

基于旅游 IP 的合肥三十岗特色乡村旅游提升对策研究

龚惠莉, 李春涛 (安徽农业大学林学与园林学院, 安徽合肥 230036)

摘要 合肥三十岗乡村旅游产品有一定规模, 且部分已形成特色, 但现存问题及其成因不容忽视。在归纳分析的基础上, 从旅游 IP 理论、资源现状和场地特征等出发, 针对其薄弱环节设计出提升对策, 以期帮促激发三十岗旅游资源的活力, 使其走上可持续的, 更美好的发展轨道。

关键词 乡村旅游; 旅游 IP; 旅游资源; 特色产品; 合肥三十岗

中图分类号 F 304.1 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2020)05-0140-03

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2020.05.038



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Possible Measures to Improve and Optimize the Featured Tourism Products in Sanshigang Township of Hefei City from the Perspective of Tourism IP

GONG Hui-li, LI Chun-tao (School of Forestry & Landscape Architecture, Anhui Agricultural University, Hefei, Anhui 230036)

Abstract Sanshigang Township of Hefei City boasts a considerable number of well-developed tourism products of unique features. But some existing problems and their possible causes both call for due attention. Based upon surveys, summaries and analyses and from the perspective of tourism IP and the local tourism resources, the current paper focuses on the weak points and some lurking problems, and puts forward some corresponding measures, with a view to helping tap the vigor and vitality of the local tourism, and get Sanshigang onto a right track of sustainability and prosperity.

Key words Rural tourism; Tourism IP; Tourism resources; Featured products; Sanshigang Township of Hefei

伴随“美丽乡村”战略的实施与推进, 以及人们旅游观光需求的日益增长, 以旅游度假和户外休闲为宗旨的乡村旅游业发展迅猛, 规模日渐壮大, 业已形成一定的特色。对此, 学界也提出了一些新理论, 以丰富其内容和形式, 从而缓解或避免其同质化现象。位于合肥近郊的三十岗乡, 近年来依托三国遗址公园等资源, 通过举办桃花节、西瓜节等活动, 其乡村旅游发展迅速。但是透过繁荣的表象不难发现, 其品牌特色挖掘不充分, 资源开发转译度低, 潜力待释放; 特色产品创新不足, 产业亟需整合, 良性产业生态也有待形成。如果借助旅游 IP (intellectual property, 即知识产权), 这些问题的解决会有事半功倍之实效。旅游 IP 就是特色文化元素和符号, 就景区而言, 即通过打造好的形象认知产品以提升特色, 增强竞争力。相比传统旅游, 旅游 IP 更注重产品的内涵建设及其附加值的开发。在实地调研和归纳分析的基础上, 从旅游 IP 理论出发, 基于当地资源现状和场域特质等, 该研究针对其薄弱环节设计出提升路径, 以期有效整合现有自然和文化资源, 挖掘其潜力, 合理开发利用, 激发其活力, 最终提升其综合竞争力和可持续发展的能力。

1 合肥三十岗特色乡村旅游资源产品概述

合肥三十岗乡位于安徽省合肥市庐阳区, 坐落在城区西北部, 其旅游发展定位为打造以生态保护为基础, 立足生态农业与休闲旅游融合发展, 以科学教育为亮点, 以三国文化和艺术创新为招牌, 以健康休闲体验为主要形式的合肥郊野生态公园。在碧水蓝天的秀美自然环境中, 三十岗发展了以下特色乡村旅游产品。

1.1 现代生态农业休闲观光

三十岗域内有 400 hm² 无公
基金项目 安徽省省级大学生创新训练计划项目(201710364068)。
作者简介 龚惠莉(1997—), 女, 江西南昌人, 从事风景园林研究。
收稿日期 2019-09-04; 修回日期 2019-09-12

害果蔬生产基地, 产品得到国家绿色产品认证, 且已注册“三十岗牌”农产品商标, 是合肥市名牌农产品, 具有一定影响力。依托农业生产基地, 三十岗开展农业休闲观光游, 举办西瓜节、草莓节、牡丹节、千人垂钓、捕虾摸鱼等农耕文化体验活动, 以及花海赏景等观光游, 已获得一定的口碑。

