

21世纪普通高等学校工业设计专业通用教材

DESIGN

家居

产品设计

段胜峰 彭科星 岑华 编著
西南师范大学出版社



DESIGN

段胜峰 彭科星 岑华 编著
西南师范大学出版社

家居 产品设计

21 世纪 普通 高等 学校 工业 设计 专业 通用 教材

图书在版编目(CIP)数据

家居产品设计/段胜峰,彭科星,岑华编著. —重庆:
西南师范大学出版社, 2008.7
21世纪普通高等学校工业设计专业通用教材
ISBN 978-7-5621-4135-8

I. 家… II. ①段…②彭…③岑… III. 家具—设计—高
等学校—教材 IV. TS664.01

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第089754号

丛书策划: 李远毅 王正端

21世纪普通高等学校工业设计专业通用教材

主编: 余强 段胜峰

家居产品设计 段胜峰 彭科星 岑华 编著

责任编辑: 胡秀英 王正端

整体设计: 晏 莉 王正端

出版发行: 西南师范大学出版社

地址: 重庆市北碚区天生路1号 邮编: 400715

http://www.xscbs.com.cn E-mail: xscbs@swu.edu.cn

电话: (023)68860895 传真: (023)68208984

经 销: 新华书店

制 版: 重庆海阔特数码分色彩印有限公司

印 刷: 重庆市金雅迪彩色印刷有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 7

字 数: 224千字

版 次: 2008年9月 第1版

印 次: 2008年9月 第1次印刷

ISBN 978-7-5621-4135-8

定 价: 42.00元

本书部分作品因无法联系作者,客观上不能按照法律规定解决版权问题,我社已将该部分作品的稿酬转存于重庆市版权保护中心,请未收到稿酬的作者与其联系。

重庆市版权保护中心地址: 重庆江北区洋河一村78号10楼(400020)

电话(传真): (023)67708230

出版、发行高校艺术设计专业教材敬请垂询艺术设计事业部

本书如有印装质量问题,请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话: (023)68252507

市场营销部电话: (023)68868624 68253705

艺术设计事业电话: (023)68254107

家居产品设计是感性的，设计者要比一般人具备更敏锐的观察力，才能在一切习以为常的事物中发现问题，把用心体验来的生活点滴，汇成创意的源泉。

家居产品设计又是理性的，一个好的创意摆在设计者面前，它要冲过材料的围堵、制造的埋伏、市场的冲杀……最终得以幸存下来的设计，往往是靠严密的分析、精准的定位、有序的流程、全面的验证……在乱阵中觅得一条通途。

家居产品是我们最亲近的生活用品，影响着生活的很多层面，好的家居产品设计如何打动人心？何以赢得市场？其实好的家居产品设计往往体现着人性。它们不仅有千姿百态的外形、五颜六色的色彩，更重要的是其设计能够贴近你的生活、预见你的生活、引导你的生活……

本书向我们介绍了家居产品的设计方法、流程、理念以及近年在设计领域取得良好成就的经典设计案例。在书中，你将体会到怎样用情感来酝酿设计；如何用设计来温暖生活；如何让感性与理性、艺术与技术、创意与诗意完美结合，为世界上热爱生活的人们构建美丽的生活方式。

那么，谁会需要这本书呢？

- 想了解家居产品是怎样设计的人；
- 对现有家居产品设计表示不满的人；
- 希望把设计经验与学生分享的人；
- 热爱生活、享受生活的人。

第一部分 认知篇

第一章 对话家居产品设计

1.1 改变生活的设计行为	007
1.1.1 概念	007
1.1.2 定义	008
1.1.3 范围	008
1.2 家居产品设计的成长历程	010
1.2.1 起源	011
1.2.2 发展	012
1.3 家中杂货铺	021
1.3.1 LIVING ROOM (起居室)	022
1.3.2 DINING ROOM (饭厅)	028
1.3.3 BEDROOM (卧室)	034
1.3.4 BATHROOM (卫生间)	042
1.4 如何进入家居产品设计	049
1.4.1 描绘能力	049
1.4.2 速写本	051
1.4.3 视觉记录	051
1.4.4 技术记录	054
1.4.5 手工技能	054
1.4.6 旺盛的创造力	055
1.4.7 饱满的激情	056

