

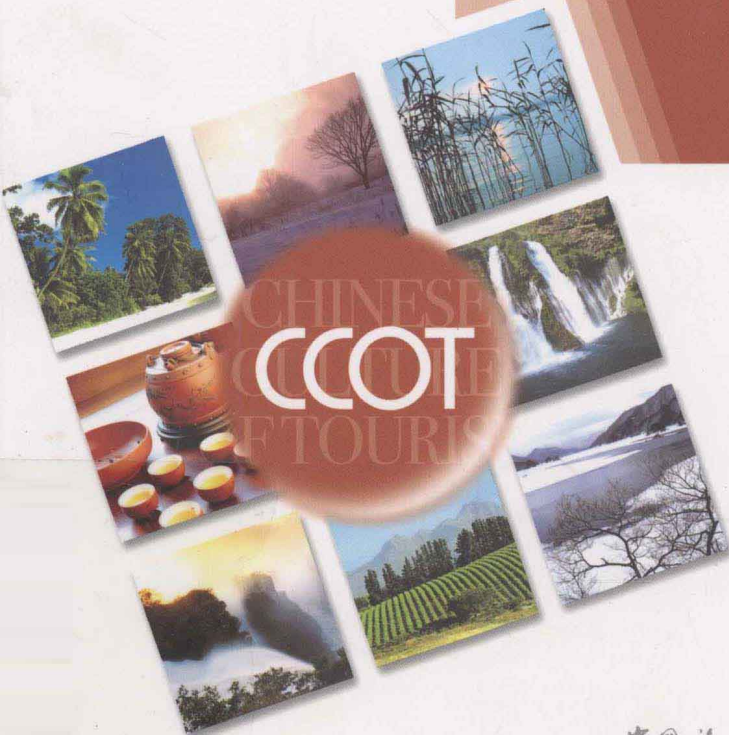
全国高等院校旅游管理专业教材

CHINESE CULTURE OF TOURISM

中国旅游文化

第三版

潘宝明/编著



中国旅游出版社

中国旅游 文化

第三版

潘宝明 / 编著

中国旅游出版社

责任编辑：王建华 王 丛

装帧设计：缪 惟

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游文化/潘宝明编著. -- 3 版. -- 北京:

中国旅游出版社, 2010. 8

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3982 - 3

I. ①中… II. ①潘… III. ①旅游—文化—中国

IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 138778 号

书 名：中国旅游文化（第三版）

编 著：潘宝明

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）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@ccta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2010 年 8 月第 3 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

开 本：880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张：14.5

印 数：1 - 5000 册

字 数：410 千

定 价：26.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3982 - 3

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

目 录

前 言	(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	(5)
第三节 中国旅游文化的特征	(16)
第四节 中国旅游业与旅游文化	(19)
 第一章 山水文化	(26)
第一节 山水景观的特征	(28)
第二节 山水景的“比德”现象	(31)
第三节 山水文化的形成和丰富	(34)
第四节 山水景与风水	(36)
第五节 山岳文化	(40)
第六节 江河文化	(47)
第七节 湖泊水域文化	(55)
第八节 海滨文化	(63)
第九节 森林风景文化	(68)
第十节 石林溶洞瀑布文化	(71)
第十一节 中西方山水文化审美比较	(76)
 第二章 聚落文化	(86)
第一节 我国城市发展类型	(87)
第二节 历史文化名城	(88)
第三节 特色城镇	(95)
第四节 传统历史文化街区	(99)

