

《环境图形设计指南》丛书

ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN OF TOURIST ATTRACTION

A Guide to Developing VI and Signage Systems for Branded Tourist Environment

熊涛涛 文首文 曾纪林 著

旅游景区环境图形设计指南

如何打造景区品牌标志与标识系统

化学工业出版社



《环境图形设计指南》丛书

ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN OF TOURIST ATTRACTION

A Guide to Developing VI and Signage Systems for Branded Tourist Environment

熊涛涛 文首文 曾纪林 著

旅游景区环境图形设计指南

——如何打造景区品牌标志与标识系统



化学工业出版社

·北京·

本书作为环境设计工作指南,突出实务特色,结合美国国家公园设计管理经验,以实际案例、项目实操为主。全书围绕标志和标识为双核心的视觉识别系统树进行建设,以新疆喀拉峻旅游区的环境图形设计作为全书的导线,进行景区环境图形设计过程的分阶段解说。另外在景观解说牌内容设计方面亦做了案例介绍。

本书主要面向从事景区环境图形设计的标识系统设计或广告公司中的设计师群体,艺术设计类专业师生;另外,对于广大的景区,尤其是各个世界遗产地旅游景区的管理和建设者,本书将是其很好的指南参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区环境图形设计指南——如何打造景区品牌标志与标识系统 / 熊涛涛, 文首文, 曾纪林著. — 北京: 化学工业出版社, 2015.10

(《环境图形设计指南》丛书)

ISBN 978-7-122-25068-1

I. ①旅… II. ①熊…②文…③曾… III. ①风景区—环境标志—设计 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第207176号

责任编辑: 李彦玲
责任校对: 宋 夏

装帧设计: 深圳市感触创意文化传播有限公司

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装: 北京画中画印刷有限公司
889mm×1194mm 1/16 印张7¹/₂ 字数260千字 2016年4月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 48.00元

版权所有 违者必究

前言

Preface

景区环境图形设计是以视觉识别系统（Visual Identity Systems）为基础，广泛应用于景区建成环境、自然环境和人造衍生品的“图形+环境”的设计艺术。随着近年来我国旅游业的迅猛发展，景区环境图形设计的地位也越来越重要。然而，由于发展历史较短，这一领域设计的实务经验与理论梳理工作尚不丰厚，虽有一些此类书籍面市，但多为图片资料性的，理论及设计实务的工作指南尚不多见。一些专业性过强的学术语言在环境图形设计中罗列堆砌，游客难以理解甚至反感；动植物解说词直接套用中国动物志和植物志的内容，无法激起游客兴趣；解说牌充斥着大量望“形”生意、神魔鬼怪的大话故事，无法达到“寓教于游”的要求；也有一些环境图形设计的系统性和主题性不一致，缺乏总体规划。

本书以一个作者亲历设计之案例——新疆喀拉峻旅游区的环境图形设计作为全书的导线，进行景区环境图形设计过程的分阶段分析解说，这种做法很有特点也很实用。全书围绕以标志和标识为双核心的视觉识别系统树进行建设，更具塑造景区品牌形象的意识，有利于提升品牌识别度，增强景区的美誉度。除了论及景区标识系统设计以外，书中还专门对解说牌的设计做了解析，阐述了此类设计环境解说的本质，也颇具特色，期望能够抛砖引玉带动更多优秀项目面世。

历时两年，新疆喀拉峻国际生态旅游度假区环境图形设计施工项目终于竣工，展示在海内外游客面前。伴随此项目的建设，景区亦获得了世界自然遗产地、国家5A级旅游景区的荣誉。本书案例，以此环境图形设计系统贯穿始终，过程图片反映了项目的真实进展情况。

本书在编写过程中，得到许多同行和设计机构的帮助，包括美国环境图形设计协会（Society For Environmental Graphic Design，简称 SEG D）和美国国家公园管理局（National Park Service of American，简称 NPS）提供的学习资源，限于条件未必能一一列出；本书亦在新疆喀拉峻设计实践项目的基础上选用了若干国内外同行优秀案例，来不及一一告知，在此深表歉意和感激。

