

黄建平 邹其昌 主编

DESIGN STUDIES

设计学研究

2012

 人民出版社

设计学研究

黄建平 邹其昌 主编
沈唯 孙洪伟 编务

DESIGN STUDIES

2012


人
民
出
版
社

责任编辑：洪 琼

图书在版编目（CIP）数据

设计学研究·2012 / 黄建平 邹其昌主编. —北京：人民出版社，2012.11

ISBN 978-7-01-011120-9

I. ①设… II. ①黄… ②邹… III. ①设计学-历史-研究-中国 IV. ①TB21-092

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 179089 号

设计学研究·2012

SHEJIXUE YANJIU · 2012

黄建平 邹其昌 主编

人民出版社 出版发行

（100706 北京市东城区隆福寺街 99 号）

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店经销

2012 年 11 月第 1 版 2012 年 11 月北京第 1 次印刷

开本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16 印张：30.25

字数：620 千字 印数：0,001—2,000 册

ISBN 978-7-01-011120-9 定价：79.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话（010）65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

序 言

上海，中国最大的城市，国际化大都市。

上海，中国现代设计最重要的源头，世界“设计之都”。

曾经，上海设计创造了历史的辉煌；

如今，上海设计秉承华夏文化的伟大复兴之精神，开启了新征程！

上海是中国近现代设计的发祥地，从一定意义上说，中国的近现代设计史主要是一部上海设计的发展史。对上海设计资源的继承与开拓，是当代中国设计艺术学科理论体系建设的基本内容，意义与价值十分重大。美术学院正在开展的“近现代上海美术设计研究”，开始了对上海传统设计资源的梳理。

“上海设计”（Shanghai Design）既标示着上海地域性特征，也体现着中国设计走向现代的历程，更展示着中国设计走向世界的窗口或门户及其重要结晶。“上海设计”作为一个历时性和共时性的研究课题，如何接近她、探索她、研究她并发展延伸她，将是我们此次系列活动主旨，也是我们的期盼。上海大学美术学院主办的“上海设计”研究系列展会活动，将围绕“上海设计”展开系列的学术研究与多样性的展示活动。其目的与意义在于：立足上海，放眼全球；服务上海，引领世界；传承上海设计品质，重铸中国设计品牌；积极促进中国当代设计的有效传承与开拓创新，同时更要把握设计教育的时代脉搏，加大对设计学科体系建设与多元化教育模式的探索与研究，为使中国真正走向设计强国和创造大国而贡献自己的力量。

理论研究是设计实践和创意的基础，没有理论的创新犹如没有大脑的人体，形同躯壳，毫无意义。同时理论研究又必须立足当代设计实践，展开对设计发展历程的有效总结与批评，更好地为当代设计实践活动服务。2011年度的“上海设计与中国现代设计史写作学术研讨会”，主要讨论上海设计，以及当代中国设计史研究与教学问题。2007年10月由清华大学美院杭间教授和上海大学美院汪大伟教授共同策划并在上海大学美术学院举办过“设计与设计史学术研讨会”，实际上，本次活动是对其进一步推进，力求做到理论研究服务当代中国设计实践和设计教育活动的深入展开。

本次学术研讨会期间举办的2011年“近现代上海美术设计文献展”，是上海大学美术学院与赵琛广告博物馆合作举办的一次上海设计经典回顾展，是上海大学美术学院“上海设计”研究系列展会活动之一。“近现代上海美术设计系列展”——老上海商业设计五人精品回顾展。这五位是郑曼陀、杭稚英、谢之光、胡伯翔、金梅生等。他们曾经创造了上海设计的辉煌，更为上海设计的未来启动了新的航程。赵琛教授多年来一直致力于近现代上海广告史学的研究。2010年受中央电视台邀请，策划了人物栏目《老上海广告人》，反映强烈。对此，上海已提出申请非物质文化遗产。

上海大学美术学院愿意为国内外关注、参与和研究上海设计的新朋老友搭建一个相互切磋、共同创构的平台，以期整体性推进上海设计乃至中国设计的健康发展的夙愿。伴随着

上海设计研究课题的深入,相信必将取得更多的成果,在可以预计的将来,其思考方式与研究模式必将引起中国设计界的广泛的认可与反思,本土设计的繁荣也一定会在当代中国设计的努力中实现。

