

示范性高等职业教育精品规划教材

旅游与酒店管理专业

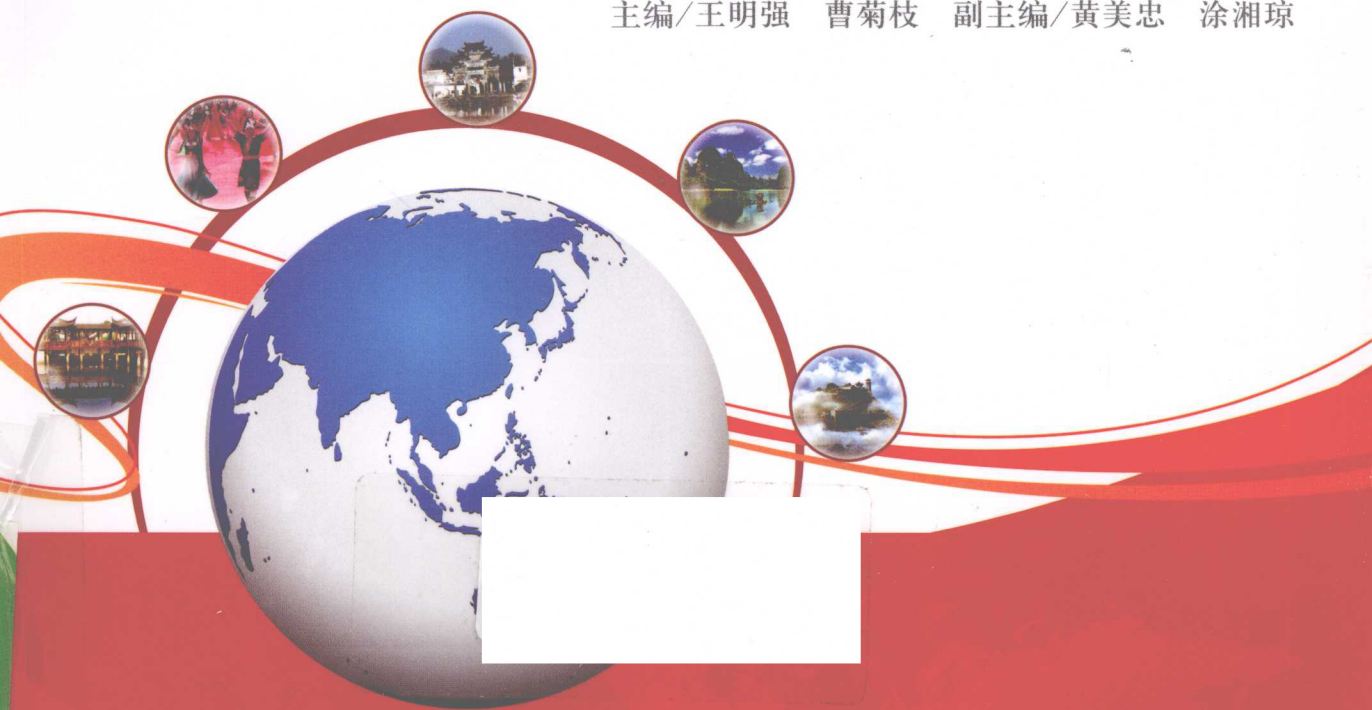
SHIFANXING GAODENG ZHIYE JIAOYU JINGPIN GUIHUA JIAOCAI
LVYOU YU JIUDIAN GUANLI ZHUANYE



中国 旅游文化

ZHONGGUO
LVYOU WENHUA

主编/王明强 曹菊枝 副主编/黄美忠 涂湘琼



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

示范性高等职业教育精品规划教材
旅游与酒店管理专业

中国旅游文化

主 编 王明强 曹菊枝
副主编 黄美忠 涂湘琼



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

旅游文化作为一种独立的文化形式,既是一种文化现象,又是一种文化关系的总和。随着现代社会的飞速发展,文化在现代旅游活动中扮演着越来越重要的角色,文化旅游正成为一种备受青睐的旅游形式。为了加快中国旅游业的发展,提高其国际竞争力,必须高度重视旅游文化的建设,突出中国文化特有的传统。本书全面系统地研究了我国旅游文化的一系列问题。首先分析了旅游文化和旅游活动内在必然的联系,继而探讨了中国自然旅游资源的文化意蕴,阐释了中国人文旅游资源的文化价值,揭示了中国社会旅游资源的文化情趣。

