

美术丛刊



J22
49

美术丛刊

限期还书卡

3

八年六月

200五年一月十日

術出版社

目 录

实用美术在工业现代化中的作用

.....蔡振华 (4)

实用美术笔谈

大众化与美.....黄可 (10)

漫谈出口商品的包装装潢设计

.....上海包装广告公司设计组 (11)

日用器皿设计要注意造型.....应鹤光等 (13)

材料质地美的利用.....吴祖慈 (14)

设计更多更好的日用花布.....金岩曹 (15)

从玩具设计谈起.....艺兵 (16)

提高实用美术设计的水平.....宋连祁等 (17)

大众化的组合多用柜类家具.....黄法泉 (18)

花筒.....程十发 (20)

中国的画竹艺术.....伍鑫甫 (23)

形象思维和笔墨.....谢稚柳 (41)

记陈若木.....裘柱常 (44)

画 页

保温瓶.....刘学成等 (56)

搪瓷杂件.....钱震之 (57)

茶具.....吴祖慈 孙荣菊 (57)

塑料拎包.....张芝 赵炳耀 (58)

印花真丝绸拎袋.....顾宗贤 倪常明 (59)

塑料薄膜拎袋.....袁启后 尹家琅 (59)

玻璃器皿.....吉茂芳等 (60)

孔雀饼干听.....经德懿 (61)

花布.....吕登洪 (62)

花布.....徐黎鸣 (62)

头巾.....臧石奇 (63)

腊染茶巾.....臧石奇 (63)

上海人民美術出版社编辑出版
(上海长乐路 672 弄 33 号)

上海市印刷五厂印刷
新华书店上海发行所发行

1978 年 6 月 定价 1.40 元

挂包.....刘天桦 (64)

头巾·手套·拎包.....余竹君 (64)

包装.....刘学成等 (65)

唱片封套.....丁荣魁 李恩林 吕长天 (66)

广告招贴画.....沈振民等 (65)

万春绒.....沈友松 (68)

窗帘图案.....任 意 (68)

睡莲向阳(印花丝绒).....吴瑞荣 (69)

壁挂.....马如瑾 (69)

地毯图案.....张竹萍等 (69)

照亮革命万里程.....陈秋草 (70)

水仙.....朱屹瞻 (71)

清蟹.....林曦明 (72)

明虾.....张大壮 (72)

西沙鱼两种.....邱受成 (73)

荷花.....刘海粟 (73)

红梅.....王个簪 (74)

牡丹.....谢稚柳 (75)

春.....刘旦宅 (76)

猫头鹰.....林风眠 (77)

荷花.....张大壮 (78)

莲塘听雨.....程十发 (79)

雁荡山花.....潘天寿 (80)

雄鹰.....潘天寿 (81)

睡鸟.....潘天寿 (82)

荷花.....潘天寿 (83)

芭蕉麻雀.....唐 云 (84)

墨梅.....舒传熹 (85)

墨荷.....林风眠 (86)

芦雁.....林风眠 (87)

鹭鹭.....林风眠 (88)

棕榈小鸟.....卢坤峰 (90)

墨荷.....张大壮 (91)

樱花.....程十发 (92)

梅鸟.....程十发 (93)

桃花.....程十发 (94)

玉簪.....朱屹瞻 (95)

东风多在向阳枝.....陆俨少 (96)

荷花鸳鸯.....邱受成 (97)

夏.....刘旦宅 (98)

秋鸟.....陈佩秋 (99)

梅花欢喜漫天雪.....黄幻吾 (100)

玉兰花开.....祝大年 (100)

迎风展翅.....万 一 (101)

朝晖.....彭培泉 (102)

荔枝.....诸乐三 (103)

葡萄小鸟.....谢稚柳 (104)

秋.....刘旦宅 (104)

松鸟.....卢坤峰 (105)

牧驼图.....吴作人 (106)

熊猫.....洪世清 (107)

蝗竹图.....胡若思 (108)

荷花.....鲍夫华 (108)

竹雀图.....乔 木 (109)

梅雀.....徐元清 (110)

鸡雏.....杨正新 (111)

花鸟兽速写(二十六幅).....徐元清等 (49)

