

◎ 城镇规划研究

区县城市规划展览馆布展策略研究

——以重庆市区县展览馆为例

Exhibition Strategy of Urban Planning Exhibition Hall in Outer Suburb Districts

—Taking Chongqing as an Example

徐煜辉 黎 丽 XU Yuhui, LI Li

摘 要 在对部分有代表性的省级和重庆市区县城市规划展览馆建设及布展现状进行调研的基础上,分析了区县级场馆布展存在的主要问题,并结合规划展览馆布展发展趋势和相关成功经验,从项目筹划、方案设计及实施方面有针对性地提出相应策略,以期在城市规划展览馆布展行业规范不健全的情况下为当前区县级城市规划展览馆的科学建设与布展实践提供思路。

关键词 重庆;区县;城市规划展览馆;布展策略

Abstract: Based on investigations on some representative halls in local districts and other provinces, this paper studied the current status and existing problems of urban planning exhibition hall in outer suburb districts of Chongqing. Then aiming at those problems and the fact of inadequacy of code and standard system, and combining with the development tendency and some successful experiences, it raised corresponding strategies in project planning, design and implementation of exhibition halls so as to provide some ideas for practice.

Keywords: Chongqing; Outer Suburb Districts; Urban Planning Exhibition Hall; Exhibition Strategy

随着城市化的快速发展,公众对城市规划和建设的关注及参与需求也日益增强。城市规划展览馆作为以城市为主题的专业性展览馆,在城市规划和建设中的地位逐渐凸显,“它把历史建筑和城市发展的形态进行浓缩展示,又对未来发展的近景、远景进行展示交流,是历史、现在、未来的结合”,其兴起和发展符合“城市时代”的需求。

从我国首个城市规划展览馆——上海城市规划展览馆2000年建成开放以来,城市规划展览馆的建设和发展经历了10余年的时间,作为重要的城市文化设施在大中城市得到普及,甚至在中小城市和部分乡镇也被热切关注。由于至今未形成统一的行业规范,城市规划展览馆的建设和布展尚存在诸多问题。笔者在参与区县城市规划展览馆布展建设的工作中重点考察了重庆市区县场馆的布展现状,对存在的突出问题进行了梳理和剖析,进而思考区县展览馆的布展优化策略,希望能促进我国城市规划展览馆的科学布展。

1 区县场馆建设现状

1.1 建设现状

自2005年重庆市规划展览馆开馆以来,主城区以外的远郊区县根据自身实际,

中图分类号 TU984; G269.20

文献标识码 B

文章编号 1006-2181(2013)01-0080-05

作者简介

徐煜辉:重庆大学建筑城规学院,山地城镇建设与新技术教育部重点实验室,副教授,博士生导师

黎 丽:重庆大学建筑城规学院,2010级硕士研究生;秀山土家族苗族自治县规划局,工程师

逐步将城市规划展览馆项目提上建设日程。到目前为止,全市29个远郊区县中有20个区县级城市规划展览馆(厅)已投入运营,10个区县正在进行场馆建筑主体或布展施工(其中包括4个区县的第二轮新馆建设),3个区县的场馆建设已进入筹划阶段,区县级的城市规划展览馆建设在重庆市远郊区县的覆盖率达到90%。部分区县的经济开发区、产业园区等应招商引资之需,也在进行园区规划展示场馆的建设。

由于场馆本身在上轮区县一级城市规划和建设中未作为必要的城市设施予以考虑,因此,目前投入运营的区县级场馆基本依托已有行政办公建筑、文体建筑或其它公共建筑进行改建,如涪陵、南川现有规划展览馆依托体育场馆建筑布展;綦江、垫江、彭水等区县从青少年活动中心建筑主体中开辟空间布置成城市规划展厅;江津规划展览馆利用城市广场的地下空间进行布展建设等。这些场馆的布展面积从200~2000m²不等。梁平、秀山、潼南等区县的在建新场馆得益于城市新区建设的推进,一般都选址于新区重要节点或新老城区交汇地带,或独立建设、或其它展览类建筑合建,建设环境优越,建筑形象良好,布展面积均在2000m²以上。

1.2 布展现状

在建设过程中,各远郊区县根据自身建设条件确定城市规划展览馆的功能定位、投资规模和布展方案等。布展工作由相应机构承担,具体组织和协调则大多由区县规划行政主管部门负责。工作重点集中在方案设计阶段和施工阶段,目前这两个阶段的运作模式大致有三种:(1)以室内装饰装修施工招标的方式一次性确定一家单位(允许联合投标的除外)承接场馆室内装饰设计、陈列布展设计及施工任务,该方式一般运用于小型展厅的建设;(2)分阶段招

