

旅游标志物视角下江南六大古镇

景观意象比较研究

巩洪洋

【摘要】江南六大古镇（周庄、同里、甪直、西塘、乌镇、南浔）在自然环境、传统历史文化和地域风情方面都具有较强的代表性，六大古镇在国内古镇旅游市场中占据着重要的位置，古镇环境下的恬淡生活、悠闲节奏又与长三角大都市快节奏生活形成鲜明对比，是人们选择释放压力，回归悠闲体验的主要选择目的地之一。但是随着古镇旅游的快速增长，古镇建设逐渐忽略了地域文化和生态本底差别，古镇发展单一式、粗暴式、简单复制模式导致江南古镇同质化严重、古镇商业气息过浓、雷同化的旅游景观布置、古镇可识别性、可意象性特征骤减等都严重制约着古镇的健康发展。从科学的角度来看，江南六大古镇只有差异化发展，才能取得更好的经济效益和社会效益。

本文在基于城市意象与目的地意象理论的经典研究成果之上，借用文献分析法，对景观意象理论、旅游标志物理论和旅游目的地管理理论进行了梳理，并对近年来相关研究进展进行了总结，梳理了古镇旅游标志物景观意象的外在表现形式，以期建立江南六大古镇旅游标志物景观意象参考体系。第二步通过对江南六大古镇基础性实证研究，解读江南六大古镇景观形态，了解六大古镇基础属性，借助对江南六大古镇在某大型旅游网站上评论和游记的抓取与数据转换，通过综合统计分析法，获取游客对江南六大古镇意象的体验感知、意象整体感知评价、意象要素个性感知评价，并以游客感知的意象评价为桥梁，探究古镇意象各结构要素与整体之间的关联。最后使用比较分析法、统计归纳分析和相关性分析对处理数据进行了归类，进而提炼出六大古镇五大景观意象要素之间共同特征、交叉相同特征和个性特征，为后续古镇发展建议和意见提供数据支撑。

第一章：绪论。在分析古镇旅游发展的基础上，阐述了古镇研究的理论和实践意义，明确了研究的主要内容、方法和技术路线。

第二章：理论基础。在对景观意象和旅游标志物理论的国内外相关研究进行梳理归纳后，总结出景观意象元素的构成类型、景观意象的组成及获取途径。

第三章：对江南六大古镇景观意象的构成进行解读，首先对江南六大古镇区位和历史发展进行归纳总结，并从旅游标志物的角度，对六大古镇的自然、人工和人文景观意象元素的三个方面进行归纳，进而确立江南六大古镇旅游标志物景观意象具体构成及表现形式。

第四章：采用网络文本分析和外部评价的研究方法，对江南六大古镇景观意象要素进行解析，并得出景观意象的多元内涵。

第五章：景观意象内部比较。通过对江南六大古镇景观意象的要素因子统计归纳，分析江南六大古镇景观意象因子下的共同特征和交叉相同特征以及古镇个性化因子特征。

第六章：结论。本章分为两部分，通过对景观意象因子分析和归纳总结，得出基于江南六大古镇的研究结论，并在此基础上，从古镇形象定位、产品开发和旅游营销三方面给出建议；总结研究的不足，提出研究展望。

【关键词】 古镇意象、旅游标志物、意象评价、江南六大古镇

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

江南古镇作为特定背景下形成的聚居形态，共同集聚在江浙地区。因其相同的文化背景使得江南古镇在物质以及非物质文化层面都具有很多共性特征，其中以“小桥、流水、人家”最为代表。独特的城镇格局风貌，使江南古镇旅游在国内外的旅游市场中占有重要一席。自上个世纪 90 年代以来，随着国内乡村类型旅游的逐渐发展，拥有独特风貌的江南古镇，随之成为热门旅游景点之一。

古镇旅游经过近四十年的发展，在取得傲人成绩的同时，也出现了许多共性的问题。由于相同背景下的高度集聚，加之旅游业快速发展的驱动，使它们之间相互竞争激烈，以至于出现了同质化竞争的局面。具体表现为：古镇旅游主要依靠门票维持盈利、活动项目+旅游纪念品的开发模式、江南古镇内部高度相似的风景，几乎一致的“特色”产品，处处是丝绸、酱肉、珍珠等。一系列问题已经严重制约了江南古镇的发展。

当前，古镇研究仍是学术界研究的一个热点话题，学者们纷纷从不同的学科、不同的视角以其探究根源。而江南古镇作为国内外旅游炙热首选目的地之一，站在旅游的角度来看，其独特的核心吸引物是令它脱颖而出的基础和保障。回归本源，在高度集聚的特殊区位环境下，如何从江南古镇核心吸引物的角度下区分它们各自的差异，即对于如何梳理在基于地域特色，文化背景和风俗民情以及游客感知下江南六大古镇之间相同性标志物景观元素，以及基于相同文化背景下各具特色标志物景观元素，以其挖掘各古镇间独特风貌景观，使古镇跳出雷同化的圈子，走向有自身特色的差异化的发展道路，不但是各古镇面临急需解决的问题，也是本论文研究的核心内容。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

江南古镇作为当下旅游热点之一，其在旅游市场表现强劲的同时也饱受发展诟病。针对这一问题，当前关于古镇的研究虽已取得了大量的理论成果，但国内的学术研究以基础性研究居多，缺乏多角度、新维度的探究。此外，尽管古镇意象理论方面的研究早已成为学术界的热点之一，但是当前多基于单一古镇的意象认知和空间分析为研究重点，对古镇核心吸引物的聚类和分析相对较少。文章以江南六大古镇的景观“意象”作为研究对象，从标志物视角下探讨江南六大古镇的核心吸引物的外在表现特征，分析“意象”传达的地域符号，通过对古镇景观的这种“意象”研究，更好地把握这一地区六大古镇间的共性意象、交叉意象和独特意象表现，同时古镇既是小规模的城市，但又与城市有着本质的区别，古镇的景观意象元素构成并不能完全引用城市的意象元素。文章将基于城市意象理论基础，通过对江南六大古镇景观意象的调查研究，探讨江南六大古镇景观意象的独特构成元素，以期丰富古镇景观意象研究。

1.2.2 现实意义

古镇在发展的过程中遭到破坏，古镇间同质化竞争激烈、旅游产品单一等诸多问题一直是古镇发展所头疼的问题。以往的研究多从景区管理或者单一的个体角度出发研究古镇景观意象，无法避免多种古镇同质化问题。本文在以往研究基础上，对同一地区六大古镇进行重新调研和要素梳理，建立更新和更详细的古镇感知要素体系。通过以上研究，更加准确的提炼出古镇间共同属性和独特个性因素，为古镇的可持续发展提供有借鉴意义的参考。

1.3 研究目的与研究内容

1.3.1 研究目的

在已有的文献资料分析基础上,结合水乡古镇的现实特征,引入网络文本分析法,建立针对古镇景观的旅游标志物体系;通过对旅游者在某大型旅游网站平台上所分享的旅游评论和游记筛选、分析,得到旅游者对水乡古镇景观要素的感知情况。采用统计对比分析,对数据进行因子分析、赋值评价得到古镇间因子强度,进而提炼出古镇共性因子,共同因子和独特因子。以期解决古镇发展同质化,模式单一化的问题,并为其他古镇形象定位提供一定的参考方法。

1.3.2 旅游目的地理论

旅游目的地是游客进行旅游活动的物质载体。其相关研究最早开始于上世纪 70 年代。国外学者多从实际需要出发,从供需角度对旅游目的地的概念进行界定,如 Buhalis 提出旅游目的地是一个具有旅游营销和规划框架下的地理区域实体^[1]; Murphy 认为旅游目的地是引发旅游者旅游需求和欲望同时为旅游者提供旅游产品的地理区域^[2]; Leiper 也提出旅游目的地是对旅游者产生吸引力并为其提供旅游体验的地理区域^[3]。

近年来国内众多学者围绕旅游目的地也展开了多学科大量的学术研究。地理学、管理学、经济学等学科均有涉猎。归纳国内学者对旅游目的地研究主要分三类 1、空间分类;2、时间分类 3、功能分类。就空间分类来看,旅游目的地作为旅游者进行旅游活动的物质载体,其范围可用空间尺度和区域范围大小划分。较大尺度可分为国家、城市、旅游功能区。小的尺度来说,旅游功能区因某一功能非常突出而形成旅游目的地。时间分类以游客到目的地所花费时间为标准,侧面决定了目的地对潜在游客吸引力的大小。功能分类则主要根据满足游客需求度而分为主题旅游目的地或者是符合功能的旅游目的地。

江南六大古镇作为国内特别是江南地区古镇旅游的典型代表,在国内旅游市场中也占据有一席之地。其“有烟火气的历史文化名镇”决定了江南六大古镇作为复合型旅游目的地在国内市场中表现着强劲的吸引力。

1.3.3 研究内容

基于文献查阅,以城市意象为理论依据,从旅游标志物的角度对江南古镇意象五要素构成进行归纳和分析,确定江南水乡古镇的意象构成标准体系,并设计基于城市意象理论和目的地意象理论的研究方案;通过实地调研和专业团队观察,基于江南古镇客观的景观构成要素,解析江南古镇的意象空间结构;通过网络文本分析法,利用网络爬取工具,获取游客出游后感知到的江南六大古镇意象原始文本,并分析其中的构成要素基于对评论爬取结果的分析,获取游客心中目中的江南古镇整体评价意象、各要素评价意象;以游客对古镇意象整体和各要素的评价为桥梁,对游客感知到的古镇整体意象进行因子对比分析,总结梳理提炼六大古镇共性因子,交叉共同因子和独特因子。

1.4 研究方法

本文对江南六大古镇旅游标志物景观意象的组成、成因以及江南古镇景观意象进行了解析。在实际研究过程中,注重多学科理论的交叉研究和综合系统的研究方法去搜集有关资料和数据,在此基础上,采用综合统计、交叉比较的方法对数据进行处理和分析,以提高研究的科学性。具体的研究方法有以下几种:

(1) 文献研究法

搜集整理国内外专家学者有关旅游意象、旅游标志物,景观意象以及江南六大古镇相关研究书籍、报告、专著,建立基于

旅游标志物理论体系的江南六大古镇景观参考系。

（2）多学科交叉的研究方法。

本文的研究在城市意象理论、旅游目的地开发与管理理论基础上，对其进行分析和研究，力求多角度、全方位地对江南古镇景观意象展开科学、系统的分析。

（3）网络文本分析法

选取八爪鱼、python 数据爬取软件对国内某旅游网中关于六大古镇的详细旅游评论和游客旅游游记文章抓取，获取实证分析的原始数据；借助 OFFICE 软件对文本进行词频分析，提取评论关键词，进而转换数据进行因子统计分析，对江南六大古镇进行科学分析提供数据支持。

（4）比较分类与综合统计分析的研究方法

运用分类、比较的研究方法，将江南六大古镇景观意象进行横向的比较，总结出各古镇间景观意象质量的高低和不足的地方。同时在对江南古镇景观意象解析的过程中，对古镇景观意象进行分类，采用数据爬取方法获取游客对于江南六大古镇的景观意象地图。同时，对收集的数据和资料进行归纳演绎，总结出六大古镇景观意象的共性因子，共同因子和独特因子。

1.5 技术路线

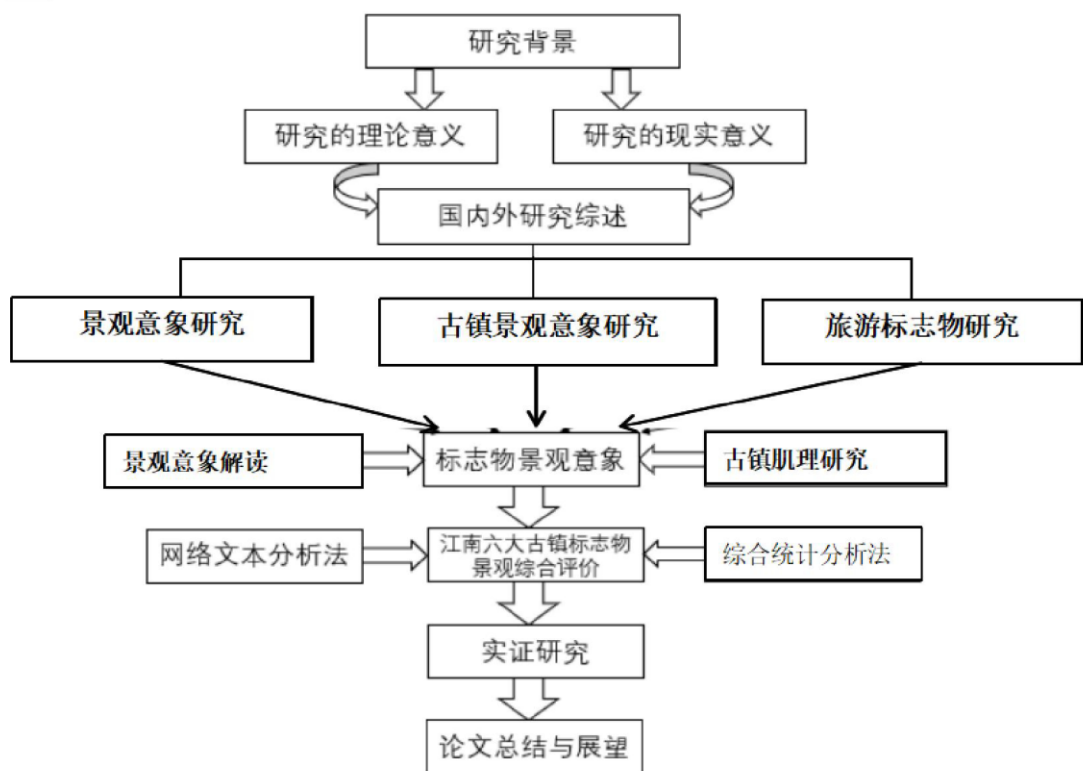


图 1-1 研究框架图

第 2 章 理论研究

2.1 相关概念界定

2.1.1 江南古镇

江南古镇是一个集合概念，泛指长三角江浙地区，近代专指江苏省南部和浙江省北部一带，通常包含苏州、无锡、常州、杭州、嘉兴、湖州地区。

联合国教科文组织对江南古镇的定义，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^[4]。在地理区位上，江南古镇处于长江三角洲冲积平原，河渠纵横，隋代以后开凿了大运河，交通发达，形成的众多富饶的水乡城镇。本文的研究对象为江南六大古镇是指位于江南古镇范畴内，并且在旅游市场上具有成熟表现力、在地域特色上具有鲜明代表力的六座古镇，即周庄、乌镇、西塘、同里、南浔、角直。

2.1.2 古镇景观意象

上世纪 60 年代，凯文·林奇在对景观的研究中，首次引入了“意象”概念，提出了著名的城市意象理论，旨在探讨景观对人

们认知过程与结构的影响。凯文·林奇认为环境自身所具备的特性或特质能够激发人们强烈的意象，这便是环境的可读性，也叫可意象性。

景观意象，指的是客体的物质形态和特征对主体产生了直接或间接的知觉刺激，从而在人的头脑中产生的能够反映景观客体本质特征的综合心理图示^[5]。景观意象产生于主体与外界环境相互作用的过程中，其形成是景观实体、自身文化背景以及主体的生理特征三者相互作用的结果。所以，面对相同的景观环境，不同个体会因文化背景、个性、喜好等因素的不同而形成不同的意象，但它们却具有很多共同点，因此个体意象叠加后所形成的公众意象便具有较高的可信度与公众认可度^[6]。本文所研究的景观意象就是公众意象。

古镇景观意象指公众对古镇中独特的聚落形态、古朴的建筑、自然原始的地理环境、传统的民俗民风等特有景观元素进行抽象归纳与选择之后，在脑海中形成的共同印象，能够反映古镇地域性本质特征，是该古镇标志性的东西，具有个性化、图形化特点^[7]。古镇景观意象不同于其他城镇或城市景观意象，国内以江南六大古镇为代表的历史文化古镇大多都建立在当地自然环境基础上，高度融合了当地人们的生活和劳动的历史演变而形成，具有典型的人文特征，在整体景观中饱含传统文化。

