



生活↑设计物语

上海教育出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

生活——设计物语 / (日) 刘欣欣编著. —上海: 上海教育出版社, 2002. 11

(刘欣欣说日本)

ISBN 7-5320-8523-6

I. 生... II. 刘... III. 建筑设计—作品集—日本—现代 IV. TU206

中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第092320号

## 生活——设计物语

编 著 刘欣欣

出版发行 上海世纪出版集团  
上海教育出版社  
(上海永福路123号)  
邮政编码 200031

经 销 各地新华书店  
印 刷 上海市印刷七厂  
开 本 850×1168 1/32  
印 张 5  
印 数 1—4,100

版 次 2002年11月第1版  
2002年11月第1次印刷

标准书号 ISBN 7-5320-8523-6/I·29

定 价 16.00 元

# 孤影奇行

◎文：昌子

◎ 写刘欣欣的人很多，在日本我至少读过十篇以上关于他的文章。有人说他“狂”，有人说他“怪”，直率的人说他“口臭”，文雅的人说他“另类”，这些词似乎都很适合他。我在大学毕业刚刚当上记者时就认识了这个中国男人，从此我便开始追踪他，转眼过了十年，看看自己写过的他和别人写过的他，觉得都很象，又不全象。后来我读了中国的传统故事“瞎子摸象”，我笑自己也成了瞎子之一。这次在上海巧遇，得知他要出书，便想借此机会把十几年来被他蒙骗的怒火发射出来，理出大象的全貌，公之于众。出版社的同志支持了我的想法，在此我深深的谢谢他们。

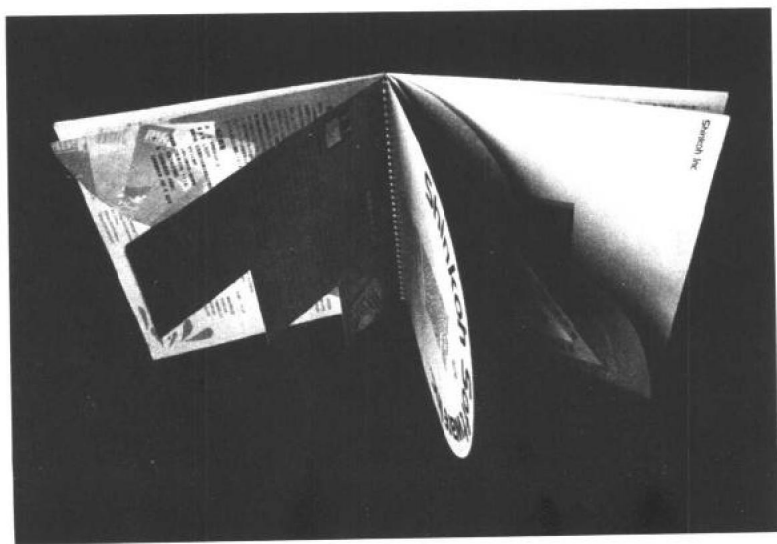
## 刘欣欣有些“狂”是事实。

◎ 1985年当他第一次坐上飞机，从北京飞往东京，当飞机飞过富士山的时候，他竟然对着窗口说：“富士山，让您久等了，伟大的艺术家我来了。”十年后有人说起这事，他羞得像个新娘子。他说，十年来他觉得自己每一天都在缩小，他早已知道了什么叫不知天高地厚，什么叫山外有山。然而这时他已从一名在中华餐馆刷碗的穷学生，成了在东京颇有影响的“新华侨”，他的职称是广告策划人、平面设计师、现代艺术家……有声有色的指挥着一家广告设计公司。

据我所知刘欣欣的狂并不是到了日本以后才形成的。1981年 he 刚从黑龙江考入清华大学美术学院（原中央工艺美术学院）不久就给自己写下这样的词句：  
**“怀抱千江，意在四海。”**可见他的狂是有历史的。

