

基于创新扩散理论的乡创共同体设计研究

丁 伟, 卢欣艺, 陆诗雨

华东理工大学艺术设计与传媒学院, 上海

收稿日期: 2024年11月15日; 录用日期: 2024年12月21日; 发布日期: 2024年12月30日

摘 要

在对乡村振兴战略的发展历程以及形成的四种乡村类型进行总结的过程中,发现难以基于现有乡村特点,高质量地发挥乡村产业与文化优势。基于此背景,结合创新扩散理论,提出乡创共同体系统架构,因地制宜打造乡村地域品牌。结合小东山村、潘家沟村、庄坞镇和磨山镇的四个乡创共同体案例,分析得出乡村振兴项目的四条推进路径。从其乡村特色文化以及产业切入,基于乡创共同体的六大维度打造系列化的文化体验业态,最终实现乡创共同体的五大价值。乡创共同体是推动产业升级、品牌营造、文化传承和生态宜居的指导策略,是促进乡村新产业新业态发展、加强乡村生态友好和新旧融合的主要平台。在未来,乡创共同体的构建将成为能有效引领乡村振兴的范本,通过挖掘乡村特色,探索农村与城市的共荣之路。

关键词

乡村振兴, 乡创共同体, 创新扩散理论, 设计介入

Research on Design of Rural Creation Community Based on Innovation Diffusion Theory

Wei Ding, Xinyi Lu, Shiyu Lu

School of Art Design and Media, East China University of Science and Technology, Shanghai

Received: Nov. 15th, 2024; accepted: Dec. 21st, 2024; published: Dec. 30th, 2024

Abstract

This paper summarizes the formation process of rural revitalization strategy and four rural types formed in this process. In this process, it is found that it is difficult to give full play to rural industrial and cultural advantages in high quality based on rural characteristics. Based on this background,

文章引用: 丁伟, 卢欣艺, 陆诗雨. 基于创新扩散理论的乡创共同体设计研究[J]. 设计, 2024, 9(6): 1494-1508.

DOI: 10.12677/design.2024.96821

combined with the theory of innovation diffusion, the system structure of rural creation community is proposed to build rural regional brand according to local conditions. Based on four cases of rural creation communities in Xiaodongshan Village, Panjiagou Village, Zhuangwu Village and Moshan Town, four ways to promote rural revitalization projects are analyzed. Starting from its rural characteristic culture and industry, it creates a series of cultural experience formats based on the six dimensions of the rural creation community, and finally realizes the five values of the rural creation community. Rural creation community system is a guiding strategy to promote industrial upgrading, brand building, cultural inheritance and ecological livable, and is the main platform to promote the development of new industries and new business forms in the countryside, and to strengthen the eco-friendliness of the countryside and the integration of the old and the new. In the future, the construction of the rural creation community will become a model that can effectively lead the revitalization of the countryside, exploring the road of co-prosperity between the countryside and the city by tapping into the characteristics of the countryside.

Keywords

Rural Revitalization, Rural Creation Community, Innovation Diffusion Theory, Design Intervention

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

自改革开放以来,乡村的发展在中国城镇化和工业化过程中一直发挥着重要作用。经过多年的发展,乡村振兴战略已逐渐成为解决当前乡村发展主要矛盾的重大举措。在过往乡村振兴项目的实施过程中,形成了多种因地制宜的乡村发展模式,但这些模式大多结合单一产业进行深化,未能在产业间形成联动的可持续发展。本研究总结过往乡村振兴的发展经验,以期运用设计力量介入乡村振兴,构建适合多维度的新模式,打造能有效引领乡村振兴的范本,为乡村振兴项目的研究和实践提供有益参考。

2. 研究现状

2.1. 乡村振兴的发展历程

随着中国特色社会主义迈入新阶段,“三农”问题在过往乡村发展过程中逐渐显露,乡村振兴战略已成为解决新时期下社会主要矛盾的重要手段[1]。这一变化引起主流学者对其推进路径与实践的多维度探索,并基于乡村振兴战略做出全方位细致的规划与研究。

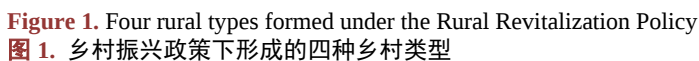
2017年,在十九大报告首次提出乡村振兴的战略,优先解决农村发展中出现的三农问题。自该时间节点起,我国学者开始基于乡村振兴战略的进行多方面探索。廖彩荣等[2]认为乡村是一个有机整体,从理论逻辑、科学内涵和实现路径三个方向把握乡村振兴的本质。

在2018年到2020年期间,更多学者对乡村振兴战略进行了系统性的研究。刘彦随[3]在前者的基础上剖析了在乡村发展过程中形成的多种现实矛盾,总结了多种城乡融合的乡村类型,为更加科学地实施乡村振兴战略提供理论依据。

