

文旅融合视域下江南乡村旅游视觉设计研究

朱嘉欣

南京林业大学艺术设计学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年3月28日; 录用日期: 2024年6月10日; 发布日期: 2024年6月17日

摘要

目的: 为助力江南地区乡村振兴, 推进地域文化和旅游业的深度融合, 探索开展乡村旅游视觉设计的策略。
方法: 以江南地区为例, 分析当前乡村旅游视觉设计过程中存在的问题, 将文旅融合的理念引入其中。
结果: 提出江南乡村旅游视觉设计的策略。结论: 通过开发具有地域特色的文创产品和构建乡村旅游视觉设计经营管理机制, 在设计实践中促进文旅融合, 为江南乡村旅游视觉设计提供了可行的方法与路径。

关键词

文旅融合, 设计研究, 江南地区, 乡村旅游, 视觉设计

Study on Visual Design of Rural Tourism in Jiangnan from the Perspective of Culture and Tourism Integration

Jiixin Zhu

College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 28th, 2024; accepted: Jun. 10th, 2024; published: Jun. 17th, 2024

Abstract

Objective: In order to help the rural revitalization of Jiangnan area, promote the deep integration of regional culture and tourism, and explore the strategy of developing rural tourism visual design. **Method:** Taking Jiangnan area as an example, this paper analyzes the existing problems in the process of rural tourism visual design, and introduces the concept of cultural and tourism integration into it. **Results:** Put forward the strategy of Jiangnan rural tourism visual design. **Conclusion:** Through the development of cultural and creative products with regional characteristics and the construction of rural tourism visual design management mechanism, the integration of culture

文章引用: 朱嘉欣. 文旅融合视域下江南乡村旅游视觉设计研究[J]. 设计, 2024, 9(3): 425-431.

DOI: 10.12677/design.2024.93336

and tourism is promoted in the design practice, which provides a feasible method and path for the visual design of rural tourism in Jiangnan.

Keywords

Fusion of Culture and Tourism, Design Research, Jiangnan Area, Rural Tourism, Visual Design

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

20 世纪 80 年代以来,随着我国改革开放的不断深入,工业化、城镇化、全球化的进程逐渐加快,大批的工业企业随之产生,造成了城市环境的逐渐恶化。人们的生活节奏加快,精神压力也逐渐增大,远离都市喧嚣的乡村逐渐成为人们洗涤身心的旅游胜地,同时乡村旅游的快速发展也助推了脱贫攻坚和农村现代化。2018 年中共中央、国务院印发了《乡村振兴战略规划(2018~2022 年)》,为现代农村建设提出了可行建议,其中强调乡村传统文化的发掘需建立在守护和延续的前提下,在促进农村发展的过程中渗透本土优势,创造高质量的媒介以提升文化自信。此外,应加强农村文旅产业建设,激励文旅产业与其他领域的相交相融、开拓创造、共同进步[1]。江南主要指长江以南地区,该地区素有“鱼米之乡”之称,拥有丰富的自然资源和文化资源,在漫长的历史发展中形成了独特的江南文化,有着发展乡村旅游的天然优势。视觉形象设计是构建乡村旅游形象的有力手段,也是提升景区知名度、扩大景区影响力的方法之一。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体,江南乡村地区应将文化资源和旅游资源结合,构建独特的乡村旅游视觉设计体系,推动乡村旅游高质量发展,为实现乡村振兴注入强大动力。

2. 江南乡村旅游视觉设计的现状与问题

近年来,江南地区乡村旅游产业发展迅猛,取得了巨大的成就,而视觉设计是推动区域旅游业的重要措施。当前乡村旅游景区开展视觉设计的过程中出现了一些问题,比如同质化现象严重、文化内涵不足等,阻碍了乡村旅游业的进一步发展。

2.1. 江南乡村旅游视觉设计现状

2.1.1. 乡村旅游视觉设计产业规模日益扩大

自古以来,中国江南地区自然条件优越,具有丰富的物质资源、先进的生产技术和成熟的产业链,是国内经济发展水平较高的地区。江南文化经过历史的积淀,形成了钟灵毓秀、文脉流长、开放包容的特征,是中华文化的重要组成部分。在全域旅游理念提出并推广之后,江南地区的乡村旅游发展态势良好。据统计,2011 年-2019 年,前往乡村类景区旅游的游客不断增加,营业总收入稳步提升,从 2011 年乡村接待游客 6 亿人次达到 2019 年的 30.9 亿人次,见图 1。乡村旅游业迅猛发展,视觉设计在其中发挥了重要作用。乡村旅游视觉设计主要通过景观设计、品牌视觉形象设计、导视系统设计、文化创意设计等方面的设计赋能产业,推动乡村旅游资源的开发、保护与宣传,提高游客的旅游体验,打响乡村旅游景区的知名度。乡村旅游是文创产业生存的媒介,更是为其开辟发展契机的源泉。文创产业要想博得群众的支持,需要增强行业本身的价值,有效地呈现创新性的成果,把握推动文创产业实现革新进步的时

