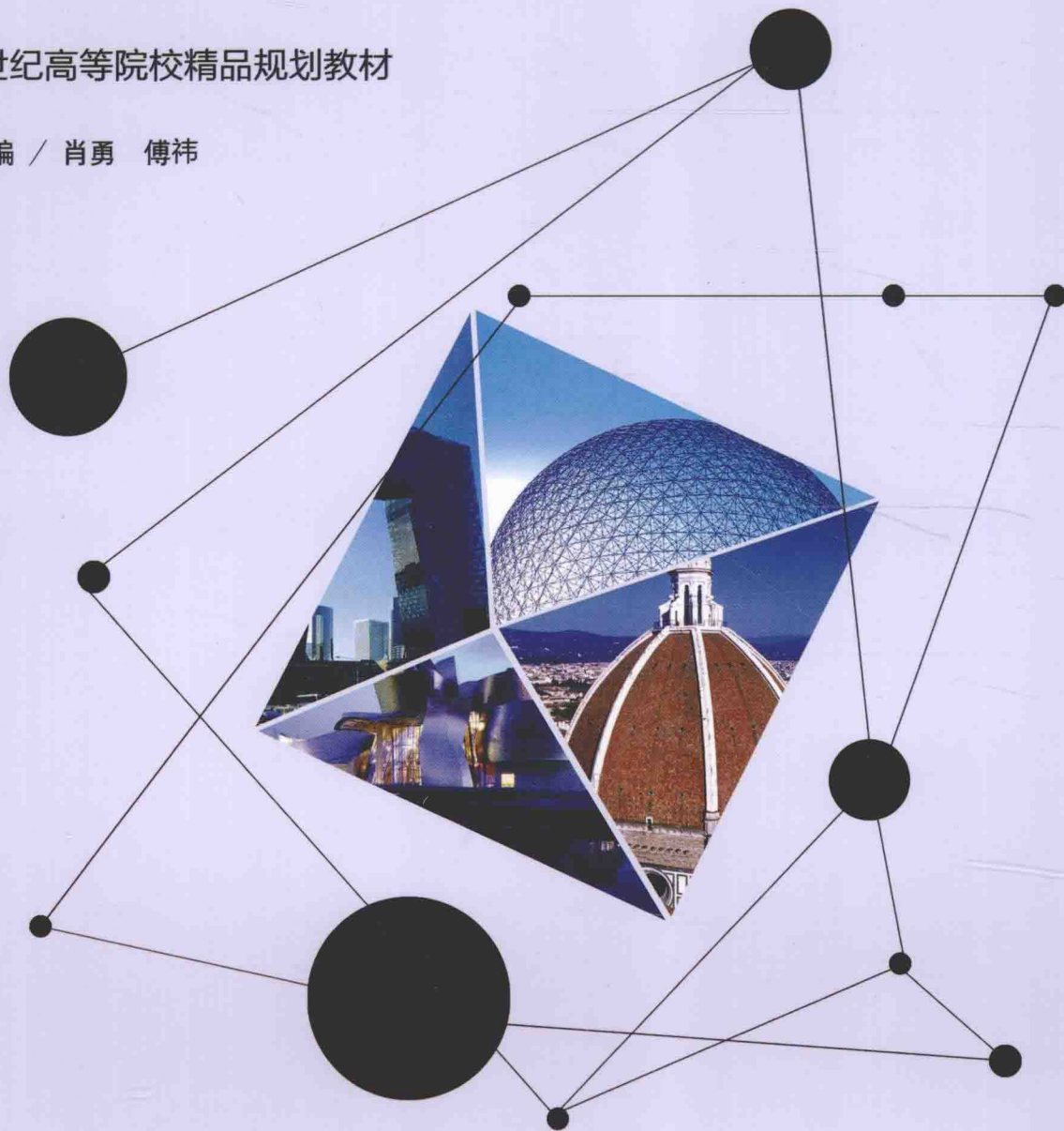


21世纪高等院校精品规划教材

总主编 / 肖勇 傅祎



艺术设计概论

INTRODUCTION TO ART DESIGN

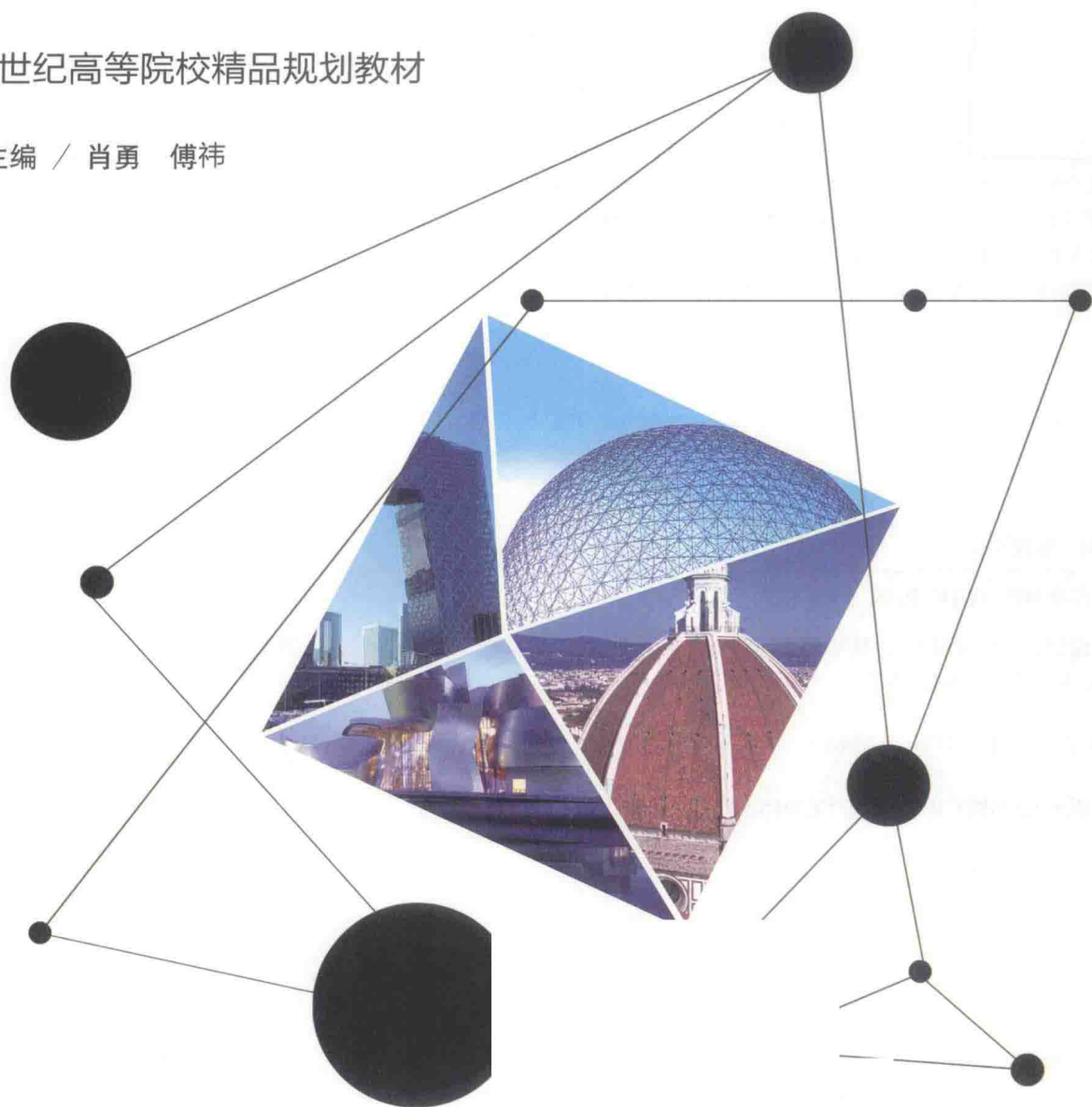
(第2版)

主编 李晓莹 杨中雄

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

21世纪高等院校精品规划教材

总主编 / 肖勇 傅祎



艺术设计概论

INTRODUCTION TO ART DESIGN

(第2版)

主 编 李晓莹 杨中雄
副主编 程 娟 刘变琴 肖 艳
参 编 王月颖

 北京理工大学出版社

内容提要

本书详细阐述了艺术设计的基本理论知识。全书共9章,主要介绍了艺术设计的历史、艺术设计的类型、艺术设计的思维与方法、设计师、设计与审美、设计批评、设计心理学、艺术设计的发展等内容。

本书是在第1版的基础上修订而成的第2版,增补了第1版中未提及的优秀设计实例,并结合大量设计案例图片,按照设计门类、设计发展、设计心理,对艺术设计进行了详尽的梳理与分析,内容更加实用。

本书做到了专业性与可读性统一,可供高等院校艺术设计专业的师生及相关从业者参考使用。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

艺术设计概论/李晓莹,杨中雄主编.—2版.—北京:北京理工大学出版社,2015.9
ISBN 978-7-5682-1073-7

I. ①艺… II. ①李… ②杨… III. ①艺术—设计—概论 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第192802号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010)68914775(总编室)

