

高校设计专题研究

天津海河两岸景观导视系统的设计原则

孙红梅, 毕留举, 白 静

(天津城市建设学院, 天津 300384)

摘要: 针对天津海河两岸旅游景观的城市空间导视系统的现状, 分析了其导视系统在设计中存在的具体问题, 依据海河两岸的自然环境和人文历史, 为海河两岸的导视系统设计提出了可行性的设计原则, 使其在天津打造世界名河的进程中发挥一定的推动作用。

关键词: 城市旅游; 导视系统; 设计原则

中图分类号: J524.1 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)04-0084-04

The Designing Principle of Landscape Visual-guide System along the Two Sides of Haihe River

SUN Hong-mei, BI Liu-ju, BAI Jing

(Tianjin Institute of Urban Construction, Tianjin 300384, China)

Abstract: According to the current situation of landscape visual-guide system along the two sides of Haihe River, it analyzed the detailed problems and put forward feasible designing principle according to the natural environment and human history along the Haihe River. Therefore, the analysis will play a driving role in speeding up the process of making Haihe River a famous river in the world.

Key words: city tourism; visual-guide system; designing system

导视系统是整体的城市指示系统, 是一个庞大而系统的工程。它包括城市规划、商业信息、文化旅游、行政交通等导视功能^[1], 是城市文明程度、文化品质、管理水平的象征与对外展示的窗口。在城市旅游中, 导视系统设计是一种连接着游客与城市景观的重要桥梁。

海河是天津的母亲河, 她孕育和滋养着天津, 是天津的象征。在对海河两岸景观环境导视系统的设计上必须继承和发扬天津优秀的传统文化, 体现天津文化特色, 符合海河沿线区域的环境氛围, 使海河景观环境特色更加具有鲜明性。

1 导向系统在城市旅游中的重要作用

1.1 体现城市定位和反映城市的综合实力

城市旅游形象是旅游者在游览城市过程中, 通

过对城市环境的观赏游览和对民俗民风、市民素质、服务态度等的体验所产生的城市的总体印象^[2]。城市导视系统在塑造城市旅游形象中起到了跨越文字和语言的局限性, 以直接的交流方式体现出城市的定位、城市地域特点、城市文化资源特色和城市潜在的发展力。

1.2 影响旅游者的决策行为

日本专家左藤优教授说: “通过城市公共环境标识设计, 应该达到的效果是——城市住者自豪; 城市访者羡慕; 外来投资者满足。”通过环境导视系统对城市个性特征准确的传达, 不断加深旅游人群的感受与印象, 从而对城市地域性文化特色产生认同感, 增强城市旅游形象的“动态性”的信息传播效应。

1.3 体现城市地域文化

城市的个性在于其特殊的历史、文化、建筑, 一个城市正是有了这种文化的特色, 城市的环境形象才保

收稿日期: 2012-08-11

基金项目: 天津市文化艺术科学研究规划项目(B10024)

作者简介: 孙红梅(1976—), 女, 黑龙江人, 天津城市建设学院副教授, 主要从事艺术设计的教学与研究。

持了一种独特的美感^[3]。环境导视系统不仅向游客传递导向信息,同时也是解读一个城市的历史、文化窗口,从细微处反映出城市空间的总体景观和人文特色,担负着城市景观的地域文脉的传承。

2 天津海河两岸导视系统的现状

2.1 天津海河两岸自然环境特点

海河是中国七大水系之一,西起三岔河口,东到大沽口入渤海,全长约73 km。海河是天津人的母亲河,子牙、大清、南运、北运、永定河5大水系都通过海河汇入大海,是天津政治、经济、文化和旅游发展的轴线。天津市区段的海河风景线,始于三岔口,止于天津大桥,横穿繁华的天津市区。如今,海河已成为天津的象征。

2.2 天津海河两岸人文环境特点

天津是个因河而生,因海而长的城市。海河两岸有一大批极具历史印记和艺术价值的建筑和风格各异的桥梁。如代表漕运和天津地域文化的三岔河口、通庆里;代表近代外来文化的意式风貌建筑群落、奥匈领事馆、解放桥、金汤桥;代表现代文化的李叔同、梁启超、严复、曹禺等文化名人故居。这些古今结合、中西合璧的文化载体是对天津这座具有悠久历史的名城的完美诠释。

2.3 导视系统中存在的主要问题

2.3.1 各自为政

天津海河两岸景观带的导视系统设计远远落后于环境建设和实际需求,设施建设严重滞后,缺乏科学化、系统化、规范化、人性化,见图1。如不加



图1 海河两岸景观导视系统的混杂现象

Fig.1 Confused visual-guide system along the two sides of Haihe River

以重新规划与改进,这种功能缺失的导视系统带来的

不仅是旅游者的迷茫,更影响城市的对外形象。

2.3.2 文化特点不突出

天津海河两岸现有的景观导视系统,正如朱文一先生以“零识别”一词一针见血地道出了对城市雷同的忧虑一样,和其他城市没有明显的区分。天津地域文化特色没有得到充分展示,没有辅助海河两岸的旅游景观来宣传天津城市形象。

