山水为体 文化为魂

——浅谈文化旅游产业发展

中共商城县委书记 李绍文

一、文化与旅游互为表里的关系

既然是谈文化旅游，首先要弄清什么是文化?什么是旅游?两者之间是什么关系?

(一)文化的概念

1.文化的内涵和外延

“文化”是汉语言中古已有之的词汇。“文”的原义，是指各色交错的纹理。《说文解字》称:“文，错画也，象交叉”。“化”的原义为改易、生成、造化。“文”与“化”的并联使用，较早见于战国末年儒生编辑的《易·贲卦·象传》:“(刚柔交错)，天文也。文明以止，人文也。观乎天文，以察时变;观乎人文，以化成天下。”现代汉语中最能体现“文”和“化”本意的两句成语是:“文过饰非”和“潜移默化”。

现代汉语中的文化是指一个群体(可以是国家、民族、企业、家庭)在一定时期内形成的历史地理、风土人情、传统习俗、生活方式、行为规范、思维方式、价值观念、文学艺术、代表人物，以及由这个群体整体意识所辐射出来的一切活动。可见，文化是人类生活的反映和思想的表述;是人们认识自然、思考自身、使精神得以承托的成果;是人们对伦理、道德和秩序的认定与遵循;是人们生活生存和发展的方式方法与准则。文化的基本内涵就是人类的精神活动及其产品，是经济、政治和社会生活的反映，归根到底是人类物质活动的反映。

2.文化的地位和作用

文化是一个民族的根、一个民族的魂，它深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中，影响着民族的发展道路和前进方向。因此，文化是了解一个民族国家的鲜活文本，是解读一个民族国家历史的DNA，是一个民族国家历史发展进程的活化石，是一个民族国家综合国力的重要标志。

(1)文化是社会变革的内燃机。人类社会发展的历史表明，当一种旧的制度和体制无法进一步运转下去的时候，文化对新的制度和体制建立的先导作用就十分明显。蕴藏在新的制度和体制中的文化精神，一方面为批判、否定和超越旧的制度和体制提供锐利武器，另一方面又以一种新的价值理念以及由此而建立的新的价值世界为蓝图，给人们以理想和信念的支撑。因此，在人类历史上新的制度战胜旧的制度过程中，文化起到了内燃机的作用。

(2)文化是社会常态的调控器。常态社会中存在着人与自然、人与人、人与社会等诸多矛盾。要化解这些矛盾，就必须依靠文化的熏陶、教化、激励的作用，发挥先进文化的凝聚、润滑、整合作用，通过有说服力的、贴近民众的方式，将真诚、正义、公正等文化因子潜移默化地植入民众的心田。只有这样，一个社会才能健康、有序、和谐和可持续发展。

(3)文化是凝聚社会的粘合剂。文化虽然属于精神范畴，但它可以依附于语言和其他载体，形成一种环境，对生活于其中的人们产生同化作用，为他们的价值观、审美观、是非观、善恶观涂上基本相同的“底色”，也为他们认识、分析、处理问题提供大致相同的基本点，进而化作维系社会和民族生生不息的巨大力量。

(4)文化是经济发展的助推器。文化为物质的生产、交换、分配、消费以思想、理论、舆论的引导，在一定程度上规定了经济发展的方向和方式，赋予了经济发展以极高的组织效能和强大的竞争力。经济活动所包含的先进文化因子越厚重，其产品的文化含量以及由此带来的附加值也就越高，在市场中实现的经济价值也就越大。

(5)文化是人全面发展的精神力。优秀文化以其特有的感染力和感召力，使人们在社会生活中产生强大的精神动力，成为照亮人们心灵的火炬、引领人们前进的旗帜，不断丰富人的精神世界，增强人的精神力量。优秀文化产生的精神力量往往历久不衰，能持续促进人的全面发展，激励人们不断创造美好幸福的生活。

3.文化的旅游功能

文化的旅游性是其本质特征的重要表现。文化既是旅游业的物质资源基础，又是它的精神动力支撑。

(1)文化的本质决定了文化的旅游功能

文化作为人类劳动和智慧创造的结晶，贯穿着人类的发展和演化的整个过程，从而构成了世界丰富多彩的文化类型及其内涵。这些绚彩纷呈的文化现象，其特质有三个:第一，文化是人的创造物，而不是自然物;它是一种社会现象，而不是自然现象。比如，原始的人们用石刀制造等自然物，不是文化，但经过人们用自己的智慧进行设计和加工后所产生的景观则是一种文化，从而使旅游和文化融为一体。第二，文化是人类社会活动所创造的，为社会所普遍享用的，具有强烈的大众性，从而为广大游客的参与提供了可能。第三，文化不是纷纭存在的;它体现在人们的社会实践活动的方式之中，体现在所创造的物质产品和精神产品中，比如中国的万里长城、埃及的金字塔，它们所体现的人类的科技水平、文明成果及审美观念，从而极大地扩充了旅游的文化含量。

