

招贴设计

高等院校艺术设计专业系列教材

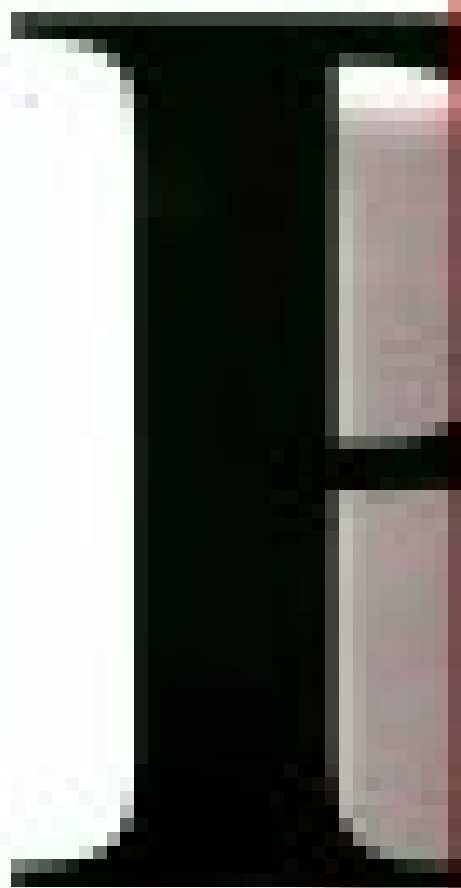
# 招贴设计

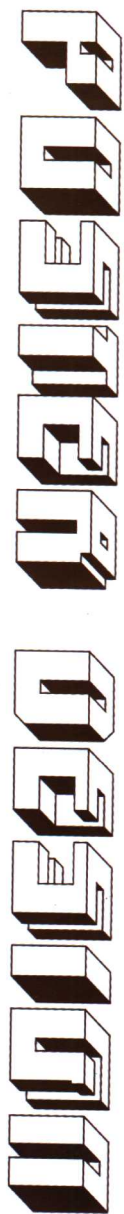
◎主编 牛玖荣



 河南科学技术出版社  
HENAN SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

# 招贴设计





# 招贴设计

◎ 主编 牛玖荣

高等院校艺术设计专业系列教材



河南科学技术出版社

· 郑州 ·

## 《招贴设计》编委名单

主 编 牛玖荣  
副主编 吴军伟  
编 委 (按姓氏笔画顺序)  
牛玉慧 牛玖荣 刘方林 吴军伟

### 图书在版编目(CIP)数据

招贴设计/牛玖荣主编. —郑州:河南科学技术出版社, 2007.1  
(高等院校艺术设计专业系列教材)  
ISBN 978-7-5349-3574-9

I. 招… II. 牛… III. 宣传画—设计—高等学校—教材 IV. J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第146789号

---

出版发行: 河南科学技术出版社  
地址: 郑州市经五路66号 邮编: 450002  
电话: (0371)65737028  
责任编辑: 韩雅楠  
责任校对: 徐小刚  
封面设计: 张 伟  
版式设计: 张 伟  
印 刷: 河南第一新华印刷厂  
经 销: 全国新华书店  
幅面尺寸: 185mm×260mm 印张: 10 字数: 200千字  
版 次: 2007年1月第1版 2007年1月第1次印刷  
印 数: 1—3 000  
定 价: 43.00元

---

如发现印、装质量问题,影响阅读,请与出版社联系。

# 前 言

招贴 (poster) 是人类智慧的象征。从19世纪下半叶起, 招贴就以它独特的魅力在众多宣传媒体中确立了其设计之王的地位。由于招贴在社会上所产生的巨大影响以及它所兼有绘画和设计的特点, 许多极具才华的艺术家和设计家纷纷参与招贴设计, 他们将绘画和设计的各种风格互为融合, 把多种表现形式和手段及技法综合运用, 使招贴呈现出风格迥异、精彩纷呈的多元化发展格局。他们的作品既传达了某种观念或信息, 又提升了艺术品位和价值, 同时也使招贴成为具有艺术价值的收藏品。