第二部分 设计篇

第二章 家居产品设计过程的各个阶段

2.1 充分完善构思	059
2.1.1 生活的触须	059
2.1.2 蓝图规划师	059
2.1.3 不打无准备的仗	060
2.1.4 发现目标, 完善构思	061
2.2 寻找完美创意	062
2.2.1 创新的特征	062
2.2.2 创新的基因	062
2.2.3 条条大路通罗马	062
2.3 表现与阐述	064
2.3.1 不同阶段不同表述	064
2.3.2 表述方式也充满创意	064
2.3.3 “看人说话”	064
2.4 设计模型制作	066
2.4.1 重要性	066
2.4.2 种类及合理选材	066
2.4.3 比例	066

第三章 决定设计成败的因素

3.1 形态	068
3.1.1 理解形态	068
3.1.2 创造形态	069
3.2 材质	071
3.3 色彩	074
3.4 情感	074
3.5 功能	076
3.6 加工工艺	076
3.7 创意性的设计理念	077

第三部分 赏析篇	
第四章 品牌故事	081
4.1 ALESSI 制造梦的工厂	081
4.2 HOGRI 永远的欢笑	087
4.3 PROPAGANDA 泰国式的幽默	091
4.4 KUNG FU KIDS 笑傲江湖的大侠	096
4.5 MUJI “禅” 意的生活	100
4.6 EVA SOLO 来杯丹麦的咖啡	104
后记	112
主要参考文献	112



家居产品设计是感性的，设计者要比一般人具备更敏锐的观察力，才能在一切实以为常的事物中发现问题，把用心体验来的生活点滴，汇成创意的源泉。

家居产品设计又是理性的，一个好的创意摆在设计者面前，它要冲过材料的围堵、制造的埋伏、市场的冲杀……最终得以幸存下来的设计，往往是靠严密的分析、精准的定位、有序的流程、全面的验证……在乱阵中觅得一条通途。

家居产品是我们最亲近的生活用品，影响着生活的很多层面，好的家居产品设计如何打动人心？何以赢得市场？其实好的家居产品设计往往体现着人性。它们不仅有千姿百态的外形、五颜六色的色彩，更重要的是其设计能够贴近你的生活、预见你的生活、引导你的生活……

本书向我们介绍了家居产品的设计方法、流程、理念以及近年在设计领域取得良好成就的经典设计案例。在书中，你将体会到怎样用情感来酝酿设计；如何用设计来温暖生活；如何让感性与理性、艺术与技术、创意与诗意完美结合，为世界上热爱生活的人们构建美丽的生活方式。

那么，谁会需要这本书呢？

- 想了解家居产品是怎样设计的人；
- 对现有家居产品设计表示不满的人；
- 希望把设计经验与学生分享的人；
- 热爱生活、享受生活的人。

第一部分 认知篇

对话家居产品设计

第一章

1.1 改变生活的设计行为

是“艺术设计生活”，还是“生活设计艺术”？艺术与生活向来都是世界公认的人类主题，围绕着它们，世界各个民族都产生过许多出类拔萃的艺术佳作和生活设计。追溯历史，各国的作家、画家、音乐家、雕塑师、建筑师、设计师，他们的优秀作品中都曾贯彻过自由创造的美学理念，将真实的生活体验和夸张的艺术感触巧妙互融。如今，家居产品设计师们本着自由和崇尚美的创作激情，推出了生活功能完备的家居产品，作品既现实又浪漫，既时尚又复古，既优雅含蓄又狂放大胆。（图1-1、图1-2）

1.1.1 概念

什么是家居产品？什么是家居产品设计？也许在我们当中的有些人曾经想过，而有些人永远也不会去想。然而，随着当今社会的发展，“设计”这个词越来越成为一种时髦的象征，成为标榜自己身份的谈资，让大众开始仰望“设计”。但也许，很多人都没有意识到，其实人们的生活

