

# Review of Research on the Cultural Creative Tourism in China

Wenhua Yang, Xin Wang, Ying Hu

Beijing International Studies University, Beijing  
Email: huyingtravel@163.com

Received: May 6<sup>th</sup>, 2016; accepted: May 26<sup>th</sup>, 2016; published: May 30<sup>th</sup>, 2016

Copyright © 2016 by authors and Hans Publishers Inc.  
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

---

## Abstract

Cultural creative industry has strong nature of penetration and radiation, which combines with the tourism industry, creating a new direction for tourism, and showing good momentum of development. Chinese scholars have paid more attention to the studies of cultural creative industry, but the studies started late, with narrow scope. Most studies focused on the connotation, characteristics, mode of development, morphology, the development of countermeasures and other aspects of the cultural creative tourism industry. So far, a complete theoretical system has not been formed, which is inconsistent with the vigorous development of cultural creative tourism industry. Therefore, it is necessary to sort out the status of cultural creative tourism research, and then explore the new directions of studies of cultural creative tourism.

## Keywords

Cultural Creativity, Creative Tourism, Cultural Creative Tourism

---

# 我国文化创意旅游研究述评

杨文华, 王欣, 胡莹

北京第二外国语学院, 北京  
Email: huyingtravel@163.com

收稿日期: 2016年5月6日; 录用日期: 2016年5月26日; 发布日期: 2016年5月30日

## 摘要

文化创意产业具有很强的渗透力和辐射力，它与旅游业的融合，开创了旅游发展的新方向，并表现出强劲的发展势头。我国学者对文化创意产业研究的关注度较高，但研究起步较晚，范围较窄，主要集中于文化创意旅游的内涵、特征、发展模式、发展形态以及产业对策等方面，尚未形成完整的理论体系，与蓬勃发展的文化创意旅游产业现状不相适应。因此，对我国文化创意旅游的研究现状进行系统梳理十分必要，进而对我国文化创意旅游研究的新方向进行有益探索。

## 关键词

文化创意，创意旅游，文化创意旅游

## 1. 文化创意旅游研究概述

到目前为止，国内外文化创意产业相关理论的研究成果十分丰富，而文化创意旅游作为文化创意产业的重要组成部分，其研究却仅有十多年历史，仍处于起步阶段。我国学者对文化创意旅游的基础研究并不深入，大多是在国外创意旅游研究的基础上，结合我国创意产业的发展状况而得出相关结论，且主要集中于内涵，特征，创意旅游发展形式，部分地区发展模式、发展形态，旅游产品的创意开发，发展文化创意旅游的意义及相关对策，以及一些对创意旅游农业开发、创意旅游人才培养等具体层面的研究。

## 2. 文化创意旅游研究现状

### 2.1. 文化创意旅游概念和特征研究

#### 2.1.1. 文化创意旅游概念研究

Pine 和 Gilmore 最早提出在传统旅游业中引入文化创意元素，在其著作《体验经济》中认为：在体验消费时代，文化旅游产业中的供应商之间的激烈竞争会引导他们把产品供应提高到一个新的阶段，经营者利用创意手段和过程，通过引导游客体验去完善自己，来创造新型的经济价值[1]。Richards 和 Raymond (2000)最早提出了创意旅游的概念，即：在旅行过程中通过积极参与学习体验，从而达到发展旅行者创意潜能的活动[2]。Richards (2005)认为创意旅游的最大特点在于主动学习而非被动观赏，在实现个人自我发展的同时也促进经济发展[3]。

