

长江新创意
设计丛书

7

主编——靳埭强
副主编——韩然

城市形象

设计实践与教学
以重庆城市形象设计为例

编 著

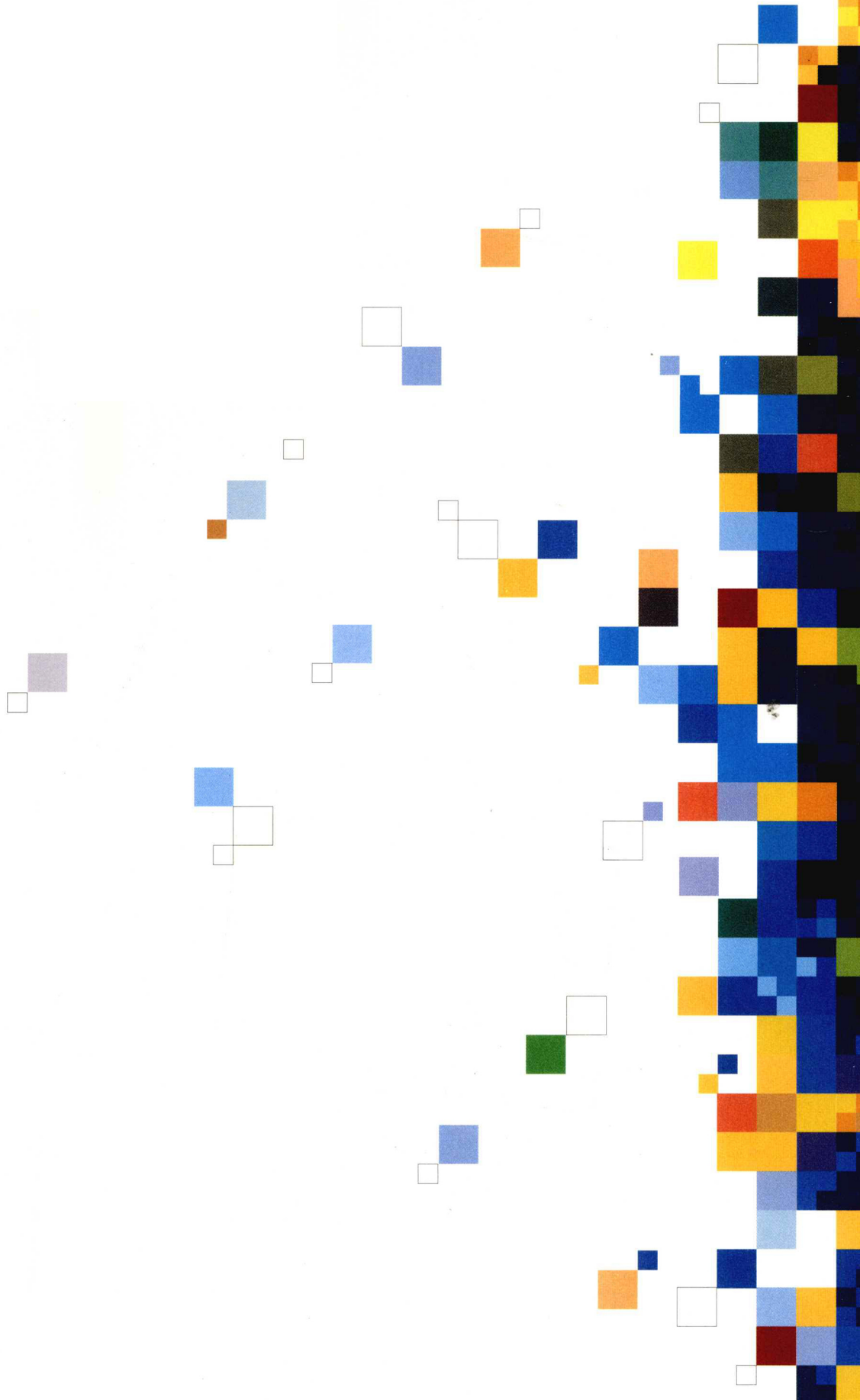
靳埭强

编 录

邵亭亭

林 梁

CHONGQING NORMAL UNIVERSITY PRESS
重庆师范大学出版社



长江新创意设计丛书(7)

