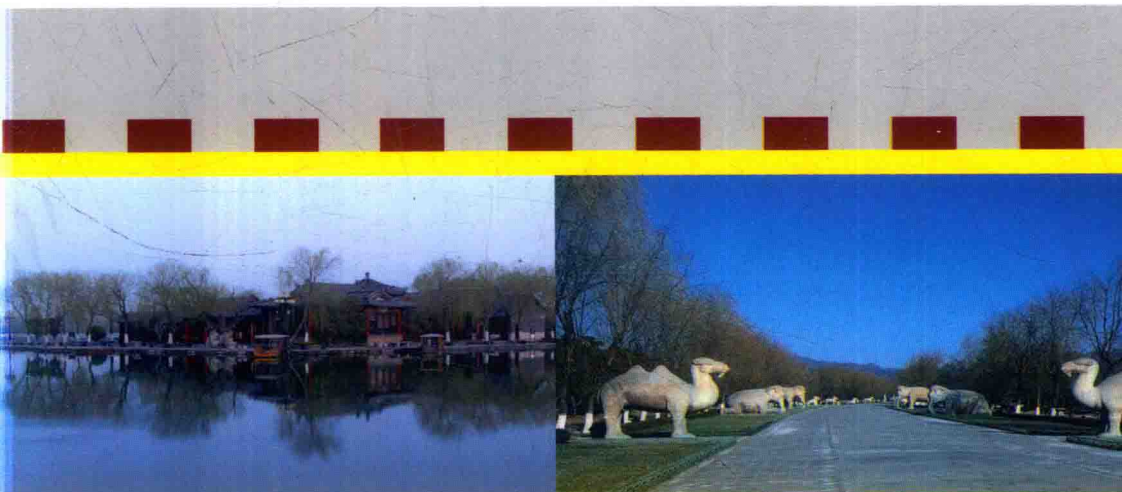


WENHUA LUYOU ZIYUAN DE DUOWEI TOUSHI
YU BAOHUXING KAIFA

文化旅游资源的多维透视 与保护性开发

刘 杨◎著



地质出版社

文化旅游资源的多维透视 与保护性开发

刘 杨 著

地质出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

文化旅游资源的多维透视与保护性开发 / 刘杨著

. — 北京 : 地质出版社, 2016.12

ISBN 978-7-116-10189-0

I. ①文… II. ①刘… III. ①旅游资源开发—研究—
中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第312333号

文化旅游资源的多维透视与保护性开发

责任编辑: 林 建 谢亚许

责任校对: 王素荣

出版发行: 地质出版社

社址邮编: 北京市海淀区学院路31号, 100083

传 真: (010) 66554577

印 刷: 北京地大天成印务有限公司

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 10.25

字 数: 200千字

版 次: 2016年12月北京第1版 · 2016年12月北京第1次印刷

定 价: 25.00 元

书 号: ISBN 978-7-116-10189-0

(如对本书有建议或意见, 敬请致电本社; 如本书有印装问题, 本社负责调换)

前 言

改革开放以来,中国旅游业发展迅速,成就斐然。中国旅游业的发展和繁荣,很大程度上依赖我国幅员辽阔的疆域和历史悠久、丰富醇厚的历史文化资源。中国作为一个具有几千年文明的文化大国,拥有比世界上任何国家都更为丰富的历史文化旅游资源,如何更为有效地保护、利用和传承我国的文化旅游资源,对推动旅游业的发展具有重要的意义。

保护与利用是个老生常谈的问题,经过几十年的努力和探索,我国在保护和开发旅游文化资源方面取得了一些成果,普通民众的素质不断提升,环境、文化资源的保护意识和自觉性也在不断地增强。但是,从总体上来看,我国对旅游文化资源的保护处于一个整体上趋向恶化的状况,有些被列入“世界遗产名录”的文化景区甚至面临着被“摘牌”的危险。在发展市场经济的过程中,由于过度强调经济利益,片面追求经济增长,乱砍乱伐、污染水体、捕猎珍稀动物、拆毁文物古迹等现象层出不穷。

