

安徽乡村生态旅游景观 规划方法探讨研究

温全平, 戴纯菲

(华东理工大学 艺术与传媒学院, 上海 200237)

摘 要:基于乡村生态旅游景观规划设计与建设的必要性,对乡村生态旅游景观的特点以及当前景观规划中存在的问题进行了分析。在回顾总结城市意向和旅游目的地意向研究成果的基础上,提出了乡村生态旅游景观意向具有双重多维结构,其中,显性结构要素包括景观元素特性、空间结构和文化意蕴,隐性结构要素包括主题形象、旅游产品和功能设施。以景观意向为引领,探讨了由6个循环阶段构成的乡村生态旅游景观规划方法,最后进行了实证研究。

关键词:乡村生态旅游;景观规划;景观意向;方法

中图分类号:F 304.1 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2016)02-0198-07

1 乡村生态旅游景观的概念与特点

乡村生态旅游指位于乡村地域环境,依托具有乡土景观特色的生态资源而建立的,可以开展旅游活动的区域。在旅游业蓬勃发展的背景下,当前已成为重要的旅游目的地。在乡村生态旅游加强景观规划设计与建设具有重要意义。原因在于:一是提升乡村生态旅游吸引力的需要,由于资源分布不集中,或者景观元素不典型,景观特色不明显,乡村生态旅游需要通过景观优化形成特色,提升吸引力;二是旅游产品开发的需要,将原生或次生的乡村生态资源转化为旅游产品,功能的转换需要相应的景观空间予以支撑;三是优化基础设施建设效果的需要,应对大量的游客需求,乡村生态旅游必然需要加大基础设施建设力度,以增加可达性、可进入性和可停留性,基础设施的景观化是旅游建设的基本原则,需要通过景观规划设计来实现。

乡村生态旅游景观与城市景观相比有一定的差别,具有以下特点。

一是景观形态的乡土性。乡村生态旅游具有不同于城市的独特的自然资源和人文资源优势,乡村生态景观与城市中高度人工化的景观差异巨大,呈现出浓郁的乡土性特征。原生态的乡村风光、朴实的乡土风情,

给人以野趣天成、返璞归真的感受,构成了乡村生态旅游核心吸引力和竞争力。

二是生产性景观的主导性。乡村生态旅游往往依托农田、果园、菜地、鱼塘或村落等生产性、生活性用地发展而成,农产品往往会成为主要的吸引物,在一些用地规模较大的旅游区和旅游区发展的起始阶段,生产功能甚至会成为主导功能,生产性用地较为稳定的经济收益会成为旅游区可持续发展的保障。因此,相对于城市景观或者以观光旅游为主的一些旅游区,乡村生态旅游景观更加注重经济生产功能,在生产性景观中展现人与自然相处的和谐之美。

三是与旅游产品的耦合性。乡村生态旅游集生产、生活、生态、休闲游憩等多种功能于一身,在旅游产品开发上,针对城镇居民的需求,依托乡村自然环境、农业资源和乡土文化,可以开展观光体验、健身娱乐、科普教育、休闲度假等各种活动,游人可以体验农耕文明,了解乡情民俗,享受不同于城市的慢生活。乡村生态旅游景观既是旅游产品的载体,也是旅游产品的组成部分,二者具有耦合关系。

四是景观价值取向的市场导向性。城市景观具有公益性特点,很多情况下,更为关注社会效益和环境效益,规划设计采用的是一种推理式的决策方法。乡村生态旅游更为关注经济效益,游客“用脚投票”的现象决定了在景观价值取向上的市场主导性,景观规划设计应尽可能满足游客的需求,更宜采用合理式的决策方法^[1]。

第一作者简介:温全平(1975-),男,博士,副教授,硕士生导师,研究方向为现代景观规划设计理论与方法及旅游区规划理论与方法。E-mail:w-quanping@163.com

收稿日期:2015-09-24

2 乡村生态旅游区景观规划存在的问题

2.1 规划导向问题,盲目套用城市景观标准,脱离乡土性

乡村生态旅游区以乡土景观为特色,承载乡村特有的田园文化和田园生活,不应盲目套用城市景观标准。许多地方乡村生态旅游区采用的一些做法,如用混凝土道路代替原来的石板路,用“小洋楼”替换乡村特色的院落等,不仅耗费了大量的人力、财力、物力,而且偏离了乡村生态旅游区应有的环境氛围。

