

基于空间生产理论的农旅融合型乡村公共空间设计研究

——以江苏新沂宋庄乡村振兴项目为例

丁子洋

江南大学设计学院, 江苏 无锡

收稿日期: 2024年1月11日; 录用日期: 2024年1月31日; 发布日期: 2024年4月8日

摘要

目的: 为研究农旅融合型乡村产业发展过程中公共空间建设内容商品化的成因。方法: 文章引入空间生产理论及其三元辩证法模型, 通过对江苏新沂宋庄乡村振兴项目进行实证分析, 总结出农旅融合型乡村公共空间的生成路径。结果: 研究发现, 农旅融合型乡村公共空间建设内容是以投资者和消费者为代表的外部主体与以村民为代表的内部主体在空间生产过程中互相博弈的具象结果。结论: 文章还梳理了乡村公共空间商品化的潜在风险, 并提出建设策略, 以期缓和农旅融合型乡村公共空间过度商品化问题, 推进其可持续发展。

关键词

农旅融合型乡村, 乡村公共空间, 乡村振兴, 空间生产理论, 新沂宋庄

Research on the Design of Public Space in Agricultural-Tourism Integrated Villages Based on Spatial Production Theory

—A Case Study of the Rural Revitalization Project in Songzhuang, Xinyi, Jiangsu

Ziyang Ding

School of Design of Jiangnan University, Wuxi Jiangsu

Received: Jan. 11th, 2024; accepted: Jan. 31st, 2024; published: Apr. 8th, 2024

文章引用: 丁子洋. 基于空间生产理论的农旅融合型乡村公共空间设计研究[J]. 设计, 2024, 9(2): 74-84.

DOI: 10.12677/design.2024.92185

Abstract

Objective: In order to study the causes of the commercialization of public space construction content in the process of rural industry development with the integration of agriculture and tourism. **Method:** This paper introduces the spatial production theory and its tripartite dialectic model, and summarizes the generation path of rural public space with the integration of agriculture and tourism through the empirical analysis of Songzhuang rural revitalization project in Xinyi, Jiangsu Province. **Results:** It is found that the content of rural public space construction is the concrete result of the mutual game between the external subjects represented by investors and consumers and the internal subjects represented by villagers in the process of spatial production. **Conclusion:** The paper also sorts out the potential risks of the commercialization of rural public space, and puts forward construction strategies, in order to alleviate the problem of excessive commercialization of rural public space with the integration of agriculture and tourism, and promote its sustainable development.

Keywords

Agriculture and Tourism Integrated Countryside, Rural Public Spaces, Rural Revitalization, Spatial Production Theory, Songzhuang Xinyi

Copyright © 2024 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

随着城镇化的快速推进，乡村产业发展模式单一、土地利用率高不等问题愈发突出，乡村产业发展急需转型。农旅融合型乡村即是以农业发展为基本依托，通过相关配套设施的打造，促进农业生产活动与旅游消费活动有机结合，从而整体开发当地民俗文化、生态环境、特色饮食等人文资源的乡村类型。但这一转型发展过程也促使原本复杂丰富的乡村空间景观要素被提炼和转化为易被识别、可供消费的商品符号，并逐渐脱离支撑其发展的文化底蕴和日常生活特征，呈现出商品化趋势。

针对这一现象的现有研究侧重讨论农旅融合型乡村公共空间商品化与多功能化的演化过程[1][2]，或是其主要特征和驱动要素[3][4][5]，或是空间商品化过程中的社会主体关系以及生产关系的多样化，而对于乡村公共空间的各个社会主体具体介入路径及其商品化生产流程的研究相对缺乏。同时乡村公共空间的建设内容变迁实际上是参与其建设中的不同利益主体诉求表达与博弈的结果[2]。由此，本文从跨学科角度出发引入空间生产理论，以探讨农旅融合型乡村公共空间商品化现象的成因并明晰其进程中不同空间主体的作用路径，总结潜在风险并提出优化思路，以期缓和新的乡村振兴背景之下农旅融合型乡村公共空间过度商品化的问题。

