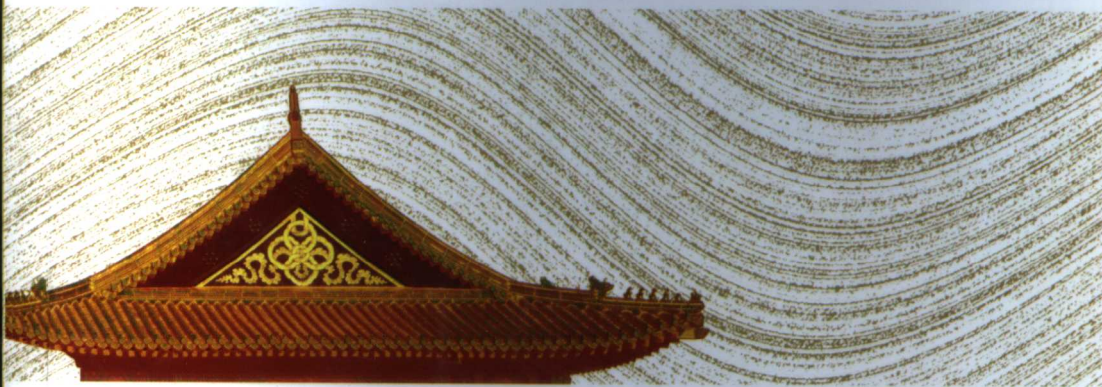


旅游规划的艺术

• 地方文脉原理及应用

于希贤 于涌 黄建军 等著



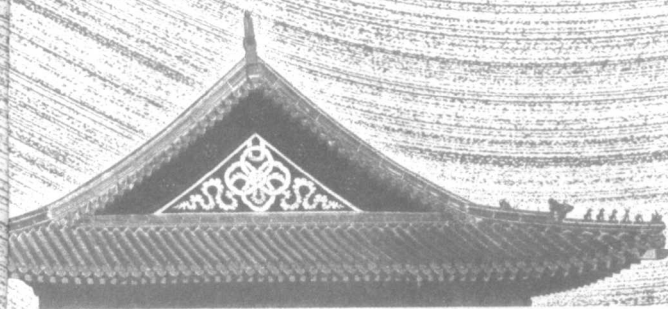
重庆出版社

LUYOU GUIHUA DE YISHU DIFANG WENMAI YUANLI JI YINGYONG

旅游规划的艺术

• 地方文脉原理及应用

于希贤 于 涌 黄建军 等著



重庆出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划的艺术：地方文脉原理及应用/于希贤等
著. —重庆：重庆出版社，2006.1

ISBN 7-5366-7066-4

I. 旅... II. 于... III. 旅游经济—经济规划
IV.F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 003031 号



旅游规划的艺术

——地方文脉原理及应用

于希贤 于 涌 黄建军 等著

责任编辑 叶麟伟

封面设计 吴庆渝

技术设计 张 进

重庆出版社出版、发行

(重庆长江二路205号 邮政编码 400016)

新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

开本787 mm×1 092 mm 1/16 印张19.75

字数324千字 插页2

2006年1月第1版 2006年1月第1次印刷

印数 1~5 000

ISBN 7-5366-7066-4/F·345

定价：30.00元



于希贤 1964年毕业于云南师范大学生物地理系，1981年获北京大学地理系硕士学位。

系北京大学环境学院教授、博士研究生导师，北京市文史馆馆员，中国徐霞客研究会副会长，中国古都学会理事和中国地方志协会理事。长期从事中国地理学史、方志学、历史气候等方面的教学和研究，曾担任昆明等十几座城市旅游规划的项目主持人。1985—1987年参加泰山世界文化遗产研究和申报工作，成果获国家建设部科学进步一等奖。2001年，乘坐潜水器下潜到抚仙湖底，实地考察水底古城。主要著作有：《于希贤中国方志评论集》、《中国方志学大纲》、《地史学大纲》、《滇池地区历史地理》、《中国古代地理学史略》、《中国古代风水与建筑选址》等。



- ◆ 北京大学历史地理专家、旅游规划评审专家精彩诠释旅游规划要义
- ◆ 崭新的角度、独到的观点，历史文化底蕴与山川大地灵气巧妙结合的案例、自然与人文融合的艺术
- ◆ 政府旅游部门主管干部、旅游规划工作者和旅游、建筑规划、风景园林设计专业师生及旅游爱好者适合阅读参考



