

C O N T E M P O R A R Y

NEON

当代霓虹设计

[美]鲁迪·斯特恩 编著

RUDI STERN

AUTHOR OF "LET THERE BE NEON"

中国建筑工程工业出版社

江西科学技术出版社

Visual Reference Publications, Inc.

致 谢

对以下诸位致以诚挚的谢意：

《当代标牌》杂志的托德·斯沃姆施泰特是如此热切地同我分享信息，并对霓虹的未来如此热心；

乔纳森·多尔格——我要好的老朋友；

来自柏林的蒂尔·巴特尔斯提供了霓虹方面的档案材料；

我在东京的伙伴迈克·马克卢替我打电传；

东京太阳霓虹公司的佐佐木信幸，我的好朋友和一个热心人；

彼得·梅森，他对霓虹充满想象力，使他永远年轻而生气勃勃；

住在梅森利特的戴夫·卡莱诺经常送来杰出的样品和振奋人心的鼓励；

德比·约翰斯顿是我在“自在霓虹”公司的助手，他带领一个霓虹创作室紧张工作，并且在我写书的过程中给我很大帮助；

伯特·索博利克，我的同学，谢谢他的颇有价值的建议；

琼·利维，颜色学博士和我的新朋友；

平易近人的米尔特·兹洛特尼克为我提了不少建议，尽管他还不喜欢霓虹；

贝尔尼·奥兰，谢谢他的支持和鼓励；

西尔维娅和本·温斯托克，我的邻居，他们在本书大功告成之际提供了好酒和丰盛的晚餐；

贝尔尼·施莱费尔和他的宠物格特鲁德，他们总是知道每样东西在哪里，总是对焦急的作者们保持着微笑；

我在威尼斯的朋友费代里卡和吉吉·马兰戈尼，谢谢他们的友好的款待；

维也纳霓虹线公司的杜什蒂和依洛娜，谢谢他们持续不断的热情和友谊。

此外，我也要对以下各位表示感谢：

乔·奥古斯塔、克雷格·卡尔、克里斯托弗·弗里曼、在威尼斯蒙廷斯的米迪和朱利亚诺、芒迪·赫伯恩、罗基·平奇奥蒂；我的阿姆斯特丹的好朋友达尼埃尔·万德斯、巴尔特·奥·海特·费尔德、卡里纳和艾西斯·鲍茨，对他们的在这一项目最后阶段的帮助表示感谢；也对汤姆·索波里克和所有在这个不断扩大的霓虹网络中的我的朋友们和同事们表示感谢。

鲁迪·斯特恩

1990年8月

《当代霓虹设计》一书由身为艺术家和雕塑设计师的鲁迪·斯特恩编著，他是霓虹方面的国际权威人士。斯特恩先生收集了 285 张全彩色照片，使人过目难忘；丰富多彩的视觉实例源自以下多种多样的领域：图案设计、建筑、产品和雕塑。

迄今为止，任何另外一个来源都不能在视觉上勾勒出一种利用了光的独特媒体的如此玄妙的世界。

霓虹的范围比单纯的强光更广。曾几何时，霓虹只意味着炫目强光，可是在今天这个富有创造力的世界里……霓虹是一种艺术！今天，霓虹是雕塑设计者、建筑设计者、图案设计者、剧院人士、摄影师都能运用的媒体。无论对艺术家、灯光设计师、内部装饰设计者还是对剧场和舞台设计师来说，霓虹都能启迪心智。它深深地吸引着电影制片人、时尚设计师、未来学家、怀旧迷和手工艺术家们。霓虹现象正在各地发生，全美国乃至全球——在欧洲、南美、亚洲。在所有的城市，都有激进的新潮霓虹公司、画廊和霓虹展览。为了跟上活跃的对创新的需求，生产变压器、电管等电器件公司正在忙于扩展和发明。

