

經營靈山——黃山品牌的形塑

摘要：

做為當今最有名旅遊勝地之一的黃山，其成名的時間點遠晚於五嶽、佛教四大名山等傳統知名山嶺。然而，隨著遊記、繪畫等文本不斷地形塑，最終令到黃山成就了「天下第一奇山」的山格。本文以黃山在唐天寶年間改名為起點，透過夾雜菁英文化思想所「再現」黃山的文本，解析黃山品牌形塑者與文人圈的互動，有助於了解黃山特殊的山格是如何被提煉形塑而經典化。

本文以黃山品牌形塑者所編輯的各類書寫黃山的文本為基礎，以此來了解品牌形塑者們的意圖，藉由文本流傳的方式及旅客遊黃山類型的變化，看到黃山在人們心目中，從一個難以親近的險地而逐漸發展成遊人如織的旅遊勝地。經由對黃山開發不同的意見，知道文人圈的主流文化開始重視黃山，保持黃山景物的原始面貌成為文人圈中很重要的聲音。旅遊文本資源及黃山圖畫的大量出現，使得文人可以不用親到黃山，只消透過品題的方式，便能不斷地再現與打造黃山的山格，最終，黃山由小傳統文化被帶入了大傳統文化，從此確立黃山旅遊名山的地位。

關鍵字：黃山、旅遊、遊記、文人、再現、品牌、文化想像