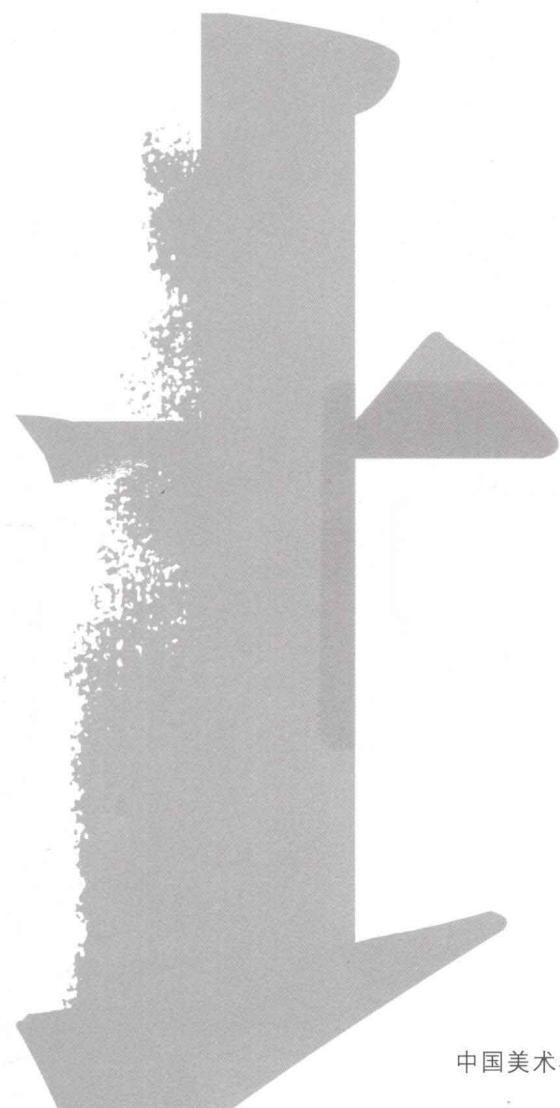


开



中国美术

成

五

中国美术学院出版社

南 山 博 文

中国美术学院博士生论文

人间·空间·时间

——城市形象系统设计研究

成朝晖 著

中国美术学院出版社

责任编辑 祝平凡
装帧设计 成朝晖 张惠卿
责任校对 柴伟斌
责任出版 葛炜光

图书在版编目 (C I P) 数据

人间·空间·时间：城市形象系统设计研究/成朝晖著.
—杭州：中国美术学院出版社，2011.3
(南山博文)
ISBN 978-7-5503-0063-7

I. ①人… II. ①成… III. ①城市规划—设计—研究
IV. ①TU984.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第026607号

人间·空间·时间：城市形象系统设计研究

成朝晖 著

出品人 傅新生

出版发行 中国美术学院出版社

<http://www.caapress.com>

地址 中国·杭州南山路218号 邮政编码310002

经销 全国新华书店

制版 杭州海洋电脑制版印刷有限公司

印刷 浙江海虹彩色印务有限公司

版次 2011年4月第1版 2011年4月第1次印刷

开本 787mm×1092mm 1/16

印张 18

字数 180千

印数 0001-2000

ISBN 978-7-5503-0063-7

定价 48.00元

南山博文

总序

打造学院精英

当我们讲“打造中国学院的精英”之时，并不是要将学院的艺术青年培养成西方样式的翻版，培养成为少数人服务的文化贵族，培养成对中国的文化现实视而不见、与中国民众以及本土生活相脱节的一类。中国的美术学院的使命就是要重建中国学院的精英性。一个真正的中国学院必须牢牢植根于中国文化的最深处。一个真正的学院精英必须对中国文化具有充分的自觉精神和主体意识。