(2)文化的基本类型决定了文化旅游资源的存在形式

从广义的文化概念来讲，每种文化都存在三个方面的要素:

一是文化的物质要素，也是文化的物质实体层面，一般称为物质文化，正是这种物质层面的文物遗址，为我们发展旅游业提供了大量的文物古迹和历史遗存。

二是文化的行为要素，也是文化的行为方式层面，一般称为行为文化，正是这种文化的行为要素为旅游业提供了多样化的娱乐活动和民俗风情。

三是文化的心理要素，也是文化的精神观念层面，一般称为精神文化，如宗教情绪、道德情操等，都是极具吸引力的旅游资源。

(3)文化的基本特征决定了文化旅游资源的基本特征

①文化的地域性特征。人与自然的关系中，由于特定地域条件的影响与制约，经过漫长的演化，形成了独具特色的文化内涵。“三里不同俗，十里改规矩”。居住在不同自然条件下的人们，在生产、生活和社会活动中，因其结构、范围和对象的不同，以致形成带有地域特点的文化形式，这些对人类的各种行为包括旅游活动都会产生诸多影响。

②文化的民族性特征。世界上许多民族，都有自己的文化传统，正是这种独特的文化传统，使一个民族区别于其他民族。每个民族都生活在特定的环境中，不同的环境造就了不同的生产、生活方式，形成了不同的语言、文字、艺术、道德和风俗，构成了不同的民族文化，成为发展民族旅游的潜力之所在。

③文化的时代性特征。不同的历史发展阶段，文化的内容和功能也不同。依其不同的时代特征，可以划分出许多类型。人们通常将我国的历史文化分为“原始文化”、“农业文化”和“现代化文化”三个阶段，分别代表“原始社会”、“农业社会”和“工业社会”的特征。人类文明进化的类型与层次的多样化是构成世界多样性的原因，也是旅游活动产生和发展的直接诱因。

④文化的继承性特征。人类为了生存繁衍，上一代总会把自己积累的生产、生活经验与技能传授给下一代，人们从前人那里不仅继承了有形的物质遗产，还承袭了传统的价值观念、思维习惯、情感模式、行为规范和知识技术。经过潜移默化的内化过程，将其沉淀于意识的深处，文化由此得以保存流传下来，从而积累了深厚的历史文化资源。

⑤文化的变异性特征。一方面人类在继承前辈所创造的文化成果的同时，又在新的历史条件下从事新的文化创造;另一方面，文化的交流也以更快的速度推动文化变迁。在科技发达的现代社会里，文化交流的范围之广、频率之快是前所未有的，人类几乎每时每刻都在进行观念的分化和融合，这种文化的变异性为旅游开发提供了丰富的文化旅游资源。

(二)旅游的概念

1.旅游的内涵和外延

“旅游”从字意上理解，“旅”就是旅行，“游”就是游览。简单地说，旅游就是指人们到非定居的地区所从事的旅行观光、游览娱乐、休闲度假等活动。从内涵上来给旅游定义，旅游是指人类认识自然、欣赏自然、体验自然和陶冶情操和增长知识的一种能动反映。旅游的外延包括旅游目的地、旅游资源、旅游行为、旅游产业、旅游项目、旅游产品等一系列范畴。旅游本质上是一种文化活动、文化现象，文化性是旅游的本质属性。

2.旅游的地位和作用

旅游是人类在社会经济较高发展水平的基础上，为满足高层次的生活需求而发展起来的，它既是一种经济消费形式，也是一种文化消费形式，能有效缓解人们的工作生活压力，改善生活质量，提高生活水平，增进人与自然、人与社会、人与人之间的交流沟通，改善社会面貌，促进城乡区域间协调发展，并积极引导城乡居民生活方式的共同转变。

旅游产业是一种劳动密集型、资金密集型、知识密集型相结合的新兴产业，在一定发展水平上，可以成为一个地方乃至一个国家的主导产业、支柱产业和特色产业，成为国民经济体系中一个越来越重要的组成部分。旅游产业不仅有重要的经济功能，也有重要的社会功能;不仅能促进经济发展，也能促进社会进步;不仅有利于增强硬实力，也有利于提升软实力，是符合科学发展观要求的朝阳产业、绿色产业。旅游产业对经济有很强的拉动力，对基础设施有很强的推动力，对优化产业结构有很强的提升力，对改善民生、增加有业就业很强的带动力，对地方知名度的提升有很强的影响力，对搞好精神文明建设有很强的促进力。

(1)护大服务规模，增加三产比重。旅游业是一个综合性服务产业，“吃、住、行、游、购、娱”六大要素都属于服务领域，涉及到社会许多相关产业，就业范围广，就业层次多，吸纳了大量劳动力，为社会提供大量的就业机会。根据加拿大学者的系统模型理论，旅游业收入每增加3万美元，就将增加1个直接就业机会和2.5个间接就业机会。世界旅游组织研究告也指出，旅游业每增加1个从业人员，相关行业就增加5个就业机会。

