

欧洲设计风景线

A PANORAMA OF EUROPEAN
DESIGN

• 邱志涛 著



本书配有光盘

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



欧洲设计风景线

A PANORAMA OF EUROPEAN DESIGN

邱志涛 著

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

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

欧洲设计风景线 / 邱志涛著. —北京: 北京理工大学出版社, 2005.7

ISBN 7 - 5640 - 0571 - 8

I. 欧… II. 邱… III. 艺术设计 - 设计 - 欧洲 - 图集 IV. J534-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 072348 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (发行部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

电子邮箱 / chiefedit@bitpress.com.cn

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京华联印刷有限公司

开 本 / 965 毫米 × 635 毫米 1 / 16

印 张 / 11.25

字 数 / 280 千字

版 次 / 2005 年 7 月第 1 版 2005 年 7 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 3000 册

定 价 / 88.00 元

责任校对 陈玉梅

责任印制 吴皓云

图书出现印装质量问题, 本社负责调换



> 邱志涛

株洲工学院包装设计艺术学院副教授；
家具与室内设计专业在读博士；
赴以色列访问学者；
曾赴欧洲、中东、俄罗斯、非洲、港澳等地考察；
发表论文三十多篇；
出版专业书籍两部；
多次获得国内外各类设计大奖；
参加和完成国家级、省级科研课题三十余项。

序

人们常说，上帝把所有的好东西都赐予欧洲了，不无道理。这块人杰地灵的区域，不仅孕育了人类最现代的文明，也构筑了世界上最时尚的文化。

作为现代设计的摇篮，早在19世纪中叶，伦敦世界博览会上的劣质产品，便引发了设计师和艺术家们对工业革命和机械文明究竟带给人们什么的思考。之后，威廉·莫里斯领导了艺术与手工艺运动，拉开了现代设计的序幕。自此，欧洲现代设计通过发生于各国的历次设计运动而获得了长足的发展，并一直引领着世界现代设计的潮流。这不仅说明了欧洲具有无可比拟的深邃的设计文化底蕴，也证实了这片土地上拥有现代设计大力发展的优越的自然环境和坚实的经济基础。

志涛君近年来游访了欧洲不少的国家，并对所到之处的设计状况进行了精心的考察。他以一名设计教育工作者的眼光，生动地记录了自己在欧洲诸国游历中的所见所闻。呈现在读者面前的《欧洲设计风景线》，便是他悉心搜集、全力整理出的设计经典集成。我为此书之成功付梓深感欣慰，并表示由衷的祝贺。

《欧洲设计风景线》鲜活地展现了欧洲的环境艺术设计，建筑设计，广告、招牌、标识设计以及风格各异的店面与橱窗设计的风采。这些设计创意奇巧、风格别致、制作精良、令人耳目一新，对我们的设计创意和设计教学具

有很好的借鉴和参照价值。作者以独特的视角，带领我们对欧洲现代设计作了一次有意味的巡礼，并以一名设计师的深度思考，撰写了耐人寻味的评析短文，以引发读者的随想与思考，反映出作者与众不同的观察方式和独特思维。

作为一道亮丽的风景线，《欧洲设计风景线》的问世，不仅是一份应用性极强的专业资料，也是一部欣赏价值颇高的精美图卷。相信它能够在学界和读者中产生可观的影响，发挥理想的作用。

是为序。



2005年初夏雷雨声中于京华松榆书斋

张夫也

清华大学美术学院 教授、博士生导师

清华大学美术学院艺术史论学部 主任

《装饰》杂志 主编

著名的外国工艺美术史研究专家



前 言

终于有机会把在欧洲拍摄的设计资料出版和作说明，这是我的愿望。

曾去欧洲多次，每每在品味欧洲的各类设计的时候，总是被设计师们的创造智慧以及精良的设计品质所打动。读大学的时候就有一种愿望：到欧洲去看艺术、看设计，因为现代设计以及教育都起源于那块土地，老师也只能提供一些模糊的印刷图片来讲述欧洲的设计如何的好，我记得课程中关于蓬皮杜艺术中心的介绍，外露的管道、现代观念的作品，让我对它有了更多的向往。

