

四川文化旅游资源开发与建设研究

——基于泰国《三国演义》热背景

唐闻森, 羊 杨, 张学梅

(成都大学 商学院, 成都 610106)

摘要:中国古典小说《三国演义》在泰国传播广泛,对泰国的文学、政治、文化都产生了非常深远的影响,泰国人民对三国文化也有着特殊的感情。通过对相关研究的梳理,分析了泰国三国文化情结产生的原因。四川的三国历史文化遗址旅游景区资源建设具有较鲜明地区特色优势和相对突出的旅游比较发展优势,三国旅游文化资源成为众多泰国旅游入远赴四川国家旅游度假区的最大动力之一。梳理四川三国历史文化遗址旅游开发资源,提出针对三国文化旅游开发与建设的策略,以此扩大四川文化旅游资源在泰国的知名度与影响力,促进四川省旅游业发展。

关键词:泰国;《三国演义》;四川文化旅游;开发与建设

中图分类号:F592.7 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2023)14-0123-06

《三国演义》深受泰国人民喜爱,在泰国广泛传播,至今泰国很多地方寺庙祠堂里仍供奉着一些三国人物。“三国文化”渗入泰国人民群众的真实生活工作中,真正地作为一种文化习俗根植于泰国政治、经济、文化、社会。四川作为三国文化艺术的主要发源地,三国遗址文化及旅游开发资源较为丰富,具有鲜明突出的艺术特色,“三国文化”也成为吸引泰国人赴四川旅游的动机之一。充分发掘与开发四川古蜀与三峡历史文化特色旅游品牌资源,借助“三国文化”主题旅游文化的整体概念打造拥有四川主题的巴蜀三国历史特色文化主题体验之旅,打造一系列具有国际影响力和知名度的品牌,将极大促进四川省更好地建设成为国际旅游度假经济产业强省和传统文化强省。

在18世纪中期,早期移居泰国的华人通过手抄本、口头故事等方式传播《三国演义》。曼谷王朝一世王十分欣赏《三国演义》的故事内容,认为《三国演义》有开发民智、提升军队能力的作用。1802年,下令昭帕耶帕康(洪)主持翻译《三国》(Samkok)。两个多世纪以来,《三国演义》小说在泰国文学界得到最广泛传播,出现了许多不同的版本。可以说《三国演义》是一部在泰国具有广泛社会代表性和

社会影响力的中国文学作品。泰国人民也将《三国演义》的泰文译本视为文学经典,三国文化也渗透到泰国各个领域。

《三国》译作的问世标志着泰国不再仅有韵文体文学,同样还有深受民众所青睐的“三国文体”。在此背景下,泰国小说文类得到进一步发展,并带动泰国散文发展。教育方面,泰国的中小学课本收录了“火烧战船”“赤壁之战”等《三国演义》中的章节。这些章节内容在泰语阅读课程教材中处于重要位置。政治方面,在泰国社会民主化的进程中“三国政治文化”充分发挥了作用。文化方面,泰国人民高度认可并接受《三国演义》,并与本土文化融合起来。很多泰国人都能说出《三国》著作中的人物故事,对其中的谚语、名言警句更是如数家珍。《三国》还是泰国人民了解中国的文化桥梁,是中泰两国友谊的使者。泰国人民对《三国演义》情有独钟,三国演义是泰国的热文化,是泰国人民生活重要的调味剂。

1 研究现状

学者们分别从不同的维度探究泰国人民喜爱《三国演义》的原因,并提出不同的看法。杨丽周和邓云川^[1]在2011年围绕文化、经济、政治等层面分

收稿日期:2023-01-16

基金项目:成都大学泰国研究中心资助项目(SPRITS202110)。

作者简介:唐闻森(1998—),男,四川成都人,成都大学商学院,硕士研究生,研究方向为区域经济与管理;羊杨(1997—),女,成都大学商学院,硕士研究生,研究方向为区域经济与管理;通讯作者张学梅(1965—),女,成都大学,教授,博士研究生导师,研究方向为管理科学与工程。

