

# 新叶图

NEUUGRAPHIC



## 新·人物 NEW·CHARACTER

## 图书在版编目(CIP)数据

新平面·12/戈洪主编.——南京:江苏美术出版社,2007.12  
ISBN 978-7-5344-2329-1

I. 新... II. 戈... III. 平面设计 IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第073539号

责任编辑 徐华华 武迪  
封面设计 Mehdi Saeedi  
文字审读 王春南  
责任校对 吕猛进  
责任监印 黄炜

出版发行 凤凰出版传媒集团  
江苏美术出版社(南京中央路165号 邮编210009)

集团网址 凤凰出版传媒网http://www.ppm.cn

经 销 江苏新华发行集团有限公司

制 版 南京水晶山制版有限公司

印 刷 南京新世纪联盟印务有限公司

开 本 720X1000 1/8

印 张 11

版 次 2008年1月第1版 2008年1月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-2329-1

定 价 38.00元

营销地址 南京市中央路165号13楼

营销电话 025-83248515

## 主办 Sponsor by

视库文化传播机构

Seecoo Culture Communication Organization • Newgraphic Studio

## 协办 Co Sponsor by

江苏省广告协会平面设计师专业委员会

Graphic Designers Committee of Jiangsu Advertising Association

## 编辑 Edited by

视库图栈

Seecoo Studio

南京艺术学院设计学院

Design College of Nanjing Arts Institute

编委 Editorial Committee

戈洪 Ge Hong 孙袁群 Sun Zhongqun 朱成梁 Zhu Chengliang 徐华华 Xu Huahua 蒋杰 Jiang Jie

何见平 He Jianping 陈原川 Chen Yuanchuan 李根在 Li Gengzai 张磊 Zhang Lei 费文明 Fei Wenming

## 主编 Editor in chief

戈洪 Ge Hong

## 副主编 Subeditor

曹方 Cao Fang 蒋杰 Jiang Jie 陈琳琳 Chen Linlin

## 执行编辑 Executive Editor

李大伟 Li Dawei 王靖 Wang Jing

## 美术编辑 Art Editor

蒋杰 Jiang Jie 姚翔宇 Yao Xiangyu 王焱 Wang Yan 陈洋 Chen Yang

## 英文编辑 English Editor

费文明 Fei Wenming 汤凌洁 Tang Lingjie 史晓君 Shi Xiaojun

## 特邀编辑 Special Editor

肖雷 Xiao Lei 蒋华 Jiang Hua 莫军华 Mo Junhua

## 特邀海外编辑 Special Reporter abroad

滕学岭(英国) Teng Xueling (England)

李根在(美国) Li Gengzai (America)

牟 雷(荷兰) Mu Xue (Netherlands)

王 滨(法国) Wang Bin (France)

宋博源(日本) Song Boyuan (Japan)

新平面

## 视库文化传播机构

中国·南京虎踞北路15号南京艺术学院  
Nanjing Arts Institute • 15# North Huju Road  
Nanjing • China 210013  
TEL 086-25-51696066 13851866488  
E-mail newproducts@vip.sina.com  
Http://www.seecoo.com.cn

- 002 过程的思考与作品的完成——日本平面设计师衫崎真之助访谈-----王怡琴  
Pondering over the Course and Finishing the Work—  
Interviewing with Japanese Graphic Designer Shinnoske Sugisaki -----Wang Yiqin
- 014 关于“CCCP实验室,派克博士+梅勒·罗斯”-----王靖采编 汤凌洁译  
About Laboratoires CCCP=Dr. Pêche + Melle Rose-----Wang Jing Tang Lingjie
- 026 视觉诗人——Mehdi Saeedi-----费文明  
Visual Poet—Mehdi Saeedi-----Fei Wenming

## 新·学术 NEW·SCIENCE

- 041 充满创造活力的19Blossom工作室-----费文明  
Vigorous Zone—19Blossom Studio -----Fei Wenming
- 046 传统为轴心 时尚为修饰——香港设计师陆国贤专访-----王 靖  
Interview with Hong Kong Designer Lu Guoxian-----Wang Jing
- 056 2007中国国际海报双年展-----方舒弘  
2007 China International Poster Biennial -----Fang Shuhong
- 066 杂记三题——大声 大师 大学-----张 磊  
Three Pieces of Miscellanea—Loudness, Master, University -----Zhang Lei
- 069 流行书装——读图时代书籍装帧“克隆”现象的批判-----夏燕靖  
Prevailing Book Design—  
Dnimadverting on the Copy Phenomenon of Book Design in an Era of Pictures-----Xia Yanjing
- 071 人与猴的区别——有感当今平面设计界之怪现象-----刘 青  
The Difference between Human and Monkey—  
about Odd Phenomenon in the Field of Contemporary Graphic -----Liu Qing

## 新·生活 NEW·LIFE

- 073 南昌“心事”-----方 祎  
Nanchang's Thinking-----Fang Yi

## 新·平台 NEW·PLATFORM

- 078 在图形里找寻——杨振-----视库图栈  
Seeking after Dreams in Graphic —Yang Zhen-----Seecoo
- 082 创作前行——关于设计前后的思考-----赵清  
Creation First—the thinking before designing-----Zhao Qing

## 新·信息 NEW·NEWS

- 088 书评-----李大伟 汤凌洁  
Book Review -----Li Dawei Tang Lingjie

# 过程的思考与作品的完成

## ——日本平面设计师衫崎真之助访谈

Pondering over the Course and Finishing the Work—Interviewing with Japanese Graphic Designer Shinnoske Sugisaki

王怡琴 Wang Yiqin

■ 请您做一下自我介绍，让中国读者更了解您。

我是AGI国际平面设计师联盟、JAGDA日本平面设计师协会、Tokyo TDC东京字体指导俱乐部、TDC纽约字体指导俱乐部、JTA日本印刷协会、DAS设计师等协会会员，同时也是成安造型艺术大学、京都造型艺术大学的讲师。

本人长期致力于印刷工艺研究，还从结构设计中探索设计极限的可能性。近年来对于信息传达设计领域产生了极大的热情，创作的实验性作品曾参加许多国内外大型展览，荣获许多奖项并被永久收藏，包括ADC纽约艺术指导俱乐部、富山国际海报三年展、布鲁若国际海报双年展等。



衫崎真之助

1953年生于日本奈良。1975年毕业于大阪艺术大学设计专业，1986年成立真之助设计事务所。衫崎真之助认为，设计作为一种信息传达结构，目的是为了建立传达路径，这种传达必须是清晰而高效的。他工作的领域较宽，包括广告、商标、信息及空间设计。客户群也比较多元，既服务于企业，也服务于文化机构。

### 近年来所获奖项

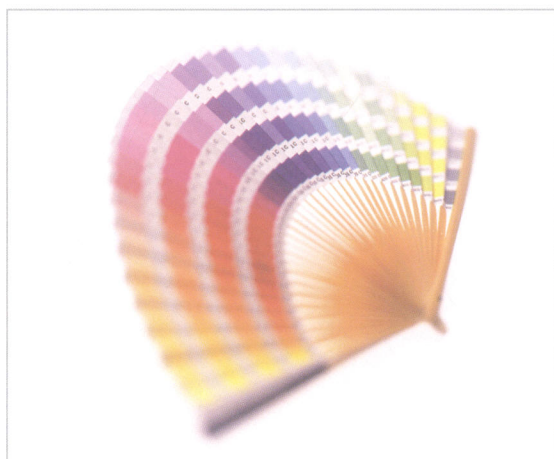
- 2007年、2006年 纽约字体指导协会 印刷卓越奖
- 2007年、2004年 香港国际海报三年展
- 2007年、2004年、2003年 Nikkei广告奖，Nikkei金融日报
- 2006年、1998年、1997年、1996年 纽约艺术指导协会特别价值奖，价值奖
- 2006年 上海国际海报大赛
- 2006年、2003年、2000年、1997年 富山国际海报三年展
- 2005年 香港设计师协会奖
- 2005年、2003年 拉赫蒂海报双年展
- 2005年、2004年、2003年 字体协会年度展，最佳作品奖
- 2004年 宁波国际海报双年展
- 2004年、2002年 布鲁若国际平面设计双年展
- 2003年、2000年 泰拿华海报三年展
- 2002年、2001年 媒体平面展
- 2002年 目录、海报、经济贸易与工业部奖
- 2000年 国家日历展览会工业技术领袖奖，日本国外贸易组织奖

### 展览

- 2007年 品德、真诚、美 - Shinnoske Sugisaki与Yoshimaru Takahashi平面设计，汉堡艺术与手工艺博物馆
- 2006年 AGI日本会员海报近作展，东京G8创造画廊
- 2006年 AGI KAKEJIKU（日本形式的挂轴画）展览，东京ggg、京都 Seika大学
- 2006年 AGI 会员展，P&P画廊，东京印刷博物馆
- 2006年 环境平面图，大阪纸音画廊
- 2006年 纸设计，大阪Seikei大学艺术与设计部、纸音画廊
- 2005年 工作文字，大阪优秀政府办公室
- 2004年 Hung Lam元素主义2，大阪咖啡馆
- 2004年 大阪六位设计师，香港视觉艺术中心
- 2003年 黑&白海报，苏黎世设计博物馆
- 2001年 印刷2001，东京Morisawa印刷空间点
- 2000年 中国北京国际平面设计展，中国国际贸易中心
- 2000年 '2000上海—大阪设计，上海书城展览中心
- 1997年 战后海报艺术，岐阜Ogaki海报博物馆
- 1996年 大都会的特性，东京Oji纸业画廊，大阪Rex画廊
- 1996年 日本100位海报艺术家，台湾
- 1996年、1990年的平面设计，汉堡艺术与手工艺博物馆
- 1995年 日本小传，圣保罗艺术博物馆，圣保罗
- 1994年 今日设计师，大阪当代艺术中心
- 1994年 日本海报艺术家，汉堡艺术与手工艺博物馆

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | 2 | 3 |
|   | 4 |   |
| 1 | 5 | 6 |

- 1.日本迷 Wclock设计画廊 2000年
- 2.3.上海—大阪、中国—日本艺术交流协会 2000年
- 4.麦金托什与格拉斯哥风格太阳博物馆 2000年
- 5.未来主义绘画 大阪当代艺术中心 1995年
- 6.当代印刷竞赛 大阪当代艺术中心 1995年





