

高职高专旅游管理系列教材



Zhongguo Luyou Wenhua

中国旅游文化

主编 梅 鹏



 中国人民大学出版社

高职高专旅游管理系列教材

中国旅游文化

主 编 梅 鹏

副主编 韩 枫 黄永强

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游文化/梅鹏主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2010
高职高专旅游管理系列教材
ISBN 978-7-300-13090-3

I. ①中… II. ①梅… III. ①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 (2010) 第 231336 号

高职高专旅游管理系列教材

中国旅游文化

主 编 梅 鹏

副主编 韩 枫 黄永强

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn	
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	山东高唐印刷有限责任公司	
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次 2011 年 6 月第 1 版
印 张	13	印 次 2011 年 6 月第 1 次印刷
字 数	263 000	定 价 25.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

在旅游教学和实践的过程中,人们越来越意识到旅游与文化的密切关系,各种景观产生旅游吸引力的关键原因就在其本身所蕴涵的文化意蕴。旅游文化是旅游管理专业学习中的一个重要学科,掌握旅游文化知识有助于提高旅游者的旅游质量,帮助旅游企业合理开发旅游资源,建设旅游设施,同时也有助于旅游从业人员为旅游者提供满意的服务,因此受到越来越多的关注与重视。

目前,学界对旅游文化的定义和内容存在歧义。从现行教材看,绝大部分作者的意见是把旅游文化界定为与旅游客体有密切关系的文化,参考多数教材和前人的研究成果,本书选择了九个专题对旅游文化加以阐述,分别是旅游历史文化、自然景观文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游宗教文化、旅游聚落文化、旅游民俗文化、旅游艺术文化和旅游饮食文化。

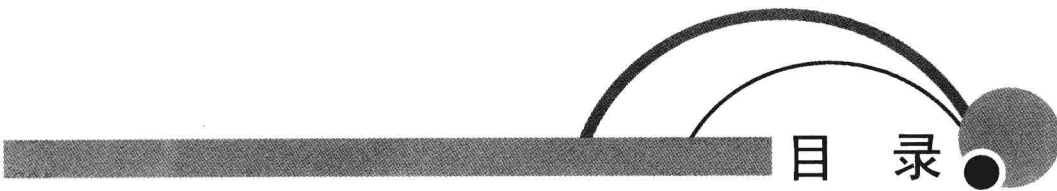
本书力求通俗生动,深入浅出,既可作为旅游管理专业教材及旅游企业的培训教材,也适合旅游工作者和有一定文化素质的旅游者阅读。作为教材,本书着重以培养应用型人才为目的,力求理论与实践相结合,增强学生的专业技能。为此本书每一章都安排了该领域的文化审美分析内容,力求提高学生的鉴赏能力和讲解艺术,有的内容还以案例的形式引导学生进行鉴赏和分析,充分考虑了教师教学和学生自学之需。本书在体系上尽量做到层次清晰和重点突出,为具体的教学组织留下充分的发挥空间。全书还尽可能多地收集新近的、权威的旅游文化成果,并使之有机地融入本书的逻辑体系中。

本书由梅鹏担任主编,由韩枫、黄永强担任副主编,梅鹏负责撰写大纲和组织编写,并最后统稿。具体各章的撰写分工如下:第一~六章由梅鹏、韩枫撰写;第七章由季常弘撰写;第八章、第十章由崔剑生、黄永强撰写;第九章由卢萍、王雁撰写。

本书在编写的过程中参考了有关旅游文化的诸多论著,在此向各位前辈和作者致以诚挚的谢意!此外,还要特别感谢为本书编写付出辛勤劳动的编辑们,以及帮助和支持本书编写和出版的前辈、同仁和朋友们!

由于水平所限,书中难免有疏漏和不尽如人意之处,我们期待着旅游界的同行、专家、学者和广大读者的批评和指正。

梅鹏



目 录

第一章	绪论	1
	第一节 中国旅游文化的定义与结构.....	2
	第二节 中国旅游文化的特征与功能.....	8
第二章	旅游历史文化	14
	第一节 我国历史发展概述	15
	第二节 旅游中常用的历史常识	26
第三章	自然景观文化	38
	第一节 地质地貌景观	39
	第二节 水域景观	47
	第三节 气象气候与生物景观	52
	第四节 自然景观的文化鉴赏	56
第四章	旅游建筑文化	61
	第一节 中国古代建筑概述	62
	第二节 古代建筑小品与装饰图案	73
	第三节 中国古代建筑的主要类型及文化内涵	78
第五章	旅游园林文化	87
	第一节 中国古典园林概述	88
	第二节 中国古典园林的组成要素与造景手法	94
	第三节 中国古典园林的特征及鉴赏方法.....	101
第六章	旅游宗教文化	106
	第一节 佛教旅游文化.....	107
	第二节 道教旅游文化.....	117
	第三节 伊斯兰教旅游文化.....	122
	第四节 基督教旅游文化.....	126





