

# 情感化视域下乡旅APP设计研究

## ——以“十村乡韵”为例

邓熙宁

南京林业大学艺术设计学院，江苏 南京

收稿日期：2023年11月2日；录用日期：2023年11月22日；发布日期：2024年2月21日

### 摘要

随着科学和社会经济的高速发展，我国民众生活水平和质量均获得了进一步的改善和提升，旅游业也得以高速发展。互联网时代下，旅游APP的出现与使用也成为了地方旅游和地方文化宣传、推广的重要工具，极大程度促进了相关城市和地方的经济发展，为当地有就业需求的群众提供了更多的就业机会。然而，许多村落未被完全开发的村落，例如常州市的钟楼十村，正积极投身于旅游市场。这类村庄的旅游链尚未完善，尚有许多环境资源和文化资源尚未得到开发。为了真正了解用户需求，给予用户最舒适的服务体验，本文将探讨情感化设计在乡村旅游APP中的重要性。通过引入情感化设计方法，乡村旅游APP可以更好地为游客服务，提高用户对乡村旅游的满意度。本文将探讨如何将情感化设计应用于钟楼十村的乡村旅游APP设计策略中，以实现乡村振兴的目的。通过基于情感化设计方法设计的针对钟楼十村的乡村旅游APP，我们可以更好地满足游客的需求，提升用户体验，实现乡村振兴的目标。

### 关键词

情感化设计，旅游APP，界面设计，钟楼十村

# Research on the Design of Rural Travel APP under the Perspective of Emotionalization

## —Taking “Ten Villages Rhythm” as an Example

Xining Deng

College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Nov. 2<sup>nd</sup>, 2023; accepted: Nov. 22<sup>nd</sup>, 2023; published: Feb. 21<sup>st</sup>, 2024

### Abstract

With the rapid development of science and socio-economy, the living standards and quality of life

文章引用：邓熙宁. 情感化视域下乡旅APP设计研究[J]. 设计, 2024, 9(1): 500-511.

DOI: 10.12677/design.2024.91060

of Chinese people have been further improved and enhanced. Tourism has also been rapidly developed. Under the internet era, the emergence and use of tourism apps have become important tools for local tourism and cultural promotion and promotion, greatly promoting the economic development of related cities and places, and providing more employment opportunities for the local employment-seeking people. However, many villages that have not been fully developed, such as Bell Tower Ten Villages in Changzhou, are actively participating in the tourism market. The tourism chain of these villages is not yet perfect, and many environmental and cultural resources have not yet been developed. In order to truly understand the needs of users and provide them with the most comfortable service experience, this article will explore the importance of emotional design in rural tourism apps. By introducing emotional design methods, rural tourism apps can better serve tourists, and improve user satisfaction with rural tourism. This article will explore how to apply emotional design to the design strategy of Bell Tower Ten Villages' rural tourism app to achieve the purpose of rural revitalization. Through the rural tourism app designed based on emotional design methods for Bell Tower Ten Villages, we can better meet the needs of tourists, enhance user experience, and achieve the goal of rural revitalization.

## Keywords

Emotional Design, Tourism APP, Interface Design, Bell Tower Ten Villages

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

随着我国民众的经济能力和生活质量的普遍提升，人们的消费观念也逐渐转变。现在更多的人愿意利用闲暇时间迈出家门，即使是业务繁忙的父母也愿意尝试带着孩子去周边亲子游，旅游逐渐变成了人们习以为常的娱乐消费活动[1]。另外，在政府的一些发展政策的推动下，顺应时代趋势的各色旅游 APP 也开始频频出现在人们的视野之中，大大地推动了中国旅游业的发展。

旅游 APP 便利、迅速的优势也吸引到了更多的青睐与关注。随着旅游 APP 市场需求量的扩大，市场上层出不穷的旅游 APP 都出现了界面眼花缭乱、关键信息少、内容雷同等问题，没有考虑到满足用户的体验感和提升用户的认可度。因此，为了进一步提升用户的使用感受以及用户情感上的需求，给予用户最舒适的服务体验，旅游 APP 的情感化设计引入必不可少。

## 2. 乡村旅游 APP 概述

旅游 APP 概括来说就是移动端上辅助安排旅游活动的应用软件。旅游 APP 的功能普遍由票务预定、讯息搜索、旅游安排、景点玩乐等组成，几乎涵盖了整个旅游外出活动[2]。旅游 APP 还拥有便利性、时效性的特性，它能够将用户出行旅游所需要的所有讯息都整合起来，为用户制定最适合的出行计划。