我国学者厉无畏等(2007)认为，创意旅游是一种发展模式，是用创意产业的思维方式和发展模式整合旅游资源、创新旅游产品、锻造旅游产业链[4]。周钧、冯学钢(2008)认为，创意旅游是以文化为本位的旅游产品，是以旅游者与旅游目的地之间的创意性互动为核心要素的一项旅游产品[5]。蔡培卿(2008)将创意旅游定义为：以时尚元素，配合高科技手法，突破传统旅游产品的静态和单调，吸引现代游客的眼球与消费欲望[6]。白凯(2009)对张艺谋的“印象系列”进行归纳，将旅游文化创意产业定义为：在政府主导和支持下，通过创意者“天赋”对高社会知名度文化主题进行创意生产并使其旅游商品化的新兴行业[7]。潘善成(2010)认为，文化创意旅游产业是指文化创意产业在旅游领域的传承和延伸[8]。王慧敏(2010)提出，文化创意旅游是一种与传统的自然山水观光旅游不同的旅游发展模式，它以文化为核心，以创意为手段，以技术为支撑，以市场为导向，创造多元化的旅游产品载体，形成产业联动效应，促进城市和区域经济的文化创意化转型[9]。王兆峰等(2010)认为，文化创意旅游产业就是在发展旅游的过程中，以当地文化底蕴为依托，融入人为的无限创意而发展起来的一种产业模式[10]。曹雪稚等(2012)认为，文化

创意旅游产业是将抽象的文化旅游资源通过各种文化创意活动形成旅游者可以体验参与的活动，并将经济属性融入文化当中，使文化转化为具有高度经济价值的“精致产业”[11]。

到目前为止，有不少相关专家都提出了自己对“文化创意旅游”的理解，并归纳出相关概念，但核心意思始终围绕“文化创意”与“旅游”的结合，只是阐述角度及其延伸有所不同而已。

### 2.1.2. 文化创意旅游特征及意义研究

关于文化创意旅游的特征，厉无畏等(2007)认为，相对于传统旅游发展模式，创意旅游强调对各类资源的多维化整合，对未来文化遗产的创造，对旅游消费潮流的引领和塑造，对旅游产业链的拓展和延伸，以及区域整体价值的提升[4]。孙刘伟、伍进等(2010)提出，文化创意旅游产业的独特性主要表现在：基于创意元素与旅游元素的完美融合；产品具有较高的体验性和参与性；产业具有较高的连带效应[12]。厉无畏等(2007)认为创意旅游将引领旅游产业的转型，促进旅游产业价值体系的形成与增值，推动城市经济再上新台阶[4]。王慧敏(2010)指出创意旅游有利于扩大城市品牌的公信力和影响力，是城市的特色化转型之路[9]。方澜(2010)认为，其核心理念是智力发掘，特殊手段为情景设计，主流价值为文化体验，本质属性乃持续发展[13]。我国学者对文化创意旅游特征及意义研究相对较少，且比较零散，缺乏系统性。在此方面有待进一步的研究与发现。

## 2.2. 文化创意旅游产业发展模式研究

目前，我国学者对旅游创意产业的整体发展及发展模式方面的研究相对较多。原勃、白凯(2008)提出，创意旅游产业的发展应遵从以传统文化为基础，以创意资本为支持，以游客技能提高为导向，以创意活动过程为手段，以实现游客自我提升为目的的发展模式[14]。郑斌(2008)从“一站式体验”的角度出发，将文化旅游创意产业园区开发的主流模式总结为：主题公园模式、影视(动漫)基地模式、艺术园区模式、节庆演出基地模式和新型街区模式[15]。蒋莉莉(2010)则认为创意旅游发展模式主要包括创意旅游的资源转化模式、旅游商品开发模式、旅游产业提升和城市功能转型模式、连锁经营模式、非物质文化遗产的保护性开发模式等[16]。夏小莉等(2009)总结了文化创意旅游产业发展的模式与效应，即用创意挖掘旅游资源，创造旅游产品，强化旅游营销，引领旅游消费[17]。卢云亭等(2010)、秦其文(2010)和王兆峰(2010)分别对创意旅游农业的发展模式[18]、民族文化旅游创意产业开发模式[19]和文化创意旅游产业商业模式进行研究，其中，商业模式主要包括产业发展的环境、产业价值的主张、产业价值的实现模式以及产业价值的延伸等几个方面[20]。王兆峰、杨琴(2010)基于产权理论，对民族文化创意旅游产业发展与产权保护的内在相关性进行研究，并从文化创意旅游的创造、开发、营销和消费等价值链各个环节探讨了产权保护的重点与机理[21]。李永菊(2011)指出我国文化创意旅游目前主要有4种发展形态，即以桂林山水实景演出《印象刘三姐》为代表的旅游文化演出，798、宋庄为代表的旅游文化街区，哈尔滨冰灯节、青岛国际啤酒节等为代表的旅游文化节庆，以及旅游文化主题公园[22]。王欣(2012)认为，文化创意旅游发展包括创意产品、创意设施、创意景观、创意活动和创意社区等类型[23]。