本书内容完整,视角新颖,取材广泛,可作为旅游专业的教材和其他相关人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化 / 王明强, 曹菊枝主编. —天津:
天津大学出版社, 2011. 2
示范性高等职业教育精品规划教材. 旅游与酒店管理
专业
ISBN 978-7-5618-3867-9

I. ①中… II. ①王…②曹… III. 旅游—文化—
中国—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 022571 号

出版发行 天津大学出版社
出 版 人 杨欢
地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编: 300072)
电 话 发行部: 022-27403647 邮购部: 022-27402742
网 址 www.tjup.com
印 刷 昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司
经 销 全国各地新华书店
开 本 185mm × 260mm
印 张 15
字 数 368 千
版 次 2011 年 2 月第 1 版
印 次 2011 年 2 月第 1 次
定 价 27.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与我社发行部联系调换

版权所有 侵权必究

丛书编委会名单

(排名不分先后)

主 任	谢 苏	薛斌旺	余远国	李啟金
	陈杰峰	雷国营		
执行主编	韩 鹏	金丽娟	赵 序	王明强
	曹菊枝	刘小红	周晓梅	曹艳芬
	卢丽蓉	韦燕生	李 敏	万 雯
	彭淑清	杜海忆	鄢向荣	夏绍兵
	胡志国	李龙星	易元红	胡 柳
	彭国平	陈吉瑞	江 波	郭学英
	李承燕	侯明贤	李 萍	张菊芳
	袁 露	王少蓉	曹明红	易红燕
	李萍娥	陈江美	祝碧青	吴尊华
	谭远景	吴小苹	刘晓芬	余 杨
	蒋永业	卢静怡	李远慧	梁 颖

前言

Preface

随着中国经济的快速发展,中国的旅游业也得到了长足的发展,人们对于旅游的认识和研究也越来越深入。在现代旅游活动中,文化因素的影响力日益凸显。旅游者不再满足于一般的观光游览,而是更加关注旅游活动中的文化体验和文化学习;旅游资源只有不断挖掘自身的文化内涵,才能形成自己的特色;旅游企业要形成独特的企业文化,才能在竞争中取得优势;旅游从业人员只有养成良好的文化素养和具备相应的旅游文化知识,才能做好自己的本职工作。可以说“举凡旅游业昌盛之国,莫不以旅游文化取胜”。

中国旅游文化是高职高专旅游类专业学生的一门专业课程。学习本课程可掌握中国旅游文化的基本知识,有助于旅游从业人员解释旅游者的旅游行为,揭示旅游活动发生发展的机理;有助于旅游从业人员正确认识和了解旅游业发展的规律,自觉地促进旅游经济效益的提高;有助于旅游从业人员正确认识和理解旅游活动的社会影响,更好地保护和利用旅游资源,促进旅游业协调可持续发展。

作为一本高职高专的专业教材,本书针对旅游类专业高职学生的特点,注重实际岗位的需要和专业能力的培养。在理论内容的选取上,打破传统学科体系的束缚,以实用与够用为度;在内容编排形式上,力求简洁新颖、图文并茂,便于学生了解和接受;同时,每章内容都附有大量的案例和习题,以促进学生思考,使学生更好地掌握所学知识技能。

本书由湖北大学职业技术学院的王明强和曹菊枝老师担任主编,武汉商业服务学院的黄美忠老师和湖北大学知行学院的涂湘琼老师担任副主编。具体编写分工为:第一章绪论由王明强老师编写,第二章中国自然景观文化由湖北大学职业技术学院张文杰老师和武汉商业服务学院的刘亚铃老师编写,第三章中国聚落文化由曹菊枝老师编写,第四章中国建筑文化由黄美忠老师和涂湘琼老师编写,第五章中国园林文化由湖北大学职业技术学院的

彭晓风老师编写，第六章中国旅游宗教文化由湖北大学职业技术学院的韦燕生老师编写，第七章中国民俗文化由湖北大学职业技术学院的赵序老师编写，第八章中国饮食文化由湖北大学职业技术学院的刘强老师编写，第九章中国旅游艺术文化由湖北大学职业技术学院的潘霞老师编写。

