



乔修业 主编

旅游美学



本书要目

中国园林与观赏
中国画与欣赏
中国书法与欣赏
中国古建筑与欣赏
中国雕塑艺术与欣赏
旅游饭店环境艺术
中国菜点之审美



南开大学出版社

旅 游 美 学

主编 乔修业

撰文（以姓氏笔划为序）

王柯平 乔修业

郑 奇 俞 斌

徐秉皓

南 开 大 学 出 版 社

〔津〕新登字011号

旅 游 美 学

乔修业 主编

南开大学出版社出版

(天津八里台南开大学校内)

邮政编码300071 电话349318

新华书店天津发行所发行

天津宝坻第四印刷厂印刷

1990年4月第1版

1993年9月第5次印刷

开本:850×1168 1/32

印张:12.25

字数:302千

印数:15,001—26,000

ISBN7-310-00225-3/B·15

定价:6.40元

编者的话

旅游美学是一门新学科，随着旅游事业的蓬勃发展，它越来越引起人们的重视。1984年，南开大学旅游系乔修业副教授编写了《旅游美学》讲授提纲，得到旅游院校不少教师的支持，建议编写成正式教材，供全国旅游院校使用。1986年，国家旅游局教育司正式把《旅游美学》列入全国统编教材的计划。1987年2月初，在国家旅游局教育司教材处处长于连亭同志的主持下，在济南召开了《旅游美学》教材编写会议。会上就编写《旅游美学》的原则、分工、各个章节的具体内容、教材的规模及使用对象等问题，进行了详细讨论，并确定乔修业为主编（执笔《绪论》、第一、二、四、五章）。本书编者有：北京第二外国语学院旅游系讲师王柯平（执笔第八、九、十章），上海旅游专科学校讲师徐秉皓（执笔第六、十一、十二章及附录）、教师俞斌（执笔第七章），江苏商业专科学校讲师郑奇（执笔第三、十三章）。

鉴于我们对旅游美学这个学科研究得还不够，认识还不深，许多问题尚待进一步研究，而且编写《旅游美学》教材还是一个初步的尝试，书中缺点和错误在所难免，希望专家和读者们予以批评指正，以便进一步修改和完善。

1988年4月

目 录

绪 论

一、什么是旅游美学	1
二、旅游美学研究的对象和范围	3
三、旅游美学的现实意义与《旅游美学》教材	8

第一编 美与旅游

第一章 风景美与观赏	12
第一节 风景美的形态	13
一、自然美	13
二、人工美	14
第二节 风景美的特征	16
一、形象美	17
二、色彩美	22
三、动态美	24
四、朦胧美	25
第三节 怎样观赏风景	26
一、观赏的方法	26
二、观赏的距离	28
三、观赏的角度	29

四、观赏的时间·····	31
第二章 中国园林与观赏·····	33
第一节 中国园林艺术·····	33
一、中国造园艺术的特点·····	33
二、中国古代苑囿及其发展·····	35
三、中国园林分类·····	33
第二节 园林的要素及其审美特征·····	41
一、园林中的山和水·····	41
二、园林的建筑·····	47
三、园林的花木·····	51
第三节 园林景观审美·····	52
一、景观线·····	52
二、观赏点·····	52
三、特写景·····	53
四、引景·····	54
五、点景·····	55
六、借景·····	55
七、藏景·····	57
第三章 中国画与欣赏·····	58
第一节 中国画概述·····	58
第二节 中国画的种类·····	60
一、卷轴画·····	61
二、壁画·····	62
三、工艺绘画·····	63
第三节 中国画的审美特征·····	63
一、意境·····	63
二、格调·····	66
三、气韵·····	67

第四章 中国书法与欣赏	80
第一节 书法与旅游	80
第二节 书法艺术的产生和发展	82
一、甲古文、金文和石鼓文	83
二、篆书	84
三、隶书	84
四、楷书、行书、草书	85
五、碑、帖	86
六、以王羲之为代表的晋代书法艺术	86
七、欧、张、颜、柳、释	87
八、蔡、苏、黄、米	89
九、元、明、清的书法艺术	90
第三节 中国书法艺术的审美特征	91
一、线条的美	91
二、结体和布局的美	92
三、形与神的美	94
四、意境的美	95
五、情的美	97
第五章 中国古建筑与观赏	100
第一节 中国古建筑与旅游	100
第二节 中国古建筑的主要形式	103
一、古城建筑	103
二、宫廷建筑	105
三、陵园建筑	107
四、寺庙建筑	109
五、石窟建筑	111
六、佛塔建筑	112
七、桥梁建筑	113