当今时代，跨文化境域正深刻地叠合而成我们生存的文化背景，工业化、信息化发展深刻地影响着如今的文化生态，城市化进程深刻地提出多种类型和多种关怀指向的文化命题，市场化环境带来文化体制和身份的深刻变革，所有这一切都包裹着新时代新需求的沉甸甸的胎衣，孕育着当代视觉文化的深刻转向。今天美术学院的学科专业结构已经发生变化。从美术学学科内部来讲，传统艺术形态的专业研究方向在持续的文化热潮中，重温深厚宏博的画论和诗学传统，一方面提出重建中国画学与书学的使命方向，另一方面以观看的存疑和诘问来追寻

绘画的直观建构的方法，形成思想与艺术的独树一帜的对话体系。与此同时，一些实验形态的艺术以人文批判的情怀涉入现实生活的肌体，显露出更为贴近生活、更为贴近媒体时尚的积极思考，迅疾成长为新的研究方向。我们努力将这些不同的研究方向置入一个人形的结构中，组织成环环相扣、共生互动的整体联系。从整个学院的学科建设来讲，除了回应和引领全球境域中生活时尚的设计艺术学科外，回应和引领城市化进程的建筑艺术学科，回应和引领媒体生活的电影学和广播电视艺术学学科，回应和引领艺术人文研究与传播的艺术学学科都应运而生，组成具有视觉研究特色的人文艺术学科群。将来以总体艺术关怀的基本点，还将涉入戏剧、表演等学科。面对这样众多的学科划分，建立一个通识教育的基础阶段十分重要。这种通识教育不仅要构筑一个由世界性经典文明为中心的普适性教育，还要面对始终环绕着我们的中西对话基本模式，思考“自我文明将如何保存和发展”这样一类基本命题。这种通识教育被寄望来建构一种“自我文化模式”的共同基础，本身就包含了对于强势文明一统天下的颠覆观念，而着力树立复数的今古人文的价值关联体系，完成特定文化人群的文明认同的历史教育，塑造重建文化活力的主体力量，担当起“文化熔炉”的再造使命。

马一浮先生在《对浙江大学毕业诸生的讲演词》中说：“国家生命所系，实系于文化。而文化根本则在思想。从闻见得来的是知识，由自己体究，能将各种知识融会贯通，成立一个体系，名为思想。”孔子所谓的“知”，就是指思想而言。知、言、行，内在的是知，发于外的是言行。所以中国理学强调“格物、致知、诚意、正心、修身、齐家、治国、平天下”的序列及交互的生命义理。整部中国古典教育史反反复复重申的就是这个内圣外王的道理。在柏拉图那里，教育的本质就是“引导心灵转向”。这个引导心灵转向的过程，强调将心灵引向对于个别事物的理念上的超越，使之直面“事物本身”。为此必须引导心灵一步步向上，从低层次渐渐提升上去。在这过程中，提倡心灵远离事物的表象存在，去看真实的东西。从这个意义上讲，教育与学术研究、艺术与哲学的任务是一致的，都是教导人们面向真实，而抵达真实之途正是不断寻求“正确

的看”的过程。为此，柏拉图强调“综览”，通过综览整合的方式达到真。“综览”代表了早期学院精神的古典精髓。

中华文化，源远流长。纵观中国艺术史，不难窥见，开时代之先的均为画家而兼画论家。一方面，他们是丹青好手，甚至是世所独绝的一代大师，另一方面是中国画论得以阐明和传承并代有发展的历史名家，是中国画史和画论的文献主角。他们同是绘画实践与理论的时代高峰的创造者。他们承接和彰显着中国绘画精神艺理相通、生生不息的伟大的通人传统。中国绘画的通人传统使我们有理由在艺术经历分科之学、以培养艺术实践与理论各具所长的专门人才为目标的今天，来重新思考艺术的教育方式及其模式建构的问题。今日分科之学的一个重大弊端就在于将“知识”分类切块，学生被特定的“块”引向不同的“类”，不同的专业方向。这种专业方向与社会真正需求者，与马一浮先生所说的“思想者”不能相通。所以，“通”始终是学院的使命。要使其相通，重在艺术的内在精神。中国人将追寻自然的自觉，衍变而成物化的精神，专注于物我一体的艺术境界，可赋予自然以人格化，亦可赋予人格以自然化，从而进一步将在山水自然中安顿自己生命的想法，发显而为“玄对山水”、以山水为美的世界，并始终铸炼着一种内修优先、精神至上的本质。所有这些关于内外能通、襟抱与绘事能通的特质，都使得中国绘画成为中国文人发露情感和胸襟的基本方式，并与文学、史学互为补益、互为彰显而相生相和。这是中国绘画源远流长的伟大的自觉，也是我们重建中国学院的精英性的一个重要起点。

