

古城镇旅游地酒吧的飞地属性及其特征研究

——以凤凰古城为例

黄翅勤, 唐 祎*, 彭惠军

衡阳师范学院地理与旅游学院, 湖南 衡阳
Email: *46501652@qq.com

收稿日期: 2021年1月18日; 录用日期: 2021年2月8日; 发布日期: 2021年2月22日

摘 要

受全球化与现代化的影响, 我国古城镇旅游地酒吧的飞地问题日益凸显。本文以凤凰古城酒吧为例, 综合运用实地考察与访谈法研究古城镇旅游地酒吧的飞地属性及其特征、形成原因。研究表明: 古城镇旅游地酒吧具有异质的消费空间、异样的休闲文化、异化的旅游形象等文化飞地特征; 具有当地经济的有限促进、本地居民的低水平就业的经济飞地特征; 具有小众消费群体、大众社会问题、特殊管理模式等社会飞地特征。针对酒吧的飞地属性提出了古城镇旅游地酒吧的管理建议。

关键词

古城镇旅游地, 酒吧, 飞地, 凤凰古城

Research on Attributes and Characteristics of Enclave in Tourist Destination of Ancient Town

—Taking Fenghuang Ancient City as an Example

Chiqin Huang, Yi Tang*, Huijun Peng

College of Geography and Tourism Management, Hengyang Normal University, Hengyang Hunan
Email: *46501652@qq.com

Received: Jan. 18th, 2021; accepted: Feb. 8th, 2021; published: Feb. 22nd, 2021

*通讯作者。

Abstract

Under the influence of globalization and modernization, the problem of “enclave” of bars in tourist destinations of ancient towns in China has become increasingly prominent. This paper takes the bar of Fenghuang Ancient Town as an example to study the “enclave” attribute, characteristics and formation reasons of the bar in ancient town tourist destination by using field research and interview methods. The results show that the bar in the tourist destinations of ancient towns has the characteristics of cultural enclaves, such as different consumption space, different leisure culture and alienated tourist image. It has the characteristics of economic enclave with limited promotion of local economy and low level employment of local residents. And the features of social enclaves include small consumer groups, mass social problems and special management modes. In view of the bar’s “enclave” attribute, this paper puts forward some suggestions on the management of the bar in the tourist destination of ancient towns.

Keywords

Ancient Town Tourist Destination, Bar, Enclaves, Attributes, Fenghuang Ancient City

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着旅游开发进程的加速及游客的增加，古城镇旅游地的酒吧逐渐增多。酒吧在促进旅游经济发展的同时让古城镇的地方文化变得更加丰富与多元。酒吧作为一种舶来品，是全球化与本土化杂糅特征最为典型的消费地[1]。融合本土与外来文化的“第三种文化”能让古城镇旅游地因为不同文化的彼此关联、融合而获得一种新的生命[2]。大部分年轻游客认为酒吧不但没有破坏古城镇的宁静氛围，而且是古城气质的重要补充，二者相得益彰[3]。但同时也看到酒吧偶遇节营销、酒托宰客、噪音扰民等负面事件对古城镇旅游形象所产生的负面影响，并且部分游客认为酒吧的风格与古城镇的氛围格格不入，更像是外地游客的专属“飞地”。因此，本文意在通过实地考察与访谈了解不同群体对古城镇旅游地酒吧的认知，梳理古城镇旅游地酒吧飞地的文化、经济和社会属性与特征及其影响，并提出针对性策略，以实现凤凰古城文化的保护与可持续发展。

2. 理论回顾

1526年签订的马德里条约文件首次提出“飞地”一词，它指的是隶属于某一行政区管辖但又游离于该行政区主体范围之外的土地[4]。最初的飞地概念强调其政治属性和行政划分，但随着研究的深入，飞地概念所包含的经济、文化、资本等隐喻受到了关注。社会学与人口学研究者认为飞地是“集中在不同空间位置的移民群体，并组织服务于他们自己的种族市场或一般人口的各种企业”[5]，是“移民或种族集中”[6]，并形成种族、族群和租借等文化飞地[4]。后来“飞地”概念被引入旅游研究当中，指被隔离的大众旅游设施[7]。主题公园、游轮、度假区、岛屿等旅游目的地或旅游设施因为其与所在社区的基质景观和文化背景截然不同，因此，与社区经济不相融合的“二元经济结构”成为了飞地旅游研究的焦点[8]。“飞地旅游”降低了旅游乘数效应，减少了旅游业对区域经济发展的积极影响，并会产生诸多消极