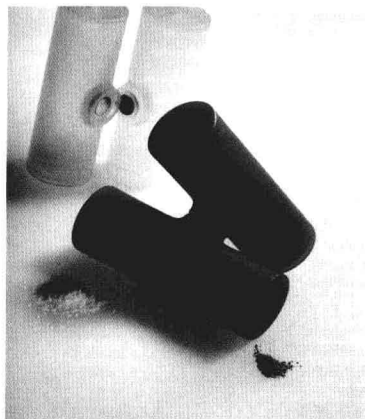


图1-1 “TOHOT” 盐和胡椒瓶

磁铁让两个独立的半透明聚丙烯瓶子相互吸引，让这对亲密的伙伴能时刻相伴在一起。

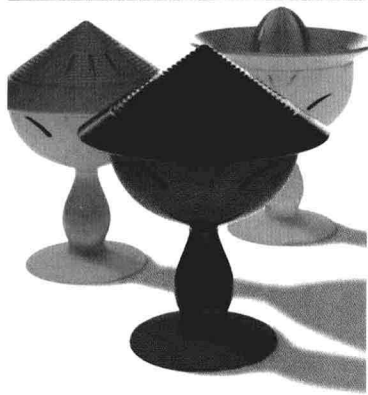


图1-2 榨汁器

乔凡诺尼 (Stefano Giovannoni) 为 ALESSI 公司设计了 this 卡通版的戴斗笠的小侠士。它的斗笠可以翻转过来重新带上就变成了榨汁槽。

早已被“设计”所包围。吃、穿、住、用、行不能离开“设计”，听的、看的、触摸的也有“设计”。只要认真看看我们的身边，就能找到一些虽然看似微不足道却与人们日常工作、生活密切相关的家居产品（例如鱼缸、水龙头、吊灯等等），它们也许就是精心设计后的产物。事实上，我们的家中也确实不知不觉地围绕着许多小物件，而我们和这些家中的生活日用杂物似乎培养出了某种默契，这种默契让我们习惯性地忽视它们的存在。然而，它们不仅存在，而且是身系千家万户、门类五花八门、量则难以数计。随着现代社会的发展，人们对家的重视愈加突出。人们开始关心生活情趣与质量，家居产品设计也就应运而生。

有多少个家居产品设计师，就有多少种对家居产品设计的定义。这并不会混淆我们对家居产品设计的认识，相反会丰富我们对家居产品设计的理解。我们宁愿扩大和丰富它的外延，而非将它限制在一个狭小的空间里。事实上，自从人类开始制造物品，设计就产生了。设计是一种有目的、有意识的造物行为。而这种行为最初、最直接的表现载体就是家居产品，只不过当初的那些杯盘碗盏在我们看来是那样的粗陋简单。（图1-3）



图 1-3 蕾丝灯

手工吹制的灯泡加手绣花边，保留了传统工艺的精致和独特。蕾丝制造的重重叠叠光影，带来极其浪漫和梦幻的效果。

1.1.2 定义

家居产品设计又名室内产品设计，是工业设计的一个类别。通过训练后主要解决人类居家生活用品的设计问题。但与其他种类的产品设计相比，家居产品设计具有其自身特点。正如设计移动电话和设计餐具是有所不同的，前者注定在两三年的时间内就会随技术的落后而被淘汰，而后者即使是生产 20 年后，仍然可能是消费者乐于购买的。

家居产品设计的对象是物，目的却是为人。因而在进行设计的过程中就要解决人类如何合理地生产、制造并使用物品的问题。家居产品设计师处理人与物的关系，就如同工程师处理物与物的关系一般自然而重要。（图1-4）

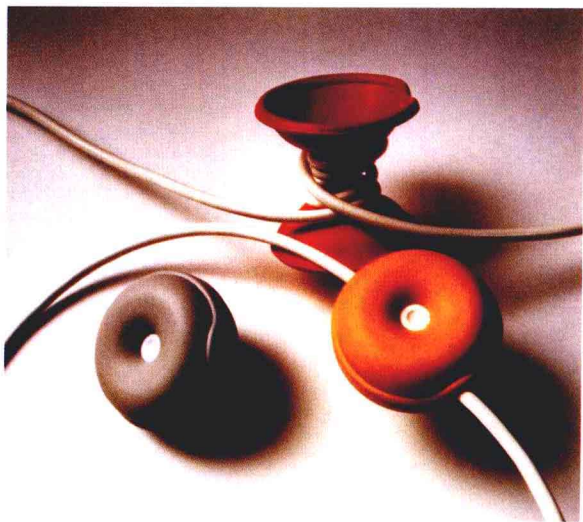


图 1-4 “线龟”绕线器

色彩鲜艳的“线龟”，能将分散在书桌背面的混乱的电线收拾停当，带给你一个干净整洁的工作好心情。

1.1.3 范围

家居产品是指为满足人类日常居家生活中使用、审美、愉悦的需要，并针对一定使用空间区域，被生产或开发出来以供销售、购买的物品的总和。发展到现在，家居产品的范围渐渐扩大到由各种材料制造的用于满足家居日常生活中不同功能的产品。

