

浅析旅游品牌视觉形象设计研究

——以“李白故里”为例

吴 月

(西南财经大学天府学院 四川 成都 610000)

[摘要]随着我国经济的快速发展,物质文化和生活方式逐渐扩大,精神需求的娱乐休闲方式自增。国内旅游业发展迅速,特别近些年的故居文化旅游成为传达文化与生活娱乐很好的结合发展趋势,但大多旅游地缺乏地方性的视觉品牌形象研究。故居文化旅游地的品牌形象传达至旅游者心中是有必要的,本文以“李白故居”旅游品牌设计为例,探索以地域性为核心的旅游地品牌形象视觉设计的路径和方法,突出体现“李白文化”背景下旅游的地方特色,创建独特鲜明的旅游品牌形象,推动“李白故里”旅游业的发展。

[关键词]李白故居; 旅游品牌; 历史文化; 视觉形象设计

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2019.11.1144

一、研究背景

1. 国内旅游品牌现状

旅游业作为我国的朝阳产业,综合性强、关联度高、拉动经济等方面作用较为突出;因此各旅游地都在积极发展旅游业,推动旅游业的发展需要提升景区的知名度、提高游客的满意度以及增强景区竞争力,以吸引更多游客,带动当地经济发展。如今,国内旅游市场的竞争越来越表现为旅游品牌的竞争,定位并设计出个性鲜明、具有强烈感召力而又真实可信的旅游品牌形象,是旅游业能否得以可持续发展的至关重要的问题。

目前,我国的大多旅游地的品牌设计存在问题:一是缺乏地方品牌定位意识,使游客对景区的记忆模糊,导致景区知名度低、吸引力低及辨识度低;二是旅游地视觉品牌设计缺乏地方特色,旅游地品牌形象质量较低,没有利用好自身资源,与周边景区缺少差异性,无法体现出该景区的特色和优势,导致旅游地区域竞争力弱^[1];三是旅游地忽略旅游地品牌管理和维护,大多旅游地品牌设计应用较晚,缺乏可借鉴的例子,没考虑长远发展,常出现旅游地品牌设计形象过时、老化,忽略品牌设计的升级和优化,导致旅游地的品牌影响力的周期减短,不利于持续发展。

2. 李白故里旅游品牌现状

名人故里指名人的家乡,具有唯一性,多指名人的诞生地,是名人童年、少年时期成长和最初接受教育的地方,其居住时间相对较长^[2]。李白故里位于四川省江油市,是唐代大诗人李白的故里。李白故里旅游资源丰富:有李白纪念馆、李白故居、海灯武馆、金光洞、青林口红色旅游景区等。虽然李白故里的人文资源和自然资源丰富,整个景区面积不小,但硬件设施不完善,很多地方缺少李白历史文化的直观体现,文化氛围及视觉感受都不够强烈,记忆点较低,使大多游客在游览过程中体验感不深刻或者落差感太大,因此导致李白故里景点口碑不好,客流量少。此外,李白故里缺乏旅游品牌视觉设计特色,没有系统规范的设计品牌形象,商业气息过重,缺少吸引游客的创新点,使其同质化严重,吸引力降低。

二、李白故里旅游品牌视觉形象的建立

1. 旅游品牌视觉形象的重要性

优秀的旅游品牌形象设计能提升旅游地的综合价值。从视觉传达的角度,旅游品牌形象设计是旅游地的“脸”,好的品牌形象视觉识别系统能扩大旅游地的影响力,增加其知名度,从而吸引更多游客前来游览,促进周边经济发展,并且能直观的展现景区的特色和优势,增加旅游地区域竞争力,有利于传播当地文化和地方特色。旅游品牌形象设计的最终目的是通过视觉识别和行为识别传达旅游地的品牌理念,树立品牌特有的形象,因此建立旅游品牌视觉形象是持续发展旅游业的关键。