影响。另外,一些细分化的飞地类型也受到了关注,如Cohen通过对背包客飞地研究指出背包客飞地的发展历经开始、飞地化、平常化和最终内移四个轨迹,其特征是异质的和可渗透的实体,并培养了一种共同感[7],表现出共同的流动亚文化[9],因此,飞地又可被称为“亚文化聚集之地”[9]。发展中国家的酒吧是亚文化的聚集地[10],旅游目的地的酒吧是全球化下外来文化的消费空间的植入,酒吧文化与本地文化存在明显差异,主要消费群体是游客而非本社区居民。酒吧通过划定旅游空间导致大部分当地人被排除在公共休闲空间之外,正是飞地旅游的特征之一[11]。因此,酒吧因其文化异域性、消费全球化而被视为一种飞地文化。当前酒吧研究成果主要集中在酒吧文化对当地文化的冲击与影响[10]、城市酒吧的空间生产[1]、古镇酒吧体验[12]等方面,虽涉及酒吧的飞地特征,但尚未对此问题展开深入探讨与分析。另外,已有古城酒吧研究多从文化视角探讨其对古城地方性的文化重构的正面影响[3],较少关注其经济、社会方面的负面作用。因此,全面审视与客观分析酒吧对古城旅游地的影响效应是全球化背景下古城旅游地文化保护所面临的重要课题。

3. 案例地选择与研究方法

3.1. 案例地选择

凤凰古城古称“镇竿”,位于湖南省湘西土家族苗族自治州的西南部,是中国历史文化名城、首批中国旅游强县、国家4A级景区、全国十佳优秀旅游城市,曾被新西兰著名作家路易艾黎称赞为“中国最美丽的小城”。2001年,凤凰古城的第一家酒吧在沱江边开业,随着大量游客的涌入,以酒吧为主要代表的夜间休闲场所逐渐增多,并出现了音乐吧、清吧、闹吧等不同类型的酒吧以满足不同旅游者的需求。自酒吧在沱江边形成规模后,与安静古朴的古城氛围形成鲜明对比的凤凰酒吧一条街生产消费空间形成,且频繁地出现在游客的点评和摄影日志里,成为凤凰古城夜间旅游的主要商业形态。目前凤凰古城现存酒吧约六十家,其中大部分为清吧,闹吧不足十家,受新冠肺炎疫情影响部分酒吧已暂停营业或转型为餐饮店。

3.2. 研究方法

本文采用实地考察与访谈法研究凤凰古城酒吧的飞地属性。研究人员首先对凤凰古城景区进行了实地考察,获取了凤凰古城的酒吧类型、数量、分布区域、营业时间等信息,在此基础上通过对利益相关者进行访谈法获取凤凰古城酒吧的发展历程、管理方式、公众看法等信息。此次共访谈28人,包括政府及景区工作人员11人、当地居民5人、游客6人、酒吧工作人员6人(表1)。

4. 凤凰古城酒吧的飞地属性及特征

4.1. 文化飞地属性及其特征

4.1.1. 异质的消费空间

作为城市游客重要夜间消费场所的古城酒吧遵循城市酒吧的现代化经营规则与理念。凤凰古城酒吧的名字和招牌大多采用西式的命名以招徕城市甚至国外游客,其外部装饰尽管仍然以明清时期风格“二屋吊式”的吊脚楼[4]为主体框架,但却根据经营需要对其进行了现代化改造,特别是受当地政府“亮化工程”的影响,五颜六色的灯饰让凤凰古城酒吧成为了一个灯红酒绿的城市空间。酒吧内部则包括标准化的昏暗灯光、新潮的乐队表演、专业音响设备以及鸡尾酒、气泡酒、啤酒等各式各样的酒类商品,呈现出一种与古城安宁古朴氛围极不相符的异域特质。凤凰古城酒吧由外到内所展现出的装修风格、消费项目、服务方式会带给城市游客熟悉感,但当他置身于古城之中、酒吧之外时又觉得酒吧是古城内的一个异质化消费空间。正如游客访谈对象YK6说的“我觉得这些酒吧在装饰和店面的外表上我觉得和古城

