

设计赋能汨罗市文化旅游产业的理论与路径

山娜, 兰翠芹

(北京服装学院, 北京 100083)

摘要: **目的** 研究设计赋能文化旅游产业的理论和路径, 可为地区经济的高质量发展提供借鉴。**方法** 以湖南省汨罗市为例, 通过理论探讨、文献综述和案例分析开展研究。**结果** 文化旅游产业发展存在“去文化”“文化朝觐”2 种不同发展模式, 在“去文化”模式向“文化朝觐”模式的转型过程中, 设计可以通过嵌入式、参与式和整合式 3 种不同的路径赋能产业发展。**结论** 应紧抓文化旅游产业从“去文化”向“文化朝觐”的转型契机, 充分协调政府和企业管理者、设计师和设计从业人员、消费者及普通民众三者之间的关系, 把握好设计嵌入式、参与式和整合式赋能的路径, 加强顶层设计, 注重设计资源对接与扶持, 普及设计教育, 尽快形成有利于“文化朝觐”式旅游产业发展的氛围。

关键词: 文化旅游产业; 去文化; 文化朝觐; 路径

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)24-0327-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.24.041

Theory and Path of Design Enabling the Cultural Tourism Industry in Miluo City

SHAN Na, LAN Cui-qin

(Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing 100083, China)

ABSTRACT: This paper aims to explore the theory and path of the design enabling cultural tourism industry so that can provide references for the high-quality growth of regional economics. Taking Miluo City of Hunan Province as an example, the research is carried out by using theoretical discussion, literature research and case study. There are two different development stages of cultural tourism industry, namely “deculturation” and “cultural pilgrimage”. In the process of transformation from “deculturation” to “cultural pilgrimage”, design can enable the development of cultural tourism industry through three different paths: embedded path, participatory path and integrated path. The opportunity of cultural tourism industry transformation from “deculturation” to “cultural pilgrimage” should be seized, the relationship between government and enterprise managers, designers and design practitioners, consumers and ordinary people should be fully coordinated, the embedded path, participatory path and integrated path of design should be grasped, the top-level design should be strengthened, design resources should be introduced, the docking and support of design resources should be focused, and cultural atmosphere that cultural pilgrimage should be formed as soon as possible to promote the development of cultural tourism industry.

KEY WORDS: cultural tourism industry; deculturation; cultural pilgrimage; path

文化旅游是人们在旅行过程中学习、探索、体验和消费有形或无形的文化经典和产品的过程^[1], 是文化产业与旅游产业有机融合带来的共赢性经济发展模式, 是供给侧结构性改革的重要内容, 以高附加值、

强融合性、高品牌影响力等特点为旅游产业发展提供了新的增值点, 成为促进地区社会经济发展的“绿色”动力和文化产业保值增值的重要创新路径^[2]。据统计, 2015 年, 文化体验旅游人数已经占据接待旅客数

收稿日期: 2021-08-06

基金项目: 国家社会科学基金青年项目“数字鸿沟中的‘新型失能’老人问题及社会支持研究”(21CRK007)

作者简介: 山娜(1986—), 女, 山东人, 博士, 北京服装学院助教, 主要研究方向为适老化设计、老年社会学。

通信作者: 兰翠芹(1976—)女, 山东人, 博士, 北京服装学院教授, 主要研究方向为设计管理、设计标准。

的50.7%^[3],2018年为旅游业贡献了总收入的39%^[4]。由于我国文化旅游产业依然存在着发展不均衡、不充分、文化产业与旅游产业融合度不够等问题,近年来政府出台了大量政策和文件引导社会力量参与文化产业发展,提出文化产业成为国民经济支柱性产业,并特别强调旅游经济对国民经济的综合贡献度达到12%的发展目标。设计是文化符号在旅游产业落地的重要载体,可通过创意核心吸引物、创新旅游体验模式、创建大产业体系和创立多元盈利模式等渠道赋能产业高质量发展。湖南省汨罗市是著名的“屈子文化”发源地,近年来不断致力于开拓、发展文化旅游产业,对该地区设计赋能文化旅游产业的发展路径及对接资源进行解读,可以为地方文化旅游产业的高质量成长提供借鉴和参考。