对于“保护第一”这一原则的认同中实际上隐含了对利用的否认,保护与利用是一个不可调和的矛盾吗?至少,从技术角度上来看并非如此,国外已经出现了很多先进的技术方法来解决旅游发展与资源保护的矛盾,并且取得了一些成功的经验。我国旅游文化资源独具特色,与世界其他国家尤其是欧美国家的文化迥然不同,在文化资源的保护上,我们固然要看到自己的不足和差距,积极借鉴其他国家的成功经验,但也必须结合我国旅游文化资源的特点走出一条有中国特色的旅游文化保护之路。鉴于这些,作者创作了此书,一来为我国旅游文化资源保护敲响警钟,二来抛砖引玉希望自己的研究,能够引发更多对文化资源保护及开发的有益思考。

本书分七章内容,对旅游文化资源的保护开发进行了分析和研

究，主要内容有旅游与旅游文化的科学解析、旅游文化资源的保护开发、山水文化资源的保护开发、园林文化资源的保护开发、建筑文化资源保护开发、饮食文化资源保护开发以及其他常见文化旅游资源的保护开发等。从结构安排与组织布局上看，本书逻辑结构严密，以旅游资源的主要类型为线索对我国旅游文化资源的保护开发进行了分析和论述；从系统性上看，本书结构完整，以客观实际为基础，以客观规律为指导，从多个视角对旅游文化资源的保护、开发进行了分析研究；从创作构思上看，行文语言通俗易懂，并配以图片辅助说明，大大增强了研究叙述的直观性。

本书在创作过程中参阅了大量中国旅游文化研究的相关著述，引用了许多专家和学者的研究分析，限于篇幅限制，未能一一列出，在此作者对这些专家、学者表示诚挚的歉意。由于时间仓促，加之水平有限，错误和不当之处在所难免，恳请广大读者提出宝贵意见，以便本书日后的修改与完善。

作 者

2016年11月

目 录

第一章 旅游与旅游文化·····	1
第一节 旅游与旅游文化的界定 ·····	1
第二节 中国旅游文化的特征及功能 ·····	13
第三节 旅游文化的未来发展分析 ·····	23
第二章 旅游文化资源的保护性开发·····	25
第一节 旅游文化资源开发与保护的关系 ·····	25
第二节 旅游文化资源开发的问题及关键要素 ·····	29
第三节 旅游文化可持续发展及其管理导向 ·····	32
第三章 山水文化资源及其开发·····	41
第一节 山水文化的类型和价值 ·····	41
第二节 山水审美及其与人文景观的交融 ·····	52
第三节 山水文化资源开发的政策保护 ·····	61
第四章 园林文化资源及其开发·····	63
第一节 中国古典园林文化概述 ·····	63
第二节 中国古典园林的类型、特征及造景 ·····	66
第三节 园林文化开发利用的主要形式 ·····	80

第五章 建筑文化资源及其开发利用	89
第一节 建筑文化及其开发利用	89
第二节 中国古代建筑的文化意蕴	97
第三节 建筑文化资源的合理开发	104
第六章 饮食文化资源及其开发利用	108
第一节 饮食文化的形成及其魅力	108
第二节 饮食三宝：食、酒、茶	113
第三节 饮食文化的开发利用	129
第七章 其他旅游文化资源的开发利用	133
第一节 旅游民俗资源的开发利用	133
第二节 文学、艺术资源及其开发利用	145
参考文献	154

第一章 旅游与旅游文化

从词语的构成来看，旅游文化是由旅游和文化两个词构成的。这说明旅游文化与旅游、文化有着密切的联系。因此，为了更全面、更清晰地界定和理解旅游文化，有必要对旅游和文化进行简单的了解和认识。

第一节 旅游与旅游文化的界定

一、旅游的概念

旅游是人类自古就有的一种行为方式。在旅游概念还没有产生之前，人类的旅游行为就在古代文明社会中不断涌现出来。现代意义上的旅游概念是在1940年之后才出现的，是现代大众旅游产生和发展的直接产物。

