



通向2008年的北京形象工程

城市形象艺术设计

郑 宏 / 编著

CHENGSHI XINGXIANG
YISHU SHEJI

中国建筑工业出版社

通向2008年的北京形象工程

城市形象艺术设计

郑 宏 / 编著

CHENGSHI XINGXIANG

YISHU SHEJI

中国建筑工程工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

城市形象艺术设计/郑宏编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2006

通向 2008 年的北京形象工程

ISBN 7-112-08760-0

I. 城… II. 郑… III. 城市规划—设计—北京市
IV. TU984.21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 099620 号

本书是一部关于城市形象艺术设计研究的专著,以城市艺术设计学为基础,以城市形象的形成、构成、发展作为研究城市形象的主要内容,通过对北京城市形象的分析、研究,提出北京城市形象的历史美、生态美和创新美的“三系一体”城市形象设计理念,并以此作为北京城市形象发展目标和评价基础。本书是北京市社会科学院与第 29 届奥运会组委会联合设立的“通向 2008 年的北京形象工程”课题的重要研究成果之一。

本书主要提供城市决策、城市规划、城市艺术设计、景观艺术设计、环境艺术设计等从业人员阅读、参考。

* * *

责任编辑:曲士蕴

责任设计:赵力

责任校对:邵鸣军 孙爽

通向 2008 年的北京形象工程

城市形象艺术设计

郑宏 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

新华书店经销

北京天成排版公司制版

北京建筑工业出版社印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 11½ 字数: 280 千字

2006 年 10 月第一版 2006 年 10 月第一次印刷

印数: 1—2500 册 定价: 35.00 元

ISBN 7-112-08760-0

(15424)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.cabp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

序 一

“通向 2008 年的北京形象工程”课题是北京市社会科学院与第 29 届奥运会组委会联合设立的重大课题，本课题受到奥组委宣传部、总策划部和组委会的各位领导的高度重视；北京市社会科学院院长朱明德同志为加强对这个课题的领导，要求抽出一位副院长主管这个项目，最后决定由我承担这项任务。

自 2002 年 6 月立项至今，将近三年，取得了一系列的研究成果。课题组向奥组委总策划部提交了《面向国际的北京总体形象策划模式》的研究报告，发表了一系列关于城市形象研究的专著和论文，如《论城市形象细分》、《奥林匹克精神与北京精神》、《论北京人文奥运形象》以及《全面建设小康社会提升首都的城市视觉形象》等。《全面建设小康社会提升首都的城市视觉形象》被中国管理科学学会及其学术委员会选入《中国创新与发展研究文库》。《论北京人文奥运形象》被《当代中国领导参考文库》编纂委员会选入《全国优秀科技成果汇编》并被评为文化教育类一等奖。本文是给奥组委《面向国际的北京总体形象策划模式》报告的一部分；出版了《城市形象细分》和《社区形象设计》两部专著。

近年来我们提出的许多观点，如 2002 年课题组提出北京人文奥运三大标志：北京精神、民族色彩、全民参与。2005 年初市委书记刘淇同志在人代会上为人文奥运确立了四个定位：中国风格、人文风采、时代风貌、大众参与，二者基本一致。

2002 年课题组提出北京城市性质定位之一，是最好的生活中心之一，随后北京向全国宣布率先提出建立“宜居城市”。

2003 年课题组提出北京城市布局应采取“十字一线”。这与 2005 年新的城市规划两轴两带有共同之处。十字就是两轴，一线是主张京津产业连成一线，将化工产业迁出北京，布置在京津高速路沿线。建议京津列车终点站设在塘沽，把北京与海连起来。

对于旧城保护也有许多建议。主张向郊区分散城中心的资源，让迁入郊区的市民不必天天返城。在未开发地段重建城墙，外面看是城墙，内部看是环城商业楼，城墙上面是环城空中花园等。

首次提出城市形象落差的概念，将“城中乡村”问题纳入了城市整体形象考虑，坚持谐调即是美的理念。消灭形象落差已列为市政府议事日程。

此次出版的《城市形象艺术设计》，是“通向 2008 年的北京形象工程”的子课题研究成果。由课题组成员郑宏先生负责研究、撰写。

本书对北京的城市形象的艺术设计进行了全面分析，并提出了有关的建议。

提出北京城市形象历史美、创新美和生态美的“三系一体”发展理念，提出建构北京广场群和米字形城市发展轴线以及优先规划城市公共开放空间等概念。

我之所以对本课题进行了总体的回顾，就是为向奥组委作个阶段性汇报，并向关心奥运的读者作个全面的说明。

我们的研究特点是以奥运为切入点，促进北京科学的协调的发展，并非就奥运谈奥运，因此有恒久的生命力。2008年的奥运会有闭幕之时，而我们的理论创新和科学的发展对策不会随奥运会的结束而消失。它将为每一座城市、每一个社区的形象设计与建设继续提供理论和方法的支撑。这是奥运的无形资产之一。

