



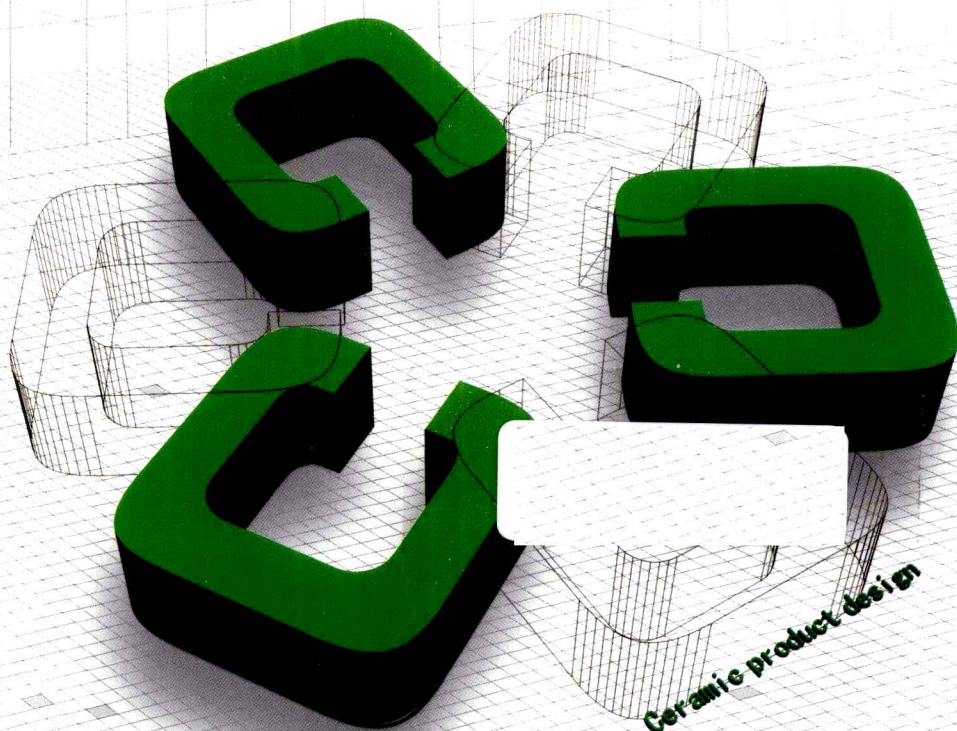
21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业

“十二五”精品课程规划教材

陶瓷产品设计

Ceramic Product Design

编 著 刘宏伟 李 程



北方联合出版传媒(集团)股份有限公司
辽宁美术出版社

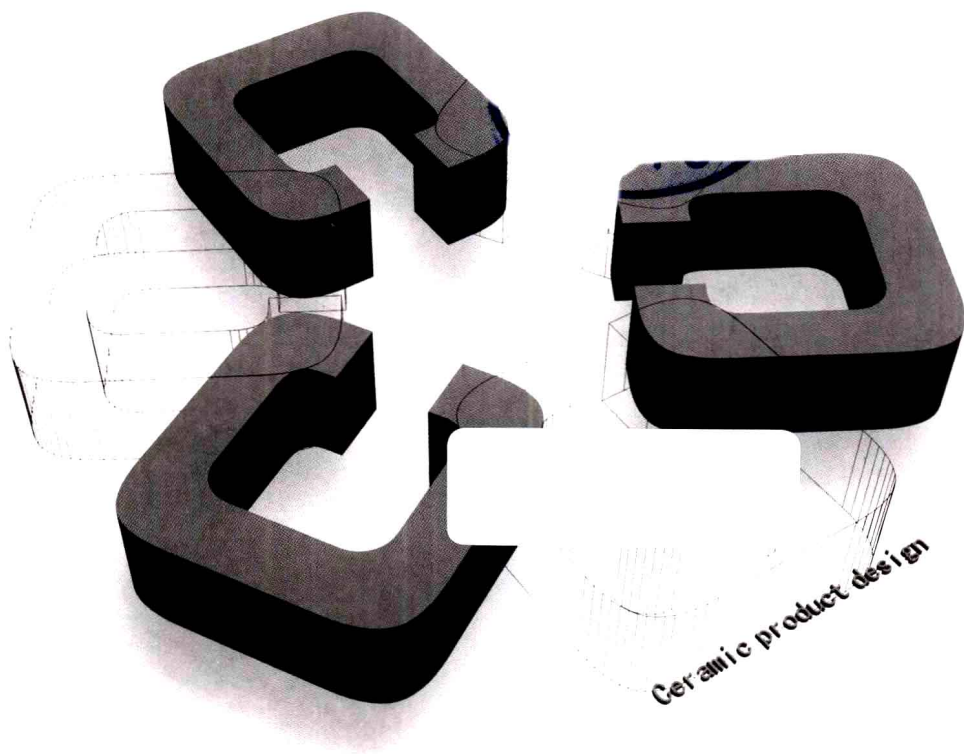
21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业

“十二五”精品课程规划教材

陶瓷产品设计

Ceramic Product Design

编 著 刘宏伟 李 程



北方联合出版传媒(集团)股份有限公司
辽宁美术出版社

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业
“十二五”精品课程规划教材

总 主 编 范文南
总 策 划 范文南
副总主编 洪小冬
总 编 审 苍晓东 方 伟 光 辉 李 彤
王 申 关 立

编辑工作委员会主任 彭伟哲

编辑工作委员会副主任

申虹霓 童迎强 刘志刚

编辑工作委员会委员

申虹霓 童迎强 刘志刚 苍晓东 方 伟 光 辉
李 彤 林 枫 郭 丹 罗 楠 严 赫 范宁轩
王 东 彭伟哲 薛 丽 高 焱 高桂林 张 帆
王振杰 王子怡 周凤岐 李卓非 王 楠 王冬冬

