

杭州 爱情之都



中国旅游出版社

爱情之都

主 编 盛成皿 崔凤军
执行主编 洪尚之 钱 钧

中国旅游出版社

图书在版编目(CIP)数据

爱情之都——杭州/盛成皿, 崔凤军主编.—北京:
中国旅游出版社, 2003.1
ISBN 7-5032-2114-3

I. 爱... II. ①盛...②崔... III. 故事—
作品集—中国 IV. 1247.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 109271 号

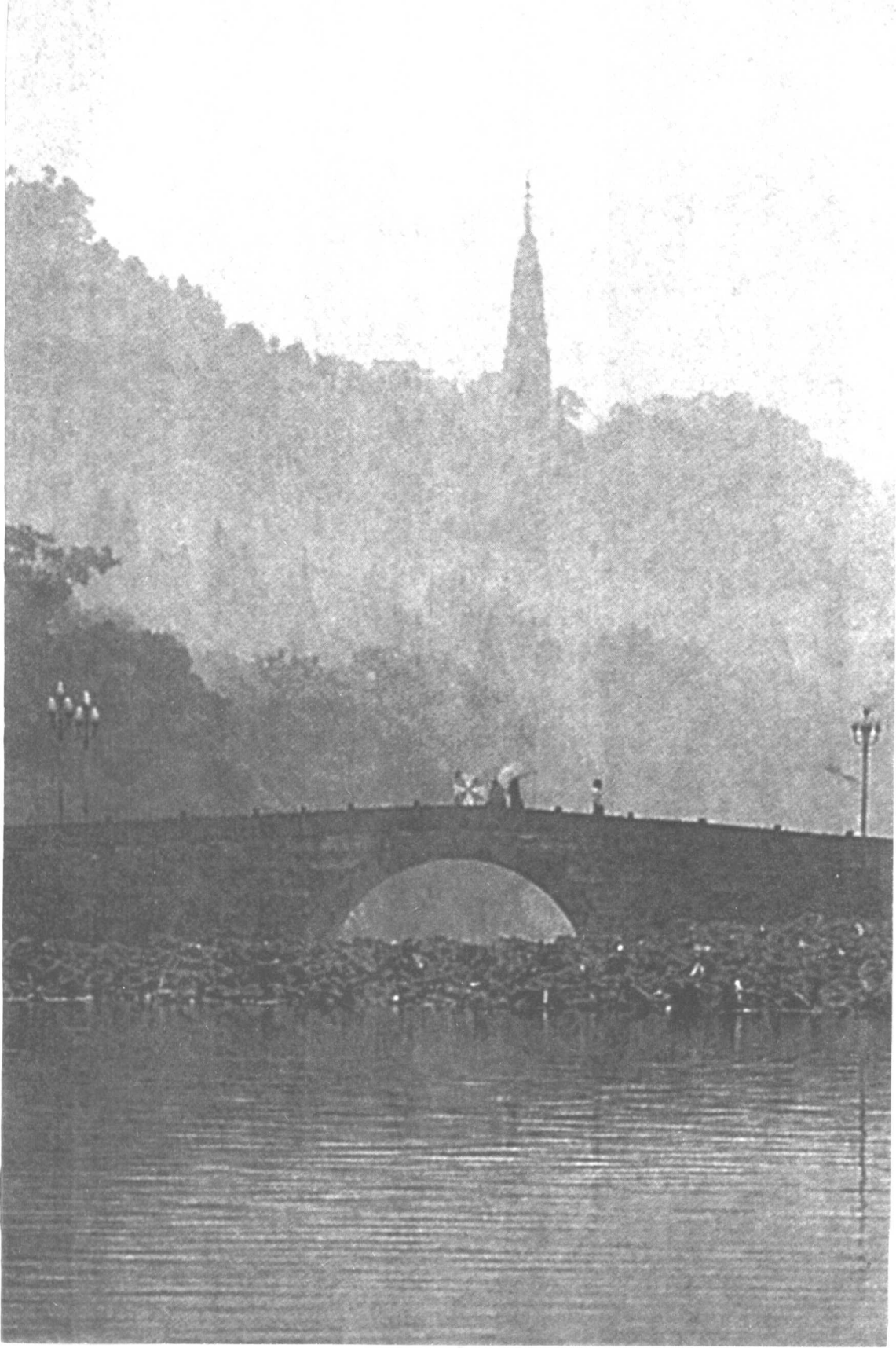
爱情之都——杭州

主 编 盛成皿 崔凤军
执行主编 洪尚之 钱 钧
撰 稿 雨 友 鲁 兵
编 委 王信章 曲 伟
 韩 笑 姜 君 也 斯
摄 影 张卫华 等
出版发行 中国旅游出版社
地 址 北京建国门内大街甲 9 号
邮政编码 100005