1 设计赋能汨罗市文化旅游产业发展的背景介绍

1.1 文化旅游产业是助推社会经济发展的优势产业之一

汨罗市在文化旅游产业方面有着得天独厚的优势:一是有浓厚的历史沉淀,屈原、汨罗江、龙舟、粽子、故事会、甜酒等均是汨罗的代名词;二是社会环境优越,汨罗市背靠洞庭湖,面向大长沙,社会、经济和文化各界产生了大批杰出的人才;三是自然环境优美,森林覆盖率常年保持在47%左右,美丽乡村旅游资源丰富,为汨罗市发展文化旅游产业提供了保障。依托于现有资源,汨罗市政府加大基础设施建设和品牌宣传工作,举办了国际龙舟节、龙舟拉力赛、屈原文化高峰论坛等活动,文化旅游业稳步发展,2018年增长率高达18%,对汨罗市国内生产总值的贡献力不断增强。

1.2 设计提升文化旅游产业的价值凸显

设计是依附于制造业或产业需求的增值行为,在培育经济新动能的政策引导下,设计服务实体经济的重要作用已经受到了北京、深圳、杭州、烟台、武汉等地区的高度重视。在设计师和设计资源的加持下,各种爆款产品、新锐设计资源、各类大“IP”、各类新型经济模式等的出现,极大地促进了地区经济的发展。除此之外,一些文化旅游目的地依托自身特色,将设计纳入周边产品的开发中。设计赋能产业发展的效果明显,这受到多地政府的重视,为加快探索设计赋能产业高质量发展的有效路径提供了参考。

1.3 设计推动乡村建设的意义重大

设计被视为产业扶贫、非遗保护和美丽乡村建设的重要手段。在汨罗市的发展过程中,设计可以发挥的作用非常多:一是在脱贫攻坚决胜期,通过发挥设计在产业扶贫中的独特优势,聚焦产品品质提升、居

民生活条件改善、乡村特色文化产业发展、特色优势产业升级,面向贫困地区设计需求提供技术研究、成果转化、信息咨询、招商引智等服务;二是在非物质文化遗产的开发、创新和保护等方面,通过对能工巧匠和民族民间工艺传承人等提供设计知识、普及培训,可以促进非遗的再设计,也可以通过增强供需双方的双向驱动,利用非遗文化产品及相关创意产品的专业化、工业化、标准化、市场化和品牌化等手段,促使非遗项目实现市场化、产业化;三是在乡村振兴战略中,针对差异化的地区,充分发挥设计的独特性,打造一村一策、一户一景,尤其在已经形成特色优势产业的地区,可以发挥设计提升产业发展的能力,助力美丽乡村建设,提升乡村发展竞争力。

2 设计赋能文化旅游产业的理论依据

从旅游目的来说,有学者认为文化旅游产业有“去文化”和“文化朝觐”2种模式。在2种不同旅游模式的驱使下,呈现出偶然性、观光性、目标性3种文化旅游方式。在“去文化”旅游产业发展初期阶段,人们处于偶然性和观光性的旅游体验过程中,而在“文化朝觐”模式下,游客倾向于文化身份的获得和文化价值观的体验,是一种有目的的、自觉性的向文化资源集聚的行为,这个阶段往往会产生更好的经济效益,需要影像再现和文化建构2个关键过程进行辅助^[4-5],也就是文化符号再开发和再设计的过程。从学术界对未来发展趋势的研判上来说,文化旅游的目的越来越倾向于非物质遗产生产性和数字化保护、当代文化和创意经济^[6],为了确保文化旅游产业的发展,未来不断丰富文化旅游的内容和资源、加强设计力量的介入、减轻纯粹商业行为对文化的稀释、加强新技术应用显得非常重要,可以说实现从要素驱动模式向设计和技术驱动模式的转型是中国文化旅游产业发展的必然选择^[7-9]。设计赋能文化旅游产业发展的路径将是通过设计把文化符号轻度嵌入工业产品,转变为参与到服务体验、实景演出、文化体验、体育赛事等的文化体制改革和社会管理中,最终融入民众的日常生活中,并在塑造经济发展动力、提高开发效率、完善评价标准、提升发展质量等方面发挥作用,见图1。

