

江南古镇旅游资源认知与评价的新思考*¹

刘法建¹ 李彬彬¹ 陈冬冬² 李东和¹

(1. 安徽大学商学院, 安徽合肥 230601;

2. 安徽广播影视职业技术学院管理系, 安徽合肥 230011)

【摘要】:科学有效地认知与评价旅游资源是确定区域旅游发展品牌、定位和方向的首要工作。通过创新江南古镇旅游资源认知与评价的逻辑与结构,尤其是对旅游资源认知观,旅游资源形成机理的分析,并以西塘作为典型案例,在强调“集合性资源”的价值和意义,理清西塘“资源到品牌到产品”的脉络及其必要性的基础上,建立了以“西塘生活”为核心的西塘旅游资源认知结构。为了更好地发展古镇旅游,给江南古镇旅游提供新的发展思路和发展方向,希望相关结论能为西塘旅游产业发展、产品开发与旅游营销乃至其他古镇旅游地发展提供参考。

【关键词】:旅游资源;江南古镇;认知;评价

【中图分类号】:F590.31 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1005-8141(2017)09-1118-05

1 引言

江南古镇是一种介于城市与乡村之间的人类集聚地,并在一定的地域形成完善的以水为中心的网络体系,是江南水乡地域文化的集中体现^[1]。自20世纪80年代发展旅游业以来,以周庄、西塘、乌镇等为代表的六大古镇,通过保护古镇内外的物质和文化资源,成为传承延续古镇文化与精神的重要载体,也成为现代社会中体验和消费古镇文化内涵和物质生活的重要空间,同时六大古镇的旅游经济也取得了快速发展。古镇旅游既是带动地方经济与社会发展的重要引擎,也成为对抗城市化、工业化对传统文化和生活环境冲击的有效手段。经历了30年的旅游业发展,古镇旅游从悄然兴起到蔚然成风。在新形势和新环境下,古镇面临着新的困境与难题。一方面,古镇文化在现代和后现代消费文化的持续冲击下,过度商业化^[2]、空心化^[3]与文化涵化^[4]等现象使古镇旅游资源的开发陷入困境,因此新形势下旅游发展方向选择显得尤为重要;另一方面,随着更多江南古镇不断加入旅游开发,过度集聚产生的“资源屏蔽效应”和高级别景区的“形象抑制”压力,形成了对有限客源的强烈分割和掠夺,如何凸显旅游资源个性和特色品牌成为旅游发展突围的关键点。上述两点迫使古镇旅游开发部门和相关研究者必须通过建立新的旅游资源认知视角与框架来系统梳理和定位江南古镇旅游资源。

古镇旅游的快速发展为中国旅游研究提供了广泛的素材,古镇旅游成为国内外检验各类旅游研究命题和相关理论的主要案例地。除了较多的旅游开发与保护、同质化与空间竞合等研究外^[5,6],由于古镇内外权属关系的复杂性,社区、游客、管理者多方关系交互最密集、产业的多元复杂性等较突出的特点,与古镇旅游发展紧密相关的利益相关者、社区参与^[7-9]、商业化^[2,10],以及居民对旅游者的态度与感知等领域成为古镇旅游研究的主要内容。近年来,又进一步衍生出地方文化身份建构^[11]、产

¹收稿日期:2017-07-05; 修订日期:2017-08-23

基金项目:国家自然科学基金项目(编号:41301151);安徽省旅游业青年专家培养计划项目(编号:AHLYZJ201506)。

第一作者及通讯作者简介:刘法建(1982-),男,安徽省凤阳人,博士,副教授,研究方向为旅游地理与规划。

权制度演进^[12]、空间生产^[13]、旅游意向构成与传播^[14]等新的研究内容。其中，旅游资源作为旅游供给系统中的关键环节，引起了古镇旅游研究者一定的关注，但主要集中在资源价值、共性、特色^[15, 16]、开发问题等方面，对解决古镇面临的新的现实问题略有不足。此外，有关古镇旅游资源的研究无论是整体的概括或对比，还是单个古镇的研究，重点是为了寻找“共性中的个性”，多目的地的对比较多，个体深入挖掘研究较少；特征描述较多、概括梳理较少，资源本底的分析较多、结合市场需求和开发价值的互动研究较少^[17]等。即多数研究是基于资源调查和评价的进一步概括和梳理，古镇旅游资源的内涵与本质特征有待深入拓展。

