

湖南
文艺

朱华武 著

湘绣文化旅游形成 与适应机制研究



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

湖南
湘绣

朱华武 著

湘绣文化旅游形成 与适应机制研究



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

湘绣文化旅游形成与适应机制研究/朱华武著.

—长沙:中南大学出版社,2012.6

ISBN 978-7-5487-0524-6

I. 湘... II. 朱... III. 湘绣—旅游文化—研究

IV. F592.764

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 089848 号

湘绣文化旅游形成与适应机制研究

朱华武 著

☐责任编辑 谢贵良 陈 澍

☐责任印制 周 颖

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-88876770

传真:0731-88710482

☐印 装 湖南精工彩色印刷有限公司

☐开 本 720 × 1000 B5 ☐印张 8.5 ☐字数 126 千字 ☐插页

☐版 次 2012 年 6 月第 1 版 ☐2012 年 6 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 978-7-5487-0524-6

☐定 价 25.00 元

图书出现印装问题,请与出版社调换

目 录

第一章 绪 论 /1

第一节 湘绣文化旅游发展面临的环境 /3

第二节 文化旅游研究领域的核心理论基础 /4

第二章 文化旅游及中国四大名绣 /11

第三章 湘绣时空演进 /26

第一节 湘绣从萌芽、产生到生长、茂盛的时空界定/28

第二节 湘绣产品形态演进分析 /33

第三节 湘绣艺术风格演进分析 /35

第四节 湘绣工艺技法演进分析 /39

第五节 湘绣市场业态演进分析 /45

第六节 湘绣的名人情缘与光辉瞬间 /47

第七节 湘绣时空演进规律分析 /49

第四章 湘绣文化旅游及其形成机制研究 /51

第一节 湘绣文化旅游 /52

第二节 湘绣文化旅游形成机制分析 /56



第五章 湘绣文化旅游基本属性 /75

第一节 学术界对于旅游属性和文化旅游特征的界定 /76

第二节 湘绣文化旅游的概念及属性 /77

第三节 湘绣文化旅游属性分析 /78

第六章 湘绣文化旅游适应机制 /83

第一节 湘绣文化旅游现状 /84

第二节 湘绣文化旅游主体适应分析

——重点是“时空促绣”战略 /85

第三节 湘绣文化旅游客体适应分析

——重点是“形象塑绣”战略 /94

第四节 湘绣文化旅游通道适应分析

——重点是“规划助绣”战略和“产业强绣”战略 /100

第五节 湘绣文化旅游的本体适应分析

——重点是“品牌立绣”战略和“特色兴绣”战略 /111

第六节 湘绣文化旅游适应机制分析 /115

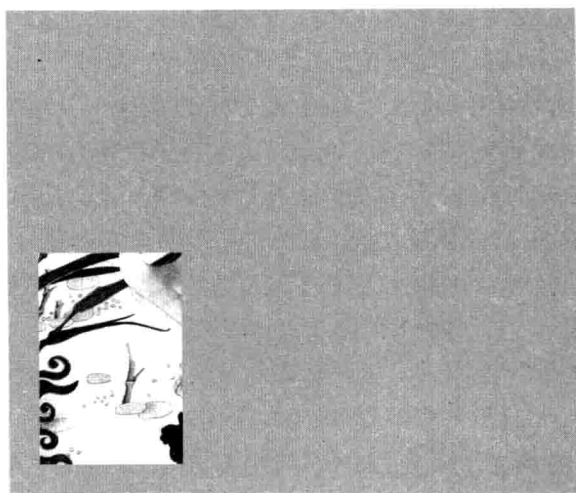
附 录 /117

附1 湖南省乡村文化旅游调查问卷——湘绣篇（一）

附2 湖南省乡村文化旅游调查问卷——湘绣篇（二）

第一章

绪论





第一章 绪论

农耕文化是整个中华文化产生和发展的基础,是人们在数千年的农业生产实践中创造的与农业有关的物质和精神文化的总和,它决定着中华民族的最广大人民的生存方式和生活方式。原始洪荒的远古历史,已被时光的尘土掩埋,我们只能从民间传说、文献记载和考古发现中寻觅到它的踪迹。从饮食里的“虫兽果蚌”到“粟黍牛鸡”,从劳动中的“刀耕火种”到“精耕细作”,从“牛郎织女”的美好传说到生产生活上的“男耕女织”,从最原始的广种薄收,到炎帝部落的长途迁徙、披荆斩棘,从《易经·系辞》述神农“斫木为耜,揉木为耒,耒耜之利,以教天下”到“神农创五谷”等耕播工具和耕播技术的传播,到北方以种植旱粮为主,南方以种植水稻为主的耕作习俗的形成,莽莽荒原上开掘的农耕文化的涓涓泉流,经过几千年的缓缓流淌,已逐渐发展成现代农业文明的浩瀚大海。

