

城市公共环境标识创新设计研究

摘 要

城市公共环境标识设计已成为现代城市公共环境整体设计中一种全新的,正在成长中的并且是非常重要的—部分。研究城市公共环境标识创新设计从本质上是在把城市公共环境从一般性的功能体和人类聚集体的物质为主的形态,升华到更多地体现人类精神文化的高级形态。在本文中,作者试图通过国内外城市公共环境标识设计的初步研究,与读者一起探讨标识创新设计与现代城市公共环境之间的相互依存关系,并根据不同的城市公共环境空间提出不同的设计创新方式,从而引发一种全新的“现代设计创新观”。

关键词: 公共环境 创新 标识符号 功能 艺术方式 现代设计观

City public environmental logo design method innovation research

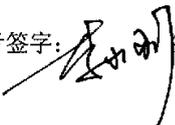
ABSTRACT

City public environmental logo design method, which is a new and budding concept, has become one of the most important parts of the whole modern public environmental design. The indeed of researching public environmental logo design is basically upgrade a lower or simpler form of average function and human assembly material into a more complex or higher form of human spirit culture. By researching public environmental logo design both here and abroad, the author try to discuss the relationship between logo design and public environment in the thesis with reader, and also bring forward a different method according different public environmental space, then evolve a brandnew concept of modern design.

Key words: Public environment Innovation Logo symbol
Function Art method modern design concept

独创性声明

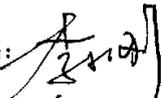
本人声明所呈交的学位论文是本人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。据我所知，除了文中特别加以标志和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得合肥工业大学或其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示谢意。

学位论文作者签字： 签字日期：2006年6月9日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解合肥工业大学有关保留、使用学位论文的规定，有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅或借阅。本人授权合肥工业大学可以将学位论文的全部或部分论文内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文。

(保密的学位论文在解密后适用本授权书)

学位论文者签名：
签字日期：2006年6月9日

导师签名：
签字日期：06年6月9日

学位论文作者毕业后去向：
工作单位：
通讯地址：

电话：
邮编：

致 谢

时光飞逝，转眼之间研究生的求学经历将要结束，首先要感谢我的导师张彪老师，正是在他的悉心指导下，我得以克服前进中的种种障碍，从而顺利完成我的学业。同时，也向在我学习期间认真授课，给予我热心指导的潘国泰教授、郭端本教授、韩春明教授、陈新生副教授、郭凯副教授、陈宇飞副教授等老师表示诚挚的谢意！也向学院图书室的王英老师表示敬意。

论文的写作过程是一种磨砺，从选题在脑海中若隐若现，到论文架构的初具雏形，再到文章的血肉丰满，于我来说近乎一种修行，正是有导师的鼓励和支持，我才得以完成这样的磨练过程。在本篇论文写作过程中，从论文选题到最终完稿，始终得到了我的导师张彪老师的悉心指导。张老师为论文主题的确立、观点的论证以及基本框架的构成等方面都给予了具体的指导，提供了大量有价值的学术观点。导师严谨的学术态度、务实的研究方法以及对学学生毫无保留的教授，都使我受益匪浅。在此，特向导师致以最衷心的感谢！

最后，我要感谢我的家人，感谢他们在我的学习工作中给予我的不遗余力的帮助，在生活上给我无微不至的关怀和照顾，从而使我顺利完成学业。

当然，还要感谢所有帮助过我的同学，谢谢他们给予我的支持和帮助。

谢谢！

作者：李小刚

2006年6月

第一章 绪论

1.1 研究的背景与动机

传统的形式概念中，标识只是一种广告的手段或交流的方式，然而随着我们周围公共环境中的图像和图像技术使用方面的发展，出现了价值观被更新的潮流。这一潮流之中的一个部分便是对于“标识”创新设计的重视。今天的标识已经成为人类与现实社会的一种接触方式，在这个信息化的世界中，交流正在被重新评价，人类正试图让其按照自己的意愿去发展。可以说，标识描述了一个新的价值观——它不仅是物质产品生产的一项实用技术，而且还说明应当怎样去使用这些产品。

因此在这样的背景下，研究城市公共环境标识设计方法就变得日益迫切起来。多年来，标示物一直担任公共空间里的重要角色。来自民间的平面、构成艺术，在提供动线、识别、规定等重要资讯之余，也为周围环境增添了丰富的光彩。你能想象时代广场美国（Times Square）没有标示物吗？或者在任何一家地区性的购物商场没有标示物吗？再不然，想象一下国内高速公路系统，要是完全没有标识，会是什么结果？城市公共环境的整体是位于空间体系当中的相互沟通的系统。在这个系统中，所有构成系统的元素一起组成了我们人类的生活空间和具有空间特色的环境，这其中一个是不可或缺的重要组成元素就是标识。无论你身在何处，在剧院、在餐馆、在主题公园、在大学校园、在博物馆、在医院；或是你在机场、在地铁车站、在旅游度假、在购物；或是你在熙熙攘攘的大街上，你都能感受到标识体现的功能与作用。正是由于上述原因，才使得研究城市公共环境标识设计方法变得尤为必要。

1.2 研究的目的是与意义

研究城市公共环境标识设计方法是从本质上把城市公共环境从一般性的功能体和人类聚集体的物质为主的形态，升华到更多地体现人类精神文化的高级形态。我们认为，城市公共环境中重要的信息必须以图像式的“标识”的方式直接表达出来，用电子的，有色彩的，不断运动变化的载体来实现。在城市公共环境中，由于标识所表现的都是一些被认为是非常重要的信息，所以我们最大限度地标识设计得既具有影响力又具有冲击力，同时看起来简单明了。不仅如此，这些图像信息带来了另外一个维度的空间体验。例如，对各个城市的中心区域以及连系它们的城市干线、公路、高速公路、铁路和航道的空间体验。在公共环境中的一个区域或通过序列运动看到的任何连续性的标识，无论大小，都相互影响，并在观察者的头脑中产生复合的印象。如果标识是从多种方式获

得，并且相互之间不协调，就会产生一种矛盾、混乱及忙碌的感觉，这会削弱或降低它们所传达的信息力量。另一方面，如果在公共环境中可以用和谐而又互相协调的模式来设计成组的或连续的标识，那么标识所表达的信息会更令人愉悦并且具有建议性。由于目前在城市公共环境标识设计中存在着相当的问题，科学性和艺术性得不到妥善的解决，甚至会产生两者在设计过程中的冲突，因此需要对上述问题进行持续的研究。

1.3 研究的问题与方法

由于城市公共环境标识设计所要解决的问题是十分广泛的，因此在研究创新方法上也应当着重于整体考虑。城市公共环境标识设计已成为现代城市公共环境整体设计中一种全新的，正在成长中的并且是非常重要的部分。它与建筑、公共空间设计、环境元素、交通及运动系统、声光电系统以及参与其中的公共或私人团体的目标或信息相互协调，成为一个整体。

通过理论与实践相结合的研究方法，本文所要解决的问题包括各类标识设计项目，这类设计项目均来自不同的城市公共环境创新设计领域：交通运输、城市规划、信息产业、旅游与经济、庆祝活动、企业名称与商标识别、广告与营销、教育、娱乐休闲、商业以及体育等等。以上所列举的主要是城市公共环境的主体和组成部分。另外，公共环境空间主要是三维形式的空间，它分为实空间和虚空间，还有介于两者之间的空间。如果我们能读懂其间设计的内容，就会发现它在向我们诉说什么时候需要紧张，什么时候可以放松。如果我们要想达到上述目的，并不需要教会或者训练人们怎样使用这种设计语言，几乎所有人都是在潜意识里学会怎样去读懂它的。因此，在研究城市公共环境标识设计方法上要推陈出新，兼收并取，从而实现城市公共环境标识设计方法研究的创新。

第二章 公共环境艺术

研究城市公共环境标识设计相关的理论，首先要对城市公共环境艺术有大致的认识和了解，因为城市公共环境标识也属于公共环境艺术的一个组成部分。从广义上看，公共环境艺术概念包含着整个城市生活，它涉及到城市的物质文明和精神文明两个方面；从狭义上看，公共环境艺术主要是指对城市物质形象的塑造，也就是说，公共环境艺术应包括涉及城市视觉形象塑造的行为，它涉及到城市规划、建筑、环境、艺术、园林、文化、市政和管理等诸多方面，本文所要涉及的重点是狭义上的城市公共环境。

2.1 城市公共环境艺术的一般涵义

实际上到现在为止，学术界对于公共环境艺术的涵义一直缺少概括性的叙述。一般来说，根据公共环境艺术本身的性质，我们可以给它区分广义的定义和狭义的定义。从广义上讲，公共环境艺术是使城市“环境艺术化”的工作；从狭义上讲，公共环境艺术是环境中的每个“对象”（即环境艺术“作品”）环境化的设计。

2.1.1 公共环境艺术的范畴和特征

公共环境艺术可以分为物质形态和意识形态两个方面。物质形态主要是指构成环境景观的物质要素，而这些物质要素按不同的材质又可分为不同的类型。意识形态主要是指影响指导人们行为的精神因素，如：宗教信仰、民俗习惯、审美观念、社会制度、伦理道德等。公共环境艺术的特性分别体现在诸如建筑本身的内外造型之中，体现在建筑与建筑之间构成的空间关系之中，体现在通过人工改造而被秩序化了的自然景观中，体现在被那些有着预期审美诉求或是无意间置身于公共空间中能够被唤起审美兴趣并获得了审美体验的一切可感物



图 2-1 梅里迪安商学院校园雕塑
北卡罗来纳州（美）

之中等等。公共环境艺术各要素间的关系犹如生物学上生物群落的共生链，维系着自然万物的萌发，并处于动态平衡状态。这种状态恰恰是现代环境艺术设计应追求的目标，其任务在于设计出最优化的“人类——环境系统”，这个系统将展现人类与环境的共存，人类与环境在新的高层次的平衡和发展。

由此可知，公共环境艺术的范畴、范围是十分广泛的。它包括公共环境中的城市空间、道路、广场、桥梁、建筑物、建筑群、园林、雕塑、壁画、纪念碑、建筑小品，乃至橱窗、广告、栏杆、花池、台阶、路沿这些人造景观；还包括天空、山脉、地形、水面、河流、树木、草地等自然景观；另外，属于公共环境中起作用的、但不是固定有形的东西，如人们的行为心理需求、习惯模式、人口构成特点、生产、生活、文化、交际要求等，都是公共环境艺术创造时要考虑的因素。由于公共环境艺术对象、空间、时间上的广泛性，使得它具有许多其他艺术门类不同的特点。它不等同于某一种艺术，是多种艺术组成的有机整体，而不是建筑艺术、园林艺术、雕塑、壁画等相对机械的合成。它最大的特点，是“环境的艺术化”和“艺术的环境化”，是环境与艺术的互动，当这种互动处于最佳状态的公共环境艺术作品，方能认为是成功之作。

2.1.2 城市公共环境艺术的评价标准和条件

城市公共环境艺术作品的评价涉及多种评价标准，这些标准可能是：社会标准、生物标准、功利标准、民族标准、地理标准……以至于物理上的亮度、噪音、振动标准等等。它具有模糊性和无定性，不能象一幅画、一尊雕塑、一栋建筑那样有简单而明确的评价标准。为了能在多种评价标准下做出适当的选择，我们必须有多元化、多样化与一元化、主流化辩证统一思想。和人的需求是有层次的一样，城市公共环境艺术也会由实用层次、千篇一律的克隆层次，提高到有特色的优美和崇高的审美层次。早在几十年前，著名科学家钱学森先生就提出中国园林是景观、园技、园艺三个方面的综合，具有不同的观赏角度和层次，可以满足不同条件下的多种艺术追求。根据这个思路和方法，我们认为可以补充另外两个层次，即“零”层次和“无限大”层次，“零”层次即指人与公共环境的距离为零，是人用身体接触对象的感觉和体验；“无限大”层次指城市公共环境的意境能引起公众产生无穷的想象，不仅能超越几何空间，而且能超越历史时空。著名的城市设计专家诺伯特·舒尔茨提出的“城市意象”，我国建筑学家梁思成提出的“建筑意”，都是对公共环境艺术综合效果提出的高层次的目标。我们的城市公共环境艺术不能只为了满足“艺术的环境化”，更要追求“环境的艺术化”，即不但要有“境意”，更要有“意境”，达到精神家园的层次。

2.2 城市公共环境艺术的创新发展方向

从以上对公共环境艺术的阐释，我们可以得出公共环境艺术所追求的，不仅仅是其艺术的效果，而且是要达到对整个社会的效果；它所强调的除了个人的风格以外，最大限度地表达与社会公众的沟通交流；环境艺术家与公众之间，不是教育者与被教育者的关系，而是平等的、共享的关系。

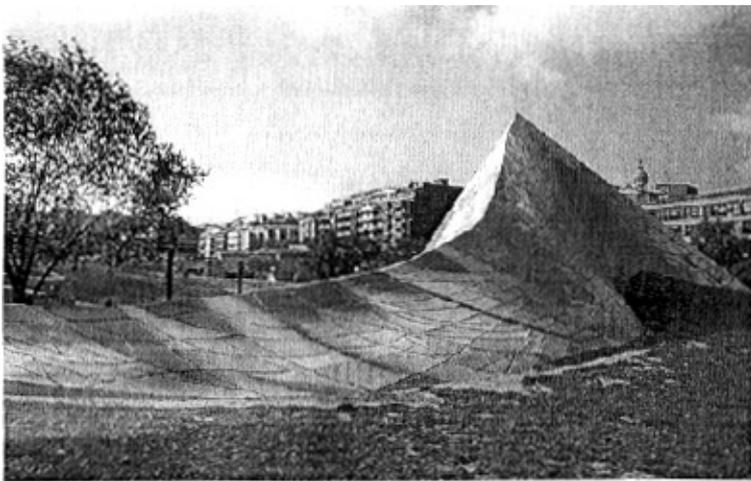


图 2-2 大波纹彩色磁砖造型
巴塞罗那西站公园（西）

城市公共环境艺术发展的方向不再是一种艺术形式，也不是一种统一的流派、风格，它是使存在于公共环境空间的艺术能够与社会公众发生联系的一种思想方式，是体现公共环境空间民主、开放、交流、共享的一种精神与态度。

因为公共环境艺术所处的公共空间是公共领域的一种方式，公共环境艺术在公共空间的活动，意味着公民的自由交往、自由对话、自由沟通，通过人们在公共空间的活动，形成体现共同需要的公共环境空间的秩序。这种秩序既是对公共环境空间的每一个人的尊重，同时也是对每个人社会责任的制约。公共环境艺术是一个带有浓厚社会学与文化学的概念，而非纯艺术的概念。因此，它对大多数公众来说，不仅仅是一种理想化的形态，而且是一个应该为之努力与追求的目标。公共环境艺术不是某种具体样式，而是代表艺术发展的一种文化现象，是一个可持续发展的创新理念。其综合性、整体性、实践性、多元性的特征，使之几乎涵盖了人类的一切生活状态。它不是对日常生活的局部介入和装饰，而是以哲学、美学、艺术观念为指导，将人类的诸多研究成果整合起来，从整体艺术与公共环境生活的关系出发所进行的广泛艺术行为。

2.3 城市公共环境中的标识创新设计

前面提到公共环境艺术的范畴是很广泛的，这其中一个是极为重要且不可分

割的组成部分就是标识。标识在公共环境中所起到是一个有效的信息系统的作用，包括环境的指引，视觉辨认和宣传，标识设计的好坏直接影响到公众对于公共环境的识别和认可。

2.3.1 城市公共环境功能的多元化

随着城市公共环境功能的不断变化，过去人们按照其使用其功能和目的把不同的场所逐一归类，现在这些场所的界定区分已经变得越来越模糊不清了。零售商场同时具有娱乐功能，娱乐场所也许包含一些教育成分，而现在的教育机构和娱乐场所也往往提供零售服务。展览会已不再陈列过去那种固定不动的展品了，而可能是一种互动环境，展览的布置也模仿现代舞台背景去制作。博物馆也越来越多地借鉴了购物中心和主题公园的经验，把馆内的环境设计得真实可信。如今，随着公共环境功能的多样化，对于购物、娱乐、参观博物馆，甚至是在公共广场上参加座谈会这些活动来说，具体在什么地点已经显得不是那么重要了。



