

我国旅游景区导向图标的设计与开发

张芳琪, 王瑾

(北京林业大学, 北京 100083)

摘要: **目的** 提升旅游景区服务质量, 开发与设计旅游景区导向图标, 把景区的自然特色、文化风俗通过导向图标转化成视觉信息并留给游客难忘的记忆。**方法** 选择国家旅游局颁布的 5A 级旅游景区 (212 个) 为调研对象, 依据我国地理地貌特色和国家旅游资源类别, 按照地域性、系统性、可读性的原则进行分类设计。**结论** 在符合国家标准《标志用公共信息图形符号第 2 部分·旅游休闲符号》(GB/T 10001.2-2006) 的基本要求下, 开发、设计出 18 个自然类、14 个人文类景区导向图标。

关键词: 人文景区; 自然景区; 导向图标; 开发设计

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)02-0071-08

The Development and Design of Tourist Attractions Guide Icon in China

ZHANG Fang-qi, WANG Jin

(Beijing Forestry University, Beijing 100083, China)

ABSTRACT: It aims to enhance the service quality of tourist attractions, the development and design of tourist attractions guide icon, the natural characteristics of the scenic spots, cultural customs through the steering icon into visual information and left to the visitors unforgettable memories. 5A grade scenic spot promulgated by the National Tourism Administration(212) for the development of sample research, according to the national standard classification and geographic China characteristics, the classification design is carried out according to the principle of regional, systematic and readability. In accordance with the basic requirements of the national standard "second parts of the symbol of public information graphic symbols" (GB/T 10001.2-2006), 18 natural and 14 individual scenic spots guide icons are developed and designed.

KEY WORDS: human scenic spots; natural scenic spots; guide icon; development and design

旅游景区是指能够满足游客游览观光、消遣娱乐、康体健身、求知等旅游需求并具备相应旅游服务设施的区域场所。旅游景区导向图标隶属于“符号学”范畴, 是一种把旅游景区中的重点事物图形化的特殊符号, 具有规范景区导向服务, 加强景区与游客信息沟通, 增强游客旅游体验, 引导游客顺利完成旅游活动, 提升景区服务质量和水平的功能。景区导向图标的最终目的是以其最优化的图形视觉形态, 让游客了解景点信息并产生正确的联想与动作, 起到旅游行动指南的作用。

1 我国旅游景区导向图标现状

通过 2006 年国家标准化管理委员会颁布的 GB/T 10001.2-2006《标志用公共信息图形符号第 2 部分·旅游休闲符号》, 旅游景区导向图标已成为我国城市公共服务导向图标的一部分。它的颁布统一了旅游景区导向图标的应用, 使我国旅游景区导向图标具有了规范性、统一性、标准化的特点。然而, 由于国家标准中的旅游景区导向图标数量较少, 仍旧无法满足我国景区自然地理

收稿日期: 2017-09-01

基金项目: 北京市社会科学基金重点项目 (15WYA004); 国家旅游局重点规划项目 (15TAAK002)

作者简介: 张芳琪 (1993—), 女, 辽宁人, 北京林业大学硕士生, 主攻视觉传达设计。

通讯作者: 王瑾 (1973—), 男, 山西人, 北京林业大学副教授, 主要从事视觉传达设计方面的研究。

风貌与人文古迹景观图标化的实际需求。例如,我国自然类景区特有的火山、花岗岩、草原等图解图标;人文类景区的佛窟、古镇、蒙古包等景观图标;禁止打猎、放牧、采摘、伐木的规范图标;阔叶林、针叶林、人工林等不同植物品种的科普图标等,都没有统一的导向图标,甚至有许多内容根本就没有导向图标。当前,旅游景区景点解说过于专业化是目前被游客最为诟病的焦点之一,突出表现为地理地貌、生物品种等景点的导向标牌解说是一大堆令人生涩难懂的专业术语。由于图标拥有信息承载量大、渗透性强、辐射性广的优势,可以把看不见的信息以容易理解的方式表达出来,不存在因国别不同、语言不通导致的交流障碍,所以为旅游景区设计与开发导向图标,对于普及景区自然常识,提高游客的旅游情趣都大有裨益。