(2)转变经济发展方式，改善投资消费关系。旅游消费是一种多层次(不同收入水平的人都可以消费)、可重复(不是耐用品，消费增长空间大)、复合型(涉及众多行业)的终端消费，旅游的发展可以提升城市品位、丰富市民生活、完善城市功能、创造城市品牌、激发城市活力、增强城市竞争力。乡村旅游业的发展可以提高农业附加值，使农民在不离乡土的情况下增加收入，进而推进新农村建设。

(4)统筹区域协调发展，促进发展要素流动。旅游业以游客流为载体，有助于形成服务流和物料流，带动资金流和人才流，拉动信息流和商务流，创造文化流和科技流。这些通过旅游带来的发展要素流动，有利于推动区域的平衡发展。

(5)改善生态环境，促进环境友好型社会建设。生态环境是旅游业赖以生存的根本，因此保护环境是旅游业发展的内在要求。总体上看，旅游业是对资源可持续利用、对环境提升改造的产业。遵循“开发中保护、保护中开发”的原则，通过旅游业替代资源破坏性产业，可大大改善生态环境。

3.旅游的文化属性

旅游活动从本质上讲是一种文化活动。无论是旅游消费活动还是旅游经营活动都具有强烈的文化性。只有挖掘出文化内涵，旅游才会具备吸引旅游者的魅力。正如中国经济学家薛小荷说清指出的:“旅游在发展的一定阶段是经济——文化产业，在发展的成熟期是文化——经济产业。”

(1)旅游注体的文化本质(主体:旅游者和经营者)

旅游作为一种消费活动，它的广泛出现是经济发展驱使的结果。先秦思想家墨子曾说:“食必常饱，然后求美;衣必常暖，然后求丽;居必常安，然后求乐。”作为旅游主体的人在基本的物质需求满足之后，必然追求更高的精神享受。旅游活动正是这种人类本性追求驱动的结果。而精神享受的本质内涵就是文化内容。

(2)旅游客体的文化含量(客体:旅游资源)

旅游资源按基本成因和属性，大而言之可分为自然资源和人文资源两大类。人文旅游资源，无论是实物形态的文物古迹还是非物质的民俗风情，均属于文化的范畴。由各种自然物质要素构成的自然景观，只有经过人为的开发利用，也就是因“文”而“化”之，才能由潜在的旅游资源变为现实的旅游资源。即使是自然美，也必须通过鉴赏来反映和传播，而鉴赏是一种文化活动，因此，自然旅游资源同样也具有文化性。

(3)旅游媒体的文化特征(媒体:旅游活动及产品)

旅游者以追求身心的愉悦享受为目的，可以说是文化消费者。因此，旅游业的核心产品只能是文化产品或文化含量高的产品。在市场经济条件下，旅游资源的开发者不仅要了解旅游资源本身的特征和功能，还必须了解游客所追求的文化特征，开发出满足各类旅游者的文化旅游产品。旅游业的文化特征还渗透在各旅游部门的运行过程中，如现代旅游宾馆，不是简单地提供睡食的场所，而是集食宿、社交、娱乐、健身、审美等功能于一体的综合性场所。因此，一个好的旅游宾馆，有必要不断提高餐饮、客房、娱乐等环节的文化品位，有必要培养和提高服务人员的文化素质，有必要提供丰富多彩的文化服务。

(三)文化与旅游的关系

从文化和旅游的概念解读中，可以看出，文化是个大的概念，旅游属于文化的一个重要组成部分。“文化之为树，旅游可称花”。如果把文化喻之为一棵参天大树，而旅游则是这棵树上绽放的一朵奇葩。可见，文化与旅游是互为表里、密不可分的，是相辅相成、共生共荣的。这里面有四层意思。

1.只文化之处皆可游，就是说凡是有文化形成的地方，都值得去旅游。只有文化才是旅游的魅力之所在。布格拉音乐会、威尼斯电影节、敦煌莫高窟皆因文化而成为举世闻名的旅游胜地。法国卢浮宫是法国近千年来历史的见证。这座具有文艺复兴时期风格的古老宫殿，蕴藏着悠久、浓厚的文化底蕴，收藏包括有世界三宝(维纳斯)雕像、《蒙娜丽莎》油画、《胜利女神》石雕在内的40万件世界各地的艺术品，卢浮宫已成为世界著名的文化艺术殿堂。人们到卢浮宫当然也是想看这座建筑本身，因为它本身就是一件伟大的艺术杰作，但更想亲眼看到举世闻名的文化艺术珍品。北京故宫是明、清两代的皇宫，具有五百余年的历史，是封建王朝的历史缩影，故宫蕴涵着丰富、丰厚的历史文化，故宫博物馆是国内最大的文化经典保存的圣殿，故宫已是闻名遐迩、驰名中外的旅游胜地。