在发生如此频繁的创新背景下，人们对《当代霓虹设计》这样的创新作品集期待已久。该书试图围绕着霓虹的使用和应用，以文配图的形式给读者以视觉享受：作为艺术的霓虹、高层建筑上的霓虹、使人愉快的霓虹、自然环境中的霓虹……。

* * *

霓虹艺术能够在世界范围内复兴，应该归功于鲁迪·斯特恩的帮助。他的第一件霓虹雕塑是在 1967 年为建筑学院的展览而制作的。1972 年，鲁迪·斯特恩在纽约索霍创办了自在霓虹公司，该公司展出和出售世界各地的作品。他的公司为电视台、戏院、歌剧院、芭蕾舞剧院、音乐会、电影、博物馆、艺术画廊，也为“活动的光”艺术讲座、新商品展示会和环境艺术创作霓虹作品。他还建立了一个在香港、东京、阿姆斯特丹、米兰设有分支机构的咨询和设计集团。

鲁迪·斯特恩是《自在霓虹》一书的作者，该书搜集了这一领域的权威的原始资料。鲁迪·斯特恩现居纽约，但是作为一个艺术家、设计师、顾问、作家和教师的国际性活动从未中断。最近，他有机会获得联合国的赞助，研究霓虹在中国的发展。

* * *

本书中文版策划组

- 刘慈慰 欧 剑 张惠珍 樊申秋 孙立波
- 沈火生 沈德廉 池 洪 涂 华 刘 峰

本书中文版联合出版发行单位

中国建筑工程出版社
江西科学技术出版社
江西省新华书店

C O N T E M P O R A R Y

NEON

TU113.6 \ 3

C O N T E M P O R A R Y

NEON

BY RUDI STERN

当代霓虹设计

[美]鲁迪·斯特恩 编著

林 罡 译 蔡秉乾 校

中国建筑工程出版社
江西科学技术出版社
Visual Reference Publications, Inc.

TU113.6
3

版权登记图字：14-1999-91号

图书在版编目(CIP)数据

当代霓虹设计/(美)鲁迪(Rudi,S.)编著;林昱译.

-江西:江西科学技术出版社 北京:中国建筑工业出版社,
1999

书名原文:Contemporary Neon

ISBN 7-5390-1488-1

I.当… II.美… III.建筑设计-世界-图集 IV.TU69

责任编辑:张惠珍 向建国

美术编辑:黄燕 姜敬丽

责任校对:赵明霞

© Copyright 1990 by Rudi Stern

本书经 Visual Reference Publications, Inc. 出版公司正式授权我们在中国翻译出版发行中文版。

当代霓虹设计

[美]鲁迪·斯特恩

林昱译 蔡秉乾校

出版 中国建筑工业出版社 江西科学技术出版社
发行 北京西郊百万庄 南昌市新魏路17号
邮编:100037 邮编:330002

经销 各地新华书店

印刷 深圳中华商务联合印刷有限公司印刷

开本 787×1092毫米 1/10

印张 19 1/4

印数 1-2000册

版次 1999年6月第一版 1999年6月第一次印刷

书号 ISBN 7-5390-1488-1/TU·69

定价 180.00元

(赣科版图书凡属印装错误,可向出版社出版科调换)

目 录

导言	7
图案	8
建筑	40
产品	80
雕塑	92
索引	190
致谢	191

导言

霓虹正在日渐盛行起来，它开始实现自己的承诺。在雕塑、建筑、图案乃至产品方面，它的创造性潜力被活跃地探索着、实现着。霓虹被运用得越充分，对它的潜力的需求也就越复杂。公众开始知道霓虹到底是什么，他们开始将霓虹与其他光源区分开来。他们开始明白霓虹可以书写它自己。艺术家、建筑师、灯光设计师和图案设计者，最终还有消费者开始严肃地关注霓虹。

