

中国高校通用设计教材丛书

# 城市视觉形象设计

朱钟炎 章丹音 编著



SH

上海画报出版社



中国高校通用设计教材丛书

# 城市视觉形象设计

朱钟炎 章丹音 编著



SH 上海画报出版社

---

## 图书在版编目(CIP)数据

城市视觉形象设计 / 朱钟炎, 章丹音编著. — 上海: 上海锦绣文章出版社, 2011. 7

中国高校通用设计教材丛书

ISBN 978-7-5452-0897-9

I. ①城… II. ①朱… ②章… III. ①城市规划—建筑设计—高等学校—教材

IV. ①TU984

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第105851号

---

出品人：张仲煜

策 划：邓 明

张仲煜

主 编：汤义勇

责任编辑：叶 导

技术编辑：李 荀

书籍设计：汤义勇

## 中国高校通用设计教材 城市视觉形象设计

朱钟炎 章丹音 编著

出版发行：上海锦绣文章出版社

(上海画报出版社)

地址：上海市长乐路672弄33号

经销：全国新华书店

印刷：上海精英彩色印务有限公司

版次：2011年10月第1版 第1次印刷

开本：889×1194 1/16

印张：9 印数：0001-5000

书号：ISBN 978-7-5452-0897-9/J.558

定价：45.00元

# 序

## 21世纪是设计的时代

经过20世纪的蓬勃发展，设计已成为一门融科学技术、经济、艺术于一体的新兴的交叉学科和经济全球化背景下一种巨大的创意产业。设计正以创造性的活动不断推动着人类文明与社会经济的发展，受到许多经济发达国家的高度重视。

随着改革开放的深入和中国经济的强劲发展，中国的设计教育也得到了前所未有的快速发展，并逐步构建起高层次设计人才培养的教育格局。

为了更好地适应社会市场的变化与需求，更好地参与国际竞争，近年来，国内许多高等院校在设计教育的办学理念、目标、体制、教学模式、学科建设、人才培养、课程体系、教学内容等方面，不断加大国内许多高等力度。而设计教材作为体现教学内容提供广度方法的知识载体，在培养创新型动启发，全面推进素质教育，深化教育教和实用的关系，越来越显现其重要的作用。

优秀的设计教材，必须为教育内容提供广度上的广阔空间，促进教与学的互动启发，进而独立感受、思考，掌握理论和实用的关系，推动传承与创新的实践。

《中国高校通用设计教材丛书》是上海画报

出版社的重点项目，编委会特意邀请了国内著名设计院校的专家、学者来撰写这套教材，目的是为了在社会人才需求多样化和国内艺术设计本科教育发展的趋同性以及设计教材同质化现象形成的矛盾中，寻求突破、与时俱进。由于执笔时还未能读到这套丛书，它能否做到融理论性、实用性、前瞻性、权威性于一体，以形成新特色，创立新的品牌，则有待各同道的肯定。

我期望这套颇具创意的设计教材，在中国的设计教育领域发挥出其应有的重要作用。

是为序。



2005年2月5日于香港

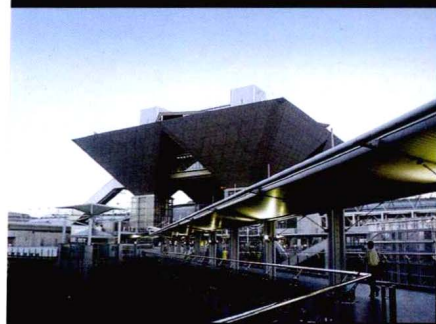
**靳埭强** 中国著名设计家 靳与刘设计顾问  
铜紫荆星章勋衔  
国际平面设计联盟AGI会员  
香港正形设计学院董会主席  
汕头大学长江设计学院院长  
北京中央美术学院客座教授