表1-1 汉语和英语中与旅游相关的名词

汉语中与旅游相关的名词	语义重点	英语中与旅游相关的名词	语义重点
旅行	强调交通	travel	直线型出游，原指繁重而艰苦的工作
远足	强调距离	tour	环形的旅游线路
游历	强调体验	journey	旅途，强调过程
游玩	强调娱乐	route	强调线路、行程安排
郊游	强调地点、距离	trip	行游，强调形式
踏青	强调目的	cruise	航游，强调形式
度假	强调目的	vacation	度假，强调目的，原指把地方腾空、搬空
假日	强调时间	holiday	假期，强调时间，原指不工作

由于旅游所涉及的范畴十分宽泛，因此对旅游的概念界定也面临相当大的难度。如表1-1所示，仅仅在东、西方主流语言中涉及旅游的相关名词就十分繁多。而不同学科背景、不同专业领域的学者从各自角度对旅游所进行的概念界定就更是多种多样。这虽然从一个侧面反映出旅游的多元化价值，但是也导致目前尚无公认的、统一的、一致的旅游定义出现。

我们在上述共性特征的基础上归纳了一个旅游的定义：旅游是人们出于主观审美、娱乐和社会交往等非就业性目的，暂时离开自己的常住地到旅游目的地进行的一年以内的短期外出访问所引起的一切现象和关系的总和。

二、相关旅游活动

由于异地性的特征属性，旅游消费和一般的消费活动不一样。它既是一种经济活动，也是一种空间活动。也就是说，旅游活动既具有经济性，也具有空间性，因此对于旅游活动的理解就不能单从经济角度进行。鉴于这一点，本书选择了雷珀（Leiper，1990）有关旅游系统的模型来描述旅游活动体系的基本内容和相关要素（图1-1）。



旅游环境：人文、社会文化、经济、技术、自然、政治、法律等

图1-1 雷珀模型中的旅游活动体系

在图1-1中，雷珀模型指出旅游活动主要由三个基本要素组成，即旅游主体（旅游者）、旅游客体（地理因素）和旅游介体（旅游业）。

（一）旅游者

旅游者是旅游活动的主体，是旅游业赖以生存和发展的关键。正是由于旅游者的活动，才使得彼此没有联系的相关要素在旅游活动过程中产生了关联，可以说没有旅游者也就没有旅游活动。正是因为不同要素之间的接触、交往才形成了旅游文化现象，因此旅游者在旅游文化的

产生和发展过程中具有不可替代的主角作用。

（二）旅游行业

现实中纯粹依靠旅游者个人的努力来完成旅游活动是相当困难的，并且随着现代社会劳动分工的日益细化，克服这一困难变得越来越不现实。为了满足旅游活动当中的各种需求，旅游者对于外界的依赖程度越来越大。各类旅游企业和旅游部门出于不同的利益诉求为旅游者提供服务，从而共同构成了旅游活动的外部环境，即旅游业。

旅游业的各个组织或个体在为旅游者提供服务的同时产生了千丝万缕的联系，其中也包括旅游文化的联系。雷珀模型是具有普遍性和灵活性的。它不仅能够在任何空间范围或层面上使用，还可以将不同类型的旅游活动结合起来，并显示各类旅游所共同具有的要素。

最为重要的是雷珀模型指出旅游活动当中所有要素都是互相关联、互相影响、互相作用的，一系列个人、企业、部门和地区在旅游者的活动引发下以不同方式组合在一起，彼此之间发生各种各样的接触、交往甚至冲突，从而导致了我们所讨论的旅游文化现象的产生。

（三）地理位置

雷珀模型中涉及三个地理因素：旅游客源地、旅游目的地和联系客源地与目的地之间的旅游通道。

旅游客源地是旅游者的居住地，代表着旅游客源市场。旅游者在客源地收集旅游信息，进行旅游预订并从这里出游。旅游从这里开始，也在这里结束。

旅游目的地是吸引旅游者在此作短暂停留、参观游览的地方。它在大多数情况下代表着旅游活动的“中心场所”，绝大多数的旅游消费都在这一区域实现并完成，各种旅游活动要素的接触和交往也集中发生于此。

因此，在旅游目的地可以明显地感觉到旅游活动所造成的各种影响，旅游文化现象也层出不穷。

旅游通道将客源地和目的地两个区域连接起来，充分验证了旅游活动异地性的特征。旅游通道通常表现为旅游交通系统，成为整个旅游活动系统的桥梁。这一桥梁不仅表现为旅游者前往旅游目的地的短暂过程，还包括旅游途中可能访问的中间站点。交通的特征和效率将影响和改变旅游活动的整体规模和方向。

