

旅游教育系列教材

中国旅游文化



陈锋仪 主编

陕西人民出版社

旅游教育系列教材

中国旅游文化

主 编 陈锋仪

陕 西 人 民 出 版 社

“ 旅游教育系列教材 ” 编辑委员会

主 任 户思社

副主任 党金学 王 峰

编 委 (以姓氏笔画为序)

王晓华	王秀文	王莉霞	乌永志	文晓莉
李 伟	李红媛	张 芒	陈荣婕	陈锋仪
陈 慧	张 蕾	杨红英	杨国庆	姚宝荣
赵 勇	费学军	高佳璟	唐 玮	党金学
黄建敏	黄文英	曹 锋	黄 蓓	熊 关

前 言

21 世纪的中国旅游呈现出以下几个趋势：一是中国旅游将成为世界旅游的最大看点。专家预测我国在 21 世纪 20 年代左右将会成为世界第一旅游大国，有着悠久历史文化积淀的中国将会成为天下游客向往的旅游目的地。二是随着我国经济的高速增长，国民在旅游等休闲、娱乐领域的消费将会大幅提升。在经过 20 世纪的走马观花式的旅游活动后，我国国民的旅游素质也获得了空前的提高，国内游客越来越讲究个性化旅游和有品位的旅游方式，逐渐从“求新、求奇、求美”的初级旅游方式向“求知、求娱”的高级旅游方式过渡，呈现出一种“游必有方”的高境界旅游。那么，提高文化修养，学会欣赏旅游就成为人们的一大追求。三是传统的“观光”概念正在被“生态旅游”“体验旅游”“休闲旅游”“清洁旅游”等文明度很强的新型旅游概念取而代之。这一变化对旅游从业者提出了很高的要求，如果不对我国传统文化进行深层次挖掘，开发不出高品位的旅游产品，那么，就有可能被市场无情淘汰。这些旅游新动向无疑都在揭示这样一个事实：21 世纪旅游将是文化旅游的世纪。这正是我们写这本书的初衷。

本书主要从旅游文化研究一般原理、旅游文化审美、中国旅游文化特点以及各种文化类型欣赏等方面介绍我国悠久的文化对我国旅游业的影响以及旅游本身所具有的文化魅力。

本书大纲的编写及全书的统定由西安外国语学院旅游学院副教授陈锋仪（硕士生导师、国际旅游研究所副所长）负责。编写分工是：前言、第一章的一、二、三节由陈锋仪撰写，第一章的第四节由洪娟丽编写，第二章、第十四章由

孙丽红编写，第三章由费学军编写，第四章由王潇编写，第五章由季金玲编写，第六章由高林安、陈莉编写，第七章由李楠编写，第八章由韩光明编写，第九章由张波编写，第十章、第十一章由乔桂强、和西芳编写，第十二章由陈雷编写，第十三章由张蕾编写。

本书在编写过程中参阅了大量的资料，在此向这些尊敬的作者表示衷心的感谢。

由于水平所限，书中难免有一些不足之处，敬请广大读者赐教。

作 者

2005 年 6 月 17 日于西安汉林苑

目 录

第一章 旅游文化的一般原理	(1)
第一节 旅游文化的定位与特征	(1)
一、旅游文化的概念分析	(1)
二、旅游文化的特征	(6)
第二节 旅游文化研究方法	(8)
一、田野调查法	(8)
二、血统研究法	(9)
三、门槛分析法	(10)
四、审美疲劳测试法	(11)
五、差异分析法	(13)
六、聚类分析法	(14)
七、功能分析法	(14)
八、要素分析法	(15)
九、层次分析法	(16)
第三节 旅游文化的作用与意义	(19)
第四节 我国旅游文化研究现状	(22)
一、关于中国的旅游文化传统	(22)
二、关于区域旅游文化特色之研究	(23)
三、关于域外旅游文化之研究	(24)
四、我国旅游文化研究现状的特点	(24)
五、我国旅游文化研究的前瞻	(25)
第二章 特色旅游	(27)
第一节 综述	(27)
一、新兴旅游产品发展背景及内容介绍	(27)
二、新兴旅游产品与休闲文化	(27)
三、新兴旅游产品与体验文化	(28)
第二节 特种旅游	(29)
一、特种旅游综述	(29)

