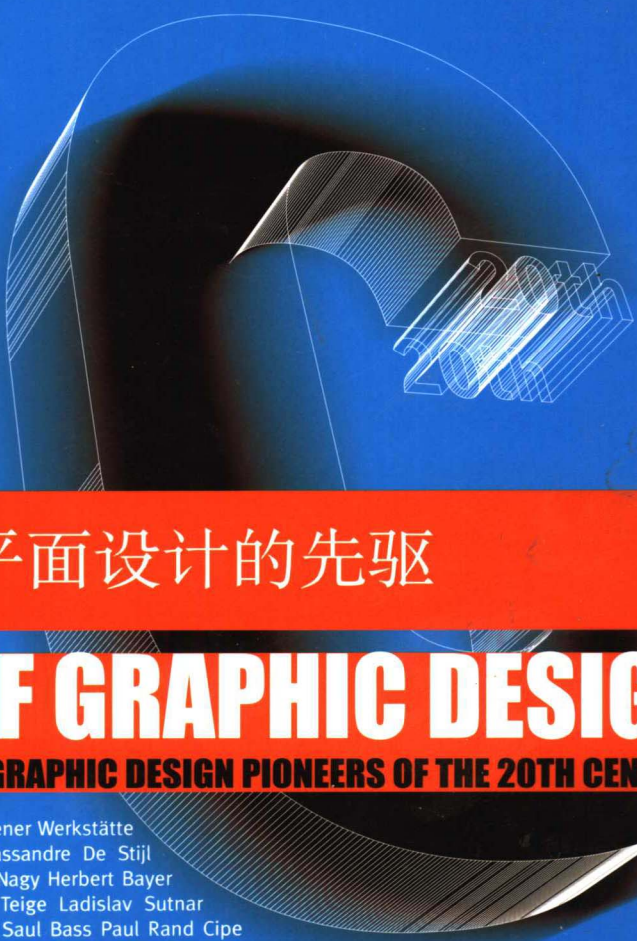




设计百年

—— 20 世纪平面设计的先驱

A CENTURY OF GRAPHIC DESIGN

GRAPHIC DESIGN PIONEERS OF THE 20TH CENTURY

Peter Behrens Henry van de Velde Will Bradley Eric Gill Wiener Werkstätte
Charles Rennie Mackintosh E. McKnight Kauffer A.M. Cassandre De Stijl
El Lissitzky Alexander Rodchenko Bauhaus László Moholy-Nagy Herbert Bayer
Jan Tschichold Alexey Brodovitch Studio Boggeri Karel Teige Ladislav Sutnar
Hendrik Werkman Hermann Zapf Max Bill Herbert Matter Saul Bass Paul Rand Cipe
Pineles Lester Beall Leo Lionni Bernard Villemot Abram Games F.H.K. Henrion Josef Müller-
Brockmann Bruno Munari Olle Eksell Ivan Chermayeff Massimo Vignelli Robert Brownjohn Yusaku
Kamekura Henryk Tomaszewski Massin Push Pin Studio Herb Lubalin Roman Cieslewicz Grapus Pentagram
Wim Crouwel Jan van Toorn Gert Dumbar Hard Werken Muriel Cooper Wolfgang Weingart Dan Friedman
Bruno Monguzzi Ikko Tanaka Jamie Reid April Greiman Javier Mariscal Vaughan Oliver Cranbrook Academy
Emigre Tibor Kalman Erik Spiekermann Neville Brody Why Not Associates Jonathan Barnbrook
Eiko Ishioka David Carson Ott + Stein Sheila Levrant de Bretteville Adbusters Design/Writing/Research Cyan

JEREMY AYNLEY

[英] 杰里米·安斯利 著 蔡松坚 译

中国建筑工业出版社

设计百年

—— 20 世纪平面设计的先驱

A CENTURY OF GRAPHIC DESIGN

GRAPHIC DESIGN PIONEERS OF THE 20TH CENTURY

[英] 杰里米·安斯利 著 蔡松坚 译

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字：01—2003—7675号

图书在版编目(CIP)数据

设计百年——20世纪平面设计的先驱 / (英) 安斯利著; 蔡松坚译.
北京: 中国建筑工业出版社, 2005

ISBN 7-112-06827-4

I. 设… II. ①安… ②蔡… III. 平面设计—工艺美术史—世界
IV. J509.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 099607 号

First published in 2001 under the title A Century of Graphic Design by Mitchell
Beazley, an imprint of Octopus Publishing Group Ltd, 2-4 Heron Quays,
London E14 4JP

Copyright © 2001 Octopus Publishing Group Ltd.