随后,乡村振兴战略的研究视角开始延伸至众多领域。曾亿武等[4]提出了中国乡村进行数字化建设的整体框架、理论逻辑与基本路径。沈费伟[5]认为探索乡村技术赋能研究,能够有效提升乡村的治理能力,促进乡村的可持续发展。

经过梳理文献发现,国内学者对乡村振兴战略的发展路径、研究视角以及乡村类型分类的关注研究较多,并且开始关注电商、旅游业等新兴产业与乡村发展的结合,但对如何快速且精准地基于乡村特点去推进乡村振兴战略的研究不足。基于以上问题,如何基于乡村本身特点,快速发挥乡村产业与文化优势需要更多系统性的发展战略。

伴随我国乡村振兴战略的深入施行和众多国家政策的有力推进，与之相关的学术研究以及实践探索接连涌现。结合上述背景，国内学者从多个维度总结了乡村振兴过程中形成的四种乡村类型，分别为产业驱动型、生态驱动型、文化驱动型和旅游型，如图 1 所示。



2.2.1. 产业驱动型——发展特色乡镇产业，注入产品设计力量

乡村特色产业是指根植于农村特定资源区域、具有一定开发价值以及消费群体的产业。产业驱动型是以乡村特色产业为依托，注重优化农业结构而形成具有产业优势的乡村。唐玉萍等[8]从四川省绵阳市的多个乡镇入手，对该类乡村的地域优势和产业弊端进行了分析。在发展特色乡镇产业的同时，提升产品质量和附加值，从而挖掘乡村的多元价值。

2.2.2. 生态驱动型——积极推动生态可持续，提升自身吸引力

高质量的生态环境是产业可持续发展的重要支撑[9]。生态驱动型是以注重生态环境保护和乡村可持续发展，提高生产与生活要素利用率所形成的特色乡村。付英凯等[10]总结了山东特色小镇空间塑造模式的优势与不足，提出了更加可持续的生态驱动型模式。通过新思考重塑产业链条，积极推动乡村的可持续发展。

2.2.3. 文化驱动型——打造特色乡镇品牌，赋予独特文化价值

文化是推进乡村振兴的内在动力[11]。文化驱动型是指根据乡村地方特色文化，着眼于乡村文化可持续发展的乡村。陶自祥[12]从乡村振兴的四重价值定位，展现云南乡村发展的核心竞争力，提出了乡村振兴特色村落价值建构的类型。要打造特色乡镇文化品牌，应该应从特色乡村的历史、传统和民俗渊源等文化资源进行挖掘，赋予乡镇产业以独特的文化内涵和艺术价值，以文化构建人民的精神家园。

2.2.4. 旅游型——发扬自然名胜古迹，提升乡村旅游体验

我国乡村旅游资源丰富，旅游业开发潜力巨大。旅游型是指以乡村自然名胜古迹为基础，充分利用乡村环境中景观资源，提升乡村旅游体验的特色乡村。李高峰[13]等分析了旅游型乡村多方面的特点，为后续内蒙古林格尔县的村庄规划提供一定的参考。通过提供具有现代感的乡村旅游体验，吸引更多年轻人群体走向乡村[14]。

在过往乡村振兴的发展过程中，形成了具有四种各具特点的乡村发展模式。但由于每种模式所结合的产业较为单一，易出现创新性不足、实施速度较慢、难以快速复刻等缺点。在此背景下，乡创共同体应运而生，提供了全面推进多维度推行乡村振兴政策的新思路。通过设计创新介入乡村振兴，有助于拓宽乡村振兴的新模式。

3. 乡创共同体与创新扩散理论

3.1. 乡创共同体的定义

设计赋能乡村振兴，是通过设计创新力量的介入[15]，构建乡村创新发展新模式。乡创共同体是一种村域设计创新模型，致力于建设功能复合而价值立体的创新综合体。乡创共同体的系统架构以六大维度为基础，通过四条路径实现五重价值，建立全方位多维度的创新体系，如图2。

3.2. 创新扩散理论概述

20世纪60年代，美国研究人员E.M.罗杰斯在《创新的扩散》书中提出了创新扩散理论，解释了创新的产生和扩散过程[16]。某种创新能通过一定的方法和渠道对社会产生影响，并得到广泛传播，这种创新即可称为“扩散”[17]。同时，创新的传播过程也需要时间，罗杰斯按照时间维度将“创新-决策”过程分成了五个阶段：认知、劝服、决策、实现以及最后的确认阶段，这五个阶段的顺序可能会随外界环境而产生不同的组合及变化。同时，创新扩散理论对创新过程的四要素以及“创新-决策”的五个阶段进行了系统化的总结，能够帮助我们更好地理解并预测新事物的影响力，提升创新的传播效率。