## ■ 什么是您的设计哲学？

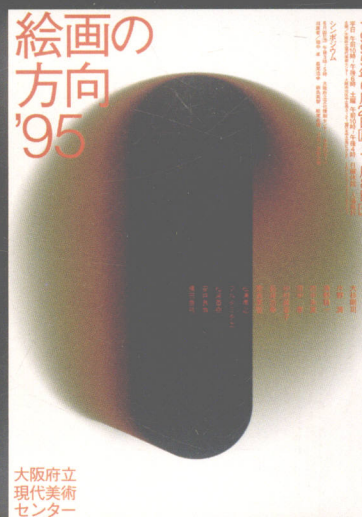
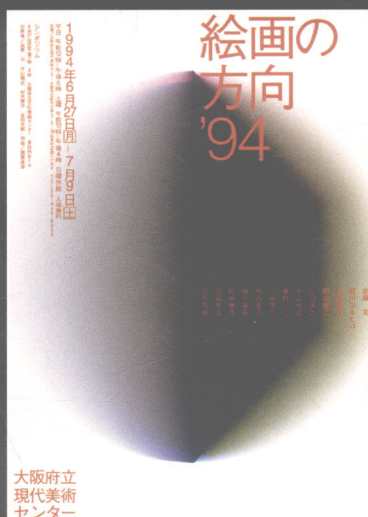
我认为设计是将信息整合并转换为一种令人印象深刻的视觉体验，并通过设计达成良好的沟通目的。更重要的是，设计不仅仅在于表面的形式，它应该更加注重内在的结构。也可以说，设计过程的每一个环节的思考远比完成作品本身更重要。在我开始设计一件作品时，我常常遵循三个原则，即这样的设计是否具有前瞻性、本质性和简洁性？

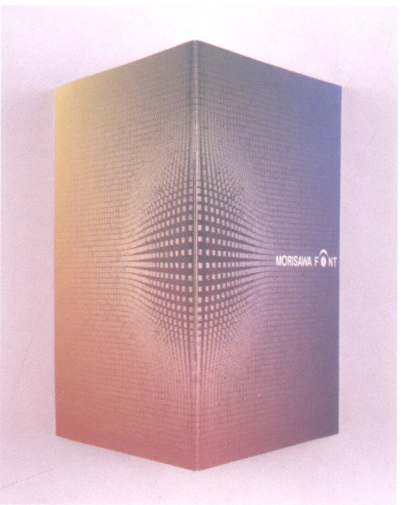
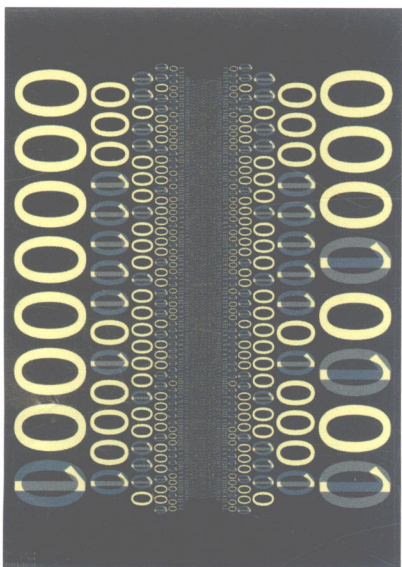
前瞻性……这个设计有没有新的突破和尝试？

本质性……这个设计是否能给观众留下深刻的印象？

简洁性……这个设计本身是不是简洁、明确？

实际上，设计的过程决定了设计自身的结果。





## ■ 您的灵感从哪里来？

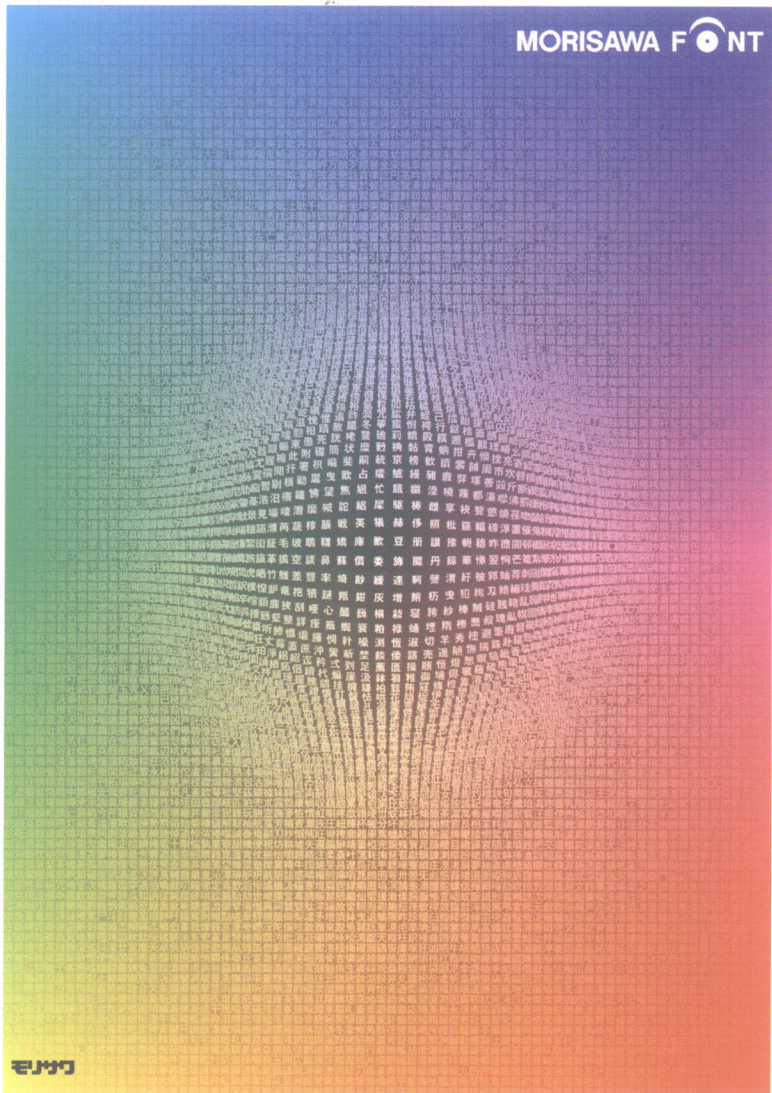
除了自身的所见所闻，并通过自身的经历、知识以及创见转化而来。大部分的灵感来自人与人之间的交流，并得到你所需要的客观角度和新的发现。从杂志、书籍或是其他的资料中，可以获得的灵感已经越来越少了。这是好的现象，但也表示我的年纪越来越大了(笑)。