我为本书精心选择了例子，以证明一些赞誉之辞是可信的。我不知道还有其他什么别的媒体有这样的气势、深度、广度和活力。我认为今天霓虹就其丰富性来说是得天独厚的。我特别欣赏那些不墨守成规的“霓虹狂人”们，他们对实验无拘无束，完全为这种“明媚灯光”的神秘所倾倒，为之疯狂着迷。虽然没有明确的公众认同、赞许或者看得见的金钱支持，他们仍在探索这种自在过程的极限。他们研究着技艺领域，这些领域不为人所知，或者有时被标牌设计者们看作是些“错误”。有一个不断扩展的霓虹网络，人们可从中获取信息或者在不同活动方式之间交换信息。新技术、新鲜的应用还特别得到鼓励，技术信息对那些能够从中得益的人是免费的。地理上的界限消融在互相支持、互相作用和国际性的霓虹社区里。狂热和竞争曾那样普遍地推进着对媒体的追求，这次却不是如此，因为卷入其中的每个人看来是被一种共同的发现感所激励。

我们处在这样一个时期：由于有益的体验能够分享，一种新设计方向或者技术上的开发几乎立即就会被引入另外一种新方向或新领域。由于霓虹跨越全部的技术和设计活动的领域，它享受着自己的创造性发现的丰裕。这本书就是试图调查这一过程。只要有可能，我就想让这些设计者和艺术家们去用自己的话说明这种探索的性质。总之一句话，他们说的是发明的兴奋。

这一领域很少有传统上禁止革命性变化的意图，相反，这里有的是这一技艺觉醒后的朴实。尽管大部分时间被忽视因而被抛置一旁任其发展，它始终被开拓不止。当霓虹在美学上日渐成形，对它的财力上的支持也增加时，我希望这一领域仍能够保持现在拥有的活力。

这本书的目的是进一步建立和支持日渐增长的霓虹网络。它的分支遍布维也纳、阿姆斯特丹、东京、巴黎和辛辛那提。这意味着鼓励成长，甚至是给那些怀疑者提供足够的好奇心，以便使这一潮流继续下去。这个有机进程是活跃的、令人振奋的，我最感幸运的是曾经对此起了促进作用。

鲁迪·斯特恩

图 案

一般公认乔治·克劳德在 1910 年左右发明了现代霓虹的制作工艺，他的本意并非霓虹只应该和广告牌联系在一起。他从未想到过位于蒙马尔特大道的一个男理发师馆的温馨的美发沙龙的招牌或者在香榭丽舍大街上大胆的白色霓虹灯广告是一种对这种媒体潜力的定义。克劳德认为霓虹就是一种光源，而且是光源中重要的一种。他的同事和他的商业合伙人在努力卖出特许经营权的过程中，劝阻克劳德不要去追求他的有关霓虹的最初直觉。

霓虹是一种广告牌这种传统从一开始就建立了，而且直到最近这种想法一直在公众的观念中续存。当然是因为这个原因，电气广告牌的生产者们觉得自己对霓虹有控制权。他们觉得霓虹这种媒体完全属于他们的那个领域，在他们的控制之下。我们现在知道，这种媒体和技艺可以按其他许多种方式，用于其他许多种目的。在整个世界，霓虹已经从那些旧框框中解放出来了。现在，凭借这种新的自由，用霓虹制作的广告牌正在打破那些控制了霓虹生产的人最初强加给它的那些传统的界限。对于霓虹的制作或者制作的可能性，顾客从来都没有独自占有过足够的信息，以致除了显而易见的和容易得到的以外，他们不能要求得到更多的东西。通常，生产者从来没有提供更多的东西。因此，霓虹在 60 年代几乎绝迹了，它衰落的一个很重要的原因就是忽视、错误的信息和混淆不清。