1.2 三国历史文化遗产展示 位于三十岗乡的三国新城遗址公园建于三国新城遗址, 经过保护性建设, 部分恢复古城原貌, 园内设置陈列馆展示出土文物, 设置练兵指挥台、饮马池等景点以还原历史场景供游人参观。园内同时定期举办汉服节、三国文化节等特色活动, 并配之以茶艺、戏曲、舞蹈等专题表演, 与园内展品及其他项目相得益彰, 相映成趣。

1.3 文化艺术特色小镇 根据规划, 三十岗域内的崔岗艺术村和王大郢音乐小镇, 将有望打造成为极富乡村田园韵味、又具时尚魅力、国内有名的特色文化社区和原创社交音乐基地。目前, 已有多位艺术家在崔岗成立了艺术创作工作室, 另有崔岗艺术节和手工集市等品牌业已成形, 并形成特色, “谷仓”式当代乡村艺术馆更是因其艺术家作品联展而吸引着越来越多的艺术爱好者和游客。与崔岗艺术村毗邻相望的王大郢音乐小镇, 则以圣托里尼地中海建筑风貌为特色, 是“打卡”美拍的“网红”圣地, 这里主要承办音乐节, 营销文创品牌, 吸引着各路音乐发烧友。

1.4 大型文体赛事 依托优美的自然环境, 三十岗定期举办国际乡村马拉松赛、国际跑酷公开赛、中日韩国棋名人赛等大型赛事, 也有诸多公司组织员工在此进行毅行等团建活动, 已初步形成一批相对稳定的客源。

1.5 儿童乐园 与城市同质化游乐场不一样, 区域内的瓜牛乐园运用自然材料做成道具, 打造农耕体验类娱乐项目, 在“钓龙虾”“摸鱼”“丛林探险”“探索昆虫世界”等活动中让小朋友们和家长们以不同视角观察自然环境, 体验自然生态

的神奇。

1.6 特色餐饮与住宿 三十岗的东瞿美食村内各大特色农家乐精彩呈现乡野特色,彰显徽风皖韵,让游客回味无穷、流连忘返。依傍美丽乡村风景、由艺术家设计打造的文艺乡村民宿则满足了城里人返璞归真的老家梦想。

2 三十岗特色乡村旅游现存问题及成因

2.1 品牌特色挖掘不充分,资源开发转译度低,潜力待释放 三十岗旅游已形成了一定的业态,但品牌的受众主要是合肥周边群众,对省外影响力较小,品牌效益有限。以三国新城遗址公园为例,多数游客都是景区周边居民或者合肥市居民,步行可达的游客大多只将此视为普通公园,是散步赏花、欣赏自然风光的好去处;自驾可达的游客多奔着“牡丹节”“汉服节”等节庆活动前来,很少将三国新城遗址公园作为旅游首选;而骑行和公交出行的游客则更囿于交通不便,往往草草参观后便打道回府,探访三十岗全域的欲望受限。很少一部分省外游客奔着特定的主题活动而来,但往往朝至暮归。

以上现象成因有二:其一,三十岗具有丰富的历史遗存和特色自然人文资源,且不乏很强的异质性,但是其特质有时反而会成一些品牌宣传的“噱头”,容易让游客产生很高的期望值。游客前来体验后,一旦发现品牌实际内涵与宣传有差距,一些产品的特色挖掘浮于表面,特色资源的呈现方式单一,资源的深度魅力并未呈现出来,犹如“隔靴搔痒”,不能触动游客的心灵,于是乎,失望之情溢于言表。由此,游客只是“到此一游”,难以形成深度感知和难忘的体验回忆。其二,在更深层面上,三十岗旅游产品打造多停留在“展示”“陈列”等静态形式,被动吸引消费者,很少基于当地特色资源推出多元体验项目。换言之,地方特色旅游资源创新转译度偏低,资源魅力及活力有待释放,游客难以融入旅游项目中,更难以拥有“沉浸式”的体验。

2.2 特色产品创新不足,产业亟需整合,良性产业生态有待形成 日趋常态化的节庆活动为三十岗带来了大量的游客,辐射影响域内各景点。然而调研中发现,绝大数游客为一日游,景区内停留时间非常短,所去的景点有限,且多属于走马观花。更令人堪忧的是,一些景点虽在举办节庆活动时万人空巷,但平时却门可罗雀。不同景区游客消费额度差别较大,且人均消费额度整体不高,或者说偏低。究其根本,这些问题的形成有以下 3 个原因。