82562903(教材售后服务热线)

68948351(其他图书服务热线)

网 址/http://www.bitpress.com.cn

经 销/全国各地新华书店

印 刷/北京恒石彩印有限公司

开 本/889毫米×1194毫米 1/16

印 张/9

字 数/259千字

版 次/2015年9月第2版 2015年9月第1次印刷

定 价/59.00元

责任编辑/钟 博

文案编辑/钟 博

责任校对/周瑞红

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

总序

General Preface

20世纪80年代初，中国真正的现代艺术设计教育开始起步。90年代末期以来，中国现代产业迅速崛起，在现代产业需求大量设计人才的市场驱动下，我国各大院校实行了扩大招生的政策，艺术设计教育迅速膨胀。迄今为止，几乎所有的高校都开设了艺术设计专业，艺术设计类专业已经成为最热门的专业之一，中国已经发展成为世界上最大的艺术设计教育大国。

但我们应该清醒地认识到，艺术设计包括设计教育的所有科目，如建筑设计、室内设计、服装设计、工业产品设计、平面设计、包装设计等，而我国的现代艺术设计教育尚处于初创阶段，教学范畴仍集中在服装设计、室内装潢、视觉传达等比较简单的设计领域，设计理念与信息产业的要求仍有相当大的距离。

为了适应信息产业的时代要求，中国各大艺术设计教育院校在专业设置方面提出了“拓宽基础、淡化专业”的教学改革方案，在人才培养方面提出了培养“通才”的目标。正如姜今先生在其专著《设计艺术》中所指出的“工业+商业+科学+艺术=设计”，现代艺术设计教育越来越注重对当代设计师知识结构的建立，在教学过程中不仅传授必要的专业知识，还讲解哲学、社会科学、历史学、心理学、宗教学、数学、艺术学、美学等知识，以培养出具备综合素质的优秀设计师。另外，在现代艺术设计教育院校中，对设计方法、基础工艺、专业设计及毕业设计等实践类课程也越来越注重教学课题的创新。