自春秋、汉代,到清末乃至新中国成立之初,“农桑并重”、“男耕女织”的生产结构,一直是中国传统小农经济的基本特征。

湘绣,便是“男耕女织”生产形态和社会形式的生动载体,它穿越时空,历经数年,一直传承至今。在旅游业迅猛发展、中外游客日益青睐文化旅游的今天,湘绣文化旅游正日渐散发出无与伦比的优势与魅力。

湘绣是在漫长的人类文明发展过程中,由民间精心创造的、充分体现湖南人民勤劳与智慧、具有湘楚文化特色的刺绣工艺。与苏绣、粤绣和蜀绣并称中国“四大名绣”的湘绣,素以“质朴、精细、素雅”著称,享有“鬼斧劈线,神工运针”的美誉,为国家“非物质文化遗产”。湘绣浓郁的地方

文化特色,悠远的湖湘历史底蕴和神奇的工艺美术技法,吸引着越来越多的国内外游客前来观瞻。

当前,由于多种因素影响,国人对湘绣、湘绣文化和湘绣文化旅游的研究较少。据中国知网CNKI显示(截至2011年1月止),自1954年至今,公开发表的湘绣研究文献仅45篇,其中没有关于湘绣文化旅游及其形成与适应机制方面的研究。

第一节 湘绣文化旅游发展面临的环境

一是宏观社会环境。当前,文化旅游日渐成为时尚的消费方式。乡村文化旅游和非物质文化遗产旅游是文化旅游的重要组成部分。文化旅游因对加快产业结构调整、推动劳动力转移就业、促进新农村建设等的重大作用而被誉为“朝阳”产业。2009年,国家出台了《关于加快旅游业发展的意见》,提出了“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”的目标。这意味着旅游业迎来了新的发展机遇。继往年“中国乡村年”后,2011年国家旅游局提出“中国文化年”的旅游主题,政府宏观引导对文化旅游的推动作用将日益彰显,文化旅游热度将持续上升。而随着文化旅游进一步向纵深拓展,探讨文化旅游发展深层规律,加快文化旅游理论体系研究,对帮助政府制订适宜的文化旅游产业政策,解决发展中的新问题,促进文化旅游业可持续发展,具有重大意义。

目前,尽管研究湘绣的学者和专家较少,但国家对各地非物质文化遗产的保护、继承和开发日益重视,必然有越来越多的社会人士关注湘绣;湖南作为文化大省,具有较为深厚的文化底蕴,政府对包括湘绣文化旅游在内的文化旅游和文化产业的建设和发展尤为重视,提出了“让湖湘文化随湘江之水流入长江,走向世界”,且政策、资金、宣传力度都较大;随着国民经济实力的普遍增长,出门旅游的家庭、单位数量和旅游频率不断增加,游客的旅游素质和旅游品位也不断提升,湘绣文化旅游将成为新的热点。

二是中观产业环境。在湖南省委省政府、长沙市委市政府、长沙县委

县政府等各级党委政府的大力倡导和支持下,近年来湘绣产业得到了健康快速发展。从事湘绣生产的企业达200多家,国际与国内贸易额不断增加,2010年增至20余亿元,形成了“沙坪”湘绣城、湖南省湘绣研究所、星沙湘绣城三大板块,且“沙坪”已被注册为中国地理标志,“金绣球”湘绣、“再红”湘绣、“青竹湖”湘绣、玉玲湘绣、伊飞湘绣等湘绣品牌日益深入人心。

三是微观学术环境。湖南省湘绣研究所多年来致力于湘绣文化、工艺和产品的研究,学术力量雄厚,拥有众多湘绣工艺美术设计和刺绣人才,开创了刺绣界许多新工艺、新技术,积累了大量的研究基础。湖南工艺美术职院开设了湘绣专业,师资雄厚,与湖南省湘绣研究所合作采用订单式培养模式培养人才。湖南农业大学等拥有一批生态学、休闲农业与乡村旅游、农村区域发展等领域专家。越来越多的学术力量正关注休闲农业、现代农业园区的发展,关注乡村文化旅游的发展,关注湘绣文化和湘绣文化旅游的发展。

