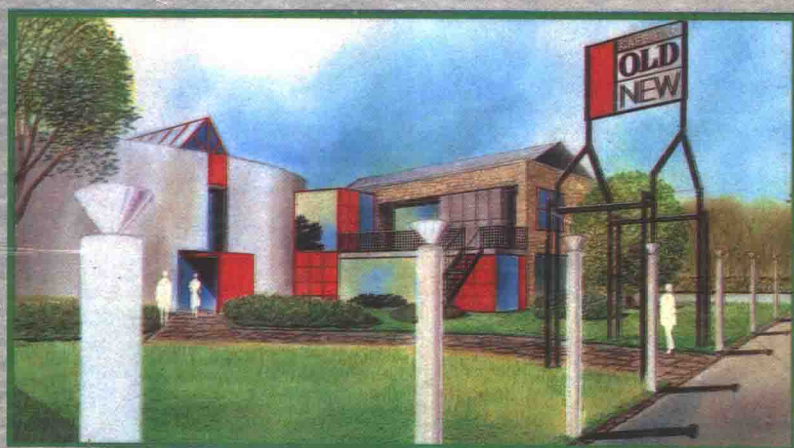
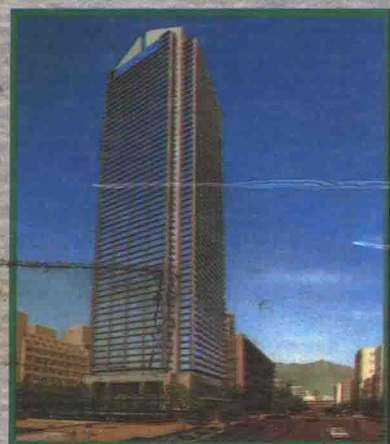
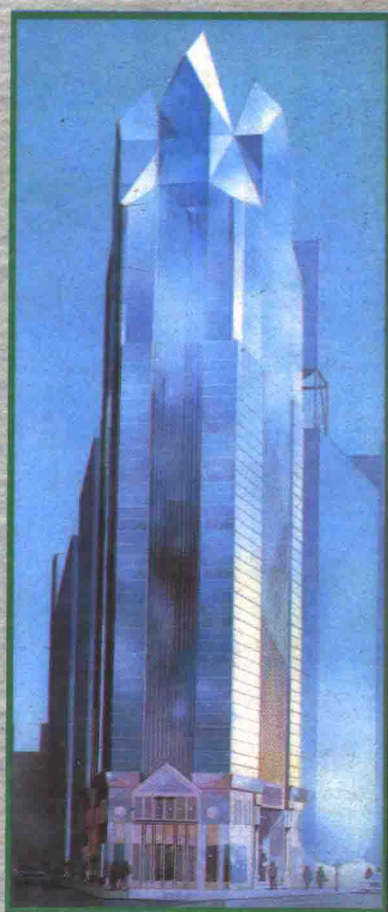
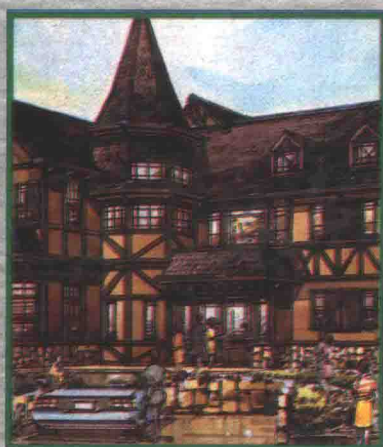
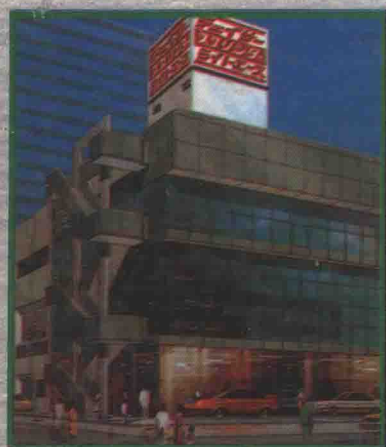


