

# 城市品牌视角下我国街具设计的文献综述

何佳, 王昕

深圳大学, 艺术学院, 广东 深圳

收稿日期: 2022年1月28日; 录用日期: 2022年2月22日; 发布日期: 2022年3月1日

## 摘要

为了更好地建设城市, 本文通过相关文献的梳理和归纳, 建立街具与城市中的空间、人、信息的研究框架, 在城市品牌的战略层面提出街具研究发展的方向和面临的挑战。目前我国的街具研究可总结为“街具体现城市的文化内涵和地域特色”、“街具应形成可识别的绿色城市景观”、“街具的发展来自于城市的系统管理”等观点。并展望国内进行街具研究的方向: 生态化、系统化的街具设计与管理、从城市顾客感知设计街具以及明确街具在城市中的价值。

## 关键词

街具设计, 城市品牌, 公共空间, 文献综述

# Literature Review on Urban Furniture Design in China from the Perspective of City Brand

Jia He, Xin Wang

School of Art, Shenzhen University, Shenzhen Guangdong

Received: Jan. 28<sup>th</sup>, 2022; accepted: Feb. 22<sup>nd</sup>, 2022; published: Mar. 1<sup>st</sup>, 2022

## Abstract

In order to better construct the city, the thesis establishes the research framework between urban furniture and the space, people and information of city, and puts forward the direction and challenge of the research and development on the strategic level of the city brand, by sorting out and summarizing the relevant literature. Nowadays, the researches on urban furniture in China can be mainly summarized as follows: Urban furniture embodies the cultural connotation and regional

文章引用: 何佳, 王昕. 城市品牌视角下我国街具设计的文献综述[J]. 设计, 2022, 7(1): 1-8.

DOI: [10.12677/design.2022.71001](https://doi.org/10.12677/design.2022.71001)

characteristics of the city; Urban furniture should form a recognizable green urban landscape; The development of urban furniture comes from the systematic management of the city. This paper also looks forward to the research direction of urban furniture in China from three aspects: ecological and systematic design and management of urban furniture, perception for the design of urban furniture from the customers of the city and the recognition of the value of urban furniture in the city.

## Keywords

Urban Furniture Design, City Brand, Public Space, Literature Review

Copyright © 2022 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. 引言

街具, 也被称为“城市家具”、“街道家具”等, 如城市中的座椅、路灯、护栏等公共设施, 它的设置是为了满足城市中交通、休息娱乐和信息获取等多样化的需求, 见图 1。但城市中的街具不是独立的设施, 而是改善城市形象, 使得城市中的人与空间的互动关系更为丰富多元的系统。街具体现出一座城市的品牌形象, 反映出城市的风土人情、居民的生活习惯, 更为城市的发展创造价值。在城市的演变进程中, 街具逐步囊括了一座城市的历史足迹, 是城市的缩影。国内对街具的造型、色彩和材质的讨论一直是研究街具的主题, 但街具与城市公共空间共生的生态设计, 街具的人文设计, 街具的规范标准等都是塑造城市品牌、强化城市印记的重要部分。关于街具设计的研究, 国外起步早、进程快、内容丰富, 而我国的研究现状则是起步晚, 研究成果总量较少。随着我国城市化进程的快速发展, 新时代的街具设计与管理逐渐受到了学界的关注, 呈现出良好的发展态势。要提升国内的城市竞争力, 需更好地建立城市品牌, 对相关文献的梳理能发掘国内街具研究的热点, 填补国内街具研究领域的不足, 完善、丰富街具的研究内容。