2.2 规划深度问题,缺乏与旅游产品的对接,缺乏对景观多功能性的考虑

对乡村生态旅游区景观的认识不能仅停留在视觉层面的空间形态,更应该理解并深刻挖掘其存在的意义,其中景观的多功能性和拟开发的旅游产品具有决定作用。如果将乡村生态旅游区景观规划设计仅仅理解为是一种艺术赋形的工作,则必然会产生规划方向偏离的问题。

2.3 规划特色问题,盲目照搬,千园一面,缺乏差异性

乡村生态旅游区是一类根植于特定的土地和自然资源条件,记录人类繁衍生息的文化景观,每一块土地都有它的独特性。当前存在一些旅游区,在规划设计阶段不能把握自身的景观特色,或者希望走捷径,盲目照抄照搬类似旅游区,丧失了营造景观特色的机会。

2.4 规划内容问题,不清楚景观规划应该做什么

乡村生态旅游区景观规划需要解决的问题、包括的内容及与其它规划内容之间的关系等问题,目前尚无明确的规范规定,从而造成了实际规划工作的不确定性和随意性。

2.5 规划方法问题,缺乏系统理论框架

规划内容的不确定导致了规划方法的不确定,需要探讨相应的理论框架进行指导。另外,在景观规划的决策上,存在不能从旅游产品的角度考量、不能呼应使用者需求的现象。

3 乡村生态旅游区景观规划的理论基础

景观是一个宽泛的概念,不同的学科有不同的理解^[2]。旅游地景观是旅游者感知的对象,具有鲜明特性的景观对旅游者感知具有诱导作用,旅游地感知随着旅游活动的发生而产生,是一个主客体互动的动态过程,它萌发自主体内心感知,又随客体信息产生变化,形成由直接感受加过去经验组成的意向意向综合体。该研究将建立在旅游地景观特性基础之上,具有普遍意义的意向综合体称为旅游地的景观意向。景观意向对于旅游活动的发生发展和旅游地的建设具有引领作用,提高乡村生态旅游区景观的可意向性是景观规划的重要任务。

3.1 相关理论研究基础

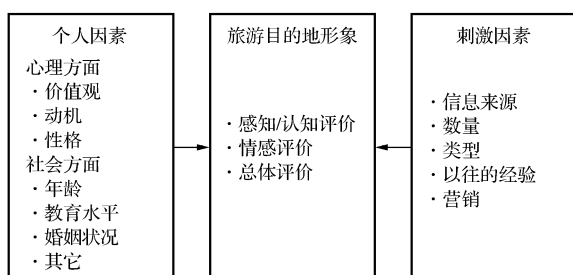
自 BOULDING^[3]于 1956 年首先提出意向(Image)概念以来,该概念已广为心理学、地理学、建筑学、规划学、营销学、社会学、人类学、旅游学等众多学科所接受,并成为不同学科探讨人类行为与经济活动的有力工具^[4]。其中,来自于城市科学、地理学有关城市意向的研究和旅游学领域对旅游目的地意向的研究与乡村生态旅游区景观意向最为相关。

城市意向研究以凯文·林奇^[5]和 NASAR^[6]为代表,凯文·林奇^[5]注重城市意向实体构成元素研究,提出了可意向性的概念,即有形物体中蕴含的,对于任何观察者都有可能唤起意向的特性。提出意向由特性(Identity)、结构(Structure)和意蕴(Meaning)构成,总结了城市意向的 5 种元素:道路、边界、区域、节点和标志物,对城市空间规划具有较高的参考价值和应用意义。NASAR^[6]在 LYNCH 研究的基础上,进一步解决了城市意向研究中“实体物理特征与个体情感联结”的实证研究命题,注重对城市意向的意向力和喜好力的研究。提出在意向力构成中存在 3 个基本元素,即特殊性、明显性和使用/象征的重要性。喜好力包括 5 个基本元素,即自然性、保养/文明性、开阔性、历史重要性和次序。另外,其研究中还揭示了如复杂性、相互关系、背景、对比、城市结构及经验等元素对城市意向生成的影响。

旅游目的地意向(tourism destination image)指人们对旅游目的地观念、想法和印象的集合^[7]。自 20 世纪 70 年代以来一直是旅游研究中的热点命题,在旅游者的目的地选择与决策、旅游地市场细分、市场定位及竞争分析、目的地发展及其综合形象、旅游目的地营销等方面发挥重要的作用^[8-10]。旅游目的地意向以游客为中心,研究整体发展中,心理学研究视角占据了主导地位,在这一点上与旅游地景观意向存在较大的差异。