本书获得深圳职业技术学院艺术著作出版基金资助出版和深圳文化场馆数字化技术工程实验室项目资助。

感谢我们的实践型设计团队通过长期身体力行，积累下来的环境图形设计精华，他们是苟斌、李春林、毕淼、谢卉、林文静、庞东明、林泽鹏、刘桦峰、何尔雅、罗朗然、黄东文等。

感谢喀拉峻国际生态旅游区投资方，新疆喀拉峻投资股份有限公司给予我们足够的创作空间和时间。

感谢中国标识研究院提供的理论支持。

感谢深圳市自由美标识有限公司精湛的施工水准，保证设计能完美呈现，感谢深圳职业技术学院设计之都创意·研发中心给予的支持。

最后特别要感谢黄彬、韩非影、韦荣鑫对本书写作的参与和支持。

熊涛涛

2016年2月

目录

Contents

第 1 章 景区环境图形的内涵

- 1.1 景区环境图形的定义 / 1
- 1.2 景区环境图形设计系统分析 / 2
 - 1.2.1 景区环境图形的空间类型 / 2
 - 1.2.2 世界自然遗产地新疆喀拉峻旅游区环境图形设计案例概述 / 4
 - 1.2.3 景区环境图形设计双系统 / 6
- 1.3 景区 VIS 导入设计 / 8
 - 1.3.1 基础系统 / 8
 - 1.3.2 应用系统 / 11
- 1.4 景区标识系统设计 / 12
 - 1.4.1 ECISS 系统 / 12
 - 1.4.2 景区标识系统构成 / 13
- 1.5 景区景观解说牌内容设计 / 14

第 2 章 景区标识系统设计程序

- 2.1 客户是设计程序的一部分 / 16
- 2.2 设计程序用于标识系统设计 / 17
- 2.3 标识设计程序七步法 / 18

2.3.1	资料数据收集与分析	/ 20
2.3.2	初步概念设计	/ 22
2.3.3	设计深化	/ 26
2.3.4	文件化	/ 38
2.3.5	报价、招投标	/ 42
2.3.6	制作、安装、观察	/ 43
2.3.7	建后评估	/ 50
2.4	标识系统案例赏析	/ 52

第3章 景区景观解说牌设计程序

3.1	解说牌设计程序四步法	/ 74
3.1.1	规划阶段	/ 76
3.1.2	设计阶段	/ 82
3.1.3	制作阶段	/ 94
3.1.4	后期阶段	/ 97
3.1.5	小结	/ 102
3.2	景观解说牌案例赏析	/ 104
	参考文献	/ 114

景区环境图形的内涵

1.1 景区环境图形的定义

20世纪20年代以前,西方国家公园中从事解说工作的人一直被称为演讲者,直到1920年伊诺·米尔(Enos Mills)在他的著作《一个自然导游的探险》(Adventures of a Nature Guide)中,首次运用了解说一词描述他在洛基山中的导游讲解工作,并把这种工作形式称为自然导游(Natural Guiding)。到了30年代晚期,随着解说内容拓展到历史与文化,自然导游这个提法逐渐被解说所代替。1957年泰德(Tilden, 1957)在他的著作《解说我们的遗产》(Interpreting Our Heritage)中,丰富了解说在历史、艺术、心理以及自然等各方面内涵,他最早认为解说并非事物的简单描述,而是通过体验揭示事物内在意义与相互联系。克努森(Knudson, 1999)等人主张解说是用故事的形式讲述纯概念化的事实,通过激发游客的智慧达到理解和娱乐的目的。持有相似观点的还有沙普(Sharp, 1969),即服务、教育与娱乐的升华就是解说。皮尔塞斯(Pierssene, 1999)强调解说是从信息交流到游客获得愉悦感的全过程。王民、蔚东英等(2005)通过归纳西方学者的研究,阐释了环境解说的定义,认为它是非正式环境教育的一个组成部分,其作用在于培养对环境负责的公民。主要技术工具有平面媒介、电子媒介(微信、微博等)等。然而在我国目前的旅游景区中,解说还不被人们普遍接受。随着新兴旅游方式的不断增加与

游憩活动的深入开展,人们不仅对活动的参与性增强,而且渴望在旅游中进行娱乐并获取知识,因此环境解说由于其具有向游客传递景区信息和核心价值、减少资源破坏、缓解客流压力、间接管理工具、提供对话途径等重要作用,成为游客理解、欣赏旅游资源的主要途径。

环境图形设计(Environmental Graphic Design,简称EGD)是一门亲源关系复杂的交叉学科,它所涉及的领域包括平面、建筑、室内、景观和工业设计。国际权威机构——美国环境图形设计师协会(SEGD)将环境图形设计定义为:在建成环境与自然环境中规划、设计指示系统以及其它视觉传达形式并制作成型的职能活动。专业杂志SegdDesign指出:环境图形设计与寻路的视觉层面有关,属于传播识别性和信息塑造场所概念。尽管环境图形设计脱胎于平面设计,可一旦平面介质变为立体时,规则、条件甚至机遇都立刻扩张了。因此,二者虽然分享了许多共通的原则,但明显的不同点还是最终分离出两个彼此独立的设计子学科。