图 2-3 森林公园系列标识
奥巴特·卡沙巴姆联合公司设计(美)

本文在前面提到的城市公共环境中包括各类政府和私营性的机构设施，实际上，政府部门和私营单位也可以相互学习，取长补短。渴望在旅游业方面盈利的城市正在思考如何包装和促销自

己，让城市里宝贵的风景名胜能吸引更多的游人。属于政府部门的生态环境公园和名副其实的历史遗迹管理部门正在学习私营单位的一些成功的经验，与此同时，像迪士尼一类的公司也正在借鉴真实的历史事件来充实娱乐休闲活动的内容。那些历史遗迹管理部门也已经认识到十分有必要以一种全新的面貌出现在游人面前，他们正在通过重新包装自己的旅游产品，用更加吸引人的展品和活动、更鲜明的特色、更独特的服务，让公众了解相关的信息。不仅如此，一些学院、综合性大学以及医疗卫生机构正处于激烈的竞争环境之中，他们越来

越关注自身的形象。当这些单位面向市场时，人们对它们的标识创新设计的第一印象变得至关重要。如果人们能在这些单位里轻而易举地找到自己想要去的地方，必然会对这些单位产生良好的印象。交通运输过去曾是交通工程师、街道管理部门和公共设施管理部门负责的领域，现在也与旅游部门、城市规划部门以及经济发展部门联手，共同考虑街道标识牌的创新设计、城市门户的装饰以及城市的布局这些直接影响一个城市对外形象和城市居民生活质量的重要因素。火车站、飞机场也在效仿商业街、餐厅、娱乐中心和博物馆的环境布置。

2.3.2 标识在城市公共环境中的功能和作用

如前所述，城市公共环境功能的多元化和交叉性表明了标识在其中起到了相当重要的作用。标识设计的成功与否将直接影响到人们对上述环境的印象。对于那些急需用良好的服务来提升自己形象各类政府部门和私营机构，简洁实用且美观的标识设计是必不可少的。标识在我们周围的公共环境中，同许多



图 2-4 华盛顿国立动物园标识
华盛顿（美）

主题一起使用，并且以多种形式存在。在城市公共环境中，伴随着标识所传达的信息一同被传达的美和价值也被发现时，便会给人们带来快乐和兴奋的感觉，这样就使得标识的作用得已较为完美的体现，从而能够将公共环境多元化的功能用更有效的信息系统表达出来。随着公共环境功能的日益多元化，在楼房道路的鳞次栉比中，在汽车行人的穿梭喧闹中，公共环境标识以其直观又易于理喻的图像脱颖而出，成为人们的视觉关注点。它以自己的独特的设计手法，与城市公共环境建设中其它设计手段一起向人们展示了各自的魅力。在使公共环境视野优美的各种手段中，标识设计的目标并不满足于人们视觉感官的愉悦和基本的指示功能。它对公众施加有益的

影响，还拓展深化至心灵教化、精神成长的层面。城市公共环境中标识可视易读的形状、色彩及其组合，能够具体而准确地向读者输送各种情感信息和理性信息。

实际上，标识像一切艺术作品一样，能够在潜移默化中为净化人们的思想

境界，改善国民精神素质，建立美好的道德情操、社会风尚，做出自己的贡献。这是城市公共环境标识作用的最高体现。标识作为一种艺术样式，其二维和三维空间中的图像能够体现出不同的空间环境并且有条不紊地传达出不胜计数为公众服务的信息，这是公共环境标识当仁不让的功能和作用。完美的创新的公共环境标识是人类创造出来的文化财富，是全社会人人有权享用的审美资源。它作为公共艺术，把与公众间的顺畅沟通作为至高无上的目标，真正彻底地实现了与公众的亲近并为公众服务，使人们得以从容自若、毫无窘态地亲历审美愉悦，享用文化财富。现代城市公共环境中商业宣传无序泛滥的必然结果，使人们不免常常会感受到被文化沙漠侵袭淹没的悲凉。因此，要想将城市公共环境纳入有序管理，必然要在标识设计中体现出来并使公共环境中的文化含量充足茂实，其中的文化形象便能够亭亭玉立而且饱满壮大。无论是室内或是室外环境的标识，都会因其实用功能和优美图像而成为过往行人眼中重要的关注点，因而能够成为其所在公共环境中的一个极为醒目的风景。它向人们指示城市公共环境的地理方位和功能类型，甚至成为当地的视觉符号、形象代表。标识在公共环境中能够实施辨认、记忆、提醒、判断、引导的作用，无疑是城市的文化品位得到提升的依据之一。现代公共环境标识以无以计数的规模参与了各地的公共环境建设，并在不同的城市公共环境中分别实施了美饰公共环境、传达情感理念、提升文化品位、指引环境空间、促进旅游娱乐等功能，这样的作用是不可忽视的。

第三章 标识设计

有一个德文词, *Zeitgeist*, 没有相应的英文词。它的意思是时代精神, 指特定时代的文化倾向和情趣特征。这个德文词涵义同样适合于标识。标识设计的视觉性和功能性, 结合它与社会、政治、和经济生活的联系, 使它比许多其它人类表达形式更接近于表达一个时代的精神。

3.1 标识的起源

人类在原始时代没有文字, 为了记录某种事件, 常用刻树、结绳、堆石等象征符号来表示, 随着生产和社会的发展, 这种象征符号的标识也得到了广泛的应用。当生产力达到进一步发展, 生产者的产品在满足自需的基础上有了剩余, 就有了产品交换, 同时也出现了不同生产者生产同一类产品的情况, 因而生产者就在自己出售的产品上作了“记号”, 对于购买者也渐渐养成了认“记号”购物的习惯, 这就是标识设计的起源。那时每个氏族和部落都选用一种认为与自己有特别神秘关系的动物或自然物象作为本氏族或部落的特殊标记(即称之为图腾)。如女娲氏族以蛇为图腾, 夏禹的祖先以黄熊为图腾, 还有的以太阳、月亮、乌鸦为图腾。最初人们将图腾刻在居住的洞穴和劳动工具上, 后来就作为战争和祭祀的标志, 成为族旗、族徽。国家产生以后, 又演变成国旗、国徽。古代人们在生产劳动和社会生活中,

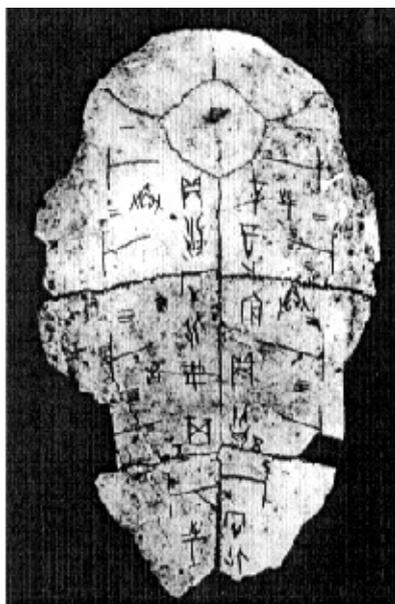


图 3-1 龟甲占卜符号

为方便联系、标示意义、区别事物的种类特征和归属, 不断创造和广泛使用各种类型的标记, 如路标、村标、碑碣、印信纹章等。广义上说, 这些都是标识。在古埃及的墓穴中曾发现带有标识图案的器皿多半是制造者的标志和姓名, 后来变化成图案。在古希腊, 标标识已广泛使用。在罗马和庞贝以及巴勒斯坦的古代建筑物上都曾发现刻有石匠专用的标识, 如新月车轮、葡萄叶以及类似的简单图案。中国自有作坊店铺, 就伴有招牌、幌子等标志。在唐代制造的纸张内已有暗纹标识。到宋代, 标识的使用已相当普遍。如当时济南专造细针的刘家针铺, 就在商品包装上印有兔的图形和“认门前白兔儿为记”字样的标识。欧洲中世纪士兵所戴的盔甲, 头盖上都有辨别归属的隐形标识, 贵族家族也都有

家族的徽记。在工业革命以前，人类社会中人造的造型和形象的美是与它们的功能连接的。希腊陶器，埃及象形文字和中世纪手写本的审美特质完全与适用价值结合，使得标识设计艺术与生活统一成一个紧密结合的整体。随着工业革命的轰隆声，以持续不断加速步伐的剧变和技术进步的过程，使标识设计领域翻天覆地。在这个使标识设计从其所在的社会和经济作用中震撼出来的机械时代，群众的物质生活和他们的感官和精神需要之间产生了鸿沟。就像恢复人性与自然统一的呼声同样也有日益成长的觉醒，要求恢复人造环境和公众传达的人类价值和审美价值。一个社会的栖身处、人造物和标识设计可能再次使人们结合在一起，从而恢复已经受到破坏的审美和精神价值。通过标识创新设计过程重新使物质需要和精神结合成整体，能在很大程度上对城市社会的生活质量和目的作出贡献。而公众的生活质量和目的得到明显提高的同时，又会对标识设计提出更高更远的要求。到本世纪，公共环境标识、国际化标识开始在世界普及。随着社会经济、政治、科技、文化的飞跃发展，到现在，经过精心设计从而具有高度创新实用性和艺术性的标识，已被广泛应用于社会一切领域包括公共环境设计领域，对人类社会性的发展与进步发挥着巨大作用和影响。

3.2 标识设计的涵义延伸

传统的标识设计领域，其基本的涵义一种具有象征性的大众传播符号，它以精练的形象表达一定的涵义，并借助人们的符号识别、联想等思维能力，传



图 3-2 标识字体设计



图 3-3 次要标示物

好莱坞侏罗纪公园标识设计系列（美）

达特定的信息。然而随着国外新思潮的涌入和渗透，尤其是在公共环境领域，这种较为传统的标识设计涵义正在以极快的速度向前延伸和发展，并冲击着我们固有的价值观与审美观。因此，如何认识传统标识设计与现代公共环境之间的关系，使其在公共环境中的应用更为广泛和深入，在国际设计风格的影响下，开创多元化的设计潮流，则是新一代公共环境标识设计师们所面临的课题。同样，因为标识本身传达信息的功能很强，在一定条件下，甚至超过语言文字，因此它被广泛应用于包括公共环境在内的现代社会的各个方面。由于受到西方

设计思潮的强烈影响，在进行标识创新设计时，我们往往习惯于首先从源于包豪斯基础教育体系的构成学出发，去尝试作各种各样点、线、面、体的分割与组合，并且在设计完成的最后也大多只是强调标识的形式感和现代性。这样设计的标识虽然体现了标识设计涵义中的现代感、信息感和商业感，但多了以后也就使得标识设计本身被无形的教条化和形式化。因为这种标识设计显然忽略了传统图形艺术的教学，导致标识设计师在处理标识造形时也只是狭隘地从简化的字母、字体以及现代抽象形的角度来着手进行设计。

因此，现代标识设计的涵义应当在不违背其基本定义的前题下，结合现代



图 3-4 延伸标识主题的侧门设计



图 3-5 招牌的典型表现

好莱坞侏罗纪公园标识设计系列（美）

国际新思潮，从标识设计作为现代视觉传达系统的一个重要组成部份出发，将具体的事物、事件、场景和抽象的精神、理念通过特殊的图形表达出来。在公共环境中，这种图形不仅仅是二维的，更是三维立体的，如室内外雕塑、壁画、各类空间造型。使人们在看到这些图形的同时，自然而然会产生联想，从而产生对于事物或场景的认同感。在整个公共环境形象的传递过程中，因其出现频率高，应用广泛，易于被人们认知和记忆。纵观现代公共环境标识设计史，许多著名的有创新的公共标识设计无不是在简洁、明了的形式美中蕴含着公共环境中所传达的民族文化底蕴和时代精神的内质。

3.2.1 标识设计的符号化

在现代标识设计中，有一个特征需要特别去注意，那就是标识设计的符号化。标识设计的符号化作为其基本涵义延伸的一个重要方面，其作用不可忽视。符号是负载和传递信息的媒介，是认识事物的一个简化手段，表现为有意义的代码和代码系统。符号有可识别性、普遍性、约束性和独特性，它可以是一种态度，一种行为方式或一种文化立场，能通过有形有效的载体表现出来，而寻找这种载体的过程就是设计的过程。因此，符号语言被广泛应用于标识设计中，可以说符号是创意和创新设计的共同载体。

从符号与它指涉对象（即其指向与涉及的事物或领域）的关联上，目前在符号理论研究领域普遍认为可以将符号区分出以下三种不同的类型，同时也是

符号的三个层次：

1、图像符号（ICON） 图像符号是通过模拟对象或与对象的相似而构成的。如肖像，就是某人的图像符号。人们对它具有直觉的感知，通过形象的相似就可以辨认出来。

2、指示符号（INDEX） 指示符号与所指涉的对象之间具有因果或是时空上的关联。如路标，就是道路的指示符号；而门则是建筑物出口的指示符号。



图 3-6 标识性自动柜员机
KeyBank 银行（美）

3、象征符号（SYMBOL） 象征符号与所指涉的对象间无必然或是内在的联系，它是约定俗成的结果，它所指涉的对象以及有关意义的获得，是由长时间多个人的感受所产生的联想集合而来，即社会习俗。比如红色代表着革命，桃子在中国人的眼中是长寿的象征。

上述三种符号层次，既是符号的三种类型并存而不可相互取代，又是符号逐次深化的三个层次，一个由图像符号至指示符号再至象征符号，其程度不断深化，信息含量更加广泛的过程。例如，在标识创新设计中，鸽子的形象出现在产品的包装上时，无疑它只是包装内商品的符号，向消费者传达的信息是“此包装内的商品是与鸽子有关”，此时，它是作为图像符号出现；由于鸽子是人们在生活中常见到的动物，具有被人们广泛认可的动物特征，因此，它出现在路牌或是处所的标示中时，它是作为指示符号出现的，传达的信息为“此处属保护动物领域”；当这个形象再次出现，却是与枫叶的造型一起，组成了新的标志，它不再具有上述二者的含义，而是指涉慈善行业，表示一种和平，援助，并与枫叶一起，表示地域，一般人们一看到枫叶就很容易想到加拿大的形象，枫叶以成为加拿大的象征。在这里的鸽子形象，正是以它的象征符号的身份展示在人们面前了。标识设计师有意制造枫叶的缺角，表示失业者，并把枫叶的缺角刻意演变成一个鸽子形，表示慈善机构，正向你伸出援助之手，精妙至极地表现了“加拿大——慈善事务——恢复”的信息意念。此时，它含义的表达的准确有效无可挑剔，而这正是它由单纯的图像符号经由标识创新设计师将其内在因果关系变为指示符号，再由长时间多个人对其的感受联想赋予它更广泛的含义，飞跃为象征符号的过程的必然结果。由此可见，在标识设计中，为了使思想感情的信息更有效准确的传达，需要一个符号不断深化的过程。

3.2.2 标识主要功能延伸

标识主要功能是标识涵义延伸的一个极为重要的方面，前文已经提到，标识设计是一种具有高度针对性的设计，而这种对功能目的的针对性是标识设计成功与否的核心。如果脱离了对功能的针对性，就仅仅是徒有虚名的设计，是没有传播功能的艺术品。社会公众对标识创新设计所形成的印象源于各种不同的信息传播，如在公共环境中的交通标识系统、会展标识系统、乃至整个城市标识系统。在这些公共环境的标识系统中，体现了标识作用传达信息的最基本识别功能。首先，人们从视觉上获得的信息量越多，经过视觉器官所搜集的信息，在人类记忆库中就越具有较高的回忆价值。因此，配合日新月异的现代科技以及各种传播媒介，开发透过视觉符号的标识系统以传达公共环境的功能理念，是提高标识创新设计传达识别功能的最有效的方法。其次，公共环境中的标识经过系统化、一体化和集中化的处理方法来传达信息，可造成差别