2.1.3 旅游标志物

旅游标志物是旅游目的地文化的主要载体，其核心组成是城市旅游形象最直接的实物表现。旅游标志物和旅游吸引物的区别在于旅游吸引物是客源市场对旅游动机的综合确定，那个确定是不清晰的，是一个松弛与宽泛的概念^[8]。在旅游意义上，“标志物”指的是能够体现目的地独特性的那些体验、地方和活动例如东方明珠的标志性地位就是基于它的独特性和其背后的故事，这个故事作为陆家嘴经济开发和腾飞的标志。凯文·林奇在城市意象理论研究中，将城市意象明确划分为道路、边界、节点、区域、标志物这五大元素，其中对于标志物也明确地给出如下概念：标志物是观察者的外部观察参考点，具有单一性、局部对比性、可看到性的。因此可知标志物可以是一个简单的有形物体，而且必须具有突出的元素。比如陆家嘴的东方明珠、外滩的和平饭店、水乡古镇的乌篷船等。标志物是客观存在的客体，可以被观察者感知到。但由于不同的观察环境，或者观察者在认知、感受、观察角度甚至自身角色的差异，某个特定客观事物的一项类型偶尔也会发生变化，例如在沿河边上行走的游客来说，河岸就是游客的边界，而对于站在小桥上欣赏沿岸风景的游客来说，河岸就又可能变成了节点或区域。所以在现实中，上述五种元素类型都不会孤立存在，甚至某些特定场合会相互转化。因此结合上述理论和客观事实，本文将旅游标志物定义为旅游者在旅游目的地游览过程中，能被旅游者普遍感知到且具有旅游属性的客观存在的对象。

2.2 相关研究综述

2.2.1 景观意象

西方意象的研究源于心理学，最早属于对人类思维活动的研究范畴。随着意象研究的不断深入和发展，凯文·林奇在行为学和心理学的意象研究基础上，最早创造性将意象引用到城市研究中，并于1956年出版了《城市意象》一书。该书从理论层面系统地城市意象即环境景观意象进行了论述^[11]。凯文·林奇通过对波士顿、洛杉矶、泽西城三个城市的调查分析，提出公众意象的概念，并提出城市物质形态层面的五要素：道路、边界、区域、节点、标志物。

在林奇之后，很多学者又从不同的角度和层面对景观意象进行了深入研究。唐纳德·阿普尔亚德(Donald Appleyard, 1970)对城市意象地图进行了实证研究，将认知地图划分为空间型和序列型两种。序列型认知地图以路径为主导，注重对点状空间和线状空间特征的描绘。而空间型认知地图注重对空间内各元素相互关系的描绘。1993年，Jenkins和Walmsley使用认知地图法对澳大利亚Coffs Harbour海港，从城市意象空间构成要素的角度分析，就游客手绘图所体现出来的标志、区域和通道要素，选择不同住宿地的游客(例如房车营地、汽车旅馆、亲人朋友家和高档度假酒店)所绘制的手绘地图存在明显差异。1999年，Young通过分析403个到访澳大利亚丹翠园(Daintree)和苦难畔(CapeTribulation)地区自然旅游者的手绘地图，发现游客对该

区域的空间感知极其有限,同时,研究还使用多元统计分析的方法,分析得出游客的旅游形式、停留时间、游客客源地、游客年龄、游客性别等对其空间感知均有影响^[14]。此外,Hanyu(2000)对日本东京的意象进行了分析^[15];Purves和Hollenstein(2010)利用网络照片的标签数据与地理信息识别城市中心区与划定边界的方法对6个世界级城市展开意象研究^[16]。综上分析可以看出,国外关于景观意象的研究主要对象集中于城市空间形态的上解读,研究注重人对城市空间的影响,方法以认知度图、网络数据、多元统计等偏重实践方法为主,以求解决实际问题。

80年代以后,随着凯文林奇城市意象理论传入国内,到目前为止国内已经有许多介绍凯文林奇的“城市意象”理论的文章,对于“意象”理论的应用和实践,主要有一下三方面趋势:

1)大部分集中在城市环境领域,如顾朝林等(2001)以北京为例,从城市意象五要素探讨背景城市空间意象构成^[17];沈益人^[18]从全球化和城市化进程中城市风貌的趋同现象出发,分析了城市特色丧失的原因,论述了对城市意象理论重新探讨的必要性和现实意义。

2)乡村意象研究兴起。随着对景观意象研究的深入,另有一些学者另辟蹊径,将“意象”理论延展到了其他一些景观研究领域,如熊凯(1999)将“意象”的概念引入到乡村旅游,分析了乡村意象的丰富内涵^[19];李国钦通过对社区景观意象要素的形成机制研究,并结合产品策划学中的品牌形象标识构建原理对其进行整合机理探索,最后得出社区景观意象构建的基本理念、方法和技巧^[20];邓新义(2007)大学校园环境意象研究^[21];周永博等(2011)风景区的景观空间意象研究^[22]等等。

3)古镇景观意象研究兴起。2000年以后,随着古镇旅游的兴起以及发展中伴随的开发与保护问题,古镇研究引起了众学者如王艳(2007)^[23]、蒋志杰等(2004)^[24]。陈一等(2010)^[25]他们的关注。“意象”的概念逐渐从城市规划学科领域扩展开来,被引入环境景观的视觉质量和景观的地域文化研究中去,在历史城镇及古村落的开发与保护上发挥着突出的优势。

2.2.2 古镇景观意象

自上个世纪九十年代开始盛行古镇旅游,国内学术界也开始对古镇旅游以及古镇发展问题展开了研究。对于古镇景观意象,近年来有部分学者开始从事过这方面的研究,对一些著名古镇的景观保护和规划建设提供了一定程度的理论依据和指导。

在古镇景观意象与旅游开发规划面上,张捷等(2007)通过对建设部科研项的实证研究,指出景观意象是古镇保护与旅游开发的共同对象和共同点,提出了基于景观意象导向型保护旅游开发规划,以协调保护和开发矛盾的建议^[26];袁华(2008)文章在传统风水理论的基础上,引入意象概念,再通过对江浙传统城镇布局和细部空间风水意象进行分析,找出城市千城一面和不符合城市主体的人的心理意象的症结,得出系统的风水理论指导城市建设的意义所在,并对如何在城镇建设加以应用提出指导性意见^[27];吴旭艳(2010)从整体生态保护与城镇景观控制管理方面,探索了古城镇景观意象有机更新的规划理论和实施方法^[28];钱宇阳等(2018)从文化意象角度对古北水镇的景观文化意象营建研究并提出建议^[29]。

在古镇景观意象构成要素面上,陈一等(2011)对以平乐古镇为代表的成都平原场镇的意象进行总结,从古镇的通道、边界、区域、中心节点和标志物5方面分析归纳传统场镇的特色和可识别性^[30];郑欣(2011)通过引入“意象”的概念通过相关调查研究,从所得出的古镇景观意象中归纳和总结出了渝东南地区古镇共同的景观意象构成元素和特征^[31];张娜(2015)从景观意象角度出发,以周庄为例,采用照片分析法和手绘认知地图的方法定量研究江南水乡古镇景观意象构成要素^[32]。

在古镇空间意象研究面上,蒋志杰等(2004)以江南水乡古镇作为研究对象,采用游客问卷调查及意象地图描绘等方法,从江南水乡古镇的意象空间特征和构成要素上探究了结构特点^[24];符志华(2012)以湘西著名古镇芙蓉镇为研究对象,从理念景观意象和空间景观意象两个层面,对芙蓉镇进行景观意象解析^[33];谢治风(2016)通过构架研究古镇意象感知的方法体系,进行了游客对靖港古镇意象感知的空间结构分析和意象评价分析^[34]。

古镇的景观意象是公众对古镇可见可感的景观和历史意蕴的共同印象，它是一种抽象概括的、具有个性化、可图形化的环境印象。面临日趋尖锐的发展问题，例如古镇竞争白热化，古镇发展同质化等一系列问题，景观意象研究为古镇特色挖掘和本我回归提供了方法和思路。为了尽量发挥景观研究对古镇传统景观风貌的保护，对古镇景观意象的研究力度势必还须加强。

2.2.3 旅游标志物

标志物是观察者的外部观察参照点，相对于它的背景来说，有明显的外形和显著的空间位置^[35]。在旅游景区，旅游标志物是引导人们对陌生旅游地的认识，是旅游目的地文化的主要载体^[36]。

旅游学界中关于标志物这一理论，源于凯文林奇著作的《城市意象》中，他在其著作中借助于认知心理学和格式塔心理学方法，从城市空间的形体样式、可识别图像归纳的基础上，总结出路径、边界、区域、节点和标志五个条件元素”。由此，凯文林奇通过一种新的概念表述和思想建构为设计者与体验者对于城市景观内容的参与提供了有效途径，并开启了城市研究的全新方法和领域。随后伴随着大量的学者在凯文林奇理论的基础上，从结构，空间和形态方面对标志物理论进行了深入的研究。例 Zucker (1970) 将城市地理论在研究的尺度上进行了延伸^[37]；Yoshinobu Ashihara (1983) 对于城市标志性空间的研究更为严格和系统，他在研究所运用的研究框架都对标志性景观的发展有着重大影响^[38]；M. E. sorrows (1999) 从视觉和认知结构上对城市地标分类进行了探索^[39]；MacCannell (1999) 以巴黎为例，从旅游者的角度对旅游吸引物符号进行实证研究，认为标志 (marker)、景物 (sight) 和旅游者 (tourist) 构成了旅游吸引物符号^[40]。KrierRob (2003)^[41] 从类型学角度出发，分析了城市空间中诸多元素的各种组合状态，并提出基于空间形式的原初现象，为标志性空间研究起到一个很好的借鉴作用。

随着我国城市建设的多样化，社会经济得到了快速的发展，与此同时也促进了标志性景观研究的发展。就目前的研究状况来看，与国外相比，因起步晚，研究相对比较滞后，标志性景观作为一项专门的学科在我国城市发展中仍处于萌芽状态。以标志性景观地标为相关关键词进行搜索，共得到 45 篇相关文献，通过梳理发现，国内关于标志性景观的研究主要集中在一下四方面：

1) 标志性景观概念和内涵的研究：郑加华 (2004) 在系统论、社会学、文明史、环境心理学的基础上，探讨地标景观的生成和其在社会学、文明发展史及聚居环境建设中的意义^[42]；蓝力民 (2013) 横向比较了城市标志性景观、城市标志性建筑与城市地标这三个概念之间的区别与联系，并界定了其各自的内涵^[43]；柯伟霞 (2016) 探索了城市地标共性和个性的塑造方法论的研究^[44]；

2) 标志性景观理论的实证研究：阮超毅 (2007) 以京杭大运河江苏段背景入手，对标志性景观与滨河城市空间形态、城市意象进行阐释，探索结合运河独特的自然及人文要素，塑造富有活力与特色的标志性景观的方法和原则，并结合实例提出新的运河标志性景观设计思路^[45]；李忠东等 (2010) 从标志性景观的概念入手，论述了地质公园标志性景观的分类、设计原则、空间布局、设计理念等。并以綦江国家地质公园为例，阐述并展示了綦江国家地质公园标志性景观的设计理念和设计成果^[46]；徐璐 (2014) 以中山綦江公园为例，探讨如何传承延续原有的城市文脉^[47]；

3) 标志性景观设计与优化研究：支霞 (2010) 以大运河标志性景观为研究对象，分析了大运河标志性景观的主要构成要素，探讨了运河标志性景观设计的原则和设计手法^[48]；兰旭 (2014) 从人对街道空间的感知角度出发，展开历史街道的保护研究^[49]；刘晓琳 (2018) 从节能环保的角度关注地标性夜景景观，并探讨优化方案^[50]。

4) 标志性景观的地域属性研究：刘茜等 (2015) 认为景观小品是城市景观建设的重要部分，是体现和表达地域文化的重要窗口，并结合实例，阐述了如何结合徐州独特的历史文化背景设计更具地域特色的城市环境^[51]。

国外对城市意象的研究，在乡村意象方面，虽然国外对乡村的研究开展较早，但研究重点大多放在乡村地理学和生态学方面，对乡村景观意象的研究较少，大多只是作为既有研究的部分内容。20 世纪 60 年代以前，德国乡村遭遇过破坏，此后学者们

开始关注乡村的社会、经济和文化方面的内容，将研究重点转向了人居环境的提升以及乡村整体意象的研究，以期恢复乡村的传统特色。澳大利亚将农业生产和乡村旅游相结合，在保留了乡村景观意象的基础上，推动了乡村经济的发展。而日本通过对乡村耕地与景观的保护，突破原有发展模式，保护了乡村景观风貌，留住了乡村的原生景观意象。

20 世纪 80 年代，同济大学阮仪三教授主持了江南太湖流域的水乡古镇调查研究工作，自此开启历史文化村镇研究的先河。此后建筑学、地理学等方面的学者开始涉及到古镇景观意象的层面。目前国内既有的对古镇景观意象的研究大多沿用凯文·林奇对城市形态的解析模式，从道路、区域、边界、节点和标志物五个方面结合古镇自身独特的地域景观特色进行分析，提炼古镇的物质形态特征和精神文化内涵。

2.3 理论基础

2.3.1 城市意象理论

城市意象理论研究源于人们对城市地理学量化研究广泛推广的质疑与批判，公众的质疑与不满引发了大众对个体行为的普遍关注。凯文·林奇在 1959 年提出城市意象理论，凯文·林奇认为，城市的可识别性（结构、个性和可意象性）是城市意象之所以能产生的根本原因，市民一般通过道路、边界、区域、节点和标志物作为确认环境意象的要素。

五大要素中标志物要素定义为观察者外部观察的参考点。具有明显的参照性并且与周围的环境氛围有所不同即为独特性。标志物的两大属性也注定了标志物的易被识别性。意象是一个连续的领域，其中任何某个元素的变化都会影响其他元素，进而改变整体意象。独立个体对城市的印象因个人经历、情感与文化背景的不同而各有差异，具有极强的主观性，不具有代表性。个人的认知不能代表公众的认知，因此凯文·林奇提出“公众意象”这一概念，即城市中的多数居民所拥有的共同印象。众多个体的主观印象叠加而形成的公众意象，是公众对一个城市的共同的认知与回忆，具有普遍性与代表性。因此，公众意象对客观研究城市空间环境有着积极的指导意义。虽然城市意象理论不可避免地存在其自身局限性，但是它开创性地提出“公众意象”特征，使得意象成为评价城市景观质量高低的重要依据。

虽然城市和村落的特质并不完全相同，但林奇的理论对研究景观的物质空间构成具有一定的普适性。因此，本文在对江南六大古镇的景观意象进行实地研究时沿用了林奇城市意象的理论与研究方法，即应用网络文本分析法、实地调研法和认知地图法来获取公众意象。此外，在将古镇景观意象元素划分为公众所普遍认知的道路、区域、边界、节点和标志物的基础上，结合江南水乡古镇的自身属性特征加以补充，以此解析江南水乡古镇景观意象的物象构成及特征。

2.3.2 意象可评价性

意象是人们主观价值和知识的凝结是意象的根本属性，其对人的行为决策有着重大的影响，是个体和外界环境沟通的工具。这一属性使得意象研究成为了建筑学科、城市规划和风景园林学科以及旅游学科的研究热点。从使用者和感知者的差异上，建筑学科、城市规划和风景园林学科的研究聚焦于居民群体使用和感知的“城市意象”研究；而旅游学科则更倾向于对游客感知的“目的地意象研究”。

意象的可评价性源于其本质，意象不仅是空间和环境给人留下的“心理图像”，它同时是一种空间和环境给人留下的知觉和感觉。可以说，众多对居民、专业人士或游客等不同群体进行目的地意象感知、空间感知、景观感知等感知研究的成果，其本质或多或少均可称为是意象的评价。我国学者白凯也指出，意象是由个体对知觉、认知、情感的评价而产生，定义为个体必目中対某一事物所持的信念、意见与态度，这种意象同时受到主观经验、社会文化、外界讯息的影响^[53]。因此，意象是可以评价的，意象的评价过程即感知者回顾客观目的地、景观或空间给感知者留下的心理图像，并同时対这一心理图像以及随之而来的感受做出描述和表达的过程。

本研究以城市意象五要素作为古镇意象的空间结构组成基础；认知与情感两方面作为古镇意象的目的地意象感知构成。

第 3 章 江南六大古镇旅游标志物体系

认知与构建

水乡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网，是水乡地域文化的集中体现，水乡古镇的景观形态直接并深刻地反映着当地深层的文化内涵。江南水乡古镇基本景观意象是“小桥、流水、人家”，丰富的地域文化内涵和历史属性给予其景观相较于其他景观的独特属性，因此可以说，作为旅游标志物江南六大古镇景观显然具有浓郁地方内涵和独特的人文魅力。

凯文·林奇在城市意象理论中提出：景观意象是客体的物质形态和特征对主体产生了直接或间接的知觉刺激，从而在人的头脑中产生的能够反映景观客体本质特征的综合心理图示，每个人在自己的环境中形成了对城市的局部印象，叠加后则对城市的整体印象形成共识。综上所述，一个地区的景观具有强烈的“可识别性”和“可印象性”。

本章通过景观意象的可识别性、可感知性以及古镇景观丰富内涵性和地域独特性两方面对江南六大古镇旅游标志物体系进行梳理和确立。

3.1 江南六大古镇基础概述

3.1.1 江南六大古镇区位概况

江南六大古镇从地理区位上来说拥有共同的自然地脉，同属于太湖流域，位于江浙之间（如图 3-1）。

从六大古镇各自平面布局图来看（如图 3-2）六大古镇，虽然形态各异，周庄同里两大古镇三面环河，一面临湖；南浔乌镇沿河呈条状分布；甪直古镇位于河网交汇点，呈现四周散射状分布。总的来说，沿河分布，河网众多，临水建镇是六大古镇共同的自然特征。



