



高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专旅游类教材系列

# 中国旅游文化 (第二版)

邱德玉 主编



科学出版社

[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专旅游类教材系列

# 中国旅游文化

(第二版)

邱德玉 主编

科学出版社

北京

## 内 容 简 介

本书文字精练,层次分明,结构合理,内容以“基本”和“新”为原则,编写中注重理论与实践相结合,体现时代特色,既注重旅游文化知识的系统性,又加强实际案例的探讨,与“以培养高等应用型专门人才,以适应社会的发展需要”的高职高专培养目标一致,使学生能够全面理解和掌握中国旅游文化的基本知识、基本理论并能在实践中灵活运用。全书共11章,各章均设有相关阅读、小结、练习题、复习、思考讨论等,有关章节穿插有关文化宝库知识,另外还提供了与本教材配套的授课课件,课件中包括相关模拟试题及其参考答案,以及课堂内外较为实用的教学素材。

本书作为高职高专旅游类专业的教材,也可供旅游管理单位和旅游企业培训在职职工使用。

### 图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化/邱德玉主编. —2版. —北京:科学出版社,2010  
(高等职业教育“十一五”规划教材·高职高专旅游类教材系列)  
ISBN 978-7-03-028174-6

I.中… II.邱… III.旅游-文化-中国-高等学校:技术学校-教材  
IV.F592

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第123836号

责任编辑:王彦刚 唐寅兴/责任校对:耿 耘  
责任印制:吕春珉/封面设计:耕者设计工作室

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号  
邮政编码:100717  
<http://www.sciencep.com>

印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2006年9月第一版 开本:B5(720×1000)  
2010年7月第二版 印张:21  
2010年7月第五次印刷 字数:402 000  
印数:3 001—6 000

定价:32.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换双青)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62135120-8009(VF02)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

## 第二版前言

高职高专教材建设要求突出“高职”特色。高职培养的学生是应用型人才，因而教材的编写一定要注重培养学生的实践能力，基础理论应贯彻“实用为主、必须和够用为度”的教学原则，基本知识采用“广而不深、点到为止”的教学方法，基本技能教学应贯穿整个课程的始终。按照上述要求，在第一版的基础上，结合当前中国旅游业最新发展趋势增加了旅游文化最新信息，使本版力求体现旅游文化的历史性、民族性、社会性、时代性，使学生认识到旅游文化是中国旅游业发展的基石，同时理解中国旅游业的发展对旅游文化有着创新的要求。在本版中，文字叙述简明扼要，通俗易懂，力求形式多样化，以增加可读性、趣味性，立足旅游职业岗位需求，满足学生需要，提高学生旅游文化素养。

重基础、宽知识面是本教材的特点和根本所在。本书内容以“基本”和“新”为原则，文字精练，层次分明，结构合理，体系规划按照旅游文化学科规范划分。素材选用具有先进性，编写中注重理论和实践相结合，体现时代特色，并与高职高专培养目标相一致，使学生能够全面理解中国旅游文化的基本知识、基本理论并在实践中灵活运用。

本书作为全国高职高专规划教材，特点如下：

1. 较强的实用性。从提高旅游专业学生及旅游从业者的文化素养和业务水平，这一根本目的出发，着重介绍旅游文化的基础理论和有关常识，不展开理论上的深入探讨和阐述。

2. 结构的合理性。整体框架和内容体系结构合理，力求知识的系统性和循序渐进。在各章均设计有相关阅读、小结、练习题、思考、讨论等，有关章节穿插文化宝库知识，另外还提供了课堂内外较为实用而丰富的教学素材。

在第一版编写组的基础上，组织具有丰富的旅游文化教学和研究经验的高职高专旅游专业教师，组成了第二版编写组，浙江工商职业技术学院邱德玉、熊国铭、丁春文、姜坤老师，宁波城市职业技术学院叶海玲、陶丽莉、李晓光老师，浙江海洋学院胡卫伟老师参与修订。全书具体分工如下：胡卫伟负责第1章；邱德玉负责第2、6、8章；丁春文负责第3章；陶丽莉负责第4章；叶海玲负责第5章；熊国铭负责第7章；李晓光负责第9章；姜坤负责第10、11章。全书由邱德玉统稿。

本书在编写、修订过程中，得到了科学出版社的大力支持，第一版、第二版编写组各成员均付出了辛勤的劳动，编写时参考了大量的文献，特在此对相关



关作者一并表示感谢。

鉴于编者有限的学术视野和学术能力，书中还有不尽如人意之处，恳请读者批评指正。

# 第一版前言

在 2000 年的全国旅游工作会议上,国家旅游局确立了实现世界旅游强国的宏伟目标,即到 2020 年,我国要实现由亚洲旅游大国到世界旅游强国的历史性跨越。强国需要强才,强才需要一流的教育质量来保证。因此,高职旅游教育的发展前景非常看好,对此我们要有充分的信心。如何应对国际国内旅游人才竞争加剧的挑战,促进我国高职旅游院校教育的可持续发展,为我国实现世界旅游强国提供人才支撑和智力支持,是我们要认真思考和回答的一个重要问题。

旅游文化是综合的文化现象,它是由不同质态文化构成的一个复杂系统。一般按现代旅游的基本要素所涉及的文化内容将它分为三大类,即旅游主体文化、旅游客体文化、旅游介体文化。其中旅游客体文化是与旅游资源有密切关系的文化。在中国旅游文化中,历史、建筑、园林、饮食、民俗、旅游景观与山水文化、旅游文学艺术、宗教等是客体文化的重要基础和主要内容。作为高职高专旅游专业学生,他们是未来旅游从业人员的中坚力量,其知识更应广博,在政治、经济、科学、历史、宗教、民俗、文学、艺术等方面,应该具有较高的旅游文化素养,为将来理解、认识、介绍、欣赏、开发文化景观资源和理解、分析、认识各种旅游文化现象打下坚实的知识基础。

随着高职旅游教育的健康发展,多渠道解决好实训,加强模拟教学;拓宽思路,开发新型高职旅游系列教材是关键,其中教材建设的重要性和紧迫感尤为明显。因为教材是实现培养目标的核心因素之一,高质量的教材是培养合格人才的基本保证。就“中国旅游文化”这门课程来说,作为旅游管理、导游等旅游专业的一门专业基础课,其教材应偏重实践、理论适度,以培养能力为主,即与高职高专旅游专业“重基础、宽知识面、重实践性”的能力培养目标相适应。

针对高职高专旅游专业学生,实用性、重基础、宽知识面是本教材的编写特点和根本所在。本书素材选用有先进性,教材内容以“基本”和“新”为原则,主要特点是:

(1) 较强的实用性。从提高旅游专业学生包括旅游从业者的文化素养和业务水平以解决旅游实践过程中遇到的问题这一根本目的出发,本书着重介绍旅游文化的基础理论和有关常识,不展开理论上的深入探讨和阐述。

(2) 严谨的科学性。本书的整体框架结构和内容体系的确定,主要以国内学者的众多论述为前提,严格遵守言之有据、言之成理,务求能经受实践的检验。各章均设计有相关阅读、小结、练习题,为教师和学生提供了课堂内外较为实用的教学素材。



