

Doi: doi.org/10.70693/rwsk.v1i1.449

新质设计力赋能文旅产业高质量发展研究

张淑敏¹ 黎家良¹

(¹黑龙江大学, 黑龙江 哈尔滨 150080)

摘要: 本研究从新质生产力的视角出发, 提出以“新质设计力”为核心的文旅产业高质量发展路径。通过对新质生产力的概念框架分析, 新质生产力促使设计力向“新”发展, 论述新质设计力赋能文旅高质量发展的内在逻辑、价值、困境挑战与多维创新路径。研究发现, 设计力通过创新转型为传统文化注入活力, 推动“设计+”与文旅融合, 提升城市和社区规划, 以及通过科技赋能与系统性赋能提升文旅体验。从设计多学科交叉、数字经济驱动、品牌建设等三个维度探讨文旅高质量发展路径。通过科技创新和设计创新, 推动文旅产业形成新业态、新场景、新模式, 提升产业竞争力和市场活力。

关键词: 新质设计力; 文旅产业; 数字化转型; 高质量发展

中国的文旅产业正经历从传统模式向创新模式的转变, 在市场需求和科技进步的双重驱动下, 文旅行业面临创新乏力、体验单一、竞争力下降等问题。为应对这些挑战, 习近平总书记在 2023 年提出了“新质生产力”概念, 强调通过科技创新、绿色发展和管理模式转型推动高质量发展。新质生产力旨在通过技术创新、要素优化和产业融合等手段, 提高生产效率、资源利用率, 并推动产业全面升级^[1]。作为新质生产力的重要组成部分, 新质设计力通过技术与文化的深度融合, 创新了文旅产品和服务形式, 优化了用户体验, 提升了产业竞争力和市场活力。

一、“新质”设计力概念与特征

设计力是基于消费升级和商品升级的背景提出的。苏文曾指出“设计力的形成过程, 是一场修行, 来源于设计师对生活的体悟, 是一个内求的过程。”^[2]设计力是指设计师或设计团队通过创新思维、创意表达和解决问题的能力, 综合利用艺术、技术、市场等多种因素, 创造出有形或无形产品的能力。新质设计力的“新”与“质”是新质生产力“新”与“质”的体现, 新质设计力的“新”体现了技术创新、跨界整合和设计思维的升级, 而“质”则代表了设计在文化、美学、可持续发展和用户体验方面的高质量追求。新质结合, 推动设计从传统的美学与功能领域, 迈向更广泛的社会、文化和生态价值创造。新质设计力不仅是文旅产业高质量发展的动力源泉, 也为各个行业的创新和转型提供了重要的工具和方法。新质设计力的“新质”主要体现在技术创新、融合创新、用户体验和文化遗产等方面, 借助前沿科技驱动设计, 提升设计效率和精准度; 与科技、文化、商业等领域深度融合, 创造全新业态; 设计中融入文化元素和社会价值观, 推动设计与文化的双向融合; 注重用户的全程参与感和个性化需求, 提供定制化解决方案。新质设计力是设计力从传统的单一功能性向多维度价值创造转型的价值体现。

¹ 作者简介: 张淑敏(1999-), 女, 山东聊城人, 黑龙江大学艺术学院硕士研究生。

黎家良(2001-), 男, 广东茂名, 黑龙江大学艺术学院硕士研究生。

二、新质设计力赋能文旅高质量发展的内在逻辑

新质设计力通过技术、文化与用户体验的深度融合，推动文旅产业的全面升级。习近平总书记指出，“高质量发展需要新的生产力理论来指导，新质生产力在实践中已显示出强大的推动力。^[3]”新质设计力作为新质生产力的具体表现，通过设计创新转化为文旅产业的实际产品与服务，推动产业转型升级。