欧洲八国考察，这是一个非常好的学习机会，在出行之前的两个月我就做好了各种准备，准备好摄像机，并配好可用的电池、磁带；筹备好数码相机，考虑到数码相机卡的容量限制，还专门借了一个笔记本电脑，之前做了非常多的装换练习，并且备好了传统专业胶卷相机，买好了足够的胶卷。这些准备确实很复杂也很必要，但有一个环节更让人劳心，这就是为此准备的充电设备和考虑在欧洲不同国家的电源插座以及转换。临行前在北京买好了各种不同转换插头（结果在欧洲很多地方还是不够），故此，结果一装箱满满一包全是设备，乱而沉，又只好分成多种行李装载模式，同时，还要考虑飞机上的使用和外出拍摄的各种便利，为此，在出发前，我已做好了充分的拍摄准备，基本万无一失。这个过程虽然很繁琐，但是对收集资料是非常有效的，我总是秉承了一个

理念想法：一定要利用一切有效的时间来收集资料。事实上，到了欧洲以后我也是这样做的，白天参观完，晚上要转换图片数据，为各种设备多次充电，所以往往要到很晚才能休息。即便如此，我完全为我的付出感到兴奋和充实。当然，很多事情都不是一帆风顺，在收集拍摄的过程中常会遇到一些不愉快的事情，如：因为拍摄而耽误时间等的原因，经常被同车的团友责骂；几次在拍摄中因带设备多而险遭抢窃；几次为了拍好某个角度的设计而险遭车撞；为了临时转数据到笔记本，不仅要带上笔记本电脑，且还经常在如教堂、公共区域等地方转换照片数据时被警察干涉；在许多商业场地拍摄时，也时常有服务人员指责。当然，在拍摄过程中是在遵守法规的基础上进行的，虽然期间有很多的幽默举动，但最后的拍摄成功也让自己高兴不已。现在，再来看看这个过程，却也很值得回忆，同时，所得到的每一幅设计图片就显得非常的不易，回来整理的过程中，才发现许多设计资料是国内没有见过的，而且大部分的图片质量都非常好，所以，今整理出版以飨观者，应该会有所帮助和启示。

前面说到为了拍摄资料做了很多的准备，因此，资料的拍摄质量较好。但又因为收集的过程是在有时间限制的参观中进行，且所拍资料都是即看即拍的设计，所以，很多设计资料并没有经过专门的拍摄规划，图片所呈现的场景状态是较自然的。本书中的图片风格基本保持了一种写实的手法，让观者能进入一个理解设计的现实状态。小部分图片因是在车上或抢拍的，故此，图片效果可能不尽人意，但是，从学习欣赏的角度去看应该不是问题。当然，书中缺陷难免，也望广大读者给予更多的批评和建议。

到欧洲考察，最大的感受是在城市的每个地方都有设计的身影，循着设计去看它的作用，几乎没有多余的花里胡哨的东西，设计的客观性和合理性是系统思维模式的反

映，同时，又是建立在以人为本的基础上，来丰富设计的文化内涵。在欧洲我有太多的感受，比如：为了不影响城市的各种视觉整体效果，往往有一些小而精的招牌或标志设置在建筑物上；许多地方小面积出现较艳的色彩而不感到花哨，是因为建筑物和其他配景都为灰色调。在欧洲还有一个最大的体会，就是无论 you 到何处，当地人们对传统文化、遗迹的保护和传承意识非常浓。法国政府严格规定，凡是有历史的古迹，如建筑以及建筑物上的任何结构等，如果要改变，必须经过政府的认可。法国的老城和新城以一个新的拉德芳斯 (La Defense) 凯旋门作为区分，让新旧文化的对比更清晰；城市中可能集合了古老文化与现代设计的多种因素，但是每一个东西都与其他的环境协调。