因而，我们不得不心生感叹：这是一个想象与产品同步的时代。你完全可以从这些家居产品身上体验到“只有想不到，没有做不到”这句著名广告语的全部内涵。

目前我国已成了世界各国家居产品的大型出口国,但要从生产大国到设计强国,需要更多的高层次家居产品设计师。学习家居产品设计的现代学生除了要学习普通造型基础课,更要学习化工、材料、机械、声学、电子、绘画、心理学等专业知识。虽然要成为一位合格并卓有建树的家居产品设计师不容易,但人们仍然期待中国的家居设计行业能出现真正引领时尚的设计师。(图1-5)



图1-5 “cricket”塑料瓶子压扁器

一款高科技下制作的低技术产品。把空塑料瓶子放在底座上,扶着塑料手把,用脚向下踩压扁器上部的滑块,使其沿着钢管向下滑动,就可以压瓶子了。瓶子压扁后,垃圾桶的容量可以扩得大大的。

链接:

著名家居设计大师的名言

将美应用到机械化的生产之中。(亨利·柯尔, Henry Cole, 1808—1882)

现代生活是艺术创造唯一可能的出发点。(奥托·瓦格纳, Otto Wagner, 1841—1918)

装饰从精神上说是一种奢侈,它并不是必需的东西。

Form follows function! 形式追随功能 (苏利文, Louis Sullivan, 1850—1924)

装饰并不是目的,而是用来表明这件物品的功能。(凡·得·费尔得, Henry Van De Veld, 1863—1957)

能适应人的机器才是最有效的。(亨利·德雷福斯, Henry Dreyfuss, 1903—1972)

能够通过系统化综合不可思议的多样化。(汉斯·古格罗特, Hans Gugelot, 1920—1965)

Less is more! 少即是多(密斯·凡·得·罗, Mies Van Der Rohe,)

Less is a bore! 少即是厌烦(罗伯特·文丘里, Robert Venturi, 1925—)

从某些方面来看,我想设计师们应用更多的时间去创造符号,余下的才是制造实物。(菲利普·斯塔克, Philippe Starck, 1949—)

1.2 家居产品设计的成长历程

在人类文明史的悠悠长河中,人类在近200年里所取得的物质成就是最为惊人的。而这些成就在改变我们自身的生存状态和生活方式上的作用又是最为显著的。这种改变伴随了人类一项新型物质创造活动的形成,也带来了人类20世纪一门崭新学科的诞生,这就是“工业设计”。它使得家居产品设计渐渐地从各种产品设计河流里开始形成了属于自己的发展体系。

一般而言,人们很自然地把工业设计看做是人类进入工业社会后所特有的。但事实上,人

类的设计行为早已有之。从文明史里最古老的祖先学会将石头简略地打制成粗糙的石器开始,人类就有了为制作某种使用器具的设计思维活动。应该说,人类设计的历史和人类文明发展的历史同样渊远流长。因此,工业设计的形成,既是工业革命的发展所带来的种种历史变革使然,同时也标志了人类活动正步入一个新的发展阶段。作为工业设计领域中的一门分支学科,家居产品设计也就同样具有相同的发展历程。那就是,许多相关的家居产品设计原则其实是在工业社会前就已经从某些设计活动中孕育了。(图1-6、图1-7)