2.1 创新驱动：科技与设计融合，推动文旅产品和服务升级

科技创新与设计创新推动产业转型，特别是在文旅产业中。两者融合优化供给模式，创造全新体验，助力文旅向智能化、体验式转型。创新驱动提升竞争力，新质设计力通过科技与设计创新升级文旅产品。科技为设计提供工具，设计创新利用科技实现差异化与个性化。设计创新融入文化创意、科技元素和独特体验，打造竞争力强的文旅产品。新质设计力整合 VR、AR、AI 等技术，优化场景体验，增强沉浸感。科技与设计的融合也体现在文化创意赋能品牌塑造上，提升文化吸引力和市场影响力。科技与设计融合将推动文旅产业向高质量、智能化、多元化发展。

2.2 产业融合：打破边界，实现文旅与多产业深度融合

文旅产业正由单一向多元融合转变，打破传统边界，与科技、文化等多产业深度融合。此融合注入新活力，拓展发展空间，创造新经济增长点。文旅融合为核心，提升文化体验，推动文化传播；科技推动文旅创新，智慧旅游应运而生，提升旅游体验；多领域融合催生新业态，如体育旅游、乡村旅游等，满足多样需求。文旅产业将实现多元化、智能化、生态化发展，为经济增长和文化传播注入新活力。

2.3 用户体验优化：个性化设计提升游客参与感和满意度

个性化设计通过数字技术、人工智能和数据分析，提升游客参与感和满意度。其核心在于以用户为中心，提供针对性的服务和产品，创造独一无二的旅游体验。传统模式已无法满足多元化需求，通过数据分析把握游客兴趣，设计个性化服务；沉浸式体验设计增强游客与环境互动，提升参与感和满意度，进而增强品牌忠诚度。

2.4 绿色设计：推动文旅产业的可持续发展

习近平总书记强调：“绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力。^[4]”作为一种将生态保护、资源节约和文化遗产融入到设计理念中的实践方式，绿色设计不仅仅是技术的应用，更是一种发展理念的转变。生态旅游和乡村旅游推动地方经济与生态保护双赢，绿色设计推动文旅产业绿色运营，减少碳足迹，赋能品牌价值，吸引环保游客，打造绿色旅游品牌，推动高质量发展，实现经济、社会、生态效益平衡^[4]。

三、新质设计力赋能文旅高质量发展面临的挑战

3.1 技术基础与创新能力不足

新质设计力需技术创新支持，尤其在数字化与智能化设计领域。文旅企业因技术基础弱、资金人才匮乏，技术应用受限，问题在于技术初级应用，未深度整合高效利用。如 AR、VR 技术因滞后或维护不力，难提供流畅沉浸式体验；大数据挖掘分析能力不足，游客需求预测表面化；创新能力缺失亦制约发展，技术与设计脱节，文旅产品缺乏新意，体验单一；技术与设计脱节削弱产品创新性，挑战产业竞争力。

3.2 文化适应性与本土化削弱

如何实现新质设计力与本土文化的深度融合,规避“文化水土不服”的困境,是亟需解决的难题。文化适应性的缺失不仅会削弱旅游体验的深度,还可能导致文化的扭曲与误解,过度依赖科技手段而忽略文化独特性,会降低文化遗产的真实性和深度体验。需要在全球化趋势与本土化需求之间找到平衡,既能展示地方文化的精髓,又能满足不同文化背景游客的需求,从而确保文化的真实传承与创新表达。

3.3 资源整合与产业协同难度大

新质设计力的有效实施需要整合科技、文化、市场等多领域资源,但文旅产业的综合性使资源整合的复杂性成为企业创新的瓶颈。文旅产业需要科技公司、文化机构、政府部门等多方协同,但利益协调和资源分配的困难导致合作效率低下,阻碍资源的最优配置。跨行业合作的缺失使得文旅企业难以有效整合科技与文化资源,限制了新质设计力的发挥,进而阻碍了文旅产业的创新与高质量发展。