上海实用美术展览会招贴(封底).....任 意

实用美术在工业现代化中的作用

蔡 振 华

加强实用美术在现代工业生产中的作用，已是提到必要的议事日程上来研究的时候了。现在以个人的理解，提出以下一些看法。

工业产品在一定程度上是代表了一个国家在科技上、艺术上的成就。无论是现代工业中的机械工业产品或轻工业中的日常生活用品，都存在一个产品外型的美化问题，这是现代工业生产中无可回避的事实，有时它的作用往往还是决定性的，它可以决定产品的等级和市场地位，因为外表是消费者首先接触的问题，当然最后的决定还是使用价值的结果如何。

谈到工业产品的质量时，应该包括两个方面，一、是内在的质量，二、是外表的质量。所谓内在的质量，包括以下几种：原材料的质地成品的组织结构和艺术设计，现代先进的制作工艺。所谓外表质量，首先是商标设计，其次是产品本身的美术设计，从设计分类看，立体的是产品造型，平面的就是纹样图案，最后就是产品本身必要的附件，如封口设计、标贴、必要的附件、内包装、外包装等等。

任何设计总存在一个条件问题，所谓条件就是要求和可能，所以设计总是在一定范围内受到条件约束的。优秀的设计人员是会充分利用一切有利因素来从事工作的，相反不善于利用条件就会陷于脱离实际的空想，或者设计不能达到预期的效果。另一方面说，我们是否可以创造一些有利的条件呢？这也完全可能的。

比如说，商标问题解决得好，就为后来一切设计提供了有利条件，相反，起步不好，以下文章就难做了。因为商标是一件产品的标志，它代表了工厂的信誉，也是消费者希望和寄托的所在，这方面的设计应该加以重视。包装设计是可以随着时间的前进而加以改进的，但商标就不能随便改变，所以这方面的设计要有远见，不仅要有好的含意，而且在艺术结构上要简洁明快和有高度的艺术性。设计者要有联想，必需考虑到很强的适应性，应用于其他从属的设计工作中都能恰到好处，而且要经得住时间的考验。所以东西虽小，关系却很大，应给予必要的重视。

其次是产品的造型问题。造型问题不仅是一个美术设计问题，而不少是牵涉到原料的质地与品种规格的问题，如织物图案与各种类型的坯料的关系是血肉相连的统一体，玻璃器皿的设计中玻璃质地如何则是成败的关键，牙雕、玉雕如不体现高级材料的质地美，那就是艺术处理上的失败。各种设计中，不仅图案的本身必须做到很好的推敲，而更重要的是烘托出坯料本身具有的质地特点，这样的设计才是高明的，否则不问图案应用在何处，而单纯为图案而图案，这样等于没有充分利用技术上和组织结构上的有利条件，那是非常可惜的。就织物说，丝、麻、棉、毛及其他纤维的交织物，结构极其多样，成品各有特性，这些特性都是纹样设计工作中的前提，要多加研究，使设计工作起到相得益彰的作用。以此类推，其他产品都有同样情况和要求，从中我们可以看出实用美术在工业生产中居于何等重要的地位，所以内在质量和外表质量应该说都是决定产品的地位和市场价格的关键。

实用美术设计的民族化，是一个重要的问题。一个民族在她的发展历史中，各个时期总有她的不同特点，政治上的变革，生产上的发展，反映在遗留下的文物中，可以见到时代的烙印，在历史的长河中，变化是从渐进到突变的。我们建立社会主义的国家虽然只有二十九年，但先进的社会制度有可能使我们加速为新文化作出贡献。从实用美术本身来说，要看到我们的弱点，旧社会带给我们十分落后的工业基础，传统工艺中大多为上层统治阶级服务，具有浓厚的阶级属性，

不加改造，就不能符合今天人民的需要；现代工业的实用美术设计中，解放前受到半封建半殖民地社会的长期不良影响，这些历史上遗留下来的不利因素，都为今天实用美术的健康发展带来了困难。建国以来在实用美术中如何做到“古为今用，洋为中用”，已取得不少成绩，但就在这时，又遭到“四人帮”严重的干扰和破坏，使我们损失了时间，搞乱了思想，推迟了进程。这种历史的和人为的创伤，逼使我们要马上急起直追。目前在设计同志中存在着工作中发挥上的现实限制，国外的情报和资料也少得可怜。我们从事实用美术工作的同志也缺少交流、探讨和研究。如果没有一个机构来支持这方面的工作，对我们的发展也是不利的。