# 目 录

|           |            |                 |
|-----------|------------|-----------------|
| <b>1</b>  | <b>第一章</b> | <b>城市视觉形象概述</b> |
| 1         | 第一节        | 概念阐述            |
| 4         | 第二节        | 城市视觉形象的范围       |
| 6         | 第三节        | 城市视觉形象的职能       |
| <br>      |            |                 |
| <b>10</b> | <b>第二章</b> | <b>城市的建筑</b>    |
| 11        | 第一节        | 当代建筑形态与城市形态     |
| 15        | 第二节        | 当代建筑形态与城市空间界面   |
| 22        | 第三节        | 当代建筑形态与城市积极空间   |
| <br>      |            |                 |
| <b>29</b> | <b>第三章</b> | <b>城市的景观空间</b>  |
| 30        | 第一节        | 街道与城市景观         |
| 37        | 第二节        | 广场(公园)与城市景观     |
| 42        | 第三节        | 自然与城市景观         |
| 46        | 第四节        | 公共艺术与城市景观       |
| <br>      |            |                 |
| <b>56</b> | <b>第四章</b> | <b>城市的设施</b>    |
| 57        | 第一节        | 城市设施的性质与分类      |

|     |             |                       |
|-----|-------------|-----------------------|
| 70  | 第二节         | 城市设施的视觉张力             |
| 81  | <b>第五章</b>  | <b>城市的文脉与情节</b>       |
| 82  | 第一节         | 文脉的表达                 |
| 92  | 第二节         | 情节的叙事                 |
| 97  | <b>第六章</b>  | <b>城市视觉形象的表现形式及策略</b> |
| 98  | 第一节         | 城市景观的符号表现及策略          |
| 106 | 第二节         | 城市景观的图像表现及策略          |
| 122 | 第三节         | 城市景观的数字表现及互动策略        |
| 134 | <b>附 录</b>  | <b>城市视觉形象设计案例</b>     |
| 136 | <b>后 记</b>  |                       |
| 137 | <b>参考书目</b> |                       |



## 第一节 概念阐述

城市作为一种物质的表现，是可以通过眼睛看得到的；视觉作为精神的通道，使得我们能够对我们所处的城市进行感知，由此形成关于城市的形象。

### 1. 城市形象

形象(Image)是外界事物在人脑中的反映。城市作为外部世界存在的集合，其物质空间的外在表现，人文精神的内在表达，都会在人脑中形成一定的空间印象和人文形象，这是城市内部与外部公众对城市内在实力、外显活力和发展前景的具体感知、总体认识和综合评价。换个角度说，城市形象就是指能够激发人们思想感情活动的城市形态和特征，即城市形象是由具象的形态

和特征要素、抽象的人们的感知所组成。具象的形态和特征要素相对说是不变的(所以要保护文化遗产)，而抽象的人们的感知却因人而异，因此相同具象的城市形象折射在不同的人身上，则各人产生的城市形象也不一样。在这个意义上，城市形象是一个抽象的概念。

显而易见，每个个体对于城市形象的感知都是有差别的，不同的人因其知识、经验、情感等因素，可能会产生不同的印象和评价；即使同一个知觉者，也会因时间地点不同，或人、时、情、境、事、物之推移，对同一对象产生不同印象与评价。但是，个性鲜明的城市，其形象在内部与外部的公众心目中，一定是接近于公共意象的，只是在不同条

东京国际展览中心 朱钟炎 摄

件下,这种意象要么非常突出,要么与个体意象相互包容(参见[美]凯文·林奇,《城市意象》,北京:华夏出版社,2001)。

## 2. 视觉形象

### (1) 视觉在城市环境中的主导认知作用

感官是人们借以感知、认识环境的工具,它包括人的视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉等感官评价,而视觉是人们认识环境的最基本也是最初始的通道(在人的五种知觉中,视觉认知占83%)(参见于正伦,《城市环境艺术:环境与设施》,台北:博远出版有限公司,1995)。因此,视觉形象是一个具体的可见的概念。对于城市中的实体来说,视觉能够对其物理属性,如体积、高度、位置、造型、表面色彩、图案、质感和肌理等进行把握和确认;对于城市空间来说,视觉可以感受距离、体积、空间的组织和构成要素;而对于城市中的行为活动来说,视觉可以了解活动主体、活动内容、活动形式和过程等大部分内容。依靠视觉体验,我们可以得出关于城市的视觉真实,而这部分信息将在很大程度上直接作用于人脑,使我们获得关于城市形象的体验与记忆。而听觉、嗅觉、味觉和触觉所感知到的城市属性,视觉虽然不能替代,但在很大程度上有感觉的相通之处,这与人类的生活经验、成长教育背景有直接的联系。例如,通过听觉我们