景区规划者从宏观、系统的角度看环境图形设计,视其为环境解说系统的一部分。而环境图形设计师切入景区项目的时机,通常是通过标识系统设计项目。他们从微观、具体的解决问题角度看环境图形设计,视其为信息传达、环境图形和环境景观契合、色型材图案的综合创造。

因此,我们认为,景区环境图形设计是一种运用图文等视觉传达方式,将特定信息传播并帮助游客了解旅游资源的性质和特点,既满足景区服务和游客教育等基本功能,更提升景区品牌内涵的视觉艺术活动。传统的景区环境图形包括标识、展示、地图、海报、宣传册、机构刊物、幻灯片等。

国内外学者的研究及实践证明,景区科学的环境图形可以:①明确旅游线路,形成景区空间结构构成要素在视觉环境意义上的体系化,提高旅游空间的可识别性,从而为游客提供全方位的人性化服务;②将景点的特点和优势直观地表现出来,有助于形成具有特色的景区形象,丰富景区色彩,活跃环境气氛,增强景区的吸引力与空间活力;③帮助有关部门加强游客管理,有效遏止游客不恰当的旅游行为对景区资源和生态环境造成的破坏。目前,环境图形系统是否完善,已成为影响游客旅游体验和评价景区服务水平的重要因素和标准。

尽管国内外一些旅游地与学者在环境解说方面做出了许多卓有成效的实践与研究,但对于如何使用环境图形来指导环境解说的实践研究,如何保证环境解说的有效性、可操作性和它的推广普及性,促进旅游景区的生态文明建设,仍具有很大的空间。

1.2 景区环境图形设计系统分析

1.2.1 景区环境图形的空间类型

景区环境图形的空间布局主要由六个系统要素组成。

(1) 交通导引环境图形

主要分布于游客进入和中转的交通枢纽、节点和交通沿线的环境。包括车行标识导向系统和人行标识导向系统两大部分,主要分布于游客进入和中转的交通枢纽、节点和交通沿线。

其中,车行标识导向系统主要分三级:一级,布置在旅游地外部交通道路两旁,明确指示旅游地的方向和距离;二级,布置在旅游地主干道以及南北东西主要入口,主要指示旅游地内部道路、主要景区及方向;三级,布置在各景区内的支路与小路,指示分区内主要建筑、主要旅游景点及方向。

人行标识导向系统是旅游地对外传达信息的主要

途径,其功能不仅仅是标识旅游地各建筑物、景点的存在,而且具有公众引导和广告宣传的功能,主要分为五级:一级:主入口。一级导向牌信息密集,上面应有旅游景总览图、分区图、旅游景区建设大事记、导向信息,放于人流密集区域和旅游景区主入口处;二级:规划路与分区内道路等。二级双面导向牌有地图和信息导向信息,指示清晰、明了、连续,安置于各分区十字路口,并标注消防等特殊设施的方位;三级:建筑物和主要景点前指示标牌,标识景点、建筑内部单位及建筑物介绍;四级:旅游建筑物、旅游接待设施内部标识。一般包括建筑物总索引或平面图、各楼层索引或平面图、楼内公共服务设施标识、出入口标识、公告栏等。五级:包括建筑物、旅游接待设施内各个具体功能房间的标识牌和户外的一些具体标识牌,是最后一级导向,如门牌、窗口牌、设施牌、树名牌、草地牌。其中窗口牌则主要针对住宿、购物、娱乐、餐饮等空间内部的功能性指示牌,设施牌主要指的是公共服务设施中的标牌,如电话亭、商店、洗手间、传真等。

(2) 接待设施环境图形

主要分布于游客入住和到访的各类旅行社、宾馆、餐饮设施、旅游购物、娱乐等场所环境。它也有旅游地内和旅游地外之分,隶属关系也非常复杂,因此该系统的建设需有关部门协调参与。其总体布局思路重点在3个方面。一是印制游客手册。存放在包括游客入住、到访的各类旅行社、宾馆、饭店、餐饮设施、旅游购物、娱乐等场所,免费发给游客,供游客自由取阅。二是规范旅游饭店解说。按照GB/T10001《标志用公共信息图形符号》和《图形标志、设置原则与要求》(GB/T15566.1-1995)的相关标准规定,采用统一规范的图形符号,以便向不同国籍游客提供准确明了的服务信息。核心信息,要有较完善的外文解说,并能通过信息网络、计算机终端向游客提供相关信息。三是规范内部物业解说。在旅游地内部的物业管理方面,要在相关区域将“员工宿舍请勿入”、“小心路滑”、“小心您的财物”等标语提示告知游客,对附设设施的使用方法、位置、预订等要配制简要说明。