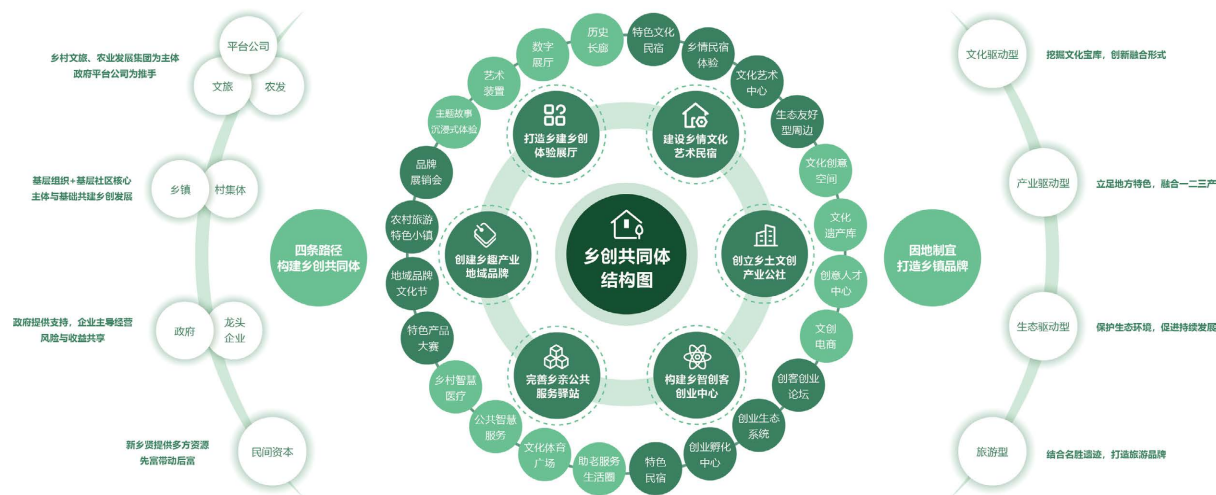


Figure 2. Construction of rural creation community system
图 2. 乡创共同体系统构建

3.3. 基于创新扩散理论的乡创共同体扩散

乡创共同体作为一种推进我国乡村发展的崭新举措，它以建设现代化的乡村产业体系为重要任务，是推进农业乡村高质量发展的模式创新。结合乡创共同体的六个维度的结构可知，创新性是乡创共同体具备的重要特性之一，创新扩散的过程也适用于乡村振兴的推进过程。同时，创新的五大认知属性(相对优势、兼容性、复杂性、可观察性及可测试性)也决定了创新扩散的效率。

相对优势是指相较于其他事物的额外优势，可以用经济因素、社会声望以及满意度进行测评。在乡村振兴推进过程中产生了产业型、文化型、生态型以及旅游型四种优势乡村，乡创共同体的六个维度能够结合乡村的优势进行针对性地发展，快速提升乡村特色产业的经济效益，从而激发创新的积极性。

兼容性是指创新与社会主流价值观以及用户消费需求的契合程度，一项创新的契合程度越高，越有可能被用户接纳。自乡村振兴战略实施以来，乡村的产业得到了前所未有的发展，乡村旅游热度也居高不下。乡创共同体的构建契合了当下政策的发展重点，也助力乡村振兴的持续推进。

复杂性是指使用创新的难易程度，易理解的创新更容易被快速采纳。乡创共同体以六大维度为基础，提供可供参考的创新手段，能够帮助乡村快速寻找适宜的乡村发展模式且进行复制创新。

可观察性是指创新是否能被察觉的难易程度，若创新越容易被察觉，这项创新就越容易进行扩散。乡创共同体的六个维度从公共服务及当就地筑营造等多方面进行创新，能让当地居民以及游客直观地感受到使用体验的提升，从而促进创新的扩散。

可测试性是指创新能否被进行试验，可进行试验的创新会更加容易进行扩散。在乡创共同体模型为乡村的创新提供多种易试验的范例，例如品牌展销会和地域品牌文化节能提供更低成本宣传乡村品牌的机会。

当某种创新与上述五大认知属性的贴合度越高，创新就越容易进行扩散。因此，现利用创新扩散理论对乡创共同体的推进过程进行研究，对构建乡村产业体系到乡村高质量发展的过程具有指导意义。

4. 乡创共同体的四条推进路径

通过笔者参与的多个乡创共同体案例，分析得出四条乡村振兴项目的推进路径，如表 1 所示。政府平台公司，基层单位，当地龙头企业和新乡贤组成的四条路径在乡村振兴中相互合作，共同推动农村地区的可持续发展，乡创共同体的四条推进路径如图 3 所示。

Table 1. Rural creation community case introduction
表 1. 乡创共同体案例简介

乡创共同体的四条路径	主导者	路径特点	案例	特点
政府平台公司	政府	整合各类资源，提高项目可行性。	小东山村	盆景艺术多元化，环兰湖一体化旅游目的地。
基层单位	乡镇、村集体	推动社区参与，提升基础设施建设。	潘家沟村	自然古村景观延续统一，场景营造生态化。
当地龙头企业	民间资本	促进产业升级，提升品牌竞争力。	庄坞镇	制定预制菜标准，促进产业专业化。
新乡贤	个人	拓宽融资路径，提供创业平台。	磨山镇	聚力大蒜产业，销售多元化。