也可以推测城市的活动,感受城市空间的距离和方向,但这些信息都不是精确的,它往往依赖于无数次经验的累积,所谓“眼见为实”的意义也在于此。

由于视觉在认知城市形象的作用中如此突出,并在很大程度上对听觉、嗅觉、味觉和触觉等感官的认知功能有所取代(转引自陈宇,《城市景观的视觉评价》,南京:东南大学出版社,2006),因此,本书主要从视觉角度出发探讨城市形象。

### (2) 视觉文化影响下的视觉认知作用

“我不懂外文,但我爱看外文杂志。”一位杂志社美编这样解释读图时代的另类阅读。对图像的痴迷使人们不再耐烦文字的阅读,而倾向于选择更直观、明了的图像媒介(参见蒋涤非,《城市形态活力论》,南京:东南大学出版社,2007)。在信息化时代,图像强烈地冲击着人的视觉感官,互联网技术的飞速发展使这种影响不断扩大,于是,电视、电影、画册杂志成为文化市场的主导媒介力量,图像崇拜和狂欢成为新一代的生活方式;城市空间乃至建筑立面都被二维平面的图像所包裹,城市中随处可见的炫目商品以及伴随而来的广告图像和影像,都为我们勾勒了一幅“图像化”、“视觉性”的城市景观,视觉僭越文字的霸权几乎无处不在。

视觉化倾向的形成是信息时代发展的必然趋势。随着社会经济的发展,

人们需要更多更快地获取信息,依托视觉感官接收信息的优势,以机械复制为特点的图像成为信息传播最主要的表达方式。数字化技术的发展则是历史性地将图像文化推到了前台,并为信息的视觉化提供了技术支持。不难发现,我们正进入一个“读图”时代:生活中大量图文并茂的图书广受欢迎,甚至是依赖听觉感知为主的听觉艺术,也与视觉形象相结合:如音乐电视、音乐喷泉等多种形式。在这种种的视觉刺激下,人们的视觉感知能力也得到了极大的提高,并越来越依赖于通过视觉化的传播媒介了解我们想要了解的一切。例如,我们无需亲临现场,却可以依赖杂志的图片了解新造的建筑和景观;我们无需走遍世界,却可通过“探索频道”、“国家地理频道”等媒介了解外部世界。面对众多的信息图景,我们对于生活空间的理解越来越趋于表面,而城市在这样的文化氛围下,犹如戴上了华丽的面具,隐藏了真实的内容,逐渐演变为表层的审美幻觉。一个我们经常能见到的例子便是:一幢立面朴素的建筑,在广告图像的包裹中,风格、材质已经被完全异化。在视觉文化的影响下,我们对于表层视觉化的追求已逐渐成为一股文化潮流。因此,以视觉感知作为出发点,引导这种物质化的视觉形态转化为视觉形式的主观感知,通过主观感知去把握城市的真实及其价值是十分必要的。



### 3. 城市视觉形象

综合城市形象及视觉形象的概念,城市视觉形象的内涵既包含城市形体环境和城市生活共同组成的各种物质形态的视觉形式(转引自陈宇,《城市景观的视觉评价》,南京:东南大学出版社,2006)——客观具体的一面,也包括人们把这种城市物质形态转化为视觉形式的主观感知(转引自陈宇,《城市景观的视觉评价》,南京:东南大学出版社,2006)。其中,客观具体的一面包含了城市形体环境的物质客观属性,例如城市中建筑的形体及界面的视觉形态,城市空间中人工及自然景观的营造,以及人、活动物的环境行为;而由视觉物质形态转换而来的主观感知则包括通过城市环境张力的视觉感知而引起自身意识的反应,例如城市的时代特征、地域特性、文化特征以及价值归属感等。

这里所说的城市视觉形象是指城市的公共生活环境,即普通人能够在城市空间中体验到的城市景观。因此,这里的“视觉”指涉的是人眼的自然视觉,即不依靠辅助工具,如望远镜等(这里不包括普通人矫正视力的眼镜)对城市环境的观察。