首先,部分景区产业不完善,一些刚刚起步的景点产业结构不够健全,受市场和流量的影响波动很大,产业不牢固因而无法稳定变现。以音乐小镇为例,矗立在广袤乡村原野的圣托里尼风格建筑群是“网红”打卡地,在社交媒体上关注度很高,在不定期举办的乡村音乐节、集市活动期间,与分布其间的音乐酒吧、咖啡厅、手工作坊、文艺餐厅、文创商品店等形成一定的合力,一时间集聚大量客流。然而在平时,访者寥寥,多数商家闭户,犹如空镇,到访者只能进行简单甚至机械的摆拍,几乎难以见到任何与音乐相关的活动,更谈不上与艺术的互动。音乐小镇对节庆的依赖性过大,配套设施

和服务欠缺,以及支柱性产业强力支撑的缺席等因素,制约了小镇活力的激发和整体的发展。

其次,既有的成型业态需要转型升级、创新发展。以三国新城遗址公园为例,园区设计强调具有文化内涵空间境域的塑造,力求保持遗址自身的历史原真性,运用现代造园手法将“三国新城”的历史文脉浓缩于片断式的复原、隐现中。基本以“旷”的手法统摄全局,以意向设计手法(空间规划上运用的暗示手段)为主,强调空间意向的思想性^[1]。留有想象空间的设计手法运用在城市遗产公园设计中,固然具有很强的思想性和深度内涵,但是对于广大普通游客来说,接受起来不太容易。水墨画式的“留白”园区设计可谓简约而不简单,亦是对古迹遗存的很好保护,但是在一定程度上限制了经济活力,因为园区各空间主要预设为静态展示的,自然不适合加塞进特色体验活动,更遑论商业项目。另一方面,通常情况下,游客买票进园,观赏众多陈列展示之外,也只能体验有限的付费小项目如“骑马”“射箭”等,活动场地多为园中大草坪,且不论空间合适与否,这些活动并无特色之处,在普通公园也能体验到,如此一来,就失去了特色,更谈不上什么深入的、蕴含文化特质的体验了。而经营模式如果过于单一,保护文物与旅游发展的矛盾则会显现。取而代之的应该是,在保护与发展之间挖掘凝练出来一种兼收并蓄的、创新型旅游业态及经营模式^[2]。

最后,各景区之间产业衔接度不够,全域景点衔接度不高,农业、旅游、文化等要素仍需进一步磨合。近年来新增的景区间交通班数较少,派车时间相隔 1 h 乃至以上。而三国新城遗址公园与崔岗艺术村和音乐小镇距离大于 6 km,对非自驾或非大巴出行的游客仍不太方便。景点发展各自为阵,相互缺少产业的衔接和过渡,游客参观完一个景点再参观下一个景点的连续性和必然性则被降低,整个三十岗区域旅游资源仍有待整体规划和系统开发。一言之,内在产业连接薄弱和外在交通乏力等问题,势必对消费者的游线规划和消费选择产生负面影响。

3 基于旅游 IP 的合肥三十岗特色乡村旅游提升策略

3.1 旅游 IP 概述 IP 是“知识产权”的英文“intellectual property”之缩写,“知识”即创造,“产权”即权利,IP 最核心的就是创造和权利。对资源进行浅层次创造:挖掘、呈现、传播和深层次创造:规划、建设、运营,资源则会变成 IP。创造性是 IP 独一无二的特质,正是这种特质使 IP 拥有了不可替代性,并形成与之相匹配的市场价格。IP 一经作用于旅游产业链,则成了旅游 IP^[3]。从消费者角度来说,一个标准的 IP 拥有独特的人格化魅力,能够以优质内容吸引用户,形成拥有相同兴趣和价值观的社群,社群激活用户的参与度,并最终转化为消费^[4]。从旅游目的地角度来说,IP 聚集了内容、业态、产品和消费者,好的 IP 产品可以优化目的地的治理结构和效率,可以传承和创新目的地的文化血脉,可以优化和重塑目的地的产业体系,在渗透旅游产业链的各个环节后,又可以对旅游产业链进行 IP 引领规划、IP 引领投资、IP 引领运营、IP 引领生命周期转型^[3]。从必要性来看,良性 IP 所

凝聚的体系是摆脱同质化发展的核心竞争力,是在多元竞争中屹立不倒的铭牌和标识。

特色乡村旅游 IP 的打造需要对所涉资源进行多层次、综合性和创造性开发,以提升目的地的形象特色和内涵竞争力,形成独特魅力以吸引消费者,实现最终变现。同时,基于当地特色文化遗产和自然资源打造特色项目,发展特色产业,形成良好的“产业生态位”,实现文化和旅游融合发展。

