

Design Philosophy

設計哲學

---

Volume 3, Number 3, September 2025

第3卷，第3期，2025年9月

# 設計哲學

主 編 劉 振

副主編 劉 欣 田筱源

## 編委會

海村佳惟	安 娃	代福平	董 蓀
胡 欣	何 嶸	黃俊濤	李一鳴
劉 賓	劉 欣	劉 振	倪倩凝
潘 飛	史光輝	蘇 杭	田筱源
吳嘉寶	張子恒	趙妍婧	朱松偉

封面設計 *DumplingART*

版式設計 張斌

排版設計 李舒林

投稿信箱 [designphil@outlook.com](mailto:designphil@outlook.com)

國際標準連續出版物號 ISSN 2982-9666

出版日期 2025 年 9 月 30 日

# *Design Philosophy*

**Editor-in-Chief**      Liu Zhen

**Deputy Editor**      Liu Xin    Tian Xiaoyuan

## *Editorial Board*

---

Amamura Kai	An Wa	Dai Fuping	Dong Sun
Hu Xin	He Rong	Huang Juntao	Li Yiming
Liu Bin	Liu Xin	Liu Zhen	Ni Qianning
Pan Fei	Shi Guanghui	Su Hang	Tian Xiaoyuan
Wu Jiabin	Zhang Ziheng	Zhao Yanjing	Zhu Songwei

Cover Design      *DumplingART*

Layout Design      Zhang Bin

Publication Design      Li Shulin

Email      designphil@outlook.com

ISSN      2982-9666

Publishing Date      2025/9/30



## 卷首语

# 思想实验：跃迁与内嵌

近来读科学哲学的书，发现科学哲学非常喜欢开展“思想实验”。诸如绿胡子基因、最后通牒博弈、利贝特实验等等，人们不断通过思想实验，来触及科学与哲学的界限，从科学的发现中讨论哲学议题的可能性。

推而广之，人类的很多创作，大概都可以算做是思想实验。孔曰成仁，孟曰取义，中国人至今还在不断验证仁、义的价值。柏拉图的洞喻、庄子的寓言，都说得上是思想实验。对作家而言，一首诗、一部小说，很难说不是在做一场思想的实验。陀思妥耶夫斯基、托马斯·曼小说人物那些高深的讨论，不也是小说家对人类精神的探究么？对于画家、设计师来说，同样如此。

这些了不起的思想实验，并非一时兴起，而总是触及人类思考的边界或者模糊地带，以至于过了几千年、上百年还依然有效。人们会发现，竟然有那么多的问题，我们至今无法明确作答。而我们奉以为经典、元典的著作，往往就是那些伟大思想实验的遗迹。这些伟大的遗迹，矗立在人类精神的世界中，个个堪称奇观。

设计哲学同样是一场思想实验。如果说科学哲学是从科学发展的角度重新审视哲学体系，设计哲学同样是从设计的角度重新审视整个人类的文明。现代设计的时间还不足二百年，却几乎重新塑造了一切的人工物，并在这种重塑中不断跃迁到新的设计形态。设计的形态越是跃迁，设计哲学也就越要审视哲学自身。面对设计，哲学的语汇还太少。

从对物的设计，到对行为、体验的设计，再到对组织的设计，设计不断拓展到新的领域。辛向阳教授说，“建立一个有设计意识的组织，要远远超越设计本身。”随着服务业在国民经济中占据主导地位，设计活动迅速在服务业内扩张。是跃迁，

也是实验，一场新事物内嵌为整体骨架的实验。

当初工业超出农业内嵌为整个国民经济的骨架，现在服务业也在逐步进行。随着计算机、人工智能技术的快速进步，很多传统的设计专业都面临压缩、停招，新的设计业态不断涌现，并开始内嵌为整个设计学科的主导力量。人才，总是在跃迁中涌现。

设计改变着我们所经验的一切，也因此改变了每个人。那些曾经内嵌为我们每个人精神世界主导的力量也将随之改变。所以，设计一直都在改变着哲学。但设计尚未内嵌入哲学。在这样的时代，我们有理由开展一系列思想实验，重塑哲学。

刘振

2025-9-23

# CONTENTS

# 目录

## 1 设计哲学专题

- ◎李超德院长专访：设计美学与中国设计话语权.....1  
李超德 刘 振

## 2 当代艺术专题

- ◎刘彦勇专访：西湖彩墨融中西.....30  
曹 原 刘彦勇

## 3 女性动画人系列（六）

- ◎武珉专访：从绘画表达走向动画叙事.....62  
武 珉 何 嵘

## 4 设计新生代专题

- ◎故事化体验：一种意义导向的体验设计框架.....98  
李 昊 辛向阳
- ◎呐喊的回响——《设计现象学启蒙》读后.....101  
韦 一

## 5 设计语境专题

- ◎設計哲學視域中的江嶽繪畫藝術  
——以其繪馬藝術為主：“江馬”之魂 .....106  
海村 惟一 海村 佳惟
  
- ◎数字技术语境下 AI 图像生成和架上绘画的边界与共生.....130  
代欣欣
  
- ◎新媒体时代下的水彩画风格创新研究.....139  
李 源

## 6 广告博物馆专题

- ◎我国近代赠品广告与礼品广告探析.....147  
朱天越 刘 强
  
- ◎人工智能背景下本科广告人才就业竞争力培养路径探析.....159  
胡雪瑾



---

## 设计哲学专题

---

# 李超德院长专访： 设计美学与中国设计话语权

访谈人：李超德 刘振

访谈时间：2025年6月17日晚 访谈地点：万里学院

---

李超德，苏州大学艺术学院、厦门工艺美术学院原院长，苏州大学研究生院原副院长。现任苏州大学卓越人才特聘教授、博士生导师，苏州大学博物馆馆长。教育部高校美术专业教指委委员、中国美术家协会会员、第二届中国文艺评论家协会理事、江苏省美学学会副主席、苏州市文艺评论家协会主席。江苏省教学名师。国家社科基金（艺术学）重大项目首席专家。美术作品三次入选五年一次的全国美术作品展，其中“马关之殇”荣获得第十三届全国美展进京作品。

---

刘：德公好，非常感谢您接受我们的访谈！我首先关注的是，您的文章中提到了八十年代设计教育中三大构成与图案学的论争。我此前的访谈中，既有张道一老师的学生，也有王受之、尹定邦老师的学生，这种争论之所以还在延续，自然有学脉上的关系，但是否有更深层次的原因，更触及中国设计哲学内在结构或者设计哲学本质的原因？

李：上世纪三大构成教学的推广时间也不是太早，就 80 年代初期在广州美院、中央工艺，包括南艺，我们苏州丝绸工学院当时比较早就开始做。三大构成其实也是遭遇到很大阻力的，因为老的图案学家认为三大构成本身在我国的图案教学当中都已经解决了，就觉得没有什么新奇的东西。



德公与张道一先生

特别是三大构成本身，是通过日本这个二传者转过来。而且当时三大构成很多东西，它是在日本的中小学劳作课当中来完成的。所以坚持图案学传统的一些专家就对三大构成不以为然。客观的讲这也没有错，我个人认为三大构成教学中，

对于平面构成、立体构成、色彩构成的教学存在着很大的误区。这门课程其实应该是理论和实践兼顾，而不应该是把大量的时间花在实操。比如讲立体构成，它就是要快速地训练你的构成能力。但是许多院校在课程实施当中，逐渐背离了原本的要求。譬如说我曾经到俄罗斯一所大学去访问，他们的三大构成中的立体构成课居然有 100 多学时，而且最后课程作业居然是用白卡纸做一个科林斯的柱头。你可以想象，它花了大量的时间是在手作做上。作为一种训练，三大构成实际上是快速的，这种构成能力，就像平面构成是快速的构图能力和处理疏密关系的能力，是这样的一种训练方式。三大构成与图案训练于是就出现了一种悖论。客观的讲，在 80 年代中期到 90 年代，三大构成逐渐成为各个设计类院校基础性课程的时候，体现出它广泛的合理性，成为基础中的基础。当然还有图形创意，以后又逐渐的衍生了很多的课程。图形创意，从无机型又转向了对有机型的一种反思，因为三大构成它主要来源于包豪斯。包豪斯当时的实践，因为它所倡导的教学理念，在特定的那种社会环境下面所体现出来的，就是那种为大众而设计的民主化诉求，使得简约功能主义、功能决定形式、技术与艺术统一，这样一些思想左右下面，使得三大构成成为了非常重要的设计基础课程。

三大构成教育，到了 80 年代才被我们重新拿过来。在 80 年代后期到 90 年代中期形成了极大的争论，基本上形成了改革派和守成派两个主要的阵营。所谓的改革派，就是当时有一批人，像王受之，包括刚刚回国的林家阳等等，形成了改革派和守成派之间的对磊。所谓的守成派，我个人认为也不能说他们是保守。为什么这样讲呢？张道一先生他们这一批人对这些问题的看法，对于中国传统图案构成的看法，他把里面的方法观念，和色彩构成、平面构成和立体构成做了很多的比较，认为异曲而同工。中国古代就没有色彩构成吗？中国古代就没有立体吗？中国古代就没有平面吗？这些话题在争论的过程当中形成了两种比较尖锐的对立，也出现了各自的护法者。所以我为什么会写纪念诸葛铠先生的两篇长篇文章，因为诸葛铠先生处在这个阵营当中，他既是我们苏州大学比较早引进三大构成教育的教授，又是在图案教学理论里面又有过比较精深的研究，最后他再跨越到设计理论之间，他起到了一个桥梁的作用。



诸葛铠教授

所以在当代设计理论研究当中，任何忽视诸葛铠教授图案和图案学理论，以及他的那两本重要的著作，即《图案基本原理》和《艺术设计十讲》，都是对今天的设计理论建构的一种无知与漠视。所以我要写这两篇文章，要写图案选择什么之变，这两篇文章你也看到。那么这两篇文章还有个初衷，就是因为诸葛铠老师算是我老师辈的人，他虽没有直接教过我，但是在我的心目当中我是把他看作我的先生。在他去世的时候我就有这个执念，就是希望在他去世十年的时候，我要写两篇文章来为他树碑立传。一篇重点聚焦他的生平，发表在《民艺》杂志上边，主要是从他生平入手。一篇就是讲他在现代设计理论建构当中的突出贡献，从图案学理论到现代设计理论转变当中，他是一种折中主义的办法来完善中国设计理论建构的。他的贡献从学理学术的角度来看是不可或缺的，因为中国设计不可能突然生长出来，从图案理论一下子变成了设计理论。他的图案设计原理弥补了设

计理论建构的空白，所以他的地位应该是很高的。

从深层结构来看，中国的图案很大程度上跟它的意涵有关，特别是在吉祥纹样里面，负载了极大的中国传统文化内涵。西方因为它的文化结构不一样，注重于数理，无论是古典主义到现代主义，西方人一直比较崇尚于数理，就是它的理性，像这样一些建构，是它的基础。所以西方哲学讲逻辑，中国哲学讲悟，有人觉得那不是哲学，这是一种人生的感怀。但是中国人的哲学如果放置于在人生或者社会的大系统当中去看的时候，它又是宇宙观，那当然就是哲学。你不能说哲学就是西方的所谓逻辑，所谓概念，所谓的概念的逻辑的递进，最后循环认证和自洽，最后得出结论。所以这个问题，我觉得从三大构成到图案学，当然有中西方文化的差异，但是最终我相信人类到这个时候殊途同归。

讲西方是再现，中国人是表现，你看西方当代艺术发展到 20 世纪的时候，表现主义就强调表达观念，就又走到一起去了。还有关于人和事，所谓的社会体验这种话题上也同样。美国当代有个哲学家叫舒斯特曼，他实际上通过学习东方，在东方艺术当中或在东方哲学当中得到感悟，强调所谓身体美学就是自己的体验，人与物、人与自然、人与世界，也是颠覆了西方哲学 2,000 多年来的观念。那么 20 世纪的哲学，美国的新实用主义哲学到了舒斯特曼的时候，就有了很大的一种异化或者是变异。我觉得人类认知最终可能也是殊途同归。所以我讲的三大构成和图案学，实际上有一些基本原理，讲的道理其实是相通的。平衡，难道我们不讲平衡吗？不讲多样统一吗？等等，还有所谓的有机型构成。到今天为止，世界文化的多样性发展到今天，不是一切的有机型都能解决所有的形式问题。无机型，不是一切的无机型都能解决所有的精神问题。有机型体现的个人情感、社会情感更加丰富。我觉得在这些问题当中，设计哲学就是希望我们可以去探讨。

**刘：**我的问题里边也提到了，现在的设计学界，它既有张道一老师的学生，也有王受之、尹定邦老师的学生。比如我前一段就采访过吴光荣老师，他还是比较坚持张道一老师这方面，因为他也是教图案学出来的，就是比较坚持这一面。那么像王受之老师，他的学生就会更强调三大构成的脉络，这种争论是不是还在延续？

李：我是这么看的，我从 20 世纪的现代设计教育的角度来说，今天的设计价值、设计教育观都是建立在包豪斯基础之上的，这个是毋庸置疑。因为包豪斯给我们创立的典范就是现代设计教育的开发，学到了现代设计美学的观念，设计教育的价值都是在它的教育体系当中来体现。但是非常奇怪，一共 36 位教员，1,000 多位学生，存在了也就十几年，但是包豪斯给我们的影响非常巨大，它可以讲是现代设计的代名词。客观地说，包豪斯就像一个种子，当纳粹德国 1933 年将它关闭的时候，最后这些种子又在欧洲四面八方种了下去。有大量包豪斯的巨匠到了美国，二次大战后又在美国深耕开花发芽，在现代主义构建过程当中，它起到的作用毋庸置疑。但是它的弊端后来逐渐的就显现出来，世界不会是一块板，就像我今天跟大家做的这个交流一样。

日本千叶大学的宫崎清为什么讲有多元价值观和一元价值观之分？我们现在没有办法用一元价值观来衡量，实际上世界文化多样性在全球化态势下面，它仍然是存在的，那么它的审美、它的欣赏，仍然是有多样性的。到了 1972 年的时候，日裔建筑师山崎实在圣路易斯城的现代主义住宅建筑被爆破，被认为是现代主义的灭亡，但是不是如詹克斯所讲，现代主义灭亡了？没有，其实现代主义的灭亡只不过是一种象征的口号。现代主义又改头换面，用另外一种方式又在当下存在，这个当下存在就是高技术主义。高技派其实在 1950 年代开始就已经有端倪，乌尔姆造型学院所倡导的那些科学理性原则，现代世界的设计理性原则，包括请数学老师、系统论专家为设计学生上课，强调技术理性的设计哲学，当时遭到了德国国内的反对，所以他们会州政府投票勒令关闭。乌尔姆已经不是原本传统意义上的设计造型学院，它实际上已经把科学技术统领起来，就像今天我们一样，AI 似乎能够统领一切。

但是在统领过程当中，一定有矫枉过正，就需要有清醒的人来把这个矫枉过正的东西给它往回拉。这也如同艺术与手工运动的时候一样，机器批量化生产，出现了拉斯金和莫里斯这样的人。他也是矫枉过正，认为现代机器产品是丑陋的，所以它要提升艺术品格，艺术与手工艺运动要回归中世纪的质朴。反对机器生产，

客观上也促进了机器生产要重视艺术品格的问题。同样，今天你看从包豪斯发展到乌尔姆，然后乌尔姆在上个世纪 60 年代被关闭，实际上也是十几年的存在，但是乌尔姆的理想、理论又被我们今天的设计发展所实证，成为共同设计思想财富。



德公与宫崎清教授合影

那么反过来，我是这么来看，从文脉上来讲，图案学理论是不是就一定没有市场？不是。它实际上跟三大构成理论之间就是一种补充，我认为就是这种多样性和矫枉过正同时并存。今天所谓 AI 时代的设计扁平化、符号化，图案学理论更加注重于情怀、个性、性格、民族，正好相互关联，使得我们的设计未来可能更加圆满。不是说今天我有了现代技术，我什么都是可以通天下的。那么时尚是什么呢？时尚是潮流。潮流又是什么呢？潮流就是文化的趋同，或者各种文化的一



种共同的信仰。现在流行阿拉伯风格，明天流行所谓的波西米亚风格，或者中国风等等。我觉得恰好是在一个所谓扁平化、符号化、同一化的僵硬的状态下的一种有益的补充。我们设计师做什么呢？设计师就做这种平衡、驾驭。那么 AI 做什么呢？它就给我们提供草图，可以提供草稿，我们来进行交互，来进行对它进行修正补充。所以我觉得王受之也好，三大构成也好，传统图案的理论也好，我觉得当中不应该是一种

对立关系，它相反是一种补充。就像林家阳老师，我跟他私交很好。林家阳老师，你知道他最后在退休前，在同济大学，他教的是传统图案。

刘：噢，是吗？

李：他专门教传统图案，教了以后还让我去看了他的教学成果，非常好。他重点介绍了图案学家张道一、常沙娜，甚至包括像我们诸葛铠，通过中国传统图案如何来进行演化、构成、打散、再创造，他讲这个，这当中就不矛盾了。在现代设计当中，你为了能够表达你的这种美学风格——风格永存——其元素哪里来呢？不就是从这传统当中来嘛？所以某种程度上讲又不矛盾。它的构成原理有很多东

西也是相通的，疏密、黑白，图案理论讲什么？就讲这个。

**刘：**刚才您讲图案学对它的一个补充，或者不同民族文化对它的补充和平衡，我觉得还是很重要的。我原来有一个理解，就是我们今天讲设计的时候，一般是说去满足一样的功能，或者满足某种欲望。但是在更深的的一个层面上，设计本身就是在做一种平衡，比如说把比较扭曲的人性重新扭回来的平衡效果，我觉得也是设计里面很重要的。

**李：**我以前写过一篇文章，我说艺术是“我”，设计是“我们”。艺术家你是通过你的眼睛看世界，是表达个人的情感，获得个人的理想，你的作品可能以一种形式的突破，并独特表达出来。那么这个形式载体就是艺术家的心灵。心灵可能得到了欣赏者的某种欣赏，你们之间就形成了一种碰撞。那么这种碰撞或反对或赞同，这个人就可能成为你的粉丝，这就是艺术。也有可能对你不屑一顾，你也有可能一辈子没有人欣赏，但是这就是艺术所表达“我”。但设计不是，设计是要通过分工合作群体完成的，是为他们、为我们。那么“我们”是指的一个大的群体，而且设计作品的完成，不仅仅是你作为艺术家看待世界，表达独特审美趣味的方式，而且还需要有消费者的欣赏接纳。你只有被消费、被接纳、被体验，设计产品最终才完成。设计师表达出来的美学风格、美学品质，要被消费者所接受，产生共鸣，他才会买，购买本身就是一种评判。

在这种情况下，我觉得我们讲美学、讲设计美学是什么？就是体验的美学。这种体验的美学既有客观物的存在，又有主观消费者的体验。主观又有自己的个人审美、情感、民族、历史。你看东西时候，有的人就觉得那个东西不适合，所以绝对标准不存在，但是相对的标准一定有。譬如讲时代的审美标准，这个时代比较流行简约，我觉得这个可能就是一个时代的标准，这就是共通性。但是它的个性特征里面又由于你个人的偏好，对色彩、对形式、对历史文化的理解，又有不一样的认知。所以设计发展到今天可以这么说，它既是设计家创造的品质，同时它又受到商业逻辑的左右。

所以我讲设计就是 4 个维度，工程的维度、人文的维度、商业的维度和形式的维度。工程的维度：设计一定是跟技术有关，没有技术的支撑，设计不能完成，在任何时代都是这样。人文的维度：你的设计如何能够直指人心，这里面体现精神，人文学院的教授讲起来头头是道，但是他不知道怎么化为形式的东西。但是设计一定是以商品来呈现的，你即便是一个园林，一个城市公共空间，从大的角度来讲它也是商品。被消费者、被受众所接受，它有商品的维度，需要有商业的逻辑。最终当然设计呈现它一定有形式的承载。我们就是擅长在四个维度基础之上，工程的、人文的、商业的维度当中进行整合，形成最终的设计产品，我要干的工作就是这个。

**刘：**第二个问题，您在论文里提到苏州大学很特别的文脉，比如说吕凤子，还有诸葛铠先生他们杰出的贡献，显现出苏州大学非常深厚的设计学底蕴。回到您的研究，您现在讲设计美学，还有东方设计学，我想问您的东方美学、东方设计学，他和诸葛铠先生他们的理论之间的关联在哪里，是不是诸葛铠先生折中主义方案的一种延续？

**李：**首先，设计美学这门课程是诸葛铠老师要我来上的，他在规划研究生课程的时候。上世纪 90 年代已经存在一门课叫技术美学，技术美学这门课的发展逻辑其实跟包豪斯的诞生和东欧当时技术美学组织的成立，以及前苏联、保加利亚、捷克斯洛伐克这样一些国家，当时都起了非常重要的作用。所以为什么杭间老师他办呼捷玛斯那个展览引起这样大的轰动。杭间老师办的这个展览，对一般设计界的、理论界的研究人员来讲比较新奇，对于像我这样比较早关注这些问题的不算新奇。其实呼捷玛斯和包豪斯和并行来看，它并不比包豪斯差。包豪斯可以讲是后来被过度解读和深化的。呼捷玛斯在当时那样一个情况下，被西方话语所淹没，也并不是西方学者所讲的概念性陈述：包括像当时前苏联，说它是红色文化和共产主义文化所熏陶出来的，其实不是。它是 20 世纪整个世界发展历史趋势的一个缩影。



杭间教授

因为 19 世纪末、20 世纪初，就是资本主义社会和帝国主义的封建垄断和资本垄断，它已经不可调和，所以那个时候就会有风起云涌的民族解放运动，工人解放运动。一次大战本身有它特殊的一个意义，德国为什么会有二三十年代的纳粹崛起？都有这样一个特殊的时代背景。在这个特殊的时代背景当中，纳粹就把握了一种民粹主义——就像今天美国特朗普做的这种东西，就煽动民粹——然后使得这些民粹的蓝领工人们来支持他，以形成国家社会主义。这种名左实右的理想，为大众服务应运而生，就是这么一个时代的背景。发展到后来，二次大战以后，东欧这些国家，包括前苏联他们已经开始关注设计为民众、设计为政治服务、为社会服务，呼捷玛斯就是在这样的基础之上诞生的。它实际上是整个世界的潮流，而不是共产主义。在这种情况下，时尚设计潮流不是为少数人，而是要为民众。这种左派理想的成分比较复杂，有共产主义者，有社会民主党人士等等，就形成

了我们今天对这个问题的复杂性的认识。不了解的话，我们就会机械地来解读这个话题。发展到这样以后，技术美学这门课程到了 90 年代研究生当中我们开始开，但是我认为技术美学不能够完全解决我们所要讲的理论，我就建议把它改成设计美学。

**刘：**这是您的建议。

**李：**设计美学的书出来的第一本是 04 年，就是我。然后就不断有人出版。有《技术美学》，徐恒醇和凌继尧老师他们合作的《技术美学原理》，那本书给予我很大的启发。但是我认为单纯讲技术美学，不能够涵盖人文，它完全是从技术角度来阐释、来探讨所谓美的东西。他们的探讨还大量停留在从文本角度来阐述概念的内涵、外延。诸葛铠老师的《图案学理论》，我觉得是大量的纠缠于技法层面的描述或者是历史层面的描述。那么我想解决什么问题呢？我想解决本质问题的描述。这个本质的问题描述没有突破，实际上还是以大美学的观念在解释设计。大美学的概念，西方的美学从鲍姆嘉通开始，它是感性学的含义，aesthetics 这个单词本身是感性学的含义。我觉得最后我们研究的美学和设计美学，又特别强调本质，美感的本质他也探讨了，但是它又是回归到文本到文本，推理到推理，概念到概念。那么我们就想把这个问题拓展，回归到和设计实践能够结合的东西来总结出设计美学，它有时代的节律。这个问题我一直到什么时候才突破呢？就是我拿下重大项目以后，我觉得从本体论的角度来讲，我想突出一个：设计美学就是体验。

**刘：**就是体验。

**李：**没有体验或者缺乏了体验，设计美学就是空谈的文本。我认为设计美学发展到今天出现了某种异化，就是从强调客观的本质理论到主观的美感理论，而主观的美感理论又要既强调设计物本身的形式存在，又要强调设计产品接受者的主观

评价。只有这样，两个东西它能够相通，才能相合。所以这是在设计美学本体论研究当中我主要的突破，至少在前面所有研究设计美学的专家当中，很少有人讲设计美学就是体验，都是文本到文本去解释设计美感的本质是什么？人的本质是什么？这个是我们传统美学的弱势，这是我第一个想要说的。

第二个就是目前设计美学，我的研究强调技术与审美之间产生的某种互动和相互的对应和促进。技术发展到一定的程度，它是可以上升为人文的。因为技术一旦介入你的生活，它成为你生活的一部分的时候，一定改变你的生活方式，成为新的人文。就像今天不会电脑，你就缺了胳膊少了腿。我们面对的都是一个交互的社会，所谓的交互设计应该是方便每一个人，是温暖的，这个当中就有美学，这个问题是在科技与人文当中的。

时尚美学是我在设计美学当中第三个要突破的。要总结时尚美学的规律，它是易变的，没有永恒之美。审美无功利这句话我们要对它进行另外一个层面的分析。康德的审美无功利，认为美不带任何功利，是一种静态的关照。但是设计不一样，它受地域的、时代的、流行的问题的作用，是随着时代的变化而变化，有的时候还是螺旋式的上升，有的时候是循环往复的。所以时尚美学是易变的，是异化了的，有的时候又是非逻辑的，没有理由。你一定要讲出理由，时尚的背后有学术，不是没有学术。因为刘梦溪先生在他的一本著作的序言当中讲时尚无学术，我觉得不对。时尚无学术这句话本身说明他有偏见。所以设计美学发展到今天，我是这么来认知的。设计美学第一本国家规划教材就是我的《设计美学》，但这本规划教材我认为做得不好，那是一个讲稿，是对研究生讲的，后来出版社自己去申请了规划教材。我现在正在为人民美术出版社编一个 AI 时代的智能型教材，我对设计美学的教材进行了重新的重试。

**刘：**这个大概什么时候能出版？

**李：**7月份就要出来。那么这本《设计美学》三校已经完成。我基本上颠覆了以前我的课程框架，对每一门课程的提要、重点、难点、参考书目都列了。我本来

还列了索引，前天编辑跟我讲，其他的教材没有索引，这个索引要不就取消了吧。当然取消也可以，但客观地讲，作为一本教材，如果有索引，对于同学来讲是有益的。因为有的东西你点到了，没有办法来展开讲。

**刘：**第三个问题，您对设计美学的定位是应用美学，在美学门类里边属于应用美学，那么这个是不是设计美学领域里边一个普遍的看法？因为我看国外也有一些设计美学的书，可能不一定是从应用美学的角度来谈的。

**李：**设计美学一定是从美学衍生而来，它结合了设计哲学的一些观念，当然是要从根源和本质上去探讨一些问题。但是这些问题它主要是立足在设计实践的基础上，而不是单纯的文本，所以我觉得它是应用型的。那么从理论家的视野当中，应用美学好像就差一点，研究哲学的人就认为你研究应用美学要差一点，但是我们就是干这个活的，不因为就认为我们差一点，不是这样。相反应用美学更加要关注，设计流行，它的规律性的东西，时代赋予美学的风格节律，像这样一些话题我们更应该来关注。设计美学，它不是单纯的从文本到文本，它一定是结合设计实践、当代流行来谈设计的，所以它是应用的美学，而且你要把深奥的理论，通过你的讲解，或者你的文本让大家都能读懂。你不要讲了半天美是什么？美的本质是什么？人的本质是什么？到最后大家也弄不清楚究竟要说什么。

**刘：**对，我前两年读过一本外国人写的《设计美学》，是从康德的理论来讲，就很难懂，很难读了。

**李：**康德也好，黑格尔也好，德国古典哲学是在它特定的时代背景之下产生的。德国人思辨意识很强，海德堡我去过，这个地方就是一个中心。那么德国人思考的这些问题，有哲学家的那种思辨，对我们当然有启发，所谓审美的静观无功利，是在特定的一种绝对标准下产生的。那么美的东西其实很复杂，不是康德所定义的这样。

刘：其实从叔本华的理论里面，其实也已经开始反思这种无功利。

李：叔本华的理论已经慢慢向弗洛伊德的理论过渡了，当然弗洛伊德的理论就更加世俗化。那么19世纪末20世纪初本雅明他们的理论，都是对我们现代哲学、现代美学产生非常深刻的影响，不是一成不变的。

刘：然后就是讲到接受美学，您的设计美学研究里面比较强调接受美学，比如说尧斯，还有伊斯尔他们的理论。我这还拿了一本书，就是《接受美学与接受理论》，正好在我手边，我这几天又读了一下。



李：我也有这个。

刘：您当时把接受美学和设计美学联系起来，是基于什么样的考虑？

李：我本人既是画家也是设计师，所以在我的绘画或者设计实践当中，我感悟出来，我觉得真正好的理论是要从感性上升到理性，再从理性回归到感性，这个好的理论才成立。如果是空谈理论的时候，你讲一般的文本考据，这个没问题，但是如果讲通一个道理，你要从实践入手。从实践入手以后，你就会发现如果这东西没人去购买，还谈什么美呢？有人说设计美学是庸俗美学，觉得研究真正的美

学那才是高级的,所谓精神性的。那我觉得放到 21 世纪来在讨论这个观点的时候,显得格格不入。因为时代已经变了,没有绝对的美,美都是相对的,哪有绝对的美?当然你最终会说那些美的规律,那些抽象的对称比例,那样的东西是绝对的。但是你一定是要赋予一个具体的东西,才能够来说这个东西,你不能说玄虚的空对空的来讲绝对的美。这就是我们为什么会是研究设计美学的人,为什么会比较喜欢谈经验主义的美学,喜欢谈接受美学,我觉得就这个道理。经验在你的思维方式和判断当中起到的作用是巨大的。

**刘:** 前些天重新读这本书的时候,就想到接受美学它本身是一个文学理论,但是您把研究文学的理论,一种文学批评的方式移植到设计上,很有创造性的。

**李:** 一部好的作品,你没有共鸣怎么行?疫情的时候,我又把谷崎润一郎的《阴翳礼赞》拿出来读。因为在这家里闲着没事干,我就写了一篇文章,有点像书评一样,《中国文艺评论》就登了。

**刘:** 我也读了。

**李:** 那篇文章阅读量一万多次,登了以后作家协会的网站还转载,最后他们三个月季度评稿,被专家评为那个季度最好的一篇稿子。为什么呢?因为这就是阅读以后的接受、体会。读《阴翳礼赞》的时候,他讲到东方美学当中的阴翳,特别讲到厕所那个小节的时候,以及讲到倪云林因为是洁癖,在排泄的时候要叫他一个书童,在下面弄个木盘托着,上面覆盖昆虫的翅膀,因为他怕脏,当他的排泄物在一丈高的地方掉落,裹挟着昆虫的翅膀落在盘子里的时候,我发出了会心的笑。我这个人也执着,我想一盘子昆虫的翅膀,得有多少昆虫啊?我想不会吧,我就去考据。真被我考据出来,日本人的语言来源也不是凭空的。明代有一个高士就在我们苏州的大阳山脚下,这个人叫顾元庆,他写过一本书叫《云林轶事》,当中他就写了这个事。但是他盘子里不是昆虫的翅膀,是鹅毛。我觉得鹅毛就差不多了,

接近真相。因为那个东西好弄，又是洁白的。所以像这些话题，我在阅读的过程中就有体会，就接受。所以我对谷崎润一郎这种唯美主义的散文有了新的体会，我就写了一篇这个东西。写了以后，我当时有点忐忑，我想这种《中国文艺评论》敢发吗？他发了，而且评价还不错，可能放在现在还不一定能放。



清 徐璋《倪瓒像》

**刘：**您讲的东方设计学，也是建立在设计美学的基础上。那么设计美学、东方设计学，还有接受美学应该是怎样的关联？

**李：**这个当中是一个三连环，实际上是你中有我，我中有你的。东方设计学这个话题现在的著作权不能算我，为什么？应该要给吴海燕，因为她拿下重大项目。

但是这个话题是我比较早提出来，最早见诸于文字的东方设计学是我，我后来没有坚持在这个方面做。我是在上海的一个论坛上做了演讲，形成了一篇文章，有据可查。所以东方设计学如果讲源头，我是比较早提出的，我也确实跟吴海燕沟通过这个话题。但是吴海燕在这个问题上形成了比较系统的看法，所以我觉得现在著作权应该算吴海燕，我只能算是这个问题的拥护者和倡导者。

