游客与居民视角下朱家角古镇地方性特征感知差异*

张 琳 肖茵然

同济大学建筑与城市规划学院 上海 200092

摘要：朱家角古镇作为江南古镇的典型代表，旅游业发展迅速，但是居游空间的混合导致游客与居民两个感知主体之间产生矛盾，对朱家角的地方特色产生不同的感知和情绪。为探究居游混合下的朱家角古镇地方性发展方向，从居民和游客两个感知主体入手，采用问卷调研、访谈和实地游览的方式，分析居民和游客对古镇地方特色的感知及其带来的愉悦感的差异，以及该差异产生的原因和影响要素。结果表明：游客对旅游相关的游览对象有更强烈的感知和愉悦感；居民总体对当地的旅游发展持肯定和支持态度，对朱家角古镇景区总体评价较高，且对朱家角各项感知因素的感知强度及愉悦感均大于游客。据此提出规划引导策略：打开河岸空间，活化居游共享空间；优化现有商业业态，引入优质商业活动。

关键词：景观地方性；感知差异；朱家角古镇

DOI：10.12169/zgcsly.2024.03.19.0002

Differences in Perceived Local Characteristics of Zhujiajiao Ancient Town from the Perspectives of Tourists and Residents

Zhang Lin Xiao Yinran

(College of Architecture and Urban Planning, Tongji University, Shanghai 200092, China)

Abstract: As a typical ancient town in Jiangnan, Zhujiajiao Ancient Town has seen rapid development of tourism, but the mixing of residential and tourism spaces has led to contradictions between tourists and residents, which are the two perception subject, and has generated different perceptions and emotions towards the local characteristics of Zhujiajiao. In order to explore the localized development direction of Zhujiajiao Ancient Town under the mixed residence and tourism, we start from the two perception subjects, i. e., residents and tourists, to analyze the differences between residents and tourists in their perception of local characteristics of the town and the pleasure experienced accordingly using questionnaire survey, interviews and field trips, and also analyze the reasons behind the differences and the influencing factors. The results show that tourists have a stronger perception and sense of pleasure towards tourism-related objects, while residents in general have a positive and supportive attitude towards local tourism development, give a higher evaluation of the Zhujiajiao Ancient Town Scenic Area, and show a greater intensity of perception and sense of pleasure than tourists towards the various factors to the perception of Zhujiajiao. Accordingly, the guidance strategy for planning is proposed to fully utilize the riverbank space for revitalizing the shared space for residence and tourism, and optimize the existing commercial businesses with the focus on high-quality commercial activities.

Keywords: landscape locality; perceived difference; Zhujiajiao Ancient Town

收稿日期：2024-03-19

* 基金项目：上海市“科技创新行动计划”社会发展科技攻关项目“超大城市上海公园城市构建关键技术研究与示范”(23DZ1204400)；上海市绿化和市容管理局科研课题“公园城市背景下的公园绿地智慧化健康功能增效提质研究”(G239912)

第一作者：张琳(1979-)，女，博士，副教授，博士生导师，研究方向为风景园林与旅游规划。E-mail：596770394@qq.com

2014 年发布的《国家新型城镇化规划（2014—2020 年）》推动了我国城镇化发展的进程，在试点后不断完善相关方案，于 2018—2022 年逐步在全国推广。新型城镇化建设还推出旅游城镇建设模式，对于带动性相对较弱的小型城镇，可以走特色化的旅游城镇化之路。新型城镇化重点在于质量内涵，是以人为核心的城镇化。日渐发展的旅游产业带来大量外来游客，地方性的感知主体更加多元，部分居游空间和居游活动产生混合，传统古镇空间发生重构与更新。旅游地居民和游客的矛盾也日益体现：原有大量居民的生活空间被侵占，游客活动干扰居民日常生活；部分居民同时承担着旅游地经营者的身份，但所呈现的文化展现形式有时与游客喜好出现偏差，景区营造被认为“千镇一面”。

“地方”是一种特殊的、有价值的物体，是具有既定价值的安全中心，代表真实与安定[1]。“地方性”是地方本身所具有的自然特质和文化特性[2]，受到自然和社会环境的双重影响，两者相互作用，促进地方性的协调发展。地方性感知则是指地方本身所具有的客观特质和人们自身对地方的主观依附[1]，简而言之是人们对地方性产生心理和生理方面的主观感知结果。关于地方性感知，目前有研究对地方性感知进行直接测度[3-4]，也有学者探究了地方性感知与游览体验的关系[5-6]，还有将感知主体分为不同聚类进行比较，发现不同主体内部的地方性感知存在差异[7]。