作为一个伟大的社会主义国家，如果我们的设计上不考虑民族化和时代性，那是不可想象的。在学习和探讨这两个问题中，应该有一个原则：学习传统不能忘记今天，吸收外来不能忘记中国。否则钻入传统而不能自拔，崇拜外来而忘乎所以，那是不行的。我们现在是一个承上启下的时代，是处于发展中无限光辉灿烂的时代，在实用美术上我们不去钻研，不去努力，那是对工作的失职。我们从事这方面工作的同志在思想上、行动上，都要无负于党的期望和嘱托。

现在分析一下各国产品中，他们是如何尊重他们民族特性的，为什么我们在看到国外的产品时，容易发现那些产品是那些国家制造的呢？除了文字说明外，可以发现他们是能够立足本国、利用各种因素的，这体现在设计上包括以下几个方面：一、社会制度和民族习尚；二、自然条件、传统文化和历史遗迹；三、城徽、标志和特殊物产；四、民间风俗和故事传说，等等，这些范围并不仅限于用绘画手段直接进行描绘，而是提炼其中的精华通过设计进行加工，以民族固有传统图案的特点为基础加以推陈出新。这里特别要注意对民间艺术的优点、长处加以吸收和利用，如果我们的设计贯穿了上列的要求进行加工设计，就反映出浓厚的民族风格，相反一般化处理而不注意特点，一个国家产品的特性就没有了，这里贯穿了设计思想中对祖国的崇敬、民族的尊严和历史的自傲感，以及一种强烈的创新愿

望，根据现代设计的要求进行探索，有这样的要求就会有良好结果的。

从设计的具体情况看，对每件工业产品的美术设计要做到以产品本身的特点为前提，做到在同类产品中有它自己独特的面貌。具有特性的工业产品，往往容易一目了然地给人一种明确的印象，从它的漂亮外表联想到内在质地的可靠性，同时如果在设计工作中体现了出品地区某种特产的传统独特特色，那对这方面的美化工作真可以说是做到家了。我们所看到的优秀实用美术设计，它塑造的外形及一切图案处理和采用的色调、制作工艺都形成一个完整的统一体。现代工业产品设计中风格与类型是多样的，总的说来应在材料质地的良好和多样上下功夫，图案力求概括、完整、稳定，与必要的文字排列进行周密地组织，给予人们极其完美的观感，这样的设计是成功的。工业发达的国家，都非常重视实用美术。我们的经验还不够，生产条件也不如先进工业国家，实用美术的发展总是与工业门类发展成比例地成长的，需要经过摸索和实践，从经验积累中走向成熟。只要我们严格对待设计工作，我们就一定能够较快地解决好这方面的问题。

关于时代性的问题，也就是现代化的问题。这不仅是实用美术中在形式上的塑造问题，而更重要的是体现在工艺设计上运用材料的配合和技术结构上的革新问题，是形式格调和内在质量的统一问题。这里经常体现一种新造型有别于过去的改革，这种改革是与现代科学的进步相一致的，这种改革在使用上给消费者带来了方便，既适用，又美观，又是符合经济要求的（原材料的节约，生产成本降低等）。这样的设计与其他各类产品设计在共处中出现了协调与和谐，反映了当代技术革命中出现一种科学和艺术上综合的新成就。这样的产品设计是科学智慧和艺术技巧的结晶，是符合人民的愿望和生活的需要的。事物的发展总是在人民的督促和关怀下闯出一个新的开端，然后逐渐进步到再来一个突破。我们的设计同志应当跑在时代前面，或者至少做到充分利用目前具备的条件，来加以发挥，这样设计出来的工业产品就具有很大的吸引力。