倡导就像我以前讲过一句话，我说中国的设计学是什么呢？中国的设计是工艺美术下了一个设计蛋。这句话我的研究生都知道，是我讲了几十年的话。其实中国设计教育是在一个非常复杂的情况下，从大美术衍生出来的。最后是通过搞工艺美术的方法来做的设计，所以我觉得它是工艺美术下的设计蛋。今天我们大学的设计教育、美术教育当中存在着各种各样让人啼笑皆非的事情。但是这句话的著作权现在不属于我，我也跟清华美院的苏丹讲过，我说不瞒你讲，你的那个书《工艺美术下的设计蛋》，我说我讲了几十年，最后著作权归你。就说明大家还是英雄所见略同。

包括东方设计学，我是更想从一个大的跨度上来讲，不局限于西方语境当中。我希望通过我们的阐述，在理论建构方面能够占领一个话语的体系，所以我讲了东方设计学这个话题。那么跟设计美学之间的关系，设计美学是东方设计学金字塔结构当中的顶端。东方设计学通过一个金字塔型的结构，它实际上到了金字塔的塔尖，它就是态度、立场、精神，它需要通过这个来完善。所以我觉得这个是非常重要的一个结构，他们之间应该是这样一种关系。

但是现在东方设计学我自己又有疑问，我觉得东方设计学不应该是西方语境当中的东方学概念。因为如果是萨义德的东方学概念来说，它是西方语境当中对西方霸权的一种反抗。我个人认为东方设计学是融合，不需要这种对抗，这种非此即彼的零和游戏来解释这个话题，这恰好是东方美学应有的一种宽容和包容，这是一个。第二个，你如果来去凝练，我们老是说日本的设计美学当中有一个非常典型的東西，就是侘寂。侘和寂这两个字不是日本人发明的，屈原的《离骚》当中就讲到了侘和寂。但是侘寂可能是日本人进行过提炼。那么中国的设计究竟是什么？我们能不能用某一个词汇来表达呢？那么在色彩的表达方面，日本的

设计在灰度和彩度方面它是有讲究的。但中国地大物博，有 56 个民族要形成某种特定的像大和民族那样的一种色彩的理解和关系有点难。就一个中国红，理解都不一样，北方对中国红的理解和西南少数民族对中国红的理解不一样。北方偏向于暖和，西南偏向于冷调子的红。

所以这个话题就等于如何来总结中国设计美学当中的某种风格。我们仍然在探索当中，是不是中和？是不是不偏不倚？但是中和，好像你拿到山东和山西去看，也不对，它就是强烈的对比。它不中和，色彩非常地冲突。像这些话题都是我们设计学者、设计美学的研究者可以去探讨的。如果你一定要用阴阳五行这种东西来讲色彩的观念，当然也能研究，但是放到现在来做的时候，它实际上又有新的对色彩的理解，《甄嬛传》里面的电影美术你去看，它对中国传统色彩的归纳，舞台美术是一级的。



吴海燕教授

**刘：**对，您刚才提到比如说吴海燕教授的东方设计学，有没有用到设计美学的一些理论？

**李：**她最后的结题是我审的，但是客观讲我认为没有做好。她不是一个理论型的人才，尽管子课题也请了很多人，但是并没有能够形成理论上应有的突破。至少我的设计美学研究会在三个点上有突破。这种重大理论，一定是在建构新的理论当中，不能说重大突破，至少有突破。

刘：就是还没有办法满足您的要求。

李：嗯，今年就已经准备结题了。

刘：结题之后她是也要出书吗？还是说已经出来了？

李：结题以后要等到通过，她现在已经有出版社盯着的。

刘：回头要学习一下。第四个问题，您对设计美学的定义是从倡导生活态度提升设计品格的角度提出来的。您还提到我们要建立国家时尚设计美学品格、中国设计的主体性建设，那么这种主体性建设的基础是什么？还是说建立在我们的民族本位上？

李：这正好跟后面第六个话题是一致的，我觉得跟话语权有关。为什么这样说？习总书记在哲学社会科学的会上间提出了三大体系建设，我们要建立中国特色的学科体系、学术体系、话语体系，这几年围绕的重点的项目都是这个。

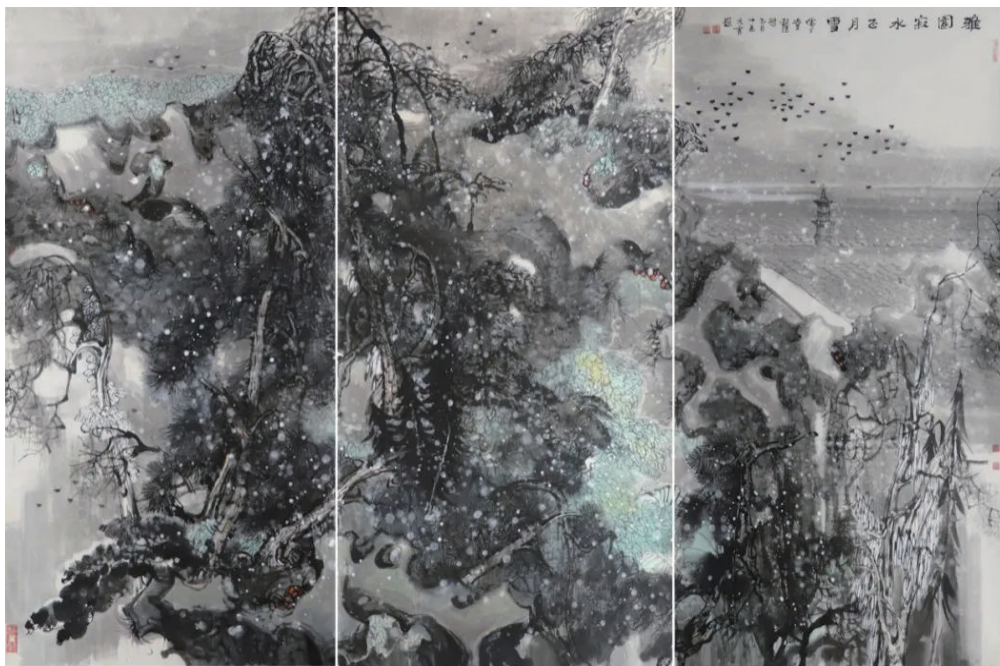
刘：我看您文联的项目也是。

李：文联那个不瞒你讲——我倒不是凡尔赛——那个表格我就花了两个小时。因为我写美术评论，我觉得这个适合我，我来做，所以我也就中了。他们跟我讲报的人好像还不少。但是关于话语体系这句话他们很多人不知道，我在 2009 年，16 年前申请过江苏省哲学社会科学的项目，我当时就拿下来，就是中国设计话语权研究。

刘：就是设计话语权。

李：所以到现在为止你去检索，中国设计话语权的研究著作只有一本，就是我的《设

计的文化立场中国设计话语权研究》。这个研究我投入的精力不多，因为当时我还在做院长，忙得不得了。我拿出了框架，然后分工负责的。这本书不能说是我理想的书，但是应该讲是第一本谈论中国设计话语权的。当时还有人反对——也是我的同门——就认为中国有什么话语权？当今设计是西方掌握的设计话语权，你谈什么中国话语权？现在16年过去了，这个变成了关键词。所以这个话题我觉得跟国家设计美学品格是关联在一起的，就是中国设计你如何影响世界？你是通过附着在设计产品身上的文化软实力。这个文化软实力既有抽象的又有具象的。抽象的就是你这个国家的劳动群众、工人的制造精神，具象的就是它的色彩、形式。



雅园寂水正月雪 水墨纸本(270X180) 2019

我专门分析过，世界上各个工业国家，每个国家的设计产品都体现了这个国家的设计风格。日本有日本的风格，它几乎介于德国设计和法国、意大利设计之间。它用东方的文化和精神进行了某种调和。所以你看它的产品说它简约，说它

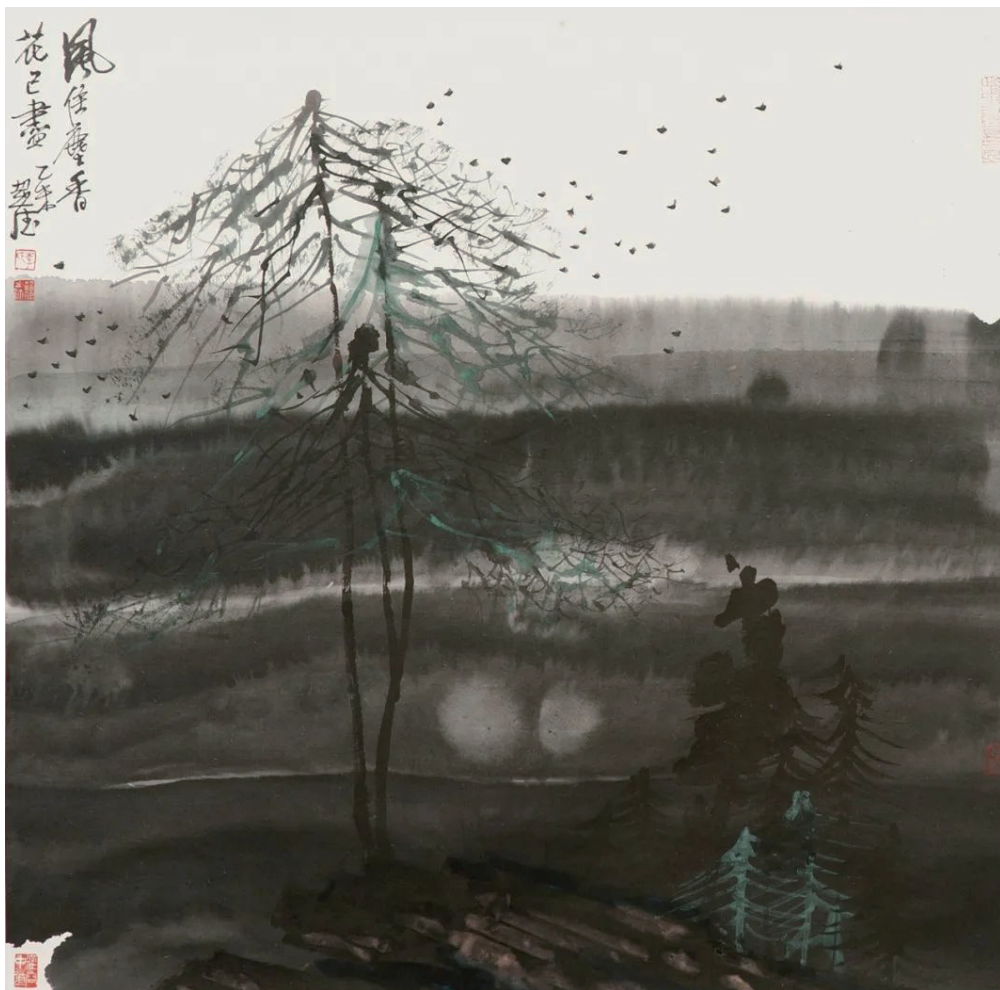
有柔和的地方，它又没有像意大利和法国设计师那样多的曲线。它很柔和，但是又是非常简约刚性，因为它的工业开始就是向德国学习，结合东方的设计上面。美国的设计就是霸气，法国、意大利的柔媚。柔媚其实从法国人的生活性格以及意大利人的性格，就是流淌在意大利设计师、法国设计师血液里的巴洛克和洛可可。法国时尚 100 年的设计、工业设计 100 年的设计，到中国来展出。你去看，跟德国设计一比就知道了，它的汽车的曲线都是柔和的。当然今天的德国也在变化，最近的一次我是 2019 年去的，今天的德国在色彩线条方面也有变化。但是日本、德国的设计主要还是刚性的，多折线、色彩冷、刚性，可能跟日耳曼民族的性格是有关联的。那么中国的设计应该呈现什么样？它应该有自己的国家美学品格。韩国的设计跟日本设计学，但是韩国设计我一直认为是设计过度，它从哪里多一点什么东西？甚至印度这样的国家，它的设计也很有特点，它设计的平面海报，其他的服饰等等，一直是让你的感觉到极度奢华和贫困之间的某种张力，南非也有这种特征。

所以国家美学品格实际上存在，那么这是附着于产品的文化软实力。中国在未来的十到十五年当中，你看我是 2009 年立项的，像中国设计文化话语权，现在我们已经可以谈这个话题。TikTok、高铁，像这样一些东西，你去看高铁的输出，雅加达高铁项目，越南可能也会用我们这个东西，它本身就是一种文化的载体。话语权的输出当然体现在它的设计当中。可能我们现在一时很难总结出特定的一两个词汇来确定它。你去看西南交通大学它的大交通设计实验室的时候，你就能够发现中国在这个领域里面绝对领先。

**刘：**但是我们现在好像还缺少一种很巧妙的表达，把它对说出来。

**李：**对，还有点粗陋。就像我今天讲的，痕迹还太重，应该没有痕迹，让你就能够感受到这是来自于中国的。你看日本的设计，一看就是日本来的设计。原研哉也很简约，一看这个设计就是原研哉。小米的“M”字，400 万的设计费，就是把那个角倒了一下，有人就说不值，怎么不值？

刘：我原来读冈仓天心写的《茶道》，就想日本人 100 多年前写给西方人看的東西，概括力很强，而且非常自信。但是我们的表达好像总是缺少一点很自信的感觉。



风住尘香花已尽 水墨纸本（68X68）2015

李：这就需要我们整个设计学界的努力来总结归纳。这不是讲空话，我可能自己完不成，只不过我个人有这种表达。不瞒你讲，我对自己人生是有安排的。我本人并不是想要做学术的，我其实还是很贪玩的，就是能够放松。你 70 岁以后谁去请你讲包豪斯，没有人，你还得要有自己的生活。我没有林家阳老师那么执着，

我现在还在工作岗位上，我觉得也是完成我的工作职责。有人说，你这个时间怎么用的？又是画画，怎么又写那么多文章？有的时候写写评论，我都是在火车上写的，手机上写，比如人家约了稿的。但如果是一个非常重要的学术文章，我做文献一定会花大量的时间，就是先做文献，然后再写文章。像这一类的问题也是这样，我在考虑这些问题的时候，我都会先做一下文献，我最近写一篇文章，关于设计无学科，这篇文章已经完成，实际上马上就一年了，文献就搞了半年，国际文献、国内文献。设计无学科以及我们设计学的学理逻辑的悖论，我准备要写一篇大文章，差不多初稿已经好了，但是我要沉淀一下。因为应对今天 AI 时代，交叉学科设计学究竟是什么？

**刘：**这其实是个大问题。

**李：**没人说得清楚。

**刘：**近几年把设计学归到交叉学科之后，引起了一个很巨大的讨论。比如去年年底我采访黄厚石老师，他对这个有很多的不满。就是把设计学放到交叉学科之后，对原来中国设计学的文脉有一个很大的冲击。那么我这边的问题，就是读您书的时候，您提到的乌尔姆学院，刚才我们也提到它对技术的强调，我们这几年的学科调整，是不是也受这个影响？

**李：**设计学在世界范围内，在上世纪的 90 年代后期，西方学者已经提出设计无学科。科学技术发展到今天高技术时代——那个时候还没有 AI——技术发展到那样一个水平的时候，对我们设计已经有冲击。特别是计算机辅助进入到我们设计工具里面以后，一方面它减轻了设计师的劳动强度，减轻了很多，另外一方面一些简单的劳动被替代。这个我觉得是要正面去看待的，因为技术一直在变化，不变是相对的，变是绝对的。所以你要想螳臂当车，用肉身来抵挡技术的进步，是徒劳的，这是我基本的观点。

如果这个观点成立，那么设计作为交叉学科也是对的，因为科学、技术、艺术的结合在今天更加强调。不是说以前不强调，以前也强调，现在更强调，应该讲是对的。设计师要有科学意识，技术技能的意识。我讲设计本身要从四个维度来考量——这也是我跟一些传统学者不太一样的地方——我认为从大前提上讲是对的。但是问题在于这个交叉学科成立了以后，因为作为一个学科它一定有研究的主体，不能说一个篮子什么都往里堆。那么它的中心逻辑是什么？它的逻辑结构是什么？你不能说计算机这里我也是搞设计，搭模型的时候也是搞设计。

那么在这样一个问题下面，你的评价是什么？你总要有个东西可以验证。你既然讲科学，那么我们要验证，但如何来验证呢？因此我觉得交叉学科从总体上讲，目前至少在我可以预见的 5 年到 10 年，还是学科交叉，而不是真正的交叉学科。因为一个人不可能变成样样通，工程师、设计师、科学家，三者之间还是分工合作的。你无法来替代科学，无法来替代工程师，就像磁悬浮作为一种科学的发现，到工程的利用到成为一个火车，它是有三种不同的人。磁悬浮之父是一个人，磁悬浮列车设计之父是另外一个人。磁悬浮设计之父是艾伊诺斯特，但是磁悬浮之父不是，好像是上世纪 30 年代有一位科学家。那么磁悬浮如何运用到列车上，形成了一个介乎于航空器和铁路交通之间的一个快速交通工具。那是艾伊诺斯特，德国工业设计师，这个人毕业于乌尔姆。这个人也可以称之为当代德国工业设计之父。

所以从这个角度来讲，我觉得乌尔姆当时给我们确立的那种价值标准和理想，今天我们实现了。但是这个实现的过程当中，不是说它无懈可击，它缺少了柔性的东西，很刚。历史惊人地相似，就像当年艺术与手工艺运动的时候。我觉得需要有学者要把它拉回来，因为艺术与手工艺运动，拉斯金和莫里斯是反对机器生产，才促进了机械工业艺术的问题。那么工业设计诞生在批量产品当中，开始注重美学风格。今天 AI 时代同样是这样，一边电脑强，一边机械强。我们如何要把这些东西能够糅合起来，需要大家来努力。就是这么一个想法，所以学科的归属我觉得可能有反复。

刘：还会有反复吗？

李：我感觉有反复，因为目前的争议比较大。计算机专业的人现在统领了交叉学科，基本是计算机的人。反正搞大模型的，也说是搞设计。评长江学者，评社科领军人物，都是他们来评的。他们参与这个竞争，那么传统设计学领域就可能排斥在外。

刘：我想如果都是理工科的主导这个行业的话，可能设计学方面，不管是三大构成这一脉，或者说是讲意匠的张道一先生这一脉，可能都会被边缘化。那么最后一个问题就是如何培养学生的内在气质和审美理想？您的书里边特别推崇的匡溪艺术学院，还有安特卫普皇家美术学院，他们很善于培养学生的审美理想。您刚才讲座里面也提到了，就是我们高校培养学生的方式不可能都按照国美的培养方式，或者说按照央美的培养方式去培养他。



匡溪艺术学院

李：我觉得每个学校应该是不一样的，而不是一样。学校跟学校之间应该是不一样的。但是现在我们高校就是一个杠杆，都给它搞成一样，评价学科评价教学的标准都一样。我为什么会推崇匡溪学院和安特卫普皇家美术学院，因为这两个学校恰好就是不一样。比方美国有很多设计学，罗德岛也好，帕森斯也好，帕森斯是比较注重商业的，所谓注重商业，他在课程当中，教室当中，是请设计总监来上课的。但是匡溪学院只教设计哲学。这个设计哲学比较宽泛，不是我们理解的那个哲学的哲学，而是观念、方法、态度。所以它的建筑系，就有一个共享空间，大家一起做作业。那课程讲评的时候，到一个小小空间里，我在美国发现其他大学也是这样，高年级带低年级。

刘：是这样。

李：它不教具体技术，不教具体的需求。比如如何把房子造起来？不教。那么安特卫普皇家美术学院，它的脱颖而出，是针对那些传统艺术院校当中的服装设计专业。安托卫普有六君子，他们拖了一个像大篷车一样的东西到伦敦时尚周，人家拒绝他，因为他们那种像披头士一样的东西谁要？但是他们就在外面搭了一个台，最后引起轰动，现在变成安特卫普皇家美术学院，在创意设计领域里面是全球关注的。北欧的斯堪的纳维亚国家的创意设计，高度的理性、简约，宜家家具不就是这种东西的产物？所以斯堪的纳维亚这种区域的设计，它就代表着北欧风格。那么学校跟学校之间就形成了高度的不一样，而我们现在是给它搞成高度的一样。罗德岛、帕森斯、匡溪学院，伦敦或者英国的某些设计学院，它就是不一样，它不应该是一块板。法国的学校都很小，那个地下室走下去就是个教室。我说这里面怎么符合消防安全的？特别是那种资格比较老的学校——国立的那种大的学校都不会，就是那种现代性的学校，都设计得很好——但是那种老学校，100年历史的那种学校，就几百个人。安特卫普皇家美术学院很小很小，里面有这么一栋楼，大概两三百年的楼，其他都是新的楼，但是空间很小。进去的大门上面有块铜牌子：梵高在此学习。没有传达室，没有什么其他的东西。所以我觉得就

是从设计教育的角度来讲，学校和学校之间应该是不一样的。

央美的教育大气，要学生关怀社会，那你去搞社会我们没有意见，但是让你让央美的教学涵盖到我们这儿，说你们自己教学都不行，你这些学生将来怎么就业？就业平台在哪里啊？国美是文人美院，文人美院好争论，国美的人好争论。我觉得真正一个好的学校，不能把它办成蓝翔技校。一个真正的好的学校，在这个院子面应该是学生的自由成长。我更关注学生的熏陶，好学生是熏出来的。

**刘：**苏州大学是怎么样的？

**李：**苏州大学本身生源质量不错，因为他的研究生基本上 70% 左右都来自于 211 以上的高校，包括专业人员，所以生源质量是可以的。你看我上那个大课，我们一届有 110 多个人。有一门课到现在我都推不掉，一定要我上，就是设计美学。但是我可以自豪的是什么？我讲到现在，每一堂课结束都是掌声，我还是欣慰的，所以我还愿意上。其实这么大的课对我来讲，上一个下午两三个小时，已经很累了，但我还是愿意上。我希望把深奥的理论讲得通俗化，讲大



菲利普·约翰逊

家听得懂。而且这个设计美学，我有教材，但是不按教材讲，我是以十一个讲座、十二个讲座的形式来把它完成。你比如讲现代主义有没有死亡这样一个话题，就有问题导向。我甚至会举到例子，为什么说现代主义没有死亡？詹克斯讲现代主义已经死亡，我告诉你，没有死亡，我举了菲利普·约翰逊，美国现代主义设计的最后两位大师之一。除了电报电话大楼以外，他70年代在洛杉矶设计了一个教堂，绝对是高技术的教堂。就是现代主义的极简的高技术建筑，这种教堂让你感觉进去以后还有精神洗礼。所以现代主义它也是在改换门庭，以高技术、极简主义这样一个方式又得到了延续。

现代主义被别人批判，什么钢筋混凝土、城市污染等等。那我反过来讲，难道我们回归山林吗？现代主义恰好是资源的集约化，把有限的资源集约起来，才有高楼。不是每家每户去造个小茅屋，里面烧个碳炉，那森林早就砍伐光了。所以像这样的问题，我会跟学生在当中阐发。另外我觉得作为一个设计师，我教育学生要有温情，另外就是你要想你的设计作品感动别人，先感动自己，温情、感动、善意，这是一个好学生应该具备的素质，我本人作为教师也来践行这样一个东西。

**刘：**在某种程度上您这门课其实也在塑造苏大设计的一种风格，或者说底蕴。

**李：**我不敢讲有这么大的作用，但是一个教师对学生的影响一定是深刻的。你看我的学生，现在毕业的博士当中拿到国家项目，做了学院领导的，也不是少数，这个是潜移默化的。另外在校跟着我的博士后，23年、24年他们都拿到了国家项目。我觉得对形成这种研究的气氛，学术的气氛还是有一定的作用。我去年的博士后，24年才进来，24年就入围全国美展，同时拿到国家青年社科基金。我觉得这也是践行作为一名教师，我应该有的一种风范、风格。我怎么来影响我的学生？当然像我这样的人也会得罪人，但得罪人不要紧，你要说我什么，你说好了，我不会跟你像大街上骂街似的。极个别的人是会有的，每个单位都会有。

**刘：**好的，谢谢德公！



---

## 当代艺术专题

---

# 刘彦勇专访：西湖彩墨融中西

访谈人：曹原 刘彦勇

访谈时间：2025年4月2日上午

---

刘彦勇，著名国画家，浙江工商大学艺术设计学院教授。

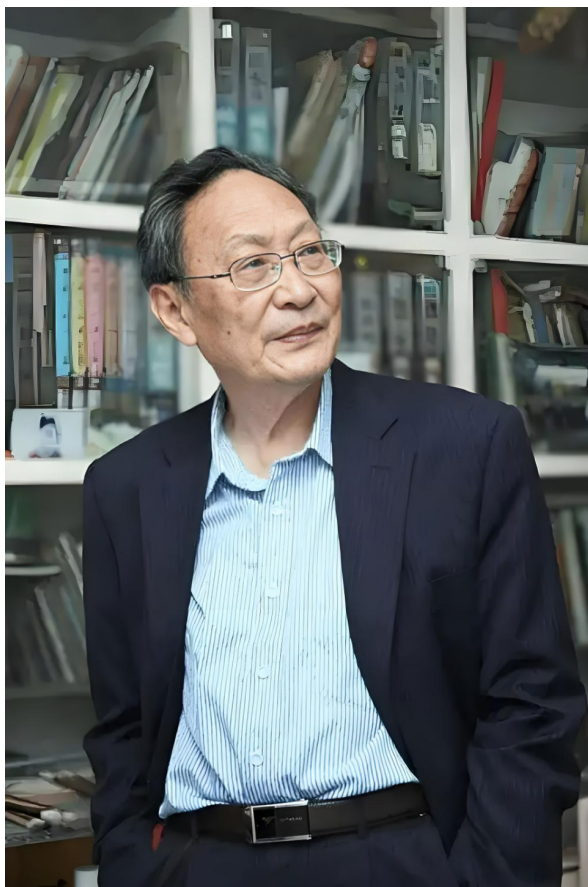
---

**曹原：**刘老师您好，非常高兴跟您做一期访谈！您是彩墨花鸟画的大家，也是视觉传达设计的专家，所以就很想就花鸟画创作还有艺术设计的思想向您请教，还请您不吝赐教。第一个问题是，能不能请您谈一下您的求学经历？您什么时候开始学习国画？有哪些对您产生比较大影响的老师？我看您以前的访谈，您提到过丁中一老师，他对您的影响是比较大的，能不能请您谈一下这方面的经历？

**刘彦勇：**好的，谢谢你。我是76届河南大学艺术学院美术专业国画方向毕业的。丁中一先生先生严谨的教学作风影响了我的终生。我们那一届还是属于工农兵学员，推荐我去河南大学，我们家也是美术专业的，去了以后就在河南大学美术专业学习，当时的环境氛围，那种心情你都不知道，就好像是如鱼得水，感觉到那种渴望已久的愿望实现了。所以我们就把宝贵的时间都利用起来。别人都在玩的时候，我们就自己组织画模特，互相做给对方做模特。然后我们斋房旁边——我们住在东七斋——斋房门口都是操场。等到下午的时候——就是篮球课结束了——都去打篮球，这些年轻人、大学生朝气蓬勃，在球场上奔跑的身影留下了深刻的印象。再一个是很多观众站在那里，一般情况下都是三分钟、五分钟不带动的，所以就等于给我们做了免费的模特，在那里也画了大量的速写，这个对造型能力有很大的提高。冬天、夏天，一年四季都是这个模式，把时间都利用起来了，所以专业上得到了一定的提升，坚定了走这条路的信心。

毕业的时候，要把我留校，等到组织跟我谈话的时候，我还不愿意。因为那个时候我们是知识分子，就文化革命刚刚结束，知识分子当时还算臭老九，所以我不大乐意留在学校里边当老师，我喜欢到社会上去做一个文化干部。后来因为自己是党员，必须服从组织分配，所以我就留下来。留下来以后，我们有一个教师进修室，那时候我就天天在那里，就是画画，有模特，在教师进修室一直在画模特，有很多老的教师都在那里画，跟着老教师继续深造，也学到了很多。丁中一老师说起来也很有意思，他希望我走国画这条路，他说我的画造型线条很好，将来在工笔方面、国画方面会有大的发展。但是我是党员，我留下来也是服从组织分配。我当时也就是一生交给党的那种样子，不能有自己的意见。不像现在，

我想做我就做，不想做我就跟组织上明确阐明我的观点，我不要做。那我是党员，组织需要我了，我必须服从组织分配。



丁中一教授（1937-）

当时丁老师让我继续在国画上有所成造，但是领导认为我们设计上是很缺人的，在中央工艺美术学院——当时叫中央工艺美术学院——现在并入清华大学美术学院了，那时候培养的学生不够用，我们学校就没有被分到，所以就把我留下来，然后再去学习设计。这样，你看我后来的国画里边有了设计的元素，实际上是我学了中国传统的绘画，我一点不愿意丢，我虽然教了设计，我一直还在画。在吸收了西方的设计理念和造型构成以及设计色彩以后，我好像不自觉、无形中，也

不知道怎么回事，好像自己就这样子有意无意的把中西文化碰撞在一起了。

**曹原：**您在河大的时候就已经把设计这方面的知识融入到国画的创作里边来了。

**刘彦勇：**对的，那个时候我的老师还都在那里。我一边教设计，一边搞创作。设计教学中，当时主要是图案设计。其中最重要的就是如何省略添加这个形式。形象里面只是让你用这个直线，不准用曲线，但是物象里边它什么形象、什么样的自然形态都有。但是为了让你学会怎么概括的能力，就讲省略，里边弯曲、虚的东西全部要把它舍掉，全用直线来概括。有些地方，有些图形练习的时候也是用这个，比如全是曲线，没有直线，没有其他的形象，线条表现就是曲线。这个地方明明不是直线，但是你也把它变成直线，但是这里边总的设计规律、变形规律，就是一定要掌握这个形象的特征，一定要突出，不能满足了直线的需要，或者变成曲线的需要，把物象的特征完全没了，这是变得失败的。所以第一个是省略的时候，一定要把特征表现出来，抓住这个特征。所以我这个后来这个教学的一套方法被很多人都认可。很多同行认可这种训练方式。从图案形象里面抽象完了以后，太空了怎么样呢？我再把它丰



富，比如添加，够丰富了，再添加其他纹样，就是与这个纹样没有关系的图形，我再把它添加进去，这样又丰富了图案的表现语言，装饰效果也比较好。

**曹原：**刚才您讲到。就是把设计和绘画进行了融合，我后来看丁中一教授他的绘画的时候，他其实也是讲强调中西方绘画的融合。您当时跟丁老师学习的时候，是不是也受过这方面的影响？

**刘彦勇：**这个说起来还有一段故事。丁老师非常愿意培养我作为一个中国画工笔方面的画家，因为组织分配，我就去搞了设计，又出去进修学习设计方面的知识。这个时候丁老师是不开心的，就感觉没有听他的话，甚至见了我的面，我



跟他打招呼，他就不大愿意搭理我。就感觉他对我有期望的，后来我没有按照他这个思路走下去，所以他有点不大开心。但是我后面一直在努力探索的过程当中，丁老师是见证了我从一个什么样的状态，后来达到一个什么样的状态，他后来的一些评论你也都看到了。当时他是不开心的。但是我通过设计这个专门的课题，和中国画这个传统的东西的融合，西方的设计理念和中国的传统文化如果真正地融入在一起的话，冲击力是蛮强的。另外接受了这种理念以后，我就把西方的设计理念融入到我的中国画创作中。另外在设计的时候我也融入中国传统的元素。

中间还有很多故事，我和你讲一下。因为我们当时搞品牌推广设计。那品牌推广——首先现在超市里边市场上同质化的东西太多了——为了把你的品牌要推广出去，让人家观众接受，那怎么办呢？你必须要把色彩搞得漂亮一点，设计别致，融入了中国传统的文化元素。你色彩不漂亮，你从同质化的产品里边跳不出来，所以人们都不可能去选你这个产品，你就会失败，所以我就着重研究这个色彩，它怎么能够在产品里边运用了以后，让大众喜欢这个色彩，后来我就发现了大众一般都比较喜欢这种明快的色彩。明快的色彩它纯度明度，它这个几何设计，和他公司的理念、产品的诉求结合起来的时候，色



