

About Art &
Design in Japan

By Li Jianhua

欣 赏

借 鉴

创 新

说艺扶桑

日本的设计与艺术

李剑华 著 人民文学出版社

People's Literature Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

说艺扶桑:日本的设计与艺术/李剑华著. —北京:人民文学出版社,2006.

ISBN 7-02-005495-1

I. 说… II. 李… III. 艺术—研究—日本 IV. J131.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 054815 号

责任编辑:全保民 责任校对:段志坚 责任印制:张文芳

说艺扶桑 Shuo Yi Fu Sang 李剑华 著

人民文学出版社 <http://www.rw-cn.com> 北京朝内大街 166 号 邮编:100705

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店经销

字数 98 千字 开本 787×1092 毫米 1/16 印张 15 插页 5

2006 年 9 月北京第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

印数:1—3000

ISBN:7-02-005495-1

定价:58.00 元



作者简介

李剑华，旅日画家、造型艺术家。1992年7月任《武汉晚报》社美术编辑；1996年6月赴日留学，后入东京艺术大学研究生院深造；先后在横浜、东京、北京、纽约、洛山矶等地举办个人画展；1998年8月取得日本政府“艺术家”资格，定居日本；同年担任美国国际中国美术家协会理事；1998年10月设立“李剑华艺术事务所”；1999年6月入日本华宁（集团）国际文化艺术中心任职，负责展览策划工作。多幅作品被中国长江画廊、加拿大国立美术馆、日本千叶县立美术馆、日本本町画廊、日本东京都立美术馆、美国纽约哈夫纳画廊、洛山矶长青画廊收藏；1993年5月水彩《船家》获“长江杯”优秀奖；1997年10月油画《惠安女》获“中日韩交流展”银奖；2000年8月个人获美国国际美术家协会“艺术成就奖”。曾撰写纪实文学《日本不是天堂不是地狱》（华夏出版社出版，1999年）。

www.axbxc.com

内容提要

本书作者以一位画家独特的艺术眼光和视角，从“日本美术市场新析”、“日本现代城市话题”、“透视日本广告业”、“走近日本艺能界”、“日本当代美术与其他”等五个主题展开叙述、分析、比较与介绍，近距离展现了现代日本社会的城市风情、艺术风貌以及商业和文化生活，尤其是作者对日本社会的文化艺术现象进行了深入浅出、有证有据的论述、分析与比较，是一本值得从事城市建设、文化美术教育研究、环境保护及商业艺术经营等专业人士深入研究的专著。

全书100余幅精炼、生动、形象、真实而且颇具艺术感染力的摄影插图让读者更加直观地走近扶桑，重识日本！细细品读此书后，也许我们会沉思我们到底该以何种态度去经营和发展我们的城市、我们的文化和我们的艺术？！

About Art &
Design in Japan



欣赏 借鉴 创新

说艺扶桑

日本的设计与艺术

李剑华 著 人民文学出版社

目 录

001	A	日本美术市场新析	151	D	走近日本艺能界
002		近距离看日本	152		设计家田中一光印象
009		银座的画廊业	155		女肖像画家小野日佐子
014		画廊业的兴起	159		服装设计师森英惠
019		美术市场走向成熟	162		五香风情与老艺人
029		银座画廊的衰退	165		日本作家池上正治先生
032		美术展览与画材	167		版画家富张广司
037	B	日本现代城市的话题	172		油画家泉田胜司郎
038		现代城市的个性	175		旅日新华人艺术家王子江
051		城市的环境与艺术	181	E	日本当代美术与其他
099		走近工业园区	182		北京与东京
112		日本的园林艺术	188		话说现代日本“洋画”
117	C	透视日本广告业	194		日本画和浮世绘艺术
125		广告与人的艺术	205		日本的建筑艺术
137		日本企业的“形象广告”	225		东京书市风景
144		善于利用空间的广告艺术	233		日本企业与美术馆文化



