅游文化的基本特征

赤峰旅游文化的内容涵盖了历史、人文、习俗、自然景区、名人等诸多的方面,因此这是一个复杂的文化集合体。

一、空间的广袤性

赤峰地域辽阔,草原、森林、沙漠、湖泊等纵横9万平方公里,构成赤峰旅游文化的空间张力。

二、时间的深厚性

赤峰历史悠久,文化厚重。从距今约8000~7500年的兴隆洼文化,到赵宝沟文化、红山文化、富河文化、小河沿文化、夏家店下层文化、夏家店上层文化、战国秦汉文化、隋唐文化、金元文化、明清佛教文化,文化源远流长。

三、文化特质的垄断性

红山文化的发源地、玉龙的故乡、世界地质奇观等都构成了赤峰旅游文化的垄断性特征。

四、资源的丰富性

在赤峰这片辽阔的土地上,各种旅游文化资源一应俱全,草原、沙漠、湖泊、石林、温泉等各种资源齐备。

第二章 文化、旅游与旅游文化

研究赤峰旅游文化发展情况,首先必须理解文化、旅游与旅游文化的含义,在这一前提下,才能更好地把握赤峰旅游文化发展的脉搏。

第一节 文化的含义

一、文化的定义

“文化”这个概念极为抽象和复杂,国外的学者已先后对它下过近200种定义,但至今尚未取得一致的意见。我国的学者一般认为,文化有广义、中义、狭义之分。广义的文化是指人类在实践中所创造的一切物质财富和精神财富的总和。其大致可归纳为物质文化、社会文化和精神文化三个部分。其中,物质文化指生产工具、生产设备、交通工具、房屋家具、衣饰与饮食等;社会文化是指社会制度、生产方式、风俗习惯、人际关系、价值观念、道德标准和行为模式等;精神文化指科技知识、文学艺术、哲学、思想、信仰等。广义的文化概念包括社会文化和精神文化两个部分。狭义的文化是指社会的意识形态,它包括上述社会文化的一部分和精神文化的全部,即科学、文化艺术、哲学、思想、信仰、风俗、习惯、人际关系、价值观念、道德标准和行为模式等。有的人将其归纳为:真,真理化;善,道德化;美,艺术化等三个方面。又可归纳为两点:价值观和行为模式。

二、文化的特征

(一) 社会的历史性

文化就其本质而言,它不是单个人创造的,是处于复杂的社会关系之中的人们共同创造的社会财富。文化就其存在状态而言,不是凝固不变的,它将随着社会的变迁而变化。在阶级社会中,它具有鲜明的阶级性,随着不同社会、不同阶级的变化而具有不同的阶级性。在社会发展中,随着民族的产生和发展,文化还具有民族性。

(二) 承袭性

文化虽然具有随社会的变化而变化的历史性,但文化的这种历史性的特点,并没有使文化的发展完全脱离人类文明发展史的大道,任何后来的文化都包含着对以往文化的继承。社会历史不断地发生变化,新文化也不断产生,但新文化总是在吸取以往文化的营养成分基础上产生的。

一种文化一旦形成,便会在特定群体中代代相传,继承下来的文化既包括物质的,如陕北黄土高原的窑洞,经过几千年发展演变而逐渐形成的烹、炒、煎、炸、炖、煮、酱、腌等多样化的烹调方法等,也包括精神的、无形的,如价值观念、思维习惯、行为方式、民族性格,通过潜移默化的内心过程沉淀于潜意识底层。文化的承袭性可以说是人类的“获得性遗传”,即先祖认识自然、改造环境的创造性活动非但没有消逝,反而以符号或物化的形式作为后代的活动条件遗传下来。文化的承袭性使文化具有相当的稳定性,今天旅游者能够领略不同地域千差万别的文化景观,就有赖于文化的这种特性。实际上我们民族的价值观念、思维习惯、行为方式和情感模式的承袭性,不仅在于沿袭,更重要的在于变化和演进。

中国的文化与西欧的文化存在着显著不同的特色,是因为前者继承了先秦以来的文化传统,而后者则继承了古希腊、罗马以来的文化传统。

(三) 抽象性

文化并非指某一种具体的文化表现形态,而是指体现在这个具体表现形态之中的心智文明程度,是人们对具体文化现象进行抽象和概括,由此而形成的关于文化的概念。如物质文化虽然包括工具,但不是指某一个具体的工具,它是对所有工具的能体现人类文明程度的共同本质的抽象、概括。

(四) 模式性

文化就其动态而言,是指社会的生活方式,体现为人们的风俗、习惯、行为、价值观念等。它是人类群体(包括家庭、民族、社会)共同享有的一种生活方式,而不是某一个人独享的生活方式。中国人长期在封闭的、稳定的、自给自足的经济条件下生活,于是形成了中华民族礼让谦逊的文化特色。美国是一个移民性的国家,美国人长期在自由、开拓的环境中生活,于是形成了多样化与进取的文化特色。

(五) 功能性

由于文化归根结底是人们的生活方式集中地表现为人们的行为规范,所以文化对人们改造客观世界具有很大的能动作用。有怎样的文化,就有怎样的行为规范,就会有怎样的文化功能和文化效用。不能设想,一套现代化先进设备能在缺乏现代文化意识、现代文化规范,基本上过着原始野蛮生活的人群中使用。

(六) 交融性

文化的交融性是指不同文化系统之间的冲突、交流和融合。古今中外,由于各地文化发展的不平衡,文化的交流冲突从未中断。历史上中原定居农业文化与北方游牧民族文化冲突不断。中原农耕人在长达两千多年的时间里,历尽艰辛,耗费巨大人力、财力、物力,修筑起万里长城,创造出人类文明史上的一大奇迹。同时,汉、唐、明又是中原地区与西域及其以远地区文化交流的繁荣时期,尤以唐朝为盛。当时的绘画、歌舞、服饰、器具大多带有西域文化的风尚。中国文化不仅在内部各族之间相互融汇、相互渗透中得以发展,而且在与外部世界的接触