设计赋能文化旅游产业发展的3种路径,都需要协调以下3个不同主体之间的关系:政府及企业管理者、设计师及设计从业人员、消费者及普通民众,见图2。在文化旅游产业从“去文化”模式向“文化朝觐”模式转型发展过程中,要从政府及企业管理者自身的理念转变开始,不断发挥设计师和设计从业人员的主观能动性,并通过消费者和旅游目的地普通老百姓的广泛认可和参与,为设计赋能文化旅游产业发展的路径提供资源支撑,实现当地经济的高质量发展,从而提升社会治理和经济发展水平。

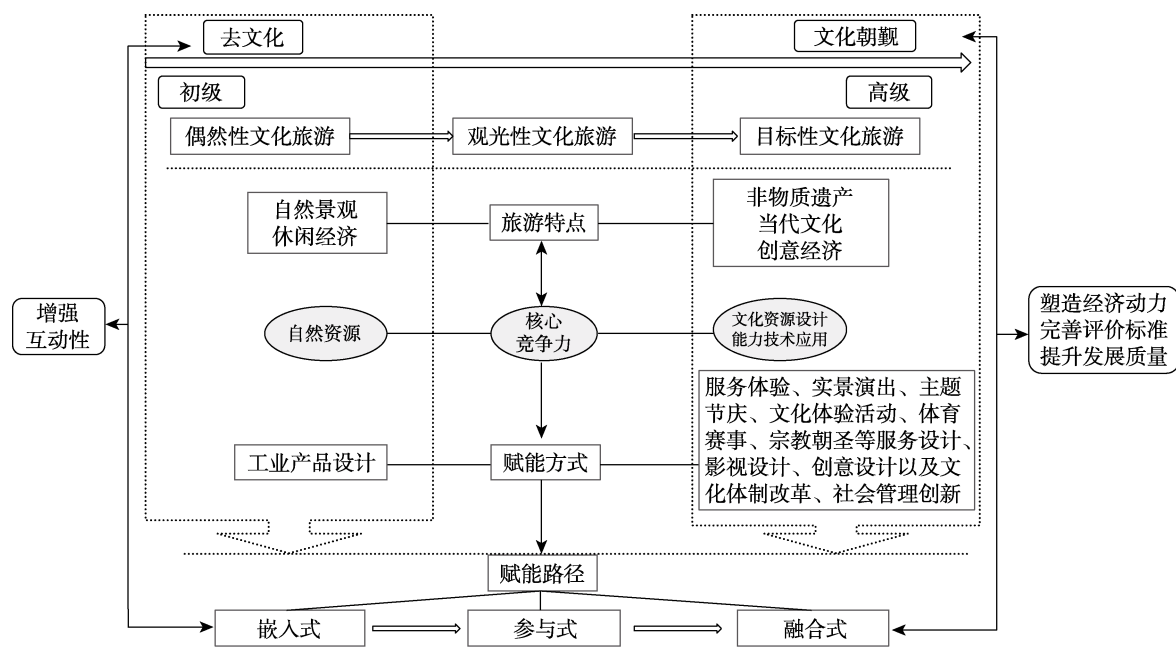


图 1 设计赋能文化旅游产业发展的技术路线

Fig.1 The technological roadmap for design enabling cultural tourism industry

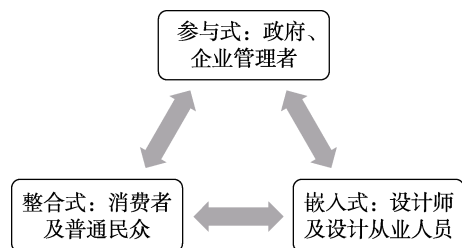


图 2 设计赋能文化旅游产业发展过程中需要协调三者关系

Fig.2 Coordinate three relationships in development of design enabling cultural tourism industry