2. 理论及其适用性分析、项目介绍

2.1. 理论及其适用性分析

法国马克思主义批判哲学家亨利·列斐伏尔通过《空间的生产》《资本主义的生存》等著作提出了一套完整的空间生产理论，其核心观点为：“(社会)空间是(社会的)产物”，即每一种生产方式及其特有的

生产关系都生产出一个其自身的空间，任何空间都体现、包含并掩盖了社会关系。空间的符号表象既是对社会关系的展示和置换，也是空间主体与空间环境互动实践的一部分[6]。该理论推动更新了关于“空间”概念认知并赋予其更多的社会属性，其最主要的贡献便是空间三元辩证法(如图 1)，即通过空间实践、空间表象、表征性空间三元一体的辩证交织过程来解释和分析社会空间的生产。其中，空间实践是“感知的空间”，是体现了这个空间所承载的特殊生产关系和生产方式的空间特征集合；空间表象是“构想的空间”，是上位规划者所构想、并构建和维持了预想生产秩序的空间；表征性空间是“亲历的空间”，是空间使用者从日常生产生活出发的空间体验和实践反馈。在列斐伏尔看来，空间表象伴随着现代资本主义的全球霸权而兴起，表征性空间则是那些被取缔和压占的部分。这二者的矛盾也揭示了社会空间中支配与被支配，自上而下的秩序构想与自下而上的日常需求之间的矛盾，是推动空间变革的主要动力。