在上述的这个机制设定之中，让我们仍然对某种现成化的系统感到担忧，这种系统有可能与知识的学科划分所显露出来的弊端结构性地联系在一起。如何在这样一个不可回避的学科框架中，有效地解决个性开启与共性需求、人文创意与知识学基础之间的矛盾，就是要不断地从精神上回返早期学院那种师生“同游”的关系。中国文化是强调“心游”的文化。“游”从水从流，一如旌旗的流苏，指不同的东西以原样来相伴相行，并始终保持自己。中国古典书院，历史上的文人雅集，都带着这种“曲水流觞”、与天地同游的心灵沟通的方式。欧洲美术学院有史以来所不断实践着的工作室体制，在经历了包豪

斯的作坊系统的改革之后，持续容纳新的内涵，可以寄予希望构成这种“同游”的心灵濡染、个性开启的基本方式，为学子们提高自我的感受能力、亲历艺术家的意义，提供一个较少拘束、持续发展的平台。回返早期学院“同游”的状态，还在于尽可能避免实践类技艺传授中的“风格”定势，使学生在古今人文的理论与实践的研究中，广采博集，发挥艺术的独特心灵智性的作用，改变简单意义上的一味颠覆的草莽形象，建造学院的真正的精英性。

随着经济外向度的不断提高，多种文化互为交叠、互为楔入，我们进入一个前所未有的跨文化的环境。在这样的跨文化境域中，中国文化主体精神的重建和深化尤为重要。这种主体精神不是近代历史上“中西之辩”中的那个“中”。它不是一个简单的地域概念，既包含了中国文化的根源性因素，也包含了近现代史上不断融入中国的世界优秀文化；它也不是一个简单的时间概念，既包含了悠远而伟大的传统，也包含了在社会生活中生生不息地涌现着的文化现实；它亦不是简单的整体论意义上的价值观念，不是那些所谓表意的、线性东方符号式的东西。它是中国人创生新事物之时在根蒂处的智性品质，是那种直面现实、激活历史的创生力量。那么这种根源性在哪里？我想首先在中国文化的典籍之中。我们强调对文化经典的深度阅读，强调对美术原典的深度阅读。潘天寿先生一代在上世纪50年代建立起来的临摹课，正是这样一种有益的原典阅读。我原也不理解这种临摹的方法，直至今日，才慢慢嚼出其中的深意。这种临摹课不仅有利于中国画系的教学，还应当在一定程度上用于更广泛的基础课程。中国文化的根性隐在经典之中，深度阅读经典正是意味着这种根性并不简单而现成地“在”经典之中，而且还在我们当代人对经典的体验与洞察，以及这种洞察与深隐其中的根性相互开启和砥砺的那种情态之中。中国文化主体精神的缺失，并不能简单地归因于经典的失落，而是我们对经典缺少那种充满自信和自省的洞察。

学院的通境不仅仅在于通识基础的课程模式设置。这一基础设置涵盖本民族的经典文明与世界性的经典文明，并以原典导读和通史了解相结合的方式继承中国的“经史传统”，建构起“自我文化模式”的自觉意识。学院的通境也不仅仅在