第三节 古建筑的审美特征与欣赏	115
一、结构形式	115
二、群体组合	116
三、装饰色彩	117
四、建筑美与自然美的结合	118
第六章 中国雕塑艺术与欣赏	120
第一节 中国雕塑与旅游	120
第二节 雕塑的一般特征及形式	121
一、雕塑的特征	121
二、雕塑的形式	123
第三节 中国古代雕塑的美学特征	125
一、纪念性	125
二、象征性	126
三、装饰性	127
四、假定性	128
五、类型化	129
六、与建筑、环境融为一体	130
第四节 中国著名旅游区雕塑艺术赏析	131
一、秦始皇陵兵马俑	131
二、霍去病墓石刻	134
三、云冈石窟大佛	136
四、龙门石窟大佛	137
五、石浮雕《昭陵六骏》	138
六、乾陵石雕	139
七、敦煌彩塑	140
八、麦积山泥塑观音像·供养人像	142
九、晋祠彩塑侍女像	143
十、大足石刻	143

十一、华严寺彩塑菩萨像	144
十二、保圣寺泥塑罗汉像	144
第七章 中国旅游纪念品	146
第一节 中国旅游纪念品分类	146
一、特种工艺美术品	146
二、民间工艺美术品	148
第二节 中国旅游纪念品的特色	150
一、纪念性、艺术性、实用性	150
二、突出民族风格和地方色彩	150
第三节 中国旅游纪念品的审美特征	152
一、功能美和形式美	152
二、质美	153

第二编 旅游审美心理与审美关系

第八章 旅游审美心理概述	156
第一节 审美需求与审美动机	156
一、旅游审美需求	156
二、旅游审美动机	159
第二节 审美意识与审美个性	165
一、审美意识	165
二、审美个性	169
第三节 审美感受的心理要素	172
一、感知因素	172
二、想象因素	175
三、情感因素	177
四、理解因素	180
第四节 审美感受的层次分析	183

一、悦耳悦目·····	183
二、悦心悦意·····	185
三、悦志悦神·····	186
第九章 旅游者与导游工作者的审美关系·····	188
第一节 旅游者的直接审美对象·····	188
一、关于仪表美·····	189
二、关于风度美·····	193
三、关于心灵美·····	195
第二节 审美信息的传递者·····	197
一、关于语言艺术·····	199
二、关于导游手法·····	203
第三节 审美行为的协调者·····	207
一、一张一弛·····	208
二、有缓有急·····	208
三、快慢相宜·····	209
四、音调和諧·····	209
五、适时停顿·····	210
第四节 导游工作者的美学修养·····	210
一、培养自我审美意识·····	211
二、研究游客的审美需求与动机·····	213
三、尊重游客的审美习惯·····	215
四、掌握和运用旅游观赏原理·····	216
五、提高再创造的能力·····	218
第十章 旅游者与饭店员工的审美关系·····	220
第一节 对饭店员工形象的审美期待·····	220
一、形象美的第一要素——形体·····	220
二、形象美的第二要素——服饰·····	221
三、形象美的第三要素——发型·····	225

第二节 对饭店微笑服务的审美感知	226
一、微笑——态度美的“感性显现”	227
二、微笑的情绪扩散效应	228
三、微笑的线条魅力	229
第三节 对饭店服务艺术的审美评价	231
一、前厅服务艺术概述	231
二、客房服务艺术要领	235
三、餐厅服务艺术主旨	237
第四节 饭店员工的审美教育途径	238
一、普及美学知识	238
二、开展艺术教育	238
三、掌握语言艺术	239
四、组织姿态美训练	239
五、推广美容知识	240
六、提高管理美学水平	240

第三编 旅游者与旅游饭店

第十一章 旅游饭店环境艺术	243
第一节 饭店建筑与环境	243
一、选择、利用自然环境	243
二、体现自然景观美学特征	245
三、自然美与人工美的交织	246
四、文脉、传统、饭店建筑的人文美	247
五、风土环境、地方特色、乡土美	248
第二节 饭店选址、造型与装修美学	250
一、真、善、美的统一	250
二、实用与审美的一致	251