图1-6 烟灰缸 1924年

来自包豪斯杰出女设计师玛丽安娜·勃朗特的设计。她设计的这款金属烟灰缸,线条简洁明朗,极佳地体现着当时包豪斯的现代主义。



图1-7 电水壶系列设计 1909年

3种基本形态、3种尺寸、3种金属材料、3种表面处理，再加上可以互换的零件，这一系列电水壶就可以变化出81种形式和尺寸各异又有共同特征的电水壶。

1.2.1 起源

借古可以鉴今。每一个人、每一个国家对工业设计的认识过程往往是历史的再现。为了少走弯路，我们有必要回顾一下家居产品设计的源头。

当人类的祖先开始利用周围的原始材料制造工具时，设计的思想就在他们的头脑中闪现。他们利用石头、皮革、骨头、枝条、叶子和茎秆，设计和制造赖以生存的全部必需品，帮助他们提供食物和住所，以及能与强大的食肉动物和山顶部落对抗的武器。这时，设计和制造实质上就是同一种活动。我们常把人类史前阶段分为石器时代、青铜时代和铁器时代，每一阶段标志着人类每个时期使用的主要材料，标志着人类掌握了一

种新的技术，并为新的事物的出现提供了可能。欧洲的石器时代大约从3万年前开始，1万年前进入了青铜时代，然后在3千年前进入了铁器时代。而在人类活动早期，随着原始人类在地球上开始生存，人类就开始有意识地制作出与人类生活息息相关的各种家居用品。家居用品历史悠久，由古至今它的演变记载着劳动人民生活的变迁，最早的家居用品是人们用泥土制造的各种陶器，作为储存或烹饪食物的器具。发展到后来，家居用品的范围渐渐扩大到由各种材料制造的，用于满足家居日常生活中不同功能的产品。

然而，作为家居产品设计母系学科的工业设计，其历史并不长，它是人类跨入工业文明后逐步形成的，近代西方工业革命带来的机械化大

生产和劳动分工是导致其产生的根本原因。而工业设计成为一门独立学科已是上世纪初的事情了,至于家居产品设计出现时间则更晚,直到本世纪初才开始有学者提出了相关的概念,并做出研究。(图 1-8)



图 1-8 长信宫灯 西汉

典型的照明工具,蕴含古人令人惊叹的智慧。旋转的灯罩调节照明方向和亮度;衣袖虹管能虹吸灯烟;隐藏式的灯座则可以盛水溶解灯烟。在技术水平低下的年代,这样的设计已经能使古人在洁净的环境下获得良好的照明了。

1.2.2 发展

人类文明的不断发展也带动着家居产品设计的不断进步。当然,家居产品的每一次进步都是同工业设计这门学科息息相关的。现代意义上的工业设计伴随着 18 世纪晚期英国工业革命的出现而兴起,是在机械化初期为解决产品的技术与艺术的分离而寻求二者的新统一而产生的。一些决定性的发明的涌现(如蒸汽机),带来了生产方式的巨大变革,生产效率和速度的极大提高。机械化生产逐步替代手工劳动,改变了人们过去的生活方式和谋生之道,社会开始从此进入

工业时代。于是,设计和制造开始分离,逐渐诞生了专门的职业工业设计。工业设计伴随着社会的工业化进程,不断挖掘自身存在的意义和作用。它以否定机械技术的“手工艺运动”开始,以肯定大工业基础上的技术与艺术的新统一而确立。试想一下,你生活在 18 世纪末期的欧洲,艺术还主要是哥特式、巴洛克和古典派占统治地位的时期,浪漫主义刚刚萌芽,社会生活还是一种节奏缓慢、充满诗意的“田园生活”,你的周围还是制作缓慢、精良而富有装饰情趣的传统手工产品,突然,轰隆隆的机器声打破了一切平静的生活。生产方式变了,你的生活方式、生活节奏、谋生方式完全被打破了,你会不会感到惊慌失措,无可适从。你把所有的怨气都撒在那该死的丑陋的机器生产的产品上,当然,这一时期的产品其实往往多是家居产品。另外,由于新发展的机械技术没有解决机器设备对人的机体的生理和心理的适应性,只注意产品的功效而忽视产品形象为人们接受的程度,导致产品的粗制滥造。到 19 世纪中叶,这个矛盾日趋尖锐,导致了英国莫里斯的“手工艺运动”和继之波及欧洲大陆的“新艺术运动”。(图 1-9)



图 1-9 高脚酒杯 1763 年

这款酒杯采用小批成套定做,在它身上体现了玻璃吹制工人的个人技艺和设计观念的直接结合。它表现出工匠的丢弃公用传统服务于贵族社会时尚的早期尝试,它具有鲜明的巴洛克风格,用不复杂的技艺得到那个时代令人愉悦的个性。