图 3-1 江南六大古镇区位布局图（参考百度地图）



图 3-2 江南六大古镇平面图(笔者自绘)

江南六大古镇的形成，是一部水与人的历史。以水为中心的自然风貌、生活环境，直接影响了古镇的民居风格、城镇格局、生活方式，甚至文化形态前。水的灵性和气质构成了江南水乡古镇的结构脉络。

3.1.2 江南六大古镇历史成因

(1) 以“水”为核心的地理基础

江南六镇由水为纽带在长江三角洲江南运河这一空间的集聚。整个水系有接近两百个大小湖泊，连同进出湖泊的大小河道组成一个密如蛛网的水系。水乡古镇所处的太湖平原是一个典型的湖荡水网平原，是古镇发展的地理基础。

(2) 广阔的腹地和便利的水上交通

从村落发展到市镇，腹地与交通是两个重要因素。

江南地区土地肥沃，河流纵横交错，使得区域开垦利用率和灌溉率几乎达到百分之百，土地生产率的相对提高、使得江南地区人口大量增加，形成了众多的居民点，逐渐发展为村落。由于交通上得到舟楫之便利，处于物流中心位置的村落都得到了发展，成为市镇，进而成为商品集散地和经济中心。

(3) 发达的商业贸易

明清时期江南的经济水平处于全国领先地位。随着生产力的提高和社会分工的日益扩大，商业贸易不断繁荣，棉纺织业和纺织业有了极大发展，这里成为全国蚕桑生产和丝织业的中心。经济的发展带动市镇数量的猛增，规模迅速扩大，各市镇依托集市，以商品经济为纽带，通过棉纺、酿酒、砖窑等产业发展地方经济，形成了具有一定特色、一定规模较完善的城镇体系，尤其是江南六镇，无论是典型性还是保存的完整性，已成为江南水乡的缩影与代表。

(4) 文化的吸引

长期安逸稳定的政治环境和得天独厚的自然环境下古镇形成良好的文化氛围、富裕安定的生活环境，镇内的人文环境充满着浓郁的生活气息和亲切和睦的邻里关系，体现出江南水乡地区特有的“文明、富足、诗意、和谐”的理想境界。

在这样的环境背景下，吸引了社会精英流，以及定居在古镇以及本土人士的崛起。这些市镇之所以成为古镇，在很大程度上有赖于文人士大夫的群集、名流的凸现、名门望族的迁移繁衍。伴随着文化的深厚性使得江南六大古镇建筑格局融入了较多的文化元素，文化名人的活动、儒学传统、风水习俗等直接反映在居住环境中，如建筑多粉墙黛瓦、轴线对称，讲究进落有序、建筑小品设计具有共性，平房楼房相掺，色彩淡雅简洁，山墙各式各样，临河贴水，空间轮廓柔和富有美感。

3.1.3 江南六大古镇空间格局

“小桥、流水、人家”格调下的江南六大古镇是外界对其最直接最形象的印象评价，枕水而居，河湖环绕、沿河定居、沿河布景的建镇样式，也是江南六大古镇最主要的布局模式。以六大古镇为例，乌镇布局主要沿河分布，以西市河、东市河为中轴线，民居枕水而居、沿河分布呈长条形，空间格局“屋-路-河-路-屋”或“屋-路-屋”背水布局。周庄河网密布，呈“井”字型布局，空间结构“屋-路-河-路-屋”或“屋-路-河”的布局；西塘因廊出名，烟雨长廊更是其代表建筑，因此相较于乌镇或周庄的枕水而居，西塘空间格局更偏向于建筑临水而居，水与建筑之间为廊道，概括为“屋-廊-河”南 y 寻古镇布局沿河分布，呈狭长 1 型，空间布局为“屋-路-河-路-屋”；同里和用直古镇因为自身定位和地理位置，河流相对没有那么的密集，空间布局主要为“屋-路-屋”或者“屋-路-河”布局。纵观六大古镇空间上的布局，都是围绕河流展开，呈现不同的形态，屋路河呈现怎样的布局模式，主要看古镇空间面积是否充足和地理位置是否临河，但很明显，“屋-路-河”、“路-屋-河”“屋-路-屋”组合是江南六大古镇枕水而居依然是他们最基本且共同的空间格局，景观小品沿古镇空间布局分散展开。

3.1.4 江南六大古镇发展现状

上世纪八十年代，周庄开发的成功，使得周庄顺利搭上旅游的高速发展列车，同时也拉开了国内古镇旅游的序幕，此后其他古镇相继加入开发保护&旅游兴镇的队伍里来。纵观尽四十年发展，江南六大古镇不论从自身特色还是发展模式方面，都走出了自己的道路。

表 3-1 江南六大古镇发展现状

名称	特色	形象	面积	发展模式
乌镇	国家 AAAA 级景区，典型的中国江南水乡古镇，有“鱼米之乡、丝绸之府”之称。	来过，未曾离开	3.5KM ²	政府主导的项目公司
周庄	国家 AAAAA 级景区，地处昆山市西南，井字型河道上完好保存大量明清时期的建筑风貌。	中国第一水乡	0.47KM ²	政府主导开发与保护
同里	国家 AAAAA 级景区，属于江苏省苏州市吴江区，镇区内始建于明清两代的花园、寺观、宅第和名人故居众多。	自然有故事	0.87KM ²	政府主导开发与保护
西塘	国家 AAAAA 级景区，地处江浙沪三省市交界处，素有“吴根越角”之称；	生活着的千年古镇	1.01KM ²	政府引导下的“企业+农户”模式

南 浔	国家 AAAAA 级景区，地处江浙沪交界处。明清时南浔古镇期为江南蚕丝名镇，是一个人文资源充足、中西天下难寻建筑合璧的江南古镇。	2.18KM ²	旅游开发商为主体
甬 直	国家 AAAA 级景区，隶属苏州市吴中区；甬直古镇水多，桥多，巷多，古宅多，名人多。	神州水乡第一镇 1.04KM ²	政府引导下“企业+农户”模式

如上图 3-1 所示（资料源于笔者搜集汇总），江南六大古镇发展到现如今，都在围绕吴越文化、明清历史、小桥流水地貌格局三个层面进行开发，从发展模式上来看，主要以政府引导为主，企业或个体共同参与为主要发展模式。

3.2 江南六大古镇标志物旅游景观

类型及特点

3.2.1 江南六大古镇标志物旅游景观类型

江南六大古镇无论是在自身空间区位，还是在历史发展，抑或是在景观表现方面，都有着各式各样的不同类型，其表现在旅游景区上，主要为旅游景观小品的不同。但是结合上文江南六大古镇基础概况分析，总体来说，江南六大古镇景观同国内其他古镇相比，具有相似且独特的个性特征。长三角地区冲积平原地形基础上，六大古镇河网密布、同属吴越文化圈，温婉典雅成为六大古镇的代名词。被人们广为熟知的“小桥、流水、人家”印象无疑依然代表着江南六大古镇的典型标志，也是江南六大古镇同其他古镇最大的不同区别。本文按照旅游资源的属性、空间布局和吸引力强弱对江南六大古镇标志物景观类型进行如下划分。

（1）按资源的属性划分

江南六大古镇标志物景观的本质即为旅游吸引物，是以旅游资源为特征、具有自身吸引力的客观事物。但是相较于旅游吸引物，标志物景观又同时具备代表性和独特性等特殊内涵。借鉴旅游吸引物两分法对江南六大古镇标志性景观分类，可分为自然标志物景观和人文标志物景观两大类（如表 3-2）。

表 3-2 按属性划分的江南六大古镇标志物景观类型

自然标志物 景观	地形 地貌	冲积平原	人文标志物 景观	建筑	名人故居、明清建筑、传统民居、宗教建筑、名人陵墓、私家园林等
	水体	河、湖、古运河		历史	名人传记、重要史迹、城市镇史
	综合 景观	农田、湿地		人文风情	民俗、表演、特色商品

自然标志物景观的发育主要依托于江南六大古镇赖以生存的自然环境和地理区位，长江中下游地区冲积平原上，受亚热带

季风气候影响下，平原地形上一年四季充沛的降水，是江南六大古镇河网密布，建筑枕水而居的先天基础条件。人文标志物景观主要包括名人故居、社会风情、发展历史，最大的特点是包含了人和人为的要素以及地方属性。

(2) 按空间布局划分

河湖如织，星罗棋布，人家尽枕水是江南地区的生活方式。江南文化也可以说是一部水文化，依托河网地貌,江南六大古镇景观可分为水上景观和陆上景观。

水上标志物景观即旅游吸引物的载体为水域，以乌镇为例，水上集市在满足古镇人们进行日常生活基础上，因为其独特的集会方式，也吸引着游客的到访,其集市功能之上也被赋予了地区文化内涵，而水上的景观表现在江南地区也非常常见。

陆上标志物景观即旅游吸引物的载体为陆地，六大古镇同其他旅游目的地一样，其标志物景观的主要表现方式还是通过陆地为载体进行呈现，具体表现为名人故居、民居建筑，广场码头等。

(3) 按照吸引力强弱划分

旅游吸引物因为独特的内涵而对游客产生吸引力，根据吸引力的大小，可分为核心吸引力、普通吸引力和边缘吸引力标志物景观。

核心吸引力标志物景观主要是对游客有直接影响并代表景区形象和文化内涵的吸引物。以周庄为例，依托于陈逸飞《故乡的回忆》画作和沈万三名人传说,周庄标志性景观中双桥和沈厅相对更为引人注目，也是游客必去之地，更是周庄对外宣传的内容支撑。

普通吸引力标志物景观主要是对游客有吸引力，但是明显不如核心吸引力标志物景观那么强烈，其背后同样蕴含文化或地域特色内涵的吸引物。如周庄博物馆、古戏台等具有吸引力和标志性，但是对游客来说因在其他古镇也可以看到，或博物馆、戏台的功能属性过于清晰明了，因此吸引力不如核心吸引力标志物景观，但是依然是游客游览参观的主要组成部分。

边缘吸引力标志物景观因为位置的边缘性、建设的不完善性、内涵的单一性、特色的单薄性等原因，具有地方特色，但是又不明显的吸引物。如周庄陈逸飞工作室或沈万三水冢等，因为内涵的单一性或地域边缘化而少为关注。

表 3-3 江南六大古镇标志物景观类型划分

划分依据	划分类型	表现形式
资源属性	自然标志物景观	自然形成的水文景象
	人文标志物景观	人为景观如建筑、文化印记、社会风情
空间分布	水上标志物	水上集市、水上戏台、水上道路
	陆上标志物	名人故居、民居建筑，广场码头等
吸引力大小	核心吸引力标志物景观	强烈地方特色的标志物景观
	普通吸引力标志物景观	具有普遍地方特色的景观要素
	边缘吸引力标志物景观	具有不明显内涵的景观要素

江南六大古镇作为景区和生活社区两大功能同时具备的吸引物，其景观类型大多情况下，都非独立单体，而是综合的属性和功能的存在，因此对景观类型的划分也仅仅是作者翻阅旅游资源理论后的一种相对划分法，并非有绝对的意义。

3.2.2 江南六大古镇旅游标志物景观特点

旅游标志物作为一种旅游资源，它本身具有吸引物的属性下，还同要满足标志物的属性。因此江南六大古镇旅游标志物景观具有吸引力、独特性、历史性、地方文化性和典型代表性。

（1）吸引力

江南六大古镇作为景区中的生活社区，其整体环境具有旅游资源的吸引力，而作为旅游标志物景观，其旅游吸引力是必不可少的基础特征。

（2）独特性

标志性景观一般都是景区作为整体营销的重要组成部分，景区鲜明的特色和令人印象深刻的形象，均来自于独特的要素属性，毫无疑问，带有浓郁地方特色是其他地区和同类景区无法复制的独有优势。

（3）历史性

据不完全统计，目前我国著名历史文化名城/镇有一百多个，而江南六大古镇能在古镇旅游中占据重要的一席之地，得益于六大古镇均保存有大量明清建筑，如明清时期的民居、桥梁、古戏台等，不同时代背景下，通过建筑表现出来的历史厚重感是古镇吸引游客和学者到访参观和研究的一个重要因素。

（4）地方文化性

江南六大古镇标志物景观是六大古镇景观的标志性体现，而江南六大古镇依托河网密布、枕水人家、吴越文化的大背景，生活和建筑处处体现着地方属性。而以周庄为例，其核心吸引力标志物景观张厅、沈厅等从文化和地方风情上体现着地域特色，因此江南六大古镇标志物景观普遍具有地方文化性特点。

（5）典型代表性

单一旅游吸引物作为某个区域的标志，其自身要有独特的区别性，与周围环境形成不同才能成为标志物，例如江南六大古镇相较于周边村落，它具有传统村落的功能属性，同时又比传统村落更古朴。六大古镇相较于其他江南古镇，其“小桥、流水、人家”意境下的景观更为完整，更为全面。因此作为标志物景观还具有典型代表性。

综上所述，江南六大古镇的旅游标志物景观构成可以说是多种类型并存，并且自身具有多种内涵。但总体来说，景观若具备标志物属性，必须具备旅游吸引力特征，同时具有典型地方文化代表性和历史属性。

3.3 江南六大古镇旅游标志物景观

表现形式

“小桥、流水、人家”是当今大众对江南水乡古镇感知最直接也是最深刻的公众意象。作为江南地区最重要的水元素，不但决定了江南水乡古镇的兴起，也直接影响了江南水乡古镇的景观的形成。因水而兴镇，因农而定居，因商而富足。江南六大古镇景观围绕水脉展开，古镇沿河而居，枕水人家，古镇的旅游标志物很多都围绕水展开的，如水上集市、岸边廊棚、水上码

头、水剧场、水阳楼等等。凯文林奇城市意象中标志物要素理论，给我们筛选和提炼江南六大古镇标志物景观要素提供了很好的参考，作为旅游标志物，首先满足标志物的可参照属性和尺度变化性以及独特性，同时满足旅游属性，具有一定的旅游吸引力。鉴于以上四种特性并结合实地调研和文献资料整理，笔者将江南六大古镇的旅游标志物景观要素进行初步筛选，得出如下景观要素汇总表（如表 3-4）。

表 3-4 江南六大古镇旅游标志物景观意象表现

旅游标志物景观要素
周庄：沈厅 古戏台张厅、迷楼、怪楼、逸飞之家 万三水冢、全福寺、澄虚道院、 叶楚伦故居、牌楼、南湖秋月园全福塔、阮仪三工作室、蜡工坊名人蜡像馆、三毛 茶楼、纸箱王主题创意园区、四季周庄、迷楼 怪楼 源丰顺酒作坊周庄博物馆 戴 宅 大诚堂周庄魔城 云海塔 永庆庵 南湖琴社
乌镇：茅盾故居、宏源泰染坊、老邮局、昭明书院、露天电影、木心美术馆、逢源 双桥、乌镇大剧院、皮影戏馆、叙昌酱园、草木本色染坊、三寸金莲馆、江南百床 馆、白莲塔寺、三白酒作坊 天下第一锅、立志书院、江南民俗馆、江南木雕陈列馆、
汇源当铺、乌将军庙、余榴梁钱币馆、修真观、财神湾、晴耕雨读、喜庆堂、修真 观戏台、江浙分府、关帝庙、夏同善翰林第、 乌镇西栅书场、茅盾陵园、水剧场童 玩馆访卢阁月老庙益大丝号作坊茅盾纪念堂、乌青水龙会财神堂文昌阁乌镇 蜡像馆、孔 另境纪念馆、互联网国际会展中心 集贤坊、恒益药膳 国乐剧院、朱家 老宅、王会悟纪念馆、乌陶坊、张同仁宅、徐昌酩画院 古桥博物馆、沈家戏园、秀水廊剧园蚌湾剧场、灵水居 香山堂乌镇大戏 高杆船 厅上厅
西塘：烧香港 西园醉园、酒文化博物馆、圣堂 倪宅 种福堂、张正根雕艺术馆 薛 宅 尊闻堂、护国随粮王庙（七老爷庙）江南瓦当陈列馆 中国纽扣博物馆 陈家老 宅 五姑娘主题公园东岳庙 陆坟银杏 药师庵明清木雕馆、礼耕堂 洛七原创书屋、 西塘基督教堂、赵宪初故居、福聚堂文化会所西塘身临其境 7D 多人互动影院西塘 邮局气味博物馆鬼屋西塘醉酒体验屋西塘魔幻城怪宅陆氏小馄饨钱氏祖传 豆腐花管老太臭豆腐花制作一线天美实糕钱塘人家（北栅街店）、水阳楼
同里：退思园、嘉荫堂崇本堂耕乐堂罗星洲珍珠塔松石悟园中国同里影视摄 制基地 陈去病故居 古风园 南园茶社 王绍鏊纪念馆 世德堂文物陈列馆、务本堂 严宝礼故居 天放楼 费巩故居
南浔：小莲庄 百间楼 张石铭故居 刘氏梯号 嘉业堂藏书楼 张静江故居 南浔文园、 求恕里 颖园 广惠宫、适园石塔 丝业会馆 御酒坊 和孚荻港渔庄 生记米行 猫的天 空之城概念书店 南月店 61 号 天空 5D 动感电影馆 国丝文化园 庞氏旧宅 湖州南月 史馆 钟飞滨旧宅 张氏旧宅建筑群 丝业会馆旧址
甬直：刘氏家庙 南浔镇史馆、保圣寺 万盛米行 叶圣陶纪念馆 沈宅 江南文化园 萧 宅 王韬纪念馆 水乡妇女服饰博物馆 甬直历史文物馆、叶圣陶墓园 冯斌作文博物 馆、张林园