3.2 三十岗特色乡村旅游提升策略

3.2.1 以保护为前提,打造三国 IP 主题公园。

(1)整合资源打造深度文化体验之旅。基于“三国文化”,以《三国志》记载的三国历史为源头,以《三国演义》为主流,在保护出土文物遗址的基础上,创新手法推出丰富体验项目。以三十岗本地史上魏吴争肥,三国新城军事堡垒的攻防战争历史为创作先导,逐步衍生打造基于三国情节的三国 IP 主题公园。

公园内按照史籍记载划分主要地域,在三国大故事格局下,各区域内演绎小故事线:如三国新城域内培训一批专业的关键角色扮演员,如守三国新城的魏国征东大将军满宠、御驾亲征来攻肥的孙权、以及新城守将张特等。这些关键角色扮演员须深刻领悟三国故事走向,鼓励引导游客以个性化的形式体验各项特色活动。园区在保留地方戏曲、舞蹈、茶艺、服饰表演展示的同时,设计增加诸如“军事攻防部署策略益智乐”“城门守擂突破防线闯关冒险”“酒肆客栈经营演绎”等互动体验,更深层地利用和展示园内的地域资源,对需要特殊呵护的文物进行静态隔离展示,对可以动态利用的历史空间予以适度开发,以创新呈现三国历史文化,实现动静结合和有机整合,从而刺激游客的感官、触动其心灵^[5]。游客更容易沉浸其中,重审历史物件、感受故事细节、体悟三国文化的广博与厚重。丰富且全方位、立体式特色活动必将给游客留下美好、深刻的体验感,游客延长其游玩时间,汇聚成愈渐庞大的回头客源,自然是水到渠成之事。

简言之,在保护的基础上发展,在发展的过程中留存,赋予历史场域新的内涵与功能,将旅游资源转译成丰富可行的互动体验,由此打造东方“迪士尼”式三国 IP 主题公园,使传统文化和地域资源在此有机交融、涅槃重生,有效展示中华优秀传统文化博大厚重的历史底蕴,让访客在游玩中领略三国核心故事情节及其独特魅力。

(2)跨学科多维度精心规划设计。三国 IP 主题公园需要由三国文化学者、编剧、游戏体验设计师、场景设计师、景观规划师等多学科人员合作介入、协同打造。为园区故事线的开发提供强大的智力及逻辑支持和文化考量,贯通联系又符合历史逻辑的故事呈现方便游客接受和记忆^[6]。跨学科合作也有利于深入进行专项领域投资研发,形成稳固的文化硬核,有利于充分发挥想象力,将古典背景和现代手段相结合,将公园的文化硬核与特色以多种形式转译出来,深入浅出,化抽象为具体,使其可接近、可体验、可感知。

在设计打造文化核心的同时,三国主题园区还需要对主题区域的空间和位置布局进行合理的近远景规划分配,同时

对项目 and 体验序列、交通流线及服务系统等进行周密安排,在具体设计和建设场地细节时吸收地域化元素^[7]。从而让游客不光可以欣赏自然风光与历史遗存,品尝美食,观看节庆演出,还可以有更多更精彩的体验。

经过从内核到外形、骨架到细节的精心规划设计,三国文化就不止于陈列摆设和静态展现,而可以亦动亦静、亦蓄亦扬,三国 IP 主题公园亦会成为“形”“神”“韵”兼备、多彩生动、可爱可亲的匠心出品,必定具有强大的魅力和生命力。

(3)PPP 模式促进乐园发展。打造大型三国主题公园需要大量资本以支持产业、设施、城建等运作,而 PPP 模式是解决资金问题的最佳选择。PPP(public-private-partnership)模式具体是指,政府与私人组织基于某个项目而形成的,相互合作的一种特许经营项目融资模式,它可以实现政府引导、社会投资、市场化运作,拓展融资渠道,缓解政府财政压力^[8]。具体到该研究所讨论的项目,PPP 融资模式将给社会资本充分的经营空间,发挥其优秀的管理能力、高效经营能力和开放的市场运作能力,解决项目在人才、资金、管理等方面存在的瓶颈,从而帮助园内产业、文化、环境等资源的高效整合,发挥各自优势,形成合力,促进公园的良性发展^[9]。

