



城视

城市视觉笔记

City vision

高中羽



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

城视

城市视觉笔记

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

城视：城市视觉笔记/高中羽著. —重庆：重庆大学出版社，2010.5

ISBN 978-7-5624-5344-4

I. ①城… II. ①高… III. ①城市—景观—环境设计—研究 IV. ①TU-856

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第059109号

城视：城市视觉笔记

高中羽

责任编辑：周 晓 版式设计：高中羽

责任校对：费 梅 责任印制：赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人：张鸽盛

社址：重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编：400030

电话：(023) 65102378 65105781

传真：(023) 65103686 65105565

网址：<http://www.cqup.com.cn>

邮箱：fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆市金雅迪彩色印刷有限公司印刷

*

开本：787×1092 1/16 印张：14.5 字数：195千

2010年4月第1版 2010年4月第1次印刷

印数：1-6 000

ISBN 978-7-5624-5344-4 定价：36.00元

本书如有印刷、装订等质量问题，本社负责调换

版权所有，请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书，违者必究

城市博览 视而可思

北京歌华文化发展集团艺术顾问 朱维理

《城视》是一本借图启思的城市视觉笔记。作者以其平日积累的几百张图片为框架，博览约取，信手达意。以低镜头，高视角，从城市形态到城市文化，从城市雕塑到视觉垃圾，从城市设计到城市建设的批评和建议，颇有云房启窗，坐看氤氲的感觉。

其一是视而可识，作者将镜头对准城市被忽视的角落，用动情之笔记录了从繁华的都市街头到那个不起眼的天天人满的小面馆……卓见地提出：留住历史的感动，保留城市记忆的观点。因为一个丧失记忆的城市是不可能跻身于世界文化名城之林的。

其二是视而可思，该书从城市的性格、形象、细节，言及城市独特的思想文化和无所不在的设计。留下不少值得回味的思考：

“设计首先需要的不是语言，而是思想”。“城市环境规划与设计要同城市身份相协调；注意城市自己独有的规模尺度、文化特色；注意环境与人、形象与功能相协调；注意城市环境同自然生态相协调”。最近北京在谈及要建设世界城市时，规划可能有千万条，但务必要记住最根本的一条：只有让人真正得到尊严，这样的城市才能真正得到世人的尊重。

作者慧眼如炬地看到城市文化创意产业具有的无限生命力，以城市融合资源，以文化创造价值，将为现代城市的产业转型注入新动力……总之，作者善于在林林总总的城市博览中，在看似毫不相干的事物之间发现某种关联，其不同凡响的思维方式，总能于别人不经意之处，或发现意外的事物，或推究出独特的观点，在似乎不可能的事物中看出种种可能，善于察旧知新，这是高老师本人惯有的特点，也是本书立意、撰写的特点，令人掩卷回味：语颇隽永，耐人深思。

相信这本书对城市规划者、设计者以及文化创意工作者会大有裨益。

前面的话

“城市视觉笔记”，是“城市视觉”的笔记，也是城市的“视觉笔记”。不论是“城市视觉”的笔记，还是城市的“视觉笔记”，图总是少不了的，字可读，图也可读，读图可以读出字里没有的东西，可以读出读者自己的东西。从这点来说，这是一本要由作者与读者共同完成的书。

书中图片绝大部分是自己拍的，有许多拍的质量不佳，但只好用了。也有一些是朋友或学生拍的，多在文中注上大名。

城市视觉图像无穷无尽，几年中拍的一些照片，仅是沧海一粟，把这些东西理出来，写上一些文字段落，谈上一些想法。

内容大部分是城市视觉表现的，也有文化、风情等方面。

事先有几位朋友给宝贵意见曰：“要有现实意义，能引人思考和启发”；“我们城市的美感太差，养眼的地方太少，要多批评”；“多介绍点国外的东西”……

“现实”些不难，但要引人家“思考和启发”就不易了，毕竟咱不是城市问题研究专家；城市美感，倒是有话可说，也说了不少，不过城市形象不止是美感问题。这本东西只是在我们今天城市发展时，说一点自己的意见……至于“多介绍点国外东西”，我只去欧洲浏览过十几个城市，走马观花，只能说点感受而已。好在还有别的方式来了解这个世界，特别是学生们和朋友们常去外国，他们不少帮我开眼。

