

目 录

第一章 中国旅游文化概述.....	1
第一节 中国旅游简史.....	1
第二节 旅游文化概述.....	4
本章小结	11
思考与实践	11
第二章 中国历史文化	12
第一节 历史文化概述	12
第二节 重大历史事件	15
第三节 杰出历史人物	27
第四节 重大科技成果	36
本章小结	50
思考与实践	50
第三章 中国旅游民俗文化	51
第一节 民俗文化	51
第二节 服饰文化	58
第三节 节庆文化	60
第四节 信仰民俗与禁忌文化	64
本章小结	66
思考与实践	66
第四章 中国旅游宗教文化	67
第一节 中国宗教文化概况	67
第二节 中国佛教文化	69
第三节 中国道教文化	77
第四节 中国伊斯兰教文化	84
第五节 中国基督教文化	88
本章小结	90
思考与实践	91
第五章 中国旅游景观文化	92
第一节 山水文化	92
第二节 建筑文化.....	100
本章小结.....	120
思考与实践.....	120



第六章 中国旅游商品文化.....	122
第一节 中国旅游商品的种类.....	122
第二节 中国旅游纪念品.....	123
第三节 旅游商品的开发.....	140
本章小结.....	141
思考与实践.....	142
第七章 中国旅游饮食文化.....	143
第一节 食文化.....	143
第二节 酒文化.....	147
第三节 茶文化.....	153
本章小结.....	164
思考与实践.....	164
第八章 中国旅游文学.....	165
第一节 旅游与旅游文学.....	165
第二节 古代山水诗词.....	168
第三节 游 记.....	173
第四节 名胜楹联.....	176
本章小结.....	180
思考与实践.....	180
附录一：中国第一批国家级非物质文化遗产名录.....	182
附录二：世界非物质文化遗产名录.....	198
主要参考文献.....	200

第一章 中国旅游文化概述

【课前导读】

中国旅游文化是与中国旅游的历史分不开的，历史承载着中国旅游文化的发展。本章主要通过对中国旅游简史和中国旅游文化的概述，来阐述中国旅游文化的源远流长、不绝如缕、薪火相传、瓜瓞绵绵的特性。这些特性不仅是中国旅游文化的精神所在，也是我国丰富的旅游人文资源精神内涵的体现。通过对旅游简史和旅游文化的初步认识，来提高我们对于旅游客体的研究和探索，来丰富我们旅游从业者的文化素养，从而促进民族精神的传承。

【学习目标】

- ☞ 了解中国旅游发展的各个历史段的主要特征
- ☞ 理解我国旅游发展过程中的可持续发展战略
- ☞ 理清中国旅游发展过程中各历史段的重要旅游文化脉络和走向
- ☞ 掌握中国旅游文化的研究内容和各研究内容的研究重点

第一节 中国旅游简史

一、先秦旅游——漫游猎奇

近代旅游的概念和形式都是从国外传入中国的，真正意义上的现代旅游也是从国外传入中国的，所以我们只能从传统的观点来关注旅游，通过对旅游的认识，来了解和勾勒中国旅游的发展史。

夏商周时期，我们的祖先就对旅游有了一定的认识，在一些古籍中明确提出了“旅”和“游”的概念。如《穆天子传》中，就提到周朝君主周穆王曾经周游全国，并在到了昆仑山之后，在瑶池会见了西王母。后世多以此为浪漫神奇的遨游，此故事也多出现在后世文人的诗作中。《山海经》是产生于我国先秦时代的一部古老的文化典籍，是一部富于神话传说的最古老的地理书。书中主要介绍了我国古代地理、山川、河流、物产、神话、巫术、宗教等方面的知识，涉猎及其广泛，也包括古史、医药、民俗、民族等方面的记载。此书可以说是我国最早的一本介绍旅游方面的书籍，它给我们的先人带来了广阔的视野。西汉刘歆在《上〈山海经〉表》中就提出：“《山海经》内别五方之山，外分八方之海，纪其珍宝奇物，异方之所生，水土草木禽兽昆虫麟凤之所止，祲祥之所隐，及四海之外，绝域之国，殊类之人。”以前我们通常把《山海经》上记载的内容作为神话来描述上古时代，但是现在根据很多民俗学家、地理学家以及考古学家的研究发现，《山海经》上记载的很



多地名和当地的地貌、风物特产及动植物都是可以考证的。这从另一方面说明了在上古时代，我们的祖先已经开始了漫游的生活，开始了古代意义上的旅游。

二、秦汉旅游——求仙访道

秦汉大一统的形成，出现了我国封建社会的第一个极度繁荣的历史时期。强盛的帝国有着强大的国力和经济基础，旅游也有了长足的发展。秦始皇的巡行天下，蓬莱求仙，勒石封禅，以及随着汉朝版图的扩大，汉王朝和少数民族和战过程中的各种外交活动，都促进了旅游的进一步发展。如张骞出使西域，除开辟丝绸之路，同时也对民族间的交流和沟通起到了很好的作用。司马迁曾经追随皇帝巡游天下，网罗四方要闻，甄别历史，凡到名山大川都要登临抒怀，凡到地方小镇都要缅怀追忆历史和了解当地风俗人物，这为他著述千古传世之作《史记》奠定了深厚的基础，为此而成就了“史家之绝唱，无韵之离骚”的经典之作。

秦汉之时，山水自然已经成为时人一种有意识的欣赏之物，出现了很多著名的汉赋作品，这些作品主要就是描写当时的山水之盛。这也是长期以来普遍采用建造苑、圃、台来为帝王狩猎和娱乐之用的一种延续和成熟。如商代末年，纣王就“益广沙丘苑台，多取野兽飞鸟置其中”（《史记·殷本纪》）。到了西周，出现了方圆七十里的“文王之圃”。后来，秦始皇建了上林苑，并在园中修建阿房宫。传说项羽放火火烧阿房宫，三月火不止，由此可知上林苑之大。再后来，汉武帝在上林苑旧址重新修建，扩展面积，拓展功能。通过这些，我们能看到，在中国古代此种意义上的旅游只有社会的上层才能享受。

