



iStyle!

国际顶尖
插画艺术家的
创造力X
商业力

聂佑佳 / 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中国出版

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128。客服电话：010-58582300。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室
010-65233456 010-65212870
<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社
010-59521012
Email: cypaw@cypmedia.com MSN: cyp_law@hotmail.com

图书在版编目（CIP）数据

国际顶尖插画艺术家的创造力X商业力 / 聂佑佳编著 — 北京：中国青年出版社，2010.12

ISBN 978-7-5006-9345-1

I. ①国… II. ①聂… III. ①插图—作品集—世界—现代②插图—艺术家—访问记—世界—现代 IV. ①J238.5②K815.72

中国版本图书馆CIP数据核字（2010）第235860号

国际顶尖插画艺术家的创造力X商业力

聂佑佳 编著 Coral Yee 译

出版发行：中国青年出版社
地 址：北京市东四十二条21号
邮政编码：100708
电 话：(010) 59521188 / 59521189
传 真：(010) 59521111
企 划：中青雄狮数码传媒科技有限公司
策划编辑：赵 静
责任编辑：郭 光 赵 静
书籍设计：张宇海

印 刷：深圳市精彩印联合印务有限公司
开 本：787×1092 1/16
印 张：18
版 次：2011年1月北京第1版
印 次：2011年1月第1次印刷
书 号：ISBN 978-7-5006-9345-1
定 价：89.00元

本书如有印装质量问题，请与本社联系 电话：(010) 59521188 / 59521189
读者来信：reader@cypmedia.com 如有其他问题请访问我们的网站：www.21books.com

“北京北大方正电子有限公司”授权本书使用如下方正字体：
方正兰亭系列字体



iStyle!

国际顶尖
插画艺术家的
创造力X
商业力

聂佑佳 / 编著
Coral Yee / 译



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中南书局

目录

序

聂佑佳/马科斯·金

4/5

MARCOS
CHIN

马科斯·金

6

YUKO
SHIMIZU

清水裕子

18

BASE-V

BASE-V

30

UNDOBOY

Undoboy

40

WONABC

WONABC

50

AKINORI
OISHI

大石晓规

58

JON
BURGERMAN

乔恩·博格曼

68

NICHOLAS
DI GENOVA

尼古拉斯·迪·吉诺瓦

74

STÉPHANE
BLANQUET

斯特凡·布朗克

84

KEIICHI
TANAAMI

田明网敬一

94

EESHAUN

Eeshaun

102

LORENZO
PETRANTONI

洛伦佐·彼得兰托尼

116

HENRY
OBASI

亨利·奥巴西

128

LOTIE 洛蒂 136	CATALINA ESTRADA 卡塔莉娜·埃斯特拉达 144	EDUARDO BERTONE 爱德华多·博通 158	
APFEL ZET Apfel Zet 168	POMME CHAN 庞默·詹 178	KAHORI MAKI 麻纪佳穗里 184	
CONTAINER PLUS ContainerPLUS 188	KAROLIEN VANDERSTA- PPEN 卡洛琳·文德斯塔彭 196	DENISE VAN LEEUVEN 德尼丝·范·莱文 204	
YOSHI TAJIMA 田嶋吉信 210	KUANTH Kuanth 218	FILIP PAGOWSKI 菲利普·帕戈斯基 222	JESSE AUERSALO 杰西·奥埃萨洛 228
Q&A 传真 233			
后记 285			



序

艺术与商业日渐和谐，划分高尚艺术与流行文化的分界线逐渐模糊，艺术家的身份也开始复杂。他们在矛盾中寻找一种融合，在自我与从众的交织中焕发新的活力，在这个时代，这无疑是适用且积极的方式。

当这样的艺术环境遇见插画这种表达方式时，又会产生怎样的局面呢？很长一段时间，插画艺术的话题相对个人化、创作相对简单，内容相对时髦和浅显，它从未风光地踏上过艺术的红地毯。然而现在，载体的多元化和生活化，以及表达方式的潮流和自我成为了插画艺术的独特优势，这种能迅速与时尚和商业发生交融的基因，使插画艺术的价值被史无前例地最大化。插画今日的风光和往日的窘相不可同日而语。今天的它就像左右逢源的社交女王，灵活地游刃在艺术和商业之间。也正是插画艺术毫不遮掩的对大众的亲和力才让它获得了不错的商业价值，成为了适应这个时代艺术秩序的关键。可以说，插画艺术在现阶段的商业市场正如鱼得水。