机,进而赢得社会的接纳与喜爱[2]。在大数据时代,视觉设计已经成为旅游景区吸引游客的新途径,优秀的视觉设计能使旅游景区在众多竞争者中脱颖而出,走向成功。

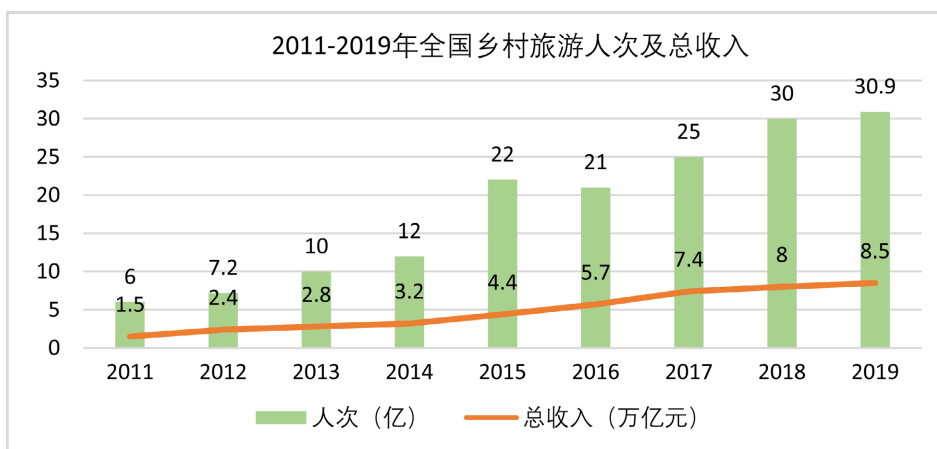


Figure 1. Total number and income of rural tourism in China from 2011 to 2019

图 1. 2011~2019 年全国乡村旅游人次及总收入^①

2.1.2. 乡村旅游视觉设计促进当地文化传承

作为历史悠久的农业生产大国,即使城市化的进程不断加速,农村仍然是无数中国人灵魂的老家。轰轰烈烈的城市化提升了人们的生活质量,也让农村发生了翻天覆地的变化。一些古老的村庄正在没落,一些乡村独有的传统文化正渐渐消失,逐渐只存在于人们的记忆中。大众缺少继承与弘扬传统文化的持久理念,导致中国乡土文化的流失正不断加速。一些农村地区对于发展乡村产业时守卫传统文化的关键性和紧急性认识不足,地方政府优先发展经济,导致当地文化资源被滥用和消耗,着重于改善农村公共设施却轻视了对本土文化的守卫、延续和进行标准化设计的重要性[3]。当前许多乡村旅游景区都存在忽视文化、一味模仿、粗制滥造的问题。江南地区乡村众多,各个地区的乡村有着自己独特的传统文化,在乡村景区开发文旅资源、开展视觉设计可以在一定程度上起到保护文化、传承文脉的作用,同时可以吸引更多了解江南乡村的乡土文化,促进江南文化的传承与保护。

2.1.3. 乡村旅游视觉设计助力乡村振兴

乡村旅游以文化和旅游两种产业融合的模式开展视觉设计,这种模式深度融合了乡村旅游和民俗文化,实现了乡村经济的蓬勃发展,提升了居民的薪资水平,为振兴乡村注入了强大动力[4]。陕西袁家村是一个旅游推动乡村振兴的成功案例。袁家村开创了适合自己的商业模式、建立了富有特色的旅游品牌,使其从一个没有任何资源优势的贫困村一跃成为全国最受欢迎的旅游景点之一。文旅产业的发展增强了乡村旅游业的影响力,带动了文旅产业与其他产业的相交相融,推进了旅游业高质量发展,有效地助力了乡村振兴。