日本建築畫表現技法精華

室外部份

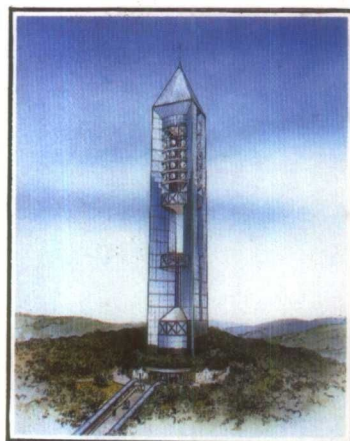


哈爾濱出版社

日本建築畫表現技法精華

室外部份

Exteriors: Perspectives in Architectural Design



哈爾濱出版社

(黑)新登字12号

日本建築畫表現技法精華

責任編輯: 關 力	裝幀設計: 盛 雲 林 木
主 編: 王大偉	
編 委: 郭 光 戈海濤 曹 晶	
哈爾濱出版社出版發行	(哈爾濱市道里區九站街1號)
遼寧美術印刷廠 製版印刷	(瀋陽市皇姑區北陵大街17號)
787×1092毫米	16開本 18印張
1992年5月第一版	1992年5月第一次印刷
印數: 1—5, 100	每套定價: 98.00圓

ISBN 7—80557—522—3/TU·6

前 言

建築畫是使用戶清楚地了解設計者意圖的最有效的視覺手段。爲此，我僅就購建設計及其超前意識與耐久性等諸多方面的要求談談個人的想法。

就對用戶而言，只是過多着眼於建築畫的美觀未免過於浮淺。因爲建築畫最重要的是應該設計出能使用戶的決策者能發揮經營意志而果斷地決定採用此設計，並使其說出：“好！非常適用。它可以作爲我們幾十年的長久的建築。”

但只是注重美觀、漂亮的建築畫，往往會與用戶的要求相互矛盾。所以爲了迎合用戶的不同要求，以下5點是至關重要的先決條件。

第1、不同於其它同類設計的特點是否突出：

第2、其特點能否發揮出作爲飯店、購物中心或物資交流中心等嶄新的機制機能：

第3、能否長期使用及便於保養維修：

第4、能否表現出本公司的經營特點：

第5、能否達到商業集團等諸多要素的標準。

換言之，建築畫不僅只是追求渲染氣氛的畫面，而應必須完全體現出上述爲商業服務設施所需要的每個技術要求。

本書所刊載的建築畫不是獨立的、機械的呆板的圖案，而是空想與美感的設計造型。是爲承包設計而設計的。

凡例

- a → 建築物名稱
- b → 所在地
- c → 設計事務所
- d → 配景畫的作者
- e → 作品應徵者

目 錄

建築畫構成要素的表現·····	6
1. 營業室·····	9
汽車經銷店 商場 美容店 綜合商店 家用電器 商店 服裝商店 加油站 時裝中心 文教用品等	
2. 飯食服務設施·····	41
西餐館 咖啡廳 風味餐廳 烤魚店 迪斯克 餐廳 啤酒館 大飯店等	
3. 娛樂場所·····	55
山莊 棒球場 賓館 游泳中心 遊人之家 游艇俱樂部 博物館 展覽館 蜜月大廈等	
4. 住宅·····	85
學生會館 私立醫院 別墅 公寓 私人住宅 宿舍 住宅小區(集體住宅) 保育院等	
5. 辦公大樓·····	103
生命保險公司大樓 商業大樓 一般辦公 大樓 銀行 綜合大樓等	
6. 公共設施及其它·····	131
大學 綜合性醫院 體育館 廳舍 車站前再 開發 通信中心 設計研究所 紀念文庫等	

