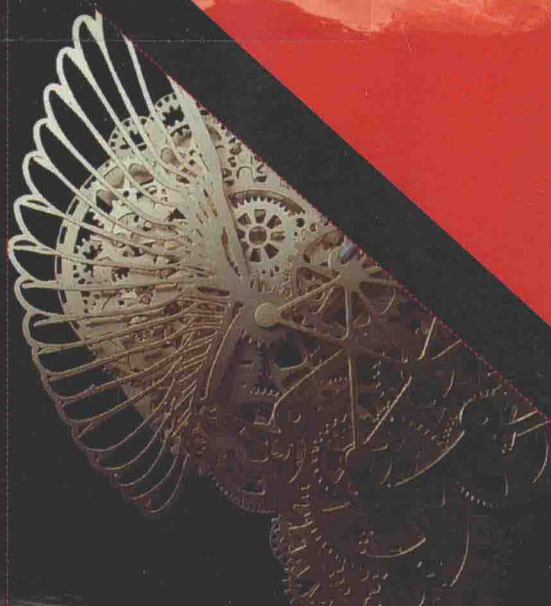




“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

现代设计史

主编 陈鸿俊



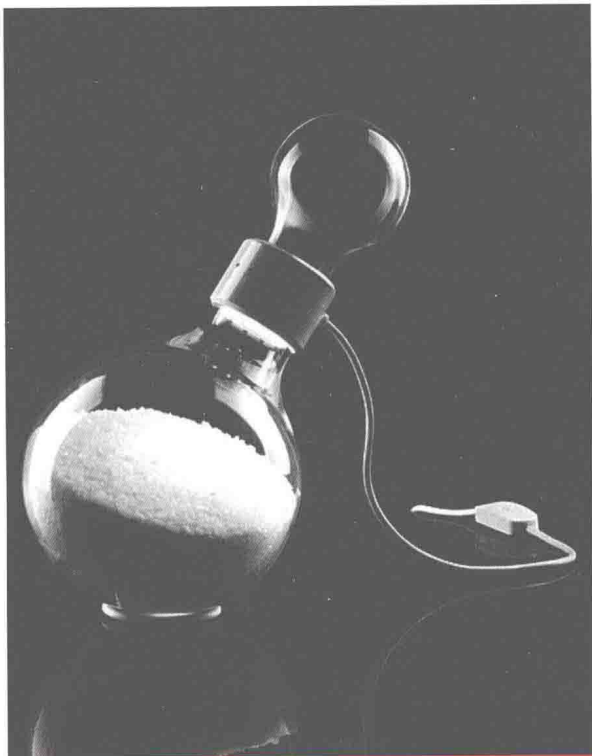
高等教育出版社



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

现代设计史

主编 陈鸿俊



XIANDAI SHEJISHI

高等教育出版社·北京

内容提要

本书是“十二五”职业教育国家规划教材。

全书共六章,介绍了自19世纪中期至今的现代设计发展历程。具体内容包
括:绪论、现代设计的启蒙时期、现代设计的成型时期、现代设计的成熟
时期、现代设计的繁荣时期和现代设计的多元化时期。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、民办高校或本科院校举办
的高职院系等艺术设计专业的教学用书,也可作为职业教育院校广大
师生和相关从业人员的参考与培训用书。

本书另配教学课件,可通过封底学习卡下载使用,使用说明见“郑重
声明”页。

图书在版编目(CIP)数据

现代设计史 / 陈鸿俊主编. -- 北京 : 高等教育出版社, 2015.7

ISBN 978-7-04-042432-4

I. ①现… II. ①陈… III. ①设计-工艺美术史-世界-高等职业教育-教材 IV. ①J509.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第067455号

策划编辑 季倩
责任校对 杨凤玲

责任编辑 季倩
责任印制 朱学忠

封面设计 张楠

版式设计 王艳红

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 高教社(天津)印务有限公司
开本 850mm×1168mm 1/16
印张 13.5
字数 410千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landracom.com>
<http://www.landracom.com.cn>
版次 2015年7月第1版
印次 2015年7月第1次印刷
定价 32.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 42432-00

出版说明

教材是教学过程的重要载体，加强教材建设是深化职业教育教学改革的有效途径，推进人才培养模式改革的重要条件，也是推动中高职协调发展的基础性工程，对促进现代职业教育体系建设，切实提高职业教育人才培养质量具有十分重要的作用。

为了认真贯彻《教育部关于“十二五”职业教育教材建设的若干意见》（教职成〔2012〕9号），2012年12月，教育部职业教育与成人教育司启动了“十二五”职业教育国家规划教材（高等职业教育部分）的选题立项工作。作为全国最大的职业教育教材出版基地，我社按照“统筹规划，优化结构，锤炼精品，鼓励创新”的原则，完成了立项选题的论证遴选与申报工作。在教育部职业教育与成人教育司随后组织的选题评审中，由我社申报的1338种选题被确定为“十二五”职业教育国家规划教材立项选题。现在，这批选题相继完成了编写工作，并由全国职业教育教材审定委员会审定通过后，陆续出版。