乡村旅游 APP 就是为了用户进行乡村旅游提供相关服务的软件，是为了发展当地乡村的旅游业专门设计的。大部分乡村 APP 的适用人群为本地市民以及前来旅游的外地游客。一款完全贴合地方乡村的旅游 APP，不仅能够极大程度地帮助游客了解当地文化特色，提供更好的旅游体验，还能够即时解决游客的问题，为游客营造舒适的旅游氛围，树立当地乡村的外在形象，推动当地乡村旅游业的快速发展。

## 3. 情感化设计以及三层次理论概述

“情感设计”是一种设计理念，最初由美国认知心理学家唐纳德·A·诺曼所提出。在进行了广泛

的调研与探讨以后,他从知觉心理学的视角入手,展现了人本性的三个特征层次:本能层次、行为层次、以及反思层次[3]。情感在产品设计中所处的关键地位与功能的阐释,说明了在日常生活中,情感和情绪的决定性地位。

简单来说,情感化设计就是一种情绪调节手段,设计师能够利用情感化设计这种手段在设计中融入设计理念与情感,通过具体的设计内容来刺激用户,使其对相关产品产生情绪反应,以此来传达并且完成设计师的设计理念和设计目的。随着时代的快速发展,情感化设计的运用也更加广泛和频繁。

#### 1) 本能层面

本能层面可以理解为人类大脑最原始的部分。这个部分能够最快速的、最直接的得到反应,是来自人类最原始的本能反应。因此,本能层面的设计是设计过程中最先需要思考的设计层面,也是将设计产品融入情感化设计的出发点。

可见,如果用户潜意识下被某个设计产品所吸引,那这个设计产品一定是在视觉、听觉、触觉、嗅觉的某个方面刺激了用户情绪,并为用户带来了正向的情绪影响。对于乡村旅游 APP 来说,如何设计 APP 的界面色彩、布局、字体就是必须要思考的问题。

#### 2) 行为层面

行为层面可以理解为人类的行为。随着时代的发展,产品设计愈加完善,具备了更好地外部条件时,人们就会更加注重产品自身功能的使用性。由此,“以人为中心”的设计理念被广泛地运用在产品设计上,优秀产品设计在行为层面能够充分理解和满足用户的各种需求。

在乡村旅游 APP 设计中,行为层面的设计核心在于运用简洁风趣的设计语言和思想,使用户通过清晰明确的指导和提示去操作复杂性高科技设备,以合理的结构布局在行为层面的体验过程给予用户舒适的体验感、操作的趣味性。

#### 3) 反思层面

在情感设计中,反思层面是最高级的。反思层面对设计产品含义的深层次思考,也是情感的最高层面[4]。用户使用产品的过程中,在使用者的情感反应发生之前,本能和行为层面在思考层面先一步进行了情绪作用,所以反思层面能够在此基础上加深对用户的情感影响。对于乡旅 APP 来说,与用户建立价值联系十分重要,通过产品的细节化设计,给用户带来积极的情绪影响。

## 4. 情感化乡旅 APP 设计探索的必然性

在互联网技术迅速发展的大环境下,APP 的市场也迅速扩展,APP 的用户需求量也明显上升,旅游类 APP 也逐渐成为旅游业发展过程中一个重要的组成部分。

### 4.1. 乡村旅游进入新发展阶段

近年来,我国经济实力迅速提升,旅游业也得到了高速发展,旅游逐渐变成了人们正常的娱乐消费活动[5]。同时,在政府的一些发展政策的推动下,乡村旅游业也得到了显著发展。乡村旅游不仅为地方旅游和地方文化宣传、保护做出巨大贡献,还能够提供就业机会、改善乡村居民的生活水平,从而带动乡村的产业转型发展,促进乡村经济发展,达到乡村振兴的目的。

目前,由于社会快节奏的生活方式,人们急需户外舒适的环境去舒缓压力、放松心情。只要能够把握住这个发展的契机,乡村旅游就将会进入下一个新发展阶段。但是,国内乡村旅游开发仍然存在一些问题,例如文化遗产宣传不足、乡村环境资源破坏、游客体验感不佳等。想要建设拥有丰富文化内涵、地域特色、创新活动的魅力乡村,迫切地需要用设计赋能乡村,为乡村进行整体规划和研究。另外,更要注重游客的情感体验,为满足游客需求服务。

## 4.2. 旅游 APP 发展现状和趋势

在旅游业发展迅猛的今天，各大应用公司也嗅到了商机，接连不断地推出相关旅游 APP 抢占市场份额。现旅游应用市场用户使用频率较高的 APP 有携程、途牛、去哪儿等。2010 年开始，旅游市场呈现新发展趋势，用户消费差异化愈加明显。现在，旅游 APP 市场基本成熟，旅游 APP 的功能也更加全面，分划了不同的测点。