通过对江南六大古镇区位概况、历史成因，意象要素解读（如表 3-4），我们不难发现，江南水乡古镇在形成“小桥、流水、人家”的大众景观意象背后，包含着的是大量的河流、码头、小桥、街巷、民居、社区、宅院、广场、廊、亭、桥、园、院、名人故居、农耕文化、生活习俗和风俗习惯等，这些表现正好构成了江南六大古镇景观意象的最主要要素。

3.4 江南六大古镇旅游标志物景观意象

构成体系

综合上述分析，我们从城市景观意象五要素理论层面对江南六大古镇进行了系统的分析，并从实地考察和文献查阅以及游客实际感知三方面结合的角度，梳理出来江南六大古镇旅游标志物景观的全部要素，并从旅游资源属性两分法的角度，我们对六大古镇旅游标志物景观要素进行了分类和归纳。总体上看，“小桥、流水、人家”从自然和人文两个维度对江南古镇景观进行了精准的划分和概括。

“流水”很好的解释了冲击平原地形是江南六大古镇发育的地理底层。环绕在星罗密布的河湖水域的江南六大古镇，点缀着大大小小的水网湖泊，这些水域构成了江南六大古镇景观的自然要素；廊棚、古塔、园林、长廊“小桥、人家”等景观，构成了江南六大古镇人工景观。

表 3-5 江南六大古镇旅游标志物景观意象构成体系

名称	意象来源	类型	景观要素	
“ 流 水 ”	自然标志物景观	自	周庄	南湖、白蚬湖、元宝湖、西市河
		然	乌镇	京杭大运河、元宝湖、北湿地、龙形田、西市河、东市河
		标	西塘	西市河、胥塘河、
		志	同里	同里湖、罗星洲
		物	南浔	无名
		景观	甬直	无名

周庄 纸箱王主题创意园区双桥 沈厅 古戏台张厅四季周庄 富安桥迷楼怪楼贞丰桥逸飞之家贞丰文化街万三水 冢 太平桥 全福寺 澄虚道院 叶楚他故居 牌楼 源丰顺酒 作坊周庄博物馆 戴宅 福洪桥 万三水上财道 古镇水巷 游 南湖秋月园全福塔 全福长桥 阮仪三工作室 蜡工坊 名人蜡像馆 大诚堂周庄魔城 云海塔 永庆庵 南湖琴社 梯云桥舰园桥隆兴桥普庆桥全功桥 通秀桥三毛茶楼

“
小
桥
、
人
家
”
人
文
标
志
物
景
观

乌镇

西栅 东栅 茅盾故居 宏源泰染坊 老邮局 昭明书院 露天电影 木心美术馆 逢源双桥 乌镇大剧院 皮影戏馆叙昌 酱园草木本色染坊 三寸金莲馆 江南百床馆 白莲塔寺 三自酒作坊 天下第一锅 立志书院 江南民俗馆 江南木雕 陈列馆汇源当铺乌将军庙 余榴梁钱币馆 修真观财神 湾晴耕雨读喜庆堂灵水居水上集市香山堂修真观戏 台水上戏台江浙分府关帝庙女红街 夏同善翰林第 乌镇西栅书场乌镇大戏茅盾陵园应家桥高杆船雨读 桥 水剧场 童玩馆 访卢阁月老庙 益大丝号作坊 茅盾纪 念堂桥里桥乌青水龙会 财神堂文昌阁乌镇蜡像馆 厅上厅定升桥安渡坊渡口通安桥孔另境纪念馆如意 桥互联网国际会展中心集贤坊 仁济桥恒益药膳国乐 剧院咸宁桥 朱家老宅 待月廊 通济桥 万兴桥 放生桥 虞奥桥通顺桥舟楫文化长廊富安桥南塘桥 王会悟纪 念馆 望佛桥乌陶坊 宋家桥张同仁宅 蚕圣桥 徐昌酩画 院古桥博物馆 诗田广场 沈家戏园延嗣桥 秀水廊剧园 蚌湾剧场

西塘

烟雨长廊 送子来凤桥 烧香港 西园 醉园 塘东街 石皮弄 酒文化博物馆 永宁桥 环秀桥 安境桥 卧龙桥 圣堂 倪宅 种福堂 五福桥 张正根雕艺术馆 薛宅 尊闻堂 望仙桥 护 国 随粮王庙（七老爷庙）江南瓦当陈列馆 中国纽扣博物 馆 陈家老宅 五姑娘主题公园 东岳庙 陆坟银杏 药师庵 明清木雕馆 西塘陪弄 北栅街 迎秀桥 里仁港 坟浜弄 礼

耕堂 洛七原创书屋 渡禅桥 安善桥 清宁桥 安泰桥 独瓦亭 狮子桥 水阳楼 西塘 基督教堂 安仁桥 戊寅桥 赵宪初故居 汇秀桥 福聚堂文化会所 西塘身临其境 7D 多人互动影院 西塘邮局 水街 气味博物馆 鬼屋 西塘醉酒体验屋 西塘魔幻城 怪宅 陆氏小馄饨 钱氏祖传豆腐花 管老太臭豆腐花制作 一线天芡实糕 钱塘人家（北栅街店）嘉善西街

同里

退思园 三桥 嘉荫堂 崇本堂 耕乐堂 珍珠塔 松石悟园 中国同里影视摄制基地 陈去病故居 明清街 穿心弄 古风园 南园茶社 王绍鏊纪念馆 世德堂 文物陈列馆 长山岚翠 务本堂 严宝礼故居 天放楼 费巩故居 同里湖 同里天 元文化苑

南浔

小莲庄 百间楼 张石铭故居 刘氏梯号 嘉业堂藏书楼 张静江故居 南浔文园 广惠桥 通津桥 刘氏家庙 南浔镇史馆 求恕里 颖园 广惠宫 洪济桥（新桥） 适园石塔 丝业会馆 御酒坊 和孚荻港渔庄 生记米行 猫的天空之城概念书店南浔店 国丝文化园 庞氏旧宅 湖州南浔史馆 钟飞滨旧宅 张氏旧宅建筑群 丝业会馆旧址

保圣寺 万盛米行 叶圣陶纪念馆 古街巷 沈宅 江南文化园 萧宅 王韬纪念馆 水乡妇女服饰博物馆 甬直历史
 角直 文物馆 三步二桥 叶圣陶墓园 冯斌作文博物馆 东大桥张林园

江南六大古镇的人工景观是古镇景观感知的最主要元素，也是江南水乡古镇景观意象构成的最主要部分（如上表 3-5）。

第 4 章 江南六大古镇旅游标志物景观 意象综合解析

本文对江南六大古镇景观意象的解析分为两个部分：理念景观意象和空间景观意象。理念景观意象是景观感知中抽象的，侧重描述性的内容啊。借助某旅游网站平台网络评论和游记文本抓取、分析，得以了解感受主体对于景观环境的评价和认识，获取体验者对于景观环境的理念形象，得到江南六大古镇的景观特色特点。而标志物景观意象是游客体验和景观解析中具象的，直接量化性的内容，有助于我们了解区域内景观差异，因此对于标志物景观意象的感知主要是通过因子赋值归纳总结的方式，以统计数据和结果对比进行分析，得出江南六大古镇景观意象的综合特点与感受特征。通过对以上两者的解析，从而得出江南六大古镇景观意象的多元内涵，为江南六大古镇景观意象的特色辨析提供依据。

4.1 江南六大古镇旅游标志物景观综合

整体感知评价

以国内某大型旅游网为数据平台，采用八爪鱼数据抓取软件，分别对江南六大古镇（周庄、西塘、乌镇、同里、南浔、角直）游览评论依次进行抓取，截止到 2019 年 8 月 13 日，共获得江南六大古镇在某旅游网的 16266 条评论。根据网站 0-5 评分原则，以及游客体验评价，六大古镇得分实际情况。做如下分析统计（如表 4-1）

表 4-1：江南六大古镇游客评分统计分析表

	评论 (单位：条)	总分 (单位：分)	平均分	满意人数	满意度
角直	1565	6734	4.305627	1305	79.5247%
南浔	2941	13441	4.570214	2608	88.6773%
同里	2982	13598	4.560027	2707	90.7780%
乌镇	2977	13526	4.543500168	2677	89.9227%
西塘	2993	13650	4.560641497	2714	90.6782%
周庄	2808	12677	4.514601	2497	88.9245%

根据上述表格可以看出，用直古镇因为交通区位、宣传力度以及资源吸引力不强等原因，游客到访数量明显不如其他五大古镇，而相较于落后的营销和古镇经营，其平均得分也稍弱于其他五大古镇，但按照网站平台五分最高分的打分规则，用直古镇相交其他五大古镇，虽稍显落后，但用直古镇总体均值也在 4.3+，属于高分分队列，说明用直古镇能基本满足游客游览需求和

期望价值。

根据游客满意度计算法则（满意游客评论人数/总游客评论人数*100%）和平台游客打分五分制原则，以≥4 分为满意对象进行筛选并进行满意度计算得江南六大古镇中，西塘、同里古镇占据着高受欢迎度、高评价度并表现出高游客满意度（>90%），数据说明游客在游览完西塘和同里古镇后，很容易得到情感上的满足，古镇在景观呈现、游客服务、基础设施保障方面，给游客提供了高满意的服务；乌镇、周庄、南浔古镇在旅游者的旅游活动中提供了较高的服务质量，在获得游客满意的同时，相较于西塘和同里古镇，或多或少的表现出某些不足进而导致这三大古镇游客满意度低于 90%；甬直古镇在游客满意度上面也验证了上述推论，因古镇在经营宣传和区位方面的某些弱势，导致甬直古镇在游客感知和游客满意度两方面的表现都不尽如其他五大古镇。

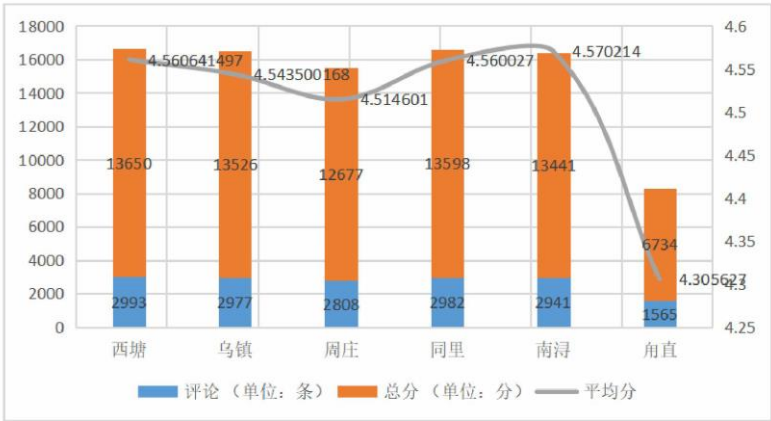


图 4-1 江南六大古镇感知统计对比图

通过上图（图 4-1）两组数据对比，我们不难发现江南六大古镇游客满意度趋势与其游客到访数量大致成正相关。六大古镇相比，大数据下的大量游客的到访某一个古镇，并未导致其满意度的下降，这说明江南六大古镇各自在旅游开发和管理已经成熟，但是横向比较，我们就会发现，六大古镇中，西塘和理古镇占据高吸引力的同时，也有着优质的口碑反馈，其满意度均在 90%+。我们以评论数和满意度为吸引力因子参考、以满意度每 10%为梯度为标准，定义西塘和同里古镇为高吸引力、高满意度型古镇，江南六大古镇可分为如下三种类型：1）高吸引力极高满意度古镇-西塘、同里；2）高吸引力中高满意度古镇：乌镇、周庄、南浔；3）低吸引力弱高满意度古镇：甬直。

综合分析，江南六大古镇在景观内容、游客感知、游客体验方面均做到了良好或较好的层次，江南六大古镇均具有高满意度、高感知度的游客反馈，横向数据差说明古镇在良好建设层面下，又具有不同的特点，具有相互比较的数据基础和客观条件。

4.2 江南六大古镇旅游标志物景观

意象内部评价

以同一某大型旅游网站为例、以六个古镇分别对应为搜索关键词，通过游记版块的文章搜索，共获得 5821 篇相关文章。通过对上述文章爬取然后统计分析，在六大古镇中，西塘古镇以 25766 次词频位居 6 大古镇之首，其次为乌镇、周庄以 10000+ 的感知度位居第二感知梯队；南浔、同里两大古镇感知频次接近一万而归纳到第三感知强度。甬直因为周边位置和开发程度原因，排在六大古镇之末（如表 4-2）。

表 4-2 江南六大古镇词频感知强度表

感知强度	名称	感知频次
一级	西塘	25766 次
二级	乌镇	19195 次
	周庄	10015 次
三级	南浔	9703 次
	同里	9463 次
四级	甪直	1474 次

4.2.1 自然旅游标志物景观因子分析

作为古镇形成的基础地理平台，自然资源类型的标志物旅游景观要素并没有大量的被游客感知到，主要表现为河、湖、湿地等标志物景观。如下表 4-3 所示，根据统计学原理采用相关统计方式，对其进行印象指数处理，即印象因子权重 $\times$ 印象因子指数。

表 4-3 江南六大古镇自然标志物旅游景观印象指数

意象要素	印象程度	因子权重	印象指数
南湖	385	0.01388	5.34298
白蚬湖	14	0.00050	0.00707
京杭大运河	145	0.00523	0.75788
元宝湖	38	0.00137	0.05205
西市河	103	0.00371	0.38242
北湿地	5	0.00018	0.00090
龙形田	118	0.00425	0.50191
胥塘河	75	0.00270	0.20276
罗星洲	4	0.00014	0.00058

以乌镇为例，江南小桥流水人家的典型地貌，在道路景观要素表现上也得到了充分的发挥。西市河作为西栅景区主要水上交通要道，相较于舟楫文化长廊在发挥道路功能基础上因为两岸精致的景观和良好的环境管理，因此被游客广泛感知和识别到。周庄和西塘分别在文化和“廊多、弄多”特色上打出了自己的形象宣传品牌；而南浔和甪直两大古镇在道路景观，特别是标志性道路景观要素上的表现明显不如前者。

4.2.2 人文旅游标志物景观因子分析

作为古镇形成的主要构成部分，人文资源类型的标志物旅游景观要素主要表现为桥、路、建筑、民居、名人故居、堂、亭、楼、园、弄等标志物景观。如下图所示，根据统计学原理采用相关统计方式，对其进行印象指数处理（如表 4-4）。因子权重值即因子感知程度/总因子量；因子指数即印象因子权重逐口象程度。

表 4-4 江南六大古镇人文标志物旅游景观评价

意象要素	印象程度	因子权重	因子指数	意象要素	印象程度	因子权重	因子指数
保圣寺	119	0.00429	0.51045	钱塘人家 (北栅街店)	581	0.02094	12.16787
万盛米行	78	0.00281	0.21931	茅盾故居	291	0.01049	3.05245
叶圣陶纪念馆	25	0.00090	0.02253	宏源泰染坊	164	0.00591	0.96950
古街巷	2	0.00007	0.00014	老邮局	138	0.00497	0.68647
沈宅	51	0.00184	0.09376	昭明书院	175	0.00631	1.10392
江南文化园	29	0.00105	0.03032	露天电影	112	0.00404	0.45217
萧宅	35	0.00126	0.04416	木心美术馆	76	0.00274	0.20820
王韬纪念馆	21	0.00076	0.01590	逢源双桥	124	0.00447	0.55425
水乡妇女服饰博物馆	7	0.00025	0.00177	乌镇大剧院	85	0.00306	0.26044
用直历史文物馆	11	0.00040	0.00436	皮影戏馆	36	0.00130	0.04672
三步二桥	5	0.00018	0.00090	叙昌酱园	86	0.00310	0.26660
叶圣陶墓园	0	0.00000	0.00000	草木本色染坊	116	0.00418	0.48504
冯斌作文博物馆	1	0.00004	0.00004	三寸金莲馆	71	0.00256	0.18171
东大桥	1	0.00004	0.00004	江南百床馆	134	0.00483	0.64725
张林园	0	0.00000	0.00000	白莲塔寺	78	0.00281	0.21931
小莲庄	1396	0.05032	70.24786	三白酒作坊	50	0.00180	0.09012
百间楼	1354	0.04881	66.08449	天下第一锅	47	0.00169	0.07963
张石铭故居	228	0.00822	1.87384	立志书院	77	0.00278	0.21372
刘氏梯号	420	0.01514	6.35859	江南民俗馆	46	0.00166	0.07627
嘉业堂藏书楼	331	0.01193	3.94928	江南木雕陈列馆	33	0.00119	0.03925
张静江故居	309	0.01114	3.44175	汇源当铺	53	0.00191	0.10125
南得文园	10	0.00036	0.00360	乌将军庙	71	0.00256	0.18171
广惠桥	94	0.00339	0.31851	余榴梁钱币馆	25	0.00090	0.02253