2 导向图标开发

2.1 开发思路

旅游景区导向图标可分为游览空间导向图标和公共空间导向图标。游览空间是指旅游经济客体在空间中相互作用所形成的空间聚集程度及聚集状态,它体现了旅游活动的空间属性和相互关系,是旅游活动在地理空间上的投影,是展现景区特色的重要“指示器”^[1]。公共空间主要包含景区的商业购物空间和餐饮休息空间等,此类空间相对于游览空间都较为狭小,而游客最基本的吃喝、休闲、购物等都要在公共空间里完成。由于国家标准化委员会颁布的《标志用公共信息图形符号》中已有完整的公共空间导向图标,所以此次图标开发只在游览空间中提取。我国的游览空间旅游资源丰富,特色景点星罗棋布,为了使研究的内容具有真实性与实用性,以我国旅游局2016年之前发布的212个5A级国家旅游景区游览空间为研究基础,分析其旅游资源类型,按照具有普遍性、代表性、易于图标化的条件,选择最终需要开发设计的导向图标内容。

2.2 开发范围

按照属性的不同将旅游景区导向图标分为自然类导向图标和人文类导向图标两大类。依据此种分类方法,从国家标准化委员会在2006年发布的《标志用公共信息图形符号第2部分·旅游休闲符号》(GB/T 10001.2-2006)中提取了28个图标,其中包括自然类11个和人文类17个^[2]。11个自然类导向图标包括:山洞、冰川、雪山、山峰、峡谷、瀑布、河流、湖泊、湿地、海滩和森林。17个人文类导向图标包括:道观、佛寺、教堂、清真寺、名胜古迹、古塔、古桥、纪念碑、陵园、大型游乐园、儿童乐园、水上乐园、露天浴场、水族馆、海洋馆、度假村和自

然保护区。然而这28个导向图标远远不能全面体现我国旅游景区的地理地貌、建筑景观、民俗风情、人文特色,因此,在保证设计风格一致的前提下,增加了18个自然类、14个人文类共32个图标,以满足游客在旅游景区中对地理地貌、人文景观、民族风情的认知需求。

2.2.1 自然类导向图标

依据中国地貌(构造地貌、冰川地貌、风成地貌、流水地貌、冻土和冰缘地貌、黄土地貌、喀斯特地貌、灾害地貌、花岗岩与砂岩地貌以及海岸地貌)的分类,在全部212个样本数据的调研基础上,按照地文景观、水域风光、生物景观、天象与气候景观的旅游资源基本类型,共开发出18个自然类导向图标。具体有11个地文景观导向图标(褶皱山、火山、熔岩、石蘑菇、石柱、雅丹地貌、丹霞地貌、花岗岩、喀斯特地貌、海蚀崖、黄土高原)、6个生物景观导向图标(人工林、针叶林、阔叶林、热带雨林、原始森林和草原)以及1个水域风光导向图标(三角洲)。

2.2.2 人文类导向图标

人文旅游资源相对自然旅游资源更加宽泛,如遗址遗迹、建筑设施、旅游商品、人文活动都属于人文旅游资源。不同于自然类导向图标的是,人文类导向图标更加注重图标内容的类型范围。在全部212个样本数据的调研基础上,按照人文类旅游景区:宗教与祭祀活动场所、园林休憩地、文化活动场所、动物与植物展示地、名人故居与历史纪念建筑、特色街巷等基本类型,共开发出14个人文类导向图标,具体有大坝、南北方古镇、北方古镇、南方园林、北方园林、冰雕、运河、蒙古包、革命根据地、佛窟、佛像、水田、旱田、牧场,见表1—2。

3 旅游景区导向图标设计方法

导向图标设计不同于理性的逻辑抽象,更倾向于一种感性的艺术抽象。它产生于生活中感性的形象事物,以新颖独特的创意面貌示人,其指意不能臆造,需缔结文化根脉的相容性,并代表公共的思想意识和理解,方可被人们所认知、接受并喜爱^[3]。自然类景区导向图标在设计中要尽量体现原有地貌、水体、气候、动植物等自然地理风貌,并从中提取主要元素作为导向图标的视觉表现风格。人文类景区的导向图标要突出其多功能综合性和文化性的特征,在创意构思、具体形式、装饰风格上给予充分体现。总体上讲,在设计景区导向图标时应找出表达景点内容的最典型特点,对纳入表现的内容进行多角度的观察,反复对比、选择、概括、提炼,从中提取出最能符合该景点的造型。同时图标设计要符合《公共信息导向系统