在欧洲各地会看到非常多的有自己风格的设计，但是，这些风格的形成，一定与形成这种风格的国家或地区的历史传承分不开。在欧洲许多地方都有这样的感觉：好的设计不仅要协调环境，更重要的是有一个整洁的卫生状况。另外，我还感受到欧洲人有较高的素质和艺术设计的修养，无论是有层次的人还是普通人，他们都有一腔爱生活、爱艺术的热情。比如我们看到阿尔卑斯山区的农家房舍，无论是房屋的式样、颜色，还是内外的装饰，都反映出居住者的品味，同时，你可以看到那些“洋房”与自然的和谐，也能体会到与众不同的建筑特色。欧洲人生活在一个艺术与设计氛围都很浓的地方，设计给了他们许多舒适和便利，同时，他们也时刻在创造着人与物的和谐。所以，无论是走到哪里，人与自然的和谐会让大家感觉到很清新很舒服，这是整个城市设计协调统一的体现。

这一行是边走、边看、边品、边学，同时，自己的大脑也经过了一次洗礼。所到的西欧八个国家，每个国家的设计风格不一样，在我们的眼中，共同的设计观和生活理想让人感到羡慕，他们不会去破坏公共的设施，也同时扮演着一个

维护文明和创造设计美的角色。在参观过程中，不止一次地发现有很多不可思议的设计在生活中产生，如：在德国看到造型如玩具的吊车在吊庞然大物；在广告中也不乏非常态的创意。欧洲设计中所带来的幽默、夸张和稚拙感，极大地丰富了人们的生活，带来城市赋予大家的无尚情趣。

该书每个部分的案例都是在大量图片资料的基础上精选出来的，大部分都配有说明文字，且每个实例都会带有一个思维和启示。某些图片也许曾经看过，但在本书中所刊却有不同视觉点和理解度。

愿读者随着书中的内容来与我一道再游欧洲、再品欧洲的设计。我的希望是：在一个平和的心态中去细细体味书中资料所带来的快乐。当然，这些资料的背后是一个很广大的设计思维，领悟其精神实质，让我们共同在设计与生活、设计与人的和谐之中互动。



2005年5月于株洲

专家评论

设计文化的友好使者

——从《欧洲设计风景线》

看邱志涛先生

邱志涛先生的新著《欧洲设计风景线》一书，以独特的视角、真实而生动的图片，加上简要的文字，从“广告设计”、“橱窗与店面”、“指示招牌”、“产品设计”、“室内及环境设计”、“公共设施”、“雕塑”、“建筑”等八个方面，向人们展示和推介了欧洲设计文化的方方面面，让人读来耳目一新。

书中所收集的资料，绝大部分都是从欧洲各国城市中现场拍摄而来，是渗透到了人们实际生活中的作品，给人们提供信息、美化环境、装点生活，并潜移默化地影响着人们的思想、情绪和行动。

这些作品鲜明地反映出在欧洲文化背景下的设计家们有别于其他许多国家和地区的设计家的设计理念、思维方式以及设计方法和手段。比如，欧洲的设计家们特别注重求异，自觉遵循着艺术的大原则。所以，无论是广告设计、产品设计、室内设计，还是环境设计、建筑设计，无一雷同作品，连相似的也为数极少，总是标新立异、各具特点；又如，欧洲人的环保意识特别强，他们的招贴画与广告必须张贴在规定的如十字路口或公共汽车站等地方，并且都必须通过精心的设计与安排，绝不允许随意乱贴，整个城市显得干净、清新、有序；再如，欧洲的设计家们觉得设计作品的功能应是多方面的，不仅仅只是提供信息与实用。为此，他们在往作品中注入文化内涵的同时，总要塞进一点幽默、风趣与浪漫，给人们以愉悦与欢乐，让人们在高高兴兴、不知不觉中获得信息、增长知识、陶

冶性情……

这确是一本真实生动、知识丰富、信息量大的好书。我们同时也从这本书的背后看到了该书的作者邱志涛先生对设计艺术的执著追求与忘我工作的精神，看到了他为中西设计文化互动所做出的积极贡献。

我和邱志涛先生一同去欧洲考察意大利、凡蒂冈、奥地利、德国、比利时、卢森堡、法国、荷兰等八国的艺术，亲身领略了他的这种执著与忘我。

志涛先生是十分重视这次欧洲之行的，行前两个月就开始了认真细致的准备工作，添置了数码相机与摄像机，反复进行操作训练，解决好技术上的问题；到处了解欧洲的用电情况，充分估计可能出现的困难，努力找到解决这些困难的方法。我记得他为了买得一根与欧洲家用电器插座相适应的插头接线，就跑了株洲、长沙、北京三个城市六七个商店。这次到欧洲他带的东西最多，除了数码相机与摄像机外，还有胶片相机与手提电脑。书中有一幅他在维纳斯塑像前拍的照片，从身上挂的行头，便可见一斑。

