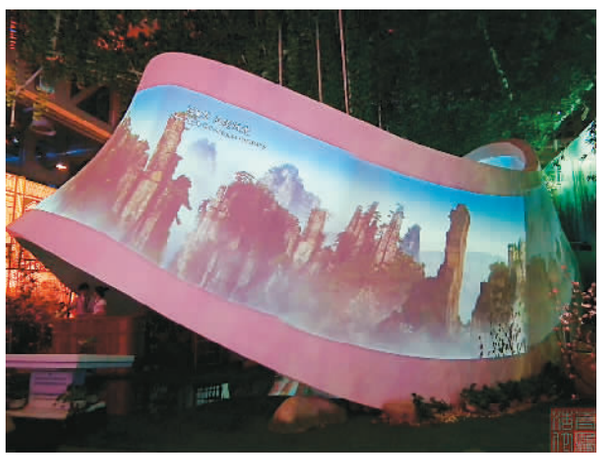
◎ 笔墨流金四十年之⑥



上图：2010年上海世博会湖南馆。湖南馆的特色是利用多媒体投影，在一个莫比乌斯环上展现当地特色风情。上海世博会使大众对多媒体技术产生了极大热情。

右图：米兰世博会中国馆，是中国第一次在海外世博会上建设独立国家馆，整体方案由清华大学美术学院团队完成。

改革开放激活中国设计

□ 方晓风

中国设计40年是评价改革开放的最好注脚，如果没有改革开放的40年，那么中国的现代设计几乎可以说是一片空白。如果说中国设计是中国经济腾飞的翅膀，那么未来中国设计还要进一步成为中国经济发展的发动机。

设计观念已深入人心

设计是与经济紧密相联的，改革开放前的中国设计教育沿袭了工艺美术与实用美术的体系，更多地是从美化的角度来理解设计，意识上没有真正走入现代。没有开放的市场经济，设计的作用和价值，得不到充分的认识。

对比40年前后，一个较为直观的现象可以说明问题，就是“设计师”作为一种职业身份得到社会的广泛认可。在改革开放前，设计师是很少被提及的词汇，许多职业被冠以“师傅”“匠人”“裁缝”这类传统意味明显的称谓。在今天，各种门类的“设计师”称谓随处可见，包括建筑设计师、室内设计师、平面设计师、服装设计师、工业设计师、交互设计师等等，不一而足。这种职业称谓的丰富性从一个侧面说明设计业发展的情况，也说明设计观念如今已深入人心，与大众生活产生了密不可分的关系，许多事情需要“找设计师”已成为一种普遍的共识。据中国服装设计师协会统计，截至2018年10月，协会旗下的个人会员和单位会员合计2000余人（家）；另据中国工业设计协会数据，截至2018年10月，拥有超过1200多家企业会员，包括中国商飞、华为、腾讯、联想、海尔、小米等著名企业，以及近千家研发设计机构和行业推动组织。领域涵盖机械装备、轨道交通、汽车、飞机、电子通讯、互联网大数据、3D打印、智能硬件、社会服务、金融投资等30多个行业、产业。此外，根据中央美术学院许平教授调研统计，截至2016年底，我国包括普通高校、高职高专、独立学院在内的各类高等学校中，开设设计专业的院校保持在超过2000所的高位，当年新增设计专业学生超过54万，常年在校学习设计学及相关专业的学生人数超过200万。通过这些数据，不难想象中国设计发展的现状和盛况。

体现设计发展的另一项重要指标是“设计之都”的授予。作为改革开放的排头兵，深圳是我国最早被授予“设计之都”称号的城市。2008年12月7日，深圳加入联合国教科文组织全球创意城市网络，成为中国第一个、全球第六个“设计之都”，也是发展中国家中第一个获得这一称号的城市。此后于2010年，上海成为我国第二个“设计之都”。2012年，北京成为我国第三个“设计之都”，此举打破了联合国教科文组织“一个国家只能有两个设计之都”的规定，武汉于2017年11月入选“设计之都”，成为我国第四个“设计之都”城市。如此多的城市入选“设计之都”，主要还是因为我国是个幅员辽阔的大国。四个城市特点各不相同，侧重的行业、辐射的范围、产生的影响也各有特色。这也从侧面说明我国设计的发展处于一种多元而丰富的状态。

2008年，北京奥运会运动项目标准图形设计：虽然是标准图形，但吸收了中国传统象形文字的造型手法，文化特征清晰。

梦想改造家：东方卫视近年开播的一档节目，邀请专业设计师为一些特殊需求的家庭改造住宅，提升了全民对设计力量的认识和关注。

设计院校开风气之先

简要回顾中国现代设计40年走过的历程，可以发现有两条线索并行发展。一条是基于传统的工艺美术体系的延续和演变；另一条线索是积极引进、学习国外的现代设计体系的经验和手段。改革开放初期，现代设计的观念首先需要在形式层面有所显现，审美意识的更新是重点。在这个时期以中央工艺美术学院为代表的设计专业院校开风气之先，积极开放，不仅在教育领域引领变革，而且也是重要的设计力量，参与到大量的社会实践中去，成果丰硕。许多院校所属的设计机构在今天仍然是各个领域中有影响力的大企业，如清华大学的清尚集团和广州美院的集美公司。