从夏、商、周三代到两汉的漫长历史中，人们对旅游的认识和实践都处于一种比较自然原始的状态，并开始了多种形式的旅游，但是这些旅游活动更多的是作为其他活动的附属，因而呈现了一种依附的旅游状态。旅游更多的是处于一种自发的欣赏状态。

三、魏晋南北朝旅游——寄情山水

魏晋南北朝是我国历史上一个大动荡的时代，但正是时代动荡，促进了我国各民族之间的融合以及南北交通的发展，这些都为旅游带来了空前发展的契机。其中有三个重要的因素。

其一，社会黑暗，朝政更迭，草菅人命，动辄得咎，无辜杀戮已经成为当时一种政治游戏。很多社会名流选择了逃离主流政治，寄情于山水的人生，隐逸之风大行，他们认为这样才能逃避政治迫害，永存天地之间，如“竹林七贤”。

其二，随着社会经济的发展，有着很高的文化修养的南朝士族掌管政权。同时，江南秀美的风光和得天独厚的人文环境也促使当时的社会风尚走向自然，走进自然。很多的世族大家从北方迁徙至江南，对于南北方的地理异同、风俗人情有了更加直观的认识，有了更多的时间来欣赏自然的美景。

其三，政治动荡，所以在思想领域中出现了统治的空白。崇尚虚无、消极避世的老庄思想以及佛教人生苦短的思想开始流行。同时玄学开始盛行，在自然山水的游历过程中领略玄意，追求物我两忘、物我合一的玄妙境界。在此期间出现的重要人物，很多都是山水赏析的大家，他们能从自然山水中获得怡养性情和纵情自然山水的乐趣。如著名的“竹林七贤”就悠游竹林，放纵人生。陶渊明的“采菊东篱下，悠然见南山”见性情人生；谢灵

运的“江南倦历览，江北旷周旋”见游历之广。当时旅游已经成为一种风尚，成为士大夫中的一种兴趣爱好。魏晋南北朝期间对自然山水的体认达到了空前的高度和自觉，旅游已经成为一种有意为之的、怡养性情的活动了。

这一时期重要的旅游方面的著作，可以成为垂范后世的经典之作的，当属郦道元的《水经注》，其中有大量的山河景物、人物史迹、风土谣谚的记载，还包括了很多名胜风景的记载，如《河水注·龙门》、《济水注·大明湖》等都为人们的旅游提供了先行的体验。杨衒之的《洛阳伽蓝记》中对于洛阳的寺院建筑和社会历史背景都有很重要的说明，对洛阳的风俗民情、商市伎艺都有所描写，虽然作者的著作意图不在引导人们旅游，但它的确是一本旅游的导航书。

四、隋唐旅游——登峰造极

从隋唐至元是中国旅游大发展的繁荣昌盛时期。随着南北的统一和国家国力的强盛，唐王朝出现了贞观之治、开元盛世，唐王朝兼容并包、海纳百川的气魄和国力的强盛呈现出了盛唐气象。旅游也因隋唐的统一、疆域的开拓以及整个国家呈现的蓬勃向上的社会风貌而出现了社会出游的狂热情结，立功边塞、仗剑周游、便访名山、宗教旅游、探险考察已经成为当时的一种风尚，旅游已经成为一种身体力行的娱乐。这种娱乐对于唐朝人来说已经成为享受生活和走向自然的一部分。唐朝即使在安史之乱后，旅游之风也未见消退。长安游风更盛，“长安风俗，自贞元侈于游宴”，“京城贵牡丹三十余年矣，春暮车马若狂，以不耽玩为耻”（李肇《国史补》）。

五、宋元旅游——理性体验

与隋唐相比，宋元以降，国运式微，半壁江山。旅游之势消退，但是经过隋唐的发展，旅游已经趋于理性。如果说唐朝的性格是火，那么宋朝的性格就是冰。对于宋朝来说，前面的唐朝是一座丰碑，遥不可及。在唐朝灭亡之后，封建社会的巅峰已经过去，宋朝开始了全面的反思，所以宋朝的旅游是理性的，人们钟情于山水旅游，在山水旅游的过程中，其审美能力得到了加强。在进行山水旅游的过程中，人们更加注重用客观和理性的目光去体验自然，通过对自然的体验，达到对道的体验。

六、明清旅游——平淡从容

明清时期，随着国家的统一和比较持久的社会安定，同时随着资本主义萌芽的产生和市民化的生活的发展，旅游已经越来越凸现其本来面目了。明清时，人们把旅游视为一种审美活动，旅游活动成为生活的一部分，同时也出现了一些士人以旅游作为他们的生存方式。旅游越来越成为社会大众的一种消费品，而非仅仅是某些达官贵人的奢侈品。

七、近代旅游——东西交流

我国的近代社会是由封建社会演变为半封建社会半殖民社会的，在此过程中，中国的社会结构、政治经济文化发生了翻天覆地的变化。东西合璧，南北交通，中外文化沟通交流，这些都促进了近代旅游业的发展。到1906年，各种出国的留学人员达到8000多人，这标志着大规模修学旅游的开始，这种潮流开始蔓延到世界各地。当时革命人士周恩来东

渡日本求索治国良方时，曾有诗曰：“大江歌罢掉头东，邃密群科济世穷。面壁十年图破壁，难酬蹈海亦英雄。”

中国旅游业形成的标志是中国旅游经营机构的建立。1927年，中国旅行社正式成立，这标志着中国第一家具有近代意义的旅行社成立了。中国旅游业发展得非常缓慢，它在乱世中挣扎壮大，向游客提供综合服务，简化旅游手续，提高服务质量。

八、现代旅游——走向成熟

直到1949年新中国成立，中国现代旅游才开始走向正轨。旅游作为一项社会产业，在社会国民经济中处于重要地位。但中国真正意义上的现代旅游应始于改革开放之后，随着国民经济的发展和国力的强盛，中国的旅游事业获得了前所未有的发展。