2.凡旅游之地皆可文，就是说所有旅游胜地，都可以用文化来表现。大多旅游景点和旅游产品都有很深的文化积淀。“举凡旅游昌盛之地，莫不以文化取胜”。奥地利的旅游，几乎都与斯特劳斯等奥国音乐大师紧密关联，素有“音乐之都”的维也纳，就是凭借着众多的著名音乐家而成为欧洲著名的文化旅游中心。“桂林山水甲天下”、大型音乐剧《印象刘三姐》，利用经典山歌、民族风情、漓江山水等元素创新组合，将桂林山水和刘三姐传说这两个旅游资源进行巧妙的嫁接和有机的溶合，让自然风光与人文景观交相辉映，成功诠释了人与自然的和谐，创造出了天人合一的艺术境界，是对桂林山水和人文风情的高度提炼和系统优化，是熔铸于山水景观中的又一崭新的人文景观。

3.凡名山大川、古迹胜地皆因文名。这就是说名山大川、古迹胜地都因有文化内涵而扬名、闻名、出名。泰山东临波澜壮阔的大海，西靠渊源流长的黄河。数千年来，先后有12位皇帝亲奉山封禅，成为帝王祭天朝拜的神山。因帝王封禅，泰山被神化，其数千年精神文化的渗透和渲染以及山水自然景观的烘托而被称为“五岳之首”，成为中华民族的精神文化熔铸形，而今又成为世界珍贵文化遗产。这里曾留下了孔子“登泰山而小天下”的赞叹，杜甫“会当凌绝顶，一览众山小”的千古绝唱。漓山少林寺有“禅宗祖廷，第一名刹”之誉，以禅宗文化和武术文化并称于世，享有盛名。大型原创舞剧《风中少林》，用最国际化的舞蹈语汇，诠释了最具民族特色和民族精神内核的文化，更使少林武术文化飙全球。《风中少林》已成为一座中国文化与世界文化沟通交流的桥梁。

4.凡传世篇章、美文佳句多为游传。就是说一些文章、佳句大多因旅游而传承于世。“江南三大名楼”岳阳楼、腾王阁、黄鹤楼皆因文章而“文”名遐迩。北宋文学家范仲淹所作《岳阳楼记》，“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”，体现了中华民族的伟大精神，成为人们广为传诵的千古名言，岳阳楼也因此名扬中外。腾王阁因初唐才子王勃所作《腾王阁序》，成为三楚之首，其中名句“落霞与孤鹜齐飞，秋水共长天一色”，传诵千古。黄鹤楼素有“天下江山第一楼”之美誉，崔颢、李白、白居易、陆游等众多文人墨客到此游览，留下了脍炙人口的诗篇。寒山寺是一座小寺庙，也因唐朝诗人张继《枫桥夜泊》一诗而名气大增，诗韵钟声千载流传，寒山古刹因此名扬。

二、山水为体、文化为魂的理念

文化与旅游紧密相联，相得益彰。文化旅游产业已成为各地旅游发展的主题，正成为一种备受青睐、生机盎然的朝阳产业。把文化与旅游比喻是树与花，这是从表象上论述二者的关系。那么，文化与旅游在本质上又是什么关系呢?我们说:文化是开发旅游产业的灵魂，是旅游产业可持续发展的源泉;旅游是挖掘文化内涵的基础，是实现文化功能的载体。所以，我们在发展旅游产业的实践中，提出了“山水为体、文化为魂”的文化旅游产业发展理念。

(一)魂体关系的阐释

1.体要有魂，魂要附体

就是说，本体得赋予灵魂，灵魂得依附本体，二者是相互依存的。就好比一个人，如果没有灵魂，就是一具僵尸，如同行尸走肉;如果没有本体，灵魂无所附录，就成了鬼魅、如同孤魂野鬼。山水景观就是人的躯体，文化内涵就是人的灵魂。自然山水的本体，如果没有文化的灵魂，再美也仅是一个沉睡的“冰雕美人”，鲜活不起来，生动不起来。如何让这个“睡美人”活起来?唯有注入文化灵魂。有了山的美貌、水的曲线，再有文的内涵、化的神韵，这样的旅游才能让人从感官表象和心灵内质两方面获得最大限度的愉悦。

2.体可显魂，魂可化体

就是说，本体要彰显灵魂，灵魂要通过本体外化、表现出来，二者是相互表现的。一个人的气质、风度和魅力，要通过身体来展现。而挺拔俊俏的躯体，则是一个人内质修为外化的结果。旅游与文化同样如此。大好河山孕育文化，丰厚文化辉映河山，二者相得益彰。很多自然旅游资源本身就具有文化属性和历史文化色彩，自然之美无疑需要从文化的层面来鉴赏，需要从文化的角度来欣赏，需要用文化知识来解读，将自然山水转化为旅游产品，必须通过文化手段来实现，这才是旅游兴旺发达的源泉。

