第1章　设计概述

学习目标：本章是对全书的总体概述。通过本章的学习，学生可以对设计专业有一个大概的理解，并了解设计的含义、历史及意义，以及相关设计师的观念，同时了解艺术设计及应用，以便为以后的专业学习奠定基础。

学习重点：本章重点掌握设计的含义、目的及其作用，熟练掌握其基本概念与发展趋势。

当今是信息时代，设计无处不在，其内涵和外延也在不断扩大。从生活用品到公共空间，从社会规划到整个宇宙的探索，都离不开设计。设计能使产品身价倍增，如果没有设计的概念和意识，产品应有的经济价值就得不到体现。可以说人类一开始就与“设计”分不开，同时设计也贯穿于整个人类社会的发展演变历程中。随着人类生活水准的日益提高，设计的类型越来越广而细，越来越影响人们的视觉以及心灵。因此，设计在不断地改变着人们的生活，为人类创造新文明，并为人们提供更加舒适的生活环境。（见图 1-1 ～图 1-7）

图 1-1　平面设计作品

图 1-2　平面广告设计作品

图 1-3　动漫场景设计

图 1-4　室内、室外环境设计

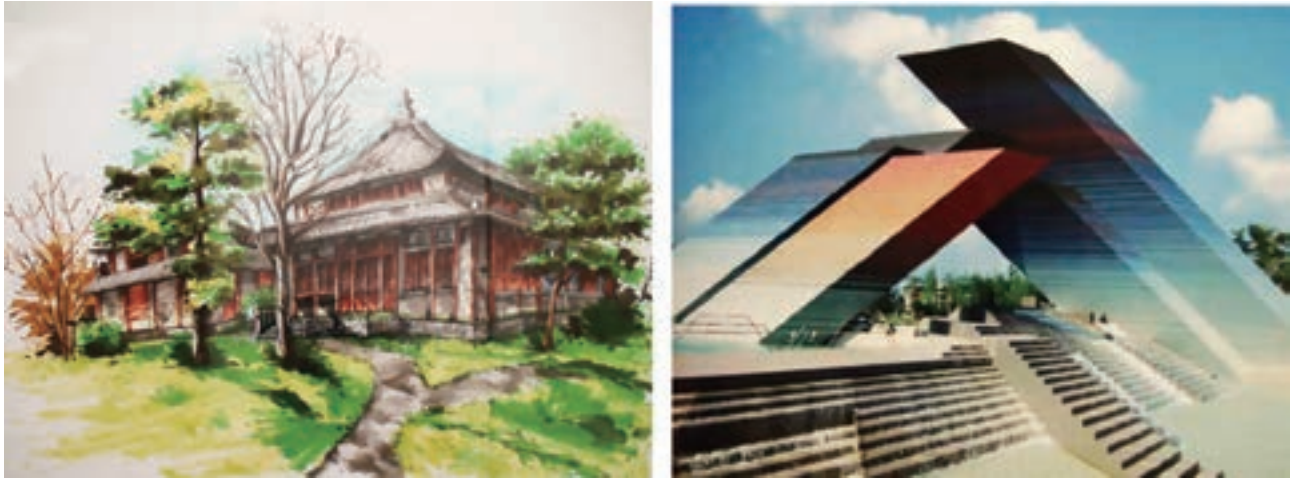

图 1-5　景观设计

图 1-6　产品设计

图 1-7　服装设计

1.1　设计的概念

“设计”在《现代汉语词典》里解释为：“在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预先制定方法、图样等。”因此，“设计”是指把一种计划、规划、设想通过某种符号（语言、文字、图样及模型等）传达出来的活动过程，是人类为实现某种目的而进行的创造性活动。张道一先生主编的《工业设计全书》中对“设计”一词的解释有三种：其一，设计是为实现某一目的而设想、计划或提出的方案，是思维、创作的动态过程，其结果最终以某种符号表达出来；其二，设计所指极为广泛，如平面设计、动漫设计、服装设计、包装设计、环境艺术设计、计算机程序设计等；其三，设计既具有符号化、语言化、文字化和图样化的静态意义，又具有构想、规划、选择和决策的动态过程。

“设计”的英文是 design，源于拉丁文，指徽章、记号等。经过历史的不断发展演变，词义的内涵和外延不断深化和扩展。15 世纪文艺复兴时期，design 指的是“艺术家心中的创作意念”；1786 版的《大不列颠百科辞典》中对 design 的解释是“艺术作品的线条、形状，在比例、动态和审美方面的协调”；1974 版的《简明不列颠百科全书》中对 design 有了更全面更明确的解释：美术方面，设计常指拟订计划的过程，又特指记在心中或者制成草图模式的具体计划。产品的设计首先指准备制成成品的部件之间的相互关系，这种设计通常要受到四种因素的限制，即材料的性能、材料加工方法所起的作用、整体上各部件的紧密配合、整体对于观赏者与使用者或受其影响者所产生的效果。在美术中，设计本身就是一种创造过程；在建筑过程中，设计仅是体现适当观念与经验的简明记录；在建筑工程和产品设计中，艺术性和工艺性有融合为一的趋势，也就是说，建筑设计师、工艺工人、制图员或工艺美术设计师既不能仅根据公式进行设计，又不能如同画家、诗人或音乐家那样自由设计。在各种艺术特别是艺术教育方面，设计一词含义广泛，尤指构图、风格和装潢。有时设计也指物件所具有的各种内在关系的体系。现在“设计”逐渐从艺术的范畴发展成具有更大外延的词汇，泛指人类为实现某种目的而进行的设想、计划和方案等，它囊括了人类的一切创造性活动，而不是仅限于艺术与工业的范围。（见图 1-8 ～图 1-15）

图 1-8　平面设计作品

图 1-9　广告设计

图 1-10　产品设计

图 1-11　服装设计

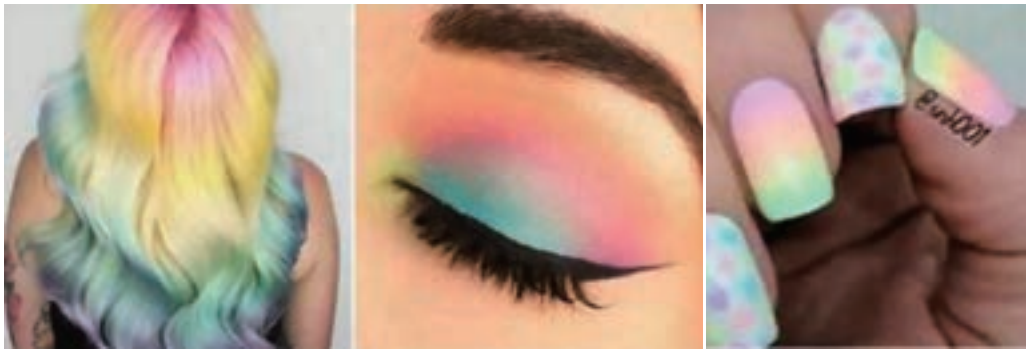

图 1-12　化妆艺术设计

图 1-13　动漫设计

图 1-14　环境艺术设计

图 1-15　标志艺术设计

1.2 设 计 简 史

设计作为人类有意识、有目的地进行的加工和制作活动，有着漫长的历史，但是对设计现象的记载和研究以及设计作为专有名词的出现，则是近百年来伴随着工业革命而产生的。为梳理设计现象的脉络，可以对设计进行不同的归类。从时空上可以将设计简要地分为中国古代设计部分和西方现代设计部分。从逻辑关系上，可以将设计简要地分为萌芽、手工艺设计和现代设计三个阶段，萌芽、手工艺设计阶段所经历的时间长，发展较缓慢；现代设计阶段经历的时间短，发展迅速。本章以梳理古代设计部分为基础，进而引入现代设计，重点从一些有影响的设计思想、设计流派、设计风格、设计师和设计作品的分析中总结设计思维，以现代情感介入现代设计。

1.2.1 中国古代设计简史

1. 远古石器

据考古发现，人类最早的有目的的创造性活动出现在距今 300 万年左右，其成果是东非古人类遗址中挖掘出的一些石器。这些石器诞生的时间并不重要，因为会有新的考古发现。重要的是这标志着人类特有的行为设计萌芽出现了。

在中国考古发现的元谋人制作的石器，是距今 170 万年以前的旧石器时代晚期的产物，主要有尖状器和砍砸器。稍晚时期，北京人使用的石器品种则有砍砸器、削刮器、尖状器、雕刻器和石锥等多种。到距今 1 万年左右的新石器时代，则出现了各种磨制的石刀、石铲、石斧等，器型更加丰富和精美，甚至还出现了加工过的骨器和两种或两种以上材料制成的复合工具。不断丰富的器物类型，不断由简单到复杂、由粗陋到精细的设计过程，以及这种由实用和美观相结合的设计思路，正是人类发展的需要。（见图 1-16 ～图 1-18）

图 1-16　距今 300 万年前的石器工具

图 1-17　距今 170 万年前的石器工具

图 1-18　距今 1 万年前的新石器工具

2．古代的陶器与瓷器

（1）陶器

距今七千年前，我们的祖先发明了制陶工艺，利用黏土在高温下烧结的特性，烧制出精美的原始彩陶和黑陶，并在很长一段时期作为容器使用。这是迄今发现的最早的采用人工方法改变一种材料化学性质的实践活动，是人类设计的一个质的飞跃。陶器的出现不仅增加了人类改造自然的信心，也开始改变了人类的生活方式，对实现从游牧向定居方式的过渡具有重要意义，人类从此进入了手工艺设计阶段。这个阶段从原始社会后期开始，经过奴隶社会、封建社会，一直延续到工业革命前。这一过程很少有基于生产的分工，因此设计与生产过程往往是统一的，这决定了设计不是单纯的脑力劳动，而是与制作密不可分的过程，设计构思在制作中完成，制作就是设计构思的外化。如原始彩陶和黑陶的制作，从一开始就不是单纯的脑力劳动，在制作中不断完善。彩陶以铁、锰为呈色剂，在红褐色的坯体上绘制图案，在 1000℃ 左右的温度下烧成后呈现红、黑纹饰。彩陶按时间分为半坡类型、庙底沟类型、马家窑类型、半山类型、马厂类型等，其中以半坡类型和马家窑类型为代表。半坡类型彩陶以卷唇盆、圆底盆、小口尖底瓶、葫芦形器为主，图案多以红坯上绘黑彩的人面纹、鱼纹、蛙纹等为主；马家窑类型主要以抽象线纹的罐、盆为主。这些造型以实用为主，图案是日常生活中常见的形象加以抽象表现，把一种和谐、美好的愿望表达出来。在后期发明的黑陶技艺中，先人们已经把制陶工艺发展到一个很高水平，在实践中利用掺碳方法，提高了泥土的可塑性，再采用轮制方法，即可烧出黑亮、精美的黑陶。（见图 1-19 ～图 1-24）

图 1-19　半坡彩陶

图 1-20　庙底沟彩陶

图 1-21　马家窑彩陶

图 1-22　半山彩陶

图 1-23　马厂彩陶

图 1-24　龙山黑陶

秦汉时期的陶器，因其价格低廉已进入普通百姓家庭之中。以后随着瓷器登上历史舞台，陶器慢慢淡出人们的视线，现在只能从秦汉时期的制陶随葬品中领略到陶器曾经的光辉。尤其是秦始皇兵马俑，以其体形高大、手法简练、气势恢宏，令人叹为观止。此外，汉代充满生活气息的陶塑和陶俑，也以其生动的造型、滑稽的表情，让人印象深刻。（见图 1-25 ～图 1-27）

图 1-25　兵马俑 1 号坑和陶俑

图 1-26　兵马俑 3 号坑和陶俑

图 1-27　汉代说唱俑

陶发展到唐代，出现了陶坯挂铅釉的低温铅釉陶器，因釉五颜六色、绚丽多彩而形成唐三彩的独特工艺。唐三彩采用的是高温素烧、低温釉烧的二次烧成工艺。唐三彩烧制时常用黄、绿、褐彩，在低温烧制过程中，铅釉流动性很大，且矿物的熔点不同，用不同分量的铅溶剂使不同熔点的色剂趋于接近的熔点，因而各色相容而成错综复杂的流釉效果。常见的唐三彩有雕塑和器皿，雕塑内容多为马、骆驼、俑等，器皿有盆、香炉等。宋代的宋三彩，其色彩就比较清晰、素雅了。（见图 1-28 和图 1-29）

图 1-28　唐三彩骆驼

图 1-29　唐三彩马和仕女

紫砂是一种高温陶，质地细腻，含铁量高，较常见的有赤褐色、淡黄色和黑紫色，材料的主要产地是江苏宜兴。紫砂从明清开始成为陶器中的新贵。与粗陶和细瓷相比，紫砂更利于泡茶，且能长久保持茶味不变。因紫砂造型多样、高雅别致、做工精细而备受文人的推崇。明代的制壶大师首推供春，他制作的壶叫“供春壶”，因其造型古朴、色泽深沉而广受当时人们的喜爱。其后又出现了许多的制壶大师，也各有千秋。（见图 1-30 和图 1-31）

图 1-30　明代供春制作的“供春壶”和李茂林制作的“僧帽壶”

图 1-31　明清紫砂壶

（2）瓷器

瓷器是中国的骄傲，瓷器的发明对世界文明有巨大的贡献。它的发展经历了原始瓷器、青瓷、白瓷、彩绘瓷、颜色釉、青花瓷几个阶段。原始瓷器在商代就已出现，历经周代，至东汉时发展成熟。六朝瓷器成为最主要的日用品种，最早发展起来的是青瓷。从唐代开始，制瓷业迅速发展，尤其是以北方邢窑为中心生产的白瓷，南方越窑为中心生产的青瓷，形成南青北白的局面。白瓷洁白细腻，成为上至王侯下至百姓都可以使用的日用瓷，也为以后釉上彩绘奠定了基础。青瓷清雅如玉，尤其是青瓷中的秘色瓷，其外表如冰似玉且少而精，因此专供封建帝王“御用”和宗教供奉之用。（见图 1-32 ～图 1-35）

图 1-32　原始瓷青釉鐎斗

图 1-33　北方邢窑白瓷

图 1-34　南方越窑青瓷

图 1-35　封建帝王“御用”秘色瓷

宋代是中国瓷器发展的鼎盛时期，形成了著名的五大名窑，即定窑、钧窑、汝窑、官窑、哥窑，此外，还有建窑、磁州窑、耀州窑等。宋瓷重釉色美，定窑白瓷细腻精致，汝窑以玛瑙入釉烧出莹润的青瓷，官窑和哥窑的开片瓷器等都独具特色。宋瓷造型优美简洁，比例严谨，创造了工艺美的典范，如梅瓶、玉壶春瓶、斗笠碗以及仿古的各式炉和洗等。宋瓷上面有装饰花纹，慢慢形成了吉祥纹样的图案。（见图 1-36 ～图 1-39）

图 1-36　汝窑青瓷、定窑白瓷、钧窑窑变瓷

图 1-37　官窑、哥窑的开片瓷

图 1-38　建窑、磁州窑、耀州窑瓷

图 1-39　梅瓶、玉壶春瓶、斗笠碗造型瓷

元代景德镇因盛产高岭土而成为制瓷中心，此后历代统治者纷纷在此设置制瓷机构和督陶官，使景德镇成为名副其实的瓷都。此时颜色釉和彩绘瓷盛行，尤其是青花、釉里红和斗彩开始流行且最为著名。青花瓷是一种釉下彩绘瓷，使用氧化钴为呈色剂，在胎上绘制图案，然后上透明釉，经高温烧成，呈现白地蓝花的效果，成为元代重要瓷器品类之一，也开启了从青花向彩绘瓷的过渡，形成了中华民族传统的审美情趣。（见图 1-40）

图 1-40　元青花和青花釉里红斗彩瓷

明代以白瓷为主，并走进了彩绘世界，瓷胎也趋向薄、细、白，坯身上记款从当时开始，年号、人名、堂号都有。明代青花瓷也得到了空前的发展，青花颜料和釉配合得很好，一改积釉现象，使画面流程自然。（见图 1-41）

图 1-41　明青花和记款形式

清代康熙、雍正、乾隆时期瓷器达到空前的兴盛，尤其是官窑青花瓷泥质细腻，做工精致，其中最为著名的粉彩、五彩、珐琅彩绚丽多彩，多出自宫廷画师之手。釉色也出现了新的发展，郎红、霁蓝、胭脂红争奇斗艳，缺点是外表过分华丽，图案过于繁复。（见图 1-42 和图 1-43）

图 1-42　清代粉彩、五彩、珐琅彩瓷器

图 1-43　清代青花瓷、郎红、霁蓝瓷器

3．古代的青铜器

“青铜”是我们的先人在掌握金属冶炼技术后制作出的一种新的合成材料。历史学家把中国的奴隶制时代称为“青铜时代”。青铜使用开始于新石器时代晚期，迄今发现的最早的一件青铜器是甘肃东乡出土的青铜刀，经碳 14 放射性同位素测定，其生产年代约为公元前 18 世纪，相当于夏代初期。到先秦时代，形成青铜器的高度发展期。（见图 1-44）

图 1-44　甘肃东乡出土的青铜刀

青铜是铜、锡和铅的合金，熔点低，硬度大，易铸造。青铜器的成型一般使用陶范法，如果希望制作精良，还要使用石蜡法，

可以按照设计者的需要自由地创造适用而美观的器形。在设计上为展现设计思想提供了广阔天地和较大自由，可以说是继制陶之后人类设计史上的又一大飞跃，甚至可以说是体现国家社稷尊严与庄严、表征身份与地位的带有强烈礼制色彩的特殊器物。青铜器品种丰富，涉及当时人们生活的方方面面，如饮食器、兵器、乐器及马具、带饰等，能反映商周时期设计特色和制作水准。

青铜器按用途可以分为以下几种类型。

（1）生产工具

据古籍记载及现今发现的遗物证明，奴隶社会时期青铜器的农具和工具种类、数量很多，基本的农具包括铲、锄、镰、锚等。日用工具也大量采用青铜制作，常见的有斧、斤等砍削工具。（见图 1-45）

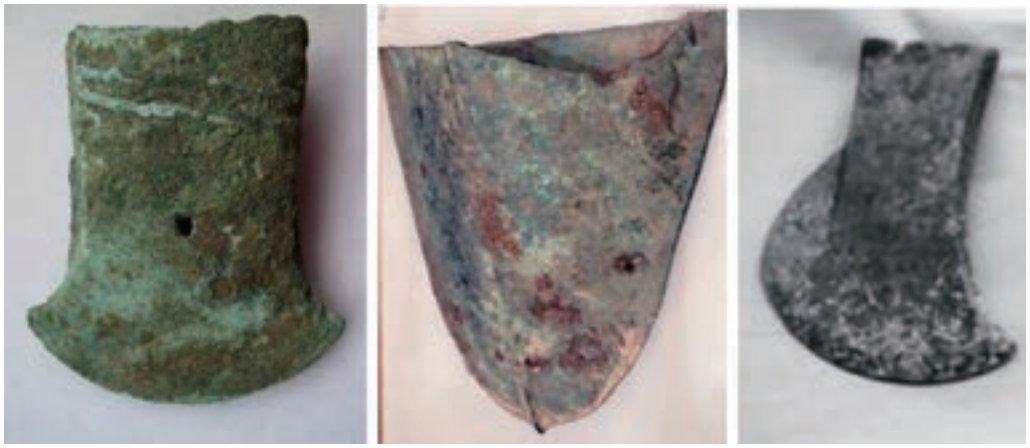

图 1-45　青铜农具

（2）兵器

比起生产工具来，青铜更多地用于兵器的制造。在战争频繁的奴隶制社会里，青铜兵器是奴隶主国家必不可少的装备，最常见的兵器有戈、矛、戚、刀、剑、弓、箭、弩机、胄等。（见图 1-46）

图 1-46　青铜兵器

（3）饪食器

饪食器是指用于烹煮食物的器皿，同兵器一样，其中的一部分逐渐转化为礼器和祭器，最主要的有鼎、鬲、豆、簋、簋等。特别是“鼎”为国之重器，在使用上有着相当严格的等级规定。天子九鼎，诸侯七鼎，大夫五鼎，元

士三鼎或一鼎。早期的鼎以体重显示其主人的身份和地位。如司母戊大方鼎是迄今为止发现的最大、最重的青铜器，重约 832.84 千克，高 133 厘米，口长 110 厘米，宽 78 厘米，足高 46 厘米，壁厚 6 厘米。（见图 1-47）

图 1-47　青铜司母戊大方鼎和青铜食器鬲和簋

（4）酒器

由于饮酒的风尚在奴隶主中广为流行，所以为这个习尚服务的器皿特别多，也特别讲究，主要有爵、角、斝、觚、觥等饮酒器，尊、壶、彝等盛酒器，勺、斗、禁等担酒器。（见图 1-48 和图 1-49）