特别要说一下的是，书前有“让城市与‘上帝’同在”、“大，高，洋……”及“城市要素……”三文，似同城市视觉无甚关系，其实大有关系，更重要的是在谈到城市问题时，这些是我非常想说的话，所以特别列在前面了。

高中羽 2010年春节

目录

城市博览 视而可思
前面的话

1 认识与思考

- 2 盛世京城图
- 3 工业社会的城市
- 4 让城市与“上帝”同在
- 6 大，高，洋……
- 8 把城市看作一个家
- 9 除旧立新
- 10 城市要素……
- 12 大幕背后，文化导演
- 13 文化背后，时空渊源
- 14 防卫的文化
- 15 精神植物

2 留住历史价值

- 18 节日
- 20 留住历史的感动
- 21 大染坊
- 22 细待城市文物
- 23 历史标本
- 24 明代粮仓
- 25 旧元素，新前门
- 26 老北京火车站
- 27 王府井与天主教堂
- 28 五大道风采
- 29 街区境态

30 “疙瘩楼”

31 “官银号”

32 江南“咬不得”

33 再显往日技艺

3 需要视觉清理

- 36 如此嫁接
- 37 也是景观
- 38 对管理加以管理
- 39 宽与窄
- 40 大蛇路灯
- 41 教堂与厕所
- 42 城市需要喘息
- 44 壁垒森严

4 城市第一视觉

- 48 新旧交融
- 49 土洋交汇
- 50 体态
- 52 城市LOGO
- 53 营造舒适的空间
- 54 品味场境
- 56 宗教，虔诚，细节
- 59 传承古建文化
- 60 翱翔的楼……
- 62 门面
- 64 “门帽”
- 65 门坊

- 66 牌坊
- 68 街门的文趣

5 城市雕塑

- 72 大水车
- 73 放大劳动
- 74 城市主题
- 75 自然的警示
- 76 柏林熊
- 78 国宝之笑
- 80 街头的动物
- 82 借态，借势
- 84 诗外功夫
- 85 水与石
- 86 情景再现
- 88 可以穿越的雕塑
- 89 “建筑雕塑”
- 90 题材广阔
- 91 景观不等于雕塑
- 93 呈现往日情景
- 94 用艺术记录历史

6 处处有设计

- 100 同应用一体
- 101 花坛和招牌
- 102 纸制圣诞树……
- 103 洗手间标识……
- 104 老佛爷百货的立柱
- 106 车牌和大脸谱

- 108 流动的景观
- 109 为视觉污染设禁
- 110 模拟设计
- 111 细节的品质
- 112 装饰性与细节
- 114 木牌牌
- 117 “室内”与“室外”
- 118 无格式……
- 119 搬来金字塔……
- 120 说明牌的艺术
- 121 山谷古印
- 122 焕发石刻艺术魅力
- 124 墙柱上的设计
- 125 脚下的设计
- 126 柱的艺术（1~4）
- 130 城市导向指示
- 132 City Identity
- 134 城市家具
- 136 消防的设计
- 137 地面的表情
- 138 勿轻视小墙面
- 140 水的造型
- 142 墙的艺术（1~10）
- 156 城市特色与产品特点
- 158 主题文化发散
- 159 小女孩的火柴……
- 160 丢勒的“手”

- 161 设计的理由
- 162 浮土绘的渗透
- 163 现代与传统并存
- 164 广告与环境
- 166 精致的设计制作
- 167 京剧脸谱门
- 168 品牌的渗透