三、旅游文化的内涵

近年来,随着中国旅游热的持续升温,旅游文化愈加为人们所关注,不断促进中国旅游文化这一门新学科的发展。加强旅游文化的学科建设首先需要正确而深刻地理解旅游文化的内涵,并对其进行科学分类,以使旅游文化的学科建设目标明确,更具有针对性和可操作性,也将推动中国旅游文化的结构分类呈现出多样化。

(一) 旅游文化的分类

对于旅游文化的理解,有从社会经济学的角度切入,有从旅游功能内容着手的,有从文化基本结构分析的,更多的是注重旅游基本要素分类;也有以区域差异为基础提出中国(旅游)历史文化区域结构;还有考虑到旅游文化和物质、行为、精神层面相结合的结构。虽然分析角度不同,但是所有这些观点都会在中国旅游文化研究的各个阶段给人们一定的启示。下面就其中常用的几种观点作些介绍。

1. 三体说

所谓的三体说是指把旅游文化视为旅游主体、客体、中介体相互作用的产物。这也是早期的观点。1990年的首届中国旅游文化学术研讨会就有学者提出,“旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体相互作用所产生的物质和精神成果。潜在旅游者由于受到旅游客体的吸引产生旅游动机,在旅游业的介入下实现了旅游,在旅游的过程中产生了欢快愉悦的心理状态和审美情绪。旅游三要素中的任何一项都不能单独形成或构成旅游文化。”赵荣光、夏太生也是沿着这一思路进行界定的,认为“旅游文化是以旅游主体为重心,由旅游者和客体、媒体广大群体共同参与的运动状态的文化”。阳国亮在对旅游文化概念进行辨析时也认为:“旅游文化是渗透于旅游主体、客体、中介体之中,贯穿于旅游全过程的文化要素及其适应旅游需要的转化形式。”姚昆遗表述可以视为这一说法的集成:“旅游文化就是以一般文化的内在价值为依据,以吃、住、行、游、购、娱六大要素为依托,以旅游主体、旅游客体和旅游中介体间的相互关系为基础,围绕旅游活动整个过程有机形成的物质文明和精神文明的总和。”

这种分类从旅游角度出发,在同一层面上以旅游介体连结旅游主体和旅游客体,借助文化使三者有机统一,从而体现出完整性。

2. 主体、客体说

沈祖祥先生对旅游文化下了较好的定义：旅游文化是一种文明所形成的生活方式系统，是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件，通过对旅游客体的能动的活动，碰撞产生的各种旅游文化现象的总和。

该书的框架体系虽然主观上倾向于把旅游文化分为旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化，但是在实际编写中没有涉及旅游介体文化等内容，在客观上主要成为二元内容。

3. 三元主体说

2003年初，赵荣光主编的《中国旅游文化》出版，在中国文化旅游体系构架的认识上很有新意，提出了“参与者在全部旅游活动中的行为、过程、原因、影响及其由于介入其中各种要素的社会文化聚合”的旅游文化概念。

4. 后现代文化交流休闲说

2004年，章海荣先生积多年游历感悟，潜心著述的《旅游文化学》出版。此书采用后现代人类社会为背景，对旅游文化作出了明晰而极富价值的界定：“旅游文化是基于人类追求人性自由、完善人格而要求拓展和转换生活空间的内在冲动，其实质是文化交流与对话的一种方式。它是世界各区域民族文化创造基础上的后现代全球化趋势中的大众的、民间的休闲消费文化。”章海荣先生还提出了科学的，以文化交流为核心的理论体系构成。