2. 李白故里旅游品牌视觉设计定位

从视觉传达设计的角度去探讨李白故里旅游地品牌视觉建立的基本规律和方法,并结合当地的地域文化特色、历史文化背景,实际应用到文化旅游品牌视觉形象的塑造当中,从而使故居旅游业的品牌优势与发展战略能够通过视觉符号的形式表达出来,突出体现李白故里旅游地的地方特色,创建鲜明独特的城市旅游品牌形

象,推动地方旅游业的发展。在旅游产业大力发展的背景中,提升故居文化旅游的特征性与效益性是核心问题,从“李白故里”的故居旅游地出发,打造地域性品牌形象,深化品牌旅游地的视觉效应,带动更加合理的“李白故里”旅游结构体系。

以李白故里的旅游产品与整体品牌的角度去理解,结合企业识别系统及传播学等有关理论,有效的运用视觉设计的方式和手段将旅游资源特色、文化内涵,以及旅游业发展战略转化为生动形象的视觉符号,直观地展现给旅游者。以研究旅游地品牌形象的核心属性即地域性为切入点,探索李白文化旅游地品牌形象视觉设计的策略及路径和方法,有效解决旅游地形象同质化的问题。

三、李白故里旅游品牌视觉形象设计

李白故里旅游景区是富有历史文化底蕴的地方,在品牌视觉形象设计上不仅要表现出景区特色、适当的融入相关历史文化还要具有实用性。视觉识别系统包含基础系统和应用系统两个方面内容,基础系统主要包括景区的标志、标准字、标准色、吉祥物等内容。应用系统包括景区导识设计、文创产品设计、户外广告设计等内容。

1. 李白故里旅游品牌视觉识别基础系统

李白故里标志需要直观清晰地被识别,因此要求标志简洁、大方、具有很高辨识度且易于传播;提取李白文化中有代表性的元素,将其简化作为标志主体,标志颜色借鉴书法的常用表现效果,黑白色为主,对比强烈、便于识别,又能显示出历史感;标准字体为行书,是李白常用的字体,具有很高的实用性和艺术性;吉祥物可将李白诗人形象抽象化,其中提取李白文化元素,结合时代变化,区别于传统的吉祥物。

2. 李白故里旅游品牌视觉识别应用系统

景区的视觉识别应用系统以景区的导识系统设计为主,是景区最关键的视觉符号,具有很强的引导性,要求导识设计必须统一创新并且便于识别,最重要的是要体现李白故里的精神文化内涵,这就要结合江油地域特征和景区人文特征进行表达,避免过度装饰,从视觉形象上给游客留下深刻印象;景区工作人员着装统一为附有景区标志的唐装,营造景区文化氛围的同时便于景区统一管理,此举既可以弘扬李白诗歌文化,又能提高景区知名度。

结论

发展李白故里旅游业,延续李白文化,离不开优秀的旅游品牌形象设计,该品牌设计要具备特有风格,充分利用历史留存的文化元素,保留地方历史文化氛围;同时,要突出品牌形象创意设计,紧跟时代发展,关注旅游市场前期信息,通过视觉形象展现景区历史文化魅力,使旅游品牌视觉形象多元化,提高游客的满意度。

参考文献

[1] 文化旅游深度开发刍议[J]. 张晓明, 张辉. 前沿. 2010(13)

本成果受四川省哲学社会科学重点研究基地李白文化研究中心课题“李白故里”旅游地品牌形象的视觉设计研究(项目编号:LB19-B02)资助

银行聚合收单在支付场景的实践与探索

李 佳

(建行广西区分行 广西 南宁 530022)

[摘要]支付是所有金融场景的入口,是多金融融合的有效渠道。并且随着国家监管层对于产业的全面规范、监管层的有效介入,结束了聚合支付行业受“格雷欣法则”约束的怪圈,终结了聚合支付的野蛮生长时代。聚合支付将会向着更加合规、更加健康、更加创新的方向发展。银行聚合收单也将在无处不在支付场景中,作为服务商和场景的开拓者,完成新的蜕变。