中,先后收容了中亚游牧文化、波斯文化、印度佛教文化、阿拉伯文化以及欧洲文化。文化交流促进了洲际、国际、族际间的文化认知,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。无论是文物古迹、文学艺术,还是民族风情、思想观念都是特色鲜明的旅游资源,是我国旅游业繁荣发展的基础条件。

三、文化的作用

综观人类社会发展的历史,文化既表现在对社会发展的导向作用上,又表现在对社会的规范、调控作用上,还表现在对社会的凝聚作用和对社会经济发展的驱动作用上。

(一)文化是社会变革的内燃机

任何社会形态的文化,本质上不只是对现行社会的肯定和支持,而且包含着对现行社会的评价与批判;它不仅包含着这个社会“是什么”的价值支撑,而且也蕴含着这个社会“应如何”的价值判断。人类社会发展的历史表明,当一种旧的制度、旧的体制无法进一步运转下去的时候,文化对新的制度、新的体制建立的先导作用十分明显。蕴藏在新制度、新体制中的文化精神,一方面为批判、否定和超越旧制度、旧体制提供锐利武器,另一方面又以一种新的价值理念以及由此而建立的新的价值世界为蓝图,给人们以理想、信念的支撑。因此,人类历史上新的制度战胜旧的制度,文化起到了内燃机的作用。

(二)文化是社会常态的调控器

如果说新的制度代替旧的制度、新的体制代替旧的体制的过程是社会处于非常状态的表现,那么新的制度、体制建立后,社会在一定秩序中运行发展就是社会常态的表现。由于社会是人的社会,而每个人所处的环境、自身素质和精神物质需求又不尽相同,所以常态中的社会仍然会存在人与自然、人与人、人与社会等矛盾,而且还存在人自身的情感欲望和理智的矛盾。如果这些矛盾不能妥善解决,这个社会的常态就会被打破。从人类社会发展的历史看,人们解决这些矛盾常常采取多种手段,而依靠文化的力量去化解这些矛盾就是其中不可或缺的方面。这是因为,法律、理想、道德、礼俗、情操等文化因子,内含着社会主体“可以做什么”和“哪些不可以做”,应该“怎样做”和“不应该那样做”的意蕴。所以,要化解人与自然、人与人、人与社会等种种矛盾,就必须依靠文化的熏陶、教化、激励的作用,发挥先进文化的凝聚、润滑、整合作用,通过有说服力的、贴近民众的方式,将真诚、正义、公正等文化因子潜移默化地植入民众的心田。只有这样,一个社会才能健康、有序、和谐和可持续发展。

(三)文化是凝聚社会的黏合剂

文化虽然说是属于精神范畴,但它可以依附于语言和其他文化载体,形成一种社会文化环境,对生活于其中的人们产生同化作用,为他们的价值观、审美观、是非观、善恶观涂上基本相同的“底色”,也为他们认识、分析、处理问题提供大致相同的基本点,进而化作维系社会、民族生生不息的巨大力量。

(四) 文化是经济发展的助推器

文化对经济的支撑作用主要表现在：一是文化的导向赋予经济发展以价值意义，经济制度的选择、经济战略的提出、经济政策的制定，无不受到社会文化背景的影响以及决策者文化水平的制约。文化给物质生产、交换、分配、消费以思想、理论、舆论的引导，在一定程度上规定了经济发展的方向和方式。二是文化赋予经济发展以极高的组织效能。人作为文化的单元，不仅受文化熏陶，而且也依一定的原理相互感通，相互认同，从而形成社会整体。文化的这种渗透力是人的社会性的体现，它能够促进社会主体之间相互沟通，保证经济生活与社会生活在一定的组织内有序开展。三是文化赋予经济发展以更强的竞争力。经济活动所包含的先进文化因子越厚重，其产品的文化含量以及由此带来的附加值也就越高，在市场中实现的经济价值也就越大。

第二节 旅游的含义

一、旅游的定义

“旅游”一词，据现有的资料可知，最早出现于我国的南北朝时期。我国在20世纪60年代以前很少使用“旅游”一词，常见的是“旅行”、“观光”等词。直到1964年11月，我国召开了“第一次旅游工作会议”以后，“旅游”一词才慢慢传用开来。1982年以后，“旅游”一词才在我国广泛使用。

关于旅游的定义，长期以来，国内外专家学者曾做过许多探讨和研究，从不同的角度进行了阐述。

(一) 交往定义

1927年，德国的蒙根·罗德对旅游的定义：对旅游狭义的理解是那些暂时离开自己的住地，为了满足生活和文化的需要，或各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。注意：这个定义强调的是旅游是一种社会交往活动。

(二) 为国际上普遍接受的国际定义

1942年，瑞士学者汉沃克尔和克拉普夫对旅游的定义：旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一种现象及关系的总和。这些人不会永久居留，并且主要不从事赚钱的活动。注意：这个定义强调的是旅游活动中必将产生经济关系和社会关系，即强调了旅游的综合性和内涵。由于这个定义于20世纪70年代为“旅游科学专家国际联合会(AIEST)”所采用，因此称为“艾斯特(AIEST)定义”。

(三) 目的定义

20世纪50年代，奥地利维也纳经济大学旅游研究所对旅游的定义：旅游首先是暂时在异地的人的空余时间的活动，主要是出于修养需要，其次是出于受教育、扩大知识和交际的原因，再者是参加这样或那样的组织活动，以及改变有关的关系和作用。注意：这个定义强调旅