

基于五感体验的南海旅游专列服务系统设计

丁熊^{1,2}

(1.澳门科技大学, 澳门 999078; 2.广州美术学院, 广州 510006)

摘要: **目的** 在体验式旅游背景下探索五感设计在旅游产品和服务创新中的运用。**方法** 介绍体验式旅游及五感体验、五感设计等概念, 分析相关设计原则。以“南海旅游专列”为例, 具体陈述五感设计的思路和方法, 包括视觉识别系统及 APP 设计、粤语语音服务系统设计、南海特色美食服务设计、南海非遗互动体验设计等。**结论** 基于五感的沉浸式旅游体验设计就是要结合浓厚的地域文化和娱乐氛围, 通过各类有形或无形、线上或线下的产品和服务, 为游客提供多样化的、深层次的五感体验, 并且尽量打通这五感, 让其在整个服务流程过程中做到相互支撑和反复刺激。

关键词: 体验; 五感; 旅游专列; 服务系统设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)10-0024-07

The Service System Design of Nanhai Tourism Special Train Based on Five Senses Experience

DING Xiong^{1,2}

(1. Macau University of Science and Technology, Macau 999078, China;

2. Guangzhou Academy of Fine Arts, Guangzhou 510006, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application of the five senses design in tourism product and service innovation under the background of experience tourism. This paper introduces the concept of experiential tourism, five senses and the of five senses design. As "Nanhai Tourist Special Train(NTST)" as an example, it elaborates the ideas and methods of five senses design, including VIS and APP design, Cantonese voice service system design, Nanhai special food service design, interactive experience design of Nanhai intangible cultural heritage, and so on. The design of immersive experience tourism based on five sense, is to combine the strong regional culture and entertainment atmosphere, through all kinds of tangible or intangible, online or offline products and services, provide divers and deep experience of five sense for tourists, and try to get through the five sense, let it be done to support each other and repeated stimulation in the whole service process.

KEY WORDS: experience; five senses; tourism special train; service system design

在体验经济时代, 随着旅游消费观念的日益成熟, 旅游经历的日益丰富, 人们的旅游活动不再局限于传统的观光、休闲和购物, 而是为了获得某种独特的体验, 一般包括娱乐消遣体验、逃逸放松体验、文化教育体验、审美猎奇体验、置身移情体验等内容^[1]。相当部分的年轻人认为, 现代旅游不仅在于自己到过

哪里, 而且更多的是一种生活方式的体验, 一种旅游心情的分享。

就旅游产品中的交通服务而言, 在我国, 高铁正成为游客出行的首选方式之一。2014 年 10 月, 北京铁路局推出了“江南行”旅游专列, 直接服务于北京至华东 5 市(包括上海、杭州、苏州、无锡、南京)为

收稿日期: 2017-03-15

基金项目: 广东省普通高校特色创新类项目(人文社科类)(2015WTSCX052); 2016 年广东省本科高校高等教育教学改革项目; 广州美术学院本科质量工程教学改革重点项目(JXGG201603)

作者简介: 丁熊(1977—), 男, 江苏人, 澳门科技大学人文艺术学院博士生, 广州美术学院副教授, 主要从事公共产品设计与服务设计方面的研究。

期5日的旅游产品。同类型的产品还有很多,高铁旅游已经成为目前国内旅游产品中的一大亮点。

1 体验式旅游与服务系统设计

2001年6月,在一份关于澳大利亚旅游业发展报告中,“体验式旅游”这个概念首次被提到,之后国外一些学者也给出了若干种概念。浙江大学管理学院学者徐林强(2006年)在综合前人成果基础上,给出了较为完整的定义:体验式旅游是一种预先设计并组织的、游客需要主动投入时间和精力参与的,对环境影响小、附加值高的旅游方式,游客通过与旅游产品间的互动,获得畅爽旅游体验,实现自我价值^[2]。宋咏梅(2006年)从旅游供给者和旅游者这两个角度对体验旅游加以定义,指出旅游经营的中心任务不再是单纯提供旅游产品与服务,而是为游客塑造难以忘怀的旅游体验,满足游客消遣娱乐、求知审美、自我实现等更高层次的需求^[3]。体验式旅游的特征大体可以归纳为“个性化”、“参与性”以及“注重过程”3个方面:体验式旅游追求产品的个性化,力图以独一无二、针对性强的服务让游客感受这种特性,满足其求新求异的心理;通过参与互动活动,旅游者能更深层次地感受旅游消费的每一个细节,体会旅游产品的内涵和魅力,获得更直观和深刻的旅游体验;与传统观光休闲旅游相比,体验式旅游注重的是游客对旅游产品的感受、体验和享受的过程,而不是一味追求“到此一游”的旅游结果,从某种程度上更强调感知和理解这样的心理体验过程。不难看出,体验式旅游更着重的是给游客带来一种异于其本身生活的体验,比如为城市人提供乡村生活的体验,或为游客带来不同地域、不同年代生活的体验。