7 文化创意产业

- 172 砖天地
- 174 “田子坊”新景
- 176 城市文化创意产业
- 178 街上的“蜘蛛侠”和“丁丁”
- 180 开阔城市的文化空间
- 181 特色街区
- 182 借题发挥
- 184 大木鞋与古菲狗
- 186 古巷新貌
- 188 五花八门的卖品
- 190 门面的活力
- 192 拙中寓巧

8 城市风情文化

- 196 敞开式门面
- 197 街吧文化
- 198 晾衣景
- 200 邮筒乎？雕塑乎？

- 201 渐渐消失的工业形态
- 202 小领地
- 203 “握手楼”
- 204 夜的活力
- 205 文化的交汇
- 206 窗台上的鲜花
- 207 生动的群雕
- 208 小城风情
- 210 丽江古镇特色
- 213 大草鞋
- 214 餐馆里的书卷气
- 215 自然之妙
- 216 阿婆与少年
- 217 财神会……
- 218 感人的古川町
- 220 用相机作“笔记”

- 221 结语

认识与思考

1

城市从来就是个极其丰富的大舞台，是个琳琅满目、多姿多彩的大画卷……但是，今天的城市还远不那么完美……

盛世京城图

一幅康熙盛世京城图，充满了那个时代浓郁的社会特色，很值得品味。长长的大街用钟鼓楼形成空间区隔的节奏；街道两边是传统风格的、华丽的商业建筑与门面装饰，挂旗、招幌、匾牌，钟鼓楼上铃铛的细节表现，街区公共空间中的车马，沟通交往的人们，以及当时人们身上的衣帽服饰等，都是那个时代典型特色的城市元素。这件繁华市井的都市图画，表现了中国农业社会中城市发展的鼎盛状况。

我对城市的发源没有什么研究，想来应该是农业文明发展的结果吧。“城市”二字本是“围土为城，集贸为市”的意思，农业发展将集市交易推向更大的商业发展，也推动了城市的发展。同时，权势阶级的政治需要，也是当时城市发展的重要缘由。经济和政治是推动城市发源和发展的两只大手。有意思的是，从这幅盛世京城图中可以看到，众人活动的舞台中心，官员与富商们当街而立交谈着，或过往着他们的车马。



工业社会的城市

同左页的都市图相比，下图中是现代大都市，其最鲜明的差异是高耸的大楼和占满城市空间的汽车。高楼和汽车是工业社会物质文明和技术文明的典型标记。物质与技术的发展推动了现代城市的发展，城市的发展又推动了物质文明和技术文明的发展。

但是，现在许多城市的楼越盖越高，汽车越来越多，人口越来越密，大高楼、大牌汽车、大量人口，一个“大”字甚是了得！这种“多”和“大”也形成了现代“城市病”的病源。

现代城市对自然施加种种物质与技术设施，使城市傲视着自然，也失去了自然。不仅在物质方面不断消耗自然资源，产生大量环境污染，以及交通事故、城市空间变窄等，更在精神方面不断滋生种种垃圾。日常生活价值观中普遍存在物欲追求和拜金主义，带来精神文化的种种负面性反弹，急功近利、浮躁膨胀，乃至利欲熏心的犯罪。克服这一切，应该是现代城市发展中真正重大的课题。

(郝雪莉摄)



让城市与“上帝”同在

城市是什么？城市是人类社会发展的标志，集中表现了人类物质文明和技术文明的发展，也推动了物质与技术文明的发展。

但是，现在也可以有这样的答案：现代城市是一个人类越来越密集地汇聚在一起，日益脱离自然的地方。大量的人拥挤在一座座水泥钢筋制造的、叫作“楼”的建筑物里，互不来往。狭窄的生活空间也压缩着人的心胸和观念，而各种欲望仍然不断膨胀，人们的生存方式、人际关系，日益违背着自然。

