

Research on the Integrative Development Strategy of Cultural Creativity and Rural Tourism——A Case Study of Guangxi Zhuang Autonomous Region, China

Chunqing Pang

School of Design, Guangxi Normal University, Guilin, Guangxi, 541004, China

Abstract

After China's reform and opening up, the national economy has become increasingly prosperous, the living standards of the people have been increasing, and the tourism industry has grown steadily. Its development needs to continuously meet people's spiritual and cultural needs. Rural tourism, as a kind of tourism from traditional agriculture to modern agriculture, has its own unique environmental resources. The biggest prospect is to make people and nature live in harmony. This paper discusses and studies rural tourism under the cultural innovation pattern of Guangxi Zhuang Autonomous Region in China. It is aware of the lack of cultural phenomenon in the development process of cultural creativity rural tourism industry in Guangxi Zhuang Autonomous Region, the lack of creativity in tourism products, and the poor tourism industry. By analyzing the advantages of developing cultural and creative rural tourism industry in Guangxi Zhuang Autonomous Region, we will further explore how to promote the effective integration of folk culture into rural tourism, so as to increase the economic benefits of the overall ecotourism of rural tourism industry.

Keywords

cultural creativity; rural tourism; local culture; industrial upgrading

文化创意与乡村旅游的融合发展策略研究——中国广西壮族自治区为例

庞春青

广西师范大学设计学院, 中国·广西·桂林 541004

摘要

中国改革开放以后, 国民经济日益繁荣, 国民生活水平日益提高, 旅游业逐步壮大, 它的发展需要不断满足人们的精神文化需求。乡村旅游作为一种传统农业向现代农业转型的旅游业, 自身所特有的环境资源, 最大的前景在于可以使人与自然和谐共生。本文对中国广西壮族自治区文创形态下乡村旅游业进行探讨和研究, 意识到中国广西壮族自治区在文创乡村旅游产业发展过程文化现象缺失, 旅游产品缺乏创意, 旅游产业带动性差等问题。通过分析广西壮族自治区发展文化创意乡村旅游产业的的优势, 进一步挖掘如何促使民俗文化有效融入乡村旅游的策略, 以此增加乡村旅游产业的整体生态旅游的经济效益。

关键词

文化创意; 乡村旅游; 乡土文化; 产业升级

1 引言

中国广西地区经济发展起步较晚, 地区与地区之间的经济发展情况存在较大的差异, 然而, 乡村旅游作为新型的经济产业, 在行之有效的发展策略指引下它可以带动地方经济的发展。乡村旅游是以本土文化为旅游背景, 它具有生态旅游内涵的保护资源和环境。文化创意产业带来的经济效益将会影响乡村旅游的供求关系及农产品价格, 与传统的乡村旅游相比, 融入文化创意的乡村旅游产业, 它具有文化体验

和生态教育的特征, 是实现乡村生态文明建设的有效途径^[1]。

本文针对中国广西乡村旅游的发展现状及现存问题等方面进行分析, 发现影响其发展的因素, 给予乡村文化保护和传承, 为建设和谐生态文明的社会助力。

2 文化创意与乡村旅游发展概况

近些年来, 中国广西已建成多个中国乡村旅游示范点, 中国广西依靠其得天独厚的自然景观和独具特色的民族文化吸引了大量的游客, 农业观光游可以观看的到乡村风光、乡

村聚落景观、乡村建筑景观、乡村农耕文化景观等,除此之外还能体验农民生活的无穷乐趣,大大地加快广西乡村旅游的经济发展速度,为农民朋友寻求新的经济效益增收途径,减轻农村劳动力过剩的社会矛盾等问题。同时,通过发展乡村旅游可以有效提高村民对生态环境的保护意识。在中国掀起的乡村旅游浪潮中,广西始终以积极参与的态度融入到中国乡村旅游产业的队伍里头。乡村旅游的发展虽然受到农民的广泛关注,但发展起来缺少地方文化创意的个性,活脱脱的从别处照搬过来。“美丽广西”建设中提出乡土文化的根要延续发展,传统农耕文化应采取合理的措施保护乡土文化并由新时代力量星火相传,民俗民风文化与现代文明更好融合创新发展。各地合理利用现有的有利条件开发当地旅游资源,为中国广西贫困地区发挥自身优势脱贫致富打下了坚实的基础。