一切新的设计，都应该有它的特性，新颖、别致、机巧、简便，又要大方得

体，从使用的不同对象到造型色泽，做到美妙地结合，融为一体。凡是做到耳目一新的，又有强烈的时代感，在实销中它肯定会得到成功。

有经验的设计同志，必需具备丰富的想象力，对设计的实际效果应做到心中有数。织物设计不是成品出厂就算完成，最后的结果在于服饰的裁制和穿着的效果。同样处理包装、日用化学工业、食品工业、制药工业的要求上就有显著的不同。美术设计与绘画一样，都存在一个格调问题，只有作者不断地学习钻研，具有强烈的事业心，才能取得不断地进步，否则一旦定型，改进就难了。我们应该看到，一个人的智能总有它的局限，要做好工作，调研一定要跟上去。一定的启发和借鉴是不可少的，但是更重要的是具有勇敢的独创精神，能否定，善取舍，才能开辟新的途径，这是一个优秀的设计人员应有的抱负。任何良好的设计不仅在于画面的追求，而要在实际制作中精密地考虑使用上的效果。在实用美术中与绘画同样有一个整体和局部的问题，单纯地追求局部的“精工细雕”，是本末倒置的愚蠢的做法，同样只求大体而忽略局部也是不能达到尽善尽美的境地的。所以大胆地创新和细致地推敲，是一个设计人员慎重对待工作的美德。一个设计人员要具有归纳概括、舍繁就简的能力。绘画中要求形神兼备，在图案设计上突出和加强神似就更为重要，因为它究竟不同于绘画（绘画直接用于图案中，古、今、中、外都有，但仅仅是一个类型而不是唯一的，也不是主要的），实用美术有它特定的要求。在美术领域中不同画种中是有它的共性，但也有它的个性，如果不注意它的特点，就难免要走弯路。工业产品门类众多，消费者的要求也各种各样，花色品种繁简之间不能强求一律，但美化工作总要做到恰如其分，要区别对待。不同的产品就有不同的要求，不懂得生产过程，不了解市场要求，这样的设计往往要遭到失败。

设计工作中造型和色彩是有主次之分的。没有好的造型，色彩再好也不完整，但从另一方面讲，色彩往往是首先吸引消费者的注意力的。至于造型的优美和质地的良好，是经过细致的观察和使用然后才得出结论的。所以设计人员不仅要

好造型设计，而是要懂得色彩的变化和研究色彩的配合，这方面自然界造物之妙，为我们提供了无限广阔的天地，可以为我们利用和采纳，只要是一个有心人，这方面是取之不尽用之不竭的。

作为一个设计人员，学习的面应该广泛，要善于吸收，要勇于否定自己的不足。在设计工作中要服从一切前提与可能，一切设计应该是符合实际和切实可行的，也就是符合“适用、经济、美观”的原则的。好的设计人员，不仅在图案设计上能够精益求精得心应手，而且对绘画与雕塑也有一定的理解和鉴别能力，这样对设计工作中的发挥，对风格上的多样，都是有帮助的。