3.体要传美，魂要鲜活

就是说，发展文化旅游、自然资源要优质，山水要优美，文化积淀要丰厚，内涵要丰富，二者是相互渗透的。去穷山恶水、荒无人迹之地，那是探险，而不是旅游。旅游，不仅源于优美风景的召唤，更在于多彩文化的吸引。旅游者出游的目的，无非是从优美的自然山水和丰富的文化内涵中实现愉悦的需要、养生的需要、求知的需要、求新的需要和审美的需要。人们对布满异国他乡情调的城市文明、田园风光、民俗风情满怀着好奇心，满怀着憧憬和期待，这是人类求异心理的典型反映;人们总是希望在奇险幽野的山岳景观中获得美的感受，在壮阔宏伟的江河奔流中获得美的熏陶，这是人类审美意识的唤醒与待动;人们总是期待着在大自然中获得灵感，在人类文明的河床上获得智慧，这是人类求知、启智需求的体现;人们总希望通过投身自然忘却烦恼，获得快乐，通过参与异国他乡的民俗活动洗去尘渍，获得愉悦，通过人与自然、人与社会和人与人之间的和谐相处摒弃偏狭许、勾心斗角，获得心灵的慰藉，这是人类自生的本能反映;人类通过跋山涉水可以强身健体，通过回归自然，享受自然可以消除疲惫，缓解工作压力，这是人类健身养生的需要。这些需要按照著名心理学家马斯洛的“需要层次理论”，都属于高层次的文化需求，都需要文化的参与、文化的介入和文化的体现。文化旅游为满足这些需求打开了一扇天窗，她唤醒了自然山水沉睡的魅体，激活了文化内涵蕴藏的灵魂，让旅游成为一种行为艺术，成为一种精神享受，成为一种身心陶冶。

4.魂体相合、魅力方显

就是说，旅游与文化只有相互结合，才能显示出文化旅游的魅力，二者是相互融合的。文化旅游，不是旅游和文化的简单相加，也不是旅游和文化的浪调杂拌，它是各种文化与旅游资源的科学整合、有机结合、完美融合而焕发出的无限生机和无穷魅力。一个地方的旅游产业能走多远、能走多久、根本上来说取决于文化内涵挖掘的广度和深度。文化与旅游的这种多角度、全方面的有机结合，把旅游品牌与文化品牌有机融合起来，成为拓宽旅游市场的重要引擎;把旅游创新与文化创新有机融合起来，成为推动产业升级的战略支点;把旅游产业与文化产业有机融合起来，成为提升经济效益、创造社会价值的重要源泉。只有用文化支撑旅游、包装旅游、营销旅游、指导旅游、统领旅游，才能提升旅游的含金量、文化品位、文化个性和文化内涵，才能提高旅游的吸引力、创造力和竞争力;只有用旅游承载文化、展示文化、传播文化、发展文化，才能提高文化资源的商品转化率，实现文化的价值;只有将文化气息融合于旅游的各个环节、各个链条，才能全方位激发和吸引游客的兴趣，赢得游客的认同感，才能真正增强文化旅游的亲和力、向心力和生命力。

(二)信阳的文化旅游资源

信阳地处鄂豫皖三省交界处，平原、山地、丘陵各占三分之一，山清水秀、景观优美，历史悠久，文化厚重，素有“江南北国、北国江南”之称，是自然气候的南北交替带，也是历史的文化的南北融合区，发展文化旅游具有得天独厚的自然条件和资源优势。

1.信阳有丰富的山水本体资源

信阳生态环境优良，山水风光优美，发展文化旅游的自然资源，特色资源丰富多彩，福曳多姿。

——汤泉池:位于商城县，大别山北麓，鲇鱼山水库西岸。其泉清温汤，千年不溺。明代大思想家、文学家李贽到汤泉池沐浴后写诗寄骸:“洗心千涧水，濯足温泉宫。老矣无余事，愿师卫武公。”温泉浴可疗疾、养身、修性，其良好功效愈来愈被人们所发现、所喜爱，被誉为“中原神水”。目前，汤泉池湖光山色、温泉喷涌、风景宜人，游客如织，其上建有国内唯一的六星级宾馆——茗阳国际温泉度假中心。

——灵山寺:位于罗山县，因其“山脉走向、峰峦气势酷似释迦牟尼成佛的印度天竺鹫山”和“有求必应，每云必雨，验之信然”而沿称“灵山”。灵山古有“七寺三庵”，为中原四大古寺之一，明太祖朱元璋为灵山寺门题“圣母神寺”匾额，并敕封灵山为“皇山”，灵山寺为国庙，有诗赞灵山特色:“庙门东开紫气来，帝发悟不受彼;只要佛祖心中留，僧尼同寺又何碍。”

——南湾湖:位于信阳市区，素有“中原第一湖”美称，是国家4A级景区、国家森林公园、国家水利风景区。湖的周围青山群峰，山色奇异，林海绿涛，可谓是青山抱水，碧水环湖。湖中岛屿形态各异，千姿百态，密布连绵，故又有“中原百岛湖”之美誉。南湾湖自然山水景观和人文古迹景观融为一体，展现了“山、水、林、岛、寺”和谐一致的自然风光，似瑞迪仙山，如优美画卷。

