

◎ 本书列入“教育部人文社会科学规划基金项目”“上海市教育科学项目”

艺术设计高等教育 特色建设研究文集

主 编 马新宇

上海人民美術出版社



本书列入

教育部人文社会科学规划基金项目：对接创间产业的艺术设计本科
教育改革理论与实践研究（07JA760013）

上海市教育科学项目：艺术设计本科教育对接上海创意产业需求人才
规格研究（B07087）

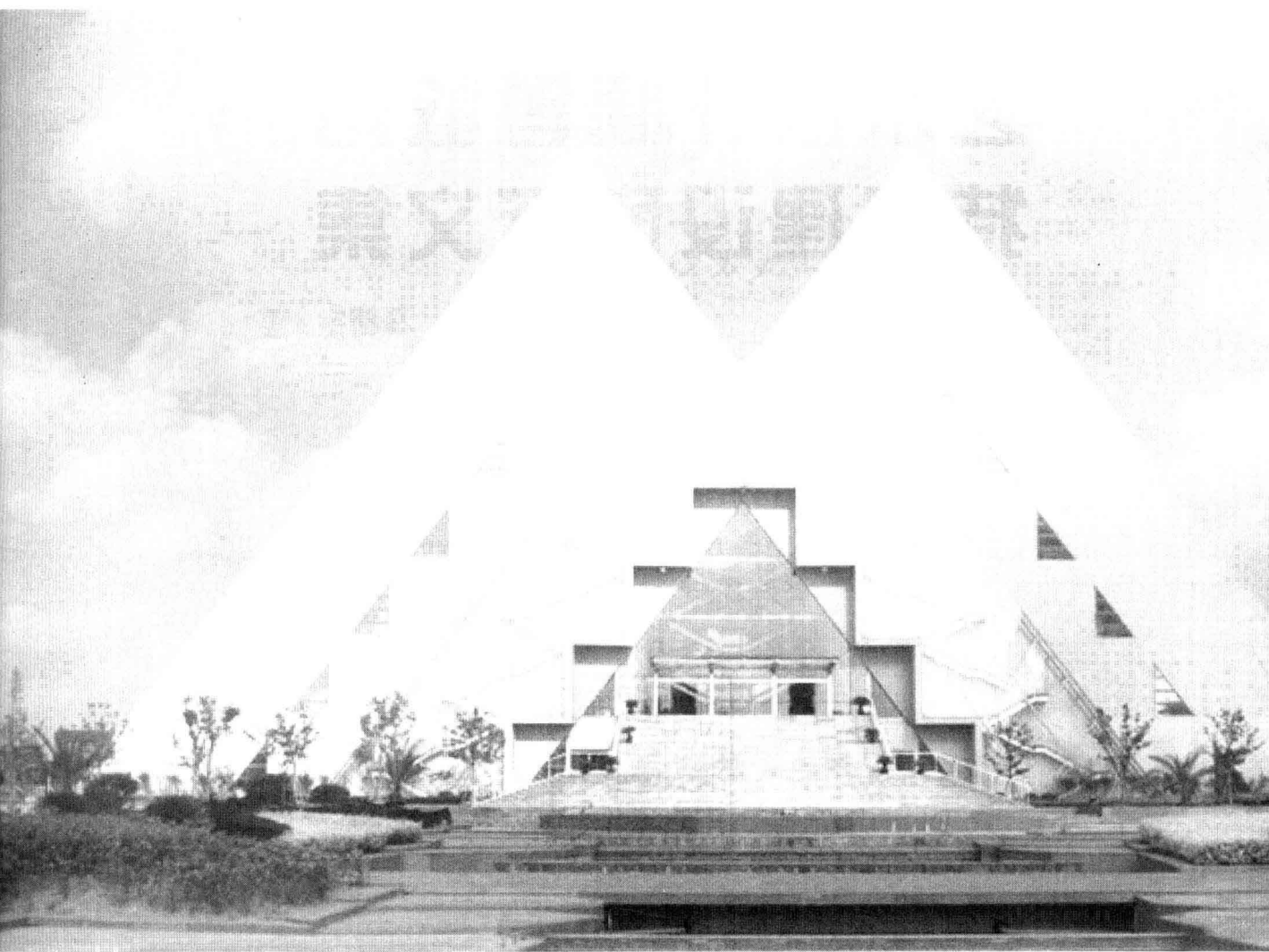


上海工程技术大学
Shanghai University of Engineering Science

艺术设计高等教育 特色建设研究文集

主 编 马新宇

上海人民美術出版社





编委会

主任 汪 泓

成员（排名不分先后）

马新宇 许传宏 潘惠德 吴亚生

陈 莹 龚瑶红 黄 婷 顾 艺

前言

艺术设计是规划并实施人类工作、交流、休闲趋于根本合理的现代创造性活动。艺术设计被现代科学催化而诞生,随着工业化的进程而前进,汲取文化滋养而绽放,跟着工程技术的革新而完善,在美化品牌中而靓丽。由艺术设计激发的形象思维又使科学、插上快速前进的翅膀,使商品具有人文化的魅力,使城市、乡村充满家园般的诗意,使人与自然、人与人之间和谐吉祥。

科学得艺术相辅,而灵动有趣;艺术取科学精髓,而规范可序。科学与艺术组成一个硬币的两面,既是不可分割的整体,又展示出两种截然不同的面貌,相映生辉。

一所大学,如果拥有科学、工程、技术、材料、管理、艺术齐全的学科,那么,这所大学一定是充满无限的生机与活力的。有幸的是,上海工程技术大学正是有这样学科结构的学校。