图 1-48　青铜爵、角、斝、觚、觥酒器

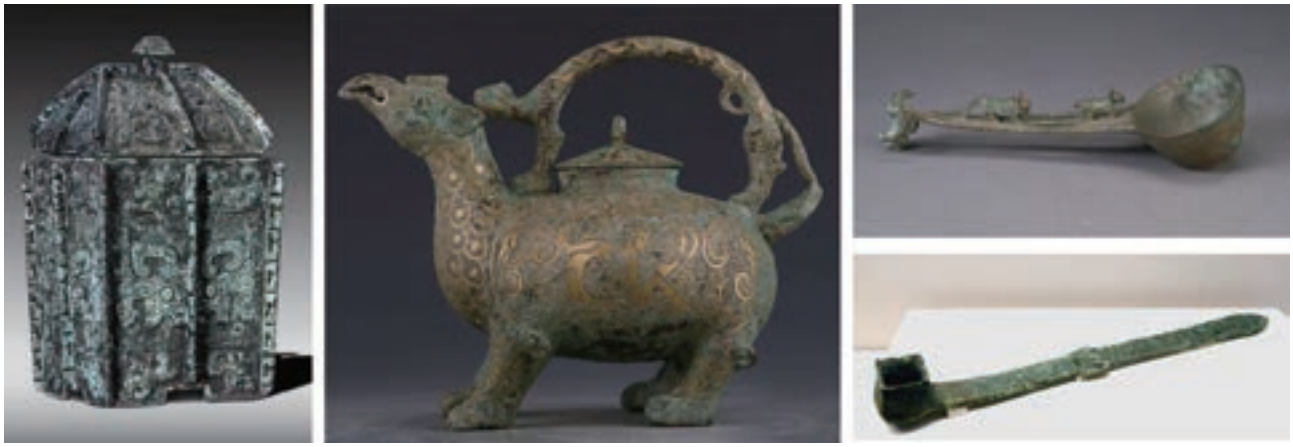

图 1-49　青铜彝、壶、勺、斗酒器

（5）乐器

作为统治阶级的乐器，主要用于庙堂之乐和宫廷之乐。我国较早的青铜打击乐器有铙、钲、钟、鼓等，共同组成我国古代乐队的完整结构。（见图 1-50）

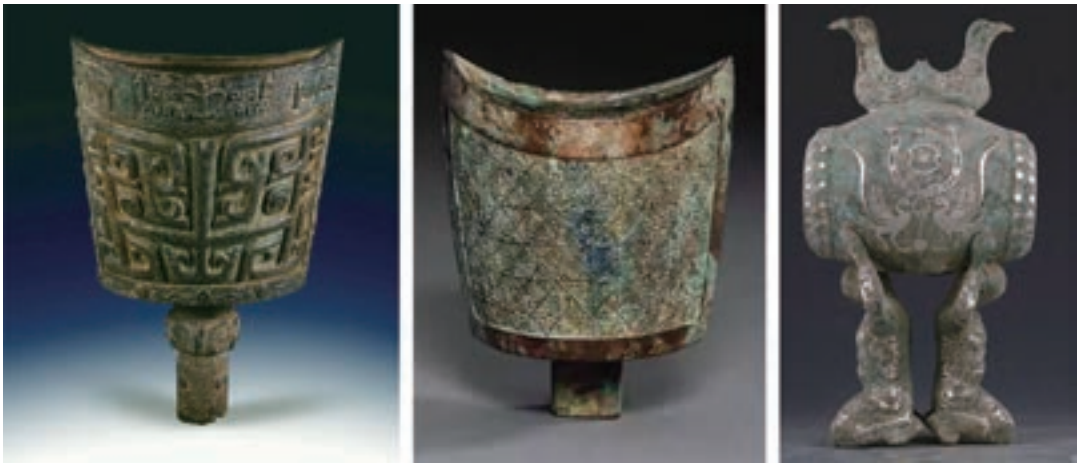

图 1-50　青铜铙、钲、鼓乐器

（6）杂器

青铜器除上述功能之外，在生活中还有其他的应用，如用作首饰、车具、量具、货币、管具等。常见的生活用器有镜、熏炉、熨斗、灯等。货币用青铜铸造，最早开始在西周，到了春秋、战国时普遍流行，主要由布币、刀币、贝币、圈钱等。青铜杂器还包括度量衡等。（见图 1-51）

图 1-51　青铜熏炉、灯、币、车具等杂器

中国古代青铜器作为奴隶制文明条件下的成果，其设计思想的合理、技术加工的巧妙、纹饰造型的精美，在世界各民族的古老文明中都是独树一帜的。尤其到春秋战国时期，青铜器的装饰工艺发展到了极致。装饰图案也很丰富，但以动物纹居多。比较抽象的具有代表性的是饕餮纹，这种带有恐吓色彩的神秘兽面纹由多种图案组成，结构巧妙，效果威严。（见图 1-52）

图 1-52　青铜纹饰

4．古代的玉器

中国古代工艺的设计思路是以实用为目的，“石之美者为玉”，它是石的发展和延续。玉器质地坚硬、采集困难且色彩丰富、光泽柔和、触感温润被赋予很高的评价，认为玉不仅是一种价值极为珍贵的物品，而且与宗教意识和伦理道德联系起来，尤其到周代，玉器的大小和规格都有严格的要求和用途，成为体现士大夫高尚情操的物件。“玉不琢不成器”，“琢磨”就成为制作玉器的一种手法。显然，这个琢磨的过程不是纯粹的手工劳动，而是边打磨边设计思考的过程，这种构思的意义非常重要，直接影响后来的工艺制作。

我国东北地区的红山文化遗址、山东的大汶口文化遗址和龙山文化遗址、浙江的河姆渡遗址都出土了大量优秀的玉器。其中除了玉铲、玉斧等生产工具外，还有佩戴装饰和礼仪祭祀玉器，是当时经济生活、社会习俗、思想意识、审美水平、技术能力的必然产物。玉璧、玉琮是典型的祭祀用品。玉璧是圆形器，玉琮则是圆、方结合体，上面布满鸟兽纹，两层八块方座，厚薄均匀，十分精美，是等级与财富的象征。（见图 1-53）

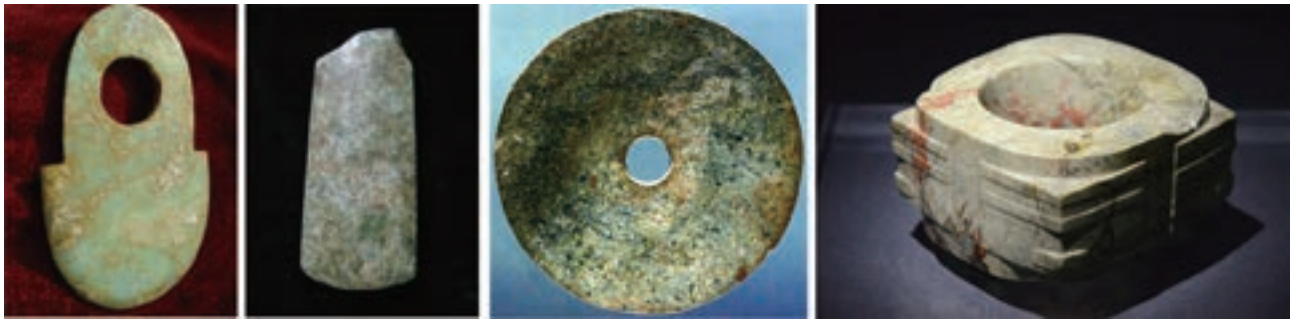

图 1-53　新石器时代的玉器

夏商时期玉器属生产工具和礼器器形居多，主要有玉刀、玉斧、玉铲、玉璧、玉璜以及单体的玉制鱼、鸟、兽。钻孔有一面钻孔和两面钻孔两种，孔眼两端大、中部细，呈蜂腰状。许多商代玉器孔内留有螺旋形琢磨痕。（见图 1-54）

图 1-54　夏商时期玉器

周代玉器的玉戈、玉琮趋向小型化，圭呈细长形。春秋战国时期的玉器，佩玉大量增加，丧葬用玉也较多。玉龙种类较多，一般为蛇形。（见图 1-55）

汉代玉器的器形除玉璧、玉环、鸡心佩、剑佩、带钩外，各种用于殉葬的明器和各式容器、玩赏品大量出现。（见图 1-56）

图 1-55　周代玉器

图 1-56　汉代玉器

唐代玉器出现大量花鸟、人物图案，器物多有生活气息，注重实用价值的杯碗增多，另出现了新型饰件和表示官阶高下的玉带饰物。（见图 1-57）

图 1-57　唐代玉器

宋代仿古玉器极多，有玉环、玉剑饰、玉璧等。仿古玉给人似古非古、似今非今的感觉。宋代玉鸟、玉鱼数量也较多。（见图 1-58）

图 1-58　宋代玉器

明代早期玉器多选用白玉，雕刻精致，有宋、元代遗风。明中晚期的玉器南北方差异较大，北方玉器浑厚，加工较粗。明晚期苏州一带制玉时选料精细，工艺讲究。（见图 1-59）

图 1-59　明代玉器

清代玉器的造型风格给人新的感觉，加工可用精、细两字概括。底子平、线条直、方圆合于规矩，不拖泥带水。（见图 1-60）

图 1-60　清代玉器

5．古代的家具

中国古代家具设计历史悠久，经历了一个从低到高的发展历程，以木制家具独特的制作技巧和强烈的东方美学特征在世界家具之林中独树一帜并享誉世界。商、周至两汉时期，受人们的生活方式、起居习惯的影响，家具多以低矮型坐卧具居多，“席地而坐”就是把席子铺在地上作为坐卧用具。东汉末期，高型可折叠的胡床自西域传入中原，并在南北朝时期普及。隋唐时期高矮型家具并用，垂足而坐，慢慢成为一种习惯，家具品种也变得更为丰富。在五代、两宋时期高型家具日趋定型，并成为人们起居作息用具的主要形式。宋代的家具已初具明代家具的基本性质，为中国古典家具在明清时期达到顶峰奠定了基础。

（1）先秦时期的家具

先秦早期人们席地而坐，家具比较低矮。最早的家具可能是以木或石为基本材料，商周时期则流行以青铜为材质的家具，如俎、禁等。“俎”在后来成为几、案、桌的基本形象；“禁”为承置酒器的案，在后来成为箱、橱、柜的原始式样。（见图 1-61）

图 1-61　先秦时期的俎和禁

春秋战国时期，流行以屏风分隔室内空间，用帷幕保暖和装饰，这一时期的家具以楚式漆木家具为典型代表。由于漆是很好的防腐材料，而且可形成华丽的装饰效果，因此被人们广泛地使用在家具和其他器物上。楚式家具品种繁多、色彩绚丽、对比鲜明，常以龙凤云鸟纹装饰，充满着神秘色彩，简练的造型对后世家具影响深远。（见图 1-62）

图 1-62　春秋战国时期的漆木家具

（2）汉和六朝时期的家具

汉代是中国封建社会的第一个鼎盛时期，是家具低矮时期的代表。漆木家具在此时期得到长足发展，此外还有各种玉制家具、竹制家具和陶制家具等，可灵活形成空间分隔的屏风和踏、床等可移动坐具的组合家具，其中与之相配的几案形式多样、品种丰富。这一时期的漆木家具除了用红黑两色形成对比鲜明的图案以外，人们还用螺钿、金银错和平脱等工艺做装饰，使得家具显得华美无比。长沙马王堆汉墓为我们留下了许多珍贵的资料。（见图 1-63）

图 1-63　汉代的漆木家具（长沙马王堆汉墓出土）

六朝时期，由于战乱和人口大规模迁移，民族交流和融合成为时代大背景，游牧民族的憩坐习惯影响到中原，适合垂足而坐的家具成为中原家具中的新鲜血液，家具开始渐渐走向高制，形成以低矮家具为主，高制家具为辅的发展局面。这一时期出现了许多折叠屏风以及或方或圆的凳子，其中胡床是最典型的代表。（见图 1-64）

图 1-64　六朝时期的家具

（3）唐宋时期的家具

唐代是中国封建社会的又一个鼎盛时期，被称为“盛唐”，在文化上兼容并蓄，高制家具慢慢走向主流。桌、椅明显增多且品类丰富，成为人们的主要坐具，各类高制家具形制基本全部具备。五代承袭了唐代家具的样式，但功能性更为明显，并在家具陈设上形成相当稳定的摆设格局。（见图 1-65）

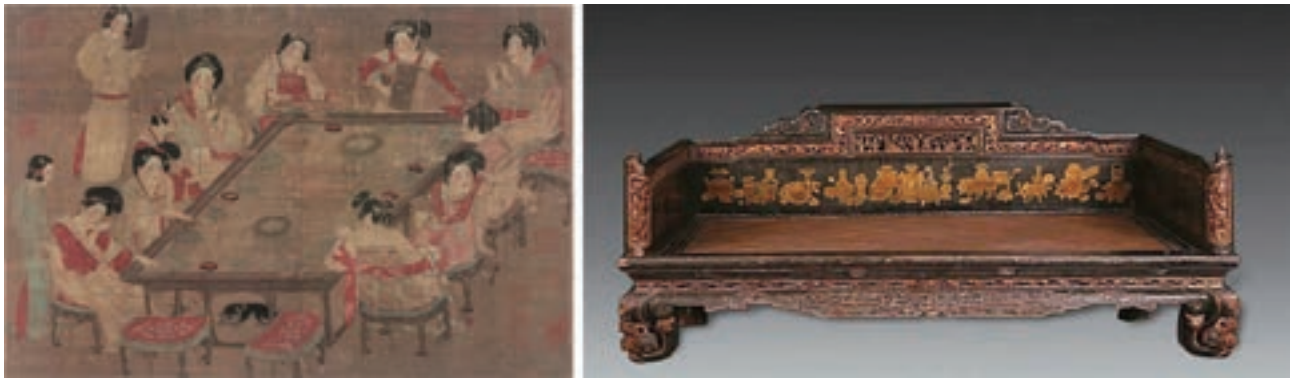

图 1-65　唐代的家具

宋代是我国家具承前启后的重要发展时期，这时的人们垂足而坐成为习惯。宋代家具重视木料本身的材质美，重视造型少装饰。制作使用榫卯结构，注重家具的功能性和桌椅配套的完整性。造型更加秀气轻巧，使用线脚和束腰做法。宋代家具在形式和做工上已为明代家具奠定了基础，也为中国古典家具在明清时期达到鼎盛做好了铺垫。（见图 1-66）

图 1-66　宋代的家具

（4）明清时期的家具

明代是中国古代家具发展的黄金期，这一时期的家具在制作工艺、选材和样式上都达到了顶峰。明式家具主要是指依照我国明代至清代早期所生产的以花梨木、紫檀木、红木、楠木、樟木、榆木、柳木等为主要用材而制作的优质硬木家具。明式家具以其独特的审美特征和实用价值，在世界家具之林中独树一帜。这些硬质木材色泽沉着、纹理优美，质地坚硬细腻，家具多厚重结实、浑然大气又不失典雅，造型注重功能性，注重流线美且曲直相间，粗细对比协调，尤其是明收分，依腿长短而定，腿部从下端至上端逐渐收细并向里略倾，腿下部比上部略粗，具有挺拔向上之感，也有安定稳重之感。

明式家具种类多样，主要包括椅凳、几案、橱柜、床榻、台架、屏座六类。其艺术风格可以用“简、厚、精、雅”四字来概括。所谓简，是指造型洗练，不堆砌，不烦琐，质朴大方；所谓厚，是指形象浑厚，具有庄重敦厚的效果；所谓精，是指做工精巧，一线一面，曲直转折，严谨准确，一丝不苟；所谓雅，是指风格典雅，不落俗套。明式家具具有严密的比例关系和舒适宜人的尺度。（见图 1-67）

图 1-67　明式家具

清式家具在结构和造型上基本继承了明式家具的传统，大多以造型厚重、形体庞大为主，但装饰上不厌其烦，使用工艺复杂的花纹和图案。但在康熙、雍正、乾隆三代盛世时期，因其艺术与装饰上一味追求富丽华贵的效果而滥用雕镂、镶嵌、彩绘、剔犀、堆漆等手法，使品位流于庸俗。清式家具在制作中擅长运用多种材料，如象牙、玉石、陶瓷、螺钿等，以提高家具的艺术表现力，达到多样的艺术效果。但往往只注重技巧，忽略了艺术设计上的整体美，形成烦琐堆砌的风格，背离了家具设计的简练实用、经济美观的原则。（见图 1-68）

图 1-68　清式家具

6．古代的建筑

中国封建社会历经两千多年，其设计文化辉煌灿烂，在建筑方面经历了三个高潮期，即秦汉时期是我国古代建筑史上的第一个高潮，隋唐时期是我国古代建筑设计的成熟时期为第二个高潮，明清时期是我国古代建筑史上的第三个高潮。

从建筑类别上说，我国古代建筑包括皇家宫殿、寺庙殿堂、宅居庭室、陵寝墓葬和园林建筑等。在结构设计上，中国古代建筑以木构架为主，砖、瓦、石为辅，每个建筑都由上、中、下三部分组成，上为屋顶，下为基座，中为柱子、门窗和墙面。常用的木结构有抬梁式和穿斗式两种。它们以立柱和横梁组成骨架，在柱子之上横梁之下的构件称为斗拱，建筑的全部重量都通过柱子传到地下。由于墙不承重，故能做到“墙倒屋不塌”，在建筑的室内空间组织上，可在柱与柱之间砌墙、装门墙，一般四个柱子构成一间，一栋房子由几个间组成。 在布局设计上，中国古代建筑有一种简明的组织规律，就是以“间”为单位构成单座建筑，再以单座建筑组成庭园，进而以庭院为单位形成各种形式的组合。庭院以院子为中心，四周建筑物面向院子，并在这一方向设置门窗，北京四合院就是典型的例子。由若干庭院组成的建筑群一般都有显著的中轴线，在中轴线上布置主要建筑，两侧次要建筑常对称布局。（见图 1-69 和图 1-70）

图 1-69　古代建筑和“斗拱”结构

图 1-70　北京“故宫”结构

在外观设计上，中国古代建筑由屋顶、屋身和台基组成。屋顶最明显的特色主要有硬山、悬山、庑殿、歇山、攒尖、卷棚和单坡等多种类型。设计师充分运用木构的特点，创造了屋顶举折和屋面起翘、出翘的形态，形成了鸟翼伸展般的檐角和屋顶各部分柔和优美的曲线。（见图 1-71）

在装饰和色彩设计上，中国古代建筑可谓是“雕梁画栋”。装饰主要集中在梁枋、斗拱和檩椽部分，综合应用了各种美术工艺及雕刻、绘画、书法等艺术加工手法。色彩应用对比强烈的原色设计，使建筑各部分的轮廓鲜明，色调各异。白色的台基，朱红色的屋身，黄色和绿得发亮的琉璃瓦屋顶，檐下施以蓝绿色略加金作彩画，建筑物的整体色调既不同又协调，显得富丽堂皇。一般住宅的色彩设计受封建等级制度的限制，多用青灰色的砖墙瓦顶，

或用粉墙瓦檐，木柱、梁枋、门窗等多用黑色、褐色或木面本色，形成素雅的格调。（见图 1-72 和图 1-73）

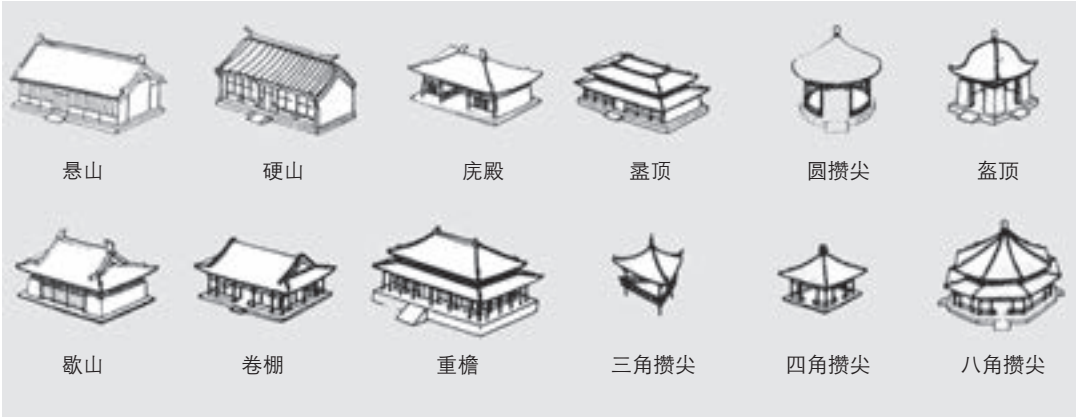

图 1-71　古代建筑屋顶设计

图 1-72　古代建筑装饰设计

图 1-73　古代民宅建筑装饰设计

7．古代的园林

中国古代园林设计历史悠久，独具特色，是世界三大园林（中国园林、欧洲园林、西亚园林）之一。受儒、道两家“天人合一”“物我合一”自然观思想的影响，在园林设计上表现为集居住休息和游览欣赏双重目的为一体，因地制宜，掘池造山，布置建筑、花木，并合理利用自然环境，组织借景，构成富于自然情趣、具有中国独特风格的自然风景式园林设计。

中国的园林设计最早可以追溯到商代。秦始皇在咸阳渭水南圈地建上林苑，阿房宫就建在苑中。汉武帝时期在秦代的基础上修复并扩大上林苑的规模，其规模宏伟，宫室众多，有多种功能和游乐内容。上林苑既有优美的自然景物，又有华美的宫室组群分布其中，是秦汉时期园林设计的杰出范例。（见图 1-74）

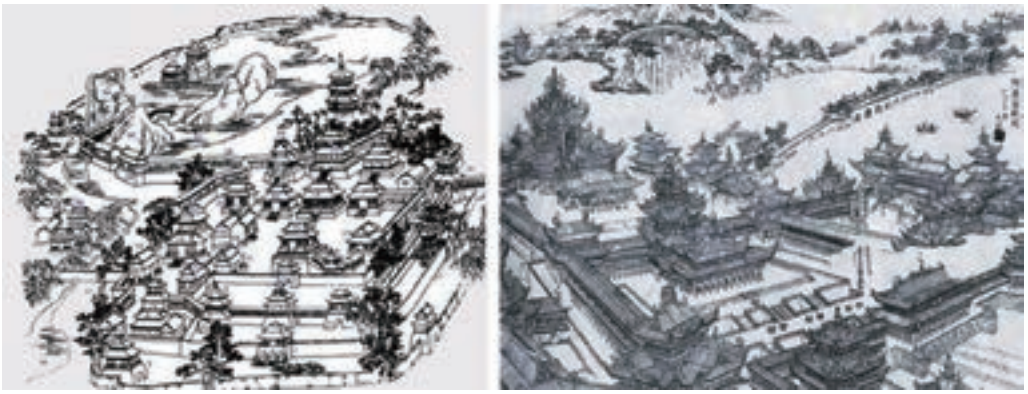

图 1-74　汉武帝时期的上林苑和阿房宫设计

魏晋南北朝时期是中国园林设计的转折时期，也是山水园林的奠基时期。这时的园林设计规模缩小，追求自然的风格，力求在园林中注入高雅的意境。

唐宋时期，文学与艺术达到了前所未有的繁荣，园林的设计思想深受诗歌、绘画的影响，体现着“诗情画意”的意境。这一时期，造园设计活动得到全面发展和普及，唐代二都和宋代两京的造园活动都非常活跃，除了皇家园林，豪臣名士也各筑私园，宋代更普及到地方城市和一般士庶。著名的皇家园林有隋洛阳西苑、唐长安芙蓉苑、北宋东京艮岳、南宋临安御苑等。著名私家园林有王维的辋川别业、白居易的庐山草堂、李德裕的洛阳平泉庄等。（见图 1-75）