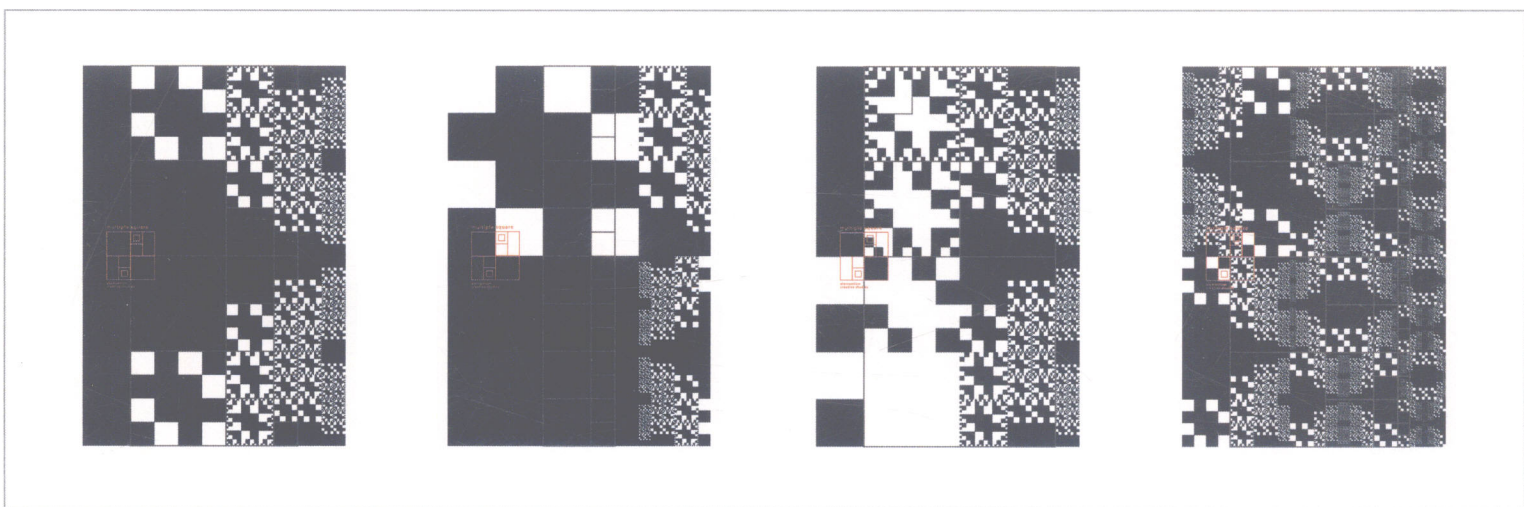
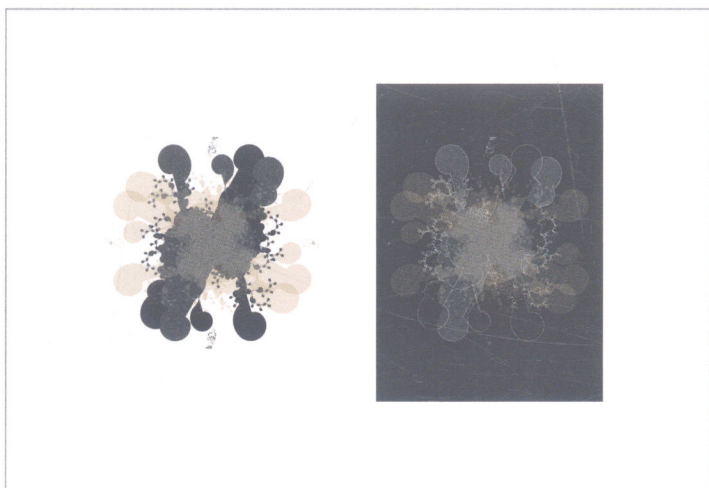
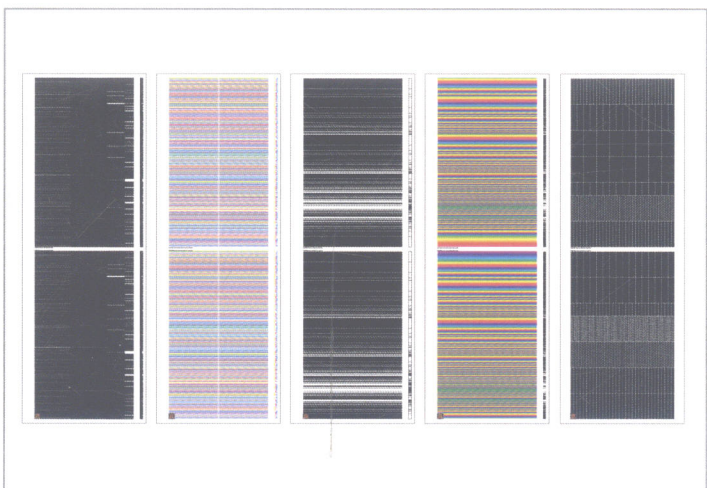
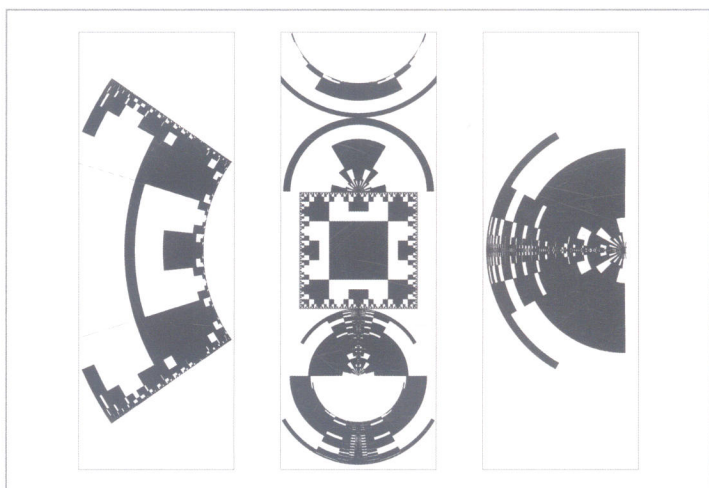
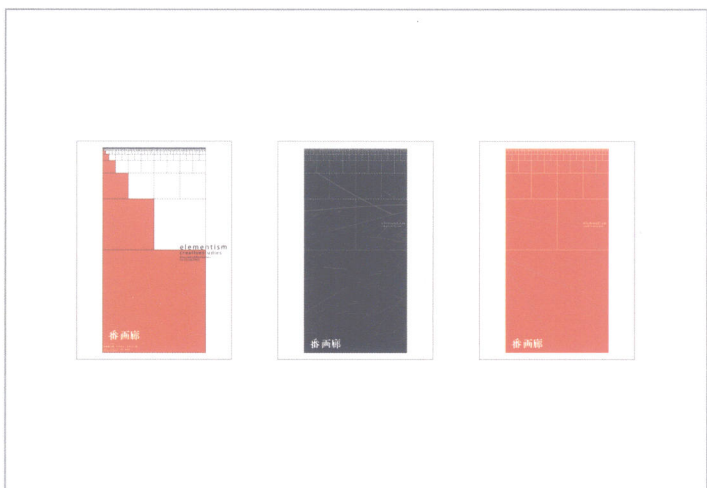
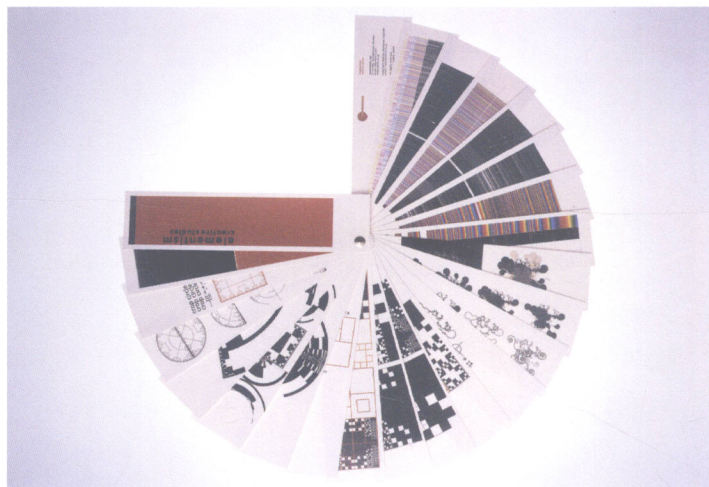
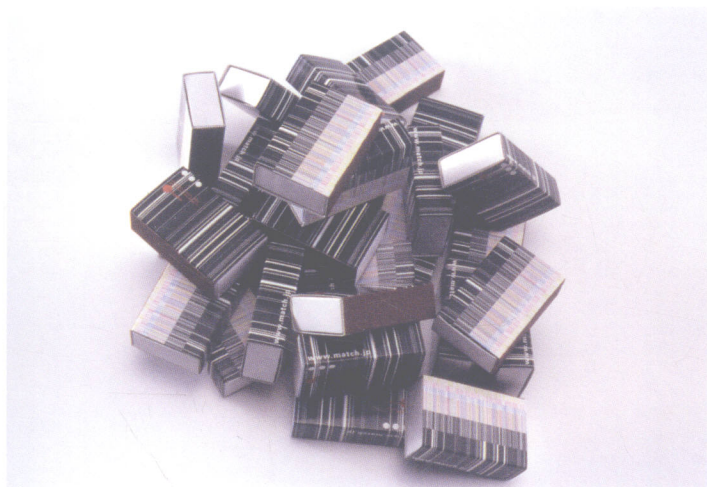
## ■ 什么是你梦想做的案子？

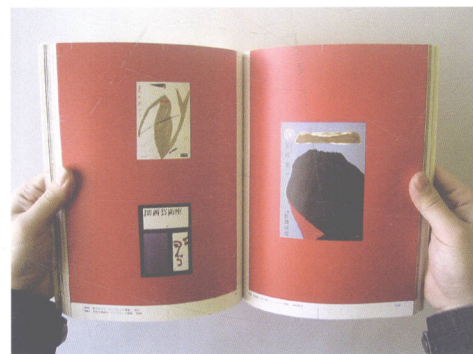
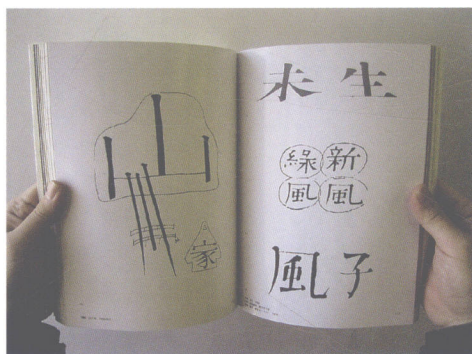
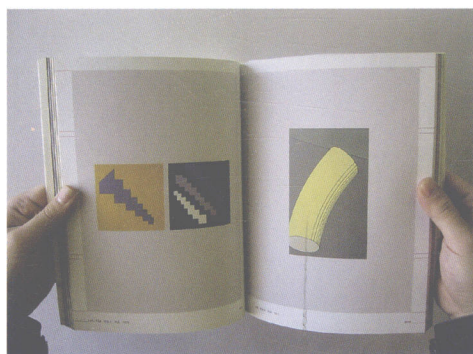
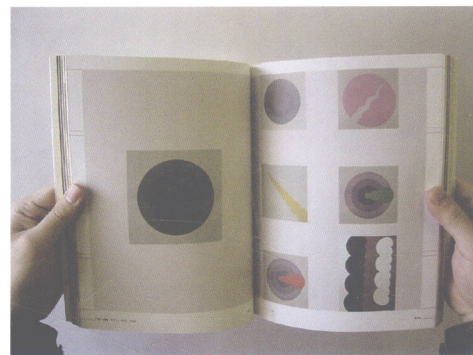
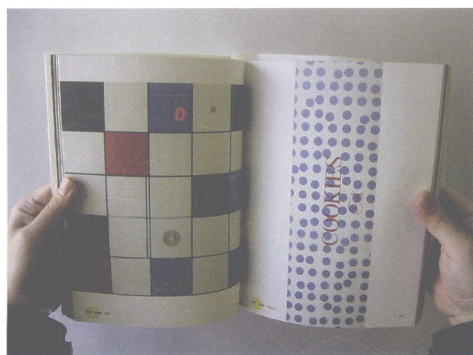
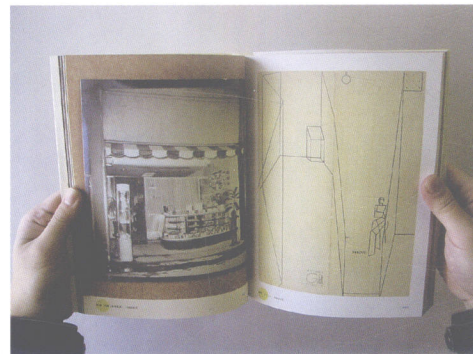
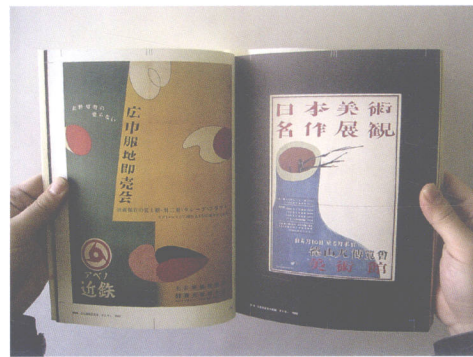
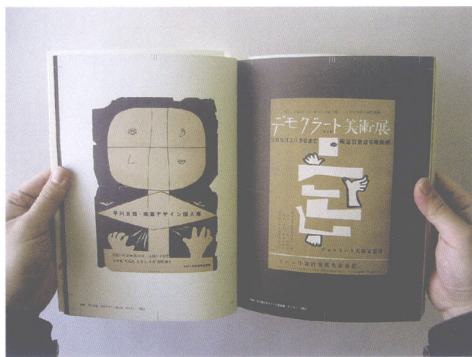
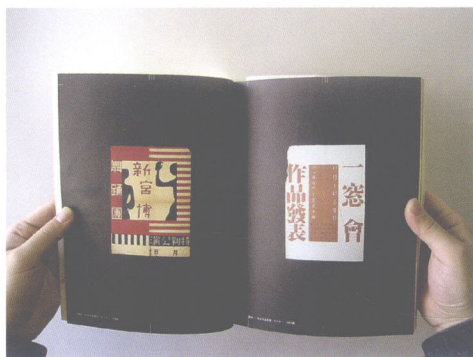
每一个工作都会是我的梦想，对我来说每一件设计就像每一天所做的梦一样新鲜和兴奋。