印制总监

鲁 浪 徐 杰 霍 磊

图书在版编目 (CIP) 数据

陶瓷产品设计/刘宏伟,李程编著. —沈阳:北方联合出版传媒(集团)股份有限公司 辽宁美术出版社,2011.5

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材

ISBN 978-7-5314-4772-6

I. ①陶… II. ①刘…②李… III. ①陶瓷艺术—设计—高等学校—教学参考资料 IV. ①J527

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第073488号

出版发行 北方联合出版传媒(集团)股份有限公司
辽宁美术出版社

经 销 全国新华书店

地址 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

邮箱 lnmscbs@163.com

网址 <http://www.lnpgc.com.cn>

电话 024-23404603

封面设计 范文南 洪小冬 彭伟哲 林 枫

版式设计 彭伟哲 薛冰焰 吴 烨 高 桐

印刷

辽宁彩色图文印刷有限公司

责任编辑 林 枫 严 赫

技术编辑 徐 杰 霍 磊

责任校对 张亚迪

版次 2011年5月第1版 2011年5月第1次印刷

开本 889mm×1194mm 1/16

印张 6.25

字数 110千字

书号 ISBN 978-7-5314-4772-6

定价 39.00元

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话 024-23835227

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业
“十二五”精品课程规划教材

学术审定委员会主任

清华大学美术学院副院长何洁

学术审定委员会副主任

清华大学美术学院副院长郑曙阳

中央美术学院建筑学院院长吕品晶

鲁迅美术学院副院长孙明

广州美术学院副院长赵健

学术审定委员会委员

清华大学美术学院环境艺术系主任苏丹

中央美术学院建筑学院副院长王铁

鲁迅美术学院环境艺术系主任马克辛

同济大学建筑学院教授陈易

天津美术学院艺术设计学院副院长李炳训

清华大学美术学院工艺美术系主任洪兴宇

鲁迅美术学院工业造型系主任杜海滨

北京服装学院服装设计教研室主任王羿

北京联合大学广告学院艺术设计系副主任刘楠

联合编写院校委员（按姓氏笔画排列）

马振庆 王雷 王磊 王妍 王志明 王英海
王郁新 王宪玲 刘丹 刘文华 刘文清 孙权富
朱方 朱建成 闫启文 吴学峰 吴越滨 张博
张辉 张克非 张宏雁 张连生 张建设 李伟
李梅 李月秋 李昀蹊 杨建生 杨俊峰 杨浩峰
杨雪梅 汪义候 肖友民 邹少林 单德林 周旭
周永红 周伟国 金凯 段辉 洪琪 贺万里
唐建 唐朝辉 徐景福 郭建南 顾韵芬 高贵平
黄倍初 龚刚 曾易平 曾祥远 焦健 程亚明
韩高路 雷光 廖刚 薛文凯

学术联合审定委员会委员（按姓氏笔画排列）

万国华 马功伟 支林 文增著 毛小龙 王雨
王元建 王玉峰 王玉新 王同兴 王守平 王宝成
王俊德 王群山 付颜平 宁钢 田绍登 石自东
任戡 伊小雷 关东 关卓 刘明 刘俊
刘赦 刘文斌 刘立宇 刘宏伟 刘志宏 刘勇勤
刘继荣 刘福臣 吕金龙 孙嘉英 庄桂森 曲哲
朱训德 闫英林 闭理书 齐伟民 何平静 何炳钦
余海棠 吴继辉 吴雅君 吴耀华 宋小敏 张力
张兴 张作斌 张建春 李一 李娇 李禹
李光安 李国庆 李裕杰 李超德 杨帆 杨君
杨杰 杨子勋 杨广生 杨天明 杨国平 杨球旺
沈雷 肖艳 肖勇 陈相道 陈旭 陈琦
陈文国 陈文捷 陈民新 陈丽华 陈顺安 陈凌广
周景雷 周雅铭 孟宪文 季嘉龙 宗明明 林刚
林森 罗坚 罗起联 范扬 范迎春 邹海霞
郑大弓 柳玉 洪复旦 祝重华 胡元佳 赵婷
贺祎 邵海金 钟建明 容州 徐雷 徐永斌
桑任新 耿聪 郭建国 崔笑声 戚峰 梁立民
阎学武 黄有柱 曾子杰 曾爱君 曾维华 曾景祥
程显峰 舒湘汉 董传芳 董赤 覃林毅 鲁恒心
缪肖俊

序 >>

「 当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时，就不难发现，美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话，则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束，指的是从经典出发再造经典，而不是一味地兼收并蓄；开放，则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。这看似矛盾的两面，其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。这里，我们所说的美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。由于众所周知的原因，我们的教育往往以前者为主，这并没有错，只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换；另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西，融入我们的日常教学和艺术体验之中。

在本套丛书实施以前，出于对美术教育和学生负责的考虑，我们做了一些调查，从中发现，那些内容简单、资料匮乏的图书与少量新颖但专业却难成系统的图书共同占据了学生的阅读视野。而且有意思的是，同一个教师在同一个专业所上的同一门课中，所选用的教材也是五花八门、良莠不齐，由于教师的教学意图难以通过书面教材得以彻底贯彻，因而直接影响到教学质量。