目前研究仍在深入。2004年将社区形象设计从亚运村街道一个社区推广到所有社区，创建了十大品牌社区。北京市委、市政府领导最担心人文奥运理念的落实，课题组正准备创造人文奥运示范区。用事实回答什么叫人文奥运？怎样实现人文奥运？为落实《人文奥运行动规划》做出理论和实践的贡献。

北京市社会科学院副院长 陆 奇

2005年4月11日

序 二

“通向 2008 年的北京形象工程”课题是北京市社会科学院与第 29 届奥运会组委会联合设立的重点课题，本课题受到奥组委宣传部、总策划部和组委会的各位领导的高度重视，我院郑宏老师承担了分项课题《北京城市形象艺术设计》的研究工作，该研究成果即将出版，我表示祝贺。

郑宏老师近十年主要从事环境景观设计教学和研究工作，2004 年主持完成北京市规划委员会委托的《北京城市艺术设计发展战略研究》课题。这是首都北京城市总体规划修编历史上第一次进行城市艺术设计发展战略研究。他提出“三系一体”的北京城市艺术设计发展理念以及北京城市空间的“米”字形发展轴线和广场群等富有创新概念，受到北京市规划委员会的肯定。

《北京城市形象艺术设计》分项课题是在《北京城市艺术设计发展战略》以及《北京旧城公共开放空间系统》课题研究基础上，结合城市艺术设计学方法和规律，对北京城市形象艺术设计进行了有益探讨，提出北京城市形象定位、发展方向和存在的问题。

将城市作为艺术设计的对象，纳入艺术设计范围，对环境艺术设计内容是一个扩展。城市艺术设计内容丰富，影响广泛，越来越受到人们的重视。希望这个研究成果的出版能对我国城市建设提供有益的参考。

清华大学美术学院院长 李当岐

2006 年 7 月

目 录

序一

序二

第一章 绪言	1
第一节 课题研究的背景	1
第二节 北京城市形象设计理念	2
一、北京城市形象设计理念必须依据城市的性质定位	2
二、北京城市形象设计理念需遵循城市艺术形象体系	2
三、北京城市形象设计理念需与 2008 奥运发展理念相结合	2
四、创建奥林匹克中心区及其他中心区城市新形象	4
第二章 城市形象设计的学科基础	6
第一节 城市艺术设计学的概念	6
一、城市艺术设计概念的确立与意义	6
(一) 城市艺术设计概念的确立	6
(二) 城市艺术设计概念确立的意义	6
二、城市艺术设计与其他学科关系	7
三、城市艺术设计的研究方法	8
四、城市艺术设计学的创建是城市形象设计的助推器	9
第二节 城市艺术设计学概念的建立面临机遇与挑战	9
第三章 城市形象的概念及功能	11
第一节 城市形象的概念	11
一、城市形象的概念	11
二、城市形象的审美功能	12
第二节 城市形象设计的体系	15
一、城市形象的概念系统	15
二、城市形象的行为系统	16
三、城市形象的功能系统	16
四、城市形象的视觉系统	16

第三节 城市形象的视觉系统的分类	17
第四章 北京城市形象设计研究	19
第一节 北京城市形象的形成基础与特征	19
一、北京城市形象形成的地理特点	19
二、北京城市形象形成的历史特点	20
(一) 北京古代城市形象	20
(二) 北京早期城市形象变迁	21
(三) 全国政治、文化中心的形成	22
三、北京城市历史形象特征	30
(一) 完整的城市布局形象	30
(二) 丰富的古建筑形象	30
(三) 优美的园林形象	31
(四) 革命纪念建筑和革命文物	31
(五) 独特的传统文化和民风民俗	32
第二节 北京城市历史形象的保护	32
一、北京历史文化名城形象的保护	32
(一) 北京城市历史文化名城形象的保护方法	34
(二) 北京历史文化名城形象的保护途径	34
二、北京皇城形象的保护	38
(一) 皇城形象的沿革	39
(二) 皇城形象的形成和变化	39
(三) 皇城的性质与历史文化价值评价	47
(四) 皇城的功能构成	49
(五) 皇城形象的现状	50
(六) 皇城保护区建筑高度	52
(七) 皇城保护区形象现状的评价	52
(八) 保护皇城的目标、原则和方法	53
(九) 皇城形象保护与更新方式	57
(十) 北京皇城形象的保护内容	57
(十一) 北京皇城形象的整治	59
第三节 北京城市形象设计研究	60
一、北京城市形象研究的方法与内容	60
二、北京城市形象的研究意义	60
三、北京城市形象的系统构成	60