服务设计是近年来新兴的一门边缘学科,是一种全新的设计思维方法。体验是服务设计和创新的核心,也是体验式旅游最显著的特征。服务、体验和产品一样,都是需要设计的。这将是一个系统的解决方案,包括服务模式、商业模式、产品平台和交互界面、用户体验、品牌系统等的一体化设计^[4]。尤其是在当前智慧旅游、体验式旅游大行其道的背景下,旅游产品与服务的设计将更多关注于将系统设计、服务设计、体验设计等理念融入到产品及服务的规划与流程本身,通过服务蓝图规划、产品设计、视觉设计和环境设计来提升服务的易用性、满意度、忠诚度和效率,从而提高服务质量,改善用户(包括服务人员、管理人员等服务提供者和游客等服务接受者)的使用体验^[5]。这种体验,从时间维度来说,通常贯穿于整个产品服务系统的全流程,从用户角度来说,则是一种纯主观的、在使用产品或服务过程中建立起来的心理感受。用户的感受主要由印象、功能性、使用性和内容4种因素构成,而首当其

中的印象则由包含五感在内的感官冲击得来,因此,五感体验和五感设计对于旅游服务创新的重要性不言而喻。

2 五感体验与五感设计

“五感”是人体发挥5种感官而形成的视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉,从狭义上是指在生理意义上单纯地由人的眼、耳、鼻、舌、身的生理感官作用,从而形成对事物和环境的视觉感、听觉感、嗅觉感、味觉感、触觉感;从广义上是指人通过人体5种感官,对周围事物进行有意识地观察、感知、分析、处理,经大脑的综合加工形成更高层次的理性建构^[6]。五感体验是一种知觉体验。在现代设计中,充分融入五感体验,可以将设计作品的成效最大化,给大众带来立体的感官感受^[7]。

目前,五感设计的理论和方法主要运用在景观设计领域,在产品设计和旅游项目开发中也偶有提及。简单来说,可以将五感设计的原则归纳为视觉主导原则、综合运用原则及语境统一原则^[8]。创意旅游产品和服务强调高参与性和高体验性,重视产品的创造性和独特性,追求服务的差异化和故事性,以获得深度的体验感受。人体的五官正是游客在旅游过程中感受各类体验的“接收器”,对食住行游购娱方面的旅游产品有意识地进行感性或理性的分析处理,进而形成了更高层次的旅游心理^[9]。

3 基于五感体验的南海旅游专列服务系统设计

3.1 “南海旅游专列服务系统”概念的提出

南海是广东省佛山市5个行政辖区之一,地处珠江三角洲腹地,紧连广州,毗邻港澳。南海是岭南文明、广府文化发源和传承地,是黄飞鸿、康有为、叶问的故乡;醒狮、南拳、龙舟等固有民俗得到了很好的继承和发展^[10]。就交通路网而言,南海是广州往粤西、海南、西南的交通要冲,境内有多条高速公路、铁路以及江河干流经过,尤其与中国十大高铁站中排名第七的广州南站^[11]近在咫尺,车程仅为30 min左右。随着广州南站2010年投入使用以及2014年贵广、南广高铁的开通,以西樵山为代表的南海西部文旅产业,已率先在高铁经济带上“掘金”^[12]。

相较于一般的列车而言,高铁车厢在空间的舒适性和服务的人性化方面都有明显的提升,然而,高铁车厢毕竟是一个相对封闭的空间,在到达旅游目的地之前,如何为旅游者提供更好的乘坐体验,如何让原本枯燥的往返旅途,同样成为旅行过程中难忘的记忆点?纵观国内热门高铁旅游线路,着力在列车服务本身的产品创新

并不多,也明显不到位。在竞争如此激烈的旅游市场中,体验式旅游方式和个性化服务已然成为一个大的利润点和商业市场,是旅游企业改善产品体验,提升服务质量,推广旅游品牌的有效途径之一。在此背景下,提出打造“南海旅游专列服务系统”(Nanhai Tourism Special Train Service System,下文简称“NTST 服务系统”),是一个极具战略高度和创新思维的举措。