- 1.当代印刷竞赛 大阪当代艺术中心 2001年
- 2.字体2001 Morisawa字体空间 2001年
- 3.Morisawa字体海报 Morisawa有限公司 2002年
- 4.Morisawa字体海报 Morisawa有限公司 2002年
- 5.元素主义 (Elementism) 2002年

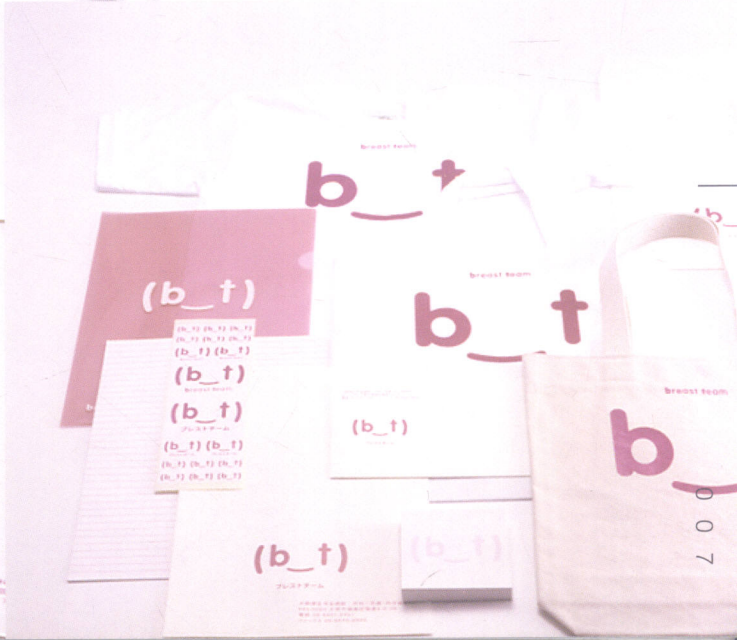
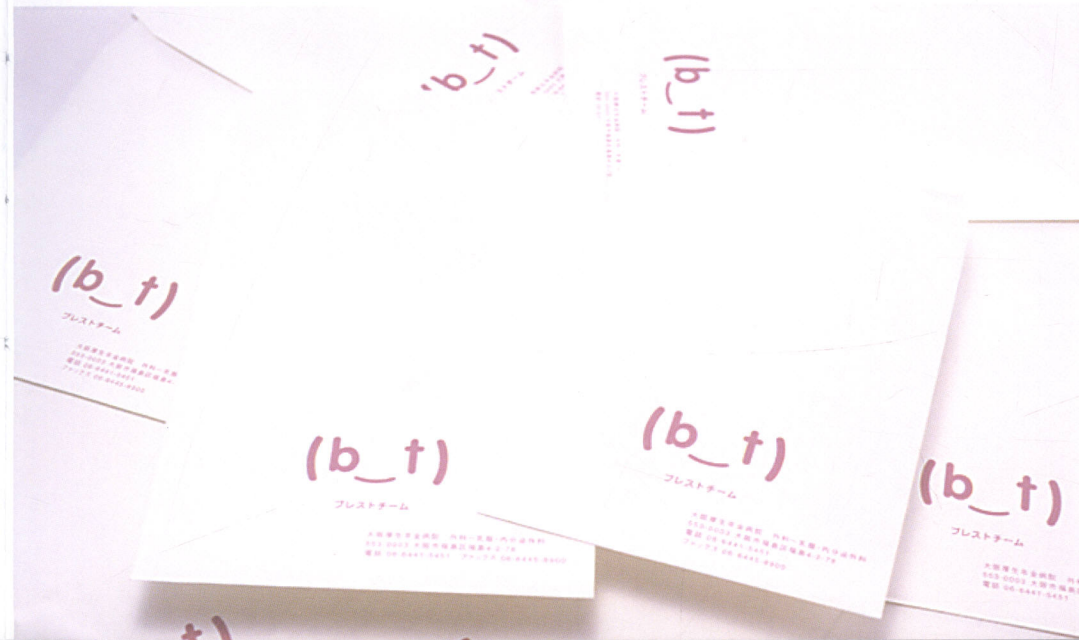
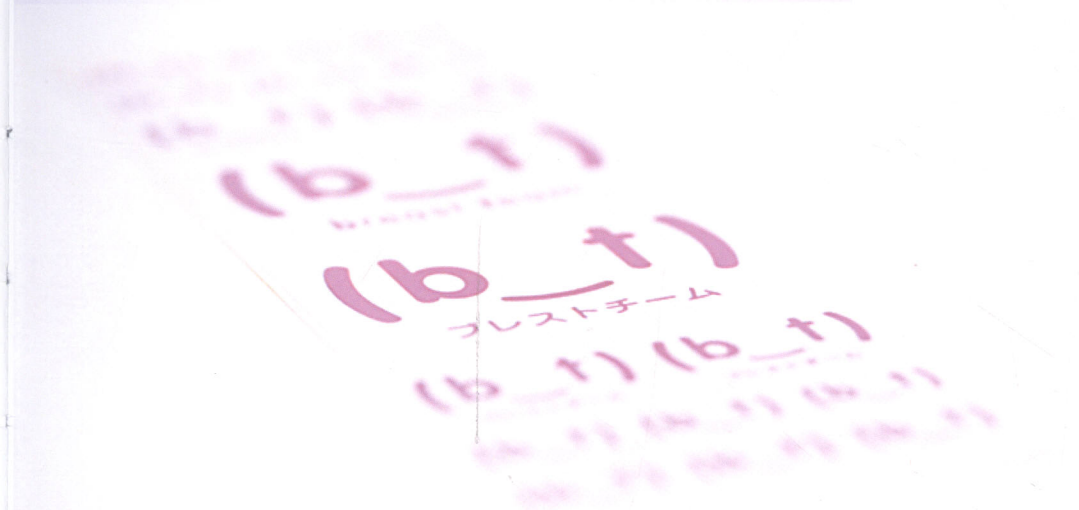
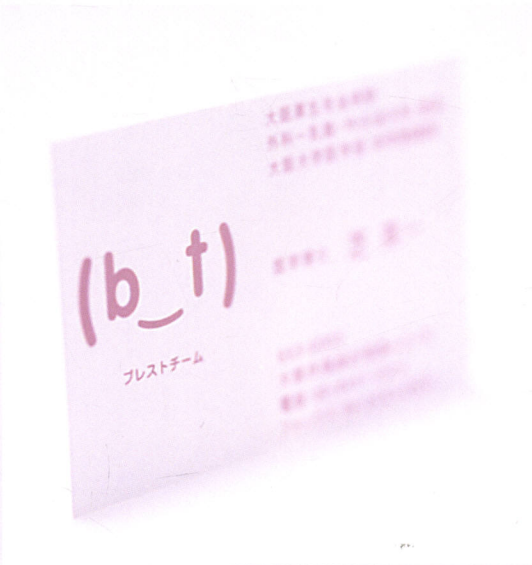
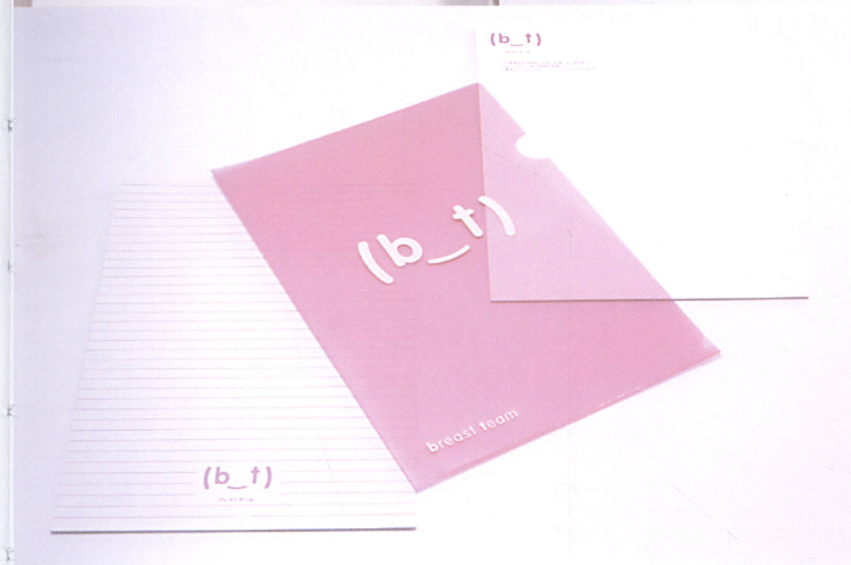
|   |   |   |
|---|---|---|
| 1 |   |   |
| 2 |   | 5 |
| 3 | 4 |   |