内 容 提 要

本书首次界定了地方文脉的定义,论述了地方文脉的系统理论,并将地方文脉原理的应用作为旅游规划的一门创造性艺术加以系统地阐释。内容包括3编19章,涉及地方文脉的历史渊源和理论基础、山水大地的文脉分析、景观规划设计方法,以及旅游规划的主题思想与旅游目的地形象塑造等。并以生动的规划实践为基础,列举北京、内蒙古、河南、福建、云南、浙江、山东等地的10个实际景区案例,说明地方文脉原理在旅游规划中的应用。图文并茂,知识性、可读性和启发性强。可供各地政府旅游部门主管干部、专业旅游工作者、旅游规划师,以及旅游专业、建筑规划专业、风景园林设计专业师生参考,也可供旅游爱好者阅读。

参加本书旅游规划项目工作及
文本起草的人员

赵 敏 赵 夏 史红帅 林玉军
朱竞梅 张 瑛 陈喜波 李小波
钱桂荣 张 斌 吴艳辉

参加本书部分工作的人员和指导人员

吕 斌 于希谦 陈青慧
岳升阳 武弘麟

代 序

全球化与中国旅游业发展的对策

——21 世纪中国旅游业应当走什么道路

在当今的国际化经济环境中,旅游业已经成为世界第一大产业。据世界旅游组织统计,2004 年全球旅游总收入达 6 220 亿美元,全球入境过夜旅游人数达 7.6 亿人次,同上一年相比增长均达到 10%,全球旅游总收入与 2000 年 4 760 亿美元相比,增长了 30.7%,旅游业总产出占世界 GDP 总量、旅游业资本投资占全球总投资的份额、居民旅游消费支出占总消费支出均超过了 10%;预计到 2020 年,国际游客将达 16 亿人次,全球旅游总收入将达到 2 万亿美元,而中国将成为世界第一位的旅游目的地大国和第四位的客源输出国。1994—2000 年间,中国旅游业的发展速度远高于同期 GDP 的增长速度。据国家旅游局统计,2004 年,中国入境过夜旅游人数达 4 176 万人次,创汇 257 亿美元,分别居世界第四位和第七位;国内旅游人数达 11 亿人次,出境旅游人数达 2 885 万人次,成为亚洲第一大客源市场。根据《中国旅游业发展十五规划和 2015 年、2020 年远景目标纲要》,到 2020 年,中国将实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史跨越,要让旅游业从目前的“国民经济新的增长点”转变为“国民经济的支柱产业”。目前,国内已有 24 个省、自治区、直辖市将旅游业确定为支柱产业或重点产业之一。与此同时,国家生态旅游示范区、旅游扶贫开发区、国家旅游度假区工程启动。随着中国加入 WTO 及 2008 年北京举办国际奥林匹克运动会、2010 年上海举办世界博览会的准备工作的推进,中国旅游业的全球化色彩日益浓重。21 世纪中国旅游业应当走什么道路,它将以什么样的面貌展现在世界面前,在全球化过程中中国旅游业的发展应当有何对策……这些都是值得我们深思的。作者认为,中国旅游业的发展,一方面要借鉴国际上的成功经验,与国际接轨;更为重要的另一个方面是,中国旅游业景区规划和景点



设计应当走自己本土化、个性化发展的独特道路,应该展现自己与众不同的山川风貌和悠久的历史文化状况,只有突出了本土的个性特色,中国的旅游业才可能走上可持续发展的道路。

一

旅游业发展之路与如何展现多姿多彩的旅游景观息息相关。建筑物是旅游景观要素之一。中国幅员广大,各地自然环境不同,千百年来我们的祖先因地制宜、因材施教、因时制宜地创造了多种多样、千姿百态的建筑风格。从单体建筑群团组合到整体的城市布局,以及园林、庙宇的选址和建造,无不表现出中华民族非凡的创造力和智慧,其中都蕴藏着东方文明的诗性艺术。这些诗性艺术之根莫不与地方文脉有关。

规划建设有生命活力的旅游景观是人类文明的伟大成就之一。旅游景观也是各地区、各民族文明状况的重要标志,是生活在这一区域中的人们文明抱负的真切表现。一项杰出的旅游规划,一个杰出的旅游景区的诞生,必然反映了一种杰出的审美情趣和文化。旅游景观的结构、形态和面貌,受不同时期哲学、宗教和科学态度的影响,它也受到当时人们思维方式的影响。

旅游景观反映了人们对美好环境的追求,它也是人类社会与自然环境接触的媒介,是这一旅游景观中的人们在其周围山川河湖自然环境孕育之下从事文化建设的集中体现。旅游景观与其地方文化如影随形不能分离,它们交相呼应,互为映照。

