

绪 论

本书为中国旅游文化概览，在篇章展开之前，首先对全书的核心概念、涉及范围、编撰意义等问题做一说明，是为绪论。

第一节 中国旅游文化界说

一、文化与旅游文化

文化本义见仁见智颇多，国内诸多著述多从词源学上追溯罗列，其实文化实质性的含义就是“人化”或者“人类化”，凡是超越本能的、人类有意识地作用于自然和社会的一切活动及其结果都属于文化，自然的人化即文化。《英国大百科全书》（1974）将文化界定为，“总体的人类社会遗产，是一种渊源于历史的生活结构的体系，这种体系往往为集团的成员所共有。……它包括这一集团的语言、传统、习惯和制度，包括有激励作用的思想、信仰和价值以及它们在物质工具和制造物中的体现。”这一概念颇为全面，一是它指出了文化是人的创造而非自然物，是社会现象而非自然现象，但文化与自然又不是排斥的，只要是对原始的自然按人类的规则加工以后，自然也就有了文化。二是它指出了文化是人类社会活动所创造的，具有社会普通性，

而不包括专属个人思想和行为的某些特殊的东西。三是它指出了文化是人类智慧和劳动的创造，这种创造包括物质产品和精神产品。

旅游文化，1977年，美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特的《旅游学——要素、实践、基本理论》一书，用“旅游文化”作为书中一章的标题，指出旅游文化“实际上概括了旅游的各个方面，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与关系的总和。”

1984年出版的《中国大百科全书·人文地理学》对“旅游文化”的界定是：

旅游与文化有着不可分割的关系，而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游客的因素。游客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，使地区间的文化差别日益缩小。绘画、雕刻、工艺作品是游人乐于观赏的项目。戏剧、舞蹈、音乐、电影又是安排旅游者夜晚生活的节目。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。

尽管有人对此界定提出一些异议，但是它既注意了传统文化和现代文明都是旅游客体，能够满足游客食住行游购娱的需求，又注意了游客在游玩过程中对异国异地文化的吸收和对自身文化的传播。

20世纪80年代后期，由于我国旅游业以前所未有的速度飞速发展，自然就激励了学术界对旅游文化的研究，围绕着旅游三要素，即旅游主体游客，旅游客体旅游资源，旅游介体旅游业的文化研究异常活跃，而且都肯定旅游文化就是三者相互作用所产生的物质和精神的成果，三者中

又以自然旅游资源和人文旅游资源的文化内涵为重心。应该说游客所以青睐旅游目的地，必然是受异地他乡旅游资源的吸引。旅游业不仅自身具有文化性质，更重要的是它充分利用当地的旅游文化资源为其发展服务。它所介绍给游人的景观、饮食、工艺商品、娱乐项目本身就是旅游文化资源的一部分，而如何挖掘、培育、开发文化资源，使之为旅游业的发展服务，就是中国旅游业今天面临和永远面临的伟大而艰巨的任务。

既然旅游文化是以一般文化的内在价值因素为依据，以旅游诸要素为依托而作用于旅游生活过程中的一种特殊的文化形态，是旅游过程中物质文明和精神文明的总和，那么中国的传统文化和现代文明凡是能为旅游直接服务或间接服务的都应纳入中国旅游文化范围。旅游是人类文明的体现，是广义的文化活动，它是文化的消费，又是文化的创造。可以说旅游最本质的特征就是旅游者变换原有的文化环境，探奇求知，变换生活节律，以吸取其他地域的文化。无论是有意识还是无意识，旅游活动都是为了满足文化精神的需求。

二、文化层面与中国旅游文化

文化通常有四个层面，物化力量构成的物态文化层，即人类最基本的生存需求，如衣食住行；各种社会规范构成的制度文化层，如经济、婚姻、家族、政法、宗教社团、教育、科技的相关制度及准则；人际交往中约定俗成的习惯性定势构成的行为文化层，如社会行为，风尚习俗；社会实践和意识中长期化育出来的价值观念、审美情趣、思维方式构成的心态文化层，如文学艺术哲学宗教等等。可以说旅游六要素中的食住行游购娱与文化水乳交融，密不可分。人们之所以愿意花费财力物力和体力心力去尝试