究竟有没有“上帝”？有的，这就是“自然”。今天，当人们做着许多改变自然的事情时，早已失去了应有的分寸，人类不再对自然抱有崇敬心。

由于通讯和交通高速发展，城市中多元文化碰撞、汇集、组合，



加快了文化的传播，也导致现代城市文化的趋同化和传统文化的淡化与消失。一些城市的历史人文遗韵、特色风情等，本身就是城市文物，在粗放型的改造中，受到淹没或破坏。这些城市文魂在人们心灵中具有深刻意义，今天大部分已经消失或正在消失，只留在年长者的记忆里……

看着下面这幅城市的交通设想图，只能感到是人类生存的畸形。人们在高楼堆积、多层高架桥的水泥和钢材组合的物质与技术设施中，还有多少生命的自然性？而一些城市似乎正在追求这种“现代梦”！

今天，现代城市不断地付出巨大成本所做的许多事情，往往是在克服自己所造成的种种后遗症。人类犯的许多错误中最大的错误是对自然施加的力愈来愈多、愈来愈大，从而导致自然愈多愈大的“回馈”。

城市发展应当不断走向人类生活的进步以及同自然的美好和谐，这不仅应当是现代城市发展的根本主题，也是现代社会发展在物质和精神上的根本认识。



大，高，洋……

家在山东的一位人士说：“我们老家开发区管委会的高层大楼前面有个巨大的草坪，天安门广场不过如此。这草坪每年维护费要花费500万元，有什么必要搞这样的大草坪？”，他说“山东海滨一个小城，三面环海，两面环山，过去没有高楼，海景、山景都很可爱，现在盖了很多的冲天大楼，把自然的美丽整个破坏了。过去法国的马赛同这里的海湾很相像，现在马赛依旧，而这里却没有了往日景观，实在令人痛心！”。

每个城市都是块玉，要用心去雕琢，而不是按一种模子大兴土木。

高楼多是现代化的指标吗？盖大高楼现在似乎成了我们许多城市发展的一种主流意识！而所谓城市“大变样”，也就是搞“大高楼、大广场、大马路、大园区”……十几个城市花十几个亿，比着搞大剧院，人家搞咱也搞，结果搞完后很多时间是空着的，连行内人士都大有意见，其本质是完全没有创造性的模仿，求“大”的心态在城市建设中泛滥，这是一种“多层次愚蠢”的城市文化。

楼的高度不能衡量城市的品质。历史的厚度、文化的深度比楼的高度重要得多。有国人从欧洲回来，说“意大利城市太差了，没有几座高楼”、“巴黎有什么？有多少高楼？”，不比城市文化、城市历史、城市特色，只比高楼，充其量只是僵化的水泥意识。

一些大城市新建筑耗费巨大资金竞相引人注目，总想弄成一种偶像。这种心态就带来一些奇形怪状、令人作呕的丑陋建筑，这只能给城市造成创伤。在“贪大求洋”的膨胀中，正暗含着城市的文化萎缩……这应当引起城市管理者们普遍、深刻的思考。

欧洲教堂多，高高向上的建筑造型，引人向往天国。市郊若有山丘，总可见山上有教堂耸立，借山的高度，教堂可以更近天堂矣。城区无山，教堂也是高于一般房屋，至少那尖顶是这样吧。教堂的高

度表现了离上帝最近的地方，表现了宗教的崇高感，也表现了信仰的崇高感，这是神圣的象征。而如今现代化大高楼的高度已经远远超过教堂高度了，甚至就在教堂的身边，高楼林立，教堂高度的神圣象征力量萎缩了吗？我看教堂还是教堂，教堂高度的象征意义并没有改变，但是今天人们的信仰萎缩已是不争之事。

远远高于教堂高度的现代化高楼的出现，具有一种新的象征意义：它象征了一种新的信仰的盛行——对财富的信仰远远高出对上帝的信仰——在我们这庙宇不高的国度也一样……

不少城市千城一面的现象相当严重，形态克隆复制，使原有的文化积淀消失。有些文化资源丰富的地方，不进行深入挖掘整合，反而虚构一些自己本来没有的“欧陆情调”，在不断制造“东方日内瓦”、“香榭丽舍大道”、“波希米亚花园”、“马可波罗半岛别墅”时，城市优良的传统文​​化加速了消亡的步伐。