二

世界各地的旅游业发展,受地理环境与地方文化的影响,各有其自身的特点。这些特点的形成有如每一个人头上都有一块属于自己的碧蓝的天空。从历史发展的长河来看,世界旅游文化史上占主流地位的非是两大系统。其中现今仍占主流地位的一大系统是西方旅游文化,它渊源于环地中海的古希腊、古罗马、古埃及等地。它与基督文明相结合,其文化特点为海洋开放型。另一大系统是东方旅游文化,它通过旅游活动来感悟世界的丰富多样、

复杂奇妙,并进一步接纳山川灵气,完成自我的人生修养,表现出儒家文化的特色。随着时间的推移,以中国为主的东方旅游文化将会在世界旅游业中占据越来越重要的地位。

“温故而知新”,“思往而瞻来”。中国的旅游业要和国际接轨,除了要学习国外的先进经验,更要从中华民族文化发生发展的历史来探求未来。

中国是一个文化发展很早的国家,她与埃及、巴比伦、印度一样在世界上古史上占有重要的篇幅。她的文化因其环境的关系,自始即走上独自发展的路径。从地理背景来看,埃及、巴比伦、印度的文化,皆在一个小地面上产生;独有中国文化,产生在广袤的土地上。这是后者与前三者最相异的一点。人类文化的发端和人们的居地,均赖有河水灌溉,埃及尼罗河流域、巴比伦美索不达米亚平原和印度的印度河流域莫不如此,印度文化进展到恒河流域较为广大,但仍不能与中国的长江、黄河等流域相比。中华民族文化的特质是“大河文化”。大河之间有大山,所以也可以称之为“大山大河文化”。其表现形式是早先中华民族文化产生于江河主流与支流交汇处,然后这些依河流“纳”位而生成的聚落,又依内河航运而互相进行经济文化交流,逐步扩展,形成树枝状河流网络的地域系统。国都、城市和密集居民点沿大河及其支流转移。因此,中华民族文化的本质特征是“会聚千流,接纳百川”,具有自身独特的开放性、兼容性与接纳性。大河的水文化既是母亲河文化又是父亲山文化,具有很强的渗透性。其生命因有着天纵圣哲的历史渊源,方显见其系统而伟大。真是千丈之木,本于有根;源远之川,浩荡无疆。根网深固,树木方能欣欣向荣、烁烁有光;大河源远,方能会聚千流、接纳百川。国于天地,必有以立。何以立国?奋发有为、勤劳刻苦、刚正自强,惟民族精神是赖。民族精神根源于优秀的民族文化,而这丰富的民族文化必然会有它外在的表现力,这就是景观设计和建筑规划所铸就的人居环境实体。人居环境实体与山川自然景观的结合,是中华旅游文化取之不尽的源泉。

中华民族优秀的科学文化是滋养民族生存、维系民族团结、维护国家独立与统一、推动民族进步与繁荣的精神力量,它来源于“近取诸身,远取诸物”,以及“仰观天文,俯察地理”的观察和“天垂象,圣人则之”的感应中。将天道与人道相配合,把握宇宙与人生的奥秘,从中体验到人的心性行为与天道相类相通,人不能违背自然之理,这正是我们在今天发展旅游业、研究地方文脉时所要把握的。

三

对于中华民族文化,我们要有科学的认识观。近一两百年来,西学东渐之后,人们一度以为中国一切腐朽、贫弱的祸根都是中国固有的“老传统”、“老封建”,于是“不破不立”,“不打倒中国的一切旧文化,就不能创立新文化”。什么是新文化(其中也包括了中国的新旅游文化)呢?上个世纪20年代及以后的一段时期,有人以为渊源于西方的科学与文化才是“新文化”,而把源于中国本土的文化认定为“旧文化”,以为“科学不会说中国话”,一时间“全盘西化”成了时髦的名词。形形色色的“中国文化西来”说,在过去的一个世纪之中,曾流行一时。而今在旅游规划及景区景点建设中盲目引进或“克隆”外国、外地建筑景观和项目,致使巨大的景区景点建筑费用丢在水里不见踪影、没有回报的案例难道还少吗?所以,探索适合中国国情的旅游文化之路是很有必要的。