通津桥	67	0.00242	0.16181	修真观	136	0.00490	0.66671
刘氏家庙	99	0.00357	0.35329	京杭大运河	145	0.00523	0.75788
南得镇史馆	9	0.00032	0.00292	财神湾	92	0.00332	0.30510
求恕里	122	0.00440	0.53652	晴耕雨读	46	0.00166	0.07627
颖园	54	0.00195	0.10511	西市河	103	0.00371	0.38242
广惠宫	189	0.00681	1.28761	喜庆堂	54	0.00195	0.10511
洪济桥（新桥）	36	0.00130	0.04672	元宝湖	38	0.00137	0.05205
适园石塔	7	0.00025	0.00177	灵水居	81	0.00292	0.23650
丝业会馆	59	0.00213	0.12548	水上集市	133	0.00479	0.63763
御酒坊	30	0.00108	0.03244	香山堂	51	0.00184	0.09376
和孚荻港渔庄	4	0.00014	0.00058	修真观戏台	26	0.00094	0.02437
生记米行	13	0.00047	0.00609	水上戏台	23	0.00083	0.01907
猫的天空之城 概念书店南将店	29	0.00105	0.03032	江浙分府	21	0.00076	0.01590
国丝文化园	0	0.00000	0.00000	关帝庙	39	0.00141	0.05483
庞氏旧宅	1	0.00004	0.00004	女红街	124	0.00447	0.55425
严宝礼故居	0	0.00000	0.00000	安渡坊渡口	7	0.00025	0.00177
天放楼	0	0.00000	0.00000	通安桥	15	0.00054	0.00811
费巩故居	0	0.00000	0.00000	孔另境纪念馆	6	0.00022	0.00130
同里湖	551	0.01986	10.94373	如意桥	33	0.00119	0.03925
同里 天元文化苑	1	0.00004	0.00004	互联网 国际会展中心	15	0.00054	0.00811
中川桥	16	0.00058	0.00923	集贤坊	11	0.00040	0.00436
升平桥	11	0.00040	0.00436	仁济桥	42	0.00151	0.06359
鱼行桥	8	0.00029	0.00231	恒益药膳	4	0.00014	0.00058
乌金桥	16	0.00058	0.00923	国乐剧院	9	0.00032	0.00292
长庆桥	162	0.00584	0.94600	咸宁桥	6	0.00022	0.00130
烟雨长廊	1576	0.05681	89.53125	朱家老宅	8	0.00029	0.00231
送子来凤桥	528	0.01903	10.04917	待月廊	0	0.00000	0.00000
烧香港	206	0.00743	1.52967	通济桥	42	0.00151	0.06359
西园	504	0.01817	9.15637	万兴桥	6	0.00022	0.00130
醉园	280	0.01009	2.82604	放生桥	10	0.00036	0.00360
塘东街	569	0.02051	11.67043	虞奥桥	0	0.00000	0.00000
石皮弄	675	0.02433	16.42365	通顺桥	0	0.00000	0.00000
酒文化博物馆	131	0.00472	0.61859	舟楫文化长廊	2	0.00007	0.00014

永宁桥	479	0.01727	8.27053	富安桥	0	0.00000	0.00000
环秀桥	606	0.02184	13.23755	南塘桥	3	0.00011	0.00032
安境桥	177	0.00638	1.12930	王会悟纪念馆	8	0.00029	0.00231
卧龙桥	255	0.00919	2.34392	望佛桥	3	0.00011	0.00032
圣堂	212	0.00764	1.62007	乌陶坊	12	0.00043	0.00519
倪宅	176	0.00634	1.11657	宋家桥	2	0.00007	0.00014
种福堂	185	0.00667	1.23369	张同仁宅	0	0.00000	0.00000
五福桥	74	0.00267	0.19739	蚕圣桥	1	0.00004	0.00004
张正根雕艺术馆	63	0.00227	0.14307	徐昌酩画院	5	0.00018	0.00090
薛宅	53	0.00191	0.10125	诗田广场	8	0.00029	0.00231
尊闻堂	51	0.00184	0.09376	沈家戏园	4	0.00014	0.00058
望仙桥	21	0.00076	0.01590	延嗣桥	1	0.00004	0.00004
护国随粮王庙 (七老爷庙)	115	0.00415	0.47671	秀水廊剧园	1	0.00004	0.00004
江南瓦当陈列馆	46	0.00166	0.07627	蚌湾剧场	0	0.00000	0.00000
中国纽扣博物馆	61	0.00220	0.13413	纸箱王主题创意园区	32	0.00115	0.03691
陈家老宅	64	0.00231	0.14765	双桥	553	0.01993	11.02332
五姑娘主题公园	80	0.00288	0.23070	沈厅	538	0.01939	10.43342
东岳庙	8	0.00029	0.00231	古戏台	145	0.00523	0.75788
陆坟银杏	19	0.00068	0.01301	张厅	366	0.01319	4.82864
药师庵	1	0.00004	0.00004	四季周庄	6	0.00022	0.00130
明清木雕馆	63	0.00227	0.14307	南湖	385	0.01388	5.34298
西塘陪弄	36	0.00130	0.04672	富安桥	144	0.00519	0.74746
北栅街	194	0.00699	1.35664	迷楼	115	0.00415	0.47671
迎秀桥	28	0.00101	0.02826	怪楼	108	0.00389	0.42045
胥塘河	75	0.00270	0.20276	贞丰桥	31	0.00112	0.03464
里仁港	4	0.00014	0.00058	逸飞之家	50	0.00180	0.09012
坟浜弄	8	0.00029	0.00231	贞丰文化街	14	0.00050	0.00707
礼耕堂	6	0.00022	0.00130	万三水冢	19	0.00068	0.01301
洛七原创书屋	2	0.00007	0.00014	太平桥	33	0.00119	0.03925
渡禅桥	10	0.00036	0.00360	全福寺	114	0.00411	0.46846
安善桥	56	0.00202	0.11304	澄虚道院	37	0.00133	0.04935
清宁桥	1	0.00004	0.00004	叶楚他故居	45	0.00162	0.07299

安泰桥	16	0.00058	0.00923	牌楼	92	0.00332	0.30510
独瓦亭	13	0.00047	0.00609	源丰顺酒作坊	1	0.00004	0.00004
狮子桥	58	0.00209	0.12126	白蛆湖	14	0.00050	0.00707
水阳楼	93	0.00335	0.31177	周庄博物馆	73	0.00263	0.19209
西塘基督教堂	1	0.00004	0.00004	戴宅	23	0.00083	0.01907
安仁桥	6	0.00022	0.00130	福洪桥	114	0.00411	0.46846
戊寅桥	13	0.00047	0.00609	万三水上财道	9	0.00032	0.00292
赵宪初故居	1	0.00004	0.00004	古镇水巷游	4	0.00014	0.00058
汇秀桥	14	0.00050	0.00707	南湖秋月园	55	0.00198	0.10904
西塘身临其境 7D 多人互动 影院	1	0.00004	0.00004	全福塔	10	0.00036	0.00360
西塘邮局	5	0.00018	0.00090	全福长桥	4	0.00014	0.00058
水街	13	0.00047	0.00609	阮仪三工作室	0	0.00000	0.00000
气味博物馆	3	0.00011	0.00032	蜡工坊名人蜡像馆	6	0.00022	0.00130
鬼屋	9	0.00032	0.00292	大诚堂	1	0.00004	0.00004
西塘醉酒体验屋	0	0.00000	0.00000	周庄魔城	5	0.00018	0.00090
西塘魔幻城	0	0.00000	0.00000	云海塔	2	0.00007	0.00014
怪宅	0	0.00000	0.00000	永庆庵	1	0.00004	0.00004
陆氏小馄饨	180	0.00649	1.16790	南湖琴社	0	0.00000	0.00000
钱氏祖传 豆腐花	17	0.00061	0.01042	梯云桥	11	0.00040	0.00436
管老太臭豆腐 花制作	274	0.00988	2.70622	蚬园桥	2	0.00007	0.00014
一线天芡实糕	16	0.00058	0.00923	隆兴桥	6	0.00022	0.00130
	6	0.00022	0.00130	普庆桥	2	0.00007	0.00014

在江南六大古镇旅游标志物景观体系中，游客对于 275 个构成要素的感知程度也不尽相同，这些不同，我们从上表的因子指数中，不难看出。造成这样的差异主要体现在景区建设宣传和景点自身吸引力因素。一方面原因是游客感知和游览内容主要集中在标志性景点体验，容易忽略其他因素。另一方面跟边界所处位置和自身吸引力有很明显关系。边界要素大多位于景区边缘，地理位置和可通达性没有核心区域方便。

对于江南六大古镇标志物旅游景观体系中的 275 个景观因子，其作为旅游标志物，对于游客的作用力是不尽相同的，以因子感知程度为分析标准，六大古镇旅游标志物景观感知差异如下图（见图 4-1）。

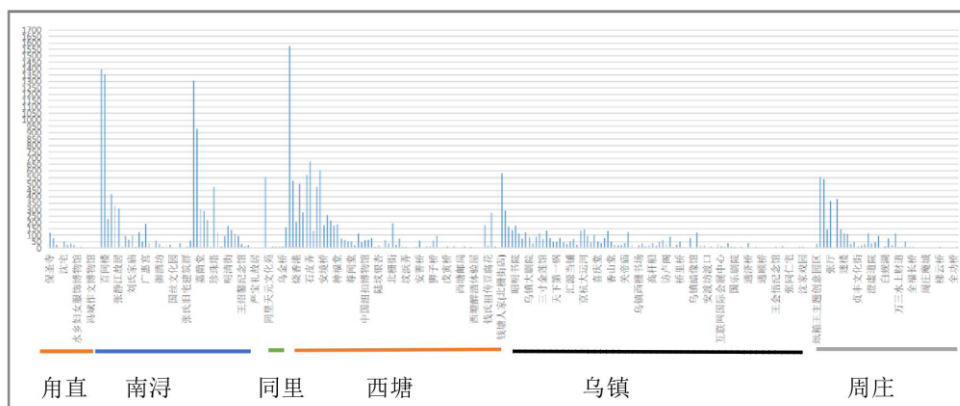


图 4-2 江南六大古镇旅游标志物景观感知图

从上图 4-2 我们可以看出，江南六大古镇旅游标志物景观感知中，乌镇被感知的数量最多，其次为西塘、周庄和南 y 寻三个古镇，而同里和用直古镇感知数量最少。相较于角直和同里两个古镇，虽然两者感知数量最少，但是同里古镇在单一要素感知方面，远远超过用直古镇，这说明二者标志物旅游景观虽然数量都不如其他古镇，但是同里古镇在知名度方面有着明显的优势。

江南六大古镇旅游标志物数量与感知统计如下图

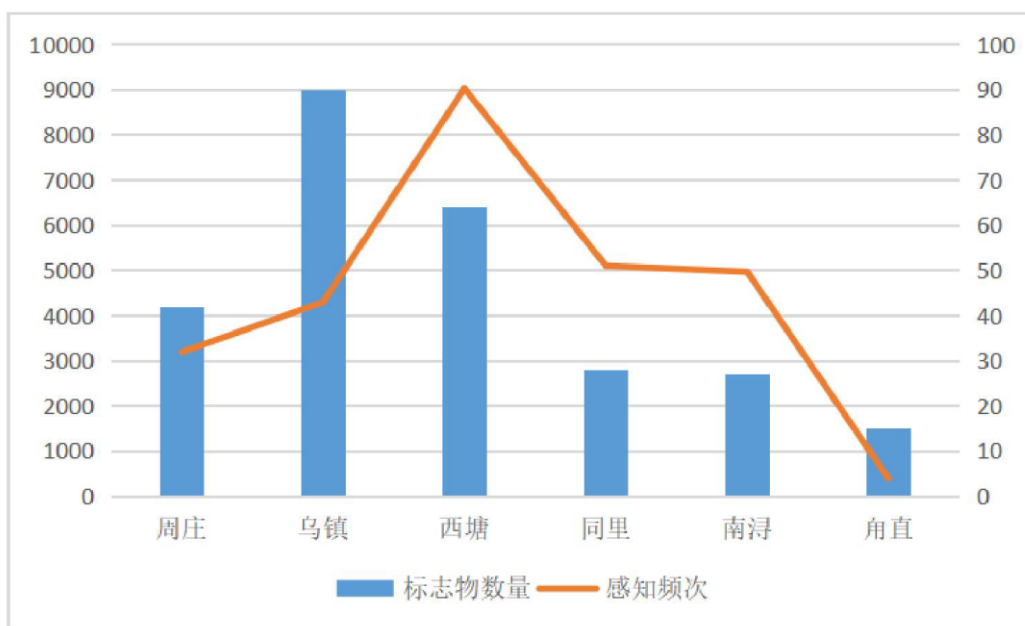


图 4-3 江南六大古镇人文标志物要素数量与感知关系图

如上图 4-3 所属，江南六大古镇中，人文旅游标志物数量从多到少一次为乌镇、西塘、周庄、南浔、同里、角直。但高标志物数量并没有代表高感知度。以乌镇、西塘两大古镇为例，西塘古镇的旅游标志物数量远少于乌镇。乌镇面积 3.5KM²，西塘面积 1.04KM²，相较于其他古镇，二者面积属于较大面积古镇。但感知度的差别可推断乌镇标志物总体感知较为均衡，不会出现某一景点过于火爆，而另外某些冷冷清清的人气差异化现状。而西塘古镇标志物景观相较于乌镇数量少，但是感知度高，则另一方面说明，西塘在抓特色，树品牌建设方面，有资源可依。

4.3 本草小结

本章通过运用网络文本分析法和统计分析法，展开江南六大古镇旅游标志物景观的认知分析。首先通过对比分析法，以国内大型旅游网站上游客打分为评判依据，对游客的满意度感知进行统计分析，并得出江南六大古镇，从整体上均能给游客较高满意度的旅游体验，六大古镇游客参观访问人次上的统计也证明了江南六大古镇在古镇旅游中占据的重要地位，体现了样本的代表性。

旅游标志物景观因子分析，则从内部的角度说明江南六大古镇在整体较高满意度和吸引力的前提下，六大古镇之间和古镇整体环境下，各个标志物要素之间也是有不同差异的，具体从因子指数中可以反应出来。

第 5 章 江南六大古镇旅游标志物景观 意象个性评价

根据前面的研究综述，以周庄、乌镇、同里、南潏、西塘、用直六大古镇为代表的江南水乡古镇，已俨然成为江南历史和文化的缩影。相同的地理区位和文化背景使得任何一个古镇都无法摆脱其他古镇的影响而独立发展。因此，六大古镇作为个体，要想规避发展中的共性问题，首先要探究清楚六大古镇的共性特征和各自的个性特征。

5.1 周庄旅游标志物景观

意象个性评价

六大古镇虽然在标志性道路要素构成数量和类型上各有差异，其中以西塘古镇最为丰富，南潏古镇最为薄弱。但是纵观六大古镇，廊、桥、街、巷、弄构成了江南古镇标志性道路要素的主要构成。其中“街”是六大古镇所共同拥有，同时，结合“街”在六大古镇的实际呈现方式均为以特色店铺和传统建筑结合的传统商业街，因此，传统特色商业街即为江南六大古镇道路要素的共同特征。

表 5-1 道路要素在六大古镇的表现

因子	因子程度	因子权重	因子指数	因子	因子程度	因子权重	因子指数
双桥	553	0.1736	96.0154	贞丰文化街	14	0.0044	0.0615
沈厅	538	0.1689	90.8772	白蚬湖	14	0.0044	0.0615
南湖	385	0.1209	46.5385	梯云桥	11	0.0035	0.0380
张厅	366	0.1149	42.0584	通秀桥	10	0.0031	0.0314
古戏台	145	0.0455	6.6013	全福塔	10	0.0031	0.0314
富安桥	144	0.0452	6.5105	万三水上财道	9	0.0028	0.0254
迷楼	115	0.0361	4.1523	四季周庄	6	0.0019	0.0113
全福寺	114	0.0358	4.0804	隆兴桥	6	0.0019	0.0113
福洪桥	114	0.0358	4.0804	蜡工坊名人蜡像馆	6	0.0019	0.0113

