

# 高校设计教育与市场联动研究——以“畅游烟台”品牌建设为例

桑亚杰

烟台南山学院

DOI:10.12238/er.v4i8.4153

**[摘要]** 高校艺术设计专业特别是广告设计专业教育需要与市场接轨,了解市场行情,发现行业痛点,并提出解决问题的思路。本论文基于胶东经济圈一体化的蓬勃发展特别是在胶东文旅一体化发展的背景下,以“畅游烟台”服务品牌为依托,重点探讨品牌建设路径。因此,高校艺术设计专业教育应以此为契机,着力研究和化解“畅游烟台”服务品牌建设过程中的难点和痛点,立足市场,着眼现状,提出解决问题的思路和建议。

**[关键词]** 设计教育; 市场联动; 畅游烟台; 品牌建设

中图分类号: G47 文献标识码: A

## Research on the Linkage between Design Education and Market in Colleges ---Take "Visit Yantai" Brand Building as an Example

SANG Yajie

Yantai Nanshan University

**[Abstract]** College art design majors, especially advertising design majors, need to integrate with the market, understand market conditions, find industry pain points, and put forward ideas for solving problems. Based on the vigorous development of Jiaodong Economic Circle's integration, especially in the context of Jiaodong's integrated cultural and tourism development, this paper relies on the "Visit Yantai" service brand, and focuses on the brand building path. Therefore, art and design education in colleges should take this opportunity to focus on researching and resolving the difficulties and pain points in the process of "Visit Yantai" service brand building, base on the market, focus on the status quo, and put forward ideas and suggestions for solving problems.

**[Key words]** design education; market linkage; "Visit Yantai"; brand building

### 前言

胶东五市携手推动文化旅游融合发展是胶东经济圈一体化发展的重要支撑,是推动胶东文旅一体化发展打造利益共

同体的重要举措,并在整合资源、景区联动、规划产品路线上对于加强胶东五市文旅合作来说<sup>[1]</sup>,都是必不可少的环节。胶东文旅一体化建设是适应胶东经济圈

发展的必然举措,是提升山东省文化软实力的重要窗口,更是文化和旅游消费升级的必然出路。“畅游烟台”服务品牌优质文化和旅游产品的建设以及认证,对

一起设计汉服和装饰品进行装扮,参加主题活动诗词朗诵、舞蹈、话剧等,在此情境中,学生潜移默化地接受了文化和知识的传承,而且培养了良好的品性和审美。

### 3 结语

综上所述,艺术设计和审美教育具有交融的可能性,可以在概念性和实践性上进行探究。师范教育专业的教师,可以适当学习艺术设计中三大构成的概

念,并掌握相适宜的表现技法,融入进学生美育的知识体系之中,为学生能在适龄阶段的审美情趣得到健康发展。同时,审美教育的过程中,需要融入更多的中华民族传统文化的知识元素,让学生从小确立正确的人生观,为以后的全面发展奠定坚实的基础。

### 【参考文献】

[1]刘花弟.新时期中国平面设计教育课程与教学发展研究[D].南京艺术学院,2016.

院,2016.

[2]原研哉.设计中的设计[M].山东:山东人民出版社,2006.

[3]朱保柱.创意美术指导下的高职学前教育专业美术课程教学的探索[J].美与时代(中),2019(05):103-104.

### 作者简介:

王丹冰(1991--),男,汉族,湖北武汉人,硕士研究生,讲师,三亚城市职业学院,研究方向:艺术设计。

于推动山东省文化和旅游产业快速、健康发展,具有重要意义。因此,本论文从成立“畅游烟台”服务品牌营销创意中心、搭建独立的“畅游烟台”优质文化和旅游产品交互展示平台、为“畅游烟台”服务品牌IP化赋能、做好“畅游烟台”服务品牌的公共服务配套能力等方面展开论述。