在本书的编写过程中，我们参阅了大量的相关教材和专著，在此对所有有助于本书编写的相关教材和著作的作者，致以诚挚的谢意！

编者

2010年11月9日

目 录 Contents

第一章 绪论 // 1

第一节 中国旅游文化概述 // 2

- 一、文化与旅游 // 2
- 二、旅游文化的定义 // 2
- 三、旅游文化的特征 // 3

第二节 旅游文化研究的内容和意义 // 6

- 一、旅游文化的研究内容 // 6
- 二、旅游文化的研究意义 // 6

第二章 中国自然景观文化 // 8

第一节 自然景观文化概述 // 9

- 一、自然景观与文化 // 9
- 二、自然景观的文化特性 // 10

第二节 地质景观文化 // 11

- 一、中国著名的地质景观 // 11
- 二、中国著名的地貌景观 // 16

第三节 水体景观文化 // 21

- 一、河流景观文化 // 21
- 二、湖泊景观文化 // 23
- 三、瀑布景观文化 // 26
- 四、泉水景观文化 // 29

第四节 生物景观文化 // 31

- 一、森林景观文化 // 31

二、草原景观文化 // 33

第五节 气象气候景观文化 // 35

一、云雾冰雪景观文化 // 35

二、光学景观文化 // 36

第三章 中国聚落文化 // 40

第一节 乡村 // 41

一、古村落的文化内涵 // 41

二、中国古村落的分布 // 42

三、中国著名的村落 // 47

第二节 城镇 // 51

一、中国古镇的分布 // 52

二、中国著名的古镇 // 54

第三节 城市 // 62

一、中国著名的古城 // 63

二、中国现代名城 // 65

第四章 中国建筑文化 // 69

第一节 中国建筑文化概述 // 70

一、中国古代建筑历程 // 70

二、中国古代建筑特点 // 71

第二节 中国建筑文化类型 // 72

一、中国古代宫殿建筑文化 // 72

二、中国坛庙建筑文化 // 74

三、中国古代陵墓建筑文化 // 76

四、中国长城与桥梁建筑文化 // 81

五、中国名人故居文化 // 82

第五章 中国园林文化 // 85

第一节 中国园林发展历程 // 86

一、先秦时期——古代园林的雏形 // 86

二、秦汉时期——古代园林的生成时期 // 87

三、魏晋南北朝时期——自然山水园林形成时期 // 87

四、唐宋时期——山水园林繁荣发展时期 // 88

五、明清时期——顶峰时期，从自然山水式向写意山水式转变 // 90

第二节 中国园林类型与艺术风格 // 90

一、中国园林分类 // 91

二、中国园林的艺术风格 // 95

第九章 中国旅游宗教文化 // 104**第一节 我国宗教文化概述 // 106**

- 一、宗教的定义 // 106
- 二、中国宗教文化的形成与发展 // 106
- 三、宗教文化的旅游功能 // 108

第二节 佛教文化与旅游 // 109

- 一、佛教文化概况 // 109
- 二、佛教在中国的发展 // 109
- 三、佛教建筑文化 // 111
- 四、佛教艺术文化 // 115
- 五、佛教活动与节日 // 117

第三节 道教文化与旅游 // 119

- 一、道教文化概述 // 119
- 二、道教建筑文化 // 120
- 三、道教艺术文化 // 121
- 四、道教活动与节日 // 122

第四节 基督教文化与旅游 // 123

- 一、基督教文化概述 // 123
- 二、基督教建筑文化 // 124
- 三、基督教艺术文化 // 125
- 四、基督教活动及节日 // 126

第五节 伊斯兰教文化与旅游 // 128

- 一、伊斯兰教文化概述 // 128
- 二、伊斯兰教建筑文化 // 129
- 三、伊斯兰教艺术文化 // 130
- 四、伊斯兰教节日 // 132

第七章 中国民俗文化 // 138**第一节 中国民俗文化概述 // 139**

- 一、民俗文化概念和特点 // 139
- 二、民俗文化的功能 // 142
- 三、民俗文化与旅游的关系 // 143

第二节 中国民俗旅游的开发 // 144

- 一、中国民俗旅游的内涵 // 144
- 二、民俗旅游开发模式 // 145
- 三、民俗旅游开发原则 // 146

第三节 中国民俗文化 // 147

- 一、壮族 // 147
- 二、满族 // 148
- 三、回族 // 150
- 四、苗族 // 151
- 五、维吾尔族 // 152
- 六、珞巴族 // 153
- 七、赫哲族 // 155