但是由于旅游业收益高，应用开发成本却低，市面上的旅游 APP 的质量呈现鱼龙混杂，良莠不齐的状态，普遍出现同质化程度高、内容冗繁虚假、难以理解、界面混乱等问题[6]。因此，造成了用户体验感不佳，APP 留存率过低的问题。

未来为了改善存在的相关问题，旅游类 APP 应该重点考虑用户体验感，尊重用户的情感需求，满足个性化欲求。

## 4.3. 情感化设计在乡旅 APP 中的重要性

想要提升用户对旅游 APP 的留存率、认可度，在 APP 的设计中就不能仅仅考虑功能，而忽略用户情感层面的需求。情感需求是人类本能层面的需求，是来自人类最原始的本能需求。

情感化设计是让用户对设计产品产生认同感、提升用户忠诚度的设计工具，合适的情感化设计能够带给用户绝佳的使用体验，并且满足用户心理上、精神上的需求。因此，旅游 APP 的设计中，情感化设计的融入将成为必不可少的部分。

另外，情感化设计最终的设计目的，大多体现在设计产品视觉形态的情感化、操作的情感化和产品特质的情感化。由此可见，如果能够在确保设计产品功能性的同时，遵循情感化设计原则对乡村旅游 APP 进行改良，不仅对旅游 APP 的发展前景，甚至是未来乡村旅游的发展都是百里无一害的。

## 5. 情感化视域下乡旅 APP 设计策略

目前应用市场上的很多旅游 APP 都仅仅是针对于功能性进行设计，而忽略了使用者对于 APP 使用过程中的情感需求，想要让使用者跟 APP 之间搭建牢固的情感链接，满足使用者更深层次的情感需求，就需要从本能层面、行为层面、反思层面构思设计策略。

### 5.1. 本能层面的设计策略

#### 1) 图标同一性原则

图标设计是 APP 设计实践中必不可少的，也是评价这个 APP 的界面设计是否具有美观性的重要评判标准之一。“同一性”设计原则是 APP 界面设计中必须遵守的标准，乡旅 APP 在设计上要遵循图标设计的视觉重量统一，需要重视图标的直观表达性，从而减少用户的试错时间，保证用户在操作过程中畅通无阻，提供正向情绪价值。

#### 2) 色彩符合产品调性

色彩的选用是一门学问，是 APP 界面设计中需要重视的部分。色彩能够向用户传达情感，影响用户情绪。尤其在规划类 APP 设计中，合适的色彩运用能够营造不同的氛围体验。在乡旅 APP 的设计中，需要慎重地选择 APP 界面的色彩，合理地运用色彩三要素去营造令人信服、舒适的氛围。

#### 3) 文字理解性

在界面中文字是否难以快速被理解与 APP 界面的整体排版以及文字的层级有关。界面设计中，应注意字体、字号、字间距、行间距、字体大小变化方面的处理，且要根据版式来设计。乡旅 APP 设计中，需要站在读者角度去考虑版面设计，多思考怎样实现读者视线的顺畅移动，寻求用文字实现交流顺利的

能力。

#### 4) 界面布局清晰

APP 界面设计在 APP 设计中占有很大的比重,合理地设计界面布局使界面看起来更明确、更美观。在乡旅 APP 的设计中,需要将用户所需要的数据内容按照先后次序合理排列,重要功能选项放在主页,重要条目始终显眼,消息、通知等信息摆放在目光所及之处,观察各个逻辑分区的项目分类是否合理,用标题将各个分区进行明确的区分。

## 5.2. 行为层面的设计策略

### 1) 个性化功能的实现

个性化设计是在界面情感化设计需要考虑的原则,想要做出与众不同的 APP,就要挖掘品牌的独特特征,保持品牌的个性化,展现 APP 自身的独有魅力,从而提升 APP 的竞争力和价值。同时创新与个性化能够给予 APP 最具说服力的独有魅力,给人留下深刻的印象。在乡旅 APP 设计中,需要仔细思量主要功能和个性功能的模块布局,可以适当放大个性化模块,通过个性化设计彰显 APP 的独一无二,增加 APP 与用户之间的黏性。

### 2) 人性化设计的融入

情感化的设计实质上是“以人为本”的设计思想[7]。人性化设计是情感设计的关键,反映出使用者的需求总是首先要考虑的。在 APP 设计中就是用户的需求永远处于需要思考的第一位。人性化设计能够在考虑到情感的同时满足用户对功能实用性的需求。APP 设计需要将用户放在第一位,以满足用户需求作为自己的第一执行标准。