于学院内部学科专业之间通过一定的结构模式，形成一种环环相扣的链状关系，让学生对于这个结构本身有感觉，由此体味艺术创造与艺术个性之间某些基本的问题，心存一种“格”的意念，抛却先在的定见，在自己所应该“在”的地方来充实而完满地呈现自己。学院的通境也不仅仅在于特色化校园建造和校园山水的濡染。今天，在自然离我们远去的时代，校园山水的意义，是在坚硬致密的学科见识中，在建筑物内的漫游生活中，不断地回望青山，我们在那里朝朝暮暮地与生活的自然会面。学子们正是在这样的远望和自照之中，随师友同游，不断感悟到一个远方的“自己”。学院的通境更在于消解学院的樊篱，尽可能让“家园”与“江湖”相通，让理论与实践相通，让学院内外的艺术思考努力相通。学院的精英性绝不是家园的贵族化，而是某种学术谱系的精神特性。这种特性有所为有所不为，但并不禁锢。她常常从生活中，从艺术种种的实验形态中吸取养料。她始终支持和赞助具有独立眼光和见解的艺术研究，支持和赞助向未知领域拓展的勇气和努力。她甚至应当拥有一种让艺术的最新思考尽早在教学中得以传播的体制。她本质上是面向大众、面向民间的，但她也始终不渝地背负一种自我铸造的要求，一种精英的责任。

在学院80周年庆典到来之际，我们将近年来学院各学科的部分博士论文收集起来，编辑了这套丛书，题为“南山博文”。丛书中有获得全国优秀博士论文荣誉的论文，有我院率先进行的实践类理论研究博士的论文。论文所涉及的内容范围很广，有历史原典的研究，有方法论的探讨，有文化比较的课题。这套书的出版满含青年艺术家的努力，凝聚导师辅导的心血，更凸显了一个中国学院塑造自我精英性的决心和独特悠长的精神气息。

谨以此文献给“南山博文”首批丛书的出版，并愿学院诸子：心怀人文志，同游天地间。

许 江

2008年3月8日

于北京新大都宾馆

目 录

总序

打造学院精英	I
--------	---

绪论

一 城市形象系统设计研究的缘起	1
二 城市形象的国内外研究状况与发展趋势	3
三 本论文的研究目标、拓展与推进	9

第一章 城市形象的认知

13

第一节 城市形象的概念	13
第二节 城市形象的实质	24
第三节 城市形象与城市品牌的战略意义	30
小结	35

第二章 城市形象系统研究的多维视角

38

第一节 从人间维度看城市形象的问题	38
第二节 从空间维度看城市形象的问题	43
第三节 从时间维度看城市形象的问题	48
第四节 人间、空间、时间的共生共存构筑了城市形象之网	54
小结	56

第三章 城市形象系统设计的认知	59
第一节 城市形象系统设计的学科理论评述	59
第二节 城市形象系统设计的分析	63
第三节 城市形象系统设计的系统观与整体性	69
第四节 城市形象系统设计的城市美学视野	74
小结	77
第四章 城市形象系统设计的定位	80
第一节 基于人间、空间与时间维度的城市形象系统定位	80
第二节 城市形象系统定位的基础是城市功能定位	84
第三节 城市形象系统定位是城市差异化的优势建构	88
小结	90
第五章 城市形象系统设计的建构	92
第一节 城市形象理念识别系统	95
第二节 城市形象行为识别系统	100
第三节 城市形象视觉识别系统	107
第四节 城市形象听觉识别系统	127

第五节 城市形象嗅觉识别系统	131
第六节 城市形象景观识别系统	136
小结	149
第六章 城市形象系统设计的运作与管理	154
第一节 城市形象系统设计的调研与导入	155
第二节 城市形象系统设计的传播	162
第三节 城市形象系统设计的管理与优化	168
小结	171
第七章 城市形象系统设计实例——杭州城市形象系统设计	174
第一节 解码——杭州城市形象系统的调研与分析	174
第二节 定位——杭州城市形象系统设计的定位与表述	181
第三节 建构——杭州城市形象系统设计的建构与优化	185
小结	205
结论	206