NTST 是一个具有独特视觉形象并将其延伸至整个列车空间,同时配备了专门 APP 的服务系统,游客可通过该系统购买专列车票、预定景区门票及酒店,更具特色的是在旅途过程中可以预约并参与车上各项特色服务与体验活动,包括特色餐饮、美食制作、非遗体验等,真正做到了线上线下一体化,NTST 服务系统见图 1。

根据体验式旅游的设计理念和原则,NTST 服务系统从旅游者的体验入手,努力创造乘车全流程、全方位的立体感受,做到“可参与、可互动、可感受、

可享受”,且在服务内容上需根据南海地域特色推陈出新,突出创造性和差异性。具体来说就是需要做到:突出主题性原则、挑战性原则、现场真实性原则以及丰富体验类型、增加体验深度的原则。同样,基于五感体验和五感设计的思路,NTST 服务系统也将通过整体的视觉识别系统、APP、方言语音系统、特色美食服务、互动装置体验等方式,最大程度调动游客的 5 种感官,给予或新奇、或趣味、或愉悦的刺激,从而为游客带来不一样的乘车体验,NTST 系统服务中的五感设计见图 2。具体包含 3 个层面:对于前往南海的游客而言,可以提前了解旅游目的地的风土人情、民俗风貌等,以便更好地融入当地文化;对于将要结束旅行正在返程的游客而言,可以通过使用车内各项设施来回味旅行的美好记忆,加深印象;而对于其他游客(中途下车的游客或是一般的出差旅客)而言,如此有特色的专列服务,也是一个了解南海地域文化和旅游产品的窗口。