Chinese translation copyright © 2005 by China Architecture & Building Press
All rights reserved

本书由英国 Mitchell Beazley 出版社正式授权我社
在中国大陆翻译、出版、发行本书中文版

责任编辑: 戚琳琳 姚丹宁

责任设计: 刘向阳

责任校对: 刘梅 赵明霞

设计百年

——20世纪平面设计的先驱

[英] 杰里米·安斯利 著 蔡松坚 译

中国建筑工业出版社 出版、发行 (北京西郊百万庄)

新华书店经销

伊诺丽杰设计室制版

北京顺诚彩色印刷有限公司印刷

*

开本: 787 × 1092 毫米 1/16 印张: 15 ³/₄ 字数: 400 千字

2005 年 2 月第一版 2005 年 2 月第一次印刷

定价: 98.00 元

ISBN 7-112-06827-4

TU · 6074 (12781)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

6 导言

崭新的行业

- 16 彼得·贝朗
- 18 亨利·范·德菲尔
- 20 威尔·布拉德利
- 22 新招贴
- 26 零售品的平面设计
- 28 选举权运动
- 30 埃里克·吉尔
- 32 维也纳美术工作室
- 36 查尔斯·伦尼·麦金托什

新设计与艺术实验

- 42 意大利未来主义
- 44 第一次世界大战招贴
- 46 爱德华·麦克奈特·考弗
- 50 A·M·卡桑德尔
- 54 风格派
- 56 埃尔·利西茨基
- 58 亚历山大·罗德钦科
- 60 包豪斯
- 64 拉兹洛·莫霍利-纳吉
- 66 赫伯特·拜尔
- 68 让·奇希霍尔德
- 70 新广告设计圈子
- 74 集成相片术
- 78 亚力克西·布罗多维奇
- 80 艺术装饰派
- 84 伯格里工作室
- 86 卡雷尔·泰格
- 88 拉迪斯拉夫·祖特纳
- 90 昂德里克·沃克曼
- 92 国别特征

- 140 龟仓雄策
- 142 亨里克·托马契斯基
- 144 爵士乐唱片封面

波普、颠覆与另类

- 150 马森
- 152 图钉工作室
- 156 赫布·卢巴林
- 158 大街上的波普艺术
- 160 迷幻主义平面设计
- 162 地下刊物
- 164 中国的平面设计
- 166 罗曼·切斯莱维奇
- 168 古巴招贴
- 170 格拉普斯

晚期现代与后现代主义

- 176 五角星
- 180 维姆·克鲁韦尔
- 182 让·范·托恩
- 184 格特·邓巴
- 186 苦干工作室
- 188 穆里尔·库珀
- 190 沃尔夫冈·温加特
- 192 丹·弗里德曼
- 194 布鲁诺·蒙古齐
- 196 田中一光
- 198 杰米·里德

数码时代的设计

- 204 阿普里尔·格雷曼
- 206 时尚杂志
- 210 贾维尔·马里斯卡尔
- 212 沃恩·奥利弗

目 录

世纪中期的现代平面设计

- 98 赫尔曼·察普夫
- 100 马克斯·比尔
- 102 赫伯特·马特
- 104 索尔·巴斯
- 106 保罗·兰德
- 110 西傅尔·皮内莱斯
- 112 莱斯特·比尔
- 114 利奥·莱昂尼
- 116 伯纳德·维尔莫
- 118 艾布拉姆·盖姆斯
- 120 F·H·K·昂里翁
- 122 设计杂志
- 124 约瑟夫·米勒·布罗克曼
- 126 布鲁诺·米纳里
- 128 奥莱·埃克塞耳
- 130 交通设计
- 134 伊凡·契曼耶夫
- 136 马西莫·维格奈利
- 138 罗伯特·布朗约翰