3.4 用户参与度与体验度不足

新质设计力的精髓在于借助创新设计手段,深化游客的参与层次与体验质量。当前文旅企业在确保游客在旅游全过程中能够保持高度的参与热情和深度的体验感受方面,仍面临显著挑战。游客需求日益多样化和复杂化,文旅企业难以通过单一设计满足多样化需求。新质设计力倡导通过创新设计增强游客的参与感,但在实际操作中,如何平衡设计的复杂性与操作的便捷性,确保游客能顺利沉浸式参与体验,企业也需要在技术创新和用户友好性之间找到合适的平衡点。

四、新质设计力赋能文旅高质量发展的多维创新路径

4.1 多学科交叉,驱动文旅创新设计

发展新质生产力需要突破学科壁垒,形成交叉融合、多元并蓄的学科布局,从而扩大一专多能、素质全面的跨学科人才供给,为新制造、新业态、新服务提供高素质的劳动者队伍^[5]。新质设计力正是在学科多元交叉与技术跨界融合的新形态下,聚焦文旅产业,优化产业结构,加快科技创新发展。多学科交叉设计的核心在于跨越传统学科的边界,将不同领域的知识、技能和视角融会贯通,从而实现系统性创新。第一,科技与设计的深度融合,提升产品科技感与互动性,使文旅形式不再局限于物理体验,而是向沉浸式、交互式体验迈进。第二,人文学科的深度介入,挖掘地方文化故事,将文化符号、民俗元素、历史事件等有效融入设计中,增强了文旅产品的叙事性和文化深度,使得游客的体验不仅限于视觉的享受,更具有情感的共鸣和历史的沉浸感。第三,社会科学与用户体验设计结合,深入理解游客的需求和行为,设计出符合游客心理预期和审美偏好的产品与服务,让游客在整个游览过程中都能感受到关怀和便利,将文旅体验以人为本的设计理念从表层向深层次进行全面提升。第四,多学科人才、知识交叉,激发创意和灵感,碰撞丰富多彩的设计方案,使其在多个维度上进行深入优化,呈现出既美观、实用,又富有深厚文化内涵的文旅产品与体验。通过这种跨界融合,文旅产业得以在内容深度、体验广度和文化内涵等方面实现系统性提升,从而更好地满足现代游客的多样化需求,推动文旅产业向着高质量发展的方向迈进。

4.2 数字经济驱动,赋能文旅产业的全新体验

数字经济作为现代经济的重要组成部分,通过科技要素的全面嵌入、产业融合的深度升级以及新兴技术的应用,改变文旅产业的内核与外延。借助大数据、人工智能、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等前沿技术,数字经济赋能文旅产业,实现了从内容创意、互动体验到资源管理的全面数字化转型。第一,新科技重塑文旅落地场景。要积极推进文物文化遗产数字化建设,通过数字采集、云端服务和智慧技术等前

沿科技,完成文物文化遗产的采集、存储、展示等流程,实现文物文化遗产数字化保存^[6]。延长文化遗产的生命力,增加了文化的传播半径,使通过数字途径“参观”文化遗产。第二,数字经济推动文旅产业拓展新的“文旅+”模式,例如“文旅+体育”、“文旅+虚拟演艺”、“文旅+数字博物馆”等新业态。借助新技术和新形式的多样表达,使游客不再受限于物理空间,通过线上平台参与丰富多样的文化体验,拓展了传统文旅的服务边界。第三,数字技术、大数据、物联网、人工智能等深度赋能,推动智能化文旅服务体验。建设智慧景区,实现景区内游客流量的实时监测、设施的自动化控制和运营管理的智能化调度。借助智能技术和智能化平台,游客的旅游过程从智能化推荐、语音导览、智能支付,到跨平台的旅游资源共享,数字经济将旅游体验从简单的信息获取和游览观光升级为智慧化、互动式和体验式的全方位文化享受。数字经济的深度融合推动了文旅产业的创新与升级,不仅使文化与旅游体验焕然一新,更推动文旅产业在内容、模式和服务等各个层面向智能化、个性化和深度化方向发展。

