

城市公共交通形象识别系统的应用研究

魏峰, 董石羽, 徐平

(西南交通大学, 成都 610031)

摘要: **目的** 通过分析城市公共交通系统及其形象设计的要素和原则, 研究形象识别方法在城市公共交通形象设计中的应用。**方法** 以形象识别理论为基础, 结合公共交通规划、管理和物质系统的自身特点, 提出了城市公共交通形象识别系统。以成都市为例, 从理念识别、服务识别和视觉识别等3个层面对“熊猫文化”在成都公共交通系统形象识别中的应用进行了解析。**结论** 城市公共交通形象识别系统为城市公共交通形象的塑造和解读提供了一种可供参考的理论研究方法。

关键词: 城市公共交通; 形象识别; 地域文化; 人性化

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)02-0040-05

Application Research of the Urban Public Transport Identity System

WEI Feng, DONG Shi-yu, XU Ping

(Southwest Jiaotong University, Chengdu 610031, China)

ABSTRACT: It aims to research the application of the image identity methods in the image design of urban public transport, through the analysis of urban public transport system and its image design elements and principles. Based on the theory of image identity and the characteristics of public transportation planning, management and material system, the urban public transport identity system has been put forward. Taking Chengdu as an example, it analyzes the application of "Panda Culture" in public transport identity system of Chengdu, from three parts, like concept identity, service identity and visual identity. The urban public transport identity system provides a theoretical method for the shaping and interpretation of urban public transport image.

KEY WORDS: urban public transport; image identity; regional culture; hommization

公共交通对于现代城市来说, 既是保证城市生产与人民生活正常运转的动脉, 又是展示城市精神文明、反映国民经济、社会发展水平和市民道德思想风貌的窗口^[1]。目前, 关于城市公共交通系统的研究主要集中在解决工程技术、管理和规划问题等方面^[2-4], 对于公共交通系统整体形象的研究还很缺乏。城市公共交通系统的外在形象, 是其内在发展与问题突显的直接反映, 应该得到更多的重视和深入的研究。城市公共交通系统的形象建设对于推动城市主体与公共交通系统的融合和认同(识别), 以及提升城市整体形象都具有重要的作用。

1 城市公共交通系统及其形象概述

1.1 城市公共交通系统

城市公共交通系统是一个集经济、管理、规划、技术、信息、环境、文化和社会公益为一体的庞大且复杂的综合性系统^[5], 主要分为三大类, 其组成见图1。第一类是以城市的发展情况和规模确定合理的发展目标及政策的交通规划系统; 第二类是通过交通规划和设施人员的运营, 为公众提供平等、共享和多样化的出行方式, 使公共交通达到高效、便捷和舒适的交

收稿日期: 2016-11-01

基金项目: 教育部人文社会科学研究基金一般资助项目(12YJA760076); 四川省工业设计产业研究中心重点研究基地开放课题资助(GY-14YB-29); 四川省科技支撑计划项目重点研发计划项目(2015GZ0081)

