

基于隐性服务的旅游景区标识系统设计研究

庞丽^{1,2}, 谢宝元²

(1. 北京市规划委员会 延庆分局规划设计所, 北京 102100; 2. 北京林业大学, 北京 100083)

摘要: 针对旅游景区隐性服务的开发状况, 分析了标识系统的概念、功能和分类。论述了以提高隐性服务质量为前提的标识系统在景区中的总体布局。并针对景区内标识系统存在的一些问题, 提出了基于隐性服务的旅游景区标识系统设计应遵循的设计原则。在此基础上从题材和形态、色彩和材料、体量和尺度等多个角度提出了标识系统的设计手法。讨论了标识系统设计的发展趋势。

关键词: 旅游景区; 隐性服务; 标识系统; 标识

中图分类号: J524.3 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2011)04-0004-04

Study on Identification System Design of Tourism Scenic Spots Base on Recessive Service

PANG Li^{1,2}, XIE Bao-yuan²

(1. Beijing Yanqing Municipal Commission of Urban Planning Design Institute, Beijing 102100, China; 2. Beijing Forestry University, Beijing 100083, China)

Abstract: Based on the development of recessive service of tourism scenic spots for the enlightenment, it analyzed the the concept, the function and classification of identification system. And elaborated the overall layout to improve recessive service quality. Aiming at scenic areas marking system, it proposed some existing problems of tourism scenic spots marking system design should follow the principle of design. Based on this, from themes and form, colour and material, volume and multi-scale multiple angles, it proposed identification system design technique and discussed the marking system design development trend.

Key words: tourism scenic; recessive service; identification system; sign

随着经济水平的提高, 人们有越来越多的时间投入到旅游活动中去, 为此, 旅游服务水平亟需提高。而旅游景区的服务质量、设施建设和管理措施都与旅游景区的标识系统密切相关, 因此, 旅游景区标识系统设计已成为一个重要的研究课题。旅游景区, 是指具有吸引国内外游客前往游览的明确的区域场所, 能够满足游客游览观光、休闲娱乐等旅游需求, 并提供服务的地域空间。其服务包括显性服务和隐性服务, 所谓隐性服务是相对于显性服务而言的。显性服务即行业规范的服务及其过程或流程, 诸如接待顾客、咨询服务、规范的买卖程序等, 是顾客现场可以感受到的正规经营行为。隐性服务则是

顾客感受不明显、容易产生感觉偏移的后台活动, 有些也是为前台显性服务所做的准备^[1]。例如告知游客旅游产品的优点和存在的问题; 告知游客旅游过程中可能会遇到的不规范消费; 告知游客同类旅游产品的多种选择等。而旅游标识系统也是景区为旅游者提供的隐性服务的一种工具, 是景区旅游服务体系中的重要组成部分。例如在寺院景区中可以通过标识系统标明正规的素食店、佛具店、佛书店等具体方位, 避免不规范消费。隐性服务没有统一的规范和标准, 但是优质的隐性服务在提高游客的舒适度和满意度方面效果明显。

目前, 有些旅游景区在建设过程中强调以直接赢

收稿日期: 2010-10-02

基金项目: “十一五”国家科技支撑计划项目(2006BAD03A1801)

作者简介: 庞丽(1981-), 女, 满族, 河北人, 博士研究生, 主要从事城市和农村生态规划、景观设计、工程绿化技术等研究。

利项目为主,而对景区隐性服务开发不足,标识的应用比较薄弱,加之景区的场地大、地形复杂多变以及标识自身功能的辅助性、服务的隐蔽性、地位的从属性,使得经营者和管理者忽视了标识系统的规范化处理,导致景区的标识系统比较混乱,缺少系统的分类和规划设计^[2]。因此,旅游景区标识系统规划设计应该强调为游客提供隐性服务,资金方面增加投入,设计方面加大力度。