理论来源于实践、指导实践并接受实践的检验，我国现代艺术设计教育的研究正是沿着这样的路线，在设计理论与教学实践中不断摸索前进。在具体的教学理论方面，几年前或十几年前的教材已经无法满足现代艺术设计教育的需求，知识的快速更新为现代艺术设计教育理论的发展提供了新的平台，兼具知识性、创新性、前瞻性的教材不断涌现出来。

总序

General Preface

随着教学的不断成熟和完善,艺术设计专业科目的划分越来越细致,涉及的范围也越来越广泛。通过查阅大量国内外著名设计类院校的相关教学资料,深入考察各相关艺术院校的成功办学经验,同时邀请资深专家进行讨论认证,我们认为有必要推出一套新的,较为完整、系统的专业院校艺术设计教材,以适应当前艺术设计教学的需求。

我们所策划出版的这套艺术设计专业系列教材,是根据多数专业院校的教学内容安排设定的,所涉及的专业课程主要有艺术设计专业基础课程、平面广告设计专业课程、环境艺术设计专业课程、动画专业课程等。同时还以不同专业为系列进行了细致的划分,内容全面、适中,能满足各专业教学的需求。

本套教材在编写过程中充分考虑了艺术设计专业的教学特点,把教学与实践紧密地结合起来,参照当今市场对人才的新要求,注重应用技术的传授,强调学生实际应用能力的培养,且每本教材都配有相应的电子教学课件或素材资料,可大大方便师生的教与学。

在内容的选取与组织上,本套教材以规范性、知识性、专业性、创新性、前瞻性为目标,以项目训练、课题设计、实例分析、课后思考与练习等多种方式,引导学生考察设计施工现场、学习优秀设计作品实例,力求教材内容结构合理、知识丰富、特色鲜明。

本套教材在艺术设计专业教材的知识层面也有了重大创新,紧跟时代步伐,在新的教育环境下,引入了全新的知识内容和教育理念,使教材具有较强的针对性、实用性及时代感,是当代中国艺术设计教育的新成果。

诚然,中国艺术设计专业的发展现状会随着市场经济的深入发展而逐步改变,也会随着教育体制的健全而不断完善,但在这个过程中出现的一系列问题还有待我们进一步思考和探索。我们相信,中国艺术设计教育的未来必将呈现出百花齐放、欣欣向荣的景象!

肖勇 傅祎

Foreword

前言

艺术设计是一门综合性学科，是社会经济高度发展时科学、经济、人文结合的产物。艺术设计概论是设计师和艺术设计专业学生的必修课，是一门引导设计人员进行理性思考的理论修养课。通过该门课程的学习，学生可以对艺术设计专业有一个整体的认识，为以后的专业实践打下良好的基础。

在以往的教学过程中，学生往往将很多精力放在设计方法及设计技巧的学习和运用上，却忽略了最为基础的设计观念和设计思维方式的学习和研究。在实践中，设计者缺乏应有的专业理论素养和理性的设计思维，不能用专业理论来指导设计实践，这样是不可能设计出具有真正价值的作品的。

基于此，本教材在再版过程中，结合新的设计教学和实践的经验，从各个角度深度剖析，以更加精练的语言阐述了艺术设计的历史、艺术设计的类型、艺术设计的思维方法、设计与审美、设计批评、设计心理、艺术设计的发展等，向学生介绍了现代设计领域中的新思维、新观念、新理论和新作品，能帮助学生开阔视野，把握艺术设计的发展趋势，提高理论素养，更好地完成设计实践。

在编写本教材时，编者从教材使用者的角度出发，力求做到内容丰富、精简、实用，理论与实践紧密结合。

由于时间仓促，编者水平有限，教材中难免存在不妥之处，还请各位同行、专家多加指教，以便及时改正。

编者

目录

Contents

第一章 艺术设计概述 / 001

- 第一节 艺术设计的含义 / 001
- 第二节 设计的特性 / 001
- 第三节 设计的原则 / 003

第二章 艺术设计的历史 / 007

- 第一节 中国设计史 / 007
- 第二节 古代埃及的艺术设计 / 016
- 第三节 古代希腊和罗马的艺术设计 / 017
- 第四节 欧洲中世纪的艺术设计 / 020
- 第五节 文艺复兴及其后的设计 / 021
- 第六节 近代的艺术设计 / 022
- 第七节 西方现代主义艺术设计 / 029
- 第八节 日本现代主义艺术设计 / 041
- 第九节 西方后现代主义设计与当代设计 / 043

第三章 艺术设计的类型 / 050

- 第一节 视觉传达设计 / 050
- 第二节 产品设计 / 057
- 第三节 环境设计 / 064

第四章 艺术设计的思维与方法 / 068

- 第一节 设计思维的基本概念 / 068
- 第二节 设计思维的基本特征 / 068
- 第三节 设计思维的基本过程 / 071
- 第四节 设计思维的基本形式 / 071
- 第五节 设计思维的类型 / 074
- 第六节 设计思维的方法 / 076
- 第七节 设计思维的训练 / 080