邱德玉任本书主编，王晓洋、陶丽莉任副主编，唐代剑教授负责审稿，胡卫伟编写第1章，邱德玉编写第2章，陶永波编写第3章，陶丽莉编写第4、6章，叶海玲编写第5章，王晓洋编写第7章，李晓光编写第8章，王鹤亭编写第9章，卜燕红编写第10章。

本书在编写过程中，参考了大量的文献，在此对文献的作者表示由衷的感谢！由于编写时间仓促，书中难免存在不尽如人意之处，恳请读者批评指正。

# 目 录

第 1 章 中国旅游文化总论	1
1.1 旅游与文化	1
1.1.1 旅游文化定义及其三大类型	1
1.1.2 旅游与文化的关系	4
1.1.3 中国旅游文化的种类及特征	7
1.2 旅游文化与中国旅游业的关系	13
1.2.1 旅游文化是中国旅游业发展的基石	13
1.2.2 中国旅游业的发展对旅游文化的创新要求	15
相关阅读	16
小结	18
练习题	19
复习	19
思考讨论	19
第 2 章 中国旅游历史文化	20
2.1 中国历史文化概述	20
2.1.1 原始社会	20
2.1.2 奴隶社会	21
2.1.3 春秋战国时期	22
2.1.4 秦至清鸦片战争前的封建社会时期	23
2.1.5 半殖民地半封建社会时期	32
2.2 中国历史文化常识	34
2.2.1 朝代和国号名称的主要由来	34
2.2.2 帝王、皇族、皇戚称谓与帝王的号	35
2.2.3 天干、地支与历法、四时、节气、候、时辰	37
2.2.4 阴阳、五行、八卦与生肖	42
2.2.5 科举制度与十三经、四书五经	43
2.2.6 姓、氏、名、字、号与避讳	45
相关阅读	48
小结	52
练习题	52



复习.....	53
思考讨论 .....	53
<b>第3章 中国建筑文化.....</b>	<b>54</b>
3.1 中国建筑文化概述 .....	54
3.1.1 中国古代建筑的现代价值 .....	54
3.1.2 中国建筑史源流 .....	55
3.1.3 中国古代建筑主要特点 .....	58
3.2 中国宫殿建筑文化 .....	61
3.2.1 宫殿的布局 .....	62
3.2.2 宫殿外陈设 .....	62
3.2.3 中国现存的古代皇宫 .....	64
3.3 中国民间建筑文化 .....	66
3.3.1 中国民间建筑特点 .....	66
3.3.2 中国民间建筑构成 .....	69
3.3.3 中国民居建筑例证 .....	72
3.4 中国宗教建筑文化 .....	75
3.4.1 宗教建筑文化 .....	75
3.4.2 中国道教建筑文化 .....	76
3.4.3 中国佛教建筑文化 .....	78
3.4.4 中国伊斯兰教建筑文化 .....	80
3.5 中国古代建筑文化中的封建等级思想 .....	81
3.5.1 中国古代的建筑思想 .....	81
3.5.2 森严的等级制度 .....	81
3.5.3 古建筑中的封建迷信色彩 .....	83
相关阅读 .....	85
小结 .....	87
练习题 .....	87
复习 .....	87
思考讨论 .....	87
<b>第4章 中国园林文化 .....</b>	<b>88</b>
4.1 中国古代园林的起源与发展 .....	88
4.1.1 汉以前以帝王贵族狩猎苑囿为主体时期 .....	88
4.1.2 魏晋南北朝山水园奠基时期 .....	89
4.1.3 隋唐风景园林全面发展时期 .....	90
4.1.4 两宋造园更为普遍时期 .....	90



4.1.5	明清古代园林发展高峰时期 .....	91
4.2	中国古代园林的分类与特点 .....	92
4.2.1	中国园林的分类 .....	92
4.2.2	中国园林的特点 .....	94
4.3	中国园林造园要素 .....	96
4.3.1	筑山 .....	97
4.3.2	理水 .....	97
4.3.3	建筑营造 .....	98
4.3.4	动植物 .....	100
4.3.5	书画墨迹 .....	100
4.4	中国园林的主要构景手法 .....	101
4.4.1	抑景 .....	101
4.4.2	透景 .....	101
4.4.3	添景 .....	102
4.4.4	借景 .....	102
4.4.5	夹景 .....	102
4.4.6	对景 .....	102
4.4.7	框景 .....	102
4.4.8	漏景 .....	103
	相关阅读 .....	103
	小结 .....	105
	练习题 .....	105
	复习 .....	105
	思考讨论 .....	105
<b>第 5 章</b>	<b>中国饮食文化 .....</b>	<b>106</b>
5.1	中国饮食文化概述 .....	106
5.1.1	中国饮食文化概述 .....	106
5.1.2	中国饮食文化的发展与传播 .....	109
5.2	八大菜系及地方风味小吃 .....	112
5.2.1	中国的八大菜系 .....	112
5.2.2	地方风味小吃 .....	116
5.3	中国茶文化 .....	117
5.3.1	茶的起源与茶类 .....	117
5.3.2	茶品、茶具、茶人与茶饮 .....	119
5.3.3	茶艺与茶道 .....	124



5.4 中国酒文化 .....	127
5.4.1 酒的起源 .....	127
5.4.2 酒的种类 .....	129
5.4.3 酒文化的概念与表现形式 .....	131
5.4.4 中国名酒鉴赏 .....	137
相关阅读 .....	140
小结 .....	141
练习题 .....	142
复习 .....	142
思考讨论 .....	142
<b>第6章 中国民俗文化 .....</b>	<b>143</b>
6.1 民俗文化概述 .....	143
6.1.1 民俗的定义 .....	143
6.1.2 民俗的分类 .....	144
6.1.3 民俗文化的功能 .....	144
6.2 服饰民俗 .....	145
6.3 饮食民俗 .....	146
6.4 居住民俗 .....	148
6.5 岁时节日民俗 .....	151
6.5.1 春节 .....	152
6.5.2 元宵节 .....	153
6.5.3 清明节 .....	153
6.5.4 端午节 .....	154
6.5.5 中秋节 .....	155
6.5.6 古尔邦节 .....	155
6.5.7 歌圩节 .....	156
6.5.8 泼水节 .....	156
6.6 人生礼仪民俗 .....	157
6.6.1 诞生礼仪 .....	157
6.6.2 婚嫁礼仪 .....	157
6.6.3 寿辰礼仪 .....	159
6.6.4 丧葬礼仪 .....	160
6.6.5 礼节与禁忌 .....	160
6.7 民俗文化旅游的开发 .....	161
相关阅读 .....	162