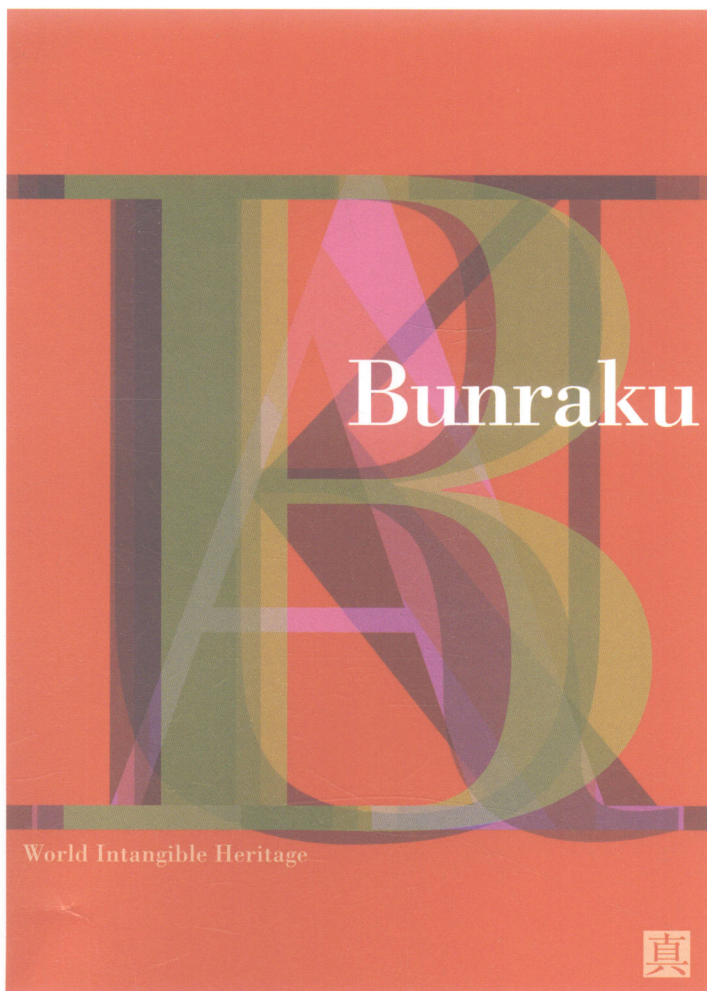






1. Yoshio Hayakawa 展览 大阪当代艺术城市博物馆 2002年  
2. 大阪Kouseinenkin医院VI 大阪Kouseinenkin医院 2003年





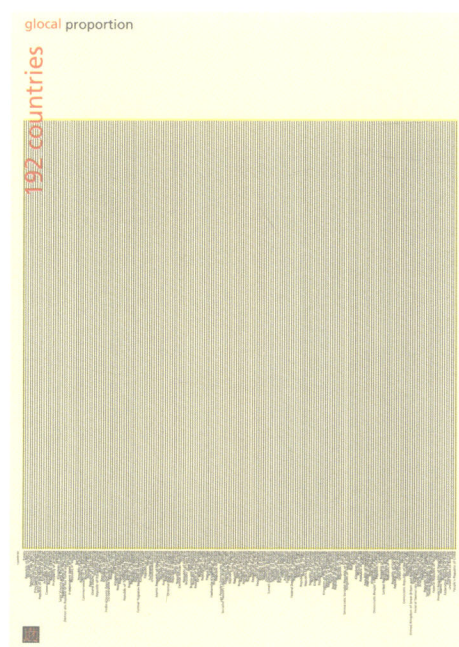
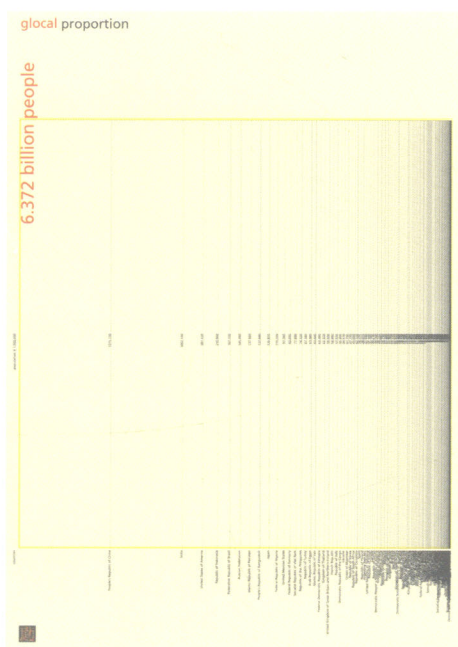
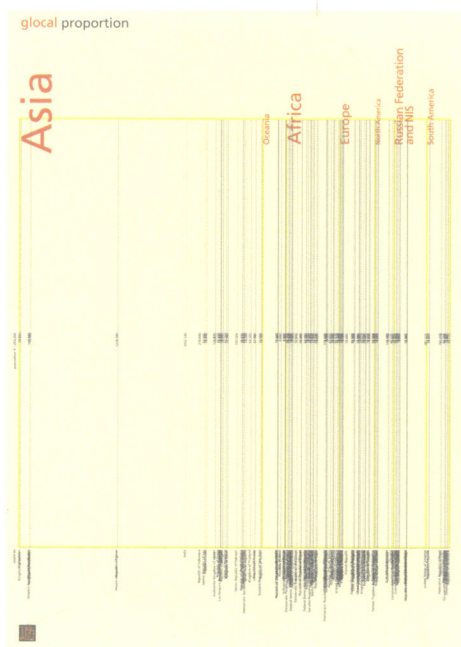
## ■ 是否能给中国的年轻设计师一些建议？

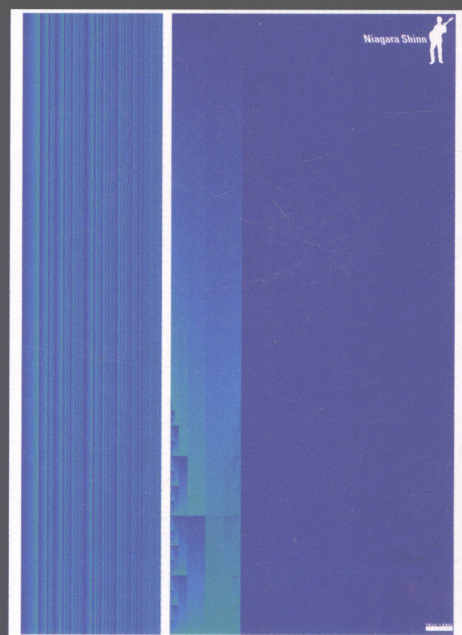
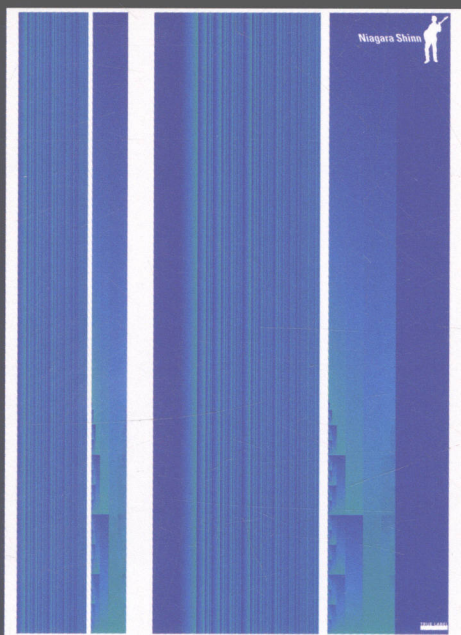
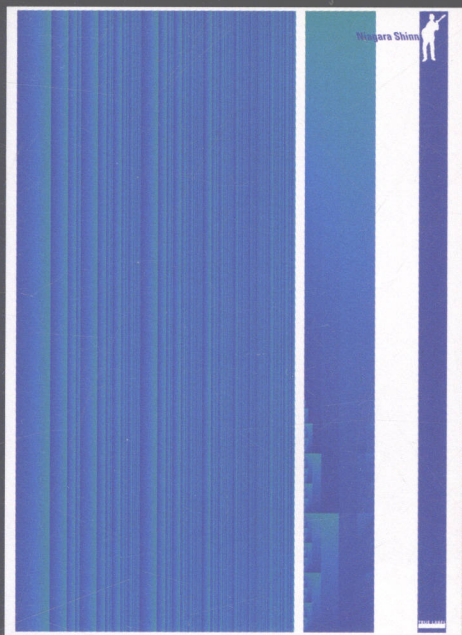
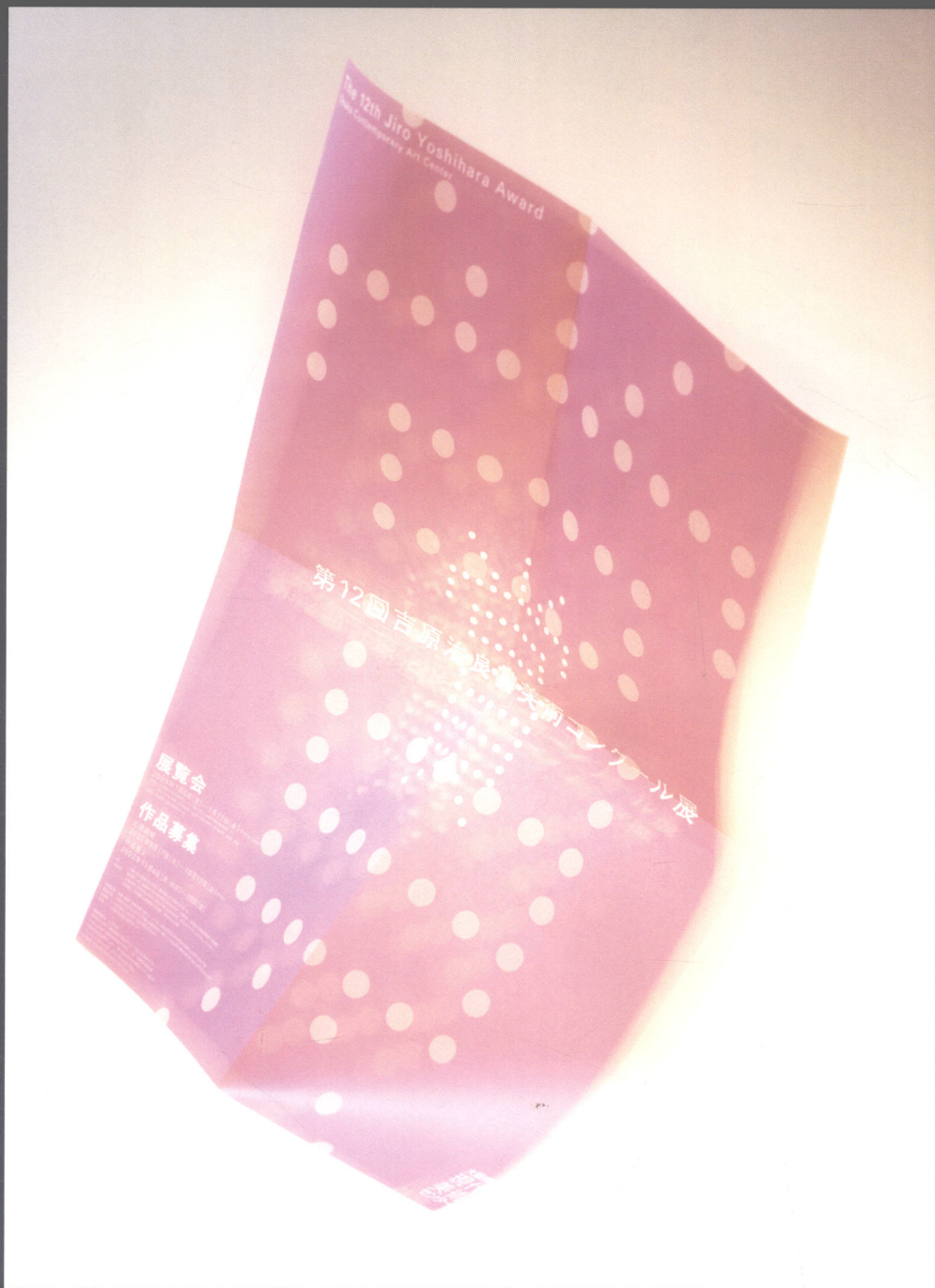
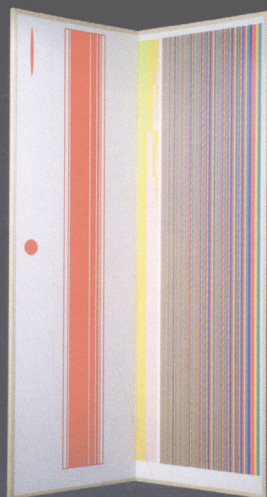
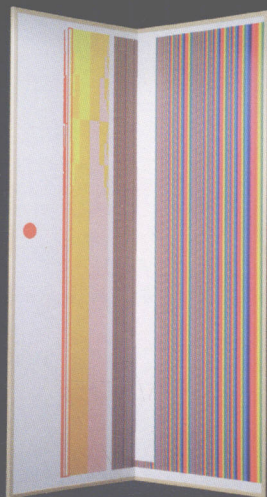
我相信设计绝对不是无中生有、凭空想象就可获得的，而是去发现！发现的能力需要通过平时的累积而来，如多看书、多思考、多去解决问题。了解过去的事(历史)，可以拓展你对未来的视野。