化和较强的冲击力，容易在公众心目中形成深刻的印象。第三，社会公众能否对于公共环境的认可，进而将公共环境的整体形象纳入到公众的价值体系内，得到公众的认同，最终取决于标识在信息传递中注重情感的传达。公共标识的信息传递过程，不仅仅凭独特的、具有强烈感染力的视觉符号去刺激公众的感官，而且强调将具体可视的外观形象与内涵的抽象理念汇成一体，将附加的文化价值，浓郁的情感传递给社会公众。这种标识识别系统越是接近人类的感性，其所传送的环境价值、社会文化、设计风格就越能博得社会公众的信赖与赞誉，而这正是标识主要功能的具体体现和延伸。



图 3-7 动物保护中心标识
迈阿密（美）

3.2.3 标识设计的图形符号

前文已经提到，标识设计的符号化是标识基本涵义的延伸，是标识创意和设计的共同载体。标识设计符号化的范畴较为广泛，其中就包含着标识设计的图形符号。在论述标识创新设计的图形符号时，我们首先要对图形有个大致的认识。图形可以理解为除摄影以外的一切图和型。通常，具有良好创意的图形

表现是通过对标识的深刻思考和系统分析，充分发挥想象思维和创造力，将想象、意念形象化、视觉化。由于人类特有的社会劳动和语言，使人的意识活动达到了高度发展的水平，人的思维是一个由认识表象开始，再将表象记录到大脑中形成概念，而后再将这些来源于实际生活经验的概念普遍化加以固定，从而在外部世界乃至自身思维世界的各种对象和过程均在大脑中产生各自对应的映像。这些印象以狭义语言为基础，又表现为可视图形，肢体动作，音乐等广义语言。图形以其独特的现象力和表现力，在标识设计构成中展示着独特的视觉魅力。图形是在平面和立体构成要素中形成标识表现力及提高视觉注意力的重要素材。在标识设计中，具有美感的图形往往能引起人们的注意，并激发人们对于标识兴趣，并且给人的视觉印象要优于文字。图形作为标识设计的语言，在公共环境标识设计过程中，就需要注意把这门语言说清楚。因此在处理中必须抓住图形的主要特征，注意关键部位的细节，否则就会造成差之毫厘，失之千里的失败效果。例如苹果、西红柿、桔子等在体量差不多，但在实际上却有很大不同，这就需要在处理中注意它们各自的不同特征。

标识设计中的图形符号本身就是视觉空间设计中的一种符号形象，是视觉传播过程中较直接、教准确的传达媒体，它在沟通人们与文化、信息方面起到了不可忽视的作用。在公共环境标识设计中，符号学的运用直接影响着图形设计的表形性思维的表述。也正是由于它的存在，使图形设计的信息传达更加科学准确，表现手法更加丰富多彩。意大利著名符号学家艾柯提出：将符号定义



图 3-8 1994 美国世界杯比赛场地入口标识

为任何这样一种东西，它根据既定的社会习惯，可被看作代表其他东西的某种东西：一个记号 X 代表并不在的 Y，成语“雁泥鸿爪”生动准确地表述了符号的概念，鸿雁在泥沼与雪地上留下的爪印，使人们得知曾有鸿雁经过这里的事实，并且可由此推断出鸿雁

的大小多寡等信息。爪印，是记号 X，而鸿雁是并不在的 Y。符号学，正是研究符号规律的科学。在公共环境领域，例如在赛车场地中，标识设计者将转弯处的墙壁涂成黑黄相间条纹的图案，借以提醒车手集中注意力，警惕发生意外。

这是因为每当人们看到黑黄相间的条纹时,都会不自觉地产生畏惧感和警惕性,这种感觉不仅仅来自于图案色彩本身具有的视觉特性,可能也与黑黄色条纹使人们产生对虎或是蜜蜂等可能给人带来危险的动物的联想有关,人们对这样的图形的畏惧与警惕是人们共同生活经验中对老虎或蜜蜂的畏惧与警惕的延续;相同的绿色,却常会使人们产生心旷神怡的愉悦感,仿佛置身于茂密的丛林与清新的空气之中,而生命在自然的环境下也得以健康的生长。因此,绿色,被更多的运用于医药,环保等关于生命领域的设计课题中。

在标识创新设计中,设计者借图形符号向公众传达自身的思维过程与结论,达到指导或是劝说的目的;换言之,公众也正是通过标识设计者的作品,与自身经验加以印证,最终了解设计者所希望表达的思想感情。显而易见,作为中间媒体的图形符号,这时就充当着设计者思想感情符号,而这个符号所需表达的信息是否可以被观者准确的、快速的、有效的接受与认知,就成了设计作品成功与否的标志。这正是由标识设计者在设计的思维过程中对图形符号的挑选、组合、转换、再生把握的准确有效程度所决定的。由此可以说,图形符号

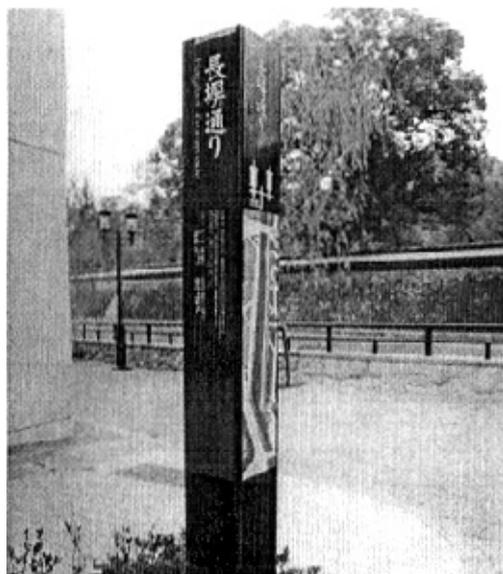


图 3-9 长堀大街临街标识
熊本市(日)

是表达思想感情的工具。而“工欲善其事,必先利其器”这句古训在这里得到了新的诠释。早在春秋战国时期,我国的著名思想家庄子在其著作《庄子外篇》中就已提指出:“言者所以在意,得意而忘言”即:在语言和事物之间存在着表征物与被表征物的关系,语言是事物的表征物,事物是语言的被表征物,语言的任务是事物信息的被传达,语言的角色是传达信息的媒体。标识设计中的图形符号正是利用一定的媒体即标识来代表或者指示某一事物的东西,这个过程就是一个将思维符号化的过程。思维无非是对符号的一种挑选、组合、转换、再生的操作过程,因此可以说,标识设计师是用符号来思维的,图形符号是思维的主体并用来传递信息。

3.3 城市公共环境标识创新设计的形成

本文在上一章节已经提到标识的来历,可以追溯到上古时代的“图腾”,那

时每个氏族和部落都选用一种认为与自己有特别神秘关系的动物或自然物象作为本氏族或部落的特殊标识（即称之为图腾）。然而在标识设计中，最原始的设计中只是一些相对简单的符号或图形，并没有能够形成一种设计体系和设计理念。因此，人类社会发展的早期，并没有能够出理公共环境意义上的标识设计。

实际上，真正引导城市公共环境标识设计走上设计历史发展舞台的是现代主义运动的萌起。到了二十世纪初，随着工业技术的迅速发展，新的设备、机械、工具不断发明出来并极大的促进生产力的发展，公共环境标识作为标识设计的一个主要组成部分也开始逐渐得到应用和推广。由于新技术对社会生活和社会结构造成极大的冲击，结果工业产品和工业化建筑的设计问题却尚未得到解决，现代的建筑和产品应该拥有怎样的设计特征，当时基本上没有人能够找到合适的答案。英国的“工艺美术”运动，欧美的“新艺术”运动显然都是逃



图 3-10 美国汽船时代节标识模型
辛辛那提市（美）

避的尝试，目的是在工业化的高潮中以传统风格、自然风格作为庇护所，因而没有可能成为现代设计的借鉴。“装饰艺术”运动虽然开始正视工业化，但其在服务目的上的精英主义立场及权贵化方向，却使它不可能成为为公众服务的新设计思维模式。因此，如何解决现代化的设计模式，现代化设计的发展方向，乃至现代化设计的风格特征等问题，在二十世纪的欧美已经日益显得迫切。

其实，早在 1851 年英国的国际博览会后不久，约翰·拉金斯提出的设计为大众而不是为权贵的理论才成为城市公共环

境标识创新设计的主导思想。但是，在英国“工艺美术”运动期间，因为过分强调手工艺的生产方式，造成产品成本昂贵，完全脱离了为社会服务，为普通民众提供优质设计的目标。这种设计与社会服务目标脱离的状况，与十九世纪末二十世纪初欧美广泛传播的民主思想和知识分子的理想主义是背道而驰的，这一背景成为新的思想和新探索产生的前提。正因为如此，才出现了二十世纪初在欧美同时开展的现代主义设计运动，设计才第一次成为为大众服务的，为大工业化、批量化的服务的活动。而这正是公共环境标识设计发展的背景。此时的设计同时兼有两个新的发展内容：一是为社会总体服务，而不再是单独为

权贵阶层服务；另一个是设计是经由大批量机械化生产而转化成产品的，是与大工业化密切相连的，而不再是依附于手工艺生产的活动。

二十世纪初的现代主义运动，特别是现代建筑设计，在欧洲基本上是从三个国家的探索开始的。荷兰的探索比较集中于新的美学、新的形式上。1918年，几位具有前卫思想的设计家和艺术家组成了一个集团，以出版《风格》(De Stijl)为中心，开始从艺术、建筑、家具设计、平面设计等各个方面进行探索，形成现代设计运动非常重要的一个核心即荷兰“风格派”，其主要精神领袖是蒙德里安。这一派别的活动持续发展到了1928年前后才逐渐消沉下去。另外一个中心是十月革命胜利后的俄国。苏联革命的成果，促使一批青年建筑家、艺术家、设计家组织起来，在建筑、艺术、环境设计、平面设计、服装设计等各个方面进行探索，以期摸索出一种能够代表苏维埃新政权的设计模式，为无产阶级而设计，为新生的政权而设计。在这一段时间内，该运动发展得声势浩大，并取得令人侧目的成就。第三个中心便是德国的包豪斯学院。这所学院集中了欧洲各国的现代主义代表人物和思想，在格罗皮斯的领导之下，逐渐成为世界现代设计运动的核心。三者之中，德国显然是最重要的，荷兰和俄国的现代主义运动在二十年代后期开始势微，不少人物也来到了德国，参与了包豪斯的试验。当然，我们在研究公共环境标识创新设计的同时，不能忽略上世纪六十年代出现的环境艺术，其主要内容包括场所雕塑和大地作品，即所谓的最低限艺术。这种艺术强调对于室外空间和大自然的组织，如运用美术馆的空间本身把它当成建筑雕塑组织结构中的一个要素，1964年在纽约格林美术馆的罗伯特·莫里斯展览，就是最低限艺术的率先实验。

之所以需要一定的篇幅介绍现代主义设计以及最低限艺术在设计史中的地位和影响，主要是因为公共环境标识创新设计也是从这两者中逐步分离出来并独立成一支极为重要的设计力量。从分析现代城市公共环境标识设计的方式方法上可以看出，包豪斯的影响无处不在，从构成、色彩、材料以及用途方面都体现出这一点，而环境的概念也源自于最低限艺术所作出的努力。需要指出的是，现代意义上的公共环境标识设计中，由于新技术和新方式的应用，已经远远超过现代主义设计和最低限艺术起初的对于公共环境设计的所表述的范畴。

第四章 城市公共环境标识创新设计具体方式

扬·盖尔在《公共空间·公共生活》一书中指出,研究城市公共空间的目的是如何善待城市居民以及在城市规划中如何收集和利用有关公共生活的数据,包括空间的质量与城市生活的特色是如何相互关联的。这一思维方式同样适合城市公共环境标识创新设计以及其表现形式的目的,研究城市公共环境标识设计方法和表现形式的目的也是为了能够实现一种以人为本的城市公共环境,为

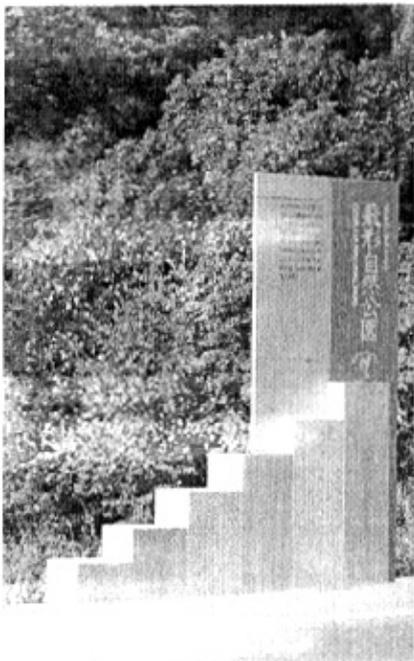


图 4-1 飞形自然公园标识
福冈县(日)

提高城市生活质量服务。在科学技术飞速发展的今天,如何设计公共环境标识已经显得越来越重要,因为在公共环境中,不同的标识设计方法会产生截然相反的视觉传达功能和效果。例如公共场所标志、交通标志、安全标志、操作标志等,对于这些指导人们进行有秩序的正常活动、确保生命财产安全,具有直观、快捷功效的公共环境标识,设计时就应当注意具有简明、准确和美观的特点。而对于其它各种公共环境标识如国内外重大活动、会议、运动会以及邮政运输、金融财贸、机关、团体等表明自己特征的标识,这些公共标识从各种角度发挥着沟通、交流宣传作用,推动社会经济、政治、科技、文化的进步,保障各自的权益。因此,在进行这类标识设计的过程中就需要进行整体系统的考虑,而不是采取一种哗众取宠的方法来设计,这样才能做到体现出具有城市公共环

境创新特征的标识内在涵义。

4.1 城市公共环境标识创新设计一般方式

随着现代高新科技的不断推陈出新,城市公共环境标识设计的方式也在日新月异的变化,已经远远脱离了包豪斯时代对于标识设计方式的理解。在设计城市公共环境标识的过程中,首先要根据该标识所要表达的内容与特点,对标识的形制、材料、表现手法、及设计风格与美感的体现做统一的安排,并且还要考虑是否与地段或地理位置相吻合,是否与已有的环境信息相冲突。除此之外,在设计城市公共环境标识时,还要考虑到对周围环境的公共设施不产生破

坏影响，或注意不能影响其功能。城市公共环境标识设计方式应当是恰到好处，在设计过程中不仅要注意设计的方式，还需考虑到标识的所承载的文化、内涵或其对于公共环境的功能是否得以体现。这是对标识设计高层次的要求，就像点与线的关系一样，每个点的排列组成线，但是雷同的“点”最终会淹没的在线中，所以点在能够很好的组成线的过程中，更要把自己传达的内容传达给受众。同时，设计者在设计公共环境标识时要意识到这样一个问题，存在于公共环境中的标识是属于大众视觉传媒的一个构成部分，它在主客观上都属于公共艺术的范畴，既然是公共艺术，就有别于画廊、美术馆的艺术收藏品，它的价值很大程度上体现在有



图 4-2 北方花园镇标识路牌
佐治亚州亚特兰大市（美）

大众视觉的传达的契机，让艺术服务于民众，并充分发挥艺术的社会作用与目的。无论采用何种方式去设计公共环境艺术标识，其最终的目的是服务当代公共的主体即市民大众。所有创新的标识设计方式都是基于公共艺术的传播方式，是服务于大众审美需求的导向，或者说在某种程度上是引导大众审美的需求一种即是艺术的更是公共的方式。

4.1.1 城市公共环境标识设计要素

在进行城市公共环境标识设计时，设计师所遇到的一个最大的困惑，莫过于对标识设计要素或设计原则的掌握和运用了。一般来说，通常我们在设计标识的创作过程中，首先要把握公共环境标识设计的三大要素：