图 1-75　南宋临安御苑设计

明清两代是中国古代园林设计的高峰时期，向精深阶段发展。皇家园林大都规模宏大，如北京的皇家林园就筑有“三山五园”。三山是指万寿山、香山和玉泉山，五园是指圆明园、长春园、绮春园、畅春园和西花园五座园林。私家园林一般规模较小，内建有假山假水，建筑小巧玲珑，展现淡雅素净的色彩，如著名的苏州拙政园、留园、网师园和怡园，无锡寄畅园和上海豫园等。明末清初园林设计师计成著有《园冶》一书，是我国古代最系统的园林设计的著作，在艺术设计史和美学史上都有宝贵的价值。（见图 1-76 和图 1-77）

图 1-76　圆明园旧址和复原图景

图 1-77　私家园林苏州拙政园

中国古代的园林设计，不管是皇家园林或是私家园林，也不论早期还是后期，在设计上都有一些共同的特点。首先，中国园林注重自然美。中国园林以山、水、植物和建筑作为基本的设计因素，这些因素的设计构成只有因地制宜、借景之法而无固定程式。所有园林虽大都是人工造成，但却力图摆脱人工雕琢的痕迹，使之恍若天成，达到“虽为人作，宛自天开”的境界。建筑也是园林重要的组成部分，但园林中的建筑不追求过于人工化的规整格局，而是根据不同的山水特征设计出亭、棚、廊、桥、舫、厅、堂、楼、阁等，与山水自然融合，与整个园林协调。其次，中国园林十分强调曲折多变。无论是皇家园林还是私家园林都追求“以有限面积造无限空间”，因而在设计布局上常划分若干景区，各景区的面积大小和配合方式力求疏密相间、主次分明，幽曲和开朗相结合。最后，中国园林设计崇尚意境。设计师不仅满足对于自然美景的仿造，更追求诗情画意境界的创造，借以寄托游园者的思想情怀。（见图 1-78）

图 1-78　园林回廊和颐和园桥景

8．古代的服饰

早在西周时期，养蚕、种麻、采葛、织绸、染织等工艺就已有专业分工，到春秋战国时期，农民种桑植麻、纺纱织布十分普遍，战国时期的“水陆攻战宴乐铜壶”就是最好的证明。染织刺绣工艺也得到迅速发展，以齐鲁之地的“齐纨鲁缟”最为著名。1982 年从湖北江陵马山砖厂一号墓出土了大批战国时期的丝织品，包括绢、罗、锦、纱、绦等几乎所有战国时期的丝织品种，织法多样，色彩丰富；除此之外，还出土了大量的刺绣，有绣衾、绣衣、绣袍、绣裤等。刺绣花纹主要是动物、花草和几何纹。湖南长沙马王堆一号汉墓出土了一件素纱禅衣，衣长 128 厘米，通袖长 190 厘米，只重 49 克，薄若蝉翼，轻如鸿毛，由此可见汉代丝织品的高超工艺。当时已经有了较复杂的提花机，三国时魏国的马钧改进了织绞机后，大大提高了丝织品的生产能力和织花能力。汉代丝织品的生产以齐、蜀为主要产地，品种有锦、绞、绪、罗、纱、绢、缭、缩、绕筹，花纹有云气纹、动物纹、花卉纹、几何纹、吉祥文字等。这些丝织品主要是作为统治阶级的服饰用品和赏赐。汉代的印染工艺发展较快，染料分植物和矿物两类。马王堆出土的绣品中色彩多达到十余种。汉代的章服制度更趋完善。一般看来，男装以深衣改成的袍为时尚，女装以深衣和上衣下裳的襦裙为主。六朝时，以四川生产的蜀锦最为著名，装饰纹样设计由动物纹为主向植物纹为主转变，出现了莲花纹和忍冬花纹。男装是窄衣大袖的长衫，女装是将下摆裁成三角，层层相叠，围裳中伸出长长的飘带。（见图 1-79 和图 1-80）

图 1-79　“水陆攻战宴乐铜壶”的装饰图案和马王堆汉墓出土的“素纱禅衣”

图 1-80　汉服男装和汉服女装

唐代是中国封建经济空前发展，丝织生产遍布全国各地的时期，唐锦在丝织品中是最出色的，唐锦的制作多采用纬线起花，也称“纬锦”。而唐以前汉魏六朝运用经线起花，汉锦也称“经锦”。唐锦的花纹主要有联珠纹、团案纹、对称纹、散花、几何纹等。其艺术风格以清新、活泼、华美、流畅为特色，并为唐代的服饰设计提供了基础。唐代女装设计华丽、活泼、丰满，唐初女子衫裙窄小，中期渐宽，晚期肥大。除了短襦半臂或大袖纱罗衫加长裙和披帛的服饰外，还流行袒胸露肩的大袖衫裙，其裙腰高至胸部，以大带系结，裙长可以拖地，衬托女性的婀娜之美。唐代的服饰设计还影响了日本等其他亚洲国家，在世界服装史上占有重要地位。（见图 1-81 和图 1-82）

图 1-81　唐锦花纹和服装

图 1-82　唐代官服和女装

宋代的服饰设计由于受理学的影响，渐趋保守。男子常服大袖圆领外衫，女装以直领对襟窄袖的褙子最具特色，清秀大方。宋代对女性的约束达到极点，女子缠足成为儒家礼教的一部分，渐成习俗，女鞋设计形小且尖。（见图 1-83）

图 1-83　宋代小鞋和服装

元代的丝织、毛织、棉织有了一定的发展，在丝织品生产中最盛行的是一种加金的织物，被称为“纳石失”的织金锦。一方面是贵族用来做服装以显示其华贵和权威；另一方面作为赏赐物品，元代皇帝每逢庆典，赐金袍以示恩典。棉织是元代发展起来的新工艺。棉纺织工艺家黄道婆对棉织工艺的发展做出了贡献，黄道婆出生于宋末元初，江苏松江乌泥泾人，南宋末年流落到崖州（今海南岛），向当地的黎族妇女学习了一整套棉纺织工艺，晚年回到家乡，对劳动妇女传授棉织技艺，大大促进了我国棉织工艺的发展，她们织造的“乌泥泾被”，能织出棋局、折枝花、团凤等纹样，坚实精美，受到劳动人民的欢迎。因此，黄道婆成为中国工艺美术史上著名的工艺家。（见图 1-84 和图 1-85）

图 1-84　元代的“纳石失”织锦

图 1-85　元代的“乌泥泾被”棉织工艺

明代的织锦、刺绣非常发达，遍布江浙、四川、山西、闽广等地。明锦按照其工艺特点分为三类：一类是花纹色彩丰富的妆花，二类是在缎地上起本色花，三类是在缎地上用金、银线织花纹的织金银，非常华丽富贵。明锦的图案花纹有吉祥器物、云龙凤鹤、花草鸟蝶、福寿字、几何纹等。图案组织有团花、折枝、缠枝、几何形等。明代的棉、麻、毛织品生产遍及全国。明代刺绣以顾绣最为有名，也称露香园绣。顾绣脱离生活实用，成为一种独立的欣赏工艺。明代服饰恢复汉制，官服的等级制度严格，以“补子”示品级差别，文官绣禽，武官绣兽，女装多沿袭唐宋。（见图 1-86 和图 1-87）

图 1-86　明代服装和官服与“补子”

图 1-87　明代的“顾绣”工艺

清代以南京的云锦、苏杭的宋锦、四川的蜀锦为最佳，形成不同的地方艺术特色，如苏绣典雅，粤绣富丽，蜀绣淳朴，湘绣逼真，京绣精致等。清代丝织品纹样的设计风格，早期继承明代传统，多用小花矩架，严谨规矩；中期纹饰繁缛、华丽纤细；晚期粗放淳朴。清代的刺绣在明代传统艺术基础上有了进一步的发展，多体现在欣赏品与生活日用品上，题材除花鸟、山水、人物外，多为吉祥图案，体现一些封建意识和人们对美好生活的向往。由于满汉文化的交流，满族妇女流行的旗袍成为汉族妇女主要的服饰之一，并一直延续至今。（见图 1-88 和图 1-89）

图 1-88　清代的“云锦”工艺

图 1-89　清代服装

1.2.2　西方现代设计简史

1．现代设计的启蒙时期

西方现代设计启蒙时期大约从 18 世纪中叶至 1919 年，即欧洲工业革命开始到第一次世界大战结束，期间资产阶级以崭新的姿态登上历史舞台，实行政治、经济、思想的全面改革。18 世纪从英国的工业革命开始迅速传播到世界各地，欧洲各国打破农业、手工业传统经济，向工业和机器生产的商品经济转变。工艺方面的主要变化如下。

① 采用新的基本原料，主要是钢铁。

② 采用新的能源，包括燃料和动力，如煤、蒸汽机、电力、石油和内燃机。

③ 采用新的机器取代手工劳动，大大提高生产效率，如珍妮纺纱机和动力织布机。

④ 出现一种被称为工厂的新的实体，这样促使劳动分工更加精细化和专业化。

依靠工业的发展，在社会其他领域也产生了许多新的变革。如由于机械的使用使农业进步，能为更多的非农业人口提供粮食，财富分配的范围更为广泛，与日益增长的工业生产相比，土地作为社会主要财富资源的作用日益下降。政治上反映新的经济占有关系的权利转移，产生了一系列保护商品经济的新国策，社会结构也相应地发生了变化，如城市的兴起、工人阶级的壮大、新的意识形态和权威的出现等。最后，还有心理上的变化，那就是人类提高了能够利用资源和征服自然的信心。

产业革命所带来的这些变化一开始就与设计有关，作为设计，围绕着机器和机器生产的新时代的工业设计，影响了人民的生活方式，促进了文明社会的发展。由于机器和新能源的利用，设计者与制造者进行了分工，改变了手工业时代的作坊主和工匠既是设计者又是制造者，同时还是销售者的状态。机器的使用，使产品变得标准化

和一体化，提高了生产力也带来了新材料的应用，如钢筋水泥构架开始应用于建筑。由于产业革命初期机器制品大多造型丑陋不堪，设计低劣，同时过分装饰、矫饰做作的维多利亚之风在设计中蔓延，且日趋严重，致使在英国最早发起了工艺美术运动。设计的目的就是要不断满足人们日益增长的物质和精神需要，以功能为导向，使人的生理、心理、社会关系同时得到满足。由于市场经济的扩大和繁荣，使设计成为全面提高竞争力的手段，同时也成为市场营销过程中的一个组成部分。

进入 20 世纪，市场竞争日趋激烈，工厂、企业必须以出奇制胜的战略战胜对手，维护自身的存在，因而，相应地在文化思潮、哲学观念呈现出个性化、多样化的格局，设计领域中也相应出现了反传统思想的潮流，非写实艺术的成长，“国际风格”的风靡，形成了设计现代化和多样化的新时代。

（1）工艺美术运动

工艺美术运动即艺术与手工艺运动，是 19 世纪后期从英国发起的一场设计运动。 1851 年在伦敦海德公园举办的世界上第一次工业产品博览会——“水晶宫”博览会为起因，设计家们提出“艺术与技术相结合，推崇手工，反对机械”的美学思想。德国建筑学家格德弗莱德•谢姆别尔参观了“水晶宫”博览会后撰写了《科学•工艺•美术》和《工艺与工业美术的式样》两本书，阐明了他对机器生产的反对观点，提倡美术与技术结合的“设计美术”，第一次提出“工业设计”这一专有名词。（见图 1-90）

图 1-90　英国伦敦“水晶宫”的设计

工艺美术运动最主要的代表人物是英国工艺美术运动领袖、社会活动家，英国诗人兼文学家、艺术设计家威廉•莫里斯，其因卓越的贡献而被称为现代设计之父。莫里斯生于伦敦近郊的华尔特哈姆斯托镇， 17 岁时就读于牛津大学建筑系，毕业后与他的同学合作成立了“莫里斯—韦柏事务所”。1859 年，他们共同设计建造了位于肯特郡的贝克利•希斯的住宅，起名为“红屋”，这座房屋是莫里斯为结婚而建的，内部的家具、墙壁、摆设地毯和窗帘织物等都是莫里斯自己设计并组织生产的，为此他还专门开设了几个工厂。1861 年，他以自己的名字单独成立“莫里斯设计事务所”，可以说它是近现代历史上第一所把建筑、室内装修、家具、灯具等整个人的居住环境作为一个整体而进行一体化设计的事务所。莫里斯从青年时代起就是一个古版书和中世纪手抄本的收藏者。作为一个作家，莫里斯对自己的诗与小说的印刷比一般人更为关注，而且受到自己收集的古书影响，他开始尝试创作一些手抄本，但这在当时主要是一种业余爱好， 1890 年，他又建立印刷事务所从事书籍装帧设计，他用精美的

皮革、丝绸、麻织等面料制作精装书，封面图案多采用美丽流畅的曲线形花草植物纹样，形成以优雅、华丽著称的装帧艺术风格。（见图 1-91 和图 1-92）

图 1-91 “红屋”的设计

图 1-92 威廉•莫里斯的书籍装帧设计

工艺美术运动另外一位主要代表人物是理论家约翰•拉斯金，他主张艺术家从自然中寻找设计的灵感和源泉。1888 年，他和威廉•莫里斯共同出版了一份杂志《工作室》，以贯彻和宣传他们用艺术改造生活的主张。工艺美术运动在设计上形成了较明显的风格特征，由于主张“艺术家应向自然学习”而采用植物、动物做纹饰，强调装饰，注重选材，设计较为质朴、大方、适用。但他们反对工业化，否定机械与大批量生产，过于强调装饰，是这次运动的明显不足。英国工艺美术运动随着展览与杂志的介绍很快传到海外，美国与北欧率先响应。这个运动在 1896 年基本结束，取而代之的是欧洲大陆的新艺术运动。（见图 1-93）

图 1-93　威廉•莫里斯的植物纹样设计

（2）新艺术运动

新艺术运动（Art Nouveau）是 19 世纪末 20 世纪初在欧洲和美国产生和发展的具有极大影响力的设计运动，涉及领域有建筑、家具、产品、首饰、服装、平面设计、书籍插图、雕塑和绘画艺术等。“新艺术”起源于法国，原是巴黎一家商店的名称，由商人萨姆尔•宾（Samuel Bing）于 1895 年 12 月开设的。他的动机无疑是受到威廉•莫里斯的鼓舞，企图为顾客提供按统一的艺术风格设计的系列化商品，包括室内装饰和家具等。虽然是“新艺术”，但又有着不同的称谓，如在法国有新艺术画廊、现代之家、六人集团，在比利时有二十人小组、自由美学社，在西班牙以建筑家高迪、蒙塔尼为代表，他们的作品倾向于艺术型，强调形式美，德国的新艺术被称为“青年风格”，奥地利以“维也纳分离派”著名，他们的作品倾向于设计型，强调理性的结构和功能美，英国以“格拉斯哥学派”著名，他们的作品倾向于几何形体和有机体结合，喜欢用直线，注重黑白运用及装饰性。

新艺术运动的一个特点是注重艺术和技术相结合，重视使用新材料和新技术。如 1889 年由桥梁工程师古斯塔夫•埃菲尔（Guistave Eiffel）设计的埃菲尔铁塔成为法国新艺术运动的标准之一。这一建筑象征现代科学文明和机器威力，预示着钢铁时代和新设计时代的到来。比利时人霍塔（Victor Horta）更巧妙地将钢铁和玻璃相结合，以展示新材料和新技术带来的空间关系和采光条件的提升。（见图 1-94 和图 1-95）

图 1-94　埃菲尔铁塔

新艺术运动的另一个特点是追求与传统决裂，完全师法自然的全新风格，强调有机线条和曲线之美。师法自然就是直接从自然中取材，然后加以利用。如法国首饰设计大师拉里克设计的蜻蜓女人胸饰就是直接取材于动物。还有一种就是把自然形象抽象成曲线，如吉马德在 1900—1904 年设计的巴黎地铁入口，被称为“地铁风格”。他采用金属铸造的结构，模仿植物枝干，玻璃棚顶模仿海贝等，用抽象曲线表现现代设计。（见图 1-96）

图 1-95　埃特维尔德公馆

图 1-96　蜻蜓女人胸饰和巴黎地铁

新艺术运动大约从 1895 年的法国开始，持续到 1910 年前后，然后逐步被现代主义运动和“装饰艺术运动”所取代。它是传统设计与现代设计之间的一个重要阶段，起着承上启下的作用。

（3）装饰艺术运动

装饰艺术运动是 20 世纪 20 年代在法国、美国和英国等国家展开的一次设计运动。“装饰运动”的名称出自 1925 在巴黎举办的“装饰艺术展览”。它和“新艺术”运动一样，包括的范围甚广，从 20 年代的所谓“爵士”图案到 30 年代的流线型设计式样，从简单的英国化妆品包装到美国纽约洛克菲勒中心大厦的建筑，都可以说是属于这个运动。虽然各国装饰艺术风格有一定的共同性，但个性更加强烈。由于装饰艺术运动与欧洲的现代主义运动几乎同时发生与发展，因此，它受现代主义运动的影响很大，两者有着内在的联系，都主张采用新材料，提倡机械美，采用大量的新的装饰手法使机械形式及现代特征变得更加自然和华贵。而现代主义设计强调的是为大众服务、大批量生产和理想主义，因此，与装饰艺术运动所强调的“装饰”格格不入。两者存在着区别，属于不同的设计风格。

设计艺术领域，尤其在家具设计方面，装饰艺术风格最为突出的是法国的家具设计。在众多的家具与室内设计师中，成绩较突出的有艾米尔•贾奎斯•鲁尔曼和艾林•格雷，他们的设计一方面注重豪华的装饰效果，采用

各种昂贵的材料，以青铜、象牙、动物皮革等材料镶嵌作家具的表面装饰，使家具更加奢华和高贵；另一方面在家具的造型上采用简单的几何外形，使简单明快的几何形与复杂的表面装饰形成强烈对比，这种简练与装饰融为一体的形式是法国装饰艺术风格的特色。这些设计师在设计家具时大都采用新材料、新技术创造新形式，体现了一种新的设计美学思想，给人以新的感受。（见图 1-97）

图 1-97　艾米尔•贾奎斯•鲁尔曼的豪华的装饰设计作品

装饰艺术运动在法国形成后，很快在美国得到广泛的响应，并形成具有美国特色的装饰艺术风格。美国与法国的装饰艺术设计重点有所不同，法国大多集中于豪华奢侈的消费用品，而美国则大多集中在建筑与建筑相关的室内设计、家具设计等方面。建筑师注重装饰要素与新材料的混合采用。最早的装饰艺术风格建筑是由麦肯兹•伍利•哥姆林建筑公司设计的电话公司大厦，混合采用维多利亚与文艺复兴等装饰要素，加上现代主义的一些因素，其装饰效果越加强烈。美国装饰艺术风格最杰出的代表作品是由威廉•兰柏设计的帝国大厦和洛克菲勒大厦，无论是建筑的外部还是内部，都具有强烈的装饰艺术风格特征，采用金属作为装饰材料，运用棱角、漆器、壁画等装饰手法，运用绚丽多彩的色彩描绘，成为美国式的装饰艺术风格。（见图 1-98）

图 1-98　电话公司大厦、帝国大厦和洛克菲勒大厦

20 世纪 20 年代中期以后，美国西海岸的洛杉矶和加利福尼亚州其他城市的设计师们开始探索适合于本地区风土人情的改良型装饰艺术风格。强调简单几何特征，采用曲折线型和流线型的结构，使建筑具有时代感、速

度感、运动感。坐落在洛杉矶中央大道南段的可口可乐公司大厦成为这种风格的代表建筑。另外，西海岸的装饰艺术还有一个特点，就是吸收当地的一些装饰因素并汇入建筑风格中去。如位于洛杉矶市中心的联合中央火车站的设计，它结合流线型风格、美国殖民地时期风格以及印第安文化特点，使它们浑然一体，被称为“加利福尼亚装饰艺术”风格。还有在南加利福尼亚形成的反映电影院建筑设计的“好莱坞风格”和强调造型简单，色彩浪漫、柔和的“佛罗里达版本”等风格。这些起源于欧洲又具有美国特点的“装饰艺术”风格在 30 年代又传回欧洲，影响了欧洲各国设计领域的发展。（见图 1-99）

图 1-99　可口可乐公司大厦和联合中央火车站的设计

2．现代设计的发展、成熟时期

现代主义一词来源于英文 modern，有近代、现代、时髦、新式等意思。现代主义 (modernism) 一词在美学、文学、设计等领域都出现过。美学和文学领域中的“现代主义”有广义和狭义两种理解。广义的现代主义是相对于传统美学和文学而言的，是指 19 世纪八九十年代兴起的一系列反传统的美学、文学思潮，即所谓的西方现代文学艺术思潮的总和。第一次世界大战期间及以后，现代主义思潮与当时的政治、经济环境相适应，得到蓬勃发展，相继出现了各种文学、艺术流派，诸如未来主义、意象主义、表现主义、达达主义等。狭义的现代主义是指 19 世纪初到二次世界大战之间，取代象征主义而出现的几个特定的文学艺术流派，其中包括未来主义、表现主义、构成主义等，又称先锋派，它们与颓废主义有某种联系，因此有人认为现代主义其实就是颓废主义。