在这一章中，广告牌代表了一种新风，它已经吹进了标牌商店里。它的多样性是技艺更加精微的专家、进入该领域后获得了更大自由的年轻人，以及供应商们对新方向的鼓励的结果。许多老的和大的广告牌公司发现它们的霓虹产品复活了，常常是青出于蓝而胜于蓝。他们不再对来自设计者、建筑师和在街上游游荡荡的人们的提问充耳不闻。他们现在仔细地听取顾客们对美的要求。他们开始懂得经济学，懂得使耳聪，使目明，紧跟市场的变化。而此前数年，他们还在嘲笑那些“异端”的创新要求，或者以“不可操作”为由枪毙一些项目。这些作为例子的广告牌显示了技艺在那些受到严重反对的领域里走了多远。正是在这些领域里，电气广告牌的交易是最不可调和的，某些人将坚持“你也许知道所有的神奇的技术，但是我们知道怎样去制造广告牌，这是我们的事，我们在你出生之前就一直

做这件事了”。

正像他们一度做过的那样，霓虹学校(现在在美国不仅是以前一两个学校)今天不再坚持学生们只搞广告牌。年轻人不再认为霓虹是专门为广告牌而设的，这里也没有那些对新尝试、新技术、新硬件，或者追求新观念的限制。几乎没有任何东西因为太离奇、太新潮，或者太过复杂而被排斥。随着这种新的肯定主义的情绪，这种媒体处在一个非常好的和难得的时期，在这里任何事情都被看作是可能的，每种观念都值得一试，每种实验都受到了鼓励。无论是在生产者这方面(不管他是多么大还是多么保守)，或者在公众这方面，以及设计者或技术规格制定者这里，都不再有一堵抵制的墙。所有的东西都是开放的，新的一页被翻开了，霓虹这种媒体的未来开始了。我们都幸运地成为其中的一员，享受着这种奇妙技艺带给我们的自由。我们幸运地同霓虹相处于这样一个时代，任何事情都成为可能，也没有学术上和经济上对可以做什么的限制。和一种处于精力旺盛的青春和乌托邦式自由之中的技艺共处该是多么快乐的事情！这些广告牌所处的城市环境是这种光明的自由的受益者。一些通常由灰暗的、世俗的和反人文精神的建筑组成的城市被这些标志和象征带到了街面层的生活中，这些标志和象征凭借其新鲜感和能量成为重要和有意义的里程碑。面对创造性的图案(即使是作广告或者促销，它们仍保持了纯粹的视觉上和可以欣赏的经历)，那种在高等艺术雕塑和商业艺术之间武断划分的界限已经消融了。这些标志和象征的生命，尽管是由那些希望引起注意的委托人赋予的，但不是取决于它们所表达的信息，而是取决于媒体本身，以及它所象征的生命力。

背面：

6 LEVEL RETAIL MALL PROJECT

六层大型零售商场项目的细部

纽约州，纽约市，时代广场，百老汇

照片提供：交流艺术公司，1989年

设计者：纽约联合设计公司的费伦·韦恩斯科特和路易斯安那州耶德合伙企业的费伦·约翰·耶德

合作者：艾希纳房地产公司，阀门装配系统开发公司，美国哈扎纳公司，豪恩公司

这一画面由多层标志和象征符号拼贴而成，设计风格近似于香港第二城市广场项目，该项目是一个三维的棋盘状活跃图案。引人入胜之处是一个叫做“惊世奇才”的由电脑控制的多媒体视听系统。通过一面6层的圆弧形玻璃墙可以看到，这一项目将使用自动照明装置、带有霓虹标志的精致的构架以及一个带有液晶全自动显示系统。