艺术设计学科群植根于上海工程技术大学这片工科、管理背景的沃土上,发展神速,短短数年间,取得了教育部特色专业建设、上海市本科教育高地建设、上海市教委085创新平台建设,以及教育部规划基金项目等多个平台,进行了艺术设计高等教育对接创意产业的多种探索与改革,取得了令人瞩目的教学科研累累硕果。

本书精选了这些成果中的部分论文,多来自项目组成员教育改革、实践、探索中的真知灼见,具有可贵的创新思维与独特个性,飞扬的文采伴随着较高的学术价值。

艺术设计学科群还在中外交流、参加国内外著名展赛,举办影响广泛的活动,重大项目夺标,对接产业创建新的教育模式中,动作频频,并屡报捷音。

上海工程技术大学全力支持艺术设计学科群的各项建设,愿她在全国艺术设计学科之林中,七彩靓丽,风景这边独好!

上海工程技术大学校长



教授

2009年12月8日

目 录

导 论

项目建设概述 马新宇	12
------------	----

第一部分 基础理论研究

现代艺术设计的语境及其高等教育的思考 马新宇 马楠	30
商业展示空间设计的美学法则与色彩应用 吴亚生	38
平面广告的同构性设计思维研究 李春晓	47
现代包装设计中易忽略的警示 陈岚	53
解决在线学习交流问题的界面设计影响因素分析 滕芳	57
虚拟建筑文化遗产的“艺术性”研究 董岳	62
艺术设计教学中传统装饰图案的应用 刘珂艳	68
中国画教学的意义与方法 钱保纲	70

第二部分 学科专业建设

中国会展高等教育的产业背景与学科建设 马新宇 马楠	74
包装创意人才资职转化与高等教育培养 马新宇 马楠	79
会展学科建设中的问题思考 许传宏	84
试论会展的学科性质与特色人才培养 许传宏	90
会展艺术与技术学科创新平台建设初探 吴亚生 顾艺	95
会展设计中的视知觉探究 汤浩 覃旭瑞	101
略论会展传播中的媒体公关策略 陈红艳	104
展示空间意象刍议 晋洁芳	109

