

擦肩而过

中国著名设计师新作丛书

汪忘望作品第三集



靳埭强 余秉楠 高中羽 陈丹青 崔健 周国平 老村 岛子 任不寐 潘石屹 黑石 何才庆 唐书安 张荷——眼中的汪忘望

重庆出版社

擦肩而过
中国著名设计师新作丛书
旺忘望作品第三集

 重庆出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

擦肩而过 / 旺忘望著. — 重庆: 重庆出版社, 2004

ISBN 7-5366-6786-8

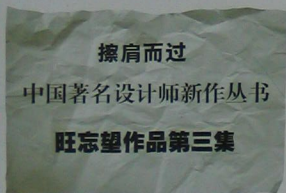
I. 擦... II. 旺... III. 平面设计—作品集—中国—现代 IV. J524

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 073533 号

策划编辑 / 责任编辑: 戴前鋒

文字编辑: 罗鹏军、戴 宁

装帧设计: 北京旺忘望设计有限公司 旺忘望 + 陈连亮 + 刘 芳



中国当代著名设计师新作丛书

擦肩而过

著者: 旺忘望

出版发行: 重庆出版社

印刷: 重庆金雅迪彩色印刷有限公司

版次: 2004 年 8 月第 1 版 印次: 2004 年 8 月第 1 次印刷

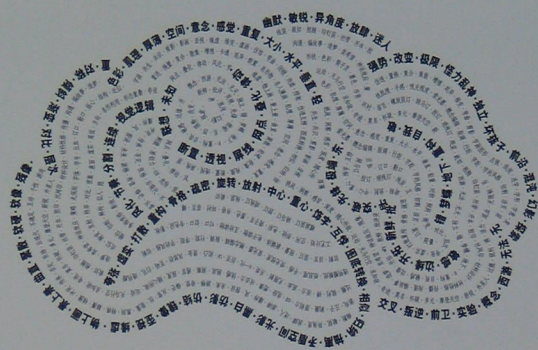
开本: 889 × 1194 1/12

印张: 21.5

印数: 1-3000

书号: ISBN 7-5366-6786-8/J · 1062

定价: 148.00 元



小城的规划

市长是这个小城的家长
领着他纤细的往事
到我的面前要做城市规划
我问市长 城市的初潮是什么时候来的
市长说 它的青春期进入得很晚
现在却不知是谁把城市的肚子搞大了
交通干道像腰带一样被发展给胀断了
城市已怀上了“后殖民”这个野种
过不了多久就会在产床上
分娩一堆混血的建筑

小城的血脉在不同的区位
暴露出历史的青筋
它虽然娇小 但胃口很大
每天伴着西风吞食洋点
城市的呼吸是急促的
它的心跳强烈
神经更是敏感
各种资本意志的嫖客使它无法睡眠

罗马的柱子撑住小城的审美
巴洛克的屋檐像是少女唇上的口红
涂抹着前种的艳丽
小城在景观的内衣里戴上了性感的植被
合理保护了土壤中的色情水份
城中的道路不畅 像上呼吸道感染
呼出的全是汽车尾气

市内的水流像情人的经血
染红天边的彩霞
酒吧在旋律里把城市灌醉
城市的灵魂都集中在烟头上
踏着白云升进大气层
夜色的灯光烧焦了劳累
使青春的城市激动得整夜“叫床”

城市的表情越来越复杂了
它的欢乐 痛苦使城市的记忆溶化
它努力地回忆着与自然的初恋
绿色的长吻是它初夜的风情
新鲜的空气(塑造出娇媚的体形
可是今天的城市
在它成熟的胸上长出两个乳房
畸形的高楼分泌出商业的乳汁
喂养城市身体上的未来公民
这些盲目的建设者在城市的额头上
犁出道道皱纹