第七章	旅游聚落文化	130
	第一节 中国旅游名村.....	131
	第二节 中国旅游名镇.....	135
	第三节 中国旅游名城.....	138
第八章	旅游民俗文化	142
	第一节 民俗文化概述.....	143
	第二节 旅游生活民俗.....	147
	第三节 信仰与禁忌民俗.....	158
第九章	旅游艺术文化	162
	第一节 旅游书法艺术.....	163
	第二节 旅游绘画艺术.....	168
	第三节 旅游雕塑艺术.....	172
	第四节 旅游工艺美术.....	176
第十章	旅游饮食文化	179
	第一节 饮食文化概述.....	180
	第二节 食文化.....	183
	第三节 茶文化.....	188
	第四节 酒文化.....	193
	主要参考文献	199

高职高专旅游管理系列教材

第一章 绪 论



本章学习目标

通过本章的学习,要求学生掌握旅游文化的概念、内容结构与特点,理解学习旅游文化的意义。



本章难点

文化,旅游文化,旅游文化的结构。

第一章

中国旅游文化的定义与结构

一、旅游的定义

“旅游”,语言学的定义是“旅行游览”,但是在经济学、文化学等学科领域里,关于旅游的定义则众说纷纭。根据定义的侧重点,可以将旅游的定义归纳为交往定义、目的定义、流动定义、时间定义、生活方式定义等多种形式。这些旅游定义,分别强调了旅游的不同因素和属性。其实,“旅行游览”的语言学定义已经界定了旅游概念的内涵和外延,它是其他不同学科定义旅游概念的基础。在这个基础上,我们注意到它所具有的经济属性和文化属性。简言之,旅游是旅行游览活动,具有经济和文化属性。

二、文化的定义

在汉语系统中,“文化”一词初现端倪是在《周易·贲卦》中:“刚柔交错,天文也;文明以止,人文也。观乎天文,以察时变,观乎人文,以化成天下。”作为一个连贯的名词,“文化”最早则出现在西汉刘向的《说苑·指武》:“圣人之治天下也,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也。文化不改,然后加诛。”这里的“文化”是指文治和教化,和我们现代所说的“文化”相距甚远。今天我们所使用的“文化”概念是19世纪末从日语转译过来的,日语译自英语 Culture。

英语中的 Culture 源自拉丁文 Cultura,原义是指农耕及对植物的培育。后来,该词逐步被引申为对人类心灵、知识、情操、风尚的培育。在英语中, Culture 可衍生出很多与培育有关的词语,例如 Agriculture (农业), Horticulture (园艺), Silk Culture (蚕丝业), Physical Culture (体育)。由此可见,文化的初始含义,就是指为人类所特有的物质和精神的的生产活动。

自从19世纪人类学、社会学和文化学等与文化有关的学科兴起之后,关于文化的定义便层出不穷。文化成为一个外延极为广泛、内涵十分丰富的大概念,要给出一个严格、准确的定义,确实不容易,以至于关于文化的定义竟然多达250多种。这使得文化



定义本身成为众多学科探究、阐发、争鸣的对象。

关于“文化”的语言学定义，中国社会科学院研究所词典编辑室出版的《现代汉语词典》2005年增补本的解释为：一是指人类在社会历史发展中所创造的物质和精神财富的总和，特指精神财富，如文学、艺术、科学、教育；二是考古学用语，指同一历史时期的不依分布地点为转移的遗址、遗物的综合体，如仰韶文化、龙山文化等，同一种文化的特征是同样的工具、用具和同样的制造技术等；三是指运用文字的能力以及一般知识，如学习文化、文化水平等。这个解释可理解为：广义的文化是指人类社会的物质现象和意识现象这两个方面，狭义的文化专指人类社会的意识现象，更狭义的文化是指文字符号表达的知识。

《中国大百科全书》也是这样的一种解释。《中国大百科全书》社会学卷中对文化的定义为：“广义的文化是指人类创造的一切物质产品和精神产品的总和。狭义的文化专指语言、文学、艺术及一切意识形态在内的精神产品。”《中国大百科全书》哲学卷对文化的定义为：“广义的文化总括人类的物质生产和精神生产的能力、物质的和精神的全部产品。狭义的文化是指精神生产能力和精神产品，包括一切社会意识形式，有时专指教育、科学、文学、艺术、卫生、体育等方面的知识和设施，以同世界观、政治思想、道德等意识形态相区别。”从以上的分析看出，文化具有广义、狭义和更狭义三种定义。

