

基于地域文化下的济南城市视觉形象设计研究

刘 峰, 师 钺 珂

山东建筑大学艺术学院, 山东 济南

收稿日期: 2024年4月17日; 录用日期: 2024年6月11日; 发布日期: 2024年6月18日

摘要

随着城市化进程的不断推进, 城市视觉形象作为展示城市风采的重要窗口, 受到了越来越多的关注。本文以济南地域文化和城市视觉形象发展概况切入, 分析济南城市视觉形象发展过程中产生的问题, 结合济南地域文化, 通过对于济南城市视觉形象的设计, 提升城市形象, 打造城市名片, 同时也为其他城市的视觉形象设计提供参考借鉴。

关键词

地域文化, 泉水文化, 视觉形象设计, 济南

Research on the Visual Image Design of Jinan City Based on Regional Culture

Feng Liu, Yuezhen Shi

School of Art, Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: Apr. 17th, 2024; accepted: Jun. 11th, 2024; published: Jun. 18th, 2024

Abstract

With the continuous advancement of urbanization, the urban visual image, as an important window to showcase the city's charm, has attracted increasing attention. This paper takes the overview of Jinan's regional culture and urban visual image development as the entry point, analyzes the problems arising in the development process of Jinan's urban visual image, and combines Jinan's regional culture. Through the design of Jinan's urban visual image, the city's image is enhanced, a city business card is created, and at the same time, it also provides reference for the

visual image design of other cities.

Keywords

Regional Culture, Spring Water Culture, Visual Image Design, Jinan

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 城市视觉形象与地域文化的关系

1.1. 城市视觉形象的概念与重要性

城市作为人类社会重要的空间载体和文化集合体，其形象是对外展示城市品位、文化内涵和精神风貌的重要窗口。城市中的建筑、风景名胜、以及城市居民的生活习惯等都属于城市形象的范畴。城市视觉形象设计是城市在视觉感知上的符号化表达，是人们对城市感知、认知和评价的主要依据之一。城市视觉形象不仅仅代表着城市的外在面貌，更是一座城市文化、历史、地理、社会等多种因素的综合体现，所以做好城市视觉形象设计是十分有必要的。

1.2. 地域文化的内涵与特征

地域文化是由地理、历史和社会等因素共同塑造的独特文化现象。地域文化的形成是一个长期且不断变化的过程，但又在一定的阶段具有相对稳定的特征[1]。地域文化能够清楚地展示该地区特有的面貌。在我国，地域文化多种多样，每个地区都有自己独特的历史遗产和社会习俗。

济南作为我国历史文化名城，有着悠久的历史和丰富的文化底蕴，展现出了独特的地域文化特征。这其中涵盖了济南的泉水文化、诗词文化、岳渎文化、大舜文化等等，这些文化元素不仅影响了济南的城市风貌、而且还贯穿于人文景观和人们的日常生活中，成为济南地域文化的重要组成部分。

1.3. 城市视觉形象与地域文化的关系

地域文化不仅是城市视觉形象的内在要素，也塑造了城市的特有的建筑风格，自然景观和文化特征，大大提高了城市的辨识度。例如，西安作为十三朝古都，有着秦始皇陵兵马俑、大雁塔等历史建筑展现西安独特地域文化的同时，在西安也随处可见丰富的唐朝文化元素，比如街道边的唐文化雕塑、大唐不夜城等，这些丰富的文化元素也在展现着西安独特的文化魅力。

城市视觉形象可以通过符号化的形状展现出富有特色的地域文化特征。当进行城市形象设计时，可以深入挖掘其独特的地域文化，将地域文化转换成符号化的元素融入到城市视觉形象设计中，使城市视觉形象更加鲜明、具有其独特的地域文化特色，这样就可以更好的传播和展示该地区独特的地域文化内涵，弘扬城市特色，提升城市的影响力和传播力。