(3) 景观游览环境图形

指游客进入景区后由景区提供的人工和自然环境。国际通用的作法是自导式解说系统,有导游图、导游画册、牌示、录像带、幻灯片、语音解说等多种表现形式。一旦游客进入景区,景区就能够给游客提

供最佳游览服务,让游客“读懂”景区。

可以在以下几个方面加强旅游地景观游览环境图形建设,提高旅游管理的水平。一是建立多语种、智能化、移动交互式的智慧虚拟旅游环境系统。游客既能接受自动语音解说服务,也能接受导游的人工解说服务;二是在旅游地主要入口处和景区内主要景点的入口处设立全景牌示和导游示意图。全景示意图包括旅游景区的总体结构和景区、道路、服务设施(餐厅、厕所等)的分布,有平面图、鸟瞰图、简介文字等表现形式。也可设置在景区内主要游径旁侧。导游示意图主要标明园内游览线路,以及指出旅游者所在位置,帮助旅游者快速定位,并获取自己需要的信息;三是设立珍稀植物、空气负离子区、大气环境优越区、自然标志地、断层景观、节理景观、褶曲景观、地层剖面、峡谷段落、垂直自然地带、特色岸滩、光环现象观察地、云雾多发地、野生动物栖息地等特有资源的解说牌示;四是在旅游景区内还应适当设置生态环保教育引导解说牌,教育旅游者开展文明旅游,自觉保护生态环境。

(4) 游客中心环境图形

与接待设施不同的是,游客中心(Visitor Center)是景区管理机构在旅游景区各入口、城市广场、交通站场等游人集中环境设立的专门机构,它的隶属关系单一,由旅游景区内部建设和管理。主要为游人提供细致入微的解说服务,通过丰富的信息展示使游人知道到该旅游地最值得看什么、怎样去看,使游客感受到家的温馨。

游客中心的总体布局思路重点在4个方面。一是设立问讯处,通过与游客面对面交流、热线电话交流、互联网交流等多种形式,为游客提供全方位的问讯服务。游客有什么需求,吃饭、住宿、交通等等,哪个地方方便、卫生、快捷,游客中心问讯处的工作人员全都应提供答复。问讯处应根据国际游客的来源配备多语言人才;二是设立导游接洽室和接待室。配备熟悉旅游景区内的历史文化、森林生态景观、风俗民情、土特产品等内容的专职导游。导游员实行挂牌服务,导游员的基本情况、编号全在公告板上明示,游客需要何种语言的导游一看便知;三是设立旅游资料存列室。存放旅游景区沙盘、景区挂图、旅游资源分布图、导游线路图以及旅游特色产品等,定时开放。其本身也是一项旅游项目。同时,开发多媒体展示系统,向游客展现景区看点等,

四是设立电子资料自助查询系统,方便游客自由查询旅游线路和其他资料;设立醒目的天气预报电子显示屏,为游客选择游览线路、确定游览时间等提供了详实的气候信息;免费向游客提供可供随身携带旅游印刷物,方便游客从印刷物上获取解说信息。

(5) 景区外辅助环境图形

在旅游景区以外建立宣传和说明系统,如传媒、旅游交易会、旅游推介会等辅助环境,作为旅游景区内解说系统的补充,以增加公众对景区景点的了解。目前大多数游客还不习惯于在出游前做仔细的出游准备、收集相应旅游资料的情况下,出游决策带有很大随机性,但是通过媒体传播(如微信、微博、电视、广播等)行业协作,这些景区景点往往会成为游客满足好奇心的目的地。特别是对于距离其旅游景区景点二三百公里以内的周边地区游客,具有更强的旅游吸引力。

景区外辅助解说系统的总体布局思路重点在4个方面:一是通过积极通过传统宣传媒体开展宣传解说;二是建立和完善旅游解说网站,注重解说内容的及时更新;三是积极通过旅游交易会、旅游推介会等形式开展的宣传解说;四是根据实际情况,在临近城市适当位置设立大型解说牌,并在这些城市建立公交、的士车载解说系统,在旅游者入住和到访的各类宾馆、旅馆、餐饮设施、旅游购物等场所,建立接待设施中的解说系统,如在宾馆存放免费的宣传手册供入住客人索取等。

(6) 可携性解说物

为方便游客将景区解说物随身携带而设计,与前5个环境相比较更具有软环境的特征,如导游图、明信片、画册、科普读物等出版物、音像制品类解说用品。它是游客将景区印象在自己周边范围内广泛传播的鲜活载体,对景区形象、营销等有着重要的意义。因此在设计时,主要应在解说物的使用价值、鉴赏价值、收藏价值等三大价值上下功夫,使之成为旅游景区除旅游资源之外又一重要特色。