①旅游文化是人类直面的文化交流和对话的一种方式。

②旅游文化是世界各民族民族文化创造基础上的一种趋同的大众的、民间的休闲消费文化。

③旅游文化是后现代人类完善人格，追求人性自由而要求拓展生活空间的生活创造。

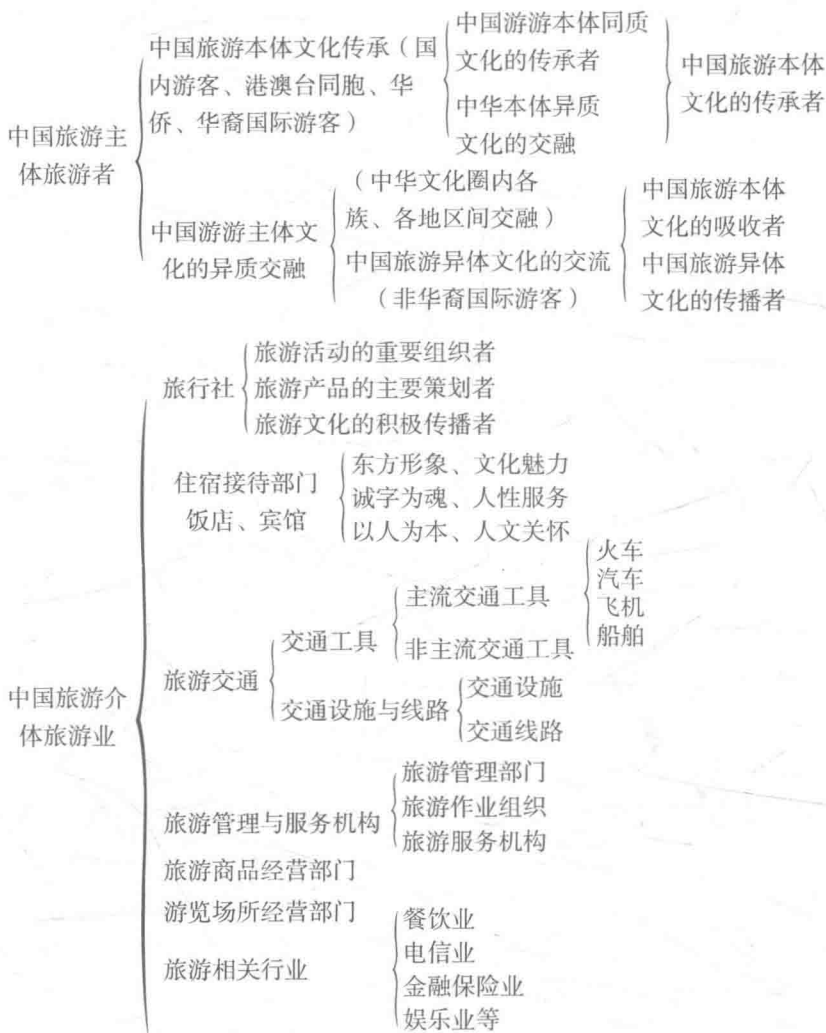
此书还提出了“间文化”的概念和旅游文化学的支撑学科，即旅游学、文化社会学（文化人类学）和跨文化交流学。

（二）旅游文化的构成系统

综合以上各家理论，对于旅游文化的本质内涵，我们比较赞同这样的表述：旅游文化是人类创造的与旅游活动相关的物质财富和精神财富的总和，旅游文化的实质是文化交流与对话的一种形式。旅游文化学

的核心理论包括旅游主体的文化身份和旅游的跨文化交流。

中国旅游文化的结构在旅游文化分类的多样化基础上也可以有不同的分类角度，还能加入中国文化的特点，如南北、东西地域文化、地貌文化差别和六大古文明圈，以及当代中国六大行政区划和各省、市、自治区、直辖市的影响。中国旅游文化的构成系统可用图（图1-2）形象地表示出来。