第八章 中国饮食文化 // 158

第一节 中国饮食文化概述 // 159

- 一、中国饮食文化的渊源 // 159
- 二、中国食文化的种类 // 165

第二节 中国酒文化 // 171

- 一、中国酒文化渊源 // 171
- 二、中国酒类与名酒 // 172
- 三、中国酒器文化 // 177

第三节 中国茶文化 // 179

- 一、中国茶文化渊源 // 179
- 二、中国茶类与名茶 // 181
- 三、中国饮茶艺术 // 185

第九章 中国旅游艺术文化 // 190

第一节 中国绘画书法艺术 // 192

- 一、中国绘画艺术概述 // 192
- 二、中国书法艺术概述 // 201
- 三、中国绘画书法艺术的鉴赏 // 205

第二节 中国雕塑艺术 // 210

- 一、中国雕塑艺术概述 // 210
- 二、中国雕塑艺术的鉴赏 // 213

第三节 中国戏曲歌舞艺术 // 215

- 一、流派纷呈的戏剧 // 215
- 二、曲艺 // 219
- 三、民歌 // 222
- 四、民族歌舞 // 223

参考资料 // 228

第一章

绪论

教学目的和要求

教学目的：通过本章的学习，让学生了解文化在旅游过程中所起的举足轻重的作用，了解旅游文化的内涵和旅游文化本身所具有的特征，同时也了解中国旅游文化对旅游业发展的意义。

教学要求：引导学生了解旅游的基本理论知识，分析文化与旅游之间千丝万缕的关系，正确认识旅游业发展未来的态势。

关键词汇

文化，旅游，旅游文化

引子

旅游是传递文化的过程，文化是旅游的灵魂，脱离了文化，旅游中的一切活动都显得苍白无力。因此，旅游作为一种自由、主动、积极的文化活动，是一种高层次的精神享受。旅游文化作为一种全新的文化形态，揭示了旅游活动本质上是一种文化活动，是研究旅游文化活动现象、本质及规律的一门学科。

案例导入

青海：高原古城丹噶尔春节将现“茶马商都”神韵

气势恢弘的寺院庙宇、保存完整的“歇家”商号、风格迥异的湟源排灯……在有600多年历史的青海“茶马商都”丹噶尔（见图1.1），一片瓦、一块砖、一扇门、一合窗，都承载着这座高原古都古朴浓郁、灿烂辉煌的文化信息。

从农历正月十二到正月二十，丹噶尔将举办“2010年湟源丹噶尔春节民俗文化之旅活动”。届时，这座昔日的“海藏咽喉”之城将再现“茶马商都”的神韵。



图1.1 古城丹噶尔一角

丹噶尔，藏语“东科尔”的蒙古音译，意为“白海螺”。早在600年前，这里就成为

了青藏高原上最早的茶马互市，蜿蜒的唐蕃古道从这里穿过，沟通中西的南丝绸之路从这里延展，为此湟源县被文化部授予“中国民间文化艺术之乡”称号。

湟源县宣传部长李国权介绍，这次春节文化旅游活动中，来自天南地北的游客们将观赏排灯舞实景表演、茶马商队实景表演、“羌风流韵”歌舞、丹噶尔风服饰等最原生态的民俗文化展演，还将品尝到青海地方特色小吃，参加元宵焰火晚会。

“为了增强参与性，这次活动增加了许多实景表演，游客可以参与其中，体味高原民俗文化。”湟源县副县长马玉英说，列入首批国家非物质文化遗产保护名录的湟源排灯，在此次活动中将被编为“排灯舞”，这种将静止艺术变为流动艺术的做法是对民俗文化的一大创新。