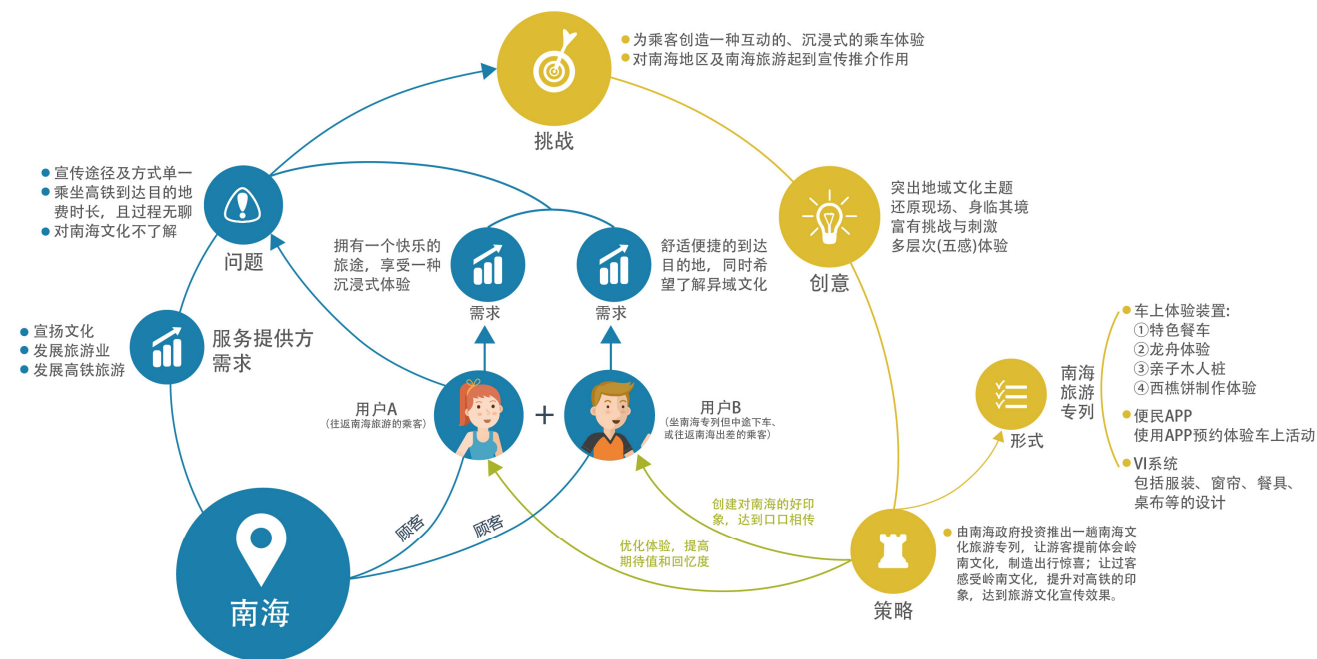


图1 NTST 服务系统
Fig.1 NTST service system

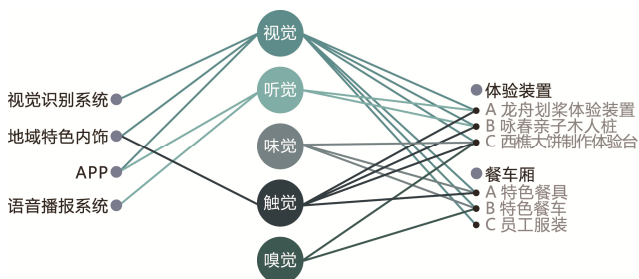


图2 NTST 系统服务中的五感设计
Fig.2 Five senses design in NTST service system

3.2 视觉识别系统及 APP 设计

在人类的生活活动中,至少有 80% 以上的外界信息经视觉获得,视觉是人类最重要的感觉。前文也提到,五感设计的原则应以视觉为主导,因此 NTST 服务系统的设计首先从视觉识别系统开始。这个系统由标志、辅助图形与辅助色及其基本的应用构成。

作为核心内容的标志设计,在造型上以“南海专列”中文字样为出发点,结合岭南建筑中满洲窗的语义和风格,将文字图形化,形成了一枚识别性强且独具地域特色的标志。从系统的色彩设定来看,调和的蓝色、绿色

两种基本色来源于南海岭南水乡的自然风貌,也符合南海旅游景观青山绿水的特征;加上黄色、棕色这两种具有亲和力的辅助色彩,使系统的配色在视觉上呈现出丰富的层次和和谐的意境。

视觉识别系统应用中同样重要的是辅助图形。深入挖掘南海旅游元素和非物质文化遗产,设计团队提取了龙舟、锅耳屋、四方竹 3 种元素,设计成辅助图形,并以直线与圆点为基本设计语言,衍生出了窗帘、餐桌布、列车服务员制服(选配)及胸章等设计,使整个列车车厢呈现出一种扑面而来的岭南视觉情调,范婧仪设计的 NTST 视觉识别系统,见图 3。

NTST 服务系统设计的第二步是应用(APP)的

设计。目前国内同类旅游 APP 的功能大多侧重于服务前,即旅游信息推送、地域文化概况、景点介绍、酒店及餐饮推介等,现有的南海旅游官方 APP 也是如此。新的设计在此基础上改造而来,在保留和完善基本功能的前提下,设计团队结合旅游专列概念,将加强互动和丰富用户体验作为设计重点,尤其是用户在乘坐专列过程中的体验,包括利用 APP 购买专列车票,预约使用车上有关南海非遗的系列体验装置,了解并享用南海特色美食等功能。新的界面设计在色彩上,也延续使用了 NTST 视觉识别系统中的标准色、辅助色和辅助图形,翁晓婷、范婧仪设计的 NTST 应用功能及界面,见图 4。