第三部分 课程教学改革

会展艺术与技术专业课程设置探究 马新宇 马楠	116
基于现代设计教育现状的绘画课程探究 马新宇 马楠	121
再议小组合作学习教学策略的选择 潘惠德 胡檬	125
浅论商业空间中人一界面交互控制要素 吴亚生	130
会展特色课程体系的探索与建构 许传宏	135
服装艺术设计教学对接时尚创意产业中外比较研究中的思考 陈莹 邱米昉	138
包装设计中图形运用的教学研究 刘珂艳	143
传统图案对现代图形设计的价值所在 金薇薇	148

平面设计软件的教学研究 方燕燕	153
关于我国服装艺术设计教学发展问题的思考 胡越	158
关于高校艺术概论课程教学的几点思考 孙淑佳	165
会展专题教学探讨——汽车会展的发展历程及特征研究 刘雪霞	167

第四部分 产业对接教育

产品包装设计师从业规格探究 马楠 马新宇	174
社会与产业的对接——艺术设计高等教育探究 马新宇	179
世博会传播方法有效性研究 潘惠德	181
以世博机遇构建“文化新松江”——松江新城文化产业发展探讨 吴亚生	186
广告调研员的集中职业培训思路与具体方案 刘静	194
世博会背景下关于多媒体设计教学的思考 萧冰 李雅	198
上海主题：城市、人和未来 陈小丹	203
上海创意产业园区标志设计解析 戴承良	207
创意产业与创新型教育 孙荪	211
深化产学研互动平台建设，培养创新型艺术人才 袁蓉	215

第五部分 实践特色环节

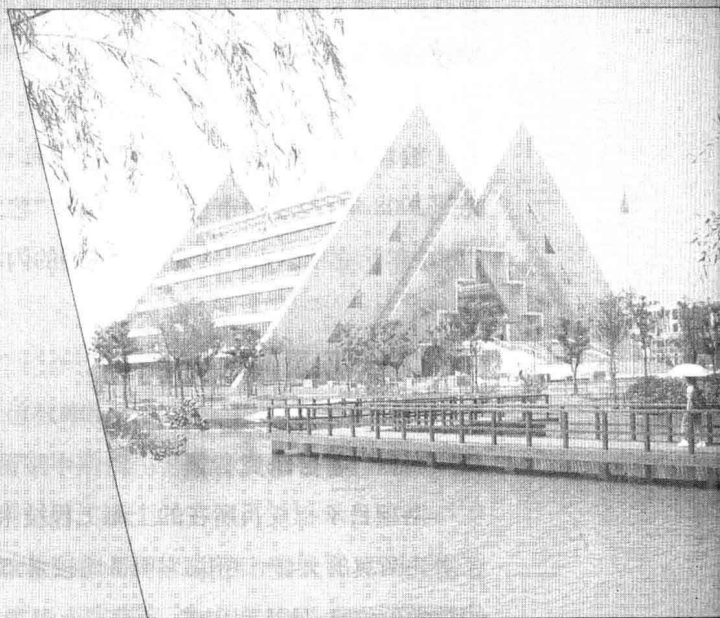
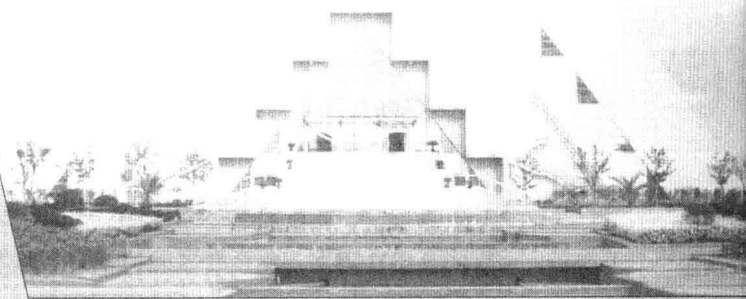
广告案例评析课教学实践研究 潘惠德	222
广告学本科毕业设计（论文）多元化模式探索与改革 潘惠德	226
商业空间的形态与构成 吴亚生	229
试论会展实践教学的创新问题 许传宏	235
传统艺术与现代白酒包装设计 陈凌	239
艺术设计专业造型基础创作教与学散记 王心旭	244
从品牌研究看高等教育的实践教学 李晓华	246

