

户外灯光广告景观：现代城市夜景规划建设新趋向

Landscape of Outdoor Lighted Advertisement: New Trend of Planning and Constructing Night Scenes of Modern City

梁家年 Liang Jianian

内容摘要：本文从城市景观的绿色设计角度提出户外灯光广告景观理念，分析了户外灯光广告景观在城市夜景空间、色彩、经济、文化方面的特殊地位和作用，并对户外灯光广告景观规划建设的原则与途径进行了探讨。

关键词：户外灯光广告 景观 城市夜景

一、现代城市夜景

城市夜景是运用各种技术手段，以灯光为主要表现手段（如泛光照明等）和表现主体（如灯光雕塑等）的夜晚视觉艺术环境。它包括环境（如建筑物、绿地、花园、雕塑、广告、广场、街道、桥梁）、技术（如通信、音响、控制、水雾、虚拟现实等）、管理（如光污染管理、交通管制、噪声管理等）等元素，由灯光的空间系统、色彩系统、亮度系统和供电与控制系统组成。城市夜景作为现代城市景观系统的重要组成部分，是社会物质文明达到一定高度后，人们对城市景观多样化的必然要求。它不仅能表现空间、调整空间、创造空间，拓展城市景观的表达范畴，创造舒适美好的工作、生活环境，而且使城市之夜在各色灯光的交相辉映下绚丽多姿、光彩夺目，满足人们的视觉审美要求，全天候地展示城市魅力。同时，夜景的



上海南京路广告夜景

塑造提高了城市安全指数，使城市经济活动时间延长，促进了旅游与消费，推动了现代城市经济的发展。

二、户外灯光广告景观概述

1. 户外灯光广告景观

户外灯光广告景观是城市特定范围内灯光广告景物实体（如橱窗、电子显示屏、霓虹灯、店面牌匾、路牌设施标识等）视觉形象给人的综合观赏印记。作为城市信息系统、形象系统、视觉系统、景观系统（特别是城市夜景观）的重要组成部分，户外广告灯光景观是由现代科技、材料、照明、艺术综合构成的整体性连续景观，色彩绚丽璀璨、形态新颖生动、照明耀眼夺目。以结构区分，有广告牌、广告箱、显示器（屏）和电视墙广告等。按照照明方式则可分为投光式广告（通过安装在广告媒体上或附近的投光灯对广告媒体进行照明）、内照式广告（也称灯箱式，箱面采用PC板、丙烯酸树脂或磨砂玻璃等半透明材料，内置发光光源）、霓虹灯广告（以霓虹灯作为广告装饰光源，用霓虹灯管构成文字和图案，通过灯管发出不同的光色，借助于控制系统变换各种图案或变幻闪烁，是城市夜环境中最有代表性的灯光景观元素）以及导光管、全息图、光纤、显示屏、激光演示等高新材料技术的新型广告。

2. 户外灯光广告景观作用

户外灯光广告景观能够对城市景观进行选择性的夜间形象重塑，把无序的混乱变为有序的丰富，弥补城市空间形象的不足，丰富城市轮廓线。当建筑在霓虹灯光中隐去后，户外灯光广告便发挥了城市夜景作用，城市夜间空间得以延伸，使城市产生距离美、层次美、朦胧美和影像美，极富艺术感染力，提高了城市环境的综合品质。如建筑屋顶灯光广告，利用光与色改变建筑的色彩、质感、体量、形态等，使建筑组合更精彩、更协调。科学合理的灯光广告景观，能够使城市空间性质更具特色，促使城市中心商业区更加繁华、行政区更加庄严肃穆、居住区更加舒适安静、文化区更加高雅纯净。

户外灯光广告景观，使城市成为不夜之城，通过广告的诱惑作用，刺激商业活动，推动城市旅游、休闲、娱乐行业及相关产业发展，是提高经济效益和市场竞争的有效途径之一。

户外灯光广告景观增添了都市情趣，让人们感到愉悦，并在得到休息与放松后能全身心投入到工作中去，提高工作效率，直接或间接地促进了城市经济的发展，使安居乐业的城市形象全面提升。我们不能不承认，在纽约、香港等发达城市“夜经济”的繁荣中，灯光广告景观功不可没。