### 1 成立“畅游烟台”服务品牌营销创意中心

随着文化和旅游业的融合发展,其对社会经济发展所发挥的作用越来越大,文化和旅游已经超越行业范畴,成为一个社会性的话题。正因如此,成立“畅游烟台”服务品牌营销创意中心显得尤为必要,一方面,打造统一的“畅游烟台”服务品牌理念和共识势在必行,其对胶东文旅一体化的建设发展不仅发挥了文旅的整合带动作用,形成了系统经济,而且可以举胶东全域之力,推动区域内的文创产品整体发展。因此,“畅游烟台”服务品牌需要在注重品牌文化内涵打造上下功夫,形成优质的旅游品牌,以品牌感染游客,以品牌的宣传来带动市场。并以体验旅游和产业链经济为主,注重重点的文化内涵和人文内涵的挖掘,提升游客在精神层面的体验和感受<sup>[2]</sup>,强调游客对历史、文化、生活的体验,强调融入性和参与性。

另一方面,启动网红直播品牌宣传计划,将网红直播经济模式引入胶东文旅产业,形成网红直播生态圈,探索符合胶东文旅特色和需求的标准化品牌孵化和培养路径。打造培育“畅游烟台”服务品牌,提升网红直播品牌尤其是“畅游烟台”服务品牌的影响力。并进一步带动景区讲解员、酒店工作人员、旅行社导游、乡村达人等胶东文旅行业从业者以及部分高校大学生等,其在促进优秀人才创新创业、打造胶东文旅品牌、传播胶东旅游新形象、助力胶东旅游振兴等方面发挥积极作用,最终撬动胶东文旅全域发展。

### 2 搭建独立的“畅游烟台”优质文化和旅游产品交互展示平台

从“齐赏好景、悦听好声、游习好理、畅飨好味、悠游好趣、乐淘好品”6个版块中进一步评选出具有标志性、典型性、代表性的胶东优质文化和旅游产品,形成“畅游烟台”优质文化和旅游产品名录库。在海报新闻客户端搭建的文旅产品展示平台需要剥离并建立独立的产品平台,在此基础上进一步完善胶东文旅产品信息,多角度、全方位展示胶东文旅产品特色,并提供包括吃住行玩在内的一揽子解决方案,同时利用VR虚拟现实技术、AR增强现实技术、H5交互技术等增加产品的交互性,使游客在线上线下都可领略胶东优质的文化和旅游产品。例如广州长隆动物园,利用AR增强现实技术,在百度APP上即可在线观看不同动物,并可应用到不同场景。H5交互技术是新生事物,游客在游览园区景观过程中,利用H5交互既可以在手机上扫二维码观看景点介绍,又可以在IPad等不同的终端设备上实现交互,对于没有导游的游客而言,解决了费用的问题和游客的探索欲望以及传播和体验了景点本身的文化积淀和内涵,非常具有趣味性和实用性。因此,搭建独立的“畅游烟台”优质文化和旅游产品交互展示平台是对胶东文旅一体化建设的有益尝试,是展示胶东旅游特色的优质平台。

### 3 为“畅游烟台”服务品牌IP化赋能

高校艺术设计专业在教育教学过程中要引导学生在文旅产业项目上下功夫,特别是以旅游、娱乐、文化服务等业态所形成的经济形态和产业系统<sup>[3]</sup>,并分析和提炼产业内核,以IP化为其赋能,形成独具特色的具有胶东文旅特点的品牌形象。

文旅4.0时代,已经形成平台化、IP化的特点,用产业驱动的项目发展“畅游烟台”服务品牌具有更广阔的前景,其规模更大、收益更高、可持续发展能力更

强。产业驱动模式实质是以旅游为主导,根据胶东地缘文化特色,整合地域文化、乡村资源、康养一体、文化遗产等相关产业,形成泛旅游产业链格局,复合引擎铸造项目独特吸引核,提升胶东文旅价值,实现项目运营或销售而获利。例如横店影视城,以民营起家,从名不见经传的小镇,经过20多年的发展,形成集影视、旅游、度假、休闲、观光为一体的大型综合性旅游区,成为“文化+旅游”融合发展的成功典范。横店影视IP主题文旅小镇,把影视文化融入到区域平台旅游发展中,以影视资源为核心,经过深度开发和产业融合形成系列旅游体验产品,进而带动文旅产业的快速品牌化、项目化<sup>[4]</sup>。因此,其发展经验可以为打造“畅游烟台”服务品牌提供借鉴模式,即产业人群跟胶东原住民一起建设,为胶东文旅项目赋予生活气息,产业化后的胶东文旅项目,能够让每个人的潜在在新的休闲环境和氛围中得到释放和发挥。在这其中,鉴于“人工IP”并没有足够大的能力支撑起胶东文旅产业持续发展,因此,胶东文旅项目与当地文化特色进行结合将是非常有益的尝试,当文化资产集聚起来,往往带来很大的外溢价值。