我们的任务是光荣的。我们一定要在工业现代化中把我国的实用美术推向一个新的水平。

~~~~~  
(上接第22页)

望，似乎鼓励我有斗争的勇气，一定能够战胜暴风雪。

我看了梅花，想画梅花，要画出梅花的性格，根似钢，枝似铁，花似血。

我向老花农请教过，我问他象血一样红的梅花有没有？他回答说：“有！”“这叫做朱砂梅！”我再问他长在什么地方，让我去参观一下，他说：“这山里有！你自己去找吧！”我虽然没有找到，但回来就用朱砂颜色画梅花的花瓣，用焦墨画梅花的枝干，这是邓尉山行的一个纪念。

英明领袖华主席一举粉碎“四人帮”后，我把这张大幅梅花张挂起来，又回忆起当年面对着梅花的海洋时的情景，使人感到真正的春天、人民的春天回来啦！

您说我为什么不爱画梅花呢？

.....

还有许多有关花的话要谈，以后再谈吧！

78年初春季节

# 实用美术笔谈

## 大众化与美

黄 可

实用美术，顾名思义，是人们日常生活中所实际应用的美术。

实用美术的涉及面很广，关系到人们日常生活的衣、食、住、行等各方面的美化和装饰，例如：家俱、玻璃搪瓷日用器皿、皮革塑料制品、小五金、家用电器、钟表、文教体育用品、交通用具、毛丝棉涤纶织品、玩具、食品医药包装等等的造型和图案纹样装饰的美化设计，都是属于实用美术范畴。换句话说，实用美术也就是美化人们日常生活的艺术。如何设计和生产出切合人们日常生活需要的日用品，关系到实用美术是否体现为工农兵最大多数劳动人民服务的方向问题，也关系到有关部门是否真正关心最大多数劳动人民生活这一重要问题。

敬爱的周总理生前根据毛主席的无产阶级革命路线制定的“适用、经济、美观”的实用美术设计原则，即在设计上必须首先要考虑切合最大多数劳动人民实际生活的需要，同时要注意价廉物美，适合人民的购买能力和欣赏要求。下面想谈一下个人对“适用、经济、美观”的理解。

关于“适用”，是指日用工业品使用方便，坚固耐用，有充分的使用价值。除了设计好专物专用的日用工业品外，也应考虑设计一物多用的日用工业品。曾见到国外有一种摺叠式台灯，骨架和灯罩轻巧，摺起来体积很小，旅行时可随身携带，同时又可挂在墙上作为壁灯，造型简练、别致，色彩典雅，所采用的原材料是一般塑料，生产上工艺处理

简单,成本不高。也曾见到国外有一种手电筒,光的控制可作红、黄、绿、白四种色彩调节,既可作一般行人走路时照明用,也可做铁路人员、轮船海员的信号灯用,同时因为形体三角,有稳定性,上面安装有磁铁,可供工程技术人员在工作时随处进行安置,真是物尽其用。这样一物多用的日用工业品,对于我们打开设计思路是很有启发的。随着科学技术的现代化,各种一物多用的日用工业品,完全有条件生产出来。一物多用的日用工业品有着不少优越性,它既可以节省原材料,降低购买者的经济负担,使用又方便,体积也小,是最符合大众化日用品的要求的。

关于“经济”,指的是降低日用工业品的生产成本。成本降低了,就可以做到价廉,适应最大多数劳动人民的购买能力。所以,日用工业品的设计,要考虑尽可能采用降低

成本的原材料或代用品,同时在造型结构上注意简练,节省原材料,减少工艺过程,便于缩短工时,迅速大批生产,大大降低成本。

关于“美观”,指日用工业品在造型和装饰上使人看了觉得美、舒服、可爱。日用工业品有三个属性:既有实用性(适合人们日常生活中的使用),又有艺术欣赏性(具有一定艺术欣赏上的美学价值),同时要适合于大批机械化生产。由这三个属性所决定,日用工业品在造型和装饰上不宜繁琐,只宜简练。所以,日用工业品的美观,一般必须在简练的造型和装饰中体现出来。也就是说,日用工业品的美术设计,以简练为贵。

“适用、经济、美观”这一原则中的三者关系是辩证的统一,是相互制约的关系。在日用工业品的美术设计中,只有全面正确地理解这三者之间的辩证关系,才能设计出切合大多数劳动人民需要的日用工业品。