“在家千日好，出门一时难”的旅游活动，就是因为付出的同时，却满足了探奇求知的需求，而探奇求知的核心又在于探求不同文化。这实际上是人们的物质文明提高以后比较复杂的高层次需求。了解和体验其他地区和国家民族的文化历史、社会经济生活、风土民情、民族传统习惯，以及欣赏民族的文化艺术等，都属于这种了解和体验异地异族文化的需求。因此满足游客日益增长的文化需求，引导游客欣赏、了解旅游文化也是我们旅游工作者的责任和义务。

中国的旅游文化内涵十分丰富，有人曾将亚洲主要旅游目的地分为三类，一类是具有交通优势地区，如新加坡；一类是工业国，如日本；一类是拥有特殊旅游资源的国家。我国当属第三类，因为我国旅游文化资源源远流长，博大精深，自成体系。美国 B·肯尼迪评价：“在近现代以前的所有文明中，没有一个国家的文明比中国文明更发达，更先进。”我国的文物古迹、文学艺术、民俗风情、科技思想构成以古老东方文化为特色的国度形象决定了我国旅游发展必然带有浓厚的传统文化色彩。

第二节 中国旅游与文化的关系

中国旅游与文化从来是密不可分的。下面就将本书涉及到的山水文化、聚落文化、园林文化等内容及其与旅游的关系予以概括及阐述。

一、山水文化与旅游

表面上看山水似乎是自然物，山岳江河、湖泊海滨、森林溶洞、瀑布悬泉，乃至生活其间的花鸟鱼兽确实都是自然物。然而，中国景观中的自然美和人工美总是结合得

那样和谐，传统的名山胜水不仅以日月星辰，烟岚云霞，树木花草的自然景色取胜，而且这些只要一经游客发现，或以文记，或以口传，并给名山名水的个性定位，如黄山之奇，泰山之雄，华山之险，嵩山之峻，峨眉之秀，青城之幽等，为大家认同。自然美和人们的审美之间是如此的契合，人文对自然的认同是如此精到，甚至将自己的情感好恶寄情于自然，这就是山川名胜人化的过程。穷探造化奥秘，善于欣赏自然，正是我们民族可贵的心理特征。曹操的“山不厌高，水不厌深”，王恽的“山以贤称，境缘人胜”，天人合一，将名山大川作为宇宙灵气所钟，而人则是山川灵气之凝结，自然之景和人文之赏分明已融为一体。经历代志士仁人，能工巧匠的努力，这些由人们知识、态度、价值观构成的山水的“隐在文化”逐渐地转化为显露在外的，人们能够可触可摸可感的“显在文化”，于是山水形胜中有了寺庙观庵、楼台亭阁、磴道古桥、摩崖碑刻、诗词对联、轶闻传说，这些显在文化尽管自身有其丰厚的文化内涵，但是它们的内蕴只有置放于相应的山水中才有其个性魅力。而围绕着山水进行的登山、游泳、渔猎、划船、冲浪更是充满了刺激和愉悦，使沉寂的山水成为游客的天堂。

山水文化是不断创造的过程，它既然是人类与自然之间建立起来的亲善和谐关系的特殊体现，那么人们对山水的审美需求和审美能力就会不断发展，在山水文化形成过程中就会不断丰满、完善。以宗教活动和文学艺术为例，几乎历代的人们都依傍山水或以山水为表现对象，积累了中国旅游文化的宝贵的经验财富。推而广之，实用的、认知的、宗教的、审美的多层面的积淀，都不断给山水打上人的印记，使山水文化人化、物化、诗化和史化。可以说山水文化就是人化的山水，是人的本质力量对象化的结晶。

而人与山水的关系极致就是人与自然的和谐精神。《庄子·天道》说：“与人和者，谓之人乐；与天和者，谓之天乐。”这是在儒家强调的“人和”之外提出了“天和”，即人与自然界的和谐。这种朴素的哲学思想反映了世界的普遍规律，越来越被人们所认识，并将之作为中华民族的人文精神，不仅具有历史价值，而且具有时代价值。

二、聚落文化与旅游

作为人群聚居之地，都市、城镇与乡村都是旅游的热点。依山傍水之地，交通便利之区，生态旅游资源和文化旅游资源丰厚之所总是立体、多维地满足游客的要求，都是聚落文化的渊源。我国幅员辽阔，东南西北中，地域不同，地质地貌有别，政治、经济、文化的侧重不同，在民族、语言、历史、宗教诸方面各具特点，形成了区域性很强的文化中心和覆盖区域，这就是聚落文化的区域特征和民族特征。