<http://www.cttp.net.cn>

E-mail: cttp@cnta.gov.cn

印 刷 北京佳信达艺术印刷有限公司
开 本 630mm × 960mm 1/16
印 张 16 印张
印 数 8000 册
版 次 2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 7-5032-2114-3/K · 650
定 价 38.00 元



序

爱情，是人类最美好、最珍贵的情感。古今中外，无论哪个民族，无论男女老少，无论是战争年代还是平时时期，爱情，永远是人类最为灿烂和绚丽的永恒主题。

“上有天堂，下有苏杭”。作为一座著名风景旅游城市和历史文化名城，杭州不仅有着充分展示古都文化风采和神韵的良渚文化、吴越文化、南宋文化、佛都文化，而且有着令人神往、让人叹息、使人留恋的浓厚爱情文化。千百年来，在这片美丽而多情的土地上，曾催生了有“东方罗密欧与朱莉叶”之称的“梁祝”千古绝唱，使万松书院增加了一段才子佳人同窗共读的情节；曾演绎了惊天地、泣鬼神的“许仙和白蛇”美妙传奇，使雷峰塔倍添了更加神奇的色彩；曾留下了苏小小情魂伴烟柳的痕迹，使西泠桥又有了一个“情人之桥”的迷人别称；曾流传着琴操一曲东坡恋的美谈；还有三生石、我心相印亭、等等。一个个动人的爱情故事和美妙传说，使杭州增添了浓郁的浪漫色彩，被人们称为“爱情之都”。

“愿天下有情人终成眷属”，这既是一句古老的民谚，更是一种美好的祝愿。迈入新世纪，随着人们生活水平和精神需求的不断提高，人们更加渴望幸福的生活和美好的爱情。因此，围绕亘古不变

的爱情主题，立足杭州独有的环境、个性和魅力，充分挖掘丰富的爱情文化，塑造杭州独特的旅游形象，加快杭州旅游业的发展，是一个很好的创意。《爱情之都——杭州》一书，构思新颖，图文并茂，既是一本让人喜欢的爱情故事书，也不失为一本颇有新意的旅游推介书，肯定会受到广大读者和中外游客的喜爱。我乐之为序。