我国学者对文化创意旅游的模式研究较为丰富，既有对开发及商业模式的归纳，也有对发展模式、类型及形态的总结，更有对文化创意旅游中某一类型产品发展模式的探究，研究相对深入，对现实的指导意义较强。

### 2.3. 区域文化创意旅游发展研究

目前，我国学者对文化创意旅游发展研究的对象不仅包括文化创意旅游发展较好的地区或城市，如桂林、张家界等，对发展较为滞后的地区也存在不少探讨。贾苗苗(2010)将创意旅游作为旅游发展的新突破口，强调对传统发展模式的革新[24]。赵立禄等(2010)分析了桂林发展旅游文化创意产业的基础和必要

性,并探讨了发展对策[25]。廖明星(2012),胡永红(2010),张润(2011)分别分析了民族文化资源丰富的张家界[26]、河南[27]及毕节[28]发展文化创意旅游的有利条件,对应提出了发展策略。甘莹(2011)在分析文化创意旅游产业对广西文创发展意义的基础上,对广西文化创意旅游产业发展进行了SWOT分析,由此提出了发展对策[29]。柯涌晖等(2011)对闽台文化创意旅游产业发展规律、重组、优化和转型等进行了分析,提出了通过发展区域特色的创意旅游,打造创意性的闽台文化旅游产品体系,构建闽台旅游与文化创意产业协作发展的平台等策略[30]。任兰存(2012)借鉴内生态位和外生态位理论及波特钻石模型分析了影响文化旅游创意产业生态位六大核心因素,由此提出了镇江市发展文化创意旅游产业的相关策略[31]。韩冰(2012)借鉴西方文化旅游创意,研究了推进秦皇岛文化旅游发展的相关情况[32]。洪燕云等(2013)分析了常州文化创意旅游发展的优势和意义,提出了常州文化创意旅游发展的对策与建议[33]。胡晓锋(2013)利用SWOT分析法对赤壁市旅游发展现状进行分析,指出旅游服务业和文化创意产业的融合,可以快速提升资源禀赋依托型旅游服务业的附加值,为旅游产业勾画“灿烂的微笑曲线”[34]。崔艳艳(2013)对驻马店传统旅游发展存在的问题进行分析,指出将创意产业与旅游文化结合起来,可有效提升驻马店的旅游形象[35]。此外,还有多名学者指出创意旅游是区域旅游发展的新思路和新途径,对区域旅游业的发展和旅游竞争力的提升十分有利。

鉴于文化创意旅游发展具有较强的实践意义,教多学者分别对其所处地区或感兴趣地区的文化创意旅游发展进行了相关研究,其中,大多为实证研究,即通过具体分析某地区文化创意旅游发展的意义、优势条件或相关问题,对应提出发展对策或思路,为当地文化创意旅游的发展提供理论指导意义。

## 2.4. 文化创意产业与旅游业关系研究

### 2.4.1. 文化创意产业与旅游业融合、集成模式研究

杨娇(2008)在其硕士论文《旅游产业与文化创意产业融合发展的研究》中,率先利用产业融合理论,剖析了旅游产业与文化创意产业的融合机制[36],是一篇较早地从产业融合视角系统探讨旅游与文化创意产业融合发展的研究文献。高静、刘春济(2010)认为创意产业与旅游产业的融合主要表现为产业范畴交叠、空间共享和需求融合三个层面[37]。丁宁(2011)从创意产业、产业融合和旅游创意产业的基本理论入手,运用系统分析法构建了旅游产业融合发展的过程模型,重点研究了旅游创意产业融合发展的机理[38]。荆艳峰(2012)对文化创意产业与旅游业的集成模式做了研究,提出了文化创意产业与旅游业集成的切入点[39]。李洋洋(2010)对我国文化创意产业与旅游业的融合基础、驱动因素以及融合动力系统机制等进行分析,提出了我国文化创意产业与旅游产业融合的三种模式,并结合具体案例进行了详细说明和分析[40]。刘艳兰(2009)利用文化与旅游产业融合模式,对阳朔《印象·刘三姐》进行了实证分析[41]。伍鹏(2012)提出文化创意产业和旅游业在景区开发、旅游品牌节庆策划、旅游市场营销、旅游商品开发等方面可以实现融合和良性互动[42]。罗清等(2013)通过对通州旅游文化创意产业发展背景、原则的分析,提出了通州区旅游产业与文化创意产业融合的主要路径和战略措施[43]。