历史文化名城是我国悠久历史的缩影，也是民族灿烂文化的橱窗，无论是历史沿革、地理概况，还是名胜古迹、风景园林、风物特产、城市建设等方面都无愧于历史文化名城的桂冠。以政治文化为特点的北京型，以沿海开放为特点的海、广州型，以风景秀丽为特点的杭州、桂林型，以区域中心为特点的沈阳、南京型，这些名城都努力发展固有的民族风貌，完善自己的个性特色。正是以它们为核心，我国才无愧于文明古国的称号。值得庆幸的是，一些小的县城、小镇，由于注意保护，其历史文化的价值越来越被看好，如山西平遥是我国境内保存最完整的明清时期古代县城的原型。1997年12月，它以古代城墙、官衙、街市、民居、寺庙作为整体列入《世界遗产名录》。江苏的同里、周庄、甬（liù）直都是很有名的小镇，它们是典型的

江南水乡古镇，钟灵毓秀，人杰地灵。

可喜的是少数民族村寨成为展现民族风情的场所，贵州红枫湖的侗寨、黑土的苗寨、安顺的布依族村落，还有海南通什的黎苗村寨、四川凉山的彝族村寨等，都以其特有的吃喝穿住、婚丧嫁娶成为极具魅力的旅游项目。

三、园林文化与旅游

我国园林历史悠久，风格独特，在世界园林史上享有盛誉，深受海内外人们的青睐。尽管不少学者就“园林”的释名常起硝烟干戈。其实园林无非是人造景观，运用工程技术和艺术手法，通过筑山叠石、理水引泉，营造厅堂、栽花植卉，反映主人的追求，园艺家的技艺，形成人工景观和自然风景的和谐。

我国的园林强调“随势造形”，朝代不同园林风格固然不同，地域不同园林形式各异，甚至一个地区内也流派纷呈。以北京、承德、曲阜为代表的皇家园林气势恢宏，北京的颐和园，承德避暑山庄，曲阜孔府花园都以规模宏大、装饰豪华著称。这固然因为这些园林是帝王理政祭祀所在，因而范围大，强调对称，景色兼收并蓄，极尽富丽堂皇，充满了皇家气概。江南一带多私家园林，杭州西湖的园林，扬州瘦西湖的园林，苏州拙政园、狮子林，上海豫园，占地不大，园中亭台楼阁，配以山水花木，以素雅精巧，小中见大的风格取胜，体现出浓重的书卷之气。岭南园林虽效法于江南园林、北方园林，却能将精美灵巧与庄重华缛集于一身，广东的四大名园晖园、可园、十二石斋、余荫山房，福建的鼓浪屿都有着凭海临风，融和中外的特点。“虽由人作，宛自天开”，中国的园林所以能本于自然，高于自然，正是因为中国古典园林审美趣味和艺术风格明显地受到人的风格、人的品格和文化修养的影响。

四、建筑文化与旅游

我国的建筑是民族科学技术、艺术才能和审美情趣的结晶。建筑物的环境、装饰既具有物质的一面，同时也反映精神文化的一面。它的造型、形象所产生的精神功能和美的观念成为构成建筑文化的重要因素。中国建筑自身以木结构为主体，形成完备的木构架系统；环境注意以“院”为单位组合，有主从也有韵律，有严整的对称又有灵活的安排，注意变化又追求和谐；装饰能因地采用石、砖、木、金属、琉璃等质材，将雕塑、彩绘糅合其中，造成鲜艳浓烈或淡雅朴素的视觉效果，内部装饰中的精致家具、精细雕刻、名贵字画，诸种艺术的精华恰到好处地安排其中。这种种特点使建筑有了凝固的音乐、立体的诗画之称。

我国建筑类型多样，名城古镇、宫殿坛庙、各地民居，陵寝祠墓、佛寺窟塔，园林亭台，形成蔚为大观的建筑艺苑，反映出各民族各地区的历史文化、社会政治经济、伦理道德观念、审美情趣，可以说建筑就是一部国家民族的文明史。观赏多姿多彩的建筑文化，风格迥异、造型独特、气势不凡的建筑使游人惊叹。徜徉小桥古镇，街坊民居又让你感到情趣盎然。在悬卧江上的大桥极目，在高耸入云的楼阁上引吭，那是雄伟、壮丽，那是联想绵绵，思绪悠悠。

