

基于贫困经济学的设计振兴乡村策略研究

江滨¹, 张书豪²

(1. 上海中侨职业技术大学, 上海 201411; 2. 宣素那他皇家大学艺术设计学院, 泰国曼谷 10300)

摘要: 本文立足于贫困经济学理论, 系统探讨设计介入在乡村振兴中的作用机制及现实意义。以四川春风村、南京佘村、西南石村和贵州西江千户苗寨为典型案例, 运用文献分析与实证数据相结合的方法, 深入考察设计干预在产业发展、空间优化、文化塑造与社区治理等层面的影响。研究表明, 设计不仅通过推动农产品品牌化与价值链延伸显著提升了农户收入与集体经济水平, 还借助空间环境改善、节庆文化创新和制度化设计增强了村民的就业机会、社会参与度及文化认同, 从而逐步缓解多维贫困。从贫困经济学视角出发, 设计赋能有效促进了村民能力的扩展与机会结构的改善, 为乡村从“生存导向”向“发展导向”的转型提供了实践路径。本文认为, 设计已成为推动乡村经济与社会双重进步的关键动力, 其价值不仅体现在短期经济收益的提升, 更在于通过制度创新与文化赋权, 为防范代际贫困与实现乡村可持续振兴提供了长效保障。

中图分类号: TU952

关键词: 贫困经济学; 设计赋能; 乡村振兴

Research on the strategy of rural revitalization based on poverty economics

Jiang Bin¹, Zhang Shuhao²

(1. Shanghai Zhongqiao Vocational And Technical University, Shanghai 201411;
2. Suan Sunandha Rajabhat University of Art and Design, Bangkok, Thailand 10300)

Abstract: Based on the theoretical framework of poverty economics, this paper explores the pathways and practical significance of design empowerment in rural revitalization. By examining typical cases such as Chunfeng Village in Sichuan, She Village in Nanjing, Shicun in Southwest China, and Xijiang Qianhu Miao Village in Guizhou, and employing literature research and data analysis methods, the study investigates the impacts of design interventions on industrial development, spatial optimization, cultural shaping, and community governance. The findings reveal that design not only promoted product branding and value chain extension, leading to significant growth in farmers' incomes and collective village revenues, but also improved villagers' employment opportunities, social participation, and cultural identity through environmental enhancement, festival innovation, and institutional design, thereby gradually alleviating multidimensional poverty. From the perspective of poverty economics, design interventions effectively expanded villagers' capabilities and improved opportunity structures, providing a practical path for the transformation of rural areas from "spaces of survival" to "spaces of development." This study argues that design empowerment has become a key approach to promoting both economic and social development in rural regions. Its value lies not only in boosting short-term economic benefits but also in fostering long-term sustainability by institutional innovation and cultural empowerment, thus preventing intergenerational poverty and ensuring enduring revitalization.

Key word: Poverty Economics; Design-driven Empowerment; Rural Revitalization

1 引言

在任何国家、任何历史时期，贫困问题始终存在。贫困问题的加剧往往造成社会动荡不安，扶危济贫于是成为一个国家社会稳步发展的关键^[1]。诺贝尔经济学奖获得者阿马蒂亚·森在《贫困的本质》中提出：“贫困不仅仅意味着一个人或家庭创收能力与机会的贫困，同时也意味着其获取和享有正常生活的能力与权利的缺失^[2]。”这一理论突破了传统以收入为唯一指标的贫困判定方式，强调了贫困的“能力”维度，即个体能否通过社会资源与自身选择实现基本功能和有尊严的生活。由此，贫困经济学成为理解与治理贫困的重要理论基础。

中国的脱贫攻坚战取得了历史性成就，2018年9月21日，在主持十九届中央政治局第八次集体学习的讲话中，习近平总书记强调指出：“乡村振兴战略是党的十九大提出的一项重大战略，是关系全面建设社会主义现代化国家的全局性、历史性任务，是新时代‘三农’工作总抓手”，“打好脱贫攻坚战是实施乡村振兴战略的优先任务^[3]。”然而，脱贫之后新的问题逐渐显现：如何确保农村的持续发展与繁荣？事实表明，传统依赖单一资金投入的“输血式”模式虽能在短期改善部分条件，却难以形成长期自我发展能力。贫困经济学视角下的乡村振兴，强调通过“增强能力”与“扩大机会”实现可持续发展，与森提出的“能力贫困”理念高度契合。在这一宏观背景下，设计作为一种跨学科的创新实践方法，已逐渐超越狭义的审美范畴，扩展至产业组织优化、空间环境改善、文化遗产传承以及社会治理创新等多个层面。相关研究表明，学界也正通过可视化与知识图谱等方法探索设计与科技、教育的跨界融合路径，为设计赋能乡村振兴提供新的理论支持和研究工具^[4]。设计介入不仅能够推动农产品品牌化与产业链延伸，提升乡村产业的市场竞争力，还能够通过公共空间重构、文化身份重塑以及治理机制优化，增强乡村社会资本和组织活力。这种系统性与综合性的“设计赋能”路径，与贫困经济学强调的“能力扩展”逻辑相契合，为推动乡村实现长效振兴提供了