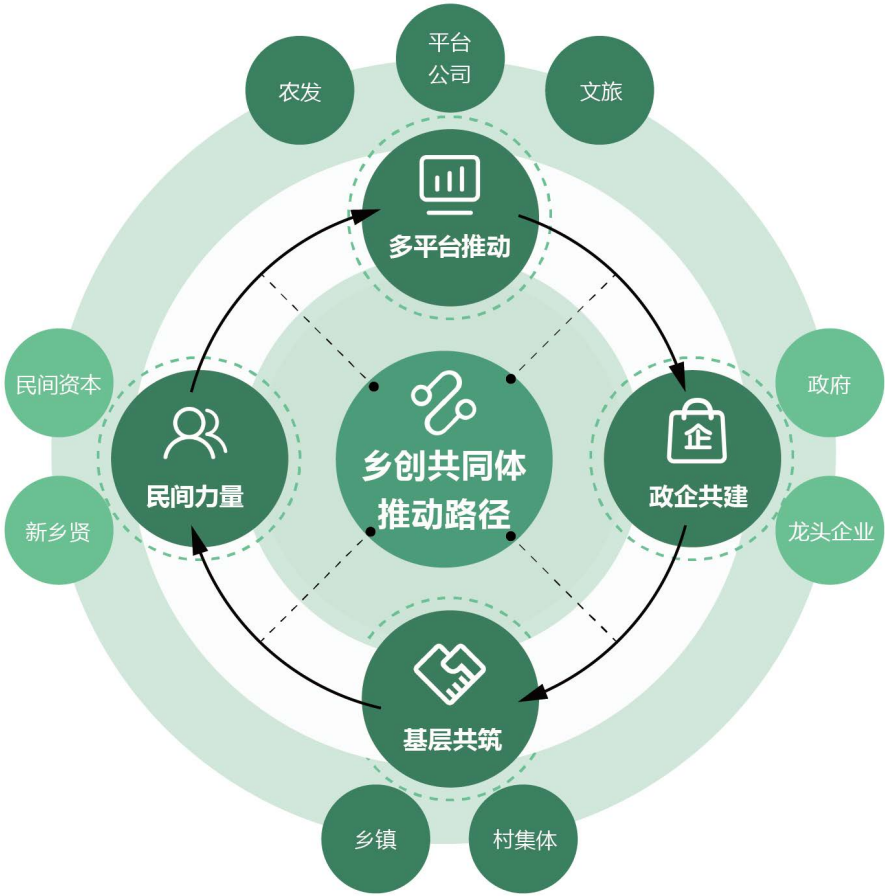


Figure 3. Four promotion paths of Rural creation community
图 3. 乡创共同体的四条推进路径

4.1. 由政府平台公司主导推动的乡创共同体——以小东山村为例

政府平台公司是指担任政府与市场之间的桥梁，负责乡村项目的规划、筹资、资源整合和监管的公司，他们能够确保乡村振兴项目的高质量推行。政府平台公司能够直接投入资金来支持乡村振兴的发展，提高乡村振兴项目的可行性。小东山村乡创共同体位于兰陵县城北部，位于“南田北林中城”国土空间

总体格局中,具有优越的地理位置和自然环境。同时,小东山村乡创共同体的盆栽艺术文化历史悠久,具有浓郁的地方风格和文化内涵,为本地的盆景产业发展提供了强大的支撑和动力。

小东山村乡创共同体方案设计创意来源于兰陵地区的特色地域建筑,中国传统盆景文化及山水云雾缭绕的绝佳自然环境。盆景艺术乡创共同体建筑量体的构成回应了场地的特性,结合面向湖岸的景观优势,将六大主题空间有机分布排列与地形地势结合,形成一个总体错落,层层叠叠面向湖面展开的弧形建筑体,如图4所示。旅游民宿和乡创产业空间层次明确又联系紧密,顺应着地形高度的变化,将建筑功能分成与地表嵌入结合的裙房(外立面为岩石),及裙房之上的民宿客房建筑量体(外立面为白色混凝土+局部木质材料)。在项目推进过程中,政府平台公司充当项目的执行主体,有效地管理和监督项目,提高帮扶农村的经济效益。



Figure 4. Xiaodongshan Village rural creation community scheme design
图4. 小东山村乡创共同体方案设计

4.2. 由基层单位主导推动的乡创共同体——以潘家沟为例

基层单位是指能够协助地方政府开展工作的地方基层组织,在一定程度上确保了村民的基础权益,提升村民参与乡村基础设施建设的能动性。潘家沟位于兰陵县城北部,处于“南田北林中城”国土空间总体格局中,紧邻中部城镇聚集发展区。传统农业、干果经济林、养殖业是潘家沟乡创共同体的主导产业,通过生态农业体验等途径可为村庄带来生态价值和产业价值。潘家沟村委会、潘家沟公益电影放映点等公共服务设施位于基地东南侧,交通便利,自然环境优美。