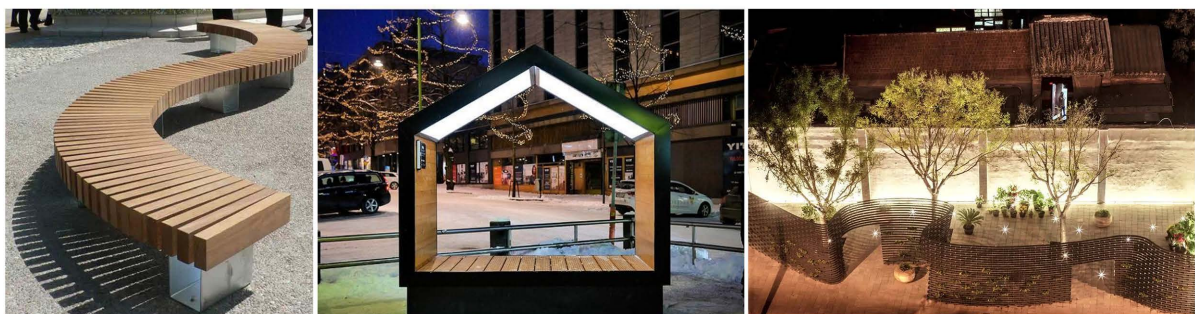


Figure 1. Schematic diagram of urban furniture

图 1. 街具示意图

## 2. 街具与城市形象

我国的城市品牌研究兴起于城市形象研究[1], 城市形象一方面可概括为城市的景观风貌, 另一方面是居民、游客对城市的特定记忆。在全球化的背景之下, 具有可持续性且易被识别的城市形象是塑造城

市品牌的关键, 要建立具有生命力的城市形象, 需将城市的物质环境外貌作为载体, 同时结合城市的特色文化, 才有连续的文化运作。在构建人们的城市印象时, 路径、边缘、区域、节点和地标是基本的五个元素[2], 而街具在其中具有重要的构成作用。在街具的开发过程中, 需要以城市的文化内涵为核心, 围绕城市独有的精神来进行设计。

## 2.1. 街具与城市文化

城市文化伴随着互联网技术的高速发展, 已与数字文化有所交叉, 有可持续发展的文化生态本质[3], 应考虑街具的造型、色彩、材质等构成的物理体系与城市形象的协调性, 从而更好地与城市的文化特性呼应, 准确表达城市的文化精神, 得到人们美学上的认同。杨玲[4]从关爱性的功能、愉悦性的审美和反思性的象征意义三个方面, 对街具系统的设计提出了分析、整合和创新的设计模式, 强调应从城市文化中抽取符号来传达城市的本土文化。作为城市公共设施的街具应具有引导性功能, 即具备传达信息、规范人们行为的作用。林璐[5]基于需求探索提出了街具对城市居民的引导、地域文脉和环境特征的引导、城市居民的精神需求的引导、街具通过系列化或品牌化从而对提升城市品牌形象的引导等四个层面, 对街具的引导作用从物理功能延伸到城市形象的塑造。

## 2.2. 街具与城市意象

城市的特色取决于城市整体意象, 对地域文化特色的提炼是城市品牌定位战略中的关键步骤, 同时影响着城市意象在街具中的表现形式。在当前街具趋于同质化的背景下, 寇树芳[6]具体地阐述了文化符号在街具设计中的实际应用, 肖丽等[7]结合实地考察的方法, 指出应在现代审美需求的指导下, 提炼、组合地域的显隐文化符号, 并结合时下新材料、新技术来进行设计。张晓开等[8]立足于城市品牌战略, 从城市的个性、视觉形象和特色内涵来论证城市意象对街具设计的影响。

以上就街具与城市意象的关系提出了具有地域文化特色的设计思考, 邵慧[9]则针对街具缺乏地域特色的现状, 将街具置于不同城市环境中进行分析, 从而提出结合城市意象进行街具设计的广泛策略。杨凯凌等[10]以城市 CI 理论为基础, 分别从城市理念识别、城市行为识别和城市视觉识别对街具的文化精神、使用模式和造型色彩进行研究, 总结城市 CI 语境下开发街具的方法论。