二、探险旅游	(30)
三、狩猎	(31)
四、攀岩	(32)
五、漂流	(32)
六、徒步旅游	(33)
七、自驾车旅游	(34)
第三节 专项旅游产品	(34)
一、体育健身游	(35)
二、疗养保健游	(37)
三、工业旅游	(39)
四、农业旅游	(39)
五、修学旅游	(40)
六、会展旅游	(41)
七、生态旅游	(42)
八、科技旅游	(44)
第三章 文化遗产	(46)
第一节 远古时代人类生活遗址	(46)
一、旧石器时代人类生活遗址	(46)
二、新石器时代人类生活遗址	(48)
第二节 青铜器时代人类文化遗产	(52)
一、二里头文化遗址	(53)
二、殷墟文化遗址	(54)
三、丰、镐遗址	(55)
四、三星堆青铜器文化遗址	(56)
第三节 古代城垣遗址	(58)
一、汉长安城遗址	(58)
二、大夏统万城遗址	(59)
三、楼兰古城遗址	(60)
四、新疆古城遗址之高昌古城和交河故城	(61)
五、隋大兴、唐长安城遗址	(63)
第四节 古代帝王陵墓遗址	(66)

一、黄帝陵.....	(66)
二、秦始皇陵.....	(67)
三、汉武帝茂陵.....	(69)
四、乾陵.....	(70)
五、北京明十三陵和定陵地宫.....	(72)
六、清东、西皇陵.....	(73)
七、成吉思汗陵.....	(74)
第五节 历史(文化)名人遗迹.....	(76)
一、司马迁祠.....	(76)
二、成都武侯祠.....	(77)
三、杜甫草堂.....	(78)
第四章 城市旅游文化.....	(79)
第一节 城市旅游文化理论概述.....	(79)
一、城市文化审美.....	(79)
二、城市旅游审美趋势.....	(82)
第二节 历史文化名城.....	(83)
一、历史文化名城的界定.....	(83)
二、世界文化遗产的界定.....	(84)
三、历史文化名城列表.....	(85)
四、名城介绍.....	(86)
五、历史文化名城的文化价值.....	(98)
第三节 历史文化村镇与古民居.....	(100)
一、历史文化村镇简介.....	(100)
二、历史文化村镇与古民居类旅游资源的审美特色.....	(104)
第五章 山水风光.....	(106)
第一节 山水风景的魅力特征、基本分类与欣赏方法.....	(106)
一、山水风景的魅力特征.....	(106)
二、山水风景的基本分类.....	(107)
三、山水风景的常用欣赏方法.....	(108)
第二节 山地自然景观.....	(109)

一、花岗岩山地	(110)
二、丹霞地貌	(114)
三、火山熔岩地貌	(116)
四、其他岩石的风景名山	(118)
第三节 水体自然景观	(120)
一、瀑布	(121)
二、江河	(122)
三、湖泊	(125)
四、涌泉	(127)
五、海滩风景	(128)
第六章 宗教文化	(130)
第一节 佛教	(130)
一、佛教的创立	(130)
二、佛教的教义	(131)
三、佛教诸神	(132)
四、佛教文化艺术	(135)
五、佛教对中国文化的影响	(142)
第二节 道教	(143)
一、道教的兴起与发展	(143)
二、道教的清规戒律	(144)
三、道教文化	(145)
第七章 中国民俗	(148)
第一节 民俗的含义、特征与类型	(148)
一、民俗的含义	(148)
二、民俗的特征	(148)
三、民俗的类型	(149)
第二节 服饰民俗	(149)
一、“ 国服 ” ——旗袍	(150)
二、“ 天书 ” ——苗服	(150)
三、“ 吉祥 ” ——鸡冠帽	(151)

