重庆城市形象设计探讨

胡同泽 蔡旺春

(重庆大学贾易及行政学院, 重庆 400044)

【摘要】城市形象是城市整体化的精神与面貌, 重庆作为西部地区唯一的直辖市和享誉中外的历史文化名城, 肩负着继承传统和保持现代化建设的双重任务。本文在分析了城市形象设计的内涵及其战略意义后, 在传统 CI 设计的基础上, 提出了城市形象的地缘识别、人文识别和政策识别, 并就此对重庆城市形象设计进行了探讨。

【关键词】城市; 形象; 设计

【中图分类号】F299.2 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1003-3890(2004)08-0053-02

一、城市形象设计及其战略意义

城市形象是城市整体化的精神与面貌, 是城市全方位、全局性的形象, 包括城市的整体风格与面貌, 城市居民的整体价值观、精神面貌、文化水平等。城市形象设计就是将城市的整体风格与面貌等特征予以提炼与升华, 将城市的生态环境、城市标志、历史传统、文化积淀、经济支柱等要素塑造成一种表象的可以神会的内涵。

良好的城市形象是城市发展的一笔无形资产。对内可以增强城市的凝聚力、向心力, 提高市民对城市的归属感、自豪感; 对外能够迅速提高城市的知名度、美誉度, 改善投资环境、增强城市的吸引力, 促进招商引资, 促进人才、资金及其他优势资源的聚集和流动, 加速城市全方位的发展。

二、以城市 CI 设计塑造城市形象品牌

城市品牌或者说城市形象品牌是市场经济发展的产物, 是从商品品牌、企业品牌延伸出来的, 它是一个城市地理资源、历史文化、经济技术等要素被社会公众广泛认同的某种最具有典型意义的称谓。城市品牌是一个城市的特色, 是城市的一笔无形资产。良好的城市品牌可以使城市增值, 对城市经济的发展起着重要的推动作用。

CI 既可以是企业形象识别 Corporate Identity 也可以是城市形象识别 City Identity。传统的城市 CI 设计, 就是运用企业识别 CI 的基本原理, 借鉴企业形象设计的基本方法, 通过对城市形象的有关要素进行规划设计。它主要包含三个识别系统: 理念识别 MI、行为识别 BI 和视觉识别 VI。以 CI 理论为基本框架, 城市形象识别系统不仅可以从以上三个系统进行设计推广, 同时可根据城市形象固有的基本特征, 设计和推广新的识别系统。在此笔者引入了新的识别系统: 地缘识别 GI、人文识别 HI 和政策识别 PI, 并据此对重庆城市形象设计进行探讨。

(一) 地缘识别 GI

地缘识别 GI (Geography Identity), 即凭借城市的地理区位, 自然资源等优势树立个性化的城市形象。地缘识别是城市形象设计不可或缺的前提, 也是此城与彼城相互识别的基本起点。实际上, 冰城哈尔滨便是由此推广形象的。如果我们在城市形

象设计和推广时适当强调城市的地缘识别，城市形象将很有个性。

重庆位于中国西南部，长江上游，市区坐落在长江与嘉陵江交汇处，四面环山，江水环绕，城市依山傍水，层叠而上，既以江城著称，又以山城扬名。同时山城夜景也极具特色。凭高眺远，万家灯火起伏错落，银霞明灭，与两江粼粼的波光，满天闪烁的星斗交相辉映，其景奇丽醉人。所有这一切都给人以冲突之感—古老与年轻的冲突、传统与时尚的冲突、稳固的山与流动的水的冲突。为此，重庆在进行城市形象设计时，首先应充分考虑其地缘因素，运用其“山水城市”的特点，依山就势规划建筑布局，突出山势征，增加城市动感。同时把水景引入城市，在江河两岸安排城市景观轴，形成临水城市特色。重庆将出台的“渝中半岛建设规划”就是围绕“两江一面”的保护和塑造来展开的，即：一是要塑造好长江、嘉陵江环渝中半岛的水际线；二是要塑造好渝中半岛从朝天门经枇杷山、鹅岭公园、浮图关到平顶山的中央天际轮廓线；三是塑造好天际线和水际线之间的城市建筑和风景展开面。

同时长江流域经济圈就象一支箭，上海作为内地经济的龙头，是箭头，而箭与弓的交会之处就是重庆，这个支点事实上就是动力之源。又由于其是西南地区的中心、西部地区惟一的直辖市。因此在经济上重庆的城市形象可以定位为“长江上游的经济中心、西南大都会。”