学生的审美和艺术观还没有成熟，再加上缺少统一的专业教材引导，上述情况就很难避免。正是在这个背景下，我们在坚持遵循中国传统基础教育与内涵和训练好扎实绘画（当然也包括设计摄影）基本功的同时，向国外先进国家学习借鉴科学的并且灵活的教学方法、教学理念以及对专业学科深入而精微的研究态度，辽宁美术出版社会同全国各院校组织专家学者和富有教学经验的精英教师联合编撰出版了《21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材》。教材是无度当中的“度”，也是各位专家长年艺术实践和教学经验所凝聚而成的“闪光点”，从这个“点”出发，相信受益者可以到达他们想要抵达的地方。规范性、专业性、前瞻性的教材能起到指路的作用，能使使用者不浪费精力，直取所需要的艺术核心。从这个意义上说，这套教材在国内还是具有填补空白的意义。

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材编委会

」

目录 contents

序

第一章 现代陶瓷产品设计概述 007

- 第一节 现代陶瓷产品设计的概念及范畴 / 008
- 第二节 陶瓷产品设计的特征 / 008
- 第三节 陶瓷产品设计的构成要素 / 008
- 第四节 现代陶瓷设计的民族风格 / 009

第二章 现代陶瓷设计发展简史 013

- 第一节 工业设计的初期——古典风格陶瓷造型 / 014
- 第二节 20世纪上半叶的陶瓷器皿设计——单纯、简洁的风格 / 015
- 第三节 20世纪五六十年代陶瓷器皿造型——对材质及功能的探索 / 016
- 第四节 当代设计——趋向于观念的更新和变革 / 017
- 第五节 20世纪八九十年代——高科技、个性化的现代陶瓷器皿设计 / 023

第三章 陶瓷产品设计的形式法则 025

- 第一节 陶瓷产品造型设计的法则 / 026
- 第二节 陶瓷造型设计的构成要素 / 028
- 第三节 陶瓷产品造型形体的形成与构成 / 037
- 第四节 陶瓷产品造型形式美的法则 / 037

— 第四章 计算机与陶瓷产品设计

043

第一节 计算机辅助设计的概念 / 044

第二节 计算机辅助陶瓷产品设计的优势 / 045

第三节 计算机辅助陶瓷产品设计软件中的图形技术 / 047

— 第五章 陶瓷产品设计的工艺学

053

第一节 陶瓷材料的概念 / 054

第二节 陶瓷材料的分类 / 054

第三节 陶瓷产品的成型方法和注浆成型的基本原理 / 055

第四节 旋釉 / 063

— 第六章 陶瓷设计的系统化办法

065

第一节 系统化设计的含义 / 066

第二节 系统化陶瓷设计的几个阶段 / 066

— 第七章 作品赏析

073

中国高等院校

THE CHINESE UNIVERSITY

21世纪高等教育美术专业教材

21st Century Higher Education Art Professional Textbook

CHAPTER

1



现代陶瓷设计的概念及范畴
陶瓷产品设计的特征
陶瓷产品设计的构成要素
现代陶瓷设计的民族风格

现代陶瓷产
品设计概述

第一章 现代陶瓷产品设计概述

第一节 现代陶瓷产品设计的概念及范畴

一、现代陶瓷产品设计的概念

现代陶瓷产品是指人们日常使用的,使用陶瓷原料,运用现代生产工艺批量生产的工业制成品。作为产品首先要有使用价值,为人们的物质需求服务,同时又要满足人们的审美要求,因此其造型设计的过程是以决定产品的形态特征为目的的创造活动。所谓决定形态特征,不仅决定外形特征,而且要从本质上在产品包含的所有要素之间建立结构功能方面的联系,使产品成为制造者和使用者双方利益的统一体,也就是说,通过设计达到使陶瓷产品兼有美观与实用两种属性的目的,这些应是现代陶瓷产品设计的概念。

二、现代陶瓷产品设计的范畴

就陶瓷产品而言,有的以使用为目的,有的追求纯粹的审美功能,更多的是介于两者之间,即以使用和审美双重需要为目的。由于本书是以专业教学为目的的教材,因此我们的重点主要放在日用陶瓷及陈设陶瓷产品设计。

实用与美观的陶瓷产品设计,可按生产方式分为:机械化大生产的产品设计和手工制品设计两类。还可按销售方式分为:以大量消费为目的的一般设计和为特定场合所作的定向设计。前者是面对市场,以大众为对象;后者是面向雇主,以特殊的环境和具体的消费者为对象。无论是何种设计,设计者将面临两种性质的设计,即自选设计项目的“自发性设计”和被限定设计项目的“指定性设计”。

第二节 陶瓷产品设计的特征

陶瓷制品是劳动人民创造的物质产品,服务于劳动人民的日常生活,同时起到方便、丰富美化人们生活的作用。它首先满足人们的社会生产和生活的需求,还要满足人们的审美要求,这就是陶瓷产品具有的物质和精神的双重属性。陶瓷产品是一种满足人们物质和精神生活需要的日用工业制品,所以它的造型应该是功能作用与美感作用的统一和科学技术与艺术形式的统一。

陶瓷产品是具有使用价值的物质产品,是通过科学技术、材料和工艺加工制成的。因此,反映其内容的形式和特征要通过它自身的物质实体表现。所以日用

陶瓷产品首先是功能、技术和艺术的综合表现。同时还由于社会历史的因素和人民的习俗爱好等,表现着其社会的、民族的、地区的特点和兴趣。

一切客观事物本来是互相联系和有内部规律的,陶瓷产品作为工业制品,具有设计、生产、销售、使用几个方面紧密结合的特点,总是经过市场调查、品质设计、制造、销售四个环节循环往复的,我们研究陶瓷产品设计,要认识并掌握陶瓷产品的设计规律,作为我们考虑问题的依据和出发点,使设计的过程具有全面、整体的观念。