彩起到了关键作用。这个时候我在教学生设计的时候，把我的这种理念，色彩一定要漂亮，纯度、明度以及它在设计里边怎么用？对比色怎么用？比例关系怎么用？在一定程度时这个画面的亮丽效果，而不是俗无可耐。一般纯度放在一起弄不好的时候是比较俗的，但是我就想要把它弄得不俗，要把这个色彩搞通。然后我就以着重研究色彩，从大家喜欢的角度出发去搞设计，去对学生进行指导。通过这样就把传统的图形融入西方的设计理念，产品设计的时候大众的接受率、点赞率比较高，所以我原来带的毕业设计的学生 90 分以上的很多的。我在工商大学这边，当时一看分数太高的都集中到你这里，那不行。后来好多届的评分里面就加了一条，一个老师带的设计，高分 90 分以上不能超过几个，限制一下，不然别的老师也有意见。我这个人做事比较认真的，从小受家教的影响，做事情从来都是少留一些遗憾，尽到最大的努力，尽心尽力完成这个事情，否则的话我就感觉良心对不住。学生学不会，我比学生还着急。



**曹原：**您把经验都传授给学生了。

**刘彦勇：**是的，我教设计的时候，我们课程表里面排的就是临摹，比如说临摹传统图案，我把传统图案复印一下，或者学生自己去复印都可以，然后就按照这个传统图案，比如青铜器、彩陶时期，一直到明清、近代，近现代这样子，给学生一个阶段去临摹，掌握那时候图案的形式、美的规律、造型。但是我想这样临摹好像我们学生那个趣味性没带进去。另外设计专业一开始就要有设计意识，后来我就给他们搞了很多新传统图案。什么叫新传统图案呢？我把中西方的文化在图案形象里面融入进去，还有一些传统的故事，传统民间的一些故事都给它融入进去。比如说维纳斯，学艺术的人都知道，我们知道是代表西方的文化现象，那我们东方的文化怎么与西方那里融合起来呢？

我就让学生打破传统的思维模式，我给他说了很多方式方法，发散性的思维。学生的思维打开以后，就把维纳斯那个形象里边一个形，但是她五官以及身上，没有一个是画的维纳斯的形象。这个轮廓一看就是维纳斯，眼睛、嘴巴、鼻子都是用传统的图案把它放上去，所有的架构都是用传统文化，青铜器、近现代的图案，完整地显现出来中西文化融合的形象。当时学生就感觉，哇塞，就是这样学的。其实传统文化也学了，设计理念也灌输进去了，东方的东西、西方的东西也碰撞了。学生从一入校我就把设计的理念加进去，效果非常好。另外还包括广告设计——刚入校的学生对广告设计还不大懂得——我就给他们讲东西文化，传统的文化怎么传承？比如设计一个广告，海报上面是文字组，这个文字是怎么组成的呢？它是用毛线编织的形式，下面还在编织，还有一个毛线球在这里，但是编织出来的是中国传统的文字，从彩陶、甲骨文一直到后来的大篆小篆，这样在他们心里边就有了这个意识。还有比如传统的民间故事，小老鼠爬灯台，我们都说偷油吃下不来。这个时候我们就发现，刺猬它偷吃油吃了以后怎么让它再下来？那种发散性思维，这个人一旦他脑洞打开了以后，他是关不上的，各种东西他就会联想很多很多。所以我们设计了以后搞了一个展览，大家都说很好。就是我怎么走向传统？怎么走向西方，东西方文化怎么碰撞？比如从甲骨文，从彩陶文化，然后做成脚印的形式，然后再走到西方的设计理念里面去。从学习传统就开始了解到设计的元素是多么的重要，设计的理念是多么重要，而不是让你弄一个传统文化，一个

彩陶纹样，一个什么构成，让你把它比个葫芦画个瓢，这样不要说我们学设计的，没有学过设计的，你给他教上一天他也会，但是设计理念的训练还是不容易。

**曹原：**您的教学方法对我们还是非常有启发的。然后是第二个问题，您后来是从河南大学到了杭州，是什么样的机缘让您从河大然后到杭州，另外一点就是杭州是中国画的重镇，中国美院在的地方，那么您认为杭州它的艺术传统和氛围对您有哪些影响？

**刘彦勇：**我还是想接着丁中一先生怎么评价的问题。我刚刚跟你讲了，丁老师对我曾经有过误会。后来我怎么到杭州来的呢？正好是改革开放的时候，这边很多学院都要升大学。原来是学院，大专或者是本科，没带研究生资格的那种。后来大家为了教育事业的发展，都要争相升大学。但是升大学有一定的硬件要求，一定要有教授。那我当时就是设计方面的教授。我在河南大学评的设计学教授，当时我看到了网上的招聘，光明日报就这么大一个小方块，然后就顺着联系方式跟他们联系。他们在招艺术设计学院的院长，同时这个院长必须是教授。

联系了以后，我知道要过来这边是很不容易的，因为得到这个消息以后，因为杭州的地域特色，全国各地的很多人还是愿意把杭州作为一个文化艺术发展的主阵地。所以我就是冲着他这个地址，我把我自己的简介和科研成果发了传真。我想如果我来杭州，可能要多走几个地方。所以我就多传了几个地方，当时好几个单位都在找，杭师大，原来叫杭州师范学院。还有计量学院、电子科大，这么多学校。我先来计量学院，到那边他们也同意我过来了。我想这个学校都在这一块，我第二天再走，我发现和这个学校在引进人才上的力度还是比较大的，还要造博士楼，准备引进人才专门用，我被吸引了，所以我就来到了浙江工商大学。来到以后就让我做艺术学院院长，当时我一看杭州环境这么好，我有一点小私心，我想这里边难度也比较大，如果难度小的话，也不可能在全国招聘艺术学院的院长，他们本身应该有人来做。既然是这么多年了，为什么要在全国招聘呢？我想这里边也可能有其他原因，比如矛盾或者是其他，所以我不来。后来我就没有同意接

纳艺术学院院长，我想在这里环境这么好，我要好好地创作。因为我在河南大学的时候，就已经把设计与中国传统文化进行碰撞了，开始创作这方面的画作了。

杭州的环境真的太美了，我想画画，所以当时我就把他推了，我说我这个人工作起来是比较投入，万一我来的时候不大了解情况，工作力度也比较大。万一判断力不准，老师的情况我了解的不深，会适当其反，辜负领导对我的期望。后来我就跟领导说我暂时不要接，等适应了一段，我真的是彻底了解情况了，我再做。一年以后又把我推上来以后，你已经了解了一年了，你应该没有理由不接了，后来我就坚决不接。为什么呢？我了解体会到这里情况也比较复杂，对我创作不利。我果断拒绝领导的信任，我就说通过一段时间的适应，我感觉可能水土不服，或者是有其他的原因，我感觉不大适应，身体没有原来棒。我给领导也这样一说呢，领导感觉好像应该给我说很难听的话。你什么优秀党员，你什么十佳教师？当国家需要你的时候，党需要你的时候，你退缩了吗？我说我不是，我可以带年轻老师，我可以从科研和带年代年轻教师这方面我加油，我给学校做出更大的贡献。最后领导又通过谈话，看我坚决不做，后来就也就放弃了。我发现我这样做是对的，我到杭州以后体会非常深。因为我对环境的熟悉以及感悟太深了，我说我一定要用我的画笔把杭州四季美丽的色彩都留住，太美了。

我刚来杭州，河南大学那边老师朋友打电话，一打电话就说你在哪儿了？我说在西湖边。他说你怎么回事？一打电话你就在西湖边？我说西湖太美了，我可以做一个代言人，你们真的来看一看。杭州的美是一种包容的美，杭州的美和其他地方不一样，有些地方只有山，没有水，只有江，而没有湖，而且没有河。我说杭州，你看钱塘江、大运河，西湖，到处都是山，把杭州市都融在一起了。各种美景到处都是，鸟与花，姹紫嫣红，一年四季不断。花是不断的，它又不落叶，所以我从北方到南方以后这种创作的冲动，这种色彩对我的吸引，让我有了创作的冲动，更加愿意创作。我原来追求的，在设计里边要用的那种漂亮的颜色，我要把它用到我这个绘画里边。过去我们都认为是杭州就是小桥流水、粉墙黛瓦的那种感觉，但是你现在再过来看杭州，它是大都市的感觉，又有历史文化的积淀，同时也有小桥流水，另外它美丽的色彩，一个角度有几个景。另外用纯粹的水墨

画不能表现杭州的阳光灿烂，以及大都市的感觉，时尚和现代。所以我就潜心研究设计色彩怎么和传统的色彩能够融合在一起。

另外我也研究了——读大学的时候我就有点偏向这方面——比如说吴冠中的绘画风格，林风眠的绘画的风格，还有张大千泼彩泼墨的风格，对我造成了很深很深的印象，印到我脑海里了。那时候我在河南大学还有一个故事——自己感觉自私了一点——就是我们河南大学那边图书资料也没有那么多。吴冠中、林风眠的画册我长期据为己有。图书馆多次催我去还书，后来严重超时图书馆就专门找到我本人，让我把那个书还给他们，在外边流通一段，哪怕让别人看了以后你再借都可以，不能据为己有。那个时候我就把中国除了传统的文化以外，我对新的这种理念还是愿意接受的，同时我也临了很多画。然后莫奈的画册我也经常看，我也是经常会临一下。还有张大千的泼墨我也会。林风眠、吴冠中的比较多一点，莫奈的也不少。正好我学了传统的东西，我又喜欢这些东西，平时注意这个方面，就是往这个作品的调调里边去靠，当时又学了设计色彩以后，更加坚定了我的信心。尤其是到了杭州以后，对我现在的泼墨泼彩、装饰性的绘画，起到一个决定的因素。要在北方没有一年四季都是这种色彩的，我可能没有这么冲动，没有这么快进入状态。比如我要画一个暖色调，我就把情感给带入了。

我刚刚来杭州，我想去潘天寿美术馆，去看潘天寿。潘天寿的画，读大学的时候我也临了不少，我想去看潘天寿美术馆。因为不了解地理，杭州的那时候也没有百度可以问一问，查一查。所以到六公园下了车以后，我问旁边小亭子那边的售货员，我就问他潘天寿美术馆在哪里？怎么走？他给我就这样指了一下，说应该朝这边。因为他不是本专业，不是有意识指错的，他就给我指了一个相反方向，我就朝相反方向，断桥方向走了。走了快一站路的时候，这个售货员就呼哧呼哧气喘吁吁追上来了。他说对不住你了，对不起，我给你指错了。我又问了一下，潘天寿美术馆应该朝那个方向，为你指的相反了，所以你拐回来再坐车坐几站，然后才到那个地方。这是一股暖流，我来到这个城市，首先我被这个暖心的关爱打动了。所以我回了以后，就创作数十张带有暖色调，带有暖心的这种画。作为一种记忆，就像人家文学家写日记一样，我用我的画作记录当时的记忆，当时的

感动。所以这些情怀融进去以后，这些画就显得有点不一般。我自己现在读起这些画的时候，情感还很激动，太感动了，这个城市真美。我来对了。

**曹原：**杭州这个环境对您的影响还是很大的。

**刘彦勇：**杭州的环境对我的影响很大。另外因为环境美，加上晴天的时候阳光灿烂，色彩就特别亮丽。我出了一本书，主要是我创作时候心灵感悟的东西，都记录在画的下面。比如说我画了一幅画，也是表现西湖的，我没有画西湖，就是把我心里的感悟画出来。实际上这个素材是来源于西湖，对西湖周边环境的一种感悟。我画了一些花，画了一些斑



斓的色彩，画了树干，都是抽象的，画了阳光透过缝隙到大树那里边，通过大树、小树，然后再照射到小的花丛上。我把这种画出来了，你到西湖去看的时候真是这样子，周边的树木都是郁郁葱葱的，大树照着小树，小树下面又生长着各类郁郁葱葱的花桂，五颜六色，姹紫嫣红。陶行之先生不是说过，大树下面小树不好生长，为什么西湖不是？难道西湖真的是很特殊吗？这种人文的东西，加上我对自然环境的观察，我就写了陶行之先生的一段话，陶行之先生说怎么说，然后我的感悟是什么？我说西湖这片沃土完整地诠释了它的生命力。大树照着小树，下

面又是郁郁葱葱的各类花卉植物，我太感动了，我就把这种感受画出来了。

还有这个，画了一个西湖，然后周边是用几种花，桃花或者是杜鹃花，或者牡丹，你用几种花把它西湖的这种美丽概括起来，那完全是不行的。它是姹紫嫣红、百花齐放的感觉，让你看了以后就心很容易动，情感很容易冲动。所以我就画了一个湖，西湖中间是空的，但是也有其他的倒影之类，周边我画了那些树木或者是花卉。但是我想具象的东西很难体现，很难包罗万象，所以我把它中间化成了抽象的人物形态，某些地方再把它破坏掉。周围是姹紫嫣红，没有具象的形，就是感觉太阳光灿烂了，太姹紫嫣红了。这是哪里啊？我说西湖，我下面有一段话都



是这样写的。我自己创作过的东西，当时的心路历程我就把它写下来。那真的是小鸟歌唱，松鼠在树丛里边钻来钻去的。那种祥和，那种百花齐放，那种郁郁葱葱，你很难用语言表达出来。那行走的人打的各种各样的雨伞形成了亮丽的风景和周围环境，我就用了很抽象的形表达了我心里所想和眼中所观，把它组织在一起，然后又写一段话，写在我创作作品的下面，我是有感而画。

后来我到天目山也是这样子，看到郁郁葱葱、满天遍野的鲜花，各种各样我没见过的，可能搞艺术的很容易被激动的，我看到了以后感动的不得了。一片云来了，前边的这个花看的特别清楚，后边那个云把这一片花稍微油一点点，你色彩上明确把它推到后边去了，但是还隐隐约约看到，这种现场体验太好了，所以我回到家就创作。我还会站在那里发呆，我就会把壮观的景象记录在脑子里。我不会把它描绘的完全像这个地方，但是特征保留着。所以我刚才说图案设计变形变化的时候，抽象抽到最后还是要有特征。我在中国画里边保留了色彩构成，借鉴西方这种形式美感的表现手法。后来我画了很多西湖边上的美景，你有时间来西湖体验一下那种撩人的柳，从柳树的缝隙里你可以看到山的影子，还有各种景物的形状，人流如织，再加上现实景观的这种美感的衬托点缀。

我真的很喜欢杭州，就想用我的彩墨作品把杭州四季美丽的色彩都留住。因为杭州不再是小桥流水，不再是过去那种大家印象中的状态。我现在感觉大都市加传统文化的感觉很有味道，时尚现代。你说它时尚现代一点不夸张，但是你找传统文化的元素，一会儿又找到它是传统的文化在里边了。所以纯粹用水墨画，不好去表现。我受了西方设计理念的影响，另外是我现实心态的一种写照，我要把杭州画的色彩漂亮一点，才能把我心里边活动表现出来。

中国美术学院在杭州是有权威性的，老教授、老专家非常集中的地方，乃至在全国，中国美术学院的影响力是毋庸置疑。但是我也不想跟美院那边老师的风格去冲突，也不想千人一面，我想画我自己的体悟。

所以后来中国美院的肖峰院长，他在一次展览会上看到了我的作品，就问这个是谁的作品？然后他们赶快把我叫过来。他说这是你的画，画的很好！我说肖院长多指教。后来他说我给你留个联系方式，把我家的地址给，你画一段拿着你

的作品到我家去。我很激动，人家都说都有学生找老师，怎么用老师找学生呢？顶级美院的老院长这样跟我说，我很开心。从此以后就过一段，我会到他家里边，拿着作品让他家里边两位老师——他爱人宋韧教授也是美院老教授，他们两个都是留苏的，列宾美术学院的学生，功底很扎实，深受西方造型色彩的影响——他对我的画很关注，每去一次他也给我指点一些东西，我们共同探讨。他给我指点一些，我要是哪一段忙，没去，他还要打电话给我。他说您都画了没有？画了怎么样？我就再带着东西过去让他看。有一次宋老师腿不太好，她在二楼，平时很少下楼，吃饭时候下来。然后那一次我的作品都摊在大厅里边，我稍微拖了一下。



与肖峰院长交流

下。肖峰院长说，先吃饭，吃完饭我们再来看。我说外边还有人等我，我就不吃饭了，我就开始收。他说你先不要收，宋老师很喜欢你的作品，我把宋老师叫过来看看。然后宋老师下来就看——我们都有留念，都有合影的，我们对话的时候也有一些录像资料——宋老师下来以后就在画里边挑，挑了好几张。然后肖院长说你想留彦勇的作品，可以留一副。我们都是画画的，你知道画一些满

意的作品不容易的。我说宋老师你喜欢尽管留，我还可以再画出来。最后宋老师收藏了一幅，我们留的有照片。我到肖院长那里去的时候，肖院长跟我说你现在要着重突破一下，你这个画要突破认识，既矛盾又不矛盾，形式上再突破，再概括，有很概括的地方，也有很精道的地方，这样要符合我们绘画的审美，近实远虚。另外他说你就把蓝绿、蓝紫色突出来，对外展览的色调不要用暖色调，其他色调你停一下。一旦市场上认可，看到你这个作品，以后不要看名字就知道是你刘彦勇的。然后你再用其他的色调融进去。

肖院长对我的期望让我感觉非常亲切，非常温暖，我受益匪浅。有一次有一个世界性的棋类大赛在棋院举行。当时王国平书记让我把我的作品到棋院去展览。他说因为是世界性的比赛，纯粹的中国画他们看不懂，你这些中西方文化碰撞的东西，他们喜欢。那我就把作品在那边展览了。当时肖峰院长跟棋院可能有一定的联系，他也去了，然后办公厅主任就带他去看这个展览。肖院长跟他说这是我的学生，她是独一无二的，我们浙江就叫刘彦勇，他对我非常认可。我的画就是这种泼彩泼墨的，展示的都是这一类的，比较被认可的。

然后我再跟你说说丁中一老师，我们在不断沟通，他对我有意见的时候，我就先停一下，因为看到我也不开心。有一次我到河南郑州去搞个展，我们事先没沟通，他到了浙江。他到杭州来搞个展，他的是题目是母校汇报展。

**曹原：**2014年的，是吧？

**刘彦勇：**对，母校的汇报展。当时我是去郑州了，我俩没碰面。我就想怎么办？我马上让杭州的朋友给他安排，我说我老师去浙江美院展览了，你去接个头，他有什么需要的，权当是你把我的任务完成，他就去了。头一天开幕的时候，是许江在那里讲话，讲了20分钟，浙江卫视录的，对这个画展评价相当高，他就是说他在南方学的，他是南方人，到北方以后又融入了北方的这种苍劲和大气磅礴，然后他的画也发生了质的变化，但总体上他是南方人。那个评价很高。后来我在郑州接到我那个我朋友的电话，他就说了这个情况，说展览很好，评价很高，但

就是现场不够热烈，里边才有两个花篮，显得有点冷清。我说那你这样子，明天早上你让花店赶快做出来 18 个，等到明天上午丁老师去的时候，八字排开。后来他跟人家说这谁送的，怎么知道我在这里搞展览？后来他问我，我说是我弄的。你不要客气，老师教我那么多知识，你过来了，我又不在杭州，我跟你表示一下完全应该的，老师就应该是这样报答一下。

我的画后来被万事利弄在丝巾上以后，这个丝巾的销路大增。他们说因为我搞的都是系列的，画的也都是杭州西湖边的这种花。他们看到以后本来想买一些作为纪念留念，结果去看展厅里面的画，一看这么好，这个想要，那个想要，促进了销售。有一次在黄龙体育中心去展览，万事利展示的艺术走心生活，有 2/3 是我的作品。我也为河南大学设计了 100 年校庆那种百变丝巾。100 年校庆时候拿出来，它可以有各种变化，是万事利的。后来还有一个小插曲，我们学校聘了一个外教，是加拿大的。外教他要回去了，聘期结束了，他租的是我的房子。这个时候我们要办交接手续，然后我就去了。我想走了吗？万事利那个宣传册给了我一部分，我就给那个外教一本。他拿着这个小宣传册，就说 very very beautiful, very beautiful, 激动的不得了。他问门店在哪？万事利加拿大有没有？我说不知道。他问为什么不在加拿大？后来他说我要买，那一天下午是雷鸣闪电，晚上雨很大，他要回加拿大，但是下午这一段时间，他就打好行李，先打的去万事利买了丝巾，然后又到飞机场赶飞机。这说明他真喜欢，说明我融入了西方设计理念，色彩弄得漂亮一点还是有冲击力。

**曹原：**是的。

**刘彦勇：**我再跟你说一下，后来丁中一老师——就前不久我们去赏樱花，晚上吃饭的时候——师母突然给我打了电话，她说彦勇你在哪里啊？我说我在杭州，她说你不回来我们想你了，说几句客气话以后，然后说你的画现在真漂亮，我们很喜欢你的画。我又把最近创作了一些作品发给老师。师母先先给我打个电话，然后她说让你老师跟你说，你老师太喜欢你现在的画了。他那个态度完全不一样了。

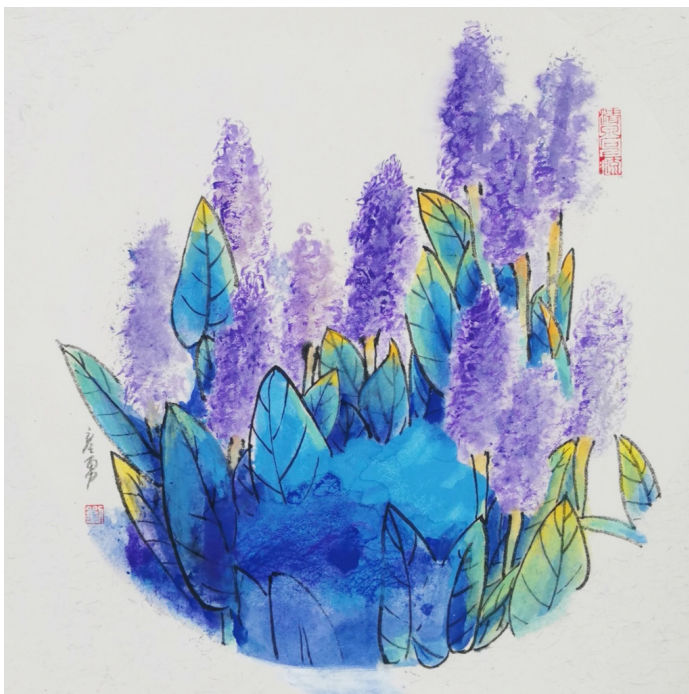


他说中国画三科中山水、花鸟、人物，花鸟画是最难改革的。现在都在想改革，保持传统的基础上都在改革。过去古人创作了那一套方法，18描，有18种方法，说明不是一个人创作出来，也是在实践中发现应该怎么样，形成了自己的一套方式，后人就流传下来，后来石涛不是说笔墨当随时代。所以丁老师就说你现在画得非常好，他说我就尝试了很多次，没有成功，谁知道你老早化成功了。他那一次还专门跟我说，我原来阻止你从事设计，看来是不对的。东西文化这样融一合番，成了改革派了。

**曹原：**老师的肯定还是非常重要的。

**刘彦勇：**我的同学、我的朋友说，丁老师现在对你太肯定了，我们一些聚会上，他经常拿你说事儿，在表扬你。他说你要知道我们这个老师，想从他嘴里边得到一个表扬多难，他现在把你老是挂嘴上。我说这是老师对我的鼓励，我还在努力，艺术上我一直在探索。因为学了西方很多设计的方法和理念以后，我就把思路打开了，没有不可以的。为什么这样不可以？为什么那样不可以呢？我就想这样探索一下，那样探索一下，想把我心里所想的的东西表现在画面上，传达一种美。

说起来这个展览还有一个小故事，我给你再说一下。我在唐云艺术馆搞展览的时候也是这一批彩墨作品——我在杭州画了一批彩墨作品——当时浙江省美术家协会的主席叫马鹏辉。我邀请他去看一下，他看到我画那个红色的牡丹，一大朵，用笔特别奔放。他说怎么这么大气，这么好。这不像女同胞的画，很大气。我想起你原来是北方人，把大气挥洒出来了，这是一个故事。另外开幕式的时候，有一个外地的观众在杭州参观的——正好我那个展览馆在西湖边上，唐云



艺术馆——他也进去看了，看完以后他就一定要找到作者，要和我聊几句。最后我被别人找到以后，我就跟他去聊几句。他说我是外地人，看到这个展览很别致，和别的展览完全两样的，特别不一样的感觉，还想再看一次。我说有那么好吗？他说我在没有看到你这个人之前，我觉得作者可能

就是 20 岁左右，你这个心态太阳光了，画面太阳光了，太灿烂了。后来他说找到你，你心态很年轻，和年龄对不上了。另外他说我想问你，你是不是过去前半生没有受过残酷的打击？我说为什么要这样说呢？他说因为你的画面都是阳光灿烂，找不到阴霾。我说你说这个也对也不对，生活里边不可能每天都是那么灿烂开心，也有不愉快，但我不想把不愉快的情绪再传递给他人，我总想把愉悦传递给别人。是这样子，所以我摒弃了抑郁的色彩，把那种阳光灿烂给大家，都是一种激烈的感觉，用我们文字形容就是正能量。我现在看大家的评价与议论，对这个色彩还是有一定的认可度，大家喜欢这种阳光灿烂所以我也坚定了我要这样探索下去的决心。

**曹原：**我想问一下，就是和传统的水墨相比，彩墨花鸟它有哪些比较独特的技法？它的难点又在哪里？特别是在现代社会，彩墨画在审美上有哪些独到的地方？

**刘彦勇：**我先说我的感受，就是现在社会发展了，进步了，时尚了，大家都感觉一派欣欣向荣，其实大家心理上也有一些工作上的压力，生活的压力。我是想把另外一面表现出来，让人家看了我的作品以后忘记烦恼，能够缓解工作上的压力情绪。你所看到的一些东西经过了审美的提升，它不是自然状态的花卉，我想让人们领略一种审美境界，大家看了以后是一种美的享受。生活中的审美愉悦很重要，你心里面难过的时候，看到了这些东西，心态马上就会人好起来。但是一般纯粹的水墨画很少有这种感觉。我不是说不好，那是传统的文化，流传下来的都是精华，它是好的，我也画这样的，很有禅意的画。看到以后就安静得让你地下掉个针都能听到的那种非常静的境界。

我画彩墨的东西是我探索的一个方面，我就想把这种阳光灿烂传递给大家，在大家的工作生活有压力的时候，屋里边挂了一个这样的画，马上心态好起来了。另外它这个难度在哪里呢？我自己的感悟，我对现实生活的感悟，我对周围环境的一种感悟，要概括集中到一起了。另外我学了传统的东西，笔墨用线、用面，笔法我都懂了，我一直在画，我学了这些东西，后来我又学了西方的设计理念，

设计色彩，也懂得装饰的东西、设计的東西，传统的東西、表现的東西，我把它融为一体。我也看到了，不少人也想画彩墨，也想改革，但是不大到位，这不是那么容易的事，因为它是几个专业碰撞的。还有你自己的亲身感受在里边，感悟在里边。我是一步一步走到现在，而不是一上来就是这个样。



我的学生们说为什么我们画了很长时间画不出来？我说你要有一段体会，从量变到质变，另外生活中你要懂得一点设计色彩、平面构成的理念，你不懂画出来东西是表面化的，融不进去。就像我带的毕业设计，形式感是现代的，但是传统的元素融入到现代设计感里边，一点也不是有牵强附会的感觉。有些没有学过传统的東西，只学了一点设计，他把传统的東西支离破碎地放到里边去，破坏了传统的整体感受力。传统文化不能这样支离破碎，你应该把它整体的审美观融入

到设计里边去。所以我相信传统与现代设计，能够碰撞出来很多东西。而且我也觉得，传统的东西也可以非常土，非常中国味。但是你在融入形式感的时候也可以有一些变化，成为新传统的世界。

**曹原：**关于现代的传统，现在的绘画，比如说林风眠、徐悲鸿他们的一些创作。还有比如说潘天寿先生的创作，他们当时还有争论，那么您怎么看待林风眠和潘天寿观念的上的一些碰撞？现在的彩墨画，和传统文人画之间的关系是怎样的？

**刘彦勇：**实际我感觉胸怀应该大一点，世界总是朝前发展的。文化也要发展，物质精神、文化艺术都要一起向前发展。不能说其他发展了，物质文化发展了，精



肖峰院长与宋韧教授

神文化不发展，审美境界永远停留在那个状态。物质文化越丰富，社会越前进，文化应该越前进。有时候我也看到网上或者甚至一些评论家对一些事情评论，过于角度化。我认为文化应该站位高一点，境界高一点，包容性强一点。多元化发展是非常有益的，社会的发展应该包容。你搞传统的水墨作品，也要允许我改革彩墨作品。你不想看可以不看，但是我改革照样。我认为多元化才能有利于社会发展。社会文明进步，不应该互

相排斥。争论是可以的。你不喜欢可以的，别人喜欢你也允许，人家有探索能力，愿意这样探索，不愿意停留在千人一面那个状态上，你应该包容，不应该互相踩踏。

**曹原：**就像肖峰院长，他虽然是中国美院的院长，但是非常欣赏您的作品。

**刘彦勇：**是，他还说浙江就一个刘彦勇，你这样画下去方向是对的，不要千人一面。我话说过来，我如果还是画传统的东西，和美院一模一样，现在别人也不会知道我是谁。我喜欢探索，我做人很规矩的，但是我做艺术、做事情还是比较洒脱的。做人和搞艺术都是一样的，你境界高了，你的画品才高。你境界不高，画品永远高不了。所古人就流传下来，说画如其人，字如其人。有些时候不一定是完全正确，但是有规律性，有一定道理。



**曹原：**下面一个问题，您认为当前中国花鸟画创作有哪些创新或者问题？还有就是前一段靳尚谊先生看央美毕业展的时候，批评写意精神的衰落。好像当时展出来的都是工笔，小写意都没有了，他有一个很强烈的批评。您认为国画里边的这种写意精神，它的衰落是什么样的原因造成的？

**刘彦勇：**我认为导向性也是一个问题。有时候大写意是一种境界的东西，很难绘制的，也有偶然性，有笔墨上的一种故意追求。笔墨淋漓酒一瓢，你要喝一瓢酒，才能狂来放笔写芭蕉，像徐渭那些话。很多古人的作品，你很难达到他那个境界。他当时那种状态是什么样子，狂来放笔写芭蕉，几个字就概括了。另外一个抒情，抒发感情的东西。我不这样子挥洒就不能表达我内心的一种感悟，波澜壮阔的感觉。所以画画它不是描摹，我认为搞艺术尤其是搞国画，它不能描摹。我也提倡大写意，包括彩墨作品的写意。

大写意是概括的，东西很多，不要去斤斤计较，一些东西关系要摆好。有些人老是斤斤计较，争来争去——大写意和生活规律是一样的——你就出不来效果。他是一把手，其他的是副手，你都不能老是抢一把手的位置。大写意里边的主要形象是画眼，你落定以后，其他该虚的虚，该长的长，这个就是一种境界，一种精神。画大写意，我认为主要是团队精神。你把团队精神搞好了，挥洒起来才会笔墨淋漓酒一瓢，你去体悟，狂来放笔写芭蕉，该突出的突出了，该有的有了，该模糊的就模糊掉了，这主要讲了笔墨效果。靳尚谊老先生说的也是对的，但是目前很难达到，因为我们的导向，他们就在说工笔我三年能够培养出来一个可以参展的画家，大写意要30年。这里边的功夫、境界是一种悟的东西，一般的学生他领会不到。不光在校生，到社会上走了几十年的人还出不来。我认为画大写意就像是进入了一种境界，忘我境界，才能出来这种感觉，这种感悟。我们现实生活里边，也可能是生活所迫或者是怎么样，有很多人总会要斤斤计较，自己的位置老摆不正，所以他画出来的东西绝对找不到位置，找不到自己放在哪里，别人放在哪里。这个站位的高度决定了你作品境界的高低。我有点这样的感觉，它和现实生活中的生活哲理一样，你放弃了很多东西，主要的东西抓到就行了。

曹原：您对写意的理解对我很有启发。



刘彦勇：我现在画写意的时候，我泼的时候，可能里头没形，看不到，但是你仔细看，有很多形，我经过一些调整，虚的时候，你第一眼看不到，第二眼你也看不到，到最后我们画画里边有一个大关系，你只要把握住了，它整体就不会坏。就像我们主政一样，你以点带面，大的关系典型你抓住了，其他一些就比较好处理。所以做领导也是这种样子，不要斤斤计较。我盯着谁，对我怎么样啊？我盯着这个那个他超过我了。你先看自己在哪里，哪个位置上，你先摆好。