2.2. 江南乡村旅游视觉设计问题

2.2.1. 文化根脉植入不足,设计缺乏内涵

文化是国家和民族的灵魂。文化的兴盛能使国运兴盛,文化的强大也能使民族强大。当前江南地区乡村旅游发展如火如荼,但在进行视觉设计的过程中,也存在一些问题,如设计缺少文化内涵、脱离乡土文化,无法体现当地历史沉淀的优秀文化,更无法利用视觉设计促进乡村文化兴旺发达。乡村旅游的发展应建立在保护和加强乡村传统文化的前提下,然而当前乡村旅游延续着过去粗放的发展路径,追求

成本低、见效快，游客的精神需求和体验感不受重视[5]，这样的旅游景区注定无法走向长远。历史文化是农村的灵魂，将文旅融合理念作为开展视觉设计的必要元素，能带给游客高质量的游览体验，为乡村旅游业发展提供持久动力。

2.2.2. 地域特色体现不明，设计趋于雷同

乡村旅游呈“井喷”式发展，带动了文旅产业的优化。在文旅产业高速发展的过程中，随着文化元素和旅游业的联结越发紧密，同质化现象严重的问题随之而来，主要表现为“千村一面”。同时，乡村旅游文创产业存在特色不鲜明、形式不新颖等问题[6]。当前江南乡村旅游景区视觉设计普遍缺少对地域特色的深入挖掘，文旅产品缺少鲜明的特色，各个旅游景点的文创产品在形式、功能上差异不明显，无法体现当地特色。此类乡村旅游景区也许能在短时间内获得流量，但无法为游客提供深度的游览体验，难以保持长久的热度。

2.2.3. 缺乏设计人才，创意能力不足

优秀的设计人才对于旅游产业的发展具有巨大的促进作用。当前乡村旅游文旅融合产业处于发展阶段，乡村文化和旅游行业的从业人员良莠不齐，缺少创新意识和专业的设计策略，文旅产品普遍缺乏创意，互相抄袭、粗制滥造的现象屡屡发生。促进文旅深度融合需要激发文旅产品的创新和业态的创新，因此，具有创新意识的新型人才是必不可少的一部分[7]。优秀的创新意识和创意能力是旅游景点吸引高质量游客的关键，旅游景区应培养具备创新能力的设计人才，开发有创意的文旅产品。

2.2.4. 宣传工作不到位，营销力度不够

宣传工作是文旅品牌走向大众的关键，优秀的宣传手段可以助推旅游景区的快速发展。随着大数据时代的到来，近几年涌现了许多运用“互联网+”成功的文旅案例。一些文旅品牌借助互联网平台如抖音、微博、小红书、微信公众号等进行宣传和营销，发布景区实况和活动信息吸引了大量的游客。当前乡村旅游文旅品牌普遍存在品牌推广力度不足的问题，有时一个文旅品牌在本地知名度都不高，更不要谈吸引外地游客了。比如位于江苏省常州市的焦溪村，这是一座有着 700 余年历史的古村，村子里有形制完整保留至今的古街巷及“焦溪扣肉”和“脚踏糕”等传统手工特色美食，具有丰富的旅游资源，见图 2。然而焦溪古村在江南地区的乡村旅游景区中人气很低，几乎只有本地人和周边城市的游客前去游玩。此类乡村地区需要加大宣传力度以提升知名度，吸引游客。



Figure 2. Jiaoxi Ancient Town
图 2. 焦溪古村^②

3. 文旅融合对江南乡村旅游视觉设计的要求

为了响应人民对美好生活的向往，必须提供丰富的精神食粮，以满足他们日益增长的精神需求。随着乡村旅游产业的快速发展，传统的旅游模式已不能完全满足游客多元化的游览需求。乡村旅游景区应该改变追求短期利益的现状，注重游客精神文化层面的体验，才能为旅游景区带来持久的生机。文化和旅游融合发展要求用视觉传达设计传承乡村文化记忆和助力乡村振兴。

3.1. 用视觉设计传承乡村文化记忆

“文化 + 旅游”的发展模式要求文旅产业从业人员注重乡村的传统文化和独有的传统技艺，打造有文化底蕴的文旅品牌。文旅融合，创立文化体验性旅游是游客对于乡村旅游产品的主要诉求之一，让游客感受乡村的文化氛围是产品获得游客认可的有力方法，以农耕文化、民俗文化、节庆文化为切入口，开发乡村文化体验旅游产品，可以帮助游客缅怀岁月，找寻回忆丢失的乡村记忆[8]。城市化进程的加速使人们的居住环境大幅改善、生活水平显著提高，但属于乡村的传统文化、建筑、工艺、食品正随着村庄的没落而逐渐消失，人们对于乡村旅游的需求不断增加。本土文化是促进乡村旅游持续发展的根基，只有发挥文化驱动作用，才能在竞争激烈的乡村旅游市场中获取主动权、获得优质发展[9]。文化与旅游深度融合是当下保护乡村历史文化的有效路径之一。文旅产业从业人员一定要重视历史文化的保护与传承，让乡村旅游在发展过程中留住历史文化底蕴、传承乡村文化记忆。