五、宗教文化与旅游

伟大的革命先行者孙中山先生说过：“佛学是哲学之母，研究佛学可补科学之偏。”宗教是人类文化的最初源泉，它随着人类历史的发展，并随着不同社会性形态和不同历史时期，宗教的内容、性质和形式都有不同程度的变化。经过千百年积累发展，形成独特、灿烂的宗教文化，其中包

括哲学、神学、文学、音乐、美术、建筑以及修持制度和风俗习尚。历史上，宗教对文化发生过较大的影响，我国人民对宗教信仰有两个明显的特点，一是采取兼容并蓄的态度，二是外来宗教进入中国后迅速本土化、地方化。特别是明清以后，宗教走向世俗化，直接影响着中国的文化、旅游，佛教的寺庙、造像，道教的宫观、壁画，都成了稀世珍宝，在国内外享有盛誉，凡有这些存在的地方，无不成了海内外知名的旅游胜地。今天，应对宗教的性质、作用和演变规律作出科学的说明，发扬宗教中有积极意义的传统文化，促进宗教与旅游的协调发展。

六、民族文化与旅游

刘毅同志曾为《中国民俗·旅游丛书》题词：“民族文化，民俗风情，是具有强大吸引力的旅游产品，要努力开发它、完善它、精化它。”我国是多民族的国家，“五十六个民族，五十六朵花，相亲相爱如兄弟，共同祝愿中华”。民族具有共同语言、共同地域、共同社会生活方式、共同文化特点、共同心理素质、共同的社会民俗文化现象，这种文化的共同性是民族群众智慧的结晶创造，同时又供人民群众享受和利用，传承于民间的大部分民俗文化活动，都带有极其浓厚的娱乐性质，尤其是节日民俗文化和竞技民俗文化最为突出。

七、民俗文化与旅游

民俗文化的范围很广，民族成员的居住、服饰、饮食、生产、交换、交通、工艺、家庭、村落、结盟、社会结构、岁时风俗、婚丧嫁娶、道德礼仪、禁忌习俗、口头文学、心理特征、宗教信仰、审美情趣，方方面面都反映了各个民族的特点。地域风俗、时令风俗、行为风俗。在时间上

传承，在空间上的播布，形成了风俗的类型或模式，民俗的社会性、稳定性、传播性、变异性对游客很有吸引力，原因是各地的民俗对游客有一种新奇感，与生活贴近，十分有趣，最易使游客产生认同，便于他们参与，亲身体验异地域的文化特征，自然感到新奇而又高兴。对民俗文化的开发、完善与深化就是对健康的、具有进步意义的良俗发扬光大，对那些严重摧残、伤害人们身心健康的陋俗加以革除。这样民俗就可以成为最活跃的旅游资源，而与民俗相关的食、住、行、游、购、娱的方方面面就会发挥综合作用，使之成为与山水、文物古迹并驾齐驱的重要旅游产品。1999年，昆明世界园艺博览会，每个省都尽情展示民俗风情中最具吸引力的饮食工艺，尤其是歌舞。成为中国少数民族歌舞的大展示，大比武。欢歌笑语使中外嘉宾备受感染，这是中国民俗发挥综合性效益的最成功的尝试。

八、饮食文化与旅游

我国饮食文化历史悠久，烹饪文化、酒文化、茶文化独具魅力，成为最有吸引力的旅游产品之一。中国的烹饪技艺强调因时而食，春夏秋冬一年四季饮食应时而变，物重其才，海产、河鲜、蔬果、山货物尽其用，因料而烹，味重调和，烹法多变，菜式丰富，形色皆美。江海河湖之鲜，四时干鲜蔬果，畜禽肉蛋之美，高山峻岭的奇珍皆可入菜，且因地域不同又烹法多变。清末徐珂在《清稗类钞·各省肴馔之特色》说：“肴馔之有特色者，如京师、山东、四川、广东、福建、江宁、苏州、镇江、扬州、淮安”。不仅讲究菜肴美，而且讲究食具、食礼、食法、食趣，是视觉、听觉、味觉、嗅觉全方位的立体的享受。