这个时期的设计教育，最为引人关注的就是引进了“三大构成”课程——平面构成、立体构成、色彩构成，以此替代传统的图案课。三大构成对现代审美的普及、形式塑造发挥过重要作用，立下了汗马功劳，尽管三大构成并非设计的全部，但通过三大构成，对现代设计的认识得以逐步建立。这个现象标志着欧美国家的设计思想、设计方法、形式语言进入到我们的教育体系当中。在这一阶段，还有一个非常重要的现象是我国以公派留学形式派出了大量的专业人员去不同国家学习，这批专家学者日后都成为我国设计界的领导者。这也说明了学习国外先进设计经验与方法的重要性。

与国际设计师一起竞争

随着改革开放的深化，设计发展的第二个阶段与国家经济、政策的开放程度密切相关，尤以允许国（境）外设计企业、设计师进入中国大陆市场承揽项目为重要标志。其中有两个标志性事件，一是大型商业建筑允许中外合资开发甚至外方独资开发，二是设计制度上的开放，其标志就是面向全球进行国际竞赛招标。我国第一个这样的项目便是国家大剧院，中选方案的建筑师是最近刚刚去世的法国建筑设计大师保罗·安德鲁。设计市场的开放，意味着中国设计师必须面对国际设计力量的竞争，但可喜的是，就是在这种压力下，中国设计得到了快速的发展，本土设计师通过与国际设计师合作、配合与竞争，在技术层面迅速地缩小了差距。同时，由于开放带来的经济繁荣，也给了中国设计师们前所未有的发展空间，大量的实践机会也是设计师快速成长的环境优势，改革开放的经济成就造就了中国设计的发展。尽管此时的中国设计还未真正成熟，但2003年6月7日美国《商业周刊》的封面大主题是“亚洲设计”，小标题是“另外：中国将会主导设计吗？”，同时清华美院进入《商业周刊》全球设计院校排行榜的前30名。中国设计的快速发展，已经引起了国际社会的重视。

在开放引进的形势下，中国设计也出现了一些问题，崇洋心理占据上风，惟洋是举，盲目模仿，引起社会的广泛议论。进入21世纪，第三个阶段是纠偏，通过设计在经济发展快速成长的基础上寻找文化自信和确立文化立场。2008年北京奥运会与2010年上海世博会是这一阶段两个重要的节点事件。

让世界更好地了解中国

历来举办国都把奥运会作为展示本国文化的一个大舞台，因此，每届奥运会也可看作是一次设计盛会。北京奥运会从申奥开始，设计就扮演了一个重要角色。奥运会也是设计师的竞技场，奥运标志、吉祥物、奖牌、火炬、辅助图形、项目标志、专用服装、领奖台、场馆、官方海报等等，涉及的门类很多。除了运动员，奥运同样可以造就一批设计师成为明星。对于北京奥运而言，大到“鸟巢”、“水立方”的场馆建筑，小到“人文奥运”会徽、金镶玉奖牌，设计所传递的文化内涵，既是国内民众关心的焦点，也寄托了国际社会的期待。

世博会更是对设计的全方位展示。早期的世博会主要是对人类已有成果的展示，并借此交流信息，促进竞争。随着人类生产能力的突飞猛进，信息交流的日益便利，其原始的功能日渐弱化，代之而起的是对未来发展的思考和一场国家综合实力展示的竞赛，世博会的目光不再是回望的，而是展示当下、甚至带有前瞻性的。上海世博会中，新媒体技术、多媒体展示手段给公众留下了深刻印象，有力推动了中国设计的技术升级。

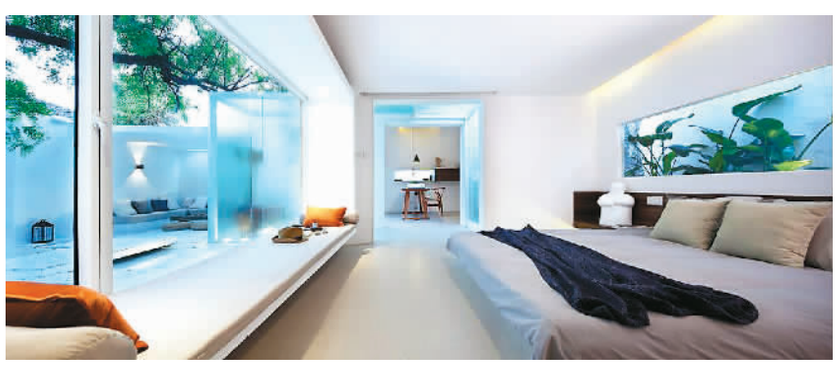
以上两届盛会的成功举办，不仅展现了中国的综合国力，更是中国设计在国际舞台上的系统亮相，中国设计与国际设计最高水平接轨的目标基本实现。通过这两届盛会，中国的现代化形象也得以成功塑造，并引发很多对未来更为深入和细致的思考。