关于文化的结构，根据学者的研究，主要有物质文化和精神文化两分说，有物质文化、精神文化、制度文化三层说，也有物质、心态、行为、制度四层说和物质、社会关系、精神、艺术、语言符号和风俗习惯六系统说等。这些结构说都是在物质文化和精神文化二分法的基础上进行的分析。

三、旅游文化的定义

关于旅游文化的定义，学术界争议较大，概括起来一般有四种类型的观点：第一种观点认为，旅游文化是指能够为旅游者在旅游活动中提供欣赏和享受的一切物质财富和精神财富的文化表现。这是一种偏重于旅游客体的定义。第二种观点认为，旅游文化是人类在通过旅游活动改造自然和化育自身的过程中所形成的价值观念、行为模式、物质成果和社会关系的总和。这是一种偏重于旅游主体的界定。第三种观点认为，旅游文化是旅游者和旅游经营者在旅游消费或旅游经营服务过程中所反映、创造出来的观念形态及其外在表现的总和。这是偏重于“旅游主体与旅游介体文化”的定义。第四种观点认为，旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游介体之间相互作用而产生的各种旅游文化现象的总和。这是偏重于旅游三要素的定义。

我们认为，关于旅游文化的定义表述，必须依据多年来各类教材实际包含的内容来界定。从绝大多数教材的内容与体系安排上看，大都是采用了狭义的、偏重于旅游客体的定义。实际上，这一定义也更符合课程设置的体系角度和旅游的实际应用角度。所以，基于以上分析，本书依然采用传统的、狭义的旅游文化定义，旅游文化是指旅游资源中所蕴涵的文化内涵，即自然、建筑、园林、宗教、民俗、艺术、饮食等旅游资源中



蕴涵的文化要素。

四、中国旅游文化的结构

根据狭义的旅游文化概念，即旅游文化是旅游自然资源和旅游人文资源中所蕴涵的人文要素，我们就不难建立中国旅游文化的内容结构。中国旅游文化的结构主要包括旅游历史文化、自然景观文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游聚落文化、旅游宗教文化、旅游民俗文化、旅游饮食文化和旅游艺术文化。

（一）旅游历史文化

无论是旅游自然资源还是旅游人文资源，都必然积淀着历史的蕴涵，如重大历史事件、重要历史人物、典型的历史遗存等。离开了历史的旅游文化，不仅会少了厚重和蕴藉，更会少了韵味和魅力。所以历史文化与旅游文化的交汇，是旅游文化产生和发展的重要渊源之一。中国历史悠久，从远古社会和传说时代，到夏、商、周的奴隶社会时期，从由奴隶制向封建制过渡的春秋战国时期，到秦皇汉武、唐宋明清的封建社会，在这浩瀚的历史长河中，中华民族创造了灿烂的历史文化：众多史前遗迹吸引着游人的目光，无数科技发明激励着炎黄子孙；众多的历史人物让人们回味与思考，多少名家大师以浓墨重彩绘下了历史的一笔；儒道释思想缔造了中华民族坚韧不拔、勤奋进取的民族精神……这些灿烂的历史文明为中国的旅游文化描绘出了波澜壮阔的文明画卷。

作为历史悠久的文化之邦，中国在长期的历史发展中，还逐渐形成了各种典章、制度与习俗，产生了各种不同朝代与国号，四书五经、三纲五常，科举制度等；发达的农业文明，又使中国历史上形成了自己独特的天文、历法等体系。这些制度和体系与旅游的各类资源紧密地结合在一起，成为中国旅游文化的有机组成部分。

（二）自然景观文化

自然旅游景观是指大自然赋予地理区域的、能使人产生美感的自然环境及其景象的地域组合，主要包括山地、特异地貌、水体、生物、大气和天象等旅游景观。自然景观文化主要包括以地质地貌、水体、生物和气候气象景观为载体的各种旅游吸引要素，还包括这些景观的文化内涵，以及旅游景观观赏者和旅游景观的审美与被审美的关系。自然景观文化是中国旅游文化的重要构成部分，也是被开发和利用的旅游资源中的重要组成部分。

地质地貌景观主要包括各种山岳形胜，如历史名山、火山峡谷、喀斯特地貌、风沙地貌、特异地貌等。水域景观是大自然风景的重要组成部分，是自然“灵气”之所在。江河、湖海、飞瀑流泉、冰山雪峰不仅独自成景，更能点缀周围景观，使山依水而活，天得水而秀。气候天象旅游资源主要是指千变万化的气象景观、天气现象以及不同地区的气候资源与岩石圈、水圈、生物圈旅游资源景观相结合所形成的景观，这种景观既有长时间保持的大气物理状况，如宜人的气候资源，还有美丽的高山冰雪景观。短时间的气象景观一般分为经常发生的雨景、云雾景、冰雪景、明月、日出、云霞和偶然发生的佛光、海市蜃楼、雾凇、雨凇等。生物景观的存在使得世界变得更精彩，各种动植物使



