城市文化视野下的宁波旅游纪念地图设计

姜超，高晨晖
（宁波工程学院，宁波 315211）

摘要：目的 从宣扬城市文化的角度提升宁波旅游形象。**方法** 挖掘宁波城市文化的商贸特征，再结合艺术设计的形式法则和技术手段，运用图形化的语言，设计出直观典型的宁波城市旅游纪念地图。**结论** 城市文化的旅游纪念地图是游客了解一座城市面貌和地域风土人情的有效手段，是当地百姓回顾城市历史时寻求情感共鸣的现实载体，是城市旅游业运用设计手段提升行业规范的有力途径，是运用图形方式宣传城市的直观方法。以宁波旅游纪念地图设计为例，为城市旅游形象推广及旅游纪念品设计提供新的思路和想法。

关键词： 城市文化；旅游地图；设计方法；信息设计
中图分类号： J511 **文献标识码：** A **文章编号：** 1001-3563(2014)24-0104-04

Ningbo Travel Souvenir Maps Design with the Perspective of City Culture

JIANG Chao, GAO Chen-hui
(Ningbo University of Technology, Ningbo 315211, China)

ABSTRACT: Objective Based on the perspective of propagating city culture, consider the specific strategy to improve the image of Ningbo urban tourism. **Methods** Typical travel souvenir maps of Ningbo was designed by means of excavating the commerce and trade characters of the urban culture and combining the form principles and technological means of art designing with the application of graphical language. **Conclusion** City souvenir map which combines with urban culture is an effective way for tourists to understand the urban landscape and local customs. It is a real carrier for local citizens to review the history and seek emotional resonance with the city.It is a powerful way to improve the tourism industry norm with design means.It is also a visual approach to promote the city′s image in a graphic manner.It takes Ningbo urban travel souvenir map design as an example and has proposed new ideas and thoughts for the promotion of tourism image of the city and the design of tourist souvenirs, to provide a new method to promote image of city tourism and design travel souvenirs.

KEY WORDS: city culture; travel map; design method; information design

城市是当前人们政治、经济、文化等社会活动的主要空间，城市中所承载的产业、所涵盖的建筑景观和自然风貌、所拥有的历史民俗传统都是城市文化的体现。但是城市文化更为核心的内容是公众认知和归属意识，前者是世人对这座城市现状的普遍理解，后者是人们对于城市价值的认同程度[1]。城市文化深层次的提炼就应该在这两个方面进行思考和表达。

1 宁波的城市概况

长久以来宁波给人的普遍印象是商贸发达的历史文化名城。宁波城建于公元738年[2]，人类居住的历

收稿日期： 2014-07-07

作者简介： 姜超(1982—)，男，浙江人，硕士，宁波工程学院讲师，主要从事产品设计及视觉传达方面的研究。

史可追溯到新石器时代[3]。宁波拥有长期的经商传统，宁波商帮是全国闻名的商帮[4]。宁波航运和对外交流的历史悠久，最早可上溯至战国时期，是海上丝绸之路的重要门户。鸦片战争后，宁波成为通商口岸。改革开放以后，在临港产业和私营经济的带动下宁波经济得到迅速发展。如今，宁波港的货物吞吐量已跃居世界第一，集装箱吞吐量也居世界前列。

对于宁波这座汇聚了现代与历史，结合了时尚与传统，汇集了制造加工、港运物流、商贸休闲等各项功能的综合性海港城市，它的城市文化和地区特征很难用只言片语来描述，也很难用一种色彩来定义。同样对于宁波这座城市的公众认知和城市价值也一直缺少一个可以描述、探讨的载体，这也是宁波的城市形象模糊和旅游影响力落后于周边城市的原因之一。