其总体布局思路重点在2个方面。第一,创新门票形式提高门票解说能力。目前的门票主要有纸质门票、电子门票两大类。其中,电子门票又有磁条式电子门票、条码式电子门票、多媒体光盘式电子门票、IC芯片式电子门票、数码指纹式电子门票、RFID式

电子门票等类型。要着重在门票的鉴赏、收藏、使用价值上下功夫。如上海大观园先后推出了30余款样式不同的门票,就其中的金陵十二钗系列门票而言,票面采用风格鲜明的剪纸艺术,充分展示大观园的红楼文化,现在已经成为了收藏者的抢手货。拥有了这套门票,就等于拥有了一套艺术品,因此具有很高的收藏、使用价值;第二,规范可携性解说物的内容。旅游解说手册是一种重要的自助游客信息支持方式,从文字内容上一般要回答这样一些问题,诸如这里有什么可看的、可做的,怎样找到你想看的東西。同时,还要宣传旅游景区的法规,使游客尊重当地居民的道德、文化和社会秩序等,避免本地民俗文化受到同化、社会治安受到影响。因为旅游景区本地居民同外来游客的接触是长期不断的,游客所带来的思想与文化对本地社会的影响是一种潜移默化的影响,这种影响必然带来诸多消极的负效应。如传统文化丧失和变异,伪文化形态的充斥、色情、犯罪、赌博和社会伦理失范等,这些都要加以预防。

1.2.2 世界自然遗产地新疆喀拉峻旅游区环境图形设计案例概述

(1) 项目来源和背景

喀拉峻,哈萨克语,意为“黑色莽原”,亦被誉为“世界上少有的高山天然优质大草原”。新疆喀拉峻国际生态旅游区(以下简称景区)位于新疆伊犁哈萨克自治州特克斯县,地处天山中部的比依克山北麓,由阔克苏大峡谷、西喀拉峻、东喀拉峻、中天山雪峰和天籁之林五大景区构成,总面积2848平方公里。

景区拥有森林、草原、雪山、冰川等顶级自然资源。2012年,喀拉峻作为“新疆天山”四大申遗组成地之一申报世界自然遗产。鉴于解说系统和标识系统是世界遗产建设水平和管理水平的最直观、最具代表性的视觉传达,景区面向全国遴选文化提升与标志标识系统设计团队,经过一系列概念提案和评审,深圳职业技术学院项目组最终赢得此项设计任务,配合喀拉峻方面开展全方位的设计服务。

项目主要服务内容:①景区VI基础设计系统及标识系统设计;②景区标识解说文案创作及英、韩、哈文多语言翻译;③景区投资商新疆喀拉峻投资股份有限公司VI系统设计。④景区员工服装设计、景区旅游文化纪念品开发等配套服务项目。

项目组按照世界遗产评估和国家5A级旅游景区评估两项标准,以历史、地域、自然生态为出发点,探寻能够体现出喀拉峻独特地方特色的环境图形系统设计方法,出色地完成了设计任务。2013年6月,经联合国教科文组织第37届世界遗产大会表决,喀拉峻作为“新疆天山”的重要组成部分,被列入世界自然遗产名录。目前,喀拉峻环境图形系统已经成为国内许多知名景区考察学习的对象。

(2) 项目分析和设计策略

①喀拉峻旅游区标识系统不同于其它景区标识的价值特征

喀拉峻旅游区以独一无二的自然遗迹为主要吸引物,其独特的自然条件还孕育了丰富多彩的民族文化,二者的融合又使得喀拉峻旅游区更具魅力。喀拉峻标识系统必定会受到环境氛围的影响,与其它景区标识相比,喀拉峻旅游区标识系统的价值特征主要表现在如下几方面。

第一,设计应融合荒野之美。宜采用自然式设计手法,结合科学的生态保护和资源管理具体措施进行立体规划,景区中的所有设计必须与风景协调,并且在破坏风景的情况下进行实施。

第二,标识系统的解说内容要具有科学精神。喀拉峻旅游区地质类型丰富,形态多样,区内集森林、草原、雪山、冰川、河流、湖泊、峡谷等自然景观为一体,集中代表了新疆天山自然的美学价值。标识系统对喀拉峻旅游区的解说不能只停留在对景观表象的描述,更要提高解说信息的科学真理和人文内涵,强调景观现象背后的深层次原因,以体现科普和环境教育功能。按照国际水准全面建设自导式解说系统,用书面材料、图示、语音等无生命设施、设备向游客提供静态的被动式信息服务。喀拉峻地区生态性脆弱,动植物群落与其它地区差异较大,为了准确地说明景区特点,标识解说内容在制定时,需要生态学、地质学、动物学、林学等多学科专业人员的参与。