三、保护环境视觉形象·····	252
四、人工美与自然美的结合·····	253
五、创造“有意味的形式”·····	254
六、时代感与民族化,共性与个性的统一·····	256
第三节 旅游饭店室内环境美·····	257
一、意境美·····	257
二、整体美·····	259
三、空间造形美·····	261
四、色彩美·····	263
五、材质美·····	265
六、绿化美·····	266
七、人文美·····	267
第十二章 饭店室内装饰陈设·····	268
第一节 饭店室内装饰陈设原则及分类·····	268
第二节 饭店室内装饰陈设主要因素及其审美作用·····	270
一、家具·····	270
二、地毯·····	271
三、窗帘·····	272
四、灯具·····	272
五、绿化与水·····	273
六、工艺品·····	274
第三节 装饰陈设的方法·····	276
一、门厅、入口大厅、过厅的装饰陈设·····	276
二、餐厅、宴会厅、风味厅、酒吧等装饰陈设·····	278
三、客房的装饰陈设·····	281
四、商场的装饰陈设·····	284
第十三章 中国菜点之审美·····	286
第一节 菜点审美的意义、价值和地位·····	286

第二节 中国菜点之美的构成要素	289
一、色的美感.....	289
二、香的美感.....	292
三、味的美感.....	293
四、形的美感.....	295
五、质的美感.....	298
六、意的美感.....	299
第三节 各种菜点的美学风格及其特色	302
一、三类食品.....	302
二、四大菜系.....	306
三、五道程序.....	307
附录 旅游者及旅游从业人员须知	309
一、旅游的图象标志.....	309
二、交际礼节礼仪.....	315
三、风俗习惯、民族节日.....	363
四、色彩、图案禁忌.....	371
五、国旗、国花和花语.....	373

绪 论

近年来，随着旅游事业的蓬勃发展，随着对旅游学的深入研究，开展旅游美学的研究和教学已成为旅游教育发展的需要。

开展旅游美学的教育，首先要开展旅游美学的研究，探讨旅游美学的特征及其现实意义。只有认识到旅游美学的现实意义，才能确定旅游美学和旅游美学教育在旅游事业中的地位及其在旅游教育中的作用。

一、什么是旅游美学

我们在探讨什么是旅游美学之前，首先需要研究一下什么是旅游，以及旅游的目的是什么。有些同志从社会学和经济学的角度来研究旅游，把旅游看成是一种社会经济现象，这是无可非议的。旅游业的兴起正是旅游这种活动引起的。旅游的出现，尤其是现代大规模旅游的出现，必然要有许多人来为它服务，必然要出现为它服务的各种机构，需要交通工具、旅游设施、旅游饭店等。这样，也就带来了经济收益，于是出现了旅游业。所以，我们把旅游业看成是一种社会经济现象。

那么什么是旅游？它的特点是什么？

关于什么是旅游的说法很多，定义也不少，但都是从一定的角度来讲的。于光远同志认为：“旅游是现代社会中居民的一种短期的特殊的生活方式。这种生活方式的特点是：异地性，业余性和享受性。”他又说，旅游的基本内容是“观光旅游”。于光远同志的说法和我们要探讨的“旅游”比较接近。我们认为不仅要从社

会学和经济学的角度，更重要的是要从审美的角度来研究旅游，才能认识旅游的特征和价值。

1966年，法国学者让·梅特森说：“旅游是一种消遣活动，……其目的在于消遣、休息或为了丰富他的经历和文化教养。”梅特森的话指出了旅游的特征——“消遣活动”，因为娱乐和消遣正是旅游的审美特性，我们还是从人类本能的欲求讲起。作为高级动物的人，有三个本能的欲求：一、希望物质生活的改善；二、生理上的欲求（即性欲的要求）；三、要求精神生活的满足。作为一般的动物，则没有精神生活的要求，它们为了生存和传宗接代，只有食欲和性欲的要求。而人类的本能的欲求中还有对精神生活的要求，即审美欲求。当人类处于原始状态或低级阶段时，最迫切的要求是物质生活，而对精神生活的要求则处于次要地位。当人类进入文明社会，随着人们物质生活条件的不断改善，衣、食、住、行不断得到满足，人们对精神生活的要求必然越来越迫切，越来越高。而且随着社会的不断发展，将会创造出越来越丰富的精神生活方式，以满足人们对精神生活不断增长的要求。“旅游”正是人们现代生活中的一种特殊的高层次的消遣活动。著名美学家朱光潜教授说：“人为什么要追求刺激和消遣呢？都是让生命力畅通无阻，要从不断的活动中得到乐趣。……消遣的不是时光，而是过剩的精力。”