作者简介: 魏峰(1983—), 男, 安徽人, 西南交通大学博士生, 主要研究方向为交通工具设计、产品设计、设计评价。

通讯作者: 董石羽(1971—), 男, 四川人, 西南交通大学副教授, 主要研究方向为交通工具。

通管理系统;第三类是由各种交通运输工具及其附属设施所组成的公共交通物质系统。

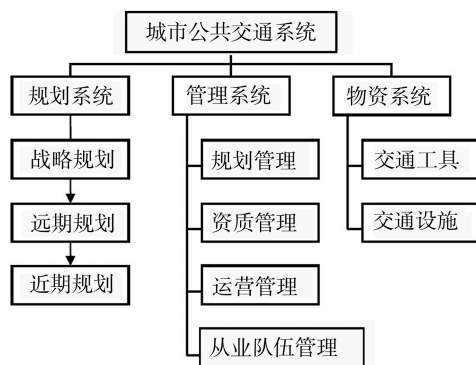


图1 城市公共交通系统的组成

Fig.1 The composition of urban public transport system

1.2 公共交通形象及设计原则

城市公共交通形象是指人们对公共交通在建设、使用和参与的过程中所形成的具体的感官认知、总体的印象和综合性评价,也是将组成城市公共交通系统的各种要素在城市物质文明与精神文明建设等诸多方面的形象整合。公共交通系统与其所在城市的总体规划和发展目标必须保持一致。公共交通形象则依托于城市的地域性特征,与城市的整体形象既紧密相联也相互影响。通过公共交通形象建设,不仅可以突显城市个性,推动城市交通文化和公共交通事业的发展,还可以增强人与城市之间的情感联系,加深人们对城市公共交通的认同感和识别度。

借鉴城市形象的设计研究方法^[6-7],并结合公共交通自身的特点,城市公共交通形象设计应遵循的基本原则如下。

1) 地域文化性原则。地域文化^[8-10]是一个城市在长期发展过程中物质、制度和精神的沉淀,是一个城市最具特色的体现,也是最本质的形象。地域文化特征体现了一个城市的个性,反映了一个城市的历史文化底蕴和内涵。公共交通形象的塑造应首先考虑将城市地域文化中的特征要素提炼出来加以利用,使公共交通具有鲜明的城市特色,促进交通文化与城市文化的和谐。

2) 可持续发展原则。城市交通的可持续发展是建立在社会可持续发展理念的基础上,合理利用城市资源,减少环境污染,满足城市经济、社会发展需要的高效的城市交通形式,如以公共交通为导向的发展理念(Transit Oriented Development, TOD)等^[11-12]。可持续发展不仅成为指导城市公共交通建设的一种理论体系,更成为展现生态与健康形象的一面旗帜,必须坚持这一原则才能真正提升公共交通的整体形象。

3) 人性化原则。公共交通系统围绕“人-车-环境”

进行设计,核心是服务于人。人性化的设计理念^[13-15]是根据人的行为方式、生理特征、心理需求和思维模式等,为人提供便捷、安全、高效和舒适的交通服务。人性化的设计原则展现了公共交通形象中的人文关怀,也体现了对人性的尊重。

2 城市公共交通形象识别系统的构建

城市公共交通的形象设计既要体现出城市的个性特征和精神风貌,又要综合反映公共交通系统的建设、服务和发展水平。鉴于此,参考企业形象识别的概念和研究方法^[16],结合公共交通形象设计原则,提出城市公共交通形象识别系统(Urban Public Transport Identity System, UPTIS)。根据公共交通系统自身的组成框架进行形象设计要素分析:规划系统是从整体发展的角度制定目标和拟定政策,其形象设计要素是以理念为导向;管理系统的核心是以人为本,其形象设计要素是以服务为中心;物质设施系统的外在表现形态是最直观的识别符号,其形象设计要素是以视觉为传达。因此,将城市公共交通形象识别系统分为理念识别(Mind Identity, MI)、服务识别(Service Identity, SI)和视觉识别(Visual Identity, VI)3个部分,具体见图2。这3个部分既是相互影响,又是一个协调并整合的有机整体。

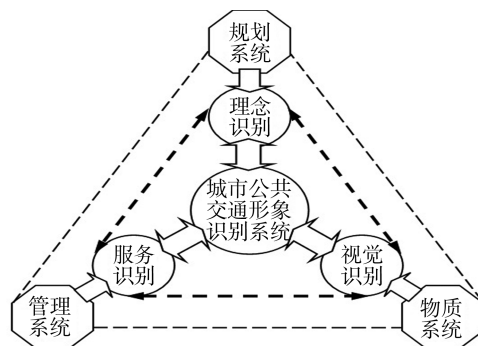


图2 城市公共交通形象识别系统(UPTIS)