1、城市公共环境标识设计的速度。就是在现代生活节奏快速的情况下，标识设计要一目了然，简练明确。

2、城市公共环境标识设计的准确性。也就是设计的作品反映内容的准确性，标志设计必须反映公共环境的功能、性质和特点。

3、城市公共环境标识设计的信息量。就是设计需反映内容的广度和深度。

除了以上三大要素之外，还应当补充一条要素，即城市公共环境标识设计

的形式美感。现在常见的标识基本上都或多或少的体现了上文所提到的三个要素，也都具有简练、准确和有一定的信息量，但是从形式上来说不够美观，当然这与城市公共环境标识设计师的个人素质有关。有些是外形设计不美，有些黑白不匀，总之是不符合设计的形式法则和造型规律，这样就使标识设计丧失了艺术感染和视觉冲击，也无法表达公共环境标识所体现的功能和作用。因此，在设计标识的过程中就需要将标识设计得既实用又美观，既能够满足功能上的需要，又能够体现现代艺术美感，这样创作出来的公共环境标识才能称得上是比较完美的作品。要想达到上述目的，不仅需要设计师牢牢地掌握公共环境标识设计的三大要素，还需要标识设计师具备以下三种创作思想：

1、城市公共环境标识创新设计的主张性。设计师必须将公共环境所追求的目的主张明确化，再转化为易懂的图形，并以最合适的题材来作为创意的表现，最后形成该公共环境所独有的价值与文化。

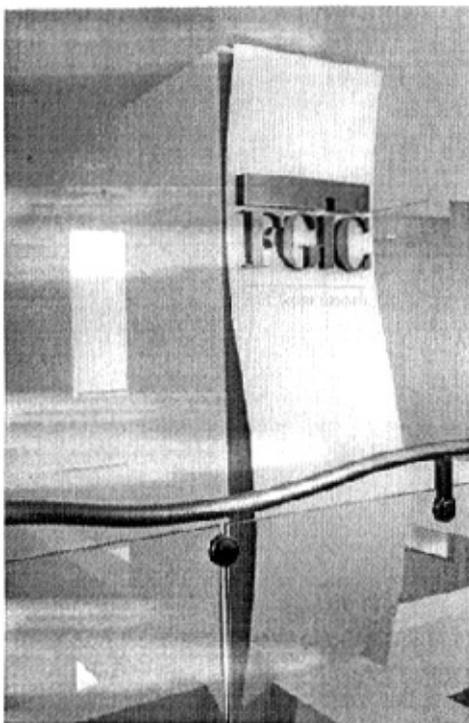


图 4-3 金融担保保险公司标识
纽约市（美）

2、城市公共环境标识创新设计的国际性。这里的国际性指的是以本土设计思想作为出发点，而不是以西方的观点来作为诉求，使得公众在接触标识时逐渐形成良好的具有本土特色的印象。简言之，即以本土文化为“意”，用西方美学作“形”的构成表现，来体现公共环境的国际化。

3、城市公共环境标识创新设计的力动性。在新的环境下，设计师不仅需要考虑到正派、诚信、踏实的公共环境形象进行标识设计，更要转化至从创新、挑战、积极的形象作为出发点来考虑公共环境的现代精神。传统单调且平淡无味的标识已经不能作为现代公共环境的象征，取而代之的将是力量与动感的具有现代意义的标识。

这三种城市公共环境标识创作思想是相辅相成，相互依存与相互影响

的关系，只有正确认识它们的存在并客观分析相互之间的关系，才能处理好公共环境标识设计与其周围环境的关系。反之，如果缺乏了其中某一种创新思维，则会产生互不相生的尴尬局面，从而影响整个标识系统的效果。要使得这三种思维能够理想的体现在公共环境标识的设计过程中，就需要设计师的良

好设计理念、商家的经营理念与政府相关职能部门共同协调与努力。因此可以说，在公共环境标识设计方式上，不仅仅是艺术的问题，是商业的问题，也是公众的问题。

4.1.2 城市公共环境标识创新设计方式及原则

前面谈到城市公共环境标识创新设计的要素以及创作思想，这些都是设计师在创作过程中需要特别注重的。实际上，公共环境标识的设计多种设计方法，需要具体问题具体对待。例如在城市广场上设计的具有标志性的环境标识与城

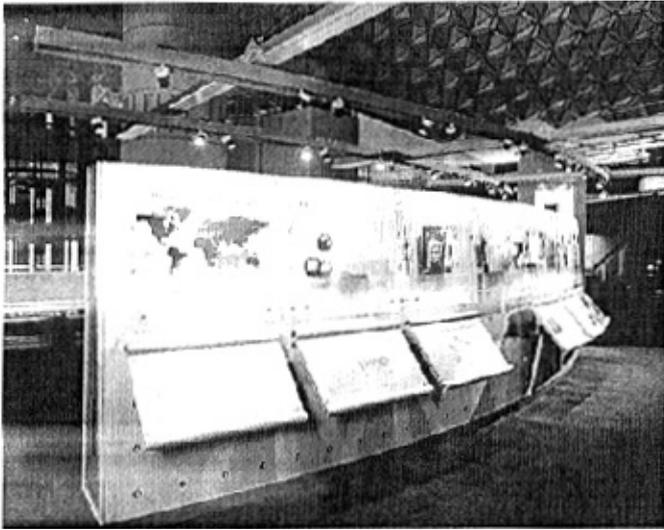


图 4-4 飞利浦公司室内环境标识
埃因霍温市（荷）

市主要街道设计的交通标志有迥然不同，又与博物馆室内指示标识风格各异，所以需要标识设计师根据前面提到的设计要素和创作思想进行区别化处理，这样才能设计出符合实际需要的公共环境标识。下面就一般公共环境标识的具体设计方式与读者一起研究探讨：

1、表象方式：采用与城市公共环境直接关联而具典型特征

的形象。这种方式直接、明确、一目了然，易于迅速理解和记忆。如表现出版业以书的形象、表现铁路运输业以火车头的形象、表现银行业以钱币的形象为标识图形等等。

2、象征方式：采用与公共环境有某种意义上联系的事物图形、文字、符号、色彩等，以比喻、形容等方式象征标识对象的抽象内涵。如用交叉的镰刀斧头象征工农联盟，用挺拔的幼苗象征少年儿童的茁壮成长等。象征性标志往往采用已为社会约定俗成认同的关联物象作为有效代表物。如用鸽子象征和平，用雄狮、雄鹰象征英勇，用日、月象征永恒，用松鹤象征长寿，用白色象征纯洁，用绿色象征生命等等。这种手段蕴涵深邃，适应社会心理，为人们所喜闻乐见。

3、寓意方式：采用与城市公共环境相近似或具有寓意性的形象，以影射、暗示、示意的方式表现标志的内容和特点。如用伞的形象暗示防潮湿，用玻璃

杯的形象暗示易破碎，用箭头形象示意方向等，这类标识一般在城市公共交通运输系统应用较多。

4、模拟方式：用特性相近事物形象模仿或比拟所标志对象特征或含义的手法。

5、视感方式：采用并无特殊含义的简洁而形态独特的抽象图形、文字或符号，给人一种强烈的现代感、视觉冲击感或舒适感，引起人们注意并难以忘怀。这种手法不靠图形含义而主要靠图形、构成或符号的视感力量来表现公共标识，往往在特殊的城市公共环境如纪念性广场、博物馆等较为多用。

以上论述的是城市公共环境标识设计的一般方式，在标识设计过程中，这些方式并不是单一使用的，通常需要对标识所处的公共环境进行细致的分析和研究，结合上述设计方式并组合运用，才能设计出较为符合实际具有创新性的标识。另外，在城市公共环境标识设计过程中，还要考虑以下原则：

1、城市公共环境标识设计的识别性。这一原则是标识设计的最基本原则。标识设计须有独特的个性，容易使公众认识及记忆，留下良好深刻的印象。如果设计师的标识作品看去似曾相识，没有特征且面目模糊，则不会引起公众注意，标识的功能性就得不到体现。

2、城市公共环境标识设计的原创性。设计贵乎具有原创的意念与造形，公共环境标识设计亦如是。原创的标识必能在公众心目中留下持久的记忆，也能经得起时间的考验。原创可以是无中生有，也可以在传统与日常生活中加入设计创意，推陈出新。

3、城市公共环境标识设计的时代性。标识设计不可与时代脱节，使人有陈旧落后的感觉。现代公共环境标识，尤其注入时代品味，继往开来，启导潮流，具有现代感；否则就会落入俗套，也体现不出现代社会的优越感。

4、城市公共环境标识设计的地域性。不同的公共环境具有不同的地域性，它可能反映出该场所的历史背景，环境背后的文化根源，与城市或区域的相互关系等。因此标识设计需要具有明显的地域特征来体现出公共环境的独特性，千篇一律的标识显然达不到理想的设计要求。

5、城市公共环境标识设计的适用性。标识设计须适用于公共环境所采用的视觉传递媒体。每种媒体都具有不同的特点，或者具有各自的局限性，因此标识的应用须适应各媒体的条件。无论形状、大小、色彩和肌理，都要考虑周详，从而设计出的作品具有更好的适用性。

4.2 现代城市公共环境标识创新设计方式特征

本章第一节详细论述了公共环境标识设计的具体方式，然而不管用何种方式去设计标识，设计者都需要把握其最基本的特征，这样才能做到有的放矢，

设计出较为完美的环境标识。

1、城市公共环境标识的功用性

城市公共环境标识的本质在于它的功用性。经过艺术设计处理的标识虽然具有观赏价值，但标识的最主要目的不是为了供人观赏，而是为了实用。因为标识是公共环境中人们进行生产活动、社会活动必不可少的直观工具。前文提到过公共环境标识包括很多种，有为公众所公共用的，如公共场所标志、交通标志、安全标志、操作标志等；有为国家、地区、城市、民族、家族专用的旗帜等标志；有为社会团体、企业、仁义、活动专用的，如会徽、会标、厂标、社标等都各自具有不可替代的独特功能。

2、城市公共环境标识的识别性

标识最突出的特点是各具独特面貌，易于识别。显示事物自身特征，标示事物间不同的意义、区别与归属是标识的主要功能，城市公共环境标识也是如此。各种标识直接关系到国家、集团乃至个人的根本利益，决不能相互雷同、混淆，以免造成错觉。因此标识必须特征鲜明，令人一眼即可识别，并过目不忘。



图 4-5 绿色庭院统一标识
东京市（日）

3、城市公共环境标识的显著性

显著是标识又一重要特点，除隐形标志外，绝大多数标志的设置就是要引起人们注意。因此色彩强烈醒目、图形简练清晰，是标识通常具有的特征。

4、城市公共环境标识的多样性

城市公共环境标识种类繁多、用途广泛，无论从其应用型式、构成形式、

表现手段来看，都有着极其丰富的多样性。其应用形式，不仅有平面的（几乎可利用任何物质的平面），还有立体的（如浮雕、园雕、任意形立体物或利用包装、容器等的特殊式样做标识等）。其构成形式，有直接利用物象的，有以文字符号构成的，有以具象、意象或抽象图形构成的，有以色彩构成的。多数公共环境标识是由几种基本形式组合构成的，就表现手段来看，其丰富性和多样性几乎难以概述，而且随着科技、文化、艺术的发展，总在不断创新。

5、城市公共环境标识的艺术性

凡经过设计的公共环境标志都应当具有某种程度的艺术性。既符合实用要求，又符合美学原则，给予人以美感，是对其艺术性的基本要求。一般来说，艺术性强的标识更能吸引和感染人，给人以强烈和深刻的印象。不仅如此，标识的高度艺术化也是时代和文明进步的需要，是人们越来越高的文化素养的体现和审美心理的需要。

6、城市公共环境标识的准确性

标识无论要说明什么、指示什么，无论是寓意还是象征，其含义必须准确。首先要易懂，符合人们认识心理和认识能力。其次要准确，避免意料之外的多解或误解，尤应注意禁忌。让人在极短时间内一目了然、准确领会无误，这正是标识优于语言、快于语言的长处。

7、城市公共环境标识的持久性

城市公共环境标识与广告或其它宣传品不同，一般都具有长期使用价值，不轻易改动。因此在设计标识时，就需要注意其对时间的要求，力求做到事半功倍，体现标识的持久性。

4.3 传统元素在城市公共环境标识创新设计方式中的应用

以上论述的是城市公共环境标识设计的几种常用方式，实际上，由于受到国外各种新思潮的涌入和渗透，尤其是自包豪斯时代以来，使我们的作品越来越远离民族个性和丧失自身的话语权。因此，如何在现代公共环境标识设计过程中利用和发扬传统造型艺术，使其在标识设计中的应用更为广泛和深入，在“国际设计风格”潮流之后，开创多元化的设计潮流，是新一代创新设计师们所面临的课题。纵观现代设计史，许多著名的有创新的公共环境标识无不在简洁、明了的形式美中蕴含着一个民族的文化底蕴和时代精神。在现代城市公共环境

标识设计中，中国的造型艺术承袭了中国传统美术观。它有别于西方强调形象性、生动性的审美趣味，多不重“写实”重“传神”，在意境上追求“大巧著拙”的浪漫飘逸境界。它是具体的，又是抽象的；它是绘形的，又是入神的；它是确定的，又是未定的。作品的意趣具有多义性和模糊性的审美效果。近年来，将中国传统文化元素融合于城市公共环境标识设计之中，备受设计师们青睐。申奥标志的成功就是最好的例范：五星，五环，象形的中国结，以及与中国传统文化精髓——太极拳结合，使得标识如行云流水般生动和谐。作品在体现现代设计观念的同时，也折射出了本民族的审美价值取向和历史文化特征，充分展示了传统文化理念与现代标识设计紧密结合的艺术魅力。一般来说，城



图 4-6 扑克牌酒吧入口标识
东京市（日）

市公共环境标识设计中的传统元素涉及到以下几个方面：第一、汉字在现代公共环境标识创新设计中的应用；古老的汉字跨越数千年时空，至今仍充盈着旺盛生命力和独具一格的艺术魅力。汉字是在象形文字基础上经过漫长演变而成的方块字。通过象形、会意等六种构成手段来传达特定的表意性。加之“图形化”“符号化”的表现特质，可以说是公共环境标识的最原始形式。同时，甲骨文、篆、隶、楷等各书体不同的表征也为现代公共环境标识设计提供了丰富的视觉元素。2010年世博会会徽，就是以汉字“世”为基础设计的，其中暗含三人合臂相拥的图形，象征着“你、我、他”全人类，表达了世博会“理解、

沟通、欢聚、合作”的理念，洋溢着崇尚和谐、聚合的中华民族精神。这一汉字书法的“世”字与2008年北京奥运会会徽——篆刻的“京”字可说是异曲同工，交相辉映。第二、篆刻逐渐成为城市公共环境标识创新设计元素；篆刻是中国所独有的一个艺术门类。其朱文、封泥等不同的外在形式和历代印学家丰富多变的风格，使得篆刻艺术于方寸之间营造出万千气象。印是一种权力，也是一份职责，既是郑重的约定，又是对诚信的承诺。传统图形与现代城市公共环境标识设计从新石器时代西安半坡的《人面彩陶鱼纹盆》到汉代栩栩如生

的画像石《荆轲刺秦王》，从青铜器上的饕餮纹样到造型简约的秦汉瓦当，这些图形，形态各异，古趣拙朴。是中华民族在各个不同时期社会生活的形象诠释，同时也如实反映出了人们在不同时期的审美旨趣。许多为世界认同又具有鲜明民族特色和文化内涵的作品，都从传统图形中获得了灵感。第三、中国传统哲学思想对城市公共环境标识创新设计的影响；早在穴居和渔猎为生的远古时代，我们的先民就“仰则观以天文，俯则察以地理”，“远观诸物，近取诸身”，对宇宙和生命意识进行了冥冥的思索。春秋战国时期，儒家、道家等各流派都纷纷阐释他们对世界、人生、伦理道法的见解，经时代的淘洗和积淀形成了中国哲学思想的基石。最具代表性的“太极图”，其形式和理念就常常为设计师们所借鉴，如深圳主体公园“水上乐园”的标志就是以“太极图”为基础设计的，并在“太极图”框架里加入了上下翻卷、生生不息的水纹造型，体现出“水上乐园”中主题“水”的形态千变万化的特点。它在强调动感、和谐的形式美的同时，蕴涵着变化统一、收放自如的哲学理念，传递着道家学说的“动静观”和“时空观”。以上这些传统文化元素在标识创新设计中的应用，往往是多元并存的。如中国银行、2008奥运会、中国邮政等标志都是书法与篆刻，具象与意象，形式与理念的有机结合。这种多元互补的设计构想不但增强了文化厚重感，而且有助于设计理念的延伸和视觉感染力的增强。