标,通过有奖征集、政府采购或公开招标确定设计单位,待施工图设计完成后,再招标确定施工单位;(3)对策划、设计和施工等进行一体化招标。在展示内容和方式上,部分小型展厅以城市总体规划模型为展示主体,配以规划图文展板说明规划编制的具体成果,构成总体规划模型加图文看板的规划展示形态;一些规模较大的展馆在布展策划与设计上按照城市的“过去、现在和未来”3个篇章的基本模式展开。二者的共同点表现为以城市总体规划模型为核心,配合数字演示、集成等高科技展示手段进行城市规划成果的科学展示。

2 存在问题

城市规划展览馆布展工程是一项具有很强综合性和专业性的“系统工程”,虽已经过10余年的快速发展,仍存在较多问题。在对重庆市区县级场馆的调研中,通过现场参观、与承建单位座谈交流等方式调查场馆布展建设及日常运营的现状后发现,场馆的建设过程都不同程度地承受着工期短、任务重的压力。与省级场馆的布展建设相比,区县规划展览馆在人力、财力等投入有限的情况下进行城市规划展览馆的布展建设相对较为特殊,存在的问题集中体现在以下几个方面:

(1)项目建设缺乏经验,运作过程可控性差。一方面,由于城市规划展览馆是新兴的城市设施类别,具体负责建设的区县部门对场馆的特征缺乏深入了解,更谈不上有建设经验。城市规划展览馆的布展很大程度上被片面地看作是场馆室内装饰与城市规划、建设成果“陈列”二者的叠加。另一方面,没有专家团队提供全程技术咨询或指导也是导致项目推进常走“弯路”的一大因素。建设过程中,专家的专业构成多侧重于设计领域,对项目的参与大多集中在布展方案设计咨询或评审阶段,方

案设计的科学性、可实施性论证不充分导致的设计与施工脱节、设计单位和施工单位前期交流不充分影响后期工程进度、采用设计施工一体化招标的项目随着设计或施工的深入不断追加工程预算等问题较为普遍。

(2)布展模式单一,展示效果缺乏个性。通过10余年的探索,我国省市级大中型城市规划展览馆的布展建设积累了许多经验,在发展的各个阶段形成了一定的模式。与此相对比,重庆市区县级城市规划展览馆的建设主要集中在近两年,布展建设基本沿用省市级大中型场馆布展的初级模式,遵循“小而全”的空间划分原则,流线组织按照“入口区→历史文化展区→规划成果展区→建设成就展区→互动体验区”的序列,具有相对的合理性,但却造成场馆个性缺失的现实问题。布展设计单位未能结合区县级城市发展的特点和城市特色,从展示主题、展示内容、展示手法等方面进行深入挖掘、适时创新,主要表现为:对策划重视不够,场馆缺少特色鲜明、印象深刻的主题,或主题过于严肃;展示内容仅停留在表面,城市规划、建设成果展示有余,对与城市规划、建设相关的其它方面的展示则不足;与城市文化结合不够,场馆的人文和地域气息不浓;展示手法未紧扣展示内容的特点,缺少创新。

(3)场馆建设投入不菲,但综合效益不佳。首先,从日常使用看,区县级城市规划展览馆主要用于领导视察、交流考察和投资接待等活动,在很大程度上还仅仅作“对上”、“对外”的宣传和展示窗口,在服务公众方面作用不大。其次,对场馆功能、使用和运营等方面的宣传不够,场馆利用率不高。城市规划展览馆作为有效的参与平台,与服务人群之间缺乏参与→反馈→再参与的良性互动;公众了解和参与城市规划 and 建设的愿望日益强烈,但未能得到有效引导,“需求”和“满足需求”之间

出现了脱节。再次，从日常维护看，场馆展示内容大多作为一次性参观的“凝固的展品”，更新速度缓慢；建馆之初对场馆运营的经济性的考虑不足，后期维护成本压力大；区县级场馆多数时段处于闭馆状态，功能未得到充分发挥，导致闲置浪费。

3 布展策略

城市规划展览馆的布展内容涵盖社会、经济、文化、城市规划、城市建设等众多领域，在技术方面又涉及到策划、设计、设备、施工、管理等专业。以采用一体化招标方式进行布展建设的城市规划展览馆为例，从布展工作启动到场馆投入运营，先后要经历筹划、招标、设计、实施和（试）运营等5个主要阶段（图1），每个阶段又有若干不同分工。由于城市规模、服务人群、资金投入等的差异，区县级城市规划展览馆应与省市级大中型场馆错位发展、科学布展。