主 编: 靳埭强

副主编: 韩 然

城市形象

设计实践与教学

——以重庆城市形象设计为范例

靳埭强 / 编著

邝亭亭 林 莺 梁丽珠 / 编录



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

序言一

当今我国以自主创新作为建设创意大国的国策，改革艺术与设计教育是重要的工作。自从我国推行改革开放路线以来，经济改革成果显著，现代设计教育得以发展，在20年间迅速进步，成功地从工艺美术教学改变为设计专业教育。但可能是发展过急，欠缺充足的时间与长远的策划，没有按部就班地进行实验与实践，设计教育还是重技艺而轻创意，沦为一种短视的职业训练。近十年来，这种设计教育无限膨胀，全国大专院校无一不开办设计教育课程，疯狂扩招，争相建造堂皇的教学殿堂，热衷于引进新科技硬件，而基础课程却仍停留在20世纪80年代的模式：师资难求，大部分教师缺乏专业实践，难以向学生传授专业经验。这种现象是我国创意教育大危机的预兆。

2003年，我应李嘉诚基金会的邀请，将汕头大学原艺术学院改革为长江艺术与设计学院，并任职院长。我们希望在现今艺术与设计学院教育的环境中大胆实验，办一所与众不同的学院，为设计教育再改革投石问路。若能引起同道关注，一起添砖加瓦，既可为我们的创意事业尽一分心力，也可以圆我人生事业上的一个梦想。

长江艺术与设计学院的办学宗旨是以中国文化为本，以国际先进新观念为基础，以具有前瞻性的视野、开放的态度、跨领域的教学，培养心手合一的创意人才。我们致力于改革专业设置方向，调整学科结构，重新编写课程大纲，增强教学队伍能力，提升原师资创新观念，研发实验性课程，将以教师为主导的模式改变为师生互动研习的教学方式，拒绝标准答案，培养独立思考能力，使学生成为具有自主创新能力的人才。

我们经过实验、实践，已取得一点成果。个别老师亦积极总结自己的教学心得，编写专论。这套《长江新创意设计丛书》集中了我们的教研成果，作为长期出版计划，将逐年出版汇成书系，包括新课程的实验、专业教学的论述和硕士生专题研究等题材。我们无意编制一套教科书，或建立一个新标准；相反，我们只想从新的角度探索不同的教学与研究课题，希望能启发更多更新的教学实验，努力在陈旧的体制内寻求突破。此外，更希望同道先驱向我们提出宝贵意见，支持、鼓励创意设计教育事业。我衷心向我院师生所付出的努力和出版社的支持谨致谢意。

2007年11月于汕头大学长江艺术与设计学院

序言二

文 | 杭间

2003年上半年，在北京“非典”最严重的时候，靳埭强先生带着助手郭咏茵小姐来到北京，住在已经门庭冷落、客人寥寥的和平饭店。他此行的目的只有一个——说服清华校方同意将我借调至汕头大学担任长江艺术与设计学院的副院长，协助他推进新的设计教学改革。

尽管有许多困难，但靳先生的诚心不仅打动了，也感动了清华大学及美术学院的领导，借调一事终于得以在校务会上通过。8月，我来到了风景优美的汕大，在桑浦山边日月湖畔安顿了下来，开始了在汕大的生活。

此时，汕大已经有了三个冠以“长江”字头的学院：传播学院、商学院、艺术与设计学院。之所以有“长江”两字，是因为李嘉诚基金会会对汕大的教育投入由单纯的经费投入变为更多地参与管理的方式，以此来推动汕大教学的国际化改革。有“长江”字头的学院，正是率先实行新体制的教学单位。他们聘请了一批在国际上有影响的才俊之士来到汕大，一时汕大群贤毕至。

长江艺术与设计学院的院长是靳埭强先生，副院长是我和著名世界设计史研究家王受之先生，我负责科研与日常工作。学院还有一个阵容颇为强大的顾问团，其中有著名文化人、香港“进念二十面体”的荣念曾、胡恩威，香港设计中心董事局主席刘小康，香港理工大学副校长梁天培，等等。这个顾问团与内地荣誉性质的顾问有很大区别，因为一年四次以上的顾问会决定的是学院的大政方针，在我看来，顾问团实际上是学院的“常务委员会”。

“长江”机制的学院最值得提及的地方还有其所设的“行政总监制”，职权介于内地的行政副院长和办公室主任之间，但是又有所不同：他的工作直接受命于院长，在贯彻学院决定的时候有全权，比办公室主任管得多，从而决定了其良好的行政效力。第一任总监是现任上海音乐学院艺术管理系主任的郑新文先生，他也是香港人，有丰富的艺术管理经验。我们的合作，真是非常愉快。我回到北京度假时，面对朋友对于行政辛苦的有关心问候，常常会心生自满，其实这都得益于“行政总监制”的有效实行。