最后,一个文旅产业救不了一个新城,但将文化性的资产集聚,便会释放出巨大的能量,这也是胶东文旅一体化发展中打造“畅游烟台”服务品牌IP化的根本要义,同时也为胶东文旅产业项目IP文化品牌和文化积淀赋能,是解决“畅游烟台”服务品牌做大做强的根本。综上,打造“畅游烟台”服务品牌的终极目标是进行IP文化品牌化,成为胶东乃至全国知名的文旅品牌名片,从知名度、影响力、收益力来说,IP的品牌化赋能蕴含着巨大的产业链和价值链。

### 4 做好“畅游烟台”服务品牌的公共服务配套能力

高校艺术设计专业教育在实践教学环节需要特别强调对文旅产业项目的公

共服务配套能力的调研。打造“畅游烟台”服务品牌需要在统筹公共服务设施建设管理方面统一标准和服务,并探索建设、改造胶东文化和旅游综合服务设施,推动公共文化设施和旅游景区的厕所同标准规划、建设、管理,在旅游公共服务设施修建、改造中增加富有胶东地域文化内涵、彰显地方特色,并利用公共文化机构平台,加大文明旅游宣传力度,在游客聚集区积极引入影院、剧场、书店、娱乐休闲等文化设施,可向游客提供阅读、趣味定制、艺术培训等喜闻乐见的内容,强化“畅游烟台”服务品牌影响力。例如,在娱乐休闲室可为游客滚动播放有趣的旅行短视频,游客可下载相应的“畅游烟台”APP依靠自己旅拍的照片或视频与故事相结合,即可诞生“微游记”,并分享互动。

在公共文化设施管理服务方面,推广统一的“畅游烟台”服务品牌标识,并建立统一的规范标准,探索公共文化设施社会化、专业化管理。目前,胶东各类公共文化场馆的服务情况一直处于粗

放统计的状态,对于游客的情况缺少实时量化的统计,而通过与社会专业机构合作,建立胶东各文化场馆的大数据管理系统,并通过智能技术统计到访数据,获得进入文化场馆的访客的标签,从而不断提升公共服务的针对性、有效性,这将对推动胶东文化服务场馆效能提升带来革命性的变化。

### 5 结语

高校艺术设计专业教育立足当地,结合市场现状,并就胶东文旅一体化发展需要“畅游烟台”服务品牌为抓手,打造胶东文旅服务品牌,必须充分认识文化和旅游是水乳交融、密不可分的关系,文化对旅游的促进作用和旅游对文化发展的推动作用共同成就了胶东文旅一体化发展的两翼。而旅游产业对文化产业的引致效应和文化产业对旅游产业的辐射效应与渗透效应<sup>[5]</sup>,特别是对胶东五市的地域文化、市场资源、功能业务、空间市场等方面的一体化发展是整合胶东文化和旅游资源大踏步向前发展的重要步骤。因此,打造“畅游烟台”

服务品牌是一个系统工程,更是提升胶东经济圈和山东经济竞争力的有利保障,同时也是区域文化融合发展的重要一极。

### [参考文献]

[1]张文莹.山海深呼吸·胶东健康游——胶东经济圈文化旅游合作联盟成立大会暨“5·19”中国旅游日主题活动在青岛召开[J].《走向世界》,2020(24):34-39.

[2]潘苏子.用好景区“门票经济”这根杠杆[J].《杭州(党政刊)》,2018(35):49.

[3]蒋微芳.基于场所依赖理论的休闲业态创新研究[D].杭州:浙江工商大学,2011.

[4]唐有元.文旅产融服务平台化的发展路径[J].《中国民族博览》,2020(116):41-44.

[5]林玲.旅游产业融合发展过程中的动力和阻碍因素探析[J].《当代旅游》,2020(01):40-42.

### 作者简介:

桑亚杰(1987--),男,汉族,山东省寿光市人,硕士,讲师,研究方向:新媒体与设计教育。