（1）现代主义设计

设计领域的现代主义是指 20 世纪 30 年代成熟、五六十年代趋于衰落的一种设计思潮。其思潮根源于 20 世纪初的一系列科学技术的重大发展，人们认识到科学技术在人们生活、实践活动中的作用。设计师们开始以诚挚与理性的思考取代新艺术运动那种狂热的设计梦想，也就是以科学性取代艺术性，所以被称为“机械时代的设计美学”。由于其在设计理念上注重理性思考、注重产品的功能，因此又称为“理性主义”或“功能主义”。它的主要观点简单地说就是“功能第一，形式第二”。由此派生出两个特点：第一，不断采用新材料、新技术；第二，抛弃传统。从现代主义设计师的作品中可以看到用几何化的直线取代了新艺术运动所追求的曲线美；“面向数学”的几何线条取代了新艺术运动“面向自然”的植物纹样；“富丽堂皇”的繁缛之美被朴素大方的简洁之美所取代，特别是在汽车、飞机、轮船等尖端技术产品上，其外形更没有任何传统样式参考，只有按照科学的理性思考机械结构和流体力学来大胆设计。

现代主义最早出现在欧洲，其代表就是集设计实践与设计教育于一体的包豪斯，它也是现代主义设计发展到高潮的集中体现。随后，在 1937 年包豪斯的一些设计师到了美国之后，便以统一的设计理念和设计风格在欧美乃至于世界各地发展起来，因此后来又被称为“国际风格”。

现代主义设计最早是从建筑设计领域开始的，其主要代表人物有弗兰克•莱特、彼特•贝伦斯、勒•柯布西耶、瓦尔特•格罗佩斯和米斯•凡•德•罗。建筑从“形式服从功能”的设计理念出发，采用清一色的方盒子、平屋顶、白粉墙、带形窗等的设计形式。（见图 1-100）

图 1-100　（法）勒•柯布西耶设计的菲迷尼圣皮埃尔大教堂和萨伏伊别墅

包豪斯 (Bauhaus) 是由德文 Bau(建筑) 和 Haus(房屋) 组成的，意为“建筑之家”，中文名称为音译。包豪斯是 20 世纪初在德国创办的建筑及产品设计学院，该校最早是在 1919 年 3 月 20 日，由原来的魏玛市立美术学院与魏玛市立工艺学校合并后成立的，它的创始人是现代著名建筑设计师格罗佩斯。包豪斯的建立与发展并非偶然，它是拉斯金、莫里斯及后来的德国工业联盟的优秀的设计思想与 20 世纪欧洲经济发展相结合的必然结果，它的出现对现代设计理论、现代主义设计教育和实践以及后来的设计美学思想等方面都具有划时代的意义；同时它也为德国第一次世界大战后的工业设计奠定了基础，并且开创了国际现代主义设计之先河。包豪斯倡导建筑家、画家、工程师、工艺技师要“面向工艺”，经过曲折的实践和发展，逐渐形成了重视功能、技术和经济因素的设计实践、创作方法和教学体系的现代派设计思想。其设计思想具体归纳为以下几点：

- 艺术与技术的新统一；
- 设计的目的是人，而不是产品；
- 设计必须遵循自然与客观法则。

包豪斯教学体系也是其设计思想在设计教育中的具体化，它改变了以往美术院校片面的教学方法，而实行“双轨制”教育，每一门课都由造型课教师和技术课教师共同实施教学，并有实习工厂与教学相结合，这样就避免了学生偏于纯艺术造型而忽视技术原理，或偏于技术而忽视审美因素方面的设计。包豪斯集中了当时一些著名的设计师和艺术家，诸如格罗佩斯、康定斯基、克利、伊顿、纳吉、艾伯斯等，特别是 1921 年构成主义画家杜斯伯格到包豪斯之后，构成主义的注重科学与艺术的关系、注重结构法则的意义的思想，与包豪斯的设计和教育思想不谋而合。构成主义思想很快在包豪斯传播开来，并且一直在包豪斯的发展历程中受到重视，后来逐渐成为包豪斯的一个重要思想特征。（见图 1-101 和图 1-102）

魏玛时期 (1919 年 3 月—1925 年 4 月) 的包豪斯不仅在设计理论、实践以及设计教育体系上取得了历史性突破，而且在设计的生产和实践中也取得杰出的成绩，他们的一些产品如陶瓷、建筑等都体现出批量化、机械化、标准化生产的优越性，成为“艺术与技术新统一”的典型范例。1925 年 4 月，包豪斯迁到迪索后，格罗佩斯大胆启用了一些包豪斯自己培养的学生当教员，并实行了新的教学计划，注重从现代工业设计角度出发增设相关课程。现代设计教育中平面构成、立体构成、色彩以及材料学等课程这时也基本定型。此时的包豪斯已经成熟，并且形成了构成主义的工业设计风格特征。它们注重新材料、新技术的选择和应用，在设计形式上抛弃了那些与产

品功能无关的装饰，追求产品的功能和结构的优化，实现了在机器批量生产基础上的实用与审美、技术与艺术的统一。在建筑设计上的集中体现就是建筑形式全部为清一色盒子。1928 年，格罗佩斯辞去校长职务，由著名建筑家汉斯•迈耶 (Hans Meyer) 接任，学校充满了政治气氛，为后来的纳粹关闭包豪斯埋下了隐患。1930 年建筑师米斯•凡•德•罗出任包豪斯第二任校长。1933 年 7 月，在纳粹的重压下包豪斯被迫解散。1937 年前后，包豪斯的一些优秀设计师先后到达美国，继续他们的未竟事业，为美国的现代主义设计发展做出了巨大贡献，其中格罗佩斯到哈佛大学任建筑系主任；米斯•凡•德•罗到伊利诺斯工学院，并为该校舍设计了 21 座大楼；纳吉在芝加哥建立了一所新的包豪斯，即后来的芝加哥设计学院；艾伯斯在北卡莱罗纳州黑山学院开展设计活动，等等。这些大师对美国现代设计的影响是深远的，美国人把包豪斯所有作品统统称为“国际风格”，设计界则把包豪斯在美洲大陆上的延续和发展称为“新包豪斯运动”。虽然包豪斯的历史是短暂的，但是它在设计中的历史作用是不可磨灭的。其贡献有以下几方面。

图 1-101　包豪斯设计学院建筑

图 1-102　包豪斯建筑和产品设计

① 包豪斯建立了现代设计教育教学体系，对现代设计科学体系的进步、发展奠定了基础，对设计领域从平面设计到产品设计、环境设计都产生了深远影响，形成了设计教育课程主体框架和体系。

② 包豪斯理论的设计原则和设计实践活动真正实现了技术与艺术的统一，形成了理性主义的设计思想，开创了面向现代工业的设计方法，填补了现代艺术与技术、手工艺与工业之间的鸿沟。主张形式服从功能，废弃传统的产品形式和外在与功能无关的装饰，尊重结构自身的逻辑，强调产品外观单纯、简单、明晰，促进标准化并考虑商业因素。

③ 包豪斯的设计思想在某种程度上忽视了人对产品的心理需求，影响了人与产品之间的情感和谐，显得机械、呆板，缺乏人情味、地域性、民族性和历史感，因此受到“后现代主义”设计师的批评。

总之，包豪斯的产生和发展对现代设计的影响是巨大的，在一定程度上可以说，没有包豪斯，就没有现代工业设计。（见图 1-103 和图 1-104）

图 1-103　芝加哥设计学院和芝加哥希尔斯大厦观景台

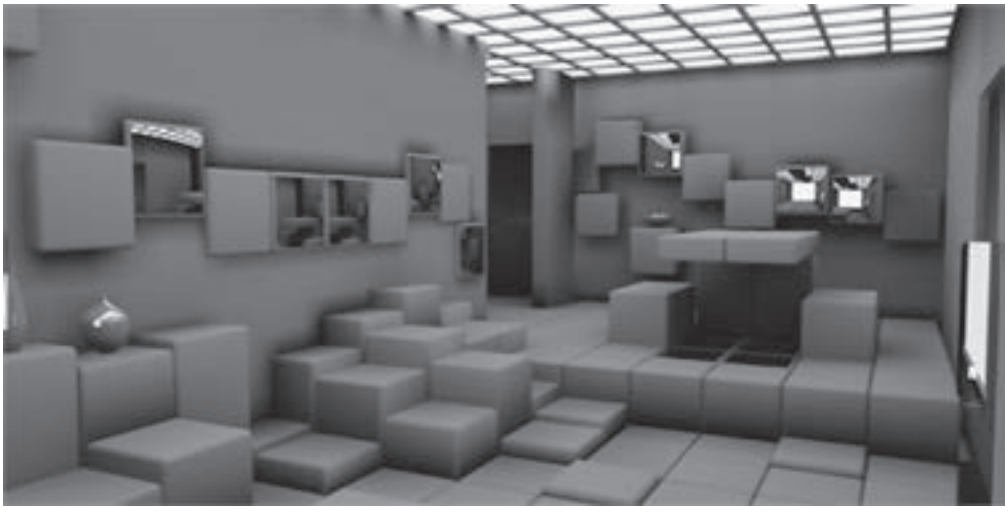

图 1-104　芝加哥设计学院的空间设计作品

国际主义风格是第二次世界大战以前欧洲发展起来的“现代主义”设计，在美国得到很好的发展，影响了世界各国的建筑、产品、平面设计风格，成为垄断性的风格。

国际主义风格首先在建筑设计上得到确认，是现代主义设计在第二次世界大战后的发展，设计风格上与现代主义设计一脉相承，具有形式简单、反装饰性、强调功能、高度理性化、系统化的特点。在设计形式上，国际主义设计受到米斯•凡•德•罗的“少则多”主张的深刻影响。在 20 世纪 50 年代后半期发展为形式上的减少主义化特征，逐步从强调功能第一发展到以少则多的减少主义特征为宗旨。为达到减少主义的形式，甚至可以漠视功能要求，因而开始背叛现代主义设计的基本原则，仅在形式上维持和夸大现代主义的某些特征。1958 年美国建筑师飞利

浦•约翰逊在纽约设计了西格莱姆大厦，与此同时，意大利设计师吉奥•庞蒂在米兰设计了佩莱利大厦，这两栋建筑成为建筑上的国际主义里程碑，奠定了国际主义建筑风格的形式基础。玻璃幕墙大厦成为发达资本主义国家的象征，从东京到纽约，从布宜诺斯艾利斯到法兰克福，全世界的大城市都变成玻璃幕墙建筑。减少主义在欧美也得到大力推崇。（见图 1-105）

图 1-105　飞利浦•约翰逊设计的西格莱姆大厦和吉奥•庞蒂设计的佩莱利大厦

（2）后现代设计

“后现代主义”一词最早在西班牙作家温奥尼斯的《西班牙及西属亚美利加诗选》一书中使用，在 20 世纪六七十年代的英、美文学艺术中广泛使用。后现代主义作为当代设计中的一个思潮，最早出现在 20 世纪 60 年代美国的建筑界，以罗伯特•文杜里等人为主要代表。其思想和主张很快传到了欧洲各地，使现代主义的设计原则与理念受到了巨大挑战。后现代主义与现代主义有着千丝万缕的联系，甚至有人认为它是对现代主义的继承和发展。后现代主义设计试图推翻现代主义的设计语言，在强调大众文化对产品设计的作用上建立一种新的后现代主义设计语言。但事实上，后现代主义设计没有一种固定的设计形式和统一的设计程序，它只表现出一种混杂的、折中的设计语言，以改变现代主义严肃的、排他的面貌。现代主义设计注重产品形式与产品功能之间的一种逻辑关系，“形式追随功能”正是这一设计特征的最具体的概括性口号，而后现代主义则强调产品形态在与产品功能结构的关系之外还要有象征和联想的作用，以此体现产品的文化意味和人文特性，甚至为了表现一种象征意义，其功能和形式可以分离。因此，后现代主义是在强调隐喻和装饰的手法在产品设计中的重要作用，而装饰设计恰恰是现代主义设计所坚决反对的。从后现代主义设计的大量作品中可以看到许多自由的形式、线角、花纹、小装饰物和艳丽的色彩，这些可能是纯粹的装饰，也可能隐喻了某种文化特征。如著名的意大利设计集团曼菲斯 (Memphis) 就十分重视设计中装饰的作用，并把装饰作为室内设计的重要组成部分，就像木材的纹理是由内部结构决定的一样。也有一种意见认为，虽然我们可以说后现代主义设计，但它并没有真正成为一个设计流派。其理由如下。

后现代主义是对现代主义的继承和发展。作为工业时代设计文化主要美学原则代表的现代主义，在社会技术发展和信息化的过程中逐步达到成熟并走向国际化。但是由于其单调的设计形式，使其出现了“类同的僵滞”。同时现代主义设计对理性的过分强调和对人的感性需求的忽视越来越受到挑战，于是出现了后现代主义设计思潮。实质上，后现代主义并非是对现代主义的否定，而是在现代主义设计注重理性、结构的基础上，更加关注与人的感性需求直接相关的设计形式而已。或者说，在一定程度上是对现代主义设计缺乏人性、缺乏多样的设计形式

的一种补充和发展，这也是高技术条件下人们对设计的高情感、多个性要求的必然结果。随着社会的发展，人们的生活出现了明显的多元化、多层次特征，人们要求生活更多地融入传统文化和自然情趣的因素，而这些正是现代主义设计所忽视的。因此，后现代主义设计思潮的出现，是技术、社会、人类需求发展的必然结果。

后现代主义设计没有明确的宣言和统一的设计风格。虽然文杜里针对现代主义设计提出了“少则多”的设计理念，詹克斯提出了“双重译码”的理念，但并未被大家彻底接受，许多人打着“后现代主义”的大旗各行其是，比较典型的有以索扎萨斯为首的意大利曼菲斯，以美国的格里夫斯和菲利普•约翰逊 (Philip Johnson) 为代表的后现代古典主义。曼菲斯没有固定的设计风格，在设计理念上追求开放性设计思想，他们认为设计就是一种新的生活方式，反对现代主义对功能、理性、结构的片面追求。在产品形式上往往采用符号化设计语言，认为装饰不是罪恶。后现代古典主义的设计师们酷爱古典主义设计形式，想以此弥补现代主义设计形式上的缺陷，对古希腊、古罗马、哥特艺术、巴洛克、洛可可艺术、19 世纪新古典主义，甚至于现代主义先驱约瑟夫•霍夫曼、麦金托什，以及新艺术运动、装饰艺术运动等方面的理论十分关注，设计中往往是现代主义的设计结构、古典主义的设计形式，运用的手法可能是直接借用、变形、夸张，甚至加以戏谑，不拘形式。如格里夫斯 1981 年为曼菲斯设计的名为“广场”的家具，其中的一座梳妆台酷似一座小的古典教堂，既有好莱坞风格，又有古典微建筑的风韵。1985 年，他又为阿莱西公司设计了一只“鸣唱”水壶，壶体是现代主义风格的圆锥形，壶盖是罗马式穹顶，壶嘴却是一只塑料写实形状的小鸟汽笛，在市场上颇受欢迎。

后现代主义倡导的美学思想是一种文化“杂交”。后现代主义的设计者们将不同文化层次和文化含义的艺术式样作为设计语言符号，人为地沟通起来，以“兼容的困难的统一”来“排斥其他容易的统一”，这也正是后现代主义设计师独特的美学见解。他们爱用“异种杂交”和“拖网”两个词，即无论高雅的、世俗的，抑或是现代的、古典的，都可以共居一室，像植物一样可以杂交。奥地利著名设计师汉斯•霍莱恩的设计便是“异种杂交”手法中最典型的。1981 年，他设计的著名的“玛丽莲”沙发，整个轮廓是古罗马式躺椅，靠背是波普艺术的唇形流畅的曲线与好莱坞性感影星玛丽莲•梦露柔美的体形联系在一起。粉红、粉绿色调是标准的好莱坞轻歌剧的舞台色彩，而座架的凹凸立面又体现出 20 世纪 20 年代装饰艺术影响的设计式样。由此看来，后现代主义中的美学渊源是复杂的。后现代主义理论家詹克斯为此提出了“双重译码”的新概念。他在《什么是后现代主义》中又说：“我所观察和定义的后现代，是一种具有职业性根基的，同时又是大众的建筑艺术，它以新技术和老式样为基础。双重译码是‘名流—大众’‘新—老’这两层含义的简称。”

后现代主义作为一种设计思潮，所追求的形式的多样性虽然不适合现代化大工业生产，但对传统设计观念产生了很大冲击，使设计突破了原有的狭隘框框，丰富了设计内涵，同时，也给工业产品带来更多的文化因素。（见图 1-106 ～图 1-109）

图 1-106　（奥）汉斯•霍莱恩设计的沙发

图 1-107 （奥）汉斯•霍莱恩设计的眼镜

图 1-108 （奥）汉斯•霍莱恩设计的水壶

图 1-109 （奥）汉斯•霍莱恩的空间设计

后现代这一设计思潮还正在发展变化之中，目前还很难做出恰当的评价。下面介绍几个相关的概念。

① 后现代主义建筑。这是在 20 世纪 60 年代兴起的以反对“现代主义建筑”为特征的建筑理论、思潮和实践。后现代主义建筑设计师认为现代主义建筑美学思想是建立在理性、结构、功能的基础之上，忽视了建筑形式对人性的作用，片面强调功能性和经济性，走向纯粹理性的极端，忽视了人的情感和环境的作用，形成了单调、统一的建筑形式。1954 年美国建筑设计师爱德华•杜勒尔•斯通 (1902—1978 年) 在设计美国驻印度大使馆时，一举打破了现代主义建筑冷酷的玻璃盒子，采用了新的设计形式，即应用了华丽的大理石雕花格栅、贴金箔的装

饰面钢柱，并布置着岛屿和水池、园林等，向现代主义建筑提出了挑战。（见图 1-110）

图 1-110　（美）爱德华·杜勒尔·斯通设计的美国驻印度大使馆

后现代主义建筑从满足人的心理需求出发，力图建立传统与现代的联系，主张兼收并蓄、丰富多彩和含混模糊，而不强调统一一致和明晰清澈；追求文脉、象征性。其具体表现首先是后现代主义建筑强调建筑的精神功能，注重设计形式的变化。

后现代主义建筑在细节上往往采用各种古典装饰，运用变形、分裂、夸张、矛盾等手段使装饰充满趣味性和象征性。内部也往往有与功能无关的装饰，如拉庇德斯设计的迈阿密海滨的“美利坚饭店”内有一座巨大的、装着满满的热带雨林植物的玻璃圆锥大厅，有歌剧院式的大楼梯和豪华的休闲设施；约翰·波特曼设计的万豪酒店的中庭多了一些弧度，比起单纯的拔高空间更加让人震撼。芝加哥摄政旅馆内中间高 33 层的天井中设有华丽的空中花园，游客可以从观景电梯中观赏其中的园林景色。（见图 1-111）

图 1-111　（美）约翰·波特曼设计的万豪酒店

另外，后现代主义建筑强调历史文化，即所谓的“文脉主义”。后现代主义的设计师们抛弃了现代主义平滑的方盒子建筑形式，认为决定建筑外观的不单纯是内部功能，而且还受到群体、环境、地区、历史等的影响，强调建筑的形体质量感，提倡建筑的“内”“外”双重性，重视层次感和深度感。后现代主义建筑设计师认为现代主义建筑在某种意义上完全把历史隔断了，就好像工业文明不是从历史发展过来的，而是从工业革命的烟囱里一下子冒出来的。

从现代主义建筑设计和古典主义建筑来看，二者似乎没有什么内在的联系。如传统的柱式被抛弃了，传统建筑中常使用的诸如爱奥尼亚、科林斯等风格的柱子被清一色的钢筋混凝土所取代。因此，后现代主义建筑设计师强调建筑中传统与现代的有机结合。著名的建筑大师菲利普•约翰逊在后来的设计实践中也倾向“后现代”，他于 1983—1985 年设计的美国德克萨斯州休斯敦大学建筑学院是一个比较典型的代表。这座楼外观上有许多欧洲古代建筑的形式，如正中有大拱门，屋顶的正立面显示出两坡屋顶形式等特点。

后现代建筑语言还具有隐喻、象征和多义的特征。现代主义建筑形态语言是单一的，只基于对功能的认识；而后现代主义建筑所使用的建筑形式往往包含一系列现代符号学的内容。了解后现代主义建筑，应该从结构、符号、形式等多种角度出发。如悉尼歌剧院造型像一组洁白的抽象派雕塑，结构弧面屋顶像张满风的帆，又像美丽的贝壳；东京代代木体育馆外观酷似两片贝壳，内部看似一个巨大的海螺；耶鲁大学冰球馆像一头鲸或一只龟；肯尼迪国际机场候机厅像一只展翅飞翔的鹰。

“后现代主义建筑”现在正处在不断发展和多样化的过程，一方面是科学技术的发展为建筑形式的多样性提供了条件，另一方面也是人们对建筑的形式美产生多样化追求的结果。人们对它褒贬参半，认识仍在发展变化之中，很难做出准确评价。

② 新现代主义。这是从美国建筑师文杜里提出对现代主义挑战以来，在设计上除了对后现代主义探索外，还有对现代主义的重新研究和发展，也被称为“新现代设计”。20 世纪六七十年代，许多设计师认为现代主义、国际主义充满了与时代不相适应的成分，因此必须利用各种历史装饰风格进行修正。还有一些设计师仍然坚持现代主义的原则，按照现代主义的基本语汇来设计，也就是仍然依照理性主义、功能主义、减少主义的原则和方法，他们根据时代的需要给现代主义设计加入新的形式的象征意义，如贝聿铭设计的华盛顿国家艺术博物馆东厅、中国香港的中国银行大楼、法国罗浮宫前的“玻璃金字塔”，西萨•佩利设计的洛杉矶太平洋设计中心等。

就贝聿铭设计的玻璃金字塔来讲，其金字塔结构本身不仅是功能的需要，而且具有历史的文明象征含义。西萨•佩利设计的洛杉矶太平洋设计中心从整体上看基本是现代主义的玻璃幕墙，但设计师采用了绿色和蓝色的玻璃，利用这非同一般的色彩表达象征的含义。新现代主义具有现代主义严谨与理性的特点，同时又具有个人风格与象征性含义，得到许多建筑家的喜欢，因此发展十分迅速。（见图 1-112 和图 1-113）