随着社会的发展和科学技术的进步, 招贴已不再受某种风格流派的约束。东西方文化日益频繁的交流 and 融合, 以及现代科技、文化、艺术给招贴带来的新观念, 使招贴设计在注重信息传达功能的同时, 更为注重风格的发展和设计创意。

现代招贴设计艺术由于其独特的创作方式, 已经演变成为一种全新的艺术形式, 表现为十分丰富的主题和多样化风格, 其属性和纯艺术之间的界定也变得越来越模糊, 招贴艺术的创作具有深远的社会意义和广阔的发展空间。

招贴具有美化城市人文环境、净化人类心灵的公益作用, 通过招贴可以看到一个社会、国家、民族的政治、经济、文化艺术内涵及发展状况。有时, 招贴甚至是艺术家向社会公众表达政治见解、个人主张的宣传工具, 是人们抨击时弊、伸张正义的武器。

进入信息时代以来, 高新科技的发展使各种新的广告媒体、新的传播手段、新的制作技术以及新的设计理念不断涌现, 这一切既为招贴设计者开辟了新的广阔的表现空间, 同时也使设计的内涵与外延发生重大的变化。

知识经济的到来和市场的发展以及竞争的日趋加剧，使市场对设计人才有着越来越高的要求。因此，艺术设计者不仅要努力学习招贴设计的专业知识，更要学习和积累其他方面的知识，如社会学、经济学、心理学、广告学、美学、文学、绘画、影像技术、电脑硬件与软件等，从而对人类和社会有较为深刻的理解，对当代文化倾向和美学特征有所把握，对新的表现形式、手法及技术能熟练运用，全面提高自身的综合素质，以适应设计工作更高层次的需求。

本书共分6章。第1章、第2章由牛玖荣编写，第3章由牛玉慧编写，第4章、第6章由吴军伟编写，第5章由刘方林编写。

限于编者水平，书中疏漏和欠妥之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者

2006年6月

# 目 录

<b>第1章 招贴的概述</b> .....	001
1.1 招贴的概念 .....	001
1.2 招贴的起源、发展与风格流派 .....	002
1.3 招贴设计在数码科技时代的角色与挑战 .....	033
<b>第2章 招贴的分类、特征与功能</b> .....	035
2.1 招贴的分类 .....	035
2.2 招贴的特征 .....	039
2.3 当代招贴的文化特点 .....	041
2.4 招贴的功能 .....	043
<b>第3章 招贴创意思维</b> .....	048
3.1 招贴的创意与创意思维 .....	048
3.2 招贴创意思维流程解析 .....	058
3.3 招贴创意思维的原则与方法 .....	068
<b>第4章 招贴的构成要素与编排设计</b> .....	074
4.1 招贴的构成要素 .....	074
4.2 招贴的编排设计 .....	089
<b>第5章 招贴的表现手法与创作手段</b> .....	097
5.1 招贴的表现手法 .....	097
5.2 招贴的创作手段 .....	116
<b>第6章 招贴的设计程序与实例解析</b> .....	125
6.1 招贴的设计程序 .....	125

6.2 实例解析 .....	130
6.3 国内外优秀招贴解读及主题性招贴赏析 .....	135
<b>参考文献</b> .....	<b>151</b>



# 第1章

## 招贴的概述

---

### 本章要点

1. 了解和掌握招贴设计的概念。
2. 了解和掌握招贴设计的起源、发展与风格流派。
3. 了解和掌握战争时期招贴的发展与风格流派。
4. 了解和掌握第二次世界大战后招贴的发展与风格流派。

### 1.1 招贴的概念

招贴也称“招贴”，通常指单张张贴形式、可张贴的平面形态的印刷广告，招贴的英文名字叫“poster”，在《牛津英语词典》里意指展示于公共场所的告示。

在国际教科书出版公司(伦敦)出版的广告词典里，“poster”意指张贴于纸板、墙、大木板或车辆上的印刷广告，或以其他方式展示的印刷广告，它是户外广告的主要形式，也是最古老的广告形式之一。也有人根据“poster”的词根结构来剖解招贴的词义，认为“poster”是从“post”转用而来，“post”词义为柱子，故“poster”是指所有张贴于柱子上的告示。中文名称“招贴”二字按其字义解释，“招”是招引注意，“贴”是张贴，即“为招引注意而进行张贴”，是动词的名词化用法。