总的来说，标识是一种具有象征性的大众传播符号，它以精练的形象表达一定的涵义，并借助人們的符号识别、联想等思维能力，传达特定的信息。标识传达信息的功能很强，在一定条件下，甚至超过语言文字，因此它被广泛应用于现代社会的各个方面。我国传统图形艺术源远流长，发展到今天已有几千年的历史。早在文字诞生之前，先民就开始使用图形来传达思想与沟通感情，新石器时代的彩陶纹与刻绘在崖壁上的岩石刻等等这一些不仅记载下了先民对自然的理解与期盼，同时也成为了人类最早的图形艺术。中国的图形艺术不仅起源早，而且不断得到发展，虽然时快时慢，但从未中断，如商代青铜器上的饕餮图形；春秋战国时期的蝌蚪文、梅花篆；汉代漆器上的凤形、唐代的宝相花纹以及后来出现的金文形态等。中国传统图形资源是极为丰富的，它们在自己的发展和演变中，既有一以贯之的脉络，又有多姿多彩的风貌，它们以其多样而又统一的格调，显示出独特、深厚并富有魅力的民族传统和民族精神。这些图形随着时间的推移、历史的发展而不断的沉淀、延伸、衍变，从而形成中国特有的传统艺术体系，这一体系凝聚了中华民族几千年的智慧精华，同时也体现出了华夏民族所特有的艺术精神。而中国传统图形艺术与现代标志设计的结合，笔者认为可以分别从传统图形的“形”、“意”、“势”三个方面来进行分析与沿用：

4.3.1 “形”的提取与衍生

“形”一般指图形所表现出来的物象外形与结构。中国传统图形是植根于中国民族性、地域性的传统艺术渊源中的，他们与现代图形的造型方式有着许多不同的地方。中国传统图形主要注重的是实形（或称为正形）的完整性与装饰性，关注形与形之间的呼应、礼让和穿插关系，在组构时多遵循求整、求对称均齐的骨式。如由黑白两个鱼形纹组成的中国最原始、最基本的吉祥图形“太极纹”；由两个娃娃的头、身、手、足巧妙连接而形成的上、下、左、右都能看到四个娃娃的“四喜人纹”；由五行、五方观念所形成的九宫格，米字格图形以及由鱼形特征构成其基本笔画的鱼形文字和以车形特征构成其基本笔画的车形文字等。将传统图形中的“形”运用到现代城市公共环境标识设计中，这样设计出来的标识，不仅能够保留传统艺术的神韵，又能够带有鲜明的时代特征，并且还能充分地表达标志所蕴涵的理念与个性。将传统图形元素衍生后，再运用到现代的公共环境标识设计中，首都精神文明的标识一个很好范例。首都精神文明标志的基本元素为“天坛祈年殿”和“心”形。“天坛祈年殿”象征首都，“心”形体现精神文明的抽象含义。设计师李林运用现代构成中“图底转换”的手法将二者完美的结合在一起，并在标志的顶部进行了形式美的处理，使“心”形凹处与“天坛祈年殿”顶部接合得自然而流畅，这样不仅使得标志的内涵得到了充分而又直观的表达，并且也带来了一种全新的视觉表现效果。

4.3.2 “意”的沿用与延伸

从古至今，世世代代，人们之所以反反复复地描摹着同一个图形，不仅仅是因为它的外形具有多么美好的欣赏价值，更重要的是在于我们所看到的这些传统图形后面，往往蕴藏着更多更深的吉祥意义。外在形态是内在意义借以表达的方式，是内在涵义的外化和物化，所以最初只是源于人们对自然和宗教崇拜的传统图形，经过时间的衍变，进而延伸出期盼“生命繁衍昌盛，生活富贵康乐”等许多美好象征意义来。如，中国传统图形——“盘长”，在民间它常结合“方胜”图案来使用，并以此表达人们四环贯彻、一切通明的美好意愿，中国联通公司的标志就是采用了源于佛教八宝的“八吉祥”之一“盘长”的造型，取其“源远流长，生生不息，相辅相成”的本意来延展联通公司的通信事业无以穷尽，日久天长的寓意。该标志造型中的四个方形有四通八达、事事如意之意；六个圆形有路路相同、处处顺畅之意；而标志中的10个空处则有圆圆满满和十全十美之意。无论从对称讲，还是从偶数说，整个标志都洋溢着古老东方已流传的吉祥之气。所以，将约定俗成，并已经在中国民众心中形成共识的传统图形“意”，沿用到标志所属公司的固有的内涵之中，从而展现出更新、更深层次的理念精神，使其更具有文化性与社会性，这也是现代标识创新设计

的一种很好的方法。

4.3.3 “势”的把握与承传

“势”通常指图形所蕴涵的气韵及其所表现出来的态势和气氛，“势”能传达整个图形的精神。在传统图形“势”这一点上，特别要提到的还是中国的国粹——书法。书法是从观察自然界万物姿态而得到启示，匠心结体而成，经过几千年的发展演变，形成了各种不同的个性与风格，如：大篆粗犷有力，写实豪放；小篆均圆柔婉，结构严谨；隶书端庄古雅；楷书工整秀丽；行书活泼欢畅，气脉相通；草书飞动流转，风驰电掣。书法不仅有结构，更有笔势。结构仅仅是书法运笔的依据，而书法个性形态的形成还是靠其“笔不到而意到”的笔“势”。倍受世界瞩目的北京2008申奥标志可以说是现代标志设计中的一个经典之作。该标志整体结构也是取自传统吉祥图案“盘长”，但可贵的是它没有对这一传统造型直接借用，而是运用了中国书法中所特有的“笔不到而意到”的写意手法，恰到好处的传递出“中国结”和“运动员”两个动势与意象，并籍以表达标志主题和传达人民的祝愿。Long Island Aquarium是一个现代的水族用品公司，该公司的司标是由香港的设计师蔡永耀为其设计。因为是水族公司，所以标志的基本形便考虑为“鱼”的造型；又因为该企业是香港一家现代型企业，所以设计师便采用了公司名的首写字母“L”。“L”是运用中国书法中草书的技法书写而成，笔势所到之处，加上两点，便成了两条生动活泼，游戏水中的鱼。这样一种设计，将传统与现代巧妙结合在一起，十分具有代表性。另外，中国邮政的标志也是很好地运用了传统图形中的“势”。中国邮政的标志，其基本元素是中国古写的“中”字，在此基础上，设计师根据我国古代“鸿雁传书”这一典故，将大雁飞行的动势融入到标志的造型中。该标志以横与直的平行线为主构成，形与势互相结合、归纳变化，表达了服务与千家万户的企业宗旨，以及快捷、准确、安全、无处不达的企业形象。

标识是其所处在的城市公共环境形象的象征符号，浓缩着城市公共环境的特征、信誉和文化。优秀的城市公共环境标识不仅仅是一笔丰厚的无形资产，而且由于在公众心目中有不可替代的地位，其本身也具有了非凡的意义。许多有见地的思想家和设计大师曾这样说，新一轮的经济崛起和文化复兴将在东方。5000年的文化底蕴，使“中国”这个大的公共环境标识有着永恒、智慧、神秘、工艺精湛以及无与伦比的创造力。这一系列富有诱惑力的价值，在“现代”的中国发展中却有渐渐磨灭的危险，因而足以警醒大谈国际化的我们，重新审视自己的文化血脉。如何以现代审美的全新视点去重新审视传统文化，就需要在充分理解传统文化的基础上延其“意”传其“神”，让传统文化在现代公共环境标识设计中得到更新和拓展。更可以借助创新标识本身所特有的持久性和广

泛影响力，促进东西方文化之间的对话与互动。

第五章 现代城市公共环境与标识创新设计

有人问现代主义和后现代主义的建筑大师菲利普·约翰逊：您的建筑创作从哪里开始呢？约翰逊答：从脚底板开始。大师的回答确实体现出这一问题的本质，他是从脚下开始，体验未来要完成的空间环境的主人角色的。实际上，现代城市环境设计最早要追溯到刚到日本，它不同于本世纪初现代派艺术家在湖中筑起螺旋形防波堤，或在峡谷中挂起幕布之类的环境艺术。它是工业化的发展



图 5-1 斗篷广场店铺标识
亚拉巴马州伯明翰市（美）

引起一系的环境问题，人类的环境保护意识加强以后，才逐渐产生的设计概念。而现代公共环境标识设同样在日本获得最初的设计，在 1960 年日本东京举行的世界设计会议上，会议执委会中的“环境设计部”集中了城市规划、建筑设计、室内设计、园林设计等各个领域的专家，当时

讨论的议题就有“科学技术的发达引起了经济社会的急剧变化，人们的生活环境受到种种威胁，从高速公路那种超人性的装置到个人的小庭园，作为生活环境都必须确定一贯的视觉。”可见，在上世纪六十年代，人们已经对现代公共环境有了初步的视觉设计概念，这其中就包括对公共环境标识进行设计。

5.1 商业及娱乐空间标识设计

商业及娱乐空间标识设计的应用最为广泛，在现代科技的最新发明下，从标识设计的形式、材料、色彩、光感等等一系列要素方面，体现出现代商业和娱乐场所特定的经营内容。在进行具体的商业及娱乐空间标识设计的过程中，设计者都应当仔细分析标识所要表现的空间场所的特征，避免与以往的标识形象雷同。由于这类标识设计关系到城市环境的塑造和更新，也关系到这些空间所属的企业的形象、管理、经营活动、宣传活动的开展，所以需要在设计标识时需要具体形象地传达出商家或企业的性质、个性、风格、产品特征或服务特性。尽管面对的大众消费者有所不同，标识设计的形象也是千差万别，但其最

终的目的都是一样的，就是最大限度地吸引更多的大众，服务于大众，当然还包括潜在的消费市场。不仅如此，在涉及到商业及娱乐空间的标识设计中，除了注重标识设计的新颖独特、富有个性之外，还要重视其整体环境意识的表现，这其中就包含：

1、商店或娱乐场所标识设计与自身内部装修以及外立面设计的关系，要求风格统一，手法协调，包括与商品陈列也要有一致的关系；

2、此类标识设计与商店自身所处的建筑之间的关系，需要充分考虑到上下商业及娱乐空间的相互呼应和搭配，力求做到形式上的完美；

3、通过标识的创新设计，与地面拼贴、装饰雕塑、展示牌等形式一起烘托商业及娱乐空间场所门前的环境气氛；

4、商业或娱乐场所的标识设计要与整个商业区街的规划相一致。

综上所述，在商业及娱乐场所标识设计的过程中，要对标识设计本身以及标识所处的环境有较为理性的认识，充分做好第一手调查资料的准备，根据不同的商业或娱乐场所经营的具体内容，设计出较为统一的现代商业及娱乐场所空间标识，与整个城市规划相一致。

5.2 社会公共机构标识设计

社会公共机构主要包括前文论述的为公众服务的或政府所属的相关机构，主要包括各类科研机构、福利院、医疗机构、基金会组织等等。在进行这类机构的标识设计时，功能性和实用性是首先需要考虑的。一般来说，社会公共机构由于其自身的特性，其标识设计不同于商业或娱乐场所的设计，也不同于一般公共场所的标识设计，它是根据公共机构所服务的对象，有针对性的进行创新设计。并且在色彩及造型上避免与后者相类似，难过区分出自身的特征。在社会公共机构环境中，对于标识设计来说非常注重整体形象，通过各种比例关系、大小形状、色彩的应用以及文脉符号内涵的发挥来传递自身的重要信息和功能。一般来说，在社会公共机构标识创新设计中，设计者除了需要设计出一套视觉标识系统，用以满足其基本的功能需要之外，其设计出的标识还要满足以下特征：

1、简而易认，便于记忆

成功的公共机构标识创新设计一般都具有良好的识别性与记忆度。不论是图形的还是文字的，不论是具体的还是抽象的，均应一目了然，形象鲜明、造型简洁、便于记忆，以最简练的语言表达最丰富的意念内涵，简单明了，过目不忘。

2、内涵明确，个性突出

一般来说，此类机构的标识在图形含义和色彩的象征上，均是明确地表达了公共机构内涵和功能特色，使人一目了然地认识到该机构所处的类别和功能。

3、新颖独特，引人注目

设计成功的社会公共机构标识需要独特的创意与造型，别具匠心、富于情趣，有鲜明的形式美和时代感，给人以独特的联想和美的享受。

4、永久性强，适应性好

社会公共机构标识的设计与一般公共环境的标识一样，具有时间上的永久性和使用上的广泛性，特别是经过设计师高度概括提炼后的标识，适应性强，可以放大或缩小地用于不同的传播媒体，均能保持理想的传达效果。

社会公共机构标识创新设计是一种“浓缩”，它不仅是设计本身在直观表现上的浓缩，而且也是设计理念与构思的创意浓缩：完美的城市公共标识应该最能表现该机构的内容和服务对象，体现该机构的整体特征，达到传播信息的准确性，并且与公众之间



图 5-2 伍德会议中心标识
南卡罗来纳州格林维尔市（美）

搭起一座理解的桥梁。因此，社会公共机构标识应该是高度艺术化、知识化的产物，是设计者创造性思维的结晶。创造性地运用恰当的视觉语言形式，使标识具有简洁完美的形态和最佳的视觉效果，同时又具有丰富的内涵，是设计者所力求达到的最高境界。这种创作方式，既有理性的逻辑思维，又具有感性的视觉效果，其设计的形式法并非是单一的，它是一种结合性的构成方式。正是因为这些多变的形式，标识才显得富于变化，形象生动。只有灵活运用这些法则才能设计出高水准的公共机构标识，才能树立这些社会公共机构的良好形象。

5.3 交通标识设计



图 5-3 方向标识牌

交通标识，顾名思义，就是使得车辆及行人得以安全行驶或行走的指南，是极为重要的交通信息源。因此在设计交通标识的过程中，首先要考虑到标识的可视性，保证在不发生特殊情况下，能够被驾驶员或路人迅速的认读，以保证交通安全，这才是交通标识设计的宗旨。交通标识有很多种类，例如公路标识、铁路标识、航道标识、机场标识等，也包括室内交通标识。尽管在种类上有所不同，但是其基本的功能和视认性都是一样的。在交通

标识设计中，通常都需要考虑标识的颜色、形状以及内容：

5.3.1 交通标识设计中的颜色

在交通标识的创新设计过程中，用不同的颜色代表不同的意义，颜色对于交通标识有着重要的作用。它不仅可以使道路使用者迅速地发现交通标识，而且由于不同颜色给人的心理效应可使道路使用者迅速理解交通标识的含义。一般来说，确定交通标识的颜色主要有两方面的依据：一是颜色的视认性。根据试验研究的结论，从远处能看清楚的颜色顺序依次是红、绿、黄、白；容易看清楚的对比色顺序依次是黑/黄、绿/白、红/白、蓝/白、黑/白。因此，在道路交通标识设计中多用红、黄、绿、蓝、白、黑等颜色，而不用中间色，以增加视觉的清晰度，由于这一特性也使得交通标识设计中的颜色应用不同于其它类型标识的颜色可以随意搭配使用。二是颜色给人的心理感觉和联想要符合标识所要表达的内容和要求。例如，交通标识设计中，红色能使人联想到血与火的危险信息，使人产生很强的兴奋感和刺激感，从而把它用作表示禁止含义的标识是比较合适的，这与国际安全色、安全标识以及我国国家标准规定相一致。黄色的明度比红色还高，它与黑色组成的条纹是醒目性最色的色彩，特别是在自然照明较差的条件下，其