第三节 陶瓷产品设计的构成要素

陶瓷产品和其他工业美术造型一样,其基本构成要素包括功能、物质技术、造型三个方面。其中,功能使用是制造陶瓷产品的目的。原料、工艺技术是生产陶瓷产品的物质基础和生产手段。造型则是功能、物质技术和艺术的综合表现。

功能要求是陶瓷产品的主要目的,是陶瓷产品设计的决定因素。随着社会进步,科学和文化艺术的发展,人们的物质文化生活水平日益提高,人们对日常

陶瓷产品的功能要求也日益复杂多样。这就要求陶瓷产品的品质设计更加科学合理,以满足人们现代生活的需求。但另一方面,功能的实现是有条件的,是要受到材料和工艺技术等条件的制约。也就是说,功能要求虽然是陶瓷产品主导的,决定的要素,但并不是唯一的要素。

原料与工艺等物质技术条件是陶瓷产品的物质基础,是实现其功能目的和造型的手段。随着现代科学技术进步和工业发展水平的提高,对陶瓷材质的选择更加科学合理。由于现代家庭生活电气化的需要,部分陶瓷产品逐渐与多种工艺材料结合。为满足人们对陶瓷产品的质量上的多种功能和结构上的不同设计要求提供了有利条件。

造型是陶瓷产品的功能、物质技术和艺术的综合表现,是通过产品的形状、式样、质感、色彩、装饰等艺术处理构成的,它是以其自身的形式及特色反映人们的习俗爱好和社会的时代特征。

以上的三种基本要素中,功能要素是主导的,对材料工艺和造型起着决定性作用。材料工艺等物质技术条件是实现陶瓷产品的物质基础的手段,因而对功能和造型又有一定的制约。造型是陶瓷产品的功能、原料与工艺和艺术的综合表现。但造型也不是被动的,同样条件下,同样的功能要求,同样的材料和工艺技术条件,可以通过不同的手段创造出丰富多彩的造型形象。总之,以上三种构成要素的关系是相互联系、相互制约、辩证统一的。因此,在陶瓷产品的设计中,对于所设计的具体产品的功能要求,选用的材料和生产工艺、造型形式,必须是全面考虑,不能分割的,但要分清主次,

不可片面对待。

第四节 现代陶瓷设计的民族风格

每一个国家和民族都有自己的文化、历史,各自的生活方式及生活习惯。而正是这种各有特色的国家、民族文化构成了民族风格的设计特点。随着现代科技的高度发展,各国的信息和文化得到广泛的交流,使得这种生活文化有着相互融合的趋势。在这种大环境下,人们的生活方式及审美取向逐渐趋于一致,设计的风格也越来越国际化,地域和民族的界限也变得弱化。面对这种情况,各国思想的设计师及理论家开始关注并大力宣传保护本国、本民族的文化及自身风格。

在信息时代,科技的发展使陶瓷设计领域得到前所未有的扩展。陶瓷产品设计成了对人类生活方式的设计,它的概念已扩展到文化、心理、环境等诸多方面。在陶瓷产品的设计过程中,考虑到陶瓷产品基本功能同时,还必须兼顾陶瓷产品与人、陶瓷产品与环境以及视觉审美。在这些复杂的限制和约束下,同类产品的造型会因设计出发点的不同而出现成千上万种形态,其中的格调和风格也有很大的差别。

陶瓷设计的民族风格的形成取决于它的生活环境,比如北欧的斯堪的纳维亚地区,包括芬兰、挪威、瑞典、丹麦和冰岛五国,因特殊的地理、气候文化背景及经济状况等因素,这一地区的设计以追求自然、平衡和谐为发展目标,反映了该地区的民族传统精神,以及对外界各种设计的潮流影响的理智接受。

芬兰的自然环境非常强烈地影响着芬兰人:遍布全境大小十万多个湖泊,独特的群岛、森林和巨大面积的北极圈,所有的这些构成了芬兰人的居住生活空间。这种审美感非常接近自然,非常纯净,同时,也具有功能性。人为设计的造型也保持着这种原始的自然美及审美感,直到如今,在极端的大自然中得到的教训只有一个——保持简单。无论从美学上,还是为日常使用所设计的器皿、器具,都需要保持简单。完美的生活美学意味着生



图 1.1



图 1.2

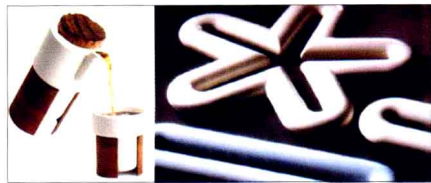


图 1.3

存空间的融洽。所有的人不得不接触美的事物,即使在他们的日常生活里。对年青的一代来说,社会的责任意味着对环境考虑,原料再循环和重新思想(对话在“年长的芬兰设计大师”和“年青的一代”设计师之间展开,他们有着不同的生活方式)。并不是所有的年轻的设计师都熟悉他们祖父祖母一代的生活方式。在那里有许多历史的,社会的变迁,改变芬兰人的生活方式是在20世纪的极短的一段时间里,芬兰迅速地转变,从农业社会到现代高科技社会。如今大多数居民居住