在感知到景观各个要素的特征之后，人类会产生相应的情感，在心理上或生理上感到满足，这种满足的普遍外在表现即是人们的愉悦行于言表[8]。有学者认为旅游活动的精神追求便是追求愉悦，是“成为超出求生和谋生以外的乐生活动”[8]。旅游具有愉悦的本质性[9]，因此，为探究居民与游客地方性特征感知差异，本研究将不同感知主体因感知所产生的愉悦感作为一项重要的评价因素。

朱家角古镇作为典型的江南古镇，其自然环境研究价值、建筑风貌和历史文化底蕴带动了当地旅游业的发展[10]。基于其优秀的资源本底，本文以朱家角古镇为例，对游客和居民两类感知主体对于该古镇“建筑风貌特征”“景观风貌特征”和“历史文化特征”的感知程度以及在感知上述 3 类要素后是否产生愉悦感进行调研。根据问卷结果进一步探究游客与居民对于地方性景观产生感知差异的原因，针对不同感知主体的需求提出解决方案，制定引导性规划政策，延续朱家角古镇的地方性。

1　研究区概况

朱家角（31°N，121°E）位于上海市青浦区中南部，地处江、浙、沪二省一市的交通要枢，地理位置优越[11]。古镇面积 2.7 km^2，镇内河港纵横，巷弄交错，建筑独具特色。朱家角古镇被列为上海十五期间重点建设的“一城九镇”之一，有丰富的旅游资源，是上海四大历史文化名镇之一，其旅游商业发展迅速，传统性与商业化兼顾发展[12]。

本文的分析聚焦于老镇中历史文化风貌保护区的核心保护范围，集中在人字水系两侧 34 hm^2。该范围保护建筑、保留历史建筑较为集中，空间格局保存完好，风貌特征明显，且古镇商业建筑集中，服务设施完备，游客多在此区域内进行游览活动。

2　研究方法

2.1　调研设计

采用问卷调研、访谈和照片识别的方式进行多次实地调查。基于前期调研经验及被调研者对朱家角古镇地方性中“建筑风貌特征”“景观风貌特征”和“历史文化特征”3 类要素的感知强弱以及感知后产生的愉悦感强弱设计调研问卷，以地方性感知和愉悦感为主题的两大量表为主，设置额外题目询问被访者是否是朱家角的本地居民，若是，则须填写在该地的居住时长。关于感知强度和愉悦感量表题项采用李克特 5 级评分设置。

2.2　数据获取

多次前往朱家角古镇调研，共发放问卷 176 份，回收有效问卷 172 份，有效率为 97.7%，问卷中少量缺失值用均值替代。

2.3　问卷数据可靠性分析

使用 SPSS 软件对问卷结果进行信效度分析，以调查问卷结果的稳定性和一致性[13]，分别计算出“建筑风貌特征”“景观风貌特征”和“历史

文化特征”的感知强度及愉悦感共计 6 个维度的克隆巴赫 α 系数（表 1）。

每一项的克隆巴赫 α 系数均接近或大于 0.7，修正后的项与总计相关性均大于 0.4，整体量表的系数为 0.940，证明该量表信度极好，可作进一步分析。

表 1 各项克隆巴赫 α 系数汇总

项目	克隆巴赫 α 系数	项数
建筑风貌特征感知	0.785	3
景观风貌特征感知	0.785	4
历史文化特征感知	0.800	4
建筑风貌愉悦感	0.696	3
景观风貌愉悦感	0.723	4
历史文化愉悦感	0.806	4
总体基于标准化项的克隆巴赫 α 系数	0.940	22

此外，对问卷量表进行效度分析可得 KMO=0.915>0.4，取值接近 1，相关性较强，显著性为 0.000<0.01，证明该量表数据有效，可以进一步分析。

3 结果与分析

3.1 描述性统计分析

有效问卷中，受访者近半数为 24～35 岁人群，各年龄人数呈正态分布；学生占比最大，其余受访者以公司员工为主；整体受教育程度高，90%以上的受访者有大学本科或专科以上学历。55.2%受访者月收入在 5000 元以上，有一定的消费能力。受访者外地游客较多，占比 76.2%，其余为本地人，居住时长不等。