第六部分 质量保证管理

浅议广告教学中小组学习的组织策略与评价标准 潘惠德	252
艺术设计教学管理中的问题探讨 许传宏	256
面向创新能力培养的服装艺术设计实践教学模式和管理机制的中外对比研究 陈莹	260
日本高校教师一支重要力量——“非常勤讲师”队伍初探 顾艺	266
高等学校教师绩效管理的构想 龚瑶红	270
浅论中国高等学校经营的必要性、障碍及对策 龚瑶红	274
我国艺术设计教育现状及改革探讨 黄婷	278
新时期高校青年教师从业素质的认识与思考 李云先	283
高校学生网上评教的研究与实践 龚瑶红 顾嘉	288
后记	294



／ 导 论 ／





项目建设概述

项目负责人 马新宇

教育部人文社会科学规划基金项目“对接创意产业的艺术设计本科教育改革理论与实践研究”(2008年)与上海市教育科学项目“艺术设计本科教育对接上海创意产业需求人才规格研究”(2007年)立项以来,按照项目规划的内容与进程运作,是顺利并颇有成效的。

(一) 项目简况与运行

1.1 项目研究背景

两项目承担成员所在的上海工程技术大学艺术设计学院,是一所以工程学科为主体、管理艺术为两翼的大学,所以为项目比较重点研究的实践环节改革提供较好的试验条件。项目依托的教学单位自2005年以来,还获“上海市本科艺术设计专题群教育高地(一期)”2005年(2009年11月份已建成,结项)、上海市教育科学院研究项目“艺术设计本科教育对接上海创意产业需求人才规格研究”(2007年)、“上海市本科艺术设计专业群教育高地(三期)”(2008)、“上海市教委085艺术设计创新工程(综合类)”(2008)等项目立项。这些项目与“本科教育部人文社科项目”的研究内容既有相互独立,又链接组成了一个环形,形成良性互动。市教育高地注重教学的运行与质量,艺术设计特色专业项目注重学科个性与服务地域经济社会的特色建设,市教委科学项目注重人才能力与应用模式的培养,085项目注重艺术设计教育的创新,教育人文社会科学项目把艺术设计本科教育与创意产业的需求,创意设计人才的标准联系起来,创造新的培养方案与方法,并在理论与实践中进行探讨。总体讲,本科高地、艺术设计特色、085等项目为两项目提供了深厚的研究基础、研究空间、实践条件,特别是资金补充与物质后盾,使两项目形成的成果具有独特性、可检验性与学术价值。

1.2 项目规划与运行

项目规划:2007年下半年至2008年2月的项目前期,对各类创意产业艺术设计人才规格进行调研,2008年3月在资料基础上,理清创意艺术设计人才的知识能力为主要的成果,并以

此基础改革培养方案,建立新的课程体系。此培养方案在实验班中进行实验性实施,通过一些指标检验效果,完成一批研究论文。

实际运行:按照规划进度,以依托教学单位设置的产品包装设计、会展艺术与技术、广告(艺术设计方向)为切入点进行了资料查询、问卷调查、专家访问等多种形式、多层次的项目调研工作,特别对相对产业创意设计的工艺流程和从业人才进行重点调查与研究,确立了创意设计人才所具备的理论技能、调研策划、方案制作、设计能力、工艺流程、材料使用、工程控制、团队合作等综合能力结构。并以此为依据,对艺术设计本科的培养方案、课程方案与内容、教学模式、教学方法、辅助教学,对按优秀教学资源借鉴与合作、创新思维与创造意识培养等项目进行改革与实践,并产生了多种积极的效果,由此产生了一批论文、教材与著作及其他教学改革类成果。