但是汕大毕竟在汕头，作为一个偏于一隅的、年轻的大学，体制上的理念改革不可能解决所有问题，如何衔接和过渡性发展，是一个学院既要展开正常办学又要逐步提高的关键。学院采取了两步走的方针：首先，在教育理念上强力推进以中华文化为本、心手相应的、具有国际视野的新的教学模式。为此，学院约请了许多国际一流的师资撰写新的教学方案，建构一个全新的艺术和设计教育体系。第二步是引进师资和提升原有师资水平同时并进，高校扩招以来对优秀师资的需求量增大和教育部本科教学评估推行后对

优秀人才的流动与促进，几乎是同时开始的。人才难求众所共知，虽然汕大有李嘉诚基金会的支持，在人才引进的待遇方面具有优势，但在全国高等教育的人才战略烽烟四起的形势下，汕大在地理环境上并不具有优势。因此，在积极引进的同时，如何提升原有的师资水平不仅是保证教学正常展开的关键，也是整个教学改革成败的关键，因为这样一批教师毕竟是学院教学的中坚力量。

学院采取了很多措施来解决这个问题。除了充分信任这些在校工作多年的教师，同时还请来新课程设计者与他们一起座谈讨论，沟通交流教学理念；组织他们到香港著名高校去考察，参加学术活动，开阔他们的视野。就这样，学院在每一门课上均着力推行提升。四年过去了，教师和学生均从中感受到教学改革带来的成果。

这一套丛书，就是这些成果的反映。回想三年前，我和韩然、武祥永、余源三位老师开始讨论着要做这套书的时候，心里虽然期待但却是不安的，因为要写出一套完整反映学院改革新思路的著作，需要时间的沉淀。丛书后来得到靳院长的支持，并将他的著作加入。随着时间的推移，丛书一步步成形，现在终于要出版她的第一批，我的喜悦心情是难以形容的。

于是写下以上的文字，权当是序吧！

2007年12月16日于清华园

目 录

序言一 | 靳埭强 1

序言二 | 杭间 2

第一章 | 城市形象的背景及需求 7

一、城市形象的定义与发展 8

二、中国城市形象之现状 9

三、重庆城市形象的由来 10

第二章 | 城市形象的核心阶段进程 19

一、前提与背景 20

二、核心设计——标志的设计进程 30

第三章 | 重庆城市形象的应用设计进程 99

一、字体与署式设计 100

二、广告语 102

三、主题图案 104

四、应用发展 111

第四章 | 城市形象设计作为教学课程的实践 121

一、新潮行动：2004年 122

二、平面设计专业“城市形象设计”课程教学 123

第五章 | 总结与反思 153

与靳院长访谈——重庆城市形象执行现状及其他 154

有关城市形象设计的课堂讨论 161

与靳院长访谈——关于城市形象设计的设计和教学 163

附 录 | 香港新品牌形象的争议 171

图片说明 183

后 记 188

重慶欲夥港 變會展之都

行漫記

稱做了3年中南海「幕後人物」的汪洋，終於走到台前，這位新任重慶市委書記上周一在重慶接待香港傳媒訪問時，明確表示重慶（簡稱渝）能成為長江上游的經濟中心之餘，也必須成為性的會展中心，而達成這目標，重慶更必須加強和香港的合作，而且要愈快愈好。

本報記者 蘇偉雄、陳子凌

里為重，廣大為慶（因為重慶字為「重」，慶的簡體字為「慶」，兼收並蓄，是為重慶）。汪洋近日出席重慶政府，也是他帶領重慶旅遊經濟中心的指導方向。由於重慶是一個移民城市，必須更好地吸收各個文化的精神，精神重慶發展打下基礎，後才來悔之晚矣。

「所以我們現在有這樣的意願，要到沿海地區去，到香港去，到國外去招商引資，包括人才和會展業。有志之士也應該趕快到這裏來開拓和10年前一樣的處女地。」汪洋說，他並以港商羅瑞為例子，指出羅比別人早來重慶投資，結果收穫甚豐，所以汪洋希望香港的會展業盡快和重慶合作交流。汪洋更稱：「如果五年以後才來，悔之晚矣。」

事實上，重慶已開展西部會展之都的第一步。去年10月，重慶市舉行「亞太城市市長峰會」，這是重慶首次舉辦的一個大型國際性會議。據悉，除目前的兩座會展中心外，重慶現在正新建一座國際會展中心，市內配套設施。



▲擔任重慶市委書記後，汪洋首度對傳媒透露，有意打造重慶為西部會展之都，並希望加強和香港會展業的合作。
（陳子凌攝）
▲汪洋自言，他在任內的一項要務，就是摸索更多對重慶有幫助的發展路向，令這個直轄市名副其實。圖為重慶市地標解放碑商業地段。
（陳子凌攝）

WORLD CITY IN NAME, NOT IN EQUALITY

the past year, the of homosexuals to within society has hotly debated out the world. that has been marriage, come to

an unhappy "double life", says Roddy Shaw Kwok, whose Civil Rights for Sexual Diversities is compiling data relating to discrimination on the grounds of sexual orientation. "Those fears are very real," says Mr Shaw. "They are afraid that if they come out to their family, they will be disowned and they will be out at the end of the day."