当前多数研究者认为,意向旅游目的地意向是一个由理性认知和情感诠释所构成的心理结构,其中,对旅游目的地感知要素的有关知识和所持观念被称作认知意向(Cognitive image),而基于个人感觉对旅游目的地所做出的评价则被称为情感意向(Affective image),上述 2 个方面共同构成了旅游目的地的总体意向(Overall image)^[10]。

在对旅游目的地意向形成过程的研究中,BALOGU 等^[11]在总结前人研究的基础上提出:“刺激因素”和“个人因素”意向是影响旅游目的地意向形成的 2 个主要因素,前者由外部刺激、客观事物及以往的经验构成,后者则是指感知者的社会文化心理特征;其中,多样的信息资源影响到刺激因素的变化,心理因素和社会人口统计情况又影响到游客的个人因素变化(图 1)。



注:资料来源于《Factors influencing destination image》(2004)。

图1 旅游目的地意向形成的总体框架

Fig. 1 The overall framework of tourist destination image

GALLARZA 等^[12]将旅游目的地意向的形成过程研究分为动态过程研究和静态过程研究,动态过程研究关注目的地意向自身的构成和形成规律,而静态过程研究则注重目的地意向与旅游者行为之间的关系,其中,静态过程研究已经在目的地选择和目的地满意度研究方面体现出其极强的应用价值,但动态过程研究目前仍然较为匮乏。

上述城市意向研究偏重于对城市表象的实体构成元素的研究,缺乏深层次影响因素的分析;旅游地意向研究主要关注旅游者的心理感知与情感,对作为客体的旅游地景观,以及二者的互动关系缺乏研究,同时并不能保证旅游地能够提供超越旅游者预期的满足感。从景观规划的角度考虑,现有研究成果应用于乡村生态旅游区景观意向均有一定的片面性。

3.2 乡村生态旅游区景观意向构成

乡村生态旅游区景观意向是在旅游区景观特性的影响下,旅游者对旅游区原始认知与实际体验相互作用下产生的认知图式(意向综合体),是立足于旅游区客体要素,对主客体互动关系的概括。它存在几种可能:第一种是乡村生态旅游区与旅游者脑中的认知图式相符,旅游者获得了预期的满足感;第二种是不符合旅游者的认知图式,旅游者没有获得满足感;第三种是超过了旅游者的认知图式,旅游者获得了更多的满足感。

乡村生态旅游区景观意向的构成既需要重视实体景观的营造,通过对景观元素特性、空间结构和文化意蕴的强化,增加刺激性讯息交流,来提升旅游区的可意向性,也需要关注游客的需求,通过鲜明的主题形象,完善的服务功能,丰富的旅游产品,引导形成尽可能符合或者超越旅游者的认知图式。

综合考虑上述内容的乡村生态旅游区景观意向具有显性结构和隐性结构双重结构形式,并且在乡村生态旅游区6个意向维度的相互作用下,实现主体(旅游者)与客体(乡村旅游区)之间的完形统一(图2)。

乡村生态旅游区景观意向的显性结构由景观元素特性、空间结构和文化意蕴构成,是旅游者可以直接感

知的对象。元素特性关注景观元素的可识别性和能够吸引注意力的个性,是旅游者感知旅游区的起始,受元素的规模与形态影响较大。空间结构指由不同景观元素构成的空间之间的联结方式,可以引导与强化旅游者对旅游区的认识,实现整体大于部分之和。文化意蕴是旅游区自身传递的文化信息与旅游者的情感评价相互作用的结果,是乡村生态旅游区景观意向的升华,受主体的认知能力影响较大。在景观意向认知的过程中,从元素特性到空间结构再到文化意蕴的转换过程,也是从客体要素主导逐渐向主体要素主导的转换过程。