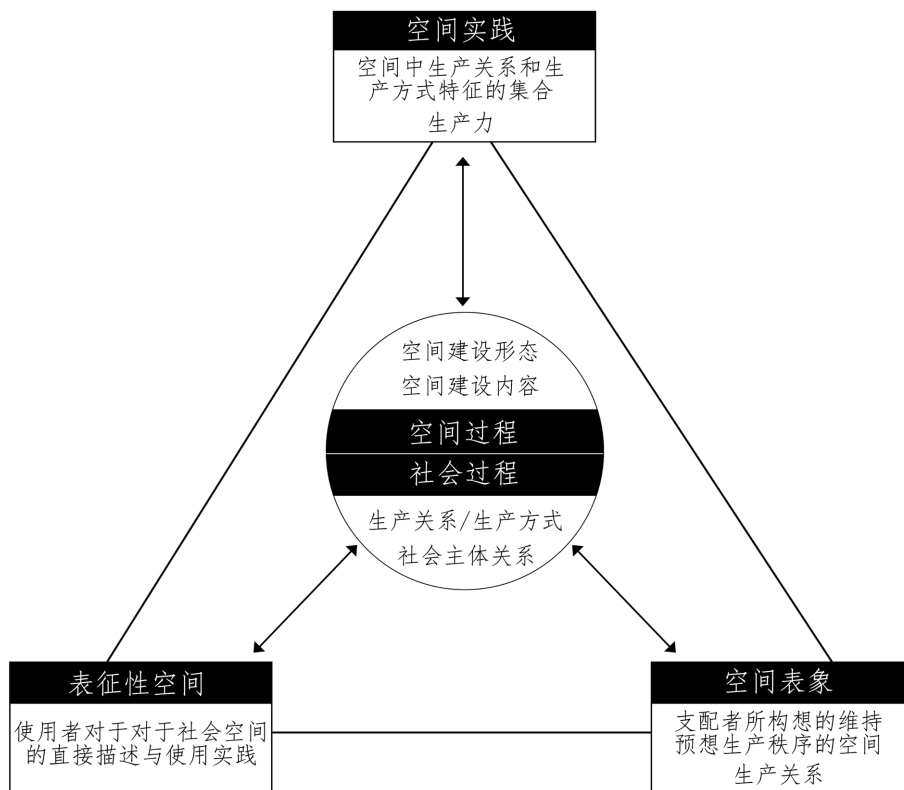


Figure 1. Diagram of the triadic dialectic theory of spatial production

图 1. 空间生产理论三元辩证法示意图^①

空间生产理论促使研究者对实体空间要素所指的社会关系展开问询，并通过从社会过程到空间过程的整体营建来缓解目标空间演变发展过程中的不良趋势。乡村空间由于其独特的自然与人文资源而成为外部资本介入及其产业转型发展的原生动力。随着多个社会主体的介入，乡村空间既是投资方达成增值目标的原始生产资料，也是承载外部游客消费娱乐的容器，还是村民们日常生活实践的场所。社会主体关系的多元化和力量的不均等化强烈影响了最终空间生产内容的形态。因此，通过空间生产理论视角来探析农旅融合型乡村公共空间商品化成因具有可行性。三元辩证法提供了对于现状空间的剖析框架。在此基础上，本文以江苏新沂宋庄乡村振兴项目为例进行实证分析与问题研究。

2.2. 项目介绍

江苏新沂宋庄乡村振兴项目位于江苏省徐州市新沂市棋盘镇王徐村辖内，总占地面积 282 亩，现有

105 户居民 453 人。宋庄临近马陵山自然风景区，同时也被囊括进新沂市全域旅游规划之内。2018 年，宋庄以民房改善为契机，按照镇村统一规划要求，由新沂市宋庄农业休闲观光专业合作社投资建设，对村内 18 户原本废弃的宅基地进行改造升级，并分期逐步扩大建设范围，现已经建成包括宋庄非遗主题民宿、宋庄示范区、宋庄田园生活区等诸多产品在内的综合乡村旅游区域。该项目整体实践呈现出农旅融合型乡村公共空间所具有的诸多典型特征，例如项目建设基本依托村落内部或外部边缘展开、建设过程中多社会主体介入、乡村公共空间建设非农化和商业化趋势等。同时，在项目建设前的新沂宋庄为并不具备突出旅游资源的传统农业生产型乡村，与具有良好先发资源的传统村落相比更具有普遍参考意义。

3. 基于空间生产理论的乡村公共空间建设现状研究

本文将从总体特征、主要内容、主要表达形式三个方面对三元辩证法视角下的农旅融合型乡村公共空间建设过度商品化现象表征展开论述，并最终产出生成路径归纳。

3.1. 空间实践：乡村公共空间的功能转变与消费场景营造

农旅融合型乡村公共空间的空间实践，既包含了服务于新型农旅产业生产关系、生产方式的生产与再生产过程的空间内容，也囊括了这些空间内容的主要形式特征，即是乡村公共空间旅游化改造过程中，由原有生产生活空间向服务于旅游消费活动的休闲类复合空间不断转换而产生的新生空间。

3.1.1. 村庄内部、外部空间承载功能的转变

村庄内部新生空间内容大多由原农业生产生活空间转换而来，是承载依托于原有乡土特质而建设的旅游接待、形象标志、餐饮购物、历史展览、农房民宿等系列消费活动的复合型公共空间。在宋庄案例中，投资者通过征收废弃的宅基地和农业种植用地，在村庄临近主要道路的南侧外围区域首先修建了景观田园廊架、村口楼台、乡土风情商业街和织布展览馆以及以花厅草庐为主的系列餐饮空间(如图 2)。餐饮空间和乡土风情商业街等的设置都是对游客普遍的消费需求和娱乐需求的功能满足。另外，投资者在村庄外部边缘地带也建设包含了萌宠乐园、星空露营、水岸休闲、宋庄小院民宿等在内的多种完全围绕生态资源展开的纯休闲娱乐业态景观。



Figure 2. The newly built dining spaces and local-style commercial streets within the village
图 2. 村内新建的餐饮空间和乡土风情商业街[®]

3.1.2. 乡村公共空间的主要形式特征

新生公共空间的形式风貌首先呈现出明显的反城市化视觉特征，例如砖木结构、仿夯土暗黄色外墙涂料、茅草屋顶、红砖叠涩外凸等苏北老式传统民居要素，这些特征冲击了外部消费者平日所接受的工业城市视觉景观，并以营造出消费者心目中的田园意象场景适配其消费活动；其次，这些新生空间也呈现出易识别化的形式特征，即对于某一形式要素的刻意放大和夸张运用。例如花厅草庐将苏北传统民居中的茅草屋顶元素进行大面积使用并作为其最主要的视觉符号(如图3)。这种做法在本质上仍旧是为快速建立目标消费者的消费场景而服务的。