Roddy Shaw

very direct, like being spat upon, or very subtle, like the click of a tongue. It demeans Hong Kong, which would like to be thought of as a world city, without the responsibilities that go

Support group Horizons in 2003-04 logged 20 calls inquiring about or reporting discrimination. Civil Rights for Sexual Diversities received 23 cases in 2003-04 alleging discrimination. Lesbian support group Queer Sisters received five calls last year.

The Equal Opportunities Commission, which has no charter to hear or deal with discrimination on grounds of sexual orientation, received 11 inquiries from 1999 to 2003. "This is about human rights. We need to pass a law to protect those who are different," says Mr Shaw.

招港人才 盼兩地互送客源 重慶借助港力 包裝旅遊業

行漫記

有豐富的旅遊資源，主城本身就是一張名片，自己的特色，依山傍水，好像還沒有任何一個重慶類似的城市。但我們目前在旅遊方面的資源相比，確實不如人意。」簡華明說，推出重慶市長王鴻舉對重慶旅遊業的雄心。

旅行社所需要繳交的所得稅只要15%，比起全國其他地方的33%低一半以上，藉此吸引外資。提供優惠政策之餘，去年重慶市特別為新旅遊景點及路線來港推介，並與香港旅遊發展局簽訂協議，加強兩地旅遊業合作。當地旅行社亦與香港中國旅行社簽下互送旅客客源合作協議，進一步推動兩地旅遊。

渝旅業不擅包裝做廣告

甚至到任才3個月的重慶市委書記汪洋，也感慨重慶的旅遊業「不善於包裝，不知道做廣告」。因此，王鴻舉明白，自己不得不，經驗缺乏。」而香港人才對重慶旅遊業的不足很有幫助。兩者合作，香港人才得到的是投資回報和發展機會，重慶則發展旅遊業，為市民提供更多就業機會，達到雙贏。



香港經 2006年3月30日

重慶打出「10張名片」

城市形象的背景及需求

第一章

一、城市形象的定义与发展

“城市既是一个景观，一片经济空间，一种人口密度，也是一个生活中心和劳动中心，更具体点说，也可能是一种气氛，一种特征或者一个灵魂。”法国著名的城市地理学家什梅尔如此定义城市。

全球化促进了城市化，城市化进程催生了城市之间的竞争。城市竞争力不仅表现在政治、经济和文化等方面，更多表现为以建设和推广城市品牌为主的城市形象竞争力。城市形象竞争力包含了政策、文化、投资、人才、旅游和品牌六大组成部分，缺一不可。城市品牌，是人从历史、人文及氛围等方面，对一座城市或地区的综合感知或认识，其目的是将这座城市独有的特征、价值及个性准确无误地传达出来，并建立出一个鲜明而富有灵魂的形象。

城市品牌属于地理品牌。地理品牌除了城市品牌，还包括国家品牌、区域品牌和地区品牌三部分。地理品牌可以被定义为市民、游客、企业经营者、高级人才、政府官员、行业协会、投资机构等受众对于某一地理空间区域及这一地理空间区域所供给的全部体验。

城市品牌可以是整体的城市品牌，也可以是城市的旅游品牌，由城市本身的阶段发展目标决定。城市品牌在策略的制定下，借鉴CI理论，在品牌形象的理念系统、行为系统和视觉识别系统综合实施下进行。

城市形象发展至今，最早也是最经典的案例，还要数1977年纽约市推出的“I Love NY”（我爱纽约）城市形象。这是当时政府为了针对纽约的脏、乱、差而进行城市形象面貌整治时设计的。由于这一形象元素生动且推广深入人心，结果大获纽约人认同而几乎成为纽约的代名词，至今仍为各城市学习的典范。随后，欧洲的英国、荷兰、丹麦等地纷纷兴起了城市形象的推广热潮。20世纪90年代以后，这一热潮开始影响亚洲，从日本、韩国直到千禧年的中国香港，相继开始了一系列城市形象推广活动。