地球表面生机勃勃,让人类得到赏心悦目的感受;具有美化和净化环境的作用,还有很多动植物资源具有宝贵的科学研究价值。生物景观大致分为五类,即森林景观、草原景观、古树名木、奇花异草、珍禽异兽及其栖息地。

(三) 旅游建筑文化

中国的人文旅游资源绝大部分内容是古代建筑。古代建筑伴随着古老的中国文明,有近五千年延绵不断的发展历史,它们是中华文化的缩影,在我国旅游事业中占有重要地位,也是最有吸引力的旅游资源之一。

中国古代建筑在世界建筑中自成体系,形成了固有的艺术风格和构造特征,包括完整的木构架结构体系、整齐而灵活的平面布局、形态上的曲线大屋顶、装饰色彩与等级的紧密结合、丰富的雕刻绘饰、建筑物与环境的相互协调等。这些建筑物在形态上一般都是高屋重檐、飞檐翘角,屋顶形态特征十分鲜明。古代建筑小品也以其独特的文化韵味在古建筑群中起到重要的装饰效果,这些建筑小品对于旅游中把握古代建筑的文化内涵有很大帮助。

中国古代建筑类型主要包括皇宫、陵墓、民居、各式公共建筑、水利工程等。宫殿建筑都是中轴对称,气宇轩昂、雄伟壮观,反映了鲜明的等级观念;帝王陵墓多选址于“风水宝地”,环境幽静。陵寝的地下墓室深邃广大,犹如宫殿;地面则庙宇巍峨,松柏成林,一派庄严肃穆。而民居建筑则富有浓郁的地方特色和民族特色:北方的四合院、江浙的枕河人家、福建的客家土楼、黄河流域的窑洞、西南的竹楼、藏族的碉房等都具有极高的观赏价值。有的古建筑,如长城、故宫、帝王陵墓、古城墙等,还是带有垄断性的旅游资源,是许多中外旅游者非到不可的圣地。

(四) 旅游园林文化

园林,是指在一定的地段范围内,利用、改造天然山水地貌,构成一个以视觉美为主的游憩、居住的环境。中国古典园林采用借景、添景、对景等一系列的构景手法,遵循“虽由人作,宛自天开”的造园原则,利用有限范围达到无限环境的空间创造,从而营造出一个以山水为主、建筑为从,具有诗情画意般情趣的艺术殿堂。

中国古典园林数量众多,几乎所有的省辖市及其以上行政级别的城市都有一个以上的公共园林,稍有些规模的县城也有公共园林,在一些著名的山岳、寺观、陵寝等地也建有园林。这些园林规模不一,风格迥异。以苏州园林为代表的江南私家园林秀丽典雅、小巧玲珑、诗情画意;以颐和园、圆明园、承德避暑山庄为代表的北方皇家园林规模宏大、豪华气派;以西湖、太湖为代表的自然风景园林是人工与大自然的结合,是民众香火朝拜、迎神赛会、游乐活动之所;寺观园林富于野趣、善于把握建筑的人工和自然天趣的融合,材料质朴、色彩素净,超凡脱俗;拉萨罗布林卡等少数民族园林则具有鲜明的民族特色和强烈的宗教氛围。

中国人自古就喜欢游园,古代许多公共园林,如佛寺、道观、公园等任人游览,普通百姓也可尽情观赏,所以往往游人如织。唐朝长安城郊外的曲江宴游、雁塔题名,南宋陆游的伤心地——沈园,明清时期的杭州西湖等,都留下了许多民众游园的典故。今



天, 园林也是旅游的热点, 具有极高的观赏价值。

(五) 旅游聚落文化

聚落, 是指人群聚居的地方, 包括都市、城镇和乡村等。它是在一定地域内发生的社会活动和社会关系, 是由共同成员的人群所组成的相对独立的地域社会。聚落文化在长期的历史发展过程中积累和保存了大量的古代建筑和文物史迹, 体现出了特定时期的社会经济基础和丰富多彩的民族文化。那些有着良好生态环境的古村、古镇、历史文化名城, 不仅景色优美, 环境宜人, 还有着悠久的历史 and 宝贵的资源, 成为人们旅游观光的重要产品。