## 2.3. 小结

街具的审美风格和造型功能都与城市的文化内涵息息相关, 建立城市形象要有对外传播的视野[11], 在城市品牌定位清晰的情况下, 街具的设计要在新时代的智联思想中体现出城市文化特色, 才能在公共空间中营造独特的城市意象、实现城市间的差异。如何在城市化进程中准确地表达城市特色, 需要不断的实践。

## 3. 街具与城市空间

城市中的公共空间, 如街道、公共绿地、广场等, 是展示出城市面貌的“窗口”, 恰到好处且优美的空间景观会为所在城市的人们营造更好的亲切感。游客凝视理论中指出, 人们去游览一座城市, 是在城市景观中寻找已知的特色[12]。街具是城市景观中的标志, 是城市品牌形象的直观体现。

### 3.1. 街具与城市景观

城市景观是城市品牌形象的外在体现, 公共空间中的街具是城市景观与人互动的载体。基于街具与城市公共空间的整体关系, 安从工等[13]指出街具应当依据城市景观的配合整体、核心节点、场所意境和文化表达四个方面重点设计, 具备人性、亲切且和谐的属性。张秋梅[14]则主要对街具与城市空间的互动

展开评述, 强调街具应形成并强化城市景观的氛围。匡富春等[15]将人与空间的联系作为研究主体, 思考街具在城市景观中所扮演的角色。孙磊[16]论述了在街具与城市景观紧密联系的情况下, 要从街具的环境因素来系统设计。李杰等[17]将街具的设计体系以休闲为导向, 结合了设计美学和生态美学讨论街具在城市景观中的造型设计方法和审美价值。如香港市中心的 Walk DVRC 项目中设置了以香港饮食文化为灵感, 汽车电池为座位底部的 LED 提供动力的街道篮筐和移动座椅, 见图 2, 在强化城市氛围的基础上结合生态设计, 有利于城市品牌的持续发展。



Figure 2. The urban furniture of Walk DVRC Hong Kong Central Park Street Project  
图 2. Walk DVRC 香港市中心公园街道项目街具

在街具与城市的生态景观方面, 王志成等[18]将街具在城市景观中表现的形态概括为自然形态、人工形态和抽象形态, 区分街具在生态环境中的成因。张小开等[19]细致地解构了城市景观形象的要素, 从微观到宏观的层次分析了街具在城市景观中的存在方式。周术等[20]从街具的数量、布局、风格探讨街具如何与城市生态共生, 但对“共生”没有展开论述街具如何在城市中形成循环利用的体系。

### 3.2. 街具在空间中的布局与设置

街具的设计开发方案, 除了造型色彩的物理计划, 还有街具在环境中的布局设置计划, 街具的合理分布既能带来良好的使用体验, 更能提升城市环境的品质。万敏等[21]将城市公共环境设施总况按五大功能属性划分类型, 根据运用于工程建设领域的标准图分类索引式设计方法和用于历史街区的类型学规划设计方法, 为街具设置规划了思想框架。胡峰等[22]通过定量、定点和定性, 将区域从“一般”到“重点”进行划分, 虽没有提出一般区域和重点区域的划分依据, 但为街道管理和街具设置提供了思路。邓一凌等[23]利用步行环境评估网站, 依据国内 35 个城市的步行分数划分国内城市的步行环境, 汇总了国内城市空间中存在的问题, 并对重点步行环境要素如人行道和街具等提出对策, 对于研究步行环境中的街具设置有一定的参考价值。

### 3.3. 小结

街具的生态设计是城市重新获得活力的方法, 基于可持续发展原则的生态街具研究成果较少, 缺乏街具的设置和布局研究, 一定程度上反映出我国需要加强绿色城市空间的建设。由于城市环境的差异, 街具在城市空间中的布局与设置, 必须要充分考虑街道环境和城市空间的统一定位, 协调城市环境和社会环境的矛盾, 街具的生态规划设计需要得到有关部门和当地社区的支持, 进行全方位的规划, 建设周期漫长, 是极具难度的挑战。