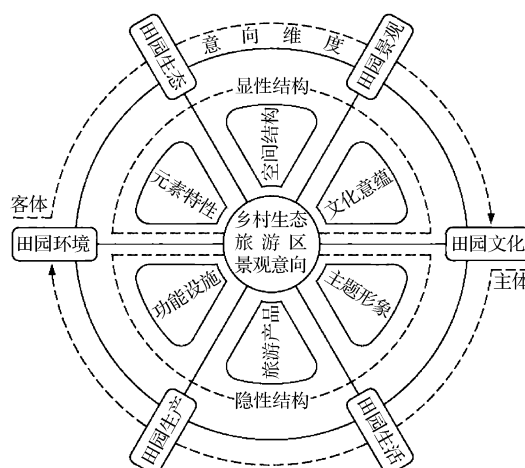


图2 乡村生态旅游区景观意向双重多维结构

Fig. 2 Landscape image multi-dimensional dual structure of rural ecotourism area

乡村生态旅游区景观意向的隐性结构由主题形象、旅游产品、功能设施构成,旅游者不一定能直接感知到,但却是显性结构的内在决定因素。主题形象是旅游区期望传递给旅游者的起主导与引领作用的总体印象;旅游产品是由实物和服务综合构成的,向旅游者销售的旅游项目,其中服务是旅游产品的主体,旅游者的旅游经历是产品实现的形式^[13];功能设施是为了提供特定的旅游产品和为了保障旅游活动正常进行,旅游区必须提供的实体要素。从主题形象到旅游产品再到功能设施的转换过程,是从主体要素主导逐渐向客体要素主导的转换过程。

在乡村生态旅游区景观意向形成中,主客体互动影响,循环往复,隐性结构与显性结构共同发生作用,促成了意向综合体的形成。

在乡村生态旅游区景观意向形成过程中,无论是显性结构还是隐性结构,都受到6个意向维度影响,分别是田园环境、田园生态、田园景观、田园文化、田园生活、田园生产,共同构成了乡村生态旅游区景观意向的双重多维结构。

4 乡村生态旅游区景观规划方法

以乡村生态旅游区景观意向的双重多维结构为

指导,面向实践需求,从可操作的角度,可以将乡村生态旅游景观规划的内容概括为6个循环往复的阶段:元素识别、主题确立、空间布局、特色塑造、实施安

排、反馈调整,各阶段与景观意向结构以及从旅游者角度建立的旅游目的地意向之间的关系简要说明如下(图3)。

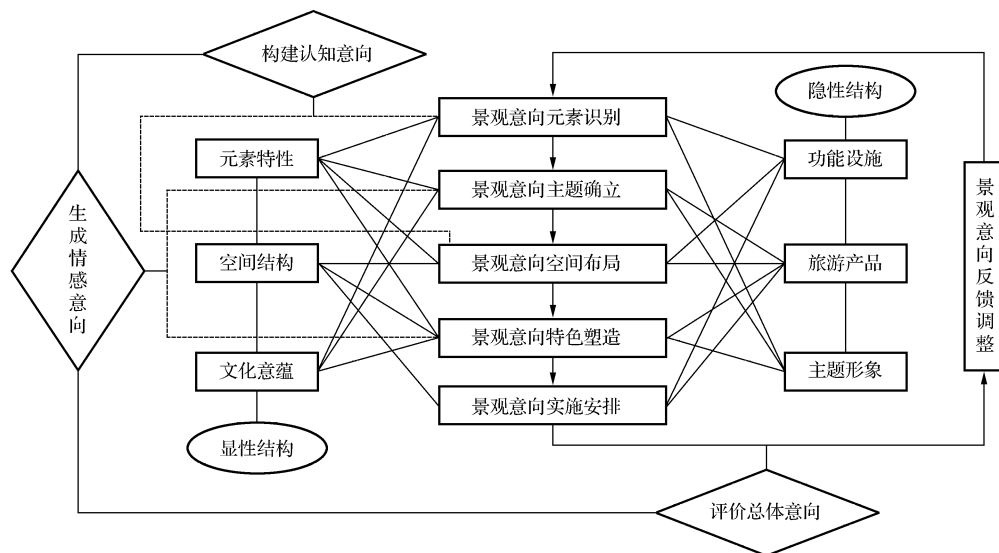


图3 景观意向引领下的乡村生态旅游景观规划技术路线

Fig.3 Rural ecotourism area landscape planning technology roadmap leds by landscape image

4.1 景观意向元素识别

综合考虑显性结构中的元素特性和文化意蕴,隐形结构中的主题形象和设施,在区域层面进行比较,选择旅游区内具有个性、易识别的景观元素或者引进外来元素,构建旅游区的景观意向元素系统。

4.2 景观意向主题确立

综合考虑景观元素特性、文化意蕴、旅游产品和主题形象,确定乡村生态旅游希望传递给旅游者的总体印象,形成景观意向主题。该主题立足于景观的物质实体层面,代表了景观规划的目标与方向。景观意向主题与旅游区主题形象不同,主题形象面向客源市场,主要用于目的地品牌建设和营销,建立主题形象包括前期的基础性研究和后期的显示性研究,显示性研究是创建目的地形象的主体工作,包括形象定位、口号设计、视觉符号设计等^[14],应尽量做到简洁明了,易于传播。景观意向主题面向景观规划设计和建设,体现主题形象的内涵,对应于不同的景观元素,可以有不同的景观意向主题。对于同一个旅游区,围绕共同的主体形象,需要注意不同景观意向主题的协调性。