3.2 居民和游客的地方性感知及愉悦感

63.41%的居民在朱家角古镇认为有归属感，但是本地居民与外来游客的情感差异较为明显，仅 1/5 的外来游客认为在朱家角古镇感受到了归属感（表 2）。对比量表中居民与游客的感知评价得分差异，归属感在一定程度上与地方性感知强度和愉悦感有正向关系。

表 2 游玩体验评价

选项	居民数量（占比/%）	游客数量（占比/%）
A. 我感觉十分有归属感	26（63.41）	25（19.08）
B. 在游玩期间我很兴奋	14（34.15）	51（38.93）
C. 我感觉到在这里流连忘返	9（21.95）	30（22.90）
D. 在这里游玩，我感到非常闲适	28（68.29）	99（75.57）
E. 我会向亲朋友好友推荐这里	18（43.90）	69（52.67）
F. 我会重游这里	6（14.63）	37（28.24）
有效填写人次	41（100）	131（100）

3.3 地方性感知强度及愉悦感

3.3.1 建筑风貌感知及愉悦感差异

朱家角南北两岸建筑因历史原因，发展的时间、规模、速度并不一致；北岸建筑规模小，只有少数的厅堂宅院；南岸建筑数量多，形成时间较早，厅堂建筑形式多样，水系与建筑穿插分布[14]。古镇内民居超过 500 座[15]，还有席氏厅堂、大清邮局等多处知名历史建筑。

建筑风貌感知从商业建筑、居住建筑以及历史建筑 3 类进行测度。商业建筑随着封建社会时期城市格局的演变应运而生，具有商业性质[16]。经过实地调研，商业建筑主要分布于核心保护区淀浦河和人字水系两岸。居住建筑作为家庭生活交往的主要内部空间，是古镇居民日常生活的重要载体[17]。古镇景区并无明确的边界，商业与居住建筑混合布局，古镇研究区域除旅游商业建筑外，多为居住建筑。《青浦区朱家角镇总体规划暨土地利用总体规划（2014—2035）》保留了历史建筑和保护建筑区位。

居民和游客对于商业建筑特征感知的评价和愉悦感分数均较低（表 3～4），但平均分在该组别中差异最大。经过访谈得知，朱家角古镇和其他古镇建筑风格出现同质化是导致总体评价均较低的主要原因。但部分做生意的居民认为商业化为其带来了更多的经济利益，他们对于商业建筑的评价更高，因此两者对商业建筑的感知评价差异最大。

表 3　建筑特征感知得分

感知要素类型	人群类型	平均分	得分差值
居住建筑	居民	4.00	0.16
	游客	3.84	
商业建筑	居民	3.88	0.59
	游客	3.29	
历史建筑	居民	4.15	0.22
	游客	3.93	
小计	居民	4.01	0.32
	游客	3.69	

表 4　建筑特征感知愉悦感得分

感知要素类型	人群类型	平均分	得分差值
居住建筑	居民	4.15	0.27
	游客	3.88	
商业建筑	居民	4.17	0.81
	游客	3.36	
历史建筑	居民	4.37	0.46
	游客	3.91	
小计	居民	4.23	0.51
	游客	3.72	

3.3.2　景观风貌感知及愉悦感差异

朱家角环境幽静、气候宜人，古弄众多，形成网络式棋盘格局，其古弄幽巷历史悠久、幽深奥秘。淀浦河穿过古镇，河面上架石桥数座。游客活动集中在古镇内商业集中片区，因此将古镇调查范围划分为“古镇旅游区”和“古镇居民区”。此外，为探究游客感受到的古镇整体特征和风景概貌[18]，将游客前往朱家角古镇景区途径区域的景观风貌也纳入调查范围，以规划文件划分的建设控制范围为界限，分为“老城镇”与“田野乡村”。

居民和游客都对田野乡村景观风貌的感知和愉悦感均较弱，结合现场调研发现，朱家角古镇周围的田野乡村景观风貌缺乏显著地方性特色，难以让人们产生较强的感知，此外，居民和游客对于老城镇的景观感知和愉悦感差异均大于其他区域（表 5~6）。