理论依据与实践动力。

基于此，本文将贫困经济学作为理论框架，系统探讨设计赋能在乡村振兴中的作用机制与路径选择。研究结构如下：第二部分聚焦“困境分析”，揭示当前乡村振兴实践中普遍存在的理念偏差、产业脱节、资源错配、空间表层化及可持续性不足等核心问题；第三部分提出“路径构建”，包括理念转型、产业赋能、资源均衡、空间优化与长效机制等策略；第四部分通过对四川春风村、南京佘村、西南石村和贵州西江千户苗寨四个典型案例的剖析，对理论框架与路径建议进行实证验证。本文试图通过“理论—路径—案例”的逻辑推进，揭示设计如何在缓解多维贫困、防范代际贫困与推动乡村可持续发展方面发挥核心作用。

2 从贫困经济学视角审视设计振兴乡村的困境

尽管近年来“设计赋能”在乡村振兴实践中不断涌现，并在空间改善、产业转型和文化塑造等方面取得了一定成效，但在深入实施过程中仍暴露出诸多问题。这些问题不仅反映了乡村发展过程中普遍存在的矛盾，也揭示了设计介入在理念、方法和路径上的局限。若从贫困经济学的视角审视，可以发现，这些问题的根源在于设计尚未充分回应“贫困的多维性”与“能力扩展”的本质要求。

2.1 设计理念的片面化与“能力扩展”的不足

在不少乡村振兴实践中，设计被片面理解为空间改造或景观美化工具，导致设计理念出现严重偏差。地方政府和实施团队往往热衷于营造具有“网红效应”的符号性景观，如彩绘墙、打卡长廊或仿古街区，以期在短时间内吸引游客和外部资金。这类设计尽管在视觉层面带来新鲜感，但缺乏对乡村真实生活逻辑和居民基本需求的回应，容易沦为“面子工程”。其结果是，村庄外观焕然一新，而村民生活质量并未实质改善。

从贫困经济学角度来看，这类设计干预未能实现“能力扩展”。阿马蒂亚·森在《贫困的本质》中指出，贫困的实质是基本可行能力的剥夺，而非单纯的收入不足^[5]。设计若仅止于

视觉层面，就无法扩展农民在教育、技能、信息获取和社会参与等方面的能力。例如，在一些乡村，设计投资用于环境亮化，但村民依旧缺乏医疗资源、网络设施和就业技能培训。这种“视觉繁荣”掩盖了功能性贫困，导致外部观察者误以为乡村已振兴，实则村民的发展自由依旧受限。此外，这种理念偏差还可能制造新的不平等。部分乡村因设计项目的导入，形成“游客中心—村民边缘”的空间格局，公共资源被过度配置于外来消费，而本地居民在教育、健康和就业等方面的机会被忽视。由此，设计不仅未能解决贫困，反而在某种程度上强化了新的社会分层。

2.2 产业设计与乡村经济发展的脱节

“产业是乡村振兴的核心载体，是加快推进农业农村现代化的根本^[6]。”但目前许多设计介入仅局限于农产品包装或外观美学，缺乏系统性的产业链思维。例如，一些地方政府投入大量资金请设计机构为茶叶、蜂蜜或水果设计包装，但由于缺少冷链物流支持和线上线下结合的销售渠道，这些产品很难走向更大市场，附加值提升有限。短期内农民可能因产品价格小幅上涨而受益，但缺乏后续支撑，产业最终难以实现可持续发展，已有研究显示，层次分析法（AHP）等科学评价工具，能够在多指标决策中兼顾主观判断与客观计算，从而提升设计与产业结合的合理性^[7]。这提示我们，乡村产业设计亦应借助学科交叉的综合性方法，避免“只见包装不见链条”的局限。

贫困经济学认为，贫困不仅源于收入差距，更源于“机会结构”的不平等。产业设计的不足意味着农民依旧无法平等地进入更高层次的市场。在当前模式下，乡村农产品依然停留在初级加工环节，农民在价值链中的地位未能显著改善。例如，在部分西南山区，农民种植的香菇和中药材虽经过包装提升，但由于缺乏统一的产业品牌与市场营销设计，价格受制于经销商，农民仍旧是弱势的一环。