招贴是广告的行为，广告是招贴的目的。招贴也被称为展示于公共场所的广告，属于广义广告的范畴，也叫招贴或平面广告。当一张无意义、无生命的白纸，

被设计师有目的、有策划地通过设计后印刷，纸就有了生命，有了思想，有了存在的意义和价值，它使我们感动并引导我们的思想和行为，它就是招贴了。

综上所述，招贴是广告的媒体之一，以张贴的形式来传递目的信息，并展示于公共场所的广告媒介。

在欣赏招贴时，我们可以明其形，品其意。明其形，好的招贴形态简洁，造型唯美，我们可以静静地欣赏图形、用色，体验它所造就的视觉震撼。招贴是美的艺术，在学习过程中，我们会遇到很多由于文化背景的差异而看不懂的招贴，但形与色的融合，可以帮助我们领悟到形式美的创造，因为好的形式本身亦是一种设计。品其意，真正的招贴是有目的、有意义的，大都可以跨越民族、国家的界限，被多层次的人们欣赏、品味，实现其传播的价值。

印刷招贴可分为公共招贴和商业招贴两大类，公共招贴以社会公益性问题为题材，例如纳税、戒烟、优生、竞选、献血、和平、交通安全、环境保护、文体活动宣传等；商业招贴则以促销商品、满足消费者需要之内容为题材，特别是市场经济的出现和发展，商业招贴也越来越重要，越来越被广泛地应用。

## 1.2 招贴的起源、发展与风格流派

纵观招贴发展史，可以看到前人的作品在其所代表和反映的时代以及设计观念、表现形式与审美情趣方面的演变，可以感受到作品所透射出的深层文化底蕴，并由此去探究社会政治、经济、文化、艺术与招贴的密切关系，从而了解招贴的起源、发展和风格流派的形成。它有助于我们从历史的角度去审视和借鉴前人的经验，理顺传统与现代的关系，扩大视野；有助于我们在优秀传统文化和现代文明的基础上，运用现代设计理念和表现形式，满怀信心地去创造光辉灿烂的未来。

### 1.2.1 招贴的起源

世界上最早的招贴是埃及的一张寻人文字广告，这张 3000 年前的招贴写在用尼罗河上游的芦苇类植物（纸莎草）精制成的纸上，当时这种手工纸很昂贵，纸幅尺寸为 20cm×25cm，只有富商才用得起它。招贴文字表述的意思是：招贴主愿意悬赏一个金币捉拿“逃跑的奴隶”。目前，这份古老招贴仍保存于英国伦敦博物馆。

国外最早一张通过印刷手段完成的招贴是在中国的印刷术于中世纪传入欧洲后，德国人古登堡(Gutenberg, 1387—1468)于 1450 年发明活字印刷后才出

现的。当时英国第一个印刷家威廉·凯克斯首先采用了印刷手段制成招贴，并将这种招贴沿伦敦大街和教堂门口张贴，以向牧师兜售复活节用的教规书籍，从此印刷形式的招贴大为流行。据美国“Advertising Design”一书记载，15世纪时，招贴成了口头宣传外的唯一广告形式。

然而，据我国考古发现，我国最早出现的一张印刷招贴比英国印刷家威廉·凯克斯创制的印刷招贴还要早400年左右。这张中国招贴是11世纪（宋朝时期）山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告物。目前，这一广告物的印刷用铜版陈列在中国历史博物馆内。铜版有10cm见方，上面雕有“济南刘家功夫针铺”字样，正中为一抱着针的白兔图形，两边写着“认门前白兔儿为记”。下部是说明产品质地和销售办法的七行二十八字。这一印刷招贴又兼作为针的包装纸用（图1.1）。