1.2.2.1 ARTS AND CRAFTS (艺术与手工艺运动)

英国“手工艺运动”的倡导者莫里斯和拉斯金揭露机械化初期技术发展非人性以及与艺术对峙的现象,主张恢复劳动者对劳动和劳动产品的美感,努力把生产过程变得使劳动者舒服,使劳动者在劳动中发挥个人自由创造的才能,使每件产品都能成为满足人们审美需要的大众艺术品。莫里斯首次提出了技术时代技术与艺术、劳动与审美如何结合的课题,被称为“工业设计之父”。但他主张用手工业生产代替机械化的大生产,违反了社会发展规律,注定只能是乌托邦的梦想。这一时期的家居产品往往体现出要么粗制滥造,要么就是风格的盲目回归,虽然莫里斯本人也设计了相当多极具清新气息的经典家居产品,但他自己也承认他对机器的仇视带有局限性。(图1-10~图1-12)



图1-12 壁毯 1900年

由英国艺术与手工业运动的发起人——威廉·莫里斯设计。其纺织品的设计格调清新富于现代感,洋溢着一种那个时代少有的青春气息。

图1-10 银框
玻璃花篮 1906年

英国艺术与手工业运动时期,由维也纳分离派的创始人约瑟夫·霍夫曼设计。霍夫曼提倡设计上的纯净风格,喜欢规整的垂直构图,并逐渐演变成方格网的形式,由此获得了“棋盘霍夫曼”的雅称。



图1-11 座钟 1903年

这是英国艺术与手工业运动第二代设计师的杰出代表——洛克斯设计的。洛克斯的作品中的有机形态和涡卷的曲线装饰源于他从凯尔特人的图案纹样中获得的灵感。

1.2.2.2 ART NOUVEAU (新艺术运动)

机械化生产并不会理会莫里斯等人的主张而按照它自身的要求发展。19世纪末20世纪初,欧洲大陆的“新艺术运动”是用传统古典的艺术形式框架机械产品,进而寻求工业产品新形式的运动。“新艺术运动”在先进技术与过时的外观形式的矛盾、折中、徘徊中寻求新的出路,一方面,它用纯艺术的眼光缅怀古典的传统形式,主张以古典纹样和曲线装饰机械产品,让工业产品穿上手工艺的外衣;另一方面,工业技术以其强大的生命力生产着新的技术产品并充斥整个社会物质生活领域,冲击着传统艺术观念的桎梏。新技术、新材料、新工艺以其自身的规律开辟相应的合乎功能形态的美,建立人们新的审美标准,启迪着艺术家们对产品的功能和形式的关系进行重新思考。(图1-13~图1-15)