## 漫谈出口商品的包装装潢设计

上海外贸包装广告分公司设计组

人要着衣裳,商品要包装。这大概是尽人皆知的常识了。

一套新装,式样新颖,美观大方,合身得体,便于活动,能够映托一个人健康的精神风貌。同样,一件商品,例如一盒铅笔、

一听茶叶、一袋糖果……包装装潢是否恰当和适应时代的需要,也犹如一个人的服装是否合身美观一样重要。尤其是出口商品的包装装潢好坏与否,不仅关系到我们国家经济方面的得失,而且关系到我们国家的对外政

治影响和文化艺术声誉。

包装装潢，是一门科学，又是一门艺术。它是科学技术和艺术设计完美的结合体。因此，包装装潢的创新包含着极其丰富的内容。

搞好商品包装装潢的创新，首要问题是思想真正的解放，彻底打碎“四人帮”强加给我们的精神枷锁，弄清包装工作的思想、路线是非。我们应当毫不动摇地坚定地贯彻“古为今用，洋为中用”、“百花齐放，推陈出新”的文艺方针，坚定地贯彻“内外有别”的原则，以及“既要坚持社会主义方向，又要适应国际市场需要”的要求。

“坚持社会主义方向”，规定了我国社会主义包装装潢与资本主义包装装潢根本不同的性质、目的和任务。资本主义搞包装装潢，最终目的是为资产阶级追逐最大的利润服务的，为此目的，他们往往“货卖一张皮”，不惜工本，浪费很大，带有很大的虚伪性和欺骗性；有的则不择手段，摆噱头，甚至以色情、丑恶、怪诞的资产阶级腐朽艺术招揽顾客，带有明显的腐朽没落的印记和特征。这些都是我们必须坚决反对和加以批判的。我们改进包装装潢，根本目的是为了实行真正的平等互利、互通有无的社会主义贸易方针，为社会主义祖国的革命和建设服务。我们对包装的要求是：“科学、经济、牢固、美观、适销”，要体现出社会主义朝气蓬勃的和独特的民族风格。

与此同时，“又要适应国际市场的需要”，

注意尊重别国的民族喜好与禁忌，遵守人家有关的包装条例规定。这是为实现我们坚定的政策所必不可少的灵活的斗争策略。必须注意到，随着资本主义国家零售商业日趋垄断集中，大百货公司和超级市场迅速兴起，国际市场和消费者对小包装的要求越加广泛。如果没有许多适销的小包装，很多出口商品就将越来越难于进入超级市场和大百货公司的货架。目前，我国出口商品中的小包装占的比重还不小，尤其是我出口商品经国外商人将大改小再出售的比重还不小，土产品、玩具、文具等项商品，经外商一改装，一转手即提高售价达一倍至二倍多，不适应国际市场需要，于国于民，损名失利。因此，在坚持社会主义方向的原则基础上，要注意适应国际市场的需要。这是无产阶级同国际资产阶级、社会主义同国际资本主义进行斗争的需要，是扩大出口，发展社会主义对外贸易所不可缺少的策略和手段。

包装这门应用科学的对象包括：新的包装材料、新的包装容器、新的包装机械，以及包装新工艺、新技术、新方法。它与现代科技的发展（如机械的自动化、联动化；日趋繁多的复合材料和塑料的出现，及其印刷术的提高；真空、吸塑、收缩、抽空灌氮包装新工艺的采用等），与当今国际市场上的消费方式、销售方式的变化（如超级市场的兴起）和运输方式的演进（如集装箱组合的逐步扩大和国际通用）都紧密相关，因而包装科学具有

鲜明的时代性和国际性的特征。这些都是包装科研人员创新的重大课题。搞好这方面的工作,是直接体现包装现代化的重要标志。

包装装潢作为一门艺术,其创新的另一个重要方面,便是美术设计了。包装装潢的设计,包括瓶、罐、盒、袋等多种包装容器的立体造型设计,及其画面图案的平面设计两大部分。美术设计的创新,特别是包装容器立体造型的创新设计,与包装科学技术的革新是紧密相连的。国际市场的变化,给美术设计不断提出新的课题和要求,而包装科学技术的发展,则给美术设计提供了新的可能和机会。新型包装材料的合理选用,包装造型结构如何设计得便于陈列、销售和消费者携带、使用时做到封闭严密又开启方便,这都需要美术设计人员具有较丰富的包装科学

知识、商品知识和对国际市场情况的了解。