乡村聚落的田园、山岳、街巷、水系等多种要素, 给人们营造出浓郁的乡村意境, 一些乡村保留下来的古建筑包含了中国传统文化的多种元素, 这些优美独特的田园风光, 形成与城市截然不同的悠闲自在的生活方式和宁静祥和的生活氛围。徽州古村落就是中华民族乡村文化的杰出范例, 其保存数量之多、形态之完整、环境之优美、建筑之恢宏、装饰之精湛, 令人叹为观止。城镇聚落接近大自然本色, 保持着地方文化特色, 也备受旅游者青睐。如江苏周庄古镇、同里, 浙江南浔古镇, 山西静升镇等都是一种可观、可居、可游的宝贵旅游资源, 开发价值很大, 对游客来说具有很强的吸引力。文化的传承和积淀对中国众多历史文化名城的形成也产生了重要影响, 这些名城拥有极其丰富的历史人文旅游资源、自然旅游资源和社会旅游资源。国家旅游局在“1992 中国友好观光年”首次推出的 249 处国家线路景点中, 其中约 163 处分布在 41 座国家历史文化名城范围内。这足以说明中国国家历史文化名城在中国旅游业发展中所占的地位。在国家旅游局推出的首批 14 条专项旅游线路中, 北京、承德、银川、郑州、重庆、武汉、桂林、西安、敦煌、喀什、拉萨、昆明、大理、丽江、哈尔滨、曲阜、南京、上海、苏州、广州、成都、扬州、杭州等 30 余座中国国家历史文化名城更是成为中国王牌专项旅游产品的主要支撑点, 标志着以历史文化为脉络、以中国传统文化为主题、以自然风光与民族风情为依托的城市聚落型旅游产品的重要旅游价值。

(六) 旅游宗教文化

宗教文化是人类传统文化的重要组成部分, 它影响到人们的思想意识、生活习俗等方面, 并渗透到文学艺术、天文地理等领域, 是旅游资源的重要组成部分。中国宗教种类齐全, 既有土生土长的宗教如道教, 也有外来宗教如佛教、伊斯兰教和基督教等。仅国务院公布的第三批全国重点文物保护单位中, 各种宗教名胜古迹就有 150 多处, 全国各省、市、自治区与宗教有关的名胜古迹共有 3 000 多处。丰富的宗教文化资源吸引了海内外信徒、专家学者和一般游客。

各种宗教文化对旅游业都有着深刻的影响。以佛教为例, 佛教传入中国后, 逐渐形成了适应中国国情的佛教教规、礼仪和宗派, 留下了许多著名的寺院、石窟和佛塔, 其数量之多、艺术之精、历史之久是中外驰名的。丰富的佛教文化具有同一性中的差异性、特殊性: 例如同是佛寺, 五台山的宏伟建筑与九华山的建筑构造就各具一格; 同为雕塑, 山西云冈的石雕和天水麦积山的泥雕、泥塑就表现出两种不同的艺术技巧。如果



进一步分析的话,还会发现佛教建筑都会因不同的时代、不同的宗派和不同的地区而显示出不同的风采。

随着宗教文化的传播,一些宗教节日,由于符合人们心理要求,不仅是信徒的节日,也成了民间流行的节日。基督教的圣诞节、复活节流行全球,傣族的泼水节、伊斯兰教的古尔邦节也逐渐被人们所接受,其新奇感和神秘感对游客颇具魅力;宗教音乐艺术也以其深邃淡泊的旋律、独特的风格吸引了人们,特别是佛教音乐、基督教的圣歌圣乐都深受信徒的欣赏,成为举行宗教仪式和欢庆宗教节日必不可少的内容。

(七) 旅游民俗文化

民俗,就是民间风俗习惯。民俗文化作为人类社会文化的一个最基本的组成部分,有着极为丰富的蕴涵和多彩的表象,内含民族精神的延续和时代精神的认同。它孕育于民间,传承于社会,并世代延续承袭,带有鲜明的民族性、共通性、历史性、地方性、传承性和变异性,体现在广泛而富有情趣的社会生产和社会生活领域中。民俗文化是以口头或行为等方式创造和传播的民间文化,包括饮食民俗、服饰民俗、礼仪民俗、岁时节日民俗、信仰民俗与民间禁忌民俗等内容。

民俗是一种高层次、高品位、高参与的旅游文化。没有一种旅游行为能脱离所到地区或民族的民俗文化的。民俗旅游资源从内容到形式都具有鲜明而突出的民族性和独特性,给人一种与众不同的新鲜感,它的魅力就在于其深厚的文化内涵。如果人们到自己居住地以外的异地旅游,能够感受到一种与自己居住地不同的风土人情,那风味迥异的饮食、陌生的人生礼仪和祭祀仪典、五颜六色的衣饰、风韵独特的音乐舞蹈等,会给人一种完全不同的文化生态环境,让旅游者流连忘返。因此,民俗与旅游有着不可分割、血肉相连的关系。