这批规划教材中，部分为修订版，其前身多为普通高等教育“十一五”国家级规划教材（高职高专）或普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专），在高等职业教育教学改革进程中不断吐故纳新，在长期的教学实践中接受检验并修改完善，是“锤炼精品”的基础与传承创新的硕果；部分为新编教材，反映了近年来高职院校教学内容与课程体系改革的成果，并对接新的职业标准和新的产业需求，反映新知识、新技术、新工艺和新方法，具有鲜明的时代特色和职教特色。无论是修订版，还是新编版，我社都将发挥自身在数字化教学资源建设方面的优势，为规划教材开发配备数字化教学资源，实现教材的一体化服务。

这批规划教材立项之时，也是国家职业教育专业教学资源库建设项目及国家精品资源共享课建设项目深入开展之际，而专业、课程、教材之间的紧密联系，无疑为融通教改项目、整合优质资源、打造精品力作奠定了基础。我社作为国家专业教学资源库平台建设和资源运营机构及国家精品开放课程项目实施单位，将建设成果以系列教材的形式成功申报立项，并在审定通过后陆续推出。这两个系列的规划教材，具有作者队伍强大、教改基础深厚、示范效应显著、配套资源丰富、纸质教材与在线资源一体化设计的鲜明特点，将是职业教育信息化条件下，扩展教学手段和范围，推动教学方式方法变革的重要媒介与典型代表。

教学改革无止境，精品教材永追求。我社将在今后一到两年内，集中优势力量，全力以赴，出版好、推广好这批规划教材，力促优质教材进校园、精品资源进课堂，从而更好地服务于高等职业教育教学改革，更好地服务于现代职教体系建设，更好地服务于青年成才。

高等教育出版社

2015年7月

前 言

“设计史”课程是艺术设计专业的基础理论课程，对学生人文素养的培养和专业水平的提升都有着重要的作用。然而，受“重技能、轻人文”的实用主义教育观的思想影响，大部分设计专业当前在不同程度上存在着设计史论课程边缘化的问题，诸如教师教得苦教得累，学生不爱听不爱学，教学效果不理想等情况在高职院校表现得尤为突出。

“设计史”课程因院校性质及专业方向有别，教学方式、课时量也有所不同。高职院校以培养高素质技术技能型人才为目的，该教学层次的设计史教学也正是为了提高设计专业学生的综合素养，以适应今后就业岗位的需要。这样的教学目标决定了高职学生必须文化知识与专业技能并重，以促进学生健康、全面发展。本着这一原则，本书的编写具有以下特色：

1. 教学内容紧贴学生和专业需要。高职院校设计史论教学既不是培养单纯技能型人才，也不是培养理论型、学科型人才，其教学内容以培养实践能力为目标，因此在教学内容的选择方面，应与学生的专业学习需求紧密相连，做到学为专业用，学为就业谋。

2. 教学设计切合学生的实际。高职院校艺术设计专业学生思维活跃，爱动不爱静，擅具象思维而弱抽象思考。本书所提供的教学设计和教学案例，与学生的实际情况相适应，深入浅出，以案例带动教学，让学生跟上教学节奏。

3. 深入浅出，引发讨论。本书具有适应高职层次需要的理论深度，还具有较广的知识面，可以成为师生交流的互动平台。本书所提供的案例、知识和问题，能够引发学生的思考，成为师生进行讨论的话题。

4. 本书在内容上有意识地调动学生学习兴趣和主动性。通过实例、图片和一定的启发，可以实现教师和学生的角色互换，改变单纯的灌输式的教学方法，突出了学生的主体地位，使学生成为知识的主动探究者。

由于水平有限，且时间紧促，书中存在疏漏和欠妥之处，敬请专家、院校的师生和广大的读者予以批评指正。

本书主编

2015年7月

目 录

第一章 绪 论	001
第一节 现代设计概述	001
第二节 工业革命和现代设计的诞生	012
第二章 现代设计的启蒙时期（19 世纪末至 20 世纪初）	016
第一节 威廉·莫里斯与英国工艺美术运动	016
第二节 新艺术运动	021
第三节 德国现代设计的振兴	030
第四节 美国现代设计的初起	034
第五节 自成体系的北欧现代设计	038
第三章 现代设计的成型时期（20 世纪 20—30 年代）	040
第一节 现代主义运动的兴起	040
第二节 包豪斯	047
第三节 装饰艺术运动	053
第四节 美国工业设计师的出现和流线型运动	060
第五节 德国 20 世纪 30 年代的现代设计	067
第六节 意大利和英国 20 世纪 20—30 年代的现代设计	069
第七节 斯堪的纳维亚设计风格	072
第四章 现代设计的成熟时期（20 世纪 40—50 年代）	076
第一节 美国战后现代设计的飞速发展	076
第二节 战后意大利现代设计的恢复和重建	082

第三节	战后英国现代设计的发展	085
第四节	乌尔姆学院和德国现代设计风格的形成	089
第五节	斯堪的纳维亚国家现代设计的发展	092
第六节	姗姗来迟的日本现代设计	095
第五章	现代设计的繁荣时期（20世纪60—70年代）	100
第一节	领先世界的意大利现代设计	101
第二节	后来居上的日本现代设计	108
第三节	反思和发展中的美国现代设计	113
第四节	波普设计风格与英国的现代设计	119
第五节	其他欧洲国家现代设计的发展	123
第六章	现代设计的多元化时期（20世纪80年代以来）	134
第一节	孟菲斯设计运动与意大利设计	134
第二节	信息化和网络化时代的现代设计	139
第三节	现代主义以后的设计风格	146
第四节	可持续发展战略下的现代设计	157
第五节	人性化设计和设计人性化	165
参考文献	179
附录1	部分国家设计奖标志	180
附录2	彩图	182