第五节	全国重点文物保护单位	(109)
第六节	中国优秀旅游城市	(110)
第三章	园林文化	(111)
第一节	园林类旅游资源的概述	(113)
第二节	中国古典园林的分类	(117)
第三节	中国园林的空间布局	(122)
第四节	中国园林的特点	(128)
第五节	中国园林的文化传统	(139)
第六节	中西方园林文化比较	(141)
第四章	建筑文化	(148)
第一节	中国古建筑的文化特征	(150)
第二节	长城和城堡	(154)
第三节	宫殿与官衙	(157)
第四节	邮驿、会馆与书院	(161)
第五节	桥梁与闸坝	(164)
第六节	传统民居	(169)
第七节	坛庙与陵墓	(174)
第八节	中西方古典建筑文化比较	(180)
第五章	宗教文化	(184)
第一节	道教文化与旅游	(185)
第二节	佛教文化与旅游	(192)
第三节	伊斯兰教文化与旅游	(199)
第四节	基督教文化与旅游	(202)
第五节	中西方宗教游的文化比较	(205)
第六章	民族文化	(207)
第一节	民族概述	(208)
第二节	民族歌舞	(209)
第三节	民族的衣食住行	(212)

第四节 民族集会	(214)
第五节 民族宗教	(217)
第六节 民族旅游区	(220)
第七节 中西方传统节日文化比较	(222)
第七章 民俗文化	(228)
第一节 民俗——社会生活的活化石	(230)
第二节 民俗旅游资源的分类及特点	(239)
第三节 民族民俗旅游资源的成功开发	(249)
第八章 烹饪文化	(256)
第一节 烹饪文化的渊源	(257)
第二节 烹饪文化的特色	(268)
第三节 烹饪文化的时尚特征	(270)
第四节 主要地方风味	(274)
第五节 中西方饮食文化比较	(285)
第九章 酒文化	(290)
第一节 酒文化渊源	(291)
第二节 酒品、酒器与酒戏	(295)
第三节 酒之祸德与酒茶之争	(298)
第十章 茶文化	(303)
第一节 茶文化的渊源与茶类	(306)
第二节 茶品、茶具与茶饮	(311)
第三节 茶文化的时尚趣味	(315)
第十一章 诗词文赋文化	(318)
第一节 文学与旅游的最初结合	(320)
第二节 文人雅士竞相歌咏山水名胜	(323)
第三节 旅游文学的类别	(330)
第四节 旅游文学的特点	(342)

第十二章 书画雕塑文化	(347)
第一节 笔补造化的书法艺术	(348)
第二节 神似取胜的绘画艺术	(358)
第三节 笔墨纸砚	(367)
第四节 气韵生动的雕塑艺术	(374)
第五节 中西方造型艺术、装饰艺术比较	(382)
第十三章 戏曲歌舞文化	(388)
第一节 流派纷呈的戏剧	(389)
第二节 说透人情的曲艺	(396)
第三节 清丽典雅的音乐歌舞	(400)
第四节 中西方戏曲表演艺术比较	(406)
第十四章 工艺美术文化	(410)
第一节 工艺美术发展简史与精品举例	(411)
第二节 工艺美术的特征	(419)
第三节 工艺美术展示的多样性	(425)
第四节 中西方工艺美术文化比较	(430)
第十五章 花鸟虫鱼文化	(432)
第一节 花	(433)
第二节 鸟	(443)
第三节 虫	(448)
第四节 鱼	(450)
第五节 花鸟虫鱼文化	(451)
主要参考文献	(456)
后记	(458)

前言

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、编撰意义等问题作一说明，是为前言。

第一节 中国旅游文化界说

一、文化与旅游文化

人类的文明包括认知、伦理、审美三大领域，正是在这三大领域的衍化中，人性诞生和发展起来。

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，但文化对自然又不是排斥的，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，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。

关于旅游文化，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。

我国的旅游活动古已有之，人们离开常住地，从事旅行、游览活动，改变生活节律，探奇求知，使其精神文化需求得到满足。但是由于政治、经济等因素的影响，旅游真正作为一种广泛的社会活动，旅游业真正作为产业当在20世纪80年代以后，旅游逐步从最初的劳作的功利性转为观赏、交往、休闲的享受性；从生产、经商、出征、赴任、政治视察之余游览的附带性转为专为观赏游览的专题性；从皇帝、宦官、富商、大贾、雅士的少数人的高端性转为普通百姓都可参与的广泛性。