表 5　景观风貌感知得分

感知要素类型	人群类型	平均分	得分差值
古镇旅游区景观风貌	居民	4.00	0.18
	游客	3.82	
古镇居民区景观风貌	居民	3.90	0.27
	游客	3.63	
老城镇景观风貌	居民	3.90	0.37
	游客	3.53	
田野乡村景观风貌	居民	3.59	0.37
	游客	3.22	
小计	居民	3.85	0.30
	游客	3.55	

表 6　景观风貌感知愉悦感得分

感知要素类型	人群类型	平均分	得分差值
古镇旅游区景观风貌	居民	4.15	0.13
	游客	4.02	
古镇居民区景观风貌	居民	4.10	0.29
	游客	3.81	
老城镇景观风貌	居民	4.10	0.37
	游客	3.73	
田野乡村景观风貌	居民	3.63	0.12
	游客	3.51	
小计	居民	4.00	0.23
	游客	3.77	

3.3.3　历史文化感知及愉悦感差异

朱家角古镇的历史源远流长，文化活动丰富多样。古镇的船、桥是重要的历史文化资源，古镇旅游区内随处可见的特色美食也吸引大批游客。综合朱家角古镇历史文化要素，可总结为 4 类，即朱家角的桥、朱家角的船、节日活动以及饮食小吃。

居民对朱家角古镇的历史文化感知均维持在一个较为稳定的分数，而游客的感知波动幅度较大。其中，游客对于朱家角的饮食小吃的感知较低，对节日活动的感知较弱。此外，两个主体得分差值最大的均为饮食小吃，餐馆和商铺经营者售卖一样的菜品成为游客感知得分较低的主要因素；相反，经营餐馆并获益的居民感知得分较高（表 7~8）。

表 7　历史文化感知得分

感知要素类型	人群类型	平均分	得分差值
古镇内的桥	居民	4.17	0.20
	游客	3.97	
朱家角的船	居民	3.83	0.20
	游客	3.63	
节日/活动	居民	4.15	0.42
	游客	3.73	
饮食/小吃	居民	4.10	0.58
	游客	3.52	
小计	居民	4.06	0.35
	游客	3.71	

表 8　历史文化感知愉悦感得分

感知要素类型	人群类型	平均分	得分差值
古镇内的桥	居民	4.24	0.29
	游客	3.95	
朱家角的船	居民	4.07	0.22
	游客	3.85	
节日/活动	居民	4.27	0.41
	游客	3.86	
饮食/小吃	居民	4.32	0.76
	游客	3.56	
小计	居民	4.23	0.42
	游客	3.81	

3.4 地方性感知强度及愉悦感相关性

居民与游客的地方性特征感知评价与对应的愉悦感相关性显著（$P<0.01$）。由表 9 可知，所有感知要素的地方性特征感知评价得分与获得的愉悦感之间的皮尔逊相关性系数均大于 0.4，证明至少有中等相关关系。居民对于商业建筑、历史建筑、古镇居民区景观风貌、老城镇景观风貌和田野乡村景观风貌这 5 类感知要素的感知评价与愉悦感得分呈强相关。利用 ArcGIS Pro 软件将居民与游客的得分结果映射于空间，分别绘制 3 类感知要素的皮尔逊相关系数及其差值图（图 1~3），其中差值为正表示居民的值高于游客的值、差值为负则相反。从图 1~3 中可以明显看出，商业建筑、古镇居民区景观风貌以及饮食小吃各自分别为建筑、景观以及历史文化这 3 类感知要素中差异最大的要素，商业建筑与饮食小吃和古镇内居民的生活经济来源直接相关，古镇居民区的景观风貌也承载了居民重要的精神寄托。此外，整体观察皮尔逊相关性系数差值最大的 3 个要素（表 9），即古镇居民区景观风貌、老城镇景观风貌以及田野乡村风貌，居民的值均大于游客的值，可见居民对景观风貌有更加积极的情绪正反馈，感知评价越高，在更大程度上能带来为其带来愉悦感。由于居民对该古镇及周边环境有着较强的人地联结，地方特色越突出越能产生愉悦感。对于游客而言，短时间的旅游活动鲜少激发出人们的归属感和地方依恋，游客是否产生愉悦感还受天气环境、人群拥挤程度、商品价格等外因影响，因此古镇地方性特征并不能使其愉悦感显著变化。