茶是传统饮食文化的瑰宝，是我国对世界饮食的一大

贡献，从古到今茶事极为兴盛。林语堂先生说：“饮茶为整个国民的日常生活增色不少。它在这里的作用，超过了任何一项同类型的人类发明，饮茶还促进了人们的生活。”甚至饮茶成为中国人国籍的象征。饮茶对游客来说不仅是一种精神享受，更是一门高深的学问，茶之品、茶之具、茶之水自然要精心考究，而且有茶之经、茶之道、茶之戏，茶逐渐雅化，成为文人特有的志趣性情。道德操守也融和其中，昔日是“从来名士能评水，自古高僧爱斗茶”，今日所有游客都从茶事中体会到“酷爱和平，清心宁静”的中国传统美德。

酒原本非日常生活所必需的奢侈之物，带有富裕享乐颐养的性质，但是“百礼之会，非酒不行”，婚丧嫁娶、走亲访友都需要有酒助兴，以酒寄情。中国的酒文化是如此丰富，几乎每一旅游胜地，尤其是名人故居，宫廷园囿都有闻不够的酒香，听不完的酒事和酒具、酒品、酒规、酒戏、酒论等。酒既是人人都爱的俗文化，酒也是名人雅士喜好的雅文化，酒是高尚的天禄，风雅文化的精华。

九、诗词文赋文化与旅游

西方一直将诗人与艺术的绘画、书法、建筑、雕塑等艺术门类等同，我国古代却已形成特定的思维：诗文最高，绘画书法次之，建筑雕塑更次之，至于戏剧、工艺则是认为戏子匠人所为。这种对诗文的特别青睐，无疑使古往今来的文人雅士乐于游记诗文，涉猎游记的专业和业余作者之多，篇目之繁，内容之无所不包，风格之百花齐放都是其他文学体裁所难以企及的。这自然是因为我国江山多娇，风格万千，而文人雅士竞相歌咏山水名胜提高了景观的文化品位，促进了旅游活动的繁荣。

对联匾额是风景名胜中装点景观和景观文学中不可缺

少的项目。明清时进入极盛，不仅百姓、文人雅士喜好，帝王大臣纷纷参与，一显才华，它是名胜古迹的最好表现方式之一。好的对联不仅准确地描述出景物的妙处，能由景抒发情感，并能使人进行深邃的思考。

山水名胜的传说轶闻非常丰富，尽管流布广，随意性强，错乱年代，张冠李戴，移花接木的情况屡见不鲜，但它是笔记小说和广大群众口头创作的结合，是历史真实和艺术真实的结合，褒扬着民族最可宝贵的精神。

十、书画雕塑文化与旅游

巴尔扎克说过：“中国艺术有一种无边无涯的富饶性，中国神秘而又多彩的艺术，曾使几代西方哲人和艺术家为之倾倒。”作为艺术子系统的绘画、书法、雕塑具有独特的民族风格和民族气派，是旅游文化资源的重要组成部分，具有永久的魅力。书法、绘画、雕塑都是布置厅堂的重要饰品。书法和绘画又常和雕塑结合，其中碑刻和摩崖石刻都是艺术家、工匠以山石为纸，锤凿为笔，在自然赋予的天地间尽情显露他们的豪情壮志，将“逝者如斯”的岁月化为山川灵秀中的永恒。中国特有的书法碑刻，摩崖石刻壁画，摩崖造像，汉画像石都是恰当利用地形地物，又能刻意雕琢，精益求精，风格各异，使原本精巧秀雅的名胜古迹平添无限风韵。书法绘画的名人故地，与名人的经历和书画有自然的关系，使游人遐想联翩，乐游忘返。

雕塑有佛像雕塑、建筑雕塑、工艺雕塑、陵墓雕塑等，种类极其丰富。汉唐宋元明清各个朝代的雕塑有石刻、砖刻、木刻、金属塑、泥塑等各种质料的，人物、动物、山水、花草、树木、佛像等不同题材的雕塑都是旅游景观中的华采乐章。

十一、戏曲歌舞文化与旅游

戏剧、曲艺、歌舞作为表演艺术是旅游中“娱”的主要内容。首先它们有很强的观赏性。中国戏剧无论是京剧还是地方剧种，都是文学、音乐、舞剧、美术、武术、杂技及人物扮演等各种因素的综合艺术，是长期以来劳动人民和戏剧作者的伟大创造。丰富多彩的形式，被公认为是最具有中华民族特色的文化品种之一。我国曲艺形式多样，分布地域宽广，种类丰富，且流派纷呈都是其他国家的曲艺难以比拟的。我国各民族也能歌善舞，从最初的和劳动相连，描写佳山秀水，憧憬爱情，歌唱家乡，表现勤劳勇敢，终于加工升华，走向艺术殿堂。尤其是我国的歌舞始终注重自娱性、群体性和民族性，其中的秧歌、花鼓、花灯、旱船、耍龙、舞狮、高跷，都是群体参与，大方健美，自娱自乐的形式，民俗味极浓，不仅为当地百姓喜闻乐见，也是异地他国游客情不自禁的参与项目。