## 刘欣欣有些“怪”是事实。

◎ 1990年日本有家公司征求公司样本的设计方案，许多著名设计师的方案都被老板觉得“不怪”，没有创新而未采纳。这时在箱根（东京郊区著名的温泉地）泡温泉的刘欣欣突然奇思怪想地想到，有法律规定书一定是方的吗？随后他马上设计了一个每一页都是不同形状的设计方案，老板看了以后连说“怪得绝、怪得妙、怪得好”。该样本由此在设计圈里还引起了一个小小的波澜。



## 刘欣欣是个孤来独往的人。

◎ 1981年他背着父母，只身来到北京，在他人“不自量力”的指责声中，他走进了中央工艺美术学院的考生，他是文化大革命后第一个走进中央工艺美术学院的齐齐哈尔人。

◎ 1985年春天，他在北京举办了第一次个人画展。完全抽象和用综合材料制作的作品，在当时刚刚改革开放不久的中国，又迈出了一次孤独之旅。大学就要毕业，在同学们为了一个留京指标而撕破四年同窗之情时，他选择东京，从此揭开了他旅日的行程。

◎ 1989年，他考入了几十年来一直保持在日本大学入学考试竞争第一的，被日本人称为云天上的东京艺术大学研究生院攻读艺术设计硕士。在他去领入学通知书时，大学教务处的人说我是第一次给来自中国大陆的自费留学生发入学通知，并要与他合影。他却把通知书装进了书包又去中华餐馆刷碗去了。

◎ 1987年初他在日本举办了来日以后的第一次个展。他的抽象彩墨作品《潮骚》引起了日本媒体和画商的追击。从此以后每年他都要在日本各地举办多次个展。1988年他的油画作品《天女》被选入日本上野之森美术馆大奖展，彩墨作品《自画像》参加了亚洲现代美术展。1989年他的抽象水墨作品《黑潮》参加国际现代纸艺术展并荣获优秀奖。



◎ 1989年他作为一名设计师正式加盟平面广告设计行业。他为中国国际航空公司设计的机内杂志和为日本夏蜜尔制鞋公司设计的样本等许多作品，都被客户和业界称为经典之作，保持了很久。在此期间他提出了标志设计不仅仅是表象的图形化，而更应该重视表现意象的“意象标志”的说法。

◎ 1993年，刘欣欣开始涉足广告策划、品牌策划领域。他为日本国际电话电报公司策划的，一个月增加用户2000人，增加营业额2000万以上的活动，轰动了日本国际通讯行业。日本客户对他的评价是“策划有效，设计经典”。

## **刘欣欣有一条轴线，那就是艺术。**

◎ 我一直想知道他是干什么的？然而，我的苦思经常是无用之功，平面设计、广告策划、品牌包装、美术、雕塑、陶艺、摄影、评论、教书……都是他的职业，有一次他是这样回答我的：“你知道在我的家乡有一道叫‘乱炖’的名菜吗？我很喜欢这道菜，我的职业也与这道菜一样。”他说他是跟着感觉

走的人。后来我细品这道名菜，似乎悟出了一个味道，那就是艺术。

**刘欣欣很固执。生活就是穿在脚上的鞋，舒服不舒服自己的脚趾头最清楚。**

◎ 他喝啤酒不喝白酒；喜欢海但不会游泳；听音乐不唱歌；讲究穿着但不买名牌。他常说生活就像穿在脚上的鞋，舒服不舒服自己的脚趾头最清楚。他常年坚持跑步，拒绝补药，相信身体是锻炼出来的而不是补出来的。

◎ 但我认为知识的补品是必要的。不知道刘欣欣的独特眼光、奇思怪想的思维跨度能不能为您了解日本策划出一道经典补品？

昌子

2002年春于上海



生活个设计物语





设计是人类生活品位的座标。

人类生活的历史，离不开设计。自从远古时代人类化石成器就揭开了人类设计的历史，只不过人类初期设计是最基础的本能的，在造物过程中实现的。社会的发展促进人类社会的造物能力，改造自然、掌握自然能力的提高，人类把本能的造物上升到了有意识的造物，从维持生存的造物发展到了享受生活的造物。在这个漫长的人类发展历史长河中，设计从来没有离开过人类。