[关键词]银行聚合; 支付场景; 实践

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2019.11.1145

一、移动支付概述及聚合支付发展

移动支付是指用户使用移动终端,接入通信网络或使用近距离通信技术完成信息交互,使资金从支付方向受让方转移的支付行为。2014年起,随着支付宝、微信支付等第三方支付产品针对C端的海量资源投入推动用户养成条码支付习惯,移动支付业务迎来爆发式发展。2016年以来,移动支付产品快速迭代且被大范围推广,收单机构及外包纷纷出局,移动支付规模爆发式增长。2017年下半年中国银联推出“云闪付”App,同时人民银行陆续出台移动支付监管政策,严查“二清”。据官

方数据统计,中国已经成为全球移动支付第一大市场,在移动支付用户规模、交易规模、渗透率等方面都处于大幅领先地位。移动支付早已不再简单的促成交易的手段,而成为推动政务民生、公共交通、餐饮医疗、住宿零售等行业发展的促动器和催化剂。

二、移动支付促进银行收单业务快速发展

1 移动支付场景竞争激烈

众所周知,在移动支付的发展大潮下,各大机构都在构建自己的移动支付生

态,从银行、银联,到支付宝、微信,再到京东、百度,各家机构纷纷推出移动支付产品,商户收银台的二维码种类也越来越多,但各自都只支持自己的支付通道。而目前二维码支付市场的格局基本已定,微信、支付宝在支付市场占有绝对优势,传统银行机构如果只依靠自身的力量取得重要市场占比基本不可能,聚合支付是最好的切入方式。除了已经上线自己的二维码支付产品的大银行,比如工商银行、建设银行等,包括兴业、浦发、中信、平安、恒丰等多家股份制银行都已经加入研发和推广聚合支付的队伍中。

2银行聚合收单发展新风口

伴随业务创新,聚合支付行业的乱象也开始出现,而聚合支付,理论上说仅仅是信息服务的中介,所有的资金流转、清算、风控都是由持牌支付机构处理。为规范聚合支付市场发展,央行今年初下发了《中国人民银行支付结算司关于开展违规“聚合支付”服务清理整治工作的通知》。根据上述文件的内容,聚合支付服务机构定位为“收单外包服务机构”,并按照银行卡收单业务管理要求,明确聚合支付服务机构开展业务不得从事资金结算、收单业务交易处理、受理终端主密钥生成和管理等收单核心业务。

三、建行广西分行聚合收单场景支付实践与应用

1建行广西分行聚合收单现状

建行广西分行在着力完善聚合支付通道功能的同时,也在加强合规和风控的管控,并设计灵活的产品更好地支持聚合支付和电商平台的服务,叠加更多的金融产品给这些场景拓展企业,实现互利共赢。截至2018年12月,建行广西分行聚合收单交易额约为92亿元,其中微信聚合收单约为70亿元,支付宝聚合收单约为22亿元。

龙支付二维码是建设银行新推出的聚合支付产品,客户与商户均可生成带有支付要素的二维码,通过扫描二维码,实现客户与商户之间的快速、安全、便捷支付的功能。二维码聚合支付又分为聚合支付二维码主扫支付及被扫支付,龙支付聚合支付二维码主扫支持微信、支付宝、银联云闪付、交行买单吧等。除了线下二维码聚合收单场景,建行在线上还有微信公众号及支付宝服务号聚合收单场景。

2聚合收单在医疗场景建设应用

伴随快捷支付方式不断创新,安全方便快捷的客户体验成为医疗信息化成功与否的重要标志。建行广西分行自2017年开始,就对北京、上海、四川等发达地区传统银行机构银医合作模式进行对比研究,对银医合作中涉及的账户归集、资金清算、客户体验和利用建行现有产品构建场景获客粘客实现进行认真分析,对于如何加强与医院系统的耦合、提升患者的体验以及充分体现建行权益都进行技术

可行性分析,初步形成一个“银行+医院+第三方开发商”的合作框架,并在广西多家医院成功落地,这表明从技术角度,新模式的银医合作具备技术实施条件。

3聚合收单在民生场景建设应用

建行推出的线上菜篮子产品,满足菜市场商户线上销售的需求,2020年广西分行累计拓展线上菜篮子商户1700余户。覆盖多个消费场景,并配套开展龙支付满减活动,回馈C端,为B端引流,助力复工复产。使用优惠金额170万元,累计优惠2万人次。