表 1 2007 年 5A 级旅游景区自然旅游资源
Tab.1 Natural tourism resources of 5A tourism scenic spot survey in 2007

主类	亚类	基本类型	景区名称	年份	备注
A 地 文 景 观	AA 综合自然旅游地	AAA 山丘型旅游地	天津盘山风景名胜区	2007	山地丘陵区可供观光游览的整体区域或个别区段
			南平市武夷山风景名胜区	2007	
			温州市雁荡山风景名胜区	2007	
		AAC 沙砾石地型旅游地	中卫市沙坡头旅游景区	2007	沙漠、戈壁、荒原内可供观光游览的整体区域或个别区段
			石嘴山市沙湖旅游景区	2007	
		AAG 垂直自然地带	成都市青城山—都江堰旅游景区	2007	山地自然景观及其自然要素随海拔呈递变规律的现象
			阿勒泰地区喀纳斯景区	2007	
	AB 沉积与构造	ABA 断层景观	乐山市峨眉山景区	2007	地层断裂在地表面形成的明显景观
			江西省庐山风景名胜区	2007	
			衡阳市南岳衡山旅游区	2007	
			泰安市泰山景区	2007	
		ABB 褶曲景观	丽江市玉龙雪山景区	2007	地层在各种内力作用下形成的扭曲变形
		ACC 峰丛	池州市九华山风景区	2007	基底相连的成片山丘或石体
			黄山市黄山风景区	2007	
			舟山市普陀山风景名胜区	2007	
			忻州市五台山风景名胜区	2007	
	AC 地质地貌过程形迹	ACD 石（土）林	张家界武陵源—天门山旅游区	2007	林立的石（土）质峰林
			昆明市石林风景区	2007	
		ACG 峡谷段落	重庆巫山小三峡-小小三峡	2007	两坡陡峭、中间裸峡的"V"字型谷、峰谷、幽谷等段落
		ACI 丹霞	平凉市崆峒山风景名胜区	2007	由红色砂砾岩组成的一种顶平、坡陡、麓缓的山体或石体
		ACL 岩石洞与岩穴	安顺市龙宫景区	2007	位于基岩内和岩石表面的天然洞穴，如溶洞、落水洞与竖井、穿洞与天生桥、火山洞、地表坑等
			焦作市云台山风景名胜区	2007	
	AD 自然变动遗迹	ADE 火山与熔岩	新疆天山天池风景名胜区	2007	地壳内部溢出的高温物质堆积而成的火山与熔岩形态
			长白山景区	2007	
B 水 域 风 光	AE 岛礁	AEA 岛区	三亚市南山大小洞天旅游区	2007	小型岛屿上可供游览休憩的区段
	BA 河段	BAA 观光游憩河段	桂林市漓江景区	2007	可供观光游览的河流段落
		BBA 观光游憩湖区	保定市安新白洋淀景区	2007	湖泊水体的观光游览区域段落
			杭州市西湖风景名胜区	2007	
			阿坝藏族羌族自治州九寨沟旅游景区	2007	
	BC 瀑布	BCA 悬瀑	安顺市黄果树大瀑布景区	2007	从悬崖处倾泻或散落下来的水流

表 2 2007 年 5A 级旅游景区人文旅游资源
Tab.2 Human scenic resources of 5A tourism scenic spot survey in 2007