中共浙江省委常委
杭州市委书记
杭州市人大主任

王群

2003 年 1 月







目录

目 录

前言

情缘胜迹遍湖山
杭州爱情风景游赏

苏小情魂伴西泠

松柏同心西陵下

里湖桥头寻芳冢

西泠情韵流今古

花月其人可铸金

三生石畔诚信深

一曲《梁祝》旷世情

梁祝之路在杭城

草桥结拜会有缘

书院犹闻论诗声

凤凰山道多意绪

万松岭下留情痕

候潮门外沿江路

贴沙河水平白云

双照井中照情影

海潮寺旁古木森

观音堂上何限意

浪打古渡起回音

浩淼钱塘听涛声

浙东运河溶情深

79
凡人情仙《白蛇传》

西湖舫船载缘归

千缕万丝情雨牵

涌金春色撩人怀

断桥不断情难断

雷峰塔下话奇缘

108
琴操一曲东坡恋

112
月上柳梢黄昏后

123
双投桥下并蒂莲

128
依情长似压堤水

132
朝暮湖山恩爱深

145
水卷湘帘半桁低

151 空谷传声因情愁

158 才子惆怅堕烟霞

170 缠绵雨巷儿女情

176 学子约会情人桥

184 塔影证婚钟悠悠

189 月下老人牵缘绳

197 湖光山色情缘长

金锁银锁锁圆缘

喜结连理太子湾

我心相印证明月

附

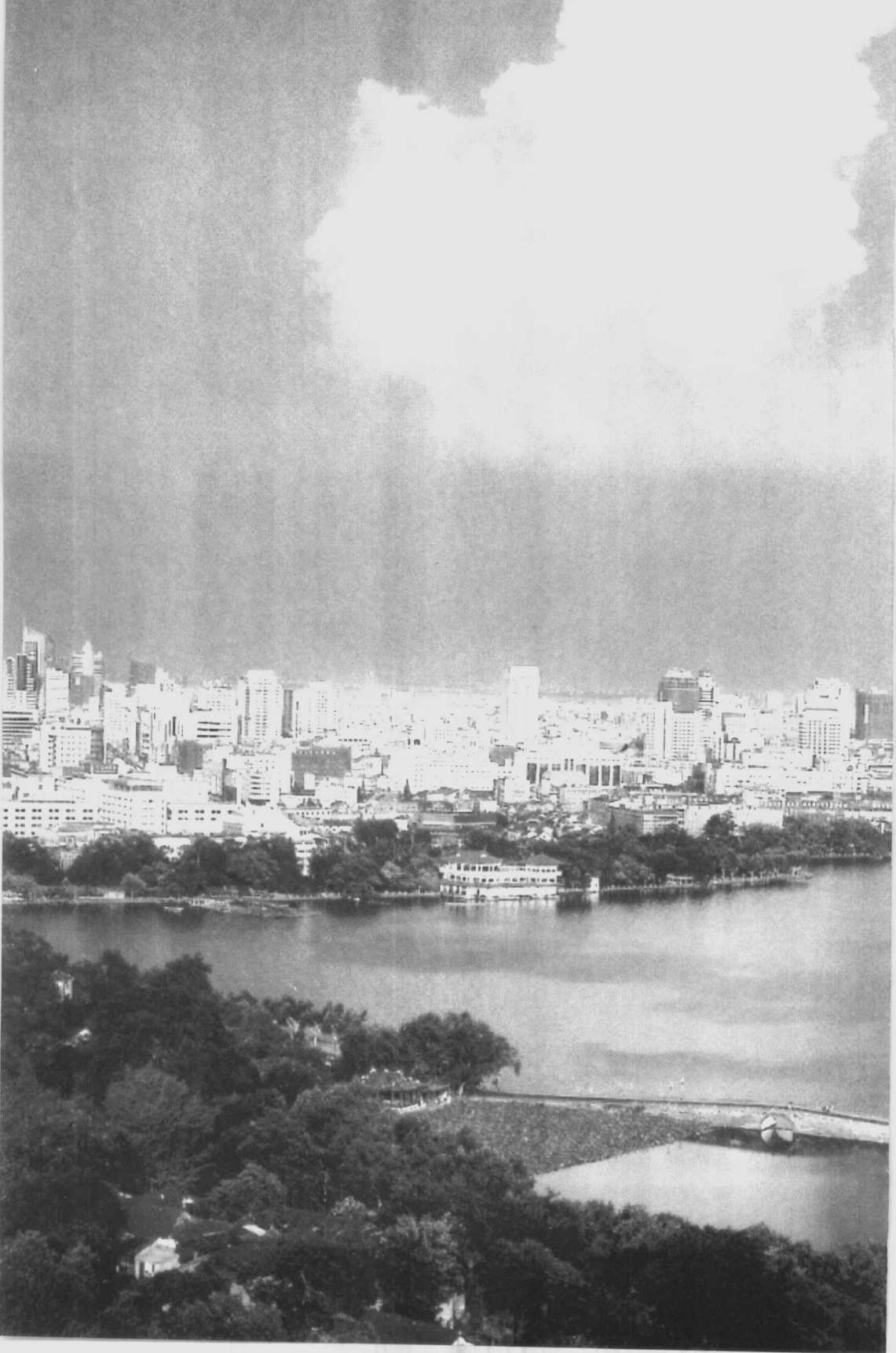
袅袅情缘长相吟

杭州爱情诗词曲选读

古典诗词曲

西湖竹枝词选

新诗·民歌·唱词



中国“人间天堂”，世界“爱情之都”

一、为什么重提杭州旅游形象？

形象是能引起人的思想或感情活动的具体形状和姿态，是人的思想感情活动的结果，形象一旦形成，又将深刻影响人们的思想和感情，进而成为人们行为选择、兴趣取舍的依据。在旅游市场供需双方发生根本变化的今天，旅游目的地的形象已成为影响人们外出旅游选择旅游目的地的非常重要的因素之一，因此，形象将是旅游目的地最有力的竞争法宝，特别是对于比较成熟的旅游目的地来说，形象是竞争力，形象就是生产力，要实现旅游业的持续发展，参与国际旅游业的竞争，必须塑造自己独特的旅游形象。

国际上关于旅游目的地的形象的实践早在四十年前就已经起步，如“花园国家”新加坡在二十世纪六十年代旅游业发展初期，推出了“无限惊喜新加坡”这一形象主题，塑造了独立以后的全新的旅游形象，使其旅游业得到迅速发展。香港——“东方之珠”，每过几年就推出一个主题，成功地吸引了大量西方国家的旅游者。从2001年开始直到2003年香港的旅游主题是“动感之都：就是香港”，树立了一个充满机会和活力，东西方文化汇聚的都市形象。国际上一些著名的城市都有自己独特的和不可替代的形象，如威尼斯是水城，慕尼黑是啤酒城，巴黎是艺术之都，曼谷被称为“天使之都”，纽约