市长 我们该怎样规划你的城市
怎样留住道路中的理想
怎样把景观设计在人的心情中
怎样使商业广场成为和平的卧房
这一切都是期待的梦想
我们包装好
就这样去卖希望



旺忘望要出版第三本作品集了，找我写序。我很想为他写一首歌，但我不是歌者，又想为他写一首诗，但我亦不是诗人，想了半天，我决意试写三则随想。

旺

我第一次与旺忘望相遇后，他在我心中留下了深刻的印象，包括他的名字、他的形象和他的作品。他取了一个奇特的名字，我一时之间以我流利却不标准的普通话念着，变成三个字都是同音——“旺旺旺”。就这样我鲜有地对这个新朋友一见难忘。人如其名，我直觉他是个旺盛的人。他感情旺盛，同时表露在他的行为和作品中：柔情、激情、和平、澎湃、静皓、火辣、简洁、复杂、率真、秘幻、幽默、冲动、纯朴、反叛……，他的工作旺盛：商业的、文化的、社会的、公众的、企业的、朋友的、个人的、平面的、立体的……，他的创意旺盛：文字、图案、影像、描绘、混合元素……。他长了一头长发，形象独特，使我回想起自己的年青时代。我在香港是第一代留长发的青年，初学设计时，常受长者责骂。在70年代，长发披肩反成为设计师的典型，标志着一点反叛、一点潇洒。从旺忘望身上我找到一抹自己的影子。我最早看到旺忘望的作品是在北京市西郊的设计博物馆（民办，已关闭）。他自设的工作室中，墙壁上挂着他的海报作品，它们深深吸引着我。尤其是木真了时装品牌的形象海报，没有美女，黑巾蒙面，旗袍领口的民族服饰，冲击出一股时代气息，令人过目难忘。

忘

人生中与人相遇相聚，是奇妙的缘份。2002年，旺忘望寄来新书《旺忘望的设计》，主编之一杭间，现于汕头大学长江艺术与与设计学院与我共事，同任正副院长，真是有缘。在他们的总序里，第一句说，21世纪将是艺术设计的时代——这句迹近预言及占卜的说话，似乎已逐步成为事实；他又肯定了选编的设计家应该具有性格鲜明的风格、机杼独出的理念，而作品亦应有浓厚的人文含义，对适应经济生活产生着重要的作用。■我又在陈丹青先生的评论文章中，得悉旺忘望对“设计”与“纯艺术”两者有所领悟。又令我记起了青年时代我曾为

了追求艺术而想当画家，却机缘巧合学了设计，转业做设计师，从而更爱上设计。在70年代，我对设计与艺术、商业与文化、实用与创意……以至我自己是设计师，还是艺术家都产生不少疑问，叫我在困扰中经常反思。我忘不了艺术，又放不下设计，结果走着双线发展的路。在实践中，我对“艺术”有更深刻的体会：一件作品可称为“艺术”的，不是因为它的名称，不论你造一个设计，或者绘一幅画，只要具备艺术的素质，便可称为“艺术”。■ 旺忘望感觉他名字中的“忘”字很叫劲，也许一生过去了，还是在“忘”字上打转转，永远超越不了。他视“忘”是修炼的过程，如何忘记过去所得所失，消解障碍，以求达到忘我的境界。近日，听闻旺忘望出版了诗集，又常参加即兴演奏爵士乐，亦创作环境雕塑。无所谓文字艺术，无所谓听觉艺术，无所谓视觉艺术……几乎旺忘望的心愿，都是以求物我两忘的意境。