(二) 对应创意产业状况

2.1 包装产业

2.1.1 中国包装产业现状

包装在现代营销经济中的作用直接而且产生的价值效率明显,自从1851年英国万国博览会后,英、美、日等经济强国都十分重视包装在商品营销中的作用,致力发展包装产业的规模与质量,包装形成了各国GDP中的一个重要分支。

中国包装产业在改革开放30年中,发展很快,年增长率成两位数的比例增长。以占整个产业1/3产值的包装印刷业为例,1980年代初,年产值为50亿元,2007年达到1400多亿元。上海市一组详细统计数字,更能说明这种变化,1980年印刷企业为350~400家,从业人员2~3万,销售产值5.5~6亿人民币,1988年三组数字分别为:1989家,7万人,35亿人民币;1998年为:4115家,11万人,97亿人民币;2007年为:4943家,13.3万人,398亿人民币。中国已在规模上达到了世界包装大国的地位,但距离强国之路还有较大的距离,主要表现在,中国制造业具有急功近利的心态,为了创造眼前利益,去模仿名牌产品包装,以误导消费者而推销自己的产品;用豪华过度包装创造虚高的产品价值;为了节约成本而代用粗劣非环保包装材料;外加工国际品牌规模巨大,完全使用国际品牌包装等。由于在国内,创新性包装使用空间较小,因此专业的包装设计公司很少,专业的包装设计师更少,业务大都含在其他类型的艺术设计公司(如广告公司、装潢公司)中,设计工作也由非专业型的设计师担任设计流程,工艺、材料使用都有一定的问题。随着中国制造业自主创新品牌的提出,包装产业正经历着质的提升。

2.1.2 上海包装产业现况

包装设计在中国最发达的地区之一的上海变化最为迅速,近年来出现了多家高端的包装专业设计企业,如上海是刘维亚(包装)大师原创工作室、金汇通(包装)设计公司、界龙印



刷集团设计公司、尚博包装设计公司等等。有些公司的包装设计师人数近 150 位（如金汇通），产值超亿元。还有很多国际包装品牌公司落户上海，如产值排世界第一的希悦尔（美）公司落户青浦。上海包装技术协会还提出了包装设计的全面为客户服务、保护产品、推介品牌、推销产品、个性服务、传达信息、重复利用、环保、适度包装等理念。上海还推出包装设计师的中西交流活动，并开展得非常活跃，它代表中国大陆，30 年来一直参加日本、韩国、上海、中国台湾等国家与地区举办的东亚 APD 国际包装设计展示活动，近年来还同欧洲展开多种形式的交流。产品包装产业是上海市扶植的创意产业。