3.1 筹划阶段

一是组建机构。建立包括区县相关部门和专家在内的工作机构是布展工作顺利实施的关键，包括确定组织、协调的专门负责单位和协作单位，明确职责分工；组建涵盖地方文史、设计、工程经济、建筑设备、场馆运营等多个专业的专家团队，对布展工作从技术、

艺术、经济等方面进行全面指导，以弥补区县缺乏建设经验和专业技术力量的弱点。目前，重庆市推行了首席规划师制度，以此为平台，可以为区县提供更多的技术支持。

二是搜集资料、编制工作方案和招标文件。由于城市历史、地理条件、风土人情、发展阶段等的不同，每个城市规划展览馆的展示内容和特点都存在一定的差异，筹划阶段需对可能涉及的展示资料进行初步搜集和分类统计。成果既能作为专业人员编制工作方案和招标文件的依据，又可作为方案策划和设计构思的基础资料以招标文件附件的形式发放给布展设计单位，使其在较短时间内把握城市总体情况，设计出更切合地方实际的方案。为增强方案的可行性和经济可控性，在编制招标文件时，除规定完整性、功能性等常规技术要求外，还应增加工程进度安排和工程量清单及报价等方面的要求，从而有利于设计单位和业主单位从方案设计阶段开始就科学、合理地安排各个阶段的进度，有效控制建设成本。

三是确定招标方式。综合考虑区县级场馆的布展规模、人力和财力投入、建设工期等实际情况，建议采用一体化招标方式。首先，当前从事城市规划展览馆布展设计与施工的企业基本由室内设计、策划、装饰装修、模型或多媒体制作等相关企业发展而来，在从业资质方面主要有室内装饰设计资

质、建筑装饰装修工程设计与施工资质以及行业协会颁发的展览展示工程资质等，从业经验和业绩丰富的布展承建单位都拥有固定的合作团队和工作协作机制，使策划、设计和施工具备一体化的条件；其次，采用策划、设计和施工一体化招标方式可以缩短招标用时，满足建设工期要求，同时又能最大限度地避免标段之间工作衔接和协作等问题的出现，便于管理。

3.2 方案设计

3.2.1 功能定位

城市规划展览馆的功能决定于其在城市经济、社会和文化发展中所起的作用。通过建立参观、参与、交流、互动等为一体的模式，省市级城市规划展览馆形成了独特的展示文化，其职能和定位不断扩展，已经由单一性展馆发展为综合性展馆。以重庆市规划展览馆为例，其在筹划之初就确定了宣传窗口、接待“客厅”、教育基地、旅游景点、交流平台等五大功能定位，体现了服务人群多元化、展示活动多样化、各项功能相对均衡的特点。从长远来看，这也是区县级场馆发展的方向。但由于发展阶段、服务人群、布展规模等的差异，当前区县级场馆的功能定位应主次分明、逐步完善，首先需要强化“对内”的服务功能，将通过展示引导和鼓励公众参与作为首要定位，公众参与的延续性是场馆正常运营得以维系的关键；其次应重视招商引资平台的打造，使城市规划展览馆作为展示城市综合实力和发展前景的载体，在促进地方经济发展方面发挥积极作用，这也符合当前区县经济发展的实际需要；再次，城市规划展览馆的部分展品和展示手段可以将规划研究与直观展示相结合，转化为新型的实用工具，增加城市规划决策和管理的科学性；另外，有特色的场馆还可以作为城市旅游资源和建设经验的交流场所。

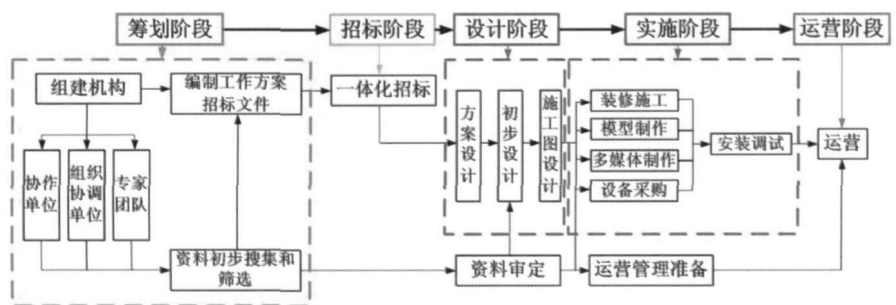


图1 城市规划展览馆采用一体化招标方式的布展流程示意图

Fig.1 exhibition flow of urban planning exhibition hall with integrated tendering manner