第五章 设计师 / 084

- 第一节 设计师的知识技能要求 / 084
- 第二节 设计师的类型 / 090

第六章 设计与审美 / 097

- 第一节 现代审美观念 / 097
- 第二节 现代审美观念下的现代设计 / 101

第七章 设计批评 / 107

- 第一节 设计批评对象与批评者 / 107
- 第二节 设计批评的标准 / 109
- 第三节 设计批评的方式 / 113
- 第四节 我国设计批评的现状 / 115

第八章 设计心理学 / 118

- 第一节 设计心理学的定义 / 119
- 第二节 设计心理学在设计中的意义和作用 / 119
- 第三节 人性化设计的心理学因素分析 / 120
- 第四节 广告心理研究 / 125

第九章 艺术设计的发展 / 128

- 第一节 生态设计 / 128
- 第二节 人性化设计 / 132
- 第三节 非物质设计 / 134

参考文献 / 138

第一章

艺术设计概述

从某种意义上说，在这个世界上我们每个人都是天生的设计师，生活中的每个细节都经过了精心的设计，通过我们的选择来制订生活、工作等若干计划，使生活有条不紊地进行，人类的社会文明得以更好地延续。其实这正是设计的本质，正是由于设计融入我们的生活中，才使现代社会更加美好，并促使人们不断地创造新文明。

第一节 艺术设计的含义

在中国，“设计”一词最初是分开使用的。“设”是指预想和策划，“计”是指特定的方法和策略。西方“设计”的概念产生于文艺复兴时期，其最初的意义是指素描、绘画等基本表现手法。到了18世纪，英国《大不列颠百科全书》中把“Design”一词解释为：“指艺术作品的线条、开关比例、动态和审美方面的协调。在此意义上，Design与构成意义相同；可以从平面、立体、色彩、结构、轮廓的构成等诸方面加以思考，当这些因素融为一体时，就产生了比预想更好的结果……”。这时“Design”的含义还被大致限定在艺术观念的视觉化；第一次世界大战以后，德国的包豪斯学院把“设计”一词首次运用于

某些课程的名称，如“金属设计”“印刷设计”“家具设计”“包装设计”等，这样“Design”的词义逐渐和纯艺术产生了区别，现代意义上的“设计”概念逐步形成，即对“Design”的理解更多的为对产品外观的要求和对内部结构的安排等，它强调产品的色彩、肌理、形态等形式因素，注重对设计产品材料的开发、研究，追求产品的审美价值。我们可以这样理解：设计是一种构思与计划，以及将这种构思与计划通过一定的手段使之视觉化的形象创作过程。

20世纪初，Design经由日本传入我国，曾被译为“图案”“工艺美术”“美术工艺”等词。20世纪80年代后，我国大大加强了对现代艺术设计的研究和人才培养，出现了一大批相关著作和相关专业。1998年教育部在学科规划指导中提出，将原先的工艺美术置换为艺术设计，本科教育的专业名称为艺术设计，而研究生（硕士、博士）的专业名称为设计艺术。

第二节 设计的特性

设计是艺术和科学的思想融合，是美学、科技、社会学、人体工程学、心理学、未来学等学科的综合。设计师的使命是提高人类的生活质量，并提供合

理的设计方案。

从这点上看,设计具有功能性、象征性、精神性和艺术性的特征。

一、功能性

设计的功能性是设计最基本的特征。人类在设计活动中始终将功能性放在首位,这是由于物品的出现满足了人们生活的实际需要。衣、食、住、行、用,形形色色,大大小小的物品因人的需要而存在和出现。设计就是对物品的功能充分开发利用,使其成为人们生活中的一部分的过程。

物品设计中,功能的第一个问题在于重视物品的生理安全感。功能引起人们的向往,其所依赖的应该是稳定、适宜、合理的生理安全感。任何一种物品如果缺乏安全感,都会令人惧怕而远离。

功能的第二个问题是适用性。物品的出现为人们的生活带来了方便,这是因为物品具有适用性的原因。造物思想中对人的重视,体现的是人在使用物品时的舒适方便。一般来说,人的眼、耳、口、鼻、身对物品的适应性有一个选择,不同材料、形状、色彩、气味、重量的质感会使消费者有敏感地接受过程。因此,要求设计师加强对社会需求的调研,通过设计技术的精确化,在物品的制造阶段充分把握其特点,将产品投放市场后激发消费者的购买欲望。

功能的第三个特点是简洁性。任何物品都不必烦琐,消费者在使用中,希望使用的物品简洁,这是消费者追求的最终目标(图1-1)。



图1-1 甲壳虫汽车

二、象征性

象征性设计物品的出现超越了消费意义,成为时代文化的见证,这时物品的器具价值已经成为象征性的文化。

具有象征意义的设计物品常常具有一种稳定的样式、独特的符号、固定的颜色,这也是现代企业形象追求的标准字、固有色以至企业形象、企业理念等具有象征意义的结果。

现实中的各种民族服饰,历代皇家服饰,各国的国旗、国徽,各个城市的市徽,特殊的会徽、标志,如联合国标志、维和部队徽章、奥林匹克运动会会徽、香港特别行政区区旗、澳门特别行政区区旗、中国银行标志等,都具有象征作用(图1-2和图1-3)。



图1-2 孝端皇后凤冠(明)



图1-3 孝端皇后凤冠细部(明)

三、精神性

精神性是指物品的使用不仅为人们提供方便，还能给人们带来精神上的愉悦感、舒适感、美感等。愉悦感、舒适感、美感是使用物品时最初的感受，是设计师的创造带给消费者的精神满足。这种由设计带来的感觉，会给人留下一定的印象。但是只有购买并使用了令人满意的物品，才会使人获得真正的享受。