四、北京城市形象构成元素	61
第四节 北京城市形象设计	61
一、《北京总体规划》(2004~2020 年)发展理念与城市形象	61
二、北京城市艺术形象设计发展战略研究	69
(一)北京城市形象艺术设计发展回顾与问题分析	69
(二)北京城市艺术设计体系建构	73
(三)首都北京城市形象与外国首都城市形象的艺术设计比较	75
(四)北京城市形象艺术设计发展战略理念	76
(五)北京城市形象艺术设计发展战略的实施	77
(六)北京城市形象艺术设计元素	80
(七)基本结论	85
第五节 北京城市形象的创新	85
一、北京奥林匹克公园及五棵松文化体育中心城市形象创新	86
二、北京西部中关村高科技园区城市形象的创新	87
三、北京东部商务中心区城市形象创新	88
四、优先规划公共开放空间,优化北京公共开放空间形象	91
(一)优先规划公共开放空间的概念	91
(二)北京旧城公共开放空间系统研究	93
(三)北京旧城公共开放空间系统优先规划和优化设计理念	94
(四)北京与国外城市公共开放空间比较的启发	94
(五)北京优先规划公共开放空间系统的建议	95
五、北京广场群城市形象设计	95
(一)北京城市广场群的建构是首都城市空间艺术的深化	95
(二)北京城市广场群规划概念的缺失与建构	96
(三)北京城市广场群的建构	98
(四)北京城市广场群的概念设计方案	99
六、建构北京城市“米”字形轴线	101
七、围绕北京 2008 奥运会开展的北京城市标志形象创新设计竞赛	103
(一)《中国北京 2008“城市标志”概念性设计国际竞赛“开放之门”》介绍	104
(二)《中国北京 2008“城市标志”概念性设计国际竞赛》揭晓	106
附录	109
附录一 城市形象设计研究分析图	109
附录二 城市形象设计研究创新系统研究资料	165
主要参考文献	173
后记	174

第一章 绪 言

第一节 课题研究的背景

本课题从艺术设计角度,特别是从城市艺术设计学角度研究城市形象问题,笔者认为城市艺术设计是城市形象基础。城市形象是城市性质、城市功能、城市历史、城市地理、城市文化以及城市生活方式“由内及外”、“由里及表”的反映。城市艺术设计是准确地把握城市具有的内在因素以及表现、体现其城市品质、感情及精神。运用城市形象艺术设计的形态、系统和元素,从宏观、中观到微观的整体设计。

虽然本课题是以北京 2008 年奥运城市形象研究为主,但更想通过这个切入点和角度,对北京城市形象整体形态的研究,探索北京城市艺术与城市形象之间的内在关系。从而正确认识和理解城市艺术设计的必要性和重要性。所以,本课题所涉及的内容不局限于北京奥运会、奥林匹克中心区形象研究。并且是在与北京城市形象设计研究有关课题研究基础上的连续的、阶段性思考的一个综合。

北京城市形象的形成、发展历史悠久、曲折。不同历史时期定位,给北京城市形象留下深深痕迹。有些是我们今天倍加珍惜的城市历史文化遗产,也留下大量由于定位模糊、失误而形成遗憾,而更加引起我们关注和思考的是这个伟大首都的城市未来形象取向,通过我们大量研究、分析还存在相当多的问题。到目前为止北京整体城市形象规划未能开展,局部思维方式仍然普遍存在,今后 50 年或 100 年的北京城市形象是个什么样?更加长远的北京城市形象设计规划仍处于缺位状态。