天道酬勤，这种哲理的东西我也画，创作了一批作品，出了一本书，带有哲理的那种小感悟。

**曹原：**对，我网上看见过的。

**刘彦勇：**我就是这个意思了，一个不肯原谅别人的人，就是不给自己留出路。因为每一个人都有犯过错误而需要别人原谅的时候，你要站在这个状态下原谅别人，很容易的事。认识别人和万物是很容易的事，人最难得的是认识自己。认识到自己的位置，认清自己以后你才能摆正自己的位置，你才能跟大家和谐共处。

**曹原：**下面回到艺术和设计方面。我之前采访过中央美院的曹田泉教授。他一开始是搞设计的，搞数字艺术。但是他现在也是一边搞设计，一边搞书画创作。好像学界里边很多都是这样的，一边做设计一边搞艺术创作。您认为设计和艺术创作之间的差异和共同点在什么地方？

**刘彦勇：**我感觉搞艺术就应该搞设计，就应该到生活里边去，边搞艺术边搞设计，把自己的作品融入到生活里边去，为生活服务。这也是一种生活状态，因为艺术离不开生活。设计是为生活服务的，这个关系起码要弄得清弄。设计不是空中楼阁，可以束之高阁，你设计的东西是阳春白雪也不行。我认为应该是这样子，很多设计师一边设计，一边教书，这种实践经验又回到艺术上，融入到艺术设计中，为生活服务，这很正常。把传统融入到设计中，把设计融入到绘画中，应该是很正常的。比如我的彩墨作品，有时候我也会用设计里边很机理、构成效果。我们这个创作里，扎染蜡染我都有，材料发生了变化，但是人家看了以后效果很好。有些人对中国画的理解太狭隘，社会是进步的、是发展的，你不能停留在几千年、几百年前那种状态。古人没有见过现代化，他见过 AI 吗？现在已经成了什么时代了，所以说笔墨当随时代，我始终秉承这个理念，必须要追求时代。你保持传统笔墨不变，那是你的追求，别人变了也不能说人家不对，我始终认为艺术应该多元化。

我给你讲个故事，十几年前我在教室里边上课，给学生讲传统图案那一部分，传统图案里边设计元素怎么融进去。弄了以后我正在给学生讲评作业，挂在墙上讲评。这个时候有一个老朋友给我打电话，他说你现在忙不忙？我说我在上课。他说我这边来了一个客人，是个外宾。我说等我下课再说。他说那个是马来西亚的作家，相当于我们中国的余秋雨，他听说您上课，想到你课堂上听听。我说我有点紧张了，我也没给外国人上过课。他说不要紧张，他愿意过来看一下，看了以后他感慨很深。他说你们中国很多人把孩子送到我们马来西亚，送到国外去学习。真正的传统文化在你们这里。他说你什么时候有时间，能不能去马来西亚给我们讲讲中国传统文化怎么样？后来这个人可能不在了，因为当时年纪就大了，后来没再联系。就是只要把画面的关系处理好了，各种元素都可以放进来。



比如说在国画里面融入了一些其他的元素，也不能说它不对。我认为艺术最可怕的是缺乏自我。完全是描摹别人的东西，有意思吗？我在搞专业的时候，是

会七想八想，和人家不一样，把内心的感悟表现出来。我倒不是为了和别人不一样而这样去做，我总想有个变化和别人不一样，为什么东西都是这样子？我们古人到现在都是一日三餐，现在有人一日两餐，你说不对吧？有人一日一餐，你都说不对吧？他内心有一种信仰，对他身体健康也有益处，对周围环境里也起到了一定的益处。我在天目山那边买了一个休闲的房子，平时吃过饭以后我就在那边。那个景就是特别让你安静的那种感觉，那个清新度，负离子含量1万，最高是13万8。我们楼上那个邻居有一个，他已经老早在那里。他说我在医院里



面吸氧吸了一个礼拜，突然想起来天目山这么好的天然的大氧吧，为什么不去天目山？他自己都过来呆了十来天，就是这种感觉。我就举这个例子，人一定要包容，文学文化应该允许多元化发展，不能一叶障目，那永远发展不了。

**曹原：**想问您一个图案学的问题，您在图案学这方面有很深入的研究，也出版过很多著作。比如说您有论文讨论彩陶图案的造型，讲彩陶



雷圭元先生（1906-1988）

图案点线面的关系。我最近也读到雷圭元先生他的图案学著作，像陈之佛、雷圭元他们对图案学的研究都是很独到的。这几年杭间老师讲到，现在人们把图案学的老先生都忘掉了，陈之佛、雷圭元现在没人讲了。我不知道您怎么看待图案学对我们今天的意义在哪里？还有您怎么看待陈之佛、雷圭元对图案学的研究。

**刘彦勇：**我谈自己的看法，我认为任何东西不能把之前的割裂开。比如说我们中国的历史，中国的发展变化，你只谈现在，不讲过去，那是不对的。雷圭元先生那个书我知道，他是经过口述，我们有一个校友，也是河南大学教育系毕业的。老校友在中国美院，前一段他们给我寄来了一套书。杨成寅已经去世了，他夫人林文霞还有一个团队帮助整理出版的，这个书非常好。原来我跟他见面的时候，

他曾经跟我说过，他放假了以后，和夫人两个人一起到北京，到雷圭元先生家里面去，给他做口述，这个经过我都知道的，我们关系也相当好。他90多岁了过世了。当时我学图案，雷圭元先生的书也是一点一点读出来的。当时应该很多人都在学，雷圭元先生的书也成为我们的教材参考书，起到了一定的启蒙作用。我刚才说了，文化允许多元化，允许发展，不应该指责什么？也不应该忘了，如果有发展了，那它是传统文化上面的发展，你也不应该说它不对。

我们建国初期的时候，大家学设计都是从图案开始的。但是现在基本上都不太学图案了，好像是这样的一个关系。我们那时候上课说传统图案，就把传统的纹样、传统图案，彩陶纹样、青铜器纹样，商周各个时期的纹样，明清时候的一些吉祥纹样，都拿出来讲，分解不同时期的风格变化。然后你再学它里边精髓的东西，不是就传统而传统，而且拿传统为现代设计服务。我提倡的是这个，不能以偏概全。就是图案这方面的知识，我们今天的学生还是应该有所了解的。就是刚开始的时候我跟你讲，我怎么教学生学习传统图案，就在设计里边把传统文化元素用得很自然，而不是牵强富贵的东西。比如说他一个电视广告，卖电风扇，当时我们学生就把传统图案放到广告设计中间作为一个元素。这个电风扇是一个小台扇，它的元素就是彩陶图案里边旋转型的图案重建的。这个形状也有了，里边一看电风扇是旋转性的。我认为中国设计不要都学外国的元素，理念可以学。在中国内地，又不是专搞对外贸易那种。你在中国内地搞广告设计推广，一定要有中国传统文化的东西，一些代表性的元素。图形设计你要根据它的文化，融入到小的设计里面。小小的 logo 在各个地方出现的时候，人家一看就是这个产品，而不是别的。

我们著名的一些商标，有几个是重复的？我现在换了三辆车，都是别克那个子弹头。那个形状识别性特别强。它这个也代表了一种速度，或者代表一种力量，一种精神，这个就是你想要的东西。你想包罗万象，不可能的，你必须要把你诉求的东西融入到里边。你用图案的东西能够起到诉求的作用，用变形的方法和图案一定要有关系。它的设计规律、形式性发展、形式美的法则已经掌握住了，然后你才能设计出来这么一个 logo，设计出来这个产品。我要买他的，不买别人，

所以我就说了，色彩怎么亮起来，别致一点，不要弄得乌黑麻吉的，人家看了以后，太恶心了，没有食欲，不愉悦。我自己愉快了，也想别人愉悦，分享我的设计，我的作品都是代表这种理念。

**曹原：**我读您论文的时候就看到这段话，我觉得特别精彩。您说的是传统不是固定模式，它是在不断创新中形成的，这就是说包括设计理念在内的新中国、新世纪中国人文的发展进步，只能是走中西融汇贯通、综合创造的路子。那么所谓融汇贯通、综合创造应走出古今中西二元对立的认识误区，立足于弘扬民族主体精神和优秀传统文化精神，放眼世界，广采博纳、审慎辨析，融通中外古今。”当时读到您这段话的时候，觉得您对传统和创新关系的论述是非常深刻的，您指出来古今中西二元对立的认识误区我觉得特别重要。因为我以前读中国哲学，中国哲学也有很多中体西用、西体中用很多的讨论。但是读到您这段话的时候，我觉得就是打破的这种成见，它是可以完全融会贯通的，我觉得非常有感触。

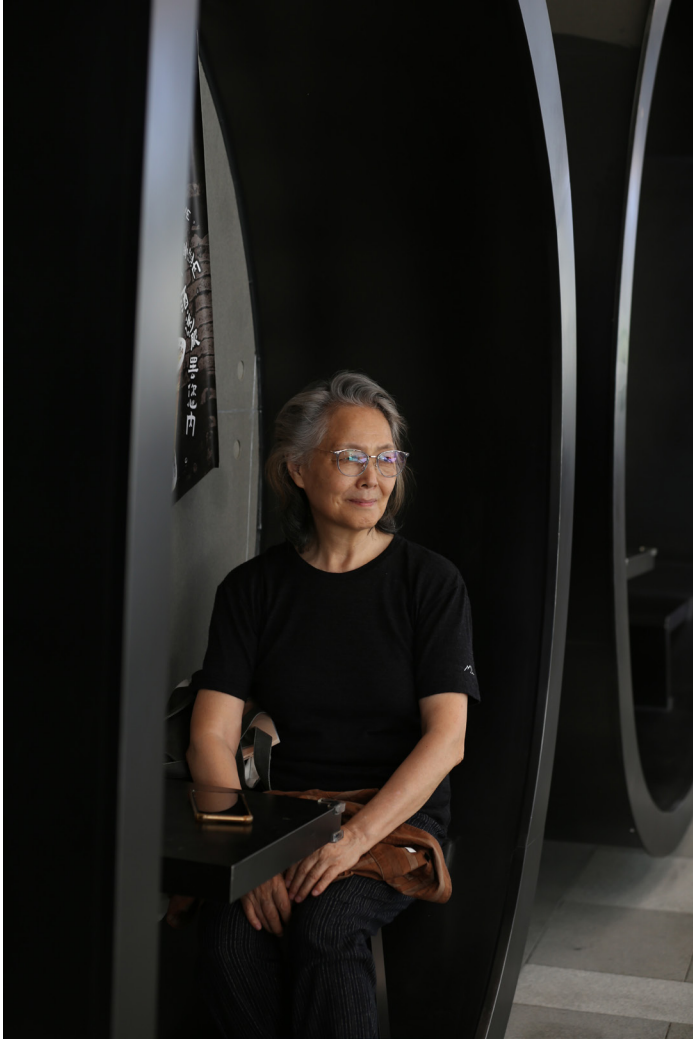
**刘彦勇：**我们原来没有开放的时候，我们的设计可能都是纯粹中国味、传统味道的，现在走向世界了，世界大同了，你走出去了，现在世界文化、中国文化都是互相传递信息的。你包括产品里边设计的一些东西都是这样子，所以你必须包容，你不包容的时候你就不会。我刚刚给你举了几个例子，外国人租房子那个事，我画的东西融入西方的色彩和元素，就打动了。所以说艺术的发展根据社会的发展而发展，今年不是杭州六条龙，春节晚会上机器人跳舞。几十年前，几百年前吗，见过机器人吗？所以笔墨当随时代。设计与传统图形的应用关系，这就很容易解释了。不能丢掉传统，但是传统的东西不能固守。你要探索现代人们的精神需要、市场需求，兼容并蓄，把好的东西拿过来，不好的东西扬弃掉，这个社会才能发展。这个是综合性的文化，设计不是孤立的东西，图案是过去时候创造的图形，代表了一定的语言。你不在那个时代，把中国传统的文化那些元素拿出来，加上你的设计理念，这样合并起来是完美结合。所以我写画了很多东西，也像是写日记一样，把我的人生感悟都写进去。我从来不戴面具，不撒谎骗人，用真诚做事，用良心做人，

我是这样的人，表里如一。所以他们写了一篇评论说我心里阳光灿烂，看得通透一点。

**曹原：**谢谢刘老师！



曹原，浙江工商大学人文与传播学院教师。



---

## 女性动画人系列（六）

---

# 武珉专访：从绘画表达走向动画叙事

采访时间：2025年7月

采访地点：北京 1733 商业空间

采访人：何嵘      被采访：武珉

摄影：何嵘      图片提供：武珉

**何：**武珉老师您好！非常感谢您在百忙之中接受《设计哲学》杂志的采访。我很久没见到您了，这几年您一直在北京居住吗？

**武：**何嵘好！好久不见，有机会一起聊聊真是太好了，既亲切又愉快！这些年大部分时间在北京，也时常国内国外四处走走。

**何：**武老师您是我老师辈的动画人，记得1994年我大学刚毕业被分配到北京科学教育电影制片厂动画部工作不久，我就认识了同在动画部工作的您，当年我是一个刚毕业的学生，刚刚入行，虽然大学学习的是动画专业，但在实际工作中很多行业规范都不太懂，当年动画部里的很多老同事都给予我很多的帮助，其中就有您的帮助和指导，我记得当时您是美术设计师和导演，已经做过很多部动画片了。拜读您的简历，发现您大学学习的专业其实是纯美术专业，并非动画，那么请您先介绍一下您是如何从纯美术转入动画制作领域的？

**武：**是啊，纯美术和动画虽然同属艺术范畴，但动画所在行业是电影电视，所以从纯美术转入动画创作，也算是跨界吧。在这之前，和大多数人一样，我只是喜欢看动画片，从没有想到自



图2 武珉老师早年为出版社绘制的插图

己会去做动画片。

早年曾受出版界之约，参与过儿童图书的美术创作，主要是插画和连环画，好像多少和动漫有点关联，但跨行业进入动画界其实挺偶然的。一个意外机缘。

我来科影为动画电影设计背景，并绘制背景。那个时期动画创作都是在纸上画，感觉和绘画差不多，等放到大银幕上，才看到和画布、纸张不同的表现效果，挺奇妙的。后来又参与绘制设计稿，设计人物造型，设计分镜头等环节。在学习和实操过程中，慢慢的对动画创作就有了感觉，觉得很有意思！虽然始终对纯绘画念念不忘，但也安心接受了动画创作的职业方向。



图3 武珉老师早年设计的动画片《奇奇历险记》的场景

**何：**武老师我知道您是从西安美术学院毕业的，您本人有着深厚的美术功底和文化素养，素描和油画都有较高的造诣，我想请您谈谈美术与动画的关系？

**武：**“美术”是一种泛指，美术作品是在有限的尺寸空间中，呈现个人对客观事物个性化的主观反射。动画创作需要通过银幕或屏幕呈现，所以归入影视行业。但无论影视还是戏剧都离不开美术，特别是动画。动画其实就是一种影视化的美术

形式，是绘画艺术的延伸与扩展，在镜头语言调动下，许许多多幅画，在运动中组成的大型连环画。

既然说动画是影视化的美术形式，和所谓“纯美术”必然又有区别。从操作模式看，美术作品是个体创作，自导自演，自说自话，整个创作过程与外人无关（当然那些政治或商业主导的命题创作除外）。而动画是延伸进入影视银幕的美术，必然会从纯美术脱离出来，成为从光胶摄影到数码成像再到 AI 生成等不断发展的影视技术，是从镜头语言到音乐音效等多种影视艺术的合体，这几乎无法由个体完成。加之，每一场景，每一个人物动态，都需要一张张画出来，工作量比电影大很多，所以只有团队合作才能实现。动画作品，是艺术，也是工业产品。主创者（特别动画导演）只有美术功底和艺术学养是不够的，还必须对日新月异的影视技术和影视产品创作及生产流程了解和把控。从纯美术向动画艺术转型主要还是操作模式和动画技能技巧的再学习。

**何：**武老师上世纪 90 年代我记得是 1997 年左右吧，您已经是动画导演了，当时制作的都是系列动画片，片子的风格和样式都是提前设计和规定好的，作为分集导演是很难有自己的突破和想法的。请您介绍一下您当年在单位都做了哪些部动画片？

**武：**刚到科影那些年，主要是做动画电影，那个时期鼓励自主选题，创作空间比较大，我参与的第一部影片《果实》，担任背景设计及制作。依据我对儿童题材剧本内容的理解，尝试了多种美术表现形式，最终选定水彩加装饰的风格。第二年，科影厂报电影局批准了我提交的河北儿童文学作家武玉桂百字小小说《方脸爷爷和圆脸奶奶》为最新选题，并请儿童文学家冯阳执笔编剧。我承担该片美术设计，造型设计、背景设计和制作等工作。这部片子讲的是一对老夫妻对方圆形各有所好，各执偏见磕磕碰碰一辈子，闹得生活分崩离析，直到分家时才发现原来那么多物品都是方中有圆、圆中有方……，有趣的荒诞故事使人忍俊不禁又耐人寻味，蕴含深刻的生活哲理，是一个极具东方味道故事。鉴于这类哲理有史以来就在

人类跌跌撞撞的琐碎生活中反复演绎，我想通过“爷爷奶奶”沧桑形象和日常生活场景渲染岁月痕迹，所以，人物造型和色彩设计上，让人物穿传统的农民服装，环境定位农村，屋里坛坛罐罐堆砌，屋外坡坡坎坎层叠，空旷单纯，形成视觉较大反差，以反衬人物矛盾冲突。背景的风格设计和构图上，采用国画的部分元素，道具造型用儿童画反透视手法，随意不求工整，强调用笔韵味，色彩设计取版画简洁明快效果，再用油画颜料在水粉纸上绘制，让纸张吸去油画颜料表面光泽，保留油画厚重特色。同时，由于故事定位乡村，才有了展示中国传统民间美术独特造型与色彩的机会，让视觉上更具新意。



图4 武珉老师早年设计的动画片《果实》的场景



图5 武珉老师早年设计的动画片《方脸爷爷和圆脸奶奶》造型设计

这两部影片，可以看作我对动画美术创作的最初探索。电影是遗憾的艺术，尤其今天看，也还尚有不足，但却挺有意义的。两部动画电影片受到业内好评，《方脸爷爷和圆脸奶奶》获得1992年《华表奖》优秀美术片奖。

后来，科影厂成建制并入中央电视台，从此不再制作动画电影，动画部随之转为台里电视动画系列片的制作部门。正如你说，台里发下来的系列动画片，其选题和前期设计都是确定好的，作为分集导演和美术设计很难再有自由发挥的空间，创作心态、理念、方法和流程都需要重新调整。好在我转行动画



图6 武珉老师早年设计的动画片《方脸爷爷和圆脸奶奶》场景设计

时间不久，需要学习的地方很多，所以每接一部片子，尽量保持“好玩”的心态，在有限可以自我发挥的空间里，寻找并且放大让自己兴奋的点进行创作，继续学习并尝试不同的动画技能技巧，让自己不虚度，也可以看做一种无奈吧。



图 7 正在看展览的武珉老师

**何：**记得 1998 年在科影制作的一部动画系列片《音乐船》，您担任其中一集“空中花园”的导演。我担任您的美术设计，主要是设计绘制场景和设计稿。您有丰富的想象力，对影片的艺术格调和创作也有很高的追求，对作为下属美术设计的我要求很严格，相信和鼓励我这个新手美术设计能有好的设计和突破。在您的不断督促和启发下，我到图书馆查资料，进行头脑风暴，最终把我们这集“空中花园”的场景设计的个性独特，充满幻想色彩，从而赢得了当年的优秀影片奖。说实在的当年我年轻，还属于美术设计的新手，多亏您的不断要求和鼓励，使我的专业水平和创作意识有了长足的进步，想起这些往事非常感谢您的严格要求和督促。

**武：**提到《音乐船》“空中花园”，感觉还是昨天的事情，时间过得真快！

那还得说是你自己有这个天分，艺术创作只靠勤奋和努力是不够的，没有天分，缺乏想象力、感悟力（就是通常说的悟性）再使劲儿也不行。纯绘画是个性化创作，成败全在艺术家的个人天分。动画作品是团队创作，离不开承担每个环节设计者的天分，导演是影视创作的核心，但好导演并非一定能拍出好电影。动画片创作尤其依赖优秀团队，不仅是优秀的导演，更需要优秀的美术设计、造型设计、背景设计和绘制者，还有出色的原画师和动画师。



图8 动画片《音乐船之空中花园》主场景

当时《音乐船》的“空中花园”，由于地点在云雾中，没有既定设计，让咱们多了些自我发挥空间。在不影响整体既定风格情况下，花卉的造型、色彩、构图、镜头运用等等，都还是可以做些不同尝试。记得咱们曾多次商议剧本，在不断涌出的臆想中反反复复做筛选，力求在百花造型和仙境描绘上以独特而光怪的意味，与地面环境全然不同的形态和色彩形成的异趣，来拨动孩子们天真好奇的心弦。其间，你做了很多尝试，工作量大大超乎寻常片子的工作量，为片子成功奠定了坚实视觉效果。本片得到大家认可，你的努力和付出是不可或缺的非常重要的一笔，谢谢你！

**何：**武老师，非常感谢您当年给了我设计的机会，和您在一起工作增长了很多能力。我知道您一直对动画片的创作有许多独特的想法，也一直致力于将中国传统文化

的精髓融入动画片的创作。但是从事动画片创作，受到的限制还是很多的，这其中既有投资方的要求，也有市场的因素，更有技术水平的限制。我和您一起工作和相处了十多年，感受到您是位非常有文化底蕴的创作者，那么请介绍一下您退休后制作的那部获得了很多奖项的动画连续剧《西游记的故事》的创作缘起好吗？众所周知《西游记》这个题材一直是国内，甚至是国外如日本非常热门且多次被制作成动画片的老故事，我非常好奇您作为总导演和总美术设计师是如何避免这一老题材重复固有套路甚至落入俗套的？又是如何找到这部片子独特的动画艺术表现语言的？

**武：**两方面说吧，正如你前面说的，长久以来，尤其在后来参与的动画中有种种限制；这些限制说到底是因为体制内的动画工作其实只是一份工作，一个充满了遗憾的工作而已。我内心深处钟爱的还是绘画，所以想退休就回归更能自由表达个人情感的绘画中去。



图9 武珉老师的油画《初春》1985年作

另一方面，说实在的，我从小对《西游记》就没什么感觉，好像有一类女孩子天性对妖魔鬼怪、打打杀杀就不太感兴趣，可能我属于这一类吧。况且正如你所说，西游记是热门题材，全世界与西游记相关的影视作品数以百计，我不很喜欢。可是我先生不这么认为，他曾经对动漫产业发展问题做过一些调研，其间发现了一个现象，就是对西游记（特别是孙悟空）最着迷的是少年儿童。500年来，西游记的故事陪伴了一代又一代中国人的童年时光，这也许就是《西游记》被称为融入中华民族精神



图 10 武珉老师的速写《海风》

血脉的文化经典的深层原因吧。令人费解的是，长久以来，始终没有一部专门为儿童观众制作的西游记影视作品。1999年，中央电视台推出了广受欢迎的动画系列片《西游记》，不过按照国际市场对动画产品高度细化的分级标准，央视版《西游记》合理定位为“少年版”，核心受众应该是9-15岁（具备小学高年级到初中认知能力的少年观众），也就是说，对应8岁以下低龄儿童的细分市场，西游记影视产品还是一个巨大的空白。孩子们要听要看西游记的故事，家长们也希望孩子们对传统文化经典有所了解和认知，但面对尚未建立影视分级制度、儿童视听保护机制尚待健全的市场，却难免陷入选择迷茫。最令广大家长、教育和社会工作者担忧的是，近年来层出不穷的西游记影视作品，恐怖暴力和恶搞经典的趋势愈演愈烈，不仅无益于少年儿童对经典文化的认知，对孩子们生理和心理发育也会造成伤害。



图 11 武珉老师携动画片《西游记的故事》参加第 20 届上海电视节



图 12 动画片《西游记的故事》部分剧照

所以，下决心创作《西游记的故事》这部动画片，算是出于某种责任吧。

然而，西游记题材动画创作绝非易事。吴承恩说：“虽吾书名为志怪，盖不专明鬼，实记人间变异，亦微有鉴戒寓焉”，意思是《西游记》从表像看是神怪小说，却隐含现实寓意与鉴戒。换言之，这部书压根就不是写给儿童看的。可出人意料的是，小说中妙趣横生的故事偏偏成了孩子们的最爱，是古典四大名著中唯一可以讲给低龄儿童听的故事。这就给儿童影视创作带来了很大的挑战——既不能生硬拆解《西游记》蕴含的哲理和寓意，又需以适当的方式提炼和呈现故事所蕴含的人性善恶与是非；既不能回避神魔妖怪，又不能渲染恐怖凶邪；既不能回避斩妖除魔，又不能渲染血腥暴力。如何在忠实于原著的原则下，有所取舍有所扬弃，既要大胆改编创新，又要反对过度戏说，抵制恶搞经典……这些都是创作过程中始终面对的考题。



图 13 动画片《西游记的故事》和总导演武珉老师

你问，如何不重复老套，如何找到自己的艺术表现语言？

不重复老套，是长期搞创作形成的习惯。面对新的选题，各方面要给予新意，做起来才会有趣。而这次是给孩子讲传统故事，不能偏离特定儿童的生理特征。所以，创作初起，我们便请教儿童心理学专家和儿童教育专家，了解儿童特性，

并且将造型设计稿和样片，到幼儿园反复测试推敲，逐渐找到我们认为是最贴近儿童心理发育特征的视觉语言：尝试以纯粹的儿童视角来演绎尽人皆知的“老故事”，让小朋友们在充满童趣的动画故事中快乐地走近传统经典，而不会受到任何感官和心理伤害。创作宗旨就是：传承经典，保护儿童。在整体美术风格形成的过程中，也终于将一个我不喜欢的故事变成有趣可行的事情。



图 14 武珉老师

**何：**我看过您的这部《西游记的故事》，的确与之前的很多同类题材的西游记动画片在美术形式上非常不一样，您当时是基于什么方面的考虑呢？为什么会选择将唐僧师徒四人都设计成低幼儿童的形象？顺便也请介绍一下您的创作构思如：该片的美术风格、造型特色，以及导演手法好吗？

**武：**这还是要从我们确立的“以儿童视角来演绎传统故事”的创作语言讲起。成年人看电影也好，看电视也好，屏幕上的故事与观者往往处于两个空间。其实小

孩子常常会不由自主地进入到故事空间里，把自己想象成孙悟空或者其他了不起的人物，从自己的视角沉浸在故事情境中……这是儿童特有的心理特征。我想，如果动画故事里的人物看上去就像是小朋友们扮演的角色，孩子们会不会更觉亲切更感兴趣？如此一想，自然就摒弃了西游记人物的戏曲化造型传统，以憨萌而灵动的儿童形象来塑造人物的面部形态、身材比例和行为动态的设计特征，同时也就有了现在这版带入式的片头设计——小朋友们排着队伍唱着歌谣，一个接一个跳上舞台，摇身一变成了师徒四人和老妖婆，故事由此开启……



图 15 《西游记的故事》角色造型定稿



图 16 《西游记的故事》孙悟空造型图



图 17 《西游记的故事》唐僧造型图

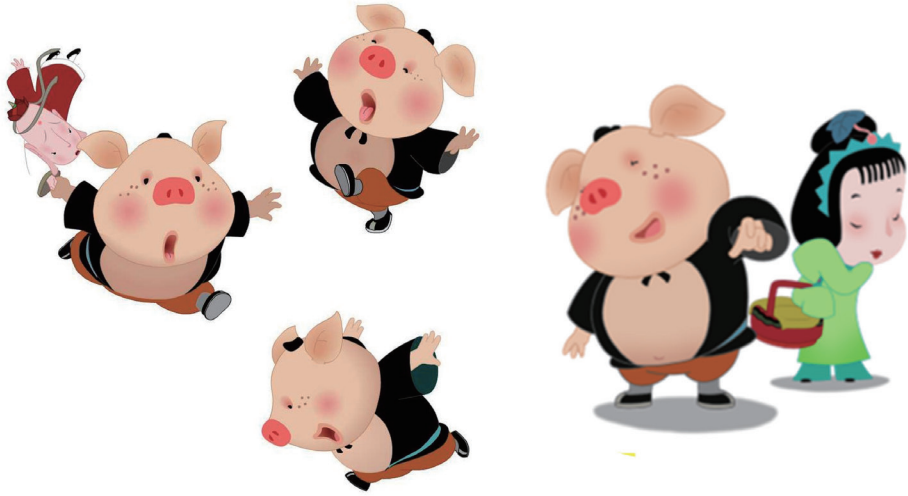


图 18 《西游记的故事》猪八戒造型图



图 19 《西游记的故事》沙僧和白龙马造型图



以圆形为主导，更富安全感，也更贴近儿童审美体验的造型设计特征

图 20 《西游记的故事》众配角造型图

中国动画片从诞生起，就以不同于西方的独特视觉审美形式引起世人关注。从万氏兄弟的《铁扇公主》起始，具有中国绘画不同风格的作品不断搬上银幕。如：特伟、钱家骏的《骄傲的将军》；万籁鸣、唐澄的《大闹天宫》；王树忱、严定宪、徐景达的《哪吒闹海》；王树忱、钱运达的《天书奇谭》；林文肖、常光希的《夹子救鹿》等等。上海美影厂的艺术家用中国画和多种民族民间美术手法，对动画形式展开大胆探索。以独树一帜的中国美术风格自成流派，创造了中国动画的高光时代，后来由于特定的历史原因造成中国动画二十余年的空白期。

八十年代以来，大量的欧美和日本动画进入我国，影响了一代青少年的动漫审美。记得当年各地院校动画专业毕业生来应聘，简历中提交的作品，几乎清一色日漫风，视之不免沮丧。我们希望《西游记的故事》不仅是传统经典文学的启蒙之作，也要同当年上海美影厂追求的一样，理当具有艺术审美启蒙的功效。恢复中国风格的动画独树一帜的市场影响力，需要一代甚至几代人的努力。相信观众能够从《西游记的故事》中清晰地看到我们团队为此做出的努力。在投入创作

的十八套故事百余集作品中，我们汲取丰富多彩的中国艺术元素，不仅取自青绿山水、敦煌壁画、古格壁画等等传统绘画，也取自泥偶、布艺、皮影、剪纸等等民间艺术，以传统为本源，引入当代艺术理念和时尚趣味，形成极具中国风格又与众不同的美术设计，终极目的，是想让孩子们在看故事的同时，了解和熟悉我们国家独特的艺术表现形式。

你有没有注意到，借西游记故事的特定性，我们每个故事场景都有不一样的呈现？山势形态不一样，色调不一样，建筑不一样，甚至包括其中的树木花草都不一样。这样的设定，大大增加了设计的难度和强度，但是也正因为每个故事场景的多样性，在漫长的制作过程中，一定程度上保持了创作的新鲜感和积极性。