Fig.2 Urban public transport identity system

2.1 理念识别

理念不仅是一种意识形态,更是一种方向,我们可以从一个城市的社会、经济、文化、历史和艺术等视角所传达出的理念对该城市的形象有一个全面的了解。城市公共交通发展的理念应当与整个城市的规划与发展方向一致,如同生命遗传基因一样,城市公共交通理念形象继承并反映了一个城市的核心价值,是城市创新和发展的驱动力,也是城市独特个性所在。如意大利水城威尼斯,由于水域城市的性质决定了该城市公共交通的发展以水上交通为主,被称为“贡多拉”的威尼斯尖舟(图3)便成为威尼斯最具识别性的交通形象特色。巴西圣保罗的球门巴士车站

(图4)也将巴西的足球文化理念运用到了公共交通的形象设计之中。



图3 威尼斯的贡多拉
Fig.3 Venice gondola



图4 巴西的球门巴士站
Fig.4 Brazil goal bus stop

2.2 服务识别

服务是以人为本的公共交通管理的核心,也是传播城市交通理念、展现社会福利和人性化水平的窗口。公共交通系统的首要目标是为城市居民提供客运服务,包括面向大众的普遍服务和保障特殊人群的无障碍服务等。在此基础上,公共交通的服务形象识别立足于用户使用过程中的真实体验,在服务提供者与服务受众之间作为一种组织连接方式为两者建立有效的沟通机制。服务形象识别就是将城市公共交通系统所涉及的技术、艺术和文化方面的理念,根据人们在公共交通生活中的乘坐使用、文化审美、获取信息和目的导向等实际需求,通过感官体验展现出来^[17]。

2.3 视觉识别

视觉形象的建立依赖于艺术美学原则和审美鉴赏力,也与人们的直观感受和审美直觉密切相关。公共交通的视觉形象识别以交通工具及其附属设施等

物质系统为载体,运用系统、统一的视觉符号要素,通过服务机制对外传达公共交通系统的发展理念与特色^[18-19],如菲律宾的吉普尼车(图5)以其色彩明快、充满个性的外观,成为菲律宾公共交通标志性的符号。



图5 菲律宾的吉普尼车
Fig.5 Philippines Jeepney

3 案例解析

本文以四川省成都市现有的公共交通设计为例,运用城市公共交通形象识别系统的分析方法进行解析。

1) 理念识别。成都拥有丰富的城市特色旅游资源,如青羊宫、杜甫草堂、武侯祠、文殊院、宽窄巷子、金沙遗址、黄龙溪古镇、青城山、都江堰、熊猫基地等著名景点。随着2010年成都形象宣传片《典型中国,熊猫故乡》在美国纽约时报广场的播出,成都以“中国最佳旅游城市”的形象进行对外推广,其中又以“熊猫故乡”之称而闻名。“熊猫”不仅是一种旅游资源,更是成都的一张闪亮的名片和形象识别符号。熊猫文化作为成都城市旅游品牌的核心,也逐渐融入到公共交通形象设计之中,成为公共交通形象规划的主要目标之一,并形成了以“熊猫”为主题元素的设计理念。

2) 服务识别。围绕以“熊猫”为核心的理念,成都公交集团设计了基本的旅游公共交通路线,如开往熊猫基地的198路、87路、867路公交车线路,同时还设有旅游公交专线902路等。在此基础上,为促进熊猫文化在公共交通中的推广,成都目前更推出了以熊猫为主题的特色公共交通服务:都江堰的“熊猫出租车”和地铁3号线列车。通过服务形象的识别符号将熊猫文化融入到了日常生活中,充分体现了成都公共交通服务的人文关怀和人性化设计。