十二、工艺美术文化与旅游

这一独特的艺术品种，在我国各种美术形式中历史最为悠久。元明清时，各种工艺美术进入百花齐放的时代，无论产品之精，品类之繁，无不超越前人，达到叹为观止的地步。昔日工艺美术的精品已成为游客向往的观赏精品。瓷器、景泰蓝、漆器、玉器、织绣、金银器、青铜器、象牙雕、犀角雕、家具工艺、民间泥塑都以独特的民族风格成为稀世珍品。如今很多在全国各大博物馆展出，吸引着海内外宾朋慕名一睹为快。我国的旅游工艺品门类十分丰富，既有高档质料的，如玉器、漆器、金银器，又有普通材料的，如竹、藤、草、柳、棕的编织工艺。质料虽有名贵普通之别，但制作技艺却各有高招，剪、扎、编、织、

绣、雕、绘，勤劳智慧的中国人在长期丰富的艺术实践中，在体现实用和审美结合，工艺技术与艺术设计相结合方面，创造了许多优秀的范例，形成我国工艺美术优秀而深厚的艺术传统，尤其是青铜、陶瓷、漆器、玉器、织绣等工艺，在世界物质文化史上具有重要地位，在世界旅游工艺品市场中也具有举足轻重的作用。可喜的是专题工艺品生产城市，特色工艺作坊，乡村手工艺场所，少数民族手工艺村寨都成为游客喜爱造访之地。

十三、花鸟虫鱼文化与旅游

我国是花的国度，素有“世界园林之母”之称，而园林是靠花鸟虫鱼装扮的。我国人民历来有莳花种草的习惯，他们不断地发现，又不断地培育良种，才形成今天春夏秋冬四时鲜花，梅兰竹菊百种花卉，乃至水中的花——鱼、空中的花——鸟、草中的花——虫也异彩纷呈，它们装点着园林环境，成为最有吸引力的旅游资源之一。在长期培育中，花鸟虫鱼因自然淘汰和人工驯化，花木有了盆景，鱼有了金鱼，鸟有了笼鸟，虫有了盆虫，这是对花鸟虫鱼的精化、雅化、艺术化。

艺术家是独具慧眼的，书法、绘画、雕塑、工艺、建筑无不以花鸟虫鱼为题材，写花之多，用花之巧，摹花之工，拟花之切，为我们留下艺术的花的瑰宝。托花寓意、缘花抒情，花神、花仙、花翁、花姑，一个个美好形象使人难以忘怀，花容、花颜、花韵、花趣，一缕缕高雅情思给人以美的享受。可以说，无论是从多样性还是从特色性上看，花文化已成为我国的旅游资源，尤其是生态旅游资源的重要组成部分，挖掘花文化的内涵是我们义不容辞的责任。

第三节 中国旅游文化的特征

中国旅游文化博大精深，其基本特征有地域性、民族性、承袭性、时代性、变异性、多元性、交融性、互补性诸说。本书着重从时间上的承袭性，空间上的地域性，以及各种文化的交融性三方面阐述中国旅游文化的基本特征。

一、承袭性

旅游文化的承袭性是指文化代代相传沿袭的特性，这是从时间方面纵向感受其发展的。任何现存的旅游文化都是从旧文化脱胎而来，“站在前人的肩膀上”继承前辈创造的文化成果，在新的历史条件下进行新的文化创造，使文化的垂直沉淀不断积累、丰富、变化。比如“江南佳丽地，金陵帝王洲”。在南京旅游，如同翻开金陵的文学史，它曾作过“六朝古都”和“十朝都会”，在某一段时期，它的庙堂文化在中华文化中占有统治地位。庙堂文化为主文化的同时，亚文化还有市井文化、农耕文化、商业文化。如果考察一下从古到今的金陵文化遗存，历史线索中的文化之珠便有六朝及南唐君主的偏安文化、亡国文化，明清的“秦淮风月”、“六朝金粉”的享乐文化。只有在中山陵上极目，在渡江战役纪念碑前瞻仰，才能感受到金陵文化历史主线却是“愿乘长风破万里浪”的进取精神、争胜意识和爱国热情。