表 9 地方性感知强度与愉悦感皮尔逊相关性系数

景观要素	感知主体	皮尔逊相关性系数	景观要素	感知主体	皮尔逊相关性系数
居住建筑	居民	0.417 **	老城镇景观风貌	居民	0.738 **
	游客	0.489 **		游客	0.489 **
商业建筑	居民	0.630 **	田野乡村景观风貌	居民	0.723 **
	游客	0.494 **		游客	0.511 **
历史建筑	居民	0.642 **	古镇内的桥	居民	0.447 **
	游客	0.551 **		游客	0.549 **
古镇旅游区景观风貌	居民	0.546 **	朱家角的船	居民	0.497 **
	游客	0.422 **		游客	0.620 **
古镇居民区景观风貌	居民	0.756 **	饮食小吃	居民	0.595 **
	游客	0.440 **		游客	0.425 **

注：** 代表 $P<0.01$。

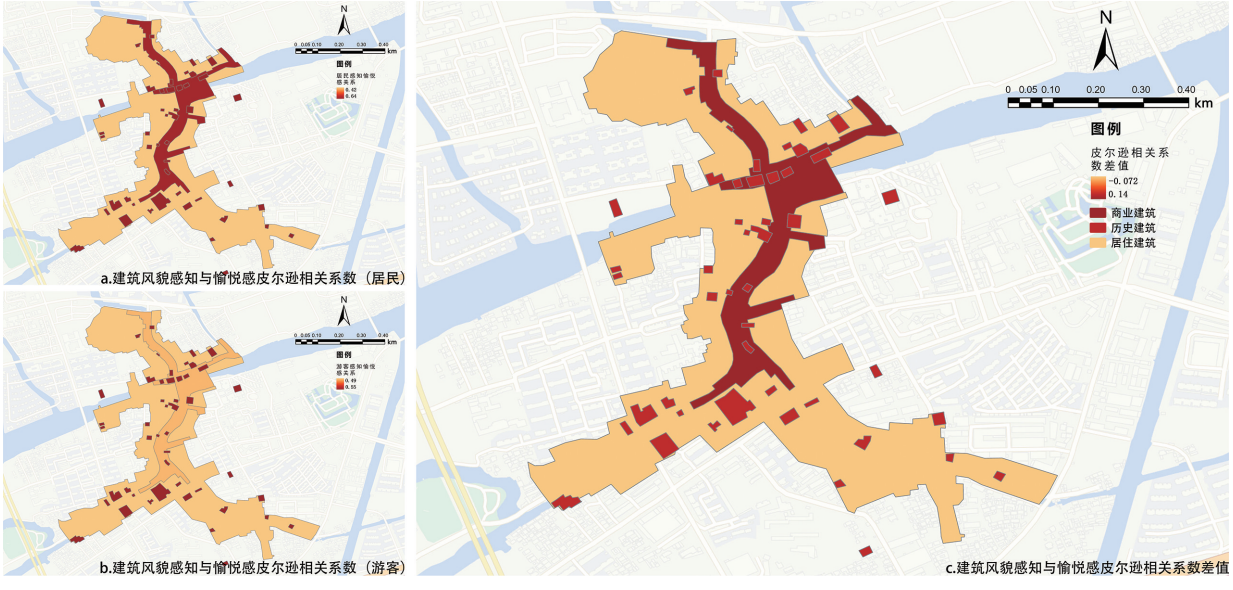


图 1 建筑风貌感知与愉悦感皮尔逊相关性系数差值

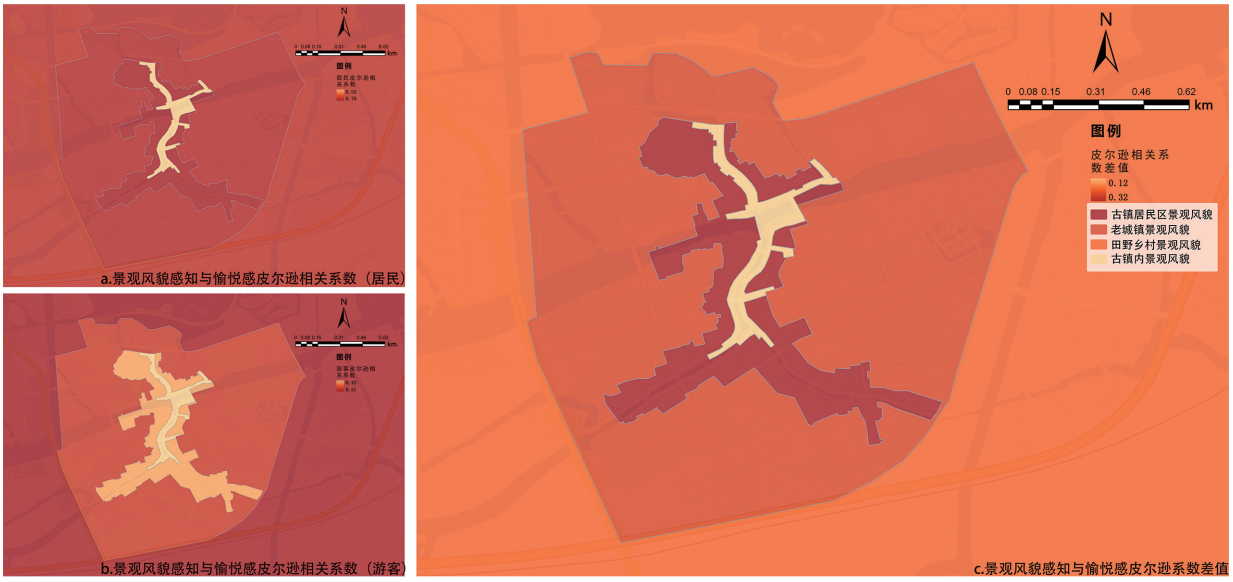


图 2　景观风貌感知与愉悦感皮尔逊相关性系数差值

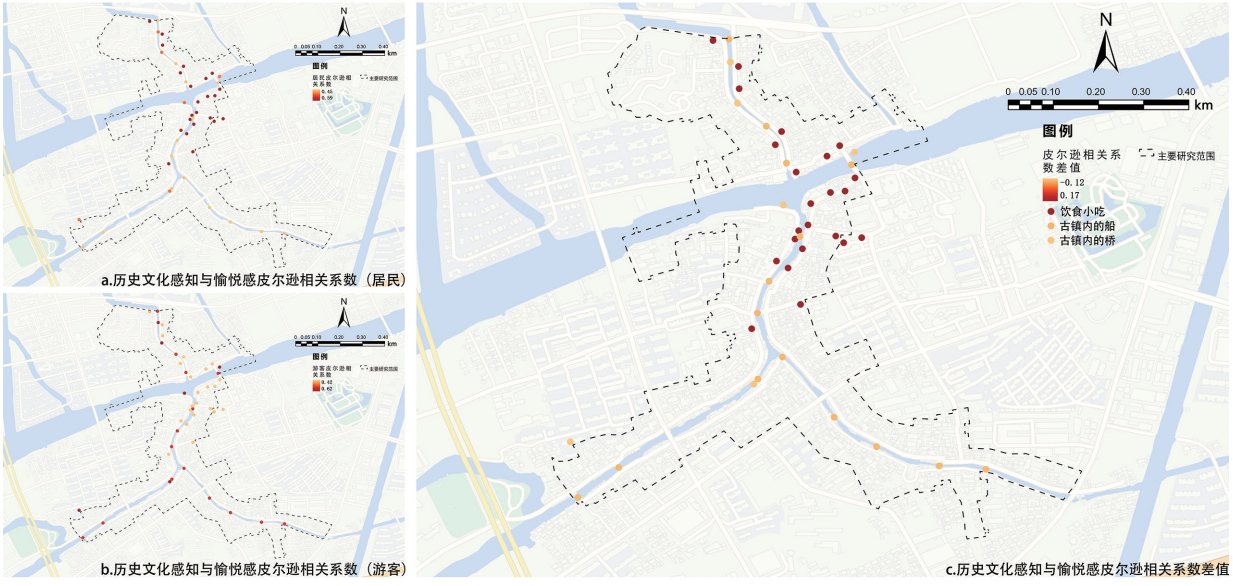


图 3　历史文化感知与愉悦感皮尔逊相关系数差值

4　讨论

朱家角古镇景区的营造相对集中，游客以旅游观览为目的，根据景区范围的引导直接前往古镇景区而忽略景区范围外的区域，同时古镇景区外作为朱家角的城镇区域，缺乏地方性特色和对游客的吸引力，导致人们的感知较弱。