## 4. 街具与城市中的人

将城市品牌定位于人的心智中, 能够提升城市居民的满意度与自豪感。街具满足人们交通、休闲和

娱乐方面的基本需求,但却不是冰冷的设施,人们也因心理、对城市的期望而有不同的要求。城市中的人是城市品牌的重要研究对象,街具需要从人文关怀展开设计。

#### 4.1. 街具设计中的情感需求

城市品牌化的终极目标是让城市所服务的群体建立起对城市的偏好和忠诚度[24],企业者、非营利组织或访问者都是维持城市活力的源泉,城市品牌的有效性取决于当地居民的支持,在这个基础上,富有情感的城市生活更能吸引稳定的居民。

卜颖辉[25]基于感性视角,利用街具的感性因素来表达城市意境。王汝军等[26]以格式塔心理学为基础,论证了街具是人们心理情感中的“价值凹地”,从人们的心理角度来分析街具有助于连接街具与人的情感链条。李文嘉等[27]基于心理学情境理论,对人们的意识形态等方面结合分析,提出街具如何在城市中营造情境的具体策略。

#### 4.2. 街具设计中的功能和技术

街具通过功能、技术的改良和创新,可以使人们建立友好的互动,不论是人性化的功能设计,还是兼顾了社交网络等数字媒体的技术设计,都能使城市管理者追踪、管理城市社群。杨新海等[28]调查人们对各类环境设施的需求,梳理了街具功能的弊端并且提出解决办法,方凯伦[29]从人性关怀和历史文脉两大特点,提炼街具在功能、形式和材料的创新点,要满足公众参与感和用户体验感。代阳[30]在城市风貌微更新的背景下,提出街具的设计核心要兼顾城市与人的情感和功能,强调街具要适应多群体,扩大功能范围。

以人性化或无障碍的设计原则设计街具,能让城市体现出包容和亲切。张迪等[31]阐述了街具设计遵循无障碍设计的具体原则。罗吉等[32]指出街具在形态、材质等方面表达出人性化的设计语言。在当下的时代语境和媒介语境中,数字媒体是最典型的新媒介,其在传统媒介的基础上,能对人体感官和思维进行新的延伸[33],李悦[34]使用参数化技术改变街具在城市空间中的造型,通过数控、3D等,呈现出街具的独特功能和艺术形象。

#### 4.3. 小结

以上对街具的人文设计研究主要集中在功能、形式和造型。街具设计要真正体现人文关怀,街具后续的管理设计、街具与人的互动成为目前街具的研究趋势,城市管理者需要和城市中的互相协作,选择可行的策略来传播城市品牌形象,在街具一系列的设计体系中关注群体的情感需求,迎接技术多样性、创新性以及用户适应性的挑战。

### 5. 街具评价与城市资源

有效的城市品牌化需要品牌开发的连贯策略,并能随着时间维持自身的活力,而对街具的评价、运营和维护同样针对这座城市。街具的设计本质是一个相互协调的系统,需要动员所有有助于塑造地区未来的关键利益相关者,使用者的评价与反馈、管理者的维护与更新、居民团体和机构等的共同参与都是必不可少的关键环节。同时,在开发设计阶段赋予街具的美学价值、文化价值和功能价值,需要与落地后的维护阶段相协调,环环相扣才能保证街具的品质。

#### 5.1. 街具与设计评价

对街具的设计评价既是审视街具开发与管理进程的有效工具,也是依据城市发展响应街具未来发展方向的手段。构建系统化的街具评价体系,对提升城市的竞争力,优化城市的资源配置有重要作用。杨

琳等[35]简练概括了街具的基本考评标准, 总结街具的发展趋势。曹红霞等[36]认为街具是一种特殊的城市资源, 只有当真正投入使用后才能体现出它的资源价值。杨敏等[37]提出“城市家具标准与认证体系”, 列出街具的评价规则和评价办法, 为我国街具的设置质量树立研究标准。胡莹等[38]以加拿大温哥华对街具要素的评价指标为基础, 结合国内街具的设计特色来确立评价指标和原则, 有利于依据城市品牌的定位着重提升街具的设计品质。目前国内仍然缺少构建街具设计评价体系的研究, 街具与设计评价的意义和作用也有待探讨。