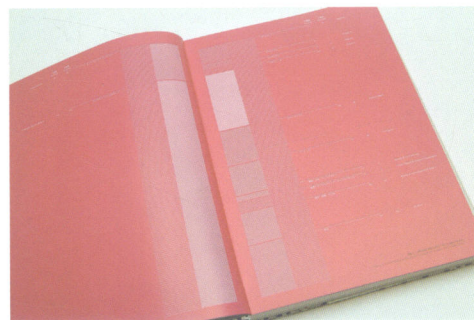
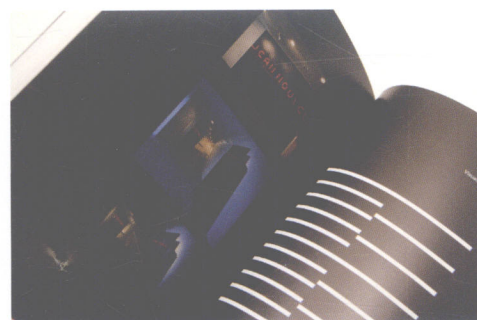
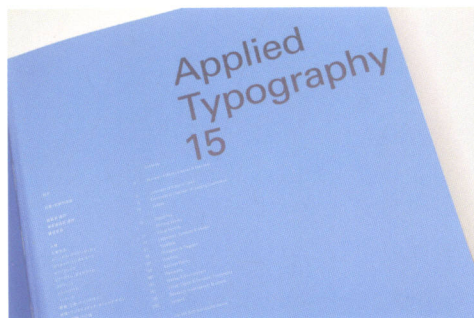
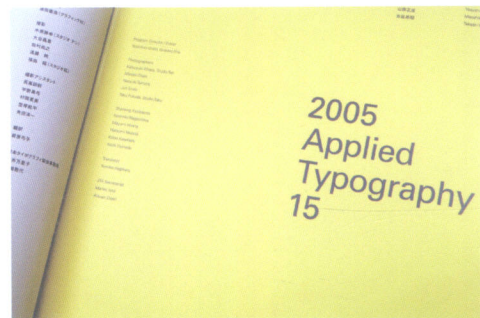
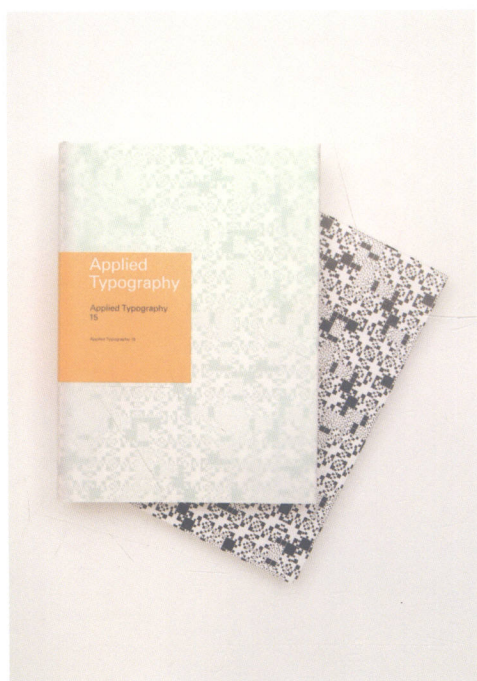
要成为一个设计专家，必须能够同时具备基础知识和专业技能，这些都是很重要的。只有拥有了这些能力才能创造出自己的语言及世界的语言。

1. 文乐木偶戏, 无形的遗产 Bunraku Kyokai 2004年
2. 全球主义 中间媒体学院 2004年
3. 超大银幕 红与彩虹 (Red and Rainbow) 2004年
4. Jiro Yoshihara奖 大阪当代艺术中心 2004年
5. Sakura歌唱 Heiwa纸业展场 2004年

|   |   |   |
|---|---|---|
| 1 | 3 | 4 |
| 2 | 5 |   |







## ■ 相对于东京的设计,什么是大阪的设计优势与不足?或者说什么是大阪设计的特点?

这是一个令人深感兴趣的问题,经常会被提问到;但是,我本身对于大阪这个地方没有太强的意识和归属感。对于我来说,在什么地方做设计并不重要,为了谁(对象)做设计倒是更为重要些。然而,在我的头脑里不是东京标准话而是被大阪的方言所占据,利用这个语言的思考方式可以让我在设计上得到更为迅捷而直观的形式。

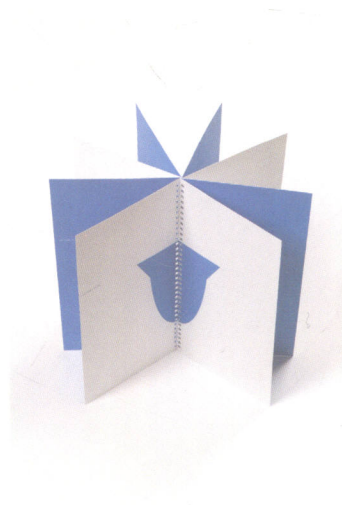
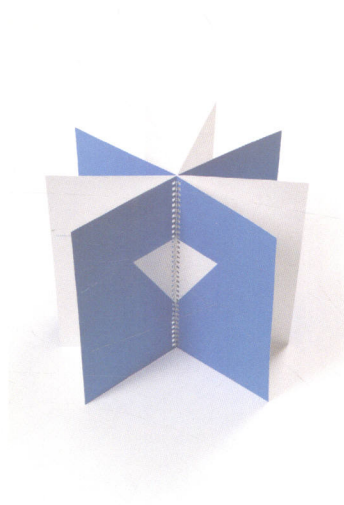
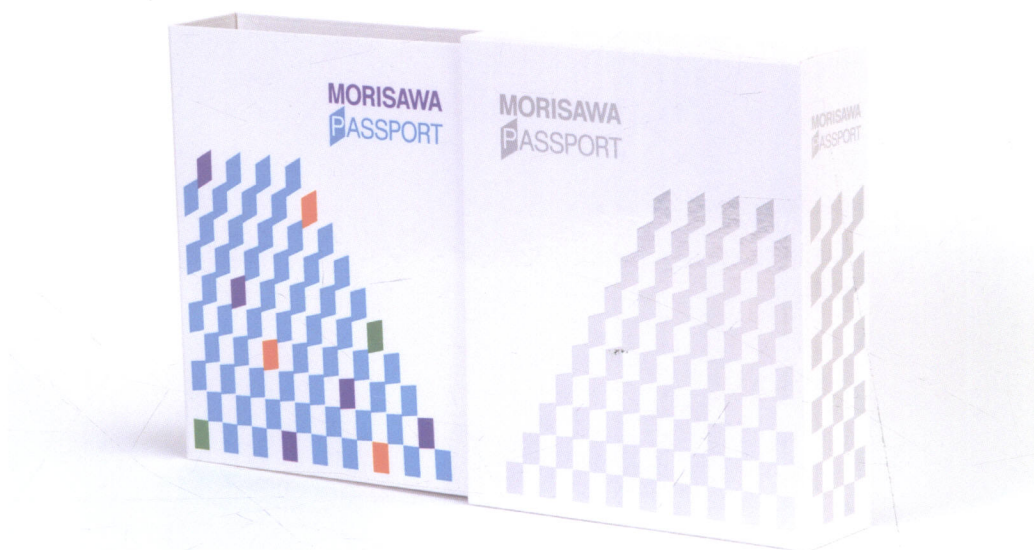
## ■ 您的文化背景是否构成了您设计的主要影响力?