本书展示了最当红、最让人惊叹的当代插画艺术家。他们游刃有余地平衡在艺术与商业之间，一方面，插画艺术家们努力释放自己的个性，其作品透露出的真诚、热情和偏执一览无余；另一方面，他们的商业表现也展现了插画艺术在生活中的强大影响力和号召力。

其实最终，探究插画的本质并没有所谓商业与艺术的区别。无论从哪一点出发，最终只要传达出生命的喜悦与自有的快乐，就已经足够了。

非常感谢美国的马科斯·金（Marcos Chin）和日本的田明网敬一（Keiichi Tanaami）老师，作为插画界的前辈，无论从专业的精神，还是做人的品格，他们给予我们的启示太多太多……希望读者能够从本书中获得想要的启发，不求完全理解，不求寻找答案，只需试着用心感知插画世界就已足够。

杂志艺术总监 聂佑佳

我为什么画？

我曾经在小说写作课上，听老师口若悬河地讲着关于写作的知识。每当这时，我的思绪都会飞到九霄云外去。并不是说，我对老师讲的内容完全置若罔闻，而是我喜欢将他的话想象成一幅视觉的画面，并和插画联系在一起。那段时间，我用心良苦地将自己脑海中纷繁复杂的东西井井有条地或是没那么井井有条地整理好，然后归置到某个空间中，最后给这个空间起个名字。我会习惯将以下这些词语互换使用：艺术、工艺、插画、设计、绘画，它们对我来说都是融会贯通的。每一次思考，我都会发现到它们之间更多的相似之处，想要在这些领域之间划分出明确的界限对我来说没有什么意义。我现在还记忆犹新，13岁那年，我和大家大声宣布，将来我要以绘画为生！那个时候，我根本不知道自己在说什么，因为我周围的人没有单纯靠作画为生的。后来，我们一家人搬到了多伦多，爸爸在一家工厂里上班，妈妈找到了自己的第一份工作——往电脑里录数据，这个工作，她一干就是几十年。在他们看来，绘画根本就不是脚踏实地的正事，所以，当时我自己也不清楚靠着画画到底能不能混口饭吃。

有一段时间，我觉得自己就要放弃绘画了。在艺术学院读到大三的时候，还没开学我就差点儿辍学。当时，我想要或者说我需要从父母家里搬出去。所以，我考虑是不是在一家制衣厂里做全职，这样才能攒够钱付房租。现在想想，如果当时我真的这样做了的话，我也许不会有今天。值得庆幸的是，我当时在兄弟姐妹的帮助下悬崖勒马，直到毕业才从家里搬出去，我想那是因为当时别无选择。毕业以后，我的创作热情竟然愈发炽烈，从某种程度上讲，我把自己的所有希望都寄托在插画这个学科上，把自己所有的失落彷徨都通过绘画的方式宣泄出来。我希望它能够让我得到解脱，能够获得新生。

于是，我画得更多了。

有些时候，我看着自己的绘画作品，想要对它是否出类拔萃一探究竟。我知道，如果有人给我工作，我想要圆满完成任务的话，就一定要遵循一些法则。作品需要传达一个思想或者是涵盖一个理念，这样才能满足一个观赏者的要求。这些道理我都懂，没有任何异议。我在教学生的时候也是这样

讲的：内容最重。但是当我把自己从作品中抽离出来，然后真正地从一定距离之外开始审视这幅作品的主题和内容的时候，就越看毛病越多。我总是幻想着自己能成为一名永垂不朽的艺术家，就像被我毕恭毕敬地收藏在书架上的那些艺术家一样。他们处理形状和线条的方式如此地登峰造极，他们随心所欲地支配形式，风淡云清地运用着各种各样的色彩，好像画面只有在他们笔下才会获得生命。我知道对于很多人来说，这样的成绩来之不易。没有多年的实践，是不会达到这个境界的。我就是这样对自己说的，也是这样认为的。