在城市里,方便地感受高科技和接受高等教育(图1.1—1.10)。

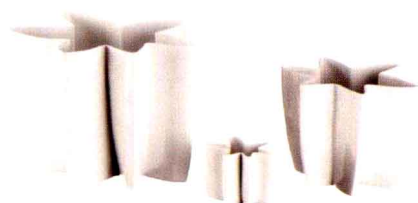


图 1.4



图 1.5



图 1.6



图 1.7



图 1.8



图 1.9

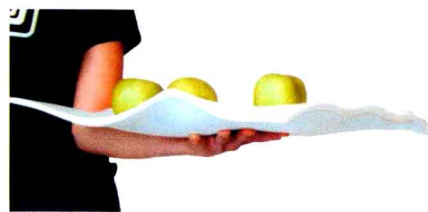


图 1.10

而地处东亚的日本,虽然经济发达,但国土面积较小,自然资源相对匮乏。该地区的陶瓷设计造型特点为体积较小,制作精致,装饰丰富等(图1.11—1.20)。



图 1.11



图 1.12

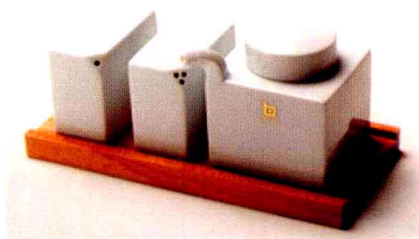


图 1.13



图 1.14

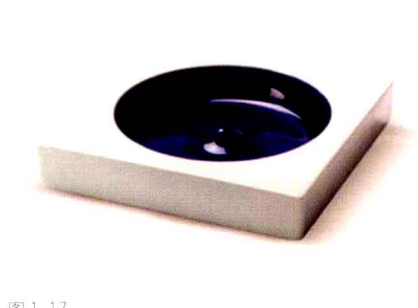


图 1.17

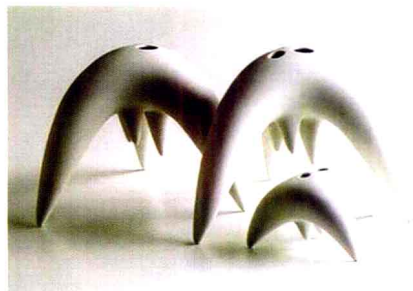


图 1.20



图 1.15

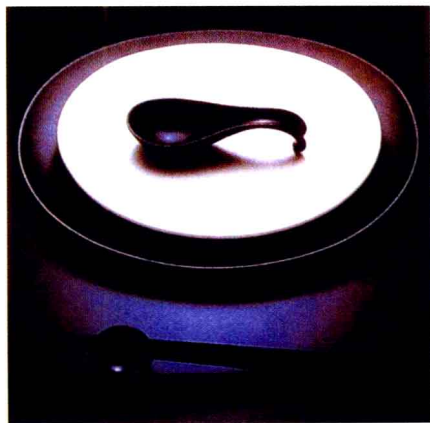


图 1.18



图 1.16

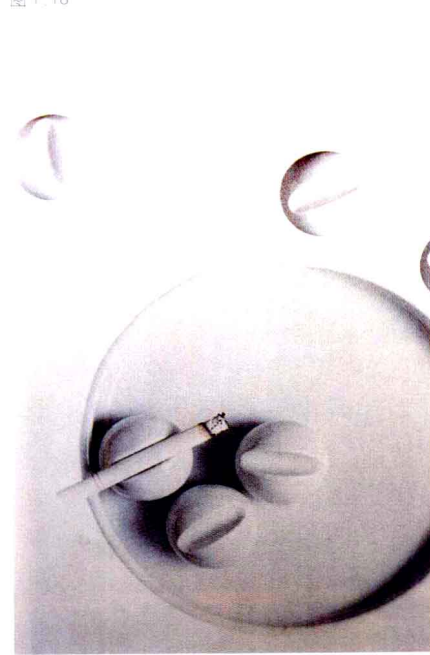


图 1.19

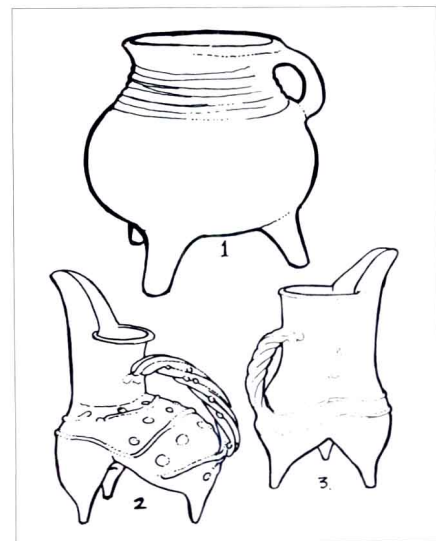


图 1.21

由此可见, 地理环境、气候、物产的不同会影响各民族的生活习惯和精神面貌。经济状况、生活地域面积、气候条件不同, 都会给陶瓷的造型设计带来明显的影响。当然某个民族的生活环境及生活习惯, 精神状态并不等于就是一个民族陶瓷造型设计的风格, 但其造型必定会表露出不同于其他民族的风格特点。如古希腊的彩陶造型与同时期中国彩陶造型的对比就能很明显地说明这一问题(图 1.21—1.24)。