一件放在货架上的销售包装,主要是由商品形象、品名牌名、文图说明以及装饰图案所组成。在超级市场的货架上,数种甚至十几种不同国家出口的同类商品堆叠一起,顾客走进浩繁的商品世界,是不可能一一挨次察看的,而只能择其首先吸引视线的包装。因此如何以简练的构图达到明朗醒目的效果,把商品的形象、品名、牌名深深地打进顾客的记忆里,使人熟识并牢记,不少成功的设计例子,给了我们宝贵的启示。好的包装装潢设计,必须具备这样的品质:鲜明的思想性,突出的商品性,新颖的艺术性和独特的风格。当使用结果又证明良好,包装设计便在推销商品和建立良好的商品信誉方面发生了作用。

## 日用器皿设计要注意造型

上海搪瓷七厂 应鹤光 苏春生

我们是从事日用器皿设计的,在实际工作中体会到,日用器皿设计要注意搞好造型。一件日用器皿,是否实用,是否美观大方,造型设计如何是起决定性作用的。日用器皿固然需要各种各样的色彩和装饰纹样,但匠心独到的日用器皿设计,不一定另外加上什么色彩和装饰纹样,主要是通过巧妙的造型

来充分体现特定日用器皿所采用原材料本身质地美的特点,如玻璃的透明晶莹折光美、搪瓷的光洁柔和美、铝合金和不锈钢等金属的明净刚劲美等等。相反,如果造型不好,“画蛇添足”地繁琐地加上色彩和纹样,反是掩盖了原材料的质地美,糟蹋了日用器皿。日用器皿一般是作为饮食和卫生用具的,它

必须具备清新、洁净的特点,所以即使在设计上运用色彩和纹样,也不宜过于浓重和繁琐。试想,一个搪瓷脸盆,如果装饰纹样繁琐,满是浓色调,用脏了也看不出来,是与卫生要求相违背的,同时在欣赏效果上又根本不美。特别是今后随着人民生活的不断提高和扩大对外贸易,需要发展新的日用器皿,如搪瓷烧锅、电饭锅、电茶壶、电动出水保温瓶、微晶玻璃器皿、不锈钢餐具等,大多不必加什么装饰纹样,更要求注意造型设计。

所以,日用器皿设计要着重在造型上下功夫,外加的色彩和纹样是次要的。

在日常生活中,我们每天都离不开日用器皿,因此要使这些日用器皿不仅使用方便,也必需注意造型和装饰上的美观大方。从目前来看,我们在制作水平、先进技术运用、特别是在造型设计的改进上,还远远不能满足人民群众生活日益提高的实际需要。所以,要设计生产出更多更好的日用器皿,是摆在我们面前的一个重要任务。

## 材料质地美的利用

上海市轻工业学校 吴祖慈

科学技术的发展为我们提供了新材料、新工艺,并使各种材料越来越充分地显示出优良的质地。

材料质地美的利用,不仅要依靠新的生产工艺,还取决于设计人员的创造发挥。

例如:玻璃器皿中的“窑玻璃”产品(亦称滴玻璃)是利用在高温时熔化的玻璃成胶状体,它有一定的流动性、可塑性和粘性,是在窑上趁热手工吹拉成形的。因此表现出玻璃料所特有的流动感,使玻璃的透明感更富有折光的效果。还有一种车玻璃,也是利用玻璃的透明性经车刻后产生的折光,纹样的点、线、面相互反射,取得华贵富丽的艺术效果。

又比如陶瓷器上釉彩的美,邯郸的花釉、石湾的结晶釉等,都是因为造型形体表面的质感、光泽、色彩给人以强烈的美感。所以,一件优秀的产品设计必然是充分发挥了材料的质地美和生产工艺的特点。从美术设计的角度看就是要运用各种艺术手段把材料的质地美显示出来,当然,造型形体和必要的装饰纹样设计也是重要的。但无论怎样的造型形体或装饰纹样,都要有利于发挥材料的特点。我们经常看到一些好的产品,为了显示材料的质地美,往往不加任何装饰纹样,造型形体也处理得简练大方,因为材料本身已经很美,就没有必要在形体上多加装饰,搞

得很复杂，反而掩盖了材料的美。

现代的实用美术设计要求设计者不仅仅停留在造型形体和装饰纹样的改变上，还需

要研究人与产品的关系，使产品更好地做到经济、实用、美观。不断降低产品的成本，减少工艺加工步骤。

## 设计更多更好的日用花布

上海印染公司 金岩曾