打造高品质地域建筑作为空间载体,探索当地盆景产业的创新发展之路。设计源于独特的传统聚落形态,并尊重自然地貌。建筑沿着场地高差建造,最大限度保留现存林木。具有“顺应地势,鳞次栉比”的“绕山转”村落形态,“屋随山起,路随屋走”的多层次交通网格,“随坡就势,灵活多变”的院落空间以及“就地取材,质朴粗犷”的单体建筑。设计尊重自然坡地、现状林木水体、村落肌理,并通过院落空间、坡顶形态、建筑材料实现在地建筑,如图5所示。在项目推进过程中,基层单位为村民提供必要的支持与帮助,通过基层群众的自治实现乡村经济的发展。

4.3. 由当地龙头企业主导推动的乡创共同体——以庄坞镇为例

当地龙头企业是指在某一地区或产业具备核心竞争力或占据较多市场份额的企业,他们可以为乡村振兴的项目提供核心技术、资金以及成熟的销售渠道。龙头企业的参与促进了乡村相关领域的发展,通过标准化的生产流程提高农村产业的竞争力[18],也为村民创造大量就业机会。

庄坞镇乡创共同体位于苍山县东南部,村庄以建设“中国牛蒡之乡”为工作重心,发挥资源优势,

持续推进牛蒡、大根等特色蔬菜种植，为村庄带来产业价值和社会价值。方案设计创意来源于中国传统牛蒡文化及风帆起伏柔和的绝佳自然环境。以牛蒡为主题的乡创共同体，建筑造型以牛蒡叶子为设计依据，滨河的设计如牛蒡的根茎一般为四片牛蒡叶子输送养分。将六大主题空间有机分布排列，形成一个总体错落，层层叠叠面向湖面展开的弧形建筑体。提取牛蒡叶子、枝蔓和根茎为设计元素，生成曲线型的屋顶，如图6所示。当地龙头企业在乡村振兴项目中起引领创新的作用，吸引了更多的人才加入乡村的产业建设。

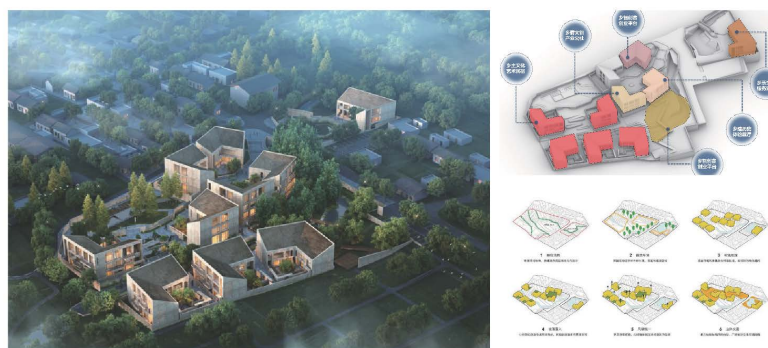


Figure 5. Panjiagou Village rural creation community scheme design

图5. 潘家沟村乡创共同体方案设计



Figure 6. Zhuangwu Village rural creation community scheme design

图6. 庄坞镇乡创共同体方案设计

4.4. 由新乡贤主导推动的乡创共同体——以磨山镇为例

新乡贤是指在外工作积累了一定资本、技术以及创业经验的村民，具备较强的社会影响力并愿意回乡参与乡村振兴项目。他们与家乡之间拥有较为深厚的情感链接，愿意将自己的资本以及经营理念投入到家乡的发展建设中，传播创业新思路以及商业理念。

磨山镇位于山东省兰陵县城东南，依托大蒜产业高质量发展，成立大蒜专业合作社为村庄带来产业价值和社会价值。在乡贤的引领下，通过多产业的聚集打造极具地域特色的产业乡创共同体，如图7所示。该群体对于乡村具有较强的归属感，也愿意通过努力为乡村创造更多的就业机会，对于乡村的可持续发展具有重要作用。

5. 基于乡创共同体的六大维度

通过对乡创共同体四条推进路径的研究分析，同时结合乡创项目的特点，笔者提出乡创共同体六大

维度对应业态及规模策划如下，如图8所示。



Figure 7. Moshan Town rural creation community scheme design
图7. 磨山镇乡创共同体方案设计



Figure 8. Six dimensions of rural creation community
图8. 乡创共同体的六大维度

5.1. 乡情文化艺术民宿——促进城乡交互，推动旅游产业发展

乡情文化艺术民宿以文化主题民宿的形式承载特色商业服务，依托乡村独特景观带，提供包括特色文化民宿、乡情民宿体验、文化艺术中心以及生态友好型周边游在内的特色体验，打造文旅打卡地。民