## 5.2. 街具运营与城市资源

街具的运营管理是影响城市“名片”的关键, 是对设定的街具系统计划更全面的考验。张秋梅[39]认为对街具进行生态化的运营管理, 才能将生态城市的概念落地, 并且需要从可持续发展的角度考虑社会和经济效益。李晓东等[40]以中新天津生态城的街具设计为例, 强调街具的设计和维护要基于可持续性思想, 达到“人-物-环境”的和谐发展。赵俊杰[41]基于城市的发展过程是混合多变的, 因此在城市品牌化为城市发展的大趋势下, 街具的系统化设计不只体现在“绿色”材料, 更要根据城市的经济、文化等每个环节, 在街具的功能和体验上注重生态的可持续性, 并遵循武清开发区的区域定位, 从城市品牌的角度概括性地展开设计实践。

在城市资源方面, 发达的工业、商业和多样化的文化是经济性的城市资源, 街具在街道或广场等地区的运营管理, 也向游客传播了地区运作的相关信息和整体形象, 是一种特殊的城市资源。郭婧等[42]提出“完整街具”的理念, 认为提高街道活力的计划应从完善公共活动空间的街具来提高城市的吸引力, 从而提高城市两侧土地的利用价值, 这种活力空间的培育也应该结合街具的周期管理运营, 从投入成本和商业价值等方面考虑街具对其他城市资源的影响。依据城市的品牌形象来规划街具的运营和管理体系、明确街具对城市资源的商业价值来合理运营街具, 都是城市品牌化的重要策略。

## 5.3. 小结

街具作为时刻与城市中的空间、人、信息产生互动的物理对象, 它的建设实施是一个庞大的系统工程, 不仅涉及材料、色彩、造型等物理体系, 更涉及社会认知和管理思维体系。目前, 细化街具的评价指标与体系的研究较少, 随着时代的发展, 对街具进行高效、有价值的运营管理需要街具评价数据的支撑, 是街具研究的一个重要发展方向。而明确街具对城市的商业价值有助于重视街具的设计和发展, 相关研究的缺乏可能让街具面临城市管理者对街具的怀疑。只有持续不断更新的街具, 才能给城市带来无限生机。

## 6. 结语

以城市品牌的视角整理、归纳和总结我国街具设计的相关文献, 得出学界对街具的研究呈现出多角度、学科交叉的趋势, 国内在街具领域更关注结合城市的人文特色、从人性化的角度展开设计, 也逐渐关注到城市品牌的持续运营需要绿色街具的支持、街具的更新需要城市顾客的共同参与。街具的系统设计不能单一而论, 即不能在某个阶段对单个功能展开设计, 正如街具的研究不能独立地划分, 不管是街具与城市的生态设计, 或是街具的运营环节, 都是呈优化互补、整体关联的特点。由于我国对街具的研究还在起步阶段, 街具建设仍有空缺和问题需要研究。

### 6.1. 生态化、系统化的街具设计与管理

绿色的基础设施不仅能促进就业增长, 还能降低基础设施的维护成本, 是城市保持持续活力的社会要素之一[43], 街具不仅要在外观上强化城市景观氛围, 在实际开发、运营和管理上也应体现城市的可持

续性发展理念, 整合城市当地的生态、经济和文化系统, 智慧地运用新技术对街具的布局、质量、材料、生产和程序等各个环节完整把控。要更好地塑造、提升城市品牌, 建设良好的城市, 就需要结合城市的品牌定位深入研究, 合理、科学地从街道的环境空间入手, 遵循街具的本质, 巧妙地维护街具系统的生态运营。