从这里我们可以看到，旅游是人类社会普遍存在的一种生活方式。世界上任何一个国家或民族，其社会成员一生中都会有旅游的经历。我国唐代学者孔颖达指出：“旅者，客寄之名，羁旅之称，失其本居而寄他方。”这是目前已知关于旅游较早的定义。世界旅游组织和联合国统计委员会对于旅游的定义是“人们为了休闲、商务和其他目的，离开他们惯常的环境，到某些地方去以及在那些地方停留的活动”。德国学者蒙根·罗特对旅游的理解增加了文化的内涵：“旅游是那些暂时离开自己的住地，为了满足生活的文化需要，或个人各种各样的愿望，作为经济和文化商品的消费者在异地的人的交往。”可以看出，旅游应是一种有着浓厚文化底蕴的属性活动，它与文化有着千丝万缕的联系。

第二节 旅游文化概述

一、文化与旅游文化释义

（一）文化的基本内涵

“文化”一词在我国最早见于《易经·贲卦》：“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下。”意思是文化出于自然而又能驾驭自然。文化包含三层意思。

首先，文化是一种社会现象，而不是自然现象。如社会文化环境就主要包括以下这些方面：人口数量，人口素质，人口自然结构，人口职业和行业结构，民族分布与构成，宗教信仰，风俗习惯，语言，审美观与价值观等。这些都是社会文化现象的折射部分，也能说明文化是一种社会现象。

其次，文化不属于某一个人，它是全社会人们共同拥有和享用的，具有社会普遍性。文化是一个民族长期历史发展过程中积累起来的物质文明和精神文明的总和。中华民族在历史长期发展过程中形成的礼仪文化、饮食文化、民俗文化都是全社会共同拥有和享用的，是全社会的共同财富。

再次，文化是人类智慧和劳动的创造，这种创造体现在人们社会实践活动的方式中，体现在人们所创造的物质产品和精神产品中。中国的故宫、古埃及的金字塔、法国的巴黎圣母院是人类文明发展史上的瑰宝奇葩。

文化由多种要素构成，内涵极其丰富。每一种文化从宏观上都包含三个层面：一是物

态文化，二是行为文化，三是精神文化。物态文化即文化的物质实体层面，它包括各种原料、生产工具、生活用具和其他各种物质产品及其环境等；行为文化，也叫文化的行为方式层面，它包括风俗习惯、社会制度和社会规范等；精神文化，是文化的精神观念层面，包括思维方式、思想观点、价值观念、审美情趣、道德操守、宗教信仰以及民族性格等，其中价值观是核心的精神文化。文化的三个层面之间关系水乳交融，互相依存：精神文化居于核心地位，它是文化中最能体现物态文化和行为文化特性的层面，是文化发展的动因，也是文化的内在灵魂所在，起支配制约作用；行为文化是精神文化在人们行为活动中的体现；物质文化是精神文化通过人们的实践活动在物质产品上的体现。

（二）旅游文化的概念

旅游和文化的关系非常紧密。20世纪80年代初，我国就有人指出：“一定意义上，旅游也是一种文化事业。”《中国大百科全书·人文地理学》最早正式使用了“旅游文化”一词，认为旅游与文化有着不可分割的关系，而且随着现代旅游的蓬勃发展，旅游本身就是一种大规模的文化交流，从原始文化到现代文化都可以成为吸引旅游者的因素。旅游者不仅吸取游览地的文化，同时也把所在国的文化带到游览地，使地区间的文化差异日益缩小。绘画、雕刻、摄影、工艺作品是游人乐于观赏的项目，戏曲、舞蹈、音乐、电影又是旅游者安排夜晚生活的节目，诗词、散文、游记、神话、传说、故事，又可将旅游景物描绘得栩栩如生。

由于“旅游”和“文化”这两个概念本身具有复杂性，旅游文化作为一门新兴学科，无论对于旅游还是对于文化都是新的学科分类，并且其概念随着现代旅游的发展不断深化其内涵和外延。因此，旅游文化是一种全新的文化形态，是旅游活动发展到一定阶段，以旅游活动为核心而形成的关于旅游的文化本质及其发展规律的学科。它揭示了旅游活动本质上是一种文化活动，旅游业的发展在遵循经济规律、生态规律的同时，还必须遵循文化规律。

旅游文化是一门综合性很强的学科，几乎涉及文化的各个领域。旅游文化不仅与历史、地理、文学、考古、园林、建筑、美学、宗教和旅游艺术品等学科密切相关，而且在很大程度上都要对这些学科进行综合的比对和研究，并且把这些文化综合成一种适用于旅游业发展的文化发展方向。旅游文化还须在旅游业发展过程中对旅游的新兴文化进行解读，用以丰富旅游文化的内涵。旅游文化的综合性决定了旅游文化性质的复杂性，旅游文化的内容取向具有地区性和民族性的价值取向。

二、旅游文化的研究内容

作为一门新兴学科，旅游文化内容极其庞杂。因此，对于旅游文化的研究也有很多种的研究方法和研究内容的划分，所涉及的领域和研究的方向也不尽相同。目前，我国学术界对旅游文化的研究内容主要有以下三种见解。

（一）按照文化的结构划分的研究内容

按照文化的结构，将旅游文化视为文化的分支学科，并将旅游文化划分为三部分，即旅游物质文化、旅游制度行为文化、旅游精神文化。

旅游物质文化是旅游文化的物质载体，是人类在历史过程中创造的物质文明，旅游纪念品，为旅游者提供的旅游服务设施及服务环境等，如宫殿、园林、古建筑、古人类遗

址、桥梁、造像、碑刻、雕塑。

旅游制度行为文化是指旅游活动中的各种社会规范和约定俗成的习惯性定式等，如在生产、商贸、服饰、饮食、人生礼仪、岁时节日等民俗过程形成中所形成的特定的习俗和规范，如腊八节、七夕节、苗族芦笙节、傣族泼水节、集市、庙会。

旅游精神文化也叫旅游观念文化或旅游心态文化，是旅游者在旅游过程中通过对旅游物质文化和旅游制度行为文化的参与和认同及对比之后获得的审美情趣，以及通过旅游获得的精神享受。如国外旅游者在我国对数量众多的山川河流、峡谷瀑布，沙漠戈壁、历史古迹、园林建筑、饮食民俗的游览过程中，不仅领略了这些丰富的旅游资源，而且对于我们中华民族在历史长河中所创造的精神文明也是赞叹不已，惊叹于中华民族对世界文明的贡献。同时，对国外旅游者讲解我们的旅游精神文化知识，能够引导他们更深刻地认识中国旅游精神文化。