黄建平

目 录

序 言.....	黄建平	1
----------	-----	---

上 编 上海设计研究

近现代上海美术设计研究.....	赵 琛	3
设计史的镜像——关于“上海设计”与设计史写作的现实.....	许 平	25
月份牌与中国现代设计的兴起.....	陈瑞林	31
《贡献》之贡献——中国现代装帧史不应遗忘的一页.....	袁熙阳	43
月份牌最早印刷发行的时间分析.....	郑立君	50
上海“摩登”：新中国建设初期的设计史样本		
——关于 1950—1960 年间上海设计史实的片段考察.....	夏燕靖	55
蔡振华和他的设计.....	张 晶	67
海派文化与上海设计——关于《上海海派设计史》的研究与写作思路.....	范凯熹	74
发展上海时尚产业，培养创意设计人才.....	杨明刚	82
都市设计教育.....	黄建平	90
近代上海商标设计中的视觉元素构成分析.....	吴 莹	92
上海月份牌画广告的商业艺术魅力和文化意蕴.....	单祎璠	96
月份牌广告的艺术风格研究.....	霍 楷	102

探究上海老字号品牌形象的重塑之路.....	李冻萌	112
把根留住——从老上海广告画发展史谈中国设计教育方向.....	聂鑫	118
当空间遇见平面——上海地铁广告的视觉特色.....	裴悦颖	123
稚英画室与雷蒙·罗维设计事务所比较研究.....	乔监松	128
以用户体验为中心的网络交互艺术设计		
——上海与海外网络交互艺术设计之个案应用分析.....	曹文波	134
论传统月份牌从传播载体向独立设计制品的转变.....	张翼熊微	140
上海早期现代画报封面艺术设计——以《真相画报》、《良友》画报为例.....	徐立	147
近代早期上海设计史的书写：一种“坎普”视角的都市文化解读.....	赵平坦	153

中 编 设计史研究

设计史的意义与重写设计史.....	李砚祖	163
农村社区社会创新研究与实践——新通道设计与社会创新夏令营.....	何人可	169
造物文化的“大历史”——《天工开物》研究.....	曹小鸥 杭间	180
民国时期工艺美术和设计艺术的写作成就与特点.....	陈池瑜	187
以画促销——月份牌的形式和功能.....	潘耀昌	195
西方中世纪建筑理论的痕迹.....	陈平	199
媒体艺术的拐点.....	王荔	206
设计史学小史.....	邵宏	211
中国艺术设计教育的转型和确立.....	赵农	219
设计史研究的方法论转向——去田野中寻找生活的设计历史.....	李立新	226

百年民生设计得失谈.....	王 琥	239
简论中国设计思想史研究的意义、对象及其历程.....	邹其昌	250
从《西京杂记》名物词看西汉艺术成就.....	王玲娟 龙 红 田文国	256
上海与中国广告研究的滥觞.....	祝 帅	265
作为观念的文本——设计艺术理论与历史写作的研究及其该有的地位.....	江 牧	281
浅谈设计史中的民主和社会属性.....	杨先艺	286
从诗意到欲望：现代建筑的空间叙事.....	喻仲文	291
包豪斯与中国现代设计的历史渊源.....	桂宇晖	302
修复受伤的地球——生态艺术的当代使命.....	王洪义	317
游艺无疆——关于中国传统民居建筑研究的思路和方法.....	刘森林	326
剪 变——乡土剪纸艺术的都市际遇.....	陈 青	331
现代摄影创作视觉表现的研究.....	熬国兴	336
公共艺术与公共结构.....	金 晖	341
关键词与超链接——设计学基础理论教学的 3 对矛盾及对策研究.....	刘向娟	344
画皮·画骨·画心——建筑表皮中的结构表达.....	程雪松	348
中国近代设计史写作现状研究.....	孙洪伟	354
公共性景观艺术设计与上海城区的发展.....	苏 晨	358
后现代主义对中国广告设计业的影响.....	王云菲	365
关于设计史研究的三点思考.....	陈 剑	369
海派京剧旦角服饰的主要设计特征和设计思想.....	李 晶 熊 微	375

下 编 上海设计文化发展报告系列

上海环境艺术设计发展报告(2010).....	沈 唯	389
上海服饰设计发展报告——2010年上海世博会中的展馆职业服设计	张晓晖	395
上海平面设计发展报告——上海平面设计与新媒体的互动	刘 辉	403
上海动漫艺术(2010).....	曹媛媛	411
上海工业设计发展报告(2010).....	成 磊	419