作者认为,中国旅游业的发展不能以牺牲民族化、本土化、个性化为代价而达到“现代化”,必须坚持中华民族文化的特色,坚持本土的地方特色,同时又不乏现代化手段。应做到地方性和国际化共生,景观多样性和服务现代化谐调。要树立独具地方特色的旅游形象,强调地方精神,以独特的度假气候、诱人的地质地貌景观、鲜活的民族文化和厚重的历史文化内涵,构筑旅游景观的多样性,从而满足客源市场的多重需求。要注重国际化旅游城市的形象建设、环境标准保障、服务水平提升和好客度培养,使来自世界各地和国内不同地区的旅游者在体验到地方特色、民族文化、本土精神的同时,享受到与国际接轨的高标准服务,使其既有异国他乡的文化和景观体验,又有宾至如归的亲切感受,还有热情的氛围和优美环境的安全质量保证。

四

中华民族的旅游文化是中华民族文化的重要组成部分。那么,它究竟有什么特点呢?作者认为:席卷天下、包举宇内、囊括四海是中华民族旅游文化活动的空间;天地有正气,“大道之行也,天下为公”,心怀大公是中华民族



旅游文化的气质；“为天地立心，为生民立命，为万世开太平”是中华民族旅游文化的理想；发于至诚，归于仁义，是中华民族旅游文化的风格；“究天人之际，通古今之变”是中华民族旅游文化的追求；“述往事，思来者”，“辨人物，明是非”是中华民族旅游文化的思考；长于中和，成于力行，是中华民族旅游文化的秉性；“天行健，君子以自强不息”，勤劳坚忍、奋发有为，刚正自强、维护正义，精诚所至、金石为开，是中华民族旅游文化的精神；而各时代涌现出来的仁人志士，以天下为己任，舍生取义，济世救弊，是中华民族旅游文化所崇敬的精英。“地势坤，君子以厚德载物。”中华民族优秀的旅游文化，提倡人与人平等、和睦相处，对少数民族、外来文化，当爱其所同，敬其所异，这是中华民族文化的胸怀。中华民族的旅游文化，蕴藏着人类许多深邃的智慧，如同一曲又一曲天籁自然、行云流水般美妙的乐章回响在神州大地上。它超越时空，使世界上许多国家的旅游者为之倾倒；它能启迪智慧、净化心灵，提高人们的品位。因此，中华民族优秀的旅游文化，自身有着旺盛的生命力和强大的感召力。

中华民族旅游文化是“大山大河的文化”，其内涵博大精深，其精髓在于认为人是天地的精华，应当体现天地的德性。日月星辰往复运动，永不停歇，我们的人文景观要与自然景观巧妙结合，并展现我们民族的奋发有为。

综上所述，在当今世界上建立自己独立的旅游文化，挺起自己民族旅游文化的脊梁骨，通过旅游展示中华民族的和平、友好、宽容、仁爱、独立、刚毅与自尊，这是21世纪中国旅游业发展的必由之路。古人说：“三军可夺帅也，匹夫不可夺其志也。”研究和继承中华民族优秀的旅游文化传统，乃是“科教兴国”、振兴祖国旅游业的重要内容之一。“读古书，当明古训；居今世，不违今人。”我们要推陈出新，化腐朽为神奇，使优秀的中华民族旅游文化一代又一代发扬光大。

五

本书着重研究中华民族旅游文化产生的地方文脉及其在旅游规划中的应用。地方文脉产生于特定的山川灵气与地理环境之中，研究任何一个国家、民族的社会历史和文化都必须植根于地理环境之中。本书的研究涉及在中国这块土地上古人类最早的出现及其演化发展的重要历程、文字的出现、

聚落和城市的形成,以及地理环境变化发展对中国历史文化的影响,等等。本书的写作以客观事实为依据,以旅游规划和景观设计为载体,将自然科学与社会历史科学相结合,融理论研究与实际景区案例为一体,探讨了 21 世纪中国旅游业可持续发展之路。如果本书对各地蓬勃兴起的旅游规划工作能有所助益,是所至禱;我们也期待着与广大读者真诚地交流。

于希贤 于 涌
2005 年春于北京



目 录

代 序 全球化与中国旅游业发展的对策	1
——21 世纪中国旅游业应当走什么道路	

上 编 地方文脉理论在旅游规划中的地位

第一章 旅游规划中的“地方文脉”概念	3
第一节 旅游规划是旅游业健康发展的先导	3
第二节 什么是“地方文脉”	8
第三节 地方文脉原理在旅游规划中的运用	9
第二章 中国古代景观规划天纵圣哲的历史渊源	12
第一节 中国古代景观规划设计的悠久历史	12
第二节 “四象”人居环境的布建传统	19
第三节 九宫八卦的景观设计思想	25
第四节 牛河梁考古发现的景观规划设计	26
第三章 中西规划设计思想的异同	29
第一节 东方文明——世界文明的一个重要源头	29
第二节 中国古代的规划设计思想是一个独立发展的体系	30
第三节 中西规划思想的根本差异及互补	32
第四节 两种科学文化传统 两种规划审美理念	34