3. 户外灯光广告景观规划建设

基本原则

整体性原则：要求不仅体现户外灯光广告景观构成的各种物质特性，更应重视统一完美的整体效果，合理规划各构成要素。如果没有对整体效果的控制、把握与创造，再美的广告也只能是一些支离破碎或自相矛盾的局部。所以，应重视单体灯光广告与其所处环境的整体性，在强调个性特征前提下，实现户外灯光广告景观整体效果大于部分之和。

地域性原则：户外灯光广告景观的地域差别由城市独特地理、地貌或城市空间环境所决定，是广告景观有机地融于环境，蕴生出具有地方性景观特色，发挥其地标作用的深层次原因。由于自然气候迥异，城市居民行为特征与模式各具特色，生活空间环境千差万别，户外灯光广告景观便成为标榜城市独特性的象征之一。例如：云南丽江古城的店面灯光广告，就已成为其地域传统文化的象征。

经济性原则：应考虑到不同国家、地区、城市的社会生产力和消费者的支付能力，研究不同国家、地区、城市的发展态势与消费趋势，寻求在现有条件下，以最小的成本，获得最适用、优质、美观的设计，制定出切合实际的户外灯光广告景观发布策略。避免片面追求光亮效果，统筹处理灯具使用寿命、维修管理等关系。

艺术性原则：户外灯光广告景观充满文化氛围和人性情趣，是一种极富创造性的艺术形式和创造活动。照明方式、照度、光色等灯光环境要素及其组合，照明灯具及其安装等均能表现出强烈的艺术冲击力，从创意、材料到制作，都体现出现代城市人文景观因素有机统一的艺术性。

时效性原则：户外灯光广告景观的发布时间、设计形式、内容诉求、照明类型等都具有时间限定，或长期、或短期、或季节时令、或节庆假日。所以，当城市总体规划进行调整或

色彩设计中单纯化配色原理的运用研究

Beauty of 'Purity' ——Talk about Application of Principles on Simple Matching of Colors in Color Design

李莉婷 Li Liting

内容摘要：在色彩设计中，色彩美的感觉和评判离不开作品及设计师所处的时代背景。当一个时代的声音和气氛比较单一乏味时，其色彩会去寻求变化和丰富。反之，当一个时代物质充沛、信息过剩时，人们更倾向去寻找朴素、单纯的色彩感觉，追求色彩的“极少主义”。即色彩的强烈与否是建立在一定的环境背景下的。本文将试图表述单纯化配色原理在当今时代的运用和意义。

关键词：色彩设计 单纯化 配色原理

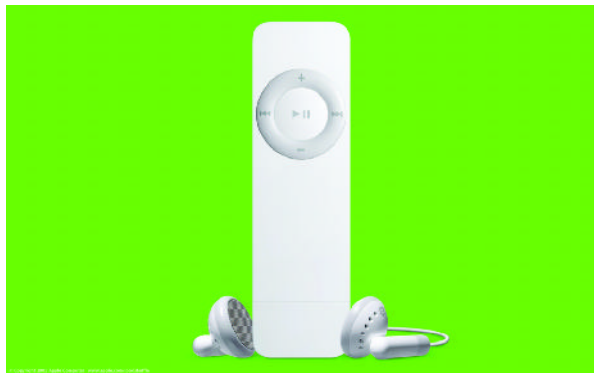
“单纯化”是配色美的原理之一，指由色彩的统一要素而决定的同色调配色。其配色往往采用一个较为明确的色调来主控，如橘红色调、紫色调、白色调等。此效果表现出简洁、明快、完整、个性较强的色彩美感特征，对于现代人而言，这是最容易给他们留下清晰视觉形象的配色方法。

单纯化配色原理是指色调趋同，尽量使变色条件单纯化，以期产生美感的一种形式。由于色彩的外在要素少了，所以要求色彩的选用更要准确，要以少胜多。对设计师而言，这种方法实际上更有难度。

单纯化配色原理的魅力在于看似简单、实则复杂，局部看是弱对比、或者无对比，但整体看则是强对比。

配色的要素越多、所传达的意义越不集中，越容易使色彩流于表面。高品质产品往往希望人们关注它的技术含量，其色彩常与单纯化原理关联。因此，单纯化原理的使用是符合当今人们追求高品质的审美特征的。