（二）按照旅游的基本要素划分的研究内容

按照旅游的基本要素，将旅游文化视同旅游学的分支学科，旅游文化可划分为三部分，即旅游主体文化、旅游客体文化、旅游介体文化。

1. 旅游主体文化

旅游者是旅游的主体，旅游主体文化在旅游文化中具有核心地位。旅游者固有的地域、民族、历史、政治等各方面所形成的观念，行为模式，思想与信仰以及旅游者的文化素质和职业等这些综合因素，都会由于旅游者的语言、思想、信仰、风俗习惯、禁忌、礼仪、仪式、性格、爱好的不同，而对旅游者的生活方式等方面产生重要影响。

2. 旅游客体文化

也称为旅游景观文化，是作为旅游对象的文化事物与现象，包括旅游历史文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游宗教文化、旅游民俗文化、旅游娱乐文化、旅游文学艺术、自然景观等。随着旅游消费内容的扩展，旅游客体正在进一步地拓展其内涵。

3. 旅游介体文化

它是在旅游活动中联系旅游主体与旅游客体，起到沟通旅游主体文化和客体文化的中介文化，包括旅游餐饮文化，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。旅游介体文化还包括旅游过程中这些介体文化所承载的产品构成、服务构成、经营理念、管理、服务、环境、意识等方面的内容，其中旅游服务文化应是旅游介体文化中的核心部分。文化是旅游从业人员的基本素养，旅游业在本质上是一种以人为导向的服务性行业，全体从业人员首先必须形成“宾客至上”的共同价值观念，提供相应的优质服务，满足旅游者的合理需求。为此，旅游管理人员与服务人员为旅游者这类文化消费者提供服务时，必须提高自己的文化素养与审美修养。旅游服务文化如何也是决定旅游者能否有美好的旅游精神享受的一个主要方面。

（三）按照现代旅游商品交换特性划分的研究内容

按照商品交换的特性，现代旅游有着浓厚的商业性，据此可将旅游文化划分为两部分：旅游消费文化和旅游经营文化。

1. 旅游消费文化

旅游消费文化是以旅游者为主体的文化，包括旅游消费行为文化和旅游审美文化。通常，旅游消费行为文化是指通过研究文化在旅游者消费行为过程中的作用和影响，来探究

文化对旅游者旅游态度、旅游动机、旅游决策、旅游消费行为方式等的影响。文化是旅游产品的根本特性。一次旅游活动的全部经历,包括景区景点、交通、住宿、餐饮等服务,通常称为旅游产品。美的享受,精神的升华,文化的体验,是旅游者最根本的追求与向往。离开了文化与审美,谈何旅游!旅游者迥异于一般商品的消费者,他是文化消费者和审美消费者,他所购买的旅游产品必须是文化产品。换言之,旅游业生产销售的核心产品必须是拥有深刻文化内涵的产品,旅游业要很好地调整旅游政策和旅游经营文化来引导和适应旅游者的旅游需求。旅游审美文化则从审美的角度探讨旅游者的审美取向、特征、基本类型,通过研究旅游审美文化促进旅游者的消费文化。

2. 旅游经营文化

旅游经营文化主要包括旅游产品经营文化、旅游企业经营文化和旅游目的地经营文化。

旅游产品经营文化是指旅游资源转化为旅游产品文化的过程,包括旅游资源文化特质分析,旅游资源文化特质的整合和规划、开发,旅游产品文化内涵的体现、塑造和表现方法等。

旅游企业经营文化是指旅游企业围绕企业的经营目标,在推广旅游产品的经营过程中,搞好旅游企业的文化标志等企业身份战略及企业品牌塑造的建设。它主要要处理好旅游企业和内外公众之间的关系,建立良好的社会关系,凸现品牌效应。

旅游目的地经营文化是指一个城市、一个地区乃至一个国家作为旅游目的地的宏观的经营文化,主要凸现旅游目的地与其他旅游目的地的差异性、风格化和个性化的战略体系,包括旅游目的地整体形象的确立与宣传,旅游发展文化环境的营造,旅游对旅游目的地以及旅游业的影响等。

上述对旅游文化研究内容的划分都各有侧重,在旅游文化的研究过程中要根据要求而有所侧重。这里的划分只是为旅游文化的研究提供一种思路。旅游业的快速发展需要有旅游教育的保障,我们从适合旅游教育的目的出发,根据实践教学需要,主要对中国旅游客体文化即旅游资源部分进行归类介绍、分析,指出相关文化与旅游资源相结合的特点和规律,侧重讲授客体旅游文化的基本理论和应用知识。整本书中贯穿着对中国旅游商品文化的开发和对于我国旅游文化资源的保护和开发相结合的原则。我们要把宝贵的旅游文化资源作为人类共同的遗产加以传承和发扬。

三、中国旅游文化的特征

受中国文化的发展历程及其特性影响,中国旅游文化的特色十分鲜明,表现为历史悠久,生命力强,积淀深厚。

(一) 历史悠久

中国旅游文化历史悠久,源远流长。华夏 5000 年文明,从茹毛饮血的原始社会历经漫长的奴隶社会、封建社会、近代社会,进入现在的工业社会。每一次朝代的更迭、政权的转换,都是推动文明发展的历史车轮,并留下了大量的文化遗产。中华文化汗漫似海,累积层叠,灿烂辉煌,是民族发展的无穷滋养和动力,是永恒的精神长城。历史文化是无价的,而辉煌灿烂的历史文化更是后人难以逾越的高峰。当中国文化穿越历史时空,成为当今国内外旅游者情有独钟的旅游欣赏对象时,它展示给旅游者的既是令人瞠目结舌的物