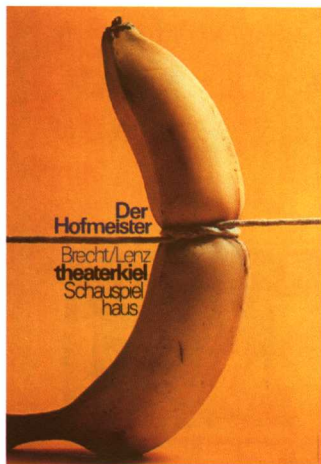
图1.1 刘家功夫针铺招贴

13世纪：中国的木刻版印刷技术引入西方，彻底改变了欧洲在布料上印刷图形的历史，木刻版印刷的图形和文字在社会各阶层广泛传播。

15世纪：德国人古登堡在木刻版印刷的基础上于1450年研制成活版印刷，这种在纸张上使用活版印刷的技术，使招贴向作为大众传播信息的一种媒介迈开了坚实的一步。1473年，英国印刷家威廉·凯克斯印制成一些有关出售祈祷书的招贴并张贴于伦敦的大街和教堂门口，这是国外最早用印刷工艺制成的招贴。从此，采用印刷形式的招贴开始流行，招贴成为向大众传播信息最主要的媒介之一。

16世纪：人们不断探索科学与艺术相结合的道路，在图形和字体设计领域开始运用数比法则。尤其值得一提的是设计师开始注重对观念的表达，在图形设计中所采用的表现手法有近乎现代超现实主义的倾向。合理的比例、装饰字体的设计、精美的插图，在法国巴黎形成了优美典雅的“国际风格”并很快流行于西方。为适应社会对印刷设计的大量需求，欧洲很多国家相继建立了印刷图形设计中心，图文印刷设计在欧洲得到了普及和提高。

17世纪：欧洲工业使印刷图形材料和制作成本大为降低，招贴广告也从初始时期进入到发达时期。招贴在促销商品、促进生产，提高生活质量，普及教育和普及科学技术知识方面发挥了空前的作用，同时印刷家兼具图形设计师的技能和生产技能的时代已被机械化带来的分工所冲破，招贴设计成了一种独立的创造性专业。



a. 马蒂斯作品



b. 马蒂斯作品



c. 冈特·兰堡作品

图1.2 20世纪的招贴

18世纪：许多适合招贴印刷的新字体产生，使埃及体、爱奥尼亚体、透视体、克拉伦登体、拉斯康体、多利安体、哥德体、珍珠体等字体，在比例、分量和美学上更趋完善。除了字体，还出现了数百种学科的符号系统，包括数字、天文、物理、化学、生物、地理、军事等方面的内容，为现代招贴广告的产生奠定了新的语言形式基础。

19世纪：随着铸铁印刷机、蒸汽动力印刷机、造纸机的出现，高速印刷形式替代了古登堡时代的手动印刷形式，机器生产的纸张淘汰了手工制作的纸张，使招贴的印刷效率提高了30倍左右。继之，摄影术的出现及彩色石印技术的产生，又使招贴成为大众传播的主要媒介，一大批优秀的美术家也开始从事招贴广告设计。

20世纪：观念形象设计对于世界招贴设计的发展来说，是非常重要的。它丰富了设计的手法，进一步强调了设计上的个人和社会个别群体的观念的表达，将良好的视觉传达功能和艺术手法，针对大众的视觉传达效果和个人的表象结合起来，从而把招贴设计推进到一个新的高度。随着技术的发展，视觉传达的方式变得复杂且多样化，通讯技术的日趋完善，媒介的多元化，都对招贴设计形成了新的促进和压力，招贴设计开始向更新的未来发展（图1.2）。

### 1.2.2 现代招贴的产生、发展与流派风格

从现代招贴的产生(1866)到第一次世界大战期间，大批富有才华的著名画家和设计家投身于招贴设计行列，创作了具有新艺术运动、象征主义、表现主义等多种风格的招贴，其数量之多、题材之广、作用之大，前所未有的。招贴以其蓬勃发展的态势进入了空前的繁荣期。

#### 1. 现代招贴的产生

1866年，法国的朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret)在巴黎他自己的印刷厂制作出第一张彩色的平版招贴，标志着现代招贴的产生。谢雷特直接在石板上画的招贴

作品，图形写实，色彩明快华丽，形式多样，整个画面洋溢着热烈欢快的气氛。他把多种绘画风格和传统的壁画艺术融入到招贴作品中，使之产生了非常强烈的视觉效果。他的作品具有较为明显的个人风格，有很强的绘画性和装饰性。