四、进一步探索聚合收单场景

1丰富聚合收单场景

智慧出境场景建设,随着中国公民出境游需求不断加强,境内签证办理业务市场近年来不断扩大,目前市场上主流签证办理已经由起初的专业签证网、旅游公司转移到了新兴的电商网站,他们通过销售旅游产品场景搭配签证办理给客户提整套解决方案,在短时间内获得了巨大交易量。通过与中国签证网合作,传统银行机构在为客户办理签证的同时,可为客户提供金融配套服务解决方案,做银行业特色签证服务,给客户提在线保证金扣划服务的同时提供相应的金融增值服务。

2横向整合信贷融资服务,形成支付+信贷服务

该模式向商家提供交易流水经营贷款等供应链金融服务,面向个人客户提供消费信贷。推出POS贷产品和保理服务,通过进入商家进销存供应链,将POS贷和保理服务整合进去实现横向扩展。而面向个人的消费信贷也可以进行横向整合,形成基于场景的消费信贷服务。

结束语

在着力完善聚合支付通道功能的同时,也要加强合规和风控的管控,设计灵活的产品更好地支持聚合支付场景建设和金融产品服务,并同时向多个场景输出聚合支付业务及其相关金融产品与服务,根据与这些场景机构相互之间的合作关系以及场景、业务和产品本身之间的关联程度,做到多个场景的交叉与互导。使得不同场景下的客户、产品、使用渠道之间产生交叉和互补效应,并且会随着应用场景规模的发展不断交叉增长,对传统银行机构整体业务的发展起到快速引领和推动作用。

参考文献

- [1] 马光远. 互联网金融将引发金融界革命[J]. 中外管理, 2013(10): 24
- [2] 王森. 银行聚合收单在支付场景的实践与探索[J]. 青海金融, 2019, 341(02): 48-52.

幼儿园开展民间儿童游戏的现状与策略探讨

魏娟

(内蒙古鄂尔多斯市东胜区小布点幼儿园 内蒙古 鄂尔多斯 017000)

[摘要]民间儿童游戏是中华民族一代又一代的智慧结晶,它继承着中华民族的优秀传统文化,代表着我国优秀文明的一部分。因此在幼儿园开展民间儿童游戏可以有效的让幼儿了解生活中的方方面面,并且让他们在兴趣中进行学习与成长。但是一部分人认为民间儿童游戏不符合时代潮流,在开展过程中也遇到了很多问题。本文将对幼儿开展民间儿童游戏的现状与策略进行探讨。

[关键词] 幼儿园; 民间儿童游戏; 现状与策略

[DOI] 10.12522/j.issn.2096-627X.2019.11.1146

引言

民间儿童游戏有着其独特的表现形式,它不受时间、空间等客观因素的限制,可以让幼儿随时随地的进行游戏。而且它也符合幼儿好奇心强、爱探索的天性,能够促进幼儿德智体美劳的全面发展。但是随着网络科技的飞速发展,外来文化冲击着我国传统文化市场,对开展民间儿童游戏产生了不利的影响。针对这种情况,幼儿园教师应当创新传统游戏形式,让民间儿童游戏发挥其真正的作用。

一、幼儿园开展民间儿童游戏的现状

(一) 教师组织民间游戏的能力较差

目前幼儿园教师行业中教师普遍年纪较小,接受的教育也较为现代化。并且随着互联网的不断发展,教师在接受培训的过程中,能够接触传统文化的机会少之又少,这就导致教师不够了解民间游戏,使得在组织的过程中不能够详细地安排。这样就会使得整个游戏活动混乱、规则不清,导致幼儿对民间游戏失去兴趣。教师在游戏的过程中要尽量照顾到每一个幼儿的感受。因此如果教师自身对自己的能力不自信,那么他们很可能忽略部分幼儿的心理感受,从而降低他们的游戏体验^[1]。

