

苏州角直古镇旅游品牌视觉形象设计探析

田奥力, 陆晓云

南通大学艺术学院, 江苏 南通

收稿日期: 2023年12月2日; 录用日期: 2023年12月22日; 发布日期: 2024年2月28日

摘要

苏州角直古镇是典型的江南水乡城镇, 其不仅拥有优越的自然地理条件, 还有着浓厚的历史文化底蕴。但由于角直古镇名气较小、开发不完全, 导致整个古镇发展岌岌可危。因此, 本文围绕着角直古镇的视觉形象体系展开创意设计, 通过整合角直古镇文旅资源, 并将其提炼为视觉语言, 以便将古镇的文化与艺术魅力传递给游客, 希冀角直古镇在未来的发展之中, 带来更加广阔的客源基础和市场空间, 并且通过此次探索尝试, 能够推动此类文化遗产型景区的宣传与发展。

关键词

角直古镇, 品牌形象设计, 地域文化

Analysis of Visual Image Design for Tourism Brands in Luzhi Ancient Town, Suzhou

Aoli Tian, Xiaoyun Lu

School of Art, Nantong University, Nantong Jiangsu

Received: Dec. 2nd, 2023; accepted: Dec. 22nd, 2023; published: Feb. 28th, 2024

Abstract

Suzhou Luzhi Ancient Town is a typical water town in Jiangnan, which not only has superior natural and geographical conditions, but also has a strong historical and cultural heritage. However, due to the relatively small reputation and incomplete development of Luzhi Ancient Town, the development of the entire ancient town is in jeopardy. Therefore, this article focuses on the creative design of the visual image system of Luzhi Ancient Town. By integrating the cultural and tourism resources of Luzhi Ancient Town and refining them into visual language, the cultural and artistic charm of the ancient town can be transmitted to tourists. It is hoped that Luzhi Ancient Town will bring a broader customer base and market space in its future development. Through this ex-

ploration and attempt, it can promote the promotion and development of such cultural heritage scenic spots.

Keywords

Luzhi Ancient Town, Brand Image Design, Regional Culture

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

苏州角直古镇位于长三角洲地带, 不仅拥有江南水乡城镇“小桥流水”的普遍特点, 更因其错落有致的水巷环境而独具一格。但是由于古镇名气不高, 宣传推广路径单一。因此这就意味着我们需要重新识别定位古镇整体视觉形象, 打造富有角直特色的品牌视觉识别系统, 并结合时代发展, 寻找到与之相匹配的宣传推广方式。

2. 角直古镇旅游品牌发展现状

苏州角直古镇作为江南六大古镇之一, 水网密布、河流纵横, 前街后河的街道布局使得整个古镇拥有“桥上人, 水中船”的独特美景。且角直古镇拥有的多座非物质文化遗产也让古镇充满了浓厚的历史文化气息。但由于古镇尚处于旅游产业开发起步阶段, 导致古镇旅游业也无法与知名度较高的其余江南古镇匹敌, 整个古镇的旅游发展陷入了尴尬境地。

2.1. 角直古镇旅游景区的资源优势

1) 自然资源

角直古镇位于长江三角洲地区, 坐落于苏州城东南部, 北临松陵江, 南靠陈湖。古镇为多水之乡, 四面环水, 也被称作“五湖之丁”“六江之冲”。同时, 角直镇域属副热带北缘、季风气候过渡区的天气系统, 具有四时分明, 气候宜人, 降水充沛, 阳光充足, 汛期明显的特点, 这些优越的自然地理条件造就了角直古镇独特的水乡绚烂风光[1]。

2) 文化资源

角直古镇拥有 2500 年左右的历史, 曾先后发展为吴越楚三国的辖地, 在文化上也有着与其他江南古镇相似的吴越文化起源。同时这里也曾诞生不可胜数的历史名人, 不仅是沈柏寒、萧冰黎的旧居所在地, 同时还是诗人陆龟蒙和大作家叶圣陶的长眠之地。角直镇名胜古迹众多, 有六朝造像石、唐代经幢、明代建筑天王殿、以及拥有 1500 年历史的保圣寺, 其中最珍贵的当属保圣寺内唐代塑圣杨惠之所作的九尊罗汉塑像。不仅如此, 镇内还有后代人全力保留下来的重要文化遗产萧宅、沈宅、万盛米行、水乡民族服饰博物馆等, 这些都是角直古镇不同与其他古镇的重要的人文历史特色景观[2]。