- 214 克兰布鲁艺术学院
- 216 移居者
- 218 蒂博尔·卡尔曼
- 220 埃里克·施皮克曼
- 222 内维尔·布罗迪
- 224 何不联盟
- 228 乔纳森·巴恩布鲁克
- 230 石冈惠子
- 232 大卫·卡森
- 234 奥特+施泰因
- 236 希拉·莱弗兰特·德·布雷特维尔
- 238 阿德巴斯特斯
- 240 设计/写作/研究
- 242 青色

附录

- 244 参考书目
- 248 博物馆与设计藏品
- 249 术语表

视觉传达是人类历史不可分割的一部分。自从人类借助标识、标志来留下痕迹或进行交流,而非采用言辞起,它就已经存在了。在当今世界中,为了实现公共交流而对标识或标志、文字或形象进行组织的行为均被视为平面设计——一个广义上的专业设计领域。

平面设计的历史或许可以追溯到史前的洞穴壁画,继而是埃及的象形文字、中国的书法、中世纪的手稿和18世纪的铅字设计。本书所探讨的是诞生于工业化劳动分工中的20世纪的平面设计。

今天,从邮票、标签、票据等使用时限极短的小件物品到书刊里外的设计,平面设计在印刷品上得到了广泛的应用。同时,它还包括招贴、广告设计、商标、标识语和标志。而在繁复的信息设计系统中——现成环境中的标识体系、展览和企业形象标识系统,它通常与建筑行业紧密地联系在一起。平面设计师也可能从事多媒体设计,无论是在传统的印刷媒体领域,还是在以屏幕为基础的电影、电脑或电视中。

平面设计的定义

据说,“平面设计”一词是由美国印刷商威廉·阿狄森·德威金斯(William Addison Dwiggins)在1922年为了区分各种不同的印刷设计而创造出来的。在此之前,印刷程序的机械化伴随着广告的兴起,成为了推动商品市场的一种主要的印刷品文化形式。在19世纪的下半叶,规模市场催生出更多的专业手工工人来操作印刷机器。这些工人处理的是大量的插图,有木刻中各种造型风格的,也有后来的平版和凹版印刷技术处理的。起初,平面艺术只是作为工艺技巧中的一种技术基础。后来,为了协调运作,同时也给顾客提供最佳的解决方案,设计和制作分离开来了。而担当中间角色的是平面设计师——他从客户那里获取设计委托和要求,设计草图和详图,然后指导技术员、排字员和印刷工如何实现设计效果。

本书所介绍的设计师有着不同的历史背景和设计环境。威尔·布拉德利(Will Bradley)、埃里克·吉尔(Eric Gill)、赫尔曼·察普夫(Hermann Zapf)、赫布·卢巴林(Herb Lubalin)、埃里克·施皮克曼(Erik Spiekermann)和乔纳



这张照片所捕捉到的热情展现了洋溢在包豪斯艺术设计 and 建筑学校的乐观情绪。第一次世界大战末期，在建筑师沃尔特·格罗皮乌斯(Walter Gropius)的带领下，包豪斯学校创立于魏玛，成为新设计的发源地，孕育了无数与现制图和印刷设计相关的探索性概念。

森·巴恩布鲁克(Jonathan Barnbrook)都曾受聘于铸字工场。他们运用书法、造字、版式设计方面的专业知识来设计出新的字体，或者改造现存的字体以适应不断变化的技术。另外的一些人在公司里任职。彼得·贝朗(Peter Behrens)出任1914年以前世界最大的电力公司德意志联邦共和国通用电力公司(AEG)的艺术顾问，马森(Massin)是在上个世纪中期为法国出版商加利马尔(Gallimard)服务了20年的艺术指导。还有的人则进入了广告行业，而现在最常见的是独立设计师。本书中的大部分设计师都创立了自己的工作室，或者与别人合作，结成伙伴关系。在这两种情况下，独立设计师的名字都成为了一群掌握了平面设计跨科技巧的员工的速写标签。