3.2.2 内容提炼

城市规划展览馆是城市的公共文化设施,其展示内容应与城市的历史文化紧密结合,既要城市文化作为重要的展示内容,又要将城市的文化特征合理地应用于城市规划成果的表达,以增强场馆的人文气息。在巴渝文化大背景下,重庆市远郊区县虽然山同脉、水同源,但都拥有各自独特的自然和人文资源,区县级城市规划展览馆的策划研究不能就城市论城市、就规划论规划,而应围绕城市、文化、生活等多方面进行深入发掘,凝练展示主题,塑造场馆特色。展示内容总体上不宜过于追求“全、大、专”,而应更加注重“精、简、准”,同时满足展示内容的合法性、真实性和严谨性,使信息准确、客观地传达给参观者,以避免相关的法律风险^[1]。

由于城市规划展览馆展示内容的特殊性以及区县尚处于初级发展阶段的现实,以物质空间为主体的城市发展和规划成果在很长一段时期内都将作为展示的重点内容。但对展示内容的提炼应一改“重成果、轻过程”、“重客体、轻主体”的传统,而要强化城市规划制定、决策和城市建设过程的展示,以使公众更深入地了解、理解和参与城市规划与建设。例如北川新县城抗震纪念园的“幸福馆”取名“幸福”二字,设计主题为重生于欢乐,寓意北川的明天更美好;馆内展陈了北川新县城从选址、规划、征地拆迁、建设到建成基本框架各阶段的历程,突出了“过程”和“参与的人”的展示,给人留下深刻的印象。

除技术性内容外,城市规划展览馆还应应对政策性内容进行展示。当前城乡规划政策法规在区县还处于宣传、普及阶段,普通市民对与自身利益相关的政策、信息有强烈的了解欲望,城市规划展览馆作为信息平台,有必要对地方规划和建设过程中公众普遍关心

的问题及制定的相关政策进行系统展示。与城市有关的先进理念也应得到必要的展示,如城乡统筹、绿色生态、低碳节能、新型建筑技术等等。

城市规划展览馆除展示“丰硕成果”和“美丽愿景”外,还应发挥“以史为镜”的作用。因为认知、发展阶段等的局限,区县城市规划和建设走向规范化、科学化的过程是曲折的,城市建设在一次次“试错”之后不免留下遗憾,通过对城市建设败笔等负面信息的集中、直观、生动的展示可达到对公众和决策者进行正向引导的效果。

3.2.3 空间组织

常规的城市规划展览馆空间分为入口区、历史文化展区、规划成果展区、建设成就展区、互动体验区、临展(公示)区以及办公会务等辅助区域,其中规划成果展区是核心区域,展品根据规划编制体系和内容,按照城镇体系规划、总体规划、分区规划、专项规划、详细规划、城市设计的分类依次排列,并提供“常规流线”、“VIP流线”、“专业流线”等多种流线选择,满足不同人群的参观需要。区县级场馆的展示规模和展示内容远远不及省市级大中型场馆之庞大和丰富,为避免空间划分和流线组织的单调呆板,通过分析展示内容、服务人群、功能定位等的内

在关联性(表1),可以考虑从以下方面对展示内容和空间进行适度整合,以丰富其空间内涵:一是为方便公众参与,将规划信息查询、公示、互动体验、临时展出等功能相结合,设置于底层临近入口区的位置,并使空间具有一定的弹性,以适应不同的展示模式;二是从打造高效便捷的招商引资平台出发,将城市产业和基础设施的发展与相应的专业规划展示相结合,使发展现状与规划相对应,一目了然;三是将城市历史文化与旅游发展和规划的展示相结合,以自然、人文资源推动地方旅游产业的发展,以旅游产业的发展促进资源的保护;四是充分发挥规划展览馆在辅助决策方面的作用,结合城市总体规划沙盘模型展示区设置区县规划委员会会议、规划管理决策研究或学术研讨等日常性会议用房。

另外还可结合场馆建筑形态或外部环境设置室外、半室外展示窗口,以方便公众在闭馆时段了解实时公示信息。同时应重视公共服务空间和辅助空间的设计,为开展与城市规划展览馆相关的外延活动、提高场馆利用率及场馆的商业运作创造条件。

3.2.4 展示手法

随着布展技术的发展,城市规划展览馆中的展示方式已由传统的单一

表1 区县级城市规划展览馆服务人群与功能定位的关系

Tab.1 the relationship between served people and functional orientation of urban planning exhibition hall in outer suburb districts