日本美术市场新析

日本画廊在挑选画作时极为严格，什么风格的画家或画作最适合市场的需要，业主心里明白，且善于去经营。尽管对于真正从事艺术创作的人来说，画画并非只是为做买卖，但画家个人要进入这个市场必须了解市场的游戏规则，与市场接轨，创作适合顾客口味的作品。在日本，当然也有一些画廊业主经营代理一些风格各异而有前途的画家之作。通常说来，这样的业主背后一般有较强的经济实力支撑，购买方也多为财大气粗的企业或有品位的收藏人。

由于受画廊业主背景和经济实力的影响，日本各类规模档次不一的画廊，经销方式各自有别，但有一点必须承认，那就是商业与艺术水准都达到了相当的高度。

近距离看日本

一九九六年六月，我带着了解外边世界的念头踏上了异国寻艺之旅，一衣带水隔海相望的日本成为我跨出国门的首选地。从地图上看日本，日本狭长的地形像一只放入太平洋中的瓶子，它东南面临太平洋，西北面相隔日本海，恰好与欧洲诸国分隔为东西两半球，日本也一直以“东洋”自居。

东洋日本，曾有“倭寇”、“蛮夷”之称，我去这样一个“倭寇”之国寻求艺术是否有意义？来到日本后，我开始有机会、有目的地近距离去了解日本的社会文化和生活。一条狭长的疆土，一个称大和的民族，经过数百年的拓展与搏斗，不仅在经济上成为当今世界强国，在科技、文化等方面也有其不可忽视的影响力。

正因日本四面临海的地域特点，从而也形成了日本的“混血文化”。如果我们要研究日本的美术史，而不去了解日本的历史、社会结构、地域特点等方面，就很难探察到这个国家文化深层的一面。尽管日本多以外来文化为主，但日本的文化又有其鲜明的特色。众所周知，日本善于吸收欧美文化为养分，却丝毫没有放弃其民族本身的文化，能够做到吸收与扬弃并举，将海洋派的文化融会到日本本土文化之中，使其洋土相济，发扬光大。

日本人善于吸收世界最先进的文化，从而形成自己独特的文化理念，这体现在诸多方面，如科技、文化、教育等领域，就像我们今天所看到的日本文化与亚洲邻国的文化既相近又不尽相同的一面。在绘画艺术上，自明治维新以后，日本就有一批留洋到欧洲学习油画的“洋画家”，后来，他们成为日本美术界的早期代表，如大野幸彦、原田直次郎、黑田清辉等。他们对推动日本美术“洋画”的发展起到了先导的作用。历史与实践证明，一百至一百五十年前，日本的油画已开始寻求一种新的变革，包括它的工具、材料以及技巧，恰好在这些方面“洋画家”们的作品表现了日本油画的新画风与个性。

大家知道，日本画是在吸收中国宫廷画的基础上发展起来的一种独特的画种，但日本画却没有一味去效仿中国画的技巧、笔墨和气韵，而是在技术与材料上进行革新并深入研究，使日本画走出了新的发展之路。即使是今天把日本画拿到世界上做展览，人们也绝对不会在其技术与材料上挑出什么问题来。

文化与经济的发展是相辅相成的，国与国之间的较量其实是综合国力的较量。日本在战后首先实现了科技、教育的振兴，推行了一系列社会制度的变革，尤其在基础教育、福利、交通、保险、金融等方面投入巨大，从而迅速带动了经济这条主动脉的发展。经济的发展又会反哺科技、文化的进步，从而形成一套良性的社会发展轨道。