同时,人性化设计体现在 APP 设计的方方面面,例如:合理的交互设计,交互流程是用户在使用和操作设备能够明显体验到的一种直接感觉。合理的交互设计需要对用户使用 APP 时的行为习惯和思维方式进行分析,确保每个用户体验的舒适性,尊重个体以及特殊人群的多元化设计也正是表达出了人性化的理念。

## 5.3. 反思层面的设计策略

### 1) 多样社交的实现

在 APP 操作过程中,使用者如果能够时不时地回忆起该商品的使用感受,这就显示出 APP 的设计价值。在乡旅 APP 的功能模块中,类似于社交论坛的功能模块,也是能够给用户增添情感记忆的手段之一。适当的社交体验能够使用户获得自信、满足的情绪感受,搭建 APP 与用户之间的桥梁,增加用户黏度。

### 2) 有效的用户反馈

用户反馈是在乡旅 APP 设计中必须考虑的部分,有效的、科学的、即时的信息反馈是帮助用户解决旅途中遇到的问题最有效的手段之一。通过相关的有效反馈,用户能够减少试错成本,进一步提升用户体验感。当然,信息反馈需要具有时效性、科学性,从而使用户产生满足感。

### 3) 品牌形象塑造

任何一款 APP 都拥有自己独有的品牌文化,在塑造一个品牌的过程中,能够在某种程度上决定了设计产品往后的发展。品牌形象的个性化和特殊化能够使用户产生更深层次的情感反应。一款产品如果一直受到用户的青睐,其中最主要的原因就是这款产品的特殊性或者功能实用性,从而产生认同感以及忠诚度。

## 6. 情感化视域下乡旅 APP 设计实践

首先,在进行设计之前对常州钟楼的十个村庄进行了实地调研,再运用情感化设计理念作为 APP 设



计的理论指导。其次，通过对乡村旅游过程的主要流程进行多角度分析和总结。最后，探索出情感化设计三个层面融入《十村乡韵》APP的设计策略，使得用户能够得到三个层面上的满足。

## 6.1. 情感化乡旅 APP《十村乡韵》概述

### 6.1.1. 《十村乡韵》APP简介

在我国旅游业蓬勃发展的新阶段，想要进一步改善乡村旅游发展困难、停滞不前的困顿，就需要通过建立面向乡村的资源管理和游客引导的平台系统。从而为游客、居民、社会之间搭建一个提供互惠互利的平台，实现城乡经济共同发展。

十村乡韵是一款以常州市钟楼区的十个乡村作为设计对象的一个乡旅资源整合的在线服务 APP。十村乡韵 APP 依托着钟楼区十村的周边景点、文化遗产、特色美食、特色风景等，并且对乡村尚未开发的环境、文化等资源优化整合，弥补市面上大型旅游 APP 对钟楼旅游的市场空白，实现钟楼区十村的乡村振兴。

### 6.1.2. 《十村乡韵》APP 数据分析

设计初期，采用了问卷调查和访谈对话的方式对潜在用户人群进行了分析。参与问卷调查的人数为 208 人，据研究，被调者多为女性职员，46.63% 的被调者处于 18~30 岁之间。被调者旅游目的多为游览观光和休闲度假。如果去周边乡村旅游，44.71% 的人会选择自驾游，46.15% 的人会选择用 APP 安排行程。几乎全部的被调者会关注当地的文化历史。如图 1。