(二) 缺少开展民间游戏的气氛

许多教师与家长都认为民间游戏已经不适应当今社会的发展。比起新型的网络游戏,传统的民间游戏缺乏趣味性与潮流性,并且宣传力度不到位,使得许多成年人对它的认识有所偏差。这就导致在幼儿园活动中,教师会有意识地回避民间游戏,并且幼儿园中也缺少开展民间游戏的气氛,使得幼儿没有机会去了解民间传统文化。这样便对引导幼儿感受传统文化的魅力造成了一定的阻碍,对促进幼儿全面发展、提高幼儿文化素养都是十分不利的。

二、幼儿园开展民间游戏的策略探讨

(一) 增强教师组织民间游戏的能力

幼儿园应当定期对教师展开培训,引导他们形成正确的传统文化观念,才能够让民间儿童游戏在幼儿园中更好的开展。例如在培训时,教师可以积极地进行讨论,集思广益,找到最合适这个年龄段的幼儿的民间游戏。并且在确定游戏形式之后,应当进一步对其进行创新,让它更符合现代教育的理念,也可以融入一些现代游戏的特色,让民间传统游戏更加具有趣味性。例如在玩“木头人”这一游戏时,单纯地让幼儿静止不动会很快消耗他们的耐心,教师便可以让幼儿一边念儿歌一边等待教师的指令,谁忘记了歌词谁就输掉游戏。这样可以在游戏的过程中锻炼幼儿的语言能力,同时也让教师参与到了游戏中,增强他们组织游戏的能力^[2]。

(二) 创设开展民间游戏的情境

情景教学能够让幼儿尽快地融入游戏当中,激发他们进行民间游戏的兴趣。并且在情景教学中,幼儿可以接触到他们没有接触到的生活经历,从而增加生活阅历,增强融入社会的能力。在这种生活化的民间游戏中,幼儿能够更加直观地体验自己在游戏中的角色与作用,这样更有利于调动起幼儿进行游戏的情绪。例如,在民间传统游戏“警察抓小偷”中,幼儿扮演警察可以增强自己的正义感,而扮演小偷的幼儿可以明白做错事就要被惩罚的道理。这样可以强化幼儿的规则意识,使得他们在成长的过程中养成高尚的品德。同时,在游戏交往中,可以让他们逐渐懂得什么是正确的、什么是错误的,引发他们判断正误的意识,增强同伴间的情感交流。并且民间游戏种类繁多,而且大多是在自然环境中进行的,特别是民间体育游戏中有很大一部分是练习跳等基本动作的游戏,对孩子的身体发展起着多方面的作用,能促使他们身体健康和谐的发展,从而增强他们的体质。

(三) 将民间游戏与传统节日相结合

民间游戏与传统文化都是中华民族的优秀文化传统,是中国人民的智慧结晶,因此教师可以将游戏与传统节日相结合,进一步拓展幼儿的传统文化的知识面,提高幼儿的文化素养。例如,教师可以在端午节之前与幼儿一起开展“赛龙舟”的游戏活动。教师可以与幼儿一起手工制作简单的龙舟,让幼儿可以分小组操作,带领自己的团队走向胜利^[3]。在划龙舟的过程中,幼儿可以分工合作,例如一人指挥方向,其他人划桨。在这个过程中幼儿应当保证龙舟的完整性,如果龙舟破损,那么便失去了参赛资格。

结束语

总而言之,在幼儿园教学中开展民间儿童传统游戏可以贯彻素质教育的理念,让幼儿在年纪较小的阶段就养成规则意识与合作意识,增强与他人沟通、交往的能力。这样可以让他们在升入小学之后,尽快融入新的学习环境和学习节奏,对幼儿的未来发展有着极大的帮助。

参考文献

- [1] 胡芳强. 幼儿园传统民间游戏开展的现状与策略研究[D]. 山东师范大学, 2017.
- [2] 杜运景. 幼儿园游戏化教学存在的问题与对策研究[D]. 华中师范大学, 2017.
- [3] 高伟. 民间儿童游戏与幼儿园课程的融合依据和实施路径[J]. 陕西学前师范学院学报, 2017, 33(01): 11-14+19.