城市视觉形象与地域文化之间存在着密切的关系，二者相互依存、相辅相成。一座城市的地域文化不仅展示着这座城市独特的风貌和多元的文化特征，而且可以为城市视觉形象设计提供文化元素的参考，使其更有独特性和代表性。同时，城市视觉形象也能够直观的体现出地域文化特征，它可以将城市最具特色的文化元素集于一身，通过元素的表达呈现出一个城市的特色，进一步推动城市文化建设的城市品牌建设[2]。

2. 济南地域文化特征与城市视觉形象发展概况

2.1. 济南地域文化特征

济南的发展历史可以追溯到 2200 多年前，因其独特的泉水文化而蜚声中外。济南以“泉城”自居，拥有着丰富多样的泉水资源，如趵突泉、大明湖、黑虎泉等，形成了独特的泉水文化，城市的建筑景观、文学艺术、民俗传说和日常生活中都有着泉水文化的影子。除此之外，济南还形成了大舜文化、名士文化、商埠文化、黄河文化等地域文化特征，这些元素共同构成了济南独特的地域文化特征。济南南依泰山，北跨黄河，南高北低，形成了独特的地形格局。泉水资源的分布和地形特征相互交融，城市核心地带的地势较高，泉水众多，例如趵突泉、大明湖等，形成了“泉城”的核心地带。而城市的东西两侧，则是泉水逐渐减少，河渠纵横的平原地带，这种地形特征与泉水文化相辅相成，共同塑造了济南独特的地域文化。

泉水不仅是济南的精神核心，同时也是城市结构中的关键组成部分之一。济南是一个拥有丰富泉水资源的城市，根据 2021 年的最新数据显示，济南全市共有泉水 1209 处，其中名泉就有 950 处。这些泉水不仅以其清澈见底、水量充沛而闻名，更因其独特的景观效果而成为城市的标志性景点。例如，“天下第一泉”风景区是由一河一湖三泉四园组成的景区，其中包括了趵突泉，黑虎泉，五龙潭三大泉群，是集独特自然山水景观与浓厚历史底蕴为一体的大型旅游景区。不仅如此，济南还有许多街巷的名称也和泉水有关，如芙蓉街名字来源于街中路西的芙蓉泉，曲水亭街的名字源于泉水流出形成曲水河旁曲水亭的名字；涌泉胡同源于因泉水时常漫街而上得名等。这些都从侧面证明了泉水文化在济南地域文化中扮演着重要角色，是这座城市的灵魂。

此外，济南的泉水也在诗词歌赋中得到充分体现，历代文人墨客纷纷为济南的泉水倾倒，留下了许多千古传世的佳作。在《济南泉水诗全编》的收录中，仅清代济南泉水诗就有 3000 多首，也从侧面反映了济南独特的泉水文化，说明了自古以来泉水就影响着济南人的方方面面。

济南的城市建筑也是其地域文化的一大特色。受到地理环境和历史沿革的影响，济南的建筑多样而富有特色，在《济南园林七十家》一书中收录了多达八十多家济南古代园林，其中依泉而建的泉水园林占比达到三分之二，由此可见，自古以来，济南人的生产生活、饮食起居便与泉水息息相关^[3]。“泉标”，是济南地标性建筑。它采用天蓝色为主色调，整体造型以篆书的“泉”字为灵感，宛如三股清泉的造型蜿蜒上升，象征着济南市自古以来泉水源源不断的景象。这个“泉”字的轮廓仿佛济南这座泉城的地理形态，有如城市的发展如泉水喷涌般磅礴，充分展现了城市特色和济南人对故乡的深厚情感。整个造型流畅别致，具有很强的立体效果，形似水流翻腾。这些建筑物不仅是城市的标志性景观，也是济南地域文化的载体和表现形式。