1 旅游景区标识系统的功能与分类

1.1 标识系统的概念

标识和标识系统并没有统一的概念。目前,中国众多学者研究了国外相关理论,认为标识是指具有象征意义的有形或无形的人工构筑物,它能够对自然景物或空间进行解释、导向和说明,对人类行为进行警告、提示和引导^[3]。旅游景区标识系统是一种环境对游人发出的以视觉传达为主的语言。它是由不同的标识要素,包括图形、文字、数字、方向标等,通过一定的物质载体在特定的场所按照科学的方式组合,而形成的供游客辨识的标识组合整体。

1.2 标识系统的功能

标识系统是景区旅游服务设施的重要组成部分。一个完整的标识系统通常具有服务功能、管理功能、教育功能和景观功能^[4]。它可以通过提供相关的信息来满足游客的需求,并激发游客好奇心而对景区进行游览和赏析,加深游客对所描述目标的理解与认同。通过标识的独特功能,可以实现人与自然,人与资源之间的沟通和对话,形成良性互动,而这种对话和沟通就是景区提供的一种隐性服务。从一定角度讲,传达信息准确到位,使游客在节省时间,节省金钱,减少不必要的浪费的前提下欣赏景观、受到教育是隐性服务的作用。

1.3 标识系统的分类

标识系统根据信息要素类型可以大体分为以下几类:

1) 综合信息类:其信息包括总平面导游图、图例、图表、文字等说明景区的总体规划布局,景点概况和游览路线等,见图1。

2) 方向指示类:多为设置在道路交叉口的路向指示牌,标明各方向的景点的名称、距离等,也可配以图



图1 综合信息

Fig.1 Comprehensive information

片说明,见图2。



图2 方向指示

Fig.2 Direction indication

3) 景点说明类:包括古迹旧址的历史典故,景观小品的设计构思,服务设施,市政设施和新技术应用的常识普及等,见图3。



图3 景点说明

Fig.3 Introductions of scenery spot

4) 场所标识类:用来说明所处场所的用途和注意事项等,见图4。



图4 场所标识

Fig.4 Sign of place

5) 行为提示类:为保证游客安全进行提示的标识,见图5。



图5 行为提示

Fig.5 Notes of behaviors

2 以隐性服务为前提的标识系统规划设计

强调隐性服务的景区与强调显性服务的景区都设置了标识系统,隐性服务和显性服务在每个经过开发的景区都是同时存在的,只是侧重点不同。强调隐性服务的景区尽量全面告知一些可能造成游客较少消费的详情。强调显性服务的景区则以赢利为主,标识系统忽略游客多方面的感受,过分强调收费设施的宣传。

2.1 在总体布局中的体现

标识系统的总体布局即各类标识在景区内的分布。标识系统的合理布局,能保障游客在景区内安排游览路线、租用游览车、购买纪念品等活动时能够安全舒适。有些景区为了拉动消费,在缆车、游船、游车站处未标明详细信息,使游客误以为距离非常远,必须乘交通工具才能到达。实际上,应该在景区内每个缆车、游船、游车站点布置标识牌,如实标明距下一站点的距离、票价等信息,以便游客根据实际情况选择消费。

标识系统根据功能不同布设位置各异,分布密度应适当,目前尚无统一规范,需要根据实际情况布局,诸如地形的复杂程度、视线需求等进行分布。力求使游客在迷惑的时候及时出现标识,告知游客信息。

2.2 在设计构思中的体现

2.2.1 设计原则

1) 以人为本与结合自然。标识设计是有社会责任的,不仅要注重人文关怀,也要强调人与自然的和谐发展。以人为本就是考虑游客的心理需求,需要根据服务对象的特点进行设计。结合自然就是使人感觉标识系统是从自然中生长出来的,而不是人为刻意强加其上的。

2) 趣味性结合易识别性。简洁明确的信息标识系统为旅游景区提供科学的环境秩序。规范、清晰、醒目的标识导向系统帮助游客既能到达每一个景点,又避免走重复路线。而趣味性不但能使游客自觉遵守,同时还增添很多趣味,使人们如同在与自然对话,增添了出游的乐趣。

3) 审美价值结合实用价值。设计在考虑实用的同时,须兼顾审美价值。而审美价值又包含文化内涵,即附着于设计作品上的各种信息和知识,不仅包括技术上和审美上的知识,还应包括哲学观和人生观^[5]。设计中应运用科学的设计手法将传统与现代的流行元素相结合,使标识物造型反映地方文化内涵,并与其它旅游公共服务设施相协调。