Marketplace at the Grove, San Diego, CA

加州圣地亚哥格罗夫的市场

所有者：加州圣地亚哥的威廉姆·J·斯通合伙企业

建筑设计：圣地亚哥，玻璃钢管协会/建筑规划设计公司

环境艺术图案设计：加州圣地亚哥玻璃钢管协会和一体广告牌公司，理查德·本森

制作：一体广告牌公司

照片赞助：一体广告牌公司和库尔特·鲍尔

摄影者：吉姆·西蒙

CAMPUS LEVEL SIGN

校园多层广告牌

新泽西州，布里奇沃特，布里奇沃特公地，1988 年

所有者和开发者：哈恩公司

尺寸：直径 6 英尺 3 英寸，厚 30 英寸

艺术指导：亨利·贝尔

设计者：比拉恩·高夫

制作者：诺德奎斯特标牌公司

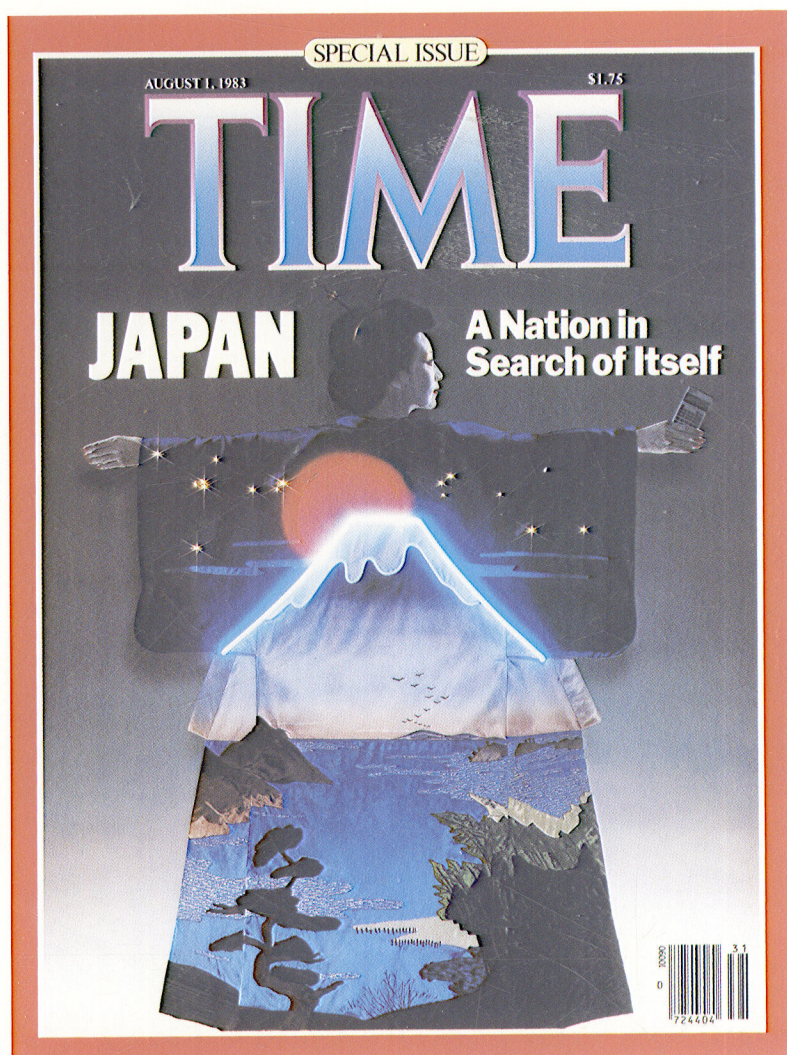
摄影：R·格雷格·赫斯利公司

照片赞助：交流艺术公司

材料：真空成形的丙烯酸树脂，喷漆铁皮，抛光的黄铜和霓虹



这一具有创意的大商场上的标牌，其多角度的利用了霓虹。有才能的设计者们从传统的对霓虹标牌的限制中解放出来，在表现形式方面开辟了许多新领域。就像这一充满活力的标牌一样，这些最好的例子都是精致的雕塑。