当然, 民族风格并不是一成不变的, 它是随着时代的推进而演变的, 科技的进步促使人们的生活方式、生活态度均



图 1.22

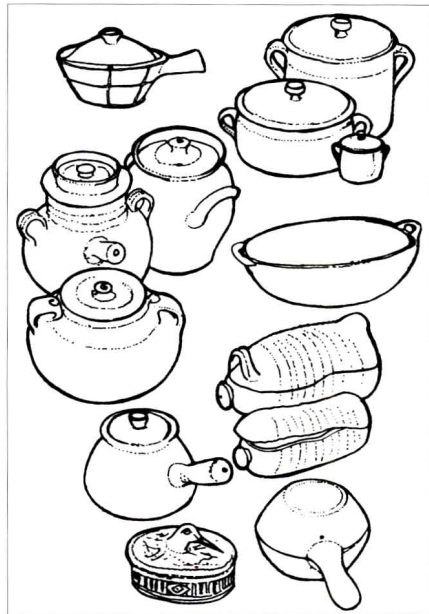


图 1.23

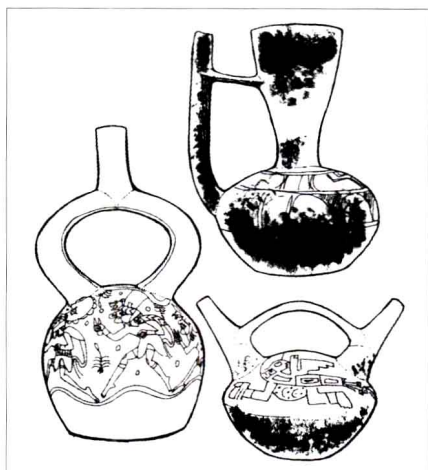


图 1.24

发生了不同程度的变化。这也导致了陶瓷产品设计的內容也发生了变化。一些新技术条件下出现的新产品也层出不穷。如陶瓷灯具、卫浴洁具、建筑用瓷等。这些陶瓷产品的造型风格在设计实践中逐渐形成。而已经存在的产品类型，如壶具、餐具等由于新技术、新材料的出现和应用，也得到了新的发展空间(图1.25)。

现代科技的进步，生活习惯的改变，审美意识的相互融合，信息交流的便利使各国间的工艺技术交流变得流畅，审



图 1.25

美取向趋于统一。陶瓷产品造型的民族风格也变得模糊。但陶瓷产品的民族风格是客观存在的。时代是进步的，同样，民族风格也是向前发展的，并不会一成不变，就像一个民族的语言一样会随着社会发展吐故纳新，变得更丰富，更有时代感，生命力更强。陶瓷设计的民族风格也是如此。

思考题：

1. 了解陶瓷产品设计的概念和范畴。
2. 现代生产条件下，中国陶瓷产品设计的现状。

练习题：

1. 对比西汉与同时期的希腊陶瓷制品造型风格的异同，并分析其内在因素。
2. 手绘出10幅代表中国不同时期风格的典型陶瓷造型。

中国高等院校

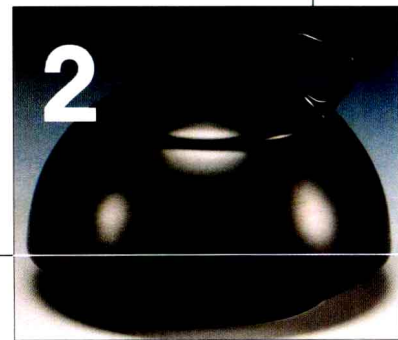
THE CHINESE UNIVERSITY

21世纪高等教育美术专业教材

The 21st Century Higher Education Art Professional Textbook

CHAPTER

2



现代陶瓷设计
发展简史

工业设计的初期——古典风格的陶瓷造型
20 世纪上半叶的陶瓷器皿设计——单纯、简洁的风格
20 世纪五六十年代陶瓷器皿造型——对材质及功能的探索
当代设计——趋向于观念的更新和变革
20 世纪八九十年代——高科技、个性化的现代陶瓷器皿设计

第二章 现代陶瓷设计发展简史

陶 瓷器皿的设计作为物质有机整体中重要的一部分,具有物质与精神的双重属性,因此它的造型应是功能使用与美感作用的统一,科学技术与艺术形式的统一。

陶瓷器皿造型不同于一般艺术,它的创作实现要受到功能、材料、工艺、经济等条件的制约,所以,其造型的过程和艺术形式与一般艺术创作和表现形式有所不同。一般艺术可以描写或刻画典型事物和形象,反映生活的本质,但陶瓷器皿造型却只能表现时代的一般精神,反映社会物质文化生活的一般面貌。陶瓷器皿是通过它的造型装饰所表现出来的气氛、情趣,给人一定的艺术感受,它具有区别于其他艺术的特殊表现形式。陶瓷器皿的设计与现代工业产品造型有着共同的属性,因此属于工业产品造型艺术的范畴。

现代陶瓷器皿造型产生与发展的历程,作为一种文化现象就其本质而言,它既不是完全是注重观念性的工业设计,也不同于雕塑、绘画等纯精神性的艺术形式,它的造型设计既不能是机械式的工业零件,也不能是艺术家不受任何限制的随心所欲。它介于两者之间,使两者之间的界限越来越模糊。它有着特定的功

能属性。它的材料性质、加工手段必须满足人们使用的要求,同时还要适应人们的审美习惯。因此,形成了其独特的审美特征。随着时代的进步,设计文化的日趋深入,陶瓷造型设计已不是单纯的物质形态表现。它涵盖了功能性、经济性、审美性以及由这些所引发的其他内容,它包含着深刻的社会意义。人们选择一套精美的陶瓷器皿,不仅是为了满足物质的需求,更重要的是体现一次完整的审美过程,通过这一过程获得精神的喜悦和满足。

从工业设计的角度,陶瓷器皿受到历代设计师的青睐。例如著名的设计先驱英国的维积伍德,世界第一枚“黑便士”邮票、第一枚圣诞卡的设计者英国的设计师柯尔,新艺术运动的领袖,德国人威尔德,担任风靡世界的可口可乐形象设计以及美国阿波罗宇航飞船座舱的室内设计,曾任美国总统设计顾问的雷蒙德·罗维,包豪斯创始人、校长格罗佩斯,被当代称为“设计怪杰”的科拉尼等等几代伟大的设计师都曾致力于日用陶瓷器皿的设计,产生了许多许多的著名产品。因此可以说陶瓷器皿的发展、演变也决不是孤立的单一的现象,无论其造型或装饰、配件都必定与该时期社会政治因