望

望文生义，“望”字使我联想到“欲望”与“希望”。欲望是与生俱来的，人类都追求富足的物质生活，而希望应是人类对人生更圆满的祈求。■ 旺忘望认为“望”字是“旺”与“忘”的正果。他努力地做到事业兴旺，在创作中又追求物我两忘的意境，人生就是“有希望的存在”，要自信、自由地进入“大自在”的境界。■ 我没有宗教信仰，但很乐意认识一些宗教思想。对我而言，“望”字含有基督意味。从评论文章中得悉旺忘望是个基督徒，又从他的近作里感染了一股追求信仰的勇气。这是一种玄妙的巧合？还是由于旺忘望自身自觉追求的圆满？■ 旺忘望是个绝对自信的人，还带有一点反叛的性格。我相信他追求信仰的过程要比别人困难，但我更相信这种艰辛的体验会赋予他更强的创造力。他在思索天与地、人与神、宇宙与永恒等问题时，入世地从生活中寻求答案。他领悟到中国的现代化不同于西方的现代化，中国的工业革命不同于西方的工业革命，中国的文艺复兴不同于西方的文艺复兴，因而他创造了自己的《启示录》、《擦肩而过》，使我们惊觉瞬间即逝的信仰，就在我们的身边。■ 创作就像寻求真理一样，过程比答案更重要，寻求“希望的存在”就是旺忘望艺术实践的过程。◆

看了《旺忘望设计作品》一二两集和第三集版式稿，集中的感受是他在设计中追求一种“破坏性”的张力：对视觉表现的八股平庸着意、着力的破坏，并营造自己心中的设计表现张力。茶馆小聚中，旺忘望不善言辞，片片断断的表达，都印证了我这种感受。另一个强烈印象是他作品数量之大，其中包含了多大的辛劳和智慧，一个“旺”字可以概括了。他解释自己名字：旺，是心中热热地，做最好的；忘，是淡化往日成功，才能抛弃障碍，如禅宗之道——已知为框，无知无障，忘掉昨天的成就，方有明天的希望”。这也是对他设计之路的解读罢。■在挖掘创意和深耕造形中，旺忘望在作品中既不失元素的准确选择和整体结构的理性把握，又充分培养和护理潜意识的感性激发。干活儿的时候，音乐和酒常是好伙计，音乐和酒伴着对设计的热烈之爱和对设计光彩的韧性之求，在心底的舞蹈中，常常跳出美妙的舞步，这真令他兴奋。■旺忘望作品中有时透出的模糊性，反映了他的一个设计理念：在诸多文化创意的表现上，不必过于清晰，这可以给看的人以想象空间。这是对看者的一种关照，一个开放的形象空间是设计师和观众共同创造的。■人们对设计作品不只是单一的视觉接受，伴随视觉感受总会焕发一定的心理感受。所谓感动乃感而动之，乃目感心动。这种心动，一方面基于作品形象的诱导，另一方面也离不开观者自己的心智经验，正是“一个巴掌拍不响”。而设计师对观众的这种关照，应当有两个层面：既能引发共鸣，又要留于空间——不然，也堵死了自己的设计之路。■十多年来，旺忘望的大量作品涉及海报、装帧、插图、包装、广告、标志等许多设计课题，现在似乎要旺后生忘了，他希望开上新领域。我看应有大望。◆

旺、忘、望 三点随想



靳埭强

国际著名设计师
国际平面设计联盟 AGI 会员
铜奖之星章勋衔
香港正形设计学院校董会主席
汕头大学长江设计学院院长

4 - 5

同视觉八股的角力



高中羽

《中国设计年鉴》主编
清华大学美术学院博士生导师
中国包装协会副主任
团中央形象战略顾问
中国管理科学院形象战略研究所主席
全国研究生发展中心博士论文评阅人
国际商业联合会中国总协专家