本文以江南古镇旅游资源的认知与评价为内容，选择西塘古镇为研究对象，尝试建立江南古镇“资源—品牌—产品”的旅游资源认知逻辑和结构，从旅游资源的形成机理、资源认识与评价入手，结合传统资源调查与评价方法，提炼出西塘旅游资源特质、个性与品牌。本文希望通过对西塘这个具有典型意义的古镇(个性)进行解剖式的深入研究，能够实现分析性的扩大化推理^[18]，形成对江南古镇旅游资源(共性)的系统、详细和深入认识，同时也为西塘古镇进一步明确旅游产业定位、产品策划与品牌推广提供参考。

2 案例地概况与研究思路

2.1 西塘古镇旅游发展概况

江南六大古镇之一的西塘古镇位于浙江东北部的嘉兴市嘉善县、长江三角洲杭嘉湖平原腹地心地带，总面积83.61km²。其中，古镇区面积1.04km²，人口约8.6万人，地理区位良好，为旅游业发展提供了众多优势。首先，长三角地区人口稠密、经济发达、交通便捷、可进入性良好，为古镇提供了数量和质量上双优的客源市场，也为外部客源市场开拓奠定了基础。其次，杭嘉湖平原是中国水乡古镇发育发展最典型的区域，该区域的自然与人文环境也成为西塘古镇旅游资源与旅游品牌形成的本底和核心条件，但同时也会造成片区内同质资源聚集，产生屏蔽问题。

自1996年开发旅游以来，西塘古镇成绩斐然，先后获得世界文化遗产预备清单(2001年、2006年)、中国历史文化名镇(2003年)、国家4A景区(2005年)、中国十佳古镇(2007年)、中国百强景区(2012年)等称号，并在2014年高分通过了国家5A级旅游景区资源景观质量评审，被列入创建5A级旅游景区预备名单。在旅游规模方面，游客量平均每年都以超过30%的速度递增，2014年全年接待游客达到653.22万人次，旅游相关收入超过10亿元。

2.2 西塘古镇旅游资源的传统认知

江南古镇旅游资源研究的关注点集中在“水乡特色景观及其蕴含的丰厚历史文化价值”方面^[19]，因此代表水乡特色的古桥、河道、船舫和代表历史文化的街廊、民居、园林等元素成为古镇旅游资源描述和统计的重点。对西塘的旅游资源认知也是如此，西塘传统的资源和品牌认知就是建立在独立、代表性的资源个体及其数量特征上(表1)，有关西塘“桥多、弄多、廊棚多”的白描式资源概括，成为市场认可度和知名度较高的资源特征。同时，“生活着的千年古镇”品牌形象较好地概括了西塘旅游资源的内涵，“生活西塘”已深入人心。然而“生活西塘”并不能直接体现出并对接到具体的旅游产品上，现有旅游资源体系和结构对这一品牌的形成和支持力度也不够明显。

表 1 西塘古镇主要旅游资源类型及代表性单体

资源类型	代表性资源单体
古桥	五福桥、卧龙桥、送子来凤桥、环秀桥、万安桥、安境桥、胥塘桥,等
廊棚	北栅街、烟雨长廊
街、弄	石皮弄、计家弄、西街、塘东街、四贤祠弄
民居、建筑	王宅、袁宅、倪宅、西园、四贤祠、圣堂、钟介福药店
博物馆、寺庙	酒文化博物馆、纽扣博物馆、瓦当博物馆、明清木雕馆、根雕艺术馆、七老爷庙,等
河道	杨秀泾港、西塘市河、十里塘、来凤港、三里塘、里仁港、烧香港,等

注:资料来源于西塘中国历史文化名镇保护规划(2014-2025年)。

现有的资源认知角度和国标方法(是指《旅游资源分类、调查与评价(GB/T18972-2003)》所规定的相关方法和技术),往往集中在独立资源单体的调查与评价方面^[19],对西塘这种缺少标志性、震撼性、独具性的单体景观或吸引物的旅游地,运用现有方法难以发掘出西塘集合性、体系性、系统性的旅游资源优势,很难解释其旅游吸引力的产生,也体现不出西塘旅游资源的特色和品牌。此外,传统资源调查方法和思路不能建立起旅游资源体系的内在逻辑,使资源价值评价的全面性和品牌的凝练程度受到影响。因此,需要在资源认知、调查内容和方法上全方位创新,实现旅游资源的拓展与转化^[20]。