附录 1

近现代上海美术设计文献展.....	431
-------------------	-----

附录 2

传承设计经典，共创设计未来

——记“上海设计与中国现代设计史写作学术研讨会”.....	黄建平 沈 唯	469
-------------------------------	---------	-----

上 编
上海设计研究

近现代上海美术设计研究

赵琛（东北大学艺术学院）

100多年前，上海的创作团队，目前留下姓名的有100多位。上海大学选出5位人物作品参加近现代上海美术设计文献展览，这五位人物，是从我写的一本教材中提取的。100多年前，这些作品出生在上海，他们为了完成自己的使命奔赴世界各地，而在60多年前，这些作品已经被尘封，已经销声匿迹。我在25年前偶尔发现了这些作品，开始陆续地收集，后来越收集越多，我发现这些作品是有历史规律的，应该是我们美术史上忽略的一个历史的奇迹。我拥有5000多份藏品呢，也希望向全国专家们开放，大家可以共同为上海的设计做历史的研究，这也会令我非常欣慰。



郑曼陀
(1885—1961年)



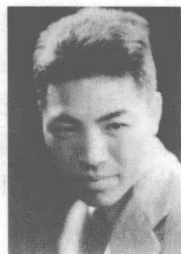
胡伯翔
(1896—1989年)



谢之光
(1899—1976年)



杭稚英
(1901—1947年)



金梅生
(1902—1989年)
享年87岁

作为一位北方人，我对上海很多历史信息了解，是丁浩先生提供的。丁浩先生是上海广告设计教育家创始人，这十几年来我一直伴随着他，几乎每一年都与丁浩先生有会面（以前常去丁老先生家中拜访，后来丁先生到大华福利院，每年春节我都去看他），每次老先生都有一两句话使我受益匪浅。所以我现在只知道上海近代美术设计冰山一角，而且很浅显，仅走了一步，有更多的东西需要将来各位学者共同探讨一下。



丁浩
(1917—2011年)



2009年，
上海大华
福利院



2001年4月30日，
上海淮海中路

一、近代广告设计家们以笔作剑，唤醒民众，抵制洋货，精忠报国

第一个我要为月份牌翻案。中国近代广告画家创作思想的主流是爱国的，是进步的。我们所说的“月份牌画家”是贬低作者的一句话。而且都说他们是为资产阶级、为高层服务的，其实不是，他首先是抵制洋货尽忠报国的。

从抗日战争时期中国民族企业出版印刷的以爱国主义思想为题材的广告画可以看出，在日寇的入侵，洋商的挟制，国内军阀纷争，这极其恐怖而艰难的背景下，这批画家，以笔作剑，开始大量地绘制热爱国货的广告画。中国广告画家在题材和内容上弘扬传统民族文化，以这些中国民众耳熟能详、喜闻乐见的历史和故事中的人物来激发人们的报国之志。的确，爱国和进步是这些广告画家的主流倾向。

《木兰从军》图是由中国华东烟草股份有限公司于抗战期间印刷出版的。

木兰，中国人哪个不知哪个不晓的巾帼英雄，在异族无端来犯、民族危难之时，木兰毅然替父从军，十年征战，打退数次敌军侵略，立下赫赫战功！

在八年抗战生涯中，为了表达自己对抗日的支援，旨在宣传抗战年代须眉更应努力的意识，由郑梅清先生发起，邀请了十余位广告画家合作创作了一幅《木兰荣归》图。整幅画由著名年画家郑梅清设计，周柏生起稿。杭稚英画花木兰，吴志厂画双亲，谢之光、金肇光画花木兰姐弟，金梅生画孩童，李慕白画副将元度，由戈湘岚、田清泉勾勒双马及护兵，最后由杨俊生作背景。著名画家郑午昌在题跋中指出：“此图系上海十大艺人精心妙手所合绘。制作精美，用意深长，洵为当代美术画片之杰构。这次 10 位爱国画家的联手更是他们集体抗战的表现。”

在抗日战争前夕，宣扬爱国主义思想的还有奉天太阳烟草公司的《岳母刺字》。精忠报国是中华民族的传统，司令牌香烟广告画面为“岳飞率领岳家军在硝烟弥漫的战场上”由伦敦惠斯民烟公司出版。岳母姚氏教子“精忠报国”和岳飞抗金救国的事迹在全民抗日期间起到了引导、教育和鼓舞中国消费者的作用，使中国普通民众增强了爱国意识。