第二节 文化旅游研究领域的核心理论基础

纵观旅游研究史,国内外学者常用的基础理论涉及伦理学、生态学、经济学、旅游学、社会学、行为学、地理学、系统学、信息学等九大领域。

一、伦理学领域

(一) 古代伦理学代表观点

一是“道法自然”观。代表人物为庄子和老子等。庄子认为“道”是天地万物之根源,“人法地,地法天,天法道,道法自然”,并引申出人与万物关系的道德准则为“知止不殆”,“知足不辱”。老子认为“圣人以辅万物之自然而不敢为”^[1]。

二是“天人合一”观。代表人物有孔子、荀子和张载等。孔子曰:天何言哉?四时行焉,百物生焉^[2]。又曰:仁者乐山,智者乐水。仁者以天地万物为一

体。荀子言：天有其时，地有其财，人有其治，夫是之谓能参^[3]。宋代张载认为“儒者则因明至诚，因诚至明，故天人合一”，“以赞化育，以时禁发”^[4]。

三是“众生平等”观。这是佛教的典型观点，认为“一切众生悉有佛性，如来常住无有变易”，“大慈与一切众生乐，大悲拔一切众生苦”。

四是古希腊的“自然和谐”观。公元前8世纪《荷马史诗》，认为人类与自然界在神的支配与参与下井然有序和谐共处。

（二）现代伦理学代表观点

一是“人类中心主义”观，主张以人类为中心。代表人物和代表作有：澳大利亚哲学家莫斯帕尔于1974所著《人类对自然应负的责任》；美国植物学家墨迪于1975所著《人类中心主义，一个现代的观点》；美国诺顿于1988所著《为何要保护自然的多样性》^[5]。

二是“非人类中心主义”观，主张动物权利论。代表人物和代表作有：辛格所著《动物的解放》（1976）和《实践伦理学》（1979）^[6]，雷根所著《为动物的权利辩护》（1985）。

三是生命中心论。代表人物为美国学者泰勒，他于1986年发表《尊重大自然：一种环境伦理学理论》。

二、生态学领域

一是生态学思想确立。1975年，美国学者罗尔道顿在《伦理学》上发表文章《生态伦理是否存在》，推动生态伦理学科体系的确立。1973年，挪威哲学家奈斯首次提出了“深层生态学”的理论，著作《浅层生态运动和深层、长远生态运动：一个概要》对后人研究影响深远^[7]。

二是生态系统理论^[8]。1935年，英国生态学家乔治·阿瑟（Sir Arthur George Tansley）首次提出生态系统是一个不仅包括有机复合体，而且包括形成环境的整个物理因子复合体的系统的整体。20世纪40年代，美国生态学家林德曼（R.L.Lindeman）提出著名的林德曼定律，即能量在生态系统中的传递不可逆转，能量传递的过程中以10%~20%的速率逐级递减。随后，《寂静的春天》和《荒凉的时代》引发世人对生态系统的热议。



三是景观生态学理论和生态位理论。前者由德国植物学家C·特罗尔(C.Troll)于1939年利用航空照片研究东非土地利用问题时提出,是研究由不同生态系统组成的景观结构(空间格局)、功能(生态过程)和演化(空间动态)及其与人类社会的相互作用的系列理论,由景观结构与功能、景观模型、生态整体性与空间异质性、景观多样性、景观变化、尺度等理论构成^[9]。后者由Johnson于1910年最早使用:“同一地区的不同物种可以占据环境中的不同生态位”^[10]。最具代表性的“空间生态位”、“功能生态位”和“多维超体积生态位”,由Grinnell称“恰好被一个种或一个亚种所占据的最后分布单位”(即space niche^[11]),Elton称“一个动物的生态位表明它在生物环境中的地位及其与食物或天敌的关系”(functional niche)^[12],Hutchinson称生态种是每种生物对环境变量的选择范围,因为环境变量是多维的,称为超体积(hypervolume niche)^[13]。

三、经济学领域

一是市场营销战略。市场由四大类型组成,即市场主导者、追随者、竞争者、补缺者^[14]。市场主导者是指在相关产品的市场上占有率最高的企业。市场挑战者指那些在市场上处于次要地位(第二、三甚至更低地位)、争取市场地位、向竞争者挑战的企业。市场追随者是指在“共处”的状态下,不承担产品研发和市场开发任务、减少支出和风险、稳获收益的企业。市场补缺者指精心服务于市场的某些细小部分,通过专业化经营来占据有利的市场位置的企业。