素和经济需求息息相关、互相作用。以下着重阐述受社会政治与经济因素影响下的设计思潮,试图把握现代陶瓷器皿设计的脉搏,追溯现代陶瓷器皿的发展进程,寻求其发展规律。为便于理解,本文将现代陶瓷器皿的设计分为五个历史时期:即19世纪时期,这一时期设计以古典风格为主流。20世纪上半叶时期,这一时期的设计潮流以简洁、单纯为特征。20世纪五六十年代时期,这一时期的设计着重于材质和功能的探索。20世纪70年代时期,这一时期的设计趋向于设计观念的更新和变革。20世纪八九十年代,新技术革命的兴起,人们消费呈现多元化的现象,与之相适应的产品设计也将日新月异,适应时代发展的潮流。

第一节 工业设计的初期—— 古典风格的陶瓷造型

19世纪中叶,西方爆发了工业革命,机器文明带来了生产力的迅猛发展,纺织机、蒸汽机的发明改进和推广使用,极大地推动了生产力的发展,这一时期是欧洲资本主义社会趋向成熟的时期。由于城市商品经济的发展,资本主义生产关系已经逐渐成熟,科学技术在生产和

生活中的重要性大大增加。文化上进一步反映新兴的资产阶级的利益要求。这一要求被形象、集中地表现在浪漫主义的思潮产品设计上。对功能与形式的认识还含糊不清,在艺术与技术的分离状况下,在这股思潮下设计制造出来的产品大都只是为中上层权贵们以炫耀权势、地位使用,而远未能进入劳动人民的生活。在陶瓷器皿的设计发展中,我们不能不提及出自英国的陶匠世家维积伍德。他首先敏锐地捕捉了当时越来越多的人饮茶或饮咖啡的习惯,将以家庭手工生产为基础,产品粗糙的陶业转化为规模化的生产。他的作品极富艺术性和装饰性,追求豪华、典雅的新古典主义风格,从而使他成为欧洲日用陶瓷生产领域里的杰出人物。他的公司聘用了一批当时著名的画家、雕塑家,为其进行产品设计,开创了艺术家与工业生产结合的先河。此外,维积伍德同时生产一大批实用产品,首创标准花边图案及转印技术。

被称之为手工艺运动旗手的英国诗人艺术家和社会活动家威廉·莫里斯,承袭了英国作家、批评家拉斯杰对手工艺文化的怀旧感和对机器批量生产的否定的思想,力主在艺术时间中把艺术家与手工艺匠人组织在一起,把艺术这个历史的象牙塔从沙龙中移植到更肥沃的土壤上,唤起社会对工业产品造型质量的重视。他违背历史的发展,抵制工业机械化和大工业批量生产的产品,这一主张和运动在欧美产生了巨大的影响,并产生了新艺术运动,“风格主义”、“分离主义”等旨在宣扬只有出自艺术家之手的“物品”才是真的“美”的物品。鼓吹手工艺的精湛,缅怀古典时期的细腻、典雅的情调。

机械化批量产品由于初期的粗糙而尚未在日常生活中稳住脚时,闻所未闻的科技发明令延续了近千年的手工艺形态的日用陶瓷界无所适从,陷入彷徨与迷茫的困境。此外,加之祖辈承袭的规律法则,时代积淀的陈规旧习,筑成了一道难以逾越的隔墙。日用陶瓷的设计理所当然地受到了“手工艺运动”思潮的侵袭。这集中地反映在不断出现仿古复古,偏重于产品审美情趣,追求古典风格,沉缅在堆雕起伏、繁缛细巧的手工艺方面。

第二节 20 世纪上半叶的 陶瓷器皿设计—— 单纯、简洁的风格

19 世纪末到 20 世纪初期,是科学稳步发展的年代。各个学科的知识深化了,而且各学科之间的相互联系也逐渐加强,一些科学领域开始从个人研究为主向集体研究过渡。有系统、有组织的集体研究形式,显示了强大的生命力。零售业的盛行,家用电器的增长,以及新材料的应用等因素促进了设计的开展,反过来设计又作用于上述因素。科技与艺术的有机结合日益迫切,这必然刺激和促进工业设计初期思想理论的研究发展,一场工业设计的运动悄然兴起。

在这之前,虽然欧洲的“新艺术运动”等一系列导致创新的运动轰轰烈烈,但实际上却没能挣脱拉斯杰等人否定机器的思想,设计与工业未能真正有机结合。1907 年年底,在赫尔曼·穆特修斯的倡导和组织下,团结了一批艺术家、建筑师、企业家、政治家,宣告德国工业同盟的成立,标志着工业设计真正在理论

与实践方面的突破。正如工业同盟成立宣言中所表明的,目标是通过艺术、工业与手工业的合作,通过教育、宣传及对有关问题采取联合行动的方式来提高工业设计的地位,为工业产品的优质化而奋斗。从手工艺运动所追求产品的表现装饰到“优质产品”这一全新概念的提出,指出设计的目的是人而不是物!说明了工业设计师是社会的公仆,而不是许多造型艺术家自认的时代的主宰,从而把工业设计的思想推到一个新的高度。他说,在工艺(指手工艺)与机械之间没有什么鸿沟,只有同时采用工具与机械,才能做出高水平的产品来。目前一些粗劣的产品出现,并非因为是由机械制造,而是因为机械使用者的不当与我们的无能……批量生产与分工并没有什么危机,只有工业化设计不以生产优质的产品为目标,只有我们忘记了自己是社会公仆,自以为是时代的支配者,这才是危险的。从世界意义上讲,德国工业同盟影响了许多国家,使得丹麦、英国、瑞典等国家都在 1911—1915 年,相继成立了类似工业同盟的工业设计组织,从而使工业设计得以在欧洲各地开展起来。