4.3 景观意向空间布局

综合考虑显性结构中的景观元素个体和群体空间结构关系,隐形结构中的功能设施布局 and 旅游产品的组织,进行景观意向空间布局,这一环节关系到旅游区的土地利用现状、自然地理条件、旅游资源利用、交通组织等物质性要素,也涉及到对旅游者认知过程的组织安排,需要充分考虑到不同游客的需求。借鉴现有关于旅

游者认知图式的研究,确定以点状的标志和节点、线状的通道和面状的区域为乡村生态旅游景观意向空间布局的主导性结构元素,以点带线,以线连点带面,实现整体大于部分之和^[5,15]。

4.4 景观意向特色塑造

在景观意向主题的引领下,综合考虑显性结构3要素和隐形结构的旅游产品和主题形象,针对不同区域的景观,进行特色的挖掘与塑造,采取适合的表现形式,打造具有鲜明特色的景观标志、节点、通道和区域。注意发挥人文资源在景观意向特色塑造中的重要作用,如诗词、典故、传说的运用,模拟手法、象征手法、文化特征感知衍生手法的运用等。

4.5 景观意向实施安排

综合考虑旅游区的空间结构、功能设施、旅游产品、投资效益等因素,特别是对于前期资金有压力的旅游区,应遵循滚动发展、循序渐进、共建共享和可持续发展等原则,做好分期分区建设安排。

4.6 景观意向反馈调整

乡村生态旅游景观规划以物质实体为对象,最终还是要接受旅游者的检验。对应于以旅游者为中心的不同类型的旅游目的地意向,景观意向元素识别和空间布局直接影响到认知意向的构建,景观意向主题确立和特色塑造直接影响到情感意向的生成,对于建成后的旅游区的总体评价,构成了旅游目的地的总体意向。通过设立反馈调整环节建立主客体互动联系,可以及时对旅游者的满意情况进行反馈,为旅游区景观意向的不断完

善提供保障,在景观规划方法上,则形成了一种循环式的规划程序。

5 实证研究

安徽谕兴隆基清晖生态园位于安徽省滁州市天长市金集镇南部,用地面积约 127 hm²。有水库、坑塘、弃耕地和零散分布的村庄建设用地,地形起伏变化,水库常水位以上,地面最大落差 10 m,形成了 3 湾 2 岛的空间结构(图 4)。2014 年 5—8 月,受业主方委托,由笔者主持完成了详细规划,现将景观规划部分内容简要介绍如下。