2.3 研究思路

传统的区域旅游资源研究往往作为旅游规划的一个环节展开,从资源调查基础入手,展开整体或部分价值的评价,然后总结和概况资源特征和核心内涵,并以此进行空间分区、适应性评价等研究^[21, 22]。近年来,针对资源评价的方法^[23, 24]、理论、观念的创新不断出现,如旅游资源的可拓性^[20]、人文关怀^[25]、创意旅游^[17]、比较优势^[26]等,为西塘旅游资源的认知研究提供了可资借鉴的思路和方法。

本文在综合上述研究的基础上,从以下环节对西塘旅游资源的评价和认知进行了研究。首先,建立起既能契合市场需求与未来旅游的发展趋势,又能够揭示西塘本底特色的旅游资源认知观,以此作为资源调查和评价的基础;其次,采用倒叙式的结构逻辑,首先梳理出西塘旅游资源形成的内在逻辑与文化根脉,以此确定资源调查和研究的范围和重点;第三,在采用传统的国标方法对旅游资源进行调查和评价后,结合旅游资源形成机理、资源认知观,概括出西塘旅游资源的核心价值与品牌内涵,以此建立西塘旅游资源结构体系,理清旅游资源的内在逻辑。

3 西塘古镇旅游资源的认知与评价

3.1 西塘古镇旅游资源认知创新

旅游资源的类型与范畴的发展和变化,价值与功能的拓展和延伸,结构与联系的变换和转化^[20]是响应特定经济、社会、文化环境,旅游需求的必然反映,因此在古镇旅游传统、现代和后现代消费主义激烈交织和碰撞的背景下^[27]要引入和创新古镇资源的认知观和价值观。首先要引入的是需求观。立足市场、贴近需求,一直是区域旅游发展的基本准则。在旅游市场需求和消费导向快速转换的背景下,基于本体属性的传统资源观,正转向“市场、资源、产品的多元互动”的需求导向资源观。对西塘旅游资源的认知,应多结合旅游者需求的视角。旅游者的选择是对旅游资源价值的最高奖赏,这既是西塘旅游业成功的关键所在,也是未来发展的核心思路。契合旅游需求变化、凸显西塘的独特魅力的旅游元素将成为未来旅游开发的主要方向。因此,对西塘旅游资源的认知不能单纯从文物价值和专家维度来审视,应更多地从旅游价值和市场需求维度来看待。其次,要带入的

是意境观。传统旅游资源的评价往往较多从物质维度的遗存角度考量，重点是找出所谓的“二老”旅游资源及其个体吸引物。其实，旅游是一种体验地方生活、感受特色文化的过程。旅游目的地的一草一木、一砖一瓦、一人一物所营造的氛围给旅游者带来的全方位体验，从深度和内涵上都大于特定吸引物的感官刺激。旅游开发的重点也将从物质形态的打造向旅游氛围和特定意境营造方向转变。对西塘而言，其旅游资源价值更多地在于多种看似不起眼的元素构成的一种生活意境和氛围，这是吸引旅游者的关键，也是发展旅游业的核心元素。因此，看待西塘的旅游资源，应跳出传统的物质观，更多地从生活意境角度去看待，居民不是装饰品^[28]，原真性的生活意境更具独特魅力。从这个意义上说，构筑西塘文化内涵的诸多要素必将成为其旅游开发关注的重点。