析了泰国人民喜爱《三国演义》的原因,并具体分析了该著作得到传播的主因有三个:一是《三国演义》本身创作成功,书中有很多关于治国用兵的方略与描述。泰国历代统治者都有借鉴《三国演义》中所提出治国用兵方法的研究,并以此治国安邦。此外,泰国人民也非常喜欢书中所弘扬的行为准则,比如做人一定要知恩图报、人与人之间要讲究义气等。二是泰国有很多的华裔、华人,泰国的皇室成员表示很是喜欢中国这部古典文学的作品。三是多样化广泛的社会传播新途径。号召国内具有一定文化水平、各利益阶层的人民通过国内各种渠道积极传播《三国演义》。上述三方面的原因共同决定了泰国各阶层的人民都非常喜爱这部文学作品,共同推进了该作品的广为流传。邢晓姿^[2]指出对于泰国本土作家而言,受《三国演义》的影响很大,且这种影响仍在持续着。很多泰籍作家就是以此为基础、题材实现艺术创作,如克立巴莫发的《永恒的宰相——曹操》、空连泽咋啦发的《三国演义里的道德》、边萨库纳坝体的《三国演义里的首席执行官》等。《三国演义》里的一些主要历史人物故事在泰国家喻户晓,很多泰语文学作品中运用比喻刻画了这些鲜明性格的人物,且直到今天仍广为流传。比如泰国人民也会以“孔明”夸赞某人智慧过人;如果要表示好兄弟情谊,表达对方义重如山,往往会称之为“关羽”。在泰语中“貂蝉”代指美女。金勇^[3]在2018年指出,在泰国人获取中国历史文化的进程中,《三国》充分发挥了桥梁作用,两国人民友谊借助《三国》得以升华,加深了泰国人民对中国历史文化的了解程度,促进了中国文化在泰国的传承与发展。总之,在中泰两国的文化与文学交流中,《三国演义》的重要性不言而喻。丁力在2021年指出中国古典小说《三国演义》是泰国文学史不可或缺的一部分^[4]。《三国》译著在泰国的问世,在日常生活、为人处事、思维等方面影响着泰国人民。

2 四川三国文化旅游资源概况

2.1 开发研究价值大

三国文化旅游是指将传统三国文化建筑与观光旅游活动相结合。“三国文化”是一种综合性文化,是建立在三国历史的基础上而形成的,其主流传播方式就是《三国演义》。三国时期,蜀汉政权以四川为主,因此四川有着较为丰富完整的三国题材的文化历史旅游资源,当地景点的知名度在全国最高,已开发的有罗江白马关庞统将军祠墓、成都暨武侯祠墓暨刘备墓、芦山县平襄楼、翠云廊等50多

处。提起刘备、诸葛亮祠堂,知名度最高、影响力最大的祠堂必然会武侯祠。目前国内只有一个明确记载三国时皇帝陵墓的标志点是惠陵。诸葛亮最早是在广元剑门关设立了关隘,这一段也是我国西部的古道天下雄关,现有的古柏蜀道文化艺术遗存群中保存最好的当属秦岭古柏蜀道,同时也是全国唯一可考证的从先秦至今留存的较为完整的秦岭古行道树群,在世界文化遗产中也具有较高的价值。

2.2 三国遗迹众多

沈伯俊指出,在四川三国时遗迹的类型大致可分为有如下的几种主要类型:一种是一些古迹类型,是整个三国时期所遗留的至今可见的古迹,如刘备墓群等;二是诸如武侯祠等符合真实三国的历史史实,同时又渗透了很多民间的三国传说、三国戏法等文化的古迹;三是虽有真实三国的历史上的文化基因,但是受许多民间传说、《三国演义》的影响,不符合史学甚至可以说呈现完全不同状态的古迹;四是民间的三国历史传说或者纯系《三国演义》的历史产物、附会于三国的史学著作等的古迹^[5]。综上所述,这些地名“三国遗迹”均是一些与蜀汉三国历史有关或者经过多年历史积淀的地名堆积后而又逐渐演化形成新的地方名胜古迹,而非其严格统计意义上所指的“三国时期的遗迹”。

2.3 接待游客数量庞大

在中国四川省旅游业综合发展试验区“十一五”红色旅游规划体系中,还具体规划开发了四条全省旅游精品线路,其中就包括三国文化旅游线路。飞猪数据显示,2023年春节最热门的国内旅游目的地是成都。许多三国文化旅游景区,游客人数也都迎来了爆发式增长。携程的交通出行的数据也反映了这一变化:国内机票订单量同比增长超40%,火车票订单量同比增长近80%。中国旅游研究院专项监测数据显示,2023年春节期间四川共接待游客5387.59万人次,位居全国第一,旅游收入242.16亿元,两项指标增幅均超过全国平均水平。