此外,一些学者从具体的文化创意业态出发,探讨了文化创意产业与旅游业的融合发展。杨颖(2008)从业态多样性现象对旅游业与创意产业融合后的转型发展进行了研究[44]。李美云(2008)论述了动漫产业与旅游业的互动发展[45]。陆晓清(2009)分析了网络游戏业与旅游业的产业融合趋势与发展前景[46]。杨颖(2009)从产业内涵、价值传递、影响方式、空间布局及产业与城市竞争力关系等方面对旅游业和创意产业进行比较分析,提出了“旅游可以创意化,创意可以旅游化”的发展理念[47]。梁福兴(2010)就童话动漫旅游文化创意产业的概念界定、基本特点、创意理论、发展模式等问题,提出了一些理论性参考意见[48]。李霞(2013)从经济学、生态学、社会学的视角出发,对乡村旅游与文化创意产业的融合模式进行探索,提出了一个“中心-后向-旁侧-前向”的乡村旅游与文化创意产业融合发展的新模式[49]。

文化创意产业与旅游业融合与集成研究方面,既有对具体融合的表现、模式、基本理论、机制机理、影响因素等方面的研究,也有对具体案例的实证分析,研究相对深入和具体。此外,对具体的文化创意旅游业态的研究也有一些涉及。

#### 2.4.2. 旅游需求研究

刘洁(2010)从文化创意产业的概念界定、旅游需求两个方面讨论了文化创意产业与旅游的关系[50]。王凯等(2011)以 798 艺术区为例,通过游客期望、游客体验、游客评价、后旅游 4 个旅游活动阶段构建了文化创意型旅游地游客满意度指数测评模型,并进行了实证分析[51]。曾琪洁(2012)通过旅游者问卷调查,以上海世博会为研究对象,指出旅游者不再满足于传统的观光形式和内容,对多元性、娱乐性、符号性、实用性和虚拟性的需求逐渐成为文化创意旅游体验过程中“自我发展”的重要特征[52]。可见,我国学者对文化创意旅游需求方面的研究,主要集中于案例分析或实证分析,对其理论方面的研究较为欠缺,有待进一步探究。

#### 2.5. 文化创意旅游产品开发的研究

我国对文化创意旅游的产品开发领域的研究也比较多见。傅晓(2007)指出文化创意旅游产品实际上是文化创意产业吸引物和旅游六要素的结合形成的产品,可分为成熟型文化创意旅游产品、新兴型文化创意旅游产品和事件型文化创意旅游产品三大类别[53]。王菲(2008)阐述了文化创意旅游产品开发应该秉持鲜明特色与高品位开发,高科技引导,多形式旅游,长远眼光看发展,以及注重可持续发展等原则[54]。程超功(2009)构建了文化旅游产品的文化性评价体系[55]。李焯(2010)以创意营销理念为研究视角,探讨了红色旅游品牌培育问题[56]。粟娟(2010)提出了事件文化创意旅游产品这一新概念,认为事件型文化创意旅游产品是当前文化创意旅游产品中最具吸引力的产品[57]。王艳,高敏(2012)从提升旅游文化效益与内涵的角度,对旅游发展中文化创意及其产品现实需求方面进行思考,提出了文化创意旅游产业全程价值链研究的新课题[58]。

文化创意旅游产品的研究较为具体,如对相关产品的分类、开发原则、评价体系、品牌培育、效益及内涵等的研究,研究的实践价值较高,但研究仍未形成体系,有待进一步深化与系统化。

### 3. 我国文化创意旅游研究评述

总体上,我国学者对文化创意旅游的研究仍处于初级阶段,主要是从文化创意旅游产业的宏观层面进行概念研究,以及对文化创意与旅游产业的融合方面进行相关研究,或者从创意旅游产品的开发、创意旅游的发展模式等方面进行理论阐述,而真正从实证角度,通过数据分析来深入剖析文化旅游创意产业的发展现状及发展规律的文献却非常少见,有待进一步的探讨和研究。