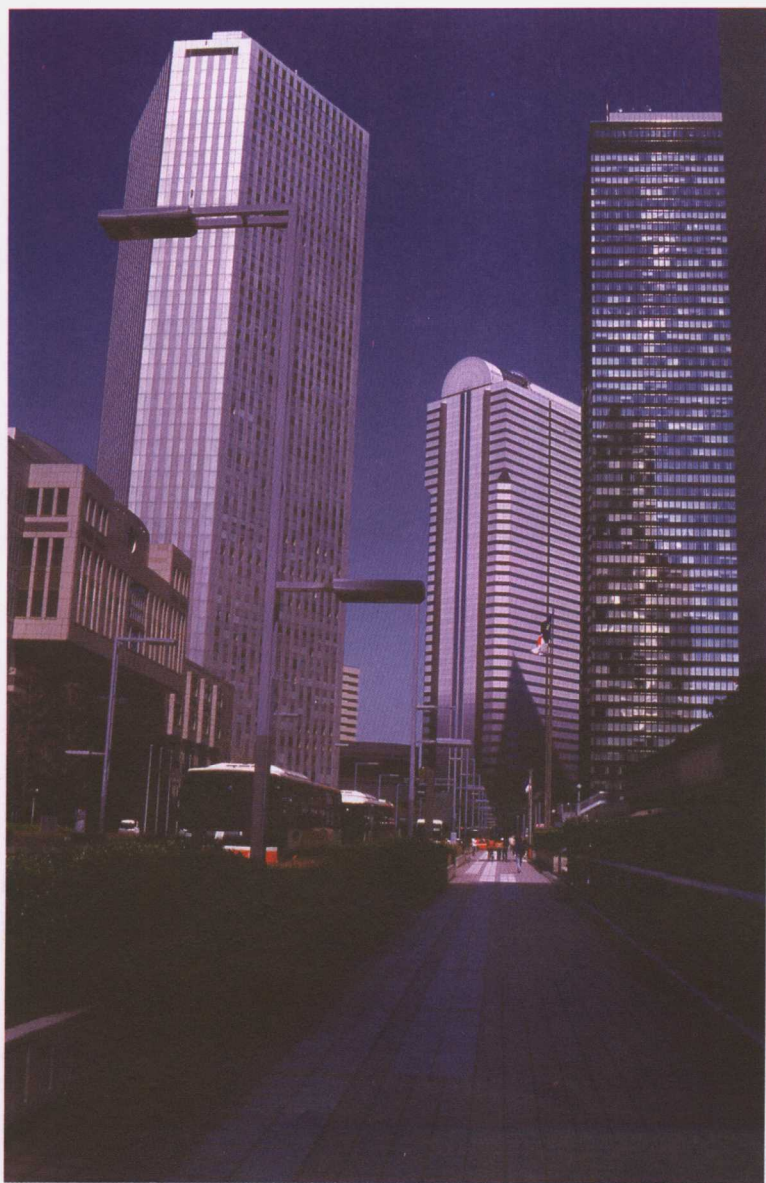
有时与国人提及日本，大家会露出一副似热又非热的表情，究其原因当然不言自明。历史终究归历史，先进与进步的东西我们要虚心去学习与吸收，就像当年日本人学习西洋文明一样，谁强盛就向谁学习。中国古代盛唐强大，日本人同样派出“遣唐使”到中国取经。

经济和文化的发展、共荣是互相的依赖关系，各自取长补短、融会贯通才能繁荣昌盛。笔者旅居日本多年，从初识日本文化开始到逐渐接触、了解、近距离地观察与体味日本这个社会，我才明白为什么这个疆土面积只有中国二十五分之一、人口数量只有中国十分之一、从“废墟中成长起来的国家”，在短短几十年里发展成了世界强国。我认为，除了日本人强烈的民族使命感与坚忍不拔的毅力，虚心学习的态度恐怕是其反败为胜的另一重要原因！

著名的东京塔 >> 城市的喧闹↑ >> 街景↓









东京街景



银座的画廊业

认识银座，应该说是先从认识银座的画廊开始的。刚到东京时，迫于生计，我试着寻找与画廊合作的机会。第一次来到银座时，看到银座商业街上的店铺装潢考究，完全是一种东西方文化的结合。这里的商品品质精良，但价格昂贵，包括画廊出售的作品标价贵得出奇。作为一个画画人，尤其是初涉日本的外国人，若能进入这些画廊，成为签约画家，至少生存问题会迎刃而解！我不得不为了生活而面对市场。