Figure 3. The “Huating Cottage” with a thatched roof as the main visual element
图3. 以茅草屋顶作为主要视觉元素的“花厅草庐”^②

3.2. 空间表象：投资者对于乡村公共空间的规划构想

农旅融合型乡村公共空间的空间表象，是以投资者为代表的强势话语力量对乡村公共空间依照自身需求进行塑造的过程中而产生的空间规划和想象。空间表象构成了投资者眼中的理想生产秩序的空间模型，从而维持和保障了投资产业生产和再生产的不断进行。

3.2.1. 投资者对于乡村空间生产的秩序安排

投资者出于全局观的系统考量，往往会将与旅游开发相关的一切因素都强有力地整合进一个具有鲜明目标导向的系统中。在新沂宋庄案例中，农民原本的生产生活空间和行为被人为切割和安置，其中被认为缺乏商业价值的部分将被不断边缘化直至退场，而经过筛选的内容则被制度化地保留和呈现，成为一种有选择的、规训后的、具有鲜明表演和符号特征的文化呈现[2]。消费者的旅游足迹也被经过编排和规划的旅游景观空间有计划地组织起来。最终，一种存在于高位想象中的、且始终伴随消费行为的田园式生活空间和生活方式就被构建出来。

3.2.2. 生产秩序安排在具体空间要素上的体现

在产业总体布局上，新沂宋庄按照“苏北特色的‘宋庄民宿’群和凸显地方文化的‘马陵山居’区”

的建设方向被划分为承担对外形象展示和游客消费活动的“宋庄示范区”、承担休闲娱乐活动的“宋庄非遗主题民宿区”、承担休闲旅居活动的“宋庄田园生活区”和“宋庄安置房区”四大区域(如图4)。



Figure 4. Macro planning model of the development of Xinyi Songzhuang
图 4. 新沂宋庄开发建设的宏观规划模型[®]

同时，投资者也通过旅游相关主题的活动策划来进一步强化乡村公共空间的消费属性。例如，2022年末，当地旅游发展公司举办了“马陵山景区·宋庄民宿首届钓鱼大赛暨宋庄民宿钓场开业”活动，以及在2023年春节期间举办的新春灯会等。这些活动策划都促进了整体公共空间商业化、消费化的发展进程。

在建筑样式与细部设计上，投资者则将抽象的文化概念转换为可供识别和消费的具体的空间形式符号。例如乡土风情商业街建筑以及左右舍民居中对于苏北传统民居形式要素的使用，以及村庄内部设置的以“花厅部落”主题的陶罐、红石文化景墙、拱形小石桥等景观小品(如图5)。



Figure 5. The landscape installations constructed with “Huating” as the theme inside the village
图 5. 村庄内部以“花厅部落”为主题的景墙与小品设置[®]

3.3. 表征性空间：乡村公共空间使用主体的行为反馈

农旅融合型乡村公共空间的表征性空间是其空间使用主体从日常生活角度出发的、更为微观和具体的空间使用体验与使用实践。空间的使用者们(包括村民与消费者)通过对空间表征的理想秩序进行“接受”或“抵制”，自下而上地形成内生力量，并在物质空间建设和日常使用行为中反映出来[7]。

3.3.1. 村民对于投资者规划构想的行为回应与相应的空间形态变化

村民在面对空间表象规训时往往会基于自身利益考虑予以不同的实践回应。在新沂宋庄案例中，一些村民为了获取一定的经济收益会在政策的支持引导下参与运营服务、售卖自家农产品、开办农家乐和民宿商店等。也有村民从自身需求出发在既定空间基础上创造出新的空间内容，例如在村口附近的草坪和道路两侧摆设小吃摊和水果摊，或者在景观空地上重新种植蔬菜等农作物等(如图6)。最后，也有部分村民对一些只考虑游客消费而忽视村庄自身发展需求的公共空间内容表达了抵制。例如为了营造田园意向而打造的“花厅部落”景观区以及乡村咖啡馆、文化展览馆等公共空间由于缺乏长期运营管理而在平日里无人问津。