3 天津海河两岸景观导视系统的设计原则

天津海河两岸景观导视系统应以统一、规范、科学的设计理念来进行整体形象识别系统的设计。

3.1 空间区域之间的衔接与过渡

海河沿岸各段景观所体现的地域文化、建筑特色各有不同,都拥有自己独特的风情。如古文化街、老城厢、鼓楼步行等老城区历史地段是天津城市发展历史的见证、文脉的延续和精神的归属^[4];原八国租界遗存的“小洋楼”为主的欧式古典建筑群是天津跌宕命运的见证。海河两岸景观具有中西文化的反差与融合的特征,体现了天津文化的开放性、包容性与多元性。

在海河景观带的导视系统设计中,可以利用材质、图案和色彩使风格各异的空间区域形成合理的衔接与过渡,塑造统一感。老城区历史地段和租界区的过渡可以通过传统的木材、石材和现代的有机玻璃、金属等材料的混搭使用,既突出古典建筑的历史文化感,又能和欧式建筑风格相融合。租界区的各国建筑群具有不同的风格,在导视系统设计中,可以运用相同的图案进行统一,以代表各国不同性格的颜色作为区分。例如德国可以用冷静的蓝色、法国用浪漫的粉色、意大利用闲适的绿色等。

3.2 空间节点的合理定位

美国学者凯文·林奇在其著作《城市意象》一书中定义了城市节点,它是观察者可以进入的战略性焦点,典型的如道路连接点或某些特征的集中点^[5]。由此可见,“节点”是指城市空间的外部参考点,它能帮助人们在城市中定向、定位。环境导视系统在景观中的首要任务就是通过合理的节点选择,梳理出易于查找和辨识的秩序。

天津具有独特的桥文化,海河上横跨有20余座造型各异的桥梁,其中有见证天津历史的金汤桥、解放

桥;获得了世界桥梁最高奖——尤金·菲戈大奖的大沽桥;拥有“天津之眼”,世界第一个跨河摩天轮之称的永乐桥,见图2。这些桥梁把两岸的景观紧密联系



图2 桥
Fig.2 Bridges

到一起,是海河上重要的旅游景观和旅游区域的参照点,海河两岸的导视系统应以主要的桥梁为节点,设置信息容量较大的信息导视牌,集中介绍沿岸的历史遗存、建筑风貌和购物商圈等旅游信息。

3.3 核心地带的形象塑造

海河两岸有一批可识别的地标或地标群,如以古文化街为主线的传统文化旅游专区,以海河意式风情区为主的租界建筑文化旅游专区,以大悲院为主线的佛教文化旅游专区等。在设计中需要着重突出这些城市文化的地标和地标群特点,以加强游客对海河景观的心理识别,进而增强对天津城市文化的认知。

3.4 空间的延展性

天津建筑曾一度引领中国的城市规划,形成了独具特色的“天津建筑文化”^[6]。在景观导视设计中应以桥梁为节点向海河两岸延展介绍天津建筑文化和旅游资源。如永乐桥至金钢桥间的展示漕运文化的景区和传统文化商贸区——大悲院、大胡同、估衣街、古文化街、鼓楼、望海楼教堂;解放桥附近是租界区、金融街;北安桥连接着意式风情街。“一条海河景观带,半部中国近代史”,怎样把天津的母亲河那沉甸甸的历史年轮和蓬勃朝气的新的地标,充分向世人展示出来是赋予导视系统的新任务。海河两岸的景观导视设计中应利用空间节点——桥梁,将导视系统向两岸辐射延伸,引导游客深度游览海河两岸的美景。

3.5 体现文化的多样性

在现代社会中,城市导视系统已经不仅仅是一块辨别方向、寻找道路的指示牌、传达物,而更多的是作为体现一个地域、一个地区、一个城市、一个团体文化特征的重要因素^[7]。天津之所以繁荣,是因为天津在保持地域文化的同时,不断地吸收各种外来文化,增

加了本土文化的多样性。海河两岸的导视系统的设计应在保持统一设计原则的前提下,塑造各个旅游区域的个性——具有绅士气质的解放北路金融街、古色古香的鼓楼、估衣街商圈、具有异域风情的五大道建筑群等,展示了城市独特的地域文化特征。

3.6 遵循细节决定品质的设计理念

真正地塑造出高品质的景观导视系统,除了在设计整体风格上要很好地把控以外,还应在设计上注重以人为本的设计理念。从细处入手,让进入到新环境的游客在短时间内使其消除陌生感,尽快融入到环境中去,充分体验旅游的乐趣。例如在海河景观带的核心地带可以设置互动性较强的触摸屏,交流性更便捷的视频播放、LED显示屏,以及其他能获取信息的新媒体技术。导视系统都应配有外文对照,以便外国友人的辨识与使用。对于老人和残障人群等弱势群体,设计时也要给予特殊人文关怀,例如安放位置适当的指示牌、加强图案和文字的辨识度、设置盲文等,从细节之处体现城市的品质。