第一章

绪论

第一节 现代设计概述

一、设计与现代设计

设计是人类有创造性的造物方式，设计历史与人类历史同样古老。当原始人把大自然中随处可见的石头作为他们征服自然和对付猛兽的工具和武器时，人类最早的设计就开始了，因为那是人类有意识、有目的地作用于自然物的开始，也是人类造物的开始。从此设计就伴随着人类征服和改造自然的历史，创造着人类不断向前的生活方式，“设计”着人类一个个美好的未来。人类古老的文明史就是人类物质和精神文化的设计史。

设计是人类生活行为的共性特征，无论是 Design 还是汉语的设计都不约而同有设想、规划、计划的含义，是有意识、有目的的行为，可见“设计就是设想、运筹、计划和预算，它是人类为实现某种特定目的而进行的创造性活动。”（尹定邦《设计学概论》第1页）

设计的目的就在于创造人类更得心应手的工具和物品，更好地征服和改造自然，创造更合理更舒适的生活方式。在人类漫长的历史长河中，尽管设计的内容、表达形式和风格会随社会的变迁，科技的进步而“物转星移”，但其为人而设计，为生活方式而设计的宗旨却从未改变过。从早期原始的设计到绵延几千年的手工艺设计，再到工业化、信息化时代的现代设计，都在于创造人类理想的生活方式，是人类追求理想境界，由必然王国进入自由王国的外在表现。

现今，“设计”“工业设计”和“现代设计”这些名词已随着社会经济的发展、设计与人们生活的日益密切的联系而被人们广泛使用，然而对于“设计”“工业设计”“现代设计”的准确定义，对于其内涵和外延的界定仍是众说纷纭，不同国家的设计师和设计理论家所做的回答常常是有歧义的，即使在国内的设计界和设计理论界，对这些问题也没有一个统一而权威的说法。但是，现代设计在现代社会造物文化和艺术中扮演着的主导角色却是不容置疑的。

为了区分人类不同时代的设计艺术和造物文化，我们以生产手段和方式的变化为标志，把以手工业为加工和生产方式的设计艺术称为工艺美术或者手工艺设计，而把工业化时代以大工业为加工和生产方式的设计艺术称为现代设计。在工业革命之前的漫长时期，人类的造物艺术方式是手工艺设计（工艺美术）一统天下；随着大机器生产方式的出现和工业化时代的来临，以工业设计为主体的现代设计应运而生，取代了手工艺设计的主导地位，但手工艺设计作为人类社会的一种造物文化和设计艺术，却永远不会消亡，它成为了与现代设计并行不悖的设计与造物方式，在现代社会生活中有着重要的地位和作用。所以从严格的意义上说，工业化社会或现代社会的设计方式应是现代设计与手工艺设计的并存，以现代设计为主，手工艺设计为辅，但两者都是不可或缺的。

在中国，Design 一词主要指代表机械化生产方式之下主要设计特征的工业设计。如我国设计史学者朱铭在其所著的《设计史》中认为：“设计在现代往往被理解为工业设计（Industrial design）的简称或名词，也就是说，如果不加任何限制词而只提设计，人们便常常认为是单指工业设计。”同时，由于我国真正意义上的以工业设计为中心的现代设计发展历史较短，而国外现代设计形式和理论的输入也首先是从工业设计开始的，因此工业设计有时也指代除工业产品设计之外的其他所有门类的艺术设计。正如我国著名设计理论学者李砚祖先生所说的：“这样工业设计也就有了广义和狭义两种范畴，广义的几乎包括所有的涉及艺术设计的领域和事物，狭义的主要指与现代工业生产相关的产品设计。”（见李砚祖《工艺美术概论》第49页）这时，广义的“工业设计”实际上有着“工业化时代或工业化社会的设计”的含义。艺术设计学学者章利国也认为：“Design是指以工业设计为中心和主要部分的现代设计，因此人们也常常用意译‘工业设计’或‘现代设计’来取代‘迪扎因’。”而随着社会经济文化和设计本身的发展，设计的领域和内涵在不断扩展和深化，与原来所理解的设计已大不相同。章利国认为“随着时代的发展和社会新需求的不断提出，一些新的设计门类形态也会产生出来，而以工业设计来囊括所有已经和将会出现的现代设计也可能引起理解上的误会，所以我们提出以‘工业设计’为主体的‘现代设计’来与 Design（迪扎因）相对应。”