(二)人文识别 HI

人文识别 HI(Humanism, Identity):整合城市的历史、文化、风俗、民族等人文状况，展示独特的文化内涵。人文识别是一个城市最持久、最具资源潜力和最有文化人类学意义的识别系统。

重庆是全国的历史文化名城之一，纵观重庆市区巴山绵延、渝水纵横，俯瞰历史源远流长，文化积淀深厚，构成了集山、水、泉、瀑、峡、洞为一体的自然景色和融巴渝文化、民族文化、移民文化、三峡文化、“陪都”文化、现代都市文化一体的浓郁文化色彩。在进行重庆城市形象设计时，要善于深入挖掘这些文化资源与文化底蕴，打造出城市的精品点和亮点。

1. 发掘城市文化内涵，以文兴城。城市本身就是一个文化实体。城市形象建设的高标准就是创建文明城市。因此发掘文化内涵，以文兴城是顺理成章的事。这就需要在合理规划的基础上加大投入，有目的地兴建文化设施，科学地组织文化娱乐活动。坚持以文兴城，对城市各方面的文化内涵发掘得越深，城市文明形象就越鲜明，城市形象建设便进入良性循环。

重庆作为西部地区唯一的直辖市和享誉中外的历史文化名城，文化设施相当缺乏，这与它的地位极不相称。这种现状引起了各方的高度重视。从2003年起到2007年，主城区的文化设施建设将掀起几十年来的新高潮，10多个具有功能性标志性的文化事业基础设施将投入使用。重庆大剧院新图书馆重庆美术馆山城电影院国泰剧院也已开工。各种文化活动相继展开，在文化建设方面都是一个良好的开端。

2. 保持城市的时代风貌、传统优势和地方特色。重庆作为直辖市，既是政治经济、文化中心，又是一座国家级历史文化名城，肩负着继承传统和保持现代化建设的双重任务。这就是说，重庆在进行城市形象建设时，必须注意历时性与共时性的特点。一个城市的历史、风俗、民族特征等都是长期积淀的结果，是一种历时性遗产，当代城市人的生活必须与历时性遗产共存，是一种共时性状况。所以在城市建设上既要有新的创造又要有旧的保留。对于历史性遗产加以保护或在尊重历史的基础上加以修缮，将时代风貌、传统优势和地方特色在一个城市集中体现。根据重庆城市的特点，在市区内可保留部分巴渝特色民居，开辟巴渝文化传统街区。如保留湖广会馆及东水门、磁器口两大传统街区，就是历史与现实的一个很好的结合。

3 以人为本，提高人的素质。城市本身就是人为了自身的各种需要而创造的一种聚居形式，没有人的创造和需要，城市就不可能出现，也没有存在的必要。因此城市管理最终就是以人为中心的管理，市民素质是城市形象建设的灵魂。市民素质的提高，除了普遍提高居民的受教育水平，提高市民的文化结构，还有赖于强化市民的道德素质教育，使他们充分认识到自己对城市应

负的责任，建设并维护好城市的发展。

(三)政策识别 PI

政策识别 PI(Policy Identity):抓住机遇，充分利用国家政府给予的特殊政策，向国内外展示其形象。上海浦东的兴起，即是政策识别的典型例子。深圳也正是利用国家给予的特殊政策，向国内外展示其形象，吸引了大量的资金，在短短的时间内由昔日的小渔村变成现代化大都市，为中国经济改革提供强大的示范作用。

重庆的直辖、三峡的修建、西部大开发，都给重庆以机遇。相应地国家在财政、税收、信贷等方面，都给予了重庆大量的特殊优惠政策。中央财政每年补助数亿元人民币专项资金，支持重庆建设。为解决三峡库区企业技术改造和生产流动资金增加联营专贷 15 亿元人民币。国家将投资上千亿元，支持西部地区的交通及能源基础设施项目建设，其中包括重庆-长沙国道主干线等项目。同时在服务贸易等领域开放试点，也优先安排在重庆。重庆应充分利用好这些特殊优惠政策，进行城市建设。

参考文献:

- [1]谢文惠. 城市经济学[M]. 北京:清华大学出版社, 1996.
- [2]粤洪淑. 巴渝文化与重庆经济的发展[J]. 渝州大学学报, 2000, (4).
- [3]城市形象设计的战略意义[N]. 人民日报, 2003-01-10.
- [4]钟健夫. 从 CI 战略看城市形象[DB/DL]. <http://www.fan.jiaren.com/chongci.htm>
- [5]我国城市开始注重“形象设计”[N]. 大众日报, 2004-02-19.
- [6]包装城市重庆开西部先河[N]. 重庆商报, 2004-02-18.