3.2. 用视觉设计打造乡村特色品牌，助力乡村振兴

文旅融合是指文化和旅游两种产业相互补足、相互交融，形成新的产业体系的过程。乡村旅游品牌的构建应以文化为设计源泉，从传统文化中汲取设计灵感。乡村旅游是助力乡村振兴的关键法宝，具有整合生产资源、集中和延伸产业、交叉和创新产业的核心作用，进而促进乡村产业蓬勃发展[10]。乡村旅游需要通过视觉设计打造品牌形象，助力乡村文旅的发展、旅游资源的整合和游客游览体验的提升。在乡村振兴战略背景下，文旅行业从业人员需要运用文化与旅游融合的理念开展视觉设计，借助江南乡村独有的旅游资源，打造具有独特魅力的乡村特色品牌，助推乡村文化和旅游产业的共同发展，巩固乡村振兴成果。

4. 文旅融合视域下江南乡村旅游视觉设计的策略

在文旅融合理念下开展乡村旅游视觉设计的策略在于从业人员应深入了解该地区的历史文化、传统技艺，将文化融入设计过程，开发具有地域特色的文旅产品。相关管理部门应构建合理的乡村旅游视觉设计管理机制，引导从业人员创作文旅融合的旅游景区视觉设计，培养积极健康的市场环境，整改乡村旅游业的不良现象，促进江南地区乡村旅游产业高质量发展。

4.1. 开发具有地域特色的文旅产品

4.1.1. 挖掘当地传统文化、传统技艺

在文旅融合背景下，开展江南乡村旅游视觉设计要从实际出发，深入挖掘当地传统文化，学习当地传统技艺，运用非物质文化遗产元素开发文旅产品，打造具有文化价值的文旅产品，对江南地区乡村历史文化加以保护与传播。各地要凸显文化特色及文化底蕴。要以周边乡镇和县市为参照，对比区域文化的同一性和差异性，并以此为基础，制定区域乡村文化旅游发展思路，甚至形成区域乡村文化旅游的串联，切实全面讲好地区文化故事，宣扬好地区历史名人，让区域文化精神成为乡村文化旅游发展的“牵引器”[11]。乡村文化是发展乡村旅游的基石，视觉设计是构建乡村旅游品牌的途径，拥有

丰富文化底蕴和文化价值的文旅品牌才能在竞争中立于不败之地，为江南地区乡村旅游业的发展提供不竭的动力。

4.1.2. 挖掘地域特色旅游资源，开发具有地域特色的旅游产品

美丽乡村的发展依托于独特的区位优势，创建品牌时可以融入乡村地区的特产优势和区位优势，为乡村旅游景区打造独特的强项[12]。开展江南乡村旅游视觉设计应深入挖掘地域特有的历史、文化、工艺、食品等传统元素，在设计中注重突出地域特色，强化文旅产品的吸引力，打造具有独特地域特色的文旅产品，才能体现江南乡村地区独一无二的魅力。文旅产业从业人员需要深入挖掘当地地域特色，结合乡村田园风光、农耕劳作、传统文化、风味特产等特色旅游资源开发特色乡村自然景观、文化景观、特色文旅产品，避免“千村一面”的现象发生。

4.1.3. 融入创新理念，开发创意文旅产品

创新是乡村文化得到传承和发展的关键。当代年轻人已成为旅游消费的主力军，且年轻人偏爱美观性强、社交性强、富有创意、体验感丰富的娱乐方式。在新一代年轻游客面前，江南乡村地区的文旅产业需要在保护乡土文化的基础上加以创新，在视觉设计中融入当下年轻人喜爱的视觉元素，融入互动性强的“沉浸式”理念，运用虚拟现实技术增强游客的沉浸感和互动性，形成可持续发展的文旅产业。只有不断创新的、富有生命力的产品生产才能有效推动乡村旅游核心竞争力的形成。