商业化

在早期，“商业平面造型艺术”一词含有贬义。它昭示了在等级关系上，与商业无关的美术凌驾于为商业所用的应用艺术之上。到了上个世纪末期，这种论断已经难以维系，因为至此人们清楚地认识到所有艺术形式都是经济体系中的一部分。然而，要让大家信服平面设计值得关注这一事实却并非易事，颇费了一番工夫。

各类组织和团体的建立推动了平面设计的专业化。欧美以不同的形态引领了这股风潮。1914年，美国平面艺术协会(AIGA)在纽约成立，成为了在促进“平面艺术”活动中历史最悠久的机构。本书中的许多设计师都曾经是学会中的资深成员，获得过它的金奖荣誉，伊凡·契曼耶夫(Ivan Chermayeff)、西摩·查斯特(Seymour Chwast)和马西莫·维格奈利(Massimo Vignelli)便是其中的佼佼者。美国平面艺术协会的宗旨是通过评论、教育和精良的实践来提高专业水准。广告是一个特别敏感的行业，视觉上的泛滥和言论上的虚伪导致了公众对它的不信任，冠以“骗子的行为”的称谓。学会认为，授予奖项和视广告为艺术的举措会赋予广告行为更深层的意义，终将改变人们的看法。1920年，艺术指导俱乐部(the Art Directors Club)在纽约成立，它对广告表现出极大的兴趣。一年一度的展览和出版是其对设计和艺术指导方面最高创作标准的推广。本书中的许多设计师正是因为自身的设计成就而受到此艺术指导俱乐部

的承认，被选入其名人堂（Hall of Fame）。

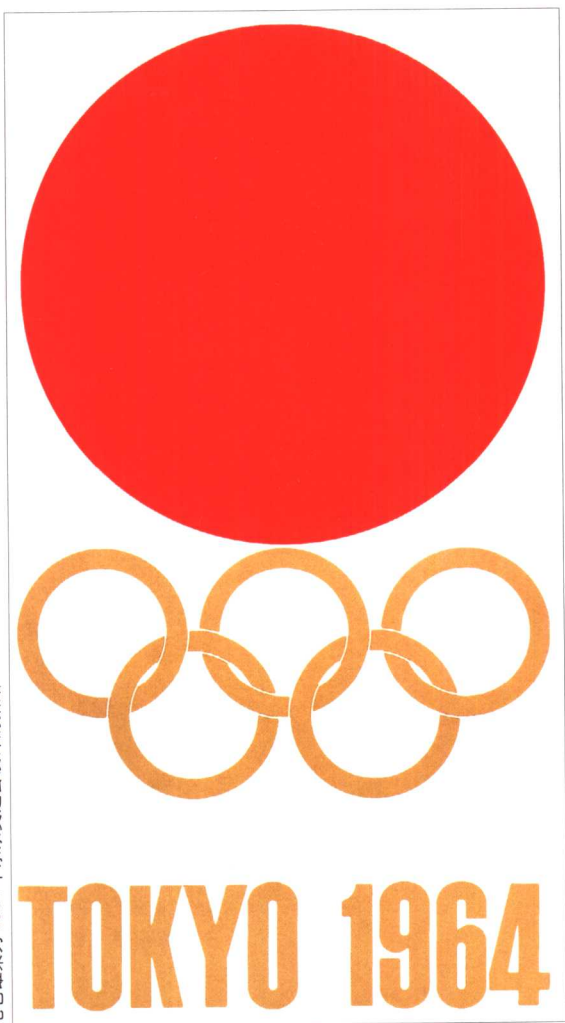
20世纪伊始，大量的印刷招贴在欧洲出现了，成为了当时人们最喜闻乐见的平面艺术。从1895年起，罗杰·马克思（Roger Marx）也在巴黎出版了期刊《Les Maîtres de L’Affiche》，收录了那些也为剧院、音乐会和商品设计平版画的著名画家的作品。他积极地倡导博物馆和私人爱好者去收藏这些作品。紧随其后的是英国的出版物《招贴》（The Poster, 1898-1901）和德国的《Das Plakat》（1910-1921）。