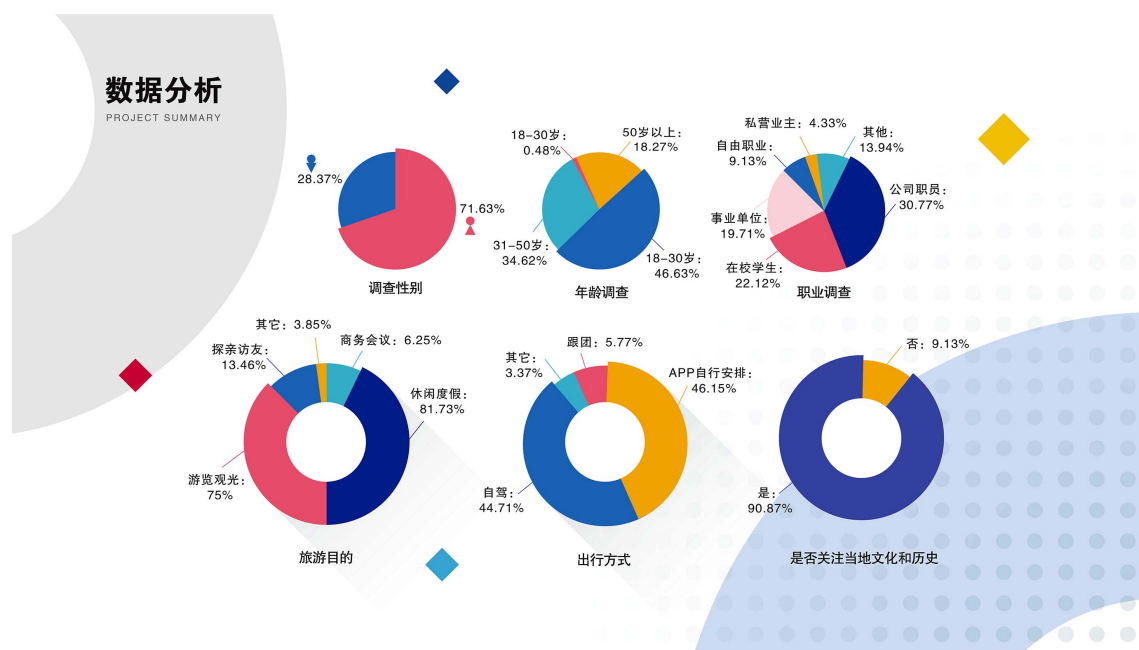


Figure 1. Analysis of pre design survey data

图 1. 设计前期调研数据分析

最被接受的商品依次是文创产品、农产品、手工艺品。如图 2。乡村旅游中，被调者曾会遇到交通道路乱、游玩信息少、乱收费、住宿困难、特色活动少、找不到景点的问题。希望乡村 APP 拥有路线规划、文化特色介绍、美食推荐、住宿预订、导航、分享组团等功能。最后提出乡旅 APP 能够提供可靠信息、操作简单等期待。如图 3。