二、中国城市形象之现状

中国最近二三十年来城市发展得非常快，尤其是北京成功举办奥运会，使得全世界的目光聚焦北京，并开始关注中国各个大城市。中国的城市化进程迎来了新一轮的发展高潮，一方面积极争取中央政府的支持，希望获得更多的国内外投资，以推动城市发展达到更高、持续化发展的层面；另一方面，在大力开展基本建设的同时，每个城市都希望打造自己独特的城市形象。由于很多城市建设以满足功能性需求为主导，或个别领导追逐短期政绩，城市独有的文化脉络被无情切断。大城市以北京、广州为代表，而小城市尤以汕头最为典型，很多文化积淀深厚的老城区遭到严重破坏，结果造成城市发展的一个普遍现象：城市的现代化建筑景观越多，城市的内在就越“空”。

历史的发展总是正负参半，城市化运动带来的可喜的一面是，很多城市纷纷借形象工程及推广手段，为城市创建和再现独有的人文景观。包括重庆在内，北有大连、青岛，东有杭州、苏州，西有西安，南有广州、深圳，从政府到民间都相应地在城市形象上大力投入。

重庆是中国四大直辖市之一，中国重要的中心城市之一，历史文化名城，长江上游地区规划中的经济中心，中国重要的现代制造业基地之一，长江上游地区城乡统筹的特大型城市。城市依山而建，人谓“山城”；又为中国内陆的工业重镇。因境内嘉陵江古称渝水，故简称渝。1997年3月14日，第八届全国人民代表大会第五次会议批准设立重庆为中国第四个中央直辖市，也是中国中西部地区唯一的直辖市。1997年6月18日，重庆直辖市政府机构正式揭牌成立。

重庆共40个辖区，其中19个市辖区，17个县，4个自治县。重庆城市面积共8.2403万平方千米（中国省级行政区第26名），为北京、天津、上海三市总面积的2.39倍，是我国管辖面积最大的直辖市。



图1-1 俯瞰重庆

三、重庆城市形象的由来

重庆城市特征

重庆，特殊的地理环境使其成为一座美丽的山城，4000多年的悠久历史使其成为一部厚重的“史书”，此外，这里还涌现了诸多影响中国的英雄豪杰。

在地理意义上，重庆被称为“长江上游的重镇”，地处长江和嘉陵江的交汇之处，当地人把这交汇地称作“朝天门”，古代这里是迎官接圣旨的地方。从地图上看，重庆地处中国中部核心地区，可以说，重庆是中国东西部交流最重要的一点（图1-1）。以前的重庆面积并不大，直到1997年3月14日，第八届全国人民代表大会第五次会议通过了恢复设立重庆直辖市的决议，重庆成为继北京、天津、上海之后第四个中央直辖市。重庆直辖市设立后，国家对其管辖的行政区域的建制和划分作了调整，现在的重庆市已经成为中国面积最大、人口最多的城市。

从历史上看，重庆是一座有着悠久历史的文化名城。夏商时期，三峡地区是全国主要的岩盐产区，由于盐是古代重要的硬通货之一，由此在巫山地区催生了早期的巴国文明，重庆别称“巴”由此而来。从“巴”到“渝”到“重庆”，重庆一名延续至今已有八百余年历史。自秦以来，历代王朝都在此设置郡、州、路、道、府等行政机构。抗日战争爆发后，国民党政府西迁重庆，于1937年11月定重庆为“战时首都”，1940年再定重庆为“陪都”。连同远古巴国的建都、元末明玉珍的大夏国建都，重庆在历史上三次成为国都，被称为“三都之地”。重庆经历了从新中国成立之初的中央直辖市到隶属四川省，再到恢复直辖市，现在更成为中西部地区发展的核心重镇。

另外，重庆还被称作陡坡城市。全世界城市中很少有平均坡度超过 20° 的，一般城市建造的坡度都要控制在 15° 以内，而重庆的城市平均坡度却超过了 30° 。独特的地理环境造就了很多特色景观，比如：很多房子是用木头架子搭建的吊

脚楼，错落有致地建在整个山崖上，楼梯很高很高，非常壮观。重庆市中心是一个半岛，对岸有山，山上面有一个瞭望楼。夜晚，在山上眺望整个城市，灯火辉煌、高楼林立，和俯瞰香港岛有异曲同工之美，当然，跟香港比还存在很大的差距。

重庆城市形象的需求背景

重庆打造城市形象的需求背景，我认为主要有以下几个方面：

（一）修正城市的身份认同：1997年重庆成为直辖市，由中央政府直接管辖，身份发生了改变，因此需要重新打造一个新的品牌。在对内宣传与对外推广中，建立一个新的、属于重庆自己的城市品牌形象，成为重要的第一步。