3 四川省三国文化旅游资源特点

3.1 三国遗迹数量与类型众多且资源独特

申雷^[6]在2019年结合“全国三国文化遗存调查”考古项目(该项目是由武侯祠组织开展的)中指出,当前的四川省内至少有约300处的三国时期文化遗址、遗迹。其中,有46处位于成都、20处位于德阳、43处遗迹位于绵阳、28处位于广元、10处位于南充。同时,申雷^[6]指出省内虽然有很多三国时

期文化发展的历史遗址、遗迹,但并非所有地区都可大规模开发作为观光旅游的休闲产品。结合所在地的旅游发展环境、可持续及发展性、知名度大小及文化保存发展状况等多个因素,省内很多的三国文化旅游遗存开发、开放的难度较大。访谈中专家均认为目前省内仅有约 90 处具有旅游开发的潜力。总之,四川省内丰富的三国历史文化及旅游资源数量众多,其中有很多资源具有较高的文化价值,种类多、数量庞大,资源独特。

3.2 蜀汉英雄的亮点突出

四川省内广泛分布刘备、诸葛亮、蒋琬等纪念场所,这些纪念场所都是为了纪念蜀汉主要英雄人物修建。提起蜀汉英雄人物自然要提及诸葛亮,诸葛亮在四川建功立业,赋予四川深厚的诸葛亮文化内涵,这是国内其他地方无法媲美的。因此,四川省不仅有丰富的三国文化旅游资源,同时具有资源垄断性。三国文化旅游因为蜀汉英雄而熠熠生辉,形成得天独厚的旅游资源。四川三国文化旅游具备良好的地域组合条件,非常适宜开发发展。

3.3 四川三国文化遗迹自然生态良好

有机结合自然风光与历史文物,打造复合型旅游产品。如唐家河省级自然保护区内的湿地生态环境较为优良、历史底蕴极为丰富,有“邓艾偷渡阴平”;剑门蜀道是一个自然奇观,具有丰富的三国文化内涵;中国只有一个孟获庙,位于雷波县。雷波县的著名景点还包括溶洞奇观,该县的动植物资源也十分丰富。七曲山景区发掘的古三国军事遗迹总数有 30 多处,其中评价较高的景点有张飞植柏、七曲山景区等。此外,七曲山景区里的万顷纯青古柏林海等景观被称为天然氧吧,可见其生态环境的优越。综上,四川不仅具有丰富的文化遗迹,而且具有良好的自然生态条件。

4 四川三国文化旅游资源吸引游客存在的问题

4.1 缺乏龙头景区

三国时代文化遗址旅游区资源空间差异比较显著,四川省高级别的、景区资源相对集中的三国时期历史文化遗迹的旅游开发环境条件较好,低级别景区的开发环境状况却不佳,川北地区的三国时期历史旅游风景区与成都资源集中的景区开发环境状况中最为集中活跃。尽管四川省景区的三国时期特色文化遗址和特色旅游人文景观资源数量仍相当众多,但我国仍只有武侯祠风景区、剑门山蜀道三国时期历史文化区这两处三国遗迹初

步发展为全国龙头景区。在川南地区、川滇藏西北边陲山区等西部一些重要区域遗迹中出现的一些古城文化遗址、古道、古井、墓、庙宇建筑群等一些各种遗址类型内涵丰富独特的原始及三国时期文化遗址、遗迹群基本都仍未赋能或者无法进行合理的挖掘或开发利用。

4.2 开发经营力度上和服务深度仍不平衡

4.2.1 大部分景点为静态观光

文化类景区的旅游项目资源产品本身的设计开发规划及整合利用技术研究开发难度系数均较大,对其项目产品整体综合设计分析能力提升及旅游发展布局规划研究也有更高的专业性要求。旅游服务产品仍以游览观光业务为主,例如成都武侯祠是为充分合理并有效开发利用三国历史遗址文化遗址与旅游娱乐休闲等资源,在省级重点文物保护单位规划建设工作的阶段性成功实践基础之上,打造出具有浓郁三国历史文化特色风情主题街区——锦里,在国内市场引起广泛的社会反响;其已经被连续多年成功运作,举办过大大小小十余届盛会,其中之一的“成都大庙会”也就早已成为成都庙会中一张闪亮的宣传名片,三国文化内涵也渗入到庙会文化中的各个方面。但是目前除了成都武侯祠,其余包括四川省其他三国历史文化专题的旅游休闲系列产品也只是一种静态观光产品,并且形式主要是“看庙”,缺乏一些人文体验观光品和参与性产品。