Figure 6. Shops and food stalls run by the villagers themselves
图6. 村民自发设置的民宿商店和沿路小吃摊点^②

3.3.2. 游客对于投资者规划构想的体验反馈

同样作为空间使用主体的消费者在面对被投资者创造的既定消费空间时也呈现出不同的应对态势。一方面，大多数游客的空间实践会按照空间表象所编排规划的空间序列和消费活动逐层展开和进行。但也有消费者不满足制度化的文化展示及规范化的功能规划。例如，位于村口楼台附近的草地原先被规划为农业生产观赏地，但因工期建设问题所以现在并无实际用途，于是便有部分游客自发前往该地块进行体育运动。同时，也有部分游客为了找寻“原真性”的乡村文化而进入景区规划外的区域探索等。

3.4. 乡村公共空间建设内容生成路径归纳

在农旅融合型乡村公共空间的生产过程中，以投资者和消费者为代表的外部主体与以村民为代表的内部主体相互博弈，而空间生产过程中呈现的主要特征和具体内容则是这种博弈的具象结果之一(如图7)。

在外部主体介入之前，村民是乡村公共空间中的唯一主体，其空间生产方式和内容完全取决于自身生产生活需要，更为关注空间的使用价值。

在农旅融合产业建设活动开展后，具有先发优势的外部主体开始介入，并通过政策法规制定、投资资本注入、产业结构策划、相关设施建设等操作路径，围绕投资回报需求和游客消费需求对原有乡村公共空间进行自上而下的权利规训和实践改造。其中投资者为了投资回报关注乡村公共空间的交换价值，而游客作为空间的消费者和服务对象关注其符号价值或消费价值。他们的实践行为共同构成了乡村公共空间生成的外部路径。同时，部分村民出于自身经济需求也逐步参与到新空间生产体系中去，并关注乡村公共空间的使用价值和交换价值。村民和消费者的实践行为构成了乡村公共空间生产的内部路径。

其中，外部路径导向了乡村公共空间内容上的消费娱乐化、形式上的反城市化和易识别化、总体规划和产业布局分区化、活动策划消费化以及建筑样式符号化等。而由内部路径实践所产生的空间内容可大致概括为观望、顺从、创生、抵制四种类型[8]。“观望”指的是内部主体面对新生产关系和生产内容的冲击时得到完整保留的日常生产生活行为及其相应空间。“顺从”指的是内部主体为了自身需求实现而主动加入到新生空间生产流程中去的行为及其相应空间。例如村民参与消费空间的运营服务并建设零