笔者也认为，用“现代设计”来涵盖包括工业设计、环境设计和视觉传达设计等在内的所有与传统手工艺相对应的工业化、信息化时代的设计范畴，更符合设计发展的需要和现实，也更便于对纷繁复杂的中国设计现象和迅猛发展的中国设计现状的理解，这对中国设计实践的发展是有意义的。在这里，“现代”强调的是时代特征，以区别萌生于纪元前原始时代的传统意义上的手工艺设计（工艺美术），现代设计是以工业化、信息化为生产方式的现代社会的主导设计方式，现代设计强调的是“现代”设计特征、“现代”设计手段、“现代”设计思想、“现代”设计对象和“现代”设计主体等本质意义，而不仅仅是形式上的意义。“现代设计是为现代人、现代经济、现代市场和现代社会提供服务的一种积极的活动。”（王受之《世界现代设计史》第7页）处于发展上升时期的中国经济需要高水平现代设计的支撑，而迅猛发展的中国现代设计行业和事业的发展需要通过设计理论的研究、总结、深化来理顺思路，提升层次，这是需要中国所有的设计界和设计理论界同仁共同努力的。因此，本书的“现代设计史”反映的也主要是以工业设计为核心的、涉及环境设计、视觉传达设计等各个领域和方面的“现代设计”一百多年的发展历程。

在此我们可以给现代设计下一个比较准确的定义。所谓现代设计,是对大工业化生产条件下人们衣、食、住、行、用等领域的生活及工作用品(含工具)、环境及信息传达方式的创造、美化与提升,是对人类生活方式有计划、有目的、创造性的设计活动,是运用多种手段和多学科知识科学地、艺术化地、人性化地及可持续性地解决人与产品、人与环境乃至人与社会关系问题的一门综合性实用学科。

二、现代设计的类型

对于设计类型的划分,不同的设计家和设计理论家有着不同的见解,可谓仁者见仁,智者见智。我国著名的设计家和设计学权威尹定邦教授主张按设计目的的不同将设计划分为视觉传达设计、产品设计和环境设计三种类型,是我国目前对设计进行分类的著作中最具逻辑性的观点,这种划分具有相对广泛的包容性、正确性和科学性。它以构成世界的三大要素“自然—人—社会”作为设计类型划分的坐标点,依照人类所需设计的功能和目的的不同,把纷繁复杂的设计形态和设计现象,归纳为“为了传达的设计”—视觉传达设计、“为了使用的的设计”—产品设计和“为了居住的设计”—环境设计三种类型。这种分类理清了我国设计界对设计种类五花八门的划分方法,解决了过去人们对设计“越分越不明白”“越分越乱”的状况,对人们理解和研究设计及设计实践的发展具有极大的指导意义。因从属于产品设计的手工艺设计不属于现代设计的范畴,而只是与现代设计并存的设计方式,本书所界定的“现代设计”就包括视觉传达设计、工业设计和环境设计三大类型。

(一) 视觉传达设计

视觉传达设计简称为视觉设计,是由英文“Visual Communication Design”翻译而来的,指利用视觉符号进行信息传达的设计。视觉传达设计原来俗称为商业美术或印刷美术设计,当影视等新映像技术被应用到信息传达领域后,才改称为视觉传达设计。这个专业词汇的使用始于20世纪20年代,而正式形成于20世纪60年代,在西方,它又称为信息设计(Information Design)。我国在新中国成立前称之为商业美术设计,新中国成立后至今被称为装潢美术设计。也有人把这一类型的设计统称为平面设计。视觉传达设计的主要功能是传达信息,它利用视觉符号进行传达,而不同于靠语言进行的抽象概念的传达。视觉传达设计的过程是设计者将思想和概念转变为视觉符号形式的过程,而对于接收者来说,则是一个相反的过程。视觉传达设计的基本构成要素有文字、标志和插图等。

视觉传达设计主要包括字体设计、标志设计、插图设计、广告设计、企业形象设计、包装设计、书籍装帧设计、展示设计、影视设计等。

1. 字体设计

字体设计是运用艺术的手法对文字的大小、结构、笔画、编排、色彩等要素进行设计处理,以增强字体的形式魅力和视觉美感,以利于信息的传达。字体设计包括基础字体设计、装饰字体设计和书法字体设计三种类型。既有拉丁字体设计,又有汉字字体设计。字体设计可作为一种主体的视觉识别要素使用,发挥其独立的视觉传达功能,如企业标准字、品牌标准字、文字标志等。但更多时候它是作为一种传达设计的手段,被广

泛运用于标志设计、广告、包装、书籍装帧等设计中。

2. 标志设计

标志设计是对现代生活中大众传播符号的设计，它以简洁、精练、个性化极强的视觉符号（文字或图像）来表达个人、团体或产品、企业的形象和意义，成为一种超浓缩的信息载体生成的独特的视觉语言。标志设计分为商业性标志设计和非商业性标志设计两大类。标志设计要求形式简洁严谨、寓意含蓄深远、信息传达集中，并且具有易于识别、想象、理解、记忆、传播的特点及强烈的视觉冲击力和赏心悦目的艺术效果。标志设计既是一种视觉传达设计独立的存在形式，也是视觉传达设计中的重要设计要素，它与字体、插图等要素紧密配合，成为广告设计、书籍装帧设计、包装设计、识别系统设计等的重要设计手段和元素。

3. 插图设计

插图是指插画或图解，插图设计是指为了达到某种特定目的而利用已有的绘画、图片、照片、录像资料及其他影像图形资料，通过多种手法进行艺术化处理，以达到信息传达的目的。插图设计主要有绘画插图设计、影像插图设计和复合插图设计三种。和字体设计、标志设计一样，插图设计不仅是一种独立的设计门类，而且作为视觉传达设计的主体要素，被广泛运用于现代广告设计、包装设计、展示设计、影视设计等领域，成为现代平面设计的重要手段。