中国疆域辽阔,民族众多,风俗习惯的地域性差异强烈,因而形成了千姿百态的民俗风情。中国传统节庆、服饰、居住、婚丧、信仰与禁忌等,不仅与西方截然不同,就是在我国内部,南北东西之间,也存在着巨大的差异。比如汉族有春节、元宵节、清明节、端午节、中秋节、重阳节;少数民族如蒙古族有那达慕大会,维吾尔族和回族有古尔邦节、开斋节(肉孜节),藏族有浴佛节、望果节,彝族有火把节,傣族有泼水节,朝鲜族有九三节,哈萨克族有库尔班节,壮族有歌坛等。每种节庆有每种节庆的特点,每种庆典有各自的仪式,可谓丰富多彩,令人应接不暇。总之,在蓬勃发展的现代旅游业中,姿态万千的民俗文化日趋成为旅游观赏的重要对象,以参与体验民俗风情为主要内容的民俗文化旅游活动更成为跨文化交流的“重头戏”,显示出民俗文化在旅游业中的重要地位和作用。

(八) 旅游饮食文化

饮食文化是以饮食为载体而产生和发展起来的文化现象。中国是一个讲究美食的国家,素有“美食王国”之称,讲究食不厌精、脍不厌细;一菜一格,百菜百味。在2008年举行的“世界眼中的中国”大型调查报告中,对于“最能代表中国的事物”一项问题,外国人选择最多的是“长城”、“功夫”和“中餐”,可见中餐对于外国旅游者



的强烈吸引力。

中国饮食文化的特点是地方风味各异、民族特色浓郁、讲究饮食的美感与配器、注重饮食情趣与食医结合，并且结合四季。中国饮食文化包括食文化、茶文化和酒文化。对于其审美可以从饮食的质、香、色、形、器、味、适、序、境、趣这十个层次依次展开。

从全局看，中国食文化中的烹饪特别重视选料、刀工、烹调、火候。由于各地物产、气候、风俗传统的不同，中国饮食表现为八大菜系和千差万别的地方特色小吃。中国的茶文化也是历史悠久，丰富多彩的茶类，千姿百态的茶叶外形，色、香、味各异的茶叶品质，泡茶饮茶赏茶的茶艺，各类茶书茶画茶歌茶舞等。酒文化的内容包括两方面，一是围绕酒的制造所形成的一系列内容，如酿酒技术、酒具制造等；二是围绕酒的使用所形成的一系列内容，如酒的饮用、酒令、酒俗等。

（九）旅游艺术文化

艺术是一个民族传统文化心理、观念、智慧的最直接的物化表现形式。中国艺术文化包括书法绘画艺术、雕塑艺术、民间工艺艺术等。书法艺术作为中国特有的造型艺术，历来为人们所喜爱，它广泛存在于人们的生活环境之中，许多风景区都有书法作品，如黄山和泰山的摩崖石刻、西安的碑林等。中国绘画注重对意境和气韵的追求，这一点对中国的山水欣赏和园林景观的建设也产生了重要的影响。中国古代雕塑艺术以其优异的民族艺术风格和多彩的面貌，在世界艺术宝库中大放异彩。无论是壮观的秦始皇陵兵马俑，还是我国四大石窟的雕塑，抑或是大足石刻、晋祠彩塑、陵墓石雕、木雕竹刻等，都以其巨大的艺术魅力吸引着中外旅游者，成为旅游观赏的重要内容。民间工艺文化种类繁多，内容十分丰富，包括丝织、刺绣、编织、漆器、剪纸、各种金属工艺品等，它们历史悠久、做工精美、形象传神，备受中外游人的青睐。这些艺术文化是旅游六要素中“游、购、娱”的重要内容，对境内外的旅游者具有无穷的吸引力。旅游者可以观赏博大精深的书法绘画艺术，欣赏形态各异的雕塑制品，还可以购置回家馈赠亲友，布置家居，甚至有些境外旅游者慕名而来，专门研究、学习中国艺术。

第四章

中国旅游文化的特征与功能

一、中国旅游文化的特征

文化具有民族性和地域性分布的空间特点和时代性特征，不同民族、地域和时代的人民所创造的文化具有不同的特点，从而形成不同的民族文化、民俗风情文化和历史文化。作为文化的一种类型，旅游文化首先有一般文化形态所具有的共同属性；同时，作为区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。旅游文化的特征，概括起来主要有以下几点。



（一）民族性

民族特指在历史上形成的具有共同语言、居于共同地域、有着共同经济生活以及表现于共同文化上的共同素质的人的共同体。世界上有许多民族，每个民族都有自己的文化传统，以区别于其他民族。中华民族的精神、性格、共同心理素质在旅游文化中的体现，是与其他民族旅游文化不同的特异性所在。中国旅游文化形态多样、内容纷繁，但都具有强烈的民族特征，体现了中华民族聪慧、勤勉、务实、含蓄的民族性格和坚韧不拔、勤奋进取的民族精神，显示出一些独特的价值观和审美观。这种民族个性不仅体现在旅游文化的精神形态中，也积淀在物质财富中。