（二）明确城市定位：在重庆变成直辖市之后，关于它



图1-2 山顶瞭望楼

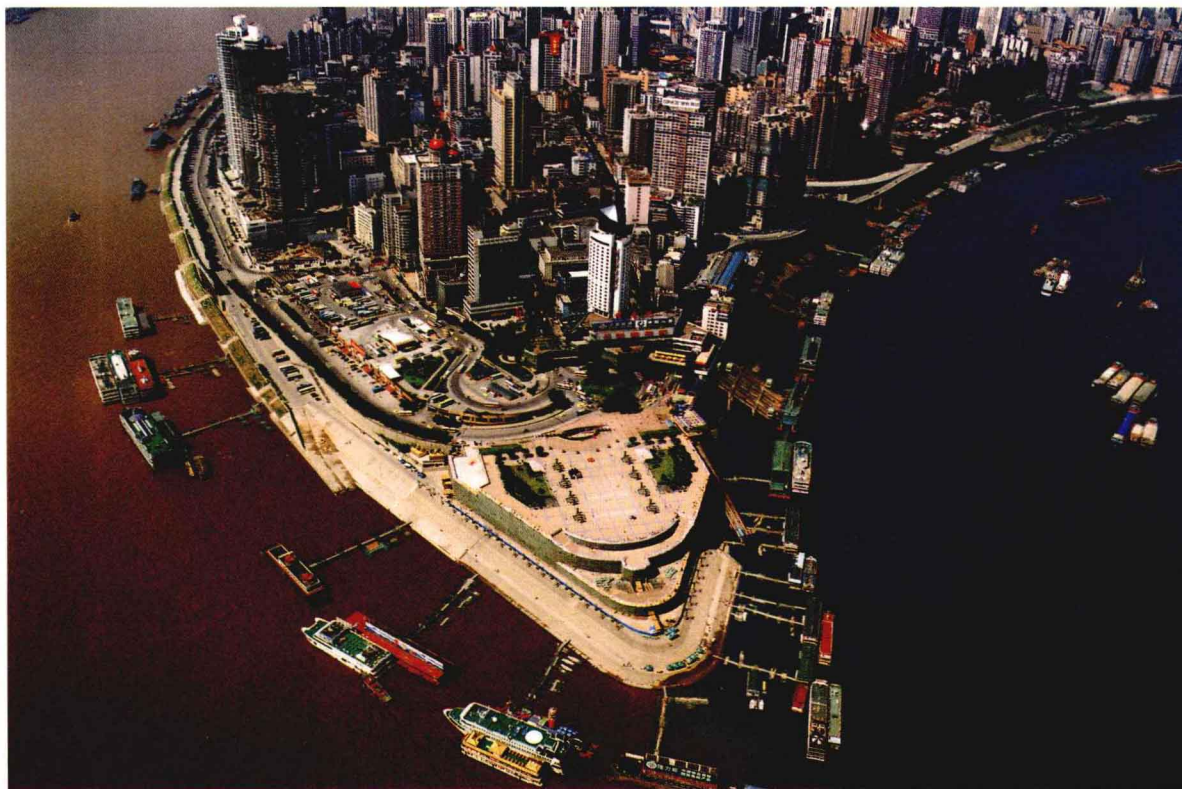