欧洲城市的确很有值得学习的地方，问题是我们学什么和怎么学。“欧洲”是地域概念，“现代”是时间概念，“欧化”同“现代”是两个完全不同的概念。欧洲城市风情是欧洲人生活、审美和价值观的历史积淀，在借鉴别人的时候，不看人家背后的文化根系，就只能做小孩子般的低层次模仿。

学习世界优秀文化，先要学习人家一个“自”字，我们长期缺乏自主创造的学习，多年来“自”字弱，“创”字也就不强了。

“洋”是要学的，但是要强调学中一个“创”字。文化的差异是不同人类群体对历史和环境的认同和体验，今天全球化发展不等于全球发展相同的文化。轻视和慢待自己的文化，民族文化遗产乏力，终将受到别人的轻视。一个城市应当有自己的尺度、肌理、韵律、特色，何必都穿上一身俗气的洋裤褂？

把城市看作一个家

笔者对城市规划是外行，但是我想总是先要对城市的环境格局、建筑、空间、交通、绿化、景观、公共设施、文史遗迹等多方面加以评析，再制定总体目标及分项功能定位，进而作具体规划设计。

城市规划设计可以看作是创作一幅画，把握好点、线、面、体关系是有效策略：点，是城市重要建筑、地标建筑、独特亮点；线，是城市轴线、道路交通、滨水界线；面，是城市差异化区块的分布；体则是集点、线、面，把握好整体场态。

城市街区营造也可以看作一种“大产品”制造，产品制造要考虑并制造它的产品功能、产品形态、产品结构、产品工艺、产品形象，终而进入市场，形成产品品牌。在城市街区品牌营造中，也包含着产品制造一系列环节的考虑。

我更喜欢从家居环境的角度来看城市的规划，把城市规划缩小看作如同一个家的整治。家居整治有五方面：第一，去掉家里不要的旧杂物及垃圾；第二，添置新物件；第三，整理与安排；第四，清洁环境与物品；第五，装饰布置、美化家庭环境。城市环境规划整治的道理，在很大层面上也如同这五个方面，比如：改造不合理的环境布局，去掉各类没有价值的危旧建筑，清理脏、乱、差；增加新的建筑、道路、桥梁、绿地等；完善多种公共服务设施以及清洁环境、美化环境。

无论什么规划策略，城市规划都要从百年大计、永续经营的城市生命出发，都要让城市尽可能贴近自然，多些自然之绿，这是城市生态的健康。地产开发商们不会考虑城市树林，规划城市绿色是城市管理者的事，先不奢谈“城市建在花园里”，而让“花园建在城市里”更多些，多增加一些城市街区公园和林荫大道才好！

城市不能只重城市经济效益，不要把城市搞成一个“有钱的家”，却并非是一个“幸福的家”。

除旧立新

在钢筋、水泥的支持下，城市的肌体形态不断地除旧立新。城市肌体、容貌的变化比较容易做，所以城市管理者就敢于提出类似“三年大变样”的决心与规划，但城市发展不能只着眼于肌体形态，更不能只着眼于钢筋水泥。城市的肌体与容貌是城市现代文明的一种指标，却远不是城市美好指数的全部。

城市规划不能从“城市行销”出发，不能从攀比出发，不能从贪大求洋出发，更不能从为政者的所谓“业绩”出发，城市规划只能从城市人民的安居福乐出发，城市的发展应当是城市居民福祉的发展，而不能只是城市肌体形态的发展。在城市居民精神文明和生活福祉的发展上，能不能有个“变样”的规划，不说“三年”，也不说“大变”，只要切实从此出发，全面着眼城市的美好指数，让我们的城市在肌体和灵魂上都能大变样，城市的发展才是完美的除旧立新。