图1-13 水晶花瓶 1877年

法国设计师埃米尔·加莱设计制造,他是新艺术运动兰茜派的代表人物。半透明珐琅制成的蜻蜓和蝴蝶灵巧生动,使得造型普通的花瓶瞬间充满了情趣。

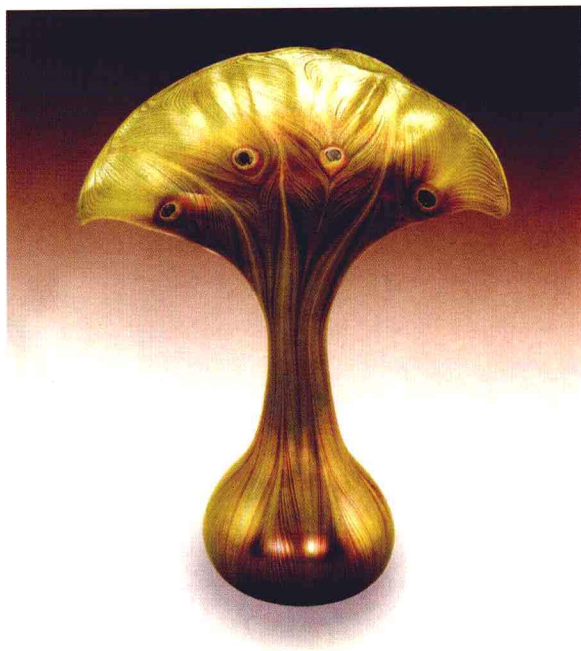


图1-15 孔雀花瓶 1896年

这是美国设计师蒂凡尼经典的“法夫赖尔”花瓶系列里最具代表性的一款设计。它以其流线的形状、艳丽的色彩和蜿蜒的装饰,构成了美国对新艺术风格的极大贡献。



图1-14 珐琅酒杯 1900年

挪威设计师索尔夫·普瑞兹设计。这个酒杯以美丽的植物花卉为创作主题,将传统的自然与象征的视觉结合在一起,带有新艺术全盛时期的典型风格。

1.2.2.3 MODERNISM (现代主义)

1907年10月5日,德国建筑师穆特休斯联合了12位艺术家、12个企业和创作团体,在慕尼黑成立了“德国工作联盟”,提出了艺术和工业技术的结合。他们在肯定机械化批量生产的前提下认为,工业时代所用的材料及加工手段与手工业不同,所以,工业产品不能再继续模仿古旧的、不伦不类的形式,而应把创造机械的样式作为设计的目标。他们主张把握技术、功能、材料,注意经济法则,置功能于第一因素,讲究、注意标准化的艺术造型,就能使产品优质化。

在德国工作联盟理论和实践的基础上,1919年,格罗佩斯在德国魏玛创建了著名的“包豪斯”学院。包豪斯学院是由建筑师、工业家、艺术家组成的工业设计和工业设计教育的联合体系,是20世纪二三十年代世界上影响最大的设计学校。包豪斯主张艺术与技术新的统一,建立以人为中心,面向大众需求进行设计的设计思想。包豪斯全面实践了功能主义设计,重视使用功能,把功能的概念扩展成整体使用要求,综合考虑使用者的生理和心理特征。包豪斯非常重视制造工艺,把制造工艺看做是设计不可分割的一部分。包豪斯的设计思想标志着现代设计理论的形成。在这些设计思想的主导下,产品、建筑的现代主义风格成为席卷全球的设计主流。(图1-16~图1-18)



图1-16 美国现代派餐具系列 1937年

美国第一代职业设计师之一的拉索而·赖特设计。这些餐具设计简洁,没有外加的装饰,只强调材料的性质和外在效果,于当时美国流行的流线式大不相同,明显受到了现代主义和包豪斯的影响。