小结	164
练习题	164
复习	164
思考讨论	164
<b>第7章 中国民间工艺文化</b>	<b>165</b>
7.1 中国陶瓷文化	165
7.1.1 陶瓷文化与神话传说	165
7.1.2 陶瓷文化与民俗文化	166
7.1.3 中国陶器与中国瓷器	167
7.2 中国织绣文化	168
7.2.1 中国织绣的发展历程	168
7.2.2 中国丝织艺术	168
7.2.3 中国刺绣艺术	170
7.3 中国剪纸艺术	171
7.3.1 中国民间剪纸的历史	171
7.3.2 中国剪纸艺术的特点与风格	172
7.4 中国扇艺	173
7.4.1 扇子的源流与发展	173
7.4.2 百花争艳的民间扇艺	174
7.5 中国年画	175
7.5.1 苏州桃花坞年画	176
7.5.2 天津杨柳青年画	177
7.5.3 山东潍坊杨家埠年画	178
7.5.4 四川绵竹年画	179
7.6 中国民间雕塑文化	180
7.6.1 中国民间雕塑的起源	180
7.6.2 中国民间雕塑的种类	182
7.7 中国编织艺术	186
7.7.1 中国竹文化与竹器编织	186
7.7.2 中国结	187
7.8 其他中国民间工艺艺术	187
7.8.1 景泰蓝工艺艺术	187
7.8.2 漆器工艺艺术	188
相关阅读	189
小结	193



练习题 .....	194
复习 .....	194
思考讨论 .....	194
<b>第 8 章 中国聚落文化 .....</b>	<b>195</b>
8.1 聚落文化与旅游 .....	195
8.1.1 聚落文化的含义 .....	195
8.1.2 中国城市的发展类型 .....	196
8.2 中国历史文化名城 .....	197
8.2.1 北京 .....	197
8.2.2 安阳 .....	199
8.2.3 开封 .....	200
8.2.4 洛阳 .....	201
8.2.5 西安 .....	203
8.2.6 南京 .....	204
8.2.7 杭州 .....	206
8.3 名城名镇文化举例 .....	207
8.3.1 江苏省吴江市同里镇 .....	207
8.3.2 安徽省黟县西递镇 .....	208
8.3.3 浙江省桐乡市乌镇 .....	209
8.3.4 浙江省嘉善县西塘镇 .....	210
8.3.5 江南第一风水村郭洞古生态村 .....	211
8.3.6 云南省会泽县娜姑镇白雾村 .....	212
相关阅读 .....	214
小结 .....	215
练习题 .....	215
复习 .....	215
思考讨论 .....	215
<b>第 9 章 中国旅游山水文化 .....</b>	<b>216</b>
9.1 山水文化概述 .....	216
9.2 山岳文化 .....	217
9.2.1 东岳泰山 .....	217
9.2.2 西岳华山 .....	218
9.2.3 南岳衡山 .....	219
9.2.4 北岳恒山 .....	220
9.2.5 中岳嵩山 .....	221



9.2.6	佛教名山普陀山 .....	222
9.3	江河文化 .....	222
9.3.1	长江三峡 .....	223
9.3.2	黄河壶口瀑布 .....	224
9.3.3	运河览胜 .....	224
9.3.4	钱塘观潮 .....	224
9.4	湖泊水域文化 .....	225
9.4.1	杭州西湖 .....	225
9.4.2	无锡太湖 .....	225
9.4.3	新疆天池 .....	226
9.4.4	昆明滇池 .....	226
9.4.5	洞庭湖 .....	227
9.4.6	鄱阳湖 .....	227
9.5	海滨文化 .....	228
9.5.1	北戴河海滨 .....	228
9.5.2	青岛海滨 .....	229
9.5.3	三亚海滨 .....	229
9.6	森林风景文化 .....	230
9.6.1	福建武夷山 .....	230
9.6.2	云南西双版纳 .....	230
9.6.3	湖北神农架 .....	231
9.6.4	湖南武陵源 .....	231
9.6.5	四川九寨沟 .....	232
9.7	石林溶洞瀑布文化 .....	233
9.7.1	桂林山水 .....	233
9.7.2	石林奇观 .....	234
9.7.3	黄果树瀑布 .....	234
	相关阅读 .....	235
	小结 .....	239
	练习题 .....	240
	复习 .....	240
	思考讨论 .....	240
<b>第 10 章</b>	<b>中国旅游文学艺术 .....</b>	<b>241</b>
10.1	旅游文学艺术的含义和功能 .....	241
10.1.1	旅游文学艺术的含义 .....	241



10.1.2	旅游文学艺术的功能	243
10.2	中国旅游文学的发展轨迹	245
10.2.1	旅游文学的奠基：先秦两汉	245
10.2.2	旅游文学的兴盛：魏晋南北朝	246
10.2.3	旅游文学的繁荣：唐宋	247
10.2.4	旅游文学的持续发展：元明清	248
10.2.5	旅游文学的突变：现当代	249
10.3	中国旅游文学	250
10.3.1	诗歌	250
10.3.2	词曲	252
10.3.3	旅游散文	254
10.3.4	旅游楹联	256
10.3.5	其他	258
10.4	中国主要传统艺术	260
10.4.1	书法艺术	260
10.4.2	绘画艺术	263
10.4.3	雕塑艺术	265
10.4.4	戏曲艺术	267
	相关阅读	270
	小结	272
	练习题	272
	复习	272
	思考讨论	272
<b>第 11 章</b>	<b>中国宗教文化</b>	<b>273</b>
11.1	佛教文化	273
11.1.1	佛教的起源与发展	273
11.1.2	佛教的传播	274
11.1.3	佛教的基本教义和供奉对象	276
11.1.4	佛教建筑、绘画与塑像、佛教音乐	283
11.2	道教文化	294
11.2.1	道教的起源和发展	294
11.2.2	道教的基本教义和供奉对象	295
11.2.3	道教建筑	297
11.3	基督教文化	298
11.3.1	基督教的起源与发展	298



11.3.2	基督教的基本教义	299
11.3.3	基督教的礼仪	300
11.3.4	基督教的节日	301
11.3.5	基督教的典籍	302
11.3.6	基督教的建筑	302
11.3.7	基督教音乐	302
11.4	伊斯兰教文化	303
11.4.1	伊斯兰教的起源与发展	303
11.4.2	伊斯兰教的传播	303
11.4.3	伊斯兰教教义	303
11.4.4	伊斯兰教典籍	306
11.4.5	伊斯兰教圣地	306
11.4.6	伊斯兰教节日	307
11.4.7	伊斯兰教建筑	309
	相关阅读	311
	小结	312
	练习题	312
	复习	312
	思考讨论	312
附录 1	全国历史文化名城目录	313
附录 2	全国历史文化名镇目录	314
附录 3	全国历史文化名村目录	316
	参考文献	318

# 第 1 章

## 中国旅游文化总论

旅游文化是旅游学和文化学的交叉，也是一门横跨文学、历史、地理、美学、宗教、哲学、艺术以及其他一些自然科学门类的新兴学科。中国旅游文化伴随着旅游活动的产生而产生，以华夏文化为母体，是中国文化与旅游相结合、相融会的产物，其内涵十分丰富，外延极其宽广。要深入了解和掌握中国旅游文化，首先要明确旅游文化学科中的一些基本概念和理论。

### 1.1 旅游与文化

#### 1.1.1 旅游文化定义及其三大类型

##### 1. 旅游文化的概念

旅游文化这一名词实际上是舶来品，最早出现于美国学者罗伯特·麦金托斯和夏希肯特·格波特合著的《旅游学——要素·实践·基本原理》书中。近十余年来，出于学科建设的需要，我国学者开始重视对旅游文化的研究。