印花布是与人民生活有着密切关系的日用工业品，我们设计人员有责任把青年姑娘、儿童们打扮得象春天的花朵一样的美丽，同时使中老年妇女们也能买到自己称心的花布，这样才能体现出我们社会主义国家欣欣向荣、蒸蒸日上新气象。

过去我们总认为农村花布主要是色地朵朵花，其实农村消费者的喜爱也是发展的。随着交通发达，知识青年的上山下乡，各地城乡的青年和中年妇女对白地不规则几何图案的花布和少套色花布的要求，也越来越多。有位年青的农村姑娘指着一块白地的花布说：“看到这种花布，花地分明，越看越觉得舒服、凉爽。”提醒我们设计者要经常拿一些新花型、新品种来引导他们的爱好向前发展，花布图案设计不能老是停留在“老朵朵”的水平上，应该多采用人民喜闻乐见的题材，运用丰富多采的花卉形态和色彩，吸取外来花样的表现技法进行创新。

在外销花布图案设计方面，我们遵照敬

爱的周总理指出的“既然和一个友好国家进行贸易，你就应该研究那个国家的具体需要”和“内外有别”的指示精神。通过对国外市场花色变化的分析研究，在初步了解国际市场花色流行规律的基础上，结合我国的民族艺术传统，加以创新。有一位从印尼回国的设计人员，他把平日写生来的各种花鸟资料，结合当前国际市场的流行色，进行反复的研究，抛弃了仿腊裙料的陈规老套，大胆地设计了一幅具有我国民族风格的仿腊裙料新图案。受到国外的欢迎，到目前已连续复印十二次之多。还有一位年青女设计员，当她了解到国际棉布市场将流行条型图案时，她就运用手头掌握的一些中外的民族纹样，设计了一幅具有东方色彩的条型图案。这幅图案在广交会上先后为新加坡、中近东、欧洲、非洲等地区的客户所选购，先后复印了九次之多。目前我们设计的外销花布图案，已逐步地为国际市场，特别是第三世界国家的消费者所喜爱，很多花布图案一再为许多国

家和地区的客户所选用、复印，同一花布图案复印竟达二、三十次，甚至四、五十次，有的花样还为国外设计人员多次模仿。

为了促进印染工艺技术的发展，赶超世

界先进水平，设计人员还设计了光电雕刻和微粒子印花的花布图案。采用这二种新技术生产出来的花布，少套色能取得多套色、多层次的效果，丰富了设计的表现技法。

## 从玩具设计谈起

上海玩具研究室 艺 兵

实用美术这朵灿烂的花朵，在“四害”横行时它和其他一切领域一样，受到严重的干扰和破坏，人们喜爱的日用品，画上了“四人帮”那一套生硬的政治性图案，如在床单上画了很多飞机、大炮、工厂，洗脸盆和茶具上写上了语录，就连儿童玩具也要突出他们的所谓“政治”，小狗小猫以及动物图案也不能设计了。由于“四人帮”形而上学猖獗、唯心主义横行，许多产品不能生产，不能出口，使不少玩具产品退出了国际市场，严重影响了出口任务和我国的政治声誉。就拿玩具来说，我国的玩具，在国际市场原来很受欢迎，活跃一时，现在却降至只占国际玩具市场的2%，这是多么使人痛心的事！原因是科技水平差，生产工艺落后，造型设计也注意不够。例如，国外的许多玩具，大多已趋向于采用集成电路，遥控装置，因我国的玩具，还停留在一般的电动或惯性机械装置。我国投产一个新品种玩具，开一付玩具模具，需

花很长时间，所以玩具花样不能及时翻新。

现在，坚冰已经打破，“四人帮”强加在玩具设计人员身上的精神枷锁已经砸碎。去年，北京举办了全国玩具展览会，最近上海又召开了玩具小型交流会，大家都为玩具设计所出现的新形势而感到高兴，新的玩具设计如活络关节娃娃、龙船、猴子推车等等新产品受到大家的好评。

高尔基说过：玩具是儿童的生动教科书。我们认为，使玩具做到广大儿童能喜闻乐见是很重要的，否则，只能是“教科书”而不能达到“生动”要求，这样儿童仍是不欢迎的。当前，玩具品种不齐，设计路子不广，大都是三岁至六岁儿童适用的玩具，而幼儿玩具、智力玩具、科技玩具也就寥寥无几，在玩具设计中，还存在着不善于用儿童的眼光看待生活中的事物的毛病，他们不懂得儿童的想象力是非常丰富的，有些玩具设计还不熟悉材料的特点和工艺上的要求，还不善于采用