怪楼	108	0.0339	3.6622	周庄魔城	5	0.0016	0.0078
牌楼	92	0.0289	2.6575	全功桥	5	0.0016	0.0078
周庄博物馆	73	0.0229	1.6732	全福长桥	4	0.0013	0.0050
南湖秋月园	55	0.0173	0.9498	古镇水巷游	4	0.0013	0.0050
逸飞之家	50	0.0157	0.7849	云海塔	2	0.0006	0.0013
叶楚伦故居	45	0.0141	0.6358	蚬园桥	2	0.0006	0.0013
澄虚道院	37	0.0116	0.4298	普庆桥	2	0.0006	0.0013
太平桥	33	0.0104	0.3419	源丰顺酒作坊	1	0.0003	0.0003
纸箱王主题 创意园区	32	0.0100	0.3215	永庆庵	1	0.0003	0.0003
贞丰桥	31	0.0097	0.3017	大诚堂	1	0.0003	0.0003
戴宅	23	0.0072	0.1661	阮仪三工作室	0	0.0000	0.0000
万三水冢	19	0.0060	0.1133	南湖琴社	0	0.0000	0.0000

如上表（见表 5-1）统计所示，周庄 42 个旅游标志物景观要素中，涵盖了自然资源和人文资源，资源分布也是水陆结合的布局形态。标志物在吸引力大小方面，存在着明显的阶梯差异。以整十数为参考划分标准，周庄旅游标志物景观明显可划分为三个梯度即高吸引力标志物旅游景观、中吸引力标志物旅游景观和低吸引力标志物景观。

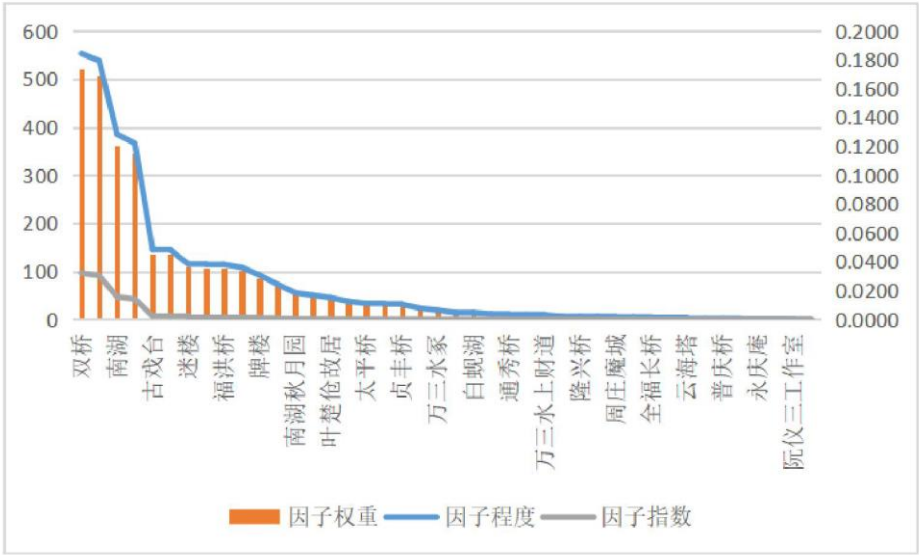


图 5-1 周庄旅游标志物景观因子分析

结合上图 5-1 所示，周庄高吸引力标志物景观主要集中表现在建筑、桥、自然景观为代表的地方戏台，历史遗迹、特色名桥，河湖风光这四个方面。以张厅、沈厅、双桥、古戏台、迷楼、怪楼为代表。而中吸引力旅游标志物景观主要集中在依托江南地方特色或古镇社区功能布局背景下的特色商业街区、牌楼、高吸引力标志物景观下配套景观如万三水冢等，低吸引力旅游标志物主要为某一区域特色参照点，如水陆交叉点的小桥、核心属性非旅游类的名人工作室、特殊宗教建筑等。

通过以上分析，我们可以发现，周庄旅游标志物景观相对来说空间布局比较全面，景观要素比较充足，高中低吸引力全都覆盖到，而且大多都蕴藏着浓烈的地方名人文化。

5.2 乌镇旅游标志物景观意象个性评价

乌镇作为江南六大古镇中开发最为成熟的古镇，其景观表现相较于其他五大古镇也更为丰富，旅游标志物视角下的景观意象要素构成有 92 项之多（见表 5-2），是六大古镇中最多的一个古镇。

表 5-2 乌镇旅游标志物景观因子分析

因子	因子程度	因子权重	因子指数	因子	因子程度	因子权重	因子指数
茅盾故居	291	0.06914	20.11903	夏同善翰林第	26	0.00618	0.16061
昭明书院	175	0.04158	7.27608	余榴梁钱币馆	25	0.00594	0.14849
宏源泰染坊	164	0.03896	6.39012	茅盾纪念堂	25	0.00594	0.14849
京杭大运河	145	0.03445	4.99525	水上戏台	23	0.00546	0.12568
老邮局	138	0.03279	4.52459	厅上厅	23	0.00546	0.12568
修真观	136	0.03231	4.39439	乌镇西栅书场	22	0.00523	0.11499
江南百床馆	134	0.03184	4.26610	应家桥	22	0.00523	0.11499
水上集市	133	0.03160	4.20266	江浙分府	21	0.00499	0.10478
逢源双桥	124	0.02946	3.65312	雨读桥	17	0.00404	0.06866
女红街	124	0.02946	3.65312	定升桥	17	0.00404	0.06866
龙形田	118	0.02804	3.30815	茅盾陵园	16	0.00380	0.06082
草木本色染坊	116	0.02756	3.19696	通安桥	15	0.00356	0.05346
露天电影	112	0.02661	2.98028	互联网国际会展中心	15	0.00356	0.05346
西市河	103	0.02447	2.52055	乌陶坊	12	0.00285	0.03421
财神湾	92	0.02186	2.01093	集贤坊	11	0.00261	0.02875
月老庙	88	0.02091	1.83987	乌青水龙会	10	0.00238	0.02376
叙昌酱园	86	0.02043	1.75719	放生桥	10	0.00238	0.02376
乌镇大剧院	85	0.02019	1.71656	国乐剧院	9	0.00214	0.01924
灵水居	81	0.01924	1.55880	朱家老宅	8	0.00190	0.01521
白莲塔寺	78	0.01853	1.44547	王会悟纪念馆	8	0.00190	0.01521
文昌阁	78	0.01853	1.44547	诗田广场	8	0.00190	0.01521
立志书院	77	0.01829	1.40865	安渡坊渡口	7	0.00166	0.01164
木心美术馆	76	0.01806	1.37230	孔另境纪念馆	6	0.00143	0.00855
三寸金莲馆	71	0.01687	1.19767	咸宁桥	6	0.00143	0.00855
乌将军庙	71	0.01687	1.19767	万兴桥	6	0.00143	0.00855
童玩馆	63	0.01497	0.94298	北湿地	5	0.00119	0.00594
喜庆堂	54	0.01283	0.69280	财神堂	5	0.00119	0.00594
汇源当铺	53	0.01259	0.66738	徐昌酩画院	5	0.00119	0.00594

桥里桥	53	0.01259	0.66738	益大丝号作坊	4	0.00095	0.00380
香山堂	51	0.01212	0.61796	恒益药膳	4	0.00095	0.00380
三白酒作坊	50	0.01188	0.59397	沈家戏园	4	0.00095	0.00380
天下第一锅	47	0.01117	0.52483	南塘桥	3	0.00071	0.00214
水剧场	47	0.01117	0.52483	望佛桥	3	0.00071	0.00214
江南民俗馆	46	0.01093	0.50273	乌镇蜡像馆	2	0.00048	0.00095
晴耕雨读	46	0.01093	0.50273	舟楫文化长廊	2	0.00048	0.00095
仁济桥	42	0.00998	0.41910	宋家桥	2	0.00048	0.00095
通济桥	42	0.00998	0.41910	蚕圣桥	1	0.00024	0.00024
高杆船	40	0.00950	0.38014	延嗣桥	1	0.00024	0.00024
关帝庙	39	0.00927	0.36137	秀水廊剧园	1	0.00024	0.00024
元宝湖	38	0.00903	0.34307	待月廊	0	0.00000	0.00000
皮影戏馆	36	0.00855	0.30791	虞奥桥	0	0.00000	0.00000
乌镇大戏院	34	0.00808	0.27465	通顺桥	0	0.00000	0.00000
江南木雕陈列馆	33	0.00784	0.25873	富安桥	0	0.00000	0.00000
如意桥	33	0.00784	0.25873	张同仁宅	0	0.00000	0.00000
访卢阁	30	0.00713	0.21383	蚌湾剧场	0	0.00000	0.00000
修真观戏台	26	0.00618	0.16061				

从上述因子统计分析中，我们可以看出，乌镇标志物旅游景观要素构成类型和布局形态同周庄一样，都具有完整的布局要素，不同于周庄，乌镇的标志物旅游景观要素更为丰富，具有更多历史文化内涵下的不同展馆/博物馆，同时还有其他独有的表现，比如高杆船、天下第一锅、汇源当铺等。

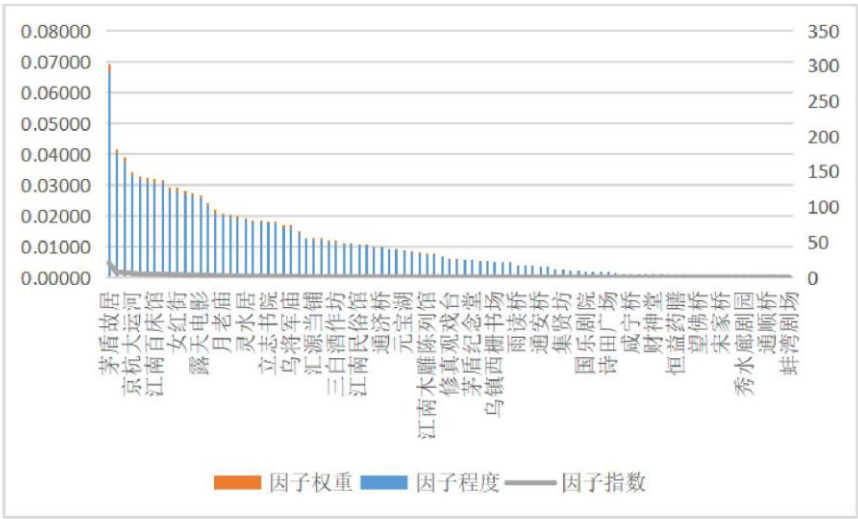


图 5-2 乌镇旅游标志物景观因子分析

综合上图 5-2 分析，我们可以看出乌镇旅游标志物景观因子同样具备三阶梯差吸引力属性特征，但是三者之间没有明显过度，说明乌镇景观整体开发比较完善、不会出现某一景点火爆而另外其他地方门可罗雀的尴尬局面。

乌镇旅游标志物景观构成相比周庄，不仅体现当地浓郁的名人文化，同时还凝聚着地域特色的社会风俗，其表现为大量的陈列馆、当铺、书院、剧场等。

5.3 西塘旅游标志物景观意象

个性评价

西塘古镇作为“生活着的千年古镇”，春秋的水、唐宋的镇、明清的建筑是对西塘历史的概述，西塘素以桥多、弄多、廊棚多而闻名。旅游标志物景观意象统计共得出 63 项因子，并分析如下（见表 5-3）

表 5-3 乌镇旅游标志物景观因子分析

因子	因子程度	因子权重	因子指数	因子	因子程度	因子权重	因子指数
烟雨长廊	1576	0.17476	275.42426	尊闻堂	51	0.00566	0.28842
石皮弄	675	0.07485	50.52395	江南瓦当陈列馆	46	0.00510	0.23464
环秀桥	606	0.06720	40.72255	西塘陪弄	36	0.00399	0.14371
钱塘人家 (北栅街店)	581	0.06443	37.43191	迎秀桥	28	0.00310	0.08694
塘东街	569	0.06310	35.90164	望仙桥	21	0.00233	0.04890
送子来凤桥	528	0.05855	30.91417	陆坟银杏	19	0.00211	0.04003
西园	504	0.05589	28.16766	钱氏祖传豆腐花	17	0.00189	0.03205
永宁桥	479	0.05312	25.44256	花制作	16	0.00177	0.02839
醉园	280	0.03105	8.69372	安泰桥	16	0.00177	0.02839
管老太 臭豆腐	274	0.03038	8.32513	汇秀桥	14	0.00155	0.02173
卧龙桥	255	0.02828	7.21058	戊寅桥	13	0.00144	0.01874
圣堂	212	0.02351	4.98381	水街	13	0.00144	0.01874
烧香港	206	0.02284	4.70570	独瓦亭	13	0.00144	0.01874
北栅街	194	0.02151	4.17343	渡禅桥	10	0.00111	0.01109
种福堂	185	0.02051	3.79519	鬼屋	9	0.00100	0.00898
陆氏小馄饨	180	0.01996	3.59281	坟浜弄	8	0.00089	0.00710
安境桥	177	0.01963	3.47405	东岳庙	8	0.00089	0.00710
倪宅	176	0.01952	3.43491	一线天芡实糕	6	0.00067	0.00399
酒文化 博物馆	131	0.01453	1.90297	礼耕堂	6	0.00067	0.00399
护国随粮王庙 (七老爷 庙)	115	0.01275	1.46651	安仁桥	6	0.00067	0.00399

水阳楼	93	0.01031	0.95908	西塘邮局	5	0.00055	0.00277
五姑娘 主题公园	80	0.00887	0.70969	里仁港	4	0.00044	0.00177
胥塘河	75	0.00832	0.62375	气味博物馆	3	0.00033	0.00100
五福桥	74	0.00821	0.60723	洛七原创书屋	2	0.00022	0.00044
陈家老宅	64	0.00710	0.45420	赵宪初故居	1	0.00011	0.00011
张正 根雕艺术馆	63	0.00699	0.44012	药师庵	1	0.00011	0.00011
明清木雕馆	63	0.00699	0.44012	西塘身临其境 7D 多人 互动影院	1	0.00011	0.00011
中国纽扣博	61	0.00676	0.41262	西塘基督教堂	1	0.00011	0.00011
物馆							
狮子桥	58	0.00643	0.37303	清宁桥	1	0.00011	0.00011
安善桥	56	0.00621	0.34775	西塘醉酒体验屋	0	0.00000	0.00000
薛宅	53	0.00588	0.31149	西塘魔幻城	0	0.00000	0.00000
				怪宅	0	0.00000	0.00000

西塘古镇作为六大古镇之一，在旅游标志物表现中，更多的贴近地方民俗风情，其中以博物馆（纽扣博物馆、木雕馆、七老爷庙、名人故居）为主，具有浓厚的地方文化特色（如图 5-3）。同时通过感知频次统计发现，西塘众多标志物在游客吸引力表现方面具有良好的均衡性，零感知的标志物相对周庄、乌镇等古镇，出现次数明显偏少。

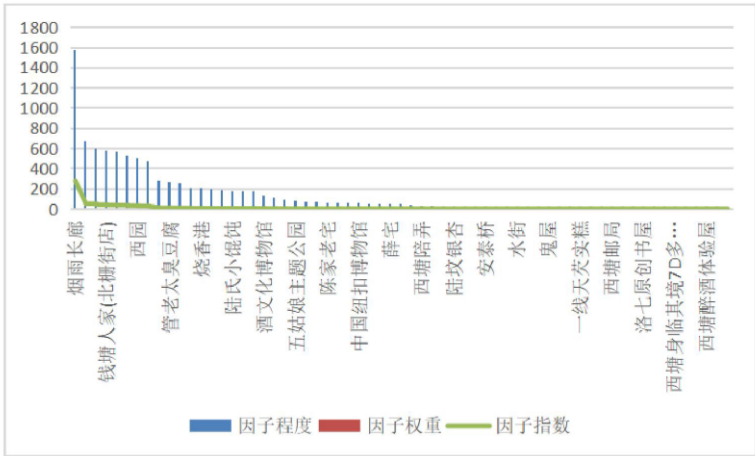


图 5-3 西塘旅游标志物景观因子分析

西塘古镇作为生活的古镇，在旅游标志物要素分析中得出，西塘古镇标志物景观在保留小桥流水人家格局的背景下，更多的凸显廊、弄、河、桥、博物馆以及美食小吃和时尚生活如酒吧、鬼屋、书城、体验馆等新型景观。

5.4 同里旅游标志物景观

意象个性评价

同里古镇作为江南六大古镇江苏境内最大的古镇，其面积与西塘、乌镇相当,但是基于文献资料查阅下梳理的同里古镇标志物旅游景观要素却明显不如西塘和乌镇众多，经统计共获得 28 个景观因子，并作如下景观意象因子分析（见表 5-4）。