旅游文化是人类文化中的一种特殊形式，它以一般文化的内在价值因素为研究依据，同时又与旅游活动密切相关。由于当前世界各国学者对“文化”这一概念的理解存在很大分歧，导致了对“旅游文化”也形成了众多不同的认识和解释，至今理论界对旅游文化的概念还没有形成较为一致的看法。因此，要明确旅游文化的定义，首先应对文化的概念做一探索。

##### (1) 文化的定义

目前，国外关于文化概念的表述至少有 250 种以上，可见，要给文化下一个确切的定义，是一个非常复杂而困难的问题。文化学奠基者、英国人类学之父泰勒在 1871 年出版的《原始文化》一书中给“文化”的定义为：文化“是由知识、信念、艺术、伦理、法律、习俗以及作为社会成员的人所需要的其他能力和习惯



所构成的综合体”。

《苏联大百科全书》(1973年版)中将文化概念作了广义和狭义的区别,认为广义的文化,“是社会和人在历史上一定的发展水平,它表现为人们进行生活和活动的一种类型和形式,以及人们所创造的物质和精神财富。”作为狭义的文化,“仅指人们的精神生活领域”。

《大英百科全书》(1973~1974年版)赞同将文化概念分为两类。第一类是一般性的定义,即文化同于“总体的人类社会遗产”。第二类是多元的、相对的文化概念,即“文化是一种渊源于历史的生活结构的体系”,包括“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场中的体现”。

我国学者对文化也有精辟的归纳和论述,指出“文化是人的价值观念在社会实践中对象化的过程与结果。人类实现‘自然的人化’,包括外在文化产品的创制和内在主体心智的塑造,因此,文化分为技术体系和价值体系两大部类。技术体系表现为文化的器用层面,它是人类物质生产方式和产品的总和,是整个文化大厦的基石;价值体系表现为文化的观念层面,即人类在社会实践和意识活动中化育出来的价值取向、审美情趣、思维方式,凝聚为文化的精神内核;介乎二者之间的,是文化的制度层面,即人类在社会实践中建构的各种社会规范、典章制度;还有文化的行为层面,即人类在交往中约定俗成的习惯定势,以及礼俗、民族、风俗形态出现的行为模式”。

上述关于“文化”的各种定义,尽管相互之间存在着差异,但共同的一个意义是文化被认为是人类社会历史的精神与物质的整个复合体。

关于文化的结构,文化学家们比较一致的看法是,文化由三个不同的要素和层面构成:一是文化的物质要素和物质层面,即通常所说的物质文化,主要包括各种生产工具、生活用具以及其他各种物质产品;二是文化行为要素和行为方式,即通常所说的行为文化,主要包括行为规范、风俗习惯、生活制度等;三是文化的心理要素和精神层面,即通常所说的精神文化或观念文化,主要包括思维方式、思想观点、价值观念、审美情趣、道德情操等。

庞朴先生认为,文化应由“物质的一制度的一心理的(精神的)”三个不同层次的结构构成,其中,“文化的物质层面,是最表层的;而审美情趣、价值观念、道德规范、宗教信仰、思维方式等,属于最深层;介乎二者之间的,是种种制度和理论体系。”这种观点在我国学术界影响最大,也最为流行。

## (2) 旅游文化的定义

目前我国旅游学界对旅游文化概念的界定主要有以下几种理解:

1) 旅游文化是与旅游有关的物质财富与精神财富的总和。它是人类过去和现在所创造的与旅游活动紧密相关的精神文明与物质文明。



2) 旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒介相互作用的结果。它不是旅游和文化的简单组合,而是旅游主体(旅游者的文化要求和情趣)、旅游客体(旅游资源的文化内涵和价值)、旅游媒介(旅游业的文化意识和素质)三者相互作用所产生的物质和精神成果。具体地说,“潜在的旅游者由于受到旅游动机的冲击和旅游客体的吸引,在旅游业的介入下,实现了旅游,在旅游过程中产生了欢快愉悦的心理状态和审美情绪,这种心态和情绪是旅游三要素中任何一个要素都没有的。这就是旅游文化最初和最核心的部分。”因此,旅游者处于旅游文化的中心位置,旅游者在旅游活动中所显示出来的特殊的欣赏取向、审美情绪、心理状态及其文字、形象的记载,构成了旅游文化的主要内容。

3) 旅游文化是旅游生活的一种文化形态,是旅游这一独特的社会现象体现出来的文化。它是由旅游者与旅游从业者在旅游活动中共同创造的,说得具体一点,就是旅游者或旅游服务者在旅游观赏中或服务过程中所反映出来的观念形态及其外在表现。

4) 旅游文化是奠基于人类追求人性自由、完善人格而要求拓展和转换生活空间的内在冲动,其实质是文化交流与对话的一种方式。它是世界各区域民族文化创造基础上的后现代全球化趋势中大众的、民间的休闲消费文化。

这几类定义从不同角度揭示了旅游文化的本质属性。在本教材中我们把旅游文化定义为:

旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒介之间相互碰撞、作用而产生的各种物质财富和精神财富以及各种文化现象的总和。

## 2. 旅游文化的三大类型

学术界对中国旅游文化类型的理解,由于角度不同、标准不一而观点各异。有的学者从文化结构角度出发,将旅游文化分成旅游物质文化、旅游制度文化和旅游精神文化;有的学者根据旅游文化的地域差异性对其进行分类,以中国古代旅游文化为例,就有齐鲁旅游文化、三晋旅游文化、关陇旅游文化、吴越旅游文化、荆楚旅游文化、巴蜀旅游文化和岭南旅游文化等;还有学者根据旅游活动食、住、行、游、购、娱等内容,将旅游文化分成旅游饮食文化、旅游服饰文化、旅游园林建筑文化、旅游娱乐文化、旅游宗教文化等。本教材中,我们倾向于借鉴卢云亭先生的观点,从旅游的三大基本要素出发,将旅游文化划分为旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化三大类。

1) 旅游主体文化。包括旅游者自身的文化素质、兴趣爱好、性格心理、行为方式及旅游者的政治主张、思想和信仰,以及旅游者的职业、生活背景等。

2) 旅游客体文化。包括旅游历史文化、旅游地理文化、旅游饮食文化、旅游服饰文化、旅游园林文化、旅游建筑文化、旅游宗教文化、旅游民俗文化、旅游



娱乐文化、旅游文学艺术，以及人文化的自然景观等。

3) 旅游介体文化。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、导游文化、旅游政策法规，以及其他旅游中介文化。

### 1.1.2 旅游与文化的关系

旅游与文化之间紧密相联，有着不可分割的关系。中国文化孕育了旅游，是旅游文化的母体，旅游与旅游文化是中国文化的重要组成部分；另一方面，旅游是中国文化的载体和媒介，古老灿烂的中华民族优秀文化，相当程度上是靠中国旅游才得以传播和弘扬的。旅游，既是中国文化的消费过程，又是中国文化的创造过程。通过旅游，中国文化得到丰富、发展和提高，中国经济得到进一步的振兴和繁荣，中国的物质文明和精神文明建设也得到长足的进步。