首先，以上述两种观念为基础整体布局，强调整体观，在营造整体旅游氛围的基础上可通过特定旅游资源的集聚化、体系化来整合，将单一、独立、零散、非垄断性的资源汇聚成为完整、系统、有冲击力的品牌。对西塘而论，如果将每一个单体资源孤立开来，价值往往不高，但如果将众多单体资源汇总，则具有极高的价值，如水系、街巷格局、民居集合、博物馆群等，以往描述西塘“桥多、弄多、廊棚多”正是对这一资源观的较好体现和概括，古镇本身也是众多遗存单体的有机共生^[28]。对西塘旅游资源的分析和评价，必须将某一类要素的集合看成一个整体，凸显这种类型资源的整体效应和价值，达到整体开发的目的，因此本文将“集合型资源”纳入资源单体的统计和评价序列。其次，要着重引入未来遗产观。旅游开发既是发掘历史、利用历史，更是创造历史的过程，要将现有和规划中的旅游资源作为明日的世界遗产来看待和打造，才能创造出精品，实现可持续发展。西塘旅游业发展一定程度上按照这一原则进行，未来更应进一步强化这一原则。无论是明清古建筑、街、弄、桥、廊的保护与利用，还是新桥、新戏台、新街区的建设，只要是能体现西塘的特质、传统和文化的，都能成为未来旅游的重要载体。所以，对西塘旅游资源的认知，不能单纯从已有的或历史遗存景观来看待，今天的建造物就是明天的遗产，用历史发展眼光看，同样具有较高的价值。第三，要强调竞合观。在自然环境和文化传统的影响下，某一特定类型的旅游资源往往集聚在某一特定的区域，它在带来整体品牌优势的同时，容易造成资源屏蔽和相互抑制。因此，旅游资源的发掘不能仅仅从本体价值属性上进行判断，还应放到区域旅游的竞合环境中。既要选择能体现所在资源集聚区的整体特性的标志性资源，更要梳理别具个性和魅力的独占性资源。对西塘而言，需要总结比较出能够代表水乡、古镇特质的资源，还需要强化廊棚、街弄、田歌等领先于其他古镇的品牌资源，进一步提炼出西塘个性旅游资源品牌。

3. 2 西塘旅游资源的形成机理

理清旅游资源形成的环境基础与影响因素有助于深入理解旅游资源的内涵，提炼旅游地品牌和特色，本文从江南古镇旅游资源形成与发展的一般性规律和西塘特质两方面来梳理西塘旅游资源的形成机理：①自然本底与人为改造相叠加。江南古镇是特定自然环境与人类劳作相适应的结晶，体现了人地关系的和谐与共生。西塘古镇作为湖泊低地型聚落^[15]，地势平坦、河网密布的自然条件提供了旅游业和社会经济发展赖以存在的本底条件，塑造了水乡古镇独特的自然景观和生活特征^[16]。在这一基础上，西塘居民千百年来的劳作塑造了西塘的宅、店、街、弄、村、镇、桥等基本格局和生活空间。正是这种原赋的自然本底和后天人为的改造相互叠加，才形成了今天西塘旅游资源的核心价值之所在。②传统生活与现代文明相交织。西塘古镇既是传统的也是现代的，社会经济的快速发展和整体制度环境的集聚变迁构成古镇转型与发展的脉络和逻辑^[6]，传统社会积淀的生活文化载体和现代社会的时尚元素在西塘都有所保存。“柴米油盐”为基调的传统生活与或文艺、或喧闹、或个性的现代时尚生活相交织，历史与现代在西塘的街弄中、廊棚下碰撞、融合与重生，形成了西塘独特的魅力。西塘的旅游资源是传统生活与现代文明的交织，正是这种交织才使西塘更加有魅力和有价值，才是西塘与其他古镇的差异之所在，或许也是西塘吸引旅游者的关键。③外来文化与本地文化相融合。多种文化的交融是形成江南古镇亦雅亦俗的地方文化的基础^[16]，西塘古镇尤为突出，包容并蓄的文化个性使传统与现代、东方与西方、生活与艺术等不同文化元素逐渐融入在西塘的发展中，“封火墙”等徽派元素融入而成的建筑风貌即可反映。西塘旅游业也是如此，民居与老宅是原生的，博物馆、客栈则是新的业态和产业，两者的完美结合带来了西塘别具一格的博物馆集群资源和客栈产品。西塘的价值和特色，正是这种长期以来本土文化与外来文化的融合，从而形成了各方旅游者都青睐的空间。西塘非排他而包容的独特个性，使每一种文化背景、每一种有不同需求的人都能在这里找到他们所需要的感受和意境。④世俗世界与神圣空间共生。西塘旅游资源和文化是亲民的，是可以接近的。江南传统农耕文明转型所形成的市井商业文化在西塘尤为凸显，一方面形成了顺应河道、适应市场的城镇建筑格局^[15]，另一方面凝聚成的平民文化

