

## 基于可识别性的景德镇城市色彩研究

董 翠

(景德镇陶瓷学院, 景德镇 333403)

**摘要:** 针对中国城市形象可识别性弱化甚至丧失的问题,提出了城市色彩是城市最易识别的视觉元素之一,体现着城市的个性与特色,论述了城市色彩在增强城市可识别性中的重要作用。并以景德镇为例,通过分析景德镇城市色彩现状问题,从增强城市可识别性出发,对景德镇现有色彩语言进行提炼,进而指出了景德镇城市色彩规划的策略和思路。

**关键词:** 可识别性; 城市色彩; 景德镇

**中图分类号:** J513; J524.2   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1001-3563(2011)22-0012-04

### Research of Jingdezhen Urban Color Based on the Identifiability

DONG Cui

(Jingdezhen Ceramics Institute, Jingdezhen 333403, China)

**Abstract:** Targeted on the problem that our city image identifiability is weakening or even loss, it pointed out that the urban color was the city's most recognizable element of the visual, reflecting the city's personality and characteristics. It discussed urban color's importance to improve the identifiability of city. Then taking Jingdezhen as example, through the analysis of the present situation of urban color, it refined on the urban color language in Jingdezhen, and provides some strategy and idea about the urban color planning in order to improve the city's identifiability.

**Key words:** identifiability; urban color; Jingdezhen

城市中包含有可识别性元素,从而使人判定其所处的方位,而城市所具备的强化或减弱人脑定位作用的性质即称为“可识别性”<sup>[1]</sup>。如今,随着城市建设的大力开展,城市形象的这种可识别性特征正逐渐丧失。城市色彩作为反映城市面貌的第一视觉语言,在增强城市可识别性中发挥着重要的作用。

### 1 城市色彩在增强城市可识别性中的作用

作为构成城市景观的重要因素和城市面貌的基本属性,城市色彩一词诞生于20世纪60年代,是指一个城市范围内的色彩,涵盖了城市的历史、气候、植被、建筑、环境、文化等多方面因素,最直接地体现城市的个性,展示城市的形象,并在一定意义上体现着城市文明发展程度<sup>[2]</sup>。最早展开色彩研究的是法国著名色彩学家让·菲利普·朗科罗教授,率先提出了“色

彩地理学”,第一次赋予色彩与当地生活相关的个性<sup>[3]</sup>。近年来,中国城市建设迅猛发展,但由于种种原因,人们长期忽视了对城市色彩的规划,各地盲目使用与自身城市不相符的色彩,促成了色彩趋同的倾向,这不仅给城市带来严重的“色彩污染”,而且严重破坏了城市形象,降低了城市的可识别性质。

研究表明,人类有70%的活动都与视觉有关,而任何物体对人类视觉产生刺激的因素中,最先引起视觉反应的就是物体的色彩,其次才是形状、质感<sup>[4]</sup>。“让我看看你的城市,我就能说出这个城市居民在文化上追求的是什么<sup>[5]</sup>。”城市的基本面貌可以反映人们对所处生活环境的需求,而环境的色彩表达可以反映城市的气质。世界上的城市看上去之所以千差万别,跟它们的色彩体系有很大的关系,良好的城市环境色彩设计可以改善城市面貌,塑造城市个性。色彩作为城市中最动人的设计要素,成为了城市的名片。例如,巴

收稿日期: 2011-07-14

作者简介: 董翠(1982—),女,湖北人,硕士,景德镇陶瓷学院讲师,主要从事环境艺术设计的教学与研究。

黎的标志色是米黄色,伦敦的标志色是土黄色,德国小镇麦森的标志色是土红色和白色,而提到西安人们最能够想到的就是灰色、土黄色和赭石色。这种特征鲜明的城市色彩不仅能够提高城市知名度,而且能够增强城市可识别性。德国瓷器艺术圣地麦森见图1。



图1 德国瓷器艺术圣地麦森

Fig.1 The chinaware art Holy in German-Meissen

## 2 景德镇色彩现状

景德镇作为举世闻名的瓷都,是中国乃至全世界独有的以陶瓷文化为特色的城市。世界只有一个景德镇,这样的名城宣言,体现了这座城市的独一无二性。但是,就是这样一个历史文化名城,城市色彩规划却明显滞后,其城市形象和可识别性模糊不清,城市色彩的个性特征较弱,主要包括:

(1)色彩趋同现象突出。这其中包括城市总体色彩与其他城市的趋同,还包括城市自身各类景观要素环境色彩的趋同,将各地的建筑色彩拼凑在一起,照抄照搬,造成了城市色彩整体感的缺失。(2)大量涌现的现代建筑一味凸显其与众不同,使用现代金属加玻璃的饰面材料,与其他城市毫无差别。有些地方甚至为了加深建筑的视觉效果,无视与周围环境的协调发展,任意将建筑“涂抹”颜色,造成了公共建筑色彩的混乱,见图2。(3)传统色彩的遗失和滥用。景德镇白墙灰瓦的徽派建筑遗韵仅遗留在一些古建中,新建的现代建筑与传统建筑色彩没有得到很好的继承和发展,而在本地最喜闻乐见的陶瓷青花色则在城市色彩中进行了大面积的滥用。寻其根源,是因为整个城市色彩缺乏系统的规划与设计,未能很好地传达景德镇的优势与特色,客观上削减了景德镇作为千年瓷都的城市特征,因此,对景德镇城市色彩进行统一规划已成为当前十分紧迫的任务。



图2 景德镇街景中混乱的色彩

Fig.2 The color confusion in Jingdezhen street

## 3 景德镇现有色彩语言提炼

### 3.1 自然景观色彩

景德镇位于江西东北部,地处江西、安徽二省交界,属黄山、怀玉山余脉与鄱阳湖平原过渡地带,市区被群山环抱;市内光照充足,属亚热带季风气候,雨量充沛;森林资源十分丰富,森林覆盖率达70%。因此,自然植被十分茂盛,尤其盛产松木、杉木和毛竹。另外,一条蜿蜒曲折的昌江自南向北穿越景德镇全境,见图3。可以说,绿树、青山、碧水形成的是景德镇丰



图3 昌江河畔

Fig.3 The Changjiang River

富美丽的自然景观色彩特征。

### 3.2 人工色彩

人工色彩是城市色彩中的主体,也是城市色彩规划的核心部分。通过对城市现有人工色彩,特别是对建筑色彩的归纳分析,可以得出城市色彩建设的基本脉络,这些色彩可直接应用于城市色谱。在景德镇市区、郊区保留有大量的古窑址、明清古建筑以及其他历史文化遗存,其中著名的有浮梁古县衙、湖田古窑遗址、珠山龙珠阁等。这些历史遗存延续了徽派建筑的“粉墙黛瓦”,灰色的屋顶和白色的屋

身是景德镇古建筑传统色彩的特征。景德镇市浮梁古县衙见图4。除此之外,景德镇现代建筑用色可谓



图4 景德镇市浮梁古县衙

Fig.4 The ancient county government in Fuliang, Jingdezhen

丰富多彩。例如,商业建筑以高明度的暖色系和无彩色系为主;住宅小区建筑外观以土红色、土黄色和白色为主;街道景观色彩的主题色以绿色、深红色和黄色为主;城市公共设施则以青花瓷色为主。总之,城市现有色彩代表了某一地区内城市居民的色彩倾向,在城市色彩色谱中应该有所体现,可将其应用于城市色彩的点缀色。

## 4 基于可识别性的景德镇色彩规划策略

### 4.1 景德镇主题色定位

通过实地考察和拍摄照片,笔者先后对本地重点区域的景观用色、传统景观色彩和现代景观色彩进行了比照分析,发现景德镇现有的色彩之间缺乏联系,主题色特征不明显,见图5。随后,结合本地自然景



图5 景德镇城市全貌

Fig.5 The overall picture of Jingdezhen

观、人文历史及地理气候等方面进行研究分析,得出陶瓷青花色是景德镇所特有的,既能代表景德镇瓷都形象也能代表世界陶瓷文化的色彩。另外,笔者还进

行了以“景德镇色彩印象”为主题的问卷调查,几乎所有本地市民和中外游客都认同青花瓷可作为景德镇市的代表元素。景德镇以瓷立市,以瓷立都,而盛产于景德镇的青花瓷以其清新脱俗的“白底蓝花”享誉世界,已成为一种文化符号,一种文化传播与交流的媒介。青花以其简洁、肃静、恬淡与富有层次感和艺术表现力为观赏者所欣赏<sup>[6]</sup>,可作为景德镇的城市主题色。因此,在城市自然色为背景的前提下,青白相间的陶瓷青花色当之无愧地成为景德镇的色彩主基调。另据《陶雅》中记载:“其青花一色,见深见浅,有一瓶一罐而分之七色、九色之多,娇翠欲滴。”由此可见,青花以蓝色为基调,层次丰富,可分为9个层次,这种蓝色调可以在色彩明度和纯度上加以变化从而表现出深浅不同的层次,灵活运用于城市主色调与辅色调的扩展和搭配之中。

### 4.2 景德镇色彩总谱基础上的分区色彩规划

依照景德镇城市规划中建设“一城三区九组团”的框架,将历史文化街区、东郊、湘湖区、浮梁县、昌南大道、昌江两岸等作为重要的城市色彩节点进行深入研究,并以景德镇空间结构为依据,通过空间功能定位和现状色彩分析确定推荐色谱,提出了色彩分区规划的设想。