4) 个性化设计结合标准设计。每个景区具备自身独特的景观资源,因此,要求标识系统有与其相匹配的个性。个性化设计与标准设计的结合对设计师提出了挑战。标识设计师在把城市标识的设计当成艺术创作的过程的同时,需要考虑使用的大多数图形符号的基本类似性。

2.2.2 设计方法

1) 题材和形态。标识设计在传达识别功能的同时也要表现它的内容和题材。标识可以是标志性的设计,它的题材主要分文字和图形标识。其中又可细分为中英文、字首、具象、抽象图案等^[6]。标识图形设计取材于大自然的动植物、历史典故以及人类文化艺术的积淀。标识的灵魂在于创意,创意的内涵在于文化^[7]。设计者利用这些反映民族特色、地方特色的图案能够使游客感受到异域风情,并能了解游览地的文化习俗、风土民情等,形成了鲜明又独特的视觉感受。例如瑞士日内瓦英国公园的花钟就是一个成功案例,见图6。日内瓦是瑞士钟表制造的诞生地,花钟



图6 日内瓦花钟

Fig.6 Geneva flower clock

成为日内瓦市的标识,本身也是一个著名景点,

表面看上去精巧美观,而且下面还隐藏了机械结构,保证指针精准运行,它的题材和形态都源于地方的文化和历史,这种设计也只有日内瓦才最恰当。

2) 色彩和材料。标识的色彩设计有其主观性特点,不同的颜色可以引发人们不同的联想,带给人们不同的心理反应。因此在标识设计创作中,不但要有主观性色彩的积淀和经验,而且要理性地运用各种色彩为标识设计服务。设计师只有很好地把握色彩的不同特点,才能更好地达到预期目的。色彩作为视觉效果中影响最显著的因素,是打造环境氛围、塑造视觉效果的重要表现手法^[8]。旅游景区标识物的材料要根据标识的主要功能进行设计,其中考虑的因素包括材料的物理性质、表观形态、时代特色、施工条件等^[9]。标识系统的色彩和材料设计均需考虑使用环境的条件。为使标识和环境自然融合,应避免选择过于跳跃的色彩和与环境反差较大的材料。如动物园的指示牌材料选用木质,颜色与自然融为一体,见图7。



图7 动物园指示牌

Fig.7 The zoo sign

3) 体量 and 尺度。标识设计需要设计者更多地依照人体工程学、环境心理学等原理进行设计,以符合游客的心理感受。标识系统同景观建筑一样被行走中的游客观察和使用,体量与尺度亦需要考虑动态变化进行设计。标识系统周边景区的路、树木、景观建筑、地形变化等因素都是决定体量大小的参照物^[9]。在设计中还同时需要考虑人体身高和视线角度^[4],应参照人体的视觉特征和人体尺度,确定界面的高度、宽度的范围,以及需预留的观赏空间。如动物园入口标识,见图8,标识虽然设计简单,但是由于文字和图案采用了恰当的尺度,并与入口广场的空间搭配得当,使游客由远及近都能看到明显的标识指引,人未入园,已从心理上进入一种游览状态。

2.2.3 设计新趋势

密切关注社会当前和未来发展的需求,是一名标



图8 动物园入口标识

Fig.8 The zoo entrance sign

识设计师必备的素质。提供人性化的服务离不开对残障人士的关怀,无障碍设计成为未来空间和标识设计的趋势之一。在国际上一些大城市和公园出现了盲人地图和盲文标识,奥运会也发行了盲人地图。盲人通过触摸能了解到周围环境设施,从而在大脑中形成一幅地图,再结合盲道等设施就能够自由地行走在场所中。伦敦盲人地图见图9。



图9 伦敦盲人地图

Fig.9 London blind map

另外,醒目而现代的电子标识系统的应用从室内商业空间扩展到室外旅游空间,为节省能源结合了太阳能,设计出了太阳能标识箱。随着科技水平的提高,未来还可能出现更多的标识系统,应用新技术新能源。

