

● 经济管理

系统发掘武汉旅游业文化内涵的战略思考^{*}

谭 白 英

(武汉大学 商学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 谭白英(1955-), 女, 湖南长沙人, 武汉大学商学院旅游管理系副教授, 主要从事旅游经济、旅游企业管理研究。

[摘 要] 武汉市旅游业的文化存量丰富, 系列齐全, 但开发力度不够, 主体形象不鲜明。为提升武汉旅游文化品位, 应系统发掘旅游业的文化内涵, 充分发挥文化内驱力的作用, 实施系统优化、外化创新、雅俗整合、创造特色等深开发战略。

[关键词] 武汉; 旅游业; 文化内涵; 系统优化战略

[中图分类号] F590.3 [文献标识码] A [文章编号] 1008-2999(2002)03-0319-05

武汉是我国著名的国家级历史文化名城, 是融水乡秀美和山川恢宏于一体的风景园林城市, 是中国中部的经济、贸易、金融、科教中心城市和全国重要的交通枢纽, 具有发展旅游业的良好条件, 并已创建成为我国优秀旅游城市, 全市旅游业已成为国民经济新的增长点。跨入新的世纪, 武汉旅游业如何以更高的起点、更快的步伐, 向旅游大市和旅游强市迈进? 笔者认为文化力的推动是一个不容忽视的主要因素, 应充分认识和运用这种内驱力, 使其对武汉市旅游业的可持续发展发挥应有的作用。

一、文化是旅游业可持续发展的内驱力

“文化”, 就其概念来说有广义与狭义之分, 广义是指人们有目的的活动方式及其成果的总和, 包括物质文化、制度文化和精神文化。狭义则仅指精神文化。在现代社会, 人们越来越认为, “文化不仅是业已创造的物质财富和精神财富, 而且是创造、分配和消费这些财富的过程本身。”^[1] (第38页) 从广义的角度讲, 文化不仅包含满足人类物质需要的衣食住行、日用器物、工艺技术和社会的经济、婚姻、家族、政治、法律制度及其贯彻机制与设施, 还包括人们的文化心理和社会意识形态。本文所谈的“文化”就是这种广义的概念。文化既是人类所创造的物质财富和精神财富的总和, 又是促使人类不断进行创造活动的强大动力。从表面上看, 其基本属性是意识和观念性的精神产物, 但从实质上看, 它是以新的物质生产形式和现实生产力为基础, 通过人的活动所显现出来的精神与物质力量结合的成果。对于旅游业的持续发展来说, 文化是一种内驱力, 其作用是其他外力所无法替代的, 主要表现在以下三个方面。

第一, 文化是旅游资源的内在吸引力和创造力。旅游资源区别于其他资源的主要特征就是美学特征, 而美本身就是一种文化。马克思主义美学认为, 美是社会实践的产物, 是人的本质力量的感性显现。即使是自然天成的景物, 一经被人发现和利用, 也就赋予了文化内涵。在旅游活动中, 人与景物及其环境之间的关系是一种互动关系, 旅游者通过自身各种器官作用于景物及其环境, 才赋予了自然物以文化的内涵。因此, 旅游资源的吸引功能主要来自于文化。寒山寺的吸引力从根本上说不是寺庙本身或铁钟, 而是张继留下的诗篇、故事等寒山寺的文化灵魂。黄鹤楼的吸引力主要也不是楼宇本身, 而是蕴含其中的历代文化篇章。旅游资源范畴的发展、扩大也是以文化为动力的, 人们按照现实世界的自身规律进行创造活动, 使人的力量对象化, 成为具体形象, 使一般资源成为旅游资源, 或是创造出新的旅游资源。

第二, 文化性是旅游活动的本质属性。从表象上看, 旅游活动是经济活动, 人们有了自由支配的收入和时间, 才有了

^{*} 收稿日期: 2001-10-15

旅游的可能,但这毕竟只是可能,是一种客观条件。旅游活动是人的主观能动活动,其最终目的是获得精神享受。这种需求是一种精神性的需求,是人的发展的需求,起决定作用的是人的内在动因,外在的资源、交通、设施、景观等客观因素只是旅游活动实现的条件。