丹噶尔古城距离西宁市市区仅40千米，近年来以文化促旅游成为湟源县发展旅游业的主导思想，连续多届旅游文化节提升了丹噶尔文化品位，成为西宁市冬季旅游的一大热点。

（资料来源：http://news.xinhuanet.com/travel/2010-01/16/content_12820896.htm）

思考：一个旅游目的地一定要有地方特色的旅游文化，旅游文化交流功能的体现就在于地域文化的特点和品位。青海“茶马商都”丹噶尔有着深厚的文化底蕴积累，请同学们对这一文化底蕴进行系统梳理，分析它在哪些方面跟现代旅游市场可成功对接。

第一节 中国旅游文化概述

一、文化与旅游

文化是指一个民族或国家在其长期历史发展过程中所形成的生活方式、风俗习惯、伦理道德、价值观念、法律、艺术、哲学思维的特征等精神与物质要素的综合作用的结果及其表现。文化是人类智慧和劳动的创造，其存在和发展与人和人类社会的存在与发展紧密相连。文化的内涵博大精深。文化具有民族性和地域性分布的空间特征和时代性特征，不同民族、地域和时代的人们所创造的文化具有不同的类型和特点，从而形成了不同的民族文化、民俗文化和历史文化。

旅游作为一种社会文化活动，是人们在现代社会中的一种生活方式。它是由旅游者、旅游资源和旅游业组成的。事实上，真正意义上的旅游活动从一开始就带有自由性、开放性和探索性等这样一些文化内容色彩。旅游作为人类社会生活的一项重要活动，源远流长，作为一种社会经济现象，对当代社会产生了巨大的影响。

二、旅游文化的定义

旅游文化是研究旅游活动过程中文化活动的现象、本质及其规律的学科。旅游文化作为旅游和文化的分支，既有旅游的综合性和文化的延续性，它与旅游紧密相连，并对旅游者的旅游感受产生影响。旅游文化是旅游与文化的一种深层次结合，是旅游活动中创造的全新的专门文化，是旅游业的灵魂。旅游文化的形成是旅游活动发展的结果，是旅游者、旅游资源和旅游介体相互作用的结果。

按照旅游的三大基本要素，可将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三个部分。

1. 旅游主体文化

旅游主体文化是指与旅游者的思想和信仰观念、心理特征、行为方式有关的文化。旅游者是旅游活动的主体。旅游主体文化在旅游文化中具有核心地位。

2. 旅游客体文化

旅游客体即旅游资源,是人们进行旅游活动的物质基础。旅游客体文化是指与旅游资源有密切关系的文化,是作为旅游对象的文化事物与现象,包括自然景观文化、人文景观文化、聚落文化、建筑文化、园林文化、旅游宗教文化、民俗文化、旅游艺术文化等。

3. 旅游介体文化

旅游介体即旅游业。旅游介体文化是指在旅游活动中联系旅游主体与旅游客体,起到中介体作用的文化,包括旅游企业文化、旅游商品文化、旅游服务文化、旅游管理文化、旅游文化教育、旅游导游文化、旅游政策和法规等。

综上所述,旅游文化是指人类在长期历史发展过程中所创造的具有观赏和游览价值的物质财富和精神财富的总和,是作用和体现于旅游全过程的一种特殊形态的文化。

三、旅游文化的特征

旅游文化并非旅游和文化的简单叠加,而是文化和旅游相结合而产生的一种全新的文化形态。旅游文化作为文化的一个分支学科,通常具有一般文化形态所具有的共同属性,而作为一种有别于其他类型文化而独立存在的文化类型,旅游文化又有其自身特点。

1. 多元二重性

由于旅游活动的特殊性,旅游文化在许多方面都表现出二重性特征。

1) 旅游文化是旅游消费文化和旅游经营文化的对立统一。因旅游者是文化产品的消费者,其活动以消费为表现形式,以获得审美享受为目的,体现或创造的是旅游消费文化。而旅游经营者是文化产品的生产者,其活动以制造有韵律、有意味的形式为手段,以获得经济利益为目的,体现或创造的是旅游经营文化。两者对立统一并最终体现了旅游文化的本质特征。

2) 旅游文化是暂时性和延续性的对立统一。旅游者的旅游活动一般是短暂的,通常只持续数天或数周。旅游者随着旅游活动的开始而开始,同时也随着旅游活动的结束而结束,以此体现了它的暂时性特点。旅游活动没有绝对的停止,一个旅游者的一次具体的旅游行为结束了,整个社会的旅游活动还在继续进行,旅游文化还在不断地向前发展。另外,旅游从业人员是相对稳定的,旅游接待部门的企业文化一旦形成,就不会因旅游者的交替而中断。所以,旅游文化具有相对的稳定性。