体现在西街各种贴近生活的业态中。西塘的生活元素还体现在以七老爷庙、四贤祠为代表的圣空间中，对先人和英雄的敬畏和感恩，通过庙会、节庆、表演等多种形式穿插于日常生活中，在二元空间上共生交融，在时间上共进延伸。正是这种世俗世界与圣空间的共生，形成了西塘雅俗共赏的休闲体验空间，成为不同类型人群都热衷向往的地方。

3.3 从“生活西塘”到“西塘生活”的认知转变

在上述旅游资源形成机理和新的多元认知观的综合分析基础上，本文采用《旅游资源分类、调查与评价(GB/T18972-2003)》中有关方法对西塘资源进行了分类、评价和等级划分，共发现资源单体 172 个。其中，五级资源 16 处、四级旅游资源 26 处、三级旅游资源 60 处；三级以上优良级旅游资源单体 102 个，占资源总数的 59.3%(限于篇幅，调查过程与评价结果不再赘述)。

本文进一步按照如下逻辑对西塘旅游资源进行结构性分析:综合资源特质、发展定位、空间竞合、市场趋势等因素。本文认为，首先要将“西塘生活”作为西塘旅游品牌的本底和核心，并围绕这一品牌来组织资源结构框架。其次，基于以上旅游资源认知观和形成机理的分析，强化“集合型资源”的概念，即同一类型的资源单体所形成的资源整体，然后按照个体旅游资源(如石皮弄、西街、杨秀泾等)和“集合型资源”(如街弄、博物馆群等)两大层次进行资源概括和梳理。第三，遴选出核心旅游资源，并放到江南古镇背景下进行比较，将其分为两大类。一类是个性资源，是指具有独特性和绝对优势的资源，如嘉善田歌、西塘廊棚、西塘街弄、西塘夜游、西塘主题博物馆群、西塘文化名人等；另一类是共性资源，是指虽不具有唯一性，但具有相对优势，且构成并代表江南古镇整体意向和特色的标志性资源，如西塘水系、西塘民俗、西塘古建筑、西塘古桥、西塘南社遗存等。第四，将西塘核心旅游资源，按照从“个体元素”到“集合资源”、从“集合资源”到“资源类型”、从“资源类型”到“主题品牌”，将西塘核心旅游资源组织形成旅游资源结构系统(图 1)，并将“集合资源”作为资源单体进行统计和评价，作为支撑“西塘生活”品牌的核心资源。