四、至洁——回族服饰	(151)
第三节 岁时节日民俗	(151)
一、春节	(151)
二、元宵节	(152)
三、端午节	(152)
四、七夕节	(152)
五、中秋节	(153)
六、腊八节	(153)
七、泼水节	(154)
八、苗年	(154)
九、藏历新年	(155)
十、那达慕大会	(155)
十一、三月街	(156)
第四节 文化娱乐民俗	(156)
一、皮影戏	(156)
二、舞龙灯	(156)
三、踩高跷	(157)
四、跳绳	(157)
第五节 婚嫁民俗	(158)
一、哭嫁	(158)
二、抢婚	(158)
三、退茶	(159)
四、半夜娶亲	(159)
五、走婚	(159)
第八章 中国传统建筑文化	(161)
第一节 中国传统建筑	(161)
一、中国传统建筑的特征	(161)
二、中国传统建筑思想特征	(164)
三、中国历代古建筑的特点	(165)
第二节 中国传统建筑元素	(166)
一、台基	(166)

二、木头圆柱	(167)
三、开间	(167)
四、大梁	(167)
五、斗拱	(167)
六、彩画	(168)
七、屋顶	(168)
八、饅兽	(169)
九、山墙	(170)
十、藻井	(170)
第三节 宫殿建筑	(170)
一、中国宫殿建筑的艺术特征	(170)
二、中国现存古代宫殿建筑	(173)
第四节 坛庙建筑	(175)
一、中国坛庙建筑的艺术特征	(175)
二、各类坛庙建筑欣赏	(176)
第九章 中国饮食文化	(181)
第一节 中国饮食文化概述	(181)
第二节 中国饮食文化的地域分类	(183)
一、中国饮食文化地域形成原因	(183)
二、饮食文化的地域分异	(183)
第三节 中国主要菜系介绍	(188)
一、鲁菜	(189)
二、川菜	(190)
三、粤菜	(191)
四、淮扬菜	(192)
第四节 少数民族地区的饮食文化	(193)
一、清真饮食文化	(193)
二、其他民族的饮食文化	(194)
第五节 筵席文化	(200)
一、古代官府名宴	(201)
二、现代地方筵席	(202)

第十章 中国茶文化	(205)
第一节 茶史及茶的分类	(205)
一、茶的出现	(205)
二、茶的发展	(205)
三、茶圣陆羽	(207)
四、茶的分类	(209)
第二节 茶区	(210)
一、华南茶区	(211)
二、江南茶区	(211)
三、江北茶区	(211)
四、西南茶区	(211)
第三节 茶水、茶具、茶馆	(212)
一、茶之水	(212)
二、茶具	(214)
三、茶馆	(215)
第四节 茶俗	(216)
一、茶之礼俗	(216)
二、饮茶习俗	(217)
第五节 茶文化旅游	(218)
一、茶类与旅游	(218)
二、茶区与旅游	(218)
三、水源与旅游	(219)
四、茶艺馆与旅游	(219)
第十一章 中国酒文化	(221)
第一节 酒史	(221)
第二节 酒类	(222)
一、依照酒精含量和制作方法分类	(222)
二、按照酿造原料和方法分类	(223)
第三节 酒具	(224)
第四节 中国名酒	(226)
一、白酒	(226)

二、黄酒	(228)
第五节 饮酒礼俗	(229)
一、酒令	(229)
二、饮酒习俗	(230)
第十二章 中国园林	(232)
第一节 中国古典园林的起源与发展	(232)
第二节 中国古典园林的分类	(233)
一、按照占有者的身份划分	(233)
二、按照园林所处的地理位置划分	(234)
第三节 中国造园的构成要素	(234)
一、掇山	(234)
二、理池	(235)
三、植物	(235)
四、建筑	(236)
五、书画	(237)
第四节 中国古典园林的建筑类型	(237)
第五节 中国古典园林的构景方法	(241)
一、抑景	(242)
二、添景	(242)
三、夹景	(242)
四、对景	(242)
五、框景	(243)
六、漏景	(243)
七、借景	(243)
第六节 中国文学与中国园林艺术	(243)
第七节 中国古典园林的意境	(245)
一、园林的意境	(245)
二、中国园林意境特征	(246)
第十三章 中国书画艺术	(248)
第一节 书法艺术	(248)