是“联合国之都”，维也纳是“音乐之都”，巴格达是“一千零一夜”的故乡，美国爱达荷州的波卡特洛市把自己定位为“微笑之都”，每年还举办一次微笑节等等，既在世界人民面前树立了自己的旅游形象，又张扬了城市个性，起到了画龙点睛的效果。

杭州是中国旅游的热点城市。近几年，随着杭州“构筑大都市，建设新天堂”步伐的加快，以及从“西湖时代”向“钱塘江时代”的迈进，旅游业蒸蒸日上，无论是海外旅游者人数还是旅游创汇和旅游收入，年均增长指数都在两位数以上。

但是，居安思危，我们认识到，杭州在华东五市旅游线中有被其他旅游城市替代的潜在威胁，欧美游客选择杭州作为旅游目的地的需求强度在减小。究其原因，杭州旅游形象的“老化”是根本，过分依托于西湖的物质形象、几十年不变的老套路显然不符合现代人的旅游时尚。扪心自问，我们对适合旅游者口味的文化挖掘得很不够，在国内游客的印象中，杭州除了西湖还是西湖。对外国人而言，美丽的城市里有一个美丽的西湖当然不错，但是她代表了什么？由于文化的差异，对西湖这片文化山水看不懂。所以，杭州形象的模糊，使得杭州旅游竞争力和吸引力在下降。在过去的二十年，国内没有多少旅游城市，杭州是历史上造就的“天生尤物”，虽然没有突出的旅游形象，但我们不必为没有游客而烦恼。但是今天，在文化竞争成为法宝的后工业化时代，越来越多的新兴旅游目的地已经造

成了日趋激烈的市场竞争，如果我们还一直以全国七大重点旅游城市而沾沾自喜，不去创造自己的个性形象，那么，既是对传统资源的浪费，失去市场也在情理之中了。因此，杭州若仍想成为旅游者主要选择的对象，当前急需解决的首要问题就是塑造鲜明的、其他城市无可替代的旅游形象，并按照这一主导形象安排、开发旅游资源，包装我们的旅游产品，打出杭州的品牌。

二、杭州与爱情：说好不分手

形象应该是对一个旅游目的地最本质、最个性化特征的反映，这样，才能帮助旅游者更好地感知旅游目的地。那么，杭州要展示什么主题，体现何种精神，才能展现杭州的“城脉”，才能吸引更多的游客，并能让游客在游览之余体会到这座城市的文化、气质和内涵？我们认为，世界的“爱情之都”应是杭州合适的形象定位。杭州无论从本身的自然资源条件、文化氛围，还是整体城市风貌、服务设施，都为“爱情之都”形象的塑造形成强大的支撑，并可使杭州的资源配置得到优化，在区域、在全国乃至在全世界具有更大的可识别性。

1. 爱情——全人类永恒的主题

根据马斯洛（A.Maslow）的需求层次论，人们的需求从低向高可以分为五个基本层次，越是低层次的需求，越是人们生存必须的需求。但是，爱就是人们满足生理和安全需要以后的一个基本需求，

是当今社会人们满足温饱、国泰民安大环境背景下的人人都渴望得到的需求。历史证明，古今中外，无论哪个民族，无论男女老少，也无论在战争年代还是在平时时期，爱情永远是人类最绚丽多彩永不消逝的主题，爱情始终与人类同存。人可以一时没有吃，没有住，但不能没有爱情。有了爱情的人生是完美的。爱情始终是人类永远的追求。

旅游目的地形象的塑造是以人的需要为基础，要符合人的愿望。爱情，作为人类最稳定的需要，以其为主题的旅游形象必然能为最广大的受众所接受，成为旅游形象中的“常青藤”。

2. 温馨——大自然的恩赐

杭州尽管没有像长城、兵马俑之类的令人震撼的稀缺性的旅游资源，但杭州素以风景美丽著称，绰约多姿，柔情似水，处处散发着迷人的风姿，处处洋溢着温馨的氛围，处处体现着真山真水与真情。所以，才有“杭州是女性化的城市”之“美誉”。

杭州景观资源丰富多彩，自然风光与人文景观协调有序。杭州有湖、山、溪、江、泉、瀑、洞、岛、寺庙、园林、名人故居与陵墓、主题公园、田园风光等，并且长期以来受中国传统文化的影响，强调“天人和谐”，名胜古迹错落有致地深藏于丘壑林泉之间，自然景观与人文景观巧妙结合，协调统一。

杭州景观资源具有较高的美学观赏价值和游娱价值。种类齐全