20世纪80年代，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。文化是人们在一定时空阶段中积极展开生命活动的类化物，蕴涵三种主要关系：人与自然的物质交换关系，人与社会的行为转化关系，人与自身的自我意识关系。其中，人与自然的物质交换关系，人与社会的行为转化关系中因物感生的精神部分就形成了旅游客体文化关系。应该说游客之所以青睐旅游目的地，必然是受异地旅游资源的吸引。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。它所介绍给游客的景观、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

文化包括广义的文化，即以人类与非人类的分野作为立论的依据；更多的是狭义的文化，专指人类的精神创造，它着重人的心态部分，是以人的精神活动为中心，即使观察物化世界，也是以其中的人文精神为内核的。它关注的不是个别人的精神活动，而是经历

史传承凝聚积累的、共有的、成体系的人文精神，它关注的不仅是全人类普遍共性，而且更关注不同民族、阶层、集团人文精神的特点。

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式构成的行为文化层，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。1992年，《中国旅游资源普查规范》中，旅游资源分为：自然旅游资源——地文景观类、水域风光类、生物景观类，人文旅游资源——古迹建筑类、消闲求知健身类、购物类，大部分按人工建设单元分类，少部分按旅游活动的方式和结果分类。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，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。了解和体验其他国家（地区）和民族的文化历史、社会经济生活、风土人情、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、了解旅游文化也是旅游工作者的责任和义务。

中华文化圈分布在欧亚大陆的东端，是中国旅游文化体系的基础。中国旅游文化孕育发生于先秦时期，形成于秦汉时期，进步和发展于隋唐时期。明代郑和下西洋，中国旅游文化便开始了跨越海洋，联结南亚、中亚大文化圈，可惜却与欧洲、美洲文化圈失之交臂。直到近代，中国外交家和留学生的游历、游学，使中国的传统旅游产生了新的飞跃。可惜由于欧洲是处于高势能文化，所以中国旅游文化对欧洲的影响是较为有限的。直到现代中国的改革开放之后，中国旅游文化才逐渐渗入世界。

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。”

我国是一个旅游资源十分丰富的国家，拥有壮丽的山，秀丽的江、泉、瀑，雄伟的古代建筑艺术，奇特的动植物，还拥有文物古迹、名胜园林、文学艺术、民俗风情、科技思想，人文景观与自然景观交相辉映，众多的世界自然与文化遗产、物质和非物质文化遗产更是闪烁着中国人民的智慧和勤劳的光芒。国家自然保护区、优秀旅游城市、国家园林城市、国家级生态示范区、国家文化旅游示范区、工农业旅游示范点、全国重点文物保护单位、全国旅游度假区、国家文化产业示范区、A 级景区都是旅游精品文化集中之地。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。古代文化和现代文明的交相辉映，也为中西方旅游文化的双向对流提供了广阔的天地。

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，旅游的本质是旅游者的文化精神的追求。下面就将本书涉及的山水文化、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虫鱼确实都是自然物，它们具有形象美、色彩美、形态美、气味美、声音美等。然而，中国景观

中的自然美和人工美总是结合得那样和谐，传统的山水名胜不仅以日月星辰、岚烟云霞、花草树木等自然景色取胜，受“天人合一”哲学思想的影响，尊崇自然成了中国古代艺术的一个重要的审美观念，人们在旅游中渴望与自然达成高度的和谐，在自然中陶冶自己的审美情操，升华自己的思想境界。而且这些景观只要一经游客发现，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，为大家所认同。自然美和人们的审美之间是如此契合，人们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，赋予山水以仁智等道德人格，这就是“比德”，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，海不厌深”，王恽的“山以贤称，境缘人胜”，天人合一，天人感应，由悦耳、悦目到悦心、悦意，再到悦志、悦神，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，人们可触可摸可感的“显在文化”，于是山川形胜中有了寺庙观庵、亭台楼阁、磴道古桥、摩崖碑刻、诗词对联、逸闻传说，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，达到物我合一，物我两忘的境界。