由城市视觉形象所界定的概念出发,我们要注意两种错误倾向。第一种倾向只重视客观的视觉物质属性,忽略主观感受。这种倾向容易把城市的视觉景观孤立看待,或追



1

求视觉上欢愉与热闹的感官体验,或追求“高”、“大”、“宽”的霸权化城市肌理,或追求异质性的城市视觉景观,从而导致缺乏生机及内涵的布景化、片段化、同质化的城市出现,所谓千城一面的原因,很大程度也在于此。第二种错误倾向则是只重视主观感知,将视觉感知与真实生活体验对立起来,对城市景观所呈现出的感官视觉化倾向进行无情批判。当城市越来越成为文化生产和消费的中心时,大众对于文化生活新风格的追求与体验将被激活,消费和休闲将成为城市生活的主要需求,因此诉诸于视觉感官的环境营造和体验将成为一种趋势,这是信息传播及体验方式的变革逐渐作用于城市生活环境的结果,它不仅构筑了环绕我们的“环境事实”,而且还影响和塑造着我们行为和思考的方式,是我们不能忽视和回避的一个现状。因此,城市生活的感知体验与城市形象的视觉追求并不矛盾,如何利用这股视觉化的潮流,增加人们对于城市价值和归属的认知,是本书所要着重讨论的。



2



3

1~3 米兰展览中心 朱钟炎 摄

## 第二节

### 城市视觉形象的范围

城市视觉形象包含了客观物质形态以及主观认知感受两个层面。客观物质形态层面包含了三方面的要素:人工要素、自然要素、活动要素。主观认知感受层面作为城市视觉形象的外延部分,将会在本书的第五章详细讨论。

人工要素方面,包含了依靠人为力量构建的建筑、环境及其设施,这是城市视觉形象的主要构成部分,也是本书所要着重讨论的部分;自然要素方面,包含了自然形成的地形、植物以及水体等三方面的内容,同时也涵盖了依靠人为力量对其进行的相关改造;活动要素方面,则包含了生活在城市空间的人的行为,流动的交通工具、时间(季节、气候、时刻等)等内容,事实上,这也是影响城市视觉形象的要素。

#### 1. 人工要素

城市视觉形象的人工要素,包含了城市的建筑、环境及其设施,这是从人的视觉感知出发,对城市空间中作为实体部分的物质形态的分类:

##### (1) 建筑

从空间上看,建筑形态包括建筑的内部构成和外部状态两个方面。作为城市视觉形象的建筑,侧重于建筑外部的客观存在状态,并关注这部分形态同城市环境的关系,主要

体现在以下三个方面:

- ① 建筑的形态——建筑作为实体部分的外部体型;
- ② 建筑的界面——建筑外部的立面和平面形态;
- ③ 建筑的外部空间——建筑外部形体所限定的外部空间。

##### (2) 环境

和建筑的概念不同,城市空间环境不是一个明确具体的概念,它具有功能属性、社会属性、意象属性等多种属性。由于其指涉的范围非常宽泛,因此需要针对某一属性对其进行分类。我们之所以会形成关于城市的某种形象印记,很大程度上在于城市空间环境能够在人们的头脑中形成一系列的公共意象。根据凯文·林奇(K. Lynch)、海德格尔(Heidger)和舒尔兹(N. Schulz)的城市意象结构,城市意象的构成要素有三:领域(地域、边缘)——有商业、行政、文化、民俗等独特性的区域;通道——人、车通行的各级道路和路径;轴点(节点、地标)——运行的视觉焦点。(参见于正伦,《城市环境艺术:环境与设施》,台北:博远出版有限公司,1995)凯文·林奇将这三方面物质形态研究的内容,又方便地归纳为五种元素——道路、边界、区域、节点和标志物(参见[美]凯文·林奇,《城市意象》,北京:华夏出版社,2001)。

- ① 道路——人与车辆通行的路径,城市视觉形象的基本要素,其他因素沿此展开布局,联接了区域,并形

成视觉走廊;