表 5-4 同里旅游标志物景观因子分析

因子	因子程度	因子权重	因子指数	因子	因子程度	因子权重	因子指数
退思园	1308	0.25667	335.72684	王绍鏊纪念馆	30	0.00589	0.17661
三桥	929	0.18230	169.35655	文物陈列馆	24	0.00471	0.11303
同里湖	551	0.10812	59.57633	世德堂	16	0.00314	0.05024
珍珠塔	478	0.09380	44.83595	中川桥	16	0.00314	0.05024
嘉荫堂	302	0.05926	17.89717	乌金桥	16	0.00314	0.05024
崇本堂	288	0.05651	16.27630	中国同里影视摄制基地	14	0.00275	0.03846
耕乐堂	216	0.04239	9.15542	升平桥	11	0.00216	0.02374
明清街	172	0.03375	5.80534	鱼行桥	8	0.00157	0.01256
长庆桥	162	0.03179	5.14992	罗星洲	4	0.00078	0.00314
穿心弄	141	0.02767	3.90130	同里天元文化苑	1	0.00020	0.00020
松石悟园	120	0.02355	2.82575	务本堂	0	0.00000	0.00000
古风园	108	0.02119	2.28885	严宝礼故居	0	0.00000	0.00000
陈去病故居	91	0.01786	1.62500	天放楼	0	0.00000	0.00000
南园茶社	90	0.01766	1.58948	费巩故居	0	0.00000	0.00000

同里古镇虽然在因子表现上不如上述古镇，景观构成方面具备自然资源和人文资源两大属性，自然资源吸引力主要基于罗星洲、同里湖。人文资源吸引力主要表现在私家园林、堂、楼、馆、桥、馆、弄、街等。

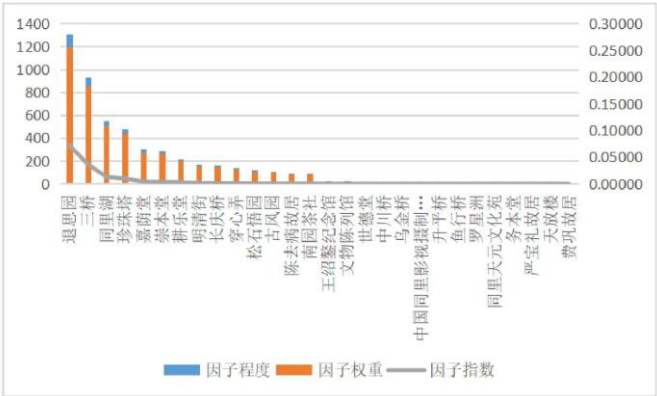


图 5-4 同里旅游标志物景观因子分析

从上图 5-4 因子分析趋势图可以看出，同里古镇在资源开发方面，并没有完全挖掘出古镇资源的魅力，从而导致陈列馆、影视基地、名人故居等因子评价较低，而退思园、崇本堂、明清街、三桥却占据很大的比重。这样会导致现实中，游客由于信息不畅通而忽略其他景点，而热门景点却持续火爆，使得景区游客分布出现两级分化的现象。

5.5 南浔旅游标志物景观意象

个性评价

南浔古镇自建镇已有 745 年历史，明万历至清代中叶为经济繁荣鼎盛时期，南浔历史文化悠久，从宋至清共出 41 名进士。历史文化身后，名人故居建筑众多，文化特色浓郁。参照旅游标志物体系理论，南浔古镇标志物旅游景观因子分析如下（见表 5-5）：

表 5.5 南浔旅游标志物景观因子分析

因子	因子程度	因子权重	因子指数	因子	因子程度	因子权重	因子指数
小莲庄	1396	0.281338	392.74809	湖州南浔史馆	38	0.007658	0.29101
百间楼	1354	0.272874	369.47118	洪济桥（新桥）	36	0.007255	0.26119
刘氏梯号	420	0.084643	35.55018	御酒坊	30	0.006046	0.18138
嘉业堂藏书楼	331	0.066707	22.08001	猫的天空之城概念书店南浔店	29	0.005844	0.16949
张静江故居	309	0.062273	19.24244	生记米行	13	0.002620	0.03406
张石铭故居	228	0.045949	10.47642	南月文园	10	0.002015	0.02015
广惠宫	189	0.038089	7.19891	南浔镇史馆	9	0.001814	0.01632
求恕里	122	0.024587	2.99960	适园石塔	7	0.001411	0.00988
刘氏家庙	99	0.019952	1.97521	和孚荻港渔庄	4	0.000806	0.00322
广惠桥	94	0.018944	1.78073	张氏旧宅建筑群	4	0.000806	0.00322
通津桥	67	0.013503	0.90468	庞氏旧宅	1	0.000202	0.00020
丝业会馆	59	0.011890	0.70153	国丝文化园	0	0.000000	0.00000
丝业会馆旧址	59	0.011890	0.70153	钟飞滨旧宅	0	0.000000	0.00000
颖园	54	0.010883	0.58767				

通过因子分析，我们可以得出南浔古镇旅游标志物景观元素主要表现为历史建筑、传统民居、当地特色风俗文化馆、历史展馆，自然要素表现较少。



图 5-5 南浔旅游标志物景观因子分析

通过因子趋势图（见图 5-5），我们可以看出南浔古镇在三个梯度的旅游吸引力表现方面，高吸引力的标志物景观要素发挥着强劲的聚合作用，因子指数占据很大比重，而中吸引力和低吸引力旅游标志物景观因子与之相比却是断崖式的差距，这也说明南浔巨大名气的背后，单薄的景观支撑。

5.6 甬直旅游标志物景观意象个性评价

甬直古镇作为六大古镇中开发最晚，开发程度最低，旅游吸引力表现最弱的古镇，在旅游标志物景观的数量上也有明显的体现，通过相关梳理，甬直古镇共获得 14 个标志物景观因子，其分析如下（见表 5-6）：

表 5-6 甬直旅游标志物景观因子分析

因子	因子程度	因子权重	因子指数	因子	因子程度	因子权重	因子指数
保圣寺	119	0.30909	36.78182	甬直历史文物馆	11	0.02857	0.31429
万盛米行	78	0.20260	15.80260	水乡妇女服饰博物馆	7	0.01818	0.12727
沈宅	51	0.13247	6.75584	三步二桥	5	0.01299	0.06494
萧宅	35	0.09091	3.18182	古街巷	2	0.00519	0.01039
江南文化园	29	0.07532	2.18442	冯斌作文博物馆	1	0.00260	0.00260
叶圣陶纪念馆	25	0.06494	1.62338	东大桥	1	0.00260	0.00260
玉韬纪念馆	21	0.05455	1.14545	叶圣陶墓园	0	0.00000	0.00000
				张林园	0	0.00000	0.00000

甬直古镇在标志物景观构成上，主要为名人故居、特色街巷、纪念/博物馆、主题园区、宗教建筑，景观构成比较薄弱。

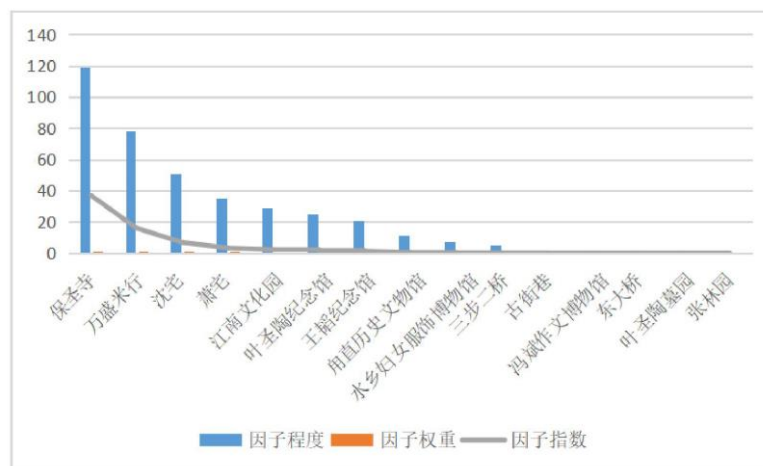


图 5-6 角直旅游标志物景观因子分析

通过景观因子趋势图（见图 5-6），我们可以看出，相比较其他六大古镇，用直古镇在高中低三档标志物吸引力要素构成上均有短板，数量不足且吸引力不高，这也是用直古镇下一步发展亟需解决的问题。

5.7 本章小结

本章将六大古镇视为独立个体，通过对周庄、乌镇、西塘、同里、南浔、角直古镇一一分析，从旅游标志物景观因子加权赋值的分析方法，梳理出个旅游标志物景观要素在各自古镇中的权重占比，进而得出各古镇个性化特征。

周庄旅游标志物景观构成在自然和人文属性、陆上和水上分布、三级核心吸引力方面均有明显的感知，景观层级分布明显，游客整体感知显著，景观要素总体布局以高吸引力要素和中吸引力要素居多。景观构成主要有建筑、桥、自然景观为代表的地方戏台，历史遗迹、特色名桥，河湖风光这四个方面。以张厅、沈厅、双桥、古戏台、迷楼、怪楼、南湖、白蚬湖为代表。

乌镇旅游标志物景观构成在自然和人文属性、陆上和水上空间分布特征、三级核心吸引力表现这三方面呈均衡性排列，因子趋势过度自然，景点吸引力多且广泛，主要表现为名人故居、历史建筑、传统生活、地方特色风俗，乌镇的标志物旅游景观要素更为丰富，具有更多历史文化内涵下的不同展馆/博物馆，同时还有其他独有的表现，比如高杆船、天下第一锅、汇源当铺等。

西塘旅游标志物景观西塘古镇标志物景观在保留小桥流水人家格局的背景下，更多的凸显廊、弄、河、桥、博物馆以及美食小吃和时尚生活如酒吧、鬼屋、书城、体验馆等新型景观。

同里古镇在旅游标志物景观因子表现上不如乌镇、周庄、西塘古镇全面，但是景观构成方面依然具备自然资源和人文资源两大属性，自然资源吸引力主要基于罗星洲、同里湖。人文资源吸引力主要表现在私家园林、堂、楼、馆、桥、馆、弄、街等。

南浔古镇在三个梯度的旅游吸引力表现方面，高吸引力的标志物景观要素发挥着强筋的聚合作用，因子指数占据很大比重，而中吸引力和低吸引力旅游标志物景观因子与之相比却是断崖式的差距，旅游标志物景观元素主要表现为历史建筑、传统民居、当地特色风俗文化馆、历史展馆，自然要素表现较少。

角直古镇在标志物景观构成上，主要为名人故居、特色街巷、纪念/博物馆、主题园区、宗教建筑，景观构成比较薄弱。在高中低三档标志物吸引力要素构成上均有短板，数量不足且吸引力不高，这也是角直古镇下一步发展亟需解决的问题。

第6章 结论

6.1 研究结论

本文运用了文本分析法和统计分析的方法,基于城市意象理论从旅游标志物的视角下研究了江南六大古镇的景观意象,本人研究的样本是江南六大古镇、也是江南水乡古镇旅游中的代表样本,研究的思路是从文本分析和情感分析,分别得出江南六大古镇的标志物景观意象要素,然后进行横向和纵向对比分析,最终得到江南六大古镇景观意象共性与差异性特征。本文数据主要通过八爪鱼和python软件进行抓取,OFFICE软件进行归类和统计分析,借以柱状图来表达,本文的主要研究内容和结论如下:

1、基于游客情感评价,江南六大古镇作为成熟的古镇景区,均能普遍上得到游客的认可,并获得良好的旅游体验,六大古镇中游客感知频次总体各不相同,用直最弱。但是在游客满意度方面,均能超过75%,属于高满意度。证明江南六大古镇在旅游者脑海中印象非常深刻且有较好认可。

2、游客对于不同旅游标志物要素感知强弱有着明显的差异且江南六大古镇在标志性标志物要素数量上面也各不相同,其中以乌镇最多,用直和同里古镇最少。在同一古镇背景下,六大古镇各自标志物要素在感知度也存在一定差别,感知度的差别小的,以乌镇为例,可推断各标志物吸引力较为均衡,不会出现某一景点过于火爆,而另外某些冷冷清清的人气差异化现状。而南浔古镇标志物景观数量少,但是感知度高,容易出现游客集中在某一区域,但是从另一方面也说明,南浔在抓特色,树品牌建设方面,有资源可依。

3、相同地域区位和人文背景下孕育的江南六大古镇,同样具有很多共同的特性。纵观六大古镇因子分析对比,江南六大古镇的特色商业街;桥梁;名人故居、堂、宅、院、园、名人纪念馆、历史/风俗博物馆、文化主题园在标志物要素中构成了江南六大古镇共同特征。

4、在标志物景观构成因子分子中,笔者总结出廊、弄在乌镇、西塘和同里构成交叉相同要素;周庄和乌镇、同里的“湖”元素区域;周庄和西塘的“河”元素区域;同里和用直的大型主题园区域组成了区域交叉共同特征;乌镇、周庄、南浔作坊要素;乌镇、周庄、用直寺院要素;乌镇、周庄戏台、蜡像馆要素;周庄、乌镇、角直名人墓园要素;乌镇、周庄、西塘、南浔道家文化要素;周庄、同里茶楼茶舍要素;乌镇、西塘大将军、邮局、根雕艺术要素;周庄、乌镇、西塘演出要素;周庄、西塘怪楼要素;西塘、南浔、周庄、乌镇概念书屋要素组成标志物的交叉相同特征。

5、江南六大古镇在个性特征表现上差异很大,乌镇因为成熟的开发、营销、和定位,具备最多的个性要素,而用直古镇相反,在进行基础分类和交叉相同分类后并没有剩下个性特征要素。个性特征不代表景区的成熟,高感知度高满意度的个性特征才是其判断标准,多要素仅仅说明景区的开发成熟和景区资源的丰富。而角直古镇个性要素的缺失,这也说明用直古镇亟需挖掘属于自己的特色景观。

6.2 发展建议

江南六大古镇作为国内古镇旅游和开发最为成熟的样板,其发展一直备受关注。近年来,由于乡村城市化进程加快和景区盲目开发和不贴合古镇自身特色更新,使得古镇在发展中渐渐的失去自己独有的景观特色和文化内涵,而其他古镇的模仿效应进而导致发展同质化,景区景观无差别化。江南六大古镇因为相互毗邻的区位和共同的文化背景,以及紧邻发达的都市圈,受城市“快餐时代文化”的影响,江南六大古镇的同质化问题在古镇旅游中显得尤为突出。归根结底,江南六大古镇过度商业化背景下的景区同质化现象,无非是相似的地理区位和风土人情、单一的开发和营销模式、利益驱逐下的古镇更新升级导致的。

其问题不解决，将继续给江南六大古镇游客带来严重的审美疲劳，同时驱使六大古镇陷入恶性竞争的循环进而破坏江南六大古镇的可持续发展。因此，若想规避这一问题，必须从根源上解决江南六大古镇所面临的现实瓶颈。江南六大古镇在游客心目中，自始至终都是依靠温婉的南方文化，秀丽精巧的民居建筑、独具魅力的地域风情和灿烂的历史瑰宝吸引着大批游客的到访。因此回归本源，提升景区自身标志物吸引力才是提升古镇核心竞争力的关键。

6.2.1 基于景观意象分析的古镇形象定位

同源同根同风土人情是江南六大古镇不可避免的历史发展背景，在如此相似的背景下，景区要保持自己的特色，发掘与自己古镇本身相匹配的形象和气质，江南六大古镇就应该回归本源，从古镇自身所包含的资源做起，而非在古镇改革升级之际，简单的复制其他古镇的模式，即使是成功的模板，但是这样的拿来主义也不一定就适合自己的古镇。以江南六大古镇基础共性特征为例，虽然名人故居名人效应是六大古镇所共有，但是纵观六大古镇，仅有周庄的沈万三名人效应最为成功，其次为乌镇的茅盾名人效应和南浔富商名人效应，其他三个古镇在发掘自身特色同时，不能忽略基础共性特征，六大古镇永远都是非单一、独立的存在，其强大旅游吸引力的背后，是江南文化中名人文化和儒商文化的支撑，才能使得古镇内容更有故事、古镇形象更有立体感。

乌镇作为江南六大古镇开发典范，在充分发挥其标榜示范作用的同时，继续挖掘并放大乌镇资源闪光点，使乌镇形象更加饱满，在现阶段乌镇形象梳理营销中，“来过，未曾离开。”作为乌镇宣传语，突出乌镇休闲生活的追求，现如今乌镇东栅西栅再辅以号称中国第一田园度假村的乌村，着重发力休闲乌镇，但是游客对乌村感知，以及乌村自身开发起步较晚等原因，相对乌镇发展较为薄弱，因此乌镇在后续中应当加大游客出行引导，使乌村乌镇并行发展，真正丰富乌镇“来过，未曾离开”的悠闲生活的形象定位。