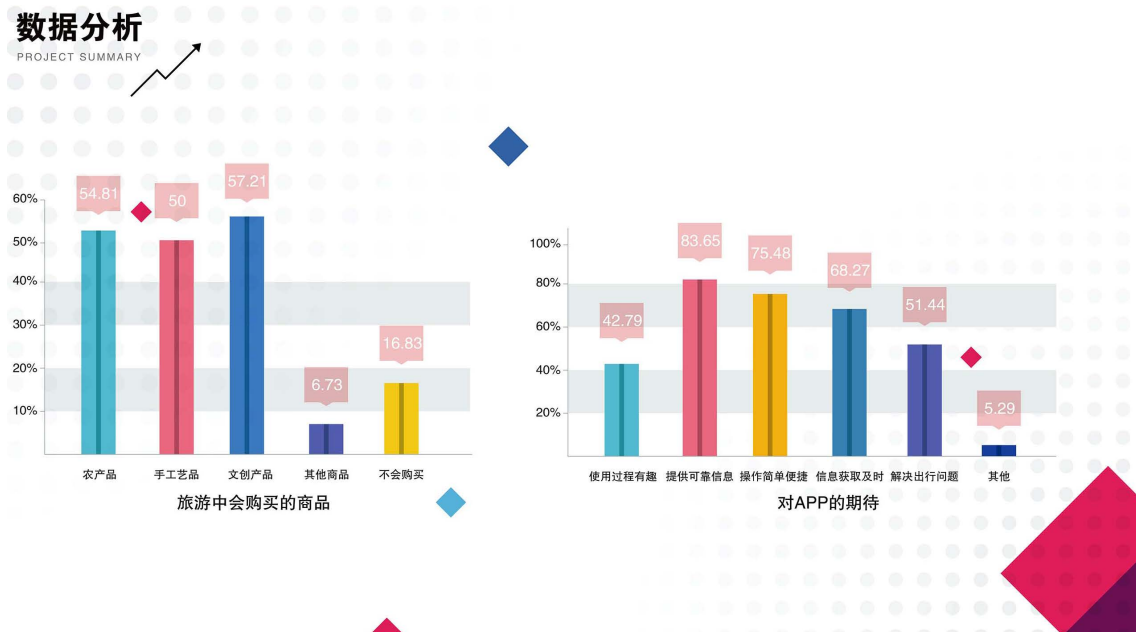


Figure 2. Analysis of pre design survey data  
图 2. 设计前期调研数据分析

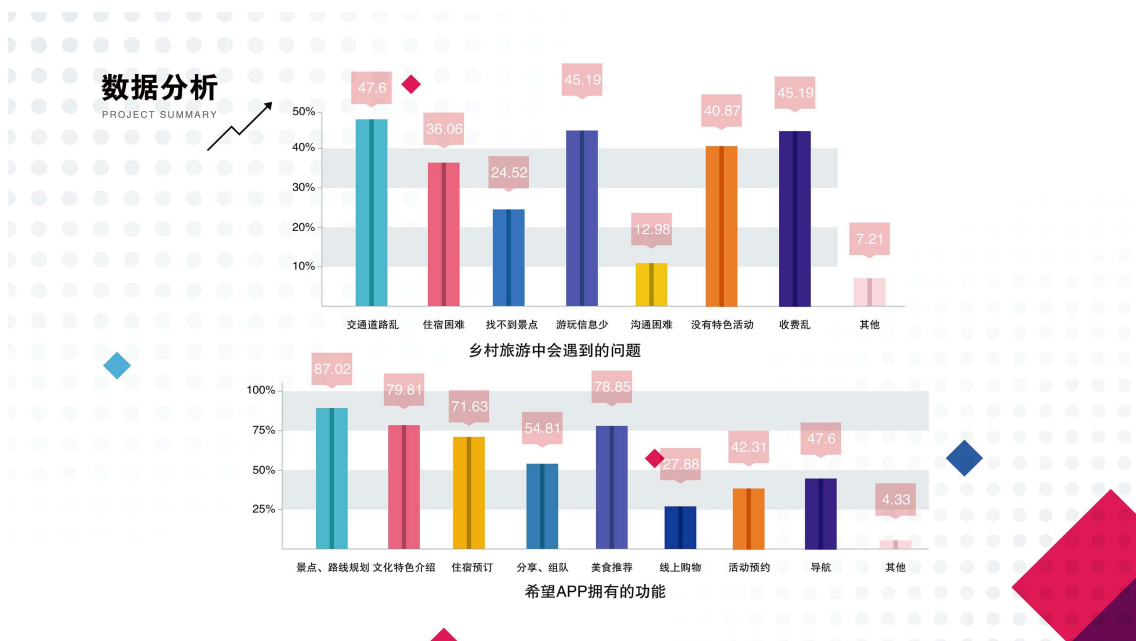


Figure 3. Analysis of pre design survey data  
图 3. 设计前期调研数据分析

### 6.1.3. 《十村乡韵》APP 信息架构

十村乡韵 APP，做到了有针对性、程序化地对钟楼区十村进行资源整合分析，最后根据调研数据以及钟楼自身条件划分为几个功能分区：十村介绍、特色美食、钟楼文化、景点玩乐、电子导航、线上商城、酒店民宿、特色活动、社区论坛。如图 4。信息架构经过大量的头脑风暴，期望让用户能够有良好的使用体验。

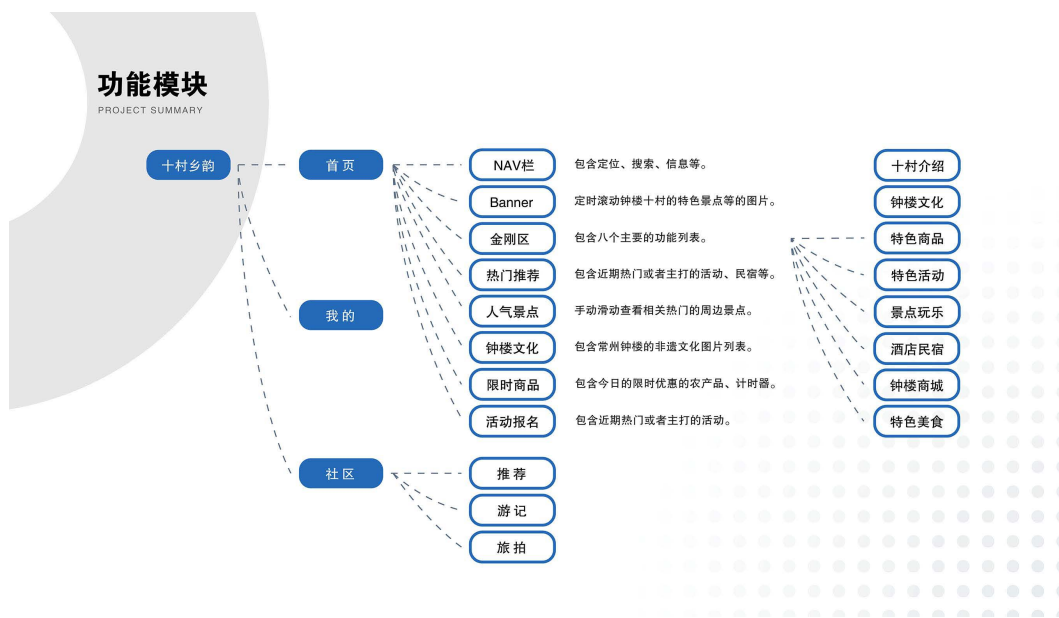


Figure 4. Information architecture during the mid-term design phase  
图 4. 设计中期信息架构