农旅融合型乡村公共空间生成路径总结

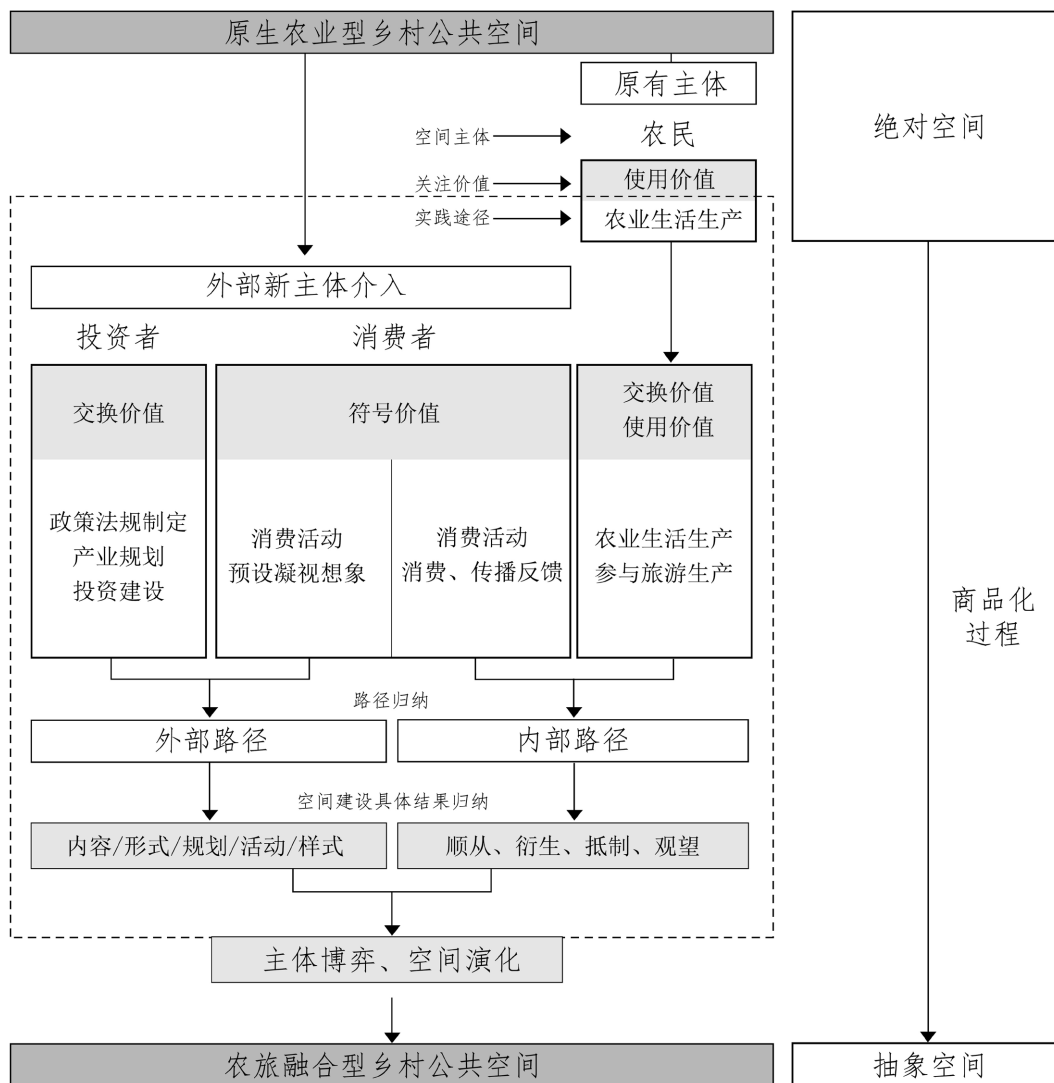


Figure 7. The summary of the generation path of the agriculture and tourism integrated countryside public space
 图7. 农旅融合型乡村公共空间生成路径总结^①

售服务空间等。“创生”是指使用者通过自身创造性实践对原有空间功能内容和形式进行衍生实践。例如村民借用景观廊架晾晒衣服等。“抵制”代表了空间使用者对于空间表象内容的不认同，例如日渐荒凉的田园景观空间等。

在所有空间主体中，游客呈现出了消费者和使用者的多面特性，其对于乡土文化内容的消费需求和预设想象决定了乡村公共空间生产的主要内容，但其作为空间使用者时又对投资者所生产的空间内容和旅游产品具有能动的选择性。这有意或无意地推动了脱离旅游产品逻辑之外的乡土特质挖掘，因此又是具有积极意义的。

4. 乡村公共空间建设的潜在风险与策略提出

在总结农旅融合型乡村公共空间建设生成路径的基础之上，本文将基于空间生产理论，从社会过程和空间过程两个层面继续梳理乡村公共空间商品化现象的潜在风险，并尝试接续提出建设策略，从而维系整体空间系统的持续发展以及空间主体关系的平衡。

4.1. 潜在风险

4.1.1. 乡村文化价值原真性的丧失

农旅融合型乡村公共空间的建设内容往往表现出对消费者心目中消费场景的想象以及消费活动的迎合，而以交换价值和符号价值为主导的筛选体系无法真实完整地呈现乡村文化的原真性。大量违背乡村原生生产逻辑的商业空间的快速入驻也将导致乡村文化内容丢失原生土壤而自身则成为空中楼阁。