的形象一点都不搭,特别是众多五彩绚烂的灯光显得和安静的古城格格不入,给我一种错乱复杂的感觉。”游客认为酒吧的装饰和灯光与古城安静的氛围不相符合,拼接式的混搭带来了强烈的视觉冲击,让游客产生了一种不真实感,酒吧似乎是异于古城的存在。

Table 1. List of interviewees

表 1. 访谈对象一览表

| 编号 | 身份 | 性别 | 采访地点 | 对象类别 | 编号 | 身份 | 性别 | 采访地点 | 对象类别 |
|-----|------------|----|-------------------|-----------|-----|---------|----|--------|--------|
| ZF1 | 县政府工作人员 | 女 | 凤凰县政府政府办 | | YK1 | 学生 | 女 | 十字街 | |
| ZF2 | 县政府工作人员 | 男 | 凤凰县政府信访接待中心 | | YK2 | 学生 | 女 | 水木酒吧 | |
| JQ1 | 城管 | 男 | 古城休息区 | | YK3 | 学生 | 男 | 虹桥 | 旅游者 |
| JQ2 | 城管 | 女 | 沱江边 | | YK4 | 学生 | 女 | 沱江边 | |
| JQ3 | 游客投诉中心工作人员 | 女 | 凤凰古城游客投诉中心 | | YK5 | 自由职业者 | 女 | 边城故事酒吧 | |
| JQ4 | 工商局工作人员 | 女 | 凤凰县工商管理局 | 政府、景区工作人员 | YK6 | 带团全陪导游 | 女 | 雪桥 | |
| JQ5 | 环卫工人 | 女 | 沱江石凳 | | JB1 | 酒吧服务人员 | 女 | 流浪者酒吧 | |
| JQ6 | 景区管理人员 | 女 | 凤凰县风景名胜管理处 | | JB2 | 酒吧老板 | 男 | 绯闻酒吧 | |
| JQ7 | 景区管理人员 | 男 | 凤凰县风景名胜管理处餐饮经营管理科 | | JB3 | 酒吧 DJ | 男 | 凤凰城酒吧 | 酒吧工作人员 |
| JQ8 | 县文旅局工作人员 | 女 | 凤凰文旅局监管股 | | JB4 | 酒吧拉客服务员 | 女 | 水木酒吧 | |
| JQ9 | 县文旅局工作人员 | 男 | 凤凰文旅局文化市场管理股 | | JB5 | 酒吧拉客服务员 | 女 | 根据地酒吧 | |
| JM1 | 古城邮差商铺老板 | 女 | 沈从文故居旁 | | JB6 | 酒吧服务员 | 女 | 边城故事酒吧 | |
| JM2 | 商铺老板 | 南 | 老营哨中路 | 当地居民 | | | | | |
| JM3 | 餐厅老板 | 女 | 朝阳宫旁 | | | | | | |
| JM4 | 服装店老板 | 女 | 崇德堂旁 | | | | | | |
| JM5 | 客栈老板 | 女 | 六年一班客栈内 | | | | | | |

4.1.2. 异样的休闲文化

通过对酒吧顾客消费行为的观察以及游客访谈发现在古城酒吧游客常见的休闲方式为听歌、喝酒、蹦迪、聊天等,特别是在闹吧内劲爆的音乐、炫目的灯光、让游客能放松自与放纵自我,从感官上达到沉浸式的快感。这种喧闹的休闲方式极大地丰富了游客的旅途生活,也让古城特别是夜晚的古城平添了几分生机与活力,但它形成的休闲娱乐文化与古城悠闲、慢节奏的休闲文化却显得有些格格不入。尽管清吧内游客则多以看书、聊天或欣赏沱江美景的轻休闲方式为主,但此时的清吧是为游客提供更接近城市生活方式的现代化娱乐空间。酒吧正在形成一种新的古城夜间休闲文化,甚至在重塑着凤凰的古城文化,但这种“标准化”的古城镇酒吧文化是否能彰显出凤凰古城的独特气质并且得到大多数游客的认