## 6.2. 本能层面生理上的满足

十村乡韵 APP 在本能层面的设计主要是满足用户生理上的需求，引导用户的积极情感。在视觉设计上，界面主色调为蓝色，为了维持同一性用改变明度、降低透明度、添加阴影等方式。LOGO 颜色都取自乡村的自然本色，营造质朴、宁静的氛围。如图 5。主界面由大功能模块与滚动屏幕组成，整体布局清晰，图标和谐统一，模块功能标题指向性清晰明确。整体界面简洁、自然，以指向性明确的图片为主，减少用户的试错时间。



Figure 5. Ten village and township rhyme LOGO and related interface  
图 5. 十村乡韵 LOGO 与相关界面



### 6.3. 行为层面心理上的满足

十村乡韵 APP 行为层面的设计主要是满足用户心理上的需求。十村乡韵 APP 加入的电子导航(如图 6)、特色美食(如图 7)、特色活动(如图 8), 人性化电子导航能够满足用户搜索需求, 优化旅游规划。特色美食由用户分享组成, 鲜明的大图引导。特色活动分类详细, 丰富游客旅游体验, 还拥有人性化组队模块, 抓住用户使用心理感受, 温暖用户内心, 体现真正的人性化关怀。



Figure 6. Electronic navigation interface  
图 6. 电子导航界面

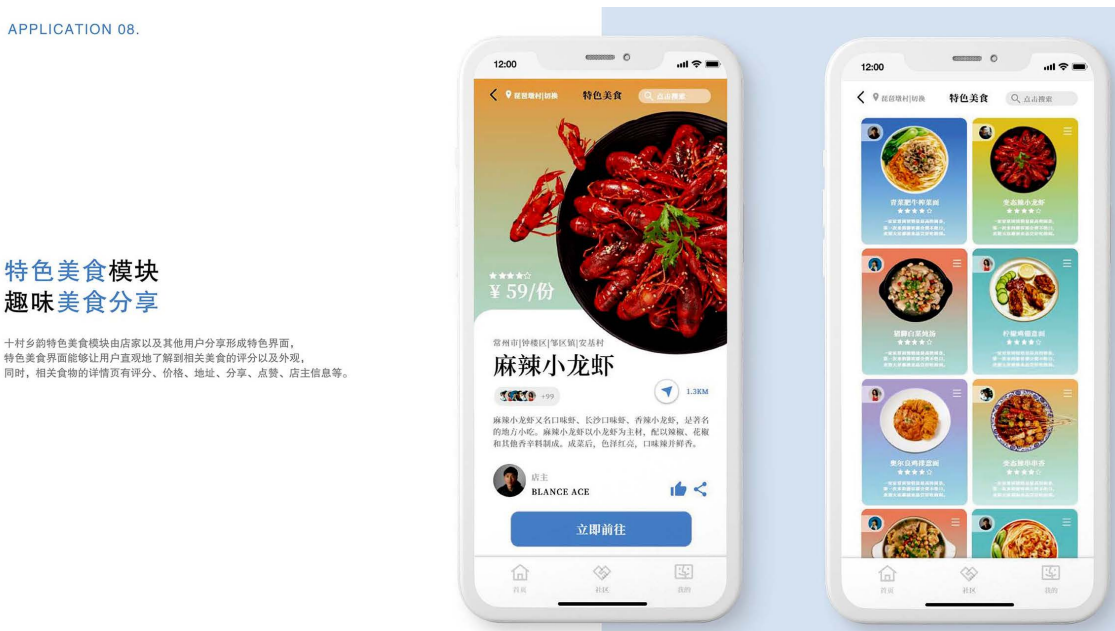


Figure 7. Featured food interface  
图 7. 美食界面



特色活动模块  
给予特色活动体验

十村乡韵的特色活动模块主要由四个分区组成，包含了推荐活动、亲子活动、户外活动、活动组团，其中，活动组团模块由游客自主地提交，以防组织活动人数不够。

Figure 8. Featured activities interface  
图 8. 特色活动界面

### 6.4. 反思层面思想上的满足

十村乡韵反思层面的设计主要是满足用户思想上的需求。对于乡旅 APP 设计来说，如何体现当地文化特色和文化涵养，提升品牌影响力，让游客认可可是首先考虑问题。十村乡韵 APP 中加入了乡村介绍(如图 9)和特色文化(如图 10)模块，用户能够深层次地了解当地文化，满足用户反思层面的需求。



APPLICATION 07.