第三,文化是旅游业的灵魂。不可否认,旅游业的产生和发展,是经济发展的结果,需以经济为基础,但在国民经济部门中这是一个特殊的产业。其主要服务对象是追求精神享受的旅游者,其核心产品是文化产品,这就决定了该产业的本质属性是文化经济产业。在改革开放之初,我国旅游事业从政治接待型转变为经济经营型之时,就是一个经济与文化的结合体。在这个结合体中,物质文明和精神文明的双因素作用,凸现出其文化产业的基本特性。文化渗透在旅游业的各个层面和方位、各种旅游行政部门和行业协会。旅游企业所共同认可的价值取向、行为方式、思想意识等形态组成的旅游业文化内涵,铸成了旅游行业 and 旅游企业的灵魂,成为旅游业活力的源泉。

在 21 世纪的经济文化一体化发展中,文化处于最高层次,起着统帅和导向作用,文化内涵的提升,对旅游业的持续发展显得更加重要。增强旅游资源的吸引力和创造力靠文化,旅游活动的不断产生和发展也靠文化,旅游企业和旅游产业的兴盛发展更离不开文化,文化是旅游业持续发展的内在驱动力,21 世纪武汉旅游业的发展也将依赖于文化力的驱动。

二、武汉市旅游文化存量的系统分析

作为人类活动的产物,文化的时空存在决定了文化的时代性和地域性特征,不同时代、不同地域的文化各有优劣长短,只有进行系统分析,才能明了某一文化的长短与特质,从而扬长避短,强化特色。旅游文化的系统分析即是把所有与旅游相关的文化看做一个整体系统,运用系统理论分析其构成要素及其相互之间的关系,探索其发展规律。武汉自古以来就是文化昌盛之地,旅游文化存量非常丰富。由于文化的区间差异同时构成了区内共同体的基本内核,所以,只有依据区间的差异性和区内的同一性对武汉市旅游文化存量进行系统分析,才能正确认识和把握武汉市的区域文化体系及其特征,为旅游深开发及迅速提升武汉旅游业文化内涵提供战略决策的依据。

武汉城市文明历史悠久,文化丰富多彩。在纵向上,以盘龙城商代遗址为起点,城市发展历史已逾 3500 年,经古代文明的孕育,形成长江、汉江两江分割,汉阳、武昌、汉口三镇鼎立的独特城市格局;近代社会,武汉又经革命风云的激荡,几度成为全国政治、军事和文化中心,留下许多光辉灿烂、可歌可泣的革命篇章;现代社会的发展,又赋予了武汉工业重镇、商贸中心、交通枢纽、科教基地的现代化都市风貌。从商代方国的政治经济中心,到现在的省会,武汉的城市发展历史从未间断,各时代的文物古迹遍及城区和郊县,难以计数且品类齐全,不乏国内外罕见的稀世珍宝,它们都是武汉城市历史发展脉络的见证。在横向上,每一个历史阶段都有突出的地方文化,如禹王沟洫制度、盘龙城商代文化、荆楚文化、近代商埠文化、辛亥首义文化、革命传统文化、现代都市文化、市井民俗文化、城市山水园林文化、地方艺术等等。横断面的各类文化又在纵向上绵延承传,形成纵横交织的文化网络。

武汉市旅游文化内涵丰富,各类资源相得益彰。从整体上看,山水文化烘托着人文精神,现代文明弘扬了优秀传统。武汉古属云梦泽,市内两江交汇,桥梁横空,河流纵横,湖泊星罗棋布,丘陵山岗点缀其间,形成江中有岛、湖畔有山、山水相依的景观特色,素有“江城”、“百湖之城”的美称。这在全国大城市中都是独有的。在的大好河山的孕育中,具有浓郁楚风汉味的地方特色文化绵延承传,从屈原的泽畔行吟到今天的汉剧、楚剧、说唱艺术、民间歌舞;从盘龙城商代青铜器到今天的黄陂泥塑、武昌铜锣、武汉珠宝玉雕、牙雕、木雕、淡水贝雕;从楚国的丝绸到今天的汉绣;还有邹紫光阁毛笔、珐琅餐具、蒋在谱剪纸等等。武汉的民间文化、艺术、工艺千古流传,享誉世界。可见武汉城市文化根基之深厚。