一、中国书法发展历程	(248)
二、中国书法的书体	(251)
三、天下第一行书《兰亭序》	(254)
第二节 绘画艺术	(255)
一、中国画发展历程	(255)
二、中国画的分类	(257)
三、诗书画印的结合	(260)
四、装裱	(262)
第三节 文房四宝	(262)
一、笔	(262)
二、墨	(264)
三、纸	(265)
四、砚	(265)
五、文房四宝的配套器具	(266)
第十四章 中国传统工艺品	(267)
第一节 综述	(267)
一、传统工艺品与旅游的关系	(267)
二、中国工艺美术发展史	(267)
三、工艺品的基本类别和功能	(270)
第二节 传统工艺品	(270)
一、陶瓷	(270)
二、漆器	(272)
三、金属工艺品	(274)
四、雕刻	(275)
五、刺绣	(280)
六、工艺画	(282)
七、其他工艺品	(284)
第三节 名城名乡名街	(289)
一、名城名乡	(289)
二、名街	(291)
参考文献	(295)

第一章 旅游文化的一般原理

第一节 旅游文化的定位与特征

一、旅游文化的概念分析

旅游文化这个词是 1977 年美国学者罗伯特·麦金托什等著《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中首次提出。我国 1984 年出版的《中国大百科全书·人文地理学》也提到“旅游文化”这一概念,但该定义并未直接揭示旅游文化的本质,而且将所理解的文化主要局限于文学艺术领域。

对于什么是旅游文化,学术界有一个由外而内、由浅而深的认识过程。由于视角和理解的不同,学术界对旅游文化的表述也众说纷纭。

定义一：罗夏定义

旅游文化“实际上是旅游的各个方面,人们可以借助它来了解彼此之间的生活和思想”,它是“在吸引和接待游客与来访者的过程中,游客、旅游设施、东道国政府和接待团体的相互影响所产生的现象和关系的总和。”(罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特《旅游学:要素·实践·基本原理》,1977)

定义二：魏小安定义

旅游文化是通过旅游这一特殊的生活方式,满足旅游者求新、求知、求乐、求美的欲望,由此形成的综合性现代文化现象。(魏小安《旅游文化和文化旅游》,载《旅游论丛》1987,2)

定义三：晏亚仙定义

旅游文化,是根据发展旅游事业的规划和旅游基地的建设,以自然景观(名山、名水、名城、名景)和文化设施为依托,以包括历史文化、革命文化和社会主义精神文明为内容,以文学、艺术、游乐、展览和科技等多种活动形式为手段,为国内外广大旅游者服务的一种特定的综合性事业。(晏亚仙《旅游文化管见》,载《中国旅游报》1987,7)

定义四：张复定义

旅游文化是与旅游有关的物质财富与精神财富的总和。它包括旅游意识、旅游活动及其精神产品。(张复《旅游文化》,北方文艺出版社,1991)

定义五：郝长海定义

旅游文化是人类创造的有关旅游不同形态物质所构成的复合体。具体说来旅游文化是古今中外不同文化环境下的旅游主体或旅游服务者，在旅游观赏或旅游服务中体现的观念形态及外在行为表现以及旅游景观、旅游文献等凝结的特定的文化价值观。（郝长海《旅游文化学概论》，吉林大学出版社，1996）

定义六：马波定义

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，是旅游客源地社会文化通过旅游者这个特殊媒介相互碰撞作用的过程和结果。（马波《现代旅游文化学》，青岛出版社，1998）

定义七：王明煊定义

旅游文化是人类过去和现在创造的与旅游关系密切的物质财富与精神财富的总和，凡在旅游活动过程中能使旅游者舒适、愉悦、受到教育，能使旅游服务者提高文化素质和技能的物质财富和精神财富，都属于旅游文化的范畴。（王明煊《中国旅游文化》，浙江大学出版社，1998）

定义八：夏太生定义

旅游文化是人类在特定的社会条件下，在社会文化环境的影响、制约下，经过旅游活动的具体实践的体验和积淀，形成的各种关于旅游的思想、意识和观念以及由各种意识形态凝聚成的有关旅游的各类物质的总和。（夏太生《中国旅游文学暨文化概论》，黑龙江人民出版社，1999）