同，这有待进一步研究与验证，但此次调研中我们所访谈的对象大多对凤凰古城酒吧的存在表示惊讶与不解。

我本来是看了沈从文的《边城》才了解到凤凰前来旅游的，但是沱江两岸的酒吧完全刷新了我心目中凤凰古城的认识。——访谈对象 YK2

本以为来到古城游览是在古城内轻松悠哉地感受古城的文化氛围和气息，却没想到古城里还有如此多的酒吧这一类现代化消费场所。——访谈对象 YK2

正如上述两位被访谈者所述，游客普遍认为凤凰应当如《边城》描述的那样，充满暖暖的温情、洋溢浓浓的少数民族风情、是古朴宁静的边城小镇，但处于亚文化体系中的酒吧文化冲击了古城的文化品位。

4.1.3. 异化的旅游形象

2014年凤凰古城为推广“7.20 偶遇节”而推出的广告词“邂逅一个人、艳遇一座城”引来巨大争议，尽管后来组委会解释凤凰偶遇节“鼓励的是爱情而非一夜情”，但该事件严重影响了凤凰古城的旅游形象，甚至凤凰被网友冠以“艳遇之都”。艳遇是部分外来游客特别是年轻游客对于古城镇酒吧的一种期待，邂逅爱情或肉体欢愉成为了凤凰古城某些游客的部分旅游动机。酒吧极度地迎合着部分小众游客的需求，通过毫不隐晦的广告词来吸引游客，同时通过推出钢管舞、变性人表演、湘西尸王表演等节目来渲染艳遇的气氛。而数量众多的酒托则充分利用游客渴望艳遇的心理大力推销酒品甚至通过违法手段骗取游客钱财，酒托的存在让在酒吧中消费的游客高度警惕而且影响了游客之间的信任。

“我昨晚和同住青旅的舍友去了酒吧玩，本来就我们四个人，隔壁一桌几个人热情地过来和我们喝酒聊天，最后我们玩得比较晚，我们四个都离店了那几个人还呆在那里还和老板说说笑笑喝起了就来，后来我们都觉得那是酒吧老板的朋友过来当酒托的！”——访谈对象 YK1

大部分游客是因为沈从文、沱江、吊脚楼而来凤凰古城旅游的，但夜晚古城酒吧的喧闹嘈杂、酒托的觥筹交错、年轻人的暧昧艳遇都让普通游客误认为凤凰古城只是现代城市的某一个角落，酒吧异化了古城宁静古朴的形象。

4.2. 经济飞地属性及其特征

4.2.1. 当地经济的有限促进

酒吧是凤凰古城“夜经济”的重要组成部分，酒吧不仅增加了游客在凤凰的停留时间，同时带动了餐饮、住宿、娱乐等行业，并且通过增加税收、促进就业等拉动凤凰的经济发展。但是，酒吧对于凤凰当地经济的促进作用较为有限。首先，酒吧经营所需要的酒品、饮料、食物等商品大部分都是从外地甚至外省进货，很少售卖凤凰本地商品，对于凤凰本地经济产业特别是手工业的促进作用较为有限。其次，酒吧的整体消费较高，特别是高档洋酒的消费超出了普通旅游者的经济承受能力，从而限制了旅游者在凤凰古城的其他旅游消费支出。最后，有些酒吧售卖假冒伪劣商品与过期食品让游客对于凤凰古城旅游产品的价格及质量产生了质疑，从而影响其在凤凰旅游时的消费需求，也影响了凤凰古城的整个“夜经济”的健康发展。

4.2.2. 本地居民的低水平就业

通过对部分酒吧的工作人员访谈可知现在凤凰古城酒吧的老板大多是外地人，尽管近年来有本地人开始投资酒吧，但酒吧经营所需要的资金、经验、专业人员等因素仍然制约着当地人投身于酒吧产业。酒吧专业人员包括驻唱歌手、DJ 以及酒品推销人员，该类人员薪酬相对较高，但多为外地人且流动性大。服务员、保洁员等基层服务人员多为本地人，他们工作时间较长，但由于缺乏专业技能其薪酬待遇是酒吧中最低的。由此可知尽管酒吧给当地人提供了一些就业机会，但实际上酒吧经营所产生的大部分利润