图 5-4 交通标识

醒目性更能充分显示出来。黄色以吸引人的注意力，使人产生危险感，有警戒、警告之意，它与黑色一并在三角牌面上使用时，表示注意危险的信息。设计师在进行交通标识设计时，对于不同的颜色要有准确的认知，这样才能设计出符合要求的标识。通常蓝色在太阳光下，色彩较鲜明，在日出前的晨光和日落后的晚霞照射下更为突出，在其它光亮情况下，视认性不太好，但它与白色配合使用则具有较高的视认性，能使人产生沉静、安宁的感觉，因此常被用来表示指示信息的标识颜色。绿色的醒目性虽然不如以上几种颜色，且因和路旁树木颜色相同而不容易被发现，但它与白色配合使用效果尚佳。同时，它能使人产生舒适、和平、安全的感觉，所以把它用作指示安全信息的标识较为适宜。

5.3.2 交通标识设计中的形状

前面提到在交通标识创新设计中要考虑颜色的选择，实际上，不仅仅在颜色选择上与其它种类的标识不同，交通标识在设计形状上也不同于其它标识。国内外对交通标识形状的大量研究成果表明，面积相同而形状不同的标志，就

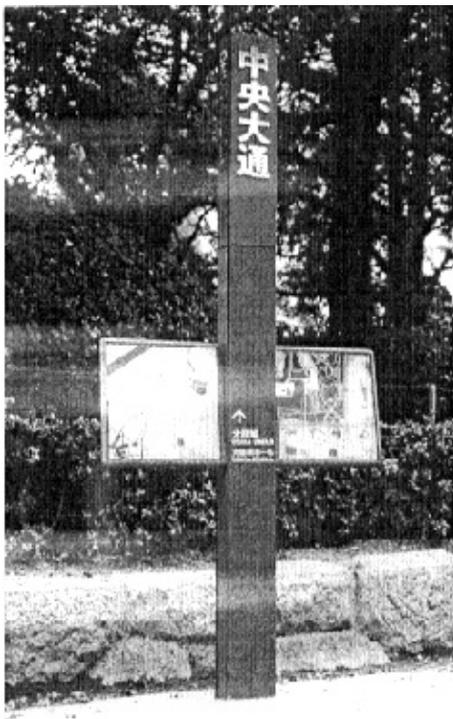


图 5-5 大阪市交通标识
大阪市（日）

其可辨认性来说是不相同的。在同等面积条件下，不同形状的交通标识牌容易辨认的顺序依次是：正三角形、正方形、长方形、正五边形、正六边形、圆形、正八边形、锐角三角形。尽管这些形状所容纳的图像信息有限，但它们相对于其它形状来说最为醒目和最易辨认，不论在何种光线条件下，都比其它形状引人注目。因此，通常在设计交通标识时，最重要的交通标识即表示危险的警告标识一般都采用了三角形。这既符合我国的标准规定，也和国际上大多数国家的同类标识形状相一致。圆形虽然有视认性欠佳的缺点，但在同样面积条件下，圆形标识牌上的图像、文字在设计时可以相对等比例放大，看起来也就更清楚。不仅如此，圆形和周围其它带角的图形，如街道上纵横交错的线形物体也容易区别，使人能迅速做出判断，所以

表示禁止、强制、允许意义的交通标识用圆形。方形不仅具有较好的视认性，而且可利用的面积也较大，有足以写文字说明，绘画箭头和图形符号的余地，

给人以安稳感，所以通常表示提示信息的标识用方形。

5.3.3 交通标识设计中的内容

前文提到交通标识设计的形状，要求设计师对于图形有较为深刻的理解。不过交通标识的形状只表示了标识的性质和类别，而交通标识的具体内容则是要通过图形、符号、文字和数字来表示的，所以交通标识的字符必须要能明确、迅速地向人们传达信息，表示含义。为此，在设计交通标识的图形、符号和文字时，就要注意以下几点：

第一，尽量采用符号。在交通标识设计中，几乎每个国家都采用了符号和文字，研究证明，在困难的视觉条件下，符号信息比文字信息的辨认速度和确认距离等方面要好得多。所以，在设计交通标识时，应尽量采用符号信息。

第二，图形要形象直观。研究证明，形象直观能突出标识意义的主要特征而又甩开具体细节的图形和符号，其视认效果最好。

第三，要注意图形的最小细节尺寸不能过小。按国际标准组织的“公众信息视觉设计原则”中的建议，图形中人眼所要分辨的最小组成部分的尺寸，按视角计算为 0.37 分。当然，随着车速的提高，此值也应相应增加。

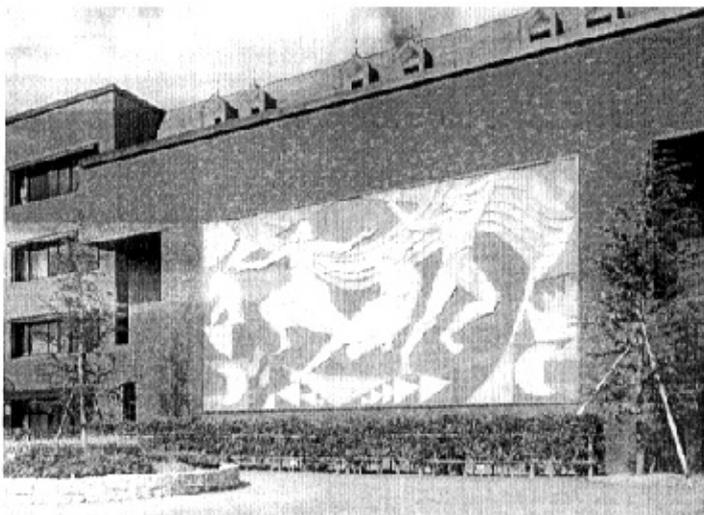


图 5-6 日本兵库县尼崎福利中心壁画标识
兵库县（日）

第四，要注意提高汉字和数字

的视认性。在交通标识设计中，多数国家使用本国文字和数字表达交通信息。因此，应该注意字体的明确性和易认性。汉字和数字的易认性是由字体、大小、笔划粗细、字间距、行距等因素决定的。如我国新的交通标识中，把阿拉伯数字采用粗等线体后，误读率大为降低。

5.4 教育与文化机构标识设计

教育与文化机构标识一般具有两种功能：一是导向，二是说明。标识图示的设计应使不同年龄、不同国籍、不同教育背景的观众都能一目了然，并感到赏心悦目。说明性标识通常要求设计者能够迅速成为某一晦涩难懂的行业领域的专家，另外还要求他们掌握一定的教育技巧，例如集思广益地解决问题的方法。这样，他们创作的标识才能天衣无缝地把图形、展品、背景以及舞台设计技巧完美地结合在一起。要达到上述理想的设计水平，并不是一朝一夕所完成的，需要设计者进行大量细致入微的实践作，将智慧与努力的精相结合，设计出较为出色的教育与文化机构标识。教育与文化机构标识设计除了具有一般标识设计艺术特征之外，还有自身独特的艺术美：

1. 符号美

教育与文化机构志创新设计是一种独特符号艺术特征的图形设计艺术。它把来源于公众认同的事物形态、符

(包括文字)、色彩等，经过严谨的艺术提炼和加工，使之结构成具有完整艺术性的图形符号，从而区别于交通标识或其它标识设计。教育与文化机构在某种程度上带有文字符号式的简约性、聚集性和抽象性，甚至有时直接利用现成的文字符号，但却完全不同于文字符号。它是图形形式体现的(现成的文字符号须经图形化改造)，更具鲜明形象性、艺术性和共识性的符号。符号美是教育及文化机构标识设计中最重要艺术美。

2. 特征美

特征美也是教育与文化机构标识所独特的创新艺术特征。在这类机构中，标识所体现的不是个别事物的个别特征，而是整个教育文化机构所体现的整体本质特征，或者说是类别特征。通过对这些文化机构特征的艺术强化与夸张，获得共识的艺术效果。这与其它标识设计追求个性化或色彩是迥然不同的。但教育文化机构标识设计对于其本身的功能性及视觉传达表现又不是千篇一律和概念化的。同一共性特征在不同的机构标识设计中可以而且必须各具不同的个



图 5-7 布鲁克林动物园标识
纽约市(美)

想
水
能
行
工
神
色

识
识
具

标
具
设
众
号

性形态美，从而各具独特艺术魅力。

3. 凝练美

构图紧凑、图形简练，是标设计所必须遵循的结构美原则，这一原则同样适合于教育及文化机构标识设计。由于此类标识不仅单独使用，而且经常用于各种文件、宣传品、映像等视觉传播物之中，因此，在设计教育及文化机构的标识过程中，需要具有凝练美。这一特征不仅在任何视觉传播物中都能显现出自身独立的完整的符号美，而且还对视觉传播物产生强烈的装饰美感。凝练不是简单，凝练的结构美只有经过精到的艺术提炼和概括才能获得。

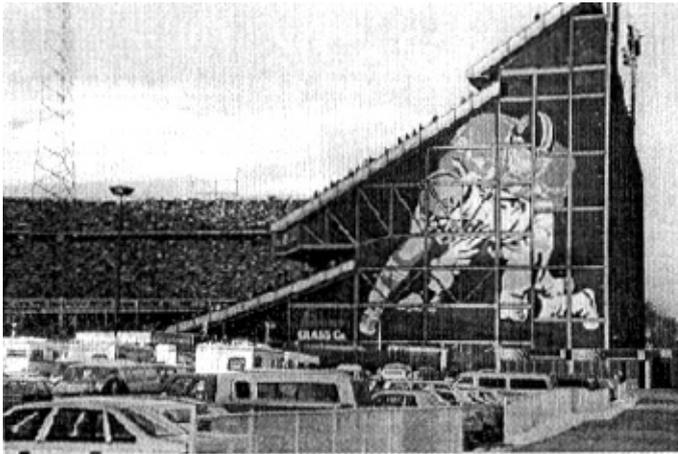


图 5-8 丹佛布伦柯斯体育场系列标识
科罗拉多州丹佛市（美）

4. 单纯美

教育与文化机构标识设计语言必须单纯而又单纯，力戒冗杂。一切可有可无、可用可不用的图形、符号、文字、色彩坚决不用；一切非本质特征的细节坚决剔除；能用一种设计手段表现的就不用两种；能用一点一线一色表现的决不多加一点一线一色。高度单

纯而有又具有高度美感，正是这类机构标识设计难度之所在。

5.5 综合设施场所标识设计

综合设施场所包括大型的体育馆、健身场所、公园、地下通道、城市绿化广场、非商业街区、临时场所等等具有多种功能用途的场所。这些场所主要是用来为密集型人群提供服务，不同的人群可以根据自身的需要进行不同的群体活动，如大型体育馆主要是为了提供给广大市民现场观看不同比赛的场所，比如足球比赛，排球比赛等，不同的人可以根据自己的喜好选择不同的场所观看比赛。在进行这类综合设施场所标识设计时，设计者除了要解决其他标识设计所遇到的问题之外，有一点最主要的差别就是标识的规模。具有一定规模的标识图示可以使最大的医院或者体育场显得渺小，承担这些项目的设计师必须用全新的视角来审视市区标识图示的创新设计。标识图示的规模、欣赏的距离、观看的人数这些因素使得这些综合设施场所标识项目尤其具有挑战性。需要特

别指出的是，同样有难度的是临时性标识与环境艺术图示的设计与制作，因为这些图示虽然是临时性的，却也需要产生同永久性图示一样的效果。

在综合设施场所标识设计过程中，标识物的分组或分类是依据目的地而定的，因此同属某区域、邻里、建筑、街道或公园的标识物，多半以相同的个性或风格来表现。想像一下，巴黎大都会地铁系统(The Paris Metro subway system)要是没有美丽的艺术拱门作为入口的标识物，那么其效果可能就要大打折扣；同样，即便像大型超市这类很具“中立色彩”的室内空间，也开始大胆采用色彩缤纷的廊道和货架设计，以吸引更多的消费者。一般来说，综合设施场所除了具备其专业的功能以外，也有很多信息必须告知公众，譬如各种规定、开放时间、使用设施的限定人数等等。只有机场或医院的标识物数量可以和这些场所相抗衡。不过在设计综合设计场所标识时，由于这类资讯大多带有否定的成分，要求公众节制自己的行为，因此如果能将这些标识设计成为有统一风格且具有系统性，则可以使公众更好的认知和理解这些综合设施场所提供的服务，从而达到整合效果、降低杂乱感。总之，在设计综合设施场所标识过程中，将效率与融合建筑物为目标的标识系统和路牌规划，成就精致的空间美学，是设计者最为基本的工作。

第六章 城市公共环境标识设计引发的现代创新设计观

随着城市人口的密集,使人们享受舒适生活的城市建设的基本原则在许多城市已被淘汰。因为这种原则追求太多的物质享受和经济利益,在城市的发展中使用了各种各样的手段侵犯和破坏自然。在很多城市,自然文化已消失,人工仿造越来越多,使城市的中心文化付出了 too 高的代价和牺牲,城市的文化平衡已被打乱。人们可以自由选择他们想要居住的地方,国家的权力不能限制这种自由或强迫人们居住在某些地区。当人类已经进入二十一世纪时,所有的国家和城市必须意识到如果仅仅是为了经济上的利益,而不能给人们提供有创意而高品质的文化内涵时,将无法吸引人们并给他们提供满意的生活。而要想达到上述目的,就必须需要一种理念,就公共环境标识设计领域而言,需要一种观念去指引设计师的作品和公众的审美观,从而提高整个现代设计水平。

城市公共环境标识创新设计在形成这样的一种设计观念中起着至关重要的作用。伴随着城市的发展,人们生活水平的提高,国际交往的日趋频繁,公共标识作为设计者和使用者之间进行交流的一种特殊的语言系统,不仅能够架构空间秩序,传递信息,带来便利,还能有效地改变一个城市的形象识别。因此,大胆、新鲜而又有效的设计,使城市街景、公园、节日和其他公共环境焕然一新。同时,公共标识也成了城市公共环境中不可缺少的公共设施,而且还能衡量一个社会的进步和文化品位。按照城市理论学家林奇(Lynch)的划分比,标识是一种非物质空间,它可以帮助人们在空间定位和定向。心理学家博罗普斯克(Proshansky)说:“只有整体环境。人只是其中的一个组成要素,与其他要素具有一定的联系……除了从人体本身出发考虑他与其他组成部分的关系,并不存在人与环境的区别。”公共标识首先要服务于公众,而不是创造艺术作品,标识项目总是应与其环境设施相结合起来考虑,并将其融入城市的整个构想当中。在进行公共环境标识设计之前,首先应该了解公共环境设计的前提因素,设计才会有依据。作为公共环境当中的一部分,公共标识设计应该与城市之间有着某种相同的文化内涵,怎样将设计很好地融合在城市的大环境中,实际上也是一个整合创新的过程。标识的生成,又与环境和人有着密不可分的关系,一个成功的设计,包括整个公共标识的创新设计,都不能只限于一个单体的完成,它实际上是一个系统的设计概念,应该考虑到的因素也决非一个设计师能够独立完成。从设计理念到实际实施,设计师要加强和公共环境的管理者、使用者之间建立沟通、对话、交流,组成设计集体,才能使设计成为一个具有整体概念的优秀设计,没有一个集体的创作组织是不可能实现这样的设计的。总之,设计师除了加强学习,提高公共标识设计的自觉意识,提高自身的艺术修养外,还要以辩证唯物主义和历史唯物主义为哲学基础,运用形态学(Morphology)和系统分析(Systematic Analysis)的方法,综合借鉴现代城