当我真正走近画廊时，逐渐了解到要想进入这个市场并非易事，日本画廊在挑选画作时极其挑剔，什么风格的画作或画家最适合市场的需求，画廊业主表现得十分有经验，顾客的需求就是市场的需要。尽管对于真正从事艺术的人来说，画画并非完全是为做买卖，但以画养画又似乎是职业画家最佳的选择。

银座是东京画廊集中的所在地，画廊的门槛很高，不是想进就轻易进得去的。面对林立的商楼、一家接一家的画廊，我突然产生一种冲动、依赖，甚至是害怕的复杂心理，好长时间我都在思考画廊究竟是什么？是让画家把画作引向市场的中介，是展示作品的场所，或是职业画家、画商寻求生存的舞台……

画家想在日本寻求艺术发展之路，或者说真正跻身日本的艺术行业真是太难了。生存是每一位初到异域他乡的外国人首当面对的现实问题，对于一位画家而言，要生存除了卖画别无更好的路可选择。日本是一个发达而又成熟的商业社会，在这里大多数画廊看重的是作品本身的商业价值，而不是有些画家天真地想象的“纯艺术”。“纯艺术”，也有人在玩，如大学教授、出身不凡的专业画家等。对于与画廊或百货公司签约从事商业画作的职业画家来说，“纯艺术”如同“奢侈品”。

在日本这个成熟的商业社会，艺术已被视为一门实用的商品或是一项庞大的文化产业，政府和企业对艺术珍品研究、开发、收藏、出版、推广等投入巨大的资金和人力、物力加以培养，并形成了一整套的管理体系。日本政府视具有突出贡献的艺术家为“文化财”、“人间国宝”。

在与银座开画廊的业主接触时，据他们介绍说，有些顾客常来画廊看画，按常规前一两次是不会成交的，顾客多是对展品上的画家背景有所了解后，才会心有所仪。有时画廊业主与顾客混熟了，然后会谈及买画以及价格问题。善于经营的画廊为了抓住这些顾客，均建立了各种顾客情报档案，以便了解顾客

的职业、欣赏口味等方面的情况。画廊会定期推出不同风格的画家作品来满足客人的需要。在有些画廊所推出的作品中，不乏优秀之作。尤其是银座一些画廊业主眼光较高，没有形成风格的画家或缺乏个性的作品是很难进入到这个圈内的。

记得刚到日本时，为谋生，我好不容易通过友人介绍认识了一位在银座地下室开画廊的业主，老板是位女性，画廊取名“梅画廊”。当时的情景记忆犹新，那天我带着一批水彩画作去见她，女老板看起来十分高贵，她翻阅着我的作品时，脸上的表情却像一张漫画，表现得很痛苦。我猜想是不是我的作品不对路？或是别的什么原因……顿时心情变得有些紧张起来的我，本来日语就不太流利，被这一场面弄得更加说不上话来。幸好陪我一同前往的日本友人木下先生帮我说话了，女老板的脸色才慢慢缓和过来。她诉苦一样地说：“由于日本十余年来经济萧条，消费下降，严重影响了绘画市场。过去企业人员都喜欢买画送礼，现在这种现象很少见了，画廊业因此受到很大的冲击。买主少了，在购入画作时我们更加谨慎，有时即使遇到一些我们认为不错的作品，也不敢轻易购进。许多境外画家不甚了解情况，还满怀希望地来这里寻求市场……”

听完女老板的一席话，我如同当头挨了一棒！几番交涉后，女老板收购了我五件作品，我才总算松了一口气，因为它解决了我初到东瀛时生活上的燃眉之急。

通过这件亲历的事，我认识到，昔日曾有“金矿”之称的日本画市，在其成长与发展过程中，也是饱经挫折与磨砺；但正因如此，这个市场才会更成熟更完善。

标志设计是日本现代环艺作品中最常见的公共艺术