#### 3.1. 概念定义仍无共识

目前,我国学术界对文化创意旅游并没有统一的概念界定,“创意旅游”与“文化创意旅游”概念的混合使用十分普遍,学术界对此尚未做出严格的界定和说明。对旅游文化创意或文化旅游创意等重要概念的解读,经常出现“旅游文化创意 = 旅游 + 文化创意”、“旅游文化创意 = 旅游文化 + 创意”、“旅游文化创意 = 旅游 + 文化创意产业园”等偏向和误读。Richards 提出的创意旅游概念旨在说明游客在旅游过程中主动地学习而非被动观赏,进而丰富体验,开发潜力。我国部分学者仍然使用创意旅游的概念,但所指内容与 Richards 提出的“创意旅游”概念并不相符,我们提出的创意旅游是通过挖掘文化内涵,借助高科技实现旅游的创意化发展,从而提高旅游体验度。国外对创意旅游的基本概念更多地强调旅游者在创意旅游活动中的主体地位,而我国学者对创意旅游的诠释更多站在经营、规划者的角度

出发,两者出发点并不相同。笔者认为由于文化创意旅游的主体不同,文化创意旅游的定义自然也会有所侧重。但是,文化创意旅游的特征与核心要素是其本质部分,不应有变,因此,在对文化创意旅游进行研究时,把握好文化创意旅游的特征及核心要素为基本要求。

### 3.2. 研究视角不够深入

我国文化创意旅游研究无论是研究对象和内容,还是宏观层面的政策研究,以及一些城市、景点景区的文化创意研究,都停留在产业层面,缺乏系统化的产业规律论述,缺少对旅游文化建设的本质、文化创意旅游内涵的深层次研究。2008年以后很少有学者对文化创意旅游的内涵进行深入研究,学者们的眼光大多转移到地方旅游发展对策和途径上,提出了看似不同实则类似的发展模式、发展对策及建议。学界不论是对创意旅游问题,还是对旅游创意、文化创意与旅游等问题的研究,大多还是从旅游业的一贯模式出发来展开论述,然而,综合时代特征、产业环境、产业阶段等宏观因素,对旅游产业当前阶段的产业特质、本质属性、发展动力、发展趋势等的深度研究还比较少。在研究方法和理论上,绝大多数属于定性研究,即便是案例研究也缺乏定量、实证研究的支撑,缺乏产业融合战略的高度和视角,以及跨学科的综合研究。

由于文化创意产业与旅游产业的融合发展受到实际情况的制约,目前我国旅游产业融合研究尚处于起步阶段,学术界对文化产业与旅游产业互动、共生、融合的理论研究相对匮乏,实践研究的对象往往侧重于某一具体产业与旅游产业的融合,研究内容也主要是融合的现象、形式及对策等方面,完全没有达到全面和系统的层面。其中,从文化创意旅游发展路径,文化创意与旅游产业融合机制、业态、模式等产业全价值链的角度进行的相关研究仍不够深入和丰富。另外,结合具体实例,利用数据模型,对地方文化创意产业与旅游产业融合的研究更是少见。关于创意乡村旅游的研究,主要集中在创意农业旅游方面,研究内容较为片面。其中,针对文化创意产业和农业旅游融合现象进行了初步的探讨和描述,以及从文化创意产业、旅游产业的实践方面进行了总结和研究,主要倾向于对文化创意产业和乡村旅游融合的策略进行探讨,而将融合模式与产业分析结合起来,进行系统地研究与阐释,仍有待进一步深入。

### 3.3. 研究方向较为局限

目前,文化创意旅游的研究方向比较局限,主要集中于景区景点和城市角度,以及一般产品、目的地特征及发展对策研究等方面,主要表现为创意产品开发及产业发展模式。大多数研究过分依托于创意旅游中的文化特征,而忽略了其他特征,且多以具体城市为例,分析了发展的现状,提出大概相似的发展对策,包括如何挖掘文化创意旅游深度等,但关于游客感知、游客需求层面的研究相对较少。主要有以下两篇文献,即:文化创意旅游需求及其差异性分析——以上海世博为例,和文化创意型旅游地游客满意度指数测评模式——以798为例,对需求和感知方面进行了相关探讨。