市设计及其诸相关学科的研究成果，力求站在现代创新设计的前沿。

6.1 城市公共环境标识创新设计观的形成

任何一种观念的形成，都离不开培养它的土壤，城市公共环境标识创新设计观的形成同样也是如此。这种观念的形成并不是一蹴而就的，是通过国内外几代设计师不懈的努力实践才得到初步的形成。前文提到过建筑大师飞利浦·约翰逊曾说过其创作是从脚底板开始的，没有这种努力创新的精神，任何一种观念都是纸上谈兵，没有实用价值，也无法指导现代标识设计师的设计工作。未来的城市公共环境标识设计将怎样发展变化？其目的将是什么？未来此类设计评价的标准将如何变化？在现代城市公共环境标识设计领域塑造了一个“人为世界”，而“人为世界”正从许多方面畸形的塑造人类自身的今天，因此我们不得不思考这些问题。人类精心设计的高度发展的设计“文明”，在人类陶醉其辉煌的同时，在全球范围内制造了大量的垃圾和负荷，严重破坏了生态平衡。而破坏的进一步恶化已不可避免，这已在全球范围内得到公认。唯一我们能做的，只是希望将这些破坏的进一步恶化，能在我们清醒的意识下发生和减缓。而不使这些破坏的进一步恶化变成突如其来的巨大灾难。这将使人类逃离绝境，使人类对自己的所作所为更加敏感，更加人性，更加道德。

因此，我们呼唤一种全新的创新设计理念来指导人类的设计行为。现代公共环境标识设计需要在既有的设计观中发展出一种新的理论，从而避免和减缓这些悲剧的发生。公共环境标识设计的重点体现在功能和实用上，以及追求美学意义上的现代感。同时，最大限度的节省资源，为减缓环境恶化的速度，降低消耗而努力，满足人类生活需求而不是欲望，提高人类精神生活质量。为此我们有必要建立和倡导合理的设计学观念，形成新的设计评判标准和伦理规范。当然，新的观念不能只停留在理念上，不能只是一种良好的愿望，一种时髦的论调。而应赋予实践，落实到设计方式的改变上。只有这样，新观念才有意义。

6.2 树立正确的现代城市公共环境标识创新设计观

前面提到现代公共环境标识创新设计观的形成来自于对传统设计观的继承和对于新的思想的吸收，来自于设计者坚持不懈的设计实践过程。然而，在公共环境标识创新设计观的形成过程之中，由于对于传统和现代之间观念的差异难以区分，导致城市公共环境标识的设计在功能上和人性上存在着一定缺陷，并造成了城市形象特征的弱化、宜人尺度的丧失、人类生存环境进一步恶化等城市公共环境现实性问题。

因此，作为一名标识设计者，必须对正确的现代城市公共环境标识创新设计观念进行深刻的理解和认识。在城市公共环境设计日益重视的今天，无论是政府官员还是设计者都开始关注在城市公共环境设计中如何保持和再塑城市形象特征和营造“人性化”环境场所的设计实践。为了不让有社会历史价值、情感价值、文化价值、景观艺术价值、科学价值的公共环境从城市空间中消失，为了不让我们生存的城市环境沦为毫无特色的非人性空间场所，我们需要要对公共环境标识设计的涵义及其延伸有着清醒而正确的认识。寻找失落的情趣空间环境，寻找失落的城市场所文脉，寻找一种既能继承和延续城市历史人文精神，又能满足社会经济发展和文明进步的城市环境更新的方法是大势所趋。

6.2.1 城市公共环境标识创新设计的道德观

我们要想完成出色的城市公共环境标识创新设计项目，必须要有一个正确的道德观念。这种观念有别于传统的观念。传统的观念把城市公共环境标识设计看成只是为了创造瞬间的吸引力，并采用一切手段迎合它的公众。因为，从传统的观念来看，所有的一切都会过去，标识设计没有永恒的色彩。在这个保护伞下，产生了不惜一切代价地追求新奇，使得对表象美感的追求高于了内在美感的追求。回顾公共环境标识设计的历史，我们不难看出，刻意为新而新，为异而异的设计很少有



图 6-1 盲人指路标识
大阪市（日）

好的新设计。相反，不求新不求异，只求做的更好的设计，往往都是好的新设计。因此，正确的道德观是设计作品成功的前提，是现代公共环境标识创新设计所遵循的美学规律。不过，许多人依然相信，未来公共环境标识设计不会有本质的变化，设计的中心依然是用短期行为的设计迎合人类的各种欲望，无需关心后果。他们认为设计造成的危害是微乎其微，明天的科技完全能够解决现代文明造成的一切的破坏。然而真正意义上的现代城市公共环境标识设计道德

观从不以高贵或阳春白雪自居，从不应有偏见。而应该始终保持谦虚谨慎的，勇于批判的，高瞻远瞩的态度。设计者设计出的标识以及在此基础上形成的设计观应来源于客观事实。来源于对人类乃至世界宏观的领悟。而不能只停留在某些幻想中，偏见中，盲目地满足人类短期欲望。如果设计师能够做到上述要求，对于公共环境标识设计的发展和创新将起到至关重要的作用。当然，要改变人类长期形成的设计或造物的伦理道德观念不是一件易事。但是，如果能从人类思维方式上加以改善就是非常可喜的成就了。设计正是处在思维的最前沿，因此，城市公共环境标识设计的未来取决于创新的设计思维方式，取决于设计者正确的伦理道德观。

6.2.2 城市公共环境标识创新设计的人性化

功能决定设计，而人性化则是功能的最重要表现。真正诚实而优秀的公共环境标识设计是建立在深思熟虑，全球意识，降低物性技术的控制力，增强人性化的理念之上的。从设计师到公众逐步推广，通过诚实的，优秀的设计作品构筑人类长期的，高质量的生活方式，生活空间及公共环境。德国设计委员会主席 Dieter Rams 明确提出，德国设计委员会的宗旨是：本着全人类的原则，努力影响政界、商界接纳“设计对环境质量有着至关重要的影响”。人类今天漫不经心的设计，将是人类明天极具破坏性的灾难。因而，公共环境标识设计必须要综合考虑全球性的媒体需求，人类的高质量生活的真正需求，从而达到最大限度地体现标识设计人性化目的。在未来的竞争中，重点一定是在提倡发展新技术、新科学方面，同时也在发展普及、保护和延用生态环境的理论方面。而标识设计在所有这些领域都大有作为，因此标识设计必须要有一个体现人性化的共同的设计规范和设计政策，这是未来公共环境标识设计不可缺少的重要组成部分。未来的地球村，交流更多，互动更多，更具宏观统一性。在未来，经济的发展意味着着“质”的增长，已不再是“量”的增长，设计的质量将是体现公共环境标识总体质量的关键。在未来，设计作品求新，求变化是必然的，但它不应来源于市场，而应来源于社会，来源于新的设计功能的人性化，来源于为体现人性化设计而提出的哲学思想。人性化设计目前在世界许多地区和部分城市人群中已引起了关注，因为公共环境标识创新设计是在为公众服务，为环境服务，为人类服务。

6.2.3 城市公共环境标识创新设计的时代观

创新是一个民族的灵魂，同样，创新也是城市公共环境标识设计的灵魂。在物质高度发达的今天，城市公共环境标识与人们的生活越来越密切，标识已

全面进入社会日常生活，城市公共环境标识设计正是这种文化的体现。随着社会发展和文明进步，人们对城市公共环境的要求已从实用和美观上升到追求独特的文化个性和内涵。这就给公共环境标识的设计者提出更高的要求，即如何达到公众对于设计的要求？如何使我们的都市传承历史文脉，体现创新性的时代特征？这是一个需要认真研究的课题。

城市公共环境创新标识设计从根本上是一种二维和三维相结合的空间艺术，是对公共环境即道路、广场、公共建筑、园林景色、小区环境等公众活动空间的艺术化设计和处理。这一特性表明设计者除了要对城市公共环境标识的功能有着深刻的体会，更要求其设计出的标识有独特的文化品味和时代特征。因为公共环境标识创新设计不仅具有直接的实用功能，是物质文化的重要结构、社会生活的物质载体，而且具有认识和审美的功能、美育功能和符号作用，在物质文明和精神文明方面具有同等重要的意义，所以创新性是公共环境标识设计成功的根本保证。目前，我国城市建设已进入快速发展的历史阶段，通过对城市功能系统、公共环境与人的关系的探索研究，要求运用艺术手段介入公共环境的美化设计，从而提高生活质量，完善优化生活方式，提升环境的质量，增添文化氛围，深化场所与人的亲和力，促进城市环境管理水平的进一步提高，同时又可避免千城一面、城市和景观缺乏个性和历史文化特色的弊端。因此，公共环境标识设计是科学与艺术的完美结合，是创新性的独特发挥，它需要设计者结合其它艺术的参与和渗透，例如书法、绘画、雕塑、广告等艺术样式。城市公共环境标识是人们在工作、交通、游憩等活动中经常欣赏接触到的大众艺术形式，并且服务于公众。而相对于架上绘画艺术、美术馆画展、画廊艺术品

陈列、私人收藏、博物馆典藏而言，公共环境标识设计显得更具开放性、实用性、公众性和服务性的特点，让都市人们真正感悟到城市公共环境标识所带来的便利和美的体验。然而公共环境标识设计的创新观不是一朝一夕就可以形成的，它需要对设计基础知识的牢固把握和艺术思想的总结提炼，更需要大量的创新设计实践工作才可以实现。



图 6-2 会议中心标识
俄勒冈州波特兰市（美）

陈列、私人收藏、博物馆典藏而言，公共环境标识设计显得更具开放性、实用性、公众性和服务性的特点，让都市人们真正感悟到城市公共环境标识所带来的便利和美的体验。然而公共环境标识设计的创新观不是一朝一夕就可以形成的，它需要对设计基础知识的牢固把握和艺术思想的总结提炼，更需要大量的创新设计实践工作才可以实现。

第七章 总结与展望

城市公共环境设计界知名学者俞孔坚先生认为，现代城市空间不是为神设计的，不是为君主设计的，也不是为市长们设计的，而是为生活在城市中普通的人设计的，这些普通的人，是具体，富有人性的个体，而不是抽象的集体名词“人民”。他强调人在场所中的体验，强调普通人在普通环境中的活动，强调场所的物理特征，人的活动以及含义的三位一体性。场所或景观不是让人参观的，而是供人使用，让人成为其中的一部分。实际上，标识作为城市公共环境的必要组成部分也是如此，正如俞孔坚先生所说的，研究公共环境标识设计从本质上说是为公众的高质量生活而服务，为体现整个城市的文化脉搏，城市形象而服务。城市公共环境标识创新设计涉及到城市整体形象的方方面面，它是由城建、规划、城市绿化、园林，市政等各部门共同参与和管理的设计。目前我国的这种纵向的管理模式使城市公共空间环境标识从设计到日常管理都难以做到统一协调，从而使得某些城市公共环境标识设计品质不高，缺乏整体性，不能反映出一定的艺术品位与水准。因此，无论是从提高人居环境质量的角度还是现代公共环境标识设计的整体性与复杂性自身来说，都需要把握城市公共环境标识创新设计的实质和目的，使得不同地区性质的城市，形成各自独特的环境景观，并成为城市形象的标识，从而达到提高人居环境质量、美化人们生活的目的。而实际上我们有理由能真正做到上述目标：首先，从城市公共环境标识设计发展的趋势看，公共环境标识设计就是试图使城市这个大的公共环境更多地体现人文关怀，并在此基础上探索不同的设计方法，从而建立良好的视觉效果和提高城市公共环境质量。其次，从公共环境标识设计的含义看，标识创新设计绝不仅仅是对城市公共环境本身形式上的设计，同时也应该包括对于城市环境空间构成的各个基本要素的考虑，例如建筑、道路、景观等等基本元素，这些元素都是标识设计中不可忽略的重要参考对象。最后，从城市公共环境标识设计的规律看，城市公共环境标识所追求的功能系列原则、环境集合原则、空间序列原则、品味最优原则等，而这些原则都是公共环境所要体现的基本要求，这些基本要求反映了包含在视觉设计在内的标识艺术的创作规律。城市公共环境标识设计实质上是把构造的这些创作规律拓展到整个城市，它运用各种公共空间环境因素、设计符号语言来表达一种文化蕴意和价值取向，表达一个城市的“神韵”。研究公共环境标识创新设计从本质上是在把城市公共环境从一般性的功能体和人类聚集体的物质为主的形态，升华到更多地体现人类精神文化的高级形态。这些物质形态一般性功能的综合艺术化运用，是经过人类文明升华了的结果，也就是说在一个更高的层次上来改善公共环境。就像营造园林那样，城市公共环境标识设计所追求的，无疑是具有高度人性化和责任感的城市环境所具有的根本属性，由此可以看出标识对于公共环境整体设计的根本意