态文化，更是令人倾心感悟的精神之光。与一些历史短暂的欧美国家相比，中国旅游文化的这一特性尤为明显。

（二）生命力强

中国文化具有强大的生命力。在世界文化的历史舞台上，出现过许多优秀的文化体系。英国史学家汤因比指出，在近 6000 年的人类历史上，出现过 26 个文明形态，其中埃及文化、苏美尔文化、米诺斯文化、玛雅文化、安第斯文化、哈拉巴文化、中国文化被称为人类原生形态的“母文化”，在它们之中，唯有中国文化历经数千年从未中断，延续至今。这种强大的生命力，与它的同化力、融合力、延续力等息息相关。所谓同化力，是指外域文化进入中国后，大都逐步中国化，成为中国文化体系的重要构成部分。所谓融合力，是指中国文化并非单纯的汉民族文化，而是以汉民族文化为基础，吸收境内不同民族、不同地域的优质文化，从而形成内涵丰富、博大精深的中华文化。可以说，如果没有匈奴、鲜卑、羯、氐、羌、契丹、女真等民族文化的融入，也就没有中国文化的辉煌灿烂。中国文化的同化力和融合力是在历史中形成的，它不是偶然的文化现象，而是一种文化生命力的表现。这种强大的同化力和融合力是中国文化无与伦比的生命延续力的内在基础。在人类漫长的文明史上，因为外族入侵而导致文化中断的历史悲剧曾多次上演，比较典型的有印度文化因雅利安人入侵而雅利安化，埃及文化因亚历山大大帝占领而希腊化，因恺撒占领而罗马化，因阿拉伯人移入而伊斯兰化，希腊、罗马文化因日尔曼族入侵而沉睡千年。黑格尔在比较各个文明古国之后说，只有黄河、长江流过的那个中华帝国是世界上唯一持久的国家。

中国旅游文化与中国 5000 年文明史一样生生不息，其演进过程从未中断，而且借助自身强大的同化力、融合力和延续力，形成了独具东方神韵的旅游资源，为中国旅游事业的发展奠定了基础，提供了条件。比如，文字作为文明记载、传播、交流的工具，在上古时期的一些文明古国十分昌盛。而如今，除了中国的汉字以外，埃及的象形文字、苏美尔人的楔形文字都已经消失。再如埃及法老王朝时期的金字塔是世界建筑史上的奇迹，人类建筑家园中的璀璨明珠，从公元前 30 世纪起一直延续了几个世纪之久，但自公元前 1000 多年以后，这种建筑再也没有出现过。而中国的各种文化类别在发展的过程中，虽然也经历了不同程度的挫折甚至屈辱，却一直延续下来，如文学上的《诗经》、楚辞、汉赋、唐诗、宋词、元曲、明清小说，建筑上的宫殿、园林、陵墓、坛庙、桥梁，现在无一不是宝贵的物质财富和精神财富，无一不是旅游赖以发展的优秀资源。可以说，随着中国旅游业的发展，中国旅游文化必将越来越为世界上的旅游者所认知，从而使中国旅游文化的生命力更强，更具有发展前途。

（三）积淀深厚

中国旅游文化历史悠久、生命力强的文化特性必然导致其积淀深厚。古人类遗址、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、歌舞音乐等历史文化遗迹比比皆是，极具旅游价值。同时我国深厚的古代文化也是旅游文化的重要组成部分，如天文历法、阴阳八卦、宗法礼俗、学校科举、名号称谓、饮食消闲，都会让旅游者被中华文明的历史渊源、博大精深所折服。任何一个旅游者一旦身临其境，都会触景生情，百感交集，不能自己。中国文化在长期历史发展过程中，不仅创造了辉煌灿烂的

物质文化，还创造出影响中华民族坚忍不拔、自强不息、外圆内方的精神文化。这种精神文化体现了中华民族特有的思想观念、价值体系、审美趋向、民族性格。无论是“天行健，君子以自强不息”的刚健有为精神，“地势坤，君子以厚德载物”的宽容大度气概，还是强调人与自然相统一，人的行为与自然相协调，道德理性与自然理性相一致的“天人合一”观念，“民为贵，社稷次之，君为轻”的民为邦本思想，“上善若水，水善利万物而不争，处众人之所恶，故几于道”的哲学思想，都是人类思想体系中的宝贵遗产，这些精神文化同样对旅游者具有十分强大的感召力，具有强烈而积极的精神激励功能，激励人们形成强烈的趋善求治的价值取向。

我国世界遗产种类繁多，文化品位较高，包括平遥古城、丽江古城等古城类，西递、宏村等古村落类，承德避暑山庄、苏州古典园林等园林类，北京故宫、沈阳故宫等宫殿类，孔庙、孔府、孔林等坛庙类，秦始皇陵、明清皇陵等陵寝类，莫高窟石窟、武当山古建筑群、布达拉宫等宗教建筑类，万里长城等军事工程类，周口店“北京人”遗址等原始遗址类以及泰山、九寨沟等山岳类。这些都是极其宝贵的旅游资源，内涵非常深厚，对旅游者具有极大的吸引力。

【小资料】

《国宝 法兰西之旅——赴法国“中国文化年”文物展览精粹》一书中介绍了在 2003 年 10 月 6 日，随着“中国文化年”在巴黎金门隆重拉开序幕，东方巨龙在法兰西大地上升腾，整个法兰西民族陶醉在中华文化的神韵中。在此次展出活动过程中，有神秘的古蜀王国、永远的文化巨人孔子、寄情怡趣的山水绘画、文武安邦的康熙大帝等展览。在此过程中，“中国四川省出土文物展”包括了精选的 96 件展品，其中，大部分来自被誉为世纪考古重大发现的四川广汉三星堆和成都金沙遗址，这些展品全面展现了神秘而灿烂的古蜀文明，揭示了中华文明起源的多元一体性，而这仅仅是此次展出的一小部分。

四、旅游文化在旅游业中的地位和作用

回顾历史，我国旅游业的发展都是依托丰厚的旅游文化资源的。尤其是进入 20 世纪 90 年代以来，我国旅游部门每年都推出活动方案，力求全方位地展示我国历史文化的方方面面，正如主题口号揭示的那样：“尧天舜日华夏地，秦皇汉武古今情。”文化是旅游景观吸引力的渊藪，是旅游业的灵魂。