色彩中配色的方法虽然多种多样，其基本原理也固定不变，但配色美的标准和评判却是与时俱进的。当我们评论一个事物单调时，总会说它缺乏“色彩”，确实，当一个时代的整体氛围比较单一乏味时，其社会的整体色彩表现肯定是非常趋同的。在改革开放后的20世纪80年代初，禁锢多年的思想刚刚得以舒缓，大学开始招生，商品的品种增加了，工资也提高了，人们开始对物质上的需求发生了兴趣（文革期间，一方面单一的精神导向不允许关心个人生活；另外，生产能力与国民收入的低下也没有可能过多地关注物质需求）。



iPod MP3

当年的北京城如雨后春笋般新起了许多居民住宅楼，如典型的前三门、崇文门、光华路楼群——清一色的灰色玉石板楼，不管建筑的周边环境有什么不同，楼的结构与外观几乎是一模一样的。这符合单纯化原理的运用吗？不然，因为当时的建筑更多是功能上的考虑，在建筑的造型、材质、色彩以及建筑与周围的关系等方面根本谈不上什么设计。这时的色彩单调与我们强调的色彩“单纯化”有着天壤之别，但却和当时的社会物质匮乏、审美意识形态单一

修改时，要结合城市的经济条件、历史背景，充分考虑人们的生理及心理要求，进一步完善对灯光广告景观的规划，使其更符合当代艺术创作的总趋势，体现鲜明的时代特征。

创新性原则：创新是突破、变革、创造，是户外灯光广告景观艺术不断进步的灵魂。我们要打破旧的思维模式，开拓新的思维空间，更新创作观念和技术手段，积极运用新工艺、新材料、新光源，运用高新技术，创造出新的成果，实现个性化内涵与独创性表现形式的和谐统一，与时俱进。

主要途径

灯光环境方面：照明设置位置、形式、造型、色彩、规格等应与周边环境协调，不能一味追求夜间照明效果而影响交通、市政公共设施 and 居民生活，用最佳的亮度水平和亮度分布确定布灯方案，展现户外灯光广告景观的艺术构思和魅力。首先，要根据光色特性来选取光源。不同纬度地区、不同的季节，人们对光源的色温（色彩的冷暖）需求不一样，如寒带地

区或冬季宜采用4000K以下的色温光源，亚热带地区或夏季宜采用4000K以上的色温光源。根据显色性决定光源对广告画面真实颜色的显现程度（颜色逼真度）特征，应尽量采用高显色性光源来细致地展现广告画面本身的色彩和层次。交通管制信号周围10米内及其背景空间内不许设置间歇式及红、黄、绿三色灯光广告。其次，要根据户外广告媒体的材料、反射率和周边环境亮度条件选用照明灯具。相同光通量的照明灯光投射到不同质地的广告媒体上所产生的亮度是不同的，不同配光曲线的灯具营造出的广告氛围也大相径庭。根据广告媒体的高宽比及灯具安装位置选用具体高幅、宽幅的灯具，灯具数量及光源功率也应随广告媒体的反射系数、环境明暗而相应增减。第三，参照国际照明委员会CIE标准，运用计算机辅助设计等手段确定照明层次和照度，避免光污染。通过使用高光效节能电光源、高效照明灯具和照明控制设备等新技术、新产品控制能源浪费，减少对环境的污染。

建设管理方面：加强行业自律，规范经营行为，健全法制建设，使宏观管理与微观监督相结合，将户外灯光广告照明纳入城市灯光环境系统，实行微机集中控制和管理。严格户外灯光广告景观设计、施工、发布、维护、回收的建设审批程序，加大对违法、违规户外灯光广告的打击力度。

* 本文系湖北省教育厅2005年人文社会科学研究项目（2005Y091）

参考文献：

赵海天：“论城市灯光环境的科学定义和规划体系构成”，《城市规划》，2003.4。/ 陈一才：《建筑环境灯光工程设计手册》，中国建筑工业出版社，北京，2001。/ 王晓燕：《城市夜景景观规划与设计》，东南大学出版社，南京，2000。/ 梁家年：“现代城市户外广告景观规划初探”，《昆明理工大学学报》，3003.4A。/ 李巍：《设计概论》，西南师范大学出版社，重庆，2001。/ 周广郁：“室外广告投光照明”，《照明》，2004.3。

梁家年 武汉科技大学艺术设计系