4. 广告设计

美国市场学会为广告所做的定义为：“广告是由可识别的倡议者用公开付费的方式对产品或服务或某项行为的设想所进行的非人员性的介绍。”作为视觉传达设计的广告设计，是指利用视觉符号传达广告信息的设计。广告设计按其内容的不同可分为：商业广告设计、社会广告设计、文化广告设计和公益广告设计等。按其表现载体的不同可分为：印刷品广告设计、影视广告设计、户外广告设计、橱窗广告设计、礼品广告设计和网络广告设计等形式。

5. 企业形象设计

企业形象设计（Corporate Identity Design，也作 Corporate Image Design，缩写为 CID）是对企业的理念、行为和视觉形象进行的设计，又称为 CI 设计。它是为了创造理想的经营环境，有计划地以企业标志、标准字和标准色等要素设计为中心，将广告宣传品、产品、包装、说明书、建筑物、员工服装、车辆、名片、信笺、办公用品、批示牌、用品袋甚至账册等所有显示企业存在的媒介加以视觉的统一，以达到树立企业形象、增强员工凝聚力、扩大企业影响的目的，也造成社会和消费者对企业及其产品和服务的强烈认知和深刻印象。企业形象设计是从广告设计领域发展而来的一种新形式，随着企业竞争的加剧和视觉传达设计在现代社会经济生活中的重要作用的显现，企业形象设计已成为企业竞争和发展中重要的手段。同时，其外延和内涵也在发生变化，它已渗透到个人、事业单位、政府机关、社会团体及组织等形象设计领域，而不再是单纯意义上的“企业”形象设计。

6. 包装设计

包装设计是指对制成品的容器及其他包装的结构和外观进行的设计，俗称为包装装潢设计。包装设计具有保护产品、促进销售、提高价值和方便使用等功能。包装设计分为工业包装设计和商业包装设计两大类，前者以保护为重点，后者以宣传产品和促销为

主要目的。

7. 书籍装帧设计

书籍装帧设计是以文字出版物和电子出版物为对象,以素材的特征和内容为目的,对书籍的版式、字体、图形、封面、插图、装订、包装、印刷等诸要素进行的设计。书籍装帧设计是通过艺术手段和技巧来表达书籍的内容,达到引起读者注意和提高读者阅读兴趣、增强书籍宣传和传播知识的效果,它是艺术设计与印刷装订结合的产物。书籍装帧设计在整个出版工作的编辑—装帧设计—出版三个环节之中起着前后联结的作用。

8. 展示设计

展示设计又称陈列设计,是指将特定的物品按特定的主题和目的加以摆设和演示的设计。展示设计是以信息传达为目的的空间设计形式,它包括各种展览、展示、陈列场馆和各种展览、展示、展销会议场所、场景的设计,也包括店铺外立面设计、内外橱窗设计、展台、货架陈设设计等。展示设计不是单一的视觉传达设计,而是融视觉传达设计、产品设计和环境艺术设计于一体的多种设计技术综合应用的复合型设计。展示设计的四大要素是“物”“场地”“人”和“时间”,成功的展示设计必须建立在综合处理好这四个要素的基础上,形成“人”与“物”互动的交流,使展示场地成为理想的信息传达环境。

9. 影视设计

影视设计是指对影视图像和声音及其在一定时间维度里的发展变化进行设计,使之借助影视播放技术,将特定的信息更加生动鲜明、快速准确地传递给信息接受者。它包括电影设计和电视设计,各类影视节目、动画片、广告片、字幕等的设计都属于影视设计。影视设计属于多媒体的设计,它综合了视觉和听觉符号进行四维化的信息传递。

随着计算机技术和网络技术的发展,人类传达信息的手段和方式都在发生飞快而惊人的变化,视觉传达设计领域的新的种类和形态会不断涌现,如当今社会的多媒体设计、网页设计、网络广告设计等。

(二) 工业设计

工业设计是经过工业革命,实现工业化大生产以后的产物,以区别于手工业时期的手工艺设计。工业设计不同于工程设计。工程设计是解决人造物(如机械设备、交通工具、建筑等)中物与物之间关系问题的,如汽车的汽缸与活塞之间的关系,发动机与传达机械的关系问题等;而工业设计是解决人造物与人之间的关系问题,如汽车的安全性、舒适性、美观性问题等。没有工业设计,人就不可能有安全、舒适、方便、美观的工作和生存生活环境与空间。工业设计与现代人生活息息相关。产品的功能、造型和物质技术条件是工业设计的三个基本要素。

工业设计以批量化、标准化大生产为前提,具有与传统手工艺设计完全不同的特征。

一是工业设计是大众化的设计,设计是为满足广大人民群众的生活需要,而不是仅为少数权贵服务的设计。

二是工业设计已完全实现了设计与生产、销售的分离,成为真正独立的行业和职

业，这是大生产的必然结果。

三是工业设计以标准化、批量化大生产为其实现方式，彻底改变了传统手工艺单个的、少量生产的方式，真正达到了为整个社会生产大量的价廉物美的商品的目的。

四是工业设计的产品具有很好的功能和简洁的外形，以功能化、理性化、简单明快为其风格特征，成为现代社会的主流设计。

工业设计是现代设计的主体和核心，现代设计产生的标志就是工业设计的产生。一部现代设计史就是一部以工业设计为主导和中心的设计发展历史。

工业设计是一门年轻的学科，从诞生至今仅有百多年的历史。工业设计源于英文 Industrial Design，从 1919 年美国设计师约瑟夫·西奈尔（Joseph Sinel）首次在自办的设计事务所信封上印上“工业设计”这个词起，“工业设计”就成为了这一学科的专业名称。工业设计在第二次世界大战后广为流行，在世界经济发展中扮演着十分重要的角色，成为影响现代社会人类生活的最重要的设计活动之一。而工业设计的活动在西方国家工业革命后的 19 世纪下半叶就已开始，成为适应大机器工业生产的新的设计方式，取代手工艺设计主流地位成为现代社会的设计主导形式。