——鸡公山:位于豫鄂两省交界处，系大别山首部，是国家级风景区、国家自然保护区、国家级森林公园、全国四大避暑胜地之一。它以气候凉爽、植被茂密、洋楼成群、景点众多、灵家要地、名人常来、古老悠久而著称。有诗曰:“大别好客会伏牛，雄鸡迎宾立山口。晨曦沐日报晓峰，清风送爽妹妹来。”

——信阳毛尖茶:信阳茶以“细圆、光直、多白毫、香高、味浓、汤色绿”的独特风格，在唐代已作为向皇帝进贡的珍品，1913年定名为信阳毛尖，1915年在美国旧金山巴拿马万国博览会上被评为一等金质奖章，从此驰名海内外，1959年信阳毛尖被列为中国十大名茶之一。“茶圣”陆羽出游考察茶山的第一个地方就是信阳。信阳也因毛尖茶而闻名，被誉为“中国茶都”。日本名茶家西贞子在1998年杭州国际茶博会上品尝信阳毛尖后赞叹到:“信阳毛尖清香甜雅，是当今世界绿茶中的珍品”。现在，全市茶园面积有120多万亩，年产茶2200多万公斤。可以说，信阳发展茶旅游、弘扬茶文化有着悠久的历史和浓厚的文化氛围。有诗曰:“天下茶品数毛尖，香高味浓洁色鲜，湖光山色宜品茗，得此人人是神仙。”

2.信阳有丰厚的文化灵魂资源

信阳历史悠久，文化底蕴深厚，发展文化旅游有着独特、鲜活、生动的文化灵魂资源。

——历史文化积淀深厚。信阳有3000多年的历史，早在商周时期这里就建立了申、息、弦、黄、蒋、蓼、鲍、江等诸侯国。百家姓中，就有黄、江、孙、曾、谢、蒋、陈、潘、方、白、雷、赖、付、罗等18个姓氏源于信阳。这些姓氏遍布海内外，使信阳成为客家寻根的地方。其中以固始县为代表，唐代“开漳圣王”陈元光就是固始县人，所以，市委书记王铁就为固始点题为“让根亲文化扬名固始”。宋代史学家司马光是光山县人，司马光砸缸的故事童叟皆知，是智慧的代表，所以，市委书记王铁就为光山点题为“让智慧之光溢彩光山”。淮滨县淮河文化独具地域特色，所以，市委书记王铁就为淮滨点题为“让淮河文化铸就淮滨”。从春秋战国时期开始，楚文化与中原文化在这里交汇融合，形成了特色鲜明的淮文化，留下了丰富的历史文化遗迹。1970年4月24日，在我国成功发射的第一颗人造地球卫星上播送的《东方红》乐曲，就是信阳楚王城出土的编钟演奏的，优美的旋律响彻太空。

——红色文化底人弦深。信阳是红色革命老区，是鄂豫皖苏区核心区。1929年5月爆发了商城起义，从而开创了鄂豫皖革命根据地。从信阳走出了红四方面军、红二十五军、红二十八军。全市革命纪念地和历史遗址多达479处。信阳革命老区在战争年代先后有100多万人参加革命，30多万优秀儿女为革命事业献出了宝贵的生命。老一辈无产阶级革命家周恩来、邓小平、李先念、董必武、刘伯承、徐向前、王震等先后在这里留下了光辉足迹，从信阳走出去的将军有356人，其中许世友、李德生、郑维山、尤太忠、万海峰等都是信阳人。新县是著名的将军县，所以，市委书记王铁就为新县点题为“让将军之光永远辉煌新县”。

——宗教文化源远流长。信阳地处南北交汇地带，各种宗教思潮、活动、文化在这里聚集碰撞，互相融合，佛教、儒教、道教等都能在这片土地上存在和发展，和谐相处，兼容并蓄，形成了独具特色的豫南宗教文化。罗山灵山寺始建于公元前79年，为佛教传入中国最早所建寺院之一，以“庙门东开、僧尼同寺、带发修行”在宗教界独树一帜，被誉为“灵山三奇”。商城观音山以佛教命名，是道教活动场所，供有道、佛、娘娘、鬼怪之像，形成一大景致。商城三教洞，因洞内塑有儒、佛、道三教首之像而得名，因“三教合一”而闻名。

——民俗文化既阐多姿。信阳民俗文化包括各种生产生活民俗、社会组织民俗、礼仪习尚民俗、民间文学艺术等，特色鲜明，别具风格，形成了楚风豫韵，豫南风情，成为大别山乡独特的民俗文化遗产。