## 4. 我国文化创意旅游研究启示

文化创意旅游产业不仅可以促进旅游资源的开发,满足旅游者的心理需求,丰富旅游业的精神文化内涵,还可以促进旅游业的可持续发展,故对文化创意旅游进行更深入的研究显得尤为重要。在文化创意旅游研究方面,笔者通过对相关文献的梳理和分析,主要存在以下认识和建议:

### 4.1. 拓宽研究领域,注重新兴业态产品的规律性

目前,关于文化创意旅游发展的模式、对策研究较多,但就文化创意旅游在乡村旅游、红色旅游等具体类型的旅游中,仍有很多新的研究视角和内容,如发展内涵、发展意义、发展方向和发展模式等。在我国文化创意旅游快速发展,文化主题酒店、文化主题公园和文化演艺项目大量涌现的实践背景下,

学术界和产业界从多个角度进行了相关探索,包括文化内容选择(如西方的、中国传统的)、技术创新(如3D视频)、艺术手段创新(如山水实景演出)、规模与感官刺激(如器械类娱乐及大型山水实景演出)等,既有成功案例,也有失败教训。同时随着越来越多的地区重视发展创意旅游,文化创意旅游产业化发展的问题也逐渐显现。城市发展也越来越倾向于借鉴其他城市的做法,导致发展模式千篇一律,创新匮乏。一些成本高昂且影响和效益有限的大型文化创意旅游活动频繁举办,其发展值得重新审视和思考。通过重点案例的研究,可以提出产业实践发展的新思考和新选择。另外,学者们对创意产业的定性分析越来越多,如何定量分析创意产业发展成为亟需关注和研究的问题。目前许多国家和城市都提出了自己的创意指数,但指标体系的内容和范围各异,因此缺乏可比性,构建统一且受大众认可的文化创意旅游指数也可成为重要的研究方向。

#### 4.2. 注重游客感知,挖掘文化创意旅游中的需求

旅游者作为旅游活动的主体,正在从被动消费者向自我构建者转变,游客需求的研究有助于了解我国旅游的市场需求和空间大小,帮助文化创意旅游开发者对市场需要的认识更加明晰。文化创意产业通过创造力对既有文化进行创新开发和突破发展,将知识的原创性与变化性融入具有丰富内涵的文化之中,使之与旅游资源和活动经营结合起来,从而将沉寂的历史文化内涵转变成鲜活的旅游文化产品,活化文化旅游资源,为人们提供具有知识性、艺术性和趣味性的体验消费性旅游产品。另外文化创意旅游通过“感受力”和“故事力”,可为游客的潜在需求欲望提供释放空间,同时也为旅游价值的扩展提供新的渠道,从而使得消费者在旅游活动中获得更多新的感受和体验,包括好风景和好意境。因而,从游客感知角度以及游客需求角度出发,通过扎根理论、内容分析等实践性或质性研究方法进行研究,对文化创意旅游产业的发展具有重要意义。

#### 4.3. 注重文化资源丰富、经济欠发达地区的开发

目前对文化创意旅游的研究,学者多将目光聚集于北上广等文化创意产业发达的地区,其实对于文化底蕴深厚、民族特色鲜明、地域特征突出的地区,文化创意旅游产业的发展具有更大的实践价值。在民族地区发展旅游创意产业,不仅能够有效地改变这些地区的经济增长方式,而且对当地经济、文化、社会发展都具有突出影响。因而,注重文化资源丰富、经济欠发达地区的文化创意旅游发展,不仅必要,且意义重大。