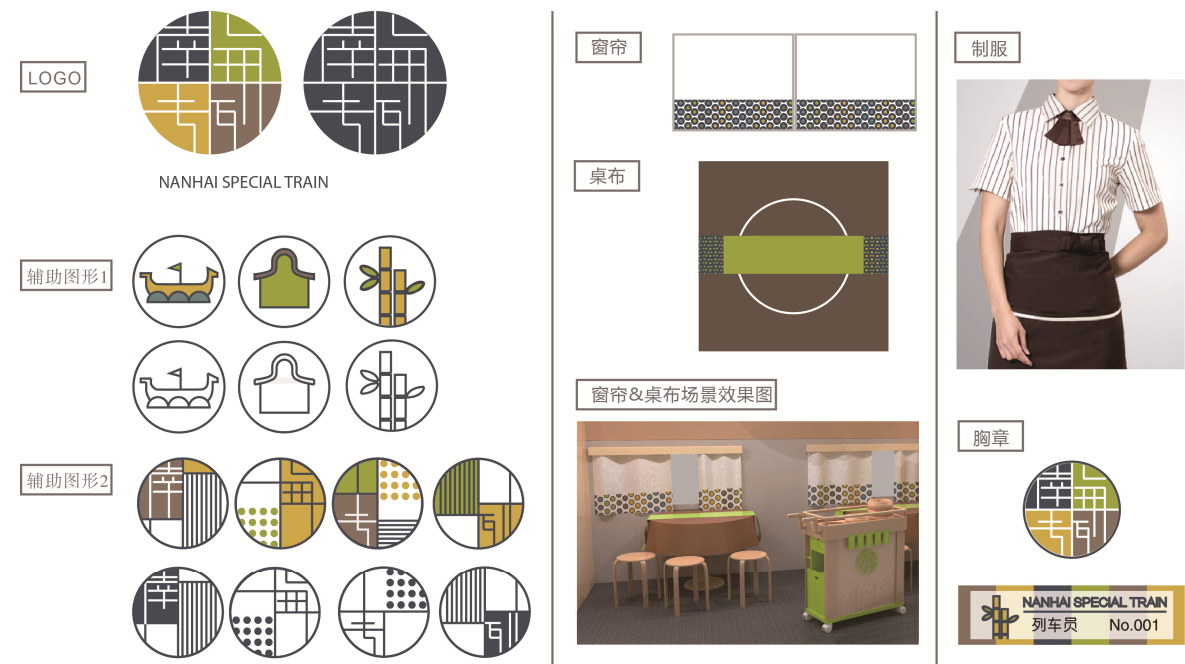


图 3 NTST 视觉识别系统
Fig.3 NTST Visual Identity System

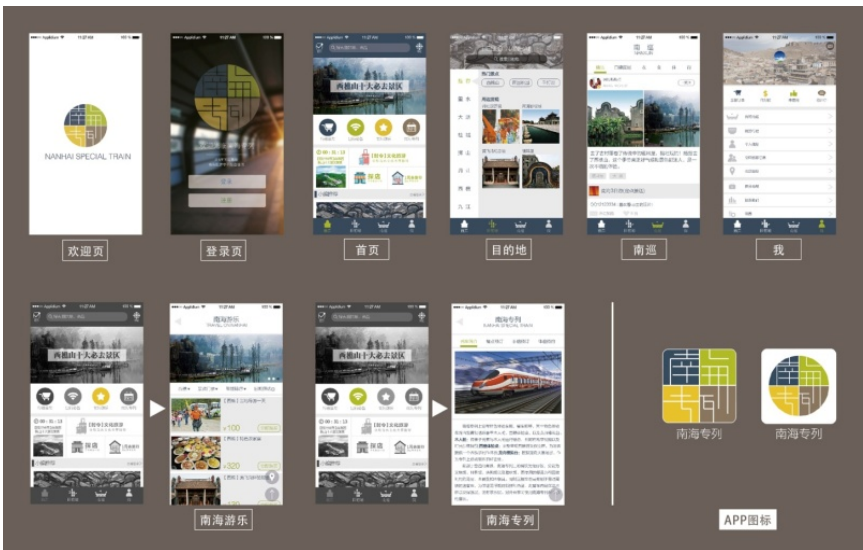


图 4 NTST 应用功能及界面
Fig.4 The function and interface of NTST APP

3.3 地域特色服务及触点创新设计

一个有地域特色的服务系统仅有视觉上的高识别度显然是不够的,尤其是对于体验式旅游而言,更需要来自于除视觉以外的其他感官的刺激和感受,以及由此带来的别样的、多样的体验。体验类型的多样性是吸引游客、保持旅游地持续发展的动力。根据不同的标准,旅游体验可以划分为不同的类型。Pinell 和 Gilmore (2007 年)提出的让人们感觉最丰富的体验,是同时包含娱乐、教育、遁世、美学 4 个类型的体验。一般来说,体验类型越丰富,

游客体验效果越好^[13]。

NTST 服务系统的多样性体验设计和五感设计,体现在若干极具地域特色的服务创新及触点设计当中,分别是以听觉刺激为主的粤语语音服务系统;综合视觉、嗅觉和味觉体验的南海特色美食服务;全面调动和运用五感的南海非遗互动体验装置。前者的服务分布于整个专列,而后两者则集中体现在列车的餐车以及与其相邻的一节车厢,从而构成 NTST 独有的、也是核心的南海文化体验车厢,翁晓婷、郑佩璇、范婧仪、陈嘉华设计的 NTST 体验车厢,见图 5。