从单体上看,著名景点的物质文化均有精神文化内涵支撑。例如黄鹤楼不仅得江汉之天时地利,更集古今文家巨子之人和,正如著名历史文化学家冯天瑜先生在《黄鹤楼志》序中所言:“诗以楼名世,楼以诗行远,胜景与美文相依互存,彼此激发,并挥千秋。”^[2](第 2 页)黄鹤楼屡建屡毁、屡毁屡建的历史表象,正是中华民族不屈不挠的进取精神的光辉写照,那沧桑跌宕中蕴涵着中华文化极为瑰丽幽趣的篇章。武汉市其他旅游景观亦有许许多多历史典故和动人传说,虽然有些是人们主观的想象和编纂,甚至是历史的虚构和神仙异志,但其反映的却是人们心理文化的真实,所以才被人们广泛地接受,并代代相传。这说明它不仅表达了民众丰富的情感,而且满足了民众的社会心理需求。情感往往更能影响人们的行为,演化为社会规范。因此,文化在社会生活中发挥着极其重要的作用。

武汉市旅游文化既有地域特点,又有区间交融。历史的发展证明,文化的交融和冲突不但不会磨灭各自的主要特征,反而能促其互补,使其弘扬光大。有人认为武汉文化好像什么都有,又什么都不突出,缺乏特色。这恰好从一个侧面反映了它的融合性和整体性。武汉市九省通衢、交通枢纽的地理环境,为文化的交融提供了有利的条件,因而城市文化体现出南北融合,东西荟萃的特点。在风俗习惯、市井文化、饮食文化上也具有明显的包容性。如武汉人民热情好客,从不开外,胸怀宽阔,能接纳八方来客,善款待四海宾朋,饮食风味南北兼有,这正是旅游接待地所应具备的文化品质。文

化的交融并未磨灭武汉地域特色,在物质文化和精神生活等各个层面都有所反映,并积淀于民众的思想意识、价值观念、信仰理想之中,外化为与其他区域不同的经济生活、语言艺术、风俗习惯。如极具表达力、寓意深刻且不断创新的武汉方言俚语,把严肃而平淡无奇的事物描绘得饶有趣味。具有悠久历史和地方特色的饮食文化、商业文明、茶肆文化、地方戏剧、盛夏纳凉习俗等文化形式,长期以来丰富着市民的生活,承传着地方文化。

综上所述,武汉旅游文化系列齐全、根基深厚、民风浓郁、具有大都市气质,这些特征是客观存在的,因此在开发中需从宏观上整体把握,尊重客观规律,抓住其内在联系,进行深入开发。

三、武汉市旅游文化内涵深开发的系统优化战略

提起武汉旅游业,不论是武汉人还是外地人,都有“满天星”的感觉,即什么都有,但什么都不突出。造成这种情况的主要原因,一是缺乏准确的文化定位及宣传,主体形象不鲜明;二是缺乏系统地开发和诸文化要素的优化配置。由于武汉文化自身是多层面、多方位的,代表性景观也不少,因而在整体上确定特色有很大难度。但是,对其全面的、全方位的开发利用,进行优化整合的条件却是具备的。

旅游文化整体系统由物质文化子系统、制度文化子系统和精神文化子系统构成,各子系统及其诸文化要素之间不是孤立的,而是相互联系、相互制约、相互促进的。仅仅单方面从旅游资源的角度提高文化内涵,或是只强调旅游企业文化,或只重视环境文化建设,而忽视诸文化要素的优化配置和全面提升,就无法成功塑造武汉大都市整体旅游形象。因此,武汉市旅游业文化内涵的深开发是一个系统工程,需从旅游物质文化、旅游制度文化和旅游精神文化三个层面,从城市形象、景点形象、企业形象三个方位,进行优化整合,全面提升武汉市旅游业的文化品位。其战略不仅仅是旅游部门的、旅游资源的、旅游景点的、旅游企业的单方面的战略,而是全方位的、系统的战略,这就需要市委市政府加大力度,发挥政府主导作用,从整体上进行筹划,统一抓好文化建设。武汉旅游文化系统的优化整合战略包括以下措施:

(一) 城市旅游形象的整体推出

武汉市的旅游整体形象是旅游业发展的核心和支点,文化是城市旅游形象构成的核心要素,并为城市旅游发展提供最广泛的物质和精神基础。文化的功能是使城市聚合为一个整体而区别于其他城市,以城市为整体与旅游者进行交流,事实上旅游者也是把武汉作为一个整体来看待、来要求的。因此,应充分利用文化的功能,将武汉市满天星似的散布景点进行特色配置,以文化整合与文化标识来显示文化内涵和主体形象,使其更加鲜明,把武汉市整体而非独立的景点作为旅游吸引因素推向市场。只有形成并依靠主体形象来吸引游客,武汉市才能成为旅游目的地。