#### 1. 旅游是一种文化现象，“旅游”与“文化”并蒂连生

旅游主要是一种社会经济现象，但在本质上“是一种文明所形成的生活方式，是一种文化现象，一个系统，是人类物质文化生活和精神文化生活的一个最基本的组成部分，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的活动，为实现自身某种需要而作的非定居的旅行的一个动态过程的复合体。”由此可见，旅游属于文化范畴，是文化的一个内容。

#### (1) “文化”溯源

旅游与中国文化，虽属特殊、个别，但总体上却不能不遵循特殊性寓于普遍性的规律。而且，就“旅游”与中国“文化”的特殊性而言，旅游与中国文化的关系，较一般尤为密切。具体可以从中国“旅游”与“文化”各自创生的历程及相互之间的关系中得到例证。

“文化”一词在中国出现很早，《周礼正义》卷三云：“观乎人文以化天下”，这是“文化”一词见于中国典籍的开始。《周礼正义》卷所谓“观乎人文以化天下”的“观”，实即《周易》中的“观光”之“观”。《周易观卦》云：“观国之光，利用于宾于王”、“观国之光，尚宾也”、“下观而化”、“观天之神道，而四时不忒”。《周易·观第二十》中的“观光”一词，用我们今天的话说，就是旅游，它是现代旅游的同义词。东邻日本因受中国文化影响较深，因此，日文中一直把汉语中的旅游、游览称为“观光”。整个中国“文化”的诞生历程，明显昭示了这样一个事实：旅游是孕育“文化”的媒体，是“文化”的一项内容；旅游创始了中国“文化”，中国“文化”诞生始初，就作为旅游的一个内容，与旅游结下了不解之缘。



## (2) “旅游”溯源

中国是一个有着五千年悠久历史的文明古国，是世界文明的发源地之一。博大精奥的中国文化造就了独具特色的中国“旅游”文化，“旅游”在中国自有其生成、发展的土壤和历史。

“旅”“游”二字在中国出现很早。在“旅游”一词正式出现之前，中国古代的旅游活动常常是用独立的“游”字来概括和表现的。如《尚书·大禹谟》：“罔游于逸。”《尚书·皋陶谟》：“惟漫游是好。”《诗经》：“驾言出游，以写（泻）我忧。”《楚辞·远游》：“悲时俗之迫厄兮，愿轻举而远游。”《史记·太史公自序》：“二十而南游江淮”，等等。这些“游”都是指具体的旅游活动，无不体现着现代旅游中那种自娱自乐的审美和行为心理特征。

“旅游”一词，诞生在魏晋南北朝时期。南朝梁诗人沈约写有《悲哉行》诗，诗云：“旅游媚年春，年春媚游人。徐光旦垂彩，和露晓凝津。时嚶起稚叶，蕙气动初蘋。一朝阻旧国，万里隔良辰。”这是迄今所知“旅游”一词见于中国典籍的开始，它比西文 Tourism 一词的出现要早 1300 多年。到了唐代，“旅游”一词开始被大量运用，韦应物《送姚孙还河中》诗中就有：“上国旅游罢，故园生事微，风尘满路起，行人何处归。留思芳树饮，惜别暮春晖。几日投关郡，河山对掩扉。”张籍《岭表逢故人》也有：“过岭万余里，旅游经此稀。相逢去家远，共说几时归。海上见花发，瘴中鸣鸟飞。炎州望乡伴，自识北人衣”之句。白居易《宿桐庐馆同崔存度醉后作》也说：“江海飘飘共旅游，一尊相劝散穷愁。夜深醒后愁还在，雨滴梧桐山馆秋。”这样的例子，我们还可以举出许多。

综合以上对“旅游”与“文化”的考察，从中可以看出，“旅游”与“文化”密不可分，两者俱时俱生，共同根植于中国文化这一土壤；“旅游”是“文化”的手段和工具，是“文化”出现的前提；没有“文化”就没有“旅游”；同样，“文化”是“旅游”的结果和目的，或者说是一种具体的表现形式，没有“旅游”就没有“文化”。“旅游”与“文化”并蒂连生，从它们诞生的那天起，就结下了密不可分的因果关系。“旅游”创生了“文化”，“文化”丰富了“旅游”，“旅游”与“文化”，都是中国文化的产物。

## 2. 中国文化孕育了旅游

旅游与中国文化之间存在着制约关系，中国文化孕育了（中国的）旅游，旅游又受制于中国文化。旅游与中国文化的这种制约关系，具体说来，有以下几个特点：

### (1) 制约性

中国文化制约并决定了中国旅游的发展方向和发展模式。一般来说，时代开明，文化昌盛，经济繁荣，社会稳定，国力强盛，旅游就相对活跃，而且往往产



生积极的影响。反之，政治动荡，经济衰败，文化颓废，旅游就相对萧条，而且往往产生消极的影响。

#### (2) 同步性

中国古代旅游与中国文化的发展呈现出一定的同步性：中国文化的发展经历了兴起、发展、繁荣、稳定四个阶段，中国古代旅游的发展也经历了兴起、发展、兴盛和成熟四个时期。

#### (3) 折射性

中国古代旅游就好像是中国古代文化的一面折光镜，在这里镜子里，或隐或显地反映出时代文化的影子，或强或弱地袒露着中国文化的灵魂。

#### (4) 相融性

由于旅游本身是一种文化行为和文化现象，所以，作为中国文化的一个部分、一个内容，中国文化与旅游并无矛盾，而且完全相融，共同组成了一个有机的统一体。

#### (5) 同源合体

中国文化与旅游，同源合体。先秦神化，两汉君子化，魏晋玄虚化，南朝隐逸化，唐宋志士、仁人、学者化，明清艺术化，既是中国文化的时代特征，也是中国旅游的时代特点，在本质上合二为一。

### 3. 中国旅游启动着中国文化的创造

旅游受制于中国文化，这是旅游与中国文化关系的一个侧面。旅游与中国文化的另一个侧面是，旅游毕竟是一种独立的社会文化现象，它受制于中国文化，又游离于中国文化，给予文化以伟大影响和作用。

旅游最能集中体现一个民族的文化素质。作为启动中国文化创造的一种内力，旅游在中国旅游组织、人伦观念、神话思想、宗教情感、哲学观念、巫术迷信、生产活动、艺术创造，以及生活风俗中都有充分展现，并发挥着组织、教化、认识、改造、选择、整合、满足等不同功能。旅游的这种反作用功能体现在其与政治、经济、军事、哲学、宗教、文学艺术、民俗等中国文化的不同层面的密切关系之中。

综上所述，旅游是中国最常见的一种行为模式。凝聚着中华民族创造精神的中国旅游文化，是中国文化史上历时最久、应用最广、民俗功能最多、民间性最强的文化长链之一。几千年来，它同其他文化一起，参与了整个中华民族文化的构造，包含了中国文化得以维系的几乎全部因素。如果单纯从政治或经济的某一角度去理解或判断旅游，都难免会作出片面的结论。只有进行全方位的考察，立体的探索，以及系统的论证，才能揭示旅游的真实面貌和实际作用，揭示旅游在中国文化史上的过去、现在和将来。