在国际国内动漫展会上，《西游记的故事》的纯正“中国风”广受好评。



图 21 《西游记的故事》中流沙河主场景

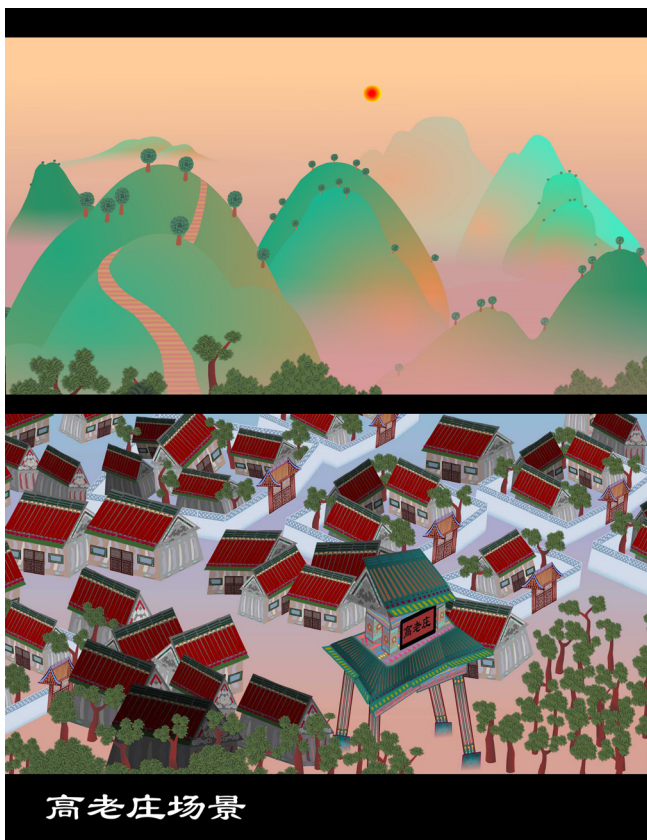


图 22 《西游记的故事》高老庄主场景

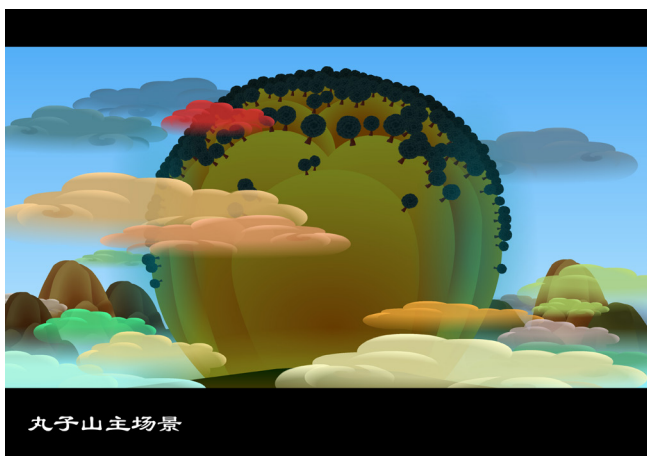


图 23 《西游记的故事》丸子山主场景



图 24 《西游记的故事》南海主场景



图 25 《西游记的故事》高老庄室内场景设计



图 26 《西游记的故事》通天河场景

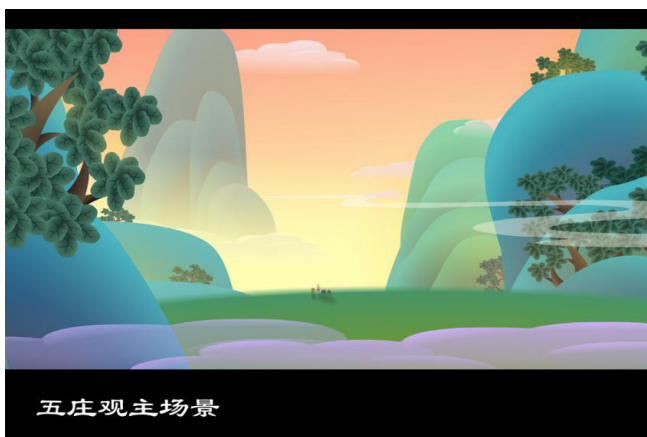


图 27 《西游记的故事》五庄观场景



图 28 《西游记的故事》红孩儿场景



图 29 《西游记的故事》比丘国主场景



图 30 《西游记的故事》中碧波潭和芭蕉洞主场景

何：武老师，您认为在创作这样的一部大型动画连续剧时最难把控的是什么？是艺术风格呢，还是制作周期及制片经费的呢？

武：从我的角度，最头痛的是中期制作环节，真希望 AI 可以快速替代！

动画片制作分工复杂而分散，除上海美影这类大厂外，大部分机构的中期制作需要部分甚至全部外包，这就需要非常优秀的制片管理团队。我们在《西游记的故事》的制作过程中，就因为对此认识不足，遇到很多问题，留下深刻教训。

我们的中期主要是外包，经过对于合作团队逐一考察后，本以为一切尽在掌握中，但是，一旦合同签下来，首付款打过去，一切便再难以掌控了！

例如《五庄观》的中期制作，承制方同时接很多项目（后来才知道），竟然将我们的项目转手外包到外地，不仅制作质量难以保证，收回来的活大量不能达标，改来改去严重拖延周期，留下许多遗憾！拖延周期，预算肯定就超标，连锁反应。

优秀的动画产品不是只靠优秀的创作团队就可以实现，没有强有力的制片管理团队，依然难以实现预期目标！



图 31 武珉老师与迪士尼动画大师托尼·班克罗夫特（迪士尼动画片《花木兰》联合导演）合影



图 32 武珉老师指导《西游记的故事》的录音、剪辑以及后期合成

何：武老师，您这部动画连续剧目前制作了多少集了？还打算接着制作下去么？都在哪些电视台或网络平台上播出？市场评价如何？目前已经获得了哪些奖项？

武：《西游记的故事》规划 108 集，已经完成 90 集了，其中 52 集已在中央电视台和卡酷、金鹰、炫动、优漫等卡通卫视频道，以及所有省级和很多大中城市电视台播出过，在爱奇艺、腾讯、优酷等主流视频网站的同题材影视作品评分中均名列前茅，豆瓣评分高达 9.3 分（数据截至 2023 年 5 月）。《西游记的故事》获得过很多奖项，其中包括代表北京市最高艺术成就的北京文学艺术奖，代表中国动画业最高荣誉的中国国际动画节金猴奖，代表行业最高评价的中国动画学会美猴奖金奖，以及中国十大卡通形象金奖和上海国际电视节白玉兰奖最佳动画片提名奖等重量级奖项。同名图书还曾获得上海儿童图书评选一等奖。



图 33 武珉老师担任总导演的《西游记的故事》荣获中国国际动漫节金猴奖

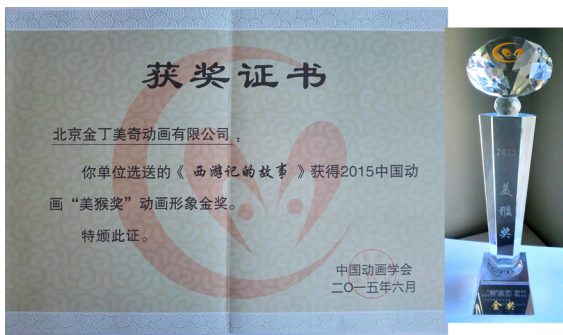


图 34 武珉老师担任总导演的《西游记的故事》荣获 2015 年中国动画“美猴奖”动画形象金奖



图 35 动画片《西游记的故事》获得了诸多荣誉

**何：**武老师，我们都知道如今的动画片创作与生产，与经济效益息息相关，一部好的成功的动画片需要大量的开发策划成本和制作经费以及宣发成本，该片在创作之初，是否就已经考虑过要开发周边衍生品，就已经做好了这方面充足的准备了呢？该片的衍生品在开发时都着眼于哪些方面呢？是否对回收制作成本起到了比较好的作用？

**武：**你说的很对，动画片绝非仅仅是艺术创作问题，而是与市场营销息息相关的完整产业。在产业运营方面，我们经验不足。另一方面，各级政府鼓励创作和拉动产能方面扶持力度较大，但在建设和完善市场机制、拉动动漫经济方面，政策

力度比较有限。电视台对国产动画节目大都不愿支付播出费用，视频网站始终未能完善合理的购片或受众付费分成机制。动画产品投资巨大，却难以从播出市场回收资金。所以非常期待国家和各级政府能从政策层面加以干预和扶持，消除阻碍动画产业发展的瓶颈，促进中国动漫市场机制的建立和完善。否则，如果动画项目仅依赖衍生市场变现回收，则需要更大的资金投入，设计研发、组织生产、推宣拓展……又是另一套风险评估体系，令人不寒而栗。



图 36 动画片《西游记的故事》衍生产品

当然，我们在创作制作的同时，已在建立产品体系和开发衍生市场方面做了一定的准备。例如版权著作权登记、商标设计及注册，同时完成了产品视觉识别系统的设计，包括商标、品牌 LOGO、文字形象、产品色彩体系、辅助图形、应用图标、产品形态……制作了成套的设计图册。



图 37 动画片《西游记的故事》衍生产品

对于《西游记的故事》产品体系建设和产业运营的前景，我们充满信心。一来西游记 IP 是价值恒定的版权资产，作为国学经典，《西游记》对于任何时代的中国儿童家庭来说，都是无法回避的文化存在和重要选项，这种与生俱来的刚需，决定了优质产品市场需求的持久性和稳定性；二来《西游记的故事》是目前唯一的儿童版西游记动画产品，在细分市场没有竞品，即所谓的独家优势。希望有机会与产业运营资源和经验丰富的团队合作，打开局面赢得未来。

**何：**再补充一个问题，当年您在电影厂工作的时候还是动画制作的赛璐璐时代，很多非常好的创意会受困于动画二维技术的条件所限，而今随着技术的不断发展，对于三维动画、甚至是如今 AI 对动画的介入，已经使制作上有了历史性的突破与飞跃，那么我想问问您是如何看待动画领域中的艺术与技术的关系？是不是如现在有些人想的动画制作已经到了非常简单的时候，大学动画专业的学生们已经可以不再学习美术甚至是动画基本功了，您是如何看待这些观点的？



图 38 武珉老师

**武：**这个问题也是现今很多人都在思考的问题。AI 技术来势汹汹，让人兴奋，令人期许，也使人惶恐。我看过一些 AI 生成的所谓“动画”，有些挺有意思，甚至超越很多人的想象。我们团队也做了一些尝试，结果却不尽理想——你想要的效果，不管是多少遍，它就是给你整不出来。也许是技术尚待完善。

AI 可以从漫无边际的数据库提取无穷无尽的素材拼合生成数不胜数的图像，但却不能像人一样以思想和情感为动能催生出个性化创意。所以就目前阶段而言，我不认为数字技术能够完全取代人的艺术创作。

从动画片流程而言，最最让人头痛的中期制作环节，最有可能被人工智能取代，这也是动画从业人员翘首以待的。

我们学习美术，学习动画技术，实际是培养审美取向。学习过程中，与各路艺术流派相遇，不断地与各路大师们对话，不断提高眼界提高艺术修养，非常重要，直接关系到自我发声时的品质高低。AI 只是辅助人完成人的思想，它不能替代你思想。AI 是工具，完成的好与否，要看你站的有多高。

动画片既然是画出来的，构成动画趣味的第一要素便是其绘画性。绘画性涵盖着一幅画的所有基本元素——构图、造型、线条、透视、光色以及色调等等，正是这些因素决定了动画独有的视觉趣味。

有史以来的动画佳作——美国从《米老鼠》《白雪公主》到《花木兰》，中国从《铁扇公主》《大闹天宫》到《三个和尚》再到《哪吒闹海》，从捷克《好兵帅克》到日本《千里千寻》，再到法国《美丽城三重奏》，无不体现创作者过人的绘画造诣。缺乏绘画性的动画片如同嚼蜡，不可能成为优秀作品的。

今天对于 AI 的讨论其实是一个老问题，同多年前电脑技术进入动画时引起的讨论一样。



图 39 武珉老师

**何：**非常感谢您抽出这么多宝贵的时间来接受我的采访，祝福您和家人健康、幸福！

**武：**更应该感谢你，花这么多时间听我唠叨。说来说去说的都是过去时，你们这一代正在面向灿烂的未来和未知的挑战，想想都替你们感到兴奋！真羡慕你们，也期待和你们一起迎接未来！

## 武珉



### 武珉

- 当过知青，做过工人。
- 毕业于西安美术学院，进修于中央美术学院。
- 任教于北京市幼儿师范学校。1991年调入北京科学电影制片厂动画影视部，任美术设计、导演，至退休。
- 国家一级美术师。

从事美术教育和儿童读物创作 10 余年，参与编绘教课图书《幼儿园装饰图案》，并出版多套儿童连环画读物及漫画、少儿科普图书插图数十册。

任北京科教电影制片厂动画影视部美术设计、导演近二十年，参与主创的动画影片和电视片多部，其中影片《果实》、《方脸爷爷和圆脸奶奶》，电视系列片《小精灵灰豆》、《音乐船》等多部作品获政府奖及行业奖。在《中国广播电视学刊》《中国电视》《雕塑》杂志《人民日报》等期刊发表多篇论文。

任电视连续剧《西游记的故事》总导演、美术设计。

**《西游记的故事》的主要成果和奖项：**

- 第八届北京市文学艺术奖
- 国家新闻出版广电总局重点推荐优秀国产动画作品
- 入选国家新闻出版广电总局原动力 - 优秀原创动画项目
- 入选北京市重点影视精品项目
- 获中国国际动画节金猴奖
- 上海国际电视节最佳动画片白玉兰提名奖
- 中国动画学会美猴奖金奖
- 中国十大卡通形象金奖
- 2017 北京文博会中华文创产品大奖
- 同名图书获 23 届上海优秀童书（小学、幼儿园）评选一等奖

## 何嵘



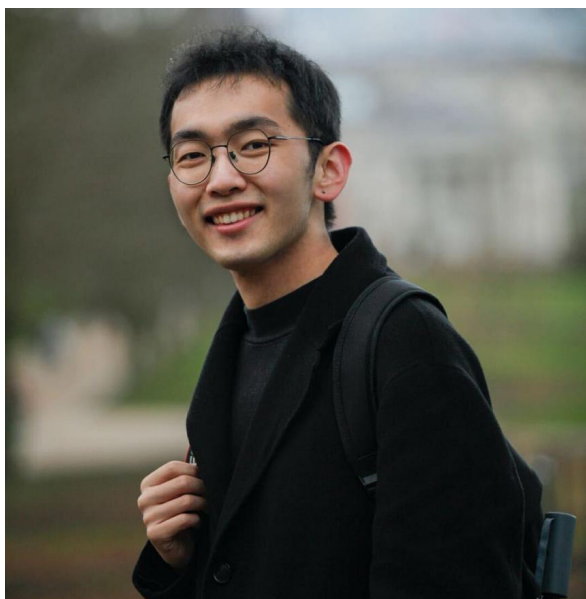
### 何 嵘 中央新影集团动画导演 | 画家 | 摄影师 | 自媒体人

- 1994年毕业于北京电影学院，美术系，动画专业。获文学学士学位。
- 国家二级美术设计师。
- 中央新影集团动画导演、美术设计师。
- 北京电影学院动画学院外聘教授。
- 中国人民大学艺术学院动画专业客座教授。
- 中国电视家协会会员。
- 中国民俗摄影协会会员。
- 中国女摄影家协会会员。
- 北京工艺美术学会会员。
- 首届首都大学生创意文化节动漫设计大赛评委。
- 中国首部水幕动画“欢乐水世界”编剧、执行导演。

从事动画一线制作、创作 20 年，动画教学 15 年，参与制作过多部动画电影、百余集动画电视系列片的制作与创作，并独立创作和完成了多部电视广告片，

MTV 音乐电视片、纪录电影中的动画设计，参与图片摄影广告和城市宣传片的摄制与制作。动画主要研究方向为动画场景，曾参与的动画片和纪录片获得过包括中国电影华表奖、中国电影金鸡奖、中国电视金鹰奖、中国大学生电影节最受欢迎奖等一系列电影、电视类奖项。参与撰写和出版了三部动画专业著作，另有十余篇专业论文在《电影艺术》、《中国电视动画》、《电视研究》、《影视技术》、《现代电影技术》等有关国家专业核心期刊上发表。

个人举办过三次西藏绘画、摄影展。长期从事动画、油画、水彩、综合技法、插图、摄影等创作，各类作品多次参与过国内外绘画及摄影等综合艺术展及公益慈善拍卖活动。曾与国内如：《时尚》、《时尚家居》、《青年视觉》、《旅行家》、《好主妇》、《风采》、《中国大学生》等主流杂志有过长期的合作，部分绘画和摄影作品多次获奖并被有关机构和个人收藏。



韦一

本科毕业于江南大学设计学院整合创新设计专业，英国皇家艺术学院服务设计研究生在读。



李昊，同济大学设计历史与理论硕士

设计新生代专题

# 故事化体验： 一种意义导向的体验设计框架

□ 李昊，辛向阳（同济大学）

## 研究背景

在人们的日常生活中，常常会有这样的瞬间：一次意外的旅途插曲、一场出乎意料的相遇，或者某个转折性的决定，都会在事后被人们讲述成故事。相比那些很快被遗忘的琐碎经历，这些“被讲述出来”的片段往往更鲜明、更具意义。换言之，故事不仅是经验的表达方式，更是人们赋予生活意义的过程。这样可被定义为“故事化体验”，即个体通过反思、整合与表达，将日常经历转化为彰显意义的可讲述故事。然而，在体验设计实践中，一个难以回避的问题是：即使设计师尽力塑造完整而丰富的体验，用户未必会真正将其视为生活故事的一部分。究竟是什么让某些经历能被人铭记和讲述，而另一些却在记忆中迅速消散？本研究正是围绕这一问题展开，探究“故事化体验”的关键要素，并提出相关的设计原则和设计策略。

## 研究发现

一个完整的故事化体验可归纳为两个过程，第一个过程是体验的当下，第二个过程则是事后的回忆和讲述。在体验过程的当下，意识参与（用户主动觉察并建立体验与自我的关联）与情绪流（体验中情感起伏形成的动态整体）是形成故事化体验的两个两大核心要素，二者循环促进了一段体验转化为故事化体验。

意识参与依托于物理意义上的交互参与，但不仅仅是物理上的存在，更是心理和情感上的投入。意识的介入，使得人们不仅仅是平滑地操作了某个产品或接

受了某项服务、条件反射式地获得一些浅表化的反应，而是有机会发现产品或服务的“个人相关性”。无论是唤起过往记忆的触发点，还是促使反思与顿悟的情境，抑或是在决策瞬间确认自我的行动，都能让个体发现个人的需求、目标和价值观（自我认知）与产品知识（属性和优点）之间的感知联系，进而自主地塑造有意义的体验。

同时，体验之所以令人难忘，还在于其中的情绪流。情绪流指的是情绪随着事件经历时序产生节奏性变化，最终在体验经历结束后对一段体验经历形成整体感受的过程。预期的打破、张力的积累、情绪的转折与氛围的营造，这些不同的情绪流都有可能使得体验被感知为完整的整体。

在事后的回忆和讲述中，个体往往要经历叙事定位（基于情境与受众调整内容与表达策略）与符号组装（筛选并重组具象/抽象符号构建连贯叙事）两个关键环节来完成意义表达。二者受叙述情境影响，体现故事建构的动态性与创造性。

叙事定位指个体会在特定情境中选择性地确立自己的叙事立场和策略。他们会在真实性与社交适当性之间寻找平衡，选择性地突显某些细节、调节情感强度，从而赋予故事以共鸣和传播的可能。同时，讲述需要借助符号组装——以某种故事序列（如时间序列、空间序列、主题序列）将特定的符号锚点（媒介符号、感官符号、物质符号）进行组装，让抽象的体验获得具体的符号载体。这些符号不只是记忆的载体，更是让体验能够在个人和社会层面延展的关键。

基于这些发现，本研究提出了故事化体验的设计原则。首先，设计需要具有“使能性”，即为用户保留自主建构意义的空间，而不是过度引导或操控。其次，体验应被视为有机整体，而非一系列功能点的堆叠，设计师需要关注情绪流动与结构完整性，这构成了“整体性”的原则。再次，体验的意义并不止于当下，而应在时间中持续生长，因此设计需要具备“生长性”，为用户在回忆和讲述中延展体验提供条件。对应这些宏观原则，研究进一步提出了若干策略：从叙事定位角度拓展用户描述维度，即重新思考用户的叙事期待和叙事视角，深入探索用户在情感、意义和身份建构方面的潜在诉求；从情绪流角度定义整体感受，即设计师不应孤立地优化单一情绪断点，而应着眼于创造有意义的情绪流动模式，使整体体验具有叙事张力和结构完整性；从意识参与视角审视交互关系，即设计师应从个人相

关性入手，创造条件使体验者在交互过程中保持高度的自我意识和主动参与；以及从符号组装视角设计反馈因子，即通过物理或仪式化符号，增强体验的可记忆性和可讲述性。

### 研究结论与展望

研究通过将“可被故事化”作为体验设计的目标，定义了故事化体验，提出了故事化体验的关键要素框架：意识参与、情绪流、叙事定位和符号组装，并提出了相应的设计原则与设计策略。研究揭示了体验与故事之间的内在联系，深化了对用户意义建构过程的理解，也为设计实践提供了可操作的启发。好的体验不是结束于使用当下，而是能够被反复讲述、持续生成意义的生活故事。体验设计师不应只是追求即时的满意度，而是需要思考如何让体验在个体的生命叙事中留下痕迹。

当然，这一研究也面临局限。故事的讲述深深嵌入文化语境，不同文化背景下的用户可能会对同样的体验做出完全不同的诠释。因此，本研究基于中国本土场景的发现，还需要在跨文化环境中进一步检验。同时，设计师在多大程度上可以干预用户的意义建构，如何避免过度操控带来的伦理问题，也有待深入讨论。但即便如此，“故事化体验”这一概念仍为体验设计提供了一种重要的启示：在技术与消费不断更新的当下，真正能在个体心中留下价值的，不是单纯的功用完善，而是能够被讲述、被分享、被记住的体验。

# 呐喊的回响

## ——《设计现象学启蒙》读后

□ 韦一（英国皇家艺术学院）

我深深认同，《设计现象学启蒙》，这是一本为设计师的自由而呐喊的书。

追寻自由是彷徨的，自由之光在彼岸，没有人不向往，却也没有人能全部拥有。很多时候这万丈光芒反倒是搅乱了黑夜的平静，让人心不安。我见过太多居留在黑暗中的人，包括自己。闭上眼睛，沉沉入睡，变成一块石头。从道德律上看这好像也说的通，如此这般数十年，如若偶尔被光照亮，被雕琢，被赋予一些意义，那一生也足够精彩。

然而我已不再愿意欺骗自己，我不是石头，我能感到阳光洒在身上的炽热。我想睁开眼睛，直视一切。不仅如此，我产生了燃烧自己、发出光亮的渴望，以确证我的存在。

代福平老师在这本书里反复提到了两个词“勇气”和“信心”，对我来说意义重大。我的火苗忽明忽暗地跳动，《设计现象学启蒙》坚定了我燃烧的信心，也让我有勇气去点燃更多的生命。

2019年的秋天，那时我不知道自己要什么，于是我把意义寄托在学校。我似乎已经摸清了这个系统，执行老师的要求，和同学和睦相处，争取体面的成绩，我把自己融化在江大设院，自觉如鱼得水。这里面是没有自我的，环境需要什么，我就去认认真真地做，然后收获他人的认可。我并没有重视精神的空虚和危机。其实是有意识到的，我那时常对现状不满意，但又觉得现实向来如此，并无不妥，于是得过且过，无欲则轻松。

在那一年参与了代老师的设计伦理课程，回头看来虽然当时深受感动，却也

还没有醒来，自我意识的苏醒并不容易。毕业时的朋友圈就是例证，我写到希望自己能“求知若渴，虚心若愚”。貌似谦虚勤奋，其实背后的意思是说，别人告诉我什么，我就照单全收，不需要有什么意见。代老师留言评论道：“小韦，Stay hungry, stay foolish. 应该翻译成永不满足，我行我素才对呀。”我当时完全不能理解。但万幸自由的种子已经种下，即便那时我的心灵并没有什么养料，面对阳光也常常回避，但终究有了希望。我开始琢磨哲学史、美学史、现象学，全当兴趣，东一榔头西一棒。这些知识如淅淅沥沥的春雨，我的心灵开始松动。渐渐地确信我是有感觉的，而且我自以为很敏锐。绘画，文字，音乐都使我流泪，我能感受树，感受风，感受呼吸，感受心跳。这些感受使我更沉醉于去奔跑，去漫步，也让我不再回避。这些知识，特别是现象学，慢慢地唤醒了我的体验。

虽然开始苏醒了，但面对设计时，我还是顽固地把自己的丰富体验放到括号里。是否符合流程规范，用户研究的方法是否都用上了，研究领域是否有噱头等等，反倒成了“本质”。所幸在实践的路上，总有人呼唤我不要我在形式的梦里酣睡。在这里除了感谢代老师以及那些我读过的每一本书的作者外，我最要感谢王老师，她在生活中践行着《设计现象学启蒙》中所蕴涵的所有精神，充分地燃烧着自己。王老师指导了我申请留学的作品集，在这个过程中她锲而不舍地呼唤我去做自己。我之前总是不能理解，那些我一次次说出“老师我觉得来不及了，我得赶快把这块内容‘填上’”的夜晚，她是怎么能做到耐心又坚决地引导我，让我不去机械地服从“设计流程”，勇敢地去追寻真实。现在我确信，这来源于她对自由的确信，并且确信我终将能确信她的确信。这次两年的冒险让我走下了床，站起身来。当然我还不够清醒，只有神是完全清醒的。我有种小时候肺炎在床上躺了很久，下床忽然不太习惯怎么走路的感觉，踉踉跄跄。但我很高兴我醒了，点燃了生命的蜡烛。

现象学本身为实际的设计判断、设计决策提供了坚实哲学基础。在留学这段时间的实践中，我实实在在地体验到了这一点。不管是企业还是设计师，我看到了很多的挣扎，挣扎着如何证明设计的价值。很多人执着于量化，很多人自造新词包装，“曲线救国”，还有人悄悄设计后才拿出产品，用结果说服所有人等等……

从旁观者角度看，总觉得荒唐。我自己就是其中一员。为什么这么判断，为什么这么设计，我说不清，于是钻牛角尖，过度形而上学，强行建立逻辑。貌似在追求真实，抽开身一看，分明是离真实越来越远了。而现象学还原的方法论，在做判断本身和解释判断上是很有效的。红色的真实就是看见红色的那一刻，不需要用 CMYK 去解释。不管是在做留学申请的作品时，还是在实际的设计工作中，我都通过现象学方法，成功地做出并表达了关键判断。现象学方法对一个组织的设计，或者说将“人”作为目的行动设计，意义是非凡的，这些方法应该被传播给每一个企业，每一所院校。

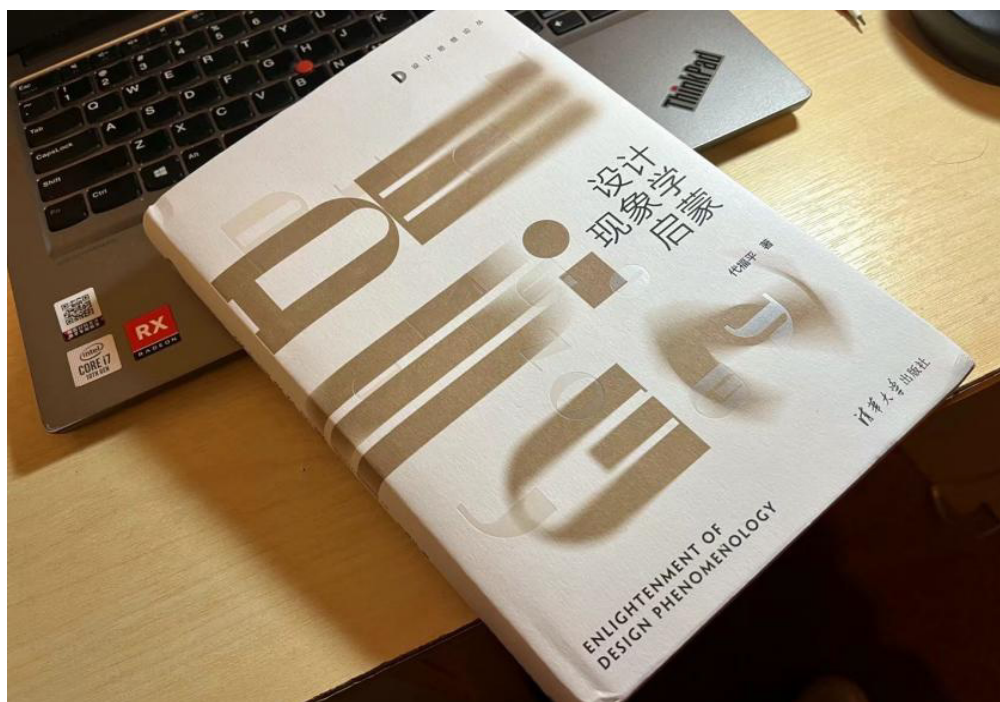
设计实践和知识构建的现象学体验，唤醒了我。在去伦敦的飞机上，读邓晓芒老师的《人之镜》，是代老师推荐过的书，之前的回忆如潮水般涌来。一到住处，我就激动地告诉代老师“Stay hungry, stay foolish. 确实该翻译成‘永不满足，我行我素’，不是‘求知若渴，虚心若愚’！那样是没有自我的！”没错，就是如此！

然而被点燃的自我，终究要面对风雨。在风雨中，人终究会开始怀疑。毕竟人在此岸。在皇家艺术学院实践了一个学期，说完全不动摇是在骗自己。坚持自己的看法很难，老师也好，学生也好，表面都很和气，心灵相通却需要跨过重重阻碍，也需要机缘。反倒是按着所谓的服务设计流程做“完形填空”，更容易皆大欢喜。尝试到感到绝望时，一看时间线将至，便开始一切得过且过，课也果真顺利利地结了，但心中不免空虚。

看到代老师的《设计现象学启蒙》出版了，便知道这本书会在困难时激发设计师相信的力量，于是立刻拜托朋友寄来伦敦。

事实也果然如此。阅读时我想起，在宜家数创中心实习的时候，有一条 OKR 让我印象很深——每个员工都要能讲一个用户故事。回到书中一看，正与代老师的观点契合。除此之外，宜家的理念、设计和工作环境等令人钦佩的地方，很多也都能在书中找到对应的描述。我更加确信了，很多人已经在路上了。我也确信，这些美好，值得用我所有的职业生涯去追求，也值得用自己的生活去践行。

设计不是轨道，是旷野。不沿着轨道，却能充满希望地在旷野探索，这就是设计现象学的力量。



韦一读的《设计现象学启蒙》



---

## 设计语境专题

---

海村 惟一 (Amamura Yuiji) 撰

海村 佳惟 (Amamura Kai) 译

# 設計哲學視域中的江嶽繪畫藝術 ——以其繪馬藝術為主：“江馬”之魂

□海村 惟一 / 撰<sup>①</sup> 海村 佳惟 / 譯<sup>②</sup>

## 緒言

近來，細讀文藝好友江嶽的舊著《湖北省人民政府文史研究館館員文庫：江嶽文藝論集》（湖北教育出版社，2017）以及他的繪畫作品“馬”。

《江嶽文藝論集》分為“論”和“評”兩個部分。作者自身認為“論”是“評”的靈魂。據說，當時中國著名陳應松曾撰文認為：“這將是一本引人入勝的書，很可能會引起轟動。”五年後，學術好友鄒建軍（惟山）在一篇文章評論道：

江嶽的文學批評和文學研究，為什麼可以達到創造理論的階段？這與他自身所存在的諸多優越條件有著直接的、密切的關係。一是他在武漢大學中文系求學的時候，在名師指導下，對理論思考有著極其強烈的興趣，形成了自己的思維習慣。二是他在湖北省作家協會從事文學批評工作，閱讀了大量當代作家的最新文學作品，為許多作家和藝術家寫過精到的評論，同時還給一些電影和電視劇作品寫過評論，在文學研究和藝術批評方面具有卓越的藝術實踐。三是他本人也是一位有大量作品的作家和藝術家，他的詩歌作品以抒情見長，他的散文作品以韻味

① 作者：海村惟一，文學博士，日本福岡國際大學名譽教授，深圳大學饒宗頤文化研究院客座教授，文藝評論家。

② 譯者：海村佳惟，北京大學文學博士，華東師範大學博士後，河北傳媒學院客座教授，日本惟精書院院長，久留米大學兼職講師，翻譯家。

取勝，他的國畫以獨特的神韻超越於常人。當然，除了以上三點之外，最重要的是，他一直注重訓練哲學家和美學家的理論思維，能夠把大量文藝作品中的“一般”上升為“特殊”、把“現象”推進到“本質”。江嶽是如何生產自己的文學理論的？我以為可以做如此的解讀，而這樣的解讀也是可以生產出理論的，這就是理論的生產只能從大量的文學批評和文學創作的實踐中來，而不能從現有的理論或其他學科的理論中來，從後者而來的並不是真正的文學理論，而只能是一種“偽的文學理論”。<sup>①</sup>

陳應松“很可能會引起轟動”的理由，被鄒建軍詮釋為“他一直注重訓練哲學家和美學家的理論思維，能夠把大量文藝作品中的“一般”上升為“特殊”、把“現象”推進到“本質”。”鄒建軍所言極是，即使目前還沒有“引起轟動”，筆者認為這只是“時候”未至而已。其實，鄒建軍的把“一般”上升為“特殊”、把“現象”推進到“本質”至言亦適合於江嶽的繪“馬”之作。