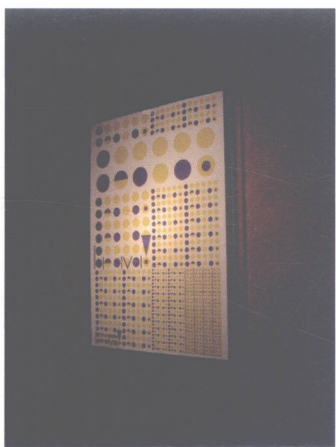
我从不尝试本土风格的设计,我对生活过的地方也没有乡土意识。但另一方面,我潜移默化地受到我所使用的字母和文字、我的语言,以及我生活过的城市的影响。



1. 字体运用15 sha平面印刷 2005年
2. 主干 Ban画廊 2005年
3. Morisawa护照 Morisawa有限公司 2005年
4. 没有水，就没有生命 DAS 设计师协会 2005年

|   |   |
|---|---|
| 1 | 3 |
| 2 | 4 |





## ■ 我知道您从事设计工作超过30年, 是什么动力支持您在设计上的探索?

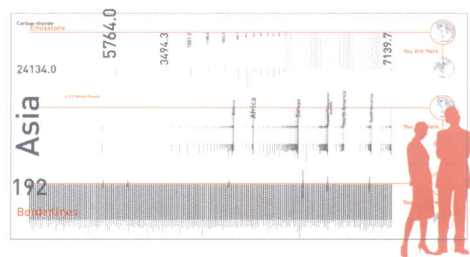
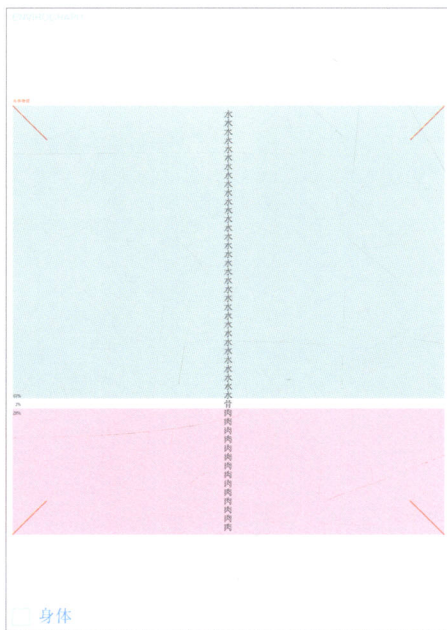
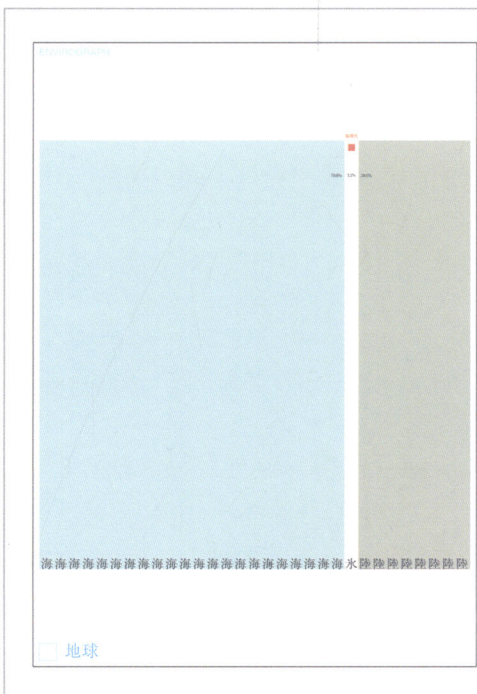
30年是相当长的时间, 一转眼就过去了。当你了解或探寻到你曾未知的事, 又会去寻找下一个未知的事, 不断地去寻找未知的事, 人的一生就是这样持续着……

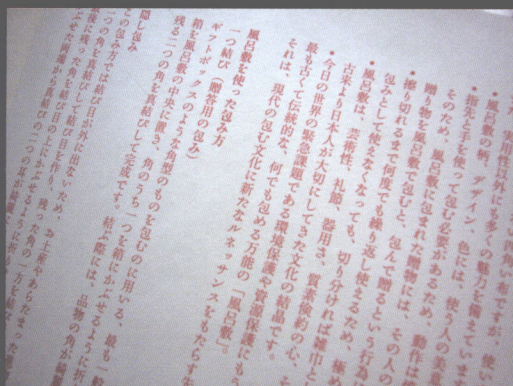
## ■ 什么是您在设计上最大的成就?

在近期的工作里有为印刷公司提升其品牌形象的。另外, 我将在今年年底在德国汉堡举办展览并且出版作品集。

## ■ 如果您没能成为平面设计师, 那么您将会从事什么职业呢?

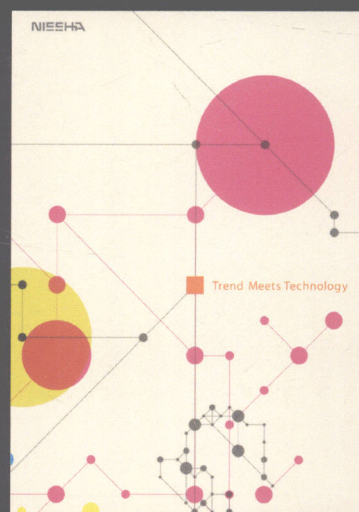
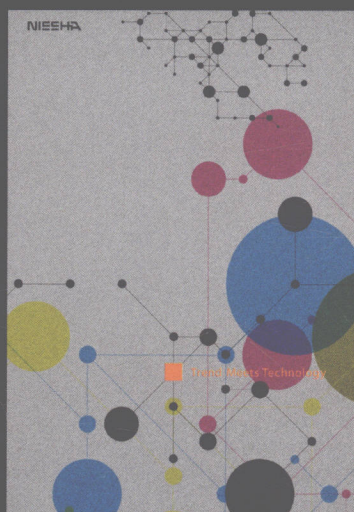
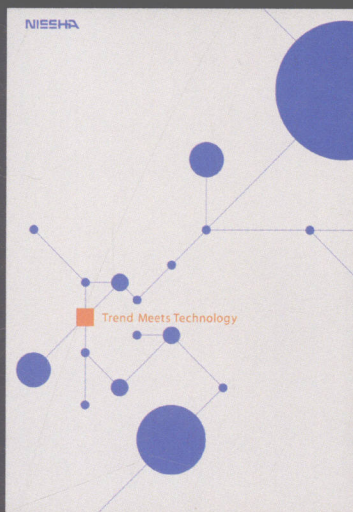
或许, 会居住在山中, 有时弹弹吉他, 过着悠闲的生活。我想会与现在有个全然不同的生活吧。





1. 剧院好啊! Mainichi广播系统 2005年
3. 环境图 Heiwa纸业展场 2006年
4. 工人的言语 大阪地方办公室 2006年
5. Nissha品牌项目 Nissha印刷有限公司 2007年

|   |   |
|---|---|
| 1 | 4 |
| 2 | 5 |
| 3 | 6 |



## 关于“CCCP实验室，派克博士 + 梅勒·罗斯”

About Laboratories CCCP = Dr. Pêche + Melle Rose

采编 王靖 Wang Jing

译 汤凌洁 Tang Lingjie

Orléans剧院的艺术总监一定是一个大胆的人，人们一旦观察了他们的作品，就无法停止一次又一次地观看这些奇特的构图。当你偶然见到这样完全私人化的艺术，你关注的焦点就很容易从作品本身转向是谁创作了它们。“这会是个什么家伙？他脑袋里到底在想些什么？”再如果这个人恰巧有这样重要的名字，比如Dr. Pêche，那么这种感觉就会更加强烈。

“CCCP实验室，派克博士 + 梅勒·罗斯”的作品充满着矛盾、复杂和新发现。它们是奢华的，但却运用了恰当的因素；它们是壮丽的，但一点也不说教；它们是真正的平面艺术。派克博士为法国戏剧中心（CDN）设计的海报用了两色网版印刷，所以CDN的海报因为印刷的特殊性本身就成为了一项创造性的作品，其每张海报都是原创的。

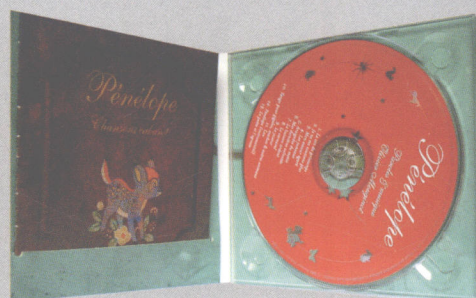
法国戏剧中心总监Agnès Trolly回忆说：在我们刚开始工作的时候，有这样一个问题：怎样让观众理解我们的工作？特点在哪里？因为法国戏剧中心的目标是戏剧化的创作，我们决定去相信一位非常年轻的艺术家。第一次见面时，派克刚结束他在Orléans艺术学校的学习。我们很快就注意到了他的作品里一些特别的地方：他就像一个苦中带甜的诗人。在CDN最初的几年，为使年轻化的观众相信剧院并不只是个吸引他们父母的地方，我们想尽办法吸引他们。派克的第一次设计是非常勇敢的，他吸引了相当多的注意力，也引起了不少争议，但最终还是被大众接受了。

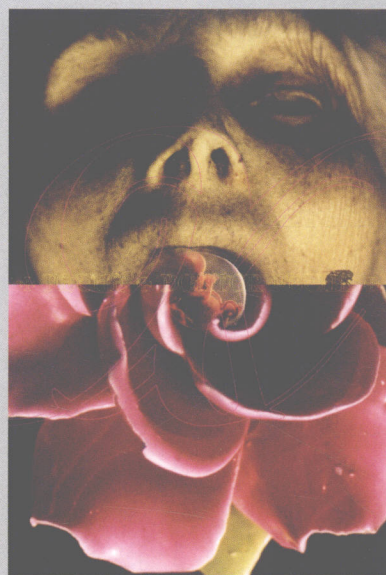
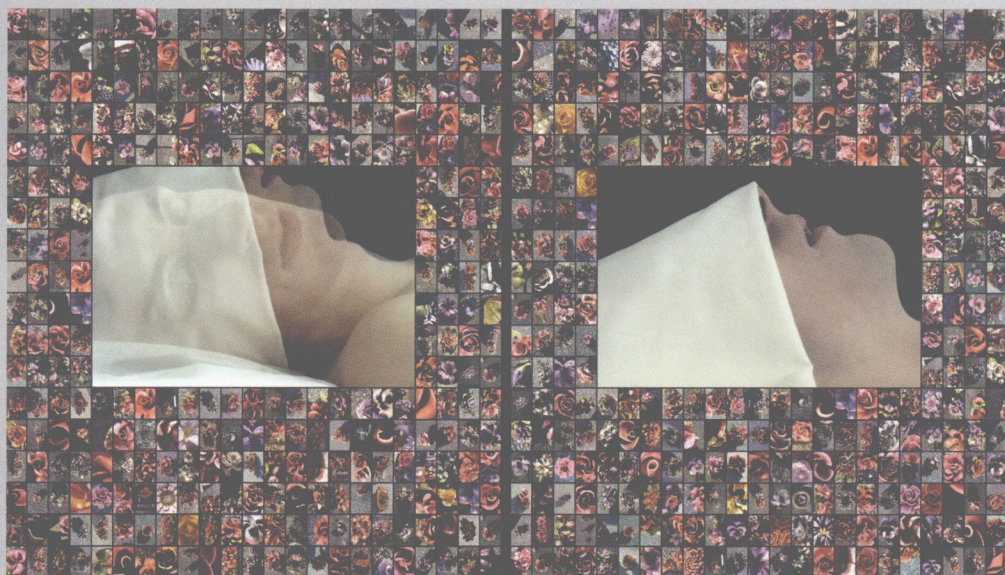
他很好地体现了他的使命。很多年过去了，我们不再仅仅想吸引年轻的观观众，而是向所有人传达戏剧的深意。因此CDN必须很清楚地通过传达来识别。派克于是继续工作着……