以建筑文化为例，我国现存的很多古代宫殿、民居、寺庙等，都十分重视与周围自然环境的协调，随地形高低错落、相宜部署，与周围的自然景观融为一体，相映生辉。古建筑中的园林建筑，对园内外环境更是讲究。许多名园都是运用“借景”造园技法的杰作，把园外远近的山峰冈峦、楼阁塔影、林木花卉都借入园内，成为胜景。中国古代建筑的这种特征，充分地显示了中华民族的传统文化中注重天人合一、追求与自然和谐共处、共同发展的民族性格和价值观念。

民族性是旅游文化的独特个性，也是吸引旅游者的魅力所在，越是民族的，越是世界的。从某种意义上说，民族性是旅游文化的精髓和“灵魂”。当然，这种民族性中也有糟粕，如体现在某些旅游文化现象中的尊卑、等级观念或歧视妇女等封建性的糟粕，是旅游者应该正视和予以批判的。

（二）传承性

旅游文化既有本民族历史文化的沉积、继承和发展，也有对其他民族文化的吸收与融合。这种传承、演变又可分为进化、涵化两种情况。

1. 进化

进化是指旅游文化的发展是一个由低向高、由简单到复杂的循序渐进的过程。中国是一个文明古国，许多旅游文化现象可追溯到史前时代。中华文明世代相传，不仅具有极强的继承性，而且还具有创新性，呈现出明显的进化痕迹。例如，中国戏曲就起源于原始社会的巫傩舞中那种含有戏剧因素的祭祀仪式，后来逐渐发展为汉代的角抵戏和南北朝的参军戏，有了情节内容和人物形象；后又进化为宋杂剧、金院本，具备了生、旦、净、丑等角色行当；到元明时期，就成为成熟的戏剧形式——元杂剧、明传奇；到清代中期以后又完善为有极高审美成就的京剧和其他众多地方戏曲。中国戏曲在发展过程中，艺术成就越来越高，艺术形式也越来越复杂。但不管它们如何发展变化，中国戏曲都继承了唱、念、做、打结合，有角色行当，写意、虚拟、程式等一系列不同于外国戏曲的特征，呈现出一部不断进化而又始终保持本质特征的历史。

2. 涵化

涵化是指旅游文化在发展过程中对外来文化的吸收和融合。中华文明在历史发展进程中，并不简单地排斥外来的异族文化。外域文化进入中国后，大都逐步中国化，两种文化在经过剧烈的冲撞后，彼此之间会出现一个交叉渗透的局面，成为中国文化体系的





重要构成部分。例如，中国的佛教就不是古印度佛教的简单移植。佛教诞生于印度，汉代传入中国，到魏晋时期形成很大的势力，并与中国原有的儒家、道家文化发生激烈的冲突，在冲突过程中双方相互吸收对方的形式和内容，佛教也开始“中国化”。佛教大量吸纳了中国儒、道的思想观念，到隋唐时期，成为以禅宗为中心的中国佛教，因而经过改造的佛教便具有相当显著的中国特色。这样，经过社会自身的调整，一种非彼非此、亦彼亦此的新文化被整合出来。

（三）地域性

人类生活在不同的自然环境中，为了适应不同类型的自然环境，往往会产生与该地区的自然地理环境相适应的风俗人情、审美观念和文化。美国学者爱尔伍德在《文化进化论》一书中就提出“自然环境说”理论，其核心思想是，人类的文化像树上的果实一样，依照气候和其他地理条件而产生。东、西方这两个不同的地域就孕育了千差万别的文化。

中国国土辽阔，民族众多。旅游文化的地域性特点很突出，它充分地体现在中华民族不同地区旅游文化之间的差异上。今人常讲的“五里不同风，十里不同俗”，就是对旅游文化地域特色最精彩的诠释。例如表现在旅游资源上，我国向来有“南秀北雄”的概括。华北地区山地雄伟、平原辽阔，自然风光雄伟壮丽，所以北方各类旅游资源大多带有雄浑、粗犷、大气的地域特色；这一地域的先民们依靠着顽强拼搏的精神，才得以生息繁衍，自古就有“燕赵多慷慨悲歌之士”一说，所以这一地域很早就形成了强悍拙直的民风民俗。江南地区则多绵延的丘陵、纵横的河流，地形复杂，景色妩媚秀丽，所以江南的各类旅游资源大多都有灵秀、小巧、雅致的特色；而以湖南、湖北为代表的荆楚文化，由于先民好祭祀鬼神，激情、浪漫、想象力丰富，是中国古代文学艺术浪漫主义传统的发祥地，所以此地的旅游文化，显示出瑰丽、雄奇的特色。正是由于地域的辽阔，中华大地形成了内容丰富、形态各异的文化区，比如仅汉族居住区就有关东文化、燕赵文化、齐鲁文化、三晋文化、吴越文化、岭南文化、中原文化、巴蜀文化、荆湘文化和闽台文化等。