在两战期间，越来越多的专业出版物显示出平面设计的长足发展。期刊《平面设计行业与艺术》（Arts et Metiers Graphiques, 1927-1939）和《艺术笔记》（Gebrauchgraphik, 1924-1944）对书籍、招贴和展览的设计均给予了广泛的关注。直到1945年之后，“平面设计”才真正地被人们用来描述一种教育和职业活动——至此，世界上许多地区都开设了平面设计与插图学位课程。这一期间也涌现出大批的国际杂志，对平面设计进行了评论，其中，最为著名的是瑞士的《平面设计》（Graphis, 1944-）和《新平面设计》（Neue Graphik, 1958-1965）、美国的《印刷》（Print, 1940-）、英国的《版式设计》

莫泽是维也纳分离主义艺术团体的成员之一。在这张招贴中，他使杂志《Illustrierte Zeitung》成为了表达的中心主题，以力劝人们购买它。装饰性设计是分离主义的典型风格。女人的衣服是其中重要的设计元素，它反映了分离主义设计师要实现室内、女人的服饰和平面设计三者之间和谐的目的。



克洛曼·莫泽(Koloman Moser)设计的《Illustrierte Zeitung》杂志“阅读”(Lesen Sie)招贴, 1900年



龟仓雄策不仅是最早将现代主义传入自己国家的日本设计师之一，也是最早成为享誉世界的日籍平面设计师之一。这张招贴利用两个基本的简单标志：日本国旗的红日和奥运会的五环。字体“Tokyo 1964”(东京1964)成为了两者的支撑平衡点。

(*Typographica*, 1958-1965)。伴随着技术上的重大改进，人们对平面设计也日益重视起来了。电影和电视的设计提出了注重系统性的要求。“视觉传达”一词更易于为人们所接受和认可，因为它的概括性更强，避免了平面设计仅仅指的是纸品印刷而已的潜意识。

1984年苹果麦金托什机电脑的问世，使更多的用户得以参与平面设计，开创了桌面出版的新领域。关于电脑的影响将在“数码时代的设计”一章中进一步阐述。正如杂志《移居者》(1982-)和《眼睛》(*Eye*, 1991-)中的文章所论及的那样，印刷品样式和平面设计的变化反映了从这时起人们对印刷术与其他艺术表现形式的互动关系的再度兴奋。这一轮运动将印刷品样式和平面设计诠释为与电影、音乐、风格、时尚和美术有关的更为广泛的文化行为的一部分，而不再坚守早期把平面设计师仅仅看作是一个问题解决者这一简单的观点。

世纪回眸

本书采用了大众公认的小标题，以确立平面设计与其他艺术设计活动的对应一致性。相应地，未来主义、构成主义、超现实主义、纽约画派、波普和后现代主义等风格标签表明了平面设计如何成为更广泛的视觉和艺术语汇中的一部分。

20世纪之初，平面设计被理解为一个“崭新的行业”。在欧洲和美国，设计改革运动试图去提升印刷中的设计标准。从绘画到建筑，先驱们都在探索平面设计的走向和前景。第二部分的“新设计和艺术实验”探讨了两次世界大战期间极其丰富的文化活动，以及设计和建筑中的现代主义对平面设计所造成的影响。许多训练有素的艺术家在这个期间摒弃了架上画，因为他们相信设计也可以是平民式的。1919年，包豪斯设计和建筑学校在魏玛兴起，经过一段相对较短的发展期，1933年在柏林关闭，它是践行这一信念的缩影。包豪斯成为了后来的视觉传达设计的灵感源泉。

“世纪中期的现代平面设计”部分讲述了处于全球政治无序状态下的现代主义渐渐地变成了主导风格。现代的非衬线铅字体、图像和现代艺术的概念都被认为是促进国际交流的策略。在出版、广告和宣传设计方面，现代主义成为了把艺术指导的主旨传达给跨国公司的客户的一种途径。20世纪30年代，为了逃离