图 1-112 （美籍华人）贝聿铭设计的华盛顿国家艺术博物馆东厅和中国香港的中国银行大楼

图 1-113　（美籍阿根廷人）西萨•佩利设计的洛杉矶太平洋设计中心

③ 解构主义。这是相对“结构主义”而提出的，1967 年被哲学家雅克•德里达从哲学角度提出。解构主义作为一种设计风格的探索兴起于 20 世纪 80 年代。解构主义哲学理论奠基人德里达的理论是对于“结构”本身的反感，认为符合本身的含义已经能够充分反映真实。解构主义认为对于单独个体的研究比对于整体结构的研究更加重要，更能反映人类存在的真理。解构主义哲学思想可以概括为重视个体、部件本身、反对总体统一等。

解构主义的形式实质上是对结构主义的破坏和分解，是对现代主义、国际主义标准与原则的否定。很大程度上它是一种尝试，随意性、个人性、表现性是它的特点。主要代表人物及作品有美国建筑家弗兰克•盖里在 1990—1992 年设计的俄亥俄州托列多大学艺术系大楼以及 1989 年设计的德国维特拉国际家具展览中心；美国建筑家彼得•艾森曼在 1989—1993 年为美国俄亥俄州哥伦布市设计的市政会议中心；德国建筑家本尼什 1994 年设计的德国斯图加特大学太阳能学院大楼。（见图 1-114 和图 1-115）

弗兰克•盖里被认为是世界上第一个解构主义风格的建筑设计师，他的设计采用了解构的方式，也就是把完整的现代主义、结构主义建筑进行破碎处理，然后重新组合，形成破碎的空间和形态，这是一种新的形式。后现代时期的设计风格还有高科技风格、新波普设计风格等，不愧为是一个多元化的设计时代。

图 1-114　（美）弗兰克•盖里设计的德国维特拉国际家具展览中心和西雅图的摇滚博物馆

图 1-115　（美）彼得•艾森曼设计的美国俄亥俄州哥伦布市的市政会议中心

1.3 设计的原则和意义

古今中外，设计无处不在，设计之美无处不在。在生活中，我们身边的每一样东西都与设计密切相关并带来便利。设计又是一个系统工程，推动着人类的生活方式，改变着人类的生存空间，因此，我们一定要了解设计的原则和意义，更好地为“人”服务。

1.3.1 设计的原则

春秋战国时期我国最早的手工艺技术专著《考工记》中明确提出：“天有时，地有气，材有美，工有巧。合此四者，然后可以为良。材美工巧，然而不良，则不时，不得地气也。”这段话强调设计造物要考虑“天时、地利、材美、工巧”四个原则，在天人合一的思想下才能制造出优良的器物。

古希腊智者普罗泰格拉说：“人是万物的尺度。”恩格斯也认为人是一切活动和一切关系的基础。设计的执行者和服务对象都是人，因此设计从本质上讲是为“人”的设计，所以设计造物最本质的、总的原则就是要合乎人的目的，满足人的物质和精神的需要。以人为本，合乎人类生活的目的和需要的设计才是好的设计。设计造物的过程受到材料因素、功能因素、科技因素、形式因素、经济因素、环境因素、时代因素等的影响，故设计的原则具体可以归纳为选材合理原则、功能合宜原则、结构科学原则、形式审美原则和经济效益原则五大原则。

1．选材合理原则

材料是设计的载体，“巧妇难为无米之炊”。生活中的材料种类繁多，包括自然材料和人工材料，各有各的物理属性，如泥土、石头、陶瓷、玻璃、塑料、木材、金属、丝毛、棉麻、皮革、橡胶、合成纤维以及各种高科技材料等，无论是无机物材料还是有机物材料，金属材料还是非金属材料，都是设计的物质基础。由于材料外表的色彩、肌理、光泽、硬度、温度等属性不仅能够给人们的感官带来不同的感受，还会引发情感和情绪的变化，如木材能给人以自然、轻松、美观、环保的舒适感；金属能给人坚固、沉稳、现代的安全感；玻璃则能给人透明、简洁的时尚感；丝绸能给人柔软、光滑、细腻、精致的舒适感。因此在造物设计的选材上必须考虑这一要素，根据具体需要进行选材，而不能随意选择不适合的材料。正如战国末期韩非子（约前 281—前 233 年）在《韩非子•解老》篇中说：“……万物各异理，而道尽稽万物之理。”在《韩非子•杨权》中又说：“夫物者有所宜，材者有所施，各处其宜……”。他主张因材施技，使材料的用处得到最大的发挥，因此，合理选材是做好设计的基础条件。（见图 1-116）

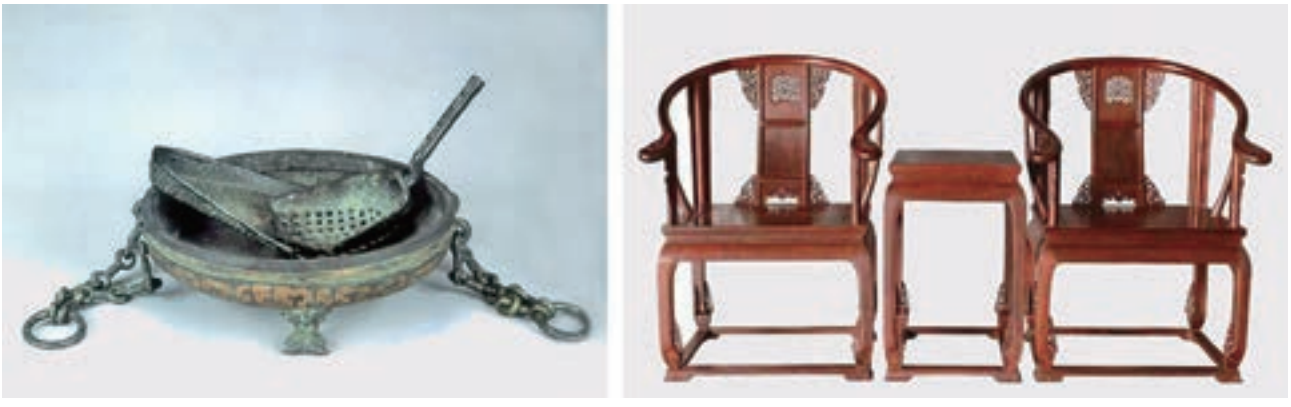

图 1-116　青铜器的金属美和明式家具的木材美

2．功能合宜原则

人类的设计是为了满足“人”的需要，让人们生活得更好，功能就是首要考虑的使用价值所在。假如某件设计作品不具备相应的功能，就无法满足人们生活的需求，那么设计就会失去价值。完美的设计应当是功能和造型的完美结合，是天衣无缝、巧夺天工的，用一个字来形容，那就是“宜”。功能合宜是做好设计的根本原则。

中国古代的造物思想一直强调设计造物要“经世致用”，就是强调功能。战国时期的墨子（约前 468—前 376 年）就非常重视设计的实用功能，他认为器物“利于人谓之巧，不利于人谓之拙”，曾言：“食必常饱然后求美，衣必常暖然后求丽，居必常安然后求乐，为可长，为可久，先质而后文，此圣人之务也。”墨子倡导的这个功能主义思想具有普遍的现实意义。与美国人本主义心理学家亚伯拉罕•马斯洛提出的“需要层次论”是一致的，在马斯洛看来，人的需求是从低级向高级不断发展的，而人类最基本的需要，就是生存的需要。宋代欧阳修（1007—1072 年）提倡“与物用有宜，不计丑于妍”；明代吕坤也说“天下万事万物，皆要求个实用，实用者，与吾身心关损益者也”。在这种设计思想观念的影响下，产生了宋应星的《天工开物》，其被誉为是中国 17 世纪的百科全书。

在西方，古希腊思想家苏格拉底（前 469—前 399 年）把美和效用联系起来，认为美必定是有用的，较早提出了功能的美学价值。古罗马建筑师维特鲁威在《建筑十书》中强调建筑设计的基本原则是“实用、坚固、美观”，也是把功能放在第一位。因此，设计的首要原则就是实用。如果是一把艺术品的椅子，它可能不是很舒服，那么只有极少数鉴赏家才会关注它的美学价值而忽略其实用价值。（见图 1-117 和图 1-118）

图 1-117　皇家汉代服饰和古罗马贵族服饰

图 1-118　汉代建筑和古罗马建筑

3．结构科学原则

结构是物质内部各组成要素之间的搭配和排列的方式。任何设计产品都要用一定的材料，经过相应的技术手段和特定的结构组合而成。科技是人类改造自然过程中积累的系统化、专业化的技巧和能力，它是人类生产力水平的体现。任何设计产品的形成过程都贯穿着科技的要素，从手工技艺到机器加工，再到信息技术，无论哪种技术都对于产品的结构和功能有着相应的作用。商周时期的青铜产品就是美观和科学的完美结合，如长信宫殿等。

产品的设计要特别强调结构科学，任何产品的结构都可以有若干不同的层次，每个层次都有特定的结构。如《考工记》中记载的古代良弓的制作，就需要“干、角、筋、胶、丝、漆”六材具备，然后由巧者合之，经过三年左右的时间才最终完成，各种材料按照合的目的性和规律性进行有序统一。产品的结构不能随意编排，而要严格按照功能的目的来安排材料的位置和形状，以确保各种材料在结构中发挥各自的作用，并相互协调。结构是一个有机的过程，科学是确保产品功能的实现。无论在空间结构上还是在时间结构上，各种材料之间都能保持相对的稳定和平衡，使结构能长期安全地发挥功能，因此结构具有层次性、有序性、稳定性的特点。如中国古代建筑，就是以木材、砖瓦为主要建筑材料，以木构架结构为主要的结构方式，创造了与这种结构相适应的各种外观。这种结构方式由立柱、横梁、顺檩等主要构件建造而成，各个构件之间用榫卯相吻合，构成富有弹性的框架，使墙壁不承重，达到“墙倒屋不塌”的效果。（见图 1-119）

图 1-119 （汉）长信宫灯和（辽）应县木塔建筑

近代工艺设计刚出现的时候，就是依靠其产品结构的科学来实现使用价值。通过大批量的生产来获得市场效益。随着设计观念的完善及市场竞争的需要，逐渐重视起产品外观的设计。设计要以人为本，考虑到人与物的关系，就必须考虑人机工程学，这样才能使产品与人的自然属性更匹配、更合理，达到人、物、环境之间内在的和谐。（见图 1-120）

4．形式审美原则

设计作品是材料和结构的外在表现，是有一定的色彩、线条、形态、结构等因素组成的物质属性的整体形象。形式为设计产品的功能服务，同时具有相对独立的审美价值。一件优秀的设计作品应该是好的外观形式与好的使用功能的完美统一。

形式审美原则要求设计作品要充分考虑外观和形式因素，使其趋于美观和谐，引起人的生命愉悦，并在一定程度上发挥产品的精神、功能和文化象征含义。从设计产生的源头来看，最早的设计、最早的技术和最早的艺术具有统一性，随着人类文明的进程，设计造物活动自然就打上艺术的烙印。英国学者克莱夫•贝尔认为，在所有

艺术作品中都存在某种共同的而又是独特的性质，“在不同的作品中，线条、色彩以某种特殊方式组成某种形式或形式间的关系，激起我们的审美情感。这种线、色的关系和组合，这种审美的、感人的形式，我称为有意味的形式。有意味的形式就是一切视觉艺术的共同性质”。设计也是一种实用艺术，功能与审美是设计的两大本质特征。因此，我们的设计活动与艺术息息相关，很多艺术家曾推动了艺术设计的发展。如威廉•莫里斯就是代表人物，他被誉为现代设计之父，他的很多艺术作品也成为现代设计造型和装饰的灵感来源。荷兰风格派艺术大师蒙德里安的绘画作品给包豪斯学院的产品设计带来启发，也为时装设计带来独特的装饰潮流。（见图 1-121）

图 1-120　近代工业产品设计

图 1-121　蒙德里安的作品和受此影响的服装设计

形式美感是各种形式要素的有序组合，在设计中要充分调动艺术法则中的比例、构图、空间、色彩、质感、光线等因素，处理好变化与统一、对比与协调、对称与均衡、节奏与韵律、比例与秩序的关系，不同类型的设计需要呈现出不同的形式美感特征。如我国的园林设计就要求达到诗情画意、天人合一的境界，体现休闲隐逸、宜居宜赏的生活观念。（见图 1-122）

图 1-122　中国的苏州园林设计

5．经济效益原则

生活中设计作品总是作为商品以满足市场需求，所谓的消费就是对设计的消费，选择怎样的产品，其实意味着选择怎样的设计。因此，设计在市场经济中是不可或缺的因素。基本上形成了设计、生产、销售、消费、反馈的设计循环系统，经济效益原则也越来越突出，主要表现为节约成本和创造价值两个方面。

设计作品具有实用和附加两个方面的价值。产品的实用价值是本身固有的功能、内容的体现；附加价值则是在此基础上带来的多元价值，如品牌价值、形象价值、文化价值、信誉价值等。

设计的产品，一方面要适应市场，迎合市场的需求；另一方面要创造市场，引领市场潮流。如日本索尼公司在 20 世纪 50 年代就设立设计部，最早提出创造市场的概念，用设计的创新来引导市场消费，主动创造市场。进一步将设计从产品本身扩展到产品之外的销售、服务等范围。这个经营理念，使设计的附加价值得到彰显。好的设计理念能够给一个企业带来巨大的经济效益，树立良好的社会、企业形象和企业文化。

在现代市场经济中，设计已经不是简单地对产品本身的设计，而是一个设计体系。在以消费者为中心的现代市场经济中，设计不仅要充分考虑产品本身的因素，更要充分考虑消费者的因素，才能做到对市场进行有效、全面的把控和掌握。如美国美泰玩具公司的创始人露丝•汉德勒设计的经典玩具——芭比娃娃在国际市场上取得了巨大的成功。芭比娃娃诞生于 1959 年，其设计定位是 16 岁的性感美少女的玩偶形象。在市场策略中，以领养的方式进行销售，颇具人性化色彩。芭比娃娃被塑造成有多种梦想的女孩，从这个思路引发了对芭比娃娃职业身份的设计以及各式各样职业装的设计。目前芭比娃娃的服装超过十亿套，从单一的芭比娃娃开始，逐步将其职业化、社会化、家庭化和国际化，逐步以设计创造市场。如今，芭比娃娃不仅是一个玩具，更是一个文化符号，象征着美国女性。芭比娃娃的成功设计，堪称设计创造市场效益的经典案例。（见图 1-123）

1.3.2　设计的意义

无论设计的表现和结果如何，我们可以看到，设计的本质意义才是必须要明确的。《易经》中讲：“生生之谓易”“在天成象，在地成形，变化见矣”，道出了设计的本质就是变化。设计不外乎两种变化形式，一种是创造从未出现过的设计，称为原创设计；另一种是在原有的基础上进行特定因素的改变，使之更合乎人们目的性的存在，称为改良设计。改良设计是现代社会中的普遍设计现象，因为现代设计不是一天形成的，而是继承了人类整个设计历史上的各种创造。改良设计能使物体原有的特性更趋完善。

图 1-123　芭比娃娃的设计

不管是原创设计还是改良设计，都是为了满足人们的需要，使人们的生活更加美好。设计的意义具体表现在以下几个方面。

1．设计是人为事物的科学

设计是人类为了满足生活需要而进行的造物活动。从行为学的角度来理解设计具有普遍意义。赫伯特•西蒙最先提出设计是“人为事物的科学”，强调设计的实践性，在设计界产生了普遍的影响。如我国明清时期的家具设计。（见图 1-124）

图 1-124　明式家具设计

2．设计能使科技与艺术完美结合

在设计中，科技和艺术两者缺一不可，科技是实现功能的基础，艺术是实现审美的基础，二者相互依存。1993 年著名科学家李政道提出“科学和艺术是一个硬币的两面”的论断，他认为“它们源于人类活动最高尚的部分，都追求着深刻性、普遍性、永恒性和富有意义”；美国未来学家阿尔文•托夫勒曾将人类的技术革命分为三次：农业技术革命，将人们带进农业时代；工业技术革命，将人们带进工业时代；信息技术革命，将人们带进信息时代。而每一种技术的出现总会带来新的材料、新的表现方式、新的设计观念、新的生活方式。每一个时代的技术也都会和当时的艺术相结合，形成不同风格的设计。如电话的发展，从有线电话到移动电话，再到样式丰富、功能齐全的智能手机，技术起了非常重要的作用。如苹果公司于 2010 年推出的 iPhone 手机，就是结合照相手机、

个人数码助理、媒体播放器以及无线通信设备的掌上设备，还创新地引入了多点触摸屏界面，给人们带来全新的体验。（见图 1-125）

图 1-125　苹果手机设计

3．设计是对生活方式的探讨

设计的目的是对人类生活方式的探讨。生活方式是人的生活模式和品质特征的综合表现，因人而异。形形色色的设计产品给我们带来丰富的选择空间，都能寻找到自己需要的生活方式。因此，无论哪一种设计，都是一种探索，都有自己的象征含义。正如意大利孟菲斯设计集团的领袖奥拓•索特萨斯所说："设计对我而言是探讨生活的一种方式，它是探讨社会、政治、爱情、食物甚至设计本身的一种方式，归根结底，它是关于建立一种象征生活完美的乌托邦的或隐喻的方式。"外国一家时装公司总裁也说："我们卖的不是服装，而是文化。"一位时装设计师曾经说过，他设计的不是女装，而是女性本人——她的外貌、姿态、情感及生活方式。因此，设计总是满足人的多层次的需求，总是探讨如何让生活变得更美好，做到"甘其食，美其服，安其居，乐其俗"。存在主义大师海德格尔倡导人要"诗意地安居"，而设计对艺术的生活起着极其重要的作用。（见图 1-126）

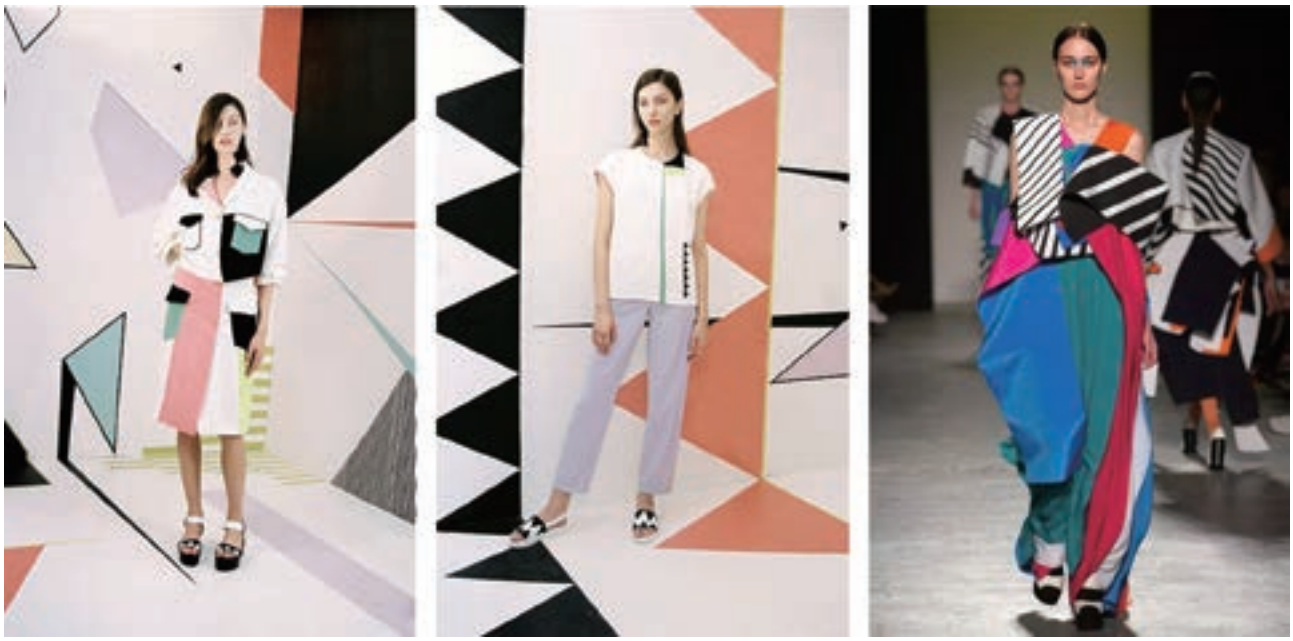

图 1-126　孟菲斯时装设计

4．设计是时代文化的载体

每一件设计产品都体现出人类的智慧和能力，在现实生活中，无不贯穿于人类生活的每一个角落，并与社会、政治、经济、文化、艺术、科技等方面有密切的联系。批评家霍加特强调：“一部艺术作品，无论它如何拒绝或忽视其社会，总是深深根植于社会之中的。它有大量的文化意义，因而，并不存在‘自在的艺术作品’那样的东西。”从某种意义上讲，一部文明史就是一部设计史，从一个时代的设计发展状况就能看出这个时代的文化文明程度与生活方式，正所谓“器以载道”。石器时期体现了原始时代茹毛饮血的文化，青铜器时代体现了钟鸣鼎食的礼制文化，哥特建筑体现了中世纪的宗教文化，汽车体现了工业时代的文化，计算机体现了信息时代的文化等。（见图 1-127）

图 1-127　数字设计

5．设计是经济行为

设计是为了满足社会各阶层的需要。设计在现实生活中必将打上市场的烙印，设计也正是在市场运作下才能真正实现其价值。对于设计师与设计制造商来说，设计的直接目的是在追求一定的经济效益，同时设计也是文化创意产业的主要内容。在现代和未来的生活中，随着设计的发展，必将带动经济的发展。（见图 1-128~图 1-130）

图 1-128　环境设计

图 1-129　包装艺术设计

图 1-130　产品艺术设计

1.4　设计师的历史演变和基本素质

设计师是对设计事物的人的一种泛称，通常是指在某个特定的专门领域创造或提供创意的工作，从事艺术与商业结合在一起的人。这些人通常是利用绘画或其他各种以视觉传达的方式来表现他们的工作或作品；他们在改善着人们的生活质量，优化着人们的生活空间，改变着人们的生活方式。21 世纪将是设计师的时代，设计更加注重人文情怀。