3 设计赋能文化旅游产业的主要路径

在文化旅游产业从“去文化”低级模式向“文化朝觐”高级模式的转型过程中，设计赋能文化旅游产业有 3 条不同且存在一定递进关系的路径，分别是通过设计把文化符号轻度嵌入工业产品的嵌入式路径，发挥设计作为经济和社会管理手段的参与式路径，普及设计教育、引导民间力量创新文化旅游新业态的融合式路径。

3.1 嵌入式：通过产品设计，提升产品附加值

设计可以打破一般文化旅游地区旅游商品、旅游纪念品的同质化现象，满足消费者“人无我有、人有我优”的需求，提高产品的附加值，在促进文化旅游产品发展过程中作用巨大^[10]。尤其是在“去文化”旅游阶段，旅游处在一种偶然性、观光性的行为模式中，消费者对旅游目的地的认知较为浅显。在消费者无目的、无意识的旅游过程中，通过设计将文化元素嵌入文化旅游产品、纪念品、酒店、交通、餐饮、食

品饮料等日常消费过程中^[11-12]，可以增强文化旅游目的地的吸引力，使消费者对旅游目的地产生深刻的认知，更好地理解文化内涵。未来技术和艺术等设计元素的应用，可以更好地提升服装、首饰、交通住宿、工艺品、旅游纪念品、食品等零售环节的利润，为旅游目的地老百姓创造更多的收入。例如，长白山旅游区曾经举办过“2019 艺造中国”设计大赛，要求设计具有长白山历史文化和地域特色、构思巧妙、携带方便、受众广泛的功能性旅游物品，如手杖、背包及具有长白山特色的雕刻、手套、邮票等旅游纪念品等取得了非常好的效果，极大地提升了长白山旅游区文创产品附加价值，见图 3（图片来自吉林省长白山保护开发区管理委员会官方网站）。

3.2 参与式：发挥设计作为经济和社会管理抓手的角色，参与体制改革，塑造文化旅游发展新模式

通过从上而下的文化体制改革和设计思维重塑，使文化符号在文化旅游目的地集中、高频展现，打造多层次、全方位的文化旅游氛围，是设计作为一种经济和社会管理抓手的重要路径。例如，古罗马人征服一个国家或者民族，总要在当地建造一些非本地风格的罗马式建筑物，是为了通过文化符号的适时展现提升社会管理效果。特别是在“文化朝觐”旅游阶段，设计力量介入文化宣传中，可以营造一种开放、连续性的“博物馆游”效用，有效提升了旅游目的地文化内涵的解码效果，通过时刻的文化影像再现，建构消费者文化认同感。日本鸟取县北荣町的“柯南小镇”，就是通过设计参与社会治理，将文化元素充分地展示在消费者眼前，使游客产生一种强烈的文化认同感，充分满足游客对柯南“文化朝觐”的需求，见图 4



图 3 设计通过产品嵌入文旅旅游产业的案例展示
Fig.3 Cases of design embedding in cultural tourism industry through products



图 4 日本“柯南小镇”的柯南文化元素展示
Fig.4 Konan cultural elements of “Conan town” in Japan

(图片来自微信公众号“知学学园”)。
因此，为发挥设计服务社会经济发展的职能，提升赋能文化旅游产业发展的能力，旅游目的地应该不断加强软硬件设施的文化符号设计，其中硬件方面包括建筑物、旅游设施、雕塑艺术、博物馆群、宣传海报、大众服装等，软件方面包含音乐、节庆、文化体验活动、影视、服务语言、文学艺术作品创造等各种无形方式。