2 宁波旅游的城市文化现状

近些年来，由于出口市场的恶化，对以外贸加工为主的宁波传统制造业造成了巨大的冲击。宁波政府大力发展创意文化、服务经济和旅游产业来挖掘宁波经济的新增长点。政府近年来着力打造历史文化、海洋旅游、工业旅游、湖泊旅游、四明山旅游、佛教旅游等专项产品[5]，而对于旅游产业服务和整体宣传的主要载体——城市，其文化和形象的挖掘和塑造却鲜有成效。在很多人看来，宁波是一个经济发达、时尚、开放的沿海商业城市，但有关宁波城市本身的旅游项目却很少，随着城市规模的一再扩大，很多宁波市民对城市历史都不是很了解，而不少老宁波人也缺少回味城市记忆的载体。

为了将宁波百姓眼中的城市气质，外地游客和商务人士心中的城市格调提炼概括出来，宁波在2005年提出了“东方商埠、时尚水都”的城市口号，又在2009年重新征集应用了“港通天下，书藏古今”这一更具文脉传承的城市口号[6]。2012年，宁波在世界范围内征集城市形象设计方案，这是更广阔的传播平台，面对更多的受众来宣传了宁波这座城市。但这些口号和图形很难全面、系统地概括宁波的城市文化。

3 宁波的城市旅游地图设计

相比较周边城市明确典型的城市形象，为了将宁波城市的历史与时尚、文艺与商贸更完善的表达出来，呈现更直观具象的城市文化，思考出了可具操作的载体——旅游信息地图。

地图是人们了解一个陌生区域的常用工具，其视觉化的表述方式以及系统全面的大容量信息传递可帮助人们解决关于空间定位的相应问题。传统地图结合了地域民俗、旅游景点、饮食休闲、交通线路、广告宣传等大量城市信息，在制作和设计时主要考虑地图本身的功能性。对于城市文化相关的思考很难在有限的纸张篇幅里得到详尽的阐述，并随着移动互联网和智能移动终端的普及，以及各种有关导航、购物、旅游攻略应用的日益完善，传统地图的功能和市场在逐步弱化。相比之下，经过精心设计，以传达具体文化内涵和地域特色为目的的纪念地图越来越受到人们的青睐。从厦门鼓浪屿的各种旅游纪念品商店里形式各异的手绘地图到上海世博会场馆地图，都是运用一定的表现技巧提供特定文化体验的典型案例。当前，全国许多旅游城市以及不少旅游景点都有集宣传、指示、纪念等功能为一体的旅游纪念地图，而宁波目前还没有此类的旅游地图。

结合宁波城市文化的思考，为了更好地传递宁波的城市历史信息，挖掘城市文化底蕴，提升新老宁波人对于自己所在城市的认同感和归属感，并进一步向游客传播宁波地域文化特色，因此以宁波老三区的主要景点入手来制作宁波旅游纪念地图。

3.1 关于宁波城市文化的思考

文化是一个城市的灵魂[7]，在海港地域、殖民历史、商帮文化、浙东民俗、贸易经济的多重影响下，形成了宁波与众不同的城市风貌和独一无二的城市文化。宁波糅合了多种风貌的城市特征，但每一种都没有达到极致，对比东部沿海的其他主要城市，宁波的时尚相对于上海少了几分都市节奏，宁波的文艺相对于杭州少了几分婉约个性，宁波的传统相对于南京少了几分文脉历史，宁波的知性相对于苏州少了几分精致气息，宁波的安逸相对于厦门少了几分小资情调，这无疑给宁波城市文化核心价值的挖掘带来难度。

每个城市都有其独特的文化和历史[8]，回顾历史来思考宁波城市文化，发现商贸占有很重要的地位。宁波从战国时期的海上丝绸之路到“南京条约”的五口通商口岸之一，再到改革开放的14个沿海开放城市

之一，商贸就是其文化和传承：明代中晚期形成的宁波商帮，现在仍对世界贸易产生重要影响；宁波城区里面还有不少关于受商贸流通影响而形成的建筑，如庆安会馆、天主教堂、鼓楼；宁波的文化、民俗、饮食也由于长期经商的原因，受到了日本和西方的影响；宁波的通商历史对教育、慈善、宗教、方言等方面都产生了深远的影响。由此可见，通商历史和商帮文化在宁波城市文化组成要素的各方面都有体现，因此在地图的设计和思考上以此为基础来展开。