- ② 边界——有可能是线性区域侧面连接边界,如沿街建筑立面;也可能是区隔或连接两个区域的边界,如海岸线、铁路线、开发用地边界、围墙、墙栏、段墙和护柱、防音壁、护土墙、铺地等;

- ③ 区域——它是由许多连续的二维平面分区组成,具有若干的层次,如城市内广场、公共绿地、滨江/滨海/滨湖区域等;

- ④ 节点——城市中具有战略意义的地点,为地域和通道提供引导和串联的空间信息,如城市主要道路交汇点、交通转换地,人们来往行程的集中焦点;

- ⑤ 标志物——城市空间环境的视觉焦点,通常是定义简单的有形物体,如城市公共艺术、雕塑、互动装置、纪念碑、象征性建筑物等。

##### (3) 设施

城市空间设施是对城市整体空间形象起作用的环境设施单体和群体。对环境设施的分类方法有许多种,很多国家的学者都有不同的分类方法,有的是以建筑本体论为指导进行分类,有的是从环境设施的设置地点进行分类(参见于正伦,《城市环境艺术:环境与设施》,台北:博远出版有限公司,1995)。其中,日本学者对环境设施的分类具体而完善,参照其对街道设施的分类方式——依据环境设施的不同功能属性,大致将环境设施分为9个系统:





威尼斯 朱钟炎 摄

① 卫生系统——主要包括垃圾箱、饮水机、洗手器、雨水井、公共厕所等设施；

② 休憩系统——主要包括休息椅、凳、路亭等设施；

③ 信息系统——主要包括公用电话亭、信息终端、城市标识导向系统、户外广告、招贴等设施；

④ 照明系统——主要包括道路照明、广场照明、公园照明等设施；

⑤ 交通系统——主要包括台阶、通道、人行天桥、连拱廊、路障、候车廊、停车处、交通入口、护栏、加油站等设施；

⑥ 服务系统——主要包括书报亭、售货亭、游乐设施、大门等设施；

⑦ 管理系统——主要包括电线柱、路灯、电气管理、控制设施、消防管理设施等；

⑧ 景观系统——主要包括树池、花坛、种植器、水池、喷泉等设施；

⑨ 无障碍系统——主要包括步行道、升降电梯、坡道、专用厕所、专用标识、专用街具等设施。这部分涵盖了大多与人的行为密切相关的环境设施，由于对象的特殊性，是整个环境设施系统中需要特别考量的部分。

## 2. 自然要素

城市视觉形象的自然要素，包含了自然形成的地形、植被以及水体等三方面的内容，同时也涵盖了依靠人为力量对其进行的相关改造。

① 地形——包括土地的自然起伏形

态及其肌理，以及经过人为外力改造过的地形地貌，如山体、平地等；

② 植被——包括树木、绿地、植物，以及经过规划的植栽配置、形态修葺等；

③ 水体——包括自然形成的、与城市空间环境相互关联的江、河、湖、海，以及经过规划的人工水体部分。

## 3. 活动要素

城市视觉形象的活动要素包括城市公共生活，城市交通活动，以及城市时空变化三方面的内容：

### (1) 城市公共生活

城市公共生活包含了三个方面的要素，活动主体、活动事件、活动场所(参见蒋涤非，*城市形态活力论*，南京：东南大学出版社，2007)。活动场所作为活动事件的发生地，是客观存在的物质对象，不包含在活动要素的讨论中。

① 活动主体——包括城市公共空间的使用者及参与者；

② 活动事件——包括必要性活动(人们因生存需要而不可避免的活动，如日常工作和生活事务等)、自发性活动(在适宜的户外条件下、在人们有参与意愿下发生的活动，如散步、晒太阳等)和社会性活动(公共空间中有赖于他人参与的各种活动，如儿童游戏、交谈以及各类公共活动)(参见[丹麦]扬·盖尔著，何人可译，*交往与空间*，北京：中国建筑工业出版社，2002)。





## (2) 城市交通活动

城市交通活动主要是指各种交通工具在城市空间环境中的运行与移动,就视觉形象的层面来说,包含了交通工具主体及其移动两个方面的内容:

- ① 交通工具主体——包括轨道交通、汽车、自行车、船只、飞机等交通工具的外观形象;
- ② 交通工具移动——包括地面交通运输、地下交通运行以及水面、空中的交通移动。

## (3) 城市时空变化

城市时空变化也可理解为城市视觉形象的影响要素,在不同的时空变更下,呈现出不一样的视觉形象:

- ① 时间的变化——包括季节、气候、时刻的变化及其相应的日照变更等;
- ② 空间的变化——包括地理、水文等变化。

## 第三节 城市视觉形象的职能

城市视觉形象的建构主要基于城市空间环境的外在物质表现。当人类活动与城市空间环境相互联系,并通过感官,尤其是视觉的感知形成关于城市形象认知的时候,便产生了一系列城市视觉形象的职能作用。

### 1. 信息传播

如果把城市空间环境的物质形态当作一个巨大的媒介,它无时无刻不在对活动于其中的人们传递着有关城市的信息。这些信息包括城市空



间环境的功能属性、形态属性、色彩属性等。正因为有了人的视觉感官作用,城市空间环境的客观形态才不仅仅体现为一种客观存在。大脑通过整合各种感官(其中依靠视觉感知获取的信息量占据了近85%的比重)接收到的信息,形成了关于城市形象的认知。

另一方面,在视觉文化潮流的影响下,城市空间环境呈现出图像化、布景化的趋势。正如前面所提及的那个被广告覆盖建筑立面的例子,建筑本身的形态已经不再重要,重要的是其立面图景(此例指广告)所要传达的信息(图1)。无独有偶,在谈到中国城市的玻璃幕墙和户外广告的时候,库哈斯写道:建筑间的竞争利用了玻璃幕墙所允许的最大变化,幕墙在中国不再与简单、精确、整洁相关联,而是联想到一种将其空间呈现为更大的、以画境来安排事物的新巴洛克美学(转引自蒋涤非,《城市形态活力论》,南京:东南大学出版社,2007)。这里,“用更大的画境来安排的事物”所指涉的即是玻璃幕墙这一“画境”所要传达的信息,其内容就是幕墙所映射出来的周边城市空间环境,即“安排的事物”。因此,广告也好,幕墙也罢,都可以看作是一种信息媒介,其作为城市视觉形象的一部分,具备了信息传播的职能。

### 2. 行为支持

如前所述,我们把人类的活动划分



为必要性活动、自发性活动和社会性活动。三类活动与城市空间环境的品质都有关系。其中,自发性活动和社会性活动具有一定的选择性,因此,相对于必要性活动,这两种活动对于城市空间环境的品质有着一定的要求。反过来,适宜于人的活动,尤其是自发性活动和社会性活动的城市空间环境,必定有其特定的空间形态和特征。这些形态及特征作用于人的视觉及其他感官,便能吸引、诱导人们的活动,支持人的选择性活动。

一个明确的例子是:在一个适宜的步行或休憩空间,人们会不自觉的产生散步和休憩的想法(图2)。因此,满足行为支持的物质空间环境可以为更广泛的活动创造条件。对于“观看”行为的支持,是城市视觉形象所要着力贯彻的,通过塑造适宜的城市空间环境,为视觉感知、体验城市形象创造条件。

### 3. 视觉审美

城市视觉形象除去信息传播、行为支持的职能外,还有视觉审美的职能。当我们用视觉感知城市空间环境时,便产生了对于城市视觉形象的审美意识。这是人们一种愉悦的心理体验,而这种心理体验是人的内心活动与审美对象之间交流或相互作用的结果(参见过伟敏、史明编著,《城市景观形象的视觉设计》,南京:东南大学出版社,2005)。

以上所述的是视觉审美的普世价值



在城市视觉形象中的体现,而不同的个体对于城市空间环境所感知到的意象是有差异的,这一方面体现了城市视觉形象的特殊价值,另一方面反映了特定文化、社会和时代因素的烙印。因此,当我们用眼睛去审视城市视觉形象的时候,得到的不仅仅是一个可供审美的客观物态形象,同时也是一种文化现象及文化价值。这些与城市视觉形象相关联的人文及社会属性,是其区别于其他城市视觉形象的价值所在,具有文化审美的重要意义。

### 思考题

1. 城市视觉形象包含哪两个层面的涵义?
2. 城市视觉形象包含哪些范围?
3. 城市视觉形象的职能有哪些?