細讀江嶽繪“馬”之作，其“馬”之“魂”在我的腦海裡揮之不去！看著寫字臺上放著友人送我的“馬上升侯（猴）”雕塑（參見圖 19），心想也許我屬猴，註定與“馬”有緣吧。故有了此敘“馬”之文。

---

江嶽先生的“馬”聞名於世，則在上世紀九十年代。

1993年8月19日《江嶽畫馬精品展》在美國休士頓亞藝畫廊隆重舉行，新聞媒體相繼報道。

美國《世界日報》訊：休士頓亞藝畫廊即日起展出大陸畫家江嶽畫馬精品展。江嶽現任武漢書畫院院士及湖北省作協文學評論委員會副主任，數十年來專注於畫馬題材的開拓，作品為臺、港、日、美各地人士收藏。著名藝術家周韶華推譽

---

① 《長江文藝評論》2022年第1期，90頁。

其作品“不同徐悲鴻與黃胄，有自己的語言和追求。”…<sup>①</sup>

美國《僑報》休士頓訊：亞藝畫廊自即日起展出大陸畫家江嶽畫馬精品，共約三十多幅，尺寸有大有小，歡迎各界前往觀賞。江嶽，湖北武漢人，是一位集畫家、文藝評論家、作家於一身的多才人士……<sup>②</sup>

美國《美南新聞》報訊：亞藝畫廊自即日開始展出大陸畫家“江嶽畫馬精品展”……<sup>③</sup>

東方藝術家的“馬”在西方觀眾的眼裡有那些營養成分呢？如何“一飽眼福”以至於達到“養眼”的效果呢？《世界日報》引用著名藝術家周韶華的“不同徐悲鴻與黃胄，有自己的語言和追求”話語來介紹其作品，而對於陌生於線條和筆墨的西方觀眾來說能理解“有自己的語言和追求”嗎？

1996年8月18日至9月18日《江嶽畫馬精品展》在漢商漢口商場工藝廳隆重舉行，新聞媒體亦相繼報道。

其中的《長江日報》報道：由周韶華先生題簽的“江嶽畫馬精品展”，1996.8.18-9.18在漢商漢口商場工藝廳展出，近40幅畫馬作品受到眾多觀眾好評，亦得到專程前來的國畫大師湯文選、著名作家劉富道等文藝界知名人士的肯定。江嶽現供職於省作家協會，他自幼喜畫，尤愛畫馬，多年來潛心錘煉畫藝，在從事文學工作之後亦未放棄，使得文學與繪畫相輔相成。他曾於1993年在美國休斯頓舉辦個人畫展，美國多家報刊作了專門報導，受到歡迎，被接納為美休士頓美術會會員。此次畫展，較之前次，有所開拓和創新。多幅《八駿圖》引人注目，不少佳作，雖畫是馬，但主題卻是人性、人情，充滿自強不息的氣勢和激情，綜合各種畫法的優勢，多姿多彩，不拘一格，具有較強藝術感染力。<sup>④</sup>此報道可謂詳盡通俗也易懂，不知“近40幅畫馬作品受到眾多觀眾好評”中是否包含觀眾的“雖畫是馬，但主題卻是人性、人情，充滿自強不息的氣勢和激情，綜合各種畫法的優勢，

① 原載美國《世界日報》1993年8月19日。

② 摘自1993年8月19日美國《僑報》外埠新聞版。

③ 摘自1993年8月21日美國《美南新聞》報。

④ 原載《長江日報》1996年8月23日，後又載於《長江日報》1996年9月14日《楚天週末》。

多姿多彩，不拘一格，具有較強藝術感染力。”與西方的報道相比，東方的報道確實有自己的特色。至於“文藝界知名人士的肯定”，在下一節再敘。

1999年12月23日至2000年1月6日《江嶽個人畫展》在漢口老字號書畫店榮寶齋隆重舉行，新聞媒體亦相繼報道。

其中的《長江日報》訊：1999.12.26-2000.1.6日，漢口老字型大小書畫店榮寶齋舉辦了“江嶽個人畫展”。此次畫展以動物題材為主，所畫奔馬濃墨重彩，筆力雄健。著名畫家周韶華為畫展題詞祝賀。江嶽現供職於省作家協會，兼任武漢書畫院院士。他多年來以文學入畫，畫作中展示出深厚的文化底蘊。他曾在美國舉辦個人畫展，多部書畫名家辭典裏有他的畫作介紹。

① 此報道與三年前的報道相比，略顯具專業氣息：“所畫奔馬濃墨重彩，筆力雄健”。

其中的《今日快報》訊：“江嶽畫展”1999年12月26日在“榮寶齋”推出，為武漢市民迎千禧活動增添的亮色。江嶽現供職省作家協會，兼任武漢市畫院院士，曾在美國成功舉辦畫展，所畫奔馬被譽為“江馬”。在此次畫展中，數十幅奔馬圖及生肖圖，濃墨重彩，筆力雄健，寄託了人類奔向新千年的美好祝福和激情，好看又耐看。著名畫家周韶華先生為畫展欣然題詞祝賀。② 此報道雖然重複了《長江日報》的“濃墨重彩，筆力雄健”，但是，首次出現了“江馬”的關鍵詞。對於“江馬”“寄託了人類奔向新千年的美好祝福和激情”，作出了高度的評價：“好看又耐看”。

## 二

《長江日報》1996年8月23日報道中的“文藝界知名人士的肯定”並非虛構。選擇幾位有參考價值的“肯定”，摘要如下。

1996年8月23日報道中提及的國畫大師湯文選認為其“心中神駿，筆底奔

① 原載1999年12月26日《長江日報》。

② 原載1999年12月30日《今日快報》。

雷”。<sup>①</sup> 湯文選的核心乃“神駿”之說的倡導。

著名老詩人、原湖北省作家協會主席駱文認為：江嶽作畫初始即以畫馬為起點，繼而畫生肖、畫魚、畫鷹，從而觸及諸多生命的躍動與變化，值得人們讚賞。端詳江嶽之馬，頗感有“神”。神者，氣勢也。他的馬雄健，又得淋漓酣暢之筆。馬，這種生靈，在於無羈，若僅僅如此，則縱。所以還得點染出顧合之美。我喜歡他大寫意的風鬃，富有奔騰力。我喜歡他秉筆直下的股腳，能表現出欲行即止，止而意趨的動態。可以看出畫家縱筆時的心境，該是渴求某種個儻的韻味吧。江嶽是文人，擅詩善文，因而他的畫已經脫俗。這是難能可貴的。<sup>②</sup> 駱文評論的要點正是“神感”之說。

湖北美術學院教授、美術評論家陳池渝撰文細品，極有價值，全文如下：

湖北省作協江嶽先生，一邊從事文藝批評和理論的研究，一邊潛心畫馬的探討與創作。他從小喜愛繪畫，一直未放棄這一愛好。20多年前在武漢大學讀書時就為同學繪製了不少馬畫。近10多年來，他在文藝研究工作之餘，廣泛拜師求教，又在生活中畫了不少馬的速寫，並研習歷代畫家畫馬的技法，在此基礎上大膽創新，提高了畫馬的技藝。他的作品具有大寫意和表現畫家精神情感的特徵。著名畫家周韶華先生稱讚他的這些生機勃發的畫馬作品“不同於徐悲鴻與黃胄，有自己的追求與語言。”江嶽的畫，一個很重要的特點是他把對人生的沉思、對宇宙的感受，借助於馬的意象表現出來，這可能是他從事文學研究與批評帶來的印跡。他生性沉靜，偏於思考，因而其繪畫作品也打上了“文學沉思性”特徵。他的作品《大風吹宇宙》、《大漠魂》展示出蒼茫的宇宙、無垠的大漠、風雲變幻的天空，在這種廣闊的背景上駿馬獨立，昂首呼嘯，似乎在與宇宙天地會心交流，宇宙的空曠與駿馬的孤立形成鮮明的對照，給人以“前不見古人，後不見來者，念天地之悠悠，獨蒼然而涕下”的宏壯蒼涼的人生之感。江嶽的另一些作品則在吸收徐悲鴻畫馬的精神特點上著力，側重表現馬的磅礴氣勢，注重馬的意象塑造。如《志在千里》

① 摘自湯文選為此次江嶽畫展的題詞。

② 摘自《江嶽畫馬》、原載《湖北日報》

(參見圖 10)、《八駿圖》、《天駒》，給人以騰飛的氣勢，振奮的力量，體現了我們時代躍馬奮進的特點。《八駿圖》中每匹馬的形象各具特徵，姿態不一，而又統一於整體構圖中，頗具形式安排之匠心。《天駒》則採用從右上直奔左下的斜線構圖形式，似神駿從天俯衝而下，有騰空而降、一瀉千里之感。這些作品將畫家自己的激越情感融貫於馬的形象的精神氣質之中。與這些作品形成對比的另一些作品則表現了馬的善良、溫順和純補。《雞馬爭圖》（與老畫家彭祖華先生合作）中馬在安然覓草，不料母雞則誤以為來爭自己小雞的食，母雞振翅怒目相向，形成有趣的“爭鬥”。《晚情圖》畫兩匹馬在落日餘輝中顯得友愛平和，充滿情誼與理解，給人以寧靜之美的詩意享受。江嶽的這些畫馬作品，正在形成自己的形式和風格特徵，他的作品在各種報刊上發表後受到讀者好評，有些畫馬作品還被美國、日本、新加坡、臺灣人士購買和珍藏。<sup>①</sup>

陳池渝的評論核心乃“文學沉思性”之說，即“他生性沉靜，偏於思考，因而其繪畫作品也打上了“文學沉思性”特徵”。不僅認為“這些作品將畫家自己的激越情感融貫於馬的形象的精神氣質之中”，而且還指出《晚情圖》“在落日餘輝中顯得友愛平和，充滿情誼與理解，給人以寧靜之美的詩意享受”。

法國駐武漢領事館副領事貴永華認為：江嶽的畫很好地揉和了中國傳統繪畫和現代構圖風格，筆下的動物充滿了生機和力量。<sup>②</sup> 貴永華的評點精華乃“古今揉和”之說。

畫家、中國手指畫研究會會長虞小風的評論比較精彩，摘錄精粹部分如下：

看到他畫的一幅幅勁馬圖就聯想到他的筆名“江嶽”；錚錚鐵骨，呼嘯生風，動如江河，靜若山嶽。他筆下的勁馬似有傾倒三江震撼五嶽之感。當然，他也畫一些深沉或憂鬱的馬；或月下獨步仰天長嘯的馬，但他更多的是畫昂首奔騰的勁馬。我思視那一定是他孤獨壓抑許久奔放出的一股擎天之力，這又使我想到沖出

① 引自《大風吹宇宙 千裏顯神駿》，原載〈長江開發報〉。

② 摘自貴永華的來信，原載《湖北日報》。

地殼的火焰，令人振奮，令人神往。

那麼，形成江嶽這種蓄力已久的當是他深厚廣博的文學美學修養了。文人作畫有其獨到的理解和風格，那麼江嶽畫馬別具意味就不難理解了。作為知名的文藝評論家、作家，他的一匹匹勁馬匯成萬馬奔騰，在大洋彼岸引起反響；在美國、法國、日本、臺灣、香港、新加坡均受到歡迎，這種東方藝術的神韻盡在江嶽畫的至善至美的墨馬中了。

這幾年我擔任中國手指畫研究會會長，接觸過不少南北畫馬的高手，而江嶽畫馬與他人畫馬不僅有異曲同工之妙，而且粗獷之中更多了一些韻味，與唐代韓幹畫馬、宋代李公麟畫馬、現代徐悲鴻畫馬都有所不同，是有創意有自己的藝術語言。他將馬的體積畫得力透紙背，水墨濃淡幹濕用筆抑揚頓挫皆恰到好處。筆鋒急掃留出的一抹抹飛白，凸現出馬各部的肌肉，體現了他的素描功底，應該說江嶽畫馬形具而神生，醒目又耐看。

人是不可貌相的，外觀和善沉靜，不事喧嘩，而從壯懷激烈的內心渲瀉在畫紙上的真情實感卻讓你過目不忘。<sup>①</sup>

虞小風首唱“勁馬”之說，並認為“這種東方藝術的神韻盡在江嶽畫的至善至美的墨馬中了”。

著名旅美中國詩人高伐林的鑒賞非常到位，故錄大段如下：

將江嶽與美術大師徐悲鴻進行一番比較，更能說明其獨特的創作與追求何在——這種比較當然不意味著江嶽能夠與徐悲鴻相提並論。這裏我只是比較其對世界本質不同側面的把握和概括：徐悲鴻畫馬，高度精煉，畫面上往往只有或奔或立的馬，別的東西只逸筆草草，一帶而過；更多的時候什麼都不畫，一片空白，讓讀者能全神貫注地凝望作品主體——特立或獨奔的駿馬。而江嶽則不同，在繼承先輩所長，追求水墨畫傳統韻味的同時，溶進了獨特的創造。吸引我的幾幅畫是

<sup>①</sup> 摘自《“勁馬”江嶽》，原載《長江日報》、《湖北經濟報》。

這樣的：《天行健》（參見圖 5）：狂風亂雲，烈日飛升，大陸汪洋旋轉急掠，幾匹駿馬昂首挺立，遙望著變幻的風雲；《大風起兮雲飛揚》（參見圖 14）：狂風怒卷，飛沙走石，乾坤混沌，氣勢迫人。處於畫中心的兩匹黑馬呼嘯嘶鳴。在這些畫上，馬往往只占了次要的、較小的篇幅，反倒是馬以外的景物妍紅渾黃，成為畫面上的主要部分。但說也奇怪，觀眾的目光仍然集中在馬！江嶽不是孤立的別無依傍地刻畫馬的精神氣質，而是把馬放在劇烈動盪的、急速變化的環境中，將馬置於寥廓高天、空曠原野的浩淼時空、從馬與風雲浪濤的關係——和諧相容或者對立突破之中，來映襯馬深邃的內心世界和精神能量。馬總在賓士，總在嘶鳴，馬就是人，只有這樣的天崩地裂，才更突現馬的激情氣勢。作者渲泄的就是自己內心與環境相激的波瀾，噴薄的就是自己內心與外界障礙碰撞的光矢。<sup>①</sup>

高伐林的精彩之處乃提出了“人馬合一”之說。並直言“作者渲泄的就是自己內心與環境相激的波瀾，噴薄的就是自己內心與外界障礙碰撞的光矢”，不愧為著名旅美中國詩人！

記者範文瓊認為：“江嶽的作品，無論是評論文章還是畫，都有一種旋轉、流動的質感，意蘊深邃而悠遠。他認為，藝術永遠處在不斷生成、不斷豐富、不斷完善的流變中，抽象的、凝固的、靜止的藝術是沒有的。我國傳統的道家文化——八卦就是以一種陰陽魚的形式揭示出這個真諦。因此，他的作品都貫穿著這一精神。他的繪畫更多的是從背景的襯托上體現另一種文化。和其他文人不同之處，他沒有用詩文印章來相映成趣，更注重的是用畫本身來表現文化。欣賞他的畫分明能感受到他心底裏的那股激情和氣勢。有人評介說：江嶽的文藝評論得力於他的美學功底，文章富於思辨和激情，而且在建構自己的理論體系，以質取勝，顯得特別引人矚目。正是緣於他美學和評論的造詣，他的畫才更見功夫，顯示出不同凡響的陽剛美。”<sup>②</sup> 範文瓊的要點乃在於提出“陽剛美”之說，即“正是緣於他美學和評論的造詣，他的畫才更見功夫，顯示出不同凡響的陽剛美”，可謂記者的視角。

① 摘自《讀江嶽的畫》，原載美國《新州週報》。

② 摘自《江嶽：筆底奔雷自有樂》，原載《市場指南報》“本埠名家”專欄。

畫家、原湖北省美術家協會秘書長翁德認為：“江嶽從小喜繪畫，近年來不僅寫文學評論，也寫美術評論，文畫相宜，引人入勝。休假時跑到很遠的地方畫馬的速寫，一個人在馬廄悉心觀察，留連忘返。果然，他畫的馬獨有自己的追求風範：大象無形，天馬行空，筆墨蕭灑，氣韻生動。形成了外動內靜的表現方法，這是江嶽畫馬的重要特徵。他的不少畫馬作品頗受好評、被國內外愛好者收藏大約也在於此。”<sup>①</sup>翁德悟出了“天馬行空”之說，並認為表現方法“外動內靜”。

著名作家、畫家周翼南說：在江岳家，我驚愕地看到，其書房兼畫室裏競滿是墨色淋漓的馬，用筆簡練道勁，均有萬裏橫行之態。餘嘆服也。江嶽問我觀感，我說：“好，好。好在你把馬置於天地間，無絆無羈，筆墨間有自己的情感寄託。這就好。”<sup>②</sup>周翼南的“萬裏橫行”之說由其“無絆無羈”來點睛。

東南大學藝術系博士生唐家路品味出：“江嶽近年來的作品注重表達在自然與人類的宏大背景下的馬的文化內涵，探索中國水墨畫的筆墨情趣和韻味並融合了現代審美觀念和追求，拓寬了水墨畫的表現技巧，表現了畫家內心的情感特徵，寄託了他對人生與世界的體驗、感受和昂揚的激情，從中可以體會到作者自強不息的豪邁氣概和空靈幽遠的意境。在形式技巧上也頗具匠心，從構圖，筆墨、動勢、組合等方面進行新的探索，體現了新的藝術追求，並不斷突破自己，發展新的藝術語言，形成自己的形式和風格特徵。江嶽的馬，是天地間至善至美的精靈，不僅給人以美的享受，而且給人以啟迪，撫慰和激勵。”<sup>③</sup>唐家路的“情有獨鍾”之說乃基於“江嶽的馬，是天地間至善至美的精靈，不僅給人以美的享受，而且給人以啟迪，撫慰和激勵。”

湖北美術學院研究生陳晶指出：“江嶽畫馬，總是將其置於一個宏大的背景之中，那月下風中獨步於湖畔的黑馬，默然凝望著山雨欲來的天空與蒼茫的群山，一種孤傲的悲壯頓時瀰漫全畫。更多的時候，江嶽筆下的馬是搏擊於飛沙走石中，奔騰於狂風肆虐間的。這其中，馬的畫法是較寫實的，在追求傳統的筆墨韻味的

---

① 摘自《讀江嶽的畫》。

② 摘自《江嶽畫馬記》，原載《武漢晚報》、《湖北日報》。

③ 摘自《情有獨鍾》。

同時，以筆墨的濃淡幹濕凸現出馬的結構關係。而馬所處的環境，卻是抽象甚至夢幻的，用色大膽，表現手法不拘一格，具有很強的現代感，那旋轉飛揚的筆墨與雲端射下的強光競令人想到巴洛克藝術的蓬勃氣度。但無論畫面靜謐或旋動，總讓人感到並非人間之境，而是如夢如幻，湧動著作者激情的胸中造境。江嶽還畫了一些馬的閑情小品，也頗有特點，如《賽馬圖》用筆簡練嫻熟，寥寥數筆、沸騰的氣氛已撲面而來。《唐宮佳麗打馬球》也是這種大寫意風格，筆墨無多，盡得風流，很令人玩味。”<sup>①</sup> 陳晶的“巴洛克藝術”之說，值得深思！

作家遠松、興功詮釋了1999年12月30日《今日快報》首唱的“江馬”之由：“江嶽所畫之馬已被人們譽為“江馬”，他作畫初始以畫馬為起點，繼而畫生肖、畫魚、畫鷹，從而觸及宇宙大生命的躍動和變化。十二生肖凝聚著源遠流長的中華民族文化，屬於全世界的炎黃子孫，是每個華人生辰的象徵，人生的吉兆。江嶽的生肖畫在保持其畫馬的風格和特點時，還貫注著他對人與自然永恆和諧的嚮往以及對人類的摯愛。在他的筆下，自然流露出：牛的仁厚，兔的靈動、虎的威猛、猴的機警、羊的溫順、龍的神奇、雞的雄健、豬的憨福、鼠的伶俐……不僅深受中國人的喜愛，一些外國人也為之打動。江嶽全身心沉浸在藝術探索中。“寫累了就畫，畫累了就讀”是他常念的“三部經”。他的27萬字的《江嶽文藝美學論集》受到廣泛好評。理論之花催出創作之果。在他那裏，美學理論與藝術實踐，文學創作與美術創作相輔相成，傳為佳話。”遠松、興功：“理行合一”之說來自於“美學理論與藝術實踐，文學創作與美術創作相輔相成”，故有“宇宙大生命的躍動和變化”的“江馬”誕生。

進入二十一世紀之後，對“江馬”的研究有了新的視野。

2014年1月6日，中國著名畫家湯立於《江嶽畫馬意象萬千》（參見圖1）中評論道：

資深文學評論家江嶽深諳寫意之道，研習丹青已數十年。他愛畫動物和生肖，

<sup>①</sup> 摘自《我看江嶽筆下的馬》。

尤愛畫馬，其“意筆馬”，也有人稱“草書馬”，為文壇所稱道。

江嶽畫馬追求書法用筆和筆墨造形，在草書的奔放之勢與駿馬的俯仰之態中，尋找著意象與筆墨的對應。以書為法，一筆到底，一氣呵成，縱橫成趣。他在疾速運筆時仍兼顧馬的骨肉結構，追求的是草書的行雲流水、八面出鋒。新作《一洗凡馬萬古空》（參見圖 8）和《天行健》（參見圖 9）等充滿生命力的躍動與激情的進發，顯示出動人心魄的大氣象。

江嶽“意筆馬”的創作，從畫到寫，從繁到簡，從具象到意象，從意象到抽象，再到抽象與具象的統一，這是一個藝術的提煉與昇華過程。

江嶽“草書馬”之卓然出世，有論者認為不同於前人之楷書馬、行書馬，乃畫壇又一種筆墨樣式也。無論成敗如何，這種不斷探索超越的藝術精神值得肯定。<sup>①</sup>

湯立從畫家的視角讀出了江嶽的“意象馬”之說，指出：“無論成敗如何，這種不斷探索超越的藝術精神值得肯定。”

2021 年由王立執筆的《江嶽：當代最具學術價值與市場潛力的書畫家》介紹了 2011 年江嶽被中國相關美術機構授予“當代最具學術價值與市場潛力的書畫家”榮譽稱號的入選理由：

以極傳統又極現代的美學理念，博采眾家之長，自成一家。江嶽被認為是當代承接並拓展徐悲鴻大寫意畫馬藝術的畫馬名家。從參加少兒畫展開始，五十年來，他不斷錘煉畫藝，探索植根於傳統文化中的內在現代意味，以“書法性”運筆入畫，創造了不同於“楷書馬”和“行書馬”的“草書馬”（參見圖 2-7）。著名畫家周韶華先生稱讚其畫作：“不同於徐悲鴻與黃胄，有自己的特色與語言。江嶽以筆落驚風雨，馬成泣鬼神的藝術追求，精益求精，追求草書的凌厲酣暢，八面出鋒，一氣呵成，同時仍兼顧馬的骨骼肌肉結構。在草書的奔放之勢與駿馬的俯仰之態中尋找意象與筆墨的對應，在書法與繪畫之間追求自然的平衡，在抽象與具

---

① 摘自《楚天都市報》2014 年 1 月 6 日星期一。

象兩級中自由轉換，不以外在的縱筆作嘩眾取寵的驚人狀，簡約中求精當，單純中寓繁複，一洗凡馬萬古空的大氣磅礴，突顯的是作者的自信與果斷，雄強和豪邁。江嶽在生肖畫和其他題材的創作中，亦獨闢蹊徑，不落俗套，以深厚的美學與文學修養，滋潤著畫面的文化底蘊，力求耐看的視覺衝擊力，極具收藏價值。

江嶽 1993 年 8 月在美國舉辦了個人畫展，受到廣泛歡迎，並被吸納為 美休美術會會員。2005 年被中國相關美術機構授予“百名中國書畫名家”，2006 年增補為中國書法美術家協會理事會理事。

引人矚目的是此文之題：江嶽：當代最具學術價值與市場潛力的書畫家。提出了嶄新的“市場潛力”之說。

綜上所述，《長江日報》1996 年 8 月 23 日報道中的“文藝界知名人士的肯定”，不僅非虛構之說，而且是由十二之說，從品味、鑒賞、感悟、體悟、評論等方位來詮釋“江馬”之妙。到了二十一世紀又出現了湯立的“意象馬”之說和王立的“市場潛力”之說。至此可以說，對於“江馬”的評論已經是圓滿無缺了。

### 三

筆者欲從“設計哲學”的視角來細讀和簡析“江馬”。何為“設計哲學”？

在日本，從 2014 年至 2016 年由東京大學大學院工學系研究科教授梅田靖的公募研究項目《設計哲學—基於俯瞰性價值理解以達到由創造和活用人工物所支撐的持續可能社會》的運行，出現了“設計哲學”，令學界的眼目為之一新。2021 年日本語版的自由百科事典亦出現瞭解釋“設計哲學”的條目。其實，筆者於 2016 年 3 月 23 日與友人一起創立了“世界漢字文與設計學會”（參見圖 16、圖 17），在日本福岡志賀島舉行了成立大會（參見圖 18），其宗旨之一，便是研究“設計哲學”。

2023 年 10 月 30 日，學術好友劉振博士於創刊了《設計哲學 DESIGN

PHILOSOPHY》，由韓國世宗文獻出版社出版，可謂世界首創。其發刊詞曰：時至今日，設計學已然成為一門顯學，但對設計的哲學思考，仍然很不充分。這固然與設計學的實用性相關，當然也可歸因於現代設計發展的時間有限，而“現代”又恰恰代表著短暫和不確定。……我們認為，每個人身上，都帶著屬於自己的神燈。通過設計哲學，讓我們把神燈擦亮。希望因此，“飄搖不定的人力就會團結起來，壯大起來。”創刊號在“設計哲學專題”推出的第一篇論文，即張傑的《現代藝術設計的哲思》，極有價值，其中的藝術形式是一種“生命的形式”一節曰：

以德國符號學家卡西爾和美國符號美學家蘇珊·朗格為代表的藝術符號學也是現代藝術設計形式論不可或缺的重要理論，依據卡西爾符號學理論認為：所有的人類文化形式都是符號形式，人是符號的動物。一切文化符號活動都是人類精神尋求客觀化的“自我賦形”的形式。而藝術設計所要實現的過程實質就是，設計者為表達內容與功能而尋找最佳的表現符號，賦予設計符號以豐富的內涵。蘇珊·朗格在《情感與形式》指出：符號是基於對主體生命感受與精神體驗的相似性，故形式符號就是“生命的形式”。由此充滿“張力”的動態形式又是一種契合生命律動的“生命形式”。正如蘇珊·朗格指出的藝術形式：“必須是一種動力的形式，它那持續穩定的式樣必須是一種變化的式樣；它的結構形態是一種有機的結構，其構成成分不是互不相干而是通過一個中心相互聯繫和相互依存；它的整個結構必須是由節奏的活力結合在一起，這是生命特有的統一性…：是生命的形式所具有的特殊規律”([美]. 蘇珊·朗格. 藝術問題. [M]. 滕守堯譯. 南京：南京出版社，2006年. 第64頁)。藝術形式是充滿情感的生命的形式。

張傑得出“藝術形式是充滿情感的生命的形式”之結論，正是“設計”與“哲學”的結緣而顯現的。簡而言之，“design”是有“靈魂”的。

2025年4月10日，“工程研究—跨學科視野中的工程”公眾號推送了中國科學院大學跨學科工程研究中心李伯聰的題為《設計哲學：問題域、核心範疇和核心命題》，其曰：“當前，雖然設計哲學這個學術“處女地”和“新大廈”已經破

土和初露端倪，但設計哲學的許多重要範疇和重要命題尚未被具體揭示和深入闡釋，嚴格地說，設計哲學的“理論大廈”目前還只能說尚在“理論想像”之中而並未真正建成。設計哲學的理論建設目前剛剛邁出第一步，任重道遠，亟待更多的有識者和有志者加入學術拓荒者的隊伍。”筆者亦欲通過本文為設計哲學的“理論想像”提供一些感性和悟性的想像。

#### 四

終於可以設計哲學的視角來鑒賞和細讀“江馬”了。品讀的對象是手頭已有的“江馬”作品。本文僅讀先行評論中的“草書馬”（參見圖 2-5）。

所謂“草書馬”1-4 的共同點：構圖簡潔留白，運筆鏗鏘有力，施墨濃淡濕枯；以畫家形而上之思融化在“design”之中，正如蘇珊·朗格所謂“符號是基於對主體生命感受與精神體驗的相似性”，亦如張傑所謂：故形式符號就是“生命的形式”。由此充滿“張力”的動態形式又是一種契合生命律動的“生命形式”。而筆者則認為江嶽之馬的“design”是有“靈魂”的，正是“江馬”之“魂”吸引了讀者的眼球，與其“魂”共“思”。

草書馬 1 與草書馬 3，粗看相似，細讀不然。草書馬 1 的頭部筆墨展示其“魂”的飛馳，亦令筆者之“思”隨之飛馳；草書馬 2 的頭部筆墨展示其“魂”的奔馳，亦令筆者之“思”隨之奔馳。

草書馬 2 以側面的全體筆墨展示其“魂”之鵬馳，而草書馬 4 以正面的全體筆墨展示其“魂”之鵬馳；亦令筆者之“思”隨之鵬馳。

畫家江嶽以其體感一氣呵成之“馬”闖入筆者眼簾之後，便產生不同的心理反應，其“思”亦隨之“物外遊”，以期達到對其自然本質的回歸和天人合一的境界。亦可謂之異類的“想入非非”。

再讀草書馬 5（參見圖 6），筆者命名謂之“駕馬飛馳”，其運筆的速度、施墨的濕枯，令筆者之“思”隨之“飛馳”，真正地感悟到“江馬”的“design”之“魂”

實可謂達到自然本質的回歸和天人合一的境界。

題為《疾風》的草書馬 6（參見圖 7），不僅馬鬃和馬尾似“疾風”，連馬頸和馬胴的肌肉都成了“疾風”，這種獨特的皴擦法源自於江嶽的體悟靈感，線條的濃淡緩急加急了筆者視覺的風速直感，“江馬”的“design”之魂再次衝擊了筆者的思維。

題為《騰飛》（參見圖 11）以紙張的空白襯托著已經飛騰的紅馬和躍然騰空的黑馬，又一次深化了其獨特的皴擦法，“騰飛”已然成為“江馬”的標誌，即以“馬”之“魂”感動人之“神”。此作真可謂詮釋“設計哲學”的最佳作品了。

彩墨畫《賽馬曲》1-2（參見圖 12-13）兩幅作品均可謂馬之“魂”和人之“神”融為一體，奔馬的墨色濃淡相間，騎手的點彩流動其間，精彩非凡。圖 12 的《賽馬曲》1 在四方形畫面裡呈現了半圓形的遠近透視使得賽馬場面栩栩如生，猶如動畫；圖 13 的《賽馬曲》2 在長方形畫面裡呈現了一字形排開的賽馬場面，由於墨色的濃淡使得爭一爭二的遠近感躍然紙面，流暢飛舞的馬鞭更是烘托出熾烈競爭的氣息和氛圍，此亦可謂達到自然本質的回歸和天人合一的境界之作。

“江馬”的“design”之魂已成蔚然大觀。好友鄒建軍認為江嶽有把“一般”上升為“特殊”、把“現象”推進到“本質”的能力，正好成為我這句話的有力佐證。

至此，可以道破筆者對“設計哲學”的定義，只是其一，即由原作的“design”和“魂”引發觀眾的“美”和“思”，兩者合一才是“設計哲學”的目標之一。也正是《設計哲學》創刊詞所謂的“通過設計哲學，讓我們把神燈擦亮”，作者的神燈，讀者的神燈都需要擦亮。

感謝吾友江嶽的神燈照亮了我，“江馬”之魂讓我有了一次“物外”之遊，感悟其“自然本質的回歸和天人合一的境界”，也抖落下不少我神燈上的灰塵。亦感謝吾友劉振博士的宏大創舉！

附录:



图 1:《楚天都市报》



图 2:《草书马》1



圖 3:《草書馬》2



圖 4:《草書馬》3



圖 5:《草書馬》4



圖 6: 草書馬 5《駕馬飛馳》



圖 7：草書馬 6 《疾風》



圖 8：《一洗凡馬萬古空》



圖 9：《天行健》



圖 10:《志在千里》



圖 11:《騰飛》



圖 12:《賽馬曲》1



圖 13:《賽馬曲》2



圖 14:《大風起兮雲飛揚》



圖 15:《八千裡路雲和月》



圖 16：筆者的“世界漢字文與設計學會”徽章設計圖



圖 17：“世界漢字文與設計學會”徽章實物



圖 18：“世界漢字文與設計學會”成立晚宴會場



圖 19：馬上升侯（猴）

## 畫家簡介



**江嶽** (Jiang Yue), 本名熊輝。湖北武漢人，畫家、文藝理論家。1982年畢業於武漢大學中文系，現為武漢市書畫研究院院士，湖北省作家協會副巡視員，湖北省政府文史研究館館員，中國作家協會會員，國家壹級創作員。自幼喜歡繪畫，少年時的畫作即入選過少年兒童畫展。武漢大學畢業後，以其紮實的文學功力和深厚的美學修養融入繪畫藝術探索，創作了許多別開生面的佳作，擅長畫馬，其“草書馬”和“生肖畫”尤為人稱道，已有數十幅在《人民日報》、《中國藝術報》等各種報刊發表，並展銷在畫廊，為美、法、日、臺灣、香港等地有識之士收藏。1993年8月在美國舉辦了個人畫展，美國《世界日報》、《僑報》、《美南新聞》等報刊均作了報道，受到廣泛歡迎，並被吸納為美國休斯敦美術會會員。1996年8月、1999年12月又分別在中國武漢舉辦個展，獲得成功。武漢電視臺、湖北電視臺、湖北衛視曾作專題介紹。著名畫家周韶華先生稱贊他的畫作：“不同於徐悲鴻與黃胄，有自己的特色與語言。”著名畫家湯文選先生稱贊他的畫作：“心中神駿，筆底奔雷”。同時，江嶽從事文藝與美學研究，已出版《江嶽美學論集》、《江嶽文藝論集》和《心海拾珠——江嶽作品選》等著作。江嶽的個人傳略及畫作已載入《世界當代著名畫家真跡博覽大典》、《世界華人文學藝術界名人錄》、《世界書畫家名錄》、《世界名人錄》、《中國當代美學名人誌》等書。2005年被中國相關美術機構授予“百名中國書畫名家”和“中華當代傑出功勳藝術家”，2011年又被授予“當代最具學術價值與市場潛力的書畫家”榮譽稱號。



## 数字技术语境下AI图像生成和架上绘画的边界与共生

代欣欣

---

代欣欣，男，1996年生于山东省青岛市，教师，硕士研究生，研究方向为美育教学研究。单位：武汉设计工程学院 成龙影视传媒学院，讲师。

---

**摘要：**在人工智能技术深度融入艺术创作领域的当下，架上绘画正面临显著冲击，这使得二者关系的重构成为当代艺术理论与实践研究的核心议题。本文以系统性视角解构二者的本质界限，结合国内外典型艺术家的创作实践，深入探究从技术对立走向协同共生的实现路径。研究表明，架上绘画并未因 AI 技术的冲击而衰退，反而在与 AI 的互动对话中，实现了传统技法的当代转化与艺术语言的创新突破。本文认为，AI 图像生成与架上绘画的共生关系，既是艺术史中“技术革新与传统传承”这一逻辑在当代的延续，也为构建数字时代多元艺术生态提供了理论支撑与实践范式。

**关键词：**人工智能、架上绘画、艺术语言、数字时代

AI 图像生成是指利用人工智能算法（如生成对抗网络 GANs 和扩散模型 Diffusion Models），通过输入文本描述、绘画草图或其他指令，自动生成高质量图像的技术。其核心原理是通过深度学习模型对海量图像数据的学习，模拟人类的视觉创作逻辑，将抽象描述转化为具象画面，随着 Midjourney、Stable Diffusion 等 AI 图像生成工具取得技术突破并广泛应用，艺术界围绕“AI 是否会取代架上绘画”而争论不休。作为拥有数百年发展历程的艺术形式，架上绘画以实体画布为依托，以手绘笔触为核心表达语言，承载着人类在情感传递、文化记忆与审美体验方面的深层意蕴，而 AI 图像生成则依赖于算法对视觉数据进行学习与创造，AI 图像生成具有高效性与创新性，可以轻松突破架上绘画的时空局限，二者在媒介形态与创作逻辑上形成了数字化与实体化、算法与手绘的鲜明对比，在虚拟现实 VR 与增强现实 AR 方面，AI 则提供逼真的虚拟场景和物体，丰富用户体验。<sup>①</sup>回望艺术史的发展轨迹，历史往往呈现出惊人的相似性，每一次重大技术革新都曾引发传统艺术将消亡的忧虑，但最终都推动艺术形式实现了突破性发展。从 15 世纪油画颜料创新了便携性与覆盖力，这推动了文艺复兴时期写实主义绘画的兴盛。19 世纪相机的发明，促使绘画摆脱“写实再现”的功能束缚，转向印象派、

<sup>①</sup> 朱红儒,许晓耕,曾吉申,等.AI生成合成图像检测技术与标准研究[J].信息技术与标准化,2025,(08):40-48.

抽象派等现代主义艺术的探索。当前 AI 图像生成与架上绘画的互动关系，本质上是艺术史中科技革命与传统传承这一辩证关系在当代的再现，那么系统梳理二者的边界特性，研究二者协同共生的可行路径，不仅对架上绘画的当代发展具有现实性指导意义，更为 AI 艺术的科学规范化发展与理论体系的建构提供了重要支撑。

## 1.AI 图像生成与架上绘画的边界本质解构

AI 图像生成与架上绘画的边界并非表层的媒介形态差异，而是贯穿创作全过程、涉及多维度的系统性分野，其本质可从媒介属性、创作逻辑与审美体验三个层面进行深度解构。

### 1.1 媒介属性

架上绘画的核心媒介属性体现为物质性与原作唯一性。无论是布面油画、木板蛋彩画还是纸本水彩，其创作过程均依赖颜料、画笔、刮刀等实体工具与画布、木板等实体载体，最终完成的作品是“艺术家身体动作与材料特性直接互动”的物质结晶，荷兰画家伦勃朗的《夜巡》中，通过刮刀反复



图 1-1 文森特·梵高的《星月夜》

叠加形成的厚重油彩肌理，记录了画家创作时手部力度的细微变化；文森特·梵高的《星月夜》里（图 1-1），扭曲旋转的笔触轨迹，映射出艺术家创作过程中的情绪波动与精神状态。

AI 图像生成的媒介属性则呈现为非物质性与可复制性，缺乏艺术家与材料直接互动形成的自然痕迹。AI 图像生成的可复制性特征使其彻底丧失架上绘画“原作唯一性”的核心价值属性，基于同一组文本指令生成的图像可实现无限次复制，且每一次复制的结果与初始像素文件在视觉效果上无本质差异，这与架上绘画“原

作与复制品在价值上存在天壤之别”的属性形成根本对立。

## 1.2 创作逻辑

架上绘画的创作逻辑呈现为“艺术家主导”的渐进式可控过程。从创作初期的草图绘制、构图确定，到中期的铺色、形体塑造，再到后期的细节刻画与整体调整，艺术家每一步操作都能直观观察画面的实时变化，并根据自身的创作意图、审美判断与情感表达需求即时调整创作决策，达芬奇绘制《蒙娜丽莎》时，耗时多年反复修改背景山水的透视关系与人物嘴角的弧度，每一次修改都是基于对“人物情感表达精准度”的主观判断；中国当代艺术家邱岸雄的油画《新山海经》系列（图 1-2），从草图阶段对异兽形态、动态的反复调整，



图 1-2 邱岸雄油画《新山海经》系列

到画布上矿物颜料与油彩混合比例的精准控制，全程由艺术家主导掌控，作品的每一处细节都可清晰追溯至具体的创作思考与决策过程。这种“实时反馈、即时修正”的创作逻辑，使艺术家的主体性贯穿创作全过程，最终完成的作品成为艺术家思想观念与情感体验的视觉延伸。

AI 图像生成的创作逻辑则具有“算法参与”的黑箱性特征。算法技术赋能网络平台治理的同时，也因其非中立性导致“技术黑箱”蔽障并引发具体问题表征。<sup>①</sup> 艺术家在 AI 图像生成过程中的核心工作集中于“撰写文本指令、调整模型参数”，但算法模型如何理解文本指令的语义内涵、如何从训练数据集中提取视觉元素、如何重组这些元素形成最终图像，是人类难以完全拆解与掌控的“黑箱过程”，AI 模型可能生成符合预期的画面效果，也可能混入与该风格无关的视觉元素；即

<sup>①</sup> 马朝琦,张翠婷.化智为治:人工智能嵌入网络平台治理的逻辑理路与实现进路[J/OL].新媒体与社会,1-12[2025-09-05].https://link.cnki.net/urlid/CN.20250905.1050.002.

便多次调整文本指令与模型参数，也难以精准复现艺术家脑海中预设的视觉想象。这种“文本指令与生成结果之间的不确定性”，导致在 AI 图像生成的创作过程中，艺术家的主体性被削弱，最终完成的作品更倾向于“艺术家与算法协同决策”的产物，而非完全由艺术家主导创作的成果。

### 1.3 审美体验

架上绘画的审美体验具有感官性与在场性，架上绘画独有的场域特质有别于 AI 图像生成。观众在欣赏架上绘画原作时，不仅通过视觉感知画面的色彩搭配、构图结构与笔触细节，还能通过触觉（近距离观察画布的纹理质感）、嗅觉（老油画作品中颜料与画布老化产生的独特气味）等多种感官通道形成多维度、沉浸式的审美体验。这种“在场性”审美体验是观看数字图像无法替代的，它使架上绘画的审美价值超越了“视觉图像”本身，成为“艺术家、作品、观众”三者在规定时间内互动的文化事件。

AI 图像生成的审美体验则以视觉平面化与非在场性为主要特征。观众欣赏 AI 图像生成时，通常通过计算机屏幕、手机屏幕、投影仪等电子设备，视觉体验被局限于二维平面，缺乏对作品物质载体的直接感知，即便将 AI 图像生成通过高精度打印机输出至画布等实体载体，观众感受到的“质感”也仅是打印技术模拟的效果，而非艺术家手工创作过程中自然形成的真实痕迹，观众无法通过触摸感受到颜料的厚度变化与笔触的肌理质感，审美体验被简化为纯粹的视觉观看，丧失了架上绘画特有的“物质性在场感”与多感官沉浸式体验。

## 2. AI 图像生成与架上绘画的共生路径

### 2.1 AI 拓展架上绘画的创作灵感

在这一共生路径中，AI 被定位为“高效的灵感生成与视觉构思工具”，帮助艺术家突破传统创作过程中的“构思瓶颈”与“经验局限”，但最终作品仍通过手工绘制完成，保留架上绘画的物质性特征与艺术家的创作主体性。

格鲁吉亚艺术家 Nika Qutelia 的《记忆废墟》（图 2-1）系列作品则将 AI 辅助构思与个人情感表达深度结合。Nika Qutelia 的艺术创作底色浸染着战争与流离失

所的童年阴影，自学成才的经历使其摆脱了学院派的技法束缚，作品充满粗粝的生命力。在该系列创作中，Nika 首先利用 AI 模型分析大量战争遗址影像、难民生活照片等视觉数据，通过调整算法参数强化图像的“破碎感”与“扭曲感”，生成“破碎建筑轮廓+扭曲人形”的数字草图，AI 对图像数据的“理解”与“扭曲”能力，恰好契合 Nika 对“记忆



图 2-1 Nika Qutelia 的《记忆废墟》

碎片化”与“创伤体验”的表达需求。Nika 以这些数字草图为基础，在画布上用油画颜料手工重构画面：通过厚重的油彩堆叠表现建筑废墟的粗糙质感，用刮刀刮擦出不规则线条模拟记忆的断裂感，色彩上以阴郁的深蓝、赭石色为主调，仅在局部点缀红色油彩（象征战争创伤）。在《记忆废墟·第比利斯》中，AI 生成的“悬浮建筑”数字草图为画面提供了基础空间结构，但 Nika 通过手工添加油彩肌理，使建筑边缘呈现“模糊的颗粒感”，仿佛记忆在时间流逝中逐渐褪色。Nika 的实践表明，AI 不仅能辅助架上绘画的视觉构思，更能成为艺术家传递个人情感与集体记忆的工具，而架上绘画的手工质感则赋予 AI 图像“创伤记忆的物质重量”。

## 2.2 数字图像转化为架上绘画

这一共生路径的核心逻辑是将 AI 生成的数字图像作为“创作素材”，通过架上绘画的手工技法将其转化为实体作品，弥补 AI 图像生成“非物质性”与“冰冷感”的缺陷，赋予其“人文温度”与“文化厚度”。中国艺术家邱岸雄与匈牙利艺术家 Maria Szakats 的实践（后者虽以刺绣为载体，但其“数字转实体”逻辑对油画领域具有重要借鉴意义）为此提供了典型范例。

中国当代艺术家杨泳梁的《赛博山水》（图 2-2）系列聚焦“传统山水美学的

当代转化”，展现了 AI 数字图像向架上绘画实体转化的完整路径。在该系列创作中，杨泳梁首先利用 MidjourneyAI 模型输入“青绿山水画形态 + 当代城市废墟景观”的文本指令，生成“虚拟与现实交织”的数字山水图像，算法突破了传统山水“三远法”的空间限制，构建出充满超现实意味的山水空间。杨泳梁认为看 AI 绘画，会明显感觉到其中的同质化，它无法制造人类的情感，而是



图 2-1 杨泳梁《赛博山水》

完全基于理性的、算法的、程序的，没有人对于世界的感受。通过“积墨法”（多次叠加颜料）强化画面的空间层次与质感变化，将数百年历史的各色建筑，抽象变成北宋范宽、南宋马远一般的山水远景，将绘画中的空间进行压缩处置，平衡画面色彩色调。在赛博山水系列之《皇后大桥》中，AI 生成的“赛博城市与山水”数字图像被转化为绘画后，杨泳梁用刮刀在山水身体部位叠加厚重油彩，使其呈现“金属质感与手工痕迹的融合”，数字图像的冰冷科技感被油画的物质性消解，转化为“传统山水精神与当代科技反思”的视觉表达。杨泳梁的实践证明，架上绘画能够成为 AI 数字图像“实体化”的重要载体，通过手工技法赋予数字符号“文化记忆的物质重量”与“人文温度”。

### 2.3 构建“AI+ 绘画”的新型绘画语言

站在美术史的长河中观看当下，任何一个历史时代，媒介或技术的进步都影响着绘画的创作，但是媒介对图像带来的本质性影响在 AI 飞速发展的当下却尤为突出，并且呈现出探索愈深入的态势。<sup>①</sup> 芬兰艺术家 Veronika Pell，灵活运用 AI 图像生成进行创作，作品《代码梦境》（图 2-3）系列通过手工干预算法生成的状态，并多次进行图像再制作、再训练的模式，制作绘画中难得的抽离感，以此实

① 王少文. 图像学视域下图像使用的限度与架上绘画危机 [J]. 四川戏剧, 2021, (05): 174-177.

现了 AI 与绘画创作的深度交织。在此过程中，通过特殊技巧所形成的代码样式组成的线条、红色或绿色的断面、图像曝光过度样式的色调、以及马赛克一般的边缘线，既保留了 AI 图像特有的生涩感，又融入了艺术家的观念性与独有手绘刻意断裂感。艺术家本人在数字作品中所呈现的有秩序的混乱美学，在绘画语境中可转化为制作感与绘画性的共生形态，通过人工与 AI 的双向学习、彼此重塑生成全新的视觉语言。AI 图像生成与绘画共同构建的新型艺术语言，既呼应了数字时代的视觉经验，又延续了架上绘画的人文传统。



图 2-3 Veronika Pell 《代码梦境》

### 3. 结语

对 AI 图像生成与架上绘画边界的解构表明，二者的本质差异并非“技术代际”的对抗，而是“媒介逻辑”的分野。通过国内外艺术家的实践证实，这种差异恰恰为二者的共生提供了基础，AI 图像生成与架上绘画能够形成优势互补的生态关系。

在美术史的浩瀚长河中，AI 图像生成与架上绘画的共生关系延续了“技术革新推动传统转型”的发展脉络，AI 技术正在完成从“新古典”到“新当代”的转型，这种转型并非对传统的否定，而是通过引入 AI 的算法思维，使绘画能够保留制作感与绘画性的同时，获得数字时代的新型视觉经验。

### 参考文献:

[1] 朱红儒,许晓耕,曾吉申,等.AI生成合成图像检测技术与标准研究[J].信息技术与标准化,2025,(08): 40-48.

[2] 马朝琦,张翠婷.化智为治:人工智能嵌入网络平台治理的逻辑理路与实现进路[J/OL].新媒体与社会,1-12[2025-09-05].<https://link.cnki.net/urlid/CN.20250905.1050.002>.

[3] 王少文.图像学视域下图像使用的限度与架上绘画危机[J].四川戏剧,2021,(05): 174-177.



## 新媒体时代下的水彩画风格创新研究

李源

---

李源，男，汉族，籍贯湖北武汉，硕士，武汉设计工程学院讲师，中国美术家协会会员，研究方向为水彩画艺术研究。

---

**摘要：**新媒体技术的普及与文化场景的变革，为传统水彩画风格突破提供了革新契机，同时也使其面临审美表达升级与传播场景适配的双重挑战。本文聚焦新媒体语境，从核心动因、关键维度、实现路径三方面系统探讨水彩画风格创新逻辑：技术上，新媒体突破传统创作范式；需求上，大众多元审美驱动风格革新；传播上，平台特性提出新的表达要求，这三者共同构成创新动因。视觉元素的数字化重构、意境传递的新媒体适配、文化价值的时代性拓展，是风格创新的核心维度。传统技法与新媒体技术的协同、创新评价体系的完善、支持环境的搭建，则是推动创新落地的重要保障。本研究旨在丰富水彩画艺术理论，为其在新媒体时代的可持续风格革新提供支撑。

**关键词：**新媒体；水彩画；风格创新；视觉元素；文化价值

水彩画凭借透明轻快的视觉特质与灵动的艺术表现力，在艺术领域占据独特地位。但随着新媒体技术发展，数字媒介与网络平台重塑了艺术传播与接收方式，传统水彩画以实体工具为基础、静态展示为核心的风格体系，逐渐难以适配大众碎片化的审美习惯、多元化的文化需求及跨平台的传播场景。当前学界相关研究多集中于数字艺术实践，针对水彩画风格创新理论探索较为薄弱，缺乏对动因、维度与路径的系统梳理，导致理论与实践需求脱节。因此，系统分析新媒体时代水彩画风格创新的核心逻辑，既能填补水彩画理论空白，也能为其在新媒体环境下的发展提供切实指导，具有重要的学术与现实意义。

## 第一章 新媒体语境下水彩画风格创新的动因解析

### （一）新媒体突破水彩画创作范式

传统水彩画创作高度依赖实体工具与物理媒介，画笔、颜料、纸张的材质特性直接决定画面效果，创作过程中修改与调整难度较高，且创作思路的呈现受限于实体媒介的物理属性。新媒体技术的介入打破了这一传统范式，数字绘画软件提供的分层创作、实时修改、效果预览等功能，让水彩画创作摆脱实体媒介束缚——

创作者无需担心颜料晕染过度、纸张吸水不均等问题，可通过数字工具自由调整色彩浓度、笔触质感，甚至能将不同风格的视觉元素无损耗融合，极大拓展创作的可能性边界。

同时，新媒体的交互特性改变了传统水彩画“单向输出”的创作逻辑<sup>[1]</sup>。传统水彩画创作多由创作者独立完成，创作过程与受众反馈相互隔离；而在新媒体语境下，创作者可通过网络平台实时获取受众对创作思路、视觉效果的意见，这种互动反馈机制逐渐融入创作过程，使创作不再是封闭的个人行为，而是具有开放性的动态过程。这种创作逻辑的转变，直接推动水彩画风格向更贴合受众需求的方向革新。

### （二）大众文化需求驱动水彩画风格革新

新媒体时代，大众审美需求呈现多元化、个性化、场景化特征。传统水彩画风格多以写实、抒情为主，视觉语言相对稳定，长期局限于美术馆、画册等传统展示场景，难以满足大众在碎片化阅读、个性化表达、跨场景欣赏等方面的需求。比如在社交媒体场景中，大众更倾向接受视觉冲击力强、主题鲜明、易于传播的艺术形式，传统水彩画细腻含蓄的风格在快速滑动的信息流中容易被忽略；在个性化表达场景中，大众渴望艺术作品能贴合自身情感体验与审美偏好，但传统水彩画风格的标准化、同质化难以实现这一需求。

这种审美需求的转变，对水彩画风格提出革新要求。为适应大众在新媒体环境下的文化消费习惯，水彩画必须突破传统风格局限，在视觉表达上增强辨识度，在主题呈现上贴近时代生活，在情感传递上契合大众心理。这种来自大众文化需求的外在驱动，成为水彩画风格创新的重要动力。

### （三）新媒体平台对水彩画风格表达提出新要求

新媒体平台具有传播速度快、覆盖范围广、表现形式多样的特点，不同平台的传播逻辑与内容规范，对水彩画的风格表达提出差异化要求。以短视频平台为例，其传播逻辑以“短平快”为核心，要求内容在短时间内抓住受众注意力，这就需要水彩画风格在视觉上具备强吸引力——无论是强化色彩对比，还是将主题元素符号化，都需适配短视频的传播节奏，避免因风格过于含蓄导致传播效果不佳<sup>[2]</sup>。

在数字艺术平台或虚拟展厅中，平台支持的3D展示、动态交互等功能，要求水彩画风格突破平面化的传统表达，融入动态元素或空间感设计，以适配平台的技术特性与受众的欣赏习惯。此外，新媒体平台的“社交属性”也会影响水彩画风格，具有话题性、共鸣感的风格更易引发受众分享与传播，比如贴近社会热点、传递积极价值观的风格，往往能在平台上形成传播热潮。

## 第二章 新媒体时代水彩画风格创新的核心维度

### （一）数字化重构水彩画视觉元素

新媒体时代的风格创新，首先体现在对色彩、笔触、构图的数字化重构。在色彩运用上，传统水彩画受限于颜料种类与纸张特性，色彩饱和度、层次感存在一定局限；而数字技术可通过调色软件生成无限种色彩组合，实现高饱和色彩效果，还能通过色彩叠加、渐变等功能，创造出具有透明感与层次感的“数字水彩色”，这种色彩表达既保留水彩画的通透特质，又融入新媒体的视觉张力。

在笔触设计上，传统水彩画的笔触依赖创作者的手部控制与画笔特性，笔触风格相对固定；数字化重构则通过自定义笔触工具，实现笔触的多样化与个性化——创作者可根据需求设计颗粒感笔触、流体笔触、肌理笔触等，甚至能将雨水、落叶轨迹等自然元素转化为独特的笔触效果，让笔触不再是单纯的绘画工具，而是成为传递情感与主题的重要视觉符号。

在构图方面，新媒体的“非线性传播”特性推动水彩画构图从传统的“完整构图”向“碎片化构图”“动态构图”转变。比如为适配社交媒体的竖屏展示，构图会更注重纵向空间的利用；为契合动态传播需求，构图可预留“动态延展空间”，为后续的动态化呈现奠定基础。

### （二）让水彩画意境传递适配新媒体

意境是水彩画的灵魂，是创作者情感与主题思想的集中体现，新媒体时代的风格创新，需要实现意境传递与新媒体环境的适配。传统水彩画的意境传递依赖受众的静态欣赏与深度解读，受众需在安静环境中，通过仔细观察画面细节、品

味色彩与笔触的搭配，才能体会其中意境；但在新媒体环境下，受众的欣赏行为多为碎片化、快速化，传统的意境传递方式难以适配这一特点，因此需要对意境传递方式进行革新。

一方面，意境传递应更注重“直观性”，通过强化视觉符号的象征意义，让受众快速捕捉意境核心。比如传递“宁静”意境时，传统水彩画可能通过淡雅的色彩、柔和的笔触间接表达；而适配新媒体的风格会融入“极简线条”“留白空间”“低饱和度色块”等强符号化元素，让受众在短时间内直观感受到宁静氛围。

另一方面，意境传递应更注重“互动性”，借助新媒体的交互技术，让受众参与到意境的构建中<sup>[3]</sup>。比如通过点击画面触发色彩变化、动态效果，使受众在互动过程中逐渐体会意境的层次。这种互动式的意境传递，不仅增强受众的参与感，还能让意境表达更具深度与趣味性。

### （三）拓展水彩画文化价值的时代性

水彩画的文化价值不仅体现在艺术审美层面，更体现在对时代文化、社会生活的反映与传承，新媒体时代的风格创新，需要推动水彩画文化价值的时代性拓展。传统水彩画的文化价值多聚焦于对自然风景、人文景观的写实描绘，传递经典的文化理念与审美情趣；而在新媒体时代，水彩画的文化价值需更贴近当代社会的文化语境，反映当下的社会现象、大众情感与文化思潮。

比如在文化主题上，可将“环保理念”“城市变迁”“非遗文化传承”等当代议题融入水彩画风格，通过视觉元素的设计传递时代文化价值观——以“环保”为主题的风格，可通过“褪色的自然元素”与“鲜活的环保符号”对比，引发受众对环境保护的思考；以“非遗传承”为主题的风格，可将刺绣、剪纸的图案等非遗技艺转化为水彩画的视觉元素，实现传统非遗文化与水彩画艺术的融合。

在文化传播层面，新媒体的“跨文化传播”特性推动水彩画文化价值向“国际化”拓展，通过融入不同国家的文化图腾、共同的自然元素等跨文化视觉符号，使水彩画风格既能体现本土文化特色，又能被国际受众理解与认同，成为跨文化交流的重要载体。

### 第三章 新媒体时代水彩画风格创新的实现路径

#### （一）协同应用传统水彩与新媒体技术

传统水彩艺术与新媒体技术的深度融合，需要在创作理念、技术方法和人才培养三个层面实现系统化协同。在创作理念上，要坚持“数字为用、水彩为体”的原则，将数字技术定位为拓展水彩表现力的工具，而非替代传统艺术本质的手段。

在技术方法上，可探索“传统基底+数字延展”的创新模式：艺术家先通过纸质水彩创作捕捉材料的自然渗化效果和笔触的随机性，再利用高精度扫描和数字处理技术进行色彩强化、层次叠加和动态转化。比如艺术家创作水彩风景画时，可先手绘完成基础景色，再通过 Procreate 等数字软件添加飘落的樱花、流动的云雾等动态元素，让作品在保持水彩特质的同时获得新媒体表现力<sup>[4]</sup>。也可采用“数字模拟+手绘修正”的逆向路径，先通过算法生成水彩肌理基础，再通过手绘添加个性化的艺术痕迹。这种双向互动既保留水彩的材料特性，又拓展其表现维度。

在人才培养方面，需要构建“传统技法训练+数字素养培育”的双轨教学体系，通过设立跨媒介工作室、开展技术艺术合作项目等方式，培养能够自由驾驭两种创作语汇的复合型人才。

#### （二）完善新媒体水彩画风格评价体系

构建科学的新媒体水彩画评价体系，需要建立多维度、立体化的评估框架。在艺术价值维度，除传统技法评价外，应着重考察数字技术对水彩艺术本体的深化程度。比如评审结合动态投影的水彩作品时，除评估传统水彩技法的运用水平，更需关注数字动态效果是否强化水彩的“水韵”特质——像通过算法模拟的水渍扩散效果是否自然，数字叠加的透明层是否保持水彩的通透感等。

在技术创新维度，可设立“技术适配度”指标，评估技术运用与艺术表达的契合程度。比如某作品将水彩与 VR 技术结合，观众佩戴设备后可“走入”画中感受水墨晕染的过程，若这种创新能与作品意境完美融合，就应在评分中予以体现。

在社会影响维度，可引入大数据分析方法，通过监测作品在社交平台的传播路径、受众互动热力图等数据，量化评估其文化影响力。建议建立由专业策展人、数字艺术评论家、新媒体平台运营者组成的多元评审团队，并开发专门的评分系统，对各项指标进行加权计算，确保评价结果既专业又客观。

### （三）搭建水彩画风格创新的新媒体支持环境

构建完善的新媒体支持环境，需要形成技术、平台、教育三位一体的支撑体系。在技术研发层面，除基础工具开发外，更需注重前沿技术的融合应用。比如可研发基于人工智能的水彩创作辅助系统，该系统能学习艺术家的个人风格，在创作者进行数字水彩创作时智能推荐色彩组合、笔触效果，甚至能根据草图自动生成多种构图方案<sup>[5]</sup>。

在平台建设方面，应打造集创作、展示、交易、交流于一体的生态系统。比如“水墨数字实验室”平台，不仅提供4K级水彩素材库和专业创作工具，还设有虚拟展览厅，支持艺术家举办线上个展，并通过区块链技术为数字作品提供版权认证和溯源服务。

在教育体系方面，建议推行“校企合作”模式，比如中央美术学院与华为合作开设“数字水墨创新实验室”，共同研发新型数位板压感技术，让学生能通过调节笔压精确模拟水彩颜料的浓淡变化。同时，应建立新媒体水彩创作标准规范，制定数字水彩作品的分级分类标准，为行业发展提供规范指引。

本文围绕新媒体时代水彩画风格创新展开研究，通过递进式分析明确：技术突破、需求驱动、平台要求是风格创新的核心动因，决定革新的必然性；视觉重构、意境适配、文化拓展是创新的关键维度，指明审美表达的革新方向；技术协同、评价完善、环境搭建是实现路径，为理论落地提供可行方案。需要注意的是，本研究未针对短视频平台、虚拟展厅等不同新媒体场景的风格创新差异展开细分分析，这是后续可深化的方向。未来，随着新媒体技术与文化环境的演变，水彩画风格创新需在传承其透明灵动本质的基础上，持续加强理论与实践结合，推动这一传统艺术形式在新时代实现更高质量发展。

### 参考文献

- [1] 上官小雨 .AI 技术驱动下的新媒体艺术专业教育教学模式创新研究 [J]. 中国包装 ,2025,45(09): 142-144.
- [2] 邢媛 . 水彩画的肌理技法表达及其在作品创作中的应用 [J]. 艺术大观 ,2025,(24): 4-6.
- [3] 楚小庆 . 傅抱石绘画美学风格创新的价值内涵 [J]. 山东师范大学学报 ( 社会科学版 ),2025,70(03): 78-92.
- [4] 谭心湄 . 纸质海报设计中的视觉元素及其对观众体验的影响研究 [J]. 造纸信息 ,2025,(08): 88-89.
- [5] 宋建华 . 在水彩教学中开展应用性教育的特征与价值探究 [J]. 产业与科技论坛 ,2014,13(21): 170-171.