欧洲的极权主义，许多现代主义平面设计师，包括祖特纳（Sutnar）、莫霍利-纳吉（Moholy-Nagy）、莱昂尼（Lionni）、拜尔（Bayer）和泰格（Teige），越过大西洋，协助将这种风格引入美国。其时，美国的经济日益繁荣，商业氛围渐渐浓厚，社会分工更趋专业化。第二次世界大战之后，现代主义传播到世界各地。在某种程度上，它被人们看作是一种美国现象，而日本和瑞士变成了其最重要的中心之一。

从专业的角度来看,平面设计主要是“第一世界”的产物,深植于工商业土壤之中。本书中的著名大师都曾服务于本国的或国际的商业机构,他们的工作是全球化经济中的一部分。但也有例外的,一些独立的艺术家就拒绝充当这样的角色。在20世纪20年代的列宁时期,构成主义设计师埃尔·利西茨基和亚历山大·罗德钦科为了探寻一种适应苏联共产主义社会的平面设计语言而进行了大胆的实验。在“波普、颠覆与另类”的章节中,波兰、古巴和中国在随后的几十年里,出于对自身的市场价值观的维护,没有遵循西方工业平面设计的模式。这些国家的许多设计师以平面设计作为丰富文化的一种手段。

同样地,在整个20世纪中,西方的很多平面设计师既不赞成对现行制度的默许,也不满于政治状况。60年代,地下刊物的出现和另类社团的发展都鲜明地反映了社会和政治的不安。在与资本主义的政治对抗中,魏玛时





展望 21 世纪,平面设计已经发展成为设计领域中一个健全的门类,拥有独立的知识结构体系,形成了自身的传播和评论文化,并对新技术所带来的不断更新的需求作出积极主动的回应。平面设计将继续扮演着重要的社会和文化角色,同时提供一定的空间让人们去回顾、争辩和颠覆。

崭新的行业

平面设计是20世纪的一个崭新行业。重大的技术变革催生了它的出现，虽然植根于过去，但直到世纪之初，它在设计进程中的意义才得以真正地实现。

对于一个现代传播系统的出现，机械化印刷、纸墨制造、专业折叠机、装订机和订书机是必不可少的。19世纪末期，城市生活方式上的巨大变化表现为对现代化的集体向往，这一点又起到了一定的促进作用。人们涌向城镇，在那里寻找工业化衍生的工作；铁路网络不断扩充；消费品的规模市场稳步增长；这一切与其他重要的变化联系在一起。现代传播依赖于复制，开始是印刷，随后便是广播、电视和电影。为了满足培训、教育和娱乐的需求，书籍、杂志、招贴和广告以史无前例的规模被生产出来。由于经济上和政治上的原因，城市里涌现了许多大型的印刷厂。

在此之前，对从事绘画行业的年轻工人进行培训仅属于行业协会的职责，而如今却变成了职业学校和艺术设计院校的任务。设计教育的课程模式主要以“南肯辛顿体系”（South Kensington System）为基础。这一套系统以1837年英国政府在伦敦地区设立设计学院的所在地命名。一批类似的“分支院校”相继在英国各地的制造业城镇设立起来了。除了讲授技艺之外，也同时培养学生的鉴赏力和审美观。对装饰的理解被认为是所有设计学分支的基础，是改善鉴赏能力的最佳途径。在这场运动中，表现得最积极的是亨利·科尔（Henry Cole，他在1853年创立了维多利亚与阿尔伯特博物馆的前身南肯辛顿博物馆）、威廉·莫里斯（William Morris）、欧文·琼斯（Owen Jones）和约翰·罗斯金（John Ruskin）。他们的影响波及欧洲的大部分地区，不久，相仿的艺术设计院校和博物馆也被建立起来了。

