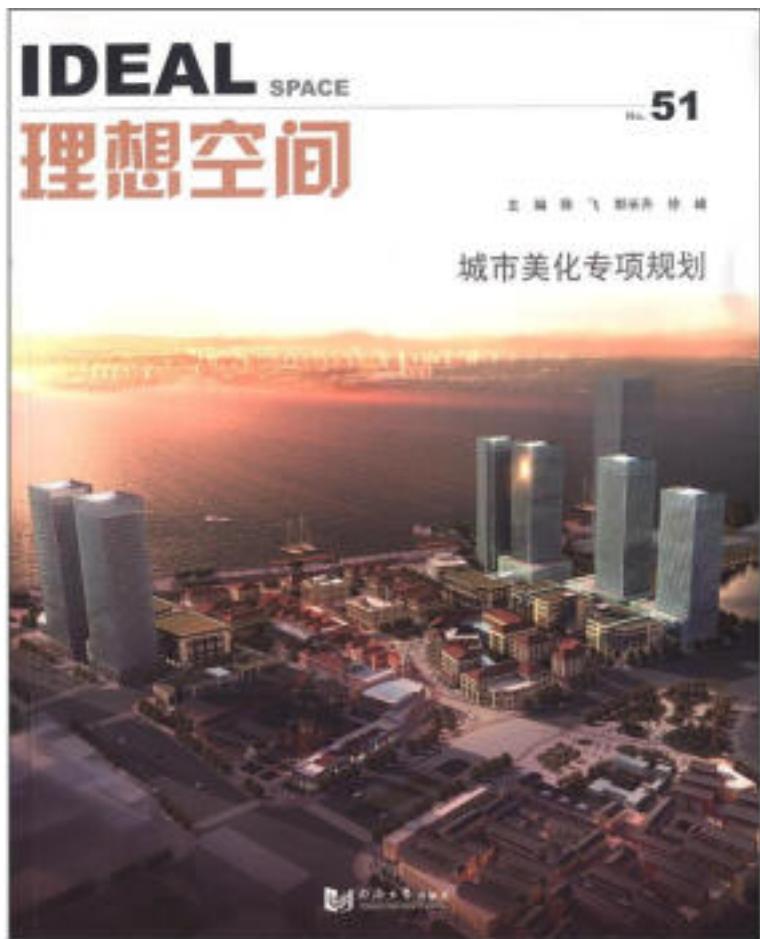


理想空间 (51) : 城市美化专项规划



[理想空间 \(51\) : 城市美化专项规划 下载链接1](#)

著者:陈飞 等 编

[理想空间 \(51\) : 城市美化专项规划 下载链接1](#)

标签

评论

公司买的，一下子好多本，送货非常快，不错的杂志，每期一个主题，挺不错的

城市美化，舒适家园！！！！！是！！

系列杂志，值得借鉴，质量不错

质量很好，内容就不多说了，理想空间系列每期必买

书本身没问题，速度快。便宜些~

好好好好好好啊好啊好啊

理想空间（51）：《城市美化专项规划》以“城市美化”为主题，包括主题论文、案例研究、他山之石等几部分内容，以项目介绍为主线，分别选取现今“城市美化”行动中三个最具代表性的规划类别——城市景观整治规划设计、户外广告规划设计、城市色彩照明规划设计为切入点，将与城市美化相关的规划编制内容与技术方法予以介绍。针对各地不同类型的城市地区所采取的编制方法和策略上的不同进行比较总结，使规划方法更为完善和易于推广。同时也有第一线的管理者对城市景观管理的体会和设想，就规划与实施之间的有效转换提供可借鉴的思路。他山之石将以国外发达地区的经验作为切入点，为中国的城市环境整治及规划设计开拓新的视角。

买过几本理想空间的书了，都挺好的，感觉现在规划专业的杂志好的不多，这个貌似还有点参考价值

同济大学出版社的理想空间系列书刊，不错的参考书，京东有的我都买了。

专业类书籍，是一本不错的专业案例介绍书籍，能从中得到很多新的思路

送给弟弟的，我没看到哦，说是还不错

好！！！！！！

理想空间的书还是比较值得看的！有很多案例值得学习！

很好！很好！很好！很好！很好！

单位买的专业书，还不错

理想空间的质量向来不错，

非常满意非常满意非常满意非常满意

同济的书，质量很不错的，京东物流给力

每期的买，对自己的工作有帮助

好！！！！！！！！～

(简称《规划》)自去年12月开始编制以来,就备受各方关注。海南省住房和城...海南新闻,国内、国际新闻,海南在线,海南...