3) 旅游文化是文化求异与文化认同的对立统一。旅游活动是旅游者对文化时空上新与异、奇与美的追求与向往。对旅游需求起决定作用的是旅游产品的文化差异,文化差异也是文化距离,当它超出一定范围,即主客间无法交流认同时,其对游客的吸引力反而减弱,甚至会产生文化冲突。因此,旅游业发展应注意处理好异质文化(以地域特色、民族特色吸引游客)与同质文化(如现代化设施,管理与服务的相通性、普遍性)之间的关系,这就要求一部分相应的旅游设施要达到异质外观,同质内涵,这是旅游文化创新应把

握的一个方面。

2. 大众性

当今的旅游活动已经不再是社会上等阶层的特权,而是一种社会大众性活动。旅游文化具有大众性特点,正如何渊耀^①先生所说:“旅游文化不是书斋文化,而是民间文化;不是高堂文化,而是庶民文化;不是雅文化,而是俗文化。它具有广泛的群众性。”这一特点决定了旅游开发和经营必须充分考虑大众旅游者的需求特点,不能弄得“曲高和寡”,否则就有可能“高处不胜寒”;同时又不能一味媚俗,简单被动地迎合某些旅游者的口味,而是要有人文理性地渗透,使产品具有一定的文化品位。

▶ 资料链接

“帆船之都”的蓝色畅想

海面上,数百艘帆船游弋在浮山湾畔;陆地上,海军乐队、军鼓队和腰鼓队等组成阵容庞大的锣鼓队伍;空中,6架飞机进行各种队形的表演……7月24日,“2010中国青岛国际海洋节”在青岛奥帆中心开幕,青岛再次敞开海一般的胸怀,邀请宾客相聚欢乐海洋,共享“帆船之都”的魅力。

本届海洋节围绕“拥抱蓝色海洋”主题,汇集了国际帆船周、海军活动、海洋旅游、海洋文化等特色鲜明、丰富多彩的活动,充分展示了“帆船之都”(见图1.2)传承奥运、动感靓丽的城市风采。

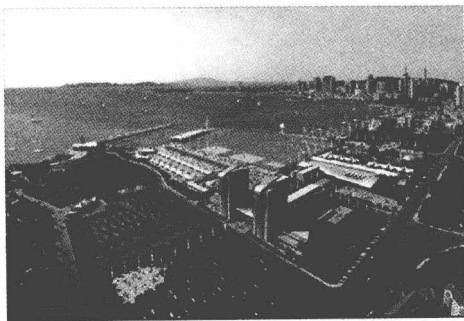


图 1.2 “帆船之都”青岛

开幕式上,作为“2010中国青岛国际海洋节”海洋体育板块的一项重要活动,2010青岛一日照帆船拉力赛激情打响,参加比赛的6支队伍驾驶着飞虎级帆船扬帆远航。

据了解,本届青岛国际海洋节包括海军活动、海洋旅游文化、海洋体育、青岛国际帆船周四大板块的系列活动,分为两个阶段。第一阶段为7月24日至8月9日,主要包括海军活动、海洋旅游文化、海洋体育活动。考虑到气候、风力等因素,国际帆船周将作为第二阶段,从8月21日至29日举行。

海洋节活动将着重体现海洋元素、海军元素、国际元素、奥运元素,增加群众参与性、趣味性,逐步打造出青岛独具特色的传统知名节庆,向世界充分展示青岛“帆船之都”的城市风采。

青岛将借助“环湾保护、拥湾发展”战略的实施,进一步拓展城市发展空间,加快由单一中心向多中心圈层式演进,构建环湾国际化大城市框架,推动次中心城市和新城建设。争取到2015年环湾核心圈层将建成山东省乃至全国转变经济发展方式、实现创新发展的示范区。

(资料来源:《人民日报》(海外版),第8版,2010.8.6)