总的来说，济南的地域文化总体上呈现出与其周边邻近城市相近，但又形成了以泉水文化为主的地域文化特征。济南的泉水文化不仅是济南城市的独特标志，更是浸润在每个济南人心中的文化符号。济南凭借着特殊的地理环境，使得泉水早已渗透进建筑景观、文学艺术、和日常生活等各个方面，使得济南这座城市呈现出丰富而独特的地域文化特征。

2.2. 济南城市视觉形象发展概况

济南作为山东省的政治、经济和文化中心，其经济发展一直处于领先地位。近年来，济南致力于推动经济结构调整和产业升级，并在文化建设方面加大对于文化产业的扶持力度，举办了泉水文化节、花朝节等特色文化活动和节庆活动，提升了城市的文化软实力，也吸引了更多的游客和文化爱好者。

早在 2008 年，济南就确定了融合“山泉河湖城”的城市 LOGO 设计，作为城市宣传符号的城市视

觉形象，并公布了相应的正辅标识，城市标识设计概念源自“山泉河湖城”的泉城自然风光，整体设计风格大方、豪放，充满了生命的气息和泉水的韵律感，活泼的人形与泉水、河流完美融合，体现“家家泉水，户户垂柳”的地域特色，展现出了人与自然的和谐统一的同时也表现出了泉城济南充满现代节奏的时尚气息。图案上半部分为山的形态，同时也是一个源于济南洛庄汉墓出土的铜透露上的鸠鸟的变形，这不仅展现了济南山色秀美的景色，还体现了济南位于古东夷文化发源地的地域文化特征。标识图案下半部分泉水的形态中还融合了鸟、荷花、柳树，这不仅凸显了济南的地域特色还寓意着和谐、美好的祝福^[4]。

近年来，通过济南标志征集活动入选的作品发现，济南城市视觉形象设计主要围绕泉水文化展开，能够展现济南独特的地域文化。然而，一些作品以“泉”字为主要设计点，缺乏与其他方面的联系，存在同质化问题，相似度过高，缺乏创意，并未充分挖掘泉城的特色。相较于济南，杭州市在视觉形象设计方面展现出了显著的优越性，其整体设计风格类似于航船，并以汉字“杭”篆书作为基础进行了演变，充分体现了中国传统文化的深厚底蕴；城市名称与其独有的视觉风格完美结合，展现了其独特性。在其展现方式中，它巧妙地融入了江南建筑的翘屋角和圆形拱门，从而凸显了中国的传统文化和江南的地域风貌。标志的右半部分蕴含了杭州知名旅游景点“三潭印月”的形象，这充分展现了杭州独特的地理风貌。除此之外，该标志还展示了杭州“大禹舍舟登陆”的历史典故，进一步凸显了杭州作为一个历史文化名城的深厚底蕴^[5]。这种设计传达了积极进取、意气风发的精神风貌，受到了市民和游客的广泛好评，极大提升了城市知名度，发挥了良好的宣传作用。目前，济南一直在努力增强其城市的文化软实力，促进文化繁荣兴盛，以实现文化和旅游的高质量发展。因此，更新体现济南地域文化特色的城市视觉形象变得更加迫切。

3. 济南城市视觉形象设计实践

3.1. 设计原则

济南作为一座历史文化名城，其城市形象设计应当充分体现其丰富的地域文化特征和历史底蕴，同时顺应城市发展的需求，突出城市的现代化、开放性和活力。基于此，济南城市视觉形象应当呈现出一个能够体现济南地域文化且符合当代设计潮流的形象设计，才能够提升城市的知名度和竞争力，吸引更多的人才，推动济南的经济、社会和文化发展。想要体现济南独特的地域文化且顺应时代发展的视觉形象设计，首先要将地域文化与现代元素进行融合。济南丰富的地域文化可以为设计提供多种多样的设计元素，可以在设计时应灵活运用现代设计元素进行融合，使设计更具时代感和活力但又体现出浓厚的地域特色。这样既保留了地域文化的独特性，又符合现代城市视觉形象的需求，使设计既具有历史传统又不失时代感。