- 1 城市街景 东京
- 2 Sonder大道 哥本哈根  
2008欧洲城市公共空间奖
- 3 米兰大教堂 朱钟炎 摄

**City  
Visual  
Image  
Design**

## **第二章**

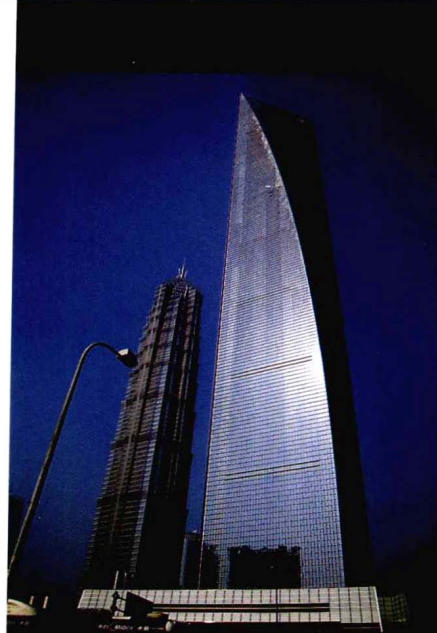
# **城市的建筑**



英国的规划学家戈登·卡里恩(Gorden Cullen)认为:“一幢建筑物是建筑,而两幢建筑则是城市景观。”(转引自金俊,《理想景观:城市景观空间的系统建构与整合设计》,南京:东南大学出版社,2003)可见,对于城市视觉形象的塑造来说,建筑的意义不仅是城市空间环境的主角,同时还赋予城市以景观特色。建筑作为城市空间环境系统的主体要素之一,也是影响城市视觉形象的基本要素之一。早期,居住建筑与非居住建筑组织在一起逐渐形成了城市。居住建筑对于城市形象的意义在于组织了城市肌理,而非居住建筑(以公共建筑、纪念性建筑为主)则丰富了城市空间,对城市视觉形象具有标志性的作用。随着

社会的发展,城市中的建筑开始从属于城市的整体形态,逐渐局限于规范的程式及权利的统治之下,显示出理性的秩序。工业革命后,城市的弊端使得新的建筑模式和城市模型应运而生,建筑开始关注自身的建构方式,逐渐与城市的空间环境分离。在反省了现代主义的规划与建筑之后,多元化、异质性的建筑又大行其道,建筑与城市环境空间继续分离。当人们意识到建筑与城市的割裂,便开始从视觉、知觉、城市活力等方面关注建筑与城市,并重新对建筑及其围合的空间予以重视,这从上世纪50年代兴起的“城市设计(Urban Design)”潮流中可见一斑。

从城市形体环境的构成上讲,城市



金茂大厦与环球金融中心 上海 章丹音 摄



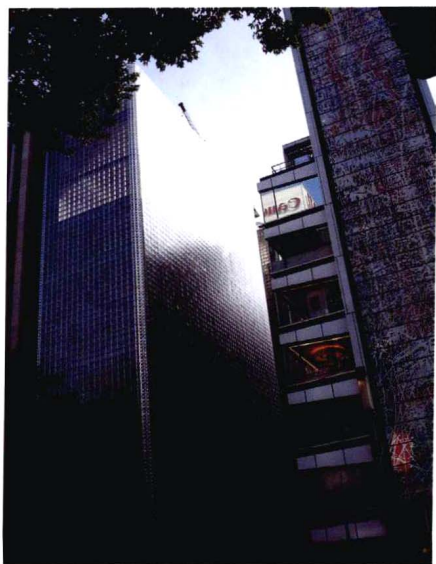
主要由实体、界面和空间以一定的关系结合而成。在某种程度上,实体对应着城市中的建筑,界面对应着建筑的外立面或表皮,空间对应着建筑对城市空间的围合与延伸。在城市视觉形象的空间维度中,建筑是一个主体要素,同时也是感知城市形象的视觉媒介。作为观看的对象,建筑在城市空间中依据不同视距的作用可分为中观、近观、远