更值得注意的是，产业设计脱节不仅造成经济效益不佳，还会带来农民的“路径依赖”。

他们可能错误地认为“设计就是包装”，而忽视了设计在组织模式、生产方式、物流通道和市场策略上的整体价值。这种认知局限导致农民对外部设计介入过度依赖，而没有形成自主创新和市场开拓的能力。长此以往，产业发展的内生动力难以建立，返贫风险依旧存在。

2.3 设计资源与乡村需求的不匹配

城乡在设计资源上的不均衡分布，是制约乡村振兴的重要瓶颈。一方面，优质设计资源高度集中于大城市，另一方面，偏远乡村难以吸引专业团队长期驻扎。即便有项目下沉，也多为短期示范性工程，缺乏深度调研与本地化适配，结果常常出现“水土不服”。

在贫困经济学视角下，这种资源错配导致乡村居民的“发展自由”受限。阿马蒂亚·森提出，发展的核心是扩展个体的选择自由^[8]。然而，当设计话语权集中在外部专家与政府主导者手中时，村民的主体性被削弱，他们既无力参与设计决策，也缺乏操作与维护的能力。例如，一些村庄被设计成“民宿聚落”，但当地居民因资金与技能不足，无法真正参与经营，收益主要归外来投资者所有。村民在设计赋能的过程中，反而成为被边缘化的群体。

更深层次的问题在于信息不对称。外部设计者往往依据“专业逻辑”提出方案，而忽视了村民的生活逻辑和实践经验，导致项目实施与村民需求出现脱节。这种“专业主义倾向”不仅增加了设计的失败率，也使乡村再次陷入对外部资源的依赖，无法实现能力的自主扩展。

2.4 空间与环境设计的表层化

在不少乡村项目中，空间与环境设计强调“可见度”，而忽略“可用性”。村庄入口处的景观牌坊、村道两旁的绿化带、广场上的雕塑往往是设计投资的重点，但这些设施对村民日常生活改善的作用十分有限。与此同时，污水处理系统、垃圾分类设施、公共卫生空间等真正关乎村民生活质量的领域，却常常缺位或投入不足。

贫困经济学提出“基本功能”的概念，即个体应能实现健康、安全和社会交往等核心功能^[9]。然而，空间设计若仅服务于游客视觉消费，而未能满足村民的基本生活需求，就意味

着贫困的实质问题被掩盖。例如，一些“美丽乡村”项目在外观上光鲜亮丽，但村民依旧为饮水难、医疗远、出行不便所困扰。

此外，空间与环境表层化设计还会造成新的生态压力。一些村庄为了旅游开发盲目砍伐林木、铺设大规模硬质路面，破坏了原有生态系统。这种不可持续的设计思路，不仅未能解决功能性贫困，反而可能加剧生态贫困，使乡村陷入新的发展困境。

2.5 可持续性不足与代际贫困风险

另外的突出问题是设计振兴的可持续性不足。许多项目依赖专项资金与外部设计力量，缺乏本地化的运营体系与收益机制。一旦资金支持和外部团队撤出，项目运营难以为继，村民重新陷入返贫的风险。

贫困经济学揭示，贫困往往具有代际传递特征^[10]。如果设计干预不能建立长效机制，其短期收益无法阻止贫困的再次循环。以部分西部乡村的旅游开发为例，项目初期因外部资金注入而繁荣，但由于缺乏村民培训与参与，旅游收入主要流向外来投资者，当外部游客减少后，当地居民收益锐减，部分家庭甚至出现返贫。这说明，如果设计无法转化为村民的“能力提升”，就难以实现长期的减贫效果，反而可能在无意中制造新的脆弱性。

2.6 总结

贫困经济学强调，贫困不仅是收入不足，更是教育、健康、社会参与等多维功能缺失。森的“能力贫困”理论为乡村振兴提供了新的解释框架，即通过能力扩展与机会改善实现可持续发展。在这一逻辑下，设计赋能超越了单一的美学塑造，成为推动乡村发展的关键路径。其在产业层面通过品牌塑造、全链条设计和市场拓展提升农民的市场机会；在空间层面通过基础设施优化与公共空间复合利用改善村民生活质量；在文化与治理层面通过节庆活动、制度创新与共创机制增强社会参与和文化认同。由此，“贫困经济学—设计赋能—乡村振兴”形成逻辑链条：贫困经济学揭示问题根源与理论依据，设计赋能提供实践抓手与方法路径，