2.2. 角直古镇旅游景区存在的问题

目前角直古镇现有的旅游模式与产品大多为传统设计, 仅仅停留在标志形象的直接运用上, 缺乏对于古镇旅游品牌形象的创新设计。且与江南同类型古镇过于雷同, 缺乏特色。同时角直古镇的旅游宣传方式途径单一, 难以迎合现代人对于信息传播的多样化需求。因此, 对于苏州角直古镇这类传统型江南

水乡古镇来说, 如何在众多古镇中脱颖而出, 打破江南古镇刻板印象, 将古镇所蕴含的传统文化以符合当下时代审美的形式展现出来等一系列问题亟待解决[3]。

3. 甬直古镇旅游品牌形象设计的基础内容

甬直古镇旅游景区的品牌视觉形象设计将对古镇自身特色地域文化进行提取, 结合当地品牌发展理念与现状, 用符合当下审美的现代化眼光对其进行创新与再设计, 主要设计内容如下:

3.1. 甬直古镇旅游景区的标志设计构想

标志作为一种图形或文字符号, 不仅能够简明扼要的表达事物的具体涵义, 而且还具有传递理念与内涵的作用, 在整个视觉识别系统设计中占据主导地位。标志设计要注意简洁、通识, 同时造型与色彩方面也讲究美观、大方。在甬直古镇视觉识别系统设计过程中, 标志设计是极其重要的一环。不仅要注意标志的可识别性和易传播性, 更重要的是能够传达出甬直古镇独特的水韵气息, 展现其别具一格的文化魅力[4]。

苏州甬直古镇现有的旅游形象内涵过于单一, 只聚焦在古镇水乡民族服饰上, 无法展示甬直古镇文化资源的多样性与丰富性。因此, 在进行设计时, 以古镇名字中的汉字“甬”为主体框架, 融合了甬直古镇特色文化元素, 如古桥的桥洞、渔船、水乡服饰头包巾、罗汉塑像的笔触风格, 以及万米盛行进行设计。如图 1、图 2 所示。



Figure 1. Tourism image sign of Luzhi Ancient Town
图 1. 甬直古镇旅游形象标志

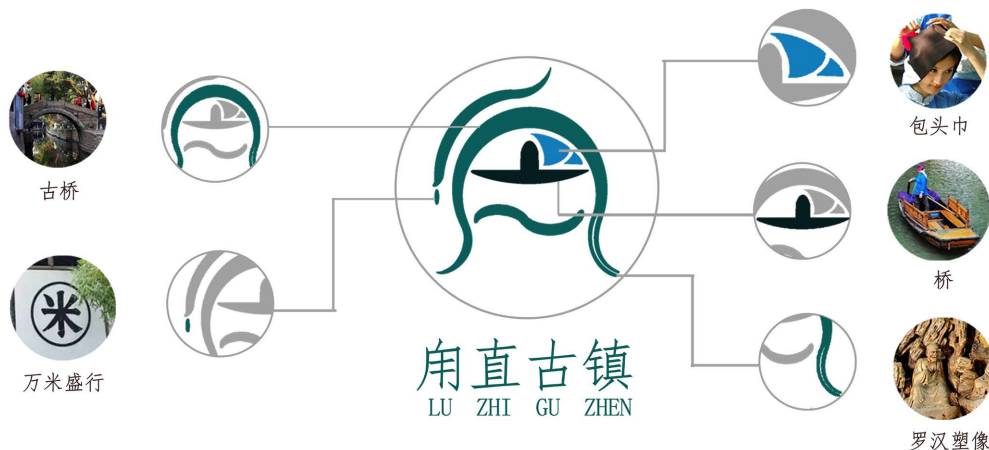


Figure 2. Tourism image logo connotation of Luzhi Ancient Town
图 2. 甬直古镇旅游形象标志内涵

3.2. 甬直古镇旅游景区的品牌应用设计研究

在古镇品牌视觉识别系统设计应用部分, 笔者通过走访调研, 选择在古镇原有的基础上进行系统完整的设计应用, 主要包括: 1) 基础应用设计 2) 环境导览系统设计 3) 文创纪念品设计 4) 甬直镇网站 UI/公众账号 5) 旅游动态导视图设计。

4. 甬直古镇旅游品牌视觉形象的创新设计

4.1. 甬直古镇旅游 IP 形象设计

旅游古镇 IP 形象作为古镇形象的重要名片, 不仅用于传播古镇信息, 也是古镇形象的外在表现和整体气质的直接反应。在进行古镇 IP 形象设计时, 要考虑到古镇的特色历史文化, 结合古镇地标性建筑物和独具特色的文化资源, 如国家重点文物——唐代泥塑罗汉群, 千年古刹保圣寺等。在进行 IP 形象整体风格定位时, 要尽量规避江南古镇同质化问题, 在保留江南水乡城镇整体风格的基础上, 也要找到其特色之处。在色彩方面, 尽量选择与主体标识和整个品牌视觉形象相匹配的色彩。同时, 针对古镇 IP 形象还可以进行相关表情包创新、文创产品等延展设计, 丰富城市的宣传和推广的可能性, 提高游客旅游的体验感与参与感。