观三个层面。

中观层面的建筑在城市环境中具有“点”的视觉效果,即建筑作为一个独特个体存在的价值。其关注的是建筑自身形态的层面,例如建筑的体量、形体关系、颜色、风格等特征(p9图1)。近观层面的建筑在城市环境中具有“面”的视觉效果,即建筑的界面,尤其是垂直立面的形态意义,这里包含了两种情况:一

是建筑作为一个独特个体存在时,其立面的构筑材料、肌理、细部构造等细节形态(图2~4);二是由于透视关系或视点的连续移动,建筑的连续的面的形态(图1)。远观层面的建筑在城市环境中“群”的形态特征就比较明显,即建筑组合在一起趋于一个总体的形态,其关注的是建筑大体的轮廓线、色调、肌理等特征(图7)。建筑群的空间形态往往成为城市的轮廓,形成整体的城市视觉形象。

本书中,我们探讨的城市建筑,主要立足于人的日常视距,即建筑的中观与近观层面。在时间层面,本书主要立足于当下,尤其在信息社会、消费社会、媒体社会、大众社会等多元社会价值并行发展的背景下,建筑构筑城市视觉形象的形态表征及其意义。首先,自20世纪70年代以来,当代建筑形态逐渐呈现出多样化、个性化、解构性、直觉性的特征,这与信息社会以及大众传媒发展所带来的视觉化倾向密切相关,人们不仅越来越关注视觉直接作用于建筑的感知,同时也使得建筑在城市中越来越独立和自我,于是,出现了标志性建筑不断更换、不断增加、不断建造的现象



2



3



4





5

(图5)。其次,伴随着建筑不断增强的自主意识,传统城市形式日渐消解,取而代之的是片段化的、非连续的景观拼贴,表现为城市中建筑界面的视觉倾向和消费倾向,并以此构成新的城市视觉形象(图6)。最后,这种新的城市视觉形象被新的生活方式和社会文化促进和强化,一种具有复合体验的混合、多样之城逐渐产生。

根据城市形体环境构成的三个层面(见下表),我们从当代建筑构筑城市的形态、城市的界面以及城市的空间出发,探讨城市视觉形象的建筑形态表征及其意义。

| 建筑形态 | 建筑界面 | 建筑空间     |
|------|------|----------|
| ↓    | ↓    | ↓        |
| 城市形态 | 城市界面 | 城市(积极)空间 |

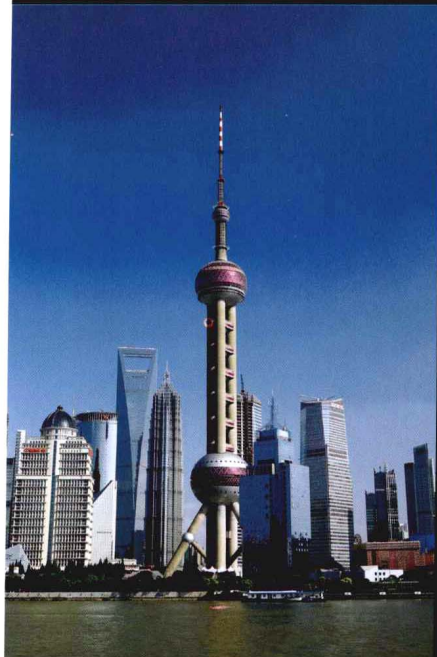
建筑在城市空间环境中的3个层面

## 第一节 当代建筑形态与城市形态

以一个普通人的视角来看,城市视觉形象是由城市中各个建筑的具体形象风貌来展现的,尤其是一些标志性的开放空间和建筑。然而这种展现并非是简单的累加,而是一种整体的、连续的、动态的、综合的体验,包含复杂的认知和审美过程。作为人们感知建筑形态的核心部



6



7

- 1 银座松屋百货 东京 朱钟炎 摄
- 2~4 城市建筑 东京 朱钟炎 摄
- 5 浦东建筑群(俯拍) 上海 朱钟炎 摄
- 6 银座商业建筑 东京 朱钟炎 摄
- 7 浦东建筑群 上海 丁辉 摄