6

旺忘望访谈



唐书安

绘画博士
《十十》杂志副主编
《中国蓝》杂志副主编

14 - 48

评论文章目录

做鬼脸之后—

对视觉设计艺术的断想



任不寐

中国著名学者
《不寐之夜》网站总编辑

94

那个叫醒我睡梦的人—视觉印象



老村

中国著名小说家

96

具有全球视野的商业设计大师



何才庆

中国企业家论坛论坛主席
《今日财富》杂志主编

110

杂志设计

191—194

装帧设计

183—190

版面设计

133—182

商业类海报

115—132

文化类海报

13—114

目录

经典设计回顾

227—253

插图设计

217—226

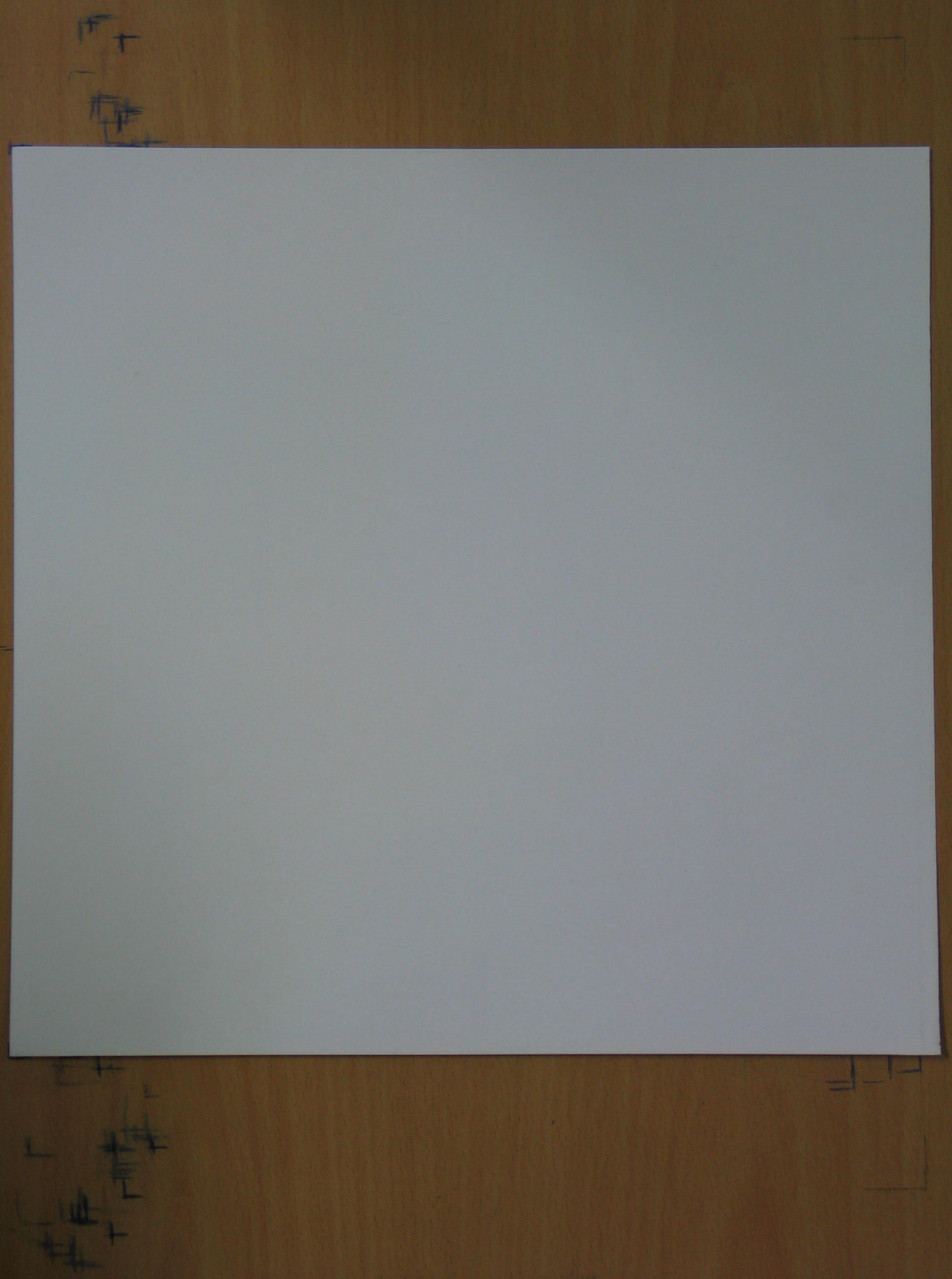
其他

199—216

包装设计

195

—198



文化类海报