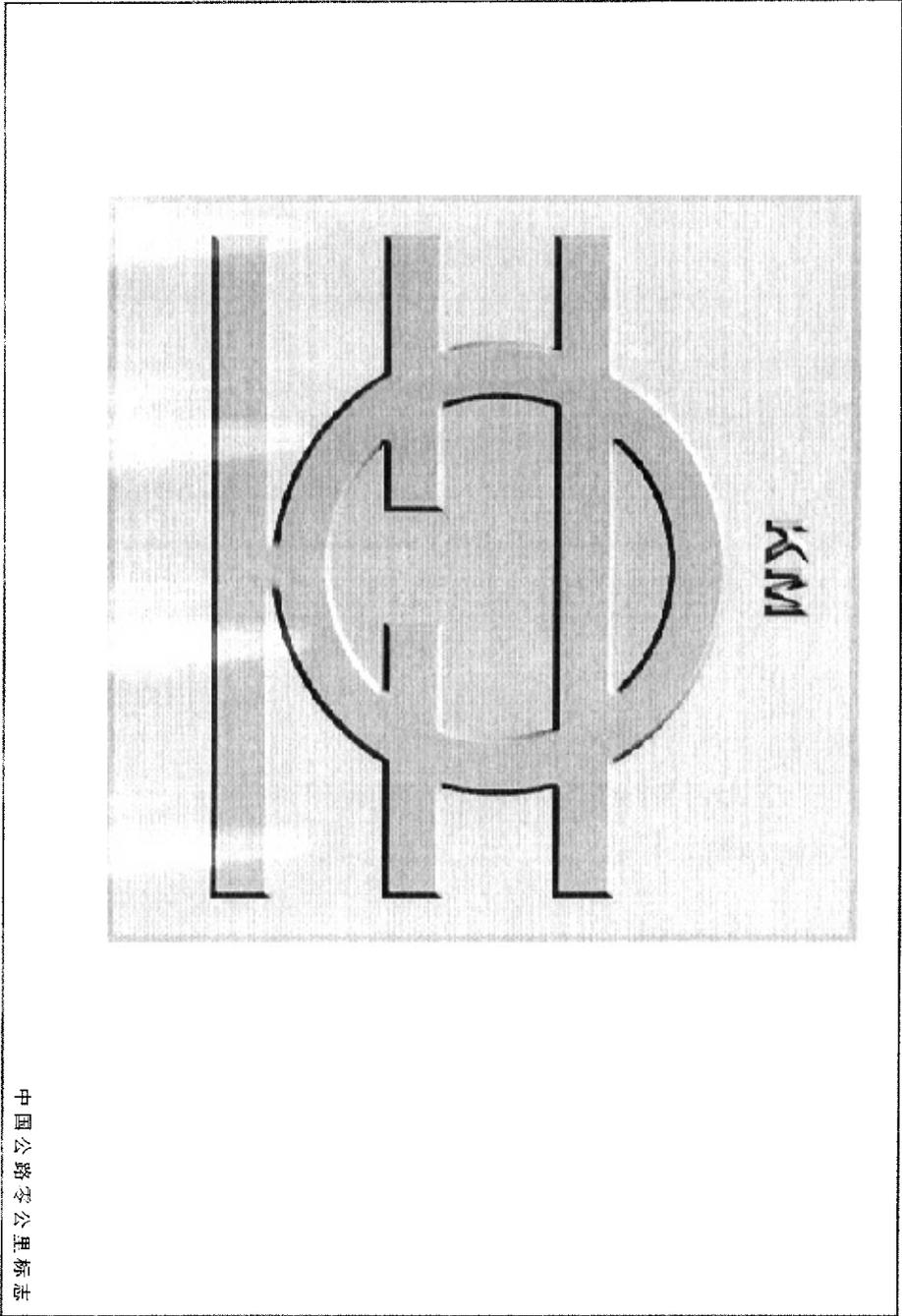
义。

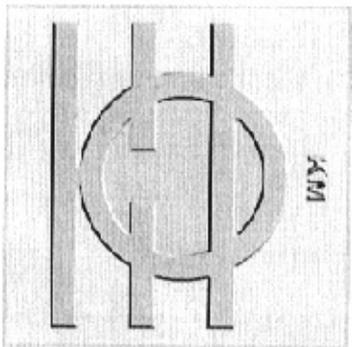
由此可以看出,研究城市公共环境标识创新设计方法前景的广阔不言而喻。在喧嚣的现代生活中如果没有视觉导向标识是不可想象的:大到从一条商业街道到一个国际机构,从经过规划的社区到交通系统;小到一个车站、机场、超市等公共环境。在复杂、陌生的环境中,人们越来越希望自己能处在一个有序的环境中,文字和符号作为不可替代的秩序指引标尺越来越多地出现在公共空间里,它们架起了空间秩序,传递准确的信息,给人们带来便利。但是,对于城市公共环境中的标识,设计师常常难以运筹帷幄、得心应手,这或许是标识问题在城市公共环境中的复杂性使然。分析起来,其原因可以概括表现在以下几个方面:首先,前文已经提到过城市公共标识是一个宽广的范畴,它包括公众可步入的广场、街道、公园以及公众视觉可触及到的城市中的机关、学校、医院、车站、宾馆饭店、写字楼、商店等建筑里的标识。面对这样庞大而复杂的环境对象,如何来调节标识的整体与多样的关系,远非个人行为能够左右。其二,标识是直接指向于人的心理和精神的造型要素,对于个人来讲,每个人都有对标识的偏好和审美指向,但在公共环境中,标识于公众视觉生理和心理上的共通性或舒适性却更为重要,这使得公共标识的设计不能以个人的好恶为出发点来进行随心所欲的创造,而必须注重公共性。其三,相对于公共环境中建筑的形状、空间以及结构、技术等可依法规进行设计和制造的因素而言,标识具有难以量化的软性特征。城市公共环境创新标识的优与劣、好与坏,较难找到有效的评判标准,而标识本身又是具有一定的文化内涵而非科技含量高深的东西,每个人对其都有自己的文化认同感。其四,公共环境标识同城市文脉或原生活条件有密切的关系,因此,在标识设计中不得不考虑对特定的地域环境特征和传统文化内涵相对应关系等较为深层的问题。城市公共环境标识是城市形象外化的主体之一,往往体现了一个社会的文明程度。在标识设计中,如何调节个性与共性的关系,处理好局部和整体以及地域文化和现代文化的关系对于设计师来讲是个不轻松的问题。现实中一些标识同地域风土、城市文脉和整体环境相悖的事例正反映了这一问题的棘手,也反映了城市公共环境标识设计所处的尴尬处境。正是由于以上标识设计上的问题,才能体现出研究公共环境标识创新设计的重要性。

综上所述,只有对城市公共环境标识创新设计进行深入细致的研究,才能使得这一功能性和艺术性得到完美结合的艺术设计形式在新世纪的曙光下熠熠生辉,也只有在充分理解和尊重城市整体规划和人性设计的基础上,城市公共环境标识设计研究工作才能有实际的意义。正如几百年前卡米洛·西特在著名的《城市建设的艺术》中预言的:我们必须记住(公共)环境设计艺术在城镇布置中具有合理而且重要的地位,因为它是惟一一种能够随时随地影响大量公众的设计创新艺术。

创作实践(一)

中国公路零公里标识图案设计投标方案





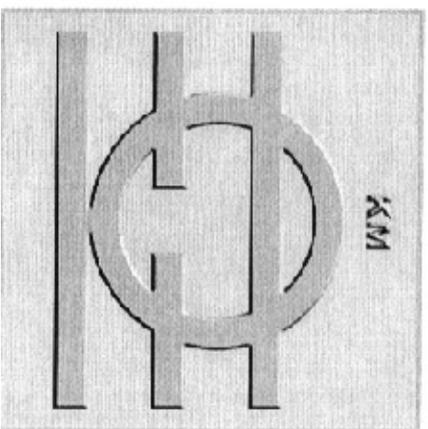
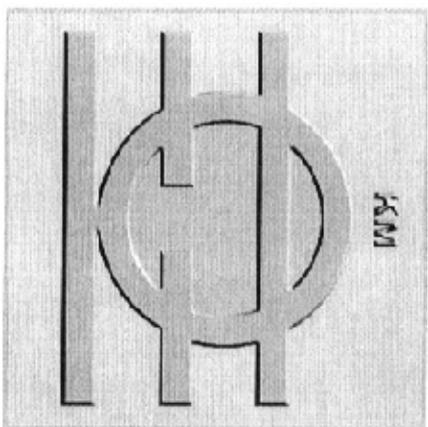
中国公路零公里标志

设计说明

1. 创意

根据中国公路零公里标志图案设计的具体要求，本人设计的标志主要从以下几个方面进行构思：

- A: 突出“0”字。由于本次设计的主题是中国公路“0”公里标志，所以本人设计的标志围绕这个主题中心；图案的中心以阿拉伯数字“0”来突出这个主题。
- B: 突出“三”图形。之所以采用“三”图形，是因为“三”图形以简洁、明快的形象很好地表达了公路行业的特点。同时，由于我国的国道公路分三类，采用“三”图形能直观地概括了这三类公路，使人一目了然。
- C: 突出中国传统文化。“三”图形不仅代表以上含义，而且还代表了更深层次的中国传统文化底蕴。根据中国传统的太极八卦学说，“三”属离卦，位于正东方，这与北京的特殊位置不谋而合；中国处于世界的东方，北京是我国的首都，是中国的政治、文化中心，而天安门广场在某种程度上又是北京的中心。将这一标志镶嵌在天安门广场的中轴线上，其含义不言而喻。
- D: 将中国公路“0”公里与中国传统文化相结合。“0”与“三”的相组合，从外观上传达了车辆在公路上的动态，从内涵上使“0”公里标志与传统文化达到完美的结合。
- ### 2. 构图、色彩与尺寸
- 在构图上我设计的标志采用浅浮雕形式中心构图法。
- 在色彩上我采用黄色为主色调，黄色是中国传统颜色，代表着吉祥、平安、祝福。采用黄色色系的搭配，不仅用来视循行驶在公路上的人们平平安安、快快乐乐，而且也传达了减速行驶，注意安全的交通信息。另外，标志采用黄色也与天安门、故宫等广场附近的建筑物色调相谐一致，从而达到与周边环境相协调。同时，在辅助色上我采用绿色。绿色代表着生机勃勃、欣欣向荣；代表着一路通行、畅通无阻。这与2008北京“绿色奥运”协调一致，更重要的是，它也象征着我国未来所有的国道公路都是“绿色通道”、“绿色公路”。
- 标志尺寸大小为：1.5m × 1.5m
- ### 3. 材质
- 标志材质为铜材质或石材，铜材质或石材材质均质地坚硬、耐久、耐腐蚀，便于永久保存，符合材质的招标要求。



中国公路零公里标志

中国公路零公里标志

中国公路零公里标志图案设计标准色系

中国公路零公里标志图案设计辅助色系



CO M45 Y100 K0

CO M45 Y100 K0



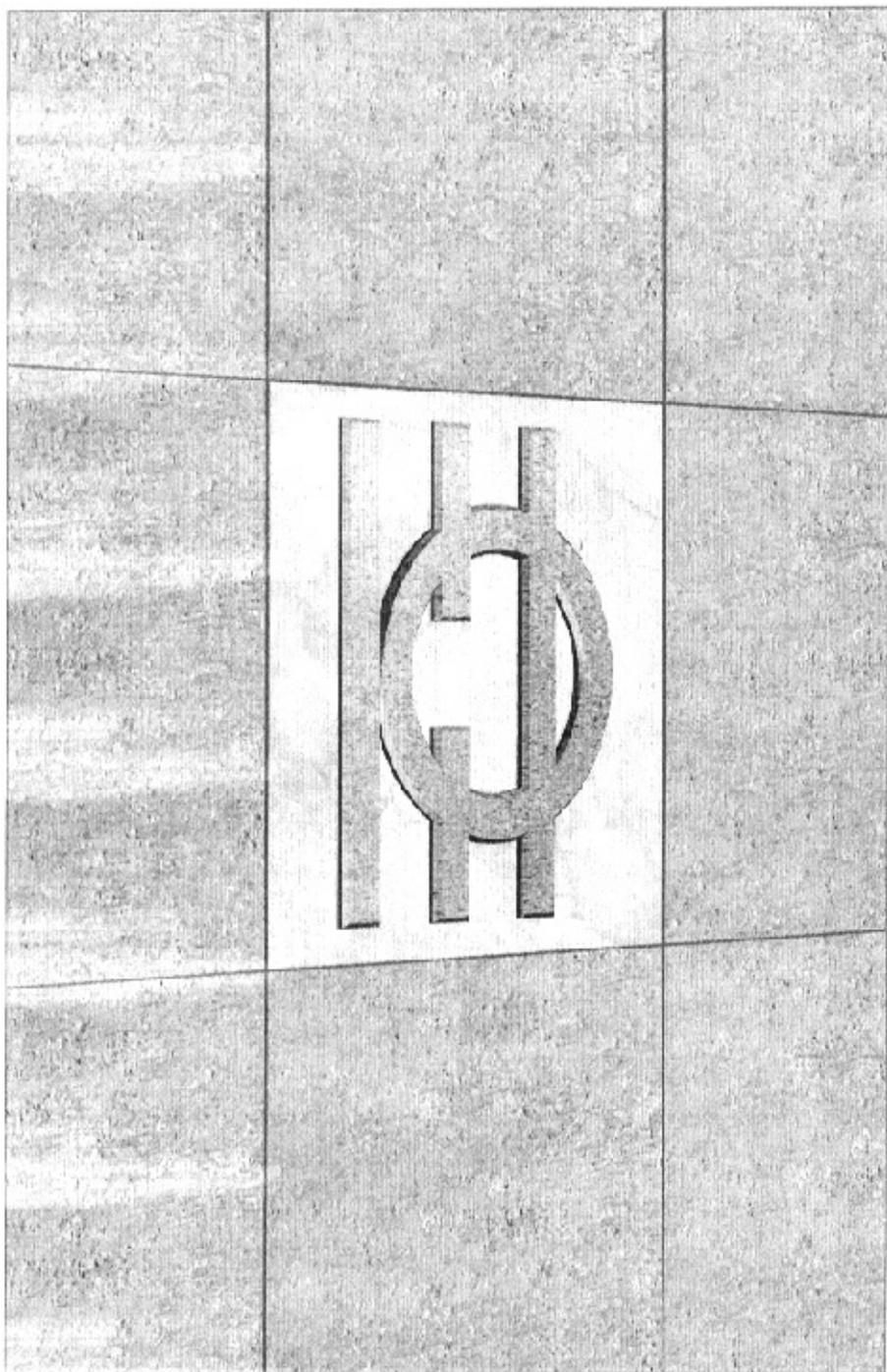
CO M10 Y100 K0

CO M10 Y100 K0



CO M35 Y100 K0

CO M35 Y100 K0



● 地面效果图

创作实践(二)

合肥市规划局标识设计





设计说明

根据合肥市规划局标志图案设计的具体要求，本人设计的标志主要从以下几个方面进行创意构思：

1、创意设计

A、突出城市规划特点

合肥市规划局的目标就是为了使合肥这一绿色科技城市进一步开放、健康和可持续发展。因此本人设计的标志紧紧围绕这一中心，以飞翔的动态造型表达这一主题。

B、突出“H”字母

“H”是合肥英文和汉语拼音（Hefei）的第一个字母，这一标志通过对“H”这一英文字母进行图案变形，达到既体现美观，又体现现代感的效果。

C、突出合肥城市特色

合肥市以环城河公园作为突出代表和特征，以“绿色城市”作为发展的形象追求和总的发展坐标，同时合肥作为安徽省会又是科技人文中心乃至长江中下游地区的区域中心。本次规划局标志采用的中心构图形式设计充分体现了这一特色。

2、色彩设计

本次合肥市规划局的标志图案设计主要采用绿色和蓝色作为主色调。

绿色代表健康，代表旺盛的生命力，采用绿色做为规划局标志主色调能准确的表达出规划工作是在重新塑造城市，给城市第二次生命。同时，绿色又能充分体现合肥这一“绿色城市”这一主题。蓝色是纯洁、美好和平和的象征。蓝色做为规划局标志主色调代表规划局工作处处从人性化的角度出发，以科学发展观对城市进行总体规划和建设。

发表论文

李小刚，《论后现代主义艺术存在方式的多元化》，合肥工业大学学报社科版，2006年2月第20卷第1期，P187

参 考 文 献

- 1、梅格斯（美），《二十世纪视觉传达设计史》，湖北美术出版社，1989，P1、P2
- 2、莱斯利·盖勒里·迪尔沃兹（美），盖尔·迪伯勒·芬克（美），《公共环境标识设计》，安徽科学技术出版社，2001，P5、P136、P106
- 3、H·H·阿纳森（美），《西方现代艺术史》，天津人民美术出版社，1994，P653
- 4、扬·盖尔（丹麦），拉尔斯·吉姆松（丹麦），《公共空间·公共生活》，中国建筑工业出版社，2003，P5
- 5、尹定邦，《设计学概论》，湖南科学技术出版社，1999，P177
- 6、王受之，《世界现代设计史》，新世纪出版社，1995，P93、P97、P98
- 7、韦恩·亨特（美），《环境景观识别设计》，大连理工大学出版社，2003，P14、P16
- 8、樋口正一郎（日），《巴塞罗那的环境艺术》，大连理工大学出版社，2002，P7
- 9、画报社编辑部（日）《标识—日本景观设计系列3》，辽宁科学技术出版社，2003，P3、P4、P5、P6
- 10、克莱尔·库珀·马库斯（美），卡罗琳·弗朗西斯（美），《人性场所——城市开放空间设计导则》，中国建筑工业出版社，2001，P45

插图清单

图 2-1	梅里迪安商学院校园雕塑	3
图 2-2	大波纹彩色磁砖造型	5
图 2-3	森林公园系列标识	6
图 2-4	华盛顿国立动物公园标识	7
图 3-1	龟甲占卜符号	9
图 3-2	标识字体设计	10
图 3-3	次要标示物	10
图 3-4	延伸标识主题的侧门设计	11
图 3-5	招牌的典型表现	11
图 3-6	标识性自动柜员机	12
图 3-7	动物保护中心标识	13
图 3-8	1994 美国世界杯比赛场地入口标识	14
图 3-9	长塬大街临街标识	15
图 3-10	美国汽船时代节标识模型	16
图 4-1	飞形自然公园标识	18
图 4-2	北方花园镇标识路牌	19
图 4-3	金融担保保险公司标识	20
图 4-4	飞利浦公司室内环境标识	21
图 4-5	绿色庭院统一标识	23
图 4-6	扑克牌酒吧入口标识	25
图 5-1	斗篷广场店铺标识	30
图 5-2	伍德会议中心标识	32
图 5-3	方向标识牌	33
图 5-4	交通标识	33
图 5-5	大阪市交通标识	34
图 5-6	日本兵库县尼崎福利中心壁画标识	35
图 5-7	布鲁克林动物园标识	36
图 5-8	丹佛布伦柯斯体育场系列标识	37
图 6-1	盲人指路标识	41
图 6-2	会议中心标识	43