十村介绍模块  
钟楼十村特色介绍

十村乡韵的十村介绍功能用于向用户介绍每个村落的特色，同时，详情页包含每个村落不同的文化特色以及导航，最后，通过介绍能够与游客搭建一个很好的桥梁。

Figure 9. Introduction module of ten villages  
图 9. 十个乡村的简介模块



Figure 10. Cultural module of ten villages  
图 10. 十个乡村的文化模块

十村乡韵 APP 为了满足用户的社交体验、互动感，增强用户与 APP 之间的黏性，加入了社区讨论模块。如图 11。用户能够在社区了解相关旅游资讯，分享旅拍和游记。

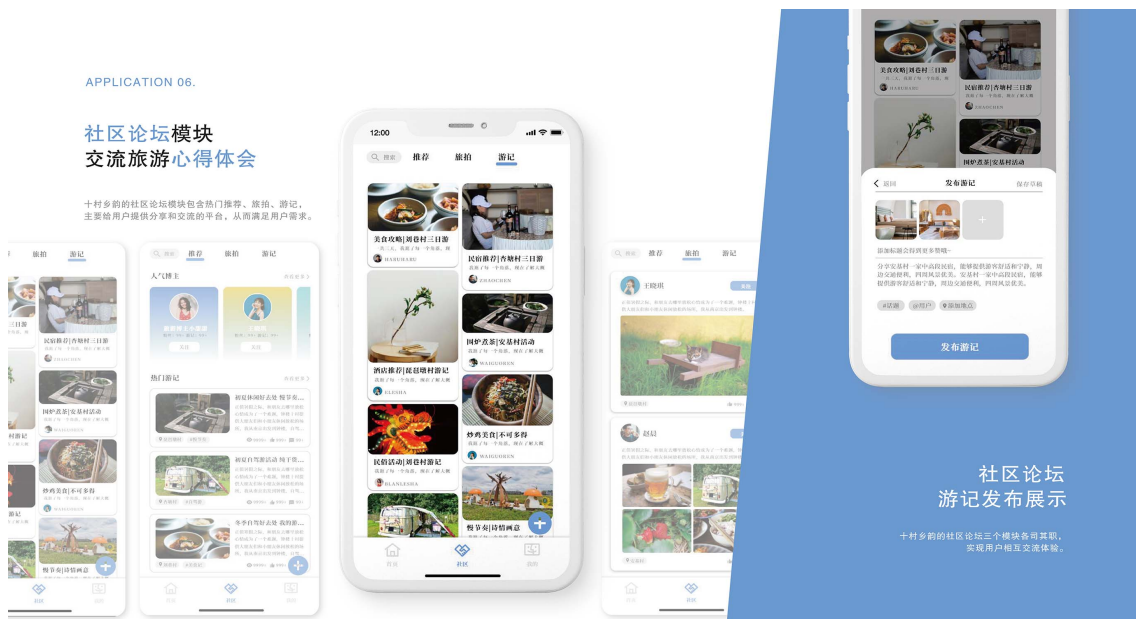


Figure 11. Community functions  
图 11. 社区功能

## 7. 结论

随着 APP 产品设计的用户情感化得到了广泛的运用和认可，往后的情感化乡村旅游 APP 将从本能层

面、行为层面、反思层面这三个层面进一步地深入研究与发展,未来人类情感化需求也会得到进一步的满足,从而更好地构建情感化旅游 APP 的价值体系。

## 注 释

文中所有图片均为作者自绘。

## 参考文献

- [1] 李宪宝,张思蒙.我国乡村旅游及其发展模式分析[J].青岛科技大学学报(社会科学版),2018,34(1):49-54+64.  
<https://doi.org/10.16800/j.cnki.jqustss.2018.01.009>
- [2] 嘉丹.基于乡村旅游发展探讨智慧旅游平台的应用[J].农村经济与科技,2020,31(8):57-58.
- [3] 唐纳德·A·诺曼.设计心理学3:情感设计[M].何笑梅,欧秋杏,译.北京:中信出版社,2012.
- [4] 张书晨.用户情感化体验下APP界面的设计研究[D]:[硕士学位论文].大连:辽宁师范大学,2021.
- [5] 陈致微.我国创意农业发展模式浅析——以“故乡农园”为例[J].福建商业高等专科学校学报,2015(2):28-33.
- [6] 刘学敏.基于用户情感体验的旅游类app交互设计应用研究[D]:[硕士学位论文].青岛:青岛大学,2021.
- [7] 李昕竺.交互界面设计中的情感化因素研究[J].西部皮革,2020,42(7):116-117+122.