#### 4.2.1 古建筑区色彩规划

就如同人们提起紫禁城就会想起首都北京一样,地方古建筑是城市的历史文化遗存,也是城市文化延续的标志。古建筑在很大程度上反映了城市的地域性和特色,因此,对古建筑色彩的规划应着眼于色彩的保护与传承,注意尊重修复原有色彩,保持较高饱和度的传统建筑色彩,包括主色调和装饰色。值得推荐的做法是,保持原有的立面色彩,只在局部使用少量的相似材料进行装饰,以表明历史建筑的性质特征,也可以增加一些可置换的附属构件等,其原则是这些构件的色彩一定要与主体建筑的色彩相匹配<sup>[7]</sup>。景德镇古建筑主要延续的是徽派建筑的色彩体系,在古建周围进行色彩规划时,应保持徽派建筑的墙面、墙基、屋顶的主要颜色,着重考虑无彩色系的灰色和白色,以取得与古建相互协调的效果。

#### 4.2.2 各功能区色彩规划

不同功能区的建筑和分区形成了城市的面貌,新建筑和新区域的景观色彩对增强城市可识别性具有重要的意义。通过对景德镇市各功能区色彩现状的

调查研究,见图6,在景德镇主题色定位的基础上,将



图6 景德镇城市各功能区色彩现状

Fig.6 The current situation of various functional areas in Jingdezhen

各个功能区的主题色、辅助色和点缀色进行提炼、归纳和整合,得出了这些区域的用色范围和用色倾向,见表1。例如:在工业区和办公区,结合建筑的结构和

表1 景德镇城市各功能区色彩设计方案

Tab.1 The color vision in various functional areas of Jingdezhen

名称	色彩属性			说明
	主题色	辅助色	点缀色	
住宅区				示例色均为标准
办公区				印刷色彩,在实际
商业区				应用中,应根据相
工业区				应的色彩属性选
文教区				择相应区域的色
景观区				卡,以避免规划设
公共区				计中出现偏差。

材料特点,以冷峻明朗的基调色体现工业美学的特征;商业区的色彩以明快为主,配以纯度较高的点缀色;在文教区,则在保留原始色彩的基础上,通过中饱和度的基本色调与纯度较高的点缀色来表现区域特定的文化氛围。应注意的是,表1中的示例颜色可在实际规划中作小幅度调整,各个区域的色彩规划应与周围环境相协调,营造和谐的色彩氛围。

#### 4.2.3 街道色彩规划

在城市“显意向”体验过程中,街道属最刺激人类眼球的元素<sup>[8]</sup>。城市的街道景观是城市中最常见也是面积最大的一种,其体验方式是动态的、线形的和连

续的,是城市向外界展示其风貌和形象的窗口,在整个城市的色彩规划中起着至关重要的作用。位于景德镇珠山中路的古街,其街道两侧的建筑风格与地方古建筑一脉相承,现已成为城市商业步行街,应对商业店面的外立面色彩加以控制和限制,以取得与建筑相得益彰的效果。另外,景德镇街道较为狭窄,街道两边的色彩可随着周围区域的不同而不同,因此,街道主题色在各功能区色彩的基础上,应以灰色系为主,局部点缀一些明度和纯度较高的暖色系。

#### 4.2.4 公共设施色彩规划

作为“城市家具”的公共设施,是城市环境和景观组织中不可或缺的元素,其色彩规划的对象主要包括城市公交候车亭、电话亭、休闲座椅、垃圾桶、路灯、各式商亭、公共厕所、公共布告牌、饮水处和标识牌等。在色彩设计时首先应考虑与周围环境相协调,设计时除了着重运用青花瓷主题色体现城市可识别性外,还可使用一些较为跳跃的高纯度色彩,如红色、黄色和绿色,以点缀城市环境。

#### 4.2.5 昌江景观带与滨水景观带色彩规划

昌江是景德镇的母亲河,贯穿于景德镇全境,这条河流数千年没有断流,承载着景德镇的历史和记忆。因此,昌江及其沿岸的滨水景观带是景德镇自然色彩与人工色彩交相辉映的舞台,也是最能展现城市特色的区域。在这些区域,应着重考虑保护昌江水天一色的自然景观,在使用青花瓷色集中展现城市风貌的基础上,还应注意沿岸的道路系统、植被、堤岸、建筑、广场和景观设施色彩的情趣性和特色性。

## 5 结语

从视觉角度出发,人们在感知城市的同时,最先感受到的就是城市色彩的冲击。景德镇城市主题色、辅助色和点缀色的整体规划,将大幅度增强城市的个性和可识别性,这也将为景德镇市制定相关的地方色彩、传统色彩保护以及整个城市色彩的控制和规划提供一定的方法和依据。

#### 参考文献:

- [1] 林奇·凯文.城市意象[M].方益萍、何晓军,译.北京:华夏出版社,2001.