二是体验经济理论。美国学者B.Joseph Pine 和James H.Gilmore在1998年合著《The Experience Economy》(《体验经济》),并于1999年提出了体验的内容包括娱乐(entertainment),教育(education),逃避(escape)和审美(estheticism)四个领域。体验是旅游的核心属性^[15]。

三是外部性原理。包括外部性、外部经济性和外部不经济性三大方面。外部性最早由马歇尔于1890年《经济学原理》中提出,指不通过影响价格而直接影响他人的经济环境或经济利益,转移了自己行为本该承担的后果。这种相互影响的效果称“外部性”。旅游业发展中的外部经济性是

指合理的旅游开发所获得社会收益远大于旅游开发者自身的个体收益。外部不经济性是指旅游区粗放经营,缺乏科学性、合理性和生态性,对资源采取掠夺式开发,造成了许多不可再生资源的损害。如不顾生态环境承载力而致使污染增大等。

四是梯度推移学说。美国跨国企业问题专家雷蒙德·弗农(Raymond Vernon)等人认为世界各地经济技术的发展呈不平衡状态,形成了一种地区间的经济技术梯度。由区域内主导产业部门是处于创新阶段还是处于衰退期,决定该区域是高梯度区域还是低梯度区域。旅游资源类型和数量,旅游资源品级和质量,构成了区域旅游资源的梯度差异,常由中心城市或重点旅游地向周围区域呈时空递减分布^[16,17]。

五是核心—边缘理论。也称中心外围理论或依附理论,由美国经济学家J.R.Friedmann于1966年出版《区域发展政策》时首次提出。他认为,任何一个国家或地区,都由核心区域(国家内的城市或城市集群及其周围地区)和边缘区域(经济较为落后的区域)组成。

四、旅游学领域

一是旅游地生命周期理论。W. Christaller 研究地中海沿岸旅游地的演进过程时,提出旅游生命周期可分为“发掘阶段、增长阶段和衰落阶段”^[18],Butler则提出了S型旅游地生命周期演化模型,即旅游地生命周期可分为探索、参与、发展、巩固、停滞、衰落或复苏等六个阶段^[19]。国内学者余书炜、杨效忠等分别提出了“双周期”模型^[20]和“长周期、短周期模型”^[21]。

二是推—拉理论。20世纪六七十年代,丹恩(Dann)将推力和拉力因素应用到旅游领域产生了旅游动机的推拉理论。推力是指社会心理方面的因素,是影响个体实施旅游活动的特定动力,解决为什么旅游,选择何类目的地,想要获得何种体验。拉力是指旅游目的地对旅游者具有的吸引力,包括独特的自然景观、历史悠久的名胜古迹、文化活动、体育运动等。

五、行为学领域

一是公共产品理论。是指具有公共消费性质的物品,个人对这类物品的消费并未减少其他人同样消费或享受其利益,具有非竞争性和非排他性两个基本特征。公共产品理论在学术界存在“马克思公共产品理论”和“西方产品理论”两大类观点,前者认为市场只是供给公共产品的手段,从以人为本和整体供给角度探讨公共产品、公共服务的本质及供求问题,而后者围绕消费偏好以市场需求为导向来研究公共产品供求,认为公共产品是弥补市场失灵的产物。该理论在旅游研究中,可指导作为公共产品、公共服务的旅游资源的合理评价、选择、管理与应用等^[22]。

二是CIS理论。CIS即Corporate Identity System,由理念识别系统(MIS,Mind Identity System),行为识别系统(BIS,Behavior Identity System),视觉形象系统(VIS,Visual Identity System)组成^[23]。

三是利益主体理论。代表学者为Santter和Leisen,他们于1999年在前人研究的基础上,提出了基于旅游规划师角度的旅游业利益主体,包括本地商业、本地居民、社会团体、游客、竞争者、政府部门、从业人员等。

六、社会学领域

一是可持续发展观。1991年,世界自然保护同盟、联合国环境规划署和世界野生生物基金会制订了保护地球—可持续生态战略,提出人类可持续发展的九项原则^[24-25]。

二是空间集聚理论。该理论在学者Dixit和Stiglitz于1977年建立的D—S垄断竞争模型的基础上,经克鲁格曼等多名学者不断扩展而形成,主要有劳动力流动引致空间集聚的中心—外围模型和产业纵向关联引致空间集聚的中心产品模型等,是从供给角度和需求角度建立的相关数学函数模型。该理论在全球贸易格局、大中城市形成与布局、不同产业及产业集群集聚等经济领域中得到较好利用,是旅游研究中较适宜的理论参考依据^[26]。