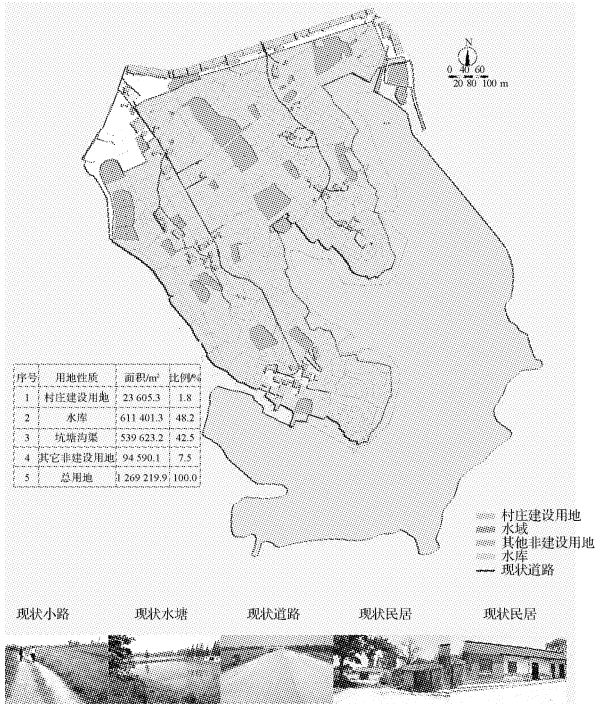


图 4 土地使用现状
Fig. 4 Land use status

5.1 相关规划内容概述

5.1.1 规划理念 田园生态、田园生产、田园生活、田园景观、田园文化五位一体,其中,生态是基础,生产是主体,生活(包括旅游)是目的,景观是重点,文化是特色。

5.1.2 规划目标 融有机生产、游览观光、科普教育、

表 1 旅游项目与功能区对应关系

Table 1 The correspondence between tourism projects and functional areas

功能分区	观光类产品	休闲度假类产品	专题类产品	节事类产品
入口区	湿地观光	垂钓休闲、摄影写生	—	戏水节
农业生产区	田园观光	田园度假、运动休闲、摄影写生	科普教育、农事体验	采摘节
精品果园区	田园观光	田园度假、美食购物、摄影写生	农事体验、商务旅游、科普教育	采摘节
游客服务区	—	田园度假、美食购物	科普教育	美食节
养殖区	牧场观光	美食购物、骑马放牧、摄影写生	农事体验、商务旅游	美食节
香草花园区	田园观光	田园度假、运动休闲、摄影写生	商务旅游	花卉节
景观苗圃区	园林观光	野营烧烤、摄影写生	科普教育、商务旅游	花卉节
沙滩戏水区	—	沙滩游戏、水上娱乐	—	戏水节
湿地花园区	湿地观光	垂钓休闲、摄影写生	科普教育	花卉节、戏水节
湖景区	湖泊观光	水上运动、湖泊泛舟、湖钓休闲	农事体验	戏水节、采摘节、美食节

体验参与、专题游乐、休闲度假于一体,倡导绿色生产和归园田居般的健康生活,注重田园生态、田园生产、田园生活、田园景观、田园文化五位一体协调发展,建成能够适应市场需求、展现地域乡野特色的综合性生态园,逐步发展成为全国休闲农业与乡村旅游示范点。

5.1.3 功能分区 以各类农林牧副渔生产性功能为主导,共分为 10 个功能区,分别为入口区、农业生产区、精品果园区、游客服务区、养殖区、香草花园区、景观苗圃区、沙滩戏水区、湿地花园区、湖景区(图 5)。

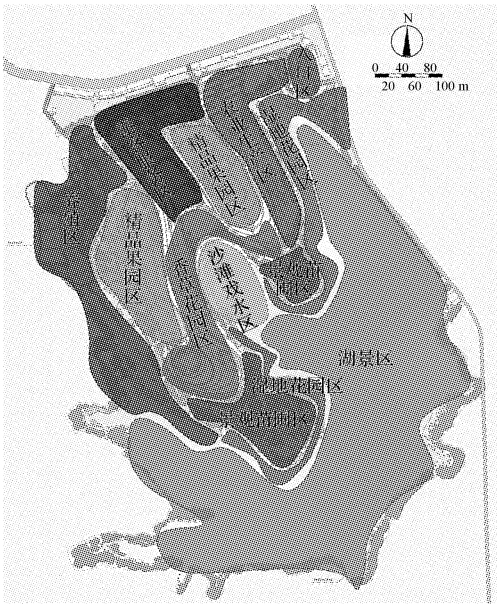


图 5 功能分区图

Fig. 5 Function zoning map

5.1.4 旅游产品 依托园区最具有特色的资源湖泊、农牧产品和观赏花卉,结合市场需求,以生态休闲、亲近自然以及回归田园生活为主脉策划旅游项目,共计 24 项,归属于 4 类旅游产品,其中观光类旅游产品 5 项、休闲度假类旅游产品 12 项、专题类旅游产品 3 项、节事类旅游产品 4 项,旅游项目与各功能区的对应关系见表 1。

5.1.5 主题形象 综合多方因素,将生态园主题形象口号确定为“千秋田园,在水一方”,千秋源出历史典故,

既有文化关联,也暗含时间的流转,需要突出景观的季节更替;田园既指景观形态,也指生活状态;在水一方源出《诗经·蒹葭》“蒹葭苍苍,白露为霜。所谓伊人,在水一方”既突出了园区水的特点,强调自然野趣的生态景观,也是对古人和今人浪漫生活的一种隐含的表述。

5.2 景观规划主要内容

5.2.1 景观意向元素识别 生态园特色景观元素有3个:一是水体,占总面积54.85%,岸线曲折,形态多样,物产丰富;二是地形,形成3湾2岛景观格局,地形缓坡起伏,湾与湾之间相对独立;三是文化,包括农耕文化和历史典故,天长市得名于唐玄宗李隆基为纪念自己生日千秋节而特设的一个县,利用得当,可以增强生态园的景观意向。