塑造视觉形象的独特性与辨识度也是设计的关键之一。设计应该突出济南的独特地域特性和文化元素，地域文化元素应用于城市视觉形象设计中，能够在彰显城市设计独特性的同时丰富城市视觉形象设计的内容，使其在视觉上具有明显的辨识度和吸引力，让人一见即知是济南^[6]。同时，在设计中要注意统一整体形象，使各个设计元素相互配合、相互呼应，形成统一的视觉语言。

3.2. 设计思路

根据对济南地域文化的整理中发现，济南独特的泉水文化已经成为这座城市做具有代表性的地域文化特征，从古代诗词中能找到泉水的影子；从座座园林建筑中，也能看到泉水的影子，在济南非遗民俗文化里也有着像“泉城兔子王”这种带着泉水文化的非遗物件，泉水仿佛像是这座城市流淌的血液，融入到了每一个角落。所以在进行济南城市视觉形象设计时，选取泉水文化作为核心进行设计，这样有助

于强化居民和游客对济南城市身份认同的感知，增强对城市的归属感和认同感(如图 1)。



Figure 1. Visual image design of Jinan City
图 1. 济南视觉形象设计^①

在提取地域文化元素时，挑选了泉水、泉标以及荷花作为主要形象。整个标志的左侧展现了即将绽放的荷花花瓣，而右侧是像泉水水滴一样的形状。这二者组合在一起，共同形成了济南市的标志性建筑——泉标。

荷花是济南市的市花，含苞待放的花瓣展现出流畅的曲线与高雅的外形，象征着潜力和希望，预示着美好的未来和无限可能；泉水是济南的灵魂，水滴的形态凸显了济南作为泉城的独特的地域文化，泉水象征着生命、活力和清洁，意味着济南城市追求生态环境保护、文化传承和城市可持续发展的愿景；泉标的形态体现了泉水文化与现代设计的融合，泉标作为济南地标性建筑，设计的简洁明了、富有动感和视觉吸引力，是济南的标志和象征，为城市视觉形象设计注入了丰富的内涵和美好的情感。

在色彩的选择上，运用了蓝色作为设计用色。象征着泉水的蓝色，代表着济南独特的泉水文化，有助于突出城市形象，进一步增强受众对于泉城济南的认同感。其次它又象征着科技、创新，给人一种现代感、科技感。

4. 总结

地域文化是一座城市的灵魂和根基，城市视觉形象设计则是城市向外展示其品位、文化内涵和精神风貌的关键窗口。因此，一个优秀的城市视觉形象设计必须以地域文化为创作基础，运用各种元素将独特的文化内涵以符号化手法呈现给受众。只有这样，才能塑造出具有高度辨识度的形象设计，从而更好地宣传城市的地域文化，为提升城市文化软实力作出贡献。

注 释

①图 1 来源：作者自绘

参考文献

- [1] 徐俊丽. 地域文化视角下城市夜景观营造研究——以苏州为例[J]. 中国名城, 2018(12): 60-64.
- [2] 王峡. 基于地域文化视角的城市视觉形象设计[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2015(2): 179-181.
- [3] 彭栋. 济南范儿 | 从泉水诗中读懂泉水文化[EB/OL].
http://jinan.dzwww.com/qcxw/202309/t20230911_12734948.htm, 2024-04-08.
- [4] 中国各大城市形象标识(Logo)案例[EB/OL].
https://wenku.baidu.com/view/0266eb1ffad6195f312ba691.html?wkts_=1714027911914.2011-09-20, 2024-04-08.
- [5] 王国平. 生活品质之城: 杭州城市标志诞生记[M]. 杭州: 中国美术学院出版社, 2008: 91.
- [6] 黄璞, 金秋月. 地域文化对城市视觉形象设计的影响——评《视觉符号与城市形象设计》[J]. 现代城市研究, 2023(4): 134.