3) 视觉识别。成都公共交通“熊猫文化”的核心理念,通过人性化的特色服务得以体现,并最终由

视觉形象识别进行传达。通过对熊猫特征的研究,如外形、色彩以及其形态所表征的“可爱”、“憨态可掬”等内涵,从中提取出关键元素进行抽象和简化,并移植为可用于设计的特征符号(图6)。都江堰的“熊猫出租车”利用车身景观化喷涂将出租车外观全部统一为熊猫图案。出租车引擎盖上绘制着熊猫的眼睛和鼻子,后视镜作为熊猫的耳朵,车的后部两侧各有一只熊猫后脚掌,保险杠防雾灯处作为熊猫前臂,整个出租车在行驶中如同一只栩栩如生正在奔跑的大熊猫;地铁3号线列车内外的“熊猫”主题元素更是随处可见,站台内的熊猫立体雕塑、熊猫艺术墙画、熊猫座椅,以及车厢内的熊猫元素海报、熊猫头型车窗、熊猫座椅挡板、竹节立柱、熊猫头型拉环和地板上粉红色的熊猫脚印等,使地铁3号线列车成为了名副其实的“熊猫地铁”。通过视觉传达将“熊猫”符号融入到了公共交通设计之中,提升了成都公共交通形象的可识别性。

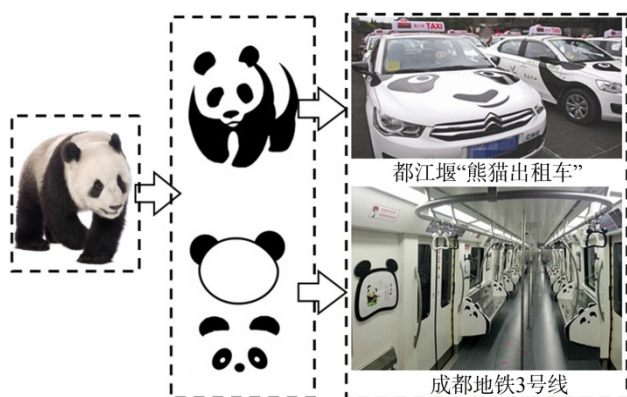


图6 成都公共交通的熊猫形象识别

Fig.6 Panda image identity of public transport in Chengdu

4 结语

公共交通形象的研究对于促进城市公共交通系统的协调发展和城市整体形象的建设都至关重要。本文通过对城市公共交通系统组成要素与其形象设计的原则进行分析,并基于形象识别理论的研究框架和公共交通系统的自身特点,构建了以理念识别(MI)、服务识别(SI)和视觉识别(VI)3个部分为核心的城市公共交通形象识别系统(UPTIS),并利用此方法对成都的“熊猫文化”在公共交通系统形象识别中的应用进行了解析,试图为我国的城市公共交通整体形象的塑造和解读提供一种可供参考的理论研究方法。

参考文献:

[1] 闫平,宋瑞.城市公共交通概论[M].北京:机械工业

出版社,2011.

YAN Ping, SONG Rui. Introduction to Urban Public Transportation[M]. Beijing: China Machine Press, 2011.

[2] 杜健,梁建英,田爱琴.高速列车受电弓气动噪声特性分析[J].西南交通大学学报,2016,50(5):1—7.

DU Jian, LIANG Jian-ying, TIAN Ai-qin. Analysis of Aeroacoustics Characteristics for the Pantograph of High-Speed Trains[J]. Journal of Southwest Jiaotong University, 2016, 50(5): 1—7.

[3] 程晓卿,贾利民,秦勇.铁路应急管理研究[J].铁道学报,2016,34(3):7—13.

CHENG Xiao-qing, JIA Li-min, QIN Yong. Research on Railway Emergency Management[J]. Journal of the China Railway Society, 2016, 34(3): 7—13.

[4] 柯新生,沈永清,陈学东.面向未来发展的铁路信息资源规划研究[J].铁道学报,2002,24(6):15—19.

KE Xin-sheng, SHEN Yong-qing, CHEN Xue-dong. Research on the Layout of Railway's Information Resources for Further Development[J]. Journal of the China Railway Society, 2002, 24(6): 15—19.

[5] 冯树民,白仕砚,慈玉生.城市公共交通[M].北京:知识产权出版社,2012.

FENG Shu-ming, BAI Shi-yan, CI Yu-sheng. Urban Public Transport[M]. Beijing: Intellectual Property Publishing House, 2012.

[6] 邢加满,徐利.宁波城市形象定位的视觉符号构建[J].包装工程,2016,37(4):33—36.

XING Jia-man, XU Li. Visual Symbols Construction of Ningbo City Image Positioning[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 33—36.