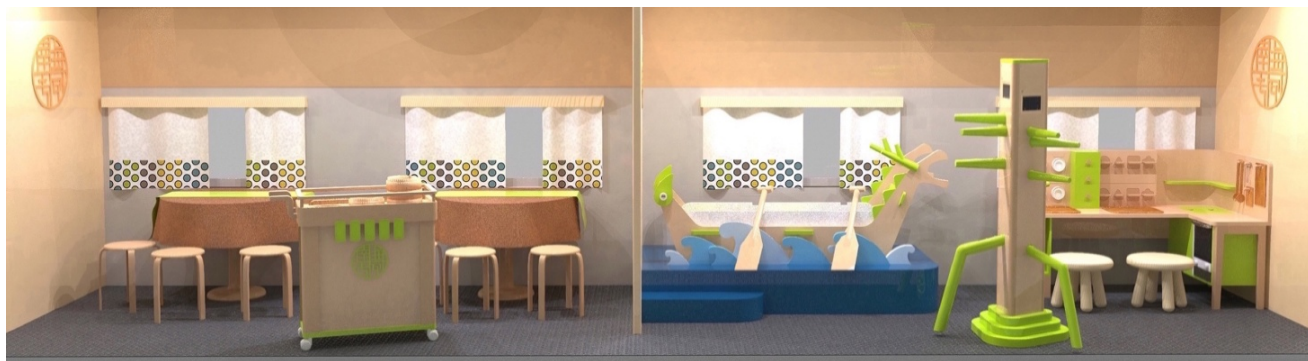


图 5 NTST 体验车厢

Fig.5 NTST's experiential carriage

3.3.1 粤语语音服务系统设计

NTST 中的粤语语音服务包含两个使用场景。一个场景是车载语音播报系统,NTST 采用普通话、粤语和英语 3 种语言进行报站。如果是长途(车程超过 4 h)专列,车载的娱乐节目中也将加大粤语节目的播出,包括粤剧、粤语流行歌曲、粤语广告片等。粤语的加入,可以让游客在去程时提前进入旅游目的地的语境,感受方言的魅力,在返程时借由独特的语境氛围和视听享受来回味美好的旅途。另一个场景是 APP 当中的“学说广东话”功能,对于外地游客而言,学说几句当地方言不仅是旅途中的乐趣,也能为旅行过程中带来一定的便利。像“唔该(不好意思,麻烦你)”、“唔该晒(谢谢)”、“靚女(女性服务员称谓)”、“便滴得唔得(可不可以便宜一点)”等日常用语,能迅速拉近游客与当地居民和商家的距离,进而产生良好的互动体验。

3.3.2 南海特色美食服务设计

品尝美食是游客的一项重要旅游需求。饮食不仅能满足游客的生理需求,而且还能展现目的地饮食的文化、养生功能^[14]。以“南(南海)番(番禺)顺(顺德)”美食为代表的粤菜和南粤饮食文化,因其选料严格、做工精细、中西结合、质鲜味美、养生保健等特点而名扬天下,也往往是吸引游客前往南海旅游的主要原因之一。因高铁列车空间和加工条件的限制,

普通高铁上售卖的食品一般以干粮、零食、水果、饮料为主,主食方面则以方便面或易加工的快餐饭盒为主。这些千篇一律的食品既无品质更无特色,很难符合 NTST 的定位及高体验要求。设计团队综合考量口味、价格、加工方式及送餐流程之后,选择了广受人民群众喜爱的笼仔荷叶饭作为专列提供的主食。笼仔荷叶饭是广东汉族传统美食之一,其最大特点是浓浓的饭里浸着浓浓的荷叶香,种类主要有腊味饭、香菇滑鸡饭、豆豉排骨饭、卤味饭、海鲜饭等。笼仔饭配料多样,可最大程度上符合来自大江南北各地游客的口味。除此之外,因笼屉特殊的材质以及始终保持加热状态,热气腾腾是笼仔饭的另一大特色。这些都能改变以往高铁快餐品种单一和冷冰冰的感受。据此,设计团队设计了一辆专门配送笼仔荷叶饭的送餐车。该送餐车在体量和结构上,分别借鉴了现有高铁食品手推车以及旧时粤式茶餐厅中的点心车,功能上除笼仔饭的加热和保温外,还有相应的餐具、餐盘、笼屉收纳功能,加上配送的茶水,让游客在相对有限的高铁车厢环境中也能品味到正宗的、有品质的南海美食。毫不夸张地说,吃色香味俱全的荷叶笼仔饭,是一种视觉、嗅觉、味觉上的粤式享受。

3.3.3 南海非遗互动体验设计

文化遗产尤其是非物质文化遗产是南海旅游中较为丰富的内容,对前来南海旅游的游客而言,也是

最有吸引力的项目之一,参与和体验的意愿和积极性极高。基于参与性、挑战性、和还原性等原则,设计团队选取了南海文化遗产中较有代表性的西樵大饼、咏春拳、龙舟3个项目来作体验装置的创新设计,并以此构建 NTST 特有的文化遗产体验服务。