武汉是我国著名的国家级历史文化名城,是著名的百湖山水文化都市,在经济社会发展的历史长河中,发生过许多重大事件,产生过许多现代文明成果,当今社会各类信息也在这里集散,完全有条件建立起独特、鲜明、有吸引力的旅游形象。其文化内涵的发掘宜充分运用历史文化和山水文化的优势,形成系列,塑造融历史文化与山水园林及现代化成就为一体的名城都会形象。作为历史文化名城,武汉的特点是历史悠久古迹多,山川秀丽名胜多,人文荟萃名流多。对武汉这样的综合性历史文化名城的建设,应当注重古今雅俗的完美结合,对城市设施与环境进行显示文化气质、传递审美信息、突出时代气息的功能整合,构筑武汉城市的魅力。其中文化气质是这一整体系统的灵魂,是城市文化内涵的理性体现。只注重审美信息或时代气息的创造,忽视城市文化气质的表现,即使城市漂亮了,高楼大厦竖起来了,现代化设施增加了,也会使人有缺憾之感。

旅游活动的系统性和组合性要求整个社会对旅游者提供旅游全过程所必须的各种条件。因此,武汉市旅游整体形象应包括旅游全过程。如食、宿、行、游、娱、购等各方面,它体现武汉城市的整体知名度。文化内涵的深开发,不仅仅是提高景区景点的文化品位,还必须提高城建、环境、治安等各有关方面的文化品位,需要旅游部门与城建、园林、卫生、环保、交通、通信、物价、公安等相关部门的通力合作,共同创造优美、舒适、方便、安全的武汉城市旅游形象。由于城市文化最终要融进旅游产品,而这种融会创造是依靠旅游企业的行为活动来完成的。因此,必须从经营管理的角度来认识文化对城市形象的作用,在实施措施上不仅要重视文化载体设施等硬件建设,更要重视旅游企业文化、市民文化素质等软件建设,在旅游产品和服务中应融进武汉旅游企业的道德风尚、价值取向和精神文明,在城市的大街小巷中应反映出武汉市民健康向上、海纳百川的精神风貌。

(二) 文化内涵的外化创新

文化内涵必须通过合适的形式或载体才能准确反映出来,这就是文化内涵的外化。这种外化过程实际上是对文化内涵的再认识和对文化载体及表现形式的创新的过程,也是使文化本身得到新的发展的过程。因此,只有准确把握文化内涵,才能准确选择和创造合适而有效的形式或载体,来反映和体现内涵。

旅游的目的之一,就是求新求异,对于文化,则是探究其差异性,认识异域文化,反过来还会增强对本属文化的认同

感。游人在观览了“天下江山第一楼”——黄鹤楼之后,不由得产生探究其跌宕起伏历程及包蕴的丰富内涵的欲望,因此,需要通过富有趣味的瑰丽篇章及其形式,将厚实的底蕴——中华民族的顽强意志和执着精神反映出来。人们观看了气势恢宏的曾侯乙编钟,便极欲知道它是否还能发声,是否能演奏出各种美妙动听的乐曲。编钟馆就以编钟和系列音乐文物复制品以及古典风格的建筑及其环境,变无声为有声,变参观为参与,变静态为动态,变单向欣赏为双向交流,把音乐文物的形态美、色彩美、声音美、工艺美、意境美全面充分地开发出来。利用音乐这一相通的艺术手法,无需语言的赘述,使世界各地的游客都能接受和领会我国古代音乐文化的辉煌成就,并将文物旅游资源的单纯展出的利用手段,发展为集展示、演奏、娱乐为一体的综合手段,更进一步体现出音乐文物的文化内涵,从而满足旅游者高层次文化享受的需求。

武汉市的文化底蕴丰富,后劲充足,目前缺乏的是开发技术的创新。亟待以科技手段设计旅游外显系统,使其具有新的更丰富的表现形式。对文化旅游资源宜采取动态展示的开发方式,寓教于游,体现开放性和参与性,使游客亲身领略历史文化,体验异域文化,达到文化交流。