文化是旅游资源的基本内涵。无论人文旅游资源还是自然旅游资源，其魅力均在于文化内涵。人文旅游资源包括物化的文物古迹、无形的民族风情以及不同时期的社会风尚，这些无疑都属于文化范畴，是一个民族、一个地区的文化积淀，反映了特定时期的文化风貌。自然旅游资源种类繁多，包括自然环境、自然要素、自然物质、自然现象等。人类对历代名山胜水进行了文化建设，使其从客观的物理世界转变为人类的审美对象，不仅具有形式美，还具有文化美。名人足迹、诗词、歌赋、游记、题咏、碑刻等，将山水等自然景观打上了深深的文化烙印。泰山的摩崖造刻、杭州的苏公堤、四川的都江堰都是具有永恒文化价值的旅游资源。山水美是具有思维的人类社会特有的概念，自然旅游资源同样具有文化性。

文化是旅游产品的根本特性。一次旅游活动的全部经历，就是美的享受，文化的体验，精神的升华。这是旅游者最根本的追求与向往。旅游者迥异于一般商品的消费者，他是文化消费者和审美消费者，他购买的旅游产品必须是文化产品。换言之，旅游业生产销

售的核心产品必须是拥有深刻文化内涵的产品。因此，旅游业开发景区都注重文化内涵，强调文化品位，走旅游开发与文化产业相结合的道路。

文化是旅游从业人员的基本素养。旅游业在本质上是一种以人为导向的服务性行业，旅游者是文化消费者。因此，旅游管理人员与服务人员在提供服务时，必须提高自己的文化素养与审美修养，因为它能折射出本民族的文化素养和精神文明发展水平。

五、旅游文化与旅游可持续发展

文化与旅游关系紧密，不可分割。旅游文化是中国旅游业发展的基石，是中国旅游业和谐、健康、可持续发展的根本保障。

旅游业可持续发展的核心目标，是在为旅游者提供高质量的旅游环境的同时，改善当地居民的生活水平，并在发展过程中保持和提升环境、社会和经济未来的发展。旅游业的可持续发展要使四方受益，即旅游者、当地百姓、未来的旅游者以及未来的当地居民，涉及同代人不同利益群体之间、同一利益群体代际之间和不同利益群体代际之间的公平问题。旅游业是个综合性的产业，它的可持续发展需要社会各部门、公众的广泛参与，须要有效解决快速增长的巨大需求与旅游资源供给不足的矛盾。而且须要指出的是，旅游业能否可持续发展，关键在于对它的内涵——文化的认识和保护。

文化是旅游的本质，旅游活动本质上是一种文化活动。随着城市化、工业化以及科学技术水平的迅速发展，旅游日益成为人们的一种生活方式，而且是一种意识性、对象性都很强的乐生活动。人们暂时离开现实生活，进入另一个时空环境，感受迥异于常规空间的别样文化，追求文化享受与精神的升华。从这个角度可以说，文化是旅游业的基石，是旅游业可持续发展的根本保障。旅游业能否可持续发展，在一定程度上依赖于对旅游文化与旅游经济关系的认识。任何一种经济活动不能仅仅从追求财富增加这一狭义的目标上考虑，它应当有助于社会的和谐发展，有助于社会中每个个体的全面发展。须要指出的是，旅游活动的本质是文化性，出游的目的是增加社会阅历，开阔眼界，增长见识。基于此，旅游业更是物质生产与精神生产的结合，是将两者完整结合在一起的综合性产业。

保持旅游地社会文化风貌的独特性是旅游可持续发展的重要源泉与保障。旅游业的可持续发展必须建立在旅游地社会文化良性发展的基础之上。旅游从根本上说是一种文化精神的享受，良好的居民素质和社会风尚都是宝贵的无形的旅游资源，能对旅游者产生极大的吸引力。然而，我们应该承认，如同世界旅游组织所指出的那样，旅游业在世界各地的发展对于接待地社会文化的影响“总体上是积极的”，但是，旅游对接待地社会文化的消极影响也是客观存在的，不容忽视。例如，由于旅游者乱涂乱画等不检点的行为，照相机的闪光灯，数以百万计旅游者的汗水、呼吸和踩踏，接待地的历史文化遗产遭受到不同程度的破坏；为了迎合旅游者猎奇的需求，接待地固有文化被舞台化、商品化和庸俗化，失去其本真面目。因此，必须对旅游的社会文化效应予以高度重视，并对旅游地进行适当合理的文化调试，以保证其文化环境免遭污染和破坏，影响旅游业的可持续发展。

旅游业的发展依赖于旅游资源。但我们必须认识到，旅游资源作为旅游经济活动中的一个生产要素，有其有限性和脆弱性。自然旅游资源，无论是大自然鬼斧神工的创造，还是内含人类劳动和智慧的半自然景观，都不再是可以任意无偿使用的资源，对它们的利用一定要考虑到它的再生能力。人文旅游资源具有垄断性、不可复制性，对它同样要采取“只取利息，不动底本”的消费方式，以保证后人对这些文化遗产的继承和使用不受侵害。对这类文化性很强的旅游资源进行不合理的开发和利用，带来的成本支出将是无穷

的,结果也必将是永远的负效益。因此,开发不可再生的历史文化资源时,必须本着“保护第一”的原则,杜绝过度开发和掠夺性的破坏开发,要适度开发旅游产品,保持资源的文化特性。

旅游可持续发展不仅是摆在我们这一代人面前的重大课题,也是人类在历史长河中共同的课题。没有一个时代的旅游业,如同第二次世界大战之后,发展得如此迅速。旅游热过后给我们带来的不仅仅是我们生存环境的恶化和自然生态与人文生态的变化,而且对于我们精神方面的影响也是非常巨大的。旅游的可持续发展在很大程度上依赖于文化的传播。提高文化在旅游中的分量和品质,对于旅游能够可持续发展是一种很好的策略。

本章小结

本章概述了中国旅游的发展简史,对旅游文化的概念、研究内容、分类方法、特性均作了较详尽的阐述,目的只有一个,那就是引起我们的深思,如何能使旅游文化得到进一步传播,如何实现旅游的可持续发展。

思考与实践

一、问答题

1. 中国古代有真正意义上的旅游吗?
2. 中国古代的旅游是平民的旅游吗?
3. 中国旅游发展的简史能带给你什么启发?
4. 中国旅游文化的研究范畴有不同的分类方法,你比较认可哪种分类方法?为什么?
5. 你认为中国旅游在可持续发展过程中应该注意哪些问题?