尽管我们有些部门也进行了积极工作,但是历史文化名城和保护区的保护仍处于孤立状态,与城市形象创新的联系脱节。这些年来北京城市建设中暴露出的主要问题仍然是缺乏整体、系统的城市规划,缺乏城市艺术规划设计,首都城市形象塑造缺乏理性把握能力,与一般城市形象趋同现象更加严重。

第二节 北京城市形象设计理念

北京 2008 年奥运会是北京城市形象设计和建设的机遇。围绕本次奥运会展开一系列规划设计。其中有奥林匹克公园景观等规划、主体育场馆“鸟巢”、“水立方”等标志性建筑设计征集、吉祥物设计以及景观雕塑规划征集等,这些规划项目是创造、并丰富北京城市形象的一次机遇,也是体现中国城市艺术设计水平的大舞台。希望通过建设奥运中心区以及一系列标志性项目建设,能够给新北京城市形象增添创新元素,成为北京城市新标志。不过能否成为北京城市标志形象或成为城市形象的文化遗产,是要经过历史的考验和认可的。

一、北京城市形象设计理念必须依据城市的性质定位

北京城市定位为“政治中心、文化中心、历史文化名城、宜居城市”以及“二轴二带多中心”等概念。

政治中心和文化中心是首都城市发展最核心定位,具有不可替代性。历史文化名城全国有 101 座,宜居城市概念具有普遍建设理念和要求,北京还有差距。北京城市形象创新由于没有整体系统规划设计理念,局部调整多,全盘考虑少。符合首都政治中心和文化中心功能元素规划的少。

二、北京城市形象设计理念需遵循城市艺术形象体系

北京城市形象的定位应当以历史美、创新美和形态美的“三系一体”理念,梳理城市历史特色,调整现实状态和现实发展目标,北京城市形象“三系一体”的体系提出,明确北京城市形象艺术基本特征和长期奋斗目标。

三、北京城市形象设计理念需与 2008 奥运发展理念相结合

北京 2008 年奥运会定位以“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”三大理念作为目标,实现“新北京、新奥运”的战略构想,体现中国风格、人文风采、时代风貌、大众参与。

我们是在一个有着 5000 年文明史,正在全面建设小康社会的国家,在一个有着 13 亿人口、56 个民族和 5000 万海外华人华侨的大家庭举办奥运会。我们是在一个以和平与发展为主题,我国和平发展的成就举世瞩目的时代背景下举办奥运会。因此,北京奥运会的特色应是:中国风格、人文风采、时代风貌、大众参与。

体现中国风格,北京奥运会是充分展示中国优秀文化、悠久历史的盛会,是世界了解中国的文化、历史、人民和自然风光的最佳窗口,应具有浓厚的中国

韵味。

展示人文风采,奥林匹克运动强调人的身心和谐发展。北京奥运会要体现中国优秀的哲学思想,使人们通过参与奥运会受到高尚的美的教育,陶冶情操,促进人与人之间和人与自然之间的协调。奥运会是以体育为载体的文化盛典,是体育与文化艺术相结合的社会活动。要秉承“合而不同”的文化观念,充分尊重、集中展示世界各国、各民族的文化精品,把北京奥运会办成各国运动员欢聚一堂、多元文化精彩纷呈的人类文化庆典。要使北京奥运会成为增强公民文明素质、提高公共道德水平的舞台,为实现建设和谐社会的目标做出贡献。

展现时代风貌,21世纪的中国和世界处在一个以和平与发展为主题,科技迅猛发展,经济走向全球化的时代。

北京奥运会要表达中国人民与世界人民一道追求和平、发展、进步的共同愿望。爱心无国界。中国在发展中强大了,作为一个负责任的大国,有着援助支持发展中国家的广阔胸怀,与各国人民和谐相处。我们尊重、欢迎、帮助各国年轻人、运动员,并从经济上照顾困难的参赛运动员。

实现大众的广泛参与,13亿人民和数千万海外华人华侨是北京奥运会最热心的参与者,受到各国朋友的支持。北京奥运会既是历史上举办国人口最多的一届奥运会,是人民群众参与程度最为广泛的一届奥运会。众多的志愿者、众多的观众,还有愿为奥运作贡献的广大民众和各国朋友。国内外各界的广泛参与将为北京奥运会创造十分热烈、祥和的氛围。