主类	亚类	基本类型	景区名称	年份	备注
F 建 筑 与 设 施	FA 综合人 文旅游地	FAB 康体游乐休闲 度假地	桂林市乐满地度假世界	2007	具有康乐、健身、消闲、疗养、 度假条件的地方
			广州市长隆旅游度假区	2007	
			深圳华侨城旅游度假区	2007	
			烟台市蓬莱阁旅游区	2007	
			厦门市鼓浪屿风景名胜	2007	
		FAC 宗教与祭祀活 动场所	哈尔滨市太阳岛景区	2007	进行宗教、祭祀、礼仪活动场所 的地方
			重庆大足石刻景区	2007	
			三亚市南山文化旅游区	2007	
			洛阳市龙门石窟景区	2007	
			登封市嵩山少林景区	2007	
			天坛公园	2007	
			大同市云冈石窟	2007	
		FAD 园林休憩区域	西安市华清池景区	2007	园林内可供观光游览休憩的区 域
			颐和园	2007	
			承德避暑山庄及周围寺庙景 区	2007	
			苏州园林	2007	
		FAE 文化场所	西安市秦始皇兵马俑博物馆	2007	进行文化活动、展览、科学技术 普及的场所
			故宫博物院	2007	
			长春市伪满皇宫博物院	2007	
		FAH 动物与植物 展示地	大连老虎滩海洋公园、极地馆	2007	饲养动物与栽培植物的场所
			沈阳市植物园	2007	
			上海野生动物园	2007	
	FC 景观建 筑与附属 性建筑	FCB 塔形建筑物	上海东方明珠广播电视塔	2007	为纪念、镇物、表明风水和某些 实用目的的直立建筑物
		FCC 楼阁	武汉市黄鹤楼公园	2007	用于藏书、远眺、巡更、饮宴、 娱乐、休憩、观景等目的而建的 2 层或 2 层以上的建筑
		FCE 长城段落	北京八达岭长城旅游区	2007	古代军事防御工程段落
		FCF 城（堡）	嘉峪关市嘉峪关文物景区	2007	用于设防的城体或堡垒
		FDB 特色街巷	天津古文化街旅游区	2007	能反映某一时代建筑风貌,或经 营专门特色商品和商业服务的 街道
			中央电视台无锡影视基地三 国水浒景区	2007	
	FD 居住地 与社区	FDC 特色社区	苏州市周庄古镇景区	2007	建筑风貌或环境特色鲜明的居 住区
		FDD 名人故居与历 史纪念建筑	屈原故里旅游区	2007	有历史影响的人物的住所或为 历史著名事件而保留的建筑物
			曲阜明故城旅游区	2007	
			吉安市井冈山风景旅游区	2007	
	FE 归葬地	FEA 陵寝陵园	延安市黄帝陵景区	2007	帝王及后妃的坟墓及墓地的宫 殿建筑,以及一般以墓葬为主的 园林
			中山陵园风景区	2007	
G 旅游 商品	GA 地方旅 游商品	GAB 农林畜产品 及制品	吐鲁番市葡萄沟风景区	2007	具有跨地区声望的当地生产的 农林畜产品及制品

导向要素的设计原则与要求第 1 部分·总则》(GBT-20501.1-2013) 的原则要求, 并与标准图标在视觉风格方面形成一致。以地质公园的丹霞、雅丹地貌图标(自然类)、大坝图标(人文类)为例, 具体说明其设计方法。

3.1 特征提取

地质公园因拥有稀有的自然属性与优雅的美学观赏价值, 已成为当今的旅游热点。截至 2008 年, 我国已经先后建立了 138 家国家地质公园, 其中 20 家为世界地质公园^[4]。地质公园具有代表性的地貌有: 丹霞地貌、雅丹地貌、喀斯特地貌、褶皱山、火山、熔岩、石蘑菇、石柱等多种地貌。地质公园吸引游客的核心是地质地貌景观资源, 但普通游客对不同种类地貌缺乏认知常识。如果在地质公园旅游导向系统中开发具有科普教育意义的地貌图标, 则既可以增加游客的旅游求知体验, 又可以提高游客保护地址遗迹的意识。