3.3 融合式：加强设计教育，引导民间力量创新文化旅游新业态

在文化旅游的较高阶段，旅游目的地富有特色文化底蕴的民众生活本身就是一种旅游资源，人人都是当地文化资源的展示者、传递者，在消费主义的概念下，这种全方位的旅游资源是文化符号的最佳展示。尤其是在一些非物质文化遗产地标地区，发挥设计的协同效益，整合非物质文化、娱乐、信息传播等手段，借助科技、媒体、旅游等要素，实现当地百姓与文化旅游元素、旅游者与旅游目的地的深度融合，打造文化主题体验游、文化访学、文化博览会、文化云旅游、亲子教育游、文化研究会、文化社区等文化旅游新业态。加强对旅游目的地民众普及设计教育、训练设计

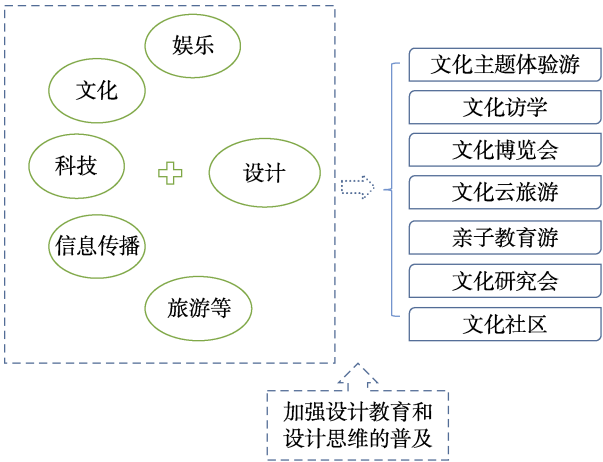


图 5 设计赋能的融合式路径
Fig.5 Integration path of design enabling

思维，是设计更好地融入文化旅游产业发展过程中的必然路径，需要政府进行长期的战略资源投入，见图 5。

4 相关建议

我国文化旅游产业存在“去文化”和“文化朝觐”2 种不同发展模式，正处于从“去文化”模式向“文

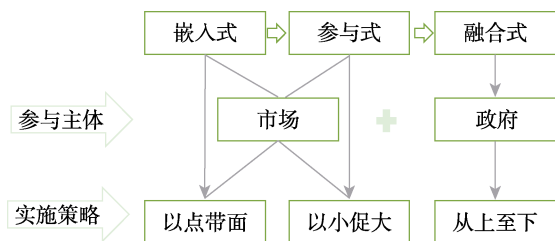


图6 汨罗市落实设计赋能的主要策略

Fig.6 Main strategies of implementing design enabling in Miluo city

化朝觐”模式的转型过程中。设计可以通过嵌入式、参与式和整合式3种不同路径赋能产业发展,既可以通过产品设计,提升产品附加值,又可以发挥设计作为经济和社会管理手段的角色,参与体制改革,塑造文化旅游发展新模式,还可以通过加强设计教育,引导民间力量创新文化旅游新业态。多地政府正在积极探索3种路径的落地实施方案。汨罗市是湖南省的一个县级市,具备丰富的文化旅游资源,也面临着尚未打通设计赋能文化旅游产业发展关键环节的困境。汨罗市面临的问题是我国广大县域经济面临的普遍性问题,建议从“从上至下、以点带面、以小促大”3个方面打通设计赋能文化旅游产业的关键节点,见图6。