4.2.2 活动形式较为单调

众多传统的三国文化旅游景区现在大多时候仍然还是在以纯文化观光性休闲游览体验活动为主的会议接待活动形式的进行中为主,景点讲解员大多仅负责带领部分当地青年游客去现场讲述那些与旅游景区文化主题相关内容的三两个故事,旅游文化活动整个过程大多仍较为严肃、单调。

4.2.3 三国文旅景区规模较小

部分游客可能还对景区这种新兴休闲型旅游服务形式印象尚浅,存在着停留景区时间太短、消费的人数比较少、旅游的体验性比较差等方面的问题。如在自贡古城的桓侯宫、资中武庙、绵竹古镇的武庙石刻等这些艺术文化价值水平均属于较高层次的国家级重要的三国历史文化类精品旅游景观资源,由于其长期都是处于国家静态保护区域范围内,加之景区旅游开发规模较小、缺乏与其他地区配套发展的相关旅游产品,游客对一般接待或参观体验时间最长不超 20 分钟,其景区门票的旅游附

加产品收入更是无从谈起,这说明无论在开发研究投入力度上还是社会认识深度上都还存在不足。

反之,如果以雒城三国遗址和宜宾三国丞相祠群遗址分别为基础依托把房湖公园三国遗址和流杯池公园三国遗址共同打造和开发建设成又一座集文化旅游和参观、休闲及购物旅游于一体的现代化综合多功能体验式三国历史旅游观光精品景区,就大大地提升改善游客的旅游休闲与参观等的体验环境及质量,值得四川省乃至其他城市旅游开发建设新的旅游价值及相对档次较高的三国文化等主题休闲旅游文化产品资源借鉴。

4.2.4 三国文旅景区数量较少

四川三国文化专题旅游需要进一步打造成为游客体验型的特色主题旅游文化项目。然而,目前四川对三国文化资源旅游规划开发重视程度仍显不足,精品景区数量远不够多。全省至今仍并未见有地方正式编制三国文化景区旅游资源总体规划,各三国重点文化景区规划之间沟通合作相对较少,尚不能够形成旅游区域有机联动、共同推进发展战略的一种良性开发局面。

4.3 营销推广宣传策划力度不足

4.3.1 官方网站信息模糊

尽管这些三国民族传统民俗文化资源仍拥有相对较为良好且深厚持久的社会群众民间基础,但四川的三国文化休闲旅游产品品牌较弱,和其他许多珍贵的古代三国文化遗产与著名旅游度假景区资源相比依然面临着“酒香也怕巷子深”这样的一种尴尬窘境。例如,文化和旅游部四川专题网站首页上,没有真正地看到其对三国时期历史文化及休闲养生旅游服务概念上的一些相关信息宣传,网站主页上重点推荐宣传的三国旅游线路“游蜀道、品三国”也仅将其隶属于为“大蜀道精品线路”网站的子线路。这段游览的线路目前集中推介的也是包括成都武侯祠、锦里、富乐山、关帝庙、剑门关、翠云廊等三国文化旅游点。由此可见,三国文化旅游景区并未在三国旅游景区文化资源分布数量众多的区域中占有一席之地,四川既没有一个知名的三国文化景区旅游的品牌,对外市场品牌的营销推广宣传力度无疑也是不足的。

4.3.2 相关普及知识缺乏

说到三国,似乎也是人人都会希望能有人来一起参与讨论三国。但其实多数的当地人对于三国文化及三国旅游的文化资源都不甚了解。除去一些知名度尚可的三国名胜景点,大部分的外地游客

对诸如“桓侯宫”“春秋祠”“平襄楼”等这些三国时期的历史文化景点还不甚了解。成都的“张松墓”等、德阳的“金雁桥”等、绵阳的“涪水诸葛营”等、梓潼县的“魏延祠”等遗址群,以及许多知名度相对较低的巴蜀和三国时代文化遗迹,许多四川当地人对此甚至都一无所知。对于其他像三台的“五层山”、资中的“罗泉古镇”、泸州的“龙透关”这类附会于三国的历史传说故事中的景点更是知者寥寥。