对于理解1890年至1914年期间的艺术与工艺运动，威廉·莫里斯是一位不可或缺的人物。他是一位全能的设计师，曾在纺织、墙纸和家具行业工作过，为印刷做出了极其重要的贡献。莫里斯和他的追随者的美学观来源于中世纪艺术，显露出对自然花纹和色彩、图案装饰法以及纯图案的偏爱。1891年，在临终之前，他与T·J·科布登-桑德森（T.J. Cobden-Sanderson）和科尔姆斯科特出版社（the Kelmscott Press）一起，出版了限量发行的作



雷亚德的设计体现了现代商业招贴的艺术与工艺运动理念。用墨色彩的选择和穿透在正文中间的手臂，实现了对构图和谐性的强调。

品集。他倡导手工字体、木刻插图和装饰性词首字母，这一切构成了一本“唯美的书”。一批批私人的小型出版社如雨后春笋般地在英国、欧洲和美国诞生了。尽管莫里斯本人由于看到人工劳动的降低和设计灵性的枯竭而反对机器，并非所有的追随者都拒绝参与机械化运作程序的机会。许多人遵循着他的美学原则，但作出了相应的调整，以配合机械化的复制手段。

只有改进铸造厂的铅字字体，才能对设计进行根本的改良。在这个进程中，德国走在了前面。在那里，彼得·贝朗等设计师会接受一些大公司的委托，设计出多种重要的新字体。同样地，美国的威尔·布拉德利、布鲁斯·罗杰斯（Bruce Rogers）和弗雷德里克·古迪（Frederic Goudy），英国的埃里克·吉尔、埃德华·约翰逊（Edward Johnson）和其他的设计师也是如此。

如果印刷品样式的艺术与工艺改良运动是平面设计出现的其中一个主导因素，那么另一个成因则是招贴运动。平面设计与美术之间的关系得到了重视。随着它的出现，新招贴吸收了象征主义、新艺术运动和分离派的视觉语言，强调各种美术与应用艺术之间的联系。这些“新艺术”形式转向新技术和新材料，提倡简约的美学原则，以示对新古典和新巴洛克历史主义的回击。在招贴行业中，石印术尤为重要，因为它能够让艺术家亲临印刷车间并直接在特制的石头上作画。有时，艺术家将自己设计的字体融入招贴的整体设计中，带来一种美学上的和谐。

欧美设计师的构图法深受日本视觉艺术的影响。日本木版画的不对称、平涂色彩、对单个女性的突出、前景和背景之间的平衡等特征，均让现代设计师兴奋不已。

一系列国际展览为各国之间的艺术产业提供了比较和竞争的舞台，而招贴更是其中的主角。1900年的巴黎、1902年的都灵、1904年的圣路易斯和1908年的布鲁塞尔，在这些地方所举办的展览都是对本国特色的鼓励，对国际知名度的提升。

在1914年到来以前，书籍和招贴艺术即将融合成一个更大的整体：平面设计。然而，由于第一次世界大战的爆发，这一整合被搁置了。直至20年代，平面设计将得以全面地展现出来。



- ③ 1868—1940 年
- ③ 德国艺术与工艺运动的重要人物，与新艺术运动有关
- ③ 在卡尔斯鲁厄 (Karlsruhe) 和杜塞尔多夫 (Düsseldorf) 接受过绘画训练
- ③ 德意志联邦共和国通用电力公司 (AEG) 的艺术顾问
- ③ 工业设计先驱，后来成为一名建筑师

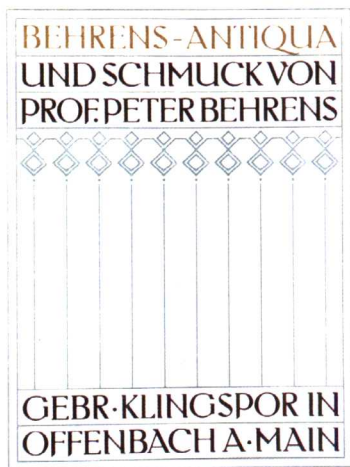
彼得·贝朗出生于汉堡，在慕尼黑学习绘画。1902 年，在英国艺术与工艺改良思想的启发下，他在达姆施塔特 (Darmstadt) 艺术家聚居地设计了一座别墅。这座别墅获得了人们的赞许，被喻为“一件完美的艺术品”，因为它切合了设计中每个方面都应平等对待并在风格上相互协调的当代理念。后来，他的大部分作品都体现出这一原则。