第三,标识系统的形象要体现喀拉峻文化。喀拉峻地区具有与其它地区全然不同的地方文化特点,寻找能代表喀拉峻文化特色的基础造型元素,如当地民居、装饰符号、民族服饰、民间工艺等,并通过艺术设计的手段将这些元素符号运用到标识系统设计中,使得标识形象具有文化上的延续性,体现地方特色,

具有持久的生命力。

第四,标识系统的VIS(视觉识别系统)要完整:是将企业形象战略嫁接到景区标识的形象战略上,利用CIS(品牌识别系统)的理论、方法结合景区历史传统、地域风情和自然生态等,创造出一套既和景区相协调,又能极具体现景区文化特征的标识识别系统,以此提高景区空间环境的可读性、易识别性,寻求景区标识的标准化。

第五,标识系统的功能结构要完整:标识系统整体合力的充分发挥,需要合适的标识数量和种类、合力的节点空间布局。景区建设中,常常由于观念意识落后或者缺乏科学合理规划而导致标识系统功能发挥不理想,具体表现为标牌数量不足、种类缺失和分布不合理。在今后的喀拉峻旅游区标识系统设计中,以环境需求为原则,以提升服务质量为目标,进行标识数量安排、种类选取和标识牌的布置,建立一个功能结构比较完善的景区标识系统。

②喀拉峻旅游区标识载体与信息物的特征

第一,喀拉峻旅游区标识载体的设计主要从造型、材料、尺度三个方面考虑。标识造型是体现景区特色的重要手段。造型设计首先要与标识功能相结合,依据标识功能强弱等级之分,有区别地进行造型设计。如警示、指向等功能的标识需要信息传达准确、及时,这就需要标识载体的造型简洁明快,突出信息内容。喀拉峻环境下的标识牌造型还要体现当地的文化特色,这样才能与其它景区中的标识形成差异,从而产生持久的生命力。标识所处的环境也会对标识造型产生影响,主要表现为场地环境氛围对于标识造型的选择。

材料是形成标识的物质基础。喀拉峻旅游区标识材料选择要根据设计目的进行,不能体现设计理念的材料坚决不用。标识材料设计要考虑使用寿命,喀拉峻旅游区中,标识载体受到自然侵蚀的因素比较多,载体容易受到破坏的地方要使用坚实的材料。作为景区环境中的一份子,标识材料的选用要体现生态环保的理念,视觉上符合生态美学的基本要求。材料设计还要考虑经济因素,尽量选择造价较低的本地材料。

从人的视觉感受出发,将喀拉峻旅游区标识尺度分大、中、小三类。大尺度的标识一般在3米以上,包含的信息内容丰富,由于体量巨大,视觉效果也强

烈,这种尺度常用在景区形象标识或景区介绍牌上。中型尺度的标识一般在1~2.5米之间,景区中这个尺度的标识在整个标识系统中占有主导地位,数量多,种类丰富,造型多样。小型尺度的标识一般在1米以内,需要近距离识别,一般用于景物名牌、友情提示、安全提示等标牌。

第二,喀拉峻旅游区标识信息物设计:标识信息内容是景区标识系统功能得以发挥的关键。由于游客在标识牌前停留的时间不会很长,要想清楚地传达景区信息,标识内容就必须简洁明了,语言精练。喀拉峻旅游区蕴含了丰富的地质科学知识,且生态资源脆弱,标识内容要从科学的角度出发,向游客介绍地质现象背后隐藏的科学真理和人文内涵,使游客在游览的过程中受到环境教育。此外,标识信息物还需要做到清晰醒目,方便识别。

第三,体现喀拉峻文化的标识设计:不同地域的标识系统在外观形象上应该有所区别,体现地方特色。喀拉峻地区由于独特的地理环境,在地貌、气候等方面与其它地区有明显差异,当地居民数千年的生存繁衍,形成了独特的人地关系,即喀拉峻文化。通过对喀拉峻地区人居环境之特征分析,分别从历史传统、地域风情和自然生态三个维度提炼具有喀拉峻文化特色的视觉造型元素,并运用到景区标识设计中。