4.4 旅游配套设施建设有待提高

沿线乡村旅游重点城镇往往缺乏具有当地特色、鲜明宜人的旅游环境和文化氛围,一些农村城镇因供水与供电、污水排放、垃圾填埋场处理等公共基础设施配套缺乏,游客咨询、餐饮、住宿、娱乐、购物场所等现代旅游服务业配套的公共服务设施供给严重不足,旅游接待的公共服务功能也远远不足。

5 四川开发三国文化旅游的策略

5.1 整合旅游资源

5.1.1 打造“大三国”旅游理念

四川三国文化景区相对较多,分布却过于分散,开发及建设发展程度相对不完整,且往往分属于不同的文化旅游区域管理机构,容易处于“单打独斗、各自为战”的情况,不利于对整个“大三国旅游”历史旅游区整体的有效整合打造,如德阳、绵阳、广元、南充这四地将其三国文化旅游特色作为其区域旅游的一大重要特色,而在雅安、自贡、达州等地却只开发打造其自身地方景点,并未深度开发具有三国地域特色文化内涵的旅游项目资源。所以树立“大三国”旅游理念很重要,有效整合利用省内所有三国文化及旅游的资源,着手制定四川省省级三国文化旅游开发总体规划,在此总体规划思路的有效指导支持下,将省级三国题材文化及其旅游景区的整合开发逐步纳入相关旅游地市建设的前期重点规划之中。

5.1.2 打造精品旅游线路

在旅游区整体投资开发运作初期,根据其地域特点,结合散布于四川各区域的优质三国传统文化与旅游度假资源予以综合配套开发,在完善现有两条三国主题旅游经典线路基础之上,再重点开发打造数条旅游特色鲜明突出的三国题材文化与旅游精品线路。例如,四川三国历史文化休闲旅游景区精品路线主线路:成都武侯祠-国家森林公园-白马关倒湾风景区-绵阳三国历史文化旅游区-剑门蜀道三国历史文化区;缅怀三国蜀汉英雄的最佳旅游推

荐线路,蜀地汉英风:成都武侯祠、子龙刘备祠墓-绵竹双忠祠-德阳庞统祠墓-蒋琬祠墓-昭化县古城遗址-阆中桓侯祠;诸葛亮故里专题旅游精品线路,武侯诸葛亮遗韵:成都武侯祠-双忠祠-卧龙山-剑门关遗址-诸葛丞相祠旧址-小相岭-营盘山得胜营。

在精品线路资源建设进程中,着重研究利用省内的地方优势,做到以精品资源来引领周围区域的优质人文资源,以成都、川北区域来引领周围地区丰富的人文资源优势,以环线拉动周围单线,从而形成互动发展。

5.2 提升品牌文化竞争力

5.2.1 突出蜀汉英雄题材

积极策划以诸葛亮等蜀汉英雄故事为中心的特色三国文化线路,以区别于陕西、河南、重庆、湖北等地的三国文化旅游产品,形成具有自身吸引力的“看点”文化优势,全面推进建设独具中华传统文化韵味的人文观光和度假旅游等中国文化创意的产业系统。

5.2.2 形成特色文旅

中国特色文旅是我国现代文化旅游产业系统最核心的竞争力之一。形成度假酒店产品文化创意新产品业态体系,既要全力创新开拓专项文化旅游及文化主题度假旅游产品开发新市场,满足及吸引游客的休闲文化,又要兼顾大众文化产品旅游业态总体呈现一个健康全面的良性发展,打造具有大众文化特色的更加精细化的旅游项目。

5.2.3 突出地域特色

只有继续深挖并融合三国文化在巴蜀地区的影响,突出地域特色的,依托蜀道世界文化遗产项目开发多个项目,不仅可以宣扬三国文化,还能提升其文化影响力。总之,四川旅游景区群要特别注重合理利用其地域优良及特有的旅游文化地域空间与组合空间开发优势条件,将古蜀楚三国文化旅游景观与旅游沿线周边其他地域民族文化、自然风景优势等因素有机结合并充分融合,因地制宜且科学高效地进行资源组合空间开发从而创造发展出一些具有丰富多层次、复合型旅游文化及旅游人文特色的观光体验项目。

5.3 强化三国文创产品研发

5.3.1 依托历史人物

加大宣传力度,四川三国文化主题旅游纪念品市场的良好发展离不开当地相关部门广泛积极的宣传。依托诸葛亮、刘关张及赵云等有关三国蜀汉的传奇英雄历史故事、大型网络文化与旅游媒体影