四、艺术性

人类早期的设计与艺术活动是融为一体的，只是随着社会分工的越来越细，各行业的专业性也越来越强，艺术才从实际技术中分离出来，而艺术的观念也发生了变化。

设计的艺术性质在康德（I. Kant, 1724—1804年）及更早的英国经验主义哲学中可以找到理论基础。康德认为美有两种，即自由美（*Pulchritudo vaga*）和依存美（*Pulchritudo aphaereus*），后者含有对象的合乎目的性（图1-4）。



图1-4 云锦龙袍（清）

设计是一种特殊的艺术，设计的创造过程是遵循实用化求美法则的艺术创造过程。这种实用化的求美是以专用的设计语言进行创造的。在西方，工业设计常被称为工业艺术（*Industrial art*），广告设计被称为广告艺术（*Advertising art*）。设计被视为艺术活动，是艺术生产的一个方面，设计对美的不断追求决定了设计中必然的艺术含量（图1-5）。

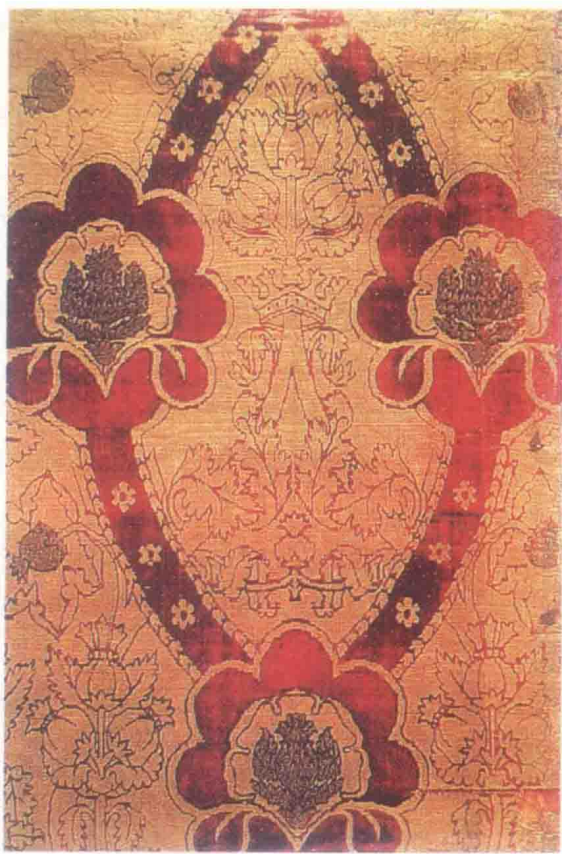


图1-5 天鹅绒织物 意大利

第三节 设计的原则

设计的原则是经过大量设计实践，在把握设计规律基础上所产生的，它是对设计实践的理论总结与升华，它来自于实践，指导着实践并接受着实践的检验。设计原则所具有的科学性和指导意义，推动着设计行为向更为合理的方向发展。

一、操作性原则

1950年，美国学者爱德华·考夫曼·琼尼提出了关于设计的12项定义：

- (1) 现代设计应满足现代生活的实际需要；
- (2) 现代设计应体现时代精神；
- (3) 现代设计应从不断发展的纯美术与纯科学中吸取营养；

(4) 现代设计应灵活运用新材料、新技术，并使其得到发展；

(5) 现代设计应通过运用适当的材料和技术手段，不断丰富产品的造型、肌理、色彩等效果；

(6) 现代设计应明确表达对象的意图，绝不能模棱两可；

(7) 现代设计应体现使用材料所具备的区别于他种材料的特性及美感；

(8) 现代设计须明确表达产品的制作方法，不能使用表面可行、实际却不能适应大量生产的欺骗手段；

(9) 现代设计在实用、材料、工艺的表现手法上，应给人以视觉的满足，特别应强调整体效果的满足；

(10) 现代设计应给人以单纯洁净的美感，避免烦琐的处理；

(11) 现代设计必须熟悉和掌握机械设备的功能；

(12) 现代设计在追求豪华情调的同时，必须顾及消费者节制的欲求及价格问题。

二、服务性原则

设计是满足人的各种物质需求与精神需求的设计。为人服务的设计内容包含两层含义，一是适应人类需求，二是创造人类需求。以满足现有需求为目的的设计原则，称为适应需求原则，以现时的时间为界，设计师设计出与之相适应的新产品或新的使用方式，它具有很强的针对性，设计的目标也十分明确。设计师的工作是起协调和衔接作用的，它把生产和消费联系在一起，为人服务（图1-6）。

但是人类的需求是随着时代和科技的进步而不断变化的，一种需求被满足后，随之而来的不满足会带来更多新的需求。因此，新的需求导致新的设计，它需要设计师在掌握现有需求信息的基础上对尚未表露的潜在需求进行合理、科学的推断、预测，以创造需求的设计原则来满足人类的潜在愿望（图1-7和图1-8）。