在现代社会中，设计力不仅是一个附加在造物力上的表象，而成了一个国家，一个地域人们生活品位的座标。众所周知，日本是一个设计大国，在20世纪，尤其在二次大战以后随着日本经济的迅猛发展，日本在建筑，产品及平面广告商品包装等方面的设计均得到了世人共识的成果，然而，这成果究竟有多大是很难用一句话来说清的。

说成果很多人一直喜欢用显赫的建筑，惊人的创举，注目的获奖作品来举例，固然这些闪闪发光的亮点是十分重要的，但是由一件小事使我换了一个思维的角度，使我发现在平平常常的日子中，许多无声无语的设

计也许才是设计的所在。

几年前有一次清华大学美术学院的校友们来东京访问，我为尽地主之谊自然抽空陪他们到处走走，在他们临回国前我问了一下他们几天来对东京的印象，想不到几个人异口同声的说：“处处有设计”。

他们告诉我，几天来他们在东京一直找没有设计的角落，偶尔发现一处，几个人都很兴奋“看东京也有没有设计的地方。”这兴奋有点像在北京找到一处很有设计的地方一样。大家到底都是搞设计的，说起话来从头到尾都是设计。

送走校友我一直在想也许自己在东京生活太久了，自己虽然被包围在设计中但早已麻木了，也使我想到设计本来就是为了生活而存在的，它也许并不是为了显赫什么，所以这平平常常的日子中的设计不也正是设计的真正意义吗？我开始在生活中注意起设计来了。

我这个人本来就坐不住板凳，一个地方呆久了总要出去走一走，喜欢游山玩水，我曾从日本的北海道到九州沿着日本的国土走了一圈，我还真在平常的生活中找到了很多有趣的设计，其中有路边的电话、路灯、巴士

车站，当然，也有宏伟的建筑……，我又喜欢照相，所以日久天常就积累上了几千张的幻灯片，去北京时也常放些给同学们看看。2000年上海教育出版社的朋友来我家作客，看到了这些就建议我出一本书，把作为一个设计师看到的日本生活中的设计写出来，也让大家一起看看，走走，在日本的大街小巷上逛逛、找找无声无语的设计故事，我欣然接受了这个建设，就想与大家一起溜达溜达。

日本是一个细长的岛国，在同一个时间里可以享受四季的变化，这里没有沙尘暴，没有酸性雨，天空多数是蓝蓝的，都市是繁华的，小镇是宁静的，一边闲逛，一边看设计真是好过瘾，真要感谢上海教育出版社的朋友们，希望读者也和我一样的心情老好！

刘欣欣

2001年3月于东京初稿

2002年3月于上海完稿





有人类就有房子，有城市就有建筑，建筑作为人类造物的最大工程自始至终在人类设计上占有最重要的地位。人类社会的发展，建筑概念的变化在今天是最明确的。

20世纪人称建筑的世纪，人类社会的短短一百年的时光里造就了多于前人 $n$ 倍的建筑，而比建筑的面积和规模更值得一提的是建筑概念与设计的全面更新。20世纪的建筑打破了以往建筑是权利和富有的象征意义，它真正成了为人所用的实体。紫禁城，金字塔，罗马宫殿的空间割据式存在感已被打破，建筑作为“物”来显示自身存在的价值已不存在，设计师用框架的线与透明的材料消



除了建筑“物”化的自身存在，建筑在被隐藏起来的认知度中重新开拓了一个新的与自然共有的空间。建筑在创造“体”的设计之中融汇了视觉，听觉，触觉，在建筑→“体”与人的认知→视觉碰撞的同时连接新旧，内外，纵横，上下的体量。人们从此已不再去为思索那高深莫测的红墙大院中的神秘而苦思冥想，因为，墙壁是玻璃的，透明的，空间为世人共享。