### 1.1.3 中国旅游文化的种类及特征

#### 1. 中国旅游文化的种类

因为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,所以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。中国旅游与文化从来都是密不可分的。中国旅游文化及主要内容有多种形式的分类法,主要包括以下分类:

1) 中国传统文化、中国宗教文化、中国民俗文化。其中传统文化主要包括中国哲学(传统文化的灵魂)、古代建筑、古代美术、古代山水旅游文学、古代表演艺术、古代工艺、饮食文化、古代的教育——育才(文化的摇篮)、中医学与养生学(传统文化的珍品)等。

2) 旅游历史文化、旅游宗教文化、旅游园林文化、旅游建筑文化、旅游服饰文化、旅游饮食文化、旅游民俗文化、旅游文学、旅游艺术等。

① 中国旅游历史文化。中国是一个有着悠久历史的国度,在世界文明之林中,唯有中国文化历经磨难而长盛不衰。中国历史文化向人们展示的内容是多方面的。从旧石器时代远祖的遗迹,到明清宫廷的辉煌建筑,其间历史变迁和民族融合所显示的悠久文化,令人叹为观止。中国历史文化是统一性和多样性的相互结合,在各民族共同创造的基础上产生发展的,它既有雄浑鲜明的主体个性,又呈现出千姿百态的差异。从齐鲁文化到岭南文化,从三晋文化到荆楚文化,从吴越文化到巴蜀文化,相互辉映,支撑起中华文明的大厦。而旅游作为一种社会现象,在人类社会早期便已存在,中华民族历来是个酷爱旅游的民族,有文字记载的旅游活动至少也可以追溯到先秦时期。随着朝代更迭、历史与社会的发展变化,旅游活动也经历了兴衰起伏的发展变化过程。中国旅游历史文化既给人以历史的沉思,又给人以美的感受,旅游者可从中深切地体会到其中博大精深的底蕴。

② 建筑文化。中国古代建筑伴随着古老的中华文明,有着近五千年的延续不断的历史。它是指古代各族人民修建的,具有中华文化积淀,至今仍有观赏价值的建筑物。早在殷商时代中国就建造了大规模的宫室和陵墓,在其后数千年的历史发展中,中国建筑取得了很高的技术和艺术成就,形成了风格独具的建筑体系。中国建筑文化是中华文化的缩影,它在我国旅游事业中占有很重要的地位,是我国最有魅力的旅游吸引物之一。我国的一些古建筑,如长城、故宫,是带有垄断



性的旅游资源，是来华旅游者非到不可的圣地。其他许多古建筑包括素朴淡雅的民居也都具有极高的观赏价值，充分展示了中国建筑文化高度的审美意义和旅游价值，让无数中外游客流连忘返。

③ 园林文化。园林是中国建筑艺术中的一个重要类型，是中国旅游文化的一个重要组成部分。中国园林是将自然界美丽的景色经过组织、浓缩，按艺术家的构思再现出来的一种艺术。它把自然美和艺术美有机地结合在一起，运用中国山水画的手法，巧妙地把大自然的风景，浓缩到一个有限的空间里，并点缀建筑于其间，使人从中欣赏到大自然的奇峰、异石、流水、湖面、名花、芳草以及精巧玲珑的亭台楼阁，构成一个充满情趣、富有意境美的立体环境。它既讲究景色的天然之趣，又强调艺术家的审美情趣；既突出山水花草等自然景物的造景作用，又重视其他艺术手段的辅助和点缀，具有极高的艺术表现力和感染力。中国园林是中国建筑艺术的珍品，具有很高的旅游价值。精巧玲珑、秀丽典雅的江南名园使人赏心悦目，规模宏大、富丽华彩的皇家园林令人惊叹，风景优美、富于野趣的寺庙园林也让人驻足流连。

④ 饮食文化。中国饮食文化是指中华民族的饮食、饮食加工技艺及以饮食为基础的美学思想、饮食习俗风尚等。在游客的食、住、行、游、购、娱诸项旅游活动中，饮食是一切活动的基础。同时，在我国特定的历史条件下，饮食又有着特殊的地位和含义。中华民族，特别是汉民族是一个无所不吃的民族。中餐菜食的选料、烹制、盛器等都十分讲究，色、香、味、形、器皆很巧妙，举世无双，而且民族食艺、食风、食味各不相同，更使中国饮食文化别具情调。所以，外国游客在中国旅游过程中，也往往把品尝中国的传统菜食作为他们的旅游目的之一。比如，有些游客在北京除了游览故宫、长城等景点外，会专门抽出时间到全聚德品尝北京烤鸭，临回国还要带上几只。当然，在中国饮食大家庭中，饮与食密不可分，酒文化与茶文化中也同样包含了丰富的内涵。

⑤ 民俗文化。正所谓“十里不同风，百里不同俗”，中国因地大物博、人口众多而形成了丰富多彩、千姿百态的民俗文化。中国的传统节庆、服饰、居住、婚丧习俗、民间娱乐等，不仅与西方截然不同，就是在我国国内，古代与近现代之间，南北与东西之间，汉民族与各少数民族之间，也存在着巨大差异。比如汉民族有春节、中秋节、端午节、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，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，壮族有歌圩节等。每种节庆都有各自的特点，每种庆典都有其不同的仪式，可谓多姿多彩，令人应接不暇。又如，在居住方面，中国北方以土炕为主，黄土高原有传统的窑洞，南方则有冬暖夏凉的竹楼等，这些颇具特色和差异性的民俗给人带来新鲜感、奇特感、快乐



感和美的享受，所以吸引了众多游客的视线。

⑥ 民间工艺文化。工艺美术是指手工创造的形象的文化语言。民间工艺文化是中国传统文化的一个侧面，它通过色块、线条、艺术体态等具体形式传递中国文化具象或抽象的内涵，包括了陶瓷艺术、青铜艺术、雕刻艺术、染织刺绣艺术、漆器艺术、编织艺术、剪纸艺术等众多方面的内容。民间工艺文化有着鲜明的民族特色，是中国旅游文化的一项重要内容，购买和欣赏各地不同的工艺美术作品，与其说是取得艺术作品的自身价值，毋宁说是在其自身价值背后，加深理解中国文化的深层内涵，陶冶性情，培养更高的艺术鉴赏能力。中国工艺美术作品种类繁多而复杂，历史悠久、做工精美、形象传神，备受中外游人的青睐，是旅游文化的重要资源。

⑦ 中国聚落文化。在人类发展的历史长河中，聚落文化是人类从游牧、采集、狩猎生活走向定居生活这一过程中产生的一种文化形态。人类的聚居地有着鲜明的文化特色，聚落文化从不同层面展现了人类在各个时期生活方式的变化，也集中反映了人与环境和自然之间的互动关系。那些有着良好人文生态环境的古镇、历史文化名城，不仅体现了华夏民族的生存智慧，而且也应成为全人类的文化遗产。聚落文化的文化内涵很丰富，无论是古村落、古城镇还是历史文化名城，如浙江西塘、江苏周庄等，都是一种可观、可游、可居地非常宝贵的旅游文化资源，开发价值很大，对游客来说具有很强的吸引力。