4.2. 甬直古镇文创产品视觉创意设计

随着艺术时代的快速发展, 文创产品已经逐渐受到了人们的青睐与重视, 文创产业的蓬勃发展也为各地旅游景区注入了更多的发展活力。因此, 甬直古镇旅游文创产品的开发应用, 也是古镇视觉识别系统中必不可少的一部分。在进行甬直古镇文创周边系列产品设计时, 要充分考虑到古镇特色地域历史文化, 提取凝练其造型元素与文化内涵, 选择与古镇区域文化适配性高的文创产品进行应用, 从而创造出种类丰富、创意十足、包含地域文化特色的文化衍生品。

通过相关文创产品设计, 为古镇传统文化找到了合适的载体, 可以更好地展示古镇独特的文化魅力, 游客通过赏玩和带走带有甬直特色的文创产品, 潜移默化中传承和发展了当地的优秀传统文化。

4.3. 甬直古镇导视系统设计

旅游导视系统是古镇游览空间中必不可少的关键部分, 游客可以通过导视系统传递的景区整体概况信息来了解自己所在的位置, 从而选择前进的道路。但它的功能远不止于此, 导视系统还可以美化环境空间, 优化景区布局, 提升游客旅游体验感以及传播古镇文化。

1) 古镇信息导览图设计

古镇信息导览图主要包括古镇全景地图、古镇景点简介、古镇游览路线等相关信息视图。在古镇信息导览图的设计中, 应该标注古镇的重点景区位置以及合适的路线规划, 并对古镇进行区域划分, 以便游客可以了解景区区域各功能以及周边环境设施, 根据自身需求查找到所前往的目的地位置。同时在功能区的设计中, 还应该用不同颜色进行区域划分, 方便游客能够快速清晰地找到自己的位置所在地, 为游客提供更快捷、更舒适的游览体验过程。

2) 景区导视系统设计

甬直古镇的导视系统是将“神州第一水乡”这一特色地域文化元素提取凝练, 用桥头的结构作为导视系统的外部造型, 来突出古镇的特色地域文化, 也使得整个古镇视觉识别体系更加的完整统一, 帮助游客更好地融入整个环境之中。在材质的选择上, 尽量选择防腐蚀性 with 持久性较好的材质, 并且材质的风格也要与古镇的整体风格协调一致, 例如大理石、玻璃钢等使用寿命和材质风格都能够达到最好效果的材料。色彩则是根据当地建筑环境风格色彩选择的蓝色和深绿色结合的搭配形式, 以蓝色为主基调,

搭配标识的深绿色, 使得其与整体视觉形象系统和谐统一。如图 3 所示。



Figure 3. Luzhi Ancient Town tourism brand image reminder board and guide brand
图 3. 甬直古镇旅游品牌形象导视牌象提示牌和导视牌

4.4. 甬直古镇旅游网站 UI 设计

随着网络时代的迅速发展, 古镇旅游网站的建立也成为了各大旅游古镇炙手可热的营销手段。甬直古镇的旅游网页设计应建立在古镇基础视觉识别系统之上, 契合古镇原有的视觉标志符号与色彩。旅游网页视觉设计需要结合图形与版面设计的相关原理, 遵循排版、文字、视觉、色彩等设计原则, 确保网页整体视觉界面做到和谐统一。并且在网页设计时也要考虑到网站特有的传播方式, 可以添加一些分年龄段、分用户的浏览页面。当网站在面对不同的受众群体时, 如学生、老人、残疾患者用户、视听障碍用户等, 可以选择相应的浏览页面进行浏览, 例如学生页面、老人页面、放大页面、具有播放文字功能的浏览页面等, 可以帮助更多的用户拥有浏览甬直古镇网站、了解甬直特色文化的机会。

5. 甬直古镇旅游品牌视觉化传播方式

旅游品牌形象传播战略在古镇的发展中具有重要的意义, 一个好的营销推广模式不仅能够可以拉动当地的经济, 同时也能够提高城市的知名度。因此甬直古镇品牌视觉形象传播模式的更新也不容忽视。

5.1. 线下节日活动传播方式

2023 年, 青城古镇风俗文化旅游节的成功举办不仅宣传了古镇的特色旅游、创新了推广模式, 还全方位的向游客展现了青城古镇近年来的快速发展与卓越成效, 领略古镇千年以来的文化魅力。1998 年至今, 西塘已成功举办了七届旅游文化节, 多方位地展示了西塘古镇多姿的气韵风情与深厚的历史底蕴,