(三) 雅俗文化的有机整合

现代旅游开发已体现出俗文化的雅化,雅文化的俗化趋势。因此,必须注重“阳春白雪”与“下里巴人”的联系、渗透、互补和共生,既不能搞得“曲高和寡”、“高处不胜寒”;又不能一味媚俗,缺乏人文理性,简单被动地迎合旅游者的口味。街头文化是雅俗文化的结合点,是武汉市城市形象的直接体现,是旅游者进离武汉、了解武汉的起始点文化,游客对武汉的第一印象和最后印象都由此产生,具有范围广、渗透性强、对客源地影响力大等特点,对其进行深开发是增强武汉旅游文化氛围所不容忽视的重点。

街头文化的构成因素主要有街头报刊亭、休憩地、建筑小品、城市雕塑、街区卫生、街道绿化、交通站点以及其他服务点。对街头文化内涵的发掘、整合也是一个系统工程,必须进行整体规划和运作,在硬件建设上吸取国内外其他城市的成功经验,城市建筑小品需反映武汉文化的交融性。在各项旅游服务上强调标准化与个性化的统一,体现武汉人的热情好客和良好的文化涵养。在产品开发上有目的有计划地推出系列旅游活动,既为本地居民提供休闲交流的场所,又为外地及境外游客提供了解武汉地方文化和风俗特色的“套餐”、“快餐”。

今天的杂技和说唱艺术的发展本身就是雅俗文化结合的结果。武汉杂技团在国际国内都曾取得辉煌的成就;湖北评书以武汉口音说书,兼用手、眼、身、步等技艺,口生风、舌生花、语言生动深刻。杂技、曲艺、汉剧、楚剧等都是极富武汉优势和特色的文化艺术财富。大都市文化艺术应该是丰富多彩的,应使这些地方文艺形式和歌剧、舞剧、影视等各种文艺形式综合发展,创造出武汉文化的新景观。

文化内涵的深开发是以促进社会文化健康发展,提高人类生活质量为目的,故在开发中必须分清民俗文化和庸俗文化的界限,防止和克服文化庸俗化倾向。武汉市要成为旅游目的地和国际化都市,在弘扬地方优秀文化的同时,不可不注意糟粕的摒弃。不论是物质文化还是精神文化,不良的风习和不当的载体或表现形式都会降低武汉旅游的吸引力。

文化内涵的发掘是对美的发现和揭示,作为大都市,既要发展科技含量高的娱游项目和主题公园,但又不可过多过滥。对国际旅游者和国内大城市的旅游者来说,这类项目替代性强,吸引力弱,主要面向当地和周边市场,其生命周期一般较短,投资数额较大,风险较高。因此,在开发方向、内容、形式和经营管理上,必须依据旅游者的需要,找准市场,确立大众文化的方向,遵循文化规律,既要注重经济的目标和需要,更要注重社会精神的需要。模拟、缩微、集中某些自然景观或人文景观,都属于标有精神记号的文化旅游产品,如果置接待地固有文化环境特色、旅游者消费审美文化特征和资源文化内涵于不顾,随心所欲,粗制滥造,不仅城市的魅力难以发挥出来,预期的经济目的也是不可能实现的。

(四) 突出特色创造特色

武汉是交通枢纽,故东西南北各种地方文化都在此有所反映,使得武汉文化具有博杂、交汇、融合等特点。多样文化正是武汉市文化特色的肥沃土壤,深开发的任务就是发掘本土文化,使其破土茁壮成长,并吸取多种营养,实现一枝独秀。

笔者认为,武汉市具有国内外吸引魅力的旅游形象可定位为:历史文化名城、山水园林城市、现代化大都市三位一体的旅游中心城市,这符合武汉市的文化资源优势。我国虽有99座历史文化名城,现代化大都市和山水园林城市也不少,但集三者为一体的仅见武汉一座。滔滔两江水,巍巍黄鹤楼,山清水秀大东湖,千年绝响古编钟组合的鲜明形象,是武汉市特有的旅游文化形象,她实际上已经矗立在人们的心目中,只是需要加强标志性旅游景观的建设,强化、升华这一形象。武汉文化的多样性决定了武汉城市标志性旅游景区不限于一个(当然也不应过多)。目前,应集中财力、人力建设好两大标志性景区,即东湖风景区和江山楼桥景区(蛇山——龟山——南岸嘴)。东湖风景区以大面积城市湖泊和逶迤湖岸群峰为载体,将自然山水风貌与楚地文化风情融为一体,在武汉城市旅游中占有极为重要的地位,其宏大中透着秀丽,平静中不失波澜,自然里闪烁着人文光彩的特点,决定了她是一个多功能的具有持久生命力的旅游景区。老一辈革命家朱德曾经赞誉:“东湖暂让西湖好,今后将比西湖强。”东湖风景区东有楚天台矗立螺峰的磨山,西有藏数千年楚地精华的