朱家角古镇历史底蕴深厚，有浓厚的江南古镇氛围，游客的旅游动机与古镇景区所提供的环境和文化高度吻合，游客愿意花费更多的时间和精力感受古镇内的对象。此外，消费作为游客在景区的重要行为，消费体验的优劣影响游客正负情绪的产生[19]，因此在对消费相关对象进行感知评价时，人们往往会将商品质量及商品价格纳入重要评价标准，导致游客对于“商业建筑”“饮食小吃”的感知评价较低。对比前人研究中部分传统历史街区的非物质文化遗产和传统风俗呈现衰落态势[20]，人们对朱家角古镇的历史文化有较强的感知，因此也为古镇或历史街区景观感知的相关研究提供了不同的样本。

随着近年来当地旅游业不断发展，朱家角古镇居民逐渐参与其中，受到经济利益的驱动，以

原有生活方式和环境为代价换取游客的经济补偿[21]，从中获取比普通生活更高的利益，驱动居民对当地旅游发展呈现积极态度。旅游行业的介入为朱家角古镇带来了更多的活力和收入，但不少经营者在获取利润的同时，忽略了对于朱家角古镇地方性的传承。同时游客数量不断增加，侵入居民日常活动，游客和居民的边界逐渐变得模糊，不少游客认为居民们日常生活的景象也是古镇闲适景观的一部分。因此，如何在不影响日常生活的情况下，让当地居民的日常活动景色成为当地特色景观的一部分，是我们需要思考的又一问题。

本研究尚有不足，结合访谈可知，游客评价感知对象容易受其他体验和感知影响，商品价格、质量、拥挤程度或天气等外界因素会在一定程度上影响游客评分。因此，针对游客和居民两个感知主体的需求提出以下规划策略：

4.1 打开河岸为居民所用，活化居游共享空间，控制游客游览与居民活动的距离