以丹霞地貌与雅丹地貌外形特征提取为例, 具体分析图标的设计方法。据《地质词典》的定义, 丹霞

地貌是指厚层、产状平缓、节理发育、铁钙质混合胶结不匀的红色砂砾岩, 在差异风化、重力崩塌、侵蚀、溶蚀等综合作用下形成的城堡状和宝塔状或峰林状的地形。雅丹地貌是泛指干燥地区的一种风蚀地貌, 河湖相土状沉积物所形成的地面, 经风化作用、间歇性流水冲刷和风蚀作用, 形成与盛行风向平行、相间排列的风蚀土墩和风蚀凹地(沟槽)地貌组合^[5]。从整体外形来看, 丹霞地貌通过挤压、拉伸、压扭等形式强烈造山运动, 其山体断层形成了有规律节奏的斜层理、槽型层理、爬升层理、波状层理等视觉特征^[6]。雅丹地貌经长期风力侵蚀, 由一系列平行的垄脊和沟槽构成, 其地层产状近水平, 外形多具有垄状或流线型的视觉特征^[7]。通过对丹霞地貌与雅丹地貌的对比研究发现, 两者最大的区别在于: 丹霞地貌是水蚀而成而雅丹地貌是风蚀而成, 丹霞地貌外形多为峰林状, 雅丹地貌多为垄状。基于以上的差别, 丹霞地貌图标整体外形采用了峰林状, 雅丹地貌整体外形选用了垄状。由于水蚀和风蚀在山体上留下了鲜明的岁月痕迹, 所以丹霞地貌图标表面局部添加了倾斜的波浪形纹样, 雅丹地貌图标表面则用水平的直线形纹样表达, 见表 3。

表 3 地貌图标设计方案
Tab.3 Landform icon design

设计图标	实景地貌	设计图标	实景地貌	设计图标	实景地貌
喀斯特地貌		雅丹地貌		丹霞地貌	
褶皱山		石柱		石蘑菇	

3.2 概括取舍

导向图标作为一个“符号”, 开发时无法做到面面俱到, 通常需采用概括取舍的手法。美国学者马修·克莱门曾说过: “我的工作重点就是将复杂问题简单化, 用视觉表现人类的思维^[8]”。这里说的复杂问题简单化实质就是概括取舍。概括取舍就是对处理对象进行主观处理, 依据客观要求进行归纳与摒弃, 其本质为分清主次、把握重点。图标设计的概括取舍不仅要表达信息的内容进行甄选, 提取游客最容易理解, 舍弃最易混淆的内容; 在造型表现手法上也同样需要简化, 即用最简洁的“形”来传达最准确的“意”。

以丹霞地貌为例, 从局部看, 丹霞地貌的岩层宽

窄相间并不均匀, 层层叠压, 在外观上能明显看到条带状分布的不同岩层。从整体外形看, 丹霞地貌因受外力侵蚀作用, 一般呈连绵不断的峰林状, 岩层纹理走向统一倾斜并附有节奏感。最初设计时主要抓取局部与整体的外形特点, 得到了图 1a 的图标。从视觉上看, 图 1a 过于忠实山峦叠障、群峰林立的形态而显得过于复杂和琐碎, 不符合简洁单纯的要求。随后, 在此基础上将图 1a 最前面一组山形进行整合, 通过删减、合并的方法使之变得更加整体, 得到图 1b 的图标。进一步观察图 1b, 与《标志用公共信息图形符号第 2 部分·旅游休闲符号》(GB/T 10001.2-2006) 中的图标相比, 山形数量仍然过多, 形体依旧复杂。于是再一次大胆地概括取舍, 继续减少不必要的内