乡村振兴则是最终目标。这一机制既凸显了研究的系统性与理论深度，也为后脱贫时代乡村的可持续发展提供了可复制的分析框架。

3 基于贫困经济学的设计振兴路径

3.1 理念转型：确立“能力导向”的设计范式

在乡村振兴战略的整体架构下，设计不应仅仅停留在外观改善或环境美化层面，而应以促进农民多维能力提升为首要目标。设计工作必须将“能力扩展”置于首要位置。这一理念转型至少体现在三个方面：第一，教育与信息能力的嵌入。例如在村级文化礼堂、活动中心的设计中，不仅考虑村民聚会与娱乐，还应引入数字化学习角落和远程教育设施，使村民获得持续学习和技能提升的机会。第二，健康与生活质量的保障。设计医疗室、饮水设施和卫生系统时，不应满足于最低配置，而要从长远人口结构与健康需求出发，确保村民能够获得基本的健康服务。第三，社会参与平台的建构。村庄公共空间应兼具协商、交流与组织功能，鼓励村民以“公民”而非“客体”的身份参与乡村事务，推动乡村社会资本的积累。

3.2 产业赋能：打造全链条与高附加值的设计路径

产业是乡村振兴的基石，但其转型升级不能仅依赖单点式改造，而需要以设计为驱动，形成完整的产业生态体系。

第一，重构产业链条。传统农业模式中，农民往往处于价值链低端，收入空间有限。设计应通过标准化与品牌化提升产品质量，通过包装与视觉识别提升辨识度，再通过供应链设计与电商平台延伸销售半径，实现从“田间到餐桌”的全链条整合。例如四川春风村的李子产业，若仅靠果品销售，附加值有限；但通过品牌设计、冷链物流建设与节庆活动策划，则能将其转化为文化和旅游资源。

第二，推动产业多样化。单一产业无法有效抵御市场波动。设计应推动“农业+文旅+数字经济”的复合发展模式，例如在农产品生产环节叠加农事体验设计，在旅游业中引入文

化创意与数字叙事，使产业具备多重价值。

第三，强化农民赋能。真正的产业设计不是外部包装，而是能力转移。设计团队在提供产品和服务的同时，应当将电商运营、品牌推广等知识技能传授给农民，帮助其建立持续参与和自主创新的能力。这与贫困经济学的“机会平等”理念一致：只有当农民能够自由进入并参与市场时，产业振兴才具备可持续性。

3.3 均衡资源：推动设计力量下沉与共创机制

城乡之间长期存在着显著的“设计鸿沟”，一方面，乡村在空间改善、产业转型和公共服务提升等方面的需求十分迫切；另一方面，大量高质量的设计资源却高度集中于城市，从而造成了结构性的不平衡。这种错位不仅使得许多设计方案缺乏对地方实际的深入理解，导致项目常常出现“水土不服”的情况，难以顺利落地和长期维系。为破解这一困境，优化路径应聚焦于资源均衡与制度创新。首先，应建立区域性设计服务平台，由政府牵头成立“乡村设计联盟”，吸纳高校、科研院所和企业共同参与，为不同乡村持续提供咨询、方案与培训，避免过去一次性“示范项目”所带来的短期效应，通过平台化模式形成稳定的知识与服务供给。其次，应构建村民参与式的共创机制，让村民不再只是被动的设计接受者，而是积极的方案共创者，通过“设计工作坊”“村民协商会”等方式，让其在需求表达、方案甄别与效果评估中发挥实质性作用。这不仅增强了项目的适应性，也在贫困经济学意义上扩展了村民的社会参与自由。最后，还应培育本地“设计代理人”，通过短期培训使部分村民成长为能够沟通本地实际与专业设计团队的“设计沟通员”，以减少城乡信息不对称，强化乡村的自我表达能力，真正实现城乡设计资源的共享与在地化转化。

3.4 空间优化：建立以“基本功能”为导向的环境体系

乡村空间设计必须摆脱“观赏优先”的表层逻辑，转而真正回应村民在生产与生活中的切实需求。

具体优化路径主要体现在三个方面：其一，推动公共空间的多维使用，将广场或礼堂等场所设计为复合型空间，白天可用于教育培训，夜间承办文艺活动，节日期间转化为集市或展览，从而提高空间利用率并拓展村民的社会交往机会；其二，坚持基础设施优先化，优先保障饮水、交通、医疗和信息网络等基本条件，而非过度投资于观赏性设施，确保村民的健康、安全与沟通需求得到满足；其三，倡导生态友好型设计，在环境建设中引入绿色能源、雨水收集、垃圾分类与资源循环机制，实现经济发展与生态保护的相互促进，避免因开发不当而产生新的生态贫困。基于“基本功能导向”的优化路径，不仅能够改善村民的日常生活条件，还能为社会资本的积累提供坚实的物质与制度基础，从而为乡村振兴奠定可持续发展的长远保障。此外，在空间利用效率方面，可以借鉴人工智能在室内动线设计中的应用经验，其通过数据化模拟与路径优化，有效提升了空间的功能性和人群流动的合理性^[1]。