尽管工业设计一词被人们广泛使用，但其准确定义仍是众说纷纭，对其内涵和外延的界定各国也不尽相同。但国际工业设计协会联合会（ICSID）在 1980 年巴黎第 11 次年会上的定义“就批量生产的工业产品而言，凭借训练、技术知识、经验及视觉感受而赋予材料、结构、形态、色彩、表面加工以及装饰以新的品质和资格，叫做工业设计。根据当时的具体情况，工业设计师应在上述工业产品全部侧面或某几个侧面进行工作，而且当需要工业设计师对包装、宣传、展示、市场开发等问题付出自己的技术知识和经验及视觉评价能力时，这也属于工业设计的范畴。”虽然冗长，却道出了工业设计的本质特征。简言之，工业设计是在现代化工业生产条件下，运用科学技术和艺术方式进行产品设计的一种创造性方法，是与我们衣、食、住、行、用等方面密切相关的一切工业产品的设计，以及为推广这些产品而进行的辅助性设计，这是广义上的工业设计。而本书所说的工业设计是狭义的工业设计，即指现代社会中一切工业产品的设计。

一般归属于工业设计的品类有：

① 生活日用品类：家用电器、家用机具、饮食器具、家具、照明用具、卫生设备、玩具、旅行用品等。

② 公共性的商业、服务业用品类：计量机具、自动售货机、电话机、通话亭、打字机、公共用办公家具、文具清扫设备、医疗器械、电梯、传递设备、公共标识等。

③ 工业机械及设备类：机床、农用机械、通讯装置、仪器仪表、计算机设备、起重设备、传送系统等。

④ 交通运输品类：汽车、自行车、摩托车、轮船、机车以及其他车辆、飞机和道路照明设施、宇航设备等。

⑤ 服饰及纺织品类：服装、鞋、帽及各种首饰、佩饰、各类纺织品等。

所以工业设计又分为家具设计、服装设计、纺织品设计、日用品设计、家电设计、交通工具设计、文教用品设计、医疗器械设计、通讯用品设计、工业设备设计、军事用品设计等种类。

（三）环境设计

环境设计是对人类的生存空间进行的设计，与工业设计不同的是：环境设计创造的是人类的生存、生活空间，而工业设计创造的是空间中的要素。环境设计主要包括建筑设计、城市规划设计、室内设计、室外设计和公共艺术设计等。

1. 建筑设计

建筑设计是指对建筑物的结构、空间、造型、功能等方面进行的设计，包括建筑工程设计和建筑艺术设计。它是人类用以构造人工环境的最基本、最悠久的手段，是环境设计的核心和主体。建筑设计主要包括民用建筑设计、工业建筑设计、商业建筑设计、园林建筑设计、宫殿建筑设计、宗教建筑设计、陵墓建筑设计等，实用、坚固和美观是建筑设计的三大要素。

2. 城市规划设计

城市规划设计又称为城市设计，是指对城市环境的建设发展进行综合的规划部署，以创造满足城市居民共同生活、工作、娱乐所需要的安全、健康、便利、舒适的城市环境。城市规划必须依照国家的建设方针、国民经济计划、城市原有的基础和自然条件及居民的生产生活各方面的要求和经济的可能条件，进行研究和规划设计。

3. 室内设计

室内设计是根据对象空间的实际情形与使用性质，运用物质技术手段和艺术处理方法，创造出功能合理、美观舒适、符合使用者生理与心理需求的室内空间环境的设计。室内设计分为住宅室内设计、集体性公共室内设计（如医院、学校、办公楼等）、开放性公共室内设计（如商场、宾馆、影院、车站等）和专门性室内设计（如飞机、船舶、汽车等）等。

4. 室外设计

室外设计是指对所有建筑外部空间进行的环境设计，也称风景设计、景观设计。它包括园林设计和对所有生活区、工商业区、娱乐区等室外空间的设计。室外设计必须巧妙地利用环境中的自然要素，结合人工要素，创造出融于自然、源于自然而又胜于自然的室外环境。室外设计还必须与相关的建筑设计及室内设计保持整体和谐，以创造出融为一体的自然与人文景观。

5. 公共艺术设计

公共艺术设计是指对公园、广场、机场、车站、街道、公共大厅等开放性的公共空间进行的艺术创造与相应的环境设计。公共艺术设计是从室外设计中衍生出来的新的环境艺术设计形式，它在一定程度上与室内设计和室外设计的范围相重合，但它的主体是公共艺术品的创作与陈设，因此与传统意义上的室外设计又有着不同的内涵。一个城市的公共艺术，是这个城市的形象标志和市民精神的视觉呈现，它不仅能美化都市环境，还体现着城市的精神文化面貌和艺术品位，具有特殊的意义。