1937 年“八·一三”日军进攻上海。上海文艺界组织抗日救亡协会，开展抗日宣传活动。各种爱国题材作品纷纷出现。



木兰从军，
作者：杭稚英，
中国华东烟草
股份有限公司，

规格：94.6cm × 63.0cm，

赵琛珍藏



木兰还乡（木兰荣归），
十一人联手，
规格：77.0cm × 51.5cm，
赵琛珍藏



岳母刺字，
作者：周柏生，
白马、足球牌，奉天
太阳烟草公司，

规格：78.0cm × 53.6cm，

赵琛珍藏



作者：鼎铭，
司令牌香烟，
伦敦惠斯民烟公司，
规格：75.9cm × 34.0cm，
赵琛珍藏



宋氏姐妹

《妇孺爱国图》是抗战时期公益广告的代表作之一。同时，值得书上一笔的还有启东烟草股份有限公司出版印刷的招贴广告画《木兰从军》，但没有署作者名，或许这里还有其隐读和可以理解的原因。

这些广告画家，在完成雇主需要的同时，不忘自己是一名中国人，通过淋漓尽致的表现，宣泄爱国情、报国志。无可否认，在那个乱世，画家们为生计奔波劳顿，养家糊口所需，必然要为洋商服务，为本国封建官僚及军阀财团所办实体服务。可是，从这些凝聚他们心血的一幅幅优秀的爱国题材作品中，我们仿佛听到了他们为国之强盛、民族企业之振兴而怦怦有力地跳动的一颗颗中国心。



妇孺爱国图，
作者：石青，
规格：75.5cm × 49.7cm，
赵琛珍藏



木兰从军，
耕种牌，启东烟草
股份有限公司，
规格：76.7cm × 50.6cm，
赵琛珍藏

二、引导妇女迈出解放的一步

仕女画，是中国传统画中的一个种类。流传最广的题材莫过于传说、戏曲、古典小说、历史故事中的人物，其栩栩如生的形象，无不令人回味无穷。时值 20 世纪初，中国的广告画家把中国仕女画提高到一个全新的阶段，从原来描绘传统美人到表现时尚女性。广告中多以当时中国时尚女性作为“模特儿”，呈现出追求时髦的仕女风尚，也易唤起人们对商品的联想和购买欲。我们可以看到 1915 年有小脚的年历。随后我们还可发现，发饰也开始改变。

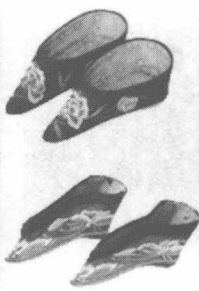
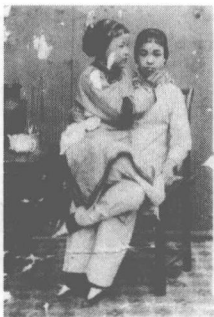


从目前所流传下来的广告资料中，我们可以看到，在政治上，近现代广告画家体现出热爱国家的感情，但更为重要的是他们引导了中国的时尚，广告画家不仅实现了自己的商业宣传目的，而且也潜移默化地推动了中国的妇女解放运动步伐。

众所周知，中国妇女以前缠足，小脚，女子无才便是德。月份牌广告提出让妇女放足、婚姻自主，知识女性渐成时尚。另外，中西合璧的服饰——旗袍也出现了。



1915 年，作者：杨琴声，小脚姐妹，赵琛珍藏
老刀牌，英美香烟公司，
规格：77.7cm × 53.0cm，
赵琛珍藏



1918 年，美孚行，
规格：102.9cm × 38.2cm



1927 年，美孚行，
规格：102.8cm × 38.0cm

第一,提倡放足。

缠足是古代中国的一种陋习劣俗,即把女子的双脚用布帛缠裹起来使其成为一种特殊的形状。这种摧残妇女的风俗对中国社会的发展产生了非常消极的影响。关于缠足始于何时,一直众说纷纭,但一般认为始于两宋时期较为准确。那时穿弓鞋似乎成为一种时尚。到了南宋末年,小脚已成为妇女的通称,但是南宋时代妇女缠足毕竟还不普及。明代,妇女缠足风俗进入大盛时期。缠足言必称三寸也始于明代。