2.2 会展产业

2.2.1 会展业发展的三个阶段

会展业反映了一个国家科学、制造、营销综合的发展水平和历程。中国目前形成了北京、上海、广州三大会展区域中心区，达到全国会展业市场占有率的五成以上，分别为 25%，18% 与 8%。回顾中国会展业的发展的历程，大致可分为 1978—1989 的起步阶段；1990—1999 年的发展积累阶段；2000 年至今的快速发展阶段。在第一阶段期间，1982 年 8 月 26 日，经国务院批准，中国贸促会、外贸部、外交部出台了出国办展与接待来华办展的若干规定，标志着我国会展业步入法制化与规范化的轨道；1984 年落成了中国国际展览中心、1989 年落成深圳国际展览中心；贸促会参加了瑞士“巴塞尔样品博览会”等有影响的国际展览活动。总体看，中国举办与参与的会展数量少、水平低、产业的经营意识尚未形成。在发展积累阶段，随着改革开放过程中的金融、贸易和现代工业向一线城市汇集，上海、广州、北京等城市的会展业迅速崛起，以年均 20% 增速发展，举办数量、面积、产值都成几何级数提升。1995 年，慕尼黑国际博览集团亚洲公司与中国国际展览中心集团公司共同组建了第一家中外合资公司“京慕国际展览有限公司”。90 年代末，一批二线城市提出把会展经济作为增长点，如天津、南京、杭州、深圳、昆明、南宁、东莞、宁波、苏州、大连等三十多个城市。会展数量、会展中心增多，法规更加健全。在快速发展的 2000 年至今期间，在北京、上海、大连、珠海等城市涌现出诸如“国际纺织机械博览会”、“国际机床博览会”、“国际汽车博览会”、“大连时装博览会”、“珠海航空博览会”等一批影响全球的品牌展会。与此同时，越来越多的国际会议，如 APEC 会议、国际商会年会、环太平洋论坛年会、亚太法官会议，在中国召开期间有 700 多个国际会议在上海召开。这种态势，会展的收益也明显增长，如北京 2007 年承接会议 21.3 万个，其中国际会议 8045 个；办展 1366 个，国际展 355 个，会展年收入 81.8 亿元人民币。另一特征研究领域逐渐丰富，产生成果丰硕。21 世纪初，北京与上海创办了《中国会展》与《中国展会》杂志，后来还出现了《中国第一会展》、《会展财富》多种杂志；《旅游学刊》、《中国经济信息》、《中国贸易报》、《中国经营报》等权威期刊、报纸都设置会展专版。一大批会展专著、教材也陆续出版。2004 年 1 月商务部公布《设立外商投资会议展览公司行业规定》，规范了外资会展业产业。这个阶段，还出现了会展教育专业的开设。2003 年在北京第二外国语学院、上海对外贸易学院、

上海师范大学、上海工程技术大学设置了会展专业方向。其特征为社会需求,各依托相关的管理、外语、贸易、旅游、艺术设计专业。如上海工程技术大学设置的会展专业称为“会展与空间设计”,为产业培养策划、设计与展览搭建艺术设计专门人才。教育部2004年在专业目录试办出台“会展经济与管理”、“会展艺术与技术”两个二级专业方向。2005年商务部牵头成立了“中国会展经济研究会”行业协会,是产业专业指导的研究机构。

2.2.2 上海会展及其教育状况

上海会展产业国际化程度达到较高地位有5个突出特点:(1)国际化程度达到较高水平,境外参展商2006年以来均突破20%。参展家总数与境外参展商数及比例如下:2006年:180300,36061,20%;2007年:162000,42100,25.9%;2008年:164000,40250,24.5%。(2)国际展会规模不断扩大。面积总量及个层面积规模为,2007年:471万 m^2 ,1.52万 m^2 /个;2008年:594万 m^2 ,2.03万 m^2 /个。其中36个品牌国际展,单项展超过5万 m^2 。(3)企业品牌、项目品牌建设已见成效。目前上海国际展会品牌展达20个,国际展会优秀项目达40个,成为上海展览业的核心项目。(4)展业市场化进程加快,近年来政府举办的国际展会只占10%,上海市从事会展业的企业已达千家以上。(5)人才培养已形成体系,目前中专、高职、大专、本科在校生达7500人,是全国最多的省市。近年也展开职业师的培训活动,但上海会展业艺术设计与展场布置人才紧缺,而且从业设计师能力与产业要求存在较大差距,不少都是平面设计人员转化而来,缺乏空间设计与搭建工程技术能力。而大部分教学单位会展艺术与技术培养方案普遍存在产业从业人员规格不对接的情况,课程计划偏向平面展示类专业,课程内容缺乏工程搭建内容。这些原因一是因为会展专业设置时间太短,没有成功的参考经验。会展专业在中国高等教育中设置只有6~7年历史,国际上也只有30多年的时间,而且因各个国家经济社会特色不同,使会展艺术与技术教育的内容有较大差异,缺乏可参考性。二是专业教师十分缺乏。三是专业教学设备十分缺乏。四是本专业的教育研究还处于起步阶段。因而造成如此令人不满意的状况。