响及平台优势,以及各类旅游网站、电视、报纸媒体杂志等媒体的大力宣传加强对四川等三国英雄文化主题旅游景区品牌的对外展示宣传,提升了三国英雄历史文化题材精品旅游线路项目景点的知名度。

5.3.2 发展相关 ACG 产业

三国文化类作品历来一直是当代世界艺术文创领域的另外一大重要文学艺术题材,如韩国包含大量三国题材的网络游戏等此类作品实际创造的政治经济价值及其社会边际效益,已经远远超过传统的机械汽车工业产品;日本漫画家横山光辉的系列作品《三国志》在全球销售量超过一亿三千万册。这一切说明发展三国文化相关文创产品对于发扬我国具有优秀传统的三国文化及其休闲旅游服务等产业的发展是有着十分广阔的应用前景。

5.3.3 灵活运用 IP

四川省级旅游项目可整合并发挥三国旅游文化资源优势,以三国历史文化景区作为其重要文化产业核心战略 IP,突出与三国旅游相关产业板块并进行有效跨界融合。在对自贡“三国蜀汉文化”石雕和特色旅游纪念品等系列项目的整体创意设计制作及项目开发包装进程中,可结合各地区相关的地域优势产业,如与自贡蜀绣、绵竹县木版年画、民间剪纸、自贡市龚扇系列石雕、扎染手工艺术精品等产品和自贡四川石雕系列及特色工艺品等系列产品完美融合,研发并创作独具地方特色风味的川南三国特色文化创意及旅游开发纪念文化产品。

6 结论

旅游业历来是纳入四川省中长期规划战略的支柱产业。随着当前四川省对于文化创意与旅游市场开发及需求能力上的迅速发展,人才需求旺盛,三国故事题材文化和休闲娱乐旅游度假产品消费逐步升温,并日益呈现出一种文化商业的竞争格局新态势。《四川省“行动计划和全省‘十三五’旅游业专项规划的”旅游业发展规划》明确提出,优先发展旅游业“提升三国历史文化的国际影响力”路线产业,并最终决定把其中一条“蜀道三国文化旅游线”旅游路线产品列为贯穿全国近 10 年来 10 条省内的重点精品线路之一。

参考文献

- [1] 杨丽周,邓云川.浅析《三国演义》在泰国广泛传播的原因[J].东南亚纵横,2011(1):57-59.
- [2] 邢晓姿.论中国传统文化对泰国社会之影响[J].中国石油

- 大学学报(社会科学版),2011,27(3):68-72.
- [3] 金勇. 泰国华人的社会流动与中国文学的跨文化传播——以《三国演义》在泰国的传播为例[J]. 当代外语教育,2018(2):116-122,127.
- [4] 丁力. 论泰国文坛中的《三国演义》[J]. 菏泽学院学报, 2021,43(1):91-96.
- [5] 沈伯俊. 努力打造川陕三国文化旅游精品线[J]. 中华文化论坛,2007(4):74-78.
- [6] 申雷. 四川三国文化旅游资源开发探析[J]. 四川职业技术学院学报,2019,29(3):51-56.

Research on the Development and Construction of Cultural Tourism Resources in Sichuan:

Based on the background of “Three Kingdoms” fever in Thailand

TANG Wensen, YANG Yang, ZHANG Xuemei

(Business College, Chengdu University, Chengdu 610106, China)

Abstract: The Chinese classic novel Romance of the Three Kingdoms has been widely spread in Thailand and has a very profound impact on Thai literature, politics, and culture, and Thai people have a special affection for the Three Kingdoms culture. The reasons were analyzed for the emergence of the Three Kingdoms cultural complex in Thailand by combing through relevant studies. Sichuan's Three Kingdoms historical and cultural sites tourism scenic resources construction in the tourism country also has more distinctive regional characteristics advantages and relatively outstanding tourism comparative development advantages, the Three Kingdoms tourism cultural resources become one of the biggest motivation for many Thai tourists going to the national tourism resort in Sichuan. After combing the Three Kingdoms historical and cultural sites in Sichuan tourism development resources, the Three Kingdoms cultural tourism development and construction of the strategy are proposed, so as to expand the visibility and influence of Sichuan tourism in Thailand, and promote the development of tourism in Sichuan Province.

Keywords: Thailand; “Romance of the Three Kingdoms”; Sichuan cultural tourism; development and construction