4.3 品牌建设,提升文旅产品的附加值

品牌建设作为提升文旅产品附加值的核心路径之一,通过品牌化运作,获得了差异化竞争优势,实现文化内涵、设计力与市场需求的深度融合,从而提升文旅产品的整体价值,为文旅产品增添了情感共鸣、文化深度和社会责任。第一,新质设计力通过本地文化符号的深度挖掘与转化,将其融入文旅产品设计中,品牌联动与跨界合作,深化多重文化内核,构建视觉与文化的双重品牌价值,为产品注入了新的文化符号和科技附加值,形成“文化+设计+科技”的新型文旅品牌形象,提高了品牌的影响力和产品的市场附加值。第二,文旅品牌建设的核心是与消费者的情感连接,而品牌故事是建立这种连接的重要桥梁。新质设计力通过创意设计,将景区、文化、历史等元素转化为独具特色的品牌故事,让游客在购买文旅产品或体验文旅服务时感受到品牌所传达的精神和文化内涵。第三,以社交媒体、短视频平台、在线直播等数字化渠道,制作品牌相关的短视频,展示品牌故事、产品背后的文化内涵,以及游客在景区的真实体验,文旅品牌能够与目标受众建立更加直接和互动的联系,扩大品牌的传播范围和影响力。

五、结论

新质设计力通过技术与设计的跨界融合,激发了传统文化的创新表达,推动了文旅产业的现代化和多样化发展,丰富了文旅体验,为文旅产业带来了新的增长点和竞争优势。未来,文旅产业的高质量发展需要进一步深化科技与设计的结合,注重创新思维与文化内涵的融合,打造更具吸引力和文化价值的文旅产品与服务。新质设计力的持续深化,将助力文旅产业从“量的积累”向“质的提升”转变,实现文旅产业的全面升级与可持续发展。

参考文献:

- [1] 习近平.发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点[N].《求是》2024年第11期.
- [2] 苏文.设计力要做的是“雪中送炭”[J].中国广告,2022,(08):24-27.
- [3] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调加快发展新质生产力扎实推进高质量发展[N].《人民日报》,2024-02-02,第1期.
- [4] 姚树洁,张帆.区域经济均衡高质量发展与“双循环”新发展格局[J].宏观质量研究,2021,9(06):1-16.DOI:10.13948/j.cnki.hgzlyj.2021.06.001.
- [5] 董占军.新质生产力发展的设计学科基础与实践路径[J].美术观察,2024,(07):11-16.
- [6] 徐芳.新质生产力赋能文旅产业高质量发展[J].中共山西省委党校学报,2024,47(03):62-67.DOI:10.13964/j.cnki.zgsxswdx.2024.03.010.

Research on Empowering High Quality Development of Cultural and Tourism

Industry with New Quality Design Power

Shumin Zhang¹, Jialiang Li²

Heilongjiang University, Harbin 150080, Heilongjiang, China

Abstract: Starting from the perspective of new quality productivity, this study proposes a path for high-quality development of the cultural tourism industry with "new quality design power" as the core. Through the analysis of the conceptual framework of new quality productivity, new quality productivity promotes the development of design power towards "newness", and discusses the internal logic, value, dilemma challenges and multi-dimensional innovation path of new quality design power empowering the high-quality development of cultural tourism. The study found that design power injects vitality into traditional culture through innovative transformation, promotes the integration of "design+" and cultural tourism, improves urban and community planning, and enhances cultural tourism experience through technological empowerment and systematic empowerment. The path of high-quality development of cultural tourism is discussed from three dimensions: multidisciplinary design, digital economy drive, and brand building. Through technological innovation and design innovation, the cultural tourism industry is promoted to form new formats, new scenes, and new models, and the industry's competitiveness and market vitality are enhanced.

Keywords: new quality design power; cultural tourism industry; digital transformation; high-quality development