1.4.1　设计师的历史演变

广义上的第一个设计师，可以追溯到第一个“制造工具的人”。在中国有“造火者燧人，因以为名”“黄帝尧舜垂衣裳而天下治”“黄帝作釜甑”“西陵氏始劝蚕”的传说。在西方希腊神话中先觉者普罗米修斯从奥林匹斯山上盗取火种，藏在芦苇里带到了人间，并教会了人类用火。《旧约•创世纪》中说：“耶和华神为亚当和他妻子用皮子做衣服，给他们穿。”我们可以把燧人、尧舜、西陵氏、耶和华等人看作是人类在发展初期的“设计师”。（见图 1-131）

图 1-131　黄帝

距今七八千年前的原始社会晚期，人类社会出现了第一次社会大分工，手工业开始从农业中分离出来，出现了专门从事手工业生产的工匠。早期的工匠通过自己辛勤的劳动为人类生产和生活提供丰富的劳动工具和生活工具，并通过自己的劳动和智慧推动着社会生产力的不断发展。随着工匠在长期生产过程中对于设计制作经验的不断累积，工匠作为一种职业就被固定下来。在中国封建社会时期，专业工匠被称为“百工”，被封建统治者编为世袭户籍，子孙不得转业。但是古代工匠的社会地位较为低下，即使作为宫廷御用工匠也无社会地位，而民间的工匠作为从农民阶层中分化出来的群体，他们仅依靠一技之长，通过游走四方谋生度日，处于社会的底层。中国古代的手工艺人遍及当时生活的各个领域，手工艺人的技艺传承以师徒传承方式为主，行业组织较为稳定，各行的工匠组织均有自己的行业规矩、行业禁忌和行为术语，行业之间有互惠往来的关系。中国古代的工匠是中国五千年辉煌文明的重要缔造者，成熟的手工业行业组织和技术成就了中国手工业一直在世界遥遥领先的地位。

手工业时代，设计师往往集多种身份于一体，他们既是作品的设计者、制作者、施工现场的指挥者，同时也是作品的销售者，这也是整个手工业时代设计和设计师的显著特征之一。由于设计行为大多源于对于历代经验的总结，每个行业都逐渐形成了程式化的生产模式，因此设计往往被模糊化，设计的过程被制作者的工艺过程取代或统一化了，设计师独立存在的必要性也常常被忽视，在设计上，很多的设计佳作都未留下设计师的名字。在建筑、园林、环境艺术设计等领域，设计存在一个独立的过程，设计师的重要性得到了彰显。明清时期，在江南的苏州、常州、松江及扬州等地的诗人画家中，有许多人从事造园、造物的设计，如《园冶》的作者计成，居于苏州的文震亨，久居南京的李渔，居于扬州的石涛，都是名副其实的设计师。文震亨的《长物志》、李渔的《闲情偶寄》不仅是设计实践的总结，更是设计思想的结晶。从这些文人设计师的身上可以看出，在某些领域，设计师也作为一

门职业被独立出来，这些文人设计师具有统领全局、规划运筹、经营安排的本领。有“胸存丘壑”，甚至能日趋达到“从心不从法”的自由境地，虽不执斤斧，但知悉工艺，具有较高的文化素养和审美品位，有位置安排、经营全局的能力，因而在从事艺术设计时，能够得心应手，游刃有余。（见图 1-132）

图 1-132　文震亨的《长物志》和李渔的《闲情偶寄》

设计师作为一种专门职业，是现代设计的产物。18 世纪 60 年代英国工业革命以来，机器的介入使人们的生活发生了巨大的变化，机器的批量生产凸显了生产前期设计过程的重要性，同时社会分工的不断细化导致了产品的生产与设计进一步分离，设计师的重要性也得到确认，但是设计师作为独立的职业直到 20 世纪二三十年代才开始出现。1919 年，美国人西奈尔开设了自己的职业设计事务所，并首次使用了“工业设计”一词。从此，“工业设计”这一专门的设计语汇广为流传和被社会接受。有了独立的运作行业，自然就有了独立行使设计职能的职业化设计师。当时从事“工业设计”的职业设计师大致上有两种类型：一是驻厂设计师，他们受雇于企业、工厂，在这些企业的设计室或机构从事专门的设计职业。如早期职业设计师的代表——美国通用汽车公司的汽车设计师哈利•厄尔（Harley Earl）1925 年受雇于该公司，1928 年负责该公司新成立的“艺术与色彩”部门和“外形设计”部门，设计出了一系列造型新颖的汽车，为通用公司的成功做出了重大贡献，也为设计师赢得了荣誉。另一类是所谓的“自由设计师”，这些设计师自己成立设计公司或设计事务所，接受企业的委托，从事各种设计工作。这些设计师活跃在产品、广告、展示甚至舞台设计等各方面，为社会提供多种设计服务，成为不可忽视的设计力量。如为柯达公司设计过 135 相机的自由设计师 W.D. 提革，早先从事平面设计、广告设计，1926 年游学欧洲，来到美国后，创办了自己的设计事务所，从事室内设计和产品设计。1927 年开始接受柯达公司委托设计柯达系列相机和包装，直到第二次世界大战后柯达公司成立了自己的设计机构，提革仍担任柯达公司的主任顾问设计师。在美国历史上另一位著名的自由设计师是雷蒙德•罗维，1929 年他在纽约开设了自己的设计事务所，第一个项目是为吉斯特纳公司设计速印机，委托时间仅五天，迫使他创造了一个只减不加、简洁流畅的外形，并深受客户好评。他设计的“可德斯波特”牌电冰箱成为现代电冰箱造型和结构的样本，通过设计改造后的冰箱销量大增，此外他还广泛涉及交通工具、美国空军 1 号、可口可乐标志和包装、宇航器等各种类型的设计，许多作品成为设计史上的经典，他以自己的方式缔造了一个属于自己的设计帝国，影响着人们对于设计的认识。（见图 1-133 和图 1-134）

图 1-133　美国汽车设计师哈利•厄尔的汽车设计

图 1-134　美国自由设计师雷蒙德•罗维设计的可口可乐标志和包装

职业设计师的出现标志着设计发展已迈入一个职业化、专业化的新阶段，在美国、英国、德国、芬兰等国都得到很好的发展。设计师的自由职业和独立的设计事务所还包括大量驻厂设计师的设计部门，都为设计师的创造提供了十分优越的条件，而设计师的独特创造又为设计的发展做出了重要贡献，两者相得益彰，共同推动设计的现代化。如“设计鬼才”戴帆的现代设计，他曾担任过 2008 年奥运会开幕式的视频影像设计艺术指导，是共振设计的创始人和艺术总监。他的作品从题材到表现方式都引起了极大的争议，被认为是 2015 福布斯中国最具潜力的设计师。（见图 1-135）

1.4.2　设计师的基本素质

设计具有综合性、创造性的特点，设计创造是以综合为手段、以创新为目标的一种既高级又复杂的脑力劳动过程。设计所具有的创造性特征也为设计创造的主体设计师提出了更高的要求。

图 1-135　戴帆设计的美国德克萨斯州环球贸易中心

1．设计师应具备广博的知识

设计是科学、哲学、艺术及文化等各方面的综合体，设计师必须掌握一定的相关知识，才能投入自由的设计中去，因此，广博的知识是设计师应具有的基本素质。一个设计师再聪明，再有天赋，但如果知识面狭窄，也难以达到一个高的境界。从广义上讲，世界上的事物都会有着某种共同规律和相互的关联性，全面的知识可以使人触类旁通、融会贯通，可以给人带来创造的灵感。设计师在设计实践之余应刻苦钻研，吸收更多的设计理论知识，如艺术史论、设计史论和设计方法论等知识，并不断充实其他领域的学识。设计师还应通过对古今中外艺术设计的鉴赏、分析、比较、借鉴以获取广泛有益的启迪与灵感；还要从相关领域的学科中如美学、语言学、市场学、经济学、营销学和心理学等吸取营养，才能胜任设计师的职业要求。正如美国著名设计师亚瑟•普洛斯在他的《工业设计的功能》一文中指出："工业设计师不是艺术家，他们必须对所处时代的美学特征和文化倾向敏感，而且在工作中应经常采用艺术处理方法；工业设计师不是工程师，他们必须懂得科学和工程技术的基本知识和制造工艺；工业设计师既不是心理学家，也不是社会学家，他们必须对整个人类和社会有一个深刻的理解。"（见图 1-136）

图 1-136　现代产品设计

2．设计师应具备设计与艺术的知识技能

设计与艺术有着与生俱来的“血缘”关系，设计师首先需要掌握设计与艺术知识技能，包括造型基础技能、专业设计技能及与设计相关的理论知识。造型基础技能是通向专业设计的必由之路，它能训练设计师的形态——空间认识能力与表现能力，为培养设计师的设计意识、设计思维、设计表达与设计创造能力奠定基础。造型基础技能包括手工造型（设计素描、色彩、速写、构成、制图和材料成型等）、摄影摄像造型和计算机造型。手工造型是基础，计算机造型既是基础又是发展的趋势，客观上已成为设计师必须掌握的最重要的基础造型技术，有着无限广阔的应用与发展前景。

设计专业包括视觉传达设计、工业产品设计、环境设计、虚拟艺术设计等类型，有着不同的设计技能要求。如视觉传达设计偏重于平面造型，工业产品设计和环境设计偏重于空间造型。各专业的相关学科也有差异，对于视觉传达设计而言，更具体的理论指导是符号学、传播学、广告学、市场学、消费学、心理学、民俗学、教育学、印刷工学等；对于工业产品设计而言，更具体的理论指导是工学指导，如人机工程学、材料学、价值工程学等；对于环境设计而言，更具体的理论指导是环境科学、环境心理学、艺术学、地理学、气象学、建筑工学、经济学等；对于虚拟艺术设计来说，则需要根据具体的虚拟内容来确定与之相适应的具有理论指导意义的学科。各专业设计技能的获得都必须经过对各种材料、工具的熟悉，基本技术、技巧的掌握，再到设计实例中去实践、提高、完善的过程。各种技能之间相互渗透、相辅相成，如工业设计就深受建筑设计的影响，展示设计则综合多种设计技能，因而设计师不能局限于某一专业而对其他领域一无所知，这样势必影响本专业的技能水平的提高。（见图 1-137）

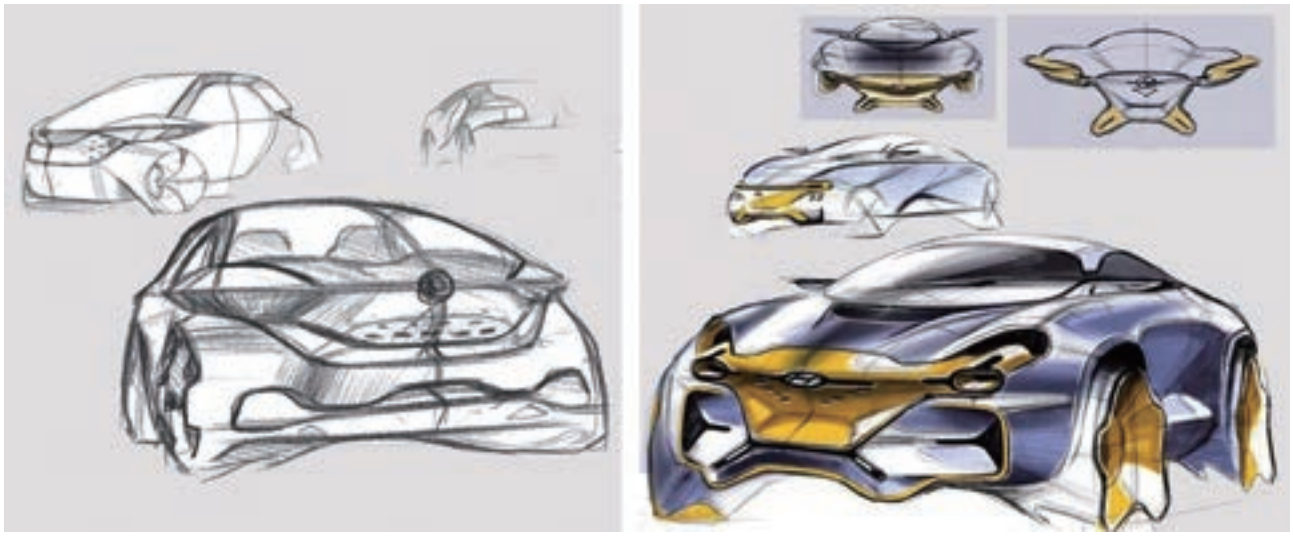

图 1-137　汽车设计稿

3．设计师应具备超强的创造力

设计是一种创造性工作，设计师必须具有超强的创造力，善于利用一切现有的技术条件设计出有创意的作品。创造是设计师的“天职”和本职，设计师是永无止境的创造者。创造既有原创又有借鉴，不论哪一种都需要创造者付出创造性的劳动。设计的过程是创造力发挥、施展的过程，良好的创造力是设计师自我发展与成长的保证，也是设计师终身的追求。创造力不是天赋而是努力的结果，设计师与一般人不同的是，他所从事的设计工作几乎完全是建立在这种创造能力基础上的，因此，要有意识地培养自己的这种创造力。美国心理学家马斯洛曾将有创造性的人归属于自我实现的人，“自我实现”实际上是一种有意识地追求。创造力与智力虽有一定的关联，但创造力的大小不完全取决于个人的智力，而取决于个人的能力。培养自身的创造力对于设计师而言是十分重

要的，这是设计师素质中最重要的部分。培养创造力要从培养自己对于事情良好的感受性开始，有了敏锐和良好的感受性，还需要有专心致志的精神态度，这是创造力养成的基础和先决条件，因此创造性最重要的就是独特的感受性、独创性和专注性。

4．设计师应有强烈的社会责任感

设计师作为产品的主要策划者和创造者，对产品在各个阶段所产生的环境问题都会有直接或间接的影响。设计师往往决定着产品的主要材料、工艺，产品的适用人群及产品废弃后如何处理，因此，设计师对诸多问题起决定性的作用。最重要的是，设计师是连接设计与人之间的纽带，设计师引导并改变人们使用产品的方式，同时对这些产品和服务负有责任。设计师的设计影响着人们的生活方式。人们已逐渐习惯通过设计体现自己的社会地位和个人品位。设计是“消费主义”的推动者，促使产品式样“有计划地废止”，加快产品的更换速度。设计师还参与广告活动，从而进一步刺激消费。设计能够使社会文化发生变革，而它们当中的大部分代表了某些特定的生活方式。作为一名设计师，要想做出优秀的设计，不但要有设计师的思想、知识、判断和决策，更要具备设计师的社会责任感。（见图 1-138）

图 1-138　现代沙发设计

思考与练习

1. 如何理解设计的概念?
2. 理清中国古代设计简史的脉络和特征。
3. 理清西方现代设计简史的脉络和特征。
4. 掌握设计的意义和原则，思考如何在原则中创新。
5. 了解设计师的历史演变过程，知道如何提升自己才能成为一名合格的设计师。
6. 理解设计师的基本素质，知道如何成为一名称职的设计师。

第2章　设 计 特 征

学习目标：通过学习，了解设计的基本特征，并对设计的各种特征有明确的概念，为以后的专业学习奠定良好基础。

学习重点：通过本章的学习，对学生能起到一种启发和引导的作用。重点掌握各种设计特征的体现、目的及其作用，进而熟练掌握其基本概念与发展趋势，为具体设计领域的学习打下基础。

随着人类社会文明的发展，设计的种类、材料、方法越来越多，越来越复杂。除了能满足功能性的需要外，设计产品还有更高层次的追求，如对科技性、艺术性、经济性和文化性的追求，这样就形成了设计的实用性、科技性、艺术性、经济性、文化性、时代性、地域性等多种特征。本章着重分析设计的科技性、经济性、艺术性和文化性四个方面的特征。

2.1 设计的科技性

设计与科技有着紧密的联系，二者相互促进，相互影响。无论在设计的初始期，还是在当今设计的高速发展期，设计产品始终包含着科技的成分，新的科技因素融入设计活动的方方面面，推动了整个设计行业的革命。很难想象，如果没有电梯的发明，怎么能有造型各异的摩天大楼的相关设计？如果没有电子科技的发展，数字化设计又从何谈起？ 19 世纪中叶，欧洲工业革命正蓬勃地发展着，这场始于 18 世纪 60 年代至 80 年代的工业革命宣告了欧洲资产阶级的机器大生产的开始，从此机器大工业代替了以手工技术为基础的手工业。随着科学技术的飞速发展，人类生活也发生了巨大的变化。现代网络时代又在悄悄地改变着现代人们的生活方式。而设计活动在此背景下，紧跟着科技发展的前进步伐，凸显了其重要的时代性。（见图 2-1 和图 2-2）

图 2-1　现代产品设计

图 2-2　现代建筑设计

2.1.1　设计科技性的体现

科技的发展给设计提供了新的手段，设计就是按照科学规律利用和改造自然的设想与计划，并通过实践提高加工技术和认识水平，从而实现为人类服务的目标。没有科技的设计是平庸的设计，科技是实现设计品位和实用性的重要因素，如手工设计、机器设计、电子设计、模拟现实设计等。人类设计手段的发展总是和当时的科技水平分不开的，一般认为，目前社会发展的进程中已经发生了三次伟大的科技革命，即 18 世纪中叶到 19 世纪中叶，首先在英国发生了以蒸汽机为主要标志的第一次科技革命，这次革命的主要成果就是使设计不再和生产混为一谈，而是作为一种独立的工作领域从制造领域中划分出来，最终以职业设计师诞生的方式确立下来；19 世纪末至 20 世纪初，发生了以发电机和电动机的发明和使用为主要标志的第二次科技革命，这次革命虽然没有直接变更设计方式，但是，电能的产生极大地促进了设计师的热情，如爱迪生、贝尔等发明家将电灯、电话的设计很快引入了人们的日常生活中；20 世纪 40 年代末、50 年代初开始，60 年代达到高潮，发生了以原子能航天技术和电子计算机技术的广泛应用为标志的第三次科技革命，这次革命深刻地影响了设计的形式和思维，计算机开始成为信息处理的主要工具。它不仅大大提高了设计师的工作效率，而且也根本上变革了设计方式。用计算机辅助设计，不仅帮助设计师可以更加直观地工作，而且革新了设计师的设计思维。如在产品设计和环境设计领域中能利用虚拟现实来进行产品的仿真演示，设计师将设计、制造和分析集成于一个系统，这个系统一方面联系着工程、分析和制造，另一方面联系着消费者的感受，也使消费者的体验成为设计中真正有意义的一个环节，从而使设计增加了人性化的优点。（见图 2-3 和图 2-4）

图 2-3　新老电灯和电话产品的设计对比

图 2-4　计算机建筑模拟技术的应用

科技的进步也是艺术设计发展的推动力，每次科技飞跃都给艺术设计注入了新的思想观念，艺术与科技、感性与理性的不断融合，最终达到最佳契合。科技变革影响意识设计作品的功能形态和表现效率与效果，艺术设计需要紧随科技变革，探寻更加广阔的发展前景。随着数字化技术的快速发展，艺术设计产业处于前所未有的变革之中。

新材料的应用同样推动设计的创新。一般来说，设计材料的发展大致经历了自然材料、金属材料、复合材料和磁性材料等几个阶段，每一种新材料的出现，都意味着科技的重大发展，使艺术设计的功能价值和美学价值得到更好的发挥。如石化工业所生产的塑胶复合材料，也给设计带来了很多新的机会，20 世纪 60 年代被称为“塑料的时代”，出现了很多新的设计。另外，磁性材料的应用，也在改变着设计的观念，比如磁性服装的设计和纳米磁性材料的服装设计等，使服装开发了新的使用功能。这些新材料的应用对设计的影响是全方位的，不仅包括对其技术性的利用，而且包括视觉和触觉的美感，它们能触发流行的设计。（见图 2-5 和图 2-6）

图 2-5　塑胶复合材料的产品设计

图 2-6　磁性服装设计和“纳米”技术在服装中的应用

2.1.2　设计科技性的实现

设计中要体现科技性是毋庸置疑的，但如何能使设计的科技性更好地为人们实际需要服务，符合人们的审美，这也是设计师研究、追求的方向。

1．科技进步是基础

从古至今，每一次科技的进步，都会为设计提供重要的基础保障。科技的飞速发展，为人类设计活动提供了物质材料、规律原理和方法技巧等多方面的帮助。在人类发展的不同历史时期，人们总能凭借自己的不懈努力与尝试，从自然界中寻找并发现新的设计材料。在设计活动中，新材料的使用，更加快了设计前进的步伐。新材料使设计师有了更多的选择。从石器—陶器—青铜器等金属元素的提炼和加工，科学技术的应用使人们可以成功地制作出各种器皿、器具，并广泛应用到日常生活中。

科技规律的掌握，可以使设计的产品日趋完善，也越来越符合设计初衷。在新材料对设计活动产生巨大推动力的同时，也不同程度地丰富了设计语言，同样使设计的表现手段更加多样。比例、尺度、对称、均衡、节奏、韵律等形式美法则在设计活动中的合理应用，表现出设计者对科学和美学的巧妙融合，黄金分割、人体工程学等相关科学规律在具体设计活动中显示出特殊的作用，和谐统一的比例关系，使更多设计作品给人们带来美的享受，尤其在建筑设计中，科学的比例关系使人们感到安全、便利和舒适。（见图 2-7）

图 2-7　和谐统一的建筑设计

随着电子科技的飞速发展，新一代的设计师有了全新的设计理念。他们通过计算机的帮助，可以省时省力，并正确地解决极为复杂的问题，同时代替人力完成设计工作中繁重的计算工作和绘图工作。当今的设计师甚至可以足不出户，利用计算机辅助工具就可以设计出令人满意的作品。因此，科技的进步正逐渐影响设计活动，为设计者提供更广阔的发展空间，并为设计活动提供坚实的基础保障。（见图 2-8）

图 2-8　用计算机设计的服装作品

2．科技人才是潜力

设计科技人才主要是指具有科技应用能力和相关思维模式的设计人才。设计师不仅要有独特的设计视角，还应该具有出色的思维能力，同时对科技发展现状保持敏锐的感知能力。很多具有科技应用能力的设计师是为了缔造人类设计历史而存在的，一次完美的设计抵得上一次卓越的革命和卓越的发明，正是由于他们的存在，使高端产品走入寻常百姓家。