派克博士 + 梅勒·罗斯 的作品都是独立的作品。这些海报，都会引领你进入一个真实的世界，一个诗意的世界，一个舍弃的世界，一个如同爱丽丝漫游般奇幻的世界。乍一看，它们也许和所展现的戏剧没有太大的关系，但仔细揣摩就会发现，它们显现了一个独立的风貌，传达了戏剧的精神。

所有海报的构成都是相似的：大标题、独特的色彩组合。这些都会让人们远远地就注意到这张海报。当走近些看时，你会发现另一个维度的世界。然后，图像会通过它们所表达的情感触碰到你的内心。简单地说，一旦你拥有了开始与派克博士 + 梅勒·罗斯 的海报对话的勇气，它将丰富你的生活，提供给你更多的灵感和想象。

然而谁隐藏在“CCCP实验室，派克博士 + 梅勒·罗斯”之后呢？那是一个拥有多重性格的身体，你可以从不同的海报语言和项目中看到。海报就是他的个人生活、家庭相册，是一个可以获得情感所需的图书馆。派克博士是敏感的、谨慎的、宽容的、自我的、古怪的，他把个性中的感觉和感情都加入到了他的研究中去了。





1. 派克博士

2. CD设计

3. 摄影作品

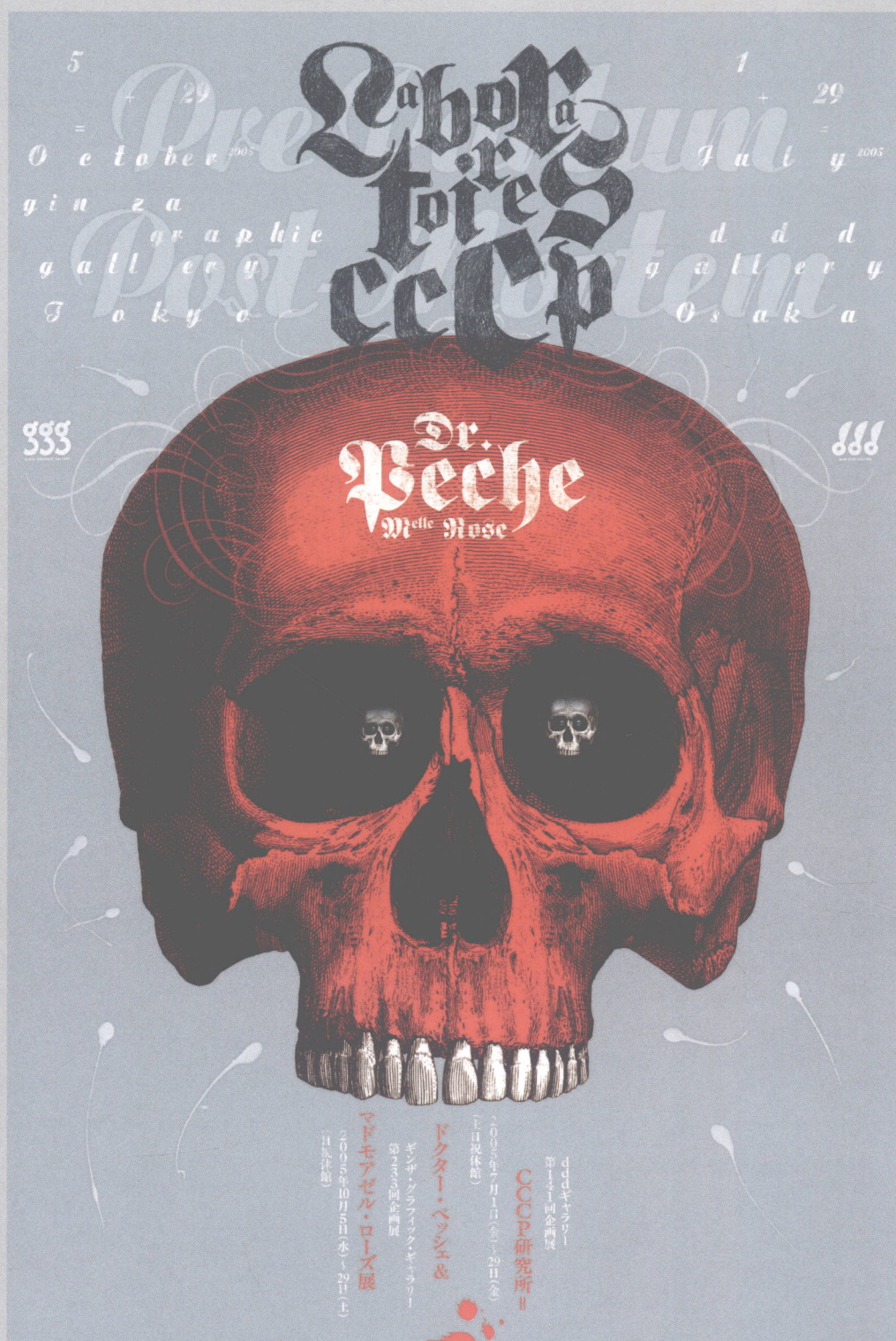
4. 个人展览邀请卡

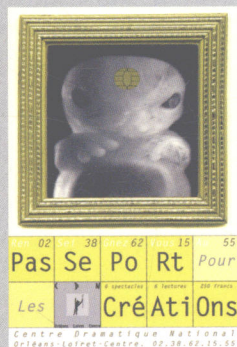
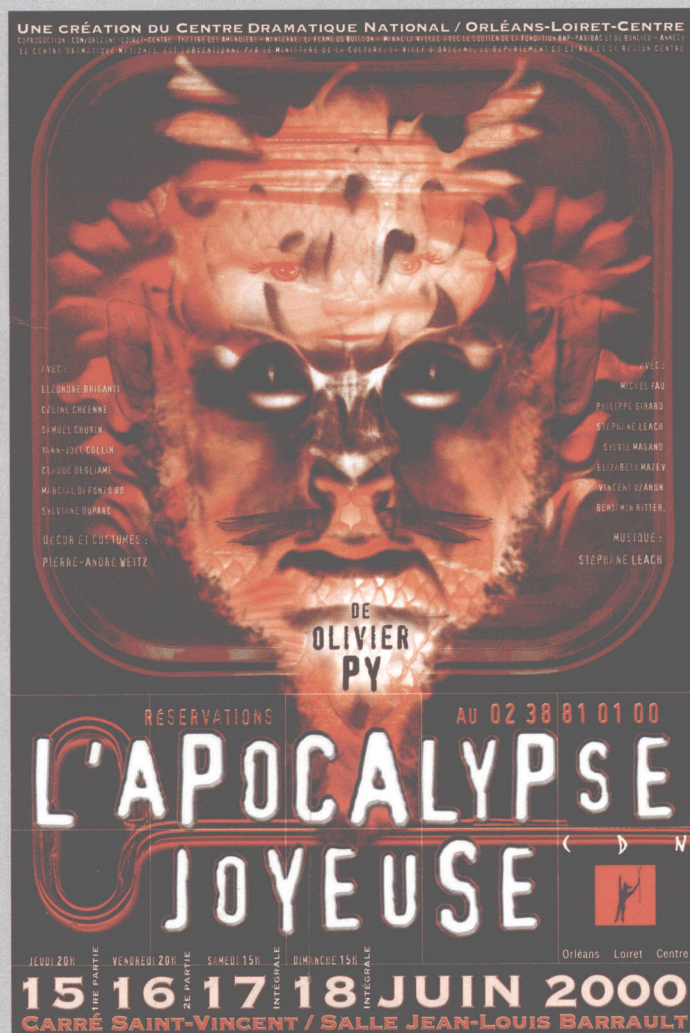
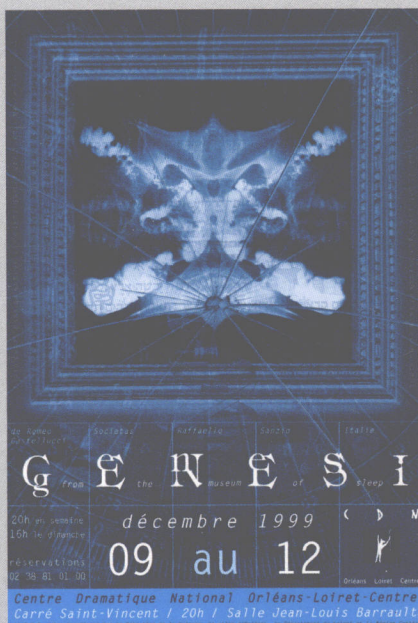
5. 个人展览海报

2005年派克博士在ddd和GGG画廊——奥斯卡/东京——日本

举办的个展的展览海报，三色印刷+UV，可用3D眼镜观摩。

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
|   |   | 3 | 4 |
| 1 | 2 | 5 |   |





为法国戏剧中心(CDN)设计的海报

1999~2000年

左侧海报分别为：《博物馆的创建》、《稍安毋躁》、《充满欢乐的启示》、《公司的设计展示》。右侧海报分别为：《2000年现场版的读书节》、《预测结果计算站》、《不断涌现出来的创作方法》。