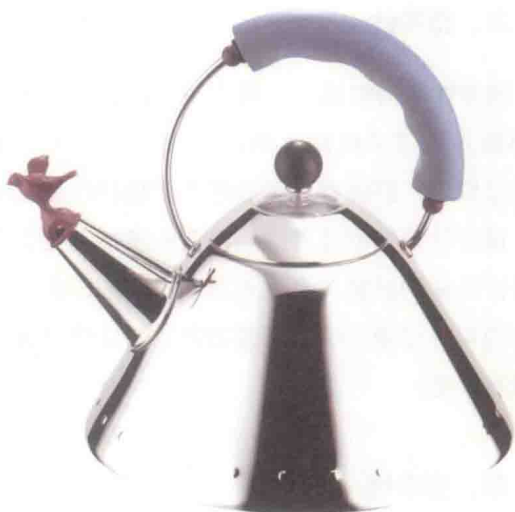


图1-6 自鸣水壶 美国 格雷夫斯

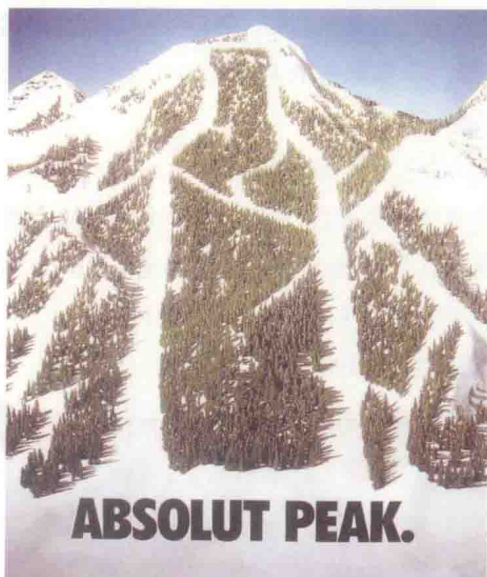


图1-7 绝对伏特加酒广告



图1-8 红蓝椅 格雷特·托马斯·瑞尔特威德

三、价值化原则

所谓价值，是指客观事物本身所具有的某种实际用途和能够满足人们某种需求的属性。设计的价值化体现在实用价值与附加价值两个方面。

实用价值是指设计物自身所固有的价值在使用过程中所体现的价值内容。时代的不断发展，使市场在设计产品的开发与价值体现上扮演着越来越重要的角色。而产品在使用过程所体现的价值元素是多元的，如时间价值、信息价值、消费价值、资源价值等都不同程度地影响着设计产品实用价值的形成。

附加价值是指对产品额外价值所进行的设计与创造。它包括企业形象价值、品牌价值、情感价值、服务价值、信誉价值、文化价值等一系列内容，是把设计产品与环境与人的多层次、多角度的需求融为一体的价值创造。

四、变化原则

变化是自然界和人类社会永恒不变的客观规律，任何一件设计作品也不可能是永恒的。时代在变化，衡量设计标准也会随之不断更新。经济环境的改变，新科技、新材料的发明和运用，大众消费观念的转变，审美情趣和社会文化意识的增强，都直接影响着设计的变化形态。因此，及时掌握并预测设计的变化趋势，以适应变化，引导变化的观念指导设计，使设计成为时代变化的表征和进步的动力，是设计师的使命所在。

在特定的时代背景下所形成的流行风格、流行款式并非单纯出自设计师的个人意愿，它们更多地映射了那个时代背景下人类共同的社会心理和文化需求。流行本身蕴含着丰富的变化因素和时间因素，它所涉及的观点倾向和风格特点往往会随着时间的推移而变化（图1-9和图1-10）。

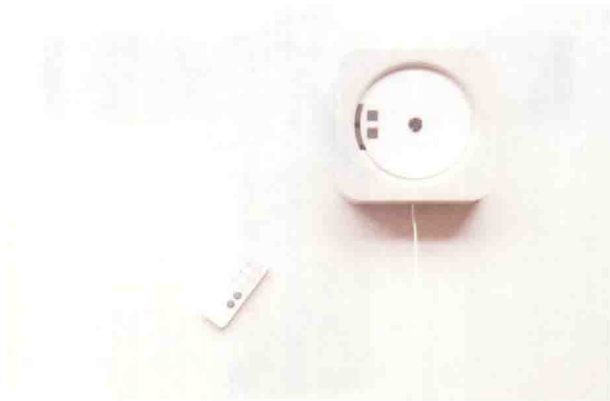


图1-9 MUJI壁挂式CD机 深泽直人



图1-10 TWELVE手表 深泽直人

五、总体性原则

设计总体包含了设计物、设计所处的环境、设计主体。这三者之间各自独立、相互依存而又协调，“协调”便是在设计中使上述三者关系趋于和谐的基本原则。协调的过程是将内容创造与形式完善有机结合的过程，目的无非是把设计对象的各个局部因素在质量、空间、时间等方面所产生的对比形式，利用突出中心、均衡互补等办法使之达到相对的统一，获得主次分明、变化丰富、动感强烈的设计效果，这是完成优秀设计作品所应遵循的首要原则。所以，设计师要在设计中做到充分了解市场、消费、人的需求、工业技术诸多因素，综合考虑，并在设计中加以体现（图1-11至图1-13）。