3.5 建立长效机制：防范代际贫困再生产

可持续性不足是设计振兴面临的核心风险。如上文所述，一旦外部资金与专业团队撤离，乡村极易重新陷入发展困境，形成“短期繁荣、长期失衡”的循环。因此，构建防范代际贫困的长效机制成为关键路径。其一，应建立多元化收益结构，通过“产业+文旅+数字平台”的组合模式，形成多渠道收入来源，以降低对单一产业的依赖。例如，农产品销售与乡村旅游深度融合，不仅拓宽了市场渠道，也增强了乡村整体的抗风险能力。其二，应注重内生能力的持续积累，在每一个设计项目中嵌入系统化的技能培训，使村民逐步掌握管理、营销与技术等核心能力。这样，即便外部团队撤离，乡村也具备自我运转和迭代发展的能力。其三，应设立公共收益储备，通过村级发展基金的制度安排，将部分设计项目收益转化为公共积累，优先用于教育、医疗与基础设施的维护，从而确保乡村发展不因市场波动而中断。整体而言，这种制度化的长效机制，不仅能够有效防止贫困的代际传递，也能赋予乡村振兴以持久生命力，为城乡均衡发展与社会可持续性提供坚实保障。

4 案例分析

4.1 四川省宜宾市筠连县春风村

四川省宜宾市筠连县春风村位于川南山区，长期以来以传统农业为主，主要产业是李子种植，但由于缺乏产业链延伸与市场渠道，产品附加值低，大部分果品只能在本地或县内消化，农民收入增长缓慢。2016 年前，春风村人均年纯收入不足 4000 元，贫困发生率接近 40%。

在政府与设计团队的协同介入下，村庄逐步实施了一系列以设计为核心的综合措施：统一打造“春风李”品牌，借助现代视觉设计与地理标志认证提升市场辨识度；引入电商平台和冷链物流，实现跨区域销售，解决保鲜与运输问题；举办“春风李采摘节”，将农事体验与乡村旅游相结合，推动农业、文化、旅游三位一体发展；并通过空间优化改善村庄入口、广场与道路节点，提升整体环境和公共服务质量（如图 1）。这些措施带来显著成效，2020 年村民人均纯收入提升至 2.8 万元，比 2016 年增长近 7 倍，村集体经济收入达到 510 万元，其中纯收益 63 万元，产业外销比例提升至 65%以上，每年吸引超过 10 万人次游客，新增电商与旅游就业岗位 46 个，有效促进了青年返乡就业^[12]。



图 1 筠连春风村美景

图片来源: https://m.thecover.cn/news_details.html

从贫困经济学视角看，春风村的路径突破了“自产自销”的市场壁垒，通过品牌设计与电商培训显著扩展了村民的技能、信息与市场准入能力，改善了机会结构，推动其在产业链中实现上升。这一实践充分印证了“能力扩展”与“机会平等”在乡村振兴中的核心价值。

总体而言，春风村的经验表明，设计赋能不仅突破了传统“自产自销”的市场壁垒，还通过品牌建设、电商培训与冷链物流的引入，使村民在技能、信息与市场准入方面的能力显著扩展。这一转型有效改善了农民的机会结构，推动其从产业链低端走向更高价值环节，验证了贫困经济学关于“功能扩展”与“市场机会平等”的核心命题。

4.2 南京市江宁区余村

余村地处城郊，常住人口约 2248 人。长期以来，当地经济结构单一，主要依赖农家乐、民宿与餐饮业，产业链短、附加值低，青年人口外流严重，村庄“空心化”突出。自 2016 年以来，在乡村振兴战略和设计团队的介入下，余村探索出以“设计+文旅”为核心的发展路径，逐步形成“农文旅融合”的复合业态。（如图 2）设计介入首先体现在空间重构上，传统农居院落被改造为兼具餐饮、住宿、展览和体验的多功能空间，形成“庭院经济”模式；同时，村庄引入烘焙、咖啡、茶社、漂流、体育和露营等多样化业态，极大丰富了旅游体验，使村庄从单一民宿经济向综合旅游消费转变。更为重要的是，设计推动了品牌塑造与文化共创，形成了“金陵古风第一村”的文化名片，并通过“梨花节”“丰收宴”等节庆活动，将文化传播、市场营销与旅游消费有机结合。

数据显示，2018 年至 2023 年，余村旅游接待量稳步增长，2023 年达到 47 万人次，旅游收入突破 2000 万元（如图 3）。在就业层面，产业多元化有效吸纳了大量劳动力，从事相关行业人数超过 1500 人，占总人口的 66.19%，其中餐饮和民宿仍是创业主流，但文创和新兴休闲业态的比例持续上升，带动了村民返乡就业和个体创业。此外，余村通过建立股份制经济，进一步拓宽了村民的收益渠道：2018 年股金为每人 100 元/股，分红总额 22.62 万元，