参考文献	209
附录一 六座城市形象考察与比较	214
附录二 城市形象相关论文资料整合	224

绪 论

城市是人类社会政治、经济与文化的凝聚体。随着世界经济一体化步伐的加快，城市迅速发展，城市化¹进程可谓是21世纪最引人注目的变化之一。以城市为载体、以城市为平台、以城市为核心的中心地位突显，城市间竞争加剧，社会价值观和意识形态不断改变，城市治理思想和模式日趋更新。

一 城市形象系统设计研究的缘起

我们生活在这个技术卓越的时代，也在创造城市，常常是还来不及思考，城市已经改变。撰写《美国大城市的死与生》的著名城市社会学家简·雅各布斯[Jane Jacobs]曾说：“设计一个梦幻城市很容易，然而建造一个活生生的城市则煞费思量。”中国自改革开放以来，城市化建设进入快速发展的轨道，使人们在拥有的同时也在失去。一方面，城市规模急剧扩张，一味注重“量”的追求，而往往忽略了“质”

的意义。城市面貌呈现出一种粗放性的无规范设计而言的状态，局部与零散的视觉设计居多；另一方面，盲目的西化，也使部分城市的形象缺乏地域特征，以所谓的“现代化”整合关系表现着城市同一的文化样态。“过度城市化”现象，产生了一系列被称为“城市病”的矛盾和问题。导致的直接结果是：城市无艺术关怀的大规模的混乱的建筑形象，城市的民族特色、历史特色、区域特色等逐步消失，有的城市形象和相关建设成为“水土不服”的无文化根源的“破坏性建设”。城市“文化身份”的失落导致城市精神、面貌与风格的被消解，出现了“同质化”现象，城市的规划与形象设计也多呈现无逻辑性，形成了城市建设的“形象危机”。

随着全球经济一体化以及城市化进程的加快，设计开始更多地倾向于人性、情感与认知，努力赋予新事物深刻的人文关怀和视觉审美，促发着我们通过全新的角度对环境、生活进行观察与思考，探索城市形象深层的内涵，追求新时期设计的全球文化价值。这也意味着中国的城市形象，一方面，必须在全球性城市这个巨大的系统参照下进行“城市形象”的定位与建设；另一方面，在全球经济一体化的背景下，一个城市再也无法仅仅凭借自身良好的要素禀赋就获取竞争优势，而必须在城市形象建设中把握和发扬自身优势，并发挥相应的作用和影响。城市竞争，也不再是规模的竞争、经济的竞争，而表现出城市文化、城市品位、城市生活环境与生活质量的竞争，其实质就是“城市形象”的竞争；第三方面，中国各地区经济、文化与社会发展的差异性较大，在一定时期内存在着较大的发展差距，经济的快速发展，工业化、现代化、社会化、信息化、品牌化等研究紧密相连，促使中国的城市形象建设存在着巨大的发展空间和广阔前景，同步的发展“逼迫”我们不断有更新的“城市形象”的研究。对于每一个城市来说，城市不仅需要具有现代城市的共性，更需要追求个性，即代表某一城市“DNA”的城市特质。

形象制胜时代的到来，已经被大多数人所共识，在这个靠“形象”赢得机会的时代，“城市形象”亦是如此。对于城市来说，这既是机遇又是严峻的挑战。人类已经有了三百多万年的历史，其中95%以上的时间是在没有城市的环境中

度过的。然而，人类一旦走进城市，人类社会便进入了加速度的状态。²在快速发展的城市化进程中，要动态而全方位地思考城市形象建设问题，积极寻找“形象危机”的有效解决之道。本文“城市形象系统设计”的探索与方法的研究正是基于以上思考提出的。