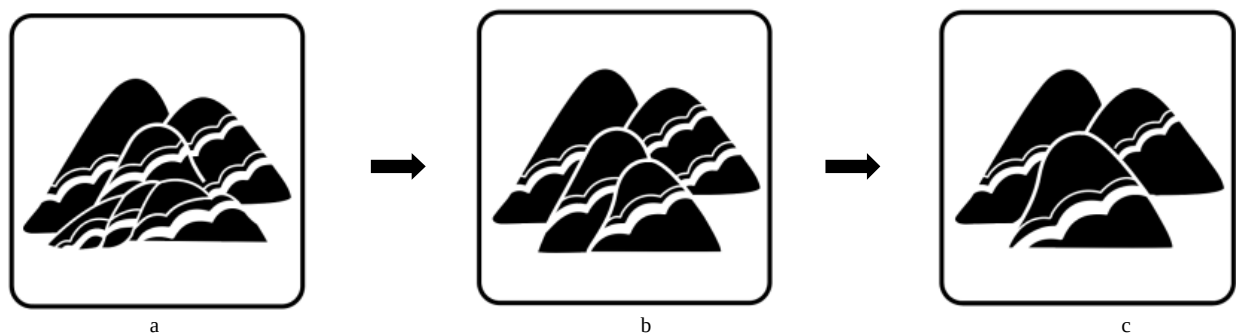


图 1 丹霞地貌图标的概括取舍
Fig.1 Generalizations of Danxia geomorphic icons

容。为了体现峰林状，保留了 3 个山峰，一生二，二生三，三生万物，3 个山峰即可表达连绵不断、无群无尽的山体，因此最终得到了图 1c 的图标。

3.3 观察视点

视点即观察或分析事物的着眼点。在旅游景区中，空间的大小、方向、形状、深度等是人们的视觉器官所能直接感知的基本要素^[9]。对于游走在景区里的游客来讲，游览景点的视点是不固定的，是移动不定的，其视点不受限制，也就是说游客的视点是多重的。无论是自然类景物还是人文类建筑景点，多高大巍峨，气势磅礴。游客在观赏时需抬头仰视或登高俯瞰，因此图标设计在选取观察视点时以仰视和俯视角度居多，这是由于这两种视角下产生的图形是游客比较熟悉的，也是易于接受的。如三角洲地处平原地区，海拔较低，选择俯视视角凸显其全局性；火山虽海拔较高，但火山口作为代表元素，不能省略，故选择俯视视角。以大坝图标为例，具

体说明观察视点的选取过程。

大坝为人工建筑，相对于自然类景点，外形形态较为规整。大坝的规划建设是依据河流宽窄和落差的高低，因地制宜而定，因此大坝整体形态不尽相同。大坝图标设计首要考虑的是观察视点，而不是其形状特点。因为，不同视角下设计出的大坝效果截然不同。图 2a 在最初设计时，采用侧视视角观察大坝，大坝形态抽象而缺乏特征，不利于识别。后又采用正视视角，能相对完整地体现大坝形态，但造型相对复杂，不够简洁，见图 2b。图 2b 表现的是大坝放水时的动态形态，图形显得过于复杂。在确定正面视角后，通过概括取舍、对称均衡的方法，针对造型做进一步简化处理。将坝体两侧整体归纳成两个几何面，采用关闸闭水的静态形态，减少琐碎的每一道墙体，通过简单的直线表达大坝的分割墙，为了突出大坝的高大雄伟，加强了仰视视角，最终得到图 2c 的图标。

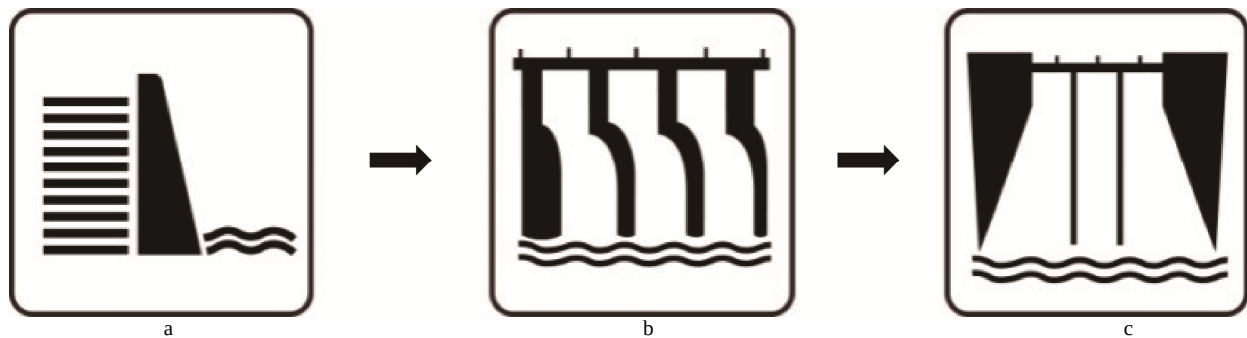


图 2 大坝图标不同视角设计方案
Fig.2 Different perspective design for dam icon

4 旅游景区导向图标设计原则

4.1 地域性原则

以地域性为导向的景区图标设计，是对旅游景区特色文化的凝练和视觉表达^[10]。旅游景区作为传统文化的浓缩和历史的见证，承担着传播历史文化信息的

重任，具有较强的地域性与时间性。同样，作为景区行动指南的旅游图标在设计上不仅要准确地提供地理信息，更要把景区的地域特点和历史文化呈现出来。特别是具有我国独有地理环境特色的自然类景区和人文类景区，其导向图标只有恰如其分地呈现出该景区的地域性特色，才能使来自世界各地的游客在阅读图标的同时，感受到中华大地上多姿多彩的文化