被外地老板以及外地专业技术人员所带走，本地区民仅从最基层的服务岗位中获取到了微薄收入。

酒吧访谈对象 3 (JB3)提及“普通服务员的工资相比而言比较低，基本上在 2500 到 3000 左右，像歌手、DJ、代理店长的工资就会相对高上一番。以前大多数老板都是外地人，现在有很多是本地人和外地人合资开的，像我们酒吧的话一个月的收入大致是 30 万左右吧，也分淡旺季的。”当地人在酒吧大多是简单的服务劳动，工资收入不高，且因为老板外地当地人兼而有之，酒吧的营业收入对当地经济的推动作用不明显。

4.3. 社会飞地属性及其特征

4.3.1. 小众消费群体

酒吧为凤凰古城游客提供了一个休闲消遣的娱乐空间，其主要的消费群体是外地的年轻游客，职业以城市白领、大学生等群体为主，但也不乏团体或结伴出行的中年人群体。相对于凤凰古城内其他商铺，酒吧的消费群体相对而言较为小众，消费者的主要目的是为了在古城酒吧这样的亚文化空间释放自己、放松自己。以年轻人为主体的酒吧消费者正在或已经建构起了新的古城消费文化或地方性，并且正将这种文化不断扩大与扩散。但小众旅游者所建构与感知的地方性是否为大众旅游群体所认同？特别是对于大部分未曾去过酒吧的非消费型旅游者而言，酒吧所产生的诸多问题及对凤凰旅游形象的负面影响都会降低他们凤凰古城之旅的满意度。

“来酒吧消费客人的男女比例差不多，大部分都是年轻人，而且大多数都是外地游客，本地人来酒吧玩的也有，但很少。”——访谈对象 JB4

4.3.2. 大众社会问题

酒吧出现在凤凰古城后，随之而来产生了一系列的社会问题，对居民、普通游客等大众群体的日常生活及旅游体验产生了重要影响。首先是噪音问题。凤凰古城酒吧的营业时间大多是从傍晚开始一直持续到凌晨，其提供的歌手弹唱、蹦迪、舞蹈表演等旅游项目的声音分贝较高，加上先进音响设备的扩音，沱江两岸酒吧街在夜晚形成了一条音量嘈杂的声源带，给凤凰古城造成了严重的噪音污染。其次，强制推销与消费问题。凤凰古城的酒吧行业竞争激烈，酒吧企业通过广告、人员推销等方式开展促销活动，因此，在酒吧外随处可见年轻貌美的工作人员在招徕顾客。少数酒吧则采用酒托色诱游客来酒吧消费，然后欺诈、胁迫游客进行高消费，由此产生了商家与游客间的经济纠纷甚至引发治安问题，严重影响了凤凰古城的旅游形象。另外，古城内部分酒吧推出的游走于法律边缘的“变性人”表演、艳舞表演等特殊节目影响着游客的消费体验和当地居民的日常生活。

“我最开始来凤凰开店的时候，最喜欢傍晚的时候到沱江边走一走啊，听听歌啊，好悠闲的，现在整个沱江两岸都是噼里啪啦的酒吧，都听不清到底唱得那首歌，吵死了！”——访谈对象 JM1

4.3.3. 特殊管理模式

与凤凰古城内其他餐饮类店铺不同，酒吧有着具特殊的管理模式。酒吧在最初进入古城时大多采用城市酒吧的经营与管理模式，当时古城管理方对于酒吧这一新型商业形式并未采取特殊的管理政策与方式，但随着酒吧数量不断增加及其相应的治安、价格、卫生、环保等问题的与日俱增，政府相关部门汲取其他古城镇旅游景区的经验对酒吧进行了规范化管理监督，并逐渐形成了多部门联合管理的模式。现在凤凰古城对于酒吧采取了严格准入的政策，酒吧经营者首先要签订经营承诺书，随后要经过管理处、消防、环保、工商、卫生质量监督等多个部门的审核与检查才可营业。

“第一、保证 23:30 准时静音。第二、保证在经营时关好门窗，确保噪声达标排放。第三、经营实行明码标价，公开张贴，杜绝酒托，高额回扣、强买强卖等扰乱经营只的行为。第四、确保食品安全，