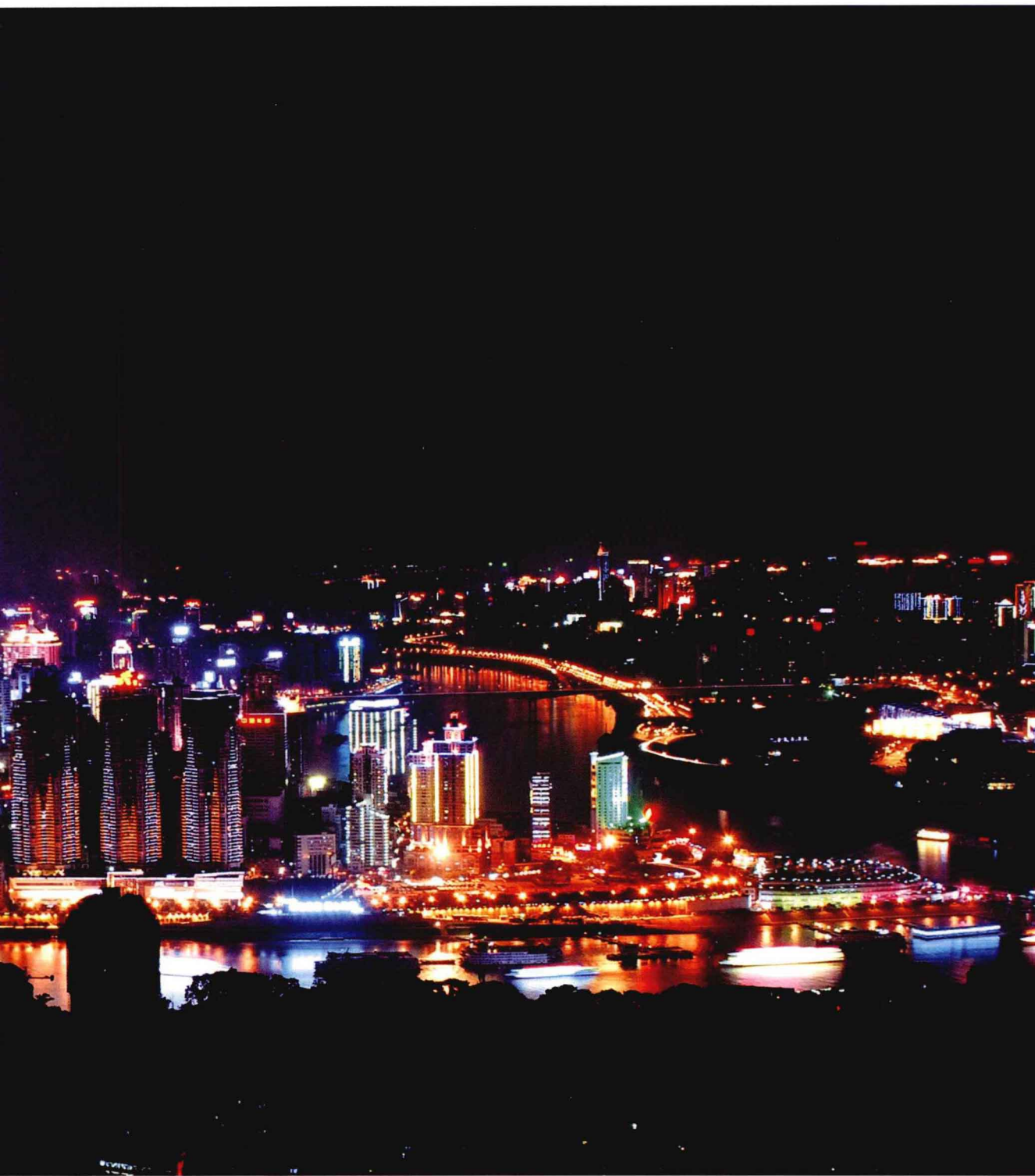