TIME MAGAZINE COVER

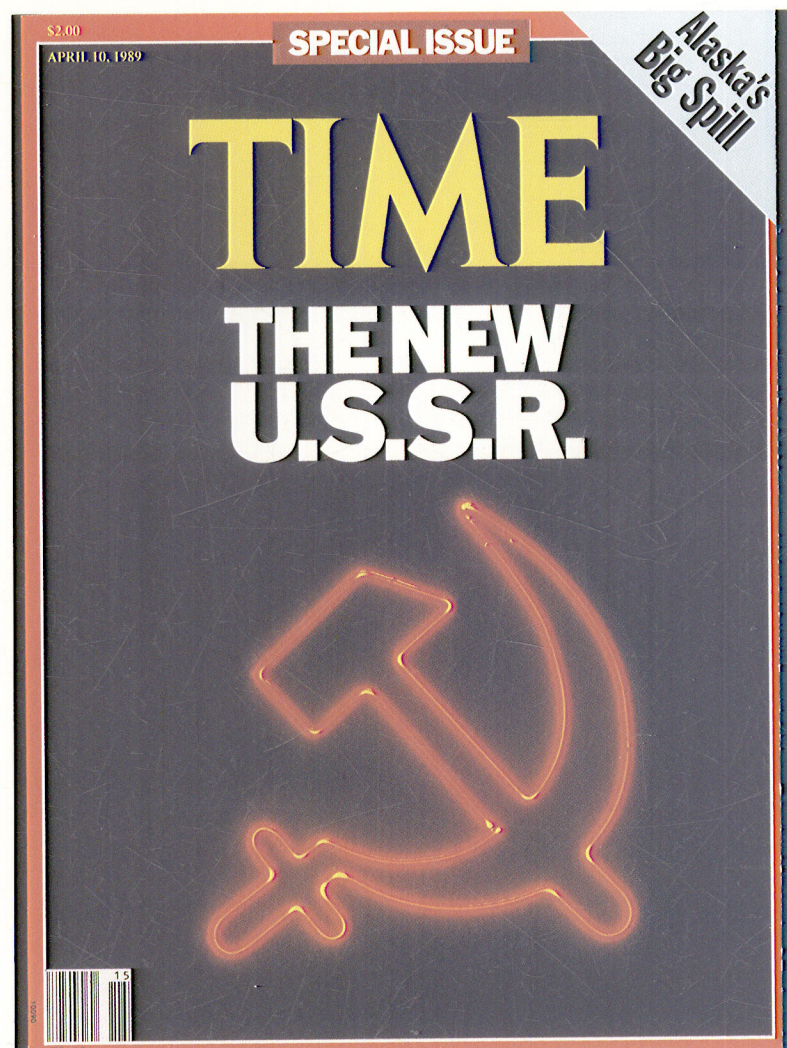
《时代》杂志封面

日本版，1989年8月1日一期

和服设计：帕森-米尔斯公司的奈杰尔·赫尔姆斯

霓虹设计：纽约州，纽约市，自在霓虹公司

摄影：乌尔夫·斯科格斯贝里



TIME MAGAZINE COVER

《时代》杂志封面

前苏联版，1989年4月1日一期

霓虹雕塑：纽约州，纽约市，自在霓虹公司

摄影：罗伯托·布罗藏

艺术指导：《时代》杂志社的鲁迪·霍格伦

照片赞助：琳达·弗里兰

MAIDEN FORM AD

少女形象广告(右页)

约1980年

摄影：纽约州，纽约市，自在霓虹画廊





RADIO PACIFIC

太平洋广播电台

新西兰，庞森比的斯里兰普斯，1986年

尺寸：2.4米高，2.4米宽

材料：带有遥控变压器的涂蓝色的槽形金属盘

设计者：斯特林·托马斯

霓虹制作和安装：“利用霓虹公司”，保罗·哈蒂根

摄影：汉密尔顿·伦德

由新西兰的原克劳德霓虹公司特许经营的保守的英式霓虹广告牌。流行了近半个世纪之后，保罗·哈蒂根和他的位于奥克兰的“利用霓虹公司”掀起了一股激进的图案设计的新浪潮。这些作品是哈蒂根调动新研究成果的例子。

SAKS: EXTERIOR SIGN

萨克斯：外部标志

新西兰，奥克兰

设计者：保罗·哈蒂根，1985年

尺寸：3.2米高，5米宽

制作和安装：新西兰，奥克兰，“利用霓虹公司”

摄影：保罗·哈蒂根