西樵大饼是南海西樵山特色小吃之一,已有300年历史,远近驰名。其特点是松软、香甜,入口松化。基于好奇心和体验的需求,游客在品尝了好吃的美食后都有了解其制作方法并动手制作的愿望,设计团队通过设计一款西樵大饼制作体验台来满足这样的需求。整个体验台用直观、简洁和易操作的方式,展现了西樵大饼的制作过程:游客通过 APP 预约体验活动后,在服务台领取已发酵好的面种,根据图文提示加入面粉、猪油、食粉、枧水一起搅匀,制成面团;为提高趣味性,游客可以用模具压制成自己喜欢的形状,然后放进烤箱烤制,出炉时在饼面上撒上扑粉即可食用。刚出炉的西樵大饼外形完整,色泽雪白,香气扑鼻,加上是自己亲手制作的,这个过程中,视觉、味觉、嗅觉和触觉奇妙地整合在一起,对体验者来说就是满满的参与感和幸福感。当然,如果游客还可以把自己的“作品”用专门设计的包装袋打包,作为旅游手信带给亲朋好友。

咏春拳是一门颇具特色的中国传统武术,属南拳的一种,是一门制止侵袭的技术,是一种正当防卫、合法使用武力的拳术。咏春的起源虽然有多种说法,版本不一,但是因叶问、李小龙等人的传承,咏春成名于佛山南海并在全世界发扬光大是不争的事实。无论华人还是其他人种,每个男孩或少年的心中都有一个“中国功夫梦”,来南海旅游往往是他们的“功夫梦之旅”,即使不能系统的学习,他们也希望有机会体验。咏春的主要练习方式包括双人对练的“黐手”、“黐脚”,可以借助贴墙沙包、三星桩、木人桩、刀、棍等器械训练。设计团队在挑战性、趣味性、易用性的综合考虑下,设计了一款亲子型智能化木人桩。该装置在原有木人桩结构基础上改良而来,高矮不一的三面结构可同时容纳一家三口使用,以此来满足不同性别、不同年龄层游客的需求。装置的每一个立面分别设置了一块显示屏,内有简化版的教程视频,将咏春拳的攻法、手法、步法和腿法融合并以动画的、视觉化的方式同步循环播放,此外,所有的桩手包有柔软的毛毡,且置入了 LED 指示灯,通过编程随招式的改变而闪烁不同颜色的灯光,这样游客就可以一边观看视频,一边在灯光的引领下进行各种咏春拳基本套路的体验。再有,通过内嵌在桩手里的智能感应模块,系统会自动识别游客的动作是否正确或到位,并给予不同的音效反馈。纵观整个装置,从编程到声光电技术的运用,再到木材、织物等材料的选取,无一不是从用户感官(视觉、听觉、触觉)和体验角度出发,

并最终筛选的结果。

同样是大众运动类型的非遗文化项目,扒(赛)龙舟在南海以及岭南甚至全国各地,都有着更为广泛的群众基础,熟悉度高,竞赛规则简单,游客的参与度也相应较高,因高铁列车空间有限,设计团队设计的龙舟划桨体验装置虽然只有两个座位,但是通过计数器、音箱和操作面板等功能模块的加入,可提供两种游戏模式:两人坐在船上,开锣指令发出后迅速划桨,规定时间内划桨到位并次数多者胜,这是考验个人动作敏捷性的竞技型玩法;根据装置播放的模拟鼓点,两人跟着节奏互相配合划桨,同时落桨才可得分,这是考验双人默契度的合作型玩法。游戏过程中,该装置同样会给予音效上的及时反馈,例如水声、鞭炮声以及欢呼声,力求最大限度上还原在水中扒龙舟的场景和体验。该装置还有一个高级版,那就是可以在装置基座中安装机械结构,游戏启动后船身会随“波浪”起伏;可以在装置前方的墙面上配备喷气口,划桨力量越大,迎面而来的风力也越大,甚至还夹杂着一些水气和风的味道;还可以将装置侧面的列车窗户改造为 LED 显示屏,播放岸边景色后退的画面,划桨越协调船体前进速度则越快。试想在这样的游戏情境下,尽管是虚拟的,但来自全身的感受(视觉、听觉、嗅觉、触觉)确是真实的,体验也自然是新奇、爽快和超乎预期的,就像欣赏 4D 电影一样。

4 结语

从上述多维度的尝试可以看到:基于体验式旅游的需求,NTST 服务系统从五感体验和五感设计入手,结合浓厚的南海地域文化和娱乐氛围,通过各类有形或无形、线上或线下的产品和服务,为游客提供多样化的、深层次的感官体验,引导他们快速、充分地进入角色,全方位地体验角色转换的愉悦。这种全方位不仅仅体现在视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉的彼此打通与不分界线,即所谓的通感^[15],更体现在这五感在整个服务流程全时段的相互支撑和反复刺激。这就是 NTST 服务系统所要达到的基于五感的沉浸式南海旅游和文化体验。