3.2 选取典型城市旅游景点

旅游纪念地图围绕典型景点来展开，宁波市范围内就有很多体现出商贸特质和文脉传承的景点，一部分是体现传统与历史的，如天一阁、鼓楼、天峰塔、天宁寺塔、天主教堂、庆安会馆、慈城古镇、七塔寺、保国寺等；一部分是围绕现代商业活动的，如天一广场、城隍庙商业街、老外滩、和丰创意广场、国际会展中心等；还有一些是供宁波老百姓文化休闲的，如博物馆、美术馆、大剧院、图书馆等。这些景点涵盖了城市的历史，也体现了宁波市民的现代生活，景点的布局能帮助游客和市民认识城市的全貌。此外，将具有商贸传统的历史旅游景点和当前商业生活的景点相结合，可更好地体现城市的文化特征。

3.3 绘制景点图标

根据各个景点拍摄的照片，选取典型角度，提炼景观建筑的轮廓特征，思考形式上的简洁直观，运用绘图软件，设计出写实风格的景点图标。宁波市区各景点图标矢量插画见图1，将商贸遗迹和现代地标运用一致的风格进行表达。

图1 宁波市区各景点图标矢量插画

Fig.1 Illustrators of tourist attractions at Ningbo urban

3.4 绘制地图轮廓

宁波是一座水系丰富的海港城市，但海岸线离城市较远，其中姚江、奉化江、甬江穿过宁波境内，将市区分成海曙、江东、江北3个区，形成了著名的城市地理特征——三江口。三江口是宁波近代商贸历史遗迹和现代市民生活的集中地，围绕三江口的有庆安会馆、天主教堂、天峰塔等重要商贸遗迹，也有天一广场、美术馆等城市休闲生活场所。因此要在地图轮廓的绘制上体现出相关要素，用示意的方式绘制宁波城区轮廓。

3.5 协调地图的表现形式

地图作为相对复杂的视觉传达设计对象，要把地图中所有要素当作相互关联的一个完整体系来看待[9]。为了满足表述城市形象的视觉语言需要，应协调斟酌多处细节，以符合宁波这一传统商帮城市的形式风格，其风格也应适合作为旅游纪念并符合宣传宁波城市形象的功能要求。

1）色彩搭配。考虑到信息的易读性以及整体风格的历史感，地图运用单色系的设计。浅灰色作为地域轮廓的颜色，深褐色作为地标主体和地图背景的颜色。

2）图标形式。单色的景点图标结合其图底关系，更直观地体现景点特征。不同粗细和颜色的两次描边，可在画面中突出图标的立体感，同时在形式上避免单调。

3）地标指示文字。用气泡的形式标注图标对应的景点，气泡使用的颜色和形式应与图标一致，选择手写字体可体现城市的亲和力。

4）标注符号。景点的主要文字描述安排在画面上，为了保证画面的整洁统一，将各个图标按字母顺序进行标注，字母的选择以视觉辨识度为前提，并给字母增加背景框和阴影。

5）图标空间位置示意。结合大致的地域空间，将图标放置在地图所示的3个区，由于旅游纪念地图强调纪念和宣传的功能，并要确保图标的可视度和地图版面的整体效果。因此，图标不一定相应地处于景点所在的地理方位，如宁波博物馆位于鄞州区，它和宁波美术馆都是由建筑大师王澍设计的，在建筑界享有盛名，是宁波旅游的新地标，其地理位置接近江东，故也放置在地图上。基于城市文化思考的宁波旅游纪念地图设计见图2。