4.1 政策层面:从上至下,加强“融合式”路径的顶层设计

加强对设计服务文化产业发展的认知,注重引导、促进设计资源与文化产业的对接。重点聚焦设计与循环经济、基础制造业、建筑业、旅游业、农业和饮食业等相关领域的融合发展。在循环经济再利用、市容园林美化、居住环境改善、创新产品开发、农产品在线销售、甜酒粽子糍粑米粉包装和屈子产业IP化等方面加以尝试和创新。注重利用出现的新业态和新模式,积极打造各领域的典型样本,及时总结提取先进经验,逐步明确发展路径。

4.2 市场层面:以点带面,以小促大,聚焦优势产业,引入设计资源,探索嵌入式和参与式路径

1) 利用中国社会数字化转型的契机,以点带面,塑造设计“嵌入式”发展路径的新魅力。一是可以紧抓屈子、粽子、龙舟等主体,利用数字化技术塑造角色形象,例如把粽子打造成类似“海绵宝宝”形象,把龙舟打造成中国版“变形金刚”形象等,以此带动周边产品如玩偶、服装、包装开发;二是设计开发可日常穿着的传统服装,鼓励汨罗市民在大型重要活动现场着汉服,打造汨罗文化旅游“新名片”,形成文化旅游消费新动能。

2) 利用设计类专业平台的资源聚合作用,以小促大,以“参与式”路径为着力点,完善设计端在文化旅游产业生态圈建设中的引领作用。完善文化旅游

产业产业链,通过产业链开放性和内部协同效应强的优势,完善设计端(包含培训、用户研究、产品设计等)、生产端(如生产、运输等)、宣传端、体验端(如娱乐、消费等)、消费端的文化旅游全产业链,以设计端发力,带动消费体验端增长,以点带面、以小促大,更好满足感知—思考—体验—消费的全消费周期需求。可以引进和培育优秀的设计力量,积极对接湖南大学等设计学相关专业的优秀设计资源,培育和提升汨罗市高职院校中设计学科的本土化设计能力;以比赛集聚全国智力,选拔优秀作品,开发符合市场消费需求的文化旅游产品。

5 结语

我国旅游产业处于快速转型过程中,正在从“去文化”模式向“文化朝觐”模式转型。设计的赋能发展空间巨大,迫切需要设计师及设计从业人员的参与。从设计嵌入式、设计参与式和设计整合式赋能等3条路径切入,尽快形成有利于“文化朝觐”式的旅游产业发展氛围。

参考文献:

- [1] 刘瑞明,毛宇,亢延锟.制度松绑、市场活力激发与旅游经济发展——来自中国文化体制改革的证据[J].经济研究,2020,55(1):115-131.
LIU Rui-ming, MAO Yu, KANG Yan-kun. Deregulation, Market Vitality and Tourism Economy Development: Evidence from Chinese Cultural System Reform[J]. Economic Research Journal, 2020, 55(1): 115-131.
- [2] 方忠,张华荣.文化产业与旅游产业耦合发展的实证研究——以福建省为例[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版),2018(1):39-45.
FANG Zhong, ZHANG Hua-rong. Studies on Coupling Development between Cultural Industries and Tourism Industry in Fujian Province[J]. Journal of Fujian Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2018(1): 39-45.
- [3] 刘瑞明,李林,亢延锟,等.景点评选、政府公共服务供给与地区旅游经济发展[J].中国工业经济,2018(2):118-136.
LIU Rui-ming, LI Lin, KANG Yan-kun, et al. Scenic Spot Selection, Government Public Service Supply and Regional Tourism Economic Development[J]. China Industrial Economics, 2018(2): 118-136.
- [4] 张苏秋,顾江,王英杰.文化旅游融合发展研究知识图谱分析——基于知网CSSCI(1998-2019)数据[J].南京社会科学,2020(4):142-149.
ZHANG Su-qiu, GU Jiang, WANG Ying-jie. Knowledge Mapping Analysis on the Research of Cultural Tourism Integration and Development: Based on the Data of