### 参考文献 (References)

- [1] Pine, B.J. and Gilmore, J.H. (1999) *The Experience Economy*. Harvard University Press, Harvard.
- [2] Richards, G. and Raymond, C. (2000) Creative Tourism. *ATLAS News*, **23**, 16-20.
- [3] Richards, G. (2005) Creativity: A New Strategic Resource for Tourism. *International Journal of Cultural Policy*, **9**, 32-43.
- [4] 厉无畏,王慧敏,孙洁. 创意旅游: 旅游产业发展模式的革新[J]. 旅游科学, 2007, 21(16): 1-5.
- [5] 周钧,冯学钢. 创意旅游及其特征研究[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2008, 19(3): 394-397.
- [6] 蔡培卿. 旅游无边界产业集成的形成机制研究[D]: [硕士学位论文]. 厦门: 厦门大学, 2008.
- [7] 白凯,原勃. 扎根理论下的印象系列分析[J]. 陕西行政学院学报, 2009, 23(1): 15-20.
- [8] 潘善成. 旅游文化创意产业成为旅游业发展的新空间[J]. 安徽农学通报, 2010, 16(9): 173-174.
- [9] 王慧敏. 文化创意旅游: 城市特色化的转型之路[J]. 学习与探索, 2010(4): 122-126.
- [10] 王兆峰,黄喜林. 文化旅游创意产业发展的动力机制与对策研究[J]. 山东社会科学, 2010(9): 118-122.
- [11] 曹雪稚,王世亮. 文化创意旅游产业发展的必要性及途径探索[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2010, 6(7): 34-35.

- [12] 孙刘伟, 伍进. 基于体验经济的桂林旅游文化创意产业发展研究[J]. 科技和产业, 2010(10): 9-11.
- [13] 方澜. 试论创意旅游可持续发展的有效途径[J]. 商业时代, 2010(19): 115-116.
- [14] 原勃, 白凯. 创意旅游理论及实践[J]. 城市问题, 2008, 160(11): 96-101.
- [15] 郑斌, 刘家明, 杨兆萍. 基于“一站式体验”的文化旅游创意产业园区研究[J]. 旅游学刊, 2008, 23(9): 49-53.
- [16] 蒋莉莉. 文化创意旅游产业发展模式的国际经验研究[J]. 商场现代化, 2010(31): 52-54.
- [17] 夏小莉, 王兆峰, 谭必四. 文化创意旅游产业发展研究——基于产业价值链的视角[J]. 中国集体经济, 2009, 11(下): 136-137.
- [18] 卢云亭, 李同德, 周盈. 创意旅游农业开发模式初探[J]. 农产品加工(创新版), 2010(1): 31-33.
- [19] 秦其文, 王兆峰, 雷雨蓉. 民族文化旅游创意产业商业开发模式研究——以凤凰古城为例[J]. 旅游研究, 2010, 2(1): 40-47.
- [20] 王兆峰. 湘西凤凰县民族文化旅游创意产业商业模式研究[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2010, 39(2): 88-92.
- [21] 王兆峰, 杨琴. 基于产权理论的民族文化旅游创意产业发展研究[J]. 贵州民族研究, 2010(5): 99-104.
- [22] 李永菊. 文化创意旅游产业的内涵[J]. 中国集体经济, 2011(15): 137-138.
- [23] 王欣. 中国文化创意旅游的发展与思考[J]. 学术交流, 2013(10): 102-105.
- [24] 贾苗苗, 韩雪. 河北旅游创新发展新思路——创意旅游[J]. 学理论, 2010(24): 142.
- [25] 赵立禄, 段文军, 牛洪霞. 桂林旅游文化创意产业发展研究[J]. 市场论坛, 2010(7): 76-78.
- [26] 廖明星. 张家界文化旅游创意产业发展的必要性与对策研究[J]. 经济研究导刊, 2012(5): 76-77.
- [27] 胡永红. 河南省创意旅游发展研究[J]. 南阳师范学院学报, 2011, 10(3): 64-66.
- [28] 张润. 以文化创意助推毕节旅游业转型升级初探[J]. 乌蒙论坛, 2011(4): 60-63.
- [29] 甘莹, 郭峦, 陈红玲. 广西文化创意旅游产业发展初探[J]. 沿海企业与科技, 2011(6): 72-75.
- [30] 柯涌晖, 赵明, 陈白璧. 闽台旅游与文化创意产业融合发展策略研究[J]. 韶关学院学报, 2011, 32(9): 123-128.
- [31] 任兰存. 镇江市文化旅游创意产业差异化定位及发展策略研究[D]: [硕士学位论文]. 镇江: 江苏科技大学, 2012.
- [32] 韩冰. 借鉴西方文化旅游创意, 推进秦皇岛文化旅游发展[J]. 华章, 2012(22): 39.
- [33] 洪燕云, 演克武, 徐燕. 常州市文化创意旅游产业发展及其对策研究[J]. 江苏技术师范学院学报, 2013, 19(3): 77-81.
- [34] 胡晓锋. 赤壁市旅游与文化创意产业发展研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2013(10): 107-108.
- [35] 崔艳艳. 驻马店旅游文化创意产业发展对策分析[J]. 龙岩学院学报, 2013, 31(3): 73-76.
- [36] 杨娇. 旅游产业与文化创意产业融合发展的研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工商大学, 2008.
- [37] 高静, 刘春济. 论创意旅游——兼谈上海都市旅游的提升战略[J]. 旅游科学, 2010, 24(3): 12-19.
- [38] 丁宁. 旅游创意产业融合发展研究——以大连为例[D]: [硕士学位论文]. 大连: 辽宁师范大学, 2011.
- [39] 荆艳峰. 文化创意产业与旅游业的集成模式研究[J]. 学术论坛, 2012, 35(1): 74-76.
- [40] 李洋洋. 我国文化创意产业与旅游业融合模式研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京第二外国语学院, 2010.
- [41] 刘艳兰. 实景演艺: 文化与旅游产业融合的业态创新——以桂林阳朔《印象·刘三姐》为例[J]. 对外经贸, 2009(8): 105-111.
- [42] 伍鹏. 文化创意产业与旅游业融合互动发展刍议[J]. 宁波大学学报: 人文科学版, 2012, 25(1): 76-80.
- [43] 罗清, 王琦, 马欣. 北京市通州区旅游产业与文化创意产业的融合[J]. 东方企业文化, 2013(19): 263-264.
- [44] 杨颖. 从业态多样性现象透视旅游业转型发展——以旅游业与创意产业融合为例[J]. 旅游论坛, 2008, 1(3): 379-382.
- [45] 李美云. 论旅游景点业和动漫业的产业融合与互动发展[J]. 旅游学刊, 2008, 23(1): 56-62.
- [46] 陆晓清. 论网络游戏业与旅游业的产业融合[J]. 重庆邮电大学学报: 社会科学版, 2009, 21(1): 42-45.
- [47] 杨颖. 旅游业与创意产业的融合——基于产业比较视角的研究[J]. 南京人口管理干部学院学报, 2009, 25(1): 67-70.
- [48] 梁福兴. 童话动漫旅游文化创意产业研究的几个概念问题[J]. 高教论坛, 2010(4): 126-129.
- [49] 李霞. 文化创意产业与乡村旅游产业融合发展研究——以郑州为例[D]: [硕士学位论文]. 开封: 河南大学, 2013.