3 结语

标识系统的建设水平是衡量一个地区经济发展水平、旅游发展水平的重要标志之一。旅游景区标识系统的合理布局以及具体设计,都需要多部门协作。旅游管理部门、景观设计者、标识系统设计者、标识系统施工者都需要相互沟通。一方面,设计者应该在遵从标准的同时吸取各部门意见;另一方面,管理者也

(下转第14页)

- [2] 管满泉.道路交通标志设置存在的问题及对策[J].交通企业管理,2008(11):33-34.
- [3] 宋冬慧.城市公共交通标志中图形化的研究[J].包装工程,2010,31(8):94-96.
- [4] 章莉莉.城市导向设计[M].上海:上海大学出版社,2005.
- [5] Rex Chen.旧文:高速公路路标字体,发展和中国新标准[EB/OL].(2010-03-18)[2010-10-01].http://www.typeisbeautiful.com/2010/03/2123,2010.03.
- [6] 袁满荣.城市道路交通标志设计新方法[J].交通运输系统工程与信息,2006(2):134-136.

(上接第7页)

应该充分领会设计者意图,更多地提高隐性服务意识,在政策和资金上予以大力支持。总之,应通过多方合作使不同景区具备与之相匹配的一套标识系统,从而为旅游景区隐性服务的开发贡献一份力量。

参考文献

- [1] 罗越富.旅游业隐性服务问题探究[J].合作经济与科技,2009(9):8-10.
- [2] 卞贝佳.浅谈风景名胜标识系统规划设计——以鸳鸯溪国家级风景名胜区白水洋景区为例[J].福建林业科技,2009,36(3):219-225.
- [3] 徐邦跃.标识系统的特性分析[J].南京艺术学院学报,2010(4):156-158.
- [4] 盛非.风景区标识系统分类与特征[J].科技资讯,2006(8):175-176.
- [5] 唐昌乔.标志设计的误区与出路探析[J].包装工程,2010,31(2):73-75.
- [6] 武敏.以柳巷商业街为例谈商业街标识系统设计[J].山西建筑,2008,34(26):55-56.
- [7] 杨晓燕,王伟伟.文化导向型的城市标识系统设计研究[J].包装工程,2010,31(18):77-80.
- [8] 杨帆.浅析色彩在标识系统中的应用[J].大舞台,2010(8):82.
- [9] 焦涛.以城市标识系统设计建立城市特色形象[J].山西经济管理干部学院学报,2010,18(2):95-98.

(上接第10页)

此庞大的系统,设计师将导视牌通过城市市区标识、路径导向、城市交通线路图构成一个清晰的指引系统,行人可以借助清晰的指引系统迅速地熟悉周围的环境,轻松地获取信息并找到自己的目标路径。

3 结语

由于在目前的城市建设过程中的高速化与盲目性,在当代中国的不少城市中还遗留着许多不规范的街道标识导向设计,严重污染人们的视觉环境,也严重影响着城市的文化形象,这些都不利于城市的和谐发展。尤其因为当代中国处于经济高速发展时期,城市特色文化日益单薄,及时解析国内外成功的标识导向设计案例,研究其传递的社会文化信息,探索优秀标识导向系统设计的理念,为今后的街道标识导向系统设计提供指导性的意见,这些都是极具现实性与前

瞻性的问题。

参考文献:

- [1] 杨晓燕.文化导向型的城市标识系统设计研究[J].包装工程,2010,31(18):80.
- [2] 张西利.城市标识系统规划设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2006.
- [3] 克里斯蒂安·隆格,马库斯·沙伊贝尔.城市导视[M].王婧,译.沈阳:辽宁科学技术出版社,2010.
- [4] 冯信群.公共环境设施设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2007.
- [5] 鲍诗度.环境标识导向系统设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2007.
- [6] 肖勇.VI设计模板[M].北京:高等教育出版社,2008.
- [7] 菲利普·莫伊泽,达妮埃拉·波加德.导视空间——建筑与交流设计[M].姜峰,曹森,译.沈阳:辽宁科学技术出版社,1995.
- [8] 安德烈亚斯·于贝勒.导向系统设计[M].高毅,译.北京:中国青年出版社,2008.