## 6.2. 从城市顾客感知的角度设计街具

对于顾客来说, 品牌是其对价值的感知, 是联想与感觉的结合[44], 城市顾客对城市的评价常常来源于城市的各种设施和信息的呈现, 出于主观因素, 顾客的感受、评价和印象会对城市品牌的信誉有强烈影响。通过顾客评价构建街具的评价体系, 通过顾客感知构建街具的硬性指标, 都有助于街具的人文设计。同时, 街具设计也要随着时代的发展更新可行的功能和技术, 而城市管理者如何结合城市的品牌定位, 智慧、科学地应用新技术, 这些都是有待研究的方向。

## 6.3. 明确街具在城市中的价值

国内城市品牌的相关理论已经认识到关键利益相关者的重要性, 街具的开发设置也需要利益相关者的有效策略和实施。随着城市发展, 智慧城市进程的加速, 城市品牌会随之更新, 街具的设计运营也要不断更新, 如何让城市公民、私人部门等相关者共同协作, 让城市管理者重视街具在城市中产生的社会效益和经济效益, 把街具作为一种特殊的城市资源来利用, 是城市品牌化的重要研究内容, 也是目前街具研究的发展趋势。

在街具的设计、生产、建造、使用、管理、更新、维护的一系列实施程序中, 城市的文化、城市的精神、城市的风貌、城市的秩序, 都能得以体现。在进行街具设计的相关研究时, 需参考国内外优秀的经验和成果, 挖掘更多具有价值的研究创新点, 紧密结合我国城市发展的实情与现状, 提出充分的论证。

## 参考文献

- [1] 郝胜宇. 国内城市品牌研究综述[J]. 城市问题, 2009(1): 23-28.
- [2] 凯文·林奇. 城市意象[M]. 北京: 华夏出版社, 2017.
- [3] 何序君, 陈沧杰. 城市规划视角下的城市文化建设研究述评及展望[J]. 规划师, 2012, 28(10): 96-100.
- [4] 杨玲. 城市家具设计的策略、方法与实践[J]. 包装工程, 2016, 37(8): 40-43+2.
- [5] 林璐. 引导型城市家具设计流程及应用研究[J]. 装饰, 2015(6): 130-131.
- [6] 寇树芳. 蒙古族文化符号应用于街道家具设计研究[J]. 包装工程, 2012, 33(24): 66-69.
- [7] 肖丽, 熊炎, 赵宏亚, 卢怡安. 红色文化在江西城市家具建构中的化归与呈现[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 337-344.
- [8] 张小开, 孙媛媛, 殷陈君. 城市品牌战略下街道家具的地域特色研究[J]. 商场现代化, 2011(18): 24-25.
- [9] 邵慧. 地域性因素影响下的城市家具设计[J]. 山东农业大学学报(自然科学版), 2018, 49(1): 141-143.
- [10] 杨凯凌, 王汝军. 城市 CI 语境下的城市家具设计[J]. 包装工程, 2011, 32(16): 147-150.
- [11] 莫智勇. 创意新媒体文化背景下城市形象传播策略研究[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2013, 35(7): 148-154.
- [12] 尤瑞. 游客凝视[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009.
- [13] 安从工, 李丽君. 论城市家具设计与城市公共空间的共生关系[J]. 包装工程, 2012, 33(20): 133-135+143.
- [14] 张秋梅. 城市街道家具与城市公共空间[J]. 城市问题, 2014(7): 22-25.
- [15] 匡富春, 吴智慧. 城市家具的内涵及其功能性分析[J]. 包装工程, 2013, 34(16): 39-42+85.
- [16] 孙磊. 基于环境因素的隐形形态城市家具设计研究[J]. 包装工程, 2016, 37(2): 143-146.
- [17] 李杰, 王鹤. 以休闲为导向的城市家具设计美学体系研究[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 114-118.