图1-11 素纱禅衣（西汉）

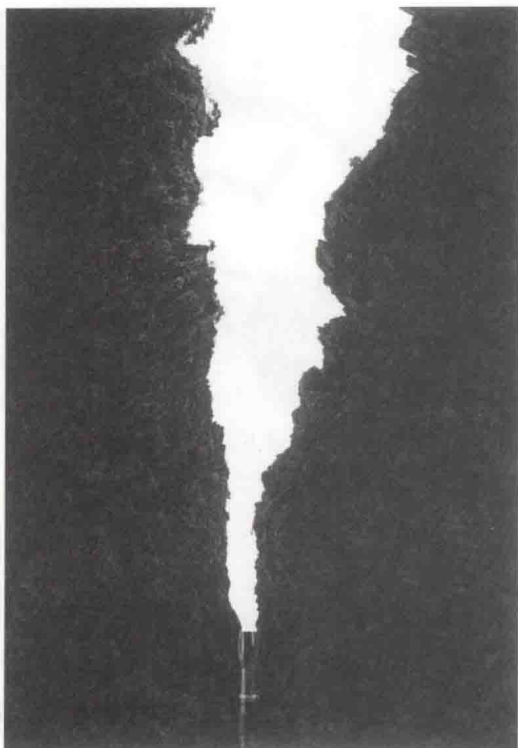


图1-12 飞利浦LED手电筒的宣传海报（一）

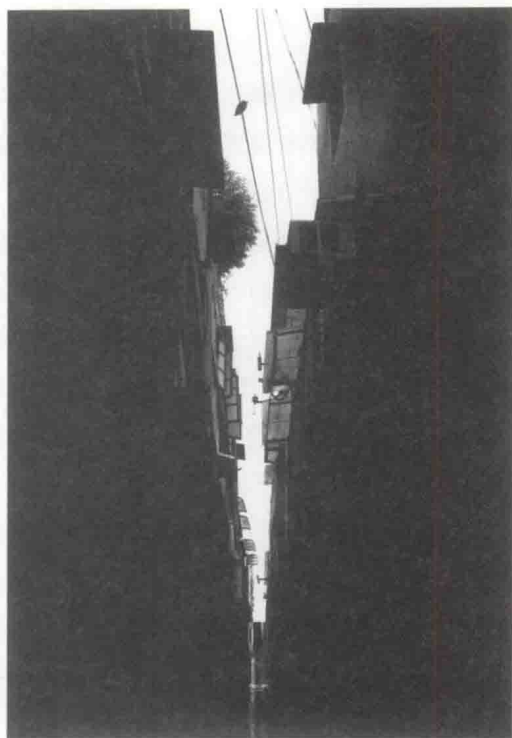


图1-13 飞利浦LED手电筒的宣传海报（二）

第二章

艺术设计的历史

人类的实践活动是人类为了生存、生活，通过发挥主观能动性，利用客观条件改变客观环境，获得物质和精神需要的活动。艺术设计正是在这种活动中产生的。艺术设计的历史是一部科学技术与艺术结合的历史，更是一部文化发展史。

第一节 中国设计史

中国早期人类设计意识的产生可以追溯到旧石器时代和新石器时代的早期。中国古代的艺术设计不仅形成了丰富的理论体系，而且创造出许多精美的艺术品。中国古代的设计艺术家在不同的环境中，利用不同的材料与智慧，创造出了与西方艺术设计迥然有别的设计文明。

在古代时期即手工艺时代的设计最重要的特征是对金属材料的运用和纯粹依靠手工工艺。在陶器之后，首先是青铜，其次是铁被广泛地应用于人类的生产、生活领域，造就了设计的青铜时代和铁时代，给后世留下了大量不朽的作品。最后以金和银

为代表的贵金属也陆续出现，并在手工艺中得到大量应用。

一、陶瓷艺术设计

陶器最早出现于新石器时代，距今约八九千年。早期的陶器是在篮筐内涂泥或用黏土手捏成器皿，然后放在露天火堆上烧制。早期陶器的特点是类型简单，火力低，质量不高，颜色不纯。新石器时代陶器外表颜色有彩陶、红陶、灰陶、黑陶和白陶等；后世的陶器和瓷器中的主要器形，在新石器时代大都能够找到其实物或类似样式的实物。

人类最初所从事的陶器造型，基本上是按照或模仿自然界固有的形态，仿照原来使用果壳加工改造的容器样式。在仰韶文化中，陶器的造型多种多样，线条流畅、匀称。炊器有鼎、釜、甑、罐等，饮食器有碗、杯、盘、盆、钵等，储藏食物和盛水的器具有罐、瓮等，汲水和运水的器具是小口尖底瓶和小口长颈大腹瓶。原始陶器的纹饰设计主要有绳纹、条形纹、方格纹、几何形印纹、弦纹和几何纹。此外还有少量的彩绘几何形花纹、堆纹，在陶器的圈、足上镂成方孔、圆孔或三角孔等装饰形式（图2-1和图2-2）。



图2-1 五鱼纹彩陶盆，仰韶文化半坡类型



图2-3 白陶鬯，龙山文化时期的代表器物



图2-2 新石器时代陶器，马家窑文化半山类型

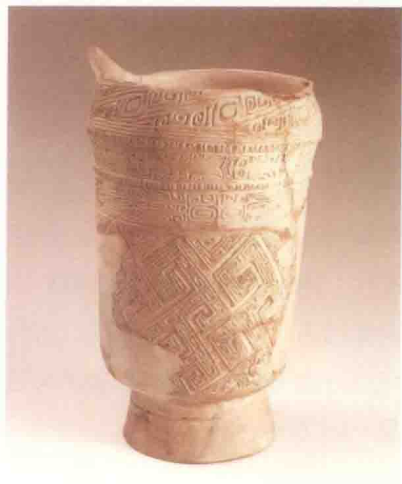


图2-4 白陶刻花尊（商）

夏代开始使用杂质较少的黏土作为原料，烧制胎质坚硬细腻白陶器。陶器表面已出现回纹、叶脉纹、云雷纹、圆圈纹、花瓣纹等图案。

商代早期制陶业从农业中分离出来，成为独立的手工业生产部门。商代后期的陶器造型，除原有器物造型发生了变化外，还出现了一些新的器物。陶器上常见的图案纹饰有饕餮纹、夔龙纹、方格纹、人字纹、花瓣纹、云雷纹、涡旋纹、曲折纹、连环纹、乳钉纹、圆圈纹和火焰纹等。其中以饕餮纹组成的条带最多。