3.2.2 艺术与乡村诗意融合,想象与创造互促共生。

(1)农耕文化与大地艺术交融。乡村景观肌理是乡村旅游具有吸引力的特质,乡村景观具有的原始感和自然状态吸引着城中人蜂拥探访,音乐小镇和崔岗艺术村在这里落户生根,更是赋予三十岗这片土地自由而浪漫的色彩。乡村景观和艺术结合可以打造更具特色的乡村旅游艺术景观 IP,而以大地艺术为手段描绘农耕文明能使乡土文脉得以创新延伸。大地艺术以“人与自然”为切入点,运用大自然的素材来塑造、改变、参与景观空间,一开始便是兼具生态和人文使命的艺术行为,它用艺术的手段使大地复魅,启迪着人们的思想与情感、唤醒人们的家园意识^[10]。乡野大地的物质构成、内在特质、外在环境、色彩层次等,虽为自然天成,但与艺术审美及乡村旅游景观语言的内涵及诉求不无共通之处,给人以美感和无尽的美的想象。

若将大地景观艺术的表达方式,与乡村资源相结合,融入具有乡土情怀的规划设计,能够创建出符合三十岗乡村资源特色的艺术景观。三十岗有灼灼桃源菜花黄、水面清圆风荷举、一径黄杨落纷纷、彻骨寒去梅花香,三十岗还有勤劳质朴的父老乡亲,三十岗也有一批热爱这片土地的艺术家的,发挥群众、艺术家们的想象力和创造力,携手延续创造农耕艺术与文明,捏塑“最美乡村”符号,足以打造独特的三十岗乡村艺术景观 IP。不难想象,在这样艺术与乡野相望、民俗与诗意共存的境界里,居民必将生活成艺术家,将日子过成风景亦成诗。

(2)打造特色艺术文创产业。普通大众对艺术一般有天然的回避心理,认为但凡艺术即为小众、高雅。而艺术家们在三十岗乡村落户,成立工作坊,让艺术与寻常百姓人家为邻,并走进了一部分人的精神生活。然而要使三十岗艺术小

(下转第 145 页)

植蔬菜、水果等,形成“微果园”“微菜园”“微花园”,保持“瓜果梨桃、鸟语花香”的农村风貌,展现乡野田园风光。充分利用大地景观,新村绿化尽量保留原有树木、竹子,新增绿化尽量选用乡土作物,做到秀山秀水,使建筑环境和自然环境相协调,与乡土文化相融合,让居民望得见山,看得见水,记得住乡愁。

5.3 做实做深乡村机制体制改革创新 一是完善联农带农利益联结机制,探索建立土地流转、资金入股、房屋联营、务工就业、保底分红、产品代销等带农惠农机制,让农民群众更多分享产业链增值收益^[10]。二是创新投融资机制,充分发挥财政政策引导撬动作用,运用贴息、补助、以奖代补、投资参股的方式,争取上级资金,吸引社会资本投入。探索成立农业发展扶持基金,通过股权债权融资、资产证券化等多种方式拓宽农业融资渠道。三是实施新型农业经营主体培育工程,培育发展家庭农场、合作社、龙头企业、社会化服务组织和农业产业化联合体,发展多种形式适度规模经营^[11]。

6 结语

以九龙坡区为例,对重庆城郊田园综合体建设进行系统分析,可以看出城郊乡村区域情况复杂,土地资源成为最大制约因素,但其区位优势、消费市场优势也较为突出,建设田

(上接第 142 页)

园综合体具有一定可行性。在项目建设前,需进行系统全面的科学分析,结合“五个振兴”内涵要求,做好顶层规划设计,稳步推进实施,才能使其成为实现乡村振兴的重要举措。

镇品牌 IP 走得更远,发挥更强的影响力,则需要有更雄厚的产业支撑。崔岗艺术村和王大郢音乐小镇不仅是情怀与匠心之地,也可以是创意落地之处,以艺术和创意为基础,发展艺术文创产业,打造特色品牌。

艺术小镇可以发展为工艺品生产制作体验基地,让游客做木工、做皮具、做乐器,体验传统工艺感受手工艺人的初心和匠心。合肥高校众多,可以充分发挥当地优美环境优势,发展文旅结合的音乐艺术游学产业,给莘莘学子提供实践创作平台,也为大众提供机会,使其走近并了解音乐绘画等艺术,看到用艺术表达生活的另一种可能。由此集聚的形式独特而又内涵丰富的文创景观,有助于打造三十岗艺术乡村特色 IP,游客的艺术体验必将多元丰富起来,游客的源、群、链和消费等,都将不是问题。