最近，我翻开了查利·哈珀（Charley Harper）的书，这个作品集是由托德·奥尔德姆（Todd Oldham）整理而成的。看这本书真是件让人赏心悦目的事情，里面的图片让我想起了一些事情，想起了我自己进行绘画创作的目的。这本书里收录的作品贯穿了查利整个创作生涯。从这些作品中可以看出，绘画强调的不过就是内容。这位艺术大师以一种带有魔力的方式在色彩之间建立联系，在对人物和物品的细节进行渲染时，并不是无拘无束，所对应的位置都如此地恰到好处。这让人觉得，他笔下的每一个元素都有存在的原因。虽然我对他崇拜得五体投地，但是现在我已经学会了在欣赏他作品的时候，抛开自己的沉迷，以一种客观的方式来膜拜大师的作品。我不断地提醒自己，绘画本身都多么重要。绘画的目的是为了绘画，不是为了金钱，不是为了名利，也不是为了某一天成为某个人。名利这些事情对我来说，已经失去了意义。

正是因为这个，我没有放下手中的画笔。

我喜欢作画，是因为我喜欢用颜料渲染整个画面，让笔在画布上游弋。我喜欢将不同的色彩混合在一起，排列在一起，从而形成图案。我喜欢在画纸上作出记号，然后进行扭曲，使其具有抽象或者是比喻的含义。我喜欢作画，是因为我想要表达很多东西。除了绘画以外，无论是言辞还是行动，都无法让我好好表达。我喜欢作画，是因为作画的时候，身边的现实世界渐渐远去。我喜欢作画，是因为这样的感觉，真好！

插画艺术家 马科斯·金（Marcos Chin）

MARCOS CHIN

马科斯·金

马科斯被誉为北美最著名的插画家之一，经常合作的客户包括《时代周刊》、《纽约客》、《滚石》等大牌媒体，作品屡获国际插画家协会、美国插画家协会等年度大奖的认可。他的画面轻盈又灵动、浪漫又精致、感性又神秘。对于色彩的使用，马科斯极具灵气，他能分辨和表达的颜色种类超乎常人，细腻又丰富的层次使画面弥漫着一种温和的气质。他的创作内容来自于他对周围事物敏锐的观察力，他认为图画是艺术家在自己的知识和兴趣上构建起来的视觉词汇表。

1 您是什么时候开始打定主意要当一名插画艺术家的？当时是什么事触动了您？

我上大二的时候就已经决定要成为一名插画艺术家了。我承认，刚开始的时候，我并没有非常认真，我作出这个选择是因为这是学校开设的惟一和我的绘画爱好相关的科目。但是，随着时间的推移，到了大四，我就忽然意识到，我想要画画，想要通过图画来讲故事，想要让这些图画出现在图书、杂志或者是广告中。我花费了很多功夫，坚持不懈地提升自己的艺术技巧，同时不断地融入商业元素。有些时候，这个工作可能难度很大，而且相当无趣。

2 能否对您的理念进行一个简单的概括？您的风格是如何形成的？

在我的事业初期，我会因为某些出色的视觉效果而迷上某幅作品，对于作品背后想要传递的思想，或者是讲述的故事，我不会过多关注，那个时候，真正让我兴致勃勃的是创作技法的炉火纯青。在自己创作的时候，我也会竭尽全力地再现这种品质。但是，随着自己逐渐成熟，我的艺术理念也发生了改变，我开始变得更会关注艺术家的构想以及他们创作的具体流程。

3 您创作的灵感来源是什么？您在创作阶段通常会从事哪些活动？

刚入行时，我喜欢抓紧一切机会不让自己闷在工作室里。如果必须呆在工作室里的话，我也会尽量远离自己的工作区。工作室的窗边有一棵植物，还放了两把椅子，我通常会把咖啡和茶放在其中一张椅子上，然后坐在另一张椅子上歇歇脚。然后花上一两个小时的时间，随心所欲地涂涂抹抹，将自己脑海中的念头呈现在纸上，提前不做任何研究，也不做任何参考。之后，我会换个地方，坐到电脑前，通过图片研究来强化自己的创意过程。我可能会输入一些和创作主题相关的词语，然后看看搜索结果都有哪些内容，看看别人是怎么看待这个主题的，看看他们是如何对相同的主题进行重新诠释的，这样，我就可以超越自己。