4.1.2. 产业生产流程的不可持续性

农旅融合型乡村公共空间生产内容是建立在原生农业型乡村生产内容之上的。而伴随原有乡村生产功能的逐步弱化以及乡土文化内涵的异质化，新的生产关系将会不可控制地走向不可持续，而其生产内容则会逐步拟像化[9]。当维持现有消费关系进行的消费产品从真实成为对原真对象符号的模拟和二次模拟时，农旅融合产业的发展也终究走向不可持续化。

4.1.3. 乡村公共空间发展的不均等化

以交换价值和符号价值为主导的筛选体系使得能带来更大经济效益、更具符号转化价值的乡村文化与空间内容获得更多的资源倾斜，而相对而言并不具备商业价值的文化与空间内容则被逐渐边缘化直至退场。乡村公共空间系统内部建设差距将不断扩大，并最终导致整体性的撕裂和对立态势。

4.1.4. 空间主体关系的分离趋势

围绕消费者需求而打造的旅游空间规划表现出的明显排他性。二元化的空间规划布置和表演式的主客互动模式不仅加剧了消费者和村民两大主体之间的分离趋势，也强化了双方城乡文化之间的撕裂与隔阂，呈现出明显的二元对立趋势。

4.2. 建设策略

为建立乡村公共空间从社会过程到空间过程的整体营建秩序与运行体系，本建设策略研究将首先着眼于顶层产业模式策划建构，以及基于此产业模式展开的社会角色定位，最终讨论不同空间层级的实体建构策略。

4.2.1. 日常生活导向的乡村产业发展模式策划

对于农旅融合型乡村来说，农业生产生活方式才是其产业发展的核心资源，而非某个特定的产品符号。因此，乡村产业发展模式策划需要将支撑这些表层产品符号的生产生活空间内容纳入其中并进行整

体性营建，以满足空间实际使用主体的使用需求为核心，通过促进空间使用价值的回归和日常生产生活的持续发展，以保持当地特色旅游产品内容的持续更迭，通过构建动力内生的乡村社区最终实现对于当地生态资源和文化资源的整体性开发和持续化发展。

4.2.2. 基于产业模式策划的社会角色定位

1) 政府部门

拥有相关资源管理权的政府部门应当承担复杂社会主体力量协调者的责任，即在项目前期规划和建设过程中积极听取各方意见，通过建设推行高效有力的合作机制引导投资资本和村民群体等相关主体共同参与空间内容决策与整体生产流程，为相关建设活动提供基础设施与社会环境支持，最终实现乡村公共空间资源的最优配置和开发利用。

2) 投资资本

投资资本的社会角色应当意识到自身主体与村民主体在乡村公共空间发展所需资源上的互补关系。因此，投资资本应放弃单方压制姿态，积极建立与当地社群的良好对话关系，通过其经济与文化资源优势、以合作共赢的态度并结合真实的市场诉求帮助当地进行产业升级与转型发展，实现长期获益。

3) 消费者主体

满足消费者的消费预期是乡村公共空间逐渐商品化的主要成因之一。消费者群体要达成对于乡村公共空间建设过程的切实参与以及与其生活群体的平等对话，通过其所代表的城市文化体系与乡村文化体系交融互通，共同探索农旅融合背景下乡村新生产生活方式，从而实现乡村公共空间使用价值的回归。

4) 农民及其乡村社区群体

乡村社区群体需要将原本分散的乡村个体凝结为统一的社区群体，以此完整表达出其作为群体的生活与发展诉求，并通过有效的对话机制和利益关系的建立有效参与到乡村公共空间建设的各个阶段，明确自身优势，借助产业融合机遇发展自身文化体系和生产生活方式。