- [18] 志成, 叶经文. 浅析现代城市街道景观小品的艺术形态[J]. 创作与评论, 2012(7): 127-128.
- [19] 张小开, 孙媛媛. 街道家具对城市景观形象的营造方式研究[J]. 包装工程, 2011, 32(16): 35-38.
- [20] 周术, 于爱芹, 宋晓华. 街道家具与城市景观的共生[J]. 四川建筑科学研究, 2007(4): 203-206.
- [21] 万敏, 秦珊珊, 干婕. 城市家具及其类型学规划设计方法研究——以珠海市城市家具设置规划为例[J]. 中国园林, 2015, 31(12): 50-55.
- [22] 胡峰, 范京, 姚睿. 从模式化到定制化的街道语言设计——以佛山南海西部片区街道家具专项规划为例[J]. 规划师, 2016, 32(10): 79-84.
- [23] 邓一凌, 陈前虎, 过秀成. 城市步行环境存在的问题及其解决途径[J]. 城市问题, 2016(6): 47-52.
- [24] 基思·丹尼. 城市品牌理论与案例[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2014.
- [25] 卜颖辉. 谈感性视角下的街道家具设计[J]. 包装工程, 2014, 35(2): 97-100.
- [26] 王汝军, 杨凯凌. 格式塔心理学在城市家具设计中的应用探析[J]. 包装工程, 2011, 32(16): 151-154.
- [27] 李文嘉, 孔晓燕, 任梅. 城市家具的情境空间设计研究[J]. 包装工程, 2012, 33(20): 113-116.
- [28] 杨新海, 刘燕. “街道家具”供需调查及规划对策研究[J]. 苏州科技学院学报(工程技术版), 2012, 25(3): 50-54.
- [29] 方凯伦. 基于人文主义思想下的现代城市家具设计[J]. 包装工程, 2019, 40(4): 291-295.
- [30] 代阳, 张源源. 基于微更新的风貌保护区街道家具设计研究[J]. 包装工程, 42(10), 274-278.  
<http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1094.TB.20200508.0941.004.html>
- [31] 张迪, 杨韬. 城市家具中的无障碍设计[J]. 家具与室内装饰, 2013(11): 98-99.
- [32] 罗吉, 袁容焱. 人文主义影响下的城市家具设计[J]. 艺术与设计(理论), 2009(4): 190-191.
- [33] 张月, 张小开. 新媒体语境下的城市公共空间导视系统设计[J]. 包装工程, 2019, 40(2): 94-98.
- [34] 李悦. 参数化技术在城市家具设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2017, 38(14): 110-115.
- [35] 杨琳, 仲德崑. 城市环境中的“街具”设计[J]. 新建筑, 2002(3): 21-23.
- [36] 曹红霞, 林波. 城市街道家具设计的商业评价[J]. 商业文化(学术版), 2009(10): 168-169.
- [37] 杨敏, 冀晓东. 中国城市家具标准与认证体系研究[J]. 装饰, 2019(7): 29-31.
- [38] 胡莹, 黄康民. 基于层次分析法的街道家具设计评价研究[J]. 包装工程, 2020, 41(22): 330-334.  
<http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1094.TB.20200426.0841.002.html>
- [39] 张秋梅. 城市街道家具的生态设计[J]. 城市问题, 2010(4): 38-41.
- [40] 李晓东, 赵凡, 计宏伟. 中新天津生态城城市家具设计探究[J]. 包装工程, 2013, 34(8): 67-70.
- [41] 赵俊杰. 城市家具系统的生态可持续设计实践——以武清开发区为例[J]. 装饰, 2018(12): 140-141.
- [42] 郭婧, 叶楠. 国际城市街道设计动态及对北京的启示[J]. 北京规划建设, 2015(3): 36-41.
- [43] 谢京辉. 品牌经济与城市的转型升级[J]. 城市问题, 2014(6): 63-66.
- [44] Kavaratzis, M. and Ashworth, G.J. (2005) City Branding: An Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing Trick? *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, **96**, 506-514.