建築畫構成要素的表現

建築畫所要表達的是某一建築物或組羣在特定環境下的主題氣氛與效果：它們是通過各種構成要素的有機調度和處理而綜合表現出來的：它們主次分明，互相襯托，相得益彰。

在建築畫中，除重點表現的建築物是畫面的主體之外，還要有大量的配景要素。建築物是建築表現畫的主體，但它不能孤立地存在，須安置在諧調的配景之中，才能使一幅建築表現畫漸臻完整。所謂配景要素，就是指突出、襯托建築物效果的環境部分。

諧調的配景是根據建築物設計所要求的地理位置和特定的環境而定。常見的配景有：樹木叢林、人物車輛、道路地面、花圃草坪、天空水面等。也常根據設計的整體佈局或地域條件，設置些廣告、路燈、雕塑等，這些都是為了創造一個真實的環境，增強畫面的氣氛，這些配景在建築表現畫中起着多方面的作用，能充分表達畫面的主題氣氛與效果。

配景可以顯示建築物的尺寸，要想判斷建築物的體量和大小，需要有一個比較的標準，人就是這個最好的標準。因為人的平均高度為1.6米—1.8米左右，有了人的身高的參照，也就顯示了建築物的體量和大小。配景可以調整建築物的平衡，可以起到引導視線的作用，能把觀察者的視線引向畫面的重點部位。配景又有利於表現建築物的性格和時代特點。利用配景又可以表現出建築物的環境氣氛，從而加強建築物的真實感。利用配景還可以有助於表現出空間效果，利用配景本身的透視變化及配景的虛實、冷暖、可以加強畫面的層次和縱深感。

樹木表現：

樹木是表現大自然環境的主要內容，人們對它有特殊的偏愛，它是美和富於生命力的象徵。樹木作為透視圖的配景而點綴，充實了建築表現畫的內容。

樹木為較好表現，且無一定的具象，故在表現畫上有主觀襯景作用，由於地勢和氣候的巨大差異，樹木的種類豐富繁多，所以在建築畫面上則體現了建築物的地域性。

樹的生長是由下向上伸展，它的外輪廓基本形體在自然界中很少呈完整的幾何體，一般是比較多姿和靈活的。如果按完整的幾何體來畫，往往不免流於呆板粗陋。但是在有裝飾性的畫面中，也可允許樹木呈簡單的幾何體。這時必須注意與整體在格調上協調一致。

在建築畫上，樹對建築物的主要部分不應有遮擋。作為中景的樹木，可在建築物的兩側或前面。在建築物的前面時，應佈置在既不擋住重點部分，又不影響建築物的完整性的位置。遠景的樹木，往往在建築物的後面，起烘托建築物和增加空間感的作用。色調和明暗與建築物要有對比，形體和明暗變化應大事簡化。近樹為了不擋住建築物，同時由於透視關係一般只畫樹杆和少量枝葉，起框景的作用。

在用色上，樹木未必都用綠色系，可配合用紙或整體畫面色調及主題意境而靈活選定。

車輛人物表現：

靜止的建築物，綴以運動着的車輛和人物，使畫面增添了動勢和生氣。造型新穎、色彩華麗的大小客車、轎車、姿態婀娜服飾艷麗的人物能給畫面製造一個色彩中心，也常與建築物造成色彩上的呼應。

車子在建畫面上居於點景位置，用色要突出，尤其效果陰影更可增加車子的速度感，所以常用深色的陰影、加上白色的效果綫及車身或車輛的白色醒目點綴。

畫車子的困難在於角度的變化及行進感，所以一定要注意比例和透視方向。

人物表現在於使造型富於動態，衣服的用色及光綫表現十分重要。但臉部一般皆不畫，以免失真。近年來，人物流行只畫人物框綫，完全或部分留白，以降低畫面的複雜性。

建築畫中畫人物有如下目的：一貼近建築畫人，可顯示建築物的尺度；二可增加畫面的氣氛和生活氣息，三通過人物的動態可使重點更加突出，四遠近各點適當的配置人物，可增加空間感，人物的動向應該有向心的“聚”的效果，不宜過分分散與動向混亂。