服务人群	功能定位	主要关注点	对应功能区
领导贵宾	考察接待	发展思路、规划推进、建设成就	总体规划展区、建设成就展区、会务区
投资商	招商引资	市情介绍、产业规划、基础设施	总体规划展区、专项规划展区、会务区
市民	公众参与	政策法规、规划信息、互动体验	公示区、互动体验区
规划管理者	辅助决策	规划研究、辅助工具	总体规划展示区、会务区
游客	城市宣传	历史文化、风土人情、旅游资源	历史文化展区、专项规划展区
学者	展览交流	规划成果、展示效果	会务区

视觉空间体验转向多感官与多媒体的互动体验,这种多元的展示方式符合城市规划展览馆多层次的功能定位^[2]。城市规划展览馆的展示有别于博物馆、科技馆等专业场馆,其布展设计需充分结合城乡规划学科、城市文化和展示内容的特征,推敲最佳的展示方式,对专业化和技术化的展示内容进行通俗化表达。从建设和维护成本的角度考虑,区县级场馆在展示手法上要遵循以传统为主、高科技为辅的原则,合理分配资金投入。展板、灯箱、液晶屏等传统的静态展示手法承载的信息量较小,但建设成本低,易于加工和更换,应作为区县级场馆的主要展示手法。为避免这些以图文为主的展示方式沦为简单的图片展示,在设计时可通过观众参观过程的动态化增强展示内容的趣味性。将高科技设备重点运用在需要强化表现力和冲击力的城市总体规划展区,采用立体模型、声光电集成技术等展示方法可有效增强观众的认知效果。对3D、4D影院等现阶段较流行的设备则应充分结合投资预算及使用频率逐步完善。当文化设施集中布局时要统筹建设,避免重复投入。

另外,布展设计还应充分结合建筑空间、建筑材料的表达,以达到“空间、展示、材质”三者的有机结合。如果场馆建筑形象和周边环境良好,室内布展设计还应与场馆的建筑外观及外部环境取得呼应,例如杭州市规划展览馆即将室内布展与建筑形态紧密结合,利用从场馆的玻璃屋顶直射而入的自然光打造“阳光长廊”,在节能环保的同时寓意公平、公正、公开的“阳光规划”^[3]。展示背景的设计要具有一定的

灵活性和适应性,以利于展示内容的更新,满足动态性和时效性要求。此外,将地方建筑材料、城市文化与展示内容的表达有机结合既符合规划展览馆布展生态化、人文化的发展趋势,又利于产品的加工和市场供给。

3.3 布展阶段

承建单位在方案设计初期就要充分考虑并逐步优化工程进度计划,包括方案设计、方案深化、施工图设计、制作、装饰、安装、调试等各个环节的工期,一些项目还需要充分结合场馆建筑主体的施工进度,才能为布展阶段工作的推进创造良好宽松的时限条件。各环节的工作都必须在布展大纲和施工图的总体框架下进行。由于分工的存在,城市规划展览馆的布展工程在施工图设计完成后,一些环节的工作可以在一定时间内同时进行:模型制作团队负责总体规划沙盘等相关模型的制作,多媒体制作团队负责软件开发和集成,设备供应商根据订货清单提供相应的设备器材及技术指导,等等。制作、装饰、安装工作全部就绪后即进入调试阶段,在此期间,场馆运营管理团队也可以进入准备阶段。除装饰装修施工和运营准备外,上述工作基本都是异地制作、本地安装,故各环节的信息共享与反馈是布展阶段工作顺利进行的关键。

4 结语

在城市的不同发展阶段,规划展览馆承担着不同的主体职能,其展示重点和布展策略也具有差异。总体而言,

区县级城市规划展览馆要充分发挥自身服务功能、增强吸引力;布展建设要“以人为本”,遵循定位合理、规模适度、方式灵活、特色鲜明的原则;后期运营要积极引导公众参与,通过建立有效的更新机制,有针对性地开展以城市为主题的多元化展示活动,确保公众参与的延续性,这是规划展览馆的活力之源。

参考文献:

- [1] 杨春, 杭鑫, 杨茂成. 城市规划展览馆建设实践中的法律风险分析——以杭州市城市规划展览馆建设为例[J]. 规划师, 2011, 27(08): 71-74, 81.
- [2] 孙勇. 新概念新展馆——天津规划展览馆设计过程解析[D]. 天津: 天津大学, 2011: 105.
- [3] 陈林夕, 李晖. 最忆是杭州——杭州规划展览馆[J]. 室内设计与装修, 2009(02): 38-41.

图表来源:

图1: 作者绘制

表1: 作者绘制

收稿日期: 2012-10-28