氛围与气息。如在中国广阔土地上有着众多文化底蕴深厚的古镇，从宏观地理区域划分可为北方古镇与南方古镇。从整体外形看，北方古镇多依山而建，房顶通常为“人”字形斜顶并较为低矮；南方古镇则多沿河而建，层楼叠院、高脊飞檐，构成“小桥、流水、人家”的优美境界，见图 3。

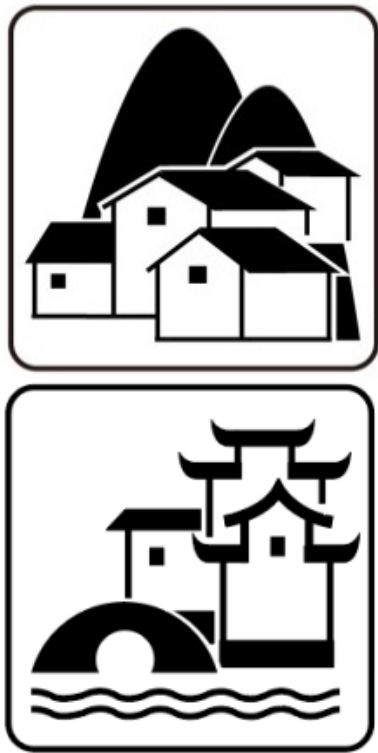


图 3 北方古镇、南方古镇图标
Fig.3 Northern town, southern town icon

4.2 系统性原则

图标自身艺术风格的系统性不仅能强化视觉的美感，更重要的是能提升旅游景区导向图标的整体形象。面对地文景观、人文景观中复杂多样的景点特征，导向图标设计应该以风格统一的方式出现，这是游客直观理解信息，不偏离主题的关键。系统性也是导向图标系统化的必然要求，即整套图标中，每一个图标的黑白节奏、线条粗细、繁简程度等视觉表达效果都必须服从和服务于一个整体风格，做到与整体风格相融合，避免一味地追求标新立异。例如《标志用公共信息图形符号第 2 部分·旅游休闲符号》（GB/T 10001.2-2006）中的水面概念是通过双波浪线来表现的，为了实现新开发的图标在整体视觉效果上与原有图标保持高度统一，在新设计开发南方古镇、园林、水田等含有水面内容的图标时，仍旧延用原有符号的双波浪线形式，以期达到视觉形态上的系列感，见图 4。

4.3 可读性原则

景区导向图标应该准确传递和体现旅游景点的

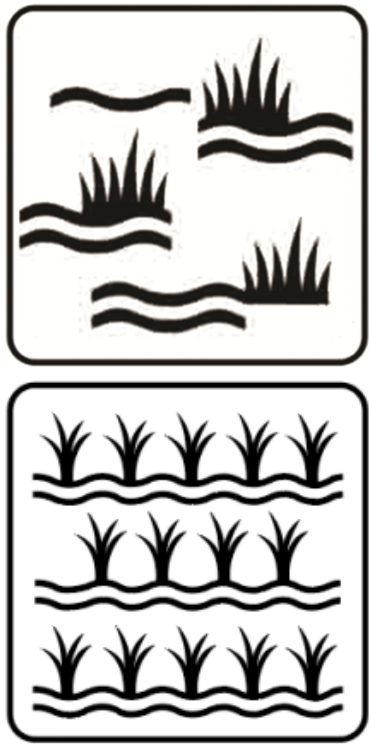


图 4 国家标准的湿地图标与新开发设计的水田图标
Fig.4 Wetland in national standard guide, paddy field in newly developed design