牆面表現：

建築物的牆面可分為：大面積的玻璃牆面（玻璃幕牆）、大牆面小窗、實體牆面、水平條形窗等。玻璃牆面求其光影表現，實體牆面應注意本身體量的質感表現，實體牆水平條形窗應注意陰影效果。

實體牆面由於施工方法不同，使用材料不同，就有不同的形式和特點。

1. 清水牆：不粉刷，質地較粗而無光澤，表面有規則的磚塊劃分，着色時首先平塗，繼之用繪圖儀器畫直綫。一般採用較重色。而純度又較高的顏色來畫，接着用比牆面基色稍深的顏色畫出磚的質感效果。

2. 塗料等平滑牆面：牆面光滑採用平塗退暈法表現。

道路、路面表現：

不論是何種材料的地面，都沒有複雜的形象，所以在描繪時，可作平墊處理，一般近處色深遠處因反光等原因比較亮。又可用筆觸法方向性塗畫，不作明確交待，亦可畫出地坪材料的層次或塊狀變化。

地面往往因面積較大，有時用建築物和樹木等投影，投射到地面上。投到地面上的斜直綫或弧形圓點的投影，美化了平淡無奇地面形象，增添了规范化平直的道路的路面氣氛。

又可利用建築物和其它配景，反映到地面上的倒影造成深淺對比的光影和瀟灑相映的朦朧色彩，使平整無華的地面顯得別有意味，但倒影的形象要單純，色彩變化要少、明度不宜過高。

在用色彩表現路面的同時，應輔與合乎透視關係的橫、直平行直綫，與建築物消失同一滅點上，可增加畫面的空間透視感。

室內家具表現：

家具表現着重於家具表面質感的表現，尤其是反光面的表現，使家具更為真實，所以應用較重的顏色。床、椅、沙發的布面表現，可使畫面更加生動。家具的光影表現使物品更具有立體感。

屋頂表現：

鳥瞰式透視別墅及中國式的建築物屋頂，一般為求整體均衡，用色與牆面一致，不論重色與淺色要用不同的層次的光影表現，所以屋頂以噴筆表現最好。在掌握屋面色彩明度時要與建築受光面、背光面和屋頂天光面合理區分。

標誌牌表現：

廣告招牌在商業性建築畫面上成為常見，招牌類透視最好以醒目色彩塗畫，以濃色最容易表達襯底與文字商標二者之間的對比效果，即可用高彩度來表達，如文字圖案用重色，襯底用淡色對大面積小招牌多採用此種方法。

畫廣告招牌一定要平直清楚，所以要加重陰影，突出立體效果，文字圖形要合乎比例，有時也要加一些反光表現效果。另外剪貼也是一種表現方法，平時多收集些包裝紙、圖片、目錄、宣

傳海報、及至壁紙、壁佈、報紙等都是表現廣告招牌的有用材料。

天空表現:

每張室外透視圖都少不了天空，天空是透視圖中表現時間和氣候的主要因素。

晴天白雲，使建築物顯露在強烈的日光之下，有閃爍奪目之感。朝霧晚霞，使建築物沐浴在彩雲之下，深沉穩重。

除鳥瞰圖外，畫室外透視圖，天空常在畫面上占較大的面積，故天空的配備，應與建築物起呼應作用。

天空着色一般的規律是：離人眼越近顏色越純，明度就越低，而離人眼越遠的天空，顏色越淡，明度偏高。

畫天空時經常碰到畫雲，雲的形狀是隨着天氣的變化而千姿百態。有時，使雲彩也作透視表現，與建築物向同一方向消失，使畫面有很強烈的透視感。至於雲的色彩，在表現畫中不必過分強調，重要的是明度關係，其目的是突出和襯托建築物的表現。

草坪表現:

大片草地用大片的層次塗沫表現，遠景式的草地多不作明確的分界。草地加重針筆的垂直筆觸，可表達草坪真實的生長感。大片草地可加重樹的陰影，使之不致於太單調。

樓梯表現:

樓梯畫法在於明確的線條及定位，用色不宜太深，樓梯、欄杆、扶手的花樣圖形及光影是表現的重點，人物與階梯配合，可減除單調的感覺，陰影的加強能突出立體感。

燈光照明表現:

光束及燈光可使圖面看起來光亮突出，一般用粉彩，廣告顏料中的白色、炭精筆表現。白光在畫之前，先上些深色，再打光，可因黑白對比更加明亮。多用噴筆、毛刷之類用具。

1. 營業室

汽車經銷店

商場

美容店

綜合商店

家用電器商店

服裝商店

加油站

時裝中心

文教用品商店

1. SALES

Car Dealerships

Markets

Beauty Salons

Malls

Appliance Stores

Clothing Stores

Filling Stations

Fashion Plazas

Culture Shops



a. 豐田汽車陳列室 b. 福岡縣福岡市
c. 新和建築株式會社大阪營業所 d. 秦優入

a. TOYOTA SHOWROOM b. Fukuoka-shi, Fukuoka
c. Shinwa Kensetsu Co., Ltd. d. Shohachi Hata e. Shohachi Hata



10 a. 日本豐田汽車公司交野營業所 b. 大阪府交野市
c. 新和建設株式會社 d. 翻譯利雅 e. 翻譯利雅

a. KATANO OFFICE, OSAKA TOYOPET b. Katano-shi, Osaka
c. Shinwa Construction Co., Ltd. d. Rendering RIYA Co., Ltd. e. K. K. Rendering RIYA



a. 豊田汽車中部經銷店 b. 愛知縣名古屋市
c. 菱田建築事務所 d. 吉田勝義 e. 吉田勝善

a. TOYOTA AUTO CHUBU b. Nagoya-shi, Aichi
c. Hishida Architectural Office d. Katsuyoshi Yoshida e. Katsuyoshi Yoshida



a. 西東京本田汽車克萊歐展銷廳 b. 東京都町田
c. 列伊設計事務所 d. 武藤澄巳 e. 武藤澄巳



a. 伊南農協中澤加油站 b. 長野縣
c. 長野經濟團體聯合會一級建築師事務所 d. 武藤遼己 e. 武藤遼己

a. INAN NOKYO NAKAZAWA GS. b. Nagano
c. Nagano Builders Association Office d. Atsumi Muto e. Atsumi Muto



12 a. 神奈川豐田汽車陳列室 b. 神奈川縣橫濱市
c. 中西設計事務所 d. 赤坂孝史 e. 赤坂孝史

a. KANAGAWA TOYOTA SHOWROOM b. Yokohama-shi, Kanagawa
c. Nakanishi Architectural Design Co., Ltd. d. Takashi Akasaka e. Takashi Akasaka



a. 計画方案 b. 東京都板橋区
c. 大林組設計所 d. 眞善純子 e. 眞善純子

a. PLAN b. Itabashi-ku, Tokyo
c. Obayashi-gumi d. Junko Minowa e. Junko Minowa



a. 荻野河岸散歩道商店街計画
c. 丹青社 d. 原田剛 e. 丹青社

a. RIVERSIDE MALL OGINO
c. Tanseisha Co., Ltd. d. Tsuyoshi Harada e. Tanseisha Co., Ltd.



a. 岡谷VIA阿匹特商場 b. 長野縣岡谷市
c. 兜興業株式會社 d. 吉田勝義 e. 吉田勝義



a. VIA APITA OKAYA b. Okaya-shi, Nagano
c. Tokai Kogyo Co., Ltd. d. Katsuyoshi Yoshida e. Katsuyoshi Yoshida



a. 奈良阪剛百貨商店計畫方案 c. 奥村組 d. 堀口憲嗣 e. 堀口憲嗣