- [50] 刘洁. 文化创意产业与旅游产业关系研究[J]. 经济研究导刊, 2010(1): 155-156.
- [51] 王凯, 唐承财, 刘家明. 文化创意型旅游地游客满意度指数测评模型——以北京 798 艺术区为例[J]. 旅游学刊, 2011, 26(9): 36-44.
- [52] 曾琪洁, 吕丽, 陆林, 朱付彪. 文化创意旅游需求及其差异性分析——以上海世博会为例[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5): 103-111.
- [53] 傅晓. 文化创意旅游产品研究——以广州中心城区为例[D]: [硕士学位论文]. 广州: 华南师范大学, 2007.
- [54] 王菲. 文化旅游创意开发初探[J]. 产业与科技论坛, 2008, 7(5): 51-52.
- [55] 程超功. 文化旅游产品评价体系研究——以无锡灵山为例[J]. 现代商贸工业, 2009(7): 13-15.
- [56] 李焯, 陆军. 创意旅游视角下的红色旅游品牌培育研究[J]. 市场论坛, 2010(2): 49-51.
- [57] 粟娟. 基于 RMP 的事件型文化创意旅游产品开发[J]. 资源开发与市场, 2010, 26(10): 940-943.
- [58] 王艳, 高敏. 论文化创意与旅游发展研究的必要性[J]. 无锡商业职业技术学院学报, 2012, 12(4): 34-37.