① 何渊耀:加拿大渥太华大学人文学教授,加籍华人。

3. 双向扩散性

旅游活动引起的文化扩散是双向的,一方面,旅游客源地的文化借助旅游者跳跃式地传入旅游接待地,从而引起接待地文化的变迁(如语言、风俗习惯、伦理道德、价值观念等);另一方面,旅游接待地的文化也会被旅游者带回客源地,进而导致客源地文化的潜移默化。一般来讲,旅游客源地文化对于旅游接待地文化的影响作用要大于旅游接待地文化对于旅游客源地文化的影响,其原因与文化优劣势的差异和旅游文化影响时间长短的差异等有关。

案例导入

专家将会聚北京探讨中国旅游文化礼品创意前景

北京旅游局决定与北京礼品展进行合作,在2010年8月15日至18日“第二十二届中国国际礼品、赠品及家庭用品展”于中国国际展览中心举办期间,主办方将集合1500余家参展礼品企业的创意,为打通旅游礼品的设计、生产和销售等环节献策献力。

展会开幕当天,北京市旅游局将与主办方、礼品企业代表和业内专家召开“北京旅游文化创意礼品发展战略论坛”,深入探寻产业突破口,对旅游创意礼品的设计研发,提出新的要求和新的路线图。

“旅游礼品是一个庞大的市场,但创意设计与市场销售的严重脱节阻碍了它的发展,我们的目标是让礼品生产企业与景区点对点合作,有针对性地开发设计,在旅游局的支持下全面发掘出旅游创意礼品产业的潜力。”主办方励展华群总经理杨光远表示,参与该项目的展商均在设计创新、知识产权保护、销售渠道建设方面具备实力。

据世界旅游组织预计,2015年中国将成为全球第一大旅游目的地,但旅游业存在结构性不合理、旅游收入分配明显不均的弊端。在发达国家,旅游购物要占到旅游经济的40%~60%,而在中国却不足20%。

据中国旅游业内的专家分析,不仅是北京,全国范围都普遍存在旅游纪念品主题缺失、同质化现象严重的问题,没有专业的设计人才、缺乏必要的资金支持,旅游购物点只能去批发零售随处可见的纪念品,让游客有钱没处花。游客抱怨景区购物没有特色,并不代表纪念性礼品不受欢迎。例如,从2008年的奥运礼品到2010年的世博礼品,开发种类多达数千种,都备受海内外人士的青睐。

近年来,全国多个地区都组织过旅游购物节、旅游礼品创意大赛等,以四川峨眉山景区为例,该景区通过研究调查,结合景区特点所开发出以峨眉灵猴、中药材、茶叶和佛教用品为主的系列礼品,使当地旅游产业迅速增值。

(资料来源: <http://www.chinanews.com/df/2010/08-02/2441381.shtml>)

思考: 近几年旅游活动中的购物问题一直备受人们的争议,请问如何解决旅游购物过程中此类现象的发生?

第二节 旅游文化研究的内容和意义

一、旅游文化的研究内容

旅游文化的研究内容主要包括三个方面：一是对旅游主体文化的研究，如研究旅游主体文化身份的构成，旅游主体的价值观念与精神世界，旅游主体经历异质文化后的文化活动，旅游对主体的人性完善和全面发展的影响等；二是对旅游客体文化的研究，如从旅游的角度研究山水文化、建筑文化、园林文化、宗教文化、民俗文化、饮食文化、艺术文化等，还包括旅游活动对旅游接待地文化的影响；三是对旅游跨文化交流的研究，包括不同旅游文化（如中西旅游文化）的比较及旅游文化的碰撞、互动与整合。

二、旅游文化的研究意义

1. 揭示旅游活动发展的机理

从根本上来说，人类的旅游活动是文化驱使的结果。文化认同或求异都能导致旅游活动。研究旅游文化有助于解释人类的旅游行为，揭示旅游活动发生、发展的机理与规律。

2. 促进旅游产品质量的提高

研究旅游文化有助于人们正确地认识 and 了解旅游业的发展规律，自觉地促进旅游产品质量与旅游经济效益的提高。只有明确旅游资源的文化内涵及其开发的文化规律，才能开发出来的旅游产品具有较高的文化品位和较强的生命力与竞争力。

3. 促进旅游者及旅游从业人员素质的提高

研究旅游文化有助于促进旅游者及旅游从业人员素质的培养和提高。旅游文化最基本的功能是对旅游者和旅游从业人员的全面塑造，提升他们求真、向善、爱美的人格，使之具有现代品质。