宿中配备现代化的生活设施,充满乡村特色的民宿用品带为游客带来舒适的住宿体验,如图9所示。独特的艺术民宿是连接乡创文化和旅游资源的重要载体,带给游客独一无二的居住体验。



Figure 9. Art guest house design of Xiaodongshan Village
图9. 小东山村的艺术民宿设计

5.2. 创立乡土文创产业公社——宣传党建文史，促进文创产业发展

乡土文创产业公社是指通过设计赋能文创产业,提供包括文化创意空间、文化遗产库、创意人才中心以及文创电商在内的特色体验,搭建当地特色文创的产业平台。对小东山村的文化基因进行深度挖掘,以盆景文化构建起独特的乡村文化谱系。以小东山村的“东山”为底进行创作 logo,将笔画和盆景展台进行融合设计,展现小东山自身深厚文化底蕴,也显示盆景特色产业。将 logo 与生活中常见的咖啡以及农产品包装袋结合,打造以乡村旅游文创产业为主的特色文创,如图10所示。与此同时,乡土文创产业公社以独特的凝聚力,集聚起文化创意企业和从业者的集合体,促进乡村创意经济发展和文化传承。

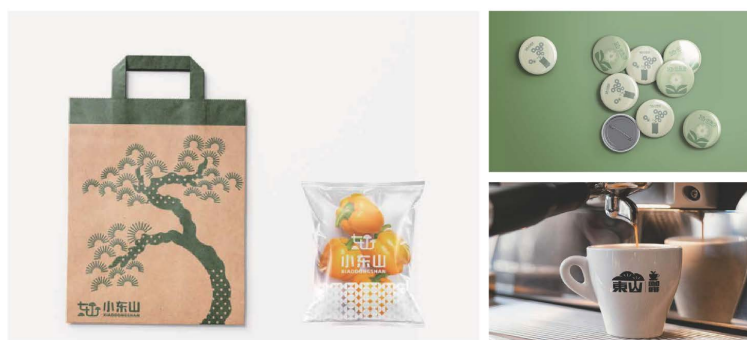


Figure 10. Cultural and creative design of Xiaodongshan Village
图10. 小东山村的文化创意设计

5.3. 构建乡智创客创业中心——共享创业资源，构建电商直播平台

乡智创客创业平台是依托政府以及人才资源,构建包括创客创业论坛、创业生态系统以及创业孵化中心在内的专业服务,综合提升乡村青年创业能力的服务平台。该平台依托当地特色产业资源,通过微信公众号、小程序等线上平台传递基础的创业知识;在乡智创客创业平台工作室与会议室等线下平台,邀请创业青年以及领域专家,分享行业知识以及创业经验,提升整体创业认知[19],如图11所示。乡智创客创业中心为人才创业提供了一个资源集中的平台,通过专业数字体系的搭建,构造起“家门口”的人才创业中心。



Figure 11. Design of Xiaodongshan Village entrepreneurship center
图 11. 小东山村的创业中心设计

5.4. 建立乡亲公共服务驿站——参与公益事业，建设养老服务设施

乡亲公共服务驿站是指深入分析当下乡村公共生活的新需求，完善相应公共设施，提供包括乡村智慧医疗、公共智慧服务、文化体育广场以及助老服务生活圈在内的特色服务，提升乡村生活幸福感的新型社区服务站。乡亲公共服务驿站规划了乡村的公共区域，为当地居民提供新型服务空间(建筑围合景观广场为居民提供休闲交互空间)，如图 12 所示。构建多维度的公共服务体系，多元化的服务提供者乡村公共服务提供创新思路。同时，共同参与公共服务驿站的公益事业，乡亲之间可以建立起更加紧密的社会联系，提高乡村生活的归属感与幸福感。



Figure 12. Public service space design of Xiaodongshan Village
图 12. 小东山村的公共服务空间设计

5.5. 乡趣产业地域品牌——融合一二三产，构建立体价值

乡趣产业地域品牌是指基于乡村丰富的产业资源和独特的地域特色，为乡村旅游产业设计的视觉形象，提供包括品牌展销会、农村旅游特色小镇、地域品牌文化节以及特色产品大赛在内的特色体验，因地制宜地打造乡镇品牌[20]。小东山村乡创共同体项目背靠兰陵县秀丽的自然景观资源，同时处于盆景草木文化与华夏酒城文化的融合交汇之处。基于对小东山村文化的洞察与项目的理解，我们以“乐草木 - 醉东山”为品牌命名。小东山村的乡趣产业地域品牌体系共分为五级，如图 13 所示。第一级品牌“小东山”代表行政地理品牌系统，建立地域认知；第二级品牌“乐草木 - 醉东山”是项目平台品牌系统，建立项目认知；第三级包含东山美宿、东山雅食、盆景咖啡、东山青创、东山优居、东山趣农、东山博览等七个品牌组成的业态运营品牌系统，建立运营服务认知，促进一二三产协同发展。通过多级品牌系统的架构，满足项目长期运营发展的立体需求。在乡村旅游的多维度打造全产业链，发展乡镇特色品牌，构建立体价值。