二、选择题(有一个或一个以上正确答案)

1. 文化从宏观上包含哪三个层面?()
A. 物质文化 B. 行为文化 C. 精神文化 D. 气质文化
2. 中国旅游文化的基本特征表现为()。
A. 历史悠久 B. 生命力强 C. 积淀深厚 D. 璀璨夺目
3. 按照旅游的基本要素,可将旅游文化划分为三部分,即()。
A. 旅游主体文化 B. 旅游客体文化
C. 旅游介体文化 D. 其他文化
4. 按照文化的结构,可将旅游文化划分为三部分,即()。
A. 旅游物质文化 B. 旅游制度行为文化
C. 旅游精神文化 D. 其他文化

三、是非题

1. 文化是一种自然现象而不是社会现象。()
2. 文化不属于某一个人,具有社会普遍性。()
3. 旅游文化可划分为两部分,即旅游消费文化和旅游经营文化。()

四、实践题

1. 请结合当地旅游的发展情况,谈谈如何实现中国旅游的可持续发展。
2. 在今后的工作当中,你将如何弘扬传播旅游文化?

第二章 中国历史文化

【课前导读】

本章主要介绍中国历史中的重大历史事件、杰出历史人物以及重大科技成果，并且按照事物本身的性质对三者所包含的内容进行分类阐述，重点介绍三者的历史作用以及对历史发展的影响。

【学习目标】

- ☞ 了解重大历史事件及其在历史进程中的推动作用
- ☞ 了解杰出历史人物的生平事迹及其在革新思想、传承文化、改变民族命运等方面所起的历史作用
- ☞ 了解天文、历法、地理、医学、农业、手工业及古建筑等方面的重大成就、历史地位及作用，以及对世界文明的贡献

第一节 历史文化概述

文化是历史的产物，人类创造了历史，便创造了文化。我们伟大的祖国有着悠久的历史 and 灿烂的文化，是世界四大文明古国之一，其史籍之浩瀚，文物之繁多，为世界各国所罕见。仅一部二十四史，就不下 1000 万字，卷帙多达 3200 余卷。对于我们来说，没有昨天，就没有明天。科学地看待我们国家丰富的历史文化，更好地认识我们的过去、现在，对于我们来说有深刻的意义。

中华悠远而丰富的历史文化是中华民族得以延续和发展的精神支柱，对于我们旅游从业人员来说是取之不尽、用之不竭的宝库。我们主要通过对历史文化的基本内涵、发展概况、主要特征和目的意义等几方面的阐述，来认识中国历史文化，把我们的昨天、今天、明天紧紧联系在一起，更好地把握我们的未来。

一、历史文化的基本概念

中国历史文化的概念有广义和狭义之分。广义的中国历史文化是中华民族祖先在历史上创造的一切文化的总和；狭义的中国历史文化则是指中国历史的有关知识。本章着重介绍狭义的中国历史文化。

二、历史文化的发展概况

（一）王官之学时期

史学是起源较早的一门学科。史官可称为我国最早的知识分子。但是因为史官听命于天子，所以当时的历史记载在很大程度上受统治阶级垄断，也就是我们通常所说的，历史

是由胜利者改写的。通常的人，很难有机会对历史的功过是非进行评说，并且根本就没有机会把自己对历史的评说载入当时的历史记载之中。

（二）风起云涌时期

春秋战国时期，社会政治风起云涌，社会处于剧烈的变化之中，封建社会代替了奴隶社会，虽然士人在此历史阶段有了很高的社会地位，参与了波澜壮阔的历史改革，但因为仍然是阶级社会，历史的编写者仍然是统治阶级，他们还是掌握着历史评判的利剑，在历史记载中最多的还是关于统治阶级的记载。直到秦汉，还有“礼不下庶人，刑不上大夫”的不成文法的文法。史书的编写是统治阶级用来进行政治统治的一把利剑，所以在历史事件的记载之中会有很多统治阶级的思想观念。《公羊传·闵公元年》说：“《春秋》为尊者讳，为亲者讳，为贤者讳。”意思就是说如遇上三种情况，真实的历史记载就要避讳，就要隐藏，所以对于我们今天来说，走进真实的历史，有雾里看花、水中望月之叹。也正因为如此，赏析旅游历史文化正在成为一种新兴的旅游项目，探索历史的本来面目，钩沉历史正在成为一种旅游热点。在此阶段，研究历史有了很多的规律和研究方法。历史也因为有了很多的历史题材而变得更加生动。

（三）异彩纷呈时期

秦汉是中国历史上大一统的时期，此时中国的政治、经济、文化处于封建时代的上升期。在此阶段，社会整体呈现了蓬勃向上的生机，社会整体面貌呈现着一种繁荣。统治阶级总结前代经验，以古为鉴，开创新的王朝，创造新的辉煌，一大批历史著作随之产生。《史记》、《汉书》、《后汉书》、《汉纪》、《后汉纪》、《东观汉纪》、《西汉会要》、《东汉会要》、《春秋繁露》、《论衡》虽出自官方之手，却真实地反映了当时的社会风貌。其中，被誉为“史家之绝唱，无韵之离骚”的《史记》就是用唯物史观来书写历史的，统治阶级不再是历史唯一的主角，普通人也开始在历史的舞台上崭露头角了。

（四）百家争鸣时期

魏晋南北朝以降，朝代更迭。在此阶段，史学也由王官之学流入民间，史书不仅是统治阶级的声音，而且很多都是民间呼声，与以往的一家之言相比，三教九流都开始参与历史舞台的演出，用自己的声音来影响历史，呈现出了百家争鸣的局面。《三国志》、《晋书》、《宋书》、《南齐书》、《梁书》、《陈书》、《北齐书》、《周书》、《北史》等史书相继出炉。