4.2.3. 乡村公共空间层级建设策略

1) 乡村聚落单元层面

基于空间生产理论的乡村公共空间聚落单元层级的建设策略则导向了一种功能与结构高度混合、以局部激活整体的实践方法，即首先梳理出系统性的乡村日常生产生活方式网络，并在保留和继续发展原有网络的基础上再叠合嵌入相应的旅游服务空间与功能业态，从而实现原有空间肌理与功能内容的延续。这种混合做法也促使人们从对于某一单独乡村产品的消费转向对于乡村整体生产生活方式的关注，并通过连续的局部节点设计和整体的网格化提升激活整体原有乡村活力。

2) 乡村空间节点层面

乡村空间节点层级的建设策略指向了取用价值的营造以及对于乡村日常生活原型空间的继承。营造取用价值指向了功能取向的模糊化，即通过对于同一时间段内发生的不同生产生活方式内容以及对于不同时间段内发生的生活内容都给予满足，从而最大限度地激活乡村公共空间的使用价值和内生活力，摆脱单一价值取向的桎梏。其次，通过对生产、生活、民俗等日常生产生活方式内容的空间原型进行功能、结构、形态、尺度等维度的拆解和还原赋形从而生成真实的生产日常生活内容。

3) 乡村单体设施层面

乡村公共空间单体设施建设策略首先要在功能上将其定义为对于同一乡村生产关系中不同社会主体同时使用的空间需求，从而强调功能的多样性和使用的开放性。材料选择上应该以新技术体系加持下的在地材料为主，以此探索传统材料在工业技术语境中的新表达可能；其建筑结构应当选择与建筑材料和功能需求相适应的结构形式，同时也应注重延续具有突出特色和良好性能的当地传统结构体系；而在视

觉语汇表达上,要根据具体的建筑材料和结构选择、并依据不同的周边环境做出形式回应,从而达到建筑形式与自身其他要素以及与周边环境要素的和谐。

5. 结论

近几年来,乡村产业的农旅融合发展趋势逐步受到国家政策的重视与引导,并成为新的时代背景下我国乡村产业发展转型的主要方向。本文基于空间生产理论的指导对农旅融合型乡村公共空间建设内容商品化的成因进行了探讨,并明确了不同社会主体对于乡村公共空间的作用路径以及潜在风险,并提出了初步的解决策略,以期缓和农旅融合型乡村公共空间建设内容过度商品化、乡土特质流失等问题。最后,农旅融合型乡村公共空间的建设既不是把乡村还原旧貌的“旧农村”,也不是附属市于城娱乐的“新城市”,而同一新型乡村生产关系中不同关联主体的统筹考虑结果,而非数套不相干的空间生产系统的杂糅。

注 释

- ①图 1、图 7 来源:作者自绘
- ②图 2~6 来源:作者拍摄

参考文献

- [1] 王丹,刘祖云.国外乡村空间研究的进展与启示[J].地理科学进展,2019,38(12):1991-2002.
- [2] 胡静,谢鸿璟.旅游驱动下乡村文化空间演变研究——基于空间生产理论[J].湖北民族大学学报(哲学社会科学版),2022,40(2):99-109.
- [3] 朱跃,杨兴柱,杨周,郑义刚,杨万明,顾寒月.主体功能视角下皖南旅游区乡村多功能演化特征与影响机制[J].地理科学,2021,41(5):815-823.
- [4] 蔡蓓蕾,王茂军.都市近郊区旅游型乡村宅院功能演化特征及影响因素——以北京市怀柔区莲花池村为例[J].地理科学进展,2022,41(6):1012-1027.
- [5] 史莹,徐阳阳,费文君.旅游产业发展视角下的江宁区徐家院乡村景观空间布局优化设计研究[J].设计,2021,34(5):56-59.
- [6] Henri, L. (1991) *The Production of Space*. Blackwell Publishing, Oxford.
- [7] 张园林,刘玉亭,马丁·菲利普斯.乡村空间转型研究的中西比较[J].城市发展研究,2021,28(11):53-61.
- [8] 沈昊.基于社会-空间关系视角下的休闲体验型乡村营建研究[D]:[博士学位论文].杭州:浙江大学,2021.
- [9] 让·鲍德里亚.消费社会[M].南京:南京大学出版社,2001.