Figure 13. Regional brand design of Xiaodongshan Village
图 13. 小东山村的地域品牌设计

5.6. 乡建乡创体验展厅——展示地域文化，传递乡村价值理念

乡建乡创体验展厅是指深入挖掘乡村文化精髓，提供包括历史长廊、数字展厅、艺术装置以及主题故事沉浸式体验在内的特色服务，以生动的形式呈现乡情、乡创历程、特色产业科普以及品牌成果的展示场所。小东山村盆景博物馆的生成呼应小东山北岸水泽万物的意向，以沉浸式体验的体验来展示乡创成果，介绍项目孵化的品牌产品，如图 14 所示。乡建乡创体验展厅通过创造性的展示方式，为游客提供趣味性的体验[21]，传递乡村的价值理念。



Figure 14. Xiaodongshan Village of rural experience exhibition hall
图 14. 小东山村的乡创体验展厅

6. 乡创共同体的五大价值

乡创共同体是推动产业升级、品牌营造、文化传承和生态宜居的指导策略，是促进乡村新产业新业态发展、加强乡村生态友好和新旧融合的主要平台[22]。通过设计助力乡村振兴，最终实现乡创综合体的五大价值：即建筑新生、三产融合、构建城乡交互、立体推动以及创新扩散，如图 15 所示。

6.1. 建筑新生

乡村的在地建筑记录着乡村发展的历史，是乡创历程的见证者。乡创共同体依托极具特色的乡村建筑，在保留历史痕迹的基础上，进行合理化的再建再生，激发建筑的潜在价值[23]，使之成为乡村文化的重要传播者。

6.2. 三产融合

随着数字化背景的推进，产业融合发展逐渐成为乡村发展的趋势。乡创共同体以农业为起点，扩散



Figure 15. Five values of rural creation community
图 15. 乡创共同体的五大价值

至休闲、旅游、教育等板块，通过六大维度融合乡村产业，形成融合的产业发展模式。依托乡村特色产业，形成智慧农业、乡村文旅、乡村电商等特色模式[24]，有助于持续有效推动乡村振兴的实现。

6.3. 城乡交互

在乡创共同体建设过程中注重乡村基础设施以及公共空间的建设，为现代消费者提供更多休憩空间。与此同时，乡智创客创业中心为乡村创业者提供支持的平台与场地，吸引更多人才加入新时期乡村建设的进程，为城乡深度融合发展提供契机。

6.4. 创新扩散

在乡创共同体的实践过程中，注重创新扩散原理的应用，注重从一个点切入的“一带多”的传播方式，借助乡村的居民互助和消息互通特性，实现创新度接受的提升和创新点的发散。

6.5. 立体推动

乡创共同体共涉及艺术民宿、文创产业、创业、公共服务、地域品牌以及乡建乡创等六个维度构成，是一个适用于多数乡村发展的多维度循环体系。从范围扩展方面来看，六个维度平行独立地专注于不同板块发展，为乡村振兴项目的深化提供引导性方向；从深度延展方面，六个维度存在着潜在关联，互相促进发展并填补不足，由此形成“六位一体”式的立体化架构。

7. 结语与展望

本文利用文献研究与实践探索对乡村振兴进行系统性研究。总结了在过往乡村振兴的发展过程中形成的四种重要模式，并在此背景下通过设计创新介入乡村振兴，构建乡创共同体新模式。乡创共同体依托小东山村、潘家沟村、庄坞镇和磨山镇的特色文化以及产业特点，从乡情文化艺术民宿、乡土文创产业公社、乡智创客创业平台、乡亲生活服务驿站、乡趣产业地域品牌、乡建乡创体验展厅等六个维度塑造乡村品牌，为乡村振兴的实践做出了有益尝试。通过分析，得出四条乡村振兴项目的推进路径，最终实现乡创综合体的五大价值。小东山乡创共同体围绕盆景文化打造一系列文化体验业态，突出盆景主题特色品牌形象，开发系列文创衍生品，以文创品牌化和产业化激活当地文化价值。未来在乡村振兴的实现过程中，可以通过构建乡创共同体，促进乡村经济的多元发展和可持续增长。

注 释

文中所有图均为作者自制。

致 谢

感谢老师和同学的帮助，也感谢自己。

基金项目

上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金产业研究类项目《上海设计创新型城市评价指标体系研究》(2022020026)。