2.3 广告艺术设计

2.3.1 中国广告业现状

广告分为平面广告、影视广告、网络广告等,它的形式分类和媒体传播的载体相关联。广告按照功能分类有公益类、商业类。广告是现代生活的象征,目前通知、警示、购物、引导等都靠广告充斥着现代人类生活的角角落落,广告是现代艺术设计一个最重要的分支,它在社会经济产业中具有十分重要的位置。

根据国家工商行政管理总局统计处公布的数据,2008年中国广告经营额达1899.5614亿元,比2007年增长158.5988亿元,增长率为9.11%,比2007年10.68%的增长下降1.57个百分点。2008年中国广告经营额3006.7亿元,在GDP中占0.632%,比2007年的0.706%略有下降。广告经营单位与从业人员数量继续稳步增加,全国共有广告经营单位18.58万户,比2007年同期



增加 1.32 万户, 增长 7.62%; 广告从业人员 126.64 万人, 比上年同期增加 15.39 万人, 增长 13.83%。

2009 年上半年国内 GDP 增长 7.1%, 广告市场增长为 13%, 再次实现两位数增长。

2.3.2 上海市广告业现状

广告业已经成为上海现代服务业各大门类中发展势头最为迅猛的产业之一。据上海广告协会负责人日前介绍, 今年上半年, 上海的广告公司户数近 9000 户。目前, 上海的广告企业数、从业人员和营业额, 分别占全国的 4%、5% 和 15%。

2008 年底, 中国将履行入世承诺, 允许设立外资独资广告子公司; 世界著名广告公司几乎都在上海设立了子广告公司。在中国经济长期向好的大背景下, 上海广告业进入快速发展期。

目前广告业中广告设计从业人员达到产业规范要求的比率偏低, 很多技术人员不具备广告策划能力和较高的艺术修养, 在作品上表现出简单、生硬及缺乏内涵。这种作品占有一定的比例, 引起受众的反感与抵制。

(三) 艺术设计师从业的规格

3.1 中国艺术设计师水平不高关键在于从业设计师无规格要求

在中国成为世界 GDP 第三及最大的产品制造基地之际, 创意产业蓬勃发展, 而其核心的创造特征显现的设计环节显得薄弱。各类设计师变相抄袭知名品牌; 广告设计过度追求时尚而不能表现产品形象, 甚至不惜错误或含混传达商品信息; 工业设计结构设计不科学, 材料选择不当损害产品质量; 包装设计夸大商品价值过度包装使商品价格虚高; 会展设计空间结构不合理而追求平面化视觉效果, 展示不了企业及产品的整体形象……出现的这些问题, 影响了“中国制造”的形象, 降低了“中国制造”的质量, 也使“中国制造”的价值缩水。这种现状问题的成因是复杂的, 有低素质制造商的急功近利心态, 有不成熟市场的激烈竞争, 有消费者猎奇的不健康审美心理等等, 关键的原因还是因为从业设计时低素质、低能力及设计程序不规范造成的, 换言之, 是由于设计师的不正确设计行为造成的。中国艺术设计的活动存在着多种不规范性, 如迎合项目发包者指令, 同类型设计的直接借鉴, 密室中脱离市场的冥想等等。中国太缺乏符合市场规则标准的艺术设计师。当中国工业由组装向创新转型的关键时刻, 创意产业对应的艺术设计也要相应进入创新、规范时期, 高品质的中国制造商品要靠制造者与设计师共同用创新的思维与创造活动予以实现, 因此, 研究从业艺术设计师的知识、能力、规范行为具有积极的意义。

3.2 从业艺术设计师的规格

一个艺术设计师, 要求必须具备设计要求的程序、规范操作的知识与技术能力。