属性与特征等重要信息，这些信息应该是清晰的、不会被误读的。图标的可读性是指能够迅速帮助游客识别、认知、理解景点的主要信息。有时设计者自认为选择了很有代表性的信息，但其未必能为游客所接受和理解。特别是针对内容复杂、难以形象表述的抽象信息，必须先进行充分理解与系统梳理，然后再进行图标化设计。如果图标很难对所要表达的景点特征向游客表述出正确的联想，那么图标便失去了快速吸引与提示游客的交互作用。例如革命根据地中“革命”是个抽象的概念，现实生活中没有一个固定的具象事物供游客可读。为了突出“革命”这个抽象概念的共识性与可读性，最终选择了五角星、党徽这样具有革命代表性的具象事物来表达，见图 5。



图 5 革命根据地
Fig.5 Revolutionary base

5 结语

旅游景区导向图标是景点信息的浓缩载体,游客既可以依据导向图标随时随地地游览、发现、阅读、理解景点信息,提高游览效率,又可以从图标中体会景点自身的特色和个性,感知多样景点的差异性与独特特点。一套有益于体现景区地域文化特色、普及旅游知识的导向图标,不仅能满足游客的观光需要,还能直接影响到观光效果。本次开发设计的 32 个景区导向图标,是对自然类、人文类景区特色景点图标化的一次尝试。希望通过导向图标把景区的导引功能和文化内涵,以准确、高效、独特、艺术的方式向游客展示出来,更好地普及旅游知识,提升景区文化品味,为我国旅游文化输出创造更好的视觉载体。

参考文献:

- [1] 扬晓娟. 标识、游乐、人——城市公园景观标识设计的新趋向[J]. 装饰, 2006(10): 125.
YANG Xiao-juan. Logo, Entertainment and People: the New Trend in Designing Landscape Logo for Urban Parks[J]. Zhuangshi, 2006(10): 125.
- [2] 中国国家标准化管理委员会. GB/T 10001.2-2006, 标志用公共信息图形符号第 2 部分: 旅游休闲符号[S]. 北京: 中国标准出版社, 2006.
Standardization Administration of the People's Republic of China. GB/T 10001.2-2006, Public Information Graphical Symbols for Use on Sign-Part 2: Symbols for Tourism and Entertainment[S]. Beijing: Standards Press of China, 2006.
- [3] 臧勇, 汤洪泉. 公共空间中信息导识设计的识别性研究[J]. 包装工程, 2014, 35(24): 109.
ZANG Yong, TANG Hong-quan. Identification of Information Guide Design in Public Space[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(24): 109.
- [4] 许涛, 田明中. 我国国家地质公园旅游系统研究进展与趋势[J]. 旅游学刊, 2010(11): 84—86.
XU Tao, TIAN Ming-zhong. The Research Progress and Trend of the National Geological Park Tourism System in China[J]. Tourism Tribune, 2010(11): 84—86.
- [5] 地质矿产部《地质辞典》办公室编辑. 地质词典[K]. 北京: 地质出版社, 1983.
Office of "Geological Dictionary", Ministry of Geology and Mineral Resources. Geological Dictionary[K]. Beijing: Geological Publishing House, 1983.
- [6] 赵汀. 关于丹霞地貌概念和分类的探讨[J]. 地球学报, 2014(5): 375—378.
ZHAO Ting. A Tentative Discussion on the Definition and Classification of Danxia Landform[J]. Acta Geoscientica Sinica, 2014(5): 375—378.
- [7] 牛清河. 雅丹地貌研究评述与展望[J]. 地球科学进展, 2011(5): 517—519.
NIU Qing-he. Review and Prospect of Yardang Landform's Research[J]. Advances in Earth Science, 2011(5): 517—519.
- [8] 孙浩琼. 图形对话[M]. 北京: 清华大学出版社, 2011.
SUN Hao-qiong. Graphics Dialogue[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2011.
- [9] 王绍强. 导识系统与空间整体关系的研究[J]. 装饰, 2011(8): 77—79.
WANG Shao-qiang. Research on the Relationship between Wayfinding System and Space[J]. Zhuangshi, 2011(8): 77—79.
- [10] 何玉莲. 文化导向下的常州主题公园导视系统设计[J]. 包装工程, 2014, 35(18): 101.
HE Yu-lian. Guidance System Design of Theme Park in Changzhou Depending on Culture[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(18): 101.