广袤的地域还形成了许多独特的、带有地域性色彩的旅游项目。如北京城里的“转胡同”，成都的“农家乐”，胶东半岛的“渔家乐”，云南佤族的“摸你黑狂欢节”和广州番禺的“飘色”等。地域性特点是形成旅游文化独特性、丰富性的基础，它使我国的旅游文化闪耀着绚丽多姿的色彩。发掘旅游文化的区域特色，是旅游工作者一项重要而有意义的工作，它有助于确立一个地区的旅游资源和旅游服务的独特优势。

（四）丰富性

中国文化经过长久的发展，往往形成不同内容的载体或表现形式，例如南舟北车、南巢北穴、南骚北诗、南丝北皮、南竹北木、南稻北粟、南道北儒、南炎北黄等。而且长久以来南北联结，相辅相成，相得益彰，浑然一体：炎黄共尊、龙凤相配，骚诗共妍，儒道互补。更有中华烹饪技艺、书画、中医中药、戏曲艺术四大国粹，这些无不博大精深，犹如一幅天地人文相互和谐的中国画。以农业为本的中国人相信天人合一的哲



学,将人意自然化,自然人意化。这种人类独特的超脱俗形的博大艺术胸襟,表达出一种含蓄、高雅和雄厚的民族心理。这种民族心理必然自然地体现在中国旅游文化上。如通过分析一幅图画,人们不仅可以看到中国传统的绘画艺术风格,还可以从中窥见典型的文人心理世界。欣赏一尊关公塑像,人们不但感受到雕塑的艺术魅力,还可以感受到中国人的道德观念、信仰标准。

悠久而丰富灿烂的中国文化极大地充实了中国旅游文化的内涵:宫殿陵寝、王府民居、特色城镇、名人故居、村寨城堡、弄堂胡同、宗祠牌坊、石窟园林、亭台楼阁、桥梁水利、书院会馆、战争遗迹、碑塔寺观、壁画岩画、书法雕塑等,历史文化遗迹比比皆是。星罗棋布的无数名胜古迹,有多少美妙的玄机、动人的故事等待着人们去欣赏和探索。单看中国古建筑中的台就五花八门,如将台、炮台、烽火台、戒台、经台、炼丹台、琴台、博台、读书台、钓鱼台、观象台、测景台……每一门类又会因朝代远近、地域位置、社会生活等各方面的影响,呈现出色彩纷呈的个性。

可见,从物质到精神,以中国文化为精神根基和血肉躯干的中国旅游文化,博大而精深,蕴藏着巨大的生命力。中国旅游文化在其丰厚富裕的积淀中,向世人展示着独特的魅力和价值。

二、中国旅游文化的功能

(一) 对于旅游者来说,旅游文化能刺激旅游动机,丰富旅游活动

一方面,旅游文化能刺激旅游者的旅游动机,为旅游者进行旅游地和旅游时机的选择提供参考;另一方面,旅游文化又能极大地丰富人们的旅游活动,使旅游者在旅游活动中身心愉悦、眼界开阔。

旅游动机产生的最主要的因素之一,就是旅游目的地的新奇性。一个对于高级轿车感到平淡乏味的西方人,如果来到中国坐一坐中国的花轿便会终生难忘,这就是旅游文化新奇性的效果。越是具有民族性的东西,对于外族就越具有吸引力。旅游文化的这种地域性、民族性特点,会强烈地激发人们的好奇心和求知欲。领略异域文化、感受异地风情早已成为旅游者旅游的主要动机。例如,越来越多的西方国家的旅游者涌向古老的东方国家,探求神秘的东方文化;与此同时,也有越来越多的东方国家旅游者纷纷走入西方,一睹多姿多彩、光怪陆离的西方社会;即使是同一国家,不同民族的异域风情也深深吸引着本国的各地游客。近年来我国西部风情游、热带雨林线路游、古村落游等越来越热就是一例。可见,综合多样的旅游文化对于激发人们的旅游动机,可谓是功不可没。

旅游文化也具有极大的实用性,它能丰富旅游者的旅游活动。例如面对各种自然景观时,进入旅游者视野中的山水花鸟,如果仅仅具有地理学、地质学和生物学的意义,那么它的美就变得十分有限,这种纯粹静态的自然景观很快就会让旅游者产生枯燥乏味的感觉。但是当这些景观被赋予人文之美,承载着历史典故、神话传说和审美情趣后,一切都会变得不同了:阿诗玛的传说给云南石林增添了震撼人心的艺术效果,长江三峡