不销售假冒伪劣食品，不欺客宰客。”——访谈对象 JQ7 提供的承诺书的部分内容

5. 古城镇旅游地酒吧飞地特性的应对策略

5.1. 融入地方元素，提升文化内涵

古城镇旅游地酒吧应在店名选取、内外部装饰、产品提供等方面融入古城镇的地方性元素，将当地特有的民俗风情、民族风貌、人文要素游等有机地融入到酒吧的日常经营之中，让酒吧真正成为古城镇不可或缺的一部分。另一方面，地方文化的融入能有效提升酒吧作为商业空间的文化内涵，增强旅游者的酒吧消费体验，强化旅游者对于古城镇的认同感，从而在功能与情感上区别于城市酒吧。

5.2. 发挥辐射效应，促进经济发展

当地政府部门应充分利用古城镇旅游地酒吧的品牌与资源优势，发挥其在就业、本地产品销售、税收等方面对经济的重要促进作用。酒吧应提供具有当地特色的产品与服务，并为本地工艺品与土特产品的销售提供专门平台。就业方面，应对当地居民开设酒吧与在酒吧就业给与相应的优惠政策，从而为本地人提供更多的就业机会。同时，组织面向本地居民的酒吧经营与从业的专项培训，提升其酒吧的经营能力与服务水平。

5.3. 加强行业管理，提升社会效应

加强古城镇旅游地酒吧的科学规划与管理。对酒吧采取相对集中分布、闹吧与清吧分离、闹吧远离核心景点与住宿区的分片管理原则，同时加强酒吧的营业时间与噪声管理，减少酒吧对游客与当地居民生活的影响。另一方面，政府监管部门应严查酒托、高额回扣、销售假冒伪劣产品等行为，坚决杜绝拉客、欺客、宰客等旅游乱象。

基金项目

国家自然科学基金项目(41701163); 2021 年度湖南省社会科学成果评审委员会课题(XSP21YBC426)。

参考文献

- [1] 林耿, 王炼军. 全球化背景下酒吧的地方性与空间性——以广州为例[J]. 地理科学, 2011, 31(7): 794-801.
- [2] 罗新星. 文化的混杂化与第三种文化的生成——以旅游传播视角解读湘西凤凰古民居咖啡馆与酒吧[J]. 东南传播, 2013(5): 29-32.
- [3] 陈霄. 酒吧与旅游古镇地方性的建构——以湖南凤凰古城为例[J]. 热带地理, 2014, 34(1): 58-65.
- [4] 张德明. 文化飞地的空间表征[J]. 杭师范大学学报(社会科学版), 2012, 34(6): 22-26.
- [5] Portes, A. (1981) Modes of Structural Incorporation and Present Theories of Labor Immigration. In: Kritiz, M.M., Kee-ly, C.B. and Tomasi, S.M., Eds., *Global Trends in Ethnic Migration*, CMS Press, Staten Island, NY.
- [6] Chiswick, B.R. and Miller, P.W. (2005) Do Enclaves Matter in Immigrant Adjustment? *City and Community*, 4, 5-35. <https://doi.org/10.1111/j.1535-6841.2005.00101.x>
- [7] Cohen, E. (2018) Backpacker Enclaves Research: Achievements, Critique and Alternative Approaches. *Tourism Recreation Research*, 43, 105-116. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1388572>
- [8] 刘爱利, 刘家明, 刘敏. 国外飞地旅游研究进展[J]. 人文地理, 2008, 23(1): 102-106, 56.
- [9] Westerhausen, K. and Macbeth, J. (2003) Backpackers and Empowered Local Communities: Natural Allies for in the Struggle for Sustainability and Local Control? *Tourism Geographies*, 5, 71-86. <https://doi.org/10.1080/1461668032000034088>
- [10] 包亚明, 王宏图, 朱生坚, 等. 上海酒吧: 空间、消费与想象[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2001.
- [11] Monterrubio, C., Osorio, M. and Benítez, J. (2018) Comparing Enclave Tourism's Socioeconomic Impacts: A Depen-

dency Theory Approach to Three State-Planned Resorts in Mexico. *Journal of Destination Marketing and Management*, **8**, 412-422. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.08.004>

- [12] 陈霄, 陈婉欣. 具身视角下“古镇+酒吧”的游客体验研究[J]. *旅游学刊*, 2020, 35(9): 113-122.