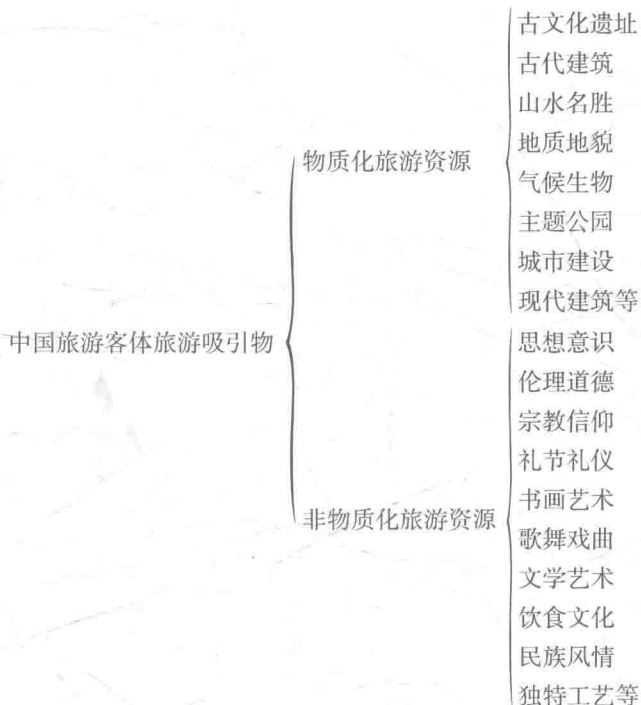


图1-2 中国旅游文化的构成系统

四、旅游文化的界定

（一）文化的概念

1. 文化的定义

准确把握文化的概念十分必要，人类从原始野蛮时期到古代、近代直至现代文明依赖于文化的进步，人类自身的成长和完善靠文化教化，人类的生产和生活行为要借助于文化包装。可以说，人类自身的存在价值和生存意义与文化之间的脐带联结是无法割舍的。

文化的概念内涵博大精深，文化被看作一种人类文明抽象的结构。文化是人类的产物，是人类认识和实践活动的结果，是人类智慧和实践创造能力的结晶。文化的本质是一种精神性的东西，它既体现在人们的精神活动和行为活动中，也体现在人们创造的各种精神产品和物质产品中。

“文化”是一个总括性的概念，学术界一般都认同将文化进行广义和狭义之分。所谓广义的文化，泛指人类创造活动及其成果的总和，

是人类社会历史发展过程中物质创造和精神创造及其成果的总和。所谓狭义的文化,专指人类的精神创造及其成果。

2. 文化结构与类型

文化是作为人类社会文明系统而存在的。任何一种文化都是由多种要素按照一定方式或结构组成的有机整体。从广义的文化概念角度出发,每一种文化都有三个方面的要素,或者说具有三个不同层面的内容。一是文化的物质要素,也是文化的物质实体层面,一般称为物质文化,包括生产工具、生活用具以及其他各种物质产品。二是文化的行为要素,也是文化的行为方式,一般称为行为文化,包括行为规范、风俗习惯、生活制度等。三是文化的心理要素,也是文化的精神观念层面,一般称为精神文化,包括思维方式、思想观点、价值观念、审美标准与情趣、民族性格等。

在社会文化的内容层次结构体系之中,精神文化是最内层的,所以称为内在文化;而处于中层的行为文化和外层的物质文化,则统称为外在文化。

3. 文化的基本特征

(1) 民族性

世界上有许许多多的不同民族,而每个民族都有自己的文化传统,从而使其与其他民族区别开来,这就是文化的民族性。每个民族都生活在特定的自然和社会环境中,不同的环境造就了不同的生产和生活方式,形成了不同的语言、文字、艺术、道德、风俗习惯及物质成果等,构成了不同的民族文化。

民族文化一经形成,就会成为稳定性的因素沉淀于一个民族之中,从而成为一个民族强有力的黏合剂和内聚力。比如,分布于世界各地的华人社区长期保留着炎黄文化的优良传统。文化的民族性影响着人类行为活动的各个方面,也是旅游活动产生的直接诱因。

(2) 地域性

文化的地域性即文化的地域差异性,或称文化的地方性。文化的地域差异性,不仅表现在东西方文化存在极大的差异,就是在一个国家内部,文化的差异也是极易被感知的。我国古代就有“五里不同风,十里不同俗”之说。社会文化的地域性差异是旅游活动产生和发展的原因之一。

(3) 时代性

文化既是在特定的空间中产生和发展起来的,也是在特定的时间内创造与生长的。在不同的社会历史发展阶段,文化的内容和功能是不同的。文化具有鲜明的社会时代性,可以说人类文化时代进化的不同层次,是构成世界文明多样性的原因之一。同时,文化的时代性也是旅游活动产生和发展的原因之一。