作者:耕野,永泰和烟草股份有限公司,
规格:78.1cm×33.6cm,赵琛珍藏



1914年



1915年



1920年



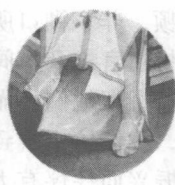
1921年



1938年



作者:耕野,耕种牌 耕种牌(局部)
规格:77.2cm×51.0cm,
赵琛珍藏



丈夫长袍马褂,
妻子旗袍洋鞋,
赵琛珍藏

清末发生的反对缠足、崇尚天足的运动,是由一批维新志士最先发起的,康有为、梁启超、汪康年等人都是这场运动的积极倡导者。到1897年、1898年,在全国范围内取缔缠足陋习,形成高潮。为了顺应民心,1901年慈禧太后颁布第一道劝诫妇女缠足的诏谕,由此迈出了新政的第一步。辛亥革命的枪声结束了中国两千多年的封建帝制,并且在中国人民心中播下了民主共和思想的种子,极大地唤起了中国人民的觉醒。孙中山领导的南京临时政府虽然只存在几个月的时间,却颁布了许多新的法规。

在改革陈旧落后的习俗方面,南京临时政府也做了许多工作,禁止人们蓄辫和缠足。法令一颁布,即大受欢迎。辛亥革命促进了国内天足运动的发展,妇女缠足陋习的正式废止就是从这时开始的。民国成立伊始,1912年3月,临时大总统孙中山就下令内务部通飭各省劝禁缠足。有关文献亦多次提到禁缠足的重要性。此次法令一经颁布,“已缠者令其必放,

未缠足者毋许再缠,倘乡僻愚民,仍执迷不悟,则或编为另户,以激其羞之心,或削其公权,以生其向隅之感”。立即得到新时期妇女(尤其知识女性)的积极响应,



作者:耕野,
启东烟草股份有限公司,
规格:76.3cm×50.7cm,
赵琛珍藏



祖孙三代的变迁,
赵琛珍藏



作者:杭稚英,
启东烟草股份有限公司,
规格:77.2cm×51.0cm
赵琛珍藏



国华橡胶鞋制造厂,
规格:77.4cm×35.2cm,
赵琛珍藏

封建陋习对妇女肉体 and 心灵的摧残得到了一定程度的缓解。

原来都是小脚，1918 年所画脚开始放大，而且在月份牌上，更主要的是夸大了一些细节，我们可以看到脚的变化。

另外，月份牌引导了时尚，领导中国妇女迈出解放的第一步。1924 年 3 月 29 日时事新报《青光》“婚姻号”有一标题为《高底皮革与小脚臭》的文章，认为新的女子尽着高底鞋，说明放足并穿新式高跟鞋已成时尚。

缠足是封建社会束缚广大妇女的象征，它作为封建纲常礼教的补充，长期成为妇女普遍遵守的清规戒律。因此，无论是出于反封建、解放妇女的目的，还是出于强国强种、挽救民族危机的目的，禁缠足都被作为一种思想启蒙和社会改良的重要举措而得到提倡。我们看《祖孙三代的变迁》这副照片，一个老年人还是小脚，他的孙女已经是大脚了，在这一历史时期，引导我们妇女解放的一部分，新一代已经放足，老年人还是缠足。

广告画家们在创造女性社会新形象的过程中，特地将江南女性的天然资质发掘加工为具有商业价值的“包装”。

第二，婚姻自主。

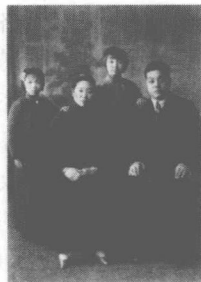
我们通过鞋的变化可以看出，已经引导中国妇女迈出解放的一步，进一步提出婚姻自由。在“五四”思想新风的吹拂下，追求个性解放，追求爱情上的自由，已成为 20 世纪 20 年代的新女性生活的主旋律。要求恋爱自由、婚姻自主，已成为当时妇女的自主要求，成为当时极其普遍而又符合客观现实的发展趋势。

与此相呼应，广告画表现女子自我意识的觉醒，表现女性独立的人格，保持女性的尊严和爱情的权利，婚姻题材的广告也应运而生。这些大胆的尝试，是对封建礼教的挑战和背叛。说到底这是新旧的冲突，个性与奴性的冲突，反封建力量与封建力量的冲突。