中国广西的旅游产业类型可分为六大类:第一类是以桂林山水为代表的自然景观;第二类是民俗淳朴的民族风情;第三类是海景风光;第四类是红色旅游;第五是探险旅游;第六类是中越边境旅游。目前中国广西还成立了如桂林恭城红岩生态旅游村、柳州农工商农业观光旅游区、广西现代农业科技示范园、玉林北流罗正村、龙脊梯田风景名胜、钦州三娘湾景区、黄姚古镇、防城港市江山半岛渔家风情园、融安县浮石镇鹭鸶洲农业观光区、广西百色国家农业科技园区管理委员会、兴安怡度假山庄、钦州灵山大芦村民族风情旅游区、南宁乡村大世界等34个自治区级农业旅游示范点和19个国家级农业旅游示范点,乡村旅游得利于交通网络的扩展,从最初的农业观光型向文化创意的生态农业休闲度假型、科技示范型和淳朴民俗民风型发展的良好趋势。

伴随着时代的发展,中国的社会经济水平进入新的历史时期,乡村旅游所面临的问题和社会形势产生了新的变化,乡村旅游产业的发展受社会问题的影响进入瓶颈期,亟待优化产业结构^[2]。在新时代所面临的挑战下,中国广西的乡村旅游产业与文化创意产业创新性融合能够改变传统的旅游观光模式,经济效益增长机制与产业发展新方式有机结合,实现产业灵活发展和文化创新,为产业发展及经济增长注入新源泉。现如今,中国广西乡村旅游的产业模式特征明显:又旧又单一。然而,乡村旅游产业链是一个动态系统,受商品周期、用户需求、政策扶持力度等因素的影响,基于多产业融合的

变化发展,乡村旅游与文化创意产业间主要从市场、自然资源、产品属性、品牌打造、民俗文化、情感体验、资产投入、服务态度、人才培养等多个方面进行融合。

对中国广西悠久的历史发展文化进行创新立意,从而系统规划整个产业,为文创乡村旅游产业提供多样化的创意来源,创造更为宽广的创意空间,营造更具特色的创意旅游景区,为弥补文创产品多样性不足、复制粘贴优秀景区的创意等可耻的现状提供创意基础,协助民俗文化与乡村旅游共同发展。同时,通过文创工艺品、生态农产品展示途径,使创意乡村旅游产业动态的下游环节得到了延续,实现中国广西地区乡村旅游创意产业的多通道、多层次的展现,不仅减少了流通过程展示投资风险,还获得文化创意产业的经济效益。除此之外,乡村旅游与文化创意产业两者有机融合,充分发挥两者交互融合所形成的规模效益,使乡村旅游与文化创意产业规模向更好的方向发展。

3 中国广西壮族自治区文化创意与乡村旅游发展现状及问题

3.1 文化创意与乡村旅游融合的发展现状

广西壮族自治区位于中国的西南地区,属于国家西部大开发的范围,并且广西少数民族总人数占据中国第一位,具有丰富的少数民族文化。广西南宁作为中国东盟博览会的东道主,经济关系交往在东南亚地区占有着比较重要的地位,对海外的开放也吸引了不少的外国旅客。随着中国国民经济的高速发展,各个地区都出现了忽略对文化保护的现象,造成了大量文化缺失与文化资源浪费的情况,慢慢的国家意识到了其中的严重性,从改革开放以来,中国对文化资源的保护与挖掘工作逐渐增多,催生了广西各市对自身区域历史文化与民族文化的开发与研究,文化是一个民族的灵魂,它提供了思想支撑、精神动力、智慧支持,在某种方面促进着文化旅游项目的经济成长^[3]。自现今无论是中国还是海外,针对文化创意与旅游融合研究出来的成果相对来说是比较少的,仍然处在调研、研究的阶段,从现在对其研究上看,仍旧停留在传统的文化创意产品的层次上,缺乏对当地文化建设、旅游产业的深层次研究。

现今文化创意旅游产品在市场的出现多样,许多旅游景区的旅游创意产品存在着互相抄袭、互相仿照的现象,但是

由于旅游地域文化原因,每个地区的文化背景都是不同的,文化创意不是所谓的复制,而是一个地域文化的特色符号,如今市场上对创意旅游产品的不规范设计,而导致市场出现风气不正,许多设计师都跟风设计,笼统、缺乏文化创意的旅游产品陆续进入旅游商品市场。