中国文化按时代可以分为原始文化、传统文化和现代文化。传统文化是中华民族的历代先人已经创造的物质文化和精神文化,它是一种有别于当代人主体的、凝固了的一种历史既定存在,具有认识价值和审美价值,是宝贵的历史文化遗产。

中国传统文化中的古代神话传说、古代巫术、诸子百家、古代典籍、汉赋唐诗宋词元曲明清小说、琴棋书画、中华武术、杂技、养生秘诀以及万里长城、故宫、秦始皇陵及兵马俑坑、北京天坛、曲阜“三孔”、武当山古建筑群、丽江古城、洛阳龙门石窟、清东陵和清西陵等举世瞩目的世界文化遗产均可形成颇具魅力、美不胜收的人文景观。

现代文化则是社会主义物质文明和精神文明建设的新成就以及社会风情等。如现代都市风貌与特色小城镇,现代教育、科学、文化、体育、卫生等现象和设施,现代田园生态农业、高新科技工业、伟大工程景观等。

无论是传统文化,还是现代文化,均可构成颇具吸引力的旅游景观。

(4) 继承性和变异性

文化的继承性是指一种文化一旦形成,便会在特定的人群中世代相传,使文化得以保存并流传下来,且具有一定的稳定性。文化的变异性是指人类在继承的同时,又在新的历史条件下从事新的文化创造,并且文化交流也以更快的速度推动着文化的变迁。

(二) 旅游文化的概念

旅游文化是旅游学的基本概念之一,是旅游学研究的重要内容。长期以来,人们旅游文化的认识一直比较模糊,没有形成统一的认识。因此,无论在理论界还是在实业界,“旅游文化”和“文化旅游”这两个概念常常被混为一谈,或者被不恰当地使用。

这两个概念在某些词条下各有所指,而在很多情况下,它们又被

用来指称同一类事情。在研究界,这种混淆也一直存在,有些论文标题为论述“文化旅游”,文章内出现的词语却是“旅游文化”;而许多文章标题上冠以“旅游文化”,主体内容却是论述“文化旅游”资源开发问题。

我们先来区别一下“旅游文化”和“文化旅游”的侧重点和研究重点以及二者的学科归属,再在此基础上,对“旅游文化”的概念和内涵作一些分析。

1. 侧重点不同

“旅游文化”是以“旅游”为限定词,“文化”为核心词,侧重点在“文化”,是文化范畴的一部分。广义的旅游文化包括了文化在旅游中各方面、各层次的体现,也指旅游与文化的所有关系。这是一个非常宽泛的概念,类似于“旅游与文化的关系”。我国目前对于旅游文化的理解和西方对旅游社会学、文化人类学等的研究属于此类。狭义的旅游文化是指由旅游者活动而引起的文化现象。而“文化旅游”却以“旅游”为核心词,“文化”为限定词,侧重点在“旅游”上,是旅游活动和旅游产品中的一个重要类别,是宽泛旅游文化概念系统中的一部分。

2. 研究重点不同

“旅游文化”研究在广义层面上关注的重心是旅游活动的基础理论,诸如旅游活动的属性、特征、影响等问题;在狭义层面上关注旅游业和旅游活动中的文化。而“文化旅游”研究的重心则是旅游活动的对象:旅游产品的开发和经营管理问题,以及文化旅游活动的特点、管理体制、文化旅游市场的需求特征问题等。二者的学科归属也不同。按照我国目前的学科划分体系,“旅游文化”主体属于旅游社会学、心理学、伦理学的研究范畴(我国并没有一个笼统的“文化学”学科),部分属于管理学范畴;而“文化旅游”主体属于旅游管理学和旅游开发规划学共同的研究范畴,从西方学术界对于学科的划分体系看,“旅游文化”主要属于基础学科,而“文化旅游”属于应用学科。

进行了“旅游文化”和“文化旅游”的区别和界定,我们来试着分析一下“旅游文化”的概念和内涵。

众所周知,旅游文化实际上是由客源文化、东道主文化和服务文化三种文化综合而成的,这种综合过程必须在旅游过程中才能得以实现,即旅游文化是在旅游活动和为旅游活动提供服务的过程中产生的。