③喀拉峻旅游区标识系统规划布局特征

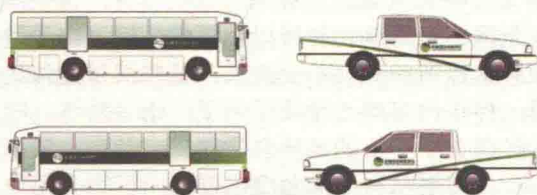
喀拉峻旅游区标识系统的规划布局要结合景点分布和环境需求进行。标识系统规划中引入节点、路径的概念,依据景观节点的资源等级评价,将它们分为主要节点和次要节点,主要节点标识配置高于次要节点,并结合具体节点的环境需求确定标识种类和数量。在非节点处,有观赏价值的景观、植物等处,设置景物牌;在道路交汇、转折处,设置各种指示牌,最终形成一个有层次的、有节奏的喀拉峻旅游区标识体系。

1.2.3 景区环境图形设计双系统

如前文所述，景区环境图形是景区环境解说系统的图艺术化表达方式。基于以上项目分析和设计策略，我们开始了项目设计。为便于明晰环境图形的空间结构及设计任务管理，我们绘制了一个景区品牌标志与标识的“双系统”结构图。

B. 景区标志应用系统

B1. 交通运输



B2. 广告媒体



B4. 办公事务

B3. 内外部环境

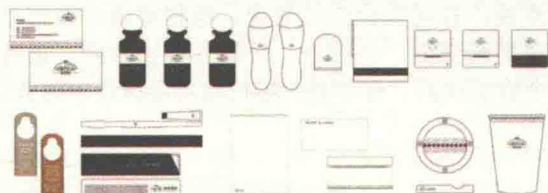


B6. 服装服饰

B5. 旅游纪念品



B7. 酒店用品



B8. 世界自然遗产地内涵解说



▼ A 基础系统

C. 景区标识应用系统

C1. 交通标识

- 1.1 车辆行驶导向
 - 1.1.1 景区外部公共道路
 - 1.1.2 旅游区导向
- 1.2 车辆停靠点
 - 1.3 车辆停车场
- 1.4 车辆限行提示
- 1.5 游船航行导向
- 1.6 漂流导向
- 1.7 交通工具标识
 - 1.7.1 交通工具编号牌
 - 1.7.2 交通工具属性与所有权标志

C2. 游客步行标识

- 2.1 游客步行导向
 - 2.1.1 游客步行导向 (含服务设施)
 - 2.1.2 游客步行导向 (不含服务设施)
- 2.2 徒步路线
- 2.3 生态径

C3. 导览图标识

- 3.1 全景区导览图
- 3.2 分景区导览图
- 3.3 节点导览图

C4. 景观介绍标识

- 4.1 景点介绍
- 4.2 植物介绍
- 4.3 动物介绍

C5. 警示与提示标识

- 5.1 交通环保警示类标识牌
- 5.2 世界自然遗产区域标识和公益环保提示牌
- 5.3 使用者提示牌
- 5.4 安全警示牌
- 5.5 温馨提示牌
- 5.6 安全须知牌
- 5.7 宣传口号牌

C6. 服务设施标识

- 6.1 景区主标识及荣誉标识
- 6.2 各景区大门命名标识
- 6.3 景区各建筑命名标识
- 6.4 服务设施标志
- 6.5 服务引导标识
 - 6.5.1 户外引导
 - 6.5.2 室内引导