在我国艺术设计和艺术设计教育界，人们常把室内设计、室外设计和公共艺术设计等统称为环境艺术设计（简称环艺设计）。而建筑设计则因其在设计中的独有地位和作用，常被作为独立的学科进行研究和划分，以区别于产品设计、视觉传达设计、环境艺术设计等被人们称为“艺术设计”的设计门类。从这个意义上说，环境设计主要包括建筑设计、城市规划设计和环境艺术设计。建筑设计是构筑人类环境的主体，城市规划设计是在一个宏大的空间范围内对人类环境的规划，是在一个地区乃至整个国家范围内配

置空间的一门艺术，而环境艺术设计是在城市规划设计的前提下对人类生存、生活空间进行的具体的美化和设计。

三、现代设计的宗旨和原则

（一）现代设计的宗旨

现代设计不仅仅提供人类以方便的工具，良好的人—机关系，舒适、安全、美观、高效的工作环境和生活环境，同时也是促进人类在现代社会中能够有更理想的生活方式的重要手段。现代设计的本质和宗旨就在于创造一种合理而舒适的生存生活方式。它不仅设计人们使用的物品和居住的环境，设计人们信息传达的手段，更重要的是设计人类不断追求理想化的生活方式。例如从传统厨房的锅碗瓢盆到现代厨房电饭煲、消毒柜、榨汁机的出现再到未来的数字化厨房，意味着人类正从传统厨房的繁杂辛苦的劳动中解放出来，一场平静而深刻的厨房革命正在进行。一种更方便、更舒适、更轻松、更合理的生活方式将在人类的设计中悄然而至。人类将在这种理想化的生活方式中体味生活的乐趣和自身的伟大。

（二）现代设计的原则

现代设计是科学与艺术、工艺与技术、实用与美学的结合，是对人类生存生活用品、环境及信息传达方式的设计、处理、美化与提升，是一门涉及科技、经济、艺术、创造、心理、管理等多学科的复合型、交叉型、系统型的实用性学科。它有其内在的规定性，这种内在的规定性便构成了现代设计的原则，也是现代设计师应遵循的基本准则。以工业设计为主体的现代设计有其自身的规律和要求，也有许多理论家、设计家从不同方面、不同角度论述其原则，可谓见仁见智。但笔者认为作为反映现代设计本质特征和内在要求的原则可以从以下四方面体现出来，或称为现代设计的四原则：实用性原则、经济性原则、美观性原则及可持续发展原则。

1. 实用性原则

实用性原则又称适用性原则，即要求现代设计能最大限度地满足人类的物质和精神、生理和心理的需要，为人类创造和提供理想化的生活方式。它的存在构成了现代设计尤其是工业设计的本质基础和最深层次上的内在规定性。设计的实用性，要求产品简洁、实用、耐用，以较小的物质消耗获得最大的效益。这是现代设计的根本准则和出发点，反映了现代设计尤其是工业设计以功能主义为内核的本质特征。

① 要求设计能达到最佳程度地满足人类需要的合目的性，即要达到效率、简便、安全、舒适的要求，从狭义的实用达到适用。

② 要求设计能尽可能地考虑人类需要的多样化，在有限的设计中能体现出需要满足的无限性，即从单一功能向多功能的开发。

③ 要求设计能排斥无谓的附加的装饰，而从功能和结构出发构建产品的形体秩序和艺术表现形式，简洁而实用。

实用性原则是人类务实和理性精神的体现，是人本主义精神的折射。只有务实地生活的切实需要，立足于绝大多数人的设计成果共享，现代设计才不会偏离为人设计的宗旨，才能真正反映时代特征和人类共同的意愿。

2. 经济性原则

经济性原则即现代设计要充分考虑经济核算问题,考虑原材料费用、生产成本、产品价格、运输、贮藏、展示、推销等费用的便宜合理,在一般情况下,力求以最小的成本获得最适用、优质、美观的设计。经济性原则是现代设计的人道主义精神的体现,也是人类认识目的的本质体现。人类认识和改造自然,不断发明创造和设计,目的在于最大限度地使更多人能共享人类文明的成果,使其不再成为少数人独享之专利。设计产品的经济性原则,便成为设计的人道主义能否实现的前提。标准化、大批量生产,因此成为工业设计实现的主要形式。

① 要求最低限度的成本消耗。产品价廉物美,使用价值较高,符合大多数人的经济需求。

② 要求在材料使用、加工制作、工艺流程上的经济性,做到合理使用和选择材料,合理地组织加工工艺和工艺流程,做到经济、有效、科学。

③ 要求设计的结果——产品在使用过程中体现出高度的合理性、实用性,这里经济性与实用性相通,以使用效益为尺度。

人类设计物不断由笨拙、费力、不便向舒适、省力、方便发展,反映了“以人为本”的设计思想,既是实用性原则的要求,又是经济性原则的反映。因为对人们体力、精力、时间、精神的无谓耗费是更高层次的不经济。设计必须考虑从材料选择到产品在使用过程中整个经济价值实现的全过程,而不是简单意义上的便宜与价廉,这是经济性原则的本质所在。实用是经济的体现,而经济又是实用的内在属性,两者在合目的性上的统一,必然导向美的境界。当然,现代设计的经济性原则并不排斥高档、豪华型产品的设计,它满足了社会上某一阶层人的需要,而即使是这类产品的设计,在性能、价值和艺术效果都差不多的情况下,价格较低者仍是为人所首选的。但作为以大众化设计为本质特征的现代设计,为社会大多数人提供价廉物美的设计产品和服务,永远是它根本的原则和方向。