谢雷特从1866年到19世纪末，共创造出1000多幅招贴广告，有的作品印数多达20万张，大型招贴的尺寸有时高达2.4m，其创作题材从戏剧到煤油以及电影新星、摩登美女等，几乎无所不包，对社会和艺术界产生了巨大影响。1889年，他获得了国际招贴展览金奖，法国政府授予他荣誉勋章。他逝世后，尼斯城举办了收藏其作品的“谢雷特展览馆”，他被后人誉为“现代招贴之父”。

1881年，法国政府鼓励出版自由的新法规的公布，使法国街头成为招贴的海洋，招贴被人们当作美术作品欣赏。当时，法国新美术运动的主要人物谢雷特、格拉赛、劳特累克、史太林、马查等，创造了许多极有影响力的招贴广告，他们在招贴设计上的卓越成就也提高了他们作为新美术运动画家的知名度。特别是劳特累克，他的招贴画在当时被公认为是世界一流的美术作品。

在英国，弗雷德里克·沃克(Frederick Walker)作为新美术运动画家创作的题为《白衣女士》的戏剧招贴(图1.3)，轰动整个伦敦招贴设计界。另一位英国新美术运动招贴设计大师比亚兹莱则以其精美细巧的线性装饰形式的插图，给欧美各国的招贴带来强烈而长久的影响。美国新美术运动招贴广告设计的代表人物是雷亚德和布拉德利，前者受维多利亚风格、工艺美术运动风格及抽象设计风格影响，后者受英国设计风格影响，被人称为美国的比亚兹莱。新美术运动在德国以青年风格派为代表，其招贴设计的主要代表人物是贝伦斯，他的重要贡献在于将平面设计风格从19世纪的花卉装饰风格转变为20世纪简朴的功能主义风格。新美术运动在奥地利以维也纳分离派为代表，该派在招贴广告设计方面做出主要贡献的人物是莫测尔，他的招贴采用平面几何形式的叠合，具有立体派和装饰画特征。新美术运动招贴广告的一个显著特征是使这一时期的招贴看上去就像美术作品。新美术运动对招贴广告的最大贡献就是使招贴在视读普及率上的发展达到了顶峰。



图1.3 白衣女士(弗雷德里克·沃克)

### 2. 新艺术运动

19世纪末,法国产生了新艺术运动(Art Nouveau),这是从英国工艺美术运动中派生出来的新型的装饰艺术运动。新艺术运动主张对矫饰的维多利亚风格以及传统的装饰风格进行反思。提倡师法自然,从自然形态中去提取新风格的视觉表现元素,如从动物、植物的生长规律等方面去发掘其本质的形态。

新艺术运动在形象的塑造上采用装饰性的平面的形和色,对形象作一定的夸张和变形,并用隐喻和象征的表现手法来拓展其内涵。追求创新设计的美感,追求绘画装饰效果以及线的表现力;否定直线,用富有内在活力的曲线和有机形态来表现形象。新艺术运动的很多图形都是从自然形态中抽象出来的,其蜿蜒交错的曲线和运动的形态,充满了生命的活力,并具有很强的装饰性和韵律感。

新艺术运动对欧美艺术和招贴设计产生了巨大影响,形成了多元化的装饰艺术风格。新艺术运动在不同国家名称也不尽相同,法国、美国、英国称之为新艺术,而意大利称之为自由派风格,奥地利维也纳称之为分离派风格,德国称之为青年风格,在斯堪的纳维亚各国又被称为工艺美术运动。

阿尔丰斯·穆查(Aiphonse Mucha),法国著名设计家。他的招贴作品体现了法国新艺术运动的主要特征,如非对称的动态构图,曲线为主要的表现形式,华丽明快的装饰色彩,高度概括的形象,在主观上强调装饰美的因素等。他的作品中经常出现用平面化处理理想化女性形象,各种民间图案(如拜占庭镶嵌图案),各种动物、植物、花卉(如棕榈枝叶、葡萄藤蔓、玫瑰、鲜花、孔雀、鸟)等。富有活力的曲线在画面中按审美需求缠绕,不同明度的物象根据画面需要进行重叠、穿插处理,从而产生了丰富的层次美。突出线的变化,注重大的动态线并用线来统一画面,具有类似工笔重彩的装饰效果。画面中的字体醒目突出,具有很好的信息传达功能。他在驾驭装饰艺术语言方面得心应手,创作出了大量的招贴作品,是法国新艺术运动杰出的代表(图1.4)。