[7] 梁勇,胡国生.浅析我国城市空间形象系统的营造现状及问题[J].装饰,2012(3):125—126.

Liang Yong, Hu Guo-sheng. Enlightenment the Problem & Situation of City Image System in Modern China[J]. Zhuangshi, 2012(3): 125—126.这本杂志统一没写卷

[8] 徐伯初,章勇.城市公共交通系统地域文化研究[J].文艺研究,2013(6):163—164.

XU Bo-chu, ZHANG Yong. Study on Regional Culture of Urban Public Transport System[J]. Literature & Art Studies, 2013(6): 163—164.

[9] 李静静,支锦亦,向泽锐.地域文化符号在现代有轨电车设计中的应用[J].包装工程,2015,36(2):110—113.

LI Jing-jing, ZHI Jin-yi, XIANG Ze-rui. Application of Regional Culture Symbol in Modern Tram's Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(2): 110—113.

[10] 赵毅.具有地域文化特征的地铁车辆内饰设计及研究[D].成都:西南交通大学,2013.

ZHAO Yi. Research on Metro Interior Design with Local Cultural Characteristics[D]. Chengdu: Journal of Southwest Jiaotong University, 2013.

[11] 黄晓燕,甄峰,曹小曙.基于多维目标的城市宜居交通

- 概念、要素与框架[J]. 人文地理, 2015, 130(5): 77—83.
- HUANG Xiao-yan, ZHEN Feng, CAO Xiao-shu. Concept, Elements and Framework of Livable Transportation Based on Multi-dimensional Objectives[J]. Human Geography, 2015, 130(5): 77—83.
- [12] 刘畅, 李秀敏, 梁月林. 思路创新: 论北京市绿色交通发展及国外经验借鉴[J]. 生态经济, 2015, 31(6): 95—97.
- LIU Chang, LI Xiu-min, LIANG Yue-lin. Innovative Thinking: Study on Beijing Green Transportation Development and International Reference[J]. Ecological Economy, 2015, 31(6): 95—97.
- [13] 林杰. 山地城市交通设施人性化规划设计研究[D]. 重庆: 重庆交通大学, 2015.
- LIN Jie. Study on Planning and Design of the Facility Humanization of Mountain City Traffic[D]. Chongqing: Chongqing Jiaotong University, 2015.
- [14] 唐林涛, 赵自然. 城市轨道交通车厢内部空间人性化设计[J]. 装饰, 2015(4): 80—82.
- TANG Lin-tao, ZHAO Zi-ran. Design of the Interior Space of Urban Rail Transit Vehicles[J]. Zhuangshi, 2015(4): 80—82.
- [15] 马林. 推动交通设计向人性化转型[J]. 城市规划, 2016, 40(1): 80—84.
- MA Lin. Promoting Humanity-oriented Transportation Design[J]. City Planning Review, 2016, 40(1): 80—84.
- [16] 罗先国. 城市形象识别系统概要[J]. 装饰, 2002(12): 6—7.
- Luo Xian-guo. A Summary on City Image Identification System[J]. Zhuangshi, 2002(12): 6—7.
- [17] 徐伯初, 魏峰. 城市公共交通系统服务设计研究——以成都为例[J]. 装饰, 2016(2): 126—127.
- XU Bo-chu, WEI Feng. Research on Service Design of City Public Traffic System: Take Chengdu for Example [J]. Zhuangshi, 2016(2): 126—127.
- [18] 林曦, 赖以希, 汪哲峰. 基于城市文化的公共交通视觉系统设计探析: 以杭州为例[J]. 装饰, 2014(1): 129—130.
- LIN Xi, LAI Yi-xi, WANG Zhe-hao. Discussion Design Concept in Public Traffic Vision System Based on City Culture: Taking Hangzhou as an Example[J]. Zhuangshi, 2014(1): 129—130.
- [19] 宋立新, 刘霖, 吴群. 城市色彩形象识别设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(12): 45—48.
- SONG Li-xin, LIU Lin, WU Qun. The Urban Color Image Recognition Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(12): 45—48.