为世界贡献中国智慧

到了当下新时代的第四阶段，中国设计在前三阶段的基础上，在局部领域逐渐形成有自身特色的设计范式，甚至取得世界领先的成绩。近年来，中国驶入了互联网经济飞速发展的快车道，塑造了一个应用场景十分开放的环境，涌现出阿里巴巴、腾讯、百度、华为、小米等业界翘楚。在近年来连续承办的APEC会议、G20峰会上，中国设计更是为世界展现了一个文化上高度自信的国家形象，赢得不少赞誉。中国作为一个新兴大国，对设计自然也提出了更高的要求：中国设计意味着我们要对问题提供中国式的解决方案，要为世界贡献中国智慧。

如今越来越多的中国设计师在国际设计大赛中获得重要奖项，发出中国设计的声音。除了中国建筑师获得普利兹克奖，还有不少中国的设计师、设计团队在红点奖、IF奖、G Mark、IDEA设计奖等国际知名设计大奖中收获荣誉。近年来，也有越来越多的中国设计师在国际设计专业组织中担任领导职务，体现了中国设计在业界的整体地位日益提升，中国设计已是国际设计界不容忽视的重要力量。

（作者为清华大学美术学院副院长）



2018年，南宋御街宅院：第八届筑巢奖金奖作品，显示了中国传统的空间审美如何在一个有限的空间里展现，收获广泛好评。

活化经典

□ 吴为山

自信从文化里来

今天中国的美术馆事业发展很快，不管是国家馆、地方馆还是民营美术馆，大家都是为“美”服务，没有高低之分。

我们今天说“典藏经典”，典藏的目的，首先就是把当代以及历史上优秀艺术家的创作收藏起来。收藏是对艺术作品的肯定，也是为国家积累宝贵的财富，同时为历史、未来留下可以借鉴的资源。一个国家要向世界展示自己的历史，不只停留在文字书籍上，视觉上的文化遗产也非常重要。巴西国家博物馆日前一把大火，把2000多万件的作品烧毁，损失太惨烈，后人想要研究巴西的历史，就缺少了很多实物的材料。

今天的中国之所以能在国际社会中发挥作用，吸引世界人民的眼光，中华文化起到很大作用。有人很羡慕中国美术馆竟然藏有4件毕加索的作品，但是我说我们有比毕加索还“厉害”的作品。我们的自信要从民族文化里获得。

典藏作品须活化

中国美术馆1963年开馆，在此之前，做了大量征集工作。周恩来总理在建馆初期就批示，调派部队来保护馆藏作品。我常对艺术家朋友说，你笔下的作品受到最安全的保护。只有艺术家感受到作品被收藏的价值，他们才愿意把耗费巨大心力创作出来的佳作贡献出来。艺术家创作的好作品应该留世，更应该传世。作品不能被美术馆收藏后，“躺”在库房，几十年不展览，美术馆人必须把典藏的作品进行活化，发挥作品真正的价值。

我们去卢浮宫和大英博物馆，要排队看他们的镇馆之宝。有一次，一位朋友问我，去中国美术馆能看到你们的镇馆之宝吗？我说还真看不到，因为镇馆之宝都“镇”在库房里面。这个事情，对我触动很大。我们美术馆没有很大的空间，所以就在6楼辟出一间小展厅，叫“藏宝阁”，展示我们最好的小幅收藏，我说这是“皇冠上的明珠”。让大众随时、免费看到大师的作品。

有一位朋友惊讶于这个小厅能同时汇集那么多大师的作品，问我“都是原作吗”。我想说，中国美术馆不展复制品，展复制品相当于“假唱”。国家美术馆，哪能“假唱”？

活化方式多种多样

好的想法一定要有持续性，没有持续性，是形不成品牌的。所以要用制度、模式进行固化，以达到持久传承目的。中国美术馆有一个品牌叫“典藏活化系列展”。大家知道，罗中立的作品《父亲》，收藏于上世纪80年代，收藏费只有300多元钱。前几年，我们的典藏活化展把这件作品拿到它的“老家”重庆做展览。那天正好是父亲节，罗中立和他的父亲、儿子、孙子，祖孙四代人一起到美术馆，这一事件引起强烈的轰动，人山人海。这是这件作品第一次回归重庆，作者也得到了巨大的精神慰藉。这是作品活化，也是“人”的活化。

活化的方式是多种多样的，现在是新媒体时代，要多多跟媒体合作。中国美术馆现在就与媒体合作办“纸上美术馆”，社会反响很好。纸上活化、网站上活化、微信活化、电视活化，都很重要。美术馆在媒体上做一个栏目，介绍自己的好藏品，对媒体、对美术馆、对艺术家都好，提高知名度，也把美传播给社会。我们美术馆是公共文化服务单位，起到在校教育起不到的作用，是终身性的教育机构，要利用藏品不断提供给公众好的、新的知识。

美术馆把馆藏作品活化，是对历史的负责，也是对艺术家的尊重，更是对国家和社会大众的回报。

（作者为中国美术馆馆长）

◎ 作品

昭君出塞　　朱刚