城市形象是城市给予人们的综合感受与整体文化感知，是城市的历史与文化凝聚等要素整合后的一种文化特质。城市形象作为一门新学科，被学者和城市管理者所共识，并把城市形象的创新置于城市经济与社会发展之中。

城市形象系统是能够代表一个城市的形象载体，是特定的社会发展阶段，人类活动与社会、政治、经济、文化、环境生活相互作用的结果，这也表明了它是一种复杂的社会现象。

城市形象系统设计是将城市形象设计作为一个完整的过程，是研究城市形象系统调研、定位、建构、设计、运作与管理等的方法体系。城市形象系统设计的建立应该是系统的、科学的，以人的精神为引领，从“人创造城市”的基本过程来分析，旨在探索城市形象系统设计的最佳结构，揭示城市形象系统设计的规律与方法。

二 城市形象的国内外研究状况与发展趋势

国外的城市形象研究是与城市景观理论、城市设计和建筑美学等紧密相连的，可以追本溯源到古希腊罗马时代。城市的外在形象集中体现在建筑形式上。城墙是城市的主要象征符号，城市也是一种建筑形式，更重要的是，城市是建筑的集中地。罗马时代，马克·维特鲁威³在古典名著《建筑十书》中就提出：“建筑应该造成能够保持坚固、使用、美观的原则。”⁴书中强调在城市规划与建筑中的美学意义和美的价值，并在美学意义的价值基础上，提出了城市景观价值体系、城市轮廓线所展现的城市空间特色、城市空间符号美学、城市环境美学、城市传统与风格、建筑艺术与城市美和城市建筑形象的展现模式等。我们可以把国外在艺术层面上的这些规划与设计，视为城市形象发展的一个初期阶段的认识观。随着建筑美学、城市设计和城市景观理论的发展，城市形象

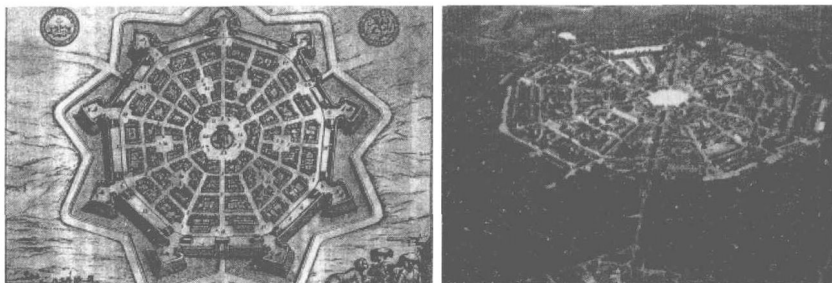
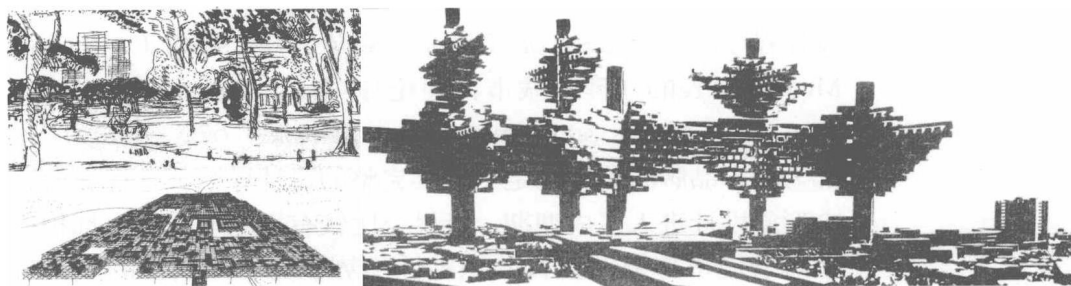


图 0-1 帕马诺瓦城——
一个完全按照理想城模
式建设起来的城市(1593
年由斯卡莫兹设计)