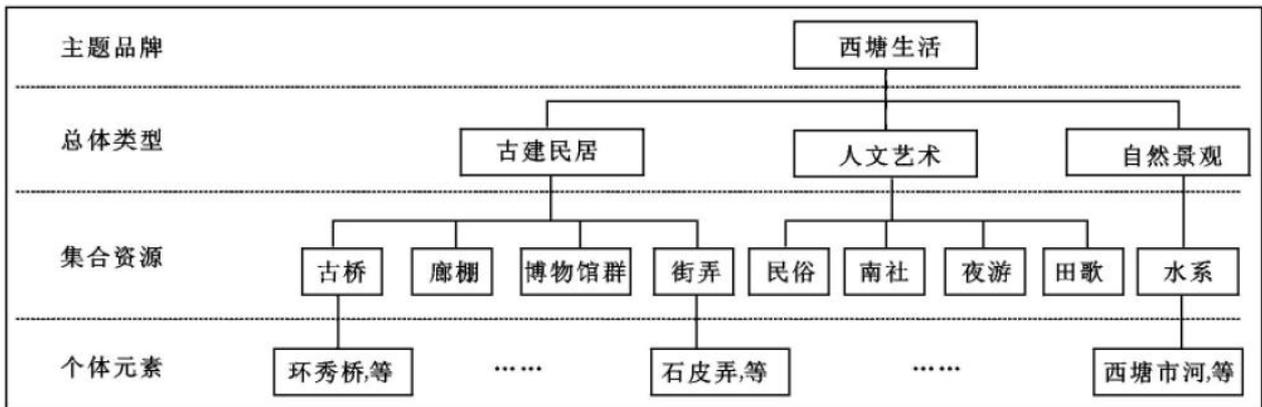


图 1 西塘旅游资源结构系统

3.4 西塘旅游资源开发与利用思路

根据上述分析，本文认为西塘未来应该重点突出并围绕以下方面发掘旅游资源特色:①以生活为核心。西塘人文类旅游资源所占比重较多，旅游资源大多以平民百姓的日常生活为核心，桥、弄、廊、酒、瓦当、纽扣、根雕、田歌、宅院等元素无一不是与当地百姓生活密切相关的旅游资源。生活化的旅游资源为旅游者提供了一个贴切生活的物质空间，同时也是西塘古镇区别于其他江南古镇的独特之处。②以融合为特色。西塘旅游资源特色在于融合，即传统与现代融合、静态与动态融合、旅游与生活融合、儒商与平民融合、本地与外地融合、形式与功能融合，既体现了西塘的包容性，也指出了不拘泥于特定的类型，开发多元旅游产品和项目。③以集聚为亮点。西塘旅游资源取胜之处并非环秀桥、西园等某一个体、标志性的单体元素，而是桥、弄、廊、酒吧等同一类型的资源在此集聚所形成的优势，以及这些集合体相互联系、交融互生所形成的水乡风情和生活气息。

旅游发展既要强调个体资源的提升与创新，又强调资源整合，围绕“集合资源”及其集聚优势做文章。④以体验为导向。体验式旅游是未来旅游发展的方向之一。在西塘既可体验“春秋的水、唐宋的镇、明清的建筑、现代的人”，也可体验西塘居民“日出而作、日落而息”的生活场景。在城市化飞速发展的长三角地区，西塘要为旅游者回归宁静、寻找内心自我以及远方的“乡愁”提供精神家园。⑤以平民文化为底蕴。平民文化是西塘旅游的灵魂，也是旅游资源最本质的特色。西塘应以平民文化为主题，深挖文化特色，打造系列旅游产品；应依托文化发展旅游，依托旅游创造品牌，依托品牌拓展产业，依托产业反哺文化，最终形成文化与旅游发展的良性循环。

4 结论与讨论

旅游资源的认识和评价问题是旅游规划研究的基础性课题，它决定了区域旅游开发的方向和重点^[19]。对江浙众多古镇而言，资源特色突出但同质化严重，集聚效应明显但竞争剧烈，这就需要理清各自的“资源→品牌→产品”的演进脉络，挖掘出独特的资源内涵和品牌。尤其是西塘古镇这种缺乏震撼性、标志性单体吸引物的旅游地，更需要突破传统的资源观、变换认知和评价的角度和思路。因此，本文将旅游资源的调查和评价建立在分析资源形成机理和创新资源认知观的基础上，强调古镇旅游资源的结构和内在逻辑的建立，明确了“集合型资源”可作为资源单体进行统计和评价，认为西塘旅游资源的品牌是“西塘生活”，资源的基础是“西塘生活”所彰显的原真性生活意境，资源的特色是西塘水系、西塘街弄、博物馆群等“集合资源”的集聚优势，并形成了“个体元素—集合资源—总体类型—主题品牌”相演进的旅游资源结构。

本文虽然为定性的个案研究，但西塘古镇所具有的典型性，对其“解剖式”的研究有助于形成对江南古镇旅游资源问题的深入、详细和全面认识，也是对传统古镇资源和价值整体性研究的有益补充。不过相关研究思路还有待于其他古镇的检验和对比，从而使本文的结论兼具典型性和代表性。同时，本文是基于资源本体视角进行认知与评价，也有待于从旅游者感知视角来进一步理解和认识旅游资源。

参考文献：

- [1] 姜平. 江南水乡金三角：乌镇西塘南浔 [J]. 中国国家地理, 2002, (2) : 25.
- [2] 保继刚, 苏晓波. 历史城镇的旅游商业化研究 [J]. 地理学报, 2004, 59(3) : 427 - 436.
- [3] 王云才, 陈田, 郭焕成. 江南水乡区域景观体系特征与整体保护机制 [J]. 长江流域资源与环境, 2006, 15(6) : 708 - 712.
- [4] 李柏文. 旅游“废都”：现象与防治——基于云南国家级口岸打洛镇的实证研究 [J]. 旅游学刊, 2009, 24(1) : 65 - 70.
- [5] 熊侠仙, 张松, 周俭. 江南古镇旅游开发的问题与对策——对周庄、同里、直旅游状况的调查分析 [J]. 城市规划汇刊, 2002, (6) : 61 - 63.
- [6] 柴琳, 李昕. 制度变迁视角下的江南古镇保护——以江南六镇为例 [J]. 现代城市研究, 2008, (11) : 26 - 32.
- [7] Dogan G, Jurowski C, Uysal M. Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach [J]. Annals of Tourism Research, 2002, 29(1) : 79 - 105.