通过北京奥运会,要显示国家的综合实力、未来发展潜力、中华文明的魅力与制度体制的活力。

把2008年奥运会办成一届有特色、高水平的奥运。借鉴往届奥运会的成功经验,参考国际奥委会的意见,一届高水平的奥运会主要体现在以下几个方面:高水平的体育场馆、设施和竞赛组织。良好的硬件设施是成功举办奥运会的基础条件。高水平的开幕式及文化活动。精彩的开幕式是奥运会的重要标志,丰富多彩的文化活动是奥运会的重要组成部分。高水平的城市文明形象,举办城市的市容环境,文化氛围直接体现主办国家和人民的精神面貌、文明素质、管理水平,对树立奥运会和主办国家的良好形象至关重要。

“绿色奥运”是北京举办2008年奥运会的三大理念之一。核心内容就是大幅度提高首都环境质量,为奥运会创造优美环境,建设生态城市。

为此必须广泛采用环保技术和手段,大规模多方位地推进环境治理、城乡绿化美化 and 环保产业发展,不断增强全社会的环保意识,鼓励公众积极参与各项改善生态环境的活动。

继续加强城市生态和环境建设。继续抓好三道绿色生态屏障和绿化美化工程建设,全市林木覆盖率达到50%,市区绿化覆盖率达到42.1%。

四、创建奥林匹克中心区及其他中心区城市新形象

2005年1月,国务院批准了《北京城市总体规划(2004~2020)》。该规划将北京未来15年的发展目标确定为“国家首都,世界城市,历史文化名城和宜居城市”。同时全面实现现代化,确立具有鲜明特色的现代国际城市的地位。

新规划提出构建“两轴——两带——多中心”的新城市空间格局,将在北京市域范围内建设包括奥林匹克中心区等多个服务全国、面向世界的城市职能中心,计划形成“中心城——新城——镇”的市域城镇结构,并明确指出中心城是北京政治、文化等核心职能和重要经济功能集中体现的地区,其范围包括原规划中心城范围加上回龙观和北苑以北地区,面积约为1085平方公里。

2008年北京奥运会改变了北京城市总体规划布局。随着奥林匹克公园的建设,北京将在市区北部、城市中轴线北端形成一个集体育、文化、会展、休闲于一体的全新的城市功能区——奥林匹克中心区,并将在市区形成新的以奥林匹克中心区、中关村科技园区核心区、中央商务区三大城市功能区为主的布局结构。

北京城市布局在以天安门为主中心结构基础上增加奥林匹克中心区等三个中心区。这三个中心区是北京城市形象创新的重点区域,是形成北京城市形象新标志的基础。

奥运中心区建设理念是新北京、新奥运、新标志,同样它也是建设奥运中心区城市形象的目标。

第一,它能够充分体现新北京概念。奥运中心区是新建设一个新城,应当成为北京新的象征和标志,奥林匹克中心区位于中心城新几何中心,还没有大规模的建设,基础设施配套很好,密度很低,可规划性很好,具备建设大规模新城的条件。

奥运中心区应该是一座极具标志性的新城。她的地标作用应当与天安门一样,她同样可以代表新时代的北京、文明的北京、开放的北京。

要建设新北京城市形象的奥运中心区,超越旧城的天安门、皇城的标志地位,成为现代新北京的城市象征标志,需要建设一批具有世界一流水平标志建筑和一流的中心区规划,体现现代、文明和开放。

第二,它能够充分体现新奥运的理念,突破已往奥运中心区建设模式。奥运不仅是一次体育盛会,同时也是一个经济发展的机遇,通过奥运来进行城市运营,创造城市价值,是对新奥运内涵的新理解。奥运会对主办城市最明显的冲击,对举办城市的形态调整是显而易见的。

第三,奥运中心区是现代北京的象征和标志,应当成为北京的新城市中心区,应当成为新北京的象征和标志之一。

奥运中心区以文化、传媒、会展、会议、体育、休闲、娱乐产业等为中心,

有优美的环境,最引人注目的是宽阔的奥林匹克森林公园,非常适宜人居住,是集工作、购物、休闲和娱乐于一体的复合型城市功能区,具有可持续发展的新型城市中心区。

整个奥林匹克公园中心区占地 4.01hm^2 ,比 CBD 略大,而它的北部森林公园就达 680hm^2 ,是朝阳公园的 2.36 倍和美国纽约中央公园的 81%。如果北京建设“中央公园”,那一定是奥林匹克公园。