——茗茶文化著称于世。信阳是茶的故乡，茶是信阳的象征，也是信阳的“绿色名片”。信阳的茶叶历史，同时也是一部信阳的人文历史，茶叶与人文相互交织，共存共兴。茶圣陆羽在《茶经》中介绍信阳是全国八大茶区之一，并称:“淮南茶，光州上;”宋代文学家苏东坡称赞“淮南茶信阳第一”，这都赋予了信阳茶的文化气息。为弘扬千年茶文化，从1992年以来，信阳每年都要举办一次茶文化节，以茶为媒，广交朋友，助推经济。市委、市政府注重茶文化旅游载体的打造，注重茶文化旅游产品的开发，注重茶文化旅游的促销，注重茶文化旅游经济的培育，真正把“中国茶都:山水信阳，人文信阳”魅力信阳”的崭新风貌展现在世人面前。

——铁食文化独树一帜。信阳饮食风味多样，各种风味饮食随处可见，四季按节而食，冬天味醇浓厚，多炖焖煨炒，夏天清淡凉爽，多凉拌冷冻。信阳饮食不仅技术精湛，而且有讲究菜肴美感的传统，注重食物的色、香、味、形，器的协调一致，给人以精神和物质高度统一的特殊享受。河南豫菜位于特色，信阳纯菜独树一帜，最能代表信阳饮食的独特魅力，几乎是到了无菜不可炖、无炮不成席的地步。

3.信阳发展文化旅游前景广阔

市委、市政府提出“旅游立市”战略，既符合信阳实际，更符合群众的愿望。信阳有这么美好的自然风光，有这么浓厚的文化底蕴，发展文化旅游前景广阔。我们要把文化旅游作为一项朝阳产业、富民产业来开发，使魅力信阳更具实力;把文化旅游作为促进信阳发展的后发优势来利用，使魅力信阳更有动力;把文化旅游作为激能巨大的富矿来开掘，使魅力信阳更有潜力。要充分利用大自然的馈赠，把自然山水开发好;要充分利用先人们留下的宝贵文化遗产，把文化传承好，用山水与文化至善至美的结合，结出文化旅游的累累硕果，让文化旅游为魅力信阳增光添彩。

(三)信阳发展文化旅游正当其时

“山水为体、文化为魂”，正是依据信阳发展文化旅游产业的特色资源优势、产业发展趋势和品位提升志势而提出的理念。因此，信阳发展文化旅游产业正当其时。

1.特色资源的优势不可多得。信阳有优美的生态环境优势，有独特的自然山水优势，有多彩的人文历史优势。宜人的气候，秀丽的风光，灿烂的文化，悠久的历史，红色革命史迹和建设发展成果，共同构成了信阳得天独厚、古今兼备、多姿多彩的文化旅游资源优势。我们要把文化旅游产业的发展放在更加重要、更加突出的位置，切实做大做强。

2.产业发展的趋势前景广阔。当前，旅游业的发展已经进入了第二个黄金时代，一个突出特色就是文化旅游已经成为旅游业发展的大趋势和主潮流。从产业基础来看，信阳旅游业经过多年发展，名高味浓洁色鲜、湖光山色宜品茗，得此人人是神仙。”六大要素基本形成，规模效益已初步显现。随着文化旅游发展的大趋势，我们必须要在“文”上下工夫，充分发掘旅游的文化内涵，提高旅游的文化品位，满足旅游消费者的文化需求，真正把文化旅游提升到一个新的更高的水平。

3.品位提升的态势势在必行。从旅游产业发展的现状来看，与泰山、黄山、少林寺、云台山等著名景区相比，我们的旅游业还处于初始发展阶段，旅游的文化品位还有待于进一步提升。当前正值旅游产业急速扩张的时期，我们要紧紧抓住这一前所未有的发展机遇，牢牢过“山水为体、文化为魂”的理念，通过多样化、多层次的深度开发，赋予旅游更加丰富的文化内涵和更高的文化品味，让信阳旅游更具吸引力、更具生命力。深度开发文化旅游资源和产品，把文化作为灵魂渗透到旅游产业发展的各个环节，从而提高旅游产业的核心竞争力。

三、“山水为体、文化为魂”的实践

这里，仅以商城县发展文化旅游产业为例，来谈一下“山水为体、文化为魂”的具体实践。

商城县地处豫东南的大别山北麓，山川锦绣，风光旖旎，是国家级生态示范县，境内有国家级森林公园黄柏山，国家级地质公园金刚山，国家3A级景区汤泉池，国家红色旅游经典景区金刚台红军洞群。商城县历史悠久，文化厚重，自古人才辈出，文艺繁荣，是降唐以来久负盛名的“歌舞之乡”，“大别山下状元县”誉满全国。优美的自然山水景观和丰厚的历史文化内涵，为发展文化旅游产业提供了得天独厚的条件。近年来，商城县积极发掘这一后发优势，大力实施旅游兴县战略，以山水为载体，以文化为灵魂，倾力打造“大别明珠——锦绣商城”，找准了发展文化旅游产业的新路子。

(一)以休显魂铸丰神

商城为豫楚古剑的流风厚积之地，历史文化印迹深沉，兼具北方雄浑壮阔之豪放、南方细腻甜美之婉约。我们让厚重文化融入自然山水，将山水与人文结合，促使旅游与文化联姻，充分彰显旅游的文化内涵，充分展示文化的旅游外延。