图1-3 两江交汇的优越地理位置



图1-4 俯瞰朝天门美丽夜景，宛如小香港岛



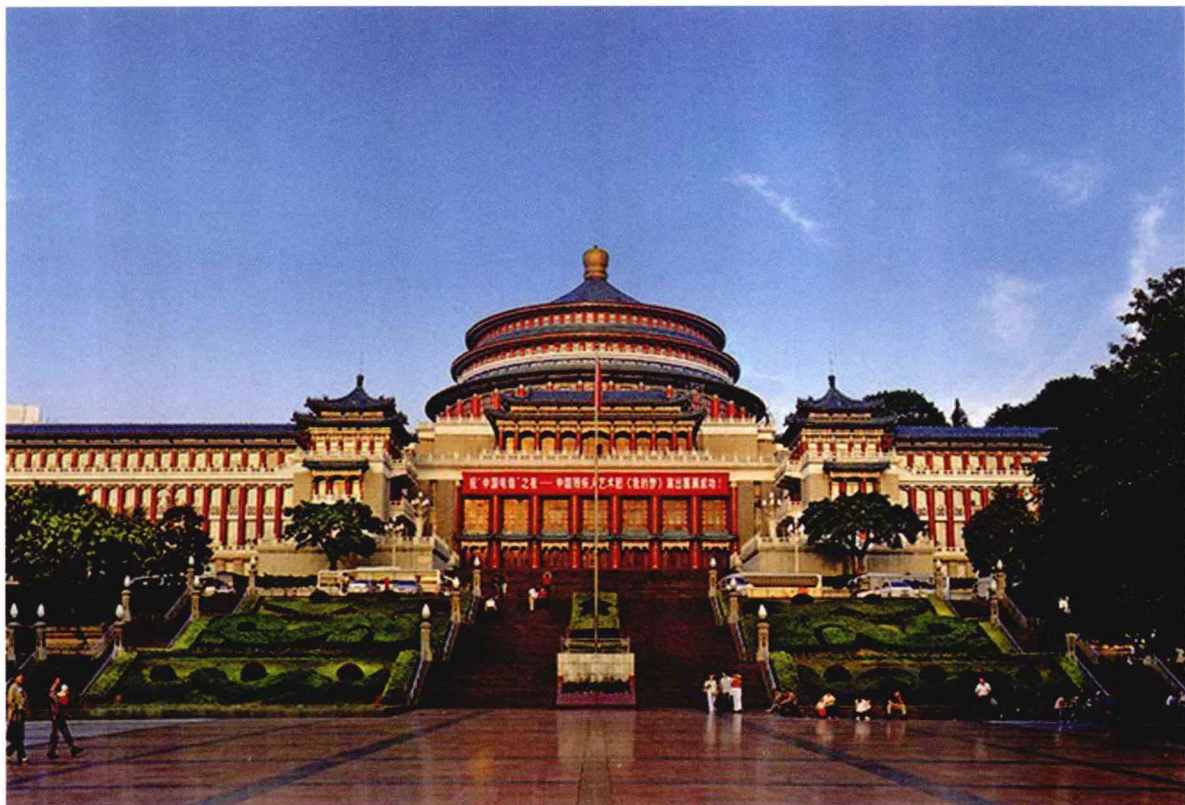


图1-5 重庆大礼堂

如何与四川省会成都的发展及定位作出清晰的划分与界定，报纸上有很多的讨论：“重庆应该如何经营这个城市？”“重庆的形象受到什么的影响？”“如何肯定重庆过去五年作为直辖市的发展成就，以及如何继续发展？”当中也有人提出要打造山城的品牌等。同时，关于重庆也存在很多负面评论，例如它是中国“三大火炉”之一，还是一个处在高山上的山城，雾气很重，被人们称为“雾都”，等等。新的城市形象要淡化这些负面形象，突出其正面的优势，给予这个城市一个明确的定位。

（三）满足城市发展进程的需求：重庆成为直辖市之后，城市发展步入快车道，十几年间，城市发生了巨大的变化：大量建造自己的轻轨铁路、高速公路；开发了若干新区，从南坪一直到江北区。由于整个城市都在飞速发展，以至于几乎每三个月就要更新一次地图。重庆成为中国经

济发展得最快又最怪的地方。英国最著名的一份经济杂志*The Economist*(《经济学人》)刊登了一篇文章《重庆现象》，研究了重庆飞速发展的原因和利弊。如今，重庆在建高楼大厦的同时，也开始考虑建立自身的城市形象。虽然旧的建筑已经被拆掉，但新建起来的暂时还没有什么特点，所以重庆希望先通过城市形象的软性建设，从各个方面把城市的特征和品质打造出来。

(四) 增强城市竞争力：中国自改革开放以来，东南沿海地区率先得到发展，城市和经济的发展都取得了显著成就。如今，在中西部发展战略的大环境中，重庆占据了十分重要的地理位置和经济发展要塞，在中西部发展中扮演着非常重要的角色。虽然重庆的地理位置比不上沿海地区，但经过过去五年的发展，其经济增长速度超越了南方及沿海地区。为了配合这种发展趋势，就要打造重庆城市品牌的营销策略，做一个国际链。此外，重庆拥有的地理环境和悠久的历史，使旅游业成为这个城市重要的资源，城市形象的建立及推广更是促进旅游业发展的催化剂。

基于以上因素，重庆市政府把城市形象付诸立项。正如《重庆日报》在2002年“直辖五周年”专题报道中所述：

“重庆之变，天、地、人。天，一为蓝天，重庆需要把头顶上的天变为蓝天，迅速摘掉‘雾都’和‘火炉’两顶帽子；二为天时，2000年启动的西部大开发战略为重庆带来了发展的好时机。地，是指地理环境，重庆这几年利用交通改善地理的劣势，大力‘提速’，让城市增加了与世界对话的机会和平台。人，是指它的人口众多：‘崽儿’是重庆方言对人的称呼，老少咸宜，反映了重庆人性格中‘火爆、果断但又草率’的特点。今天的重庆需要树立新重庆人的形象。”

从2004年到2006年，我带领香港靳与刘设计顾问公司参与了重庆城市形象视觉设计的项目，本书即系统、全面且详尽地介绍了整个项目的完成过程，并将本次项目的进行过程应用到课程实践当中。书中第四章记录了我们在汕头大学长江艺术与设计学院开设的“城市形象设计”课程教学记录及学生作业和感想，探讨我本人对城市形象的意义及其对设计教育的反思和启发。



图1-6 重庆解放碑