C7. 管理说明标识

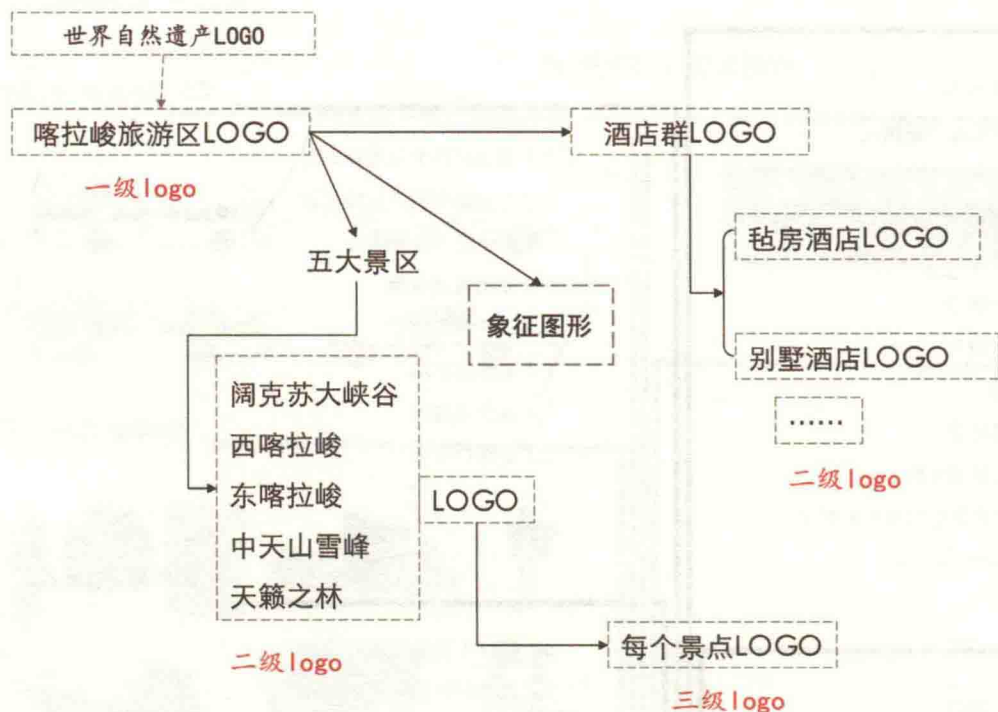
- 7.1 景区界限
- 7.2 非游览区牌

C8. 景区酒店

C9. 游客中心

1.3 景区 VIS 导入设计

1.3.1 基础系统



围绕同一个设计问题，可能会有多个解决方案，此处展示的就是设计过程中的讨论稿，标注*号的方案为被采纳方案。

每个方案并无优劣之分，只有解决方案合适与否。

景区



从上往下看白色色块：老鹰
黑色色块：雪山
黑色色块内部：两大河谷
往右下角看黑色色块：北山羊
黑白色块交界处：一棵松



经典盾形徽章，
表现生物多样性

新疆·天山·喀拉峻
XINJIANG TIANSHAN KALAJUN



异域风情，
原始手绘岩画风格

新疆·天山·喀拉峻
XINJIANG TIANSHAN KALAJUN



新疆喀拉峻
XINJIANG KALAJUN

自然风光
清新风格

公司



现有 LOGO，
建议为投资股份公司 LOGO



坚实的三角形，
倒圆角表示人性化管
理，内含雪山、莽原、
草原等自然元素，
组成公司首字母 K



最炫民族风



握紧的拳头，
对话框（与草原、自然对话）



甲方采纳原因：

①抽象表达了握紧的拳头的图形。

②对话框，表达了投资公司与草原、与自然对话的积极态度，以及推动生态旅游区可持续发展和生态文明建设的决心和内涵。

③六个绿色渐变色块表现了喀拉峻高山草甸草场的光影轮廓之美。

毡房酒店



KALAJUN
YURT HOTEL
毡房酒店

手拉手跳舞的人们

甲方采纳原因：

①抽象表达了哈萨克民族特色毡房之美，顶部饰有哈萨克特色羊角纹。

②设计灵感源自哈萨克民族特色毡房和《淮南子·原道训》——“四处为家处处家，以天为盖地为庐”。这既是哈萨克草原游牧文化的真实写照，也是喀拉峻毡房酒店（库尔代河风情园）能够给大家的独特旅游体验。

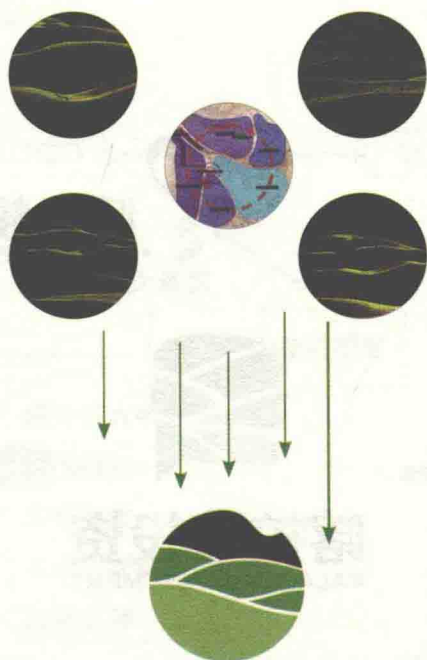
③将喀拉峻三字进行了哈萨克文字（阿拉伯字母）化表达作为装饰。

*



毡房酒店
KALAJUN YURT HOTEL
以天为盖地为庐

标志



景区 Logo 设计说明:

①灵感来源于“喀拉峻”之哈萨克语意——“山脊上的莽原”，萃取多张晨曦与夕阳下的高山草甸草场之美而成。

②绿色代表草原，暗喻了“喀拉峻是世界上少有的第一流的天然高山草场”，也体现了生态旅游区的可持续发展和生态文明内涵。

③三种层次的绿色则涵盖了天山地区特有的三级夷地貌。

④五个色块代表五大分景区——阔克苏大峡谷、西喀拉峻、东喀拉峻、中天山雪峰和天籁之林。

Logo 简称



Logo 全称



Logo 徽章排列