北京奥林匹克中心区是一个新的标志,它不再给人带来一般城市中心区那种拥堵、高楼林立的感觉,而是具有很好的生态环境,风景优美和可持续性发展空间。

奥运中心区应该是一个具有极高知名度的标志性地区。奥林匹克中心区有奥运村、国家体育场的“鸟巢”、国家体育馆、“水立方”等非常具有标志性的建筑,它应当成为世界杰出建筑的聚集地,而 680hm^2 的奥林匹克公园更是赋予奥林匹克中心区的优美生态环境。

通过奥林匹克具有的世界影响力和知名度,奥林匹克中心区有潜力成为具有极高知名度的标志性新城市中心。

承办 2008 年北京奥运会,奥运场馆投资 220 亿,基础设施总投资 2800 亿,与奥运相关的总投资是 15000 亿,规划中的奥林匹克中心区有 12 条道路和 4 条地铁线,交通方便,基础设施完善,138 万 m^2 完善的商业及文化配套建筑,加之 680 公顷的国家森林公园,奥林匹克中心区无疑将成为北京新城市中心之一,成为现代新北京的象征和标志之一。

尽管这些概念具有较强的阶段性特点。中国今后还会有其他城市举办奥运会,奥运会与首都功能定位联系有限。

北京城市形象发展是经历众多社会活动的城市。奥运会是一个超大规模的活动,是一个激发创造热情的契机。通过奥运会展示不仅是体育文化、竞技水平。更多的是展示国家形象、城市形象,而我们可以展示的北京城市形象最具有魅力的形象元素是历史形象多,创新的城市形象少,这个城市形象的继承创新是要通过积累和长时间规划结果,是突击不出来的。

除了建设奥林匹克中心区之外,还要建设北京商务中心区和中关村科技中心区以及广场群、“米”字形轴线、国家大剧院、中央电视台等,使它们成为北京城市形象新标志、新元素。所以城市形象设计是一个长期规划设计的工作。

第二章 城市形象设计的学科基础

第一节 城市艺术设计学的概念

一、城市艺术设计概念的确立与意义

(一) 城市艺术设计概念的确立

城市艺术设计是艺术设计学科发展中的一个创新概念。城市艺术设计概念创新主要从三个主要方面体现。

第一个方面是，从艺术设计学科本身的发展的扩展角度来理解。所谓扩展是在原有概念中没有涵盖内容而得以扩大和发展的概念。在传统的艺术设计学科定位概念中从来没有将城市作为艺术设计对象和研究对象。

第二方面是，在城市规划学科概念中，无论从宏观和微观系统中，没有城市艺术设计的这一概念。只重视物质规划，这反映原有城市规划概念的不完整性。至少城市艺术设计概念应当在城市规划建设中占有十分重要地位。而且城市艺术设计强调城市精神形态规划，它应当成为城市规划中不可缺失的核心概念之一。所以，城市艺术设计概念是城市规划概念创新和发展的体现。

第三方面是，城市艺术设计概念是艺术设计学科和城市规划学科的交叉创新的反映。

(二) 城市艺术设计概念确立的意义

任何学科的发展，新的学科概念的确立是学科发展的重要标志。我国有“名副其实”之说，所谓“名”即概念，概念是在其实体上进行抽象化的体现和概括反映。我们确立并明确城市艺术设计这个概念的目的就是强调它的特征和属性。

构成学科体系的要素是概念和联结这些概念的因素，它们依一定关系形成一个层次，其有些是基本的概念。城市艺术设计的建立是艺术设计与城市规划等学科的综合、交叉、融合和分化的结果。

在我国近现代的城市建设与发展中由于受到各种因素的影响，城市艺术设计即没有很好地继承传统，也未能科学地、准确地汲取西方合理的方法。在当前的

城市规划设计理念中主要还是以城市物质功能规划方法为主要目标。城市精神形态以及艺术形态的设计与规划是附属的。表面上看,很“务实”,其实是对城市功能认识的“缺位”反映。

城市艺术设计应当从学科的科学性、合理性的论证中得到确认,产生共识,得到应有的重视。

近年来,我国在研究城市相关问题上所涉及与城市艺术设计学有关的概念是很多的,比如城市形象研究、历史文化名城研究、城市特色设计、城市更新、城市美学研究、景观城市设计、旅游城市设计、山水城市设计、花园城市设计、市标、市徽、市花、城市艺术照明、城市雕塑、户外广告、城市设施、城市标识系统以及城市美化等概念。这些概念中均体现了一个核心问题就是城市艺术设计。所以,我们应当实事求是地说,城市形象设计研究需要城市艺术设计概念支撑。