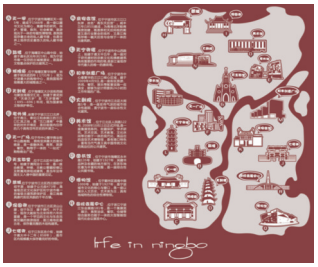

图2　宁波旅游纪念地图设计

Fig.2　Ningbo travel souvenir map design

3.6　地图设计及其应用的多样性

结合不同应用领域和形式风格的情况来调用平面设计的相关素材，重新思考相应图标的配色、轮廓、形式等问题，完成不同风格的宁波旅游纪念地图设计，见图3。此外，旅游纪念地图可应用在纪念文化衫、旅游宣传海报、旅游纪念品包装等城市形象宣传的各个领域，更直观地向世人传播宁波城市的文化特征，也为新老宁波人更好地理解和认识所在的城市提供一个媒介。地图的素材应用在多个领域的设计也为相关产业的发展提供新的思路[10]。

图3　不同风格的宁波旅游纪念地图设计

Fig.3　Ningbo travel souvenir maps with different styles

4　结语

基于宁波城市传统商贸文化的思考，对宁波旅游纪念地图设计做了相应的尝试，希望通过更广泛和深入的实践探索出如何使用艺术设计手段来构建及表达城市文化，为城市文化的挖掘和塑造提供更多的理论和实践依据。

参考文献：

[1]　朱俊成.城市文化与城市形象塑造研究[D].南昌：江西师范大学，2006.

ZHU Jun-cheng.Research on City Culture and City Image-shaping[D].Nanchang：Jiangxi Normal University，2006.

[2]　俞福海.宁波市志[M].北京：中华书局，1995.

YU Fu-hai.Ningbo City Record[M].Beijing：Zhonghua Book Company，1995.

[3]　张光直.古代中国考古学[M].沈阳：辽宁教育出版社，2002.

ZHANG Guang-zhi.The Archaeology of Ancient China[M].Shenyang：Liaoning Education Press，2002.

[4]　陈守义.宁波帮研究[M].北京：中国文史出版社，2004.

CHEN Shou-yi.Research about Ningbo Confraternity[M].Beijing：China Culture and History Press，2004.

[5]　徐文潇，林轶男.宁波旅游要抓好的五项重要工作[N].中国旅游报，2013-03-20.

XU Wen-xiao，LIN Yi-nan.Five Important Tasks about Ningbo Tourism[N].China Tourism News，2013-03-20.

[6]　徐春红.基于城市营销视角下宁波城市形象对外宣传对策研究[J].宁波广播电视大学学报，2011(1)：105—110.

XU Chun-hong.Publicity Strategy Research about Image of Ningbo under the Perspective of the City Marketing[J].Journal of Ningbo Radio & TV University，2011(1)：105—110.

[7]　张海林.基于城市品牌文化战略下的环境设施设计研究[J].包装工程，2013，34(14)：127—130.

ZHANG Hai-lin.Research on the Environmental Facilities Design Based on City Brand Culture Strategy[J].Packaging Engineering，2013，34(14)：127—130.

[8]　张鸿雁.论城市形象建设与城市品牌战略创新[J].南京社会科学，2002(1)：327—338.

ZHANG Hong-yan.Urban Image Development and Strategic Innovation of Urban Brand[J].Social Sciences in Nanjing，2002(1)：327—338.

[9]　凌善金，金世胜，陆林.提升地图美感的设计思路——以旅游地图为例[J].装饰，2004(8)：8—9.

LING Shan-jin，JIN Shi-sheng，LU Lin.How to Enhance the Aesthetic of Maps：To Take Tourist Maps as an Example[J].Zhuangshi，2004(8)：8—9.

[10]　姜超，高晨晖.围绕城市地标的宁波旅游纪念品设计对策研究[J].包装工程，2013，34(2)：24—27.

JIANG Chao，GAO Chen-hui.Research on the Countermeasure of Tourist Souvenirs Design with City Landmark at Ningbo[J]. Packaging Engineering，2013，34(2)：24—27.