4.2. 构建乡村旅游视觉设计经营管理机制

4.2.1. 加强政府扶持，完善配套措施

当前国内部分乡村旅游处于无序发展、乱象频生的状态，导致这种现象的原因之一是缺乏合理有效的管理和监督。江南乡村旅游高质量发展需要政策支持、人才管理、市场监管等多方面条件，因此，地方政府应在文化与旅游深度融合的思想下发挥作用，筑牢创新保障体系，强化宏观管理，增强旅游景区竞争优势。在文旅融合背景下，政府更应提供乡村旅游文旅方面的扶持，制定关于保护乡村历史文化的政策，同时出台针对文旅产业从业人员的引进、培养及激励政策，为乡村文旅产业的发展提供保障，促进乡村旅游高质量发展。

4.2.2. 加大宣传营销力度，扩大品牌影响力

在当前市场环境下，营销是吸引游客、提高经济增长、增强旅游景区影响力的必要手段。江南乡村旅游景区的宣传路径包括：提高推广强度、建设地域文旅品牌、线上线下多层次综合性营销旅游产品、增强文旅品牌的知名度[13]。文旅品牌的推广需要采用线上和线下相结合的方式拓宽品牌受众。随着大数据时代的发展，网络平台的宣传具有至关重要的作用。互联网的进步推动了信息的高质量传播，拓展了乡村旅游品牌的宣传路径。在互联网高速发展的背景下，乡村文旅产业需要摒弃“酒香不怕巷子深”的想法，借助不同的网络平台积极开展宣传营销。江南乡村景区可以建立专属的网站，建立微信公众号、抖音号、小红书号等网络平台账号发布活动信息，也可以通过拍摄纪录片的形式推广自己的特色旅游文化。此外，旅游景区也需要通过传统媒介进行线下宣传，可以定期举办活动以吸引游客，如文艺汇演、文创市集、美食文化节、传统音乐节等增强游客的兴趣，吸引游客。

5. 结语

综上所述，江南地区拥有丰富的自然和人文资源，开展乡村旅游拥有得天独厚的优势。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。在文旅融合背景下，江南乡村开展视觉设计应充分发掘当地特色旅游资源，打造具有地域特色的文旅品牌，在发展中保护和传承乡土文化，推动乡村旅游高质量发展。

注 释

①图 1 来源：作者制作，数据来源：《乡村旅游绿皮书：中国乡村旅游发展报告(2022)》

②图 2 来源：网页引用，

https://m.dianping.com/ugcdetail/368900051?sceneType=1&bizType=1&utm_source=ugcshare&msource=Appshare2021&utm_medium=h5&shareid=OLT1jIVBq3_1718271401538

参考文献

- [1] 中共北京市委. 北京市人民政府关于印发《北京市乡村振兴战略规划(2018-2022 年)》的通知[J]. 北京市人民政府公报, 2019(11): 3-84.
- [2] 张慧丽, 孙锦锦, 王颂, 王美芹. 新常态下乡村旅游与文化创意产业融合发展研究[J]. 南方农机, 2021, 52(16): 68-70.
- [3] 余成斌. 文旅融合背景下乡村传统文化传承与保护策略研究[J]. 农业图书情报学报, 2021, 33(5): 51-63.
- [4] 桂拉旦, 唐唯. 文旅融合型乡村旅游精准扶贫模式研究——以广东林寨古村落为例[J]. 西北人口, 2016, 37(2): 64-68.
- [5] 于法稳, 黄鑫, 岳会. 乡村旅游高质量发展: 内涵特征、关键问题及对策建议[J]. 中国农村经济, 2020(8): 27-39.
- [6] 吴娟. 全域旅游视域下湘西州乡村旅游发展思考[J]. 中国商贸, 2019(20): 67-68.
- [7] 尹小娟. 乡村振兴战略下文旅融合发展策略探析[J]. 文化产业, 2021(19): 142-145.
- [8] 杨加猛, 季小霞. 基于“两山”理论的江苏美丽乡村建设思路[J]. 林业经济, 2018, 40(1): 9-13.
- [9] 张祝平. 以文旅融合理念推动乡村旅游高质量发展: 形成逻辑与路径选择[J]. 南京社会科学, 2021(7): 157-164.
- [10] 向延平, 陈友莲. 乡村旅游驱动乡村振兴实现路径研究[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版), 2021(4): 40-44+95.
- [11] 王克修, 徐芳. 推动乡村文化旅游高质量发展的路径探析[J]. 中国国情国力, 2021(7): 27-30.
- [12] 李汉林. 海南美丽乡村旅游景区特色品牌化探索[J]. 美与时代(城市版), 2021(3): 78-79.
- [13] 徐忠勇. 乡村振兴战略下乡村旅游发展对策探析[J]. 农业经济, 2020(9): 64-65.