以城市艺术设计为核心概念,研究城市艺术与城市物质功能规划的关系、与城市文化的关系、与城市经济的关系、与城市地理的关系、与城市历史的关系、与城市交通的关系。从中我们可以更加全面地认识城市艺术设计的作用与意义。

二、城市艺术设计与其他学科关系

梳理城市艺术设计与其他学科的关系非常重要,我们可以从与城市艺术设计有关联的学科的关系中发现其自身特点。如城市艺术与城市学的关系、城市艺术与城市规划关系、城市艺术设计和城市设计的关系以及与城市历史学、城市地理学等的关系中既有联系也有各自互不能替代的属性和特点。

以下我们可以分析一下他们之间的联系和自身特点。

从城市艺术与城市规划学关系来分析,城市艺术是城市规划宏观体系中的一个重要分支,将城市艺术从其宏观系统中独立出来加以研究,发挥其应有的独特作用。当然城市艺术不能离开城市宏观规划体系。但是城市艺术的自身特征与作用是无法替代的,同时在综合性很强的城市规划学科,很难体现和强调城市艺术设计学特殊形态和规律。越是突出和强调城市艺术设计特点和作用,就更加加强与城市宏观体系的联系与研究。

城市艺术与城市设计关系最易模糊,这可能又体现城市设计的综合性特点和概念,据《中国大百科全书》(建筑、园林城市规划卷)中的解释,城市设计是“对城市体形环境所进行的设计”。《简明不列颠百科全书》中的解释是:“对城市环境形态所作的各种合理处理和艺术安排”。它包含城市艺术设计内容,但不是以城市艺术为核心,不然就应当称作“城市艺术”了。

城市艺术与艺术设计的关系,应从我国艺术设计学科发展历史和范围来分析,传统艺术设计一般涵盖服装艺术设计、装潢艺术设计、家具设计、陶瓷设

计以及室内外建筑环境设计等概念,从未有将城市纳入艺术设计范畴,应当理解是由于历史的局限和认识局限造成的。所以城市艺术设计的提出是符合艺术设计学科规律的。

城市艺术设计不仅与传统城市规划等学科有着紧密联系。同时还与地理学、社会学、经济学、心理学、文化学等学科存在更加密切的联系。只有通过与其他学科有如此多的交叉和联系,彼此互为补充,才真正说明城市艺术设计是充满生命力的。

三、城市艺术设计的研究方法

从方法论角度思考城市艺术设计的创建意义值得我们探索的问题就更多。

任何学科的发展最初表现都是统一的、整体的,还没有分化,就像早期哲学形态,无所不包。随着哲学的发展,逐渐分化出许多分支学科。就城市艺术设计而言,也是融艺术设计学、美学、地理学、城市规划学、建筑学、史学、心理学等知识为一个相对整体。

我们今天处在学科不断分化创新的年代,许多新兴学科相继从包罗万象的统一学科中分化并得到迅速发展。学科在分化的同时又出现新的综合。

城市艺术设计以综合方法为主,它要运用各个学科研究方法和原则,这样就决定了城市艺术设计师必须关心各个学科的最新发展,随时汲取其中有益理论和方法来武装自己。

城市艺术设计研究,强调城市艺术设计研究方法的整体性、能动性、相关性等。

城市艺术设计研究的一般方法是指覆盖的范围是整个城市艺术设计体系,城市艺术设计研究的一般方法,必须根据城市艺术设计研究对象的定义及其最一般的特点来确定。城市艺术设计是运用艺术设计方法研究城市发展变化规律,根据这个定位势必要形成独具特点的研究方法以及相关理论。不仅需要沿用一些传统方法,还要不断运用先进和高科技方法。

城市艺术设计分类,城市艺术设计研究范围具有广泛性,决定了城市艺术设计研究方法的多样性。所以学科分类可以按对象、范围和层次进行分类。

(一)按照城市艺术设计研究对象进行分类;(二)按照城市艺术设计研究范围和研究方法进行分类;(三)按照学科层次,可以把城市艺术设计学划分理论城市艺术设计,应用城市艺术设计。城市艺术设计是一门交叉而又高度综合的学科体系。

科学地认识城市艺术设计概念十分重要。城市艺术特色是一个国家、一个民族和一个地区在特定的历史和特定的地区的反映。它体现于当地人民的社会生活、精神生活以及当地习俗与情趣之中。城市艺术特色一般仅分布于某一个地区