（五）思想解放时期

公元7—9世纪，当西方人正处于神学禁锢的黑暗之中，中国人则思想解放，精神宽松，创造了当时世界上最高的文明，这个历史阶段正是中国历史上的隋唐时期。当时的唐朝是世界上最安宁、最文明的国度。汉朝向北方扩张领土，隋唐两朝则向南传播文明。隋唐出现了新兴的文学流派，伟大的诗歌传统也复兴了，佛教改革过程中，儒释道三教合流，改变着中国社会的上层精神结构。中国人在此阶段开始深刻地反思历史。用历史观点来引领时代，已经成为隋唐思想解放的一个重要方面。在此期间，《隋书》、《旧唐书》、《新唐书》、《旧五代史》、《新五代史》、《史通》、《贞观政要》、《唐六典》、《通典》、《五代会要》等史书相继出现，这些史书更多地关注历史的本来面目，展现更加清晰的历史规律。这一时期，开始用历史规律和历史本身的发展轨迹来研究历史了，并且出现了专门学科的史书。官修史书形式的确定，通史和新史书体裁的勃兴，是整个时代精神面貌的一个

重要体现。

（六）思想蜕变时期

从清末到民国初年，国际国内形势的发展、东西沟通、革命思想的高涨和西方思想的传入，对于中国的历史文化来说是一场大蜕变的过程。

三、历史文化的基本特征

（一）悠久性

中华文明源远流长，若从黄帝时代算起，已将近 5000 年，若从夏朝开始，也有 4000 余年了。举世公认，中国是历史最悠久的文明古国之一。

（二）持续性

中华文明自从产生以来就持续不断、一脉相传地发展到现代，这是其最基本的特征。在漫长的岁月中，中华民族虽屡经曲折磨难，甚至几临倾覆的厄运，却一次又一次地衰而复兴，转危为安，巍然屹立。我们华夏文明，五千年绵延不断，并且代代都有伟大的成就，是绝无仅有的世界奇迹。因此，我们有责任续传薪火，让优秀的传统文化继续辉煌灿烂，发扬光大。

（三）兼容性

海纳百川，有容乃大。中华文明正是在不断吸收消化各种文化的过程中兴旺发达起来的。中华民族的历史上没有发生过大规模排除异端的宗教战争，世界三大宗教都能在中国大地上传播。千百年来，西方的各种宗教始终未能征服我们这个民族的头脑。这是世界史上罕见的现象，也是中华文明兼容性很强的缘故。历史上任何外来文化传入中国，最终还是被中华文化所融合，成为颇具特色的中华文化的典型。中华民族在长期的民族融合过程中发展壮大，中华文明也是在不断的兼收并蓄中辉煌灿烂的。

四、学习历史文化的目的与意义

历史是人类过去活动的客观存在，与时间有着密切的关系。时间如白驹过隙，历史也是转瞬即逝，不能再现。因此我们研究历史必须考察史实，而考察史实就必须阅读历史文化典籍。但是历史的记载不仅仅是在历史文化典籍之中，古人遗存的实物，图画雕塑，以及口耳相传的传说等，也都是历史。我们要通过对这些遗存之物的认识和讲解，让旅游者对历史有更加直观的认识和产生认同感。

文字记载的史料是古人留下来的，每个时代都有自己的时代烙印，古人对于历史有他们的看法，这是他们的观点，也是他们那个时代的观点。因此，我们应该用科学的观点来看待我们所面对的历史遗存和历史史料。

五、学习历史文化应掌握的原则

（一）历史是不断发展的

每个发展过程都有阶段性，每个阶段性都有自己的特点。这就要求我们旅游从业人员在学习文化的历史过程中，甄别真伪，把握时代命脉，把历史的本来面目和历史的特点真实地展现给旅游者，让他们能通过旅游，获得一种比较客观、科学的历史观，而不是随意捏造的历史史实，或者是管中窥豹、以点代面、支离破碎的被曲解了的历史文化。

(二) 每个历史时期都是一个综合体，是由整个时代的经济、文化、军事、对外交流等方面构成的

每个历史时期或阶段的特点，最后的落脚点总是经济。经济是基础，政治是经济的集中表现。文化是政治、经济在意识形态上的反映，又作用于经济基础和政治领域，这些都是相互依存和相互关联的。对于历史文化，我们不能将其视为独立的个体，而是要有高瞻远瞩、提纲挈领、整体把握的基本思路。这样才能把历史文化放在历史的大背景中，定位历史文化的坐标，还原历史的本来面目。

(三) 朝代更替和社会制度的新陈代谢不是一回事

我们在讲述历史文化的时候，往往把朝代更替和社会制度的新陈代谢等同看待。这二者有相互关联之处，但是朝代更替不能一概否定社会制度的不科学和不先进。如果没有秦朝的“车同轨、书同文”、统一度量衡，巩固和加强中央集权的强势政治，就不会有一个强盛的汉帝国出现。如果没有隋朝的“九省中正制”、“科举制度”等制度，“贞观之治”、“盛唐气象”也许会推迟很多年。所以我们在学习历史文化的过程中，不能简单地由历史结果轻易推断历史原因，这样会抹杀历史的真实性。

(四) 历史和小说不同

小说允许虚构，如《三国演义》，但是历史则要求事事都有根据，如《三国志》。这就要求我们在学习历史文化的过程中，分清历史的真实和小说的虚构。

第二节 重大历史事件

一、政治改革

中国古代统治阶级，为了维护自己的统治，缓解阶级矛盾，医治社会政治弊病，都要作出一定的改革，以此来推动社会政治经济和文化的发展。

(一) 商鞅变法

公元前 361 年商鞅在秦国实施改革，主要内容有：

1. 经济措施

(1) 废井田，开阡陌

这是商鞅在经济上推行的重大举措。法令规定，允许人们开荒，土地可以自由买卖，赋税则按照各人所占土地的多少来平均负担。这样就从法律上废除了井田制度，破坏了奴隶制的生产关系，促进了封建经济的发展。

(2) 重农抑商、奖励耕织

此项措施规定生产粮食和布帛多的，可免除本人的劳役和赋税，以农业为“本业”，以工商为“末业”；还招徕无地农民到秦国开荒；为鼓励小农经济，还规定凡一户有两个儿子的，到成人年龄必须分家，独立谋生，否则要出双倍赋税。

(3) 统一度量衡

为了保证国家的赋税收入，制造标准的度量衡器，要求全国统一施行。度量衡的统一，使全国上下有了标准的度量准则，为人们从事经济文化交流活动提供了便利的条件；