### 3. 表现主义

20世纪初,德国和奥地利等国开始流行表现主义(Expressionism)。表现主义有抽象和具象之分。挪威著名画家蒙克的表现主义风格对整个北欧具有决定性的影响。



图1.4 阿尔丰斯·穆查作品

表现主义风格的招贴注重主观意象和表现自我感受,用感情去夸张自然形象和色彩,用各种强有力的表现技巧来增加艺术感染力,以表达出特定的情调、节奏和意境。如黑白对比强烈的木刻表现形式,象征的色彩,粗犷的笔触,流畅的线条,夸张、变形和扭曲的形态等。

表现主义时期招贴设计的主要代表人物珂勒惠支(Kanthe Koliwitz),德国著名女画家,她的招贴作品《不要战争!》(图1.5),画面简洁有力,在全世界产生了很大影响。表现主义对现代招贴设计产生了深远的影响。

#### 4. 象征主义

1880年,法国出现了象征主义。它受到新艺术运动风格广泛而又深刻的影响。象征主义招贴采用理性和抽象的表现手法,在作品中注入了作者的主观理念和情感,强调形象和色彩的象征性、隐喻性,通过艺术化的客观对应物来传达出某种意念或思想。象征主义用外界的物象来隐喻、暗示某种神秘的构成,用新艺术运动的线性形式和有机形态来表现神话中的形象或民间流传的形象,象征某一事物或观念,以彼物来表现此物,形成了早期象征主义神秘、浪漫的特征。这个时期的招贴设计家有:荷兰画家扬·托罗普(Jan Toorop)、柯诺夫(Khnopff)、费利西安·罗普斯(Felicien Rops)(图1.6)。



图1.5 不要战争!(珂勒惠支)

#### 1.2.3 战争时期招贴的发展与风格流派

20世纪的上半期,欧洲的招贴设计基本上是沿着19世纪招贴设计的路径发展。第一次世界大战的爆发,刺激了政府和社会对于政治招贴的需求,促使招贴设计得到很大的进步。在第一次世界大战前后,欧洲出现了另外一个影响世界的设计运



图1.6 象征主义风格

动——装饰艺术(Art Deco)运动。在政治变革和科技与文化的双重冲击下，现代主义艺术的各种风格流派标新立异，成因错综复杂。这种向传统观念挑战的新思潮，深刻影响了招贴设计家的创作理念。他们扬弃了旧有的设计模式，将绘画和设计的各种风格互为交融，取长补短。创作出了具有装饰艺术、构成主义、包豪斯、立体主义、未来主义、超现实主义等多种风格的招贴，并使之呈现出风格迥异、精彩纷呈的多元化发展的格局。招贴开始步入历史性的黄金时代。其中一个影响面非常广的招贴设计运动出现在德国，被称为“招贴风格”运动。在受到立体主义、象征主义和未来主义的多重影响下，德国的招贴设计出现了崭新的面貌，涌现出几个非常杰出的新设计家，他们运用非常简明扼要的方式，准确而鲜明地表达视觉主题，一方面为商业服务，逐步发展到为德国的政治服务，这个运动的新风格和形式，对于日后的现代商业招贴发展有很大的影响作用。

### 1. 招贴风格运动

招贴风格运动是欧洲在第一次世界大战前后出现的现代主义平面设计运动中的一个重要组成部分，是德国的一个以招贴设计为中心的平面设计运动，它的德文名称“Plakastil”是由“招贴”和“风格”两个单词合成的。从名称上就可以看出设计的中心内容是招贴。这个运动大约开始于1898年，是因为德国日益繁荣的经济和商业需求而促成的。它的形式特点主要是利用当时艺术上出现新的简单形式和象征性特点，在招贴设计和其他的平面设计上运用简单的图形，平涂的色彩，鲜明的文字，来达到商业招贴和其他商业平面设计的宣传目的。这个运动主要是在20世纪初期，由围绕在德国一个石板印刷公司——霍勒布劳与史密特公司及周围的一批平面设计家为核心发动的。德国招贴风格运动的奠基人是鲁西安·伯恩哈特(Lucian Bernhard)，他为德国的招贴风格运动奠定了坚实的发展基础。