到 2023 年提升至 220 元/股，分红总额达 47.98 万元，增幅超过 120%^[13]。



图 2 佘村社区村落俯瞰图

图片来源: <https://www.xhby.net/content>

佘村经济发展趋势（2016-2023）

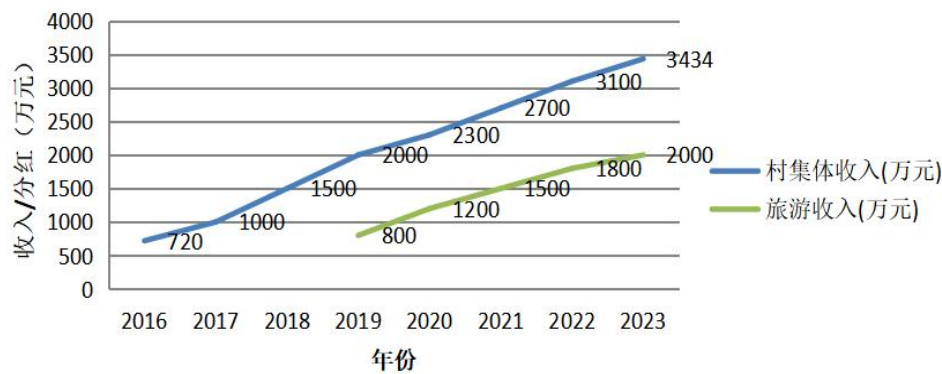


图 3 佘村经济发展趋势

从贫困经济学的视角看，佘村的转型并非单纯的收入提升，而是通过设计介入实现了村民多维能力的扩展。设计一方面改善了物质空间和消费场景，使村民能够在新的产业结构中获得就业与创业机会；另一方面通过节庆活动和文化品牌塑造，增强了村民的社会参与感与文化认同，真正实现了“功能扩展”与“发展自由”的同步提升。佘村案例表明，设计在乡村振兴中的作用不止于视觉改造，而是通过产业结构重塑和制度化收益机制，全面改善了村

民的经济机会与社会功能，为基于贫困经济学的乡村振兴提供了典型的实证支撑。

余村的发展路径突出显示了设计在“文化+产业”双重赋能中的作用。通过庭院经济、文旅融合与品牌共创，村民在就业、创业与社会参与方面的能力得到拓展，同时股份制收益机制改善了机会结构，实现了村民普遍受益。该案例拓展了贫困经济学的应用维度，说明“能力扩展”不仅限于物质层面，也包含文化认同与制度参与。

4.3 西南石村

中国西南山区三省交界地区村落——石村，地处的典型石漠化区域，全村仅 46 户 182 人，人均耕地不足 2 亩，农业生产以玉米为主，产出低下且主要供自给自足，2015 年人均年收入不足 4000 元，村庄被列为省级一类贫困村。在这一背景下，石村被纳入脱贫攻坚与乡村振兴衔接的重点试点，设计在其中发挥了关键作用。首先，在脱贫攻坚阶段，政府依托旅游扶贫与产业设计的思路，引入了“百果园”工程，将原有的玉米地改种为枇杷，经果林的引入不仅改变了土地利用方式，也通过水利设施建设和农业技能培训，使农民逐渐具备了商品化生产的能力。2017 年枇杷开始丰产，2018 年产值达到 30 余万元，人均收入增加近 2000 元。在乡村振兴阶段，当地政府与旅游集团合作，启动“康养谷”项目，以设计驱动空间转型。村庄基础设施得到大规模改造，修建了大门、广场、停车场、公厕，完成道路硬化，配套水、电、通信管网，实施污水处理与环境美化工程，并统一民居立面风貌。更重要的是，空间设计强调文化赋能，通过建设农村文化阵地、悬挂家训、弘扬社会主义核心价值观，实现了社会功能的重构。与此同时，设计团队推动了餐馆、酒坊、点心铺与民宿的兴建，到 2023 年村庄累计接待游客超过 5000 人，新增就业 10 余人，空间经济产值达到 200 万元^[14]。

（如图 3）

这些措施使石村在短时间内实现了从“生存空间”向“发展空间”的转型，村民不仅收入水平提高，公共服务和文化参与机会也明显增加。从贫困经济学角度来看，石村的转型凸

显了设计在贫困地区“功能性改善”的关键作用。从农业结构调整到康养空间建设，村民在生产技能、健康保障和社会交往等方面的能力均得到提升。设计介入推动村民突破自给自足的限制，获得进入旅游与康养产业的新机会，印证了贫困经济学关于“基本功能实现”与“发展自由”的理论逻辑，并展现了边远地区通过设计实现能力跃升的可能性。