西周的陶器造型在商代的基础上有了变化，其基本特征是袋状足、圈足和平底。陶瓷装饰图案主要有绳纹，划线纹，篔纹、弦纹和刻划的三角纹。

春秋陶器造型仍以平底器和袋状三足器为主，兼有少量圈足器，同时出现了一些新的器形。陶器表面的花纹装饰在西周的基础上更趋简化，器表主要饰印粗绳纹和瓦弦纹（图2-3和图2-4）。

战国陶器的造型艺术更加明显。由于各地的地理环境千差万别，历史传统和生活习俗的不同，陶器造型多姿多貌。常见的颜色有朱、黄、白或黑、白、朱等多种颜色的三彩色、二彩色（图2-5和图2-6）。

秦汉时期的陶瓷工艺有较高成就，生产规模大，品种数量多，应用范围广，制作工艺也有新的突破。建筑用陶也有很大发展，众多器物不仅满足了当时人们物质生活的多方面需要，也满足了精神生活的需要。陶瓷器的制作，大多采用轮制，也有模制和手工制作。器物造型厚实朴拙。有较大规模发展的陶瓷器，主要包括灰陶、铅釉陶、原始瓷及青瓷，另外建筑用陶和陶明器制作也有一定规模。

魏晋南北朝陶器的烧制南方和北方风格不同。南方陶器主要是供日常生活和殉葬用的制品，其造型与

汉代的朴实、精巧、明快风格一致。其纹饰十分简朴，是东汉以来的继续和完善。同时，陶瓷的装饰受到了佛教的影响。北方陶器造型新颖，如盘口壶、双耳缸、四系缸、果盒等出现，而且风格粗犷朴实，大部分以素面为主，极少有纹饰，最常见的纹饰是若干条弦纹（图2-7和图2-8）。



图2-5 灰陶双耳大盘（战国）



图2-6 青釉龙首提梁盃（战国）



图2-7 青瓷兽形尊（西晋）



图2-8 青瓷羊（三国·吴）

隋唐时期是我国陶瓷发展史上长足发展的时期。在陶瓷的造型和装饰艺术方面，出现了许多过去没有见过的新形式和新手法。代表窑有越窑、瓯窑、岳州窑、邢窑、定窑、巩县窑、长沙窑（又称铜官窑）等。在陶器方面，其烧制工艺和艺术水平集中体现在唐三彩上。瓷器造型总的倾向是浑圆饱满，不论是大件器物还是日常的小件器皿都不例外，在质量上要求更高，小中见大，精巧而有气魄，单纯而有变化。陶瓷装饰纹样有朵花纹、草叶纹、几何纹、莲瓣纹、卷叶纹、波浪纹，这些纹样均有各种不同的形式（图2-9和图2-10）。



图2-9 青瓷印花盒（隋）



图2-10 青釉凤首壶（唐）

宋代被誉为“瓷的时代”，无论质料、颜色，还是烧制和装饰工艺，均达到炉火纯青的地步。当时形成了一批著名的瓷窑体系，官窑、定窑、哥窑、汝窑和钧窑被称为宋代五大名窑。宋代陶瓷的造型简单、优美。这个时期，新出现的器物造型也很丰富，比如瓷枕。装饰纹样日趋丰富多样，除了作为主要装饰的花卉之外，龙、凤、鹤、麒麟、兔、游鱼、鸳鸯、鸭、花鸟、婴戏、山水纹也成为最常见的题材，而传统的回纹、卷枝、卷叶、曲带、云头、莲瓣、钱纹等则多用于器物的间饰和边饰。牡丹花纹、莲花纹、婴戏纹、龙纹、凤纹、花鸟纹、动物纹等纹样都是宋瓷装饰常用的纹样（图2-11至图2-13）。



图2-11 吉州窑卷云纹瓷瓶（宋）



图2-12 定窑白釉刻花折腰碗（宋）

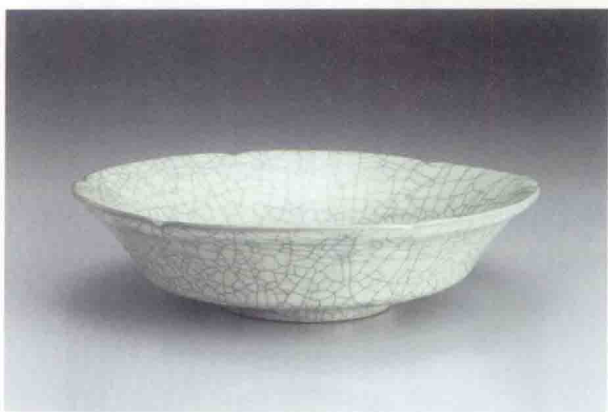


图2-13 哥窑碗（宋）

到了元代，制瓷业的突出发展集中体现在江西景德镇，制瓷业取得了巨大成就。其中突出的是青花、釉里红的正式烧制成功，其使具有浓郁中国风格的釉下彩瓷器发展到了一个新的阶段（图2-14和图2-15）。



图2-14 磁州窑白地黑花龙凤纹四系扁壶（元）



图2-15 青花缠枝牡丹纹大罐（元）