-
- [8] Horn C, Simmons D. Community Adaptation to Tourism: Comparisons Between Rotorua and Kaikoura, New Zealand [J]. *Tourism Management*, 2002, 23(2) : 133 — 143.
- [9] Brunt P, Couriney P. Host Perceptions of Sociocultural Impacts [J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26(3) : 493 — 515.
- [10] 黄睿, 曹芳东, 黄震方. 新型城镇化背景下文化古镇旅游商业化用地空间格局演化——以同里为例 [J]. *人文地理*, 2014, 29(6) : 67 — 73.
- [11] 姜辽, 苏勤. 周庄古镇创造性破坏与地方身份转化 [J]. *地理学报*, 2013, 68(3) : 131 — 1142.
- [12] 贺红权, 刘伟. 我国旅游资源产权制度的演进趋势及启示——基于一个文化古镇背景模型的分析 [J]. *中国软科学*, 2007, (12) : 66 — 72.
- [13] 郭文, 王丽, 黄震方. 旅游空间生产及社区居民体验研究——江南水乡周庄古镇案例 [J]. *旅游学刊*, 2012, 27(4) : 28 — 38.
- [14] 周永博, 魏向东, 梁峰. 基于 IPA 的旅游目的地意象整合营销传播——两个江南水乡古镇的案例研究 [J]. *旅游学刊*, 2013, 28(9) : 53 — 60.
- [15] 张环宙, 汪波. 江南水乡古镇的共性特征及其价值分析——以太湖流域六大古镇为例 [J]. *浙江大学学报*, 2007, 34(6) : 696 — 701.
- [16] 阮仪三, 邵甬, 林林. 江南水乡城镇的特色、价值及保护 [J]. *城市规划汇刊*, 2002, (1) : 1 — 3.
- [17] 汪德根, 钱佳. “创意旅游”时代的旅游规划体系创新思考 [J]. *旅游学刊*, 2014, 29(5) : 13 — 15.
- [18] 王宁. 代表性还是典型性? 一个案的属性与个案研究方法的逻辑基础 [J]. *社会学研究*, 2002, (5) : 123 — 125.
- [19] 刘益. 从旅游规划角度论《旅游资源分类、调查与评价》的实践意义 [J]. *旅游学刊*, 2006, 21(1) : 8 — 9.
- [20] 李庆雷, 赵红梅. 旅游资源的可拓性及其方法论意义 [J]. *人文地理*, 2012, 27(3) : 125 — 130.
- [21] 于涛方, 顾朝林, 徐逸伦, 等. 吉林省旅游资源评价与分析研究 [J]. *自然资源学报*, 2002, 17(2) : 198 — 202.
- [22] 李加林, 王亚欣, 邓俊国, 等. 旅游资源开发灰色模式识别及适宜性分析以漆源风景区为例 [J]. *世界地理研究*, 2004, 15(2) : 90 — 95.
- [23] 陈鹰, 黄磊昌, 王祥荣. 区域旅游规划中旅游资源集合区生态位的研究 [J]. *城市规划*, 2007, 31(4) : 37 — 41.

-
- [24] 王良健. 现行旅游资源评价体系的改进与方法创新 [J]. 旅游学刊, 2006, 21(2) : 12.
- [25] 杨春宇, 叶文. 旅游规划与人文关怀浅析 [J]. 人文地理, 2004, 19(3) : 89 - 92.
- [26] 刘旺, 杨敏. 比较优势、竞争优势与区域旅游规划 [J]. 四川师范大学学报(社科版), 2006, 33(4) : 111 - 116.
- [27] 钟士恩, 章锦河. 从古镇旅游消费看传统性与现代性、后现代性的关系 [J]. 旅游学刊, 2014, 29(7) : 5 - 7.
- [28] 刘德谦. 古镇保护与旅游利用的良性互动 [J]. 旅游学刊, 2005, 20(2) : 47 - 53.