4. 促进旅游可持续发展

研究旅游文化有助于人们正确地认识和理解旅游活动的社会影响，处理好旅游业的经济作用和社会文化作用的关系，促进旅游的可持续发展。

案例思考

科学定位突出整体形象 定南县旅游文化实现转型升级

青山绿水、蓝天白云、红墙黛瓦、小桥流水……盛夏时节，笔者走进赣粤高速定南出口的“香港母亲河”主题公园，看到昔日破旧的小村落经过一番改造后，成为魅力四射的新村落，如今已是该县“赣粤门户，生态家园”旅游文化形象定位的城市新“名片”。据了解，这张“名片”也是该县去年以来大力实施差异化发展战略，通过借外力、引外资的“借梯上楼”模式发展文化娱乐和休闲旅游产业的一个缩影。

针对旅游发展层次不高、特色不显、产品单一等结构性矛盾,2009年以来,定南县坚持从规划入手,对全县旅游文化产业进行了科学定位,突出定南“赣粤门户,生态家园”的整体形象。在坚持“政府主导、企业主体、市场运作、群众参与”的原则下,该县确定了“借梯上楼”的开发思路,推动旅游文化上档升级。目前,该县已建立全省首个文化生态旅游产业园。以园区化、集群化的手段,整合旅游产业的项目、品牌、资金等资源,大力开发生态游、山水游、休闲度假游、体验游、客家民俗游、健身养生游等特色鲜明的旅游精品项目。

为做大做强“赣粤门户、生态定南”品牌,该县今年又相继引进了深圳多彩公司投资3亿元开发建设风水旅游文化产业园、香港新亚太集团投资有限责任公司投资10亿元开发建设山地体育公园。同时,结合新农村建设和定南全县旅游整体布局,成功包装了中国山水旅行博览馆、布衣山谷、虎形围爱情故事馆、十三经书院、成功人士第二家园等11个重大支撑项目建设。目前,该县已有7个项目开工建设,其中“仙湖”文化生态旅游产业园开发项目还被确定为全省重大调度项目。为使文化旅游产业向纵深发展,该县相继出台了一系列文化娱乐和休闲旅游产业发展优惠政策,支持并鼓励民间资本投资旅游文化产业:引进恒立达置业有限公司投资2.5亿元兴建四星级酒店项目,激活盛凯威实业有限公司投资1.2亿元兴建文化娱乐城项目,组建商会组织投入5600万元开发建设商会大厦。

文化旅游产业的转型升级同时也带动了该县文化旅游市场的“蹿红”。2010年1月至7月,定南县共接待海内外游客8.6万人次,以旅游文化为主打的第三产业实现增加值3.27亿元。

(资料来源: http://www.ganzhou.gov.cn/xwdt/zwyw/201008/t20100807_191114.htm)

思考:在地方政府的主导下利用市场运作形式,鼓励企业和老百姓参与到旅游业发展进程中,为地方的旅游发展带来一定的社会、经济效益。从此例中可以看出,该地文化旅游市场在国内市场上占得一席之地。请分析目前我国一些旅游资源丰富的地方能否仿造上例来打造自身的文化品牌。

结束语

旅游是人类文明发展的体现,是广义的文化活动。它既是文化的消费,又是文化的创造。可以说旅游最本质的特征就是旅游者离开原有的文化环境,变换生活节奏,在地域不同的文化环境中探奇求知,有意识地满足文化精神方面“求美、求新、求异、求知”的需求。在我国无论是自然旅游资源还是人文旅游资源,文化都是其最重要的内涵,体现了一个民族、一个地区的文化特点,是中华五千年文化的结晶,其深厚的历史积淀蕴涵着极其丰富的文化审美价值。因此,文化是旅游的灵魂,是旅游资源吸引旅游者的魅力所在,只有研究我国旅游资源所蕴涵的丰富文化内涵并加以挖掘和开发,才能充分显示出我国旅游资源的独特民族特色,吸引广大中外旅游者,满足他们的文化需求。

思考与练习

1. 如何理解文化的概念?
2. 如何理解旅游文化?
3. 简述文化和旅游的关系。
4. 旅游文化具有哪些特点?
5. 旅游文化具有怎样的意义?