3. 美观性原则

美观性原则又称为艺术性原则,即设计时要考虑所设计产品或作品的艺术性,使它具有恰当的审美特征和较高的艺术品位,从而给消费者以美感享受。它来自对人的心理和精神需要的尊重与考虑。它与实用性原则一起反映了现代设计满足人类需求的两个基本层面:生理需要和精神需要的要求。现代设计的目的就在于满足人类的生理与心理需求,既要求产品是实用的,又要求产品是美观的。

① 要求设计能体现出造型美的规律和要求,在大生产的前提下创造出适合审美规律的产品。

② 要求设计能体现出来自结构或因结构而形成的美,即内在结构所体现的功能之美。

③ 要求设计能反映一定社会和时代的审美特征和要求,让设计打上时代和社会的烙印。

现代设计的美观性原则不是唯美至上,它以高科技的标准化、大批量生产为前提,具有更多成分的高科技技术美学特征,与传统手工艺设计的美学观有本质不同。人文主义和高科技的渗透和融合是美观性原则的内在表征。同时,作为为社会主体的大众服务的现代设计,现代设计师应考虑或首先关注的不是他个人的审美爱好或少数人的艺术、

审美口味，而是客观存在的普遍性的美学和艺术标准，或者说首先考虑在时代社会民族环境中形成的共同美感。在这样的前提下，现代设计也就形成了造型简练、色彩明快、装饰简洁、使用方便、舒适快捷的风格特征。这是现代设计的主体风格特征。当然，现代设计也并不排斥少数标新立异、极具个性化甚至另类的审美情趣的产品的出现，但那始终是具有共同审美情调的主流现代设计作品的补充。

4. 可持续发展原则

可持续发展原则又称为未来性原则，这是全球人类可持续发展战略在现代设计上的体现和要求。人类只有一个地球，只有一个赖以生存的环境，而人类延续，不仅是个体的生存和发展，更是种族的延续和发展，这使得人类在选择生存、生活和发展方式时，不仅要看到现在，更应放眼未来。不能因当前的蝇头小利而损害未来的长远大利，以“杀鸡取卵”式短视的方式来求生存和发展。可持续发展原则要求现代设计必须考虑与环境的协调与人类自身生理、心理、道德发展的协调，应有利于环境的长远发展和人类自身的长远发展，这是确保人类社会持续发展、生生不息的前提和基础，也是人类共同面临的问题，更是现代设计师的天职。正如丹麦设计师艾里克·赫罗在1970年所指出的：“设计的实施要以道德观为经线，辅之以人道主义伦理学指导下的渊博的知识为纬线……设计要么为自我破坏的手段，要么使它超越我们熟悉的现状，成为那更加合理世界中生存的手段。”

① 要求现代设计师具有一定的超前意识，确保设计作品能在未来相当长一段时间内都具有一定程度的先进性和现代性。

设计师是在设计现在，也是在设计未来。设计师是人类需要的“先知先觉”者，他设计的东西不仅要考虑现在人们的需要，更应考虑不断变化的潜在的未来需要。那种使人眼花缭乱、瞬时即逝的设计再也不会成为现代设计的主基调，因为我们的地球再也经不起折腾了。设计师将以更严肃、更审慎、更具未来眼光的设计来面对消费者。美国“计划废止制”的破灭和法国一次性消费观的“归于沉寂”都从反面说明了这点。

② 要求设计能保持与现在及未来环境的最大协调，能预见到设计对环境造成的各种影响，以有效的设计来克服或避免其不良影响，保持人类环境的可持续发展。

- 确保设计产品与环境的和谐共存。
- 确保设计不破坏人类环境。

如传统冰箱及其他制冷设备采用氟利昂做制冷剂，会破坏臭氧层，破坏生态环境，最终将危害人类自身，因而氟利昂的禁止和绿色冰箱的研究和设计便成为必须。

- 确保设计物要易于被销毁、处理而不危害环境。

人类设计物品总有一个设计、生产、使用和报废的过程，否则人类几千年数以亿万计的造物便会充塞地球，窒息人类。如竹木制品、陶瓷制品、金属制品等作为人类造物自不必说，它们随时光流逝，在自然和社会的风雨侵蚀中灰飞烟灭，来自大自然，又融入大自然，参加循环往复的自然和生命运动。而一些人造材料如高分子材料、玻璃、塑料等在带给人类巨大的方便和巨额的财富的同时，也给环境带来灾难性破坏，因为它既难于产生化学变化，又不会被腐蚀虫蛀。几十年前埋在地下的塑料片、玻璃块现在翻出来仍有模有样，“熠熠生辉”，它破坏和占据着人类越来越拥挤的环境，危害着原本草生树长，万类竞逐的大自然，这是人类在发明、设计之初所始料不及的。许多国家已引起重视，减少此类材料的使用，或加以循环利用，或努力寻找替代品，限制一次性用品的