参考文献:

- [1] BEEHO A J, PRENTICE R C. Conceptualizing the Experiences of Heritage Tourism[J]. *Tourism Management*, 1997, 18(2): 75—87.
- [2] 徐林强,黄超超,沈振烨,等.我国体验式旅游开发初探[J]. *经济地理*, 2006(S2): 24—27.
XU Lin-qiang, HUANG Chao-chao, SHEN Zhen-ye, et al. A Fundamental Research on Experiential Tourism Exploiting in China[J]. *Economic Geography*,

- 2006(S2): 24—27.
- [3] 宋咏梅, 孙根年. 论体验旅游的理论架构与塑造原则[J]. 社会科学家, 2006(6): 115—119.
SONG Yong-mei, SUN Gen-nian. On the Theoretical Framework and Principles of Experiential Tourism[J]. Social Scientist, 2006(6): 115—119.
- [4] 罗仕鉴, 朱上上. 服务设计[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
LUO Shi-jian, ZHU Shang-shang. Service Design[M]. Beijing: China Machine Press, 2011.
- [5] 丁熊, 刘毅, 刘珊, 等. 智慧旅游背景下的景区公共产品与服务系统设计[J]. 包装工程, 2016, 37(12): 149—154.
DING Xiong, LIU Yi, LIU Shan, et al. Public Product and Service System Design in Scenic Areas under the Background of Wisdom Tourism[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(12): 149—154.
- [6] 周梦佳, 蔡平. “五感”设计在景观中的研究与应用[J]. 黑龙江农业科学, 2011(1): 83—86.
ZHOU Meng-jia, CAI Ping. Research and Application of Five Senses Design in Landscape[J]. Heilongjiang Agricultural Sciences, 2011(1): 83—86.
- [7] 钱靓, 叶聪. 基于“五感”体验的现代艺术设计研究[J]. 包装工程, 2016, 37(20): 220—223.
QIAN Liang, YE Cong. Modern Art Design Based on the "Five Senses" Experience[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(20): 220—223.
- [8] 吴兹古力. 五感与视觉语言的关联性研究[D]. 西安: 西安美术学院, 2012.
WU Zi-guli. The Study of the Relationship between the 5 Senses and the Visual Language[D]. Xi'an: Xi'an Academy of Fine Arts, 2012.
- [9] 谢翠玲, 陈秋华, 苏玉卿, 等. 五感视角下的乡村创意旅游产品开发研究——以棋磐寨采桑园为例[J]. 林业经济问题, 2015, 35(1): 63—67.
XIE Cui-ling, CHEN Qiu-hua, SU Yu-qing, et al. A Study on the Exploitation of Rural Creative Tourism Product by Using the Perspective of Five Senses: a Case Study of Qipan Stockaded Village Mulberry Field[J]. Issues of Forestry Economics, 2015, 35(1): 63—67.
- [10] 南海旅游官方网站[EB/OL]. <http://www.nhvisit.com>.
The Official Website of Nanhai Tourism[EB/OL]. <http://www.nhvisit.com>.
- [11] 经典网. 中国十大高铁站排行榜[EB/OL]. (2016-11-16). <https://www.ishuo.cn/doc/blshmiqf.html>.
Classic Network. The Top Ten High-speed Rail Stations List of China[EB/OL]. (2016-11-16). <https://www.ishuo.cn/doc/blshmiqf.html>.
- [12] 高铁时代的南海文旅想象[N]. 南方日报, 2015-03-27.
The Culture and Tourism Imagination of Nanhai in the Ara of High Speed Railway[N]. Nanfang Daily, 2015-03-27.
- [13] 许林, 鲍宏礼. 旅游体验设计理念与旅游产品体系构建——以武汉市新洲区为例[J]. 企业经济, 2007(2): 91—93.
XU Lin, BAO Hong-li. The Design Concept of Tourism Experience and the Construction of Tourism Product System: a Case Study of Xinzhou District of Wuhan[J]. Enterprise Economy, 2007(2): 91—93.
- [14] 张春莲. 五感体验模式下碛口旅游项目开发探究[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2012(12): 164—165.
ZHANG Chun-lian. Study on Qikou Tourism Project Development in the Five Sense Experience Mode[J]. Journal of Taiyuan Urban Vocational College, 2012 (12): 164—165.
- [15] 钱钟书. 七缀集[M]. 北京: 三联出版社, 2002.
QIAN Zhong-shu. Qi Zhui Ji[M]. Beijing: Sanlian Press, 2002.