4 就插画来讲，艺术价值和商业价值之间存在着怎样的关系？

我不认为具有艺术价值的东西一定会有商业价值。我觉得一幅作品是否具有商业价值，取决于作品所要针对的受众是否会接受图片所要传递的思想。商业作品的目的永远不是为了创造艺术价值。它的核心词语是“商业”，也就是买卖行为。因此，这些作品的主旨在于通过艺术来赚钱，也就是让观者能够根据作品的内容来改变自己的行为，这一点才是决定一幅作品是否具有商业价值的标准。

5 自娱自乐的创作和商业创作之间是否存在着某些矛盾？有人说，商业运作实际上推动了艺术创作，您是怎么看待这种说法的？

我不认为两者之间有任何冲突。作为一个商业插画家，我当然知道自己在创作过程中可能面临的局限，知道自己可能无法无拘无束地发挥自己的想象力。因为作品的意图已经确定，我必须满足客户的需求，所以，我的作品一定要符合这个要求。这就意味着：如果给一篇文章画插画，我必须充分考虑这篇文章的内容，而不是随心所欲地前进。因此，在开始从事自我创作之前，我会全心全意地完成自己的商业创作。因为如果没有商业创作，一味地进行自娱自乐的创作也不太可能。

6 当今社会，插画家如何能在艺术领域以及商业领域名利双收？您在这个方面有没有什么能和我们分享的经验？

客户给我打电话，是因为他们看到我的风格和他们追求的创作意境非常一致。也就是说，他们觉得我擅长的创作风格非常适合他们想要讲述的故事或者制作的广告。我相信，如果我在创作时，尊重自己的喜好，同时享受整个创作过程，这个作品就会吸引那些在理念和审美情趣方面和我志同道合的人。这就意味着，即使我创作的是商业作品，这个创作过程也会让我非常开心。

名称：“日本的新生”
客户：时代周刊亚洲版



Zbigniew Brzezinski:
Why the World Must
Stand Up for Georgia

The Great
American
Yard Sale



A Candid Talk with
Taiwan Leader
Ma Ying-jeou

TIME

Japan Gets Fresh

A new generation
of Japanese
entrepreneurs is
building a global
reputation for style
and innovation—
by returning to the
country's roots

BY HANNAH BEECH





7 您的艺术偶像是谁？您理想的艺术境界是怎样的？

当我还在美院求学的时候，这个问题比较好回答，因为那个时候，我的经验还很少。当时，我只是想在杂志上或者是公共广告牌上看到自己的作品。虽然我现在还怀有这种希望，但是我更加希望自己的作品能从某种程度上体现自己的信仰、经历，或者是自己想要讲述的故事。这一点实际上是很难做到的，因为这就意味着作品从商业的角度来讲可能不会大受欢迎。但是，我还是喜欢这样的创作。我的一个终极目标就是，将自己的个人创作和商业创作融为一体，让我在创作的过程中可以轻松自在，自得其乐。

8 您认为未来这个产业中会出现哪些新趋势？

我认为现在的插画产业愈发追求创新精神，同时也更加强调插画家和其他领域创作型人才之间的合作。现在的插画已经不再是一个强调工艺的学科，也不是一个服务型产业。如今的插画家更加强调艺术创作和创作的媒介，当然不仅仅是纸张，他们负责的是从头至尾的每一个流程，从而让自己想要展现的意境成为现实。