经过西方近代文化教育的冲刷震荡，个性解放、婚姻自主，在城市青年知识分子中形成风潮。在 20 世纪 20 年代初，自由恋爱之风靡炽。在婚姻上也出现了“文明结婚”的形式，还出现了中西合璧的婚礼仪式。近代广告也为新式婚礼起到了促进的作用。

第三，知识女性渐成时尚。

一直压在旧社会妇女身上的三从四德、政权、族权、神权、夫权等，对女性从肉体到精神进行摧残与迫害，女性是没有什么社会地位可言的。在这种历史现状下，女性挣脱



丈夫西装革履，
妻子弓鞋小脚，
赵琛珍藏



新娘倩影，
作者：杭稚英，
白马牌、足球牌，
奉天太阳烟草公司，
规格：77.3cm × 53.3cm，
赵琛珍藏



一夫多妻制，赵琛珍藏



阴丹士林，
规格：51.8cm × 35.9cm，
赵琛珍藏



国耻纪念图，
作者：赵藕生，
规格：79.0cm × 52.0cm，
古今美术出版社，
赵琛珍藏



阴丹士林，
规格：78.0cm × 53.2cm，
赵琛珍藏

这一切，获得人格上的独立、自由和解放，确实经历了一场艰难困苦的斗争。

20 世纪初规模空前的留学潮开始形成，使富家女子有机会走出国门，客观上为新型女性知识分子群体的形成创造了条件。反过来，她们也开始创办妇女解放团体、开办女子学校，或办女报，发表提倡男女平等、家庭革命等文章，自觉地推动国内妇女解放运动的发展。

孙中山在给女界共和协赞会的复函中，提出“天赋人权，男女本非悬殊，平等大公，心同此理……女子将来之有参政权，盖所必至”。在教育方面，女子和男子有同等受教育的权利。

1906 年上海出现了第一次女子运动会，参加运动会是知识女性的一个标志，却给至今仍健在的那些小脚老人留下了许多遗憾。



作者：志厂，

青岛中国山东烟公司，规格：52.8cm × 36.9cm，

规格：77.6cm × 50.6cm，

赵琛珍藏



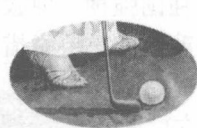
阴丹士林，

赵琛珍藏



妇孺爱国图，作者：石青，

规格：75.5cm × 49.7cm，赵琛珍藏



青岛中国山东烟公司

(局部)



作者：杭稚英，山西省立晋华卷烟厂，

规格：78.2cm × 53.3cm，赵琛珍藏



作者：藕生，

左荣茂祥缎号，

规格：54.6cm × 38.2cm，

赵琛珍藏



作者：郑曼陀，

大联珠，中国南洋

兄弟烟草公司，

规格：103.7cm × 38.0cm，

赵琛珍藏



兰闺试鞋图，

作者：康年，

品牌：哈德门，

规格：77.8cm × 50.8cm，

赵琛珍藏

那时，众多商家看中了这一表现题材，表现妇女体育项目的广告画纷纷出现。这些广告画的近乎完美，年轻女子在体育运动中所表现出来的青春气息对当时妇女的解放起着不可忽视的感召作用。

从志厂的青岛中国山东烟公司广告可以看出，高尔夫是绅士运动，广告中的女子身穿旗袍在欧式庭院里练习高尔夫，

虽然志厂描绘的打高尔夫的女子形象是在欧式庭院里，这与高尔夫的场地专业知识不符，但迎合了中国市场的审美需求，中国女子能打高尔夫，已是新文化运动在视觉表现上的升级。从杭稚英的山西省立晋华卷烟厂广告中可以看出，马术运动是西方贵族的运动，这种运动一般是男女双方同时参加观看，广告试图改变中国男女不同席的习俗，所以在广告的内容上强调了一女子身穿旗袍牵马的形象，带有协助男子之意。

鲁迅先生曾经批评：“月份牌上的女性是病态的女性。月份牌除了技巧不纯熟之外，它的内容尤其恶劣。”这段话如果针对某些具体的月份牌广告可能不无道理。但如果用它来整体地评价近代广告就有失偏颇。从历史的角度看，在反映妇女命运和社会生活面貌的广告中，我们会感受到这个时期女性形象美学价值的深刻内涵。近代广告年历中的新女性用形象