参考文献

- [1] 何仕元. 脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接的问题——评《决胜全面小康：从脱贫攻坚到乡村振兴》[J]. 中国农业资源与区划, 2020, 41(11): 121, 139.
- [2] 廖彩荣, 陈美球. 乡村振兴战略的理论逻辑、科学内涵与实现路径[J]. 农林经济管理学报, 2017, 16(6): 795-802.
- [3] 刘彦随. 中国新时代城乡融合与乡村振兴[J]. 地理学报, 2018, 73(4): 637-650.
- [4] 曾亿武, 宋逸香, 林夏珍, 傅昌鑫. 中国数字乡村建设若干问题刍议[J]. 中国农村经济, 2021(4): 21-35.
- [5] 沈费伟. 乡村技术赋能：实现乡村有效治理的策略选择[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2020, 20(2): 1-12.
- [6] 张硕, 乔晗, 张迎晨, 李卓伦. 农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J]. 管理学报, 2022, 19(4): 624-632.
- [7] 辛本禄, 刘莉莉. 乡村旅游赋能乡村振兴的作用机制研究[J]. 学习与探索, 2022(1): 137-143.
- [8] 唐玉萍, 潘洪义, 张之凤, 马红菊. 山地丘陵区乡村类型划分及乡村振兴路径研究——以绵阳市为例[J]. 山地学报, 2022, 40(5): 764-777.
- [9] Khan, S.U. and Cui, Y. (2022) Identifying the Impact Factors of Sustainable Development Efficiency: Integrating Environmental Degradation, Population Density, Industrial Structure, GDP per Capita, Urbanization, and Technology. *Environmental Science and Pollution Research*, 29, 56098-56113. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19809-4>
- [10] 付英凯, 陶刘倩. 生态优先视角下山东特色乡村振兴协同模式探析[J]. 山西农经, 2023(17): 128-131.
- [11] Duxbury, N. and Campbell, H. (2011) Developing and Revitalizing Rural Communities through Arts and Culture. *Small Cities Imprint*, 3, 111-122.
- [12] 陶自祥. 乡村振兴与特色村落的价值定位及发展类型——基于云南考察[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 43(4): 79-87, 184.
- [13] 李高峰, 郝润梅, 吴晓光. 乡村振兴战略背景下的村庄规划编制类型划分[J]. 中国国土资源经济, 2020, 33(8): 36-41.
- [14] Wilson, S., Fesenmaier, D.R., Fesenmaier, J. and Van Es, J.C. (2001) Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40, 132-138. <https://doi.org/10.1177/004728750104000203>

-
- [15] Li, W., Li, Z. and Kou, H. (2022) Design for Poverty Alleviation and Craft Revitalization in Rural China from an Actor-Network Perspective: The Case of Bamboo-Weaving in Shengzhou. *Heritage Science*, **10**, Article No. 2. <https://doi.org/10.1186/s40494-021-00637-7>
- [16] Guidolin, M. and Manfredi, P. (2023) Innovation Diffusion Processes: Concepts, Models, and Predictions. *Annual Review of Statistics and Its Application*, **10**, 451-473. <https://doi.org/10.1146/annurev-statistics-040220-091526>
- [17] Farzin, I., Mamdoohi, A.R. and Ciari, F. (2022) Autonomous Vehicles Acceptance: A Perceived Risk Extension of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and Diffusion of Innovation, Evidence from Tehran, Iran. *International Journal of Human-Computer Interaction*, **39**, 2663-2672. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2083464>
- [18] Liu, H. and Zhao, H. (2022) Upgrading Models, Evolutionary Mechanisms and Vertical Cases of Service-Oriented Manufacturing in SVC Leading Enterprises: Product-Development and Service-Innovation for Industry 4.0. *Humanities and Social Sciences Communications*, **9**, Article No. 387. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01409-9>
- [19] Haneberg, D.H., Aaboen, L. and Williams Middleton, K. (2022) Teaching and Facilitating Action-Based Entrepreneurship Education: Addressing Challenges Towards a Research Agenda. *The International Journal of Management Education*, **20**, Article ID: 100711. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100711>
- [20] 王红兵, 孙湘明. 乡村振兴背景下的乡村旅游品牌形象设计实践研究[J]. 家具与室内装饰, 2022, 29(10): 70-73.
- [21] Zhao, W., Liang, Z. and Li, B. (2022) Realizing a Rural Sustainable Development through a Digital Village Construction: Experiences from China. *Sustainability*, **14**, Article 14199. <https://doi.org/10.3390/su142114199>
- [22] Wang, Y., Huang, H., Liu, J., Ren, J., Gao, T. and Chen, X. (2023) Rural Industrial Integration's Impact on Agriculture GTFP Growth: Influence Mechanism and Empirical Test Using China as an Example. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, **20**, Article 3860. <https://doi.org/10.3390/ijerph20053860>
- [23] Kurnaz, A. and Aniktar, S. (2023) Examination of Rural Architecture That Shapes Sustainable Tourism in Emerging Economies through Stakeholder Perspectives: Sile, Istanbul. *Current Issues in Tourism*, **27**, 2134-2150. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2223913>
- [24] Ji, X., Xu, J. and Zhang, H. (2023) Environmental Effects of Rural E-Commerce: A Case Study of Chemical Fertilizer Reduction in China. *Journal of Environmental Management*, **326**, Article ID: 116713. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.116713>