图 0-2 帕马诺瓦城实景

的研究也呈现出从追求形式美到追求和谐美的趋势。从柏拉图的“理想国”(Republic)(图0-1、0-2)到19世纪奥斯曼[Baron Georges-Eugène Haussmann]的巴黎改建,从美国的“城市美化运动(City Beautiful Movement)”到柯布西耶[Le Corbusier]的“概念性现代城市”(Conceptual Modern city)(图0-3)的设想,以及矶崎新[Arata Isozaki]的“空中城市”⁵的设想(图0-4、0-5),这些都反映了人们对美好城市形象的不斷追求。自1893年开始,美国以“芝加哥世界哥伦比亚展览会”为起点开展“城市美化运动”,强调规则、几何、古典和唯美主义,尤其强调把这种城市的规整化和形象设计作为改善城市物质环境和提高社会秩序及道德水平的主要途径。一是从“城市艺术”(Civic Art)的层面,即通过增加公共艺术品,包括建筑、灯光、壁画、街道的装饰来美化城市。二是“城市设计”(Civic Design)的层面:即将城市作为一个整体,为社会公共项目进行统一的设计。城市设计强调纪念性和整体形象及商业和社会功能,特别强调户外公共空间的设计,把空间当做建筑实体来塑造,并试图通过户外空间的设计来烘托建筑及整体城市形象的堂皇和雄伟。三是城市改革(Civic Reform)的层面:将社会改革与政治改革相结合,解决工业社会初期形成的城市居住差异、不平等的社会问题。四是“城市修葺”(Civic Improvement)的层面:强调通过清洁、粉饰、修补来提升城市之美。从城市更新和改造层面进行合理利用,最终的目的是为了改造一种新的城市空间秩序和景观体系,这种“城市美化”使城市在土地合理利用、构建核心型城市形态、创造性地建设城市景观、营造城市各种中心节点、构建合理的交通系统、保护城市历史文化、创建城市风格与特点等方面发挥了重要作用。虽然当时并没有使用“城市形象”这一专有名词,



但是这种实践已经具备了城市形象设计的雏形。二战后，城市的设计不仅注重建筑物之间的关系，也很重视城市文化背景在景观上的反映，尤其是欧美等发达国家的城市建设与城市规划体系一直自觉与不自觉地关注城市形象，并在广泛的意义上体现着城市形象的设计之美。与此同时，城市的个性化形象，往往可以通过城市规划与建设反映出来。城市设计从城市规划中分化出来，以城市景观规划为中心内容，为城市形象观念的兴起奠定了基础。

图0-3柯布西耶的“现代城市”设想

图0-4矶崎新的“空中城市”的设想草图

图0-5矶崎新的“空中城市”的设想模型

国外城市形象的研究是从城市规划学的形象设计逐步发展到市场营销学的形象营销战略。最先提出“城市形象”概念的是美国著名城市规划专家凯文·林奇[Kevin Lynch]，他于1960年出版了专著*The Image of the City*⁶。Image也可以译为“形象”，此书第一次提出了“城市形象”的概念，同时强调“城市形象”主要通过人的综合“感受”而获得。然而，凯文·林奇在书中将城市视同更庞大、需要更长时间去感知的建筑，着重分析城市的意象及其元素、城市的可读性和象征性，用感知环境的方法研究城市景观，还是属于城市规划学的范畴。此后，城市规划学界出现了光效应艺术、波普艺术、大地艺术、街道艺术和公共艺术等表现形式，这些新环境艺术遍及欧美大陆，对城市形象和城市建筑空间产生较大影响。进而，“城市形象建设”在经济学界、城市文化学界、城市规划设计学界和城市管理层中引起共鸣，强调城市形象在经济社会发展中的作用。虽然“城市形象”尚未形成完整的学科意义，但是研究成果在一定的层面上显示了城市形象的存在价值与意义。1983年Martin Gellen发表的《美国城市规划史：评注书目》(*History of Urban Planning in the United States; an Annotated Bibliography*)⁷，1985年胥瓦尼[Humid Shvarni]发表的《城市