文化创意产品是基于文化基础上的衍生品,也在旅游产品市场中起着经济效益的作用,随着广西旅游业的发展,文化创意产品的需求也在日渐增加,对于文化创意产品的开发设计与对外宣传方面受到了旅游业界的重视,但由于力度不够,导致文化创意与乡村旅游融合的过程中出现了不可避免的问题。

3.2 文化创意与乡村旅游融合的问题

在乡村旅游创意文化产业的发展中,我们发现当地文化缺乏的现象是严重的。文化是一个民族的灵魂、是不可缺少的灵魂,对于旅游产业成长过程来说,地方文化的影响比地方人民经济收入和政府实施的政策的影响更是长远。在融合的进程中,对地方文化、历史遗迹、生活习俗、能够达到的技术程度都没有进行深刻的理解。然而部分地区为了建设具有“现代化”的乡村,一味的追求经济效益忽略文化资源,对一些具有当地特色的文化景观、历史意义的人文遗迹进行拆除。

社会的变迁速度飞快,产业为了提高生产效率,增加生产利润,机械化、自动化生产逐渐取代了手工艺制作,手工艺传统文化也慢慢淡出了人们的生活;许多年轻人为了生计,选择了离开乡村进入大城市打工,因而乡村人口老龄化,民族手工艺的传承出现了断节,甚至濒临失传^[4]。地区经济落后,当地特色文化资源的开发成了一大问题。由于少数民族聚集的区域大多数与中心城市或交通主干枢纽都有一定的距离,增加了产业开发成本又难以被开发者发掘,中国广西主要发展对象以农业与工业为主,对于第三产业的文化导向的经济基础与知识储备还是相当薄弱,以至于广西旅游文化创意产品设计仍处于落后阶段,与中国一线城市相比之下,设计水平还是有较大的差距。在地方建设发展中,我们能看到一个规律,只要是建设程度比较好的地区,民族文化资源的流失越是严重,反之,建设程度没有那么好的地区,没有受过社会发展速度的冲刷,民族文化保留下来的地方特色就会越浓厚。

具有创意性的旅游文化产品稀缺。从目前的旅游文化产品市场来看,市面上的旅游文化产品都偏向于外观设计,单纯的图案印刷在产品上等,设计品位低,缺乏实用性和功能性,同质化严重,产品都大同小异缺乏创意、新鲜感,这些粗制滥造的旅游文化产品无法适应市场,抓不住游客的最终需求。中国广西各校教育体系中,几乎都没有专门开设文化创意设计课程,当地设计师专业素质不高,缺乏高级创意人才;而外来引进的临时创意设计师,因民族文化特色浓厚的旅游地域与城市距离较远,外来设计师因为不是当地居民,对当地的文化了解的不充分,考察时间短暂,没有办法进一步深入地方少数民族文化的核心价值,单单停留在浅层的少数民族特色文化理解上,不仅无法呈现当地少数民族文化的真正魅力,过于笼统的使用一种元素,引起不了外地游客的购买欲望,更是难以达到将民族文化传播出去的效果。

民族文化旅游的产业带动性差。中国广西的文化旅游融合已经经历了三十多年的发展,虽然是有一些底蕴,但是只是对于大城市的推广比较多,对于乡村方面的产业带动,还是缺乏一定的力度,广西是多民族聚集的区域,具有足够的民族特色,由于地区偏远产业带动不足,导致资源不能够好好的利用。

中国广西民族文化在多民族的吸引力下,引入了大量的游客资源,但是同时显现出纵向发展不足的特点,民族文化旅游的产业带动性差,文化传播途径缺乏具有创意性、能够区别于市场上的载体,推广难,时效短等缺点。

在旅游产业中,文化传播途径中的重要载体是其民族特色产品。中国广西对民族文化旅游商品的生产重视不够,没有专门做旅游文化创意产业的企业,外地市场宣传力度不够,导致对广西的特色创意产品没有发展的平台,产业没办法大规模的发展。从营销、策划、包装来考虑,文化创意产品的品牌意识不强,产品没有知名度,吸引不了外来游客的购买欲。