利用古镇自身河流水系丰富的优势，将靠近居民区的河岸开放，为居民提供洗衣取水的空间，满足游客希望看到居民日常生活的诉求，同时保证游客与居民的距离适当，减少外来游客对当地居民生活的干扰。此外，利用居民区与景区过渡区域的空地打造居游共享互动体验空间，提供手工艺作坊、茶艺书画室等场所，居民可现场制作表演并与游客深入交流文化；室外共享空间可供居民零售蔬菜或售卖手工艺品，打造居游共享的“市集”。

现状古镇核心保护区风貌保存完好，空间利用率较高，建议进行保护性优化，以保证建筑和风貌的完整性和原真性。地铁作为到达朱家角古镇景区的重要出行方式，其站点到朱家角古镇步行距离较长，途中可设置驿站引导，供游客和居民共同使用。

4.2 优化现有商业业态，引入优质商业活动，开发良好旅游形象和 IP 产品

利用朱家角古镇深厚的文化底蕴，调整优化商业业态。古镇居民与游客对现有商业的评价差异较大，且评判标准有较大不同，需把握不同感知主体的感知逻辑，从根源上针对性地改变现有商业环境。目前古镇景区的商业业态以旅游购物、餐饮为主，并且售卖的产品与营造的氛围很大程度上影响了古镇风貌、商业建筑以及历史文化的地方性特色。应由政府统一制定特色商品价格参考，控制价格过高、优化购物环境，安排相关检察人员定期巡查以保证商品质量。同时，可引入文化活动、美食制作等特色商业表演吸引游客，举办“阿婆粽”“芡实糕”以及船文化等主题文化节，丰富表演形式，美食小吃可额外增加制作过程表演，历史文化也可请当地居民演绎，保证演出具有地方特色，增加居民收入来源渠道以填补商品价格控制的空缺。

目前朱家角古镇的“朱市大集文创旗舰店”设计了以小猪为原型的 IP 形象，但该形象并未得到充分利用与宣传，未来可将 IP 形象与商品更紧密地融合销售，提高商品趣味性，也可将其作为朱家角吉祥物宣传，作为文化符号广泛传播[22]。