中 编 旅游景观设计中的地方文脉原理

第四章 《周易》是文脉理论的基础	39
------------------	----



目 录

目录

第一节 《周易》是一部什么样的书	39
第二节 《周易》的理论意义和发展历史	43
第三节 《周易》的含义和特点	45
第四节 《周易》的原理——象、数、义、理	46
第五节 《周易》与中国古代的景观规划设计	50
第五章 大地活体的文化生态系统	52
第一节 中国古代对于生命的认识	52
第二节 后圣荀况的“灵魂阶梯”论	59
第三节 中国古代天、地、生、人系统的整体有机循环观	61
第四节 仿生形体的人居环境规划布局	64
第六章 “上应天星”的建筑选址与景观设计	75
第一节 人的心性与天地感应相通	75
第二节 山川州域“上应天星”	77
第三节 “法天象地”的人文景观设计	78
第四节 人与天地合德 四时有序相应	80
第五节 追求天人关系的和谐	81
第六节 “上应天星”的景观规划设计	83
第七章 大地经络穴位的文脉原理	87
第一节 大地经络通达生气	87
第二节 “藏风聚气”的理想景观形局	89
第三节 理想园林形局的景观分析	94
第四节 龙文化与地方文脉的脊梁——“圣山”	96
第八章 地方文脉与水体生态景观设计	99
第一节 水乃元气之津的生态性能	99
第二节 抚育地方景区文化的母亲河	102



第三节	旅游区的水景观设计	103
第四节	水环境景区的选址设计与布局	104
第五节	亲水景观的标志物——桥	108
第六节	气口、水口和景区大门的选址设计	111
第九章	地方历史文化的旅游景观与项目设计	114
第一节	成功的景区规划须主题鲜明	114
第二节	“生命河”与文脉节点的历史进程	116
第三节	地方文脉传承的大本营——学校与书院	117
第四节	地方文脉的标志物——塔	119
第五节	唱响一曲反映山川灵气与地方风情的歌	125
 下 编 景区文脉分析与旅游目的地形象塑造案例		
第十章	北京城的地方文脉	129
第一节	东方广场遗址的文脉启示	129
第二节	元大都文脉——大哉乾元的《周易》国都实体	136
第三节	从象、数、义、理看明清紫禁城“世界之中”的规划布局	147
第十一章	内蒙古克什克腾旗旅游景区文脉	153
第一节	景区文脉分析	153
第二节	克什克腾旗旅游空间总体布局	156
第三节	达来诺尔湖生态旅游区概念性土地利用规划	158
第四节	乌兰布统旅游度假区概念性土地利用规划	162
第五节	阿斯哈图石林生态旅游区概念性土地利用规划	165
第六节	青山冰白公园生态旅游区概念性土地利用规划	167
第七节	黄岗梁国家森林公园概念性土地利用规划	170
第八节	敖包祭祀活动	172

目 录

目录

第十二章	河南渑池仰韶大峡谷的地方文脉与景观设计	178
第一节	仰韶大峡谷旅游规划的意义与思路	178
第二节	景区文脉分析与开发目标	181
第三节	景区文脉定位与品牌形象设计	184
第四节	文脉与景观景点设计	187
第五节	空间布局与旅游线路组织	193
第十三章	武夷山文脉与武夷山市文化旅游产品规划	196
第一节	武夷山文脉分析	196
第二节	文化旅游发展现状	199
第三节	发展文化旅游的对策及产品开发	201
第四节	古村落及民俗旅游产品开发	203
第五节	当代新文化旅游产品开发	206
第六节	宗教旅游产品开发	207
第七节	朱子文化旅游产品开发	215
第八节	武夷岩茶文化旅游产品开发	219
第九节	柳永歌舞文化旅游产品开发	222
第十四章	和而不同的晋城旅游文脉	226
第一节	昆明旅游圈产业定位与发展目标	226
第二节	昆明旅游圈形象定位	227
第三节	昆明旅游圈产品开发战略	238
第十五章	云南红河哈尼族彝族自治州的金平文脉	243
第一节	金平县旅游发展的文脉	243
第二节	金平旅游形象塑造	252
第十六章	塑造云南省弥勒县的“佛城”旅游形象	
	——旅游规划中主题思想定位的继承与创新	255