省博物馆,南有珞珈山下的高等学府武汉大学和科研机构,东南有现代化的十里钢城。景区西端的编钟馆已成功地将文物展示与旅游活动紧密结合,实现了高层次旅游文化开发。1999年5月29日,江泽民总书记参观了湖北省博物馆文物展览说:“这是中华民族的骄傲。”看了编钟、听了编钟演奏并亲自敲了一曲《渔舟唱晚》的主旋律后说:“这是我们中华民族文化宝库中的瑰宝,应该把中华文明进一步介绍给世界。”在参观过程中他三次感慨地说:“绝了!”^[3](第1版)博物馆本身就是城市文化的标志性设施,毛泽东主席很早就指出博物馆建设的重要性。1958年9月17日,他在视察安徽省博物馆时对每一件文物和展品都进行了认真仔细的审阅,并指出:“一个省的主要城市,都应该有这样的博物馆。人民认识自己的历史和创造力量,是一件很要紧的事。”^①对博物馆这样的标志性设施应高度重视其文化生态环境的保护和优化,坚持开发与保护相结合原则。环境本身就是对文化内涵的凸现和对主体文化的烘托,切忌杂乱无章、与文化内涵不协调的建筑设施拥塞其间。

江山楼桥景区有龟蛇锁江、一桥飞渡、两江交汇、楼(黄鹤楼)阁(晴川阁)相望等景观的完美结合,所蕴涵的文化非常丰富。位于两江交汇之地、有三镇观景之塔的龟山——南岸嘴地区的设施建设宜突出水文化,大力发展水上旅游项目,并以纪念碑、城市雕塑等形式将中华民族从古到今不屈不挠治理洪水的可歌可泣的传说、故事、史实等形象地反映出来。

上述两个景区的有机结合所形成的优势,正是区别于全国其他城市的特色之所在。在标志性景区建设的同时,需加强汉口商贸文化、武昌科教文化、汉阳现代工业园等旅游文化项目的开发,使三镇文化起到烘托和强化主题的作用。

总之,要加强政府主导的力度,全方位地发掘武汉市旅游文化内涵,开展创名牌旅游产品,建名牌旅游景区,塑名牌旅游企业,产名牌旅游商品的活动。将武汉市的地理区位、历史文化、生态环境优势用够用足,使武汉不仅是旅游集散地和中心城市,而且成为旅游目的地,充分发挥全省旅游业的龙头作用。

注 释:

① 《毛主席视察安徽省博物馆》图片集前言,安徽省博物馆编,1978年(内部资料)。

[参 考 文 献]

- [1] 许苏民. 文化哲学[M]. 上海:上海人民出版社,1990.
- [2] 冯天瑜. 黄鹤楼志[M]. 武汉:武汉大学出版社,1999.
- [3] 亲切的关怀,巨大的鼓舞——江泽民总书记视察湖北省博物馆纪实[N]. 中国文物报,1999-08-08.

(责任编辑 邹惠卿)

Strategic Ponder on Exploiting Systemically Cultural Connotation of Tourism in Wuhan

TAN Bai-ying

(Wuhan University Business School, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biography: TAN Bai-ying (1955-), female, Associate professor, Wuhan University Business School, majoring in tourism management.

Abstract: In consideration of the present situation of insufficient exploiting for the rich and varied cultural resources in Wuhan, this article point out the opinion of deep exploiting strategy: exploiting systemically the cultural connotation of tourism; bring fully the of cultural internal motive force into play; upgrading the tourist cultural grade; implementing the integrated optimize, the outer innovation, conformity of elegant and common and creating characteristic.

Key words: Wuhan; tourism; cultural connotation; strategy of system optimize