旅游的目的很多，诸如崇拜异国或异地的文化艺术，通过游览和观赏开阔眼界，增长见识，提高文化艺术的修养；向往异国的宗教，抒发仿古探奇之幽思；向往异国或异地阳光灿灿的海滨，等等。但是不论哪一种目的的旅游，都会在不断地活动中寻求娱乐和消遣，得到美的享受，陶冶性情，愉悦身心，增添生活的乐趣。由此可见，旅游是人们精神生活的一部分，是游览、观赏性的审美活动，而旅游美学则是一门研究旅游的审美活动和审美价值的学科。旅游美学同绘画美学、音乐美学、舞蹈美学、建筑美学

……一样，是美学的一个分支。由于它主要是研究旅游这种具体的活动，所以它的实用性是很强的。这种实用性主要表现为，旅游美学所研究的对象和范围是非常具体的，都是旅游和旅游工作中的实际问题。通过对这些问题的研究，直接为旅游经济和旅游事业服务。旅游美学的另一个特征是：其研究的对象和范围极为广泛，丰富多彩，乃至衣、食、住、行、游、观，都在旅游美学研究的范围内。

二、旅游美学研究的对象和范围

旅游事业的发展以及对旅游工作的研究，必然要涉及到美与旅游，即游览观赏的对象、旅游工作者与游客的审美关系、旅游工作者的自身修养以及旅游者与旅游饭店等问题。于是便提出一个问题：旅游美学研究的对象和范围是什么？概括地说，旅游美学研究的对象和范围有三个基本方面：

（一）旅游者游览、观赏的对象；

（二）游客的审美欲求与旅游的审美关系及旅游工作者自身的审美修养；

（三）旅游者与旅游饭店。

第一个问题主要阐述美与旅游的关系。

美，是迷人的，令人神往的，令人探求的。美丽的桂林山水，优美的西湖景色，雄伟的泰山，清秀的峨眉，以及黄山云海的滚滚烟波，仙入洞内的涓涓流泉，……不知吸引着多少中外游客，大自然无私地向旅游者展示着它的美！我们中华民族，历史悠久，具有几千年的文化传统，在文学、绘画、音乐、雕塑、建筑、舞蹈等文化艺术遗产中，蕴藏着极其丰富的美，放射出灿烂夺目的光辉，为中外旅游者所赞叹，所向往；中华民族丰富多彩的美，富饶的美学宝藏，是诱导旅游者旅游的客观因素。引起旅游的另一个原因是人的主观因素。爱美、追求美，追求美好的生活、美好的社会 and 美好的未来，是人类所独有的本能。所以，人们总是

离不开美的，离不开对美的追求。人如果离开美，离开对美的追求，他的生活也就没有意义了。我国改良主义政治家梁启超比较早地接受了西方的美学思想，他认为人是不能没有美的，他说：“我确信‘美’是人类生活一要素，或者还是各种要素中最要者，倘若在生活中把美的成份抽出，恐怕便活得不自在，甚至活不成”。另一方面，好奇心也是人特有的一种心理特征。人们对新鲜的东西和奇异的东西总是比较感兴趣的，而讨厌那些单调的、千篇一律的现象。人的这些主观的审美心理，同客观的美产生共鸣，于是就出现了以游览、观赏为主的审美活动——旅游。有史以来，人们就热爱大自然的美、艺术中的美和生活中的美。可见，美的客观存在和人的主观审美欲求结合是引起旅游的最根本原因。有人说，旅游是人们物质生活条件的改善，生活水平的提高引起的。可是中外著名的旅行家到异地或异国的旅游，并不是优越的物质生活条件引起的。我国明代大旅行家徐霞客骑着毛驴，穿着草鞋，北至燕鲁，南达云贵的游历，是出于对祖国名山大川、美丽的自然风景的向往。13世纪初，意大利著名旅行家马可·波罗旅居中国长达17年，对中国古老的文化艺术进行考察，难道不是为中国古老的文化艺术所吸引吗？罗马帝国旅游的极盛时期，旅游者也是被古希腊、罗马瑰丽的文化艺术所吸引。有人说，西班牙没有特殊的自然风景，名胜古迹也不如中国、希腊、罗马那样多，但它的旅游收入占欧洲第一位。这是为什么？这是因为西班牙地中海沿岸气候干燥，开辟了大量的阳光明媚的海滨浴场，而欧洲大多数的国家阴雨天多，人们有较强烈的晒太阳、洗海水浴的要求。因而西班牙的海滨就构成了一种吸引旅游者的特殊的美。正是这种美吸引着旅游者。这说明美是旅游的动力，美是引起旅游的主要因素，并不是有了钱才想去旅游。但是人们物质生活水平的提高，为旅游创造了物质条件，是旅游业兴旺、发展的基础。尤其是现代大规模的旅游，是以蓬勃发展的社会经济和人们优越