4 广西壮族自治区发展文化创意乡村旅游的优势

4.1 乡村旅游在国家政策扶持下的发展契机

中国广西人民政府在2016年1月,发布了《关于脱贫攻坚旅游业发展实施方案》,其目标是全面推进贫苦地域村落旅游,加大政府精准扶贫的工作,推动乡村旅游开发建设进程,

加强乡村旅游的宣传力度,促进贫困乡村脱贫,并有效增加农民收入。中国广西政府制定相关旅游扶贫政策,分批次对中国广西各地区贫困乡村开发建设旅游,多方面扶持鼓励贫苦地域村落旅游的发展,推进乡村旅游业与其他产业的相互结合。政府相关旅游扶贫政策的实施为发展广西文化创意乡村旅游的提供了保障与机会。中国广西各贫困地区应该抓住这一机遇,发挥地域特色,了解乡村自身的自然人文、生态农业、民族文化等优势特点,结合互联网、旅游、文化创意等相关新型产业,不断优化改善乡村产业结构,推进实现贫困地区精准扶贫目标的进程,全力打造中国广西独特的美丽乡村旅游资源文化形式,思考文化创意如何更好的结合乡村旅游,并促进两者的融合与未来更好的发展。同时,广西各贫困地区需要改变传统的思想观念,不断学习优秀的思想观念,了解市场和客户的需求,重新定位市场角色,创造广西当地特色的创意美丽乡村旅游形式,提升贫苦地域村落旅游的环境与服务质量,促进发展乡村旅游产业链,从而实现贫困地区农民的利益最大化。

4.2 多种民族文化结合为创意乡村旅游提供资源

中国广西主要是一个壮族为主的自治区,并居住着其他12个民族。广西在这多民族共同发展的历史进程中,形成了特有的、丰富的民族文化资源,不同的民族民俗文化相互融合发展构成了独特的区域文化体系。各民族有着丰富的民间节庆与民间演艺,独特的民族人文活动有着很高的民间艺术价值,其中一部分属于国家非物质文化遗产,深入挖掘其文化资源,利用文化内涵带动乡村旅游的发展,突出广西民族民俗文化的地域性和民族性。中国广西不同地域的民族有着其独特的节庆,例如:壮族的蚂拐节、苗族的苗年、侗族的花炮节等活动;中国广西当代的节庆活动也具有自身的特色,南宁与东南亚国家一起举办的国际民歌节、桂林独特自然历史风景的山水与历史文化旅游节、柳州少数民族举办的三月三歌节等特色活动;民间演艺有桂剧、彩调、侗族大歌、铜鼓舞等丰富多彩的艺术表演。

随着中国广西各民族不断的融合与发展,其在日常生活中也形成特有的饮食文化,例如:南宁特色的酸辣老友粉、独特的桂林米粉、柳州特有的酸辣鲜螺蛳粉、鲜艳诱人的五色糯米饭、脆而酸的水果酸嘢等菜品饮食。各民族的传统手工产品也是种类繁多,如:靖西地域的绣球、壮族特色的织锦、

苗族独特的蜡染等。这些各式各样的民族文化有着浓郁的广西色彩,也是广西少数民族文化精神风貌的真实写照,这些文化资源也是广西乡村旅游资源的一部分,充分挖掘其内涵与价值,结合文化创意产业制定出适应市场的方案,不断弘扬和传承民族文化。

4.3 自然生态景观与历史人文景观是发展文化创意乡村旅游的载体

中国广西属于喀斯特地貌,石灰岩分布广泛,形成了各式各样的高峰、奇石、溶洞、河流等独特风光,如:桂林山水、环江风光。大自然在演变过程中,不断把山峰、江河、梯田、熔岩、盆地等元素塑造成鬼斧神工的自然景观。中国广西各民族在这地势复杂多样的环境中不断适应,不断与自然融合发展,在时间的推移下,形成了具有深厚底蕴的历史人文景观。少数民族在自然环境中创造了壮族杆栏式建筑、苗族吊脚楼、侗族木构建筑等各具特色的景观建筑,除了这些具有民族特色的建筑以外,还有很多历史文化遗迹,宁明的花山岩笔画、兴安秦代灵渠、百色起义遗址、桂平太平天国起义遗址等,这些都为广西旅游产业提供了拓展的资源条件。