4 结语

天津市委、市政府为进一步增强城市的活力,发展城市经济,提高城市的竞争力,提出了发展海河经济,把海河打造成服务型的文化带、经济带和景观带,使海河成为促进城市经济腾飞的动力之河^[8]。希望海河两岸的导视系统设计的可行性设计原则的提出,在天津打造世界名河的进程中发挥一定的推动作用。

参考文献:

- [1] 林玉莲,胡正凡.环境心理学[M].北京:中国建筑工业出版社,2006.
LIN Yu-lian, HU Zheng-fan. Environmental Psychology[M]. Beijing: China Architecture & Building Press, 2006.
- [2] 保继刚,楚义芳.旅游地理学[M].北京:高等教育出版社,2000.
BAO Ji-gang, CHU Yi-fang. Tourism Geography[M]. Beijing: Higher Education Press, 2000.
- [3] 杨晓燕,王伟伟.文化导向型的城市标识系统设计研究[J].包装工程,2010,31(9):74.
YANG Xiao-yan, WANG Wei-wei. Research on Urban Identification System Design Depending on Regional Culture[J].

- Packaging Engineering, 2010, 31(9): 74.
- [4] 夏青,熊贝妮.以新城市主义视角对历史地段住区更新的探析[J].青岛理工大学学报,2007(2):77.
XIA Qing, XIONG Bei-ni. Historic Resident Sectional Renewal in New Urbanism[J]. Journal of Qingdao Technological University, 2007(2): 77.
- [5] 凯文·林奇.城市意象[M].方益萍,何晓军,译.北京:华夏出版社,2001.
KEVIN L. The Image of the City[M]. FANG Yi-ping, HE Xiao-jun, Translate. Beijing: Huaxia Publishing House, 2001.
- [6] 陈久生.“万国博览会”——天津小洋楼[J].世界风物,2005(10):4.
CHEN Jiu-sheng. International Exposition: Western-style Building of Tianjin[J]. World Scener, 2005(10): 4.
- [7] 卢春丽,杨刚俊,高祥冠.旅游引导标识中的视知觉认知规律[J].包装工程,2004,25(9):89.
LU Chun-li, YANG Gang-jun, GAO Xiang-guan. Cognitive Rule of Visual Perception in the Design of Tourist Signs[J]. Packaging Engineering, 2004, 25(9): 89.
- [8] 夏青,张才洪.天津原奥租界历史街区保护开发研究[J].建筑科学与工程学报,2007(3):89.
XIA Qing, ZHANG Cai-hong. Research on Protection and Exploitation of Austrian Concessions History Block in Tianjin [J]. Journal of Architecture and Civil Engineering, 2007(3): 89.

· 简讯 ·

2013 包装制品馆中国包装设计 30 周年成果展 同期活动抢先看

「中国(广州)国际包装制品馆(包装制品与材料 PackInno2013)」作为主办方庆祝「中国国际包装工业展览会(简称:中国国际包装展 Sino-Pack 2013)」成功举办20周年而倾力打造的全新主题展馆,将于2013年3月4-6日在广州琶洲展馆A区正式亮相。与「中国国际包装展」和「中国国际饮料展」合力展出面积达到4万平方米,参展商超过500家,阵容强势。

全新的「中国(广州)国际包装制品馆」预计吸引来自食品、日化、医药、烟酒、珠宝等行业实力买家超过5万人次。开展首日观众莅临现场更可获得“二十周年”纪念礼品一份,只限当日领取。展品方面除了汇聚各种材质的外包装,如玻璃、铁罐、塑料软包、彩盒、金属、皮革等,主办方还针对快速消费品行业的买家需求,在展会现场同期举办“现代包装设计与品牌建立”等多场论坛活动。为国内快消行业带来与国际接轨的外包装设计趋势和覆盖各个商业领域的包装解决方案。

同期活动:

1、现代包装设计与品牌建立 (2013年3月4日下午)

论坛议程:

- 来自香港设计师解析如何通过优质包装设计提升产品价值与品牌形象
- 包印企业呈现包装设计与包装印刷工艺的完美结合
- 海外设计师介绍优化、创新设计包装设计理念与未来发展趋势
- 终端企业分享产品包装设计成功案例、经验
- 设计师、终端、包印企业对话交流

2、中国包装设计30年成果展(3月4-6日)

- 1)包装印艺类:(适合包装、印刷、材料企业参加)
- 2)包装设计类:(适合包装设计研发机构,包装设计师参加)

3、2013 高端包装制品区(2013年3月4-6日)

(雅式展览公司 供稿)