科技人才是走在科技最前沿的创造者和探索者。如今，对于众多生活在都市中的消费者来讲，曾经奢侈的数码产品已逐渐成为物美价廉的日常用品，而这正是设计师合理使用先进科技手段进行相关设计活动的成果，因此，设计产品在市场竞争中获得成功的秘诀就是最新科技的借鉴和应用。科技能力的培养是设计师素质提高的重要动力，也是设计师能在行业中处于领先地位的重要原因。即便是在手工业时代，具有科技能力的设计师往往会有更具前瞻性的目光，他们把精力放在不断努力的创新过程中，即使是为少数人设计的产品，也包含着设计师不断创新的种种努力。设计师走在科技的最前沿，一方面表现在对设计新功能的充分开发上，另一方面表现在对设计环境的全面观察上。在现代工业背景下，设计产品的科技性表现得更为突出，而作为设计主体的设计师，更需要对设计环境的全面观察，紧跟时代的发展步伐。在现代产品的设计中，设计师需要解决的问题是让设计产品被更多消费者认可，同时也让设计产品更能体现出时代感和先进性，设计师的科技能力就显得尤为重要。作为设计师，还应善于借鉴科技的高效能进行设计，并对设计产品的高性能带给消费者的心理影响进行全面关照。因此，

成功的设计师在某种意义上讲也应该是优秀的心理学家，对于新科技的应用尺度应该参照消费者的心理，善于抓住消费者的心理需求。不同的设计领域对科技的借鉴是多角度的，从材料上，科技的发展不仅丰富了物质材料的种类，同时也增强了材料的可利用性。人类早期社会，设计活动的可用材料是有限的。如服装设计材料的利用，生活在洞穴之中，以狩猎为生的原始人对兽皮、树叶进行加工改造，设计出最原始的服装。在人类漫长的服装设计发展史上，始终离不开对新材料的利用，更离不开新科技方法的借鉴。如发现并加工使用的天然纤维棉、麻、丝、毛到各种化学纤维产品的问世；现代丰富多彩的服装材料品种；还有可以根据周围气温变化而改变颜色的服装，这样人们就可以利用服装色彩改变使穿者享受舒适的着装体验；今天发明了能打电话、听音乐的多媒体服装，使穿着者更具个性。现代设计师已不再满足于服装的御寒遮体功能，而是通过服装设计传递给人类更多的科技创新性。（见图 2-9 和图 2-10）

图 2-9　原始服装和天然纤维棉、毛服装

图 2-10　化学纤维、能变颜色的和能听音乐的服装

3．科技创新是动力

每一次科技的进步，都会为各领域相关的设计活动提供重要的技术支持，设计要长足发展，必须不断创新，不断吸取新鲜血液。从古至今。设计行业的成功经验表明，突破心理定式对设计活动的顺利进行具有至关重要的作用，只有不断改进才能掌握设计密码，拥有自己独特的设计语言。在设计过程中，从造型、肌理、空间、色彩等各个层面都要进行大胆突破和改革，这是设计活动的动力源泉。

要想使设计产品更加精细、实用、美观，人们不断尝试着对产品的改进。设计师要走在时代潮流的前沿，勇于打破心理定式，将科学技术创新与设计巧妙地结合起来。最原始的石器设计从简单打制到磨光钻孔，不仅美观，更能为人们的生活提供便利。后来人们又掌握了金属冶炼技术，不断开发新材料，使用新方法，思维模式也有了改变，开始了更多探索性的设计活动，出现了很多新颖的造型，体现了人类突破心理定式的必然选择。由于中国传统观念从未承认过科学技术和设计的重要地位，使中国科学技术的发展很长时间受到漠视，设计活动没有得到应有的重视和发展，这种思维定式大大地阻挠了设计活动的进行。古老的中国，在科学技术领域有过辉煌灿烂的历史，曾一度领先世界水平，但没有被很好地利用，没有使科技转变为推动中国发展的动力。如中国人发明了火药，用来放鞭炮，欧洲人却设计出枪炮，带给中国 100 多年的被侵略、被压迫的灾难和浩劫；中国人发明了指南针，用来测风水，欧洲人却使用指南针渡洋找到美洲殖民地，攫取黄金珠宝，成就欧洲 500 余年的繁荣昌盛。反思中国被帝国主义侵略的惨痛教训，科技领域落后于西方，整个国家也受到影响，中国的很多设计产品，科技含量落后于欧洲国家，一度停留在中国制造的阶段上。为了实现中国制造变成中国创造，必须突破以往的思维定式，重视科技在设计中的重要性，正视设计活动对社会发展的广泛影响，改变固有的思维模式，对高科技要充分利用。如汽车公司新产品的推出，必须与科技的快速发展紧密相连，在电子时代，可以通过语音来操控汽车；人们通过车载计算机就可以直接实现计算机上网、收发邮件、QQ 聊天、书写微博并与好友交流。在当今世界，汽车行业正致力于研究如何使高科技同汽车设计有效结合，以便消费者可以体会到前所未有的驾驶感受。除了汽车行业，其他领域的设计活动也是如此，虽然高科技在设计活动中的应用不免会遇到很多困难，但改变思维定式的设计活动对于科技的有效借鉴已经成为不可阻挡的趋势。（见图 2-11）

图 2-11　现代智能汽车设计

科技创新是让设计者借助科技的力量不断对设计产品进行升级换代，不断开拓设计新领域，丰富设计内容层面。科技的快速发展，为设计者提供了不断创新的舞台，如电子数码产品的设计体现出科技的高效性，人们可以用闪存式摄像机记录生活的点点滴滴；用手机阅览群书、定位导航、电子护照等，所有设计都在不断升级换代，极力满足和刺激消费者对高科技的无限渴望。随着计算机辅助设计的普及，互联网技术的发展，设计过程更加快速便捷，更新换代使设计活动也日趋丰富多彩，设计领域也随着设计活动的发展而变化，很多新的设计活动进入人们的视野。网络技术的迅速普及，设计的传播和表达也成为设计活动中非常重要的一个环节。人们通过网站、网

页、多媒体等技术实现虚拟空间领域的综合开发，传统的设计理念、设计方法、设计材料正在受到新材料创新趋势的强烈冲击，设计师应善于利用最新科技，并不断尝试开拓设计类新领域，将全新高效的科技成果完美应用到具体的设计活动中，以满足人们的需求，同时也给消费者带来更多的利益。而设计师往往也乐于对产品进行不断的升级换代，甚至在新的领域中尝试对设计产品的研制开发。如服装产品的设计，不仅在款式上不断更新，在材质上也不断创新，借用科技手段使服装产品的设计更加符合人们的穿着需要和审美心理。其中保暖服装产品的设计更是不断进行创新和技术升级，从保暖到薄暖，新科技材料的使用功不可没，这样的设计使冬季服装产品不再臃肿。一些设计师还尝试在服装设计过程中使用新的可再生能源，采用太阳能设计，把太阳能的电池板安装在衣服的肩膀部位，这样电池板可以提供电能，以支持服装中新的设备；还可利用太阳能进行充电，从而达到再生能源的循环利用。高科技赋予了服装新的意义，并进入了新的设计时代。（见图 2-12）

图 2-12　太阳能服装设计

2.2　设计的经济性

设计与经济密不可分，二者相互影响。经济发展、政治稳定、国力强盛可以保证设计活动的顺利进行。设计活动无法脱离经济因素而存在，经济发展可以促进设计材料的充足、设计内容的丰富、设计手法的多样。因此，恰当的设计能促进一个企业、一个民族、一个国家的经济进步，从而为人们服务。

2.2.1　经济效益的实现

随着社会经济的发展，设计领域逐渐扩大并呈现多元化发展的趋势，恰当的设计能给人们带来不可忽视的经济效益。从一定角度上讲，经济发展状况也制约着设计活动的进行，规范的市场、有序的竞争可以促进设计活动的健康发展，反之则会限制设计活动的顺利展开。

经济效益是设计者在产品设计中首先要考虑的一个重要内容，消费者在面对纷繁复杂的同类设计产品时，究竟要选择哪种产品，在很大程度上取决于设计师在设计活动中每个环节的精心策划。相同面料的服装，由于设

计师采用不同的设计方法、不同的设计程序，其产品带给消费者的审美感受就会有所差异，因而产品价格也就不同。由此可见，经济与设计在经济运行体系中有着非常紧密的联系。为了使所设计的产品能被消费者接受和认可，设计师必须充分考虑到消费者的接受心理和理解能力，使用准确的设计语言、适当的设计方法并针对设计消费群体的构成特点，做出精准的消费定位，使设计作品能被更多消费者关注和喜爱。如公共艺术设计中对于公共空间的设计，要更多考虑布局的合理，以减少资源的浪费。合理性的追求是设计活动中必须要被重视的一个环节，事实证明，简洁清晰的设计思路和表现手法可以帮助设计者较好地传递出设计理念，并能启发消费者体会设计产品所要表达的设计观念和意图，合理而精确的设计往往可以使一些产品延长使用寿命，降低生产成本和提高经济效益。（见图 2-13）

图 2-13 “北京毽子馆”公共艺术设计

为了争取更多消费者的认可，广告设计日益成为人们社会生活中不可或缺的一部分。在不同领域的设计活动中，广告设计带来的经济效益尤为突出。商业类广告可以获得更多的消费者对产品的关注和购买，因而带来巨大的经济收益。无论是招牌、印刷品还是电子网络媒体广告，都是通过在视觉、听觉不同层面上对受众进行精神渗透和消费引导，从而促进消费的进行。如早期可口可乐的瓶子造型采用了直筒型，特色不鲜明而不断被其他产品模仿，1915 年，经过改良后的可口可乐瓶子造型优美、曲线突出，瓶子中间大、上下小，装满可乐后能给人们以分量很足的感觉。采用这种曲线瓶造型后，可口可乐的销售飞速增长，两年销量翻了一番。可口可乐曲线瓶柔和、流畅的外形深深印在消费者的心中，给企业带来丰厚长期的丰厚利润。（见图 2-14）

图 2-14 “可口可乐”瓶子造型设计演变

设计能提高商品的附加值。所谓商品的附加值，简单地说，是指企业的生产活动附加在原材料费上所增加的价值。创造商品的附加值是企业获取利润的重要途径，而提高商品附加值的方法有很多，归纳起来有以下几种方式。

（1）工程设计可以提高商品的附加值。企业通过对产品内部功能、构造和原理的改良，增强和提高原有产品的性能特点和品质档次，达到提升新商品的高附加值的目的。

（2）工艺设计也能提高商品的附加值。通过对产品加工工艺和新材料的改良设计，提高产品质量和品质档次，有效降低成本，增加销售以提高产品的附加值。

（3）高科技设计也能提高商品的附加价值。通过合理开发，利用新科技发明和专利技术，提高产品科技含量，以优质、优价创造价值。

（4）艺术设计在提高商品附加价值中显得非常重要。通过对产品造型、色彩和包装等创造性设计，增强产品的视觉冲击力，从而提升产品的形象和品位，以提高商品附加值的目的。（见图 2-15）

图 2-15　艺术设计的力量

（5）广告设计为商品高附加值的宣传提供保障。通过对产品的广告策划、设计和发布，有效传播商品信息，刺激消费者的购买欲望，以扩大销售量，获得高附加值。（见图 2-16）

图 2-16　广告设计的力量

（6）品牌效应是提高商品附加值的有效手段。通过创造名牌、合资联营、借用名牌商标来提升产品档次，获得高附加值。（见图 2-17）

图 2-17　品牌效应的力量

（7）其他设计与附加价值如小批量设计手工艺制作方式，利用特许商标设计等也是提高商品附加价值的手段。因此，优秀的设计是企业成功的标志，能为企业做好保障就是价值所在。

2.2.2　商品属性的体现

设计产品作为商品，在市场中进行买卖流通时，其经济性就已经显现出来了。在手工业时代，设计产品就能给设计者带来经济效益，但前提是设计的产品能被消费者认可并购买。在工业时代，设计能为企业、社会、国家带来无法估量的经济效益。因此，在产品的设计上投入一定资金，会对整个产品价值的提升产生决定性的作用。

1．消费性

消费是一切设计的归宿。这里指最终将设计转化成消费行为，这也是与艺术不同的地方。艺术品以拍卖的方式进入流通领域，但并非是最后和唯一的归宿。许多艺术家珍藏自己的作品，宁愿自己反复琢磨，也不愿意流入市场和他人之手。但是设计在本质上是带功利性的，它的价值最后要由市场上的价格来实现，因此，设计比艺术更关心市场和市场需求。设计师需要根据市场来调整自己的设计，为此设计首先要满足市场需求，这就要求设计师能够通过市场调查，敏锐地发现消费者的需求，设计出适销对路的产品。企业也在竭尽所能，尝试使用各种方法设计更多的产品以及包装等，来刺激消费者的消费欲望。消费者乐于选取价廉物美的产品，这里的物美是指产品优质的外观造型和卓越的内在品质。设计不仅要满足市场需求，更要主动创造市场需求。因此，设计的不仅是一种物，而是与物相关的生活方式，这种生活方式其实就是一种消费群。如随身听的设计并不只是设计一个小巧的音频播放功能的工具，而是一种可以定义为随身听一族的生活方式。这一族的人们具有重视个性、我行我素、容易自我陶醉以及对时尚非常敏感的共同特性，是都市年轻人的典范。无论如何升级，产品本身的设计要力求打

造和宣扬这样一种生活方式，也诱发青年人的模仿，从而创造出消费需求。可见，这种消费需求将具有自我繁衍的功能，即把自己定义为都市青年人的消费人群，他们会自发地关注追求随身听设计的更新换代，并自发地做自己的代言，和自己一道成长，潜移默化地改造着人们的生活观念和生活方式，从而创造出源源不断的消费需求。从这个意义上讲，设计师应该将设计视为一种社会责任。这种设计虽然能给企业带来丰厚的经济收入，但如果有不正当的设计观念，会受到设计界的广泛批评。因此，设计师除了善于利用设计带来的经济效益，还应该在设计中重视人的精神需求，这样设计的产品，在实用性和美观性上就能达到高度的统一。（见图 2-18）

图 2-18　随身听的造型设计

2．品牌性

消费者购买商品，首先要认识商品，因此，产品品牌是确定产品在消费者心中地位的有效途径。很多时候，品牌已成为人们选择商品的重要依据，因为人们对品牌的偏好，大部分是从视觉中获得的。所以，树立良好的品牌视觉形象是十分必要的，也是提高产品影响力和竞争力的有力手段。

在中国古代，人们对无形资产、知识产权不够重视，所以品牌意识较弱。晚清时，出现过资本主义的萌芽，落个人名款的设计产品曾经出现过，如时大彬的紫砂、江千里的螺钿、陆子冈的治玉、张鸣岐的手炉等，后来，这些名号就成了一个品牌。由此可见，当时品牌意识淡薄的人们也是可以感知到品牌带给商品的巨大经济效益的。（见图 2-19）

图 2-19　时大彬的紫砂、江千里的螺钿、陆子冈的治玉、张鸣岐的手炉

到了现代社会，品牌的重要性显得更为突出。其影响力在市场经济和社会发展中也越来越明显，因此，设计在品牌的塑造中显现出极为重要的作用。众多商家在竞争中，也把实施品牌策略、品牌个性作为企业发展的重要内容对待。品牌设计着重的是一个企业和产品的命名、标志设计、平面设计、包装设计以及相关展示推广宣传等，目的是使之区别于其他企业和产品。合理的品牌设计能引导消费者接受并购买产品，从而给企业带来丰厚的经济效益。企业通过品牌设计的各种形象符号来刺激潜在的消费者，将品牌的信息传递给目标消费者，并在消费者心中形成深刻的印象，通过不断的宣传，可以提高企业在市场中的竞争力，逐渐使企业品牌概念深入人心，从而带动产品销售，增加消费群体，稳定产品市场。（见图 2-20）

图 2-20　不同品牌的鞋

3．时代性

设计活动的品牌属性还体现在设计产品与时代发展的紧密相连上，因此，设计产品常常表现出明显的时代特征。优秀的设计者应对时代发展有敏锐的感知力，从一开始设计，时代性就被渗透在设计的每一个关键环节中。不同历史时期，人们对设计产品的需求会有所不同。如我国早期家具设计较为明显地呈现出时代的特性，汉代以前人们往往是席地而坐，长条形的几案设计就较为流行，正是为了适合竹简的展开，以便于书写。到了东汉时期，纸张的发明改变了以往的书写方式和阅读习惯，厚重的竹简被轻薄的纸张所取代，长条形的几案设计也开始发生变化。汉代胡床的出现，使人们开始尝试使用新的坐具，垂足而坐。唐宋时期，高坐具得到了广泛推广。随着生活习惯的改变，家具设计也逐渐趋于成熟。（见图 2-21 和图 2-22）

由于科技的进步与发展，提高了工艺水平，家具设计的功能款式越来越多。但设计活动的进行无法脱离所处时代的政治、思想、文化等多重因素的影响，如由于宋代书画艺术的繁荣，尤其是在比例、线条的应用上，使得家具设计的风格表现出一种结构简洁、线条明快的特色。所以，设计产品需要在时代发展过程中不断调整设计的思路，以紧跟时代的潮流。（见图 2-23）

图 2-21　汉代以前的几案与汉代的几案对比

图 2-22　汉代胡床及唐代家具设计

图 2-23　宋代家具设计

设计师对时代发展的细致观察，可以使设计产品更符合消费者的需求。在经济高速发展的今天，设计的时代性更为明显，科技突飞猛进，经济全球化趋势越来越明显，设计师应该能从时代发展的轨迹中把握设计活动发展的规律，适应时代发展的需要。当人们的价值观念、审美需求随着时代的发展而变化时，设计产品是否受到人们的认可和喜爱，就在于设计师能否审时度势，设计出与时俱进、引领时代新风尚的作品来。（见图 2-24）

图 2-24　现代家具设计

2.3 设计的艺术性

设计和艺术是两个不同的领域，前者注重功利性，后者注重非功利性。设计与艺术的发展具有同源性，设计活动中包含着艺术性的特点。在人类早期的设计活动中，往往是技、艺结合的，《庄子•天地篇》中记载：“能有所艺者，技也。”技艺一词中包含着工匠的技能和艺术活动的技巧两个层次，如我国古代楚国漆器技艺的完美融合。回顾人类发展史，我们可以看到设计与艺术有着漫长的交融期，艺术与设计的产生都与人类长期的社会实践有着紧密的联系，人类物质与精神文明的发展，也带动了设计与艺术的共同进步。在经过几千年的发展变化后，它们各自有了相对明确的概念和范畴，而二者之间的联系始终没有完全断开过。（见图 2-25）

图 2-25　战国时楚国的漆器设计

2.3.1 设计与艺术

具体而言，设计与艺术一样，受到审美规律、审美创造、审美接受等方面的影响，很多作品中也或多或少地体现了设计者艺术化表达的倾向。在漫长的设计历史中，很多设计师也是其所处时代的艺术家，他们在绘画、建筑、雕塑等艺术领域中也取得了辉煌的成绩，因此，艺术与设计往往会结合在某一个人的身上，使其具有了双重身份。如文艺复兴时期的艺术家米开朗基罗，在雕塑、绘画方面有所擅长的同时，对于建筑设计领域也非常精通；与其同一时期的艺术家达•芬奇，也是既擅长绘画又积极参与设计活动，绘制了很多设计产品的图样，给后人设计活动提供了重要的参考资料。（见图 2-26 和图 2-27）

现代设计史上，也有很多设计师积极参与了艺术活动。如被称为现代设计之父的英国设计师威廉•莫里斯，不仅擅长建筑、家具、纺织等设计，同时，在文学等艺术领域中也取得了突出成就。以蒙德里安为代表的荷兰风格派，追求艺术的抽象和简化，作为一种艺术运动，并不局限于绘画。事实上风格派的许多成员，如欧德、里特威尔德等都是设计活动的积极参与者，他们的创作理念对当时的建筑、家具、装饰艺术以及印刷业都有一定的影响。因此，他们的双重身份决定了在设计作品时，会给艺术的表现留有一定的空间。设计师肩负着将艺术性与设计中固有的技艺性同时传递的双重责任，无论是手工业时代还是现代社会的设计，都能从中看到设计师所要表达的双