鲁西安·伯恩哈特为普莱斯特火柴工厂设计的火柴招贴广告(图1.7)，成为新一代招贴设计的基础。简单的图形，突出产品和公司的名称，简明扼要，目的鲜明，具有强烈的色彩对比，而且具有有力的视觉传达功能，成为日后德国商业广告设计的一种重要的模式。从此，鲁西安·伯恩哈特开始了长达20多年的广告设计生涯。他基本利用相类似的风格设计招贴，比如1912年为斯蒂勒公司(Stiller)作的皮鞋招贴(图1.8)等，都是采用突出商品，强调公司名称这种简单到无以复加的方式，达到很好的广告目的，他成为德国广告设计的重要人物。在他的影响之下，德国招贴广告设计界形成了一个遵循鲁西安·伯恩哈特方式而发展的设计运动，称为招贴风格运动。招贴的风格，不但仅仅用于招贴，也广泛运用在平面设计的其他范畴中。



## 2. 装饰艺术

装饰艺术(Art Deco), 1925年起源于法国并流行于世界, 是20世纪前半叶的主导设计风格之一。装饰艺术运动受现代主义运动的影响很大, 无论从材料的使用上, 还是从设计的形式上, 都可以明显看到这种影响的痕迹。装饰艺术, 特别是法国的装饰艺术运动, 在很大程度上依然是传统的设计运动, 虽然在造型、色彩、装饰动机上有新的、现代的内容, 但是它的服务对象依然是社会的上层, 是少数的资产阶级权贵, 这与强调设计民主化及强调设计的社会效应的现代主义立场是大相径庭的, 因此, 虽然这两场运动几乎同时发生, 互相也有影响, 特别是现代主义对于装饰艺术运动的形式和材料方面的影响, 但是, 它们属于两个不同的范畴, 有各自的发展规律。

装饰艺术运动的名称出自1925年在巴黎举办的一个大型展览——装饰艺术展览。这个展览旨在展示一种新艺术运动之后的建筑与装饰风格。展览的名称后常被用来特指一种特别的设计风格和一个特定设计发展阶段。但是, “装饰艺术”这一术语, 实际所指的并不仅是一种单纯的设计风格, 它包括的范围相当广泛, 从20世纪20年代的色彩鲜艳的所谓“爵士”图案到1930年的流线型设计式样, 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风格, 都可以说是属于这个运动的。它们之间虽有共性, 但是个性更加强烈, 因此, 把装饰艺术单纯看作一种统一的设计风格是不恰当的。从思想和意识形态方面来看, 装饰艺术运动是反对古典主义的、自然的、单纯手工艺的趋向, 主张机械化的美。因而, 装饰艺术风格具有更加积极的时代意义。

装饰艺术运动是一场国际性设计运动, 不少欧美国家都卷入其中, 尤以法国、英国和美国的设计成果较具代表性。它同时还影响到许多欧洲其他的国家, 大

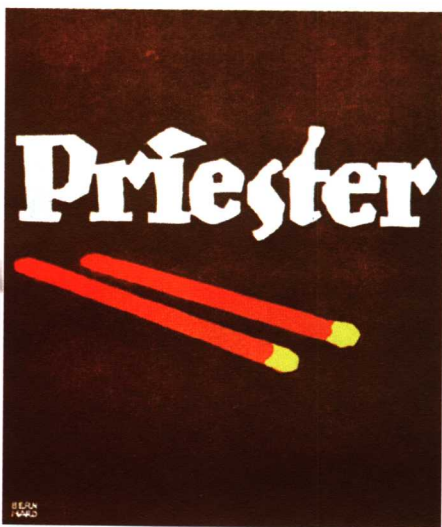


图1.7 普莱斯特火柴招贴(鲁西安·伯恩哈特)



图1.8 斯蒂勒公司皮鞋招贴(鲁西安·伯恩哈特)