定义九：沈祖祥定义

旅游文化是一种文明所形成的生活方式系统，是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件，通过对旅游客体的能动作用，碰撞产生的各种旅游文化现象的总和。（沈祖祥《旅游文化概论》，福建人民出版社，1999）

定义十：喻学才定义

旅游文化，它指旅游主体和旅游客体之间各种关系的总和。旅游主体即旅游者，旅游客体指的是一切可供主体游览的对象。在旅游主体没有和旅游客体发生关系之前，旅游客体一如纯粹的自然景观，不能划入旅游文化的范畴。（喻学才《中国旅游文化传统》，东南大学出版社，1997）

定义十一：王会昌定义

旅游文化指的是人类在长期历史发展过程中所创造的具有观赏和游览价值的物质财富和精神财富的总和。（王会昌《中国旅游文化》）

上述定义基本上表达了不同旅游阶段，人们对旅游文化的认识。但这些定义受时代的局限性，都又存在着各自的缺陷，且有套用其他概念的嫌疑，给人以非常模糊的认识。

笔者认为要搞清楚“旅游文化”的概念，首先要搞清楚旅游文化的发展历程。

“观光时代”，包价旅游“包打”天下，作为旅游主体的游客受到旅游经验的影响，自主性较差，加上只求“到此一游”的最低旅游愿望和因陌生感而产生的旅游活动的“浮光掠影”性，因此，对感知物象的认可度很高，也很容易达到“新、奇、美”的感受。在这种背景下，旅游接待地的经营者或旅游开发地的管理者就会对旅游的认识停留在“吃喝玩乐”的表面上来。故而，这一时期的旅游文化的表现特征是：其一，游客注重旅游的全过程，追求曾经经历，讲究“大而全”，显得非常粗放，不够精致。其二，无论游客还是经营者虽都强调“上帝”的意识或观念，但都不注重真正意义上的“个性化”或“以人为本”的理念，因此，对旅游文化的认识仅仅是“服务至上”或“微笑服务”。其三，整个社会的整体旅游意识不强，导致旅游文化的割裂，出现“旅游服务体系的断裂”，造成“皇帝不急太监急”的现象，即旅行社业和其他部门之间节奏的不协调。

随着旅游业的深层次发展，旅游者又在“新、奇、美”的基础上，融入了“求知、求娱”的内容，他们开始对传统的旅游方式产生了厌倦，这主要表现在以下几个方面：第一，选择旅游线路更加仔细、慎重。那些有独特风情、文化底蕴突出的景观往往备受青睐，如“丝绸之路”游、“长江三峡”游等等。第二，旅游者出游的动机多样化，有的人以“寻幽探古”为目的；有的人以“贴近自然”为目的；有的人又以“修学考察”为目的。从这些五花八门的出游动机里，可以看出旅游者的“旅游口味”在提升。第三，散客旅游成为一大亮点。这一时期，出现了“小包价”“半包价”“零包价”“单项委托”等新型的旅游方式。这种变化说明旅游者的心理需求日趋个性化，对旅游产品有了更高的追求。在这种背景下，旅游经营者的经营思路 and 理念也发生了很大的变化。

其次要搞清楚旅游的内涵和外延。在这个环节上，北京第二外国语学院的冯乃康教授认为应从两方面谈起：一是从旅游这一特殊的生活方式来确定。二是从旅游三要素的互相作用来确定。

就第一个观点来说，冯的思路无疑是正确的。这是因为游客参与旅游活动的核心动机是为了满足其精神上的需求，游客花钱所买到的旅游产品是带不回家的，其所带回的仅仅是精神上的回忆。这种“花钱买感受”的行为，本身就证明了旅游的确是一种与众不同的生活方式。著名美学家王朝闻在《不“跑”风景》一文中也说：“看来人们的旅游目的不是有力无处使，有钱无处花，而是为了丰富自己的精神生活。”因此，旅游文化含义的界定必须要先从这个角度来分析。