(下转第18页)

生,就是埋在消费者心里的那颗种子。

## 2.2 情感性诉求

家,对于每一个人来讲都是温馨的港湾。而移动的家房车的出现,正是为旅途生活增添了这种不凡的乐趣与品位。房车不仅是一种交通工具,还承载着一种全新的生活方式,蕴藏着顶级的生活梦想,或许未来的某一天人们对“移动的家”也会习以为常。因此,面对不断走入家庭的房车消费,汽车广告中的情感味就会越来越重<sup>[6]</sup>。

大众加利福尼亚房车在注重驾驶感觉的同时并没有忽视房车作为“家”的作用,模块化设计的整体厨房可以满足消费者所有的烹饪需求;当需要时,后排座位也可以转换为双人床,再加上车顶的升降式卧室,可以满足3~5人同时就寝,不夸张地说这不仅是房车,这就是“家”。如大众 California 房车广告之《全世界都是你的家》,见图4。这侧广告中一面呈现着蓝



图4 大众 California 房车广告之《全世界都是你的家》

Fig.4 California advertisement of The World Is Your Home

天、白云、荒芜的沙漠,看似一派无人之境,而另一面又呈现出与此形成鲜明对比的一个由各种家居生活物件所组成的集合体,细细思量下2者更像是“冒险”与“回家”的化身,看似对立,却又被柔在一起。这既享受“冒险”的乐趣,又不远离“回家”的现代生活方式,对于一个酷爱旅行的人来说,无疑能让旅途变得更加幸福。这种运用超现实主义的创意手法,很好地展现出有了房车你无论身处何方“全世界都是你的

家”,更使你拥有了一种面对生活的特殊情怀,可谓此时无车胜有车!

## 3 结语

面对多元化消费诉求的汽车市场,不难发现汽车广告越来越讲求创意。国际知名汽车品牌都在进行着各种颠覆传统汽车广告表现手法的尝试,甚至是“无车式”的广告,这类汽车广告都具有一个共同的特征,就是抛弃靓车加美女的直白叫卖,而遵循一条更侧重生动、巧妙的途径来传达产品的信息<sup>[7]</sup>。换言之,在消费者对汽车广告创意与表现方式的要求变得越来越高,只有通过认真研究消费者的内心世界,并采用更具有感染力、号召力的创意与表现方式,才能使汽车企业摆脱赤裸裸的推销,从而在汽车消费市场竞争中,真正达到“无车胜有车”的境界<sup>[8]</sup>。

### 参考文献:

- [1] 李媛媛.从大众汽车广告透视广告创意中情感诉求的运用[J].湖北教育学院学报,2007(11):40—41.
- [2] 聂艳梅.谈谈汽车广告的表现技巧[J].广告大观,2002(2):43—44.
- [3] 郑正文.管窥中国消费者对汽车广告的心理需求[J].市场研究,2006(11):54—55.
- [4] 贾荣昌.品牌个性:汽车广告差异化的最大做点[J].中国机电工业,2007,(5):66—68.
- [5] 罗玲.营造一个消费的盛世——从汽车广告看广告在消费文化形成中的作用及其影响[J].湖南大众传媒职业技术学院学报,2006(9):86—87.
- [6] 李欣,武猛.汽车广告:问题与对策研究[J].武汉科技学院学报,2005(6):22—25.
- [7] 崔勇.从大众汽车广告谈视觉语言类比创意的运用[J].装饰,2011(4):98—99.
- [8] 罗坚,艾静.广告设计的心理因素[J].包装工程,2007,28(12):246—247.

(上接第15页)

- [2] 董雅,席丽莎.城市色彩的形成演变和发展建议——以天津城市色彩设计为例[J].华中建筑,2007,25(12):57—60.
- [3] 哈罗德·林顿.建筑色彩:建筑室内和城市空间的设计[M].谢洁,张根林,译.北京:知识产权出版社,2005.
- [4] 李越琼.基于色彩的城市开放空间导向系统人性化设计[J].包装工程,2009,30(7):186—188.

- [5] 王明贤.看看你的城市[J].艺术评论,2003(1):60—62.
- [6] 朱彬.从青花瓷器论色彩美学[J].文艺争鸣,2011(4):136—137.
- [7] 高金锁,梁丽娜.天津城市色彩的整体设计策略[J].包装工程,2009,30(4):187—189.
- [8] 杨戍标,王竹.杭州街道景观营建导引[M].杭州:浙江大学出版社,2006.