周庄作为“中国第一水乡”有着与乌镇比肩的市场热度，作为第一水乡，必须具备其他古镇所具备的特色资源，周庄资源整体较为丰富且系统，从亭台楼阁到车船码头、从风土人情到名人事迹，周庄都有着丰富的资源，但是整体相对乌镇质量不高是周庄感知不如乌镇的症结所在，因此周庄在打造资源同时，软服务配套跟进才能配得上中国第一水乡的名誉。

西塘古镇作为生活着的千年古镇，主打生活气息，通过旅游标志物体系中西塘旅游标志物发现，西塘古镇在传统古镇要素之外也有互动影院、气味博物馆等现代化要素，这些满足游客猎奇心理同时也体现古镇的盲目商业化诟病。生活着的古镇关注点应更多的回归到贴近生活气息的项目来，如日常社区生活体验等。

同里古镇“自然有故事”主打文化牌，古镇内私家园林、堂、楼、馆、桥、馆、弄、街众多，资源丰富，但是游客感知梯度差明显，因此同里要讲好古镇故事，要先做好营销和服务，让游客首先感知到并吸引他们能过去。

南浔古镇因为中西合璧风格誉为天下难寻，古镇因子分析也证实南浔在特色上面的把握是精准的，符合形象定位的预期，而游客的大量涌入固定景观必然导致古镇两极分化的问题，因此南 y 寻古镇在做好形象维系的同时，要发展更多符合形象的特色资源，拓宽形象的内涵。

用直古镇以神州第一水乡古镇为营销形象，相对来说没有其他古镇更故事性和代表性，而旅游资源相对较弱的客观现实，从内从外都说明用直古镇亟需重新审视自身特色，发掘个性资源，打造用直故事。

6.2.2 基于标志物意象分析的古镇产品开发

旅游标志物要素是古镇景观内容的最主要构成部分，也是游客关注最为集中和期待的部分。体验是旅游者进行旅游活动的核心环节；文化魅力、形象品牌是古镇吸引游客到访的动力；标志物要素是满足游客体验需求、展现古镇文化魅力的纽带。因

此准确的形象定位下，通过适当且充分的标志物要素表现，来展现古镇背后的文化魅力才能丰富古镇产品、塑造游客对古镇意象感知，树立古镇旅游品牌。这样循环机制下的古镇形象才不至于是一句口号营销。江南六大古镇在夯实基础要素继续提供满意服务的前提下，兼顾交叉相同要素的对比和创新，独特要素打出品牌和影响力。以基础要素和交叉相同保证游客五大要素内容的完整感知体验，以求满足游客对古镇游的印象期待，其次借助独特要素优势，推高游客到访体验，让游客在独特要素中感受到出行前未知的新鲜印象。相较于资源薄弱的甬直古镇、在完善古镇基础服务前提下，挖掘古镇文化故事、以江南文化园为平台，将本土故事鲜活化、物化进而可感知化，从而丰富游客到访体验，具体来讲：

乌镇整体产品开发比较完善，游客感知梯度趋势缓和，没有明显落差，但是在旅游旺季来临时候，景区依然会面临游客爆满，部分地方拥挤如西市河街、江南百床博物馆、茅盾故居等地方，月老庙、乌将军庙、乌村等地方门可罗雀，因此乌镇更需要关注微开发，着重部分因子产品的完善，使游客得到更好的疏导和体验。

周庄作为中国第一水乡，有着良好的品牌营销，和资源总量，但是产品开发度低，产品利用率不高，因此周庄需要在现有的资源上进行更好的产品打磨，提升产品吸引力、丰富产品对游客的服务质量，这需要对古镇软服务进行有效的升级。

西塘古镇在资源数量和产品围绕形象开发方面，都做出了很多很成功的案例，这些从游客感知因子中可证实。但是过度商业化也是西塘被诟病的地方，作为“生活着的古镇”，产品开发更多的是回归生活和古镇，这两个关键词，凸显古镇的点点滴滴和日常起居。作为廊多弄多的西塘，完全可以挖掘特色社区体验圈，让游客看见西塘的生活。

同里古镇在产品开发方面，并没有完全挖掘出古镇资源的魅力，从而导致陈列馆、影视基地、名人故居等鲜有人顾，而退思园、崇本堂、明清街、三桥却占据很大的客流量。一方面与古镇营销有关，另一方面与这些地方资源吸引力有很大关系，如陈列馆、影视基地等地方开发单一，展览为主，内容单调这些都是制约因素，可借鉴周庄博物馆模式，融入多媒体和幕布环绕的的介绍体验方式，丰富游客体验。

南浔古镇在三个梯度的旅游吸引力表现方面，高吸引力的标志物景观要素发挥着强劲的聚合作用，而中吸引力和低吸引力旅游标志物景观因子与之相比却是断崖式的差距，这也说明南浔巨大名气的背后，单薄的景观支撑，作为儒商文化浓郁的古镇，南浔有着丰富的历史镇史，名人故居众多，但是表现差异，因此维系高吸引力名人遗迹同时，开发提升低吸引力其他名人故居，丰富文化内涵；而自然资源相对不足的南浔可在广阔水域湖面打造观景平台、亲水平台、水上项目用直古镇作为江南六大古镇相对较弱的古镇，从形象定位到产品开发，有很大的同质化产品，比如“神州第一水乡”和周庄的“中国第一水乡”形象有点相似，旅游标志物要素数量明显不如其他五大古镇。因此用直古镇更需要在形象定位上摆脱跟风的嫌疑，甬直古镇当地妇女传统服饰是其一一大特色，传统服饰可以作为形象设计切入点。另外在景区开发方面，注重文化内涵的产品开发，提升景区景观文化可读性，可体验性和景观审美性，从形象到景观到内涵，讲好甬直故事。

6.2.3 基于标志物景观意象分析的古镇产品传播营销

互联网背景下，网络成为游客获取和分享信息的依赖性终端，网路内容传播形成的形象和价值极为重要。如果进行线上推广、提高游客和市场的认知是市场发展的重点。在第四、五章的江南六大古镇景观要素分析中，我们不难看出，六大古镇感知有强有弱、古镇内部各意象元素、意象元素下的景观要素也都各有差异之分。以南 y 寻古镇为例，小莲庄、张静江故居的高强度感知，意味着大量游客的到访，而颖园、国丝文化园的低感知度很容易在旅游旺季造成小莲庄、张静江故居景区内人满为患，而颖园和国丝文化园却门可罗雀的尴尬局面。其实不仅南浔古镇，其他五大古镇在现实中也多少有同样的问题。造成这样问题的背后，一部分是高感知景观的强吸引力客观决定，另一方面也是低感知要素景观在产品开发不完善的基础上，结合不到位的宣传营销造成的。因此古镇在上一环，做好产品开发的同时，也要注重产品传播营销。“酒香不怕巷子深”的营销时代已经成为过去式，信息大爆炸的时代下，需要经营者将完善的产品同时借用与时俱进的方法传播到游客的信息终端。

江南六大古镇全部位于江浙一带，长三角大都市圈，华东经济发达城市带，是其多方式、多平台、多受众群营销的先天良好条件。现实中江南六大古镇在整体营销中均能很好的把握传统大众媒体媒介，如电视广告、城市海报、线上旅游目的地营销等传播方式并结合自身古镇推出有专属的智能 APP，从宣传覆盖面和游客实用性方面做到了很好的发挥利用，但是针对自身内部标志性景观宣传还比较传统和笼统，并带有很大的片面性，多趋向热门景点宣传。因此江南六大古镇在产品传播营销中要摆脱整体营销、热门景点营销为重心，保持重点景观宣传为主的基础上，以智能平台为支撑，引入新手段新方法如 VR、AR、在线互动等方式，增加非重点标志性景观的趣味性营销，扩大标志物景观因子的整体以及个性吸引力和影响力。

6.3 研究不足与展望

本文通过抓取超过一万六千份真实数据评分和五千八百份游记网络文本信息收集和筛选，旨在为具体的江南六大古镇意象研究提供良好的数据基础，并运用评价分析法和综合统计分析法对数据进行了深度的挖掘，研究问题初步得到了解决，但在数据的处理和理论的研究方面还有待提高。大数据时代背景下，网络数据庞杂，如何有效筛选真实的数据是进行网络文本分析的基础。本文的数据来自国内某大型旅游网游记分享社区和景点打分评价板块，没有关注其他时下流行的媒体平台，如微信公众号、马蜂窝、艺龙等。未来在数据筛选方面，可借助多平台收集，横向对比以丰富不同类型平台研究。

在研究方法上，本文做的还不够深入，科学理论运用和信息处理挖掘有待进一步深化，未来可进一步借用科学分析理论，丰富研究成果。江南古镇更新与发展是非常复杂的问题、涉及历史、文化、有形表现和无形内涵等。本文进行了探索性尝试，针对上述问题，今后仍要努力研究，并希望引发更多思考，推动理论发展和古镇更新。

参考文献

- [1]Buhalis D D. Marketing the competitive destination of the future[J]. Tourism Management, 2000, 21 (1): 97-116
- [2]Murphy P, Pritchard M P, Smith B. The destination product and its impact on traveler perceptions. Tourism Management, 2000, 21(1): 43-52
- [3]Leiper N. Tourist attraction systems[J]. Annals of Tourism Research, 1990, 17(5):367-384
- [4]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
- [5]Tadeusz Jan Chmielewski, Agnieszka Anna Kulak, Malwina Michalik-Sniezek. Howto Evaluate and Forecast Changes in Landscape Image: The Case of a Small River Valley in Poland [J]. Landscape Research, 2015, 40 (4) : 10-13.
- [6]Claude Raffestin. From the Territory to the Landscape: The Image as a Tool for Discovery [M]. Springer International Publishing: 2015, 37-57.
- [7]陈昱. 有形·无形——标志性建筑及其城市意象表现[D]. 湖南:湖南大学, 2002.
- [8]谢彦君. 基础旅游学. 北京: 中国旅游出版社, 1999. 86-88.
- [9]Bruce Prideaux, 王菲. 标志物的重要意义: 首访与再访游客间的差异性[J]. 旅游学刊, 2013, 28(02):9-12,
- [10]凯文·凯文·林奇著. 方益萍、何晓军译. 城市意象[M]. 北京:华夏出版社, 2001. 60-61

-
- [11] (美)凯文·林奇. 城市意象[M]. 方益萍、何晓军, 译. 北京: 华夏出版社, 2017: 35-69.
- [12] Donald Appleyard, Kevin Lynch and John R. Myer: The View From the Road [J]. Journal of Architecture & Building Science, 1965, 80: 388-389.
- [13] Jenkins J M, Walmsley D J. Mental Maps of Tourists: a study of cofts Harbour, New South Wales [J], Geojournal, 1993, 29(3): 233-241.
- [14] Young M. Cognitive Maps of nature-based tourist [J]. Annals of Tourism Research, 1999, 26(4): 817-839.
- [15] Hanyu K. Components of the image of Tokyo [J]. Mera Journal, 2000, 6: 1-10.
- [16] Hollenstein L, Purves R S. Exploring Place through User-generated Content: Using Flickr Dags to Describe City Cores [J], ournal of Spatial Information Science, 2010 (1) : 21-48.
- [17] 顾朝林, 宋国臣. 北京城市意象空间及构成要素研究[J]. 地理学报, 2001(01) : 64-74.
- [18] 沈益人. 城市特色与城市意象[J]. 城市问题, 2004(03): 8-11,
- [19] 熊凯. 乡村意象与乡村旅游开发刍议[J]. 地域研究与开发, 1999(03): 70-73.
- [20] 李国钦. 景观意象与社区景观策划[D]. 北京林业大学, 2004.
- [21] 邓新义. 大学校园环境意象研究[D], 安徽农业大学, 2007.
- [22] 周永博, 沙润, 杨燕, 卢晓旭, 侯兵. 旅游景观意象评价——周庄与乌镇的比较研究[J]. 地理研究, 2011, 30(02): 359-371.
- [23] 王艳, 张捷, 史春云, 冉江. 基于公众媒介信息的水乡古镇景观意象研究[J]. 北京第二外国语学院学报, 2007(09): 1-8+20.
- [24] 蒋志杰, 吴国清, 白光润. 旅游地意象空间分析——以江南水乡古镇为例[J]. 旅游学刊, 2004(02): 32-36.
- [25] 陈一, 周波, 陈春华. 从城市意象的角度对成都平乐古镇景观意象的解析[J]. 安徽农业科学, 2010, 38(05): 2697-2700.
- [26] 张捷, 赵勇, 许振晓, 李东和, 李亚兵. 景观意象导向型古镇遗产保护与可持续规划理论初步研究——以建设部《历史文化名镇村保护规划编制技术导则》(草案)为例[J]. 旅游学研究, 2007, 2(00): 241-245.
- [27] 袁华. 江浙地区传统城镇风水景观意象分析[D], 江南大学, 2008.
- [28] 吴旭艳. 凤凰古城景观意象研究[D], 中南林业科技大学, 2010.
- [29] 钱宇阳, 李婉仪, 郝晟. 古镇景观意象的文化阐释——以密云古北水镇为例[J]. 建筑与文化, 2018(07): 138-139.

-
- [30]陈一, 周波, 陈春华. 从城市意象的角度对成都平乐古镇景观意象的解析[J]. 安徽农业科学, 2010, 38 (05):2697-2700.
- [31]郑欣. 渝东南古镇景观的意象研究[D]. 四川农业大学, 2011.
- [32]张娜. 基于照片分析和手绘认知地图的水乡古镇景观意象研究[D]. 上海师范大学, 2015.
- [33]符志华. 湘西芙蓉镇景观意象研究[D], 四川农业大学, 2012.
- [34]谢治凤. 基于游客感知的靖港古镇意象空间及其评价研究[D]. 北京林业大学, 2016.
- [35][美]凯文林奇. 城市意象[M]. 北京:华夏出版社, 2001:6, 147.
- [36]王艳平. 城市旅游标志物的确定及其结构化[J]. 旅游论坛, 2008 (05):157-161.
- [37]Paul Zucker. Town and Square:From the Agora to the Village Green [M]. MIT Press, 1970:08-15.
- [38]Yoshinobu Ashihara. Aesthetic Townscape[M]. The Journal of Aesthetics and Art Criticism, 1986
- [39]Sorrows M E, Hirtle S C. The Nature of Landmarks for Real and Electronic Spaces[M]// Spatial Information Theory. Cognitive and Computational Foundations of Geographic Information Science. 1999.
- [40]MacCannell D.The Tourist:A New Theory of Leisure Class[M].Cal-ifornia University of California Press, 1999:109-131.
- [41]Krier, Rob. Town spaces: contemporary interpretations in traditional urbanism[J]. 2003.
- [42]郑加华. 地标景观的生成及意义探析[D]. 华中科技大学, 2004.
- [43]蓝力民. 城市标志性景观、标志性建筑与地标概念辨析[J]. 城市问题, 2013 (04):7-10,
- [44]柯伟霞. 城市地标的分类及塑造研究[D]. 南京工业大学, 2016.
- [45]阮超毅. 京杭大运河江苏段标志性景观设计研究[D], 南京林业大学, 2007.
- [46]李忠东. 试论地质公园标志性景观节点设计——以秦江国家地质公园为例[A]. 中国地质学会旅游地学与地质公园研究分会、湖南省国土资源厅、张家界市人民政府. 中国地质学会旅游地学与地质公园研究分会第25届年会暨张家界世界地质公园建设与旅游发展战略研讨会论文集[C]. 中国地质学会旅游地学与地质公园研究分会、湖南省国土资源厅、张家界市人民政府: 中国地质学会旅游地学与地质公园研究分会, 2010:7.
- [47]徐璐, 陈雪竹. 标志性景观对城市文脉传承的设计体现——以中山岐江公园为例[J]. 现代园艺, 2014(18):80,
- [48]支霞. 京杭大运河标志性景观设计研究[D], 天津大学, 2010.

-
- [49] 旭. 基于地标景观认知的历史街道风貌保护规划研究[D], 天津科技大学, 2014.
- [50] 刘晓琳. 地标性夜景景观低碳优化探讨[J]. 居舍, 2018(07):88,
- [51] 刘茜, 曹琳琳, 林涛. 浅析标志性景观小品的地域性——以徐州大彭镇 G310 国道小品设计为例[J]. 中外建筑, 2015(06): 124-126.
- [52] Rossella Salerno. Rethinking Kevin Lynch, s Lesson in Mapping Today, s City [M]. Springer International Publishing, 2014: 17-36.
- [53] 白凯. 旅游目的地意象定位研究述评——基于心理学视角的分析[J]. 旅游科学, 2009, 23(2):9-15,
- [54] 王艳, 张捷, 史春云, 冉江. 基于公众媒介信息的水乡古镇景观意象研究[J]. 北京第二外国语学院学报, 2007(09):1-8+20.
- [55] 阮仪三李波林林. 江南古镇历史建筑与历史环境的保护海上海人民美术出版社, 2010.
- [56] 朱晓青. 杭州城市景观意象与空间格局研究[D]. 浙江大学 2005.