图 2-26　艺术家米开朗基罗的雕塑作品《大卫》和设计作品《尤利乌斯二世陵墓的设计（第二版）》草图

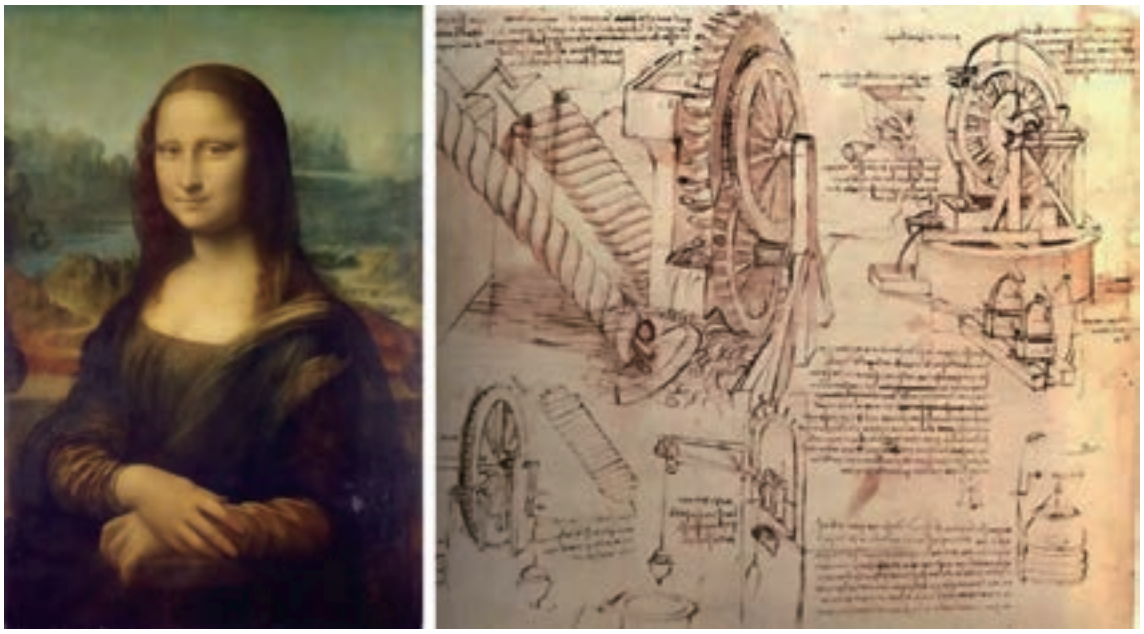

图 2-27　艺术家达•芬奇的油画作品《蒙娜丽莎》和设计作品《提水设备》草图

重含义。（见图 2-28 和图 2-29）

19 世纪的欧洲，受工业革命的影响，对设计产品功能性的追求，使很多设计师更多地关注设计产品的成本及批量化、规模化。另外，过分装饰、矫揉造作的维多利亚风格也在设计界蔓延，很多设计师开始反思设计中艺术与技术的关系，想试图改变这种现状，使设计产品中的艺术与技术因素彼此协调，因此，在 19 世纪下半叶出现了工艺美术运动。这场运动就是针对当时由于过分追求机械化、规模化、批量化而造成设计作品品质下降的现状而进行的设计运动，其目的是主张对传统手工艺的重新重视。尽管在工业革命的大背景下，工艺美术运动的倡议显得力度不足，但给设计师们提供了一种新的设计模式。在此之后，19 世纪末至 20 世纪初的新艺术运动开始了，设计师们依然在为提升艺术在设计中的地位而进行着不懈的努力，即便是在装饰艺术运动和现代主义运动开始

图 2-28　蒙德里安抽象、简化的设计风格

图 2-29　威廉•莫里斯的设计

后，艺术与设计的关系一直是设计师面对的重要课题。当设计师无法阻挡现代设计的批量化、机械化时，他们逐渐将艺术作为一种要素融入设计当中，使其与设计活动协调发展。设计师始终在努力把握艺术表现的度，既不会因为缺少艺术性而使设计作品显得枯燥、平庸、粗俗、呆板，也不会因为艺术性泛滥，而使设计作品显得虚有其表、华而不实，在设计师的平衡与掌握下，艺术与设计相互影响、相互促进，彼此平衡发展。（见图 2-30 和图 2-31）

图 2-30　工业时代的灯、椅子和发卡设计

图 2-31　新艺术运动时期的发卡和汽车（1903 年的福特和 1930 的凯迪拉克 V-16）设计

2.3.2　设计的品位

用艺术的眼光去打量设计对象，使设计具有艺术品位。在一些设计中，或多或少地看到绘画、雕塑等纯艺术的身影在设计中的体现。对艺术的借鉴过程中，设计作品首先使用直接移植的手法，如造型生动的青铜器，完全可以和雕塑艺术相媲美；庄严厚重的“司母戊大方鼎”，精美实用的“四羊方尊”，典雅大方的汉代灯具“长信宫灯”等，不论是人物造型还是动物造型，都刻画得惟妙惟肖。（见图 2-32）

图 2-32　青铜器造型设计（司母戊大方鼎、四羊方尊、长信宫灯）

设计的艺术品位还体现在设计作品的局部处理上，采用极具艺术性的优美造型为设计增添光彩。设计作品中所传递的艺术信息，绝不是生硬地照搬设计的艺术元素，不能简单拼凑，必须有贯穿其中的灵魂存在。设计师们采用多种手法融合，将艺术元素自然融入设计作品当中，做到各种元素的协调、统一，从而使设计作品欣赏性更强，更具艺术感染力。如我国明清时期家具设计的艺术性十分明显，明代家具比例严谨、造型丰富、高雅脱俗，装饰手法有总体的简洁流畅，也有局部的细致雕镂，家具雕刻、构图、对称、均衡都体现出典雅、清新、洗练、纯朴的艺术风格。较明代家具，清代家具豪华富丽，装饰烦琐，善于使用雕刻、镶嵌、描绘和漆艺的艺术手法。尤其是透雕，更能产生空灵透彻的艺术效果。（见图 2-33）

图 2-33　明清家具造型设计

中国的瓷器更是设计性与艺术性的完美结合，自古以来，设计精美、制作优良的瓷器就是重要的艺术品。促成优秀瓷器设计、生产的因素很多，尤其是彩绘瓷器，瓷土的选择、胚胎的细致、绘制的精妙、釉的使用得当、窑温的控制等，都会影响到彩绘瓷器的最终效果。在这其中，非常重要的一环就是彩绘，绘制过程直接与绘画艺术相联系，其水平的高低是影响瓷器整体效果的重要因素。如清代的粉彩、青花釉里红都是大家喜闻乐见的瓷器，这些设计作品更符合人们的审美心理需求。（见图 2-34）

图 2-34　清代粉彩、青花釉里红瓷器绘制作品

2.3.3　设计的掌控

设计产品对艺术性的掌控，表现在其艺术思维上，设计者善于应用艺术思维进行设计规划，并始终把艺术表现作为重要的关照层面，这也是设计活动的重要方面。艺术思维是人类社会发展过程中逐渐形成的思维形式，包括形象思维和抽象思维等，在设计过程中，设计师能巧妙地加以运用。很多设计作品的艺术性，从设计师构思之初就被深深地烙上了艺术的烙印，即便是在提倡形式追求的现代设计时代，也依然能看到很多设计师为了追求艺术审美性而做出的种种努力。

1．形象掌控

形象掌控受形象思维的影响，是使用表象进行分析、综合、概括的过程，适用于设计与艺术领域。在人类的设计活动中，往往通过感性认识，利用自然的表象来进行设计。自然界中有着很多可以借鉴的艺术形式，人们根据自身对自然的感知，依照自然界中所存在的动物、植物的形象对设计产品进行规划，如陶器中的葫芦造型以及各种各样的与自然相关的纹饰。在人类设计的作品中，对自然的表达始终是重要的内容之一，自然界中优美的弧线、和谐的造型、丰富的色彩都是设计者参考的要素。现代设计又有“回归”自然的倾向。（见图 2-35）

图 2-35　陶器中的“葫芦”造型设计以及纹样

2．抽象掌控

抽象掌控受抽象思维的影响，是人们尝试用简化的方式表现自然，与生活有着紧密的联系，在长期的实践过程中，把自然界中的事物抽象为各种几何形态或样式。如原始彩陶中有很多几何图案的纹样，都是从自然生活中提炼加工而来的。“人面鱼纹彩陶盆”和“舞蹈纹彩陶盆”中的图案，就是用简化的形式表达出的一种设计理念，这种抽象思维在设计中起着理性归纳的作用。由于抽象思维的存在，使设计的内容更加严谨概括，让具象形态抽象化以满足人们理性认识自然的心理需求。（见图 2-36）

图 2-36　原始彩陶“人面鱼纹彩陶盆”和“舞蹈纹彩陶盆”纹样

3．灵感掌控

灵感具有瞬时性、突发性、易逝性的特点，它的出现为设计产品提供了无限可能，但也很难抓住。在设计过程中，由于我们日夜去思考一个问题，在某一瞬间突然闪出一个火花，使眼前一亮，得到启发问题就会迎刃而解，这就是所谓的灵感的出现。优秀的设计师具有艺术敏感力，同时也能紧紧抓住瞬间的灵感创造出卓越的作品。设计灵感来自设计师对生活的感悟，如回归自然的服装设计。总之，在具体的设计活动中，无论艺术的形象思维还是抽象思维，都是设计师善于应用的重要思维形式，同时，对于艺术思维的重要方面灵感的把握也是设计作品成功完成的重要因素之一。（见图 2-37）

图 2-37　回归自然的服装设计作品

2.4　设计的文化性

文化对设计的影响很深，不同时代的设计者依照实际的审美需要，结合具体的器物功能进行设计，因此，设计活动或多或少都会被打上时代的烙印。对于文化的定义，在学术界有很多不同的说法，学者们从各个层面对文化的含义做出了不同的阐释。如英国人类学家泰勒认为：“文化就其广泛的民族学意义来说，乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂整体。”苏联学者卡刚则认为：“文化是人类活动的各种方式和产品的总和，包括物质生产、精神生产和艺术生产的范围，即包括社会的人的能动性形式的全部丰富性。”事实上，文化所包含的物质性和精神性越来越多地被人们所认识，学者们无论从哪个层面阐释，都有其合理性。设计活动中文化因素的融入，可以更深刻地表达出设计作品的深层含义和精神内涵。同时，设计作品需要面对受众的品评，在一定意义上设计作品体现了设计师的审美倾向，受众在接受作品时，也会在潜移默化中接受设计师的审美见解，因此，设计作品具有审美文化传播的责任导向作用。（见图 2-38）

图 2-38　建筑设计的文化品位

2.4.1　文化元素符号的载体

人类对于器物的需求，经历了从简单到复杂的过程，早期制器的敲、打、研、磨、削、砍等加工手法，都是对自然的一种初步的改造，这些改造活动体现了人类改变生存状态、提高生活质量所做的一种尝试，同时也是人类对自身生存环境的审视和把握。从器物制作到产品设计，每一次新的尝试都体现着人类对现有状态的一种超越。设计师对设计产品的定位，往往会将自身所积累的丰富文化经验体现在作品上，从原始粗糙的造物开始，设计者对自身的环境用心打量，对设计信息敏锐捕捉，使设计产品逐渐从器物的实用性中解脱，赋予产品更多的审美特性，体现深层的文化意蕴。而优秀的设计作品都体现出设计师的勤劳与智慧，都离不开对时代精神的领会和把握。因此，把所有反映时代的文化元素融入设计作品的造型、装饰、色彩等各种要素中，使欣赏者感受到产品所处时代的文化意蕴和文化内涵，所有的设计元素都成了一种文化符号，引领我们去理解设计产品本身所要表达的精神意味。（见图 2-39 和图 2-40）

图 2-39　人类早期制器

图 2-40　包装设计的文化品位

1．造型

造型是任何设计师都不能回避的因素，它包含着设计师具体而明确的产品定位。早在手工业时代，产品的造型就已融入了丰富而深刻的文化内涵，已成为一个时期、一个国家、一个民族重要的文化象征，文化信息在这些造型符号中被表现得淋漓尽致。中国是世界上最早制作和使用陶器的国家之一，从狩猎到农耕时代，人们的生存方式发生了重大改变，与之相匹配的生活器具也应运而生。人们将生活的需要与最原始的审美文化相联系，设计出适应时代的原始陶瓷造型，无论是模仿自然还是逐渐摆脱对自然物体模仿而按照生活、生产的需要所进行的设计，其造型总是向更实用、更美观的方向发展。陶器作为人类设计作品的一种早期形式，为人们日常生活提供了重要的物质资料，大大提高了人们的生活质量，同时也促进了社会、文化各个方面的发展与进步。造型丰富的陶器中，蕴涵着古代人民对自然的一种感悟与理解，同时，也体现了不同文化时期、文化地域的不同特点。（见图 2-41）

图 2-41　原始彩陶的文化品位

在我国青铜器时代，其造型也具有深厚的文化底蕴，体现着中华民族特有的文化符号内涵。作为我国青铜器重要器型之一的“鼎”器，一般有三足或四足，形体或圆或方。“鼎”最初是盛食物的器具，传说夏禹时铸九鼎于荆山之下，以象征九州。自从有了“禹铸九鼎”的传说，“鼎”就从普通的炊器发展为我国重要的礼器，成为一种权利的象征，从而使“鼎”的文化内涵加深。（见图 2-42）

图 2-42　青铜器“鼎”的文化品位

2．装饰

在设计的发展进程中，装饰有着重要的地位。设计师对生存环境或日常生活用品进行艺术加工时，试图使对象更具艺术感染力，装饰就成了一种反映文化的设计符号与重要载体。经过装饰的设计作品，审美效果更加突出，艺术价值也提高了。古典装饰中，很多纹样都体现了不同历史文化时期人们的审美观念和文化倾向，如我国新石器时期的很多彩陶装饰纹样，有具体的动物、植物形象，以此衍生出抽象的几何符号纹饰，这是人类把对自然的再现与模仿抽象化，时至今日，再来审视这些彩陶器具上的纹饰，依然可以体会出其背后所蕴含的那些深刻、丰富而又不失神秘的文化内涵。（见图 2-43）

图 2-43　彩陶纹饰

从彩陶到瓷器，装饰成为人们对设计产品深加工必不可少的一部分，这显示出人们对审美文化的一种追求。作为一种工艺美术品，陶瓷往往与民俗文化的关系极为密切，表现出农业的民俗文化特色。在我国陶瓷的装饰中，广泛地反映了人们的社会生活、思想情感和审美观念。从古到今，吉祥喜庆的装饰题材一直是陶瓷装饰的重要内容，这体现出人们热爱生活、追求幸福的一种生活状态和美好愿望，也体现了人们的审美理想和对待生活的一种态度。经过装饰，设计产品或多或少地体现出一种文化内涵，体现着人类生存的价值和对美的种种探索，从文化的层面满足了人们对审美内涵的心理需求，设计产品的文化性在装饰过程中被设计者巧妙地表现出来。（见图 2-44）

图 2-44　瓷器“吉祥喜庆”的装饰纹样

3．色彩

色彩也是设计文化性的一种展示。就物理学而言，色彩本身不带有任何情感，然而，在漫长的人类社会发展过程中，人们在自然环境中认识、使用色彩，并开始研究、调和、开发色彩，使色彩逐渐被赋予审美心理文化等各种意义。在设计过程中，运用不同的色彩，成为诠释文化内涵的重要手段，也体现了丰富的文化信息、地域特征的因

素。在设计过程中，设计者必须考虑到色彩因素受到传统文化的影响而有所差异。在很多设计领域中，色彩的渲染成为设计语言的一部分，渐渐成为一种特有的社会文化现象，丰富着设计活动，也使设计对象更加完善。如服装设计就体现了这种色彩观照。（见图 2-45 ～图 2-47）

图 2-45　模仿大自然装饰纹样

图 2-46　民族特色（壮族）的装饰纹样

图 2-47　民族特色（印度）的装饰纹样

早期的原始人类，对色彩往往是直接加以利用的，随着生产力水平的提高，人们对色彩的认识才逐步加深，开始利用色彩规律来改造世界。在建筑设计上，早期建筑物的色彩与周围环境浑然一体，如黄土高原的窑洞、林区的竹楼、山区的石屋等，都是取材自然，并与自然和谐统一。由于人们所处的地域环境不同，各民族对色彩的崇拜往往会在相对封闭的环境中较为稳定地保持并传承着，同时，哲学、宗教、政治等因素也会影响人们对色彩的认识。然而，色彩对人们的心理往往会产生相对稳定的影响，在设计过程中，色彩的文化诠释也因此变得寓意明确。如中国的“金、木、水、火、土”五行就代表了“白、青、黑、赤、黄”五种颜色，这些文化受中国传统文化与宗教思想的影响，在设计领域中，对应了很多设计主题与纹饰，如中国古代服饰设计中色彩的应用，往往要以穿着者身份而定，不能随意使用。在封建社会中，黄色被定为是帝王之色，民间老百姓是不能随意应用的，从而也体现了色彩丰富的文化内涵。（见图 2-48 ～图 2-50）

图 2-48　黄土高坡的窑洞建筑

图 2-49　五行的颜色配置

图 2-50　帝王与百姓的服饰色彩对比

随着社会经济的不断发展，色彩被赋予了更多的象征寓意，设计的元素也变得更加丰富。如 20 世纪 80 年代的孟菲斯集团，对于色彩的应用就别出心裁，使用新型材料装饰富有新意的图案，与之相匹配的是明快、艳丽的色彩，打破以往的配色规律，使用视觉冲击力强的色彩，诠释着他们对时代文化的体悟。（见图 2-51）

2.4.2　文化精神内涵的体现

设计作品往往会传递一些文化信息，如我国青铜器的各种铭文。铭文是指在钟、鼎等金属铸器上以或凸起或凹陷的形式铸造或刻制的文辞，这些文字具有记录、歌颂、警戒的意思，记载着商周时期的征伐、册封、祭祀等内容。用在青铜器上，既有装饰器物的作用，又有文化信息传递的作用。（见图 2-52）

图 2-51　孟菲斯集团设计的书架和餐桌

图 2-52　青铜器上的铭文装饰

很多平面设计作品中的设计语言要充分考虑到文化要素的表达。如构图、色彩、排版等元素，针对不同的文化需求和审美习惯，表达出独特的设计内涵。中国文化中对意境的追求情有独钟，在很多设计作品中都体现出设计者利用各种方法，呈现深刻的精神内涵。（见图 2-53）

公共艺术设计中的人与自然环境的和谐统一，是重要的设计内容之一。如何为人们提供安全、舒适、惬意的公共空间是设计者首先要考虑的，环境的舒适应讲究阴阳、方圆传统文化要素的合理应用，这些内容的表现已成为设计者关注的重要层面。（见图 2-54）

图 2-53　平面设计中中国文化元素的体现

图 2-54　公共艺术设计作品

服装设计中对传统文化的保留也是在试图使用新的元素产生古老文化现象，在人们穿着时，会淡化因时代变迁、材质改变而带来的心理陌生感。服装是否合身，一定程度上取决于心理上是否接受其对文化信息的传递，使设计师要充分考虑设计的产品能否让接受者在文化、心理上对其认可。（见图 2-55）

在设计活动中，文化信息在被传递的同时也在被重组，不同设计领域可以尝试使各种文化要素彼此调和后相互吸收并融会贯通。全球化趋势越来越明显，很多设计师尝试在设计活动中将文化要素进行重组，以使设计产品能越来越多地被消费者认同。在文化要素重组的过程中，既能传承民族精神，又能实现融合世界丰富多彩的设计

理念。文化要素的重组有利于设计产品适应全球化，市场在单一的设计领域中，僵化和惰性影响着设计活动自身的发展，吸收其他国家、其他民族同一领域甚至是借鉴相关不同领域的文化要素，可以给原来的设计领域带来新鲜血液，为设计活动的顺利进行另辟蹊径。在传统文化中，陶瓷、青铜器、金银器、漆器都是重要的文化载体，设计师在文化信息重组过程中，尝试着将各种不同领域的设计或制作工艺、装饰技巧进行重新整合，使其产生更适合时代背景的设计作品。（见图 2-56）

图 2-55　服装设计作品

图 2-56　漆艺（蔡泽荣）和木艺的现代设计

设计艺术的复兴之路还很漫长，无论是将其如工业产品一样批量化进入寻常百姓家，还是推动其走向艺术化的神圣殿堂，事实上都是在努力延长其设计生命的长度，两种方式殊途同归或齐头并进，但设计生命的广度需要以文化要素为依托，在传统设计发展过程中需要一种文化立场和态度。无论是现代设计还是传统设计，都需要设计师能将创造优秀的物质文化和精神文化视为己任。（见图 2-57 和图 2-58）

图 2-57　餐具设计作品

图 2-58　创意陶瓷设计作品

2.4.3　文化审美体验的引导

人们对艺术审美有着不同程度的理解和追求，设计作品不仅能体现出设计师对社会文化的理解感悟，也能对接受者产生文化引导的作用，在满足实际需要的前提下，对设计作品精神层面的消费也直接显现出来。设计作品对消费者文化引导的层面具有重要的作用，随着社会历史文化的不断进步，设计与文化之间的关系越来越密切，可以说没有文化，设计无从谈起。设计作品不仅在物质层面上不断满足人们不同的需求，同时也在精神层面上引导和提升消费者的境界，以实现自我确认的价值。如中国古代的银锁设计中就有很多具有文化象征意味的作品，其中的长命百岁锁、吉祥如意锁都是表达人们对小孩子生命和美好愿望的追求，受到消费者的喜爱和认可，从而也提升了人们精神层面的境界。（见图 2-59）

图 2-59　银锁设计作品

现代设计作品所体现的文化内涵弥漫在社会的方方面面，正面、积极、健康的设计作品可以鼓舞和引导人们积极地面对生活、工作和学习，然而那些浅薄、恶劣、低俗、病态的设计作品对人们的精神产生强烈的腐蚀作用。一些设计作品为了快速获得丰厚的经济利益，而制作粗糙，甚至质量低劣，以此去引导受众的眼球，给受众的精神消费造成负面影响，因此，文化审美引导显得尤为重要。在人类进入经济快速发展的信息时代，设计的领域越来越宽泛，内容越来越丰富。如今设计的节奏也越来越快，在这样的前提下，设计师如何保持人类应有的人性关照和自然情怀就成了一个课题。任何的设计作品都应将社会体察作为重要的基础，对社会生活题材，与时代潮流紧密相连，因此，设计师必须善于把握时代，敏锐感受社会氛围，因为社会氛围能集中表现社会的潮流、时代的气息和生活的本质，需要和人们的命运交织在一起，其中包含炙热的情感、冷静的思考和实际的行动，这样才能使设计作品具有深刻的人生意味。古今中外，有很多优秀的设计师将各种生活积累加入设计作品当中，使设计产品更具社会文化底蕴，将对社会生活的体察感悟、思考转化为设计灵感，这样的设计行为才具有极强的生命力。

正确的文化审美体验能使人的欣赏境界提高，无论用什么样的形式材料，了解其性能之后，要在提高人生境界上下功夫。合理、正确地引导消费者的文化审美，让现代设计在本体上生长出情感来，回归到本有的价值理性、田园牧歌和人间情味上来，回归到生态设计与自然和谐的设计理念上来。（见图 2-60 ～图 2-62）

图 2-60　帕奇希娅•奥奇拉（西班牙）设计的作品

图 2-61　现代桌椅设计

图 2-62　现代服装设计

思考与练习

1. 如何理解设计的科技性?
2. 设计的品牌性特征如何体现?
3. 如何理解设计与艺术的双重身份和双重责任?
4. 如何把握设计的灵感瞬间,点燃设计火花?
5. 设计中如何进行文化精神内涵的传递?
6. 如何理解文化审美体验的引导?