5 结论

游客对旅游相关的游览对象有更强烈的感知和愉悦感；居民总体对当地的旅游发展持肯定和支持态度，并对朱家角古镇景区的总体评价较高。当地居民对朱家角古镇各项感知因素的感知强度及愉悦感均大于游客。游客与本地居民感知得分存在差异，游客以观光旅游的目的前往朱家角古镇，互动参与式体验较少，难以对古镇的特征和内在文化形成深刻的印象。但在游客有机会接触到的景区特色中，美食的同质化和商业化、节庆活动的时令性拉低了游客的感知评价；反之，居民的自豪感与认同感使其对这些能代表朱家角古镇的感知要素整体评价同游客相比更高，地方特色感知越强烈越能产生愉悦感。因此，针对游客与居民的不同感知需求，建议打开河岸空间，活化居游共享空间；优化现有商业业态，引入优质商业活动。

参考文献

[1]段义孚.空间与地方:经验的视角[M].王志标,译.北京:中国人民大学出版社,2017.

[2]汪芳,苗长虹,刘峰贵,等.黄河流域人居环境的地方性与适应性:挑战和机遇[J].自然资源学报,2021,36(1):1-26.

[3]银松,李瑞,殷红梅.旅游发展背景下民族村寨居民地方性感

知测度及影响因素研究：以贵州雷公山地区为例[J].世界地理研究,2023,32(3):144-156.
[4]王欣言,李欢,丁涣茹,等.基于原住民地方感的乡村景观特征认知与评价体系构建：以北京怀柔北宅村为例[J].中国城市林业,2024,22(1):157-163.
[5]左佑,张琳.基于旅游发展视角的江南历史城镇游客地方性感知与游览体验关系探讨[J].住宅科技,2023,43(8):45-51.
[6]岑清雅,裘鸿菲,李浩.基于网络文本分析的武汉市沙湖公园旅游形象感知研究[J].中国城市林业,2023,21(2):123-129.
[7]余庆,殷红梅,王晓丹.旅游发展背景下民族村寨原住民地方性感知差异研究：以雷公山典型苗寨为例[J].长江师范学院学报,2021,37(6):1-14.
[8]邓辉.旅游本质探微[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2009,29(2):133-136.
[9]张高军,吴晋峰.再论旅游愉悦性：反思与解读[J].四川师范大学学报(社会科学版),2016,43(1):50-56.
[10]孙明,周君璐.江南古镇历史建筑的保护与古镇开发模式的研究[J].安徽农业科学,2013,41(31):12363-12366.
[11]王媛,许鑫,冯学钢,等.基于文本挖掘的古镇旅游形象感知研究：以朱家角为例[J].旅游科学,2013,27(5):86-95.
[12]翟月恒,周韧.乡村振兴视域下江南古镇的文化传承与保护：以上海朱家角古镇为例[J].湖南包装,2022,37(3):34-37.
[13]周媛,梅强,侯兵.基于扎根理论的旅游志愿服务行为影响因素研究[J].旅游学刊,2020,35(9):74-89.
[14]瞿洁莹.上海市朱家角古镇历史建筑初探[D].上海：同济大学,2007.
[15]张力华,王辉.古民居在城郊旅游开发中的保护与利用：以中国历史文化名镇上海朱家角为例[J].上海城市管理职业技术学院学报,2008,17(6):24-27.
[16]段亚鹏,刘伟淇,谢象领,等.商业文化驱动下前店后宅式建筑形制分析：以河口古镇金利合药店为例[J].沈阳建筑大学学报(社会科学版),2020,22(5):454-461.
[17]王睿坤.柞水凤凰古镇核心区居住空间低碳化更新设计研究[D].西安：西安建筑科技大学,2020.
[18]吕蕊.历史街区景观风貌的保护与再生[D].南京：南京林业大学,2008.
[19]CHOI H,CHOI H C.Investigating tourists' fun-eliciting process toward tourism destination sites: an application of cognitive appraisal theory[J].Journal of Travel Research,2019,58(5):732-744.
[20]JIANG S Y,LIU J.Comparative study of cultural landscape perception in historic districts from the perspectives of tourists and residents[J].Land,2024,13(3):353.
[21]李月丽.基于居民感知视角的古镇旅游影响研究：以南浔为例[D].上海：华东师范大学,2014.
[22]何靖娅.新型城镇化背景下的历史文化名镇保护对策研究：以朱家角古镇为例[J].四川建筑,2022,42(2):20-22,25.