⑧ 旅游山水文化。旅游与山水文化是旅游文化体系的重要构成，也是被开发和利用的旅游资源的重要组成部分。它主要涵盖了以山水景观、自然风貌为载体的各种旅游吸引要素，包括旅游景观生成、发展的历史文化背景。中华民族有着喜好山水游的历史传统，历代无数的先贤、先哲在遨游祖国大好河山，充分领略山水之美后，总要以文、以诗甚至以画的形式记录下来，这不仅丰富了我国的自然美学思想，而且也使我国的旅游山水文化内涵变得更加丰厚立体。总之，我国的山水文化有着深厚的积淀而且具有较高的审美价值，如山岳文化、江河文化以及海滨文化等，因此吸引了无数中外游客前往游览。

⑨ 旅游文学艺术。旅游生活是旅游文化艺术的创作源泉，而旅游文学艺术的出现又为山川景胜增添了光彩。在旅游文化的大家庭中，旅游文学内容丰富，自成体系。它伴随着旅游活动的出现而产生，伴随着文学艺术的发展而进步，既推动了旅游事业的进步，又促进了文学艺术的发展。所以，它占据了旅游文化体系中的特殊地位。一般而言，旅游文学包括旅游风景名胜传说、游记、记游诗词、碑刻、楹联以及一些专门的旅游著作等。在我国，经过文人赞美而驰名天下的名胜景点，不胜枚举，诸如号称人间天堂的苏杭，山水甲天下的桂林，名山中的黄山，江南名楼滕王阁、岳阳楼等，都是同著名的作家和他们笔下情景俱佳的旅游作品联系在一起。现代人读到前人的旅游文学名篇，往往想追



寻其遗踪前往一游。愈是名胜景点，旅游作品愈多，而名家名篇，交相辉映，自然成趣，是我国旅游文化的特色。此外，雕塑、绘画、书法、音乐等艺术门类作品，也能成功地把艺术感染力注入旅游活动，增添旅游者的游兴。如我国敦煌石窟、兰亭便是旅游者趋之若鹜的旅游胜地。中国旅游文学艺术是存留下来的重要文学艺术遗产和丰富的旅游资源，它将为发展繁荣我们今天的旅游事业、旅游文化提供重要的借鉴。

⑩ 宗教文化。宗教与旅游都是人类文化精神的组成部分。宗教是一个动态的概念，是一种与特定的时代相联系，具有多种表现形态和丰富内涵的社会性的精神现象和文化现象。在中国复杂的宗教体系中，既有土生土长的原始宗教道教，也有外来的世界三大宗教——佛教、伊斯兰教和基督教，民间还存在着其他一些小的宗教。中国宗教文化是一个丰富多彩的立体图画，它为后人留下了大量宗教文化遗迹，向人们展示的内容是多方面的，从宗教的生长和流传演变，从宗教文化与中国传统文化及自然山水的完美结合，从其独特的建筑风格、壁画、石窟、经幢、塔庙、道观乃至宗教习俗、经传、音乐、服饰等无不对旅游者开拓眼界、增长知识、陶冶情趣具有潜移默化的影响。

## 2. 中国旅游文化的特征

旅游文化作为文化的一种类型，有着一般文化形态都具有的共同属性，但它又是一种特殊类型，有着自己的特殊性质。这种共性和个性一起构成了旅游文化的特征，即综合性、传承性、民族性、区域性和时代性。

### (1) 综合性，即形态的多样性和消费的广泛性

1) 形态的多样性。旅游文化有多种形态，既有物质文化形态，如积淀着饮食文化内涵的名菜名点、具有民族风格的民居民宅等，又有精神文化形态，如风景区的楹联碑刻、故事传说；既有文物古迹等古代文化，又有星级饭店、人造景观等现代文化；既有戏曲、武术等民族传统文化，又有西式快餐、迪士尼乐园等移植的异国文化；五花八门、不一而足。旅游文化是人类众多文化现象的复合体。

2) 消费的广泛性。旅游文化是一种消费对象。它贯串了旅游活动的整个过程，弥散于活动的各个方面。旅游者食、住、行、游、购、娱六项主要活动中，都充满着对文化的追求。游、娱两项纯属精神消费，即使在行、住、食、购方面，旅游者也并不满足于一般的生活需求。外国旅游者舍去舒适快捷的交通工具而骑着骆驼在戈壁沙漠中跋涉；不住星级饭店而宁愿挤在傣族小竹楼或蒙古包里；不惜忍受某种“痛苦”品尝有异国风味的小吃；花费巨款购买中国的文物古董。可以说，在旅游者的全部旅游经历中，他每时每刻都在自觉或不自觉地追求并消费着旅游文化。



## (2) 传承性，即旅游文化的历史继承性和演进性

旅游文化是人类文化长期演变的结果，这中间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和融合。这种传承、演变，又可分为进化、涵化两种情况。

进化，即旅游文化的发展是一个由低级向高级，由简单到复杂的循环渐进过程。我国是文明古国，许多旅游文化现象可追溯到史前时代。它们世代相传，具有极强的继承性，同时又代有创新，呈现出明显的进化痕迹。例如，中国表演艺术的精华——戏曲，就起源于原始社会的巫舞和傩舞。那只是一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，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。艺术成就越来越高，艺术形式越来越复杂。但不管它们如何发展变化，都继承了中国戏曲唱、念、做、打结合，有角色行当、写意、虚拟、程式等一系列截然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。

涵化，即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。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。经过社会自身的调整，一种非彼非此、亦彼亦此的新文化被综合出来。现在成为我国重要的人文旅游资源的佛教文化就是文化涵化的结果。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形式和内容，佛教也开始“中国化”，到隋唐时期成为以禅宗为中心的中国佛教。其占统治地位的禅宗完全是中国化了的佛教，受道家思想和儒家思想的影响极深，和印度的原始佛教有很大的区别。

传承性是旅游文化很重要的特点，它对我们了解许多旅游资源的文化内涵极具指导意义，可以帮助我们深刻剖析文化内涵的层次性、丰厚性和独特性。而这往往是旅游资源的价值所在。

## (3) 民族性，即旅游文化的民族特征

每个民族、每个国家都有自己的旅游文化。旅游文化的民族特性就是这个民族的精神、性格、共同心理素质在旅游文化中的体现，是与其他旅游文化不同的特异性所在。中国旅游文化门类繁多，形态复杂，但都具有强烈的民族特征，体现了华夏民族聪慧、勤勉、务实、含蓄的民族性格和坚忍不拔、勤奋进取的民族精神，显示出一些独特的价值观念和审美观念。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。以中国古代建筑为例，现有的很多古代宫殿、寺庙、民居、园林建筑，都非常重视与周围大自然环境的协调，随地形高



低错落、相宜布局，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就是华夏民族崇尚自然，“天人合一”，追求与大自然的和谐相处、共同发展的民族性格和价值观念的生动体现。

民族性是旅游文化的独特个性，是吸引旅游者的魅力所在，从某种意义上来说，民族性是旅游文化的“灵魂”。当然，这种民族性中也有糟粕，如体现在某些中国旅游文化现象中的等级尊卑观念、轻视妇女等封建性糟粕，是我们应该正视和予以批判的。