- CSSCI (1998-2019)[J]. Nanjing Journal of Social Sciences, 2020(4): 142-149.
- [5] 雷霞. 民间与官方的博弈: “非遗”文化中的仪式传播——基于西和乞巧节个案[J]. 新闻与传播研究, 2018, 25(6): 77-91.
- LEI Xia. The Interaction between Civil and Official Ceremonies of Intangible Cultural Heritage Dissemination: a Case Study Based on Xihe Qiqiao Festival[J]. Journalism & Communication, 2018, 25(6): 77-91.
- [6] 李南南, 卢章平, 李明珠. 设计视域下非遗研究态势的可视化分析[J]. 设计, 2020, 33(10): 122-125.
- LI Nan-nan, LU Zhang-ping, LI Ming-zhu. Visual Analysis of Intangible Cultural Heritage Research Situation from the Perspective of Design[J]. Design, 2020, 33(10): 122-125.
- [7] 齐子鹏, 王颖. 创意: 中国旅游经济增长的新动力[J]. 管理世界, 2015(5): 178-179.
- QI Zi-peng, WANG Ying. Creativity: the New Driving Force of China's Tourism Economic Growth[J]. Management World, 2015(5): 178-179.
- [8] 周锦, 张苏秋. 耦合视角下文化产业与旅游业的融合创新发展[J]. 艺术学界, 2017(1): 256-265.
- ZHOU Jin, ZHANG Su-qiu. The Integration and Innovation Development of Cultural Industry and Tourism Industry from the Perspective of Coupling[J]. Arts Study, 2017(1): 256-265.
- [9] 徐望. 文化消费生态的现代化治理体系建构研究[J]. 北京科技大学学报(社会科学版), 2019, 35(4): 85-92.
- XU Wang. Study on the Construction of Modern Governance System for Cultural Consumption Ecology[J]. Journal of University of Science and Technology Beijing (Social Sciences Edition), 2019, 35(4): 85-92.
- [10] 孙香玉, 于帆. 基于用户角色的非物质文化遗产创新设计研究[J]. 设计, 2020, 33(12): 111-113.
- SUN Yu-xiang, YU Fan. Research on Innovative Design of Intangible Cultural Heritage Based on User Role[J]. Design, 2020, 33(12): 111-113.
- [11] 钟蕾, 段松昕. 立足民众需求的文化产品绿色设计研究[J]. 包装工程, 2018, 39(18): 1-4.
- ZHONG Lei, DUAN Song-xin. Green Design of Cultural Products Based on People's Needs[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(18): 1-4.
- [12] 袁恩培, 陶玉涓. 社会结构转型期的设计责任与发展策略[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 86-94.
- YUAN En-pei, TAO Yu-juan. Responsibility and Development Strategy of Design in the Transition Period of Social Structure[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(24): 86-94.

(上接第 326 页)

- [7] 童俊华. 畲族传统元素在包装设计中的应用[D]. 青岛: 青岛大学, 2017.
- TONG Jun-hua. The Creative Application of She Nationality Traditional Elements in the Design of Packaging[D]. Qingdao: Qingdao University, 2017.
- [8] 吕锋, 曾懂杰, 周越. “互联网+”语境下文创设计新媒介研究[J]. 包装工程, 2017, 38(4): 17-20.
- LYU Feng, ZENG Tong-jie, ZHOU Yue. A New Media Design in the Context of “Internet+”[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 17-20.
- [9] 陈敬玉. 浙闽地区畲族服饰比较研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2016.
- CHEN Jing-yu. Comparison of She Nationality's Costume in Zhejiang and Fujian Province[M]. Beijing: China Social Sciences Publishing House, 2016.
- [10] 吕亚持, 方泽明. 畲族服饰中传统元素的文化内涵以及应用研究[J]. 贵州民族研究, 2018, 39(10): 120-124.
- LYU Ya-chi, FANG Ze-ming. Cultural Connotation and Application of Traditional Elements in She Costume[J]. Guizhou Ethnic Studies, 2018, 39(10): 120-124.