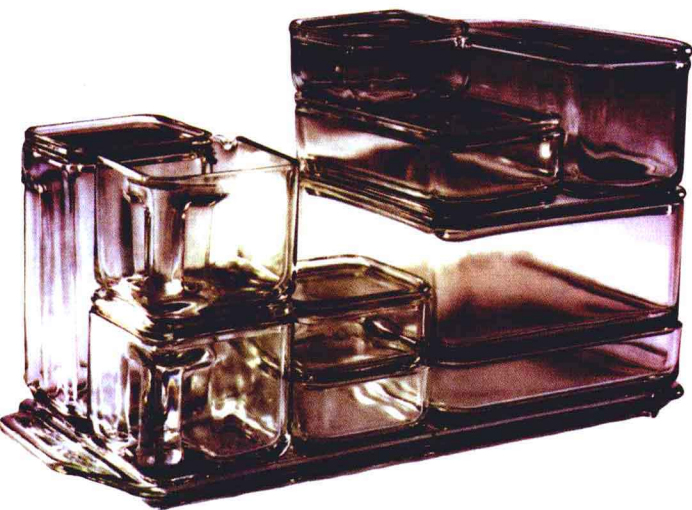


图1-18 玻璃储物盒 1938年

德国设计师华根菲尔德设计。这些模块式的模压玻璃器皿,都没有装饰,而是强调简洁的线条和微妙的体形变化,有克制的探索了玻璃的可塑性。

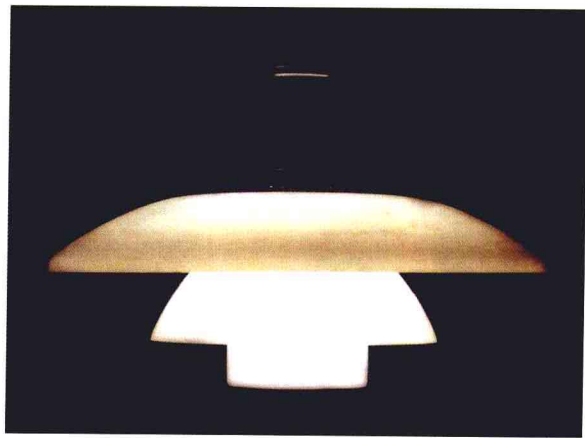


图1-17 PH灯 1925年

由丹麦著名设计师汉宁森设计,他的灯具设计首先考虑的是人的因素,优雅的造型来自对功能关系的严密组织。所有角度都看不到光源,避免眩光的出现;通过反射才能到达工作面的光线,带来更加柔和的照明效果。

1.2.2.4 ART DECO (装饰艺术)

ART DECO (装饰艺术) 一词起源于1925年在法国举办的Exposition Internationale des Arts Decoratifs Industriels et Modernes(现代工业装饰艺术国际博览会), 指的是两次世界大战期间, 大约是20世纪20年代至30年代流行的一种设计风格。此风格不仅反映在建筑设计上, 同时也影响了当时的各种艺术门类, 特别是工业设计。

ART DECO 演变自19世纪末的ART NOUVEAU(新艺术运动), 当时的ART NOUVEAU是资产阶级追求感性(如花卉、动物的形态)与异文化图案(如东方的书法与工艺品)的有机线条。ART DECO则结合了因工业文化所兴起的机械美学, 以较机械式的、几何的、纯粹的线条来表现。如扇形辐射状的太阳光、齿轮或流线型线条、对称简洁的几何构图等等, 并以明亮且对比的颜色来进行表面装饰, 如亮丽的红色、吓人的粉红色、电器感的蓝色、警报器的明黄色、象征探戈的橘色、带有金属味的金色、银白色以及古铜色等等。同时, 随着欧美帝国资本主义的向外扩张, 远东、中东、希腊、罗马、埃及与玛雅等古老文化的物品或图腾, 也都成了ART DECO的素材来源, 如埃及古墓的陪葬品、非洲的木雕、希腊建筑的古典柱式等等。(图1-19~图1-21)



图1-19 铜制法兰西花瓶 1925年

左右对称递进的形态, 常见于中美洲的建筑和教堂装饰, 而这种表现手法在装饰艺术时期非常盛行。植物纹样的方形印章是花瓶上唯一的装饰。

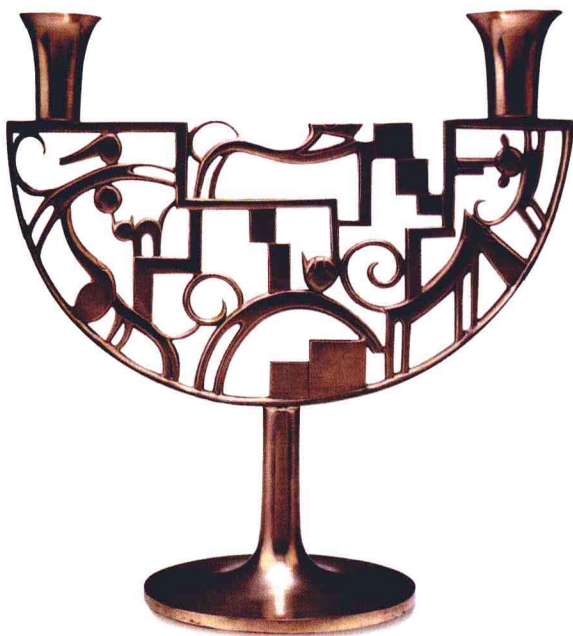


图1-20 镀镍铜制烛台 1925年

维也纳Hagenauer制造厂生产。半圆的烛台像一棵树, 剪纸般的抽象动物纹样打破了单调规则的形态。这种扇形的形态特征也是装饰艺术时期常用的设计语言。



图1-21 附盖圆瓷盒 1925年

盒子的顶部、底部和四周都装饰有浮雕纹样, 正面的射线状几何建筑纹样具有典型的装饰艺术风格特征。镀金的浮雕纹样同鲜艳的孔雀绿及宝石蓝混合的陶瓷釉面形成强有力的对比。