三是产业结构演化理论。1940年,英国经济学家克拉克提出产业结构演化理论,即随着经济社会的发展和国民收入的不断提高,劳动力首先

由第一产业移动至第二产业,然后又由第二产业向第三产业转移,由此导致产业结构随时间的推移逐步演进^[27]。

七、地理学领域

主要是极化-涓滴效应。赫希曼(Hirshman, AO)于1958年在《经济发展战略》中提出该学说,认为先进地区和落后地区之间的经济存在相互作用,先进地区对落后地区的不利作用为“极化”效应,有利作用为“涓滴”效应。当发达地区的扩张在很大程度上依赖于落后地区的产品时,涓滴效应将超过极化效应。若区际间存在互补性,则“极化”和“涓滴”可能均衡;若区际间不存在互补性,则结果将呈非均衡状态^[28]。

八、系统学领域

主要是系统动力学说。系统动力学又称系统动态学(System Dynamics),理论基础是反馈控制理论,擅长研究复杂社会经济大系统,系统动力学探讨的问题具有动态和反馈两大特征,常用因果图和流图分析问题。前者通过分析列出系统各要素或变量,画出因果关系、要素动态和系统反馈总图,后果通过列出状态变量和决策变量,明确系统各要素间的数量关系,从而分析出物质链和信息链的信息。

九、信息学领域

主要是虚拟旅游理论。最初由美国VPL Research公司创始人Jaron Lanier于20世纪80年代初提出“虚拟现实”(Virtual Reality VR)的概念,Aukstakalnis、Blatner提出“虚拟现实”的定义,即人们对计算机及其数据进行可视化及交互操作的方法^[29]。现在VR技术(虚拟现实技术)已由最初的飞行模拟训练、虚拟战场环境仿真、数据和模型可视化、娱乐等领域,扩展到虚拟旅游等许多方面。虚拟旅游将旅游场景通过互联网或其他载体构筑成虚拟旅游环境,让旅游爱好者在家遍览相关美景从而获得身临其境般的体验^[30]。国内郑鹏等提出虚拟旅游的实质是“足

不出户, 遍游美景”, 其内涵是镜像体验 (“身临其境获得体验”)^[31], 并提出了虚拟旅游的研究范畴 (见图1-1)。

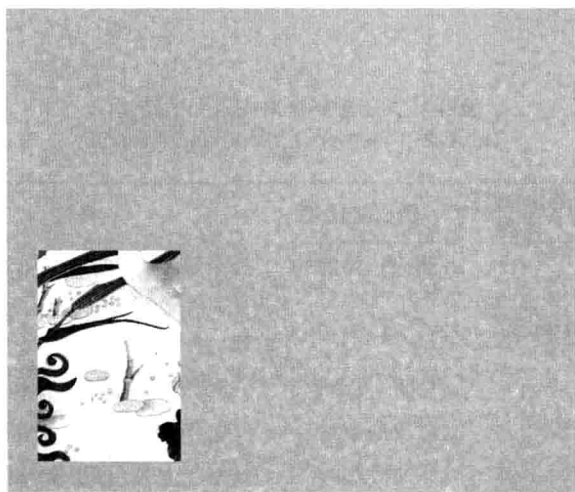


图1-1 虚拟旅游研究范畴车轮图^[31]

Fig. 1-1 The wheel diagram of virtual tourism research areas

第二章

文化旅游及中国四大名绣





第二章 文化旅游及中国四大名绣

第一节 文化旅游概述

一、关于旅游定义

随着时代的向前发展,学术界对于“旅游”定义或内涵的阐述日益丰富,角度也呈现出多样化趋势。人们根据各自需要采用诸如传统含义、概念定义、统计定义,或交往定义、时间定义、目的定义、本质定义、简明定义等(见表2-1)。

表2-1 关于旅游含义或定义的论述^[38]
Table 2-1 Demenstrations about tourism

旅游含义 /定义类型	旅游含义/定义 内容	提出者代表	备注
传统 含义 或定义	旅行游览	南朝·梁沈约	“旅游媚年春,年春媚游人。”
		唐·王勃	“《涧底寒松赋》:“岁八月壬子旅游於蜀,寻茅溪之涧。”
	长期寄居他乡	明·吴承恩	“…会有京华旅游淮海浪士,闻之欢喜。”
		唐·贾岛	“世难那堪恨旅游,龙钟更是对穷秋。”
		唐·尚颜	“到来江上久,谁念旅游心。”
		明·文徵明	“应有旅游人不寐,凄凉莫到小楼前。”
		清·陆以湜	“旅游复何事,飘泊问沙鸥。”