推动了西塘以及周边的经济发展。因此, 举办线下旅游文化节对于整个古镇乃至旅游城市的发展都有着非常大的意义。但同时也要注意文化活动的选择, 是否适配当地特色文化、是否能够有区别于其他传统文化旅游节也是需要去考量的要点。在节日活动举办中可以适当增加一些促销优惠、礼物赠送、游戏互动等环节, 增强游客的参与感与体验度, 让游客在享受活动的欢快氛围中也能够领略到角直的特色文化魅力, 这也是扩大古镇乃至城市影响力的一种宣传方式。因此角直古镇也可以通过举办特色线下旅游文化节来宣传古镇特色文化, 提高古镇品牌形象知名度。

5.2. 大众传统媒介传播方式

在角直古镇城市品牌形象的宣传推广过程中, 大众传统媒介作用也不容忽视, 要利用好报刊杂志, 户外广告, 广播, 电视等大众传统媒体。在宣传过程中, 要将古镇特色历史文化融入到品牌形象中, 通过传统大众媒介的宣传推广, 让人们更多了解角直古镇的历史文化内涵, 领略古镇的独特的文化魅力。

5.3. 体验式传播方式

随着互联网经济的繁荣发展, 各种新潮的营销推广模式正在崛起并取得成功, 体验式的传播方式也逐渐走进人们的视野之中。所谓体验式传播方式是将现场体验与创意传播模式结合起来, 帮助游客能够更好的感受探索与享受活动。但要注意的是, 在进行设计时, 不能让炫酷的科技喧宾夺主, 还是要回归到活动本身的意义所在, 要以展现古镇风貌、发扬古镇文化为活动的出发点与落脚点。在推广角直古镇形象的过程中, 可以通过 VR 与 AR 的结合的方式重现古镇一千多年来经历的风风雨雨, 增强与受众的交互沟通, 产生文化共鸣, 提高游客的文化归属感认同感。也可以将古镇品牌标识由原来静态 2D 向动态 3D 形态进行延展, 提升品牌形象的视觉冲击力, 激发另一种观感体验, 极大地提升了受众对于角直古镇品牌的视觉感知度[5]。

5.4. 新媒体形式下的网络传播方式

在网络信息时代的快速发展大背景下, 各种数字信息技术产业规模逐步扩大, 也进一步丰富了我国文化的传播形式, 提升了文化的传播效果。角直古镇有着丰富的文化资源, 可以契合多种新颖的新媒体网络传播形式, 以丰富多样的姿态更好地走进人们的视野之中。我们可以建立古镇的微信公众号、古镇网站、移动应用、抖音宣传、微博账号等, 多角度地向受众展现角直江南水乡的魅力与特色历史文化底蕴, 帮助受众足不出户就能够领略到古镇的风光, 感受到角直优秀传统文化之美。

6. 结语

本文通过挖掘分析角直古镇自然资源和文化资源, 针对古镇现存的问题, 寻找到角直不同于其他江南水乡古镇的特色地域文化, 更新了古镇原有的品牌形象, 并且运用多元化的艺术表现手法, 对古镇的基础识别设计、应用系统设计、传播方式设计进行了设计研究, 最终梳理归纳出了一套系统的角直古镇品牌视觉识别系统。弥补当下古镇在视觉形象研究方面的不足, 凸显古镇自身文化的独特与个性, 向人们传达角直古镇文化的气韵风情, 为角直古镇旅游业的发展尽出一份力。

注 释

文中所有图片均为作者自绘或者自摄。

参考文献

[1] 金杉. 江南古镇旅游标志形象感知与设计研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东理工大学, 2019.

<https://doi.org/10.27148/d.cnki.ghagu.2019.000139>

- [2] 吴俸苓. 神州水乡第一镇——桥都甬直[J]. 今日国土, 2003(12): 31-33.
- [3] 时崇. 江南古镇旅游开发同质化现象研究[D]: [硕士学位论文]. 青海: 青海师范大学, 2022.
<https://doi.org/10.27778/d.cnki.gqhzy.2022.000373>
- [4] 戈丽, 卢明德. 淮安河下古镇旅游品牌视觉形象设计探析[J]. 新闻传播, 2019(14): 27-28.
- [5] 黎志辉. 数字文旅视角下区域旅游品牌形象的创意设计与传播[J]. 丝网印刷, 2023(21): 70-72.
<https://doi.org/10.20084/j.cnki.1002-4867.2023.21.019>