广西多种多样的自然人文景观成为发展文化创意乡村旅游的载体。可以借助一些有知名度的旅游产品,带动乡村旅游的发展,形成具有民族建筑特色的农家乐乡村旅游,体验农耕生活,观赏自然美景。对当地的历史文内涵、淳朴的民族风情和乡土气息的建筑遗址等进行挖掘利用,形成具有历史文化气息的古镇乡村旅行。

4.4 新常态为文化创意乡村旅游的发展提供新模式

随着中国经济进入新常态,经济不断发展的过程当中,出现了一些新型的经济模式,如:互联网经济、体验经济、创新经济等。文化创意与乡村旅游可以结合这些新型的经济模式,制定符合当地发展的新方案。互联网等新型模式与创意文化乡村旅游相结合,针对广西不同地点的资源优势进行乡村旅游主题体验设计,把服务融入到文化创意乡村旅游当中,让来参观的游客在整个旅游过程中感受到当地乡村的美好,让游客有一种值得回忆的感受。利用互联网知识共享的特点,可以为广西当地民族传统的文化提供新的文化创意设计思考方式,结合网络热词、设计形式、网络话题等,设计出符合不同年龄段消费者的文化创意产品,并策划出广西美

乡村旅游的方案。互联网的推广宣传,可以为广西乡村旅游提供新的平台,其优点是传播广、速度快、成本低、时间效果较长。广西乡村旅游可以通过对当地建设好的旅游项目进行照片拍摄,制作相关的海报或视频短片,通过热门的网站、微博、公众号等多种网络方式进行传播,提高人们对广西美丽乡村旅游的了解与认识,从而吸引更多的游客。互联网不断的发展,电商也成为当下流行的销售渠道,广西各乡村旅游可以打造新的文化创意产品,利用线上线下的销售方式,线上电商销售有利于提高销售和宣传。

5 广西壮族自治区文化创意与乡村旅游融合发展策略

5.1 产业模式的优化

产业模式能够帮助乡村旅游产业健康的发展,在互联网网络优化的背景下,合理利用网络的力量,对当前产业模式优化升级,就目前发展水平来看,是较好的策略体现,改造过程有两点:美化乡村旅游环境方案,利用导游资源推广。

美化乡村旅游环境方案策略主要针对广西壮族自治区文创乡村旅游业发展,其发展速度趋缓的原因之一是景区千篇一律,不够新颖,改变其现状的方法可以从美化乡村旅游环境方案着眼出发,就当前环境下,合理规划乡村旅游度假村的布局,应该多向游客展览农具,可设立一个农村小型博物馆供游客参观展览。或者为了弘扬劳动光荣的民族传统,可让游客参与到农作生活的体验,当地旅游管理者可以根据现有的环境,利用文化创新的走向,制定针对每个节假日、不同场景的布置手法向游客展示创意文化,除此之外,还可以在现有的资源背景下,利用场景美化并进行网络宣传,游客不用亲临现场也能提前了解当地情况。紧跟时代脚步,实现网络覆盖化。据调研发现,大部分人不愿意在乡村常驻的最主要原因是乡下信号极差,到达乡村度假,完全与世隔绝,在互联网极其发达的当今,人们离开了网络就倍感不适,因此要提高网络科技水平,以顺应现今网络文化的态势,发挥广西地区特色,营造美好乡村旅游环境。

利用导游资源推广,乡村旅游作为新兴的旅游产业,而且消费人群大多以集体活动的亲子活动以及单位活动的聚集地,在游客不了解景区的前提下,导游就是游客与旅游管理者的中介关系,能够起到沟通与组织的作用,是旅游活动的

重要组织者和领头人,对广西壮族自治区创意文化乡村旅游产业而言,根植于广西丰厚的文化蕴含,文创乡村旅游业更是需要导游助力宣传广西的传统文化知识,游客在有限的时间内,难以对当地文化有深入的了解,感受文创乡村旅游的轻松与自在的乐趣。导游能以简洁的思维向游客阐述当地的发展历史。当然,基于旅游业的高速发展,广西文创乡村旅游就对导游入职标准有了新的考验,因此需要优化导游形式,提高游客的旅游价值以及导游的工作效率。