5.2.2 景观意向主题确立 以主题形象为引领,基于景观元素特性、文化意蕴和旅游产品,明确了不同景观元素需要表达的景观意向主题:田园风光、季相变化、生态湿地、浪漫格调。

5.2.3 景观意向空间布局 考虑到现状景观元素的分布和空间结构关系,以及不同功能及旅游产品之间的相互关系,进行空间布局(图6),按照主导性结构元素:标志、节点、通道和区域,将景观意向空间布局结构概括为3个景观节点、5条景观通道、五大景观区和多个景观标志(图7)。其中景观节点包括主入口、游客服务中心和镜花水月;景观区包括花田景观区、森林景观区、果园景观区、牧场景观区和湖泊景观区;其中,贯穿了5条景观通道:田园景观通道、农耕文化景观通道、牧场景观通道、花谷景观通道以及滨水景观通道;景观标志指散步于园区的以多种形态出现的视觉焦点,包括景观桥、亭、眺望塔、古树、情景雕塑、园区标志柱等,相互因借,构成景观序列。

5.2.4 景观意向特色塑造 围绕景观意向主题,进一步明确各结构元素的景观意向特色和表现形式,详见表2、图8。

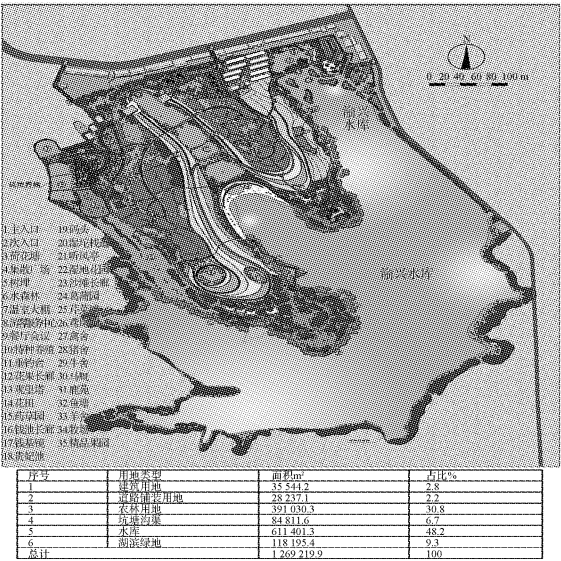


图6 规划总平面图

Fig. 6 General layout

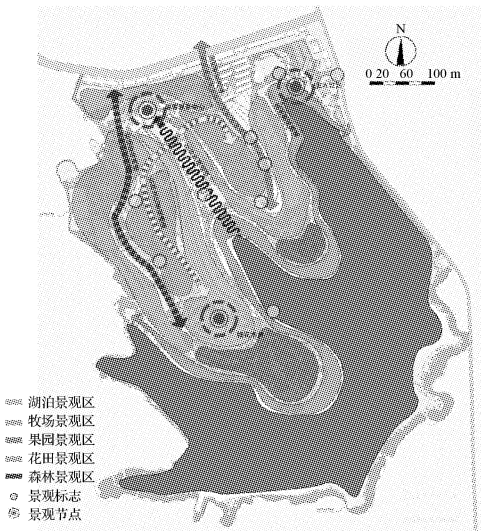


图7 景观意向空间布局结构图

Fig. 7 Landscape intention spatial layout chart

表2

景观意向特色规划

Table 2

Characteristic plan of landscape image

景观意向主题	景观意向结构元素	景观意向特色	表现形式
田园风光	花田景观区	色彩缤纷、大地艺术	梯田、花坡、菜园、温室、换季作物衔接
	果园景观区	春花秋实、硕果累累	景观化果园,自然式种植
	牧场景观区	风吹草低见牛羊	缓坡地形,生态放养,围栏树丛,视野开阔
	田园景观通道	乡村林荫路,秋叶金黄	银杏林荫路,混播春花
季相变化	农耕文化景观通道	有生产功能的文化长廊	蔬果长廊,棚架,宣传栏,停留空间,休闲设施
	森林景观区	优美的自然风景园	能够展现苗木种植效果的景观性苗圃
生态湿地	花田景观区	四季地景花园	梯田、花坡、菜园、温室、换季作物衔接
	牧场景观通道	乡村花园林荫路	道路沿线种植杏、桃、李、花灌木、草本花卉,四季有花
	湖泊景观区	荷花映日,渔歌唱晚	沿岸生态绿化,控制污染源,确保水质、自然驳岸、码头
浪漫格调	滨水景观通道	蒹葭苍苍,白露为霜	沿湖岸增加水生植物,栈道穿行,沿线布置杉林荷塘、菖蒲花园、芦苇滩、鸢尾花园等
	主入口节点	小桥流水,桃红柳绿	稻田、荷塘、垂钓池、水森林、小桥、柳堤
浪漫格调	花田景观区	色彩飘逸,变幻万千	梯田、花坡、菜园、温室、换季作物衔接
	花谷景观通道	桥堤相望,层层推进	长桥、樱花路、柳堤、花田环绕
	镜花水月节点	虚实相生,感悟穿越	花田背景,保留水塘,设置杨贵妃实雕和李隆基轮廓雕塑,一虚一实遥相呼应,寓意像镜中花,水中月,皆为幻影
	游客服务中心节点	花园居所,归田园居	室外田园、室内花园、环抱水塘、因地制宜、建筑与环境融为一体