3.3.3 农业、生态、文化、旅游、乡村融合发展。三十岗特色乡村旅游发展需要形成良好的 IP 网络,促进农业 IP、生态景观 IP、文化 IP 与乡村旅游的融合发展:围绕各 IP 构建特色核心产业,形成各自完善的产业链;促进各 IP 之间的联动发

展,完善 IP 网络,形成良好 IP 网络交汇节点,推出优质的联动项目产品。同时注重完善交通游线等基础设施和服务体系,对景区进行精细化管理和综合整治,营造良好的旅游环境。充分调动利用目的地区域内的资源与产品要素,从而为游客提供一条龙、全时空的服务保障和旅游体验,使游客宾至如归,流连忘返。

参考文献

- [1] 财政部. 关于开展田园综合体建设试点工作的通知[A/OL]. (2017-05-24) [2019-07-05]. http://www.mof.gov.cn/mofhome/guojianongcun-zonghekaifa/zhengwuxinxi/zhengcefabu/xiangmuguanlilei/201706/t20170601_2613307.html.
- [2] 于小琴. 规划设计中的“田园综合体”模式[J]. 中国林业产业, 2016(10): 288.
- [3] 腾华. 高品质生活视域下重庆主城区都市圈郊区建设田园综合体的思考[J]. 重庆行政, 2019(4): 53-54.
- [4] 重庆市九龙坡区统计局. 2018 年重庆市九龙坡区国民经济和社会发展统计公报[R]. 2019.
- [5] 刘志华, 刘瑛, 张丽娟. 田园综合体建设: 以重庆的实践为例[J]. 长江师范学院学报, 2018, 34(4): 23-29.
- [6] 卢贵敏. 田园综合体试点: 理念、模式与推进思路[J]. 地方财政研究, 2017(7): 8-13.
- [7] 蒋渝. 重庆农旅融合发展的现状及对策[J]. 重庆行政(公共论坛), 2017(5): 7-8.
- [8] 詹米璐. 奉节 践行“五个一批” 把扶贫扶到根上[N]. 重庆日报, 2019-10-17(T08).
- [9] 侯金亮. 重庆该如何做好乡村振兴这篇大文章[N]. 重庆日报, 2019-03-20(007).
- [10] 李青海. 田园综合体建设的路径选择[J]. 经济论坛, 2017(9): 92-95.
- [11] 张丽娜. 美丽山水城视野下的田园综合体建设[J]. 重庆行政(公共论坛), 2017(4): 92-94.

展,完善 IP 网络,形成良好 IP 网络交汇节点,推出优质的联动项目产品。同时注重完善交通游线等基础设施和服务体系,对景区进行精细化管理和综合整治,营造良好的旅游环境。充分调动利用目的地区域内的资源与产品要素,从而为游客提供一条龙、全时空的服务保障和旅游体验,使游客宾至如归,流连忘返。

参考文献

- [1] 倪敏, 贾尚宏. 意向设计在遗址公园设计中的应用: 以合肥三国遗址公园为例[J]. 合肥学院学报(自然科学版), 2010, 20(2): 58-62.
- [2] 张明欣. 经营城市历史街区[D]. 上海: 同济大学, 2007.
- [3] 洪清华. 旅游, 得 IP 者得天下[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2018: 2-3.
- [4] 任国才. 旅游 IP 是怎样炼成的[N]. 中国旅游报, 2017-07-04(003).
- [5] KETTER E. It's all about you: Destination marketing campaigns in the experience economy era[J]. Tourism review, 2018, 73(3): 331-343.
- [6] 周聰惠, 郑振婷, 束芸. 美国境外迪士尼乐园规划特征比较分析[J]. 规划师, 2016(8): 136-140.
- [7] 魏蓉蓉, 邹晓勇. 特色小镇发展的 PPP 创新支持模式研究[J]. 技术经济与管理研究, 2017(10): 125-128.
- [8] 廖茂林. 聚焦特色小镇融资[J]. 银行家, 2017(4): 124-126.
- [9] 林峰. 特色小镇的 PPP 投融资模式[J]. 中国房地产, 2017(5): 62-65.
- [10] 阮彦蓉, 李东徽. 大地艺术在乡村旅游景观中的应用及其发展[J]. 农家参谋, 2018(13): 26.