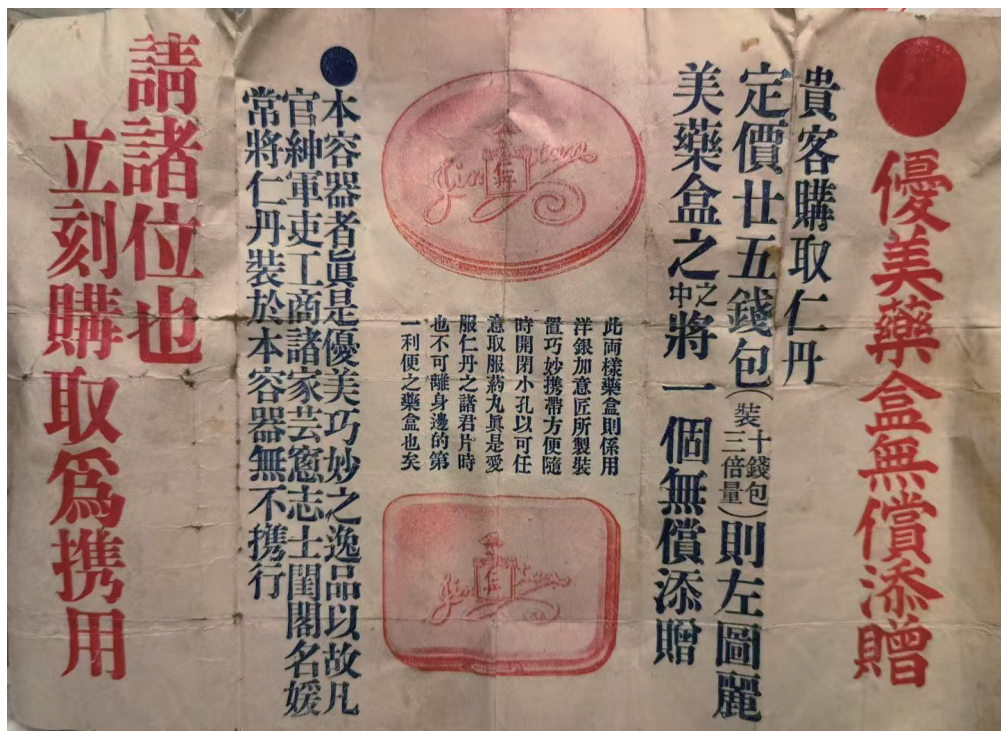


广告博物馆专题

## 我国近代赠品广告与礼品广告探析

朱天越 刘强（宁波财经学院）

我国近代出现的赠品广告和礼品广告面广量大，是伴随着西方工业品输入以及市场推广而传入的现代营销方式。然而，这一现象在中国广告史研究中几乎从未提及，不能不说是一种遗憾。赠品广告与礼品广告最初主要是西方洋行引入并使用的，其本质是一种与消费者沟通及其产品体验方式，通过赠品和礼品这一实物性媒介，消费者能够真切地感知产品和企业品牌的特点。清末民初开始大量出现的月份牌广告实际上就是赠品广告，以免费的方式向广大民众赠送带有产品广告或企业品牌的月份牌，触达潜在的目标消费人群，达成产品促销和品牌塑造的目的。赠品广告主要有两种，一种是像月份牌、书签等作为纸媒广告传播形式的赠品，一种是产品形式可以作为实物使用的赠品，如煤油灯、烟灰缸、镜子等具有实际使用功能的赠品，这类赠品上带有产品信息或品牌标识，可以看作是实物性的广告。这种从未出现过的赠品广告和礼品广告形式，在中国市场一经出现，迅速收到了良好的效果。一时间，月份牌广告在中国市场攻城略地，遍布城市乡村，进入千家万户，成为中国近代史上一种独特的文化景观，并对中国后来的广告形态产生了深刻的影响。除此以外，还有一些样品或试用品实物赠品广告。20世纪初，美国石油大亨约翰·D·洛克菲勒（John D. Rockefeller）为扩大煤油市场，曾向中国农村免费赠送煤油灯，引导消费者尝试使用中国市场从未出现过的煤油，以推动煤油市场消费，收到了不错的营销效果。赠品广告与礼品广告这一营销方式的出现，与西方近代兴起的工业化革命及其现代营销方式的崛起有着密不可分的关系，其目的是为了快速地开拓市场，强化与消费者沟通，增强产品的市场竞争力。随着西方工业革命在全球的迅猛发展，大规模的工业化生产带来了商品的极大丰富乃至商品过剩，因此需要更广阔的市场、更有效的创新营销方式来推销产品，赠品广告与礼品广告便应运而生了，由此引发了全球性的营销革命。因此，赠品广告和礼品广告成为了现代营销体系中重要的有机组成部分，在清末民初进入中国后，有力地推动了现代营销观念的变革和现代工业品的市场拓展，及时地呼应了工业化革命后生产体系的革命性发展，对促进中国近代商业社会的进步发挥了重要作用。



仁丹贈品廣告

### 近代贈品廣告與禮品廣告特點

鴉片戰爭後，隨著西方列強用炮艦打開中國大門，西方的工業化商品開始大量湧入中國市場。當時西方輸入的商品主要是由洋行經銷的。作為西方已經成熟的營銷模式，贈品廣告和禮品廣告迅速在中國市場風靡開來。但由於中國本土市場對西方工業化產品很陌生，民眾對西方消費品的消費需求沒有被激發起來，迫切需要全新的營銷方式來開啟民眾的心智。對於閉關鎖國已久的中國社會來說，西方的很多工業化商品都是“西洋鏡”般的存在，如香煙、西藥、火柴、煤油、肥皂、奶粉、化妝品等，中國民眾是完全陌生的。這些商品都被冠以“洋貨”之稱，諸如洋油、洋布、洋煙、洋火、洋釘等等，中國從未沒有接觸過這些商品，更沒有使用經驗和消費習慣。中國市場對於這些西方舶來品，民眾猶如劉姥姥走進大觀園，令人眼花繚亂，目不暇接。如何讓中國消費者能夠迅速接受這些西洋商品，

成为西方洋行开发中国市场的头等大事。为了刺激中国市场的消费，西方洋行引入了赠品广告和礼品广告这一促销工具，并迅速打开了中国市场。

中国近代出现的赠品广告与礼品广告，是既有联系又有区别的两个概念。其区别主要在于二者有不同的使用场景、产品品类和目标市场。赠品广告附着于赠品上的广告和品牌信息，容量有限，通常只包含简单的产品信息、品牌名称或标识，主要应用于快消品的促销，以及快速推广消费品，如香烟、饮料、化妆品等日常消费品，通过大量投放低成本赠品广告，如带有产品和品牌信息的年历、书签、日用品等，快速覆盖潜在的目标市场，以扩大产品曝光，刺激消费。赠品广告强调“低成本、高覆盖”，单件成本低，但须分发量大、覆盖范围广、触达率高，且赠品广告与促销产品的品类有深度关联，以确保受众能够建立清晰的产品和品牌印象，从而诱发消费动机，达成消费行为。比如，近代的香烟的赠品广告多用烟灰缸或火柴，啤酒的赠品广告多用开酒器或啤酒杯，煤油的赠品广告多用煤油灯，饮料的赠品广告多用饮水杯等。此外，近代常见的赠品广告还有广告扇、广告茶具等。



镜子赠品广告

礼品广告则主要应用于维护客户关系的商务场景，主要面向经销商、高端客户和合作伙伴，带有企业公共关系传播的性质，通常以赠送价值较高的礼品，注重个性化、高端定制和高级感，用以维护客户或合作伙伴的忠诚度，展示企业实力，提升品牌影响力，通常单件成本高，制作周期长，发送范围较窄。我国近代出现的礼品广告主要有钟表、高档酒具、镜子、贵金属纪念章、纪念册等。



老刀牌香烟礼品广告



民国时期大前门香烟闹钟礼品广告

### 赠品广告与礼品广告出现的历史语境

近代出现的赠品广告与礼品广告，与当时中国经济发展与消费形态密切相关。中国近代社会在遭遇了两次鸦片战争侵略后，被迫打开国门，经历了从农业文明向工业文明的痛苦转型。社会生产与消费体系，也从传统的小农经济的消费形态

向工业化时代的消费形态的转变。许多西方的商品与消费方式，是中国从来没有出现过的，更没有稳定的消费群体，如电器、汽车、香烟、火柴、煤油、洋布等。对于西方企业来说，要打开中国市场，首先要培养稳定的消费人群。而让潜在的消费者触达能够和体验西方的商品，最有效的推广形式，无疑是通过赠品广告和礼品广告这一直观的看得见、摸得着的方式，来体验和感受来自西方的洋货。当稳定的消费人群形成后，这些品类的消费方式，在很大程度上影响和改变了中国消费者的生活方式和消费观念。如 1930 年代，阴丹士林洋布曾在上海滩掀起了时尚风暴，引发了众多电影明星竞相追逐。这一独特的历史语境决定了早期的赠品广告和礼品广告，在很大程度上带有生活方式和消费观念催化剂的特征。



1948 年著名药商唐拾义地图赠品广告

赠品广告和礼品广告都是实物性广告，与其他广告形式一样，所有广告都具有媒体的特质和传播属性，都能够深刻地影响到人们的消费观念与生活方式。但

是,与普通的广告又有所不同,赠品广告和实物广告有实物属性。按照中国人“眼见为实、耳听为虚”的观念,它更能引发消费者的体验感和代入感,并以利益诉求赢得消费者青睐。消费心理学认为,人们对于全新商品的接受,往往是从尝试性使用开始的,而赠品广告和礼品广告正是为消费者提供了尝试性使用和消费的契机。这是赠品广告与礼品广告在清末民初能够大行其道的深层动因。从中国近代早期出现频率较高的赠品广告和礼品广告来看,这些广告的广泛传播,不仅改变了民众的消费观念和消费行为,也改变了人们的生活方式和消费形态。比如,中国本来是没有香烟、火柴、洋布、煤油和西药等商品。也就是说,中国民众没有这些品类产品的消费习惯和消费行为。当时民众的普遍文化水平和收入都不高,



美孚行贈品画册广告

而且缺乏现代大众传媒的信息接受渠道。西方的洋行只能选择用月份牌这一免费的赠品广告形式来传播商品信息。这也正是中国近代月份牌得以大量涌现,并经久不衰的原因。可以说,赠品广告与礼品广告是我国近代广告的主要表现形式,在中国近代广告史中具有特殊的地位,开启了中国近代广告与营销转型的先河,应当从商业史、媒介史和社会发展史等多维视角,来全方位地考察中国近代赠品广告与礼品广告的意义和价值。

赠品广告和礼品广告作为近代西方输入的广告传播

与营销方式，其实还暗含了独特的西方文化传播理念与方式，即以利益为诉求为核心的传播策略，往往能收到事半功倍之效。近代中国积贫积弱，民生凋敝，民众普遍挣扎在贫困之中，且大多数人不识字，更接触不到大众传媒，民众难以触达到广告信息，以赠品广告和礼品广告等实物传播形式，对贫困的中国老百姓来说，有难以抗拒的诱惑力，更能唤起潜在的消费动机。近代西方宗教在中国传播时，也采用了诱之以利的传播方式，即通过发放面包、牛奶、药品等来吸引信众，最终发展了大批的“稻米信众”（Rice Christian）。这与赠品广告和礼品广告的传播策略有异曲同工之妙，也切合了当时中国民众的实际需求。



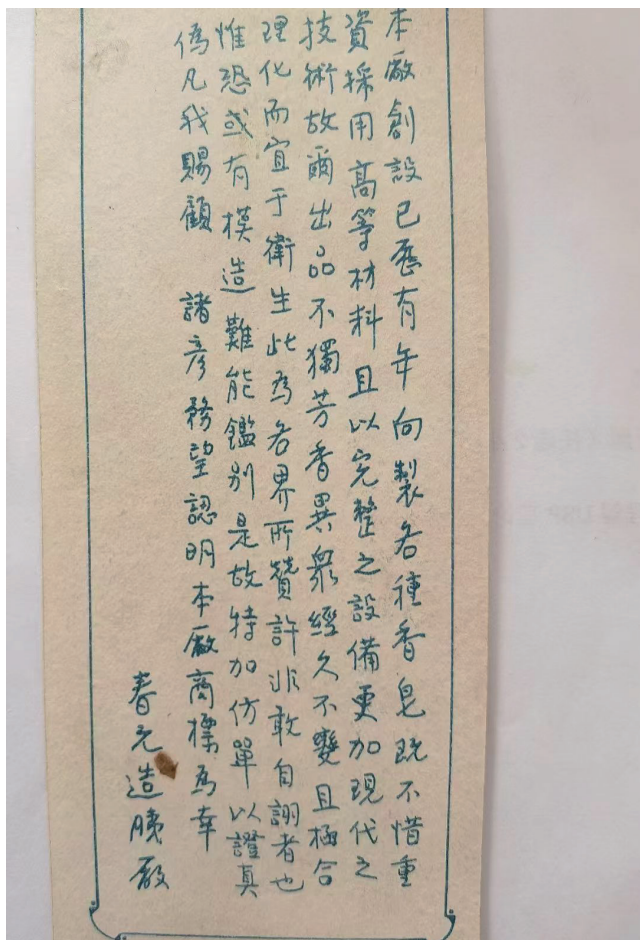
瓷盘礼品广告

## 近代礼品广告形成的文化机理

中国近代礼品广告在营销过程中是广泛存在的一种形式，且深入人心，效果颇佳，深得品牌商的青睐。究其原因，一方面，与西方现代工业品和营销方式的输入有很大关系，礼品广告是一种更加贴近消费者的有人情温度的营销方式，切合了中国人情社会的国情，当时甚至有西方洋行要求在中国做人类学田野调查，以深入了解中国市场的特点；一方面，与中国传统的礼文化土壤的特点也密不可分。礼尚往来的观念造就了中国独特的礼文化及其商业文化。这是礼品广告能够在中国大行其道、经久不衰的深层动因。有学者认为，中国的礼品广告始于《礼记·曲礼上》，而各地的“贡品”则是礼文化在商业行为中的表征。这种礼文化传统在中国近代礼品广告中也得到了彰显和传承，并形成了一以贯之的文脉传承与历史惯性。1997年，中国出现的“脑白金”广告，以“近年过年不送礼，送礼就送脑白金”广告口号风靡一时，号称是新中国第一个以“礼品”作为诉求策略的广告，在全国市场畅销不衰，连续十六年成为保健品中单品销量冠军。“脑白金”的成功与中国礼品广告的文化传统有着



密不可分的关系，也可以说是近代中国礼品广告传统的延续。

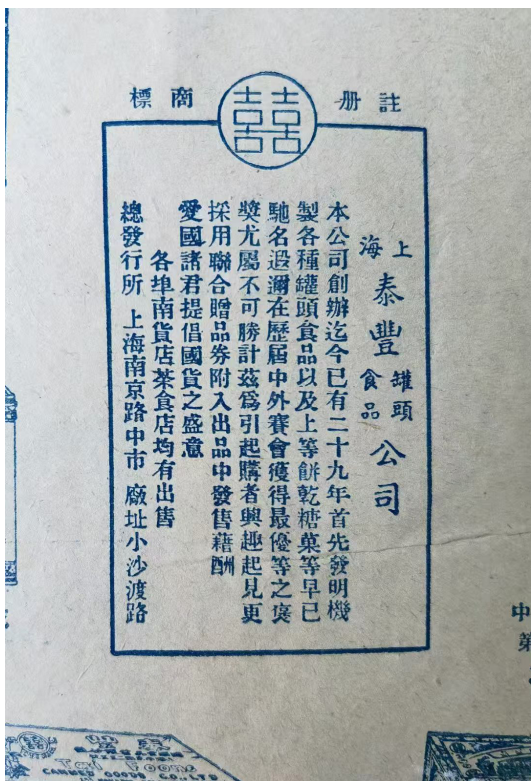


化妆品香卡广告

礼品广告本质上是基于品牌商与消费者进行深度互动的一种传播互动方式。中国近代礼品广告的出现与发展，一方面，从文化传统来看，受到了中国传统“礼”文化的影响，并把这一古老的文化理念融入到了近代商业活动之中。王玉庭在《“申报”广告对近代上海物质消费文化的建构》的论文中指出：“《申报》的医药、戏院、香烟、化妆品、礼品广告通过一系列消费话语和生动画面建构了健康、休闲、享乐、爱美、送礼的消费文化，并将其深深印在上海市民的心中，指导其消费行为。”可

见，礼品广告这一形态，对近代中国广告传播与消费形态产生了深刻的影响。

礼品广告之所以在近代中国广告发展中能够脱颖而出，还需要从其文化机理的视角进行阐释。陈晓彦等在《广告说服过程中的社会影响：基于假定影响模式的新发现》一文中认为，礼品广告是一种独特的说服过程，礼品广告说服过程不但包括针对消费者本人态度的说服，还包括社会影响因素——假定影响，二者对购买意向产生正向影响作用。因此，礼在中国消费者意识中是一种基于传统文化价值的认知框架，能够更有效地影响消费者的心智，形成人——商品的深度关联与共情。方姝等则认为，礼品广告诉求的核心是“情”，亲情、师生情、友情的情谊都能够在“礼”这一诉求中得到充分表现，礼的背后是中国人际互动中的文化情结。因此，中国近代的礼品广告较之西方的广告传播形态，因植根于不同的文化土壤，所以有着本质的区别。



民国时期赠品券广告



## 人工智能背景下本科广告人才就业竞争力 培养路径探析<sup>①</sup>

胡雪瑾

---

胡雪瑾（1978.7-）宁波财经学院广告传媒系系主任，副教授，硕导，浙江大学传媒技术专业硕士，主要研究领域品牌传播，网络受众，视觉传播。

---

---

<sup>①</sup> 课题信息：浙江省高等教育“十四五”教学改革项目“新文科背景下广告人才应用能力的培养路径研究与实践”（项目编号：jg20220634）阶段性成果之一。

**摘要：**随着人工智能技术的迅猛发展，广告业正经历着前所未有的变革，对广告人才的能力要求也发生了巨大变化。本文聚焦于探讨人工智能技术影响下高校广告人才的就业竞争力培养，通过实证研究，分析了人工智能技术在广告领域的应用现况，以及如何重构广告人才的岗位就业竞争力。本文深入剖析了广告创意策划能力的构成要素，提出通过校企协同育人生态圈拓展广告人才就业核心竞争力的培养路径，培养学生适配人工智能技术的深度创意策划能力，构建基于知识综合应用能力、AI 创意工具使用能力、经验迁移能力以及内容创作能力。的高质量校企协同育人生态是培养广告人才深度创意策划能力的关键。

**关键词：**人工智能；广告策划创意；就业竞争力；路径

## 引言

近年来，我国高校毕业生人数不断攀升，2023 年高校毕业生总数高达 1158 万人，2024 年同比增加 21 万人，2025 届预计将突破 1220 万人，就业压力的持续增加，为学生的就业竞争力培养提出了更高要求。目前的就业环境呈现出两个鲜明的特征：一方面，众多应届毕业生步入职场，涌现出大量的劳动力新生资源，给就业市场带来了巨大的消化压力；另一方面，企业又招不到需要的人才，在岗位应聘中面临着就业率低和岗位适配性不足的窘境。这种冰火两重天的就业困境，显示出人才供需的结构性失衡，而高校毕业生的就业竞争力是破解结构性问题的一张王牌。它即直接反映了学校的办学实力和水平，也体现了求职者与岗位的适配性、灵活性和可塑性。我们从三个维度对学生的就业竞争进行概括，即：基本竞争力、专业能力和受社会家庭等多方面因素影响的环境竞争力。这些因素共同构成了毕业生在就业市场上的综合就业竞争力。

人工智能（AI）技术的飞速发展裹挟着广告行业的不断变革，给广告人才的就业带来了巨大挑战。广告业态的持续演进，加剧了技术、艺术与人文素养相融合的人才需求态势，而 AI 技术的持续发展，更强调了在 AI 应用能力方面对人才的要求。广告行业正逐渐摆脱单一的技术驱动模式，转向对复合型人才的需求，

不仅需要学生具备深厚的理论基础，更需要拥有丰富的创造思维和跨学科知识背景。因此，突破传统的文科人才培养模式，构建一个融合技术、艺术和人文素养的新文科人才培养体系，推动校企合作，实施高质量校企协同育人模式，成为推动本科应用型人才高质量发展、增强学生就业竞争力的关键举措，也是引领传统广告创意策划人才向新文科人才培养模式转型的必然选择。

## 一、AI 时代广告业的变革浪潮：挑战与机遇并存

当下，互联网技术的飞速发展对传统广告模式构成了前所未有的冲击。互联网的普及使得广告的传播变得更加迅速且精准，而随着移动互联网的兴起，广告的传播方式也经历了深刻的变革，人工智能（AI）技术颠覆了传统广告范式下的内容生产、内容传播和发布媒介等诸多方面，生成式 AI 以其卓越的创造能力、推理能力和交互能力，为营销领域注入了新的活力，不断催生着创新的营销模式与场景。“数字营销”、“生成式营销”共同塑造了一种颠覆传统广告营销范式的新方法、新工具、新生态以及全新的知识体系。

借助人工智能技术，广告的投放变得更加精准，能够直达目标受众，显著提升广告投放的效果。同时，AI 还能深入分析用户的兴趣和需求，为企业在市场调研方面提供更为精准的数据支持，助力企业制定更为有效的广告策略。在广告创意策划领域，应用型人才的就业竞争力与其所在行业的发展水平和就业环境紧密相连。在这一时代背景下，如何培养具备前瞻视野和创新思维的应用型人才，成为广告行业面临的重要课题。

在过去的十年间，我国经济科技的飞速进步，将互联网和科技创新领域推向了全球前沿。作为数字经济发展的重要引擎之一，人工智能（AI）正深刻地重塑着我国的社会结构、商业生态以及职场文化。自人工智能问世以来，其理论和技术不断成熟，应用范围也在持续拓宽。特别是以 ChatGPT 等为代表的生成式人工智能技术迅猛发展，有望继蒸汽、电力、信息技术之后，引领一场生产力飞跃的科技革命。人工智能模型主要分为“分析式人工智能”（Analytical AI）和“生成式人工智能”（Generative AI）。其中，生成式人工智能被视为第四次工业革命——

工业 4.0<sup>①</sup>——的核心技术。工业 4.0 是工业发展的新阶段，它以信息化技术为推动力，推动产业实现数字化、网络化和智能化，而 AI 在这一进程中扮演着至关重要的角色。

生成式 AI 的核心在于“创造”，它通过学习数据中的元素，能够生成全新的、原创的内容或产品。这不仅包括传统 AI 的分析、判断、决策等功能，更拓展到了传统 AI 所不能及的创造性功能。生成式人工智能正逐渐成为第四次工业革命的核心动力。工业 4.0 的变革，正是借助智能技术，推动产业的数字化、网络化和智能化。在广告行业中，人工智能技术的运用体现在对用户行为、兴趣偏好等数据的分析，模仿人类创意思维，快速生成多元化的广告创意。同时，AI 还能通过收集和分析广告展示、点击、转化等数据，迅速识别广告投放中的问题，并提出优化建议。借助自动化平台，广告主可依据既定目标和预算，自动选择投放渠道、时间和方式，大幅提升广告投放的效率和成效。人工智能在广告行业的应用日益广泛，其作用不可小觑。

在此背景下，广告创意策划应用型人才的就业竞争力与广告行业的发展水平和就业环境紧密相连。因此，如何培养适应这一发展趋势的人才，成为当前广告行业和教育领域共同关注的焦点。

## 二、广告行业就业环境的蝶变

在市场经济蓬勃发展和数字化浪潮席卷而来的今天，广告策划与创意人才的就业环境正经历一场前所未有的蜕变，焕发出新的生机。这种变革不仅拓宽了就业领域，更推动了工作模式的革新和职业道路的多元化。尤其是在工业 4.0 的时代背景下，生成式营销对广告策划与创意人才的能力要求也在悄无声息地发生变化。

生成式广告营销，这一新兴的市场营销模式，依托前沿的生成式 AI 技术，赋能营销工具，全面提升营销生产力，重塑营销组织的生产关系，从而催生了全新的市场营销产业运行模式。在这一模式中，AI 能力成为核心驱动力。具备驾驭 AI

---

<sup>①</sup> 工业 4.0 (Industry 4.0) 是基于工业发展的不同阶段作出的划分，工业 4.0 则是利用信息化技术促进产业变革的时代，也就是智能化时代。

能力的新型广告人才，其创意策划能力能否适应新型营销场景，成为了衡量其胜任力的重要标准。AI 能力的内涵丰富，涵盖了基于 GenAI 的创造、推理、互动能力，以及 AI 工具的应用、AI 产品和解决方案的设计等。同时，适应生成式营销的广告创意策划者，还需精通广告投放、社交媒体营销、电商 / 直播运营、客户运营、产品创新的全过程，具备营销洞察力、内容生产、媒介传播和营销决策等多方面的生产力。

传统的广告策划与创意人才，多集中于广告公司、媒体机构及大型企业的市场部门。然而，随着互联网的普及和社交媒体的崛起，数字营销、内容创作、用户体验设计等新兴领域，也为广告策划与创意人才提供了更广阔的舞台。这些领域对从业者的要求更高，不仅需要创新思维和策划能力，还需掌握数字技术和市场趋势，以迎合消费者日益个性化和多样化的需求。在这一变革中，工作方式的革新和职业道路的多元化，使得他们在面对种种就业挑战和机遇时，必须具备更强的竞争力，才能在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现个人职业价值。

### 三、广告策划创意人才就业竞争力要素

随着人工智能技术对广告产业的深刻影响，业态变革在所难免，这必然导致人才的核心能力和职业素质培养随之调整。行业、就业、学业三者之间的互动，构成了学生就业竞争力培养的闭环。我们必须精准把握就业竞争力的核心要素，从而提升学生的就业能力和岗位适应性。当前，传统广告形式和业态正在逐渐被淘汰，传统的广告创意思维模式难以与消费者和商品建立起有效的联系，这要求我们在应用型人才培养中，构建全新的广告策划创意能力结构。这不仅是对人才就业竞争力的重塑，也是对广告创意策划能力要素和岗位能力的重塑。

AI 的广泛应用，无疑激发了营销生产力的全面飞跃——洞察力、内容创造力和媒介生产力的全面提升。同时，它也重塑了营销的生产关系，包括企业与客户、员工、组织与生态系统之间的关系。分析式 AI 主要通过分析现有数据来进行判断、预测，电商产品推荐系统便是分析式 AI 营销的典型应用场景。生成式 AI，以 OpenAI 的 ChatGPT 为代表，凭借其强大的内容生成能力，吸引了全球的目光。

生成式 AI 的核心能力在于“创造”，它通过从数据中学习要素，生成原创的内容或产品。生成式 AI 具备创造、推理和互动三项核心能力。尤其是基于互动能力的多模态、跨媒介输入输出，融合创造和推理能力，使得生成式 AI 能够实现与人类高质量交流的综合能力。

生成式 AI 的出现，无疑将在一定程度上替代或改变传统的创意过程，并对传统创意能力的构成进行迭代。广告策划与创意的过程，涉及目标与受众定位、创意与卖点产生、情感共鸣与品牌塑造、信息传达的简洁清晰、数据分析与效果评估、适应性与创新性体现等多个环节，综合了营销过程中的产品要素和市场要素。传统的广告策划与创意能力结构，包括创造能力、推理能力、策略传播能力和创意表现能力等，这些能力与生成式 AI 的能力高度契合。然而，这是否意味着人与 AI 之间存在着必然的淘汰关系呢？从实证研究来看，尽管 AI 在创造和数据演化能力上令人惊叹，但人类的高经验值、高创造性和高知识迁移能力，短期内仍将是 AI 难以超越的核心能力。

在人们的品牌决策中，会存在算法厌恶（Algorithm Aversion）<sup>①</sup> 的现象。这种现象在生成式人工智能（Generative AI）广告的应用中产生了显著影响。算法厌恶可能导致用户对生成式 AI 生成的广告持怀疑态度。由于算法厌恶，用户可能更倾向于信任人类制作的内容，而不是由算法生成的内容。据一项研究显示，“100%AI”参与和“AI 与人类协作”参与的品牌形象提升度数据表明，100%AI 或者强调 AI 与人类的共创，都会带来更加积极的效果。有人认为：消费者希望人和机器能够协作，也有理论认为：纯粹的 AI 才更有特点。不管最终那种结果更占上风，人与 AI 能力的融合、协作已成为构建策划创意能力的必然，也必是构建广告策划创意人才就业竞争力的关键。从笔者开展的针对宁波、杭州、上海三地的广告企业调研情况可以看出，有 56% 的企业员工认为 AI 是大势所趋，特别是高级员工认为 AI 对创意过程效率提升和辅助作用显著，对员工具有 AI 能力和增加 AI 培训持有高度的热情。但是，AI 的创意能力相比于特殊的文化环境和复杂的创意需求还显

---

① 算法厌恶是指，人们在面对算法决策时，倾向于选择人类决策者而非算法决策者的现象。

得适应性不足。调研显示，人们对于 AI 生成的画面变形和创意可靠性方面还存在不满，另据一项调研显示，在人工智能文案能力等同工作年限评估中，人工智能的文案创作能力等同人类经验年限为 2.47 年，与人类存在 1.36 年的差距（李育辉，庞菊爱，谭北平（2023））。

审视当下广告从业者的趋势变化，我们不难发现，深度的创意思维与卓越的创造能力已成为广告创意策划人才的核心竞争力，更是他们在职场中对抗人工智能、占据一席之地的关键就业能力。面对日益多元、个性化、情感化的创意需求，广告策划创意人才的价值体现在其对知识的综合运用、经验的迁移、以及适应环境的能力上。培养广告策划创意人才的就业能力，应着重其深度创意策划能力的体系构建，这一体系的核心包括：知识的综合应用能力、AI 创意工具的运用技能、经验的迁移以及内容的演化。

首先，知识的综合应用能力是广告策划创意人才的基本素养。他们需要掌握广告学、市场学、心理学等多领域知识，并将其灵活应用于实践。同时，随着人工智能技术的不断进步，他们还应掌握机器学习、大数据分析等前沿技术，以更好地将 AI 技术融入广告策划之中。

其次，AI 创意工具的使用能力是广告策划创意人才的必备技能。学生应熟练运用智能文案生成器、广告效果预测模型等 AI 工具，以提升工作效率和创意质量。此外，他们还需持续关注 AI 技术的最新动态，以便及时学习并掌握新的创意工具。

再者，经验迁移能力是广告策划创意人才不可或缺的能力之一。广告从业者应善于从以往的成功案例中吸取经验，并将其应用到新的广告策划项目中，以迅速找到解决问题的方法，提高策划的成功率。

最后，内容演化能力是广告策划创意人才应对市场变化的关键能力。在消费市场快速变化的环境中，他们需敏锐捕捉消费者的需求与喜好变化，及时调整广告内容策略。同时，从业者还需关注社会热点和趋势，将这些元素巧妙融入广告内容，提升广告吸引力和传播力。

总之，在人工智能技术影响下的广告人才就业能力的培养，应注重深度创意策划能力的构建。通过全面提升学生的知识综合应用能力、AI 创意工具使用能力、

经验迁移能力以及内容演化能力，以适应广告市场变化和技术进步，从而才可在激烈的职场竞争中脱颖而出。

#### 四、广告策划创意人才就业竞争力提升路径

高校与企业进行深度合作，构建产教融合的育人生态圈，已成为在技术浪潮与复杂多变的市场环境中提升应用型人才质量的关键途径。自 1906 年赫尔曼·施耐德首次提出校企合作的理念以来，这一模式已逐渐成为社会关注的焦点，涉及学校与企业多层面、多形式的产学研合作开展。实践中，双方的规模、社会属性及其社会影响，共同决定了校企合作的类型与深度。

以高校为主体，在地方政府支持下，围绕地方产业经济发展，与地方工业园区进行战略合作的深入实践是产教融合生态圈的构建基础。政校企协同培养系统中育人目标与指向更为明确，社会和用人单位不仅孕育了技术应用与行业发展的市场环境，也敏锐地指出了人才需求的风向。搭建政校企三元融合的人才培养体系，构建校企协同育人生态圈，在课程建设、资源建设、制度建设、实践基地建设等方面实现深度融合，以推动育人协同的高质量发展。

应用型高校应结合自身区位优势和地方产业特色，拓宽校企协同路径，增强适应性。在政企资源对接、合作机制、课程体系构建、师资建设等方面，充分考虑深度广告创意策划能力培养的课程方案。通过课程改革、产教融合课程开展、实践教学基地建设等，拓展能力培养路径，打通教学资源、企业资源、效果评价之间的校企壁垒，从单一成果输出转向校企共赢的项目成果输出，满足就业能力训练的需要。

以笔者所在广告学专业为例，我们从课程体系结构优化入手，逐步解构陈旧的知识体系，夯实人文素养和理论素养培养的课程体系，重构以厚理论、强技能、重实践为核心的校企协同育人实践体系，将 AI 技术融入产教融合课程教学。改变传统的授课模式和项目流程，AI 技术赋能下的任务完成效率从四人小组的一周协作模式，转变为两人三天完成的周期模式，项目成果的企业采用率达到 50%，有些甚至达到 100%。在人才培养过程中，我们秉持“人文化成”、“价值共创”、“技

术引领”的理念，培养适应新时代需求的广告策划创意人才。

## 结论

AI 解放了策划创意过程中的重复性工作，可以很好替代策划创意的基础性工作，提高创意产出效率，为企业降本增效提供了巨大的发展动力，同时也为超级个体员工的打造创造了可能。所以，未来的广告策划创意人才培养，应该朝着超级员工的方向努力，岗位就业核心能力培养应该朝着良好的深度策划创意能力方向努力。创意策划人才能够通过知识综合应用能力、AI 创意工具使用能力、经验迁移能力以及内容演化能力满足新型生产关系变革中相关岗位需求，在未来的职场中实现生产力的文明级跨越。基于人工智能技术应用的市场环