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。与儒家的“比德游”不同的是道家的“逍遥游”，他们更强调旅游中的个性解放，自我愉悦。《庄子·天道》说：“与人而和者，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，越来越为人们所认识，并将之作为中华民族的人文精神，和谐社会的圭臬，它要求人们必须懂得人是天地生成的，人的生活必须服从自然界的普遍规律和人类道德的最高原则，不仅具有历史价值，而且具有时代价值。

随着环保观念日益深入人心和可持续发展战略的实施，生态旅游在我国获得了长足的发展。和谐社会需要和谐产业，生态文明呼唤生态旅游。发展生态旅游存在时代必然性、市场可行性及工作紧迫性，已经成为我国经济社会可持续发展战略和基本国策的重要组成部分，具有重要现实意义和广阔前景。

我国的国家级自然保护区是“对有代表性的自然生态系统、珍稀濒危野生动植物物种的天然集中分布区、有特殊意义的自然遗迹等保护对象所在的陆地、陆地水体或者海域，依法划出一定面积予以特殊保护和管理的区域”。从1995年开始，“国家级生态示范区”由国家环境保护总局在全国组织开展建设，以可持续发展的基本国策为依据，对一定区域内的生态旅游资源进行全面规划，优化配置，实现区域内生态环境和旅游产业的协调发展。

到2009年年底，已有528个地区和单位开展了生态示范区建设工作，其中300多个已通过考核验收，被正式命名为国家级生态示范区。全国31个省（市、区）开展生态省建设。全国已有150个左右的地级市提出了生态市建设目标，编制完成了《生态市建设规划》，并已经人大批准实施。在县级行政单位层面上，全国已有数百个县在生态示范区建设的基础上开展了生态县创建工作，一是做好了生态市（县）建设规划的编制和实施；二是大力发展循环经济；三是重点解决农村环境问题，做好生态市（县）建设的细胞工

程；四是引导社会力量参与生态市（县）建设过程。这将保护生态环境，推动旅游业的可持续发展，促进各地经济、社会、环境、文化的协调进步，引导和规范我国生态旅游区的规划、建设、经营管理与服务。

二、聚落文化与旅游

人文旅游资源的美学特征是美与善的统一，情与理的统一，人与自然的统一，认知与直觉的统一。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富之所总是立体、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地域风貌完善城市的个性特色。正是以它们为依托，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、古镇，由于注意保护，其历史文化价值越来越被看好，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形。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、甬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，深受海内外游客的青睐。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“随势造型”，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弘，北京的颐和园、承德的避暑山庄、曲阜的孔府花园都以规模宏大、装饰豪华著称。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。1997年和2000年，苏州园林中的拙政园、留园、网师园、环秀山庄、沧浪亭、狮子林、艺圃和退思园相继被列入《世界遗产名录》。岭南园林虽效法江南园林、北方园林，却能将精美灵巧与庄重集于一身，广东的四大名园清晖园、可园、十二石斋、余荫山房，福建的鼓浪屿都有着凭海临风、融合中外的特点。“虽由人作，宛自天开”，中国的园林之所以能本于自然，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。

近年来，我国大力推进“国家园林城市”建设，突出城市文化和民族特色，保护历史文化，保护景观环境，形成林荫道系统，道路绿化、美化，且具有本地区特点。江、河、湖、海等水体沿岸良好绿化，具有特色，形成城市特有的风光带。城市公共绿地、居住区绿地、单位附属绿地、防护绿地、生产绿地、风景林地及道路绿化布局合理、功能健全，形成有机的完整系统。全国已有135个城市获得这一殊荣。城市大园林，中国大园林，正成为国度形象。

四、建筑文化与旅游

“盖建筑活动与民族文化之动向实相牵连，互为因果者”（梁思成），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，可以说各时期建筑本身就构成了一部国家民族的文明史。

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，在不同社会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，一是采取兼收并蓄的态度，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