1 2

3

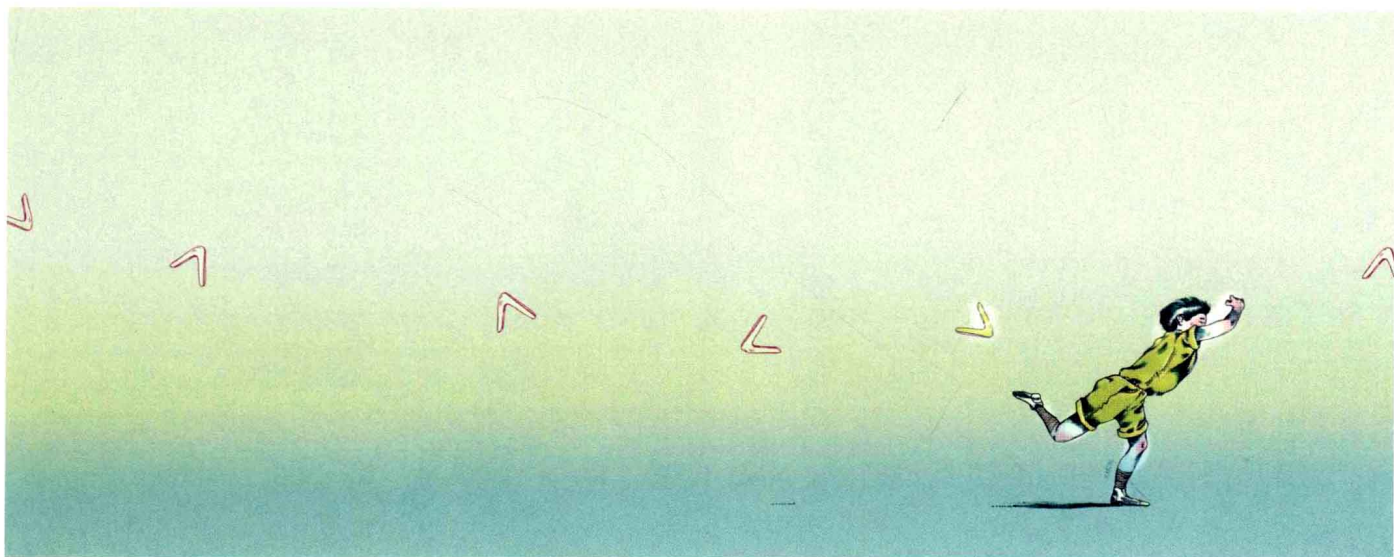
1
名称：“唯舞独尊的锻炼”
客户：Hers

2
名称：“春天的爱”
客户：The Walrus

3
名称：“为什么我觉得成功者都是傻瓜”
客户：Annabelle







1 3
2 4

- 1
名称: “找寻最好的阳光”
客户: Plansponsor
- 2
名称: “Hooked Up”
客户: Complex
- 3
名称: “Karma”
客户: Dose
- 4
名称: “扭在一起”
客户: Maxalot



1

名称: "12天"

客户: 个人作品

2

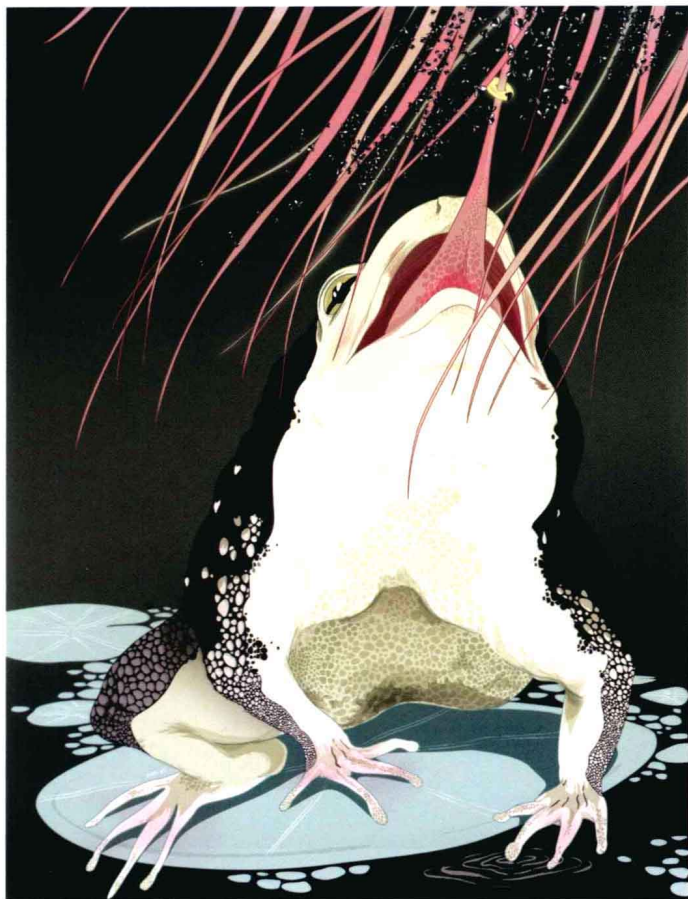
名称: "无题"

客户: Dellas Graphics

3

名称: "冷"

客户: Terrorismo Graphico





- 1 名称: "Big Ask"
客户: Women's Health
- 2 名称: "白骆驼"
客户: Camel
- 3 名称: "最自然的孩子"
客户: Runner's World