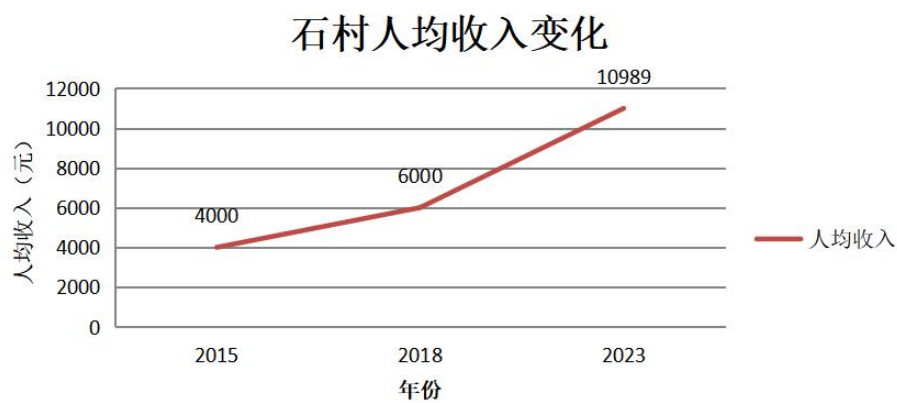


图 4 石村人均收入变化

4.4 西江千户苗寨

在国家脱贫攻坚与乡村振兴战略的推动下，贵州乡村旅游实现了快速发展。2014–2018 年间，乡村旅游接待人次由 1.29 亿增至 4.62 亿，占全省旅游总接待人次的比重由 40.19% 提升至 47.68%；同期乡村旅游收入由 550 亿元增至 2148.33 亿元，占比由 18.99% 提升至 22.68%。这一趋势表明，乡村旅游已成为贵州旅游业的重要支撑和经济增长的新引擎。

（如图 5）

贵州旅游与乡村旅游收入对比

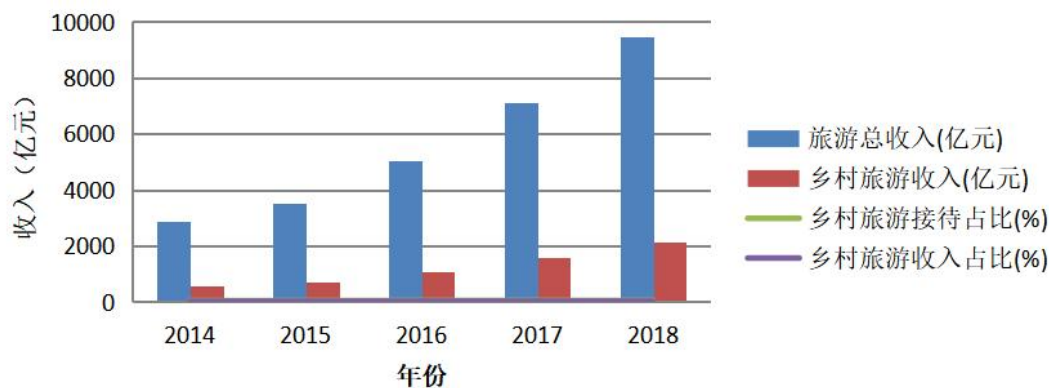


图 5 贵州旅游与乡村旅游收入对比

以西江千户苗寨为例，西江千户苗寨坐落于贵州省黔东南苗族侗族自治州雷山县，是中国现存规模最大的苗族聚居村寨之一。2008 年该村旅游接待量尚不足 10 万人次，而至 2023 年已突破 464.89 万人次，旅游综合收入达 50.72 亿元；与此同时，“苗家乐”经营户已超过 1000 户，覆盖从吃、住、行、游、购、娱、学、研等完整文化旅游产业链条。^[15]这种设计赋能与产业融合的路径，使得西江千户苗寨成为少数民族地区“旅游饭”模式的代表，70% 以上的村民通过旅游收入提升生活水平，景区为当地提供了超过 800 个导游、环卫等服务岗位，带动大量务工人员转为本地经营者或服务人员。（如图 6）从贫困经济学的角度分析，该村人均可支配收入由 2008 年的不足 2000 元飙升至 2019 年约 22300 元；建档立卡贫困人口年人均收入亦提升至 11000 元以上，显著改善了多维贫困状态此外，西江千户苗寨实行股份制改革，景区将门票收入的 18%作为民族文化保护基金返还给村民，换算每户可获得 27000 元左右的年度收益，使得文化保护与经济回馈机制有机结合。