1.科学开发升级自位。按照“总体规划、分步开发，突出重点、彰显特色”的原则，突出山水风光、生态休闲、温泉疗养、历史宗教、红色经典、民风民俗等地方特色。从历史到现代、从绿色到红色、从景观到人文，以景为珠，以文为线，将一颗颗璀璨的“珍珠”打造成一串精美的“项链”。我们以金刚台国家地质公园为平台，着力打造金刚台地质博物馆、主题神和书法碑廊，收集、出版从汉代到现代著名诗人的诗词，请全国100位当代著名书法家创作书写，建立了“历代名人吟咏大别山诗书碑廊”，打造出大别山一道亮丽的文化风景线;我们以汤泉池省阳国际旅游休闲度假中心为轴心，着力打造汤泉池沿湖文化长廊，将湖光山色、中原神水与文化有机整合，增添汤泉池神韵;我们以黄柏山国家森林公园为载体，着力打造大别山文艺创作基地，文艺之花在这里绽放异彩;以观音山景区为带动，着力打造民俗风情、仿古一条街，增强宗教文化吸引力;我们以文化广场为中心，着力打造百家石林，用各种奇异之石建造假山，将全国100位当代著名诗人歌颂大别山的诗词征集汇编、刻石于此，展示文化旅游魅力，全面提升景区品位，让游人络绎不绝，流连忘返。

2.发出特色塑形象。商城是传统的桂花之乡，桂花是商城的特色资源，产业发展趋势和品位提升志势而提出的理念。因此，信阳发展文化旅游产业正当其时。

1.特色资源的优势不可多得。信阳有优美的生态环境优势，有独特的自然山水优势，有多彩的人文历史优势。宜人的气候，秀丽的风光，灿烂的文化，悠久的历史，红色革命史迹和建设发展成果，共同构成了信阳得天独厚、古今兼备、多姿多彩的文化旅游资源优势。我们要把文化旅游产业的发展放在更加重要、更加突出的位置，切实做大做强。

2.产业发展的趋势前景广阔。当前，旅游业的发展已经进入了第二个黄金时代，一个突出特色就是文化旅游已经成为旅游业发展的大趋势和主潮流。从产业基础来看，信阳旅游业经过多年发展，名高味浓洁色鲜、湖光山色宜品茗，得此人人是神仙。”六大要素基本形成，规模效益已初步显现。随着文化旅游发展的大趋势，我们必须要在“文”上下工夫，充分发掘旅游的文化内涵，提高旅游的文化品位，满足旅游消费者的文化需求，真正把文化旅游提升到一个新的更高的水平。

3.信阳发展文化旅游前景广阔

市委、市政府提出“旅游立市”战略，既符合信阳实际，更符合群众的愿望。信阳有这么美好的自然风光，有这么浓厚的文化底蕴，发展文化旅游前景广阔。我们要把文化旅游作为一项朝阳产业、富民产业来开发，使魅力信阳更具实力;把文化旅游作为激能巨大的富矿来开掘，使魅力信阳更有动力;把文化旅游作为潜能巨大的宝库来开发，使魅力信阳更有潜力。要充分利用大自然的馈赠，把自然山水开发好;要充分利用先人们留下的宝贵文化遗产，把文化传承好，用山水与文化至善至美的结合，结出文化旅游的累累硕果，让文化旅游为魅力信阳增光添彩。

(三)信阳发展文化旅游正当其时

“山水为体、文化为魂”，正是依据信阳发展文化旅游产业的特色资源优势、产业发展趋势和品位提升志势而提出的理念。因此，信阳发展文化旅游产业正当其时。

1.特色资源的优势不可多得。信阳有优美的生态环境优势，有独特的自然山水优势，有多彩的人文历史优势。宜人的气候，秀丽的风光，灿烂的文化，悠久的历史，红色革命史迹和建设发展成果，共同构成了信阳得天独厚、古今兼备、多姿多彩的文化旅游资源优势。我们要把文化旅游产业的发展放在更加重要、更加突出的位置，切实做大做强。

2.产业发展的趋势前景广阔。当前，旅游业的发展已经进入了第二个黄金时代，一个突出特色就是文化旅游已经成为旅游业发展的大趋势和主潮流。从产业基础来看，信阳旅游业经过多年发展，名高味浓洁色鲜、湖光山色宜品茗，得此人人是神仙。”六大要素基本形成，规模效益已初步显现。随着文化旅游发展的大趋势，我们必须要在“文”上下工夫，充分发掘旅游的文化内涵，提高旅游的文化品位，满足旅游消费者的文化需求，真正把文化旅游提升到一个新的更高的水平。

1.红色文化弘扬精神。商城是块红色的土地。早在1923年，马克思主义传播到商城;1924年，建立了党组织;1929年，商城起义打响了河南省武装反抗国民党反动统治的第一枪，创建了全省第一支工农红军队伍，建立了全省第一个县级苏维埃政权。刘