一踏上欧洲的土地，志涛先生便如饥似渴地看，如饥似渴地拍，二十天时间，兴奋点和注意力始终放在“设计”上，走到哪里拍到哪里，能够拍放肆拍，不准拍偷着拍，时间紧抢着拍，白天拍摄，晚上整理，天天如此。一路上还发生过一些令人难忘的故事，比如，有些地方是不允许拍照的，如展览厅、陈列室，有些地方是不宜拍照的，如路道口，车站旁，可他一看到好东西，便情不自禁地拍起来，因此，常常遭到工作人员或警察的劝阻或批评。又如，集体行动最需遵守纪律和时间的，但是，由于拍照，他往往忘了时间，有好多次都是大伙坐在车上等他一个人，实在有些人恼火，他也只得跑得满头大汗满脸通红，上车后找个不显眼的座位恭听团友的埋怨与批评。不过，时间一长，又看到他是在学习和工作，大家也就理解和原谅他了。这次欧洲之行他带回了三千余幅实地拍摄的有关设计艺术的照片。

回国以后,志涛先生又花了两个多月时间将这些照片进行整理,去粗取精,分门别类,并制作成计算机课件,将其用到教学与科研中去。我曾推荐他到怀化学院与长沙大学作学术讲座,当时的怀化学院美术系刚刚送走北京的专家,加之工作特别忙,且对邱不甚了解,有不想接待之意,碍于我的情面才勉强答应并挤时间安排了这次讲座,但开讲后,情况出乎意料的好,人数越来越多,全场听众爆满,场内要么鸦雀无声,要么掌声雷动,讲座收到非常好的效果,系主任几次在我面前夸赞志涛先生。随后,在长沙大学的讲学也是一样,报告厅座无虚席,师生们普遍反映了解到不少情况,增加了不少见识,扩大了眼界,开发了思维。

自此便一发不可收拾,至今为止他已应邀到南京林业大学、浙江林学院、长沙理工大学等二十余所高校作过讲学,将自己的知识传给了越来越多的艺术学子。今天,志涛先生又将这些资料结集出版了,我们深信,将会有更多的艺术学子与设计界的朋友们从该书中受益。

邱志涛先生是一位不知疲倦、勤奋进取的学者型设计艺术家,是一位爱岗敬业的好教师,是中西设计文化互动的友好使者,我们为他所取得的成绩喝彩,我们衷心祝愿他取得更大的成绩。



2005年5月8日

于半月楼

曾景祥

湖南科技大学艺术学院

院长、教授、国画家、

中国美术家协会会员



目 录

产品设计

75

指示招牌

55

橱窗与店面

21

广告设计

1

室内及环境设计

91

公共设施

111

雕塑

125

建筑

145

结束语

163

【 广 告 设 计 】

A man with a surprised expression, wide eyes, and an open mouth is looking through a magnifying glass. The magnifying glass focuses on a smiling, blue, cartoonish globe. The globe has large, expressive eyes and a wide smile. On top of the globe are several world landmarks, including the Statue of Liberty, the Colosseum, the Leaning Tower of Pisa, the Eiffel Tower, and the Sydney Opera House. The background is a solid yellow color. In the top right corner, there is a large, stylized 'M' and the letters 'F' and 'a' are visible. In the bottom left corner, there is a logo for 'KÄRNTEN KLagenfurt' with a red rose emblem.

Die kleine Welt am Wörthersee

>> 夸张的形象、跳跃的画面，广告设计的形象视觉表现力是最好的语言。



>> 此例中表达了广告设计中的两个理念, 其一, 好广告不一定要使用现代的材料来衬托, 可能自然的媒体附着物更能体现现代感; 其二, 广告的创意可以在合理的基础上多一些搞笑和幽默, 使观者在欣赏之余自然地领悟广告内涵。