图 6 西江千户苗寨风光

图片来源: https://k.sina.com.cn/article_2672110073

西江千户苗寨的实践表明,设计赋能通过旅游产业链的延伸与文化制度的创新,实现了收入提升与文化保护的双赢。村民不仅在就业和经营上获得更大自主权,其社会参与与文化认同感也得到强化。历史经验同样证明,设计在文化与产业的互动中扮演关键角色,例如西湖博览会即通过展览与工业设计结合,推动了中国近代设计的兴起与文化传播。这一逻辑在当代少数民族地区的文化旅游开发中得到延续和再生产^[16]。这一模式有效改善了机会结构,并以“文化基金”形式实现了制度化保障,拓展了贫困经济学在民族地区的理论外延,凸显了设计在促进能力扩展与代际贫困防范中的独特价值。

5 总结

本文以贫困经济学为理论框架,系统探讨了设计赋能在乡村振兴中的作用机理与实践路径。研究通过对四川春风村、南京余村、西南石村与贵州西江千户苗寨等典型案例的剖析发现,设计介入不仅在产业链延伸、空间优化与文化塑造等方面显著推动了农民收入与村集体经济的增长,更重要的是,在教育、就业、社会参与与文化认同等维度上拓展了村民的发展能力,从而有效缓解了“多维贫困”。

与传统依赖外部资金投入的“输血式”扶贫模式相比,设计赋能更强调“能力扩展”与

“机会结构改善”。通过品牌建设、产业多样化、共创机制与制度化保障，设计不仅提升了村民的市场准入能力和社会参与水平，还在制度层面建立了可持续发展的内生动力。这一转型不仅提升了短期经济效益，更为防范代际贫困提供了长期机制，彰显了设计在推动乡村可持续发展中的独特价值。

综合而言，设计赋能与贫困经济学的结合，形成了一个逻辑闭环：贫困经济学提供了问题识别与理论支撑，设计赋能则转化为实践抓手与方法路径，而乡村振兴是最终目标。研究表明，设计不再是单纯的美学或工具性手段，而是实现乡村“从生存到发展”转型的重要动力。未来，乡村振兴亟需在政策引导下，进一步加强城乡设计资源的均衡配置，构建村民主体性更强的参与机制，并通过制度创新与文化赋权，为乡村发展注入持久生命力。

参考文献

- [1] 刘金源. 英国简史[M]. 南京:江苏人民出版社, 2024: 207.
- [2] 吴晓,魏羽力. 城市规划社会学[M]. 南京:东南大学出版社, 2010: 183
- [3] 《习近平在中共中央政治局第八次集体学习时强调把乡村振兴战略作为新时代“三农”工作总抓手促进农业全面升级农村全面进步农民全面发展》[N],《人民日报》2018年9月23日,第1版.
- [4] 张书豪,江滨. 基于 CiteSpace 的 AI 辅助论文写作研究现状分析[J]. 当代设计研究, 2025(01): 66-75.
- [5] 彭燕. 农村家庭女性多维贫困测度、动态性及扶贫对策[M]. 武汉:武汉大学出版社,2021: 19.
- [6] 田芝健,杨建春,吉启卫. 新时代乡村振兴的理论与实践[M]. 苏州:苏州大学出版社,2021: 99.

- [7] 朱田田, 赵文强. 基于层次分析法的高校导视系统设计方法研究[J]. 当代设计研究, 2025(01): 8-16.
- [8] 阿马蒂亚·森. 以自由看待发展[M], 北京: 中国人民大学出版社, 2002: 30.
- [9] Sen A. Development as Freedom [M]. Oxford: Oxford University Press, 1999: 87-110.
- [10] 吴征阳. 场域视域下的贫困治理研究[M]. 长春: 吉林大学出版社, 2021: 33
- [11] 李辰辰. 人工智能在室内动线设计中的应用与研究[J]. 当代设计研究, 2025(01): 28-32.
- [12] 尹健. 关于西部山区推进乡村振兴情况调查分析——以四川省宜宾市筠连县为例[J]. 智慧农业导刊, 2021, 1(07): 80-83.
- [13] 李雪艳, 曹宇鹏, 刘雁丽. 设计推动乡村产业振兴的机理与路径——以南京余村为例[J]. 装饰, 2025, (08): 133-135.
- [14] 田甜, 左停. 从“生存空间”到“发展空间”: 巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的案例研究和理论探索[J]. 农村经济, 2025, (04): 70-78.
- [15] 邓小海, 肖洪磊. 从脱贫攻坚到乡村振兴: 乡村旅游转向研究——以贵州省为例[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2020, 38(05): 42-49.
- [16] 张媛婷, 徐江华. 从西湖博览会看中国近代工业设计[J]. 当代设计研究, 2025(01): 48-54.

作者简介: 江滨 (1962—), 男, 博士, 教授, 研究方向为设计艺术学。

张书豪 (1998—), 男, 在读博士, 研究方向为视觉艺术与设计。