我们黑龙江省各大小城市这2年搞主要街道立面改造，感觉效果就是形式主义。买此书学习怎么叫城市美化的专项规划，这确实就是一种专项规划。

挺好的专业参考书，内容丰富。

这种期刊还行吧，买一些看

一直喜欢理想空间的书，破了· · · · ·

图画的漂亮可以多看一下

留作资料参考使用，内容嘛

单位放的书，优惠时购买，性价比还不错

在书店看上了这本书一直想买可惜太贵又不打折，回家决定上京东看看，果然有折扣。毫不犹豫的买下了，京东速度果然非常快的，从配货到送货也很具体，快递非常好，很快收到书了。书的包装非常好，没有拆开过，非常新，可以说无论自己阅读家人阅读，收藏还是送人都特别有面子的说，特别精美各种十分美好虽然看着书本看着相对简单，但也不遑多让，塑封都很完整封面和封底的设计、绘图都十分好画让我觉得十分细腻具有收藏价值。书的封套非常精致推荐大家购买。这本书叫理想空间（51）城市美化专项规划是：360.?&陈飞，等陈飞，等写的最经典的作品之一。很多人都推荐的，比如主要讲得是关于理想空间（51）城市美化专项规划以城市美化为主题，包括主题论文、案例研究、他山之石等几部分内容，以项目介绍为主线，分别选取现今城市美化行动中三个最具代表性的规划类别——城市景观整治规划设计、户外广告规划设计、城市色彩照明规划设计为切入点，将与城市美化相关的规划编制内容与技术方法予以介绍。针对各地不同类型的城市地区所采取的编制方法和策略上的不同进行比较总结，使规划方法更为完善和易于推广。同时也有第一线的管理者对城市景观管理的体会和设想，就规划与实施之间的有效转换提供可借鉴的思路。他山之石将以国外发达地区的经验作为切入点，为中国的城市环境整治及规划设计开拓新的视角。。现在分享一些我不叫喜欢

的内容户外广告规划应引入城市设计并重视对场所营造的作用。户外广告是一种具有图像意义的当代城市景象和地理坐标。在对城市形态发展程度的评价中，除了可流动的人群及交通工具以外，户外广告是同建筑楼宇、道路交通、园林绿化并置的环境景观要素之一。户外广告既是城市公共空间物理视觉界面的组成部分，也是构成街道场所品质的重要元素。它是一种对市民生活方式和消费行为具有重要导向意义的识别系统。人们往往从户外广告了解到一个城市的经济、技术和文化水准，也了解到这个城市流行的热点，以及这个城市的治理水平。户外媒体的数量和质量，直观地反映了城市化和市场化的发育程度，也形象地传递了某种城市意象和表情或繁荣，或萧索或欣然，或无奈或蓬勃，或萎顿或奔放，或拘谨或优雅，或平庸或绚丽，或肃穆或万紫千红，或一花独放即使在数字媒体大行其道的当下，户外广告仍凭借其富有弹性的形式、体量、场所、期限及干人成本低的性价比优势，成为在真实环境中具象传播各种品牌和服务的亲密伴侣，并始终秉持差异化原则，在商业地产、旅游地产、文化地产、娱乐地产的成长过程中，独特而醒目地牢牢占据着重要路径。眼下不少城市都在编制广告设置规划，但目标取向最初大多来自快速优化景观的治理需求偏好。奉命主题先行的总规以整个城市

很喜欢:360.?&陈飞，等陈飞，等，他的每一本书几本上都有，这本理想空间（51）城市美化专项规划很不错，理想空间（51）城市美化专项规划以城市美化为主题，包括主题论文、案例研究、他山之石等几部分内容，以项目介绍为主线，分别选取现今城市美化行动中三个最具代表性的规划类别——城市景观整治规划设计、户外广告规划设计、城市色彩照明规划设计为切入点，将与城市美化相关的规划编制内容与技术方法予以介绍。针对各地不同类型的城市地区所采取的编制方法和策略上的不同进行比较总结，使规划方法更为完善和易于推广。同时也有第一线的管理者对城市景观管理的体会和设想，就规划与实施之间的有效转换提供可借鉴的思路。他山之石将以国外发达地区的经验作为切入点，为中国的城市环境整治及规划设计开拓新的视角。户外广告规划应引入城市设计并重视对场所营造的作用。户外广告是一种具有图像意义的当代城市景象和地理坐标。在对城市形态发展程度的评价中，除了可流动的人群及交通工具以外，户外广告是同建筑楼宇、道路交通、园林绿化并置的环境景观要素之一。户外广告既是城市公共空间物理视觉界面的组成部分，也是构成街道场所品质的重要元素。它是一种对市民生活方式和消费行为具有重要导向意义的识别系统。人们往往从户外广告了解到一个城市的经济、技术和文化水准，也了解到这个城市流行的热点，以及这个城市的治理水平。户外媒体的数量和质量，直观地反映了城市化和市场化的发育程度，也形象地传递了某种城市意象和表情或繁荣，或萧索或欣然，或无奈或蓬勃，或萎顿或奔放，或拘谨或优雅，或平庸或绚丽，或肃穆或万紫千红，或一花独放即使在数字媒体大行其道的当下，户外广告仍凭借其富有弹性的形式、体量、场所、期限及干人成本低的性价比优势，成为在真实环境中具象传播各种品牌和服务的亲密伴侣，并始终秉持差异化原则，在商业地产、旅游地产、文化地产、娱乐地产的成长过程中，独特而醒目地牢牢占据着重要路径。眼下不少城市都在编制广告设置规划，但目标取向最初大多来自快速优化景观的治理需求偏好。奉命主题先行的总规以整个城市广域范围纯粹秩序需求、纯洁视觉景观为导向，形成文本中的许多禁止与不得，减法为主，管制倾向强烈。一些具体区域详规墨守上位规划法内求法，因循原则，无法深入场所实际，既不生动形象，也给切实执行带来重重困难量少了，位置不理想，形式又被强制规定为只有极少几种，大品牌不愿买，小品牌买不起。简言之一致性屏蔽了丰富性，景观秩序变得单调。目标短期化的广告设置规划规则，一落地便遭遇经济学意义上的边际效用递减和法理学意义上的规范性下降，恐怕是政府管理者和规划编制者始料未及的。户外广告规划的执

[理想空间（51）：城市美化专项规划 下载链接1](#)

书评

[理想空间（51）：城市美化专项规划 下载链接1](#)