5.2 网络宣传与销售

网络不仅给我们的生活带来便利,在互联网技术日益创新的今天,网络销售帮助了很多滞销的农产品走向中国各地,帮助不少农民脱贫致富^[5]。同时,互联网也为乡村旅游产业的推广宣传效力,互联网的便捷降低了产业宣传、产品销售的成本,营销范围越来越广阔,发挥互联网优势,拓宽了消费者的选择视野。网络宣传与销售策略的运用,让广西壮族自治区文创乡村旅游产业在同类产业竞争中出类拔萃,抢占市场先机,减少人力资源推广宣传^[6]。广西乡村旅游可以通过对当地建设好的旅游项目进行照片拍摄,制作相关的海报或视频短片,通过热门的网站、微博、公众号等多种网络方式进行传播,提高人们对广西乡村旅游的知名度,从而吸引更多的游客。互联网不断的发展,电商也成为当下流行的销售渠道,广西各乡村旅游可以打造新的文化创意产品,采用线上与线下相结合的方式销售,网络电商销售的方式有利于提高销量与宣传力度。

网络宣传与销售的策略可以更好的树立产业品牌形象,利用微信公众号推送宣传页面,购物APP实现无纸化交易。为了有效降低网络宣传、销售的风险,同行之间可以共同投资销售网络平台搭建,并且能够自由宣传乡村旅游产业及产品信息,在良性竞争的交易下,能够促使文创乡村旅游业共同发展,网络宣传推广难度较之导游宣传似乎更易一些^[7]。

5.3 文化创意民俗民风体验

文化创意民俗民风体验借助少数民族寨落、农村博物馆、文创工艺园、民族特殊节庆日等为体验模式,以保存完整的村落古建筑、民族舞表演、纯手工创意品为表现形式,让游客对乡村物质文化遗产有了新的了解,树立民族信心以及民族凝聚力,发展民俗民风乡村旅游与文创产业、物质遗产保

护产业协同进步的创新旅游体验模式^[8]。优秀文创乡村旅游案例可参考纽约古柏镇的农民年代博物馆。此博物馆是一个历史重建的并具有韵味的乡村，它为游客传达着简单农家生活的态度。普通展览馆只会通过物件和图片来反应历史真相，而在这个重建的19世纪的偏远社区中，游客能够亲身沉浸于此，游客被邀请参加一些那个年代典型的日常生活，而非被期待去努力的吸收事实和数据。可能迎面而来的就是当地农村妇女准备的新鲜烤面包的香气，她们都穿着那个年代的服饰；人们可以参加任意一个果园的收成活动，观看扫帚制作的过程，或者逛一逛农村的杂货店，那个年代的物件都被包装好了，拿出来售卖，就好像两百年前一样。由于当代人生活节奏太快，个人，工作，家人生活越来越支离破碎，越来越希望寻找一种靠近家的，可以提供共享休闲体验的环境，方便快捷，每周都可来，不像过去一样需要花费大量假期时间和预先计划。

6 结语

本文以广西壮族自治区文创乡村旅游产业为对象，对广西壮族自治区在文创乡村旅游产业发展过程中缺失文化现象严重，创意性的旅游产品稀缺，民族文化旅游的产业带动性

差等问题进行了归纳总结，并针对乡村旅游业发展提出发展策略，努力贯彻十九大的精神要义，努力将农业以一种新的姿态进入市场经济，更以绿色、健康、生态、休闲的生活方式存在于群众日常，带动中国乡村旅游业快速发展。

参考文献

- [1] 李霞. 文化创意产业与乡村旅游产业融合发展研究 [D]. 开封: 河南大学, 2013.
- [2] 韦丽云. 创意旅游村旅游提升战略——以桂林龙胜为例 [J]. 旅游科学, 2010(11).
- [3] 张祖群. 当前国内外乡村旅游研究展望 [J]. 2014(3).
- [4] 唐德荣. 乡村旅游行为研究 [D]. 四川农业大学, 2010.
- [5] 罗光华. “互联网+”背景下文化创意乡村旅游产业发展及升级对策研究——以贵州省为例 [J]. 中国农业资源与区划, 2016, 37(11): 231-236.
- [6] 陈文忠. 探究文化创意产业与乡村文化旅游的融合途径 [J]. 农家参谋, 2017(15): 275.
- [7] 张玉蓉. 统筹城乡背景下重庆乡村旅游发展的理性思考——基于乡村文化创意旅游产品的视角 [J]. 农业经济, 2010(10): 14-16.
- [8] 赵华, 于静. 新常态下乡村旅游与文化创意产业融合发展研究 [J]. 经济问题, 2015(04): 50-55.