在平面设计方面，贝朗最重要的贡献是早期在小型艺术刊物上发表的象征主义印刷品、铅字字体设计以及他在柏林通用电力公司的工作成果。大体上，这一切发生在 1900 年和 1914 年之间。第一次世界大战之后，贝朗主要从事建筑。德国字体铸造厂相信，艺术在世纪之交得到重生，所以委托贝朗去设计一些能表达出新时代精神的字体，同时，也希望以此带来德国与法国工业相互竞争的能力。具有争议的是，贝朗的设计热衷于以罗马字体为基础，而没有去遵循以哥特式手迹作为文本的德国传统。他改变这些字体的造型，融入了更多德国文字的书法特点。第一件设计作品是 1902 年的 Behrens-Schrift，字体修长，别具一格，兼容新艺术运动的装饰性。随后的是 1906 年的 Kursiv 和 1908 年的 Behrens-Antiqua。后者体现了“一个具有德国精神的罗马人”，这种思想被贝朗广泛地运用在 AEG 的设计中。

1907 年，贝朗被任命为 AEG 的艺术指导。AEG 公司生产发电机、电缆、灯泡、弧光灯以及其他工用和民用电器。这次聘用在设计史上举足轻重，

因为它衍生了企业标识的概念。贝朗的职责范围从监控企业小册子和广告发展为设计国际展览摊位。他将 AEG 的商标重新设计成六边形图案，形如蜂窝。之后，这个设计也被运用在电壶、电扇和灯泡等新产品上。这样一来，AEG 所有的商品就建立起视觉一致性，消费者一眼就能辨认出来。Behrens-Antiqua 字体的广泛运用给公司建立了一个简洁而清晰的标识，AEG 也因为如此的产品信息化序列而广受美誉。贝朗的建筑事务所设在柏林，同时监督了 AEG 新厂房及其员工住房的工程建设。

正如人们所称道的一样，贝朗设计中的古典主义、对称、几何形体、黑白之间的强烈对比给 AEG 创造了一个艺术感与理性兼具的形象。20 世纪大部分的现代德国设计都或多或少地受到这种方法的影响。



为克林斯波字体铸造厂设计的 Behrens-Antiqua (罗马) 字体十分优雅，后来被运用在贝朗自己的设计中。新字体就是通过这样的小册子向全球公开的。

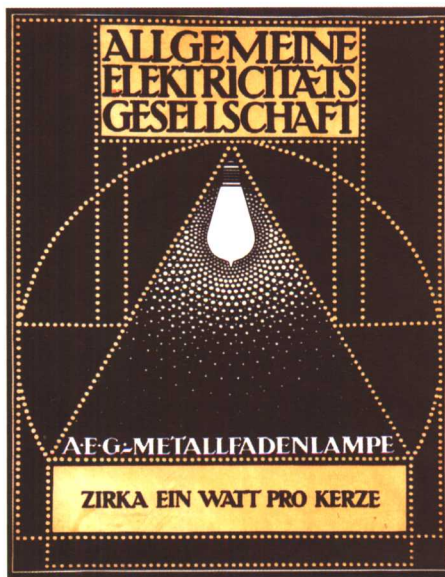
1914年在科隆举办的德国工业联盟展(The Deutsche Werkbund's Exhibition)是主办方积极展示德国工业产品的审美价值的重要峰会。然而,时逢第一次世界大战前夕,贝朗的作品被认为是激进而孤傲的,最终被风格更为温和的弗里茨·爱姆克(Fritz Ehmcke)的设计所替代。



德国工业联盟展招贴, 1914年

17

这一设计从围绕着一个强烈的中轴的同轴圆形展开,使人想到电所带来的灯光。1907年,贝朗出任柏林AEG公司的艺术指导一职。除了设计产品之外,他肩负着这家大型企业所有与平面设计有关的工作。



AEG灯泡广告, 1908年