图 8 鸟瞰效果

Fig. 8 Aerial renderings

6 结语

乡村生态旅游区是美丽中国的重要组成部分,是城乡交流互动的重要窗口,也是当前在中国广大乡村地区有条件进行重点建设的区域。基于乡村生态旅游区景观规划设计与建设的必要性,以景观规划为主线,可以协调乡村生态旅游区规划设计的多项核心内容。在充分考虑到乡村生态旅游区景观特性的基础上,以具有双重多维结构特征的景观意向为主线,开展景观规划设计工作,有利于协调乡村生态旅游区景观客体和感知主体之间的关系,抓住景观规划的本质,有效解决实际问题,避免了乡村生态旅游区景观规划的随意性、附属性和盲目性。作为一项仍在研究的课题,该研究诸多观点仍需要经过实践的反复检验。

参考文献

- [1] 温全平. 论城市绿色开敞空间规划的范式演变[J]. 中国园林, 2009(9):11-14.
- [2] 温全平. 城市森林规划理论与方法[M]. 南京: 南京大学出版社, 2010(5):59.
- [3] BOULDING K E. The Image[M]. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1956:10-11.
- [4] 白凯, 赵安周. 城市意向与旅游目的地意向研究中的趋同与分野[J]. 地理科学进展, 2011(10):1312-1320.
- [5] 凯文·林奇[美]. 城市意向[M]. 方益萍, 何晓军, 译. 北京: 华夏出版社, 2001.
- [6] NASAR J L. The evaluative image of the city[M]. Thousand Oaks, CA: Sage Publication, 1998.
- [7] CROMPTON J L. An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image[J]. Journal of Travel Research, 1979, 17(4):18-23.
- [8] PIKE S. Destination image analysis: A review of 142 papers from 1973 to 2000[J]. Tourism Management, 2002, 23(5):541-549.
- [9] 白凯. 旅游目的地意向定位研究述评: 基于心理学视角的分析[J]. 旅游科学, 2009(4):9-15.
- [10] 周永博, 沙润. 旅游目的地意向研究进展与展望[J]. 旅游科学, 2010(4):84-94.
- [11] BALOGLU S, MCCLEARY K W. A model of destination image formation[J]. Annals of Tourism Research, 1999, 26(4):868-897.
- [12] GALLARZA M G, SAURA I G, GARCIA H C. Destination image: Towards a conceptual framework[J]. Annals of Tourism Research, 2002, 29(1):56-78.
- [13] 全国旅游标准化技术委员会. 旅游服务基础术语: GB/T 16766-1997[S]. 北京: 中国标准出版社, 2011.
- [14] 吴必虎, 俞曦. 旅游规划原理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2010:319-333.
- [15] 吴承照, 王婧. 基于游客感知的上海都市空间旅游意向研究[J]. 现代城市研究, 2012(2):82-87.

Study on Landscape Planning Methods of Anhui Rural Ecotourism Area

WEN Quanping, DAI Chunfei

(College of Art Design and Media, East China University of Science and Technology, Shanghai 200237)

Abstract: Based on the necessity of landscape planning and development in rural ecotourism area, landscape characteristics and current issues in landscape planning for rural ecotourism area were analyzed. The paper reviewed the researches of city image and tourism destination image, and proposed that landscape image of rural ecotourism area had the multi-dimensional dual structure, in which the explicit structural elements included landscape identity, space structure and cultural meaning, the implicit structural elements include motif image, tourism products and functional facilities. With the guide of landscape image, the landscape planning methods consisting of six cycling phases were discussed, and a case study was introduced.

Keywords: rural ecotourism area; landscape planning; landscape image; method