实际上我们民族的价值观念、思维习惯、情感模式和行为规范的承袭性，不仅在于沿袭，更重要的在于变化和演进。“请君莫奏前朝曲，听唱新翻《杨柳枝》”就是对这一现象的生动写照。比如在我国将历史文化分为“原始文化”、“农业文化”和“现代文化”三个阶段，代表“原始

社会”、“传统社会”和“工业化社会”的特征。这种文化的变化和前进在旅游过程中随时可以感受到，即使像西藏这样的雪域山地，一方面我们介绍佛教藏传密宗文化对当代人的影响，另一方面如何将其展现给游客，使其真正了解中华民族，当是旅游工作者义不容辞的职责。

二、地域性

旅游文化的地域性是从空间横的方面探求不同地域的旅游文化特质。差异正是旅游吸引物的魅力，而强化这种差异，形成地域个性才可使这种魅力永存。“五里不同风，十里不同俗”，这是最精辟的概括。林语堂先生在《吾土吾民》曾指出，“南方与北方的中国人被文化纽带连在一起，成为一个民族，但他们在性格、体魄、习俗上区别之大，不亚于地中海人与北欧日耳曼人的区别。”我国的地域广阔，社会环境、自然环境差别很大，必然造成闲暇生活、交往生活、宗教生活的结构、范围和对象的不同，因此专家学者正是依据着地域的差异，将中华旅游文化划分为京华大观、中原览古、朔漠风光、雄关内外、东南形胜、荆楚游望、川滇山水、闽粤览胜、唐蕃古道、丝绸之路、中华宝岛十一大区域。每一区域的历史、文学、文字、地理、宗教、科学、建筑、园林、书法、绘画、民俗、掌故等旅游文化都是那样的丰富、厚重。这种地域性文化形成的社会环境的因素之一就是民族环境。民族分布的地域性又是文化地域性形成的原因之一，这种民族文化代代传承，成为稳定性的因素，沉淀于一个民族之中，成为民族强有力的黏合剂和内聚力。探究文化的民族性、地域性，既可以满足游人的好奇心理，更可以为科学旅游考察提供实物资料。必须看到地域文化一方面会吸引游客，而游客的到来又可以缩小文化的地域差异，尤其是边陲地区的文化习俗

和昔日相比已经有了很大的改变，草原地区和农耕地区的文化差异在逐渐淡化，而城市文化和乡村文化的距离分明也在拉近，甚至不同国度、不同洲际的文化也在超越地域和民族的限制而走上交融大同之路。

三、交融性

中国旅游文化和传统文化一样是源远流长的，这不仅包括时间上的传承，也包括地域上的多元、交融和互补。如果将中华民族文化视为大群体文化、那么这文化纲下之目就有内陆地区文化、沿海地区文化，有城市文化、乡村文化，有企业文化、校园文化，有汉族文化、藏族文化、满族文化，有京派文化、海派文化，又有老北京文化，新北京文化，实际上文化之间的内涵和外延都有融合和交叉，呈现出你中有我，我中有你，相互影响，相互渗透的现象。以饮食文化为例，我们可以把鲁菜作为宫廷菜，淮扬菜作为文人菜，四川菜作为平民菜，粤菜作为商贾菜。但是每个菜系中都有许多菜无法截然区分，原料既可以就地取材，也可以南来北往，烧烤未必是京鲁的专利，火锅也并非不准淮扬菜使用，尤其是现代社会的交通网的形成，交通工具的便捷快速，文化的固守一隅已成“明日黄花”，吸取交融反而成为当今的“焦点访谈”。实际上今天的交融迅捷也是有历史原因的，吴文化和越文化之间，齐文化和鲁文化之间，楚文化和汉文化之间都是潜移默化，正是在相互的交流、互补中，保持了区域文化的传统特色，又孕育出新的文化因素，新的文化特征。历史上南北文化的多次交流，今日的东部沿海和西北开发的互相配合支持，改革开放，中外交流的加强，都从政治、经济、文化、风俗、语言等多方面取长补短，共同前进，而旅游当是促进这种文化融合的好方式。