另一个当时对时代陶瓷器皿的发展起着重大影响的因素是 1919 年德国的“包豪斯”设计学院的创建。由格罗佩斯亲自拟定的《包豪斯宣言》也同时发表,其中说艺术不是一个专门的职业,艺术家与工人技术人员之间并没有根本上的区别,艺术家只是一个得意忘形的工艺师傅,在灵感出现并且超出个人意志的那个珍贵的瞬间片刻,上苍的恩赐使他的作品变成艺术的花朵。然而,工艺技术的熟练,对于每一个艺术家来说都是不

可缺乏的,真正的创造想象力的源泉就是建立在这个基础上的。在包豪斯教学体系里,陶瓷设计的教学特别注重学生手工能力的实习,陶瓷车间的建设虽然艰辛,却促成了从手工工艺向为机械化大批量生产制作准备的转变。包豪斯的陶瓷设计教育在研究了大批量的生产可能性之后,日益从生产工艺、造型与生产时间等方面入手,做了许多有意义的探索和研究,培养了一大批卓有成就的陶瓷设计家。例如:特奥多尔·博格勒和奥托林·迪希都在日用陶瓷实际方面表现出非凡的才能。这一切有力地震撼了由17世纪以来欧美传统的重视富丽、典雅的传世建筑、室内环境的审美观念基础。家具设计、室内设计以及家用电器都在这个时候纳入了现代设计注重功能的轨道。新产品层出不穷,也给陶瓷设计的繁缛细腻的传统设计风格以深刻的影响,过去技术中带来的丑的东西可以作为美的被接受,而过去美的规范在人们的艺术和知觉中成为多余的不合理的装饰。

陶瓷器皿设计经过一段时间的挣扎与徘徊尤其20年代后,正如包豪斯校长格罗佩斯所称的那样:“我们处在一个生活的大变动的时期。旧社会在机器的冲击下破碎了,新社会正在形成之中,在我们的设计工作中,重要的是不断发展,随着生活的变化而改变表现方式,决不应形式地追求风格特征。”在这一时期重视功能,设计简洁、朴素的日用陶瓷日渐上风。

著名的“马尔宾诺”餐具,由柏林皇家瓷器工厂生产,是这个时期杰出的代表作之一。这是由就学于汉堡工艺美校和柏林艺术大学瓷器设计班的特鲁特彼特立设计的,他追求简洁、单纯,舍弃一

切多余的装饰,同时注意了造型上的比例。精致的生产技术、朴素的设计风格是现代主义原则在这套日用餐具上表现得淋漓尽致。

第三节 20 世纪五六十年代陶瓷器皿造型——对材质及功能的探索

二次大战后的世界经济处于复苏和繁荣的阶段,科学技术的突破,新材料的不断研制与应用,使不少产品的功能、结构发生了根本性的变化。欧洲诸国迅速恢复重建各类设计机构,以适应这种日新月异的局面,推动工业设计踏着现代社会特有的韵律,蓬勃兴起了一系列设计大展。1954年在美国举办的“斯堪的纳维亚设计大展”,1956年在西德的“丹麦新样式展”,1957年在联合国科教文组织大力支持下的“国际工业协会联合会”成立,标志着工业设计发展格局的世界性变化。召开年会,出版刊物,举办展览、竞赛等极大地推动了设计和设计教育。如:1958年在法国举办“北欧设计展”,1961年在瑞士、荷兰、英国等欧洲国家展出“芬兰制”大展等等。各类风格派别的设计活动明显地刺激和影响着重日用瓷设计。著名北欧风格的陶瓷器皿是设计史上斯堪的纳维亚设计的重要组成部分,餐茶具设计承袭了突出使用功能原则的同时,又融入北欧的重原始材料的表现。集合形式被柔化了,边角被设计成S形曲线或波浪线的“有机形”,使陶瓷设计极富人情味而生气盎然。与北欧家具一样,极少装饰而追求材质的本色美。又如流线型风格在交通工具设计中是流行的一

种造型,陶瓷设计也受其影响,造型与装饰都出现了流动的曲线。

战后影响较大的日用瓷作品,首推在汉诺威国际食品交易会上露面的“2000”咖啡具,它由美国著名的工业设计大师、曾任罗斯福总统设计顾问的雷蒙德·罗维领衔设计。这是一位设计涉猎面极广的设计师,他以线为主,用两个锥体对接,上小下大,既形成大小体量的对比,又形成整体的稳重感,与单纯的把手和以条状呈梯形的盖钮相互呼应。整套咖啡具的设计表现了50年代设计界的主张,以设计改善人们的生活质量,以设计提高商品价值,强调简练,以直线表达具有弹性和有机性设计形体的追求。后人称之为新国际现代主义风格。这套50年代式样的咖啡具,至今生产了近200多个装饰变体(图2.1)。

20世纪60年代中后期,陶瓷设计出



图 2.1

现了新的动态。生产方式的更新,科学技术的日新月异,人们生活的日益改善,使消费者在现代生活环境中对日用产品无论在功能效用,还是美学要求方面都发生了很大变化。久居城市的人们对喧闹的生活环境和异常紧张的快节奏生活产生一种厌倦情绪。这种心态反映在他们购买物品时的选择上,他们企望蓝天、白