#### （4）地域性，即旅游文化具有的地方特色

如果说，民族性主要表现了不同民族的旅游文化之间的差异，那么地域性则体现了同一民族不同地区旅游文化之间的差异。地域性与一个地区的自然地理环境、经济发展、当地居民世代相传的风俗人情、审美观念都有关系。我国的旅游资源向来有“南秀北雄”的说法，就是旅游文化地域性的形象说明。我国北方的华北地区平原辽阔、山地雄伟、高原切割对比强烈，自然风光雄伟壮丽，但气候、资源等生存条件并不优越。先民含辛茹苦、顽强拼搏，才得以生息繁衍，从而形成了强悍拙直的民风，自古有“燕赵多慷慨悲歌之士”之说。因此，它的众多旅游景观带有雄浑、粗犷、大器的地域特色。江南地区则地形复杂，多绵延的丘陵、纵横的河流，景色秀丽妩媚，民风则聪颖柔弱。许多旅游资源都有灵秀、小巧、雅致的特色。而楚（今两湖地区）文化，又是另一种风格。楚地先民好祀鬼神，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，产生过《离骚》、《庄子》等巨著。楚地的旅游文化，又显示出瑰丽、雄奇而略带神秘感的特色。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、旅游服务的独特优势。

#### （5）时代性，即旅游主体文化子系统具有时代性特点

旅游主体文化子系统呈现出时代性特点，不同时代旅游主体的旅游文化观念和行为方式是有差别的。从旅游主体的旅游性格上来看，古代中国人表现为拘谨和内向性格，而今天的旅游者，尤其是青年旅游者则表现出开放和外向性格。从旅游主体的构成上看，也呈现出时代性特征。古代休闲性旅游者多为上层贵族，而今天的旅游主体则以劳动大众为主。这里主要以旅游主体审美观念的变化为例，说明旅游主体文化所具有的时代性特征。对于同一个旅游客体，由于旅游审美的标准不同，古代人可能并不视为美景，而今人却欣赏有加。大



自然在上古人的眼中是可怕的，灾难性的，与我们今天对自然山水的愉悦感受完全不同。愚公居于太行（行）、王屋二山之间，二山以今人眼光视之，诚为旅游胜地：“方七百里，高万仞”。但愚公全家却并不觉得其美，只感到行走不便：“惩山北之塞，出入之迂也。”（《列子·汤问》）所以下决心挖掉这个后世将誉为“旅游胜地”的高山。到了《诗经》里，山川开始变得可爱，“关关雎鸠，在河之洲”，“坎坎伐檀兮，置之河之干兮，河水清且涟漪”。至曹操时，更将山海作为审美对象：“东临碣石，以观沧海。水何澹澹，山岛竦峙。树木丛生，百草丰茂。秋风萧瑟，洪波涌起。日月之行，若出其中；星汉灿烂，若出其里。幸甚至哉，歌以咏志。”反映了旅游主体在自然山水的审美上具有时代性的差异。对于人文景观也是如此，中世纪人对古希腊著名雕刻米洛岛的阿芙罗蒂德就曾斥之为伤风败俗的女妖，而今天的旅游者则肯定其为艺术美的典范。旅游主体审美观念的时代性差异，也与所处社会环境变化的审美时尚密切相关。旅游主体的审美观念随时代发展而发展，旅游主体文化的时代性特征是颇为鲜明的。

## 1.2 旅游文化与中国旅游业的关系

### 1.2.1 旅游文化是中国旅游业发展的基石

文化是旅游的本质属性。文化交流，构成了旅游活动的基础。旅游文化是旅游业的灵魂，发展旅游业离不开文化内涵的支撑。博大精深的中华文化，是发展中国旅游业的依托和基石。

#### 1. 从旅游者角度理解

##### （1）刺激旅游动机

旅游文化是刺激旅游者的旅游动机，并为旅游者对旅游地和旅游时机的选择提供参考。

旅游文化的地域性和民族性特点强烈地激发着人们的好奇心和求知欲。感受异地文化，领略异域风情已越来越多地成为人们的旅游动机。例如，欧美等西方国家的旅游者为神秘古老的东方文化所吸引，纷纷涌向中国、日本及东南亚各国，而与此同时，越来越多的东方国家的旅游者也正逐渐把好奇的目光投向多姿多彩、光怪陆离的西方社会。即使同一个国家，不同民族的异族风情也深深地相互吸引着各族人民。多样的旅游文化对于激发人们的旅游动机，其功用不可忽视。由于文化的延续性，同一文化的异地继承往往还会产生“寻根”的愿望，海外华侨、华裔中一浪高过一浪的“寻根游”和“寻根旅游”，就是一个例证。



旅游文化对于旅游活动的参考价值同样十分重大。假如一个人想目睹一下热带雨林的奇异风光，就一定会去美丽的西双版纳；如果他想领略傣族风情，就一定会去云南。假如他心仪城市风景，那他的旅游目的地则可能是杭州，如果他要去看“断桥残雪”，那就得选择冬天；如果他想看的是“曲院风荷”，那么夏天是最好的时间。

由此可见，当某一地区的风景名胜、民俗习惯以一种文化的形式被传播、宣传并被人们耳熟能详之后，不仅刺激着人们的旅游动机，而且还成为人们旅游详尽、生动的参考，帮助他们做出旅游决定。

### (2) 丰富旅游活动

旅游文化极大地丰富着人们的旅游活动，使旅游者在旅游活动中能够身心愉悦，眼界开阔。

进入旅游者视角的山山水水，如果仅仅具有地理学或者地质学上的意义，那么它的美就变得十分有限。因为这种纯静态的自然景观迟早让旅游者感到枯燥乏味。而当多彩的旅游文化赋予这些静态的景观以人文美之后，一切便不同了：一山一水不再仅仅是一山一水，它或峥嵘突兀，状似困兽；或婀娜多姿，形如美人。无数的神话传说，加上历代文人骚客的吟咏让人有身临其境之感：眼前是如画美景，路边是亭台楼阁，耳边又萦绕着幽怨动人的传说、抑扬顿挫的千古名句；这边是“小桥流水人家”的玲珑剔透，那边是“古道西风瘦马”的悲凉沧桑，哪还会有“乏味”二字？旅游文化的实用性在这里得到了很好的体现。

### (3) 产生教育功能

随着教育的普及，旅游者的文化素质日益提高，旅游文化的教育功能正逐渐为人们所重视。

旅游文化在旅游活动中通过各种方式向旅游者传递信息，让旅游者在感受美、欣赏美的同时，不知不觉提高了自身的审美情趣。这种作用过程虽然潜移默化，但它的效果却不容忽视。

祖国壮美的河山、悠久的历史、古老的文化无不从内心深处激发起人们强烈的民族自豪感。旅游文化的这种教育作用是课堂和书本等单调的说教所无法比拟的。旅游者正是通过旅游文化的熏陶，不断增强和培育自己的爱国主义意识。

## 2. 从旅游业角度理解

旅游业的快速发展为旅游文化的发展进步奠定了良好的基础，而当旅游文化发展到一定阶段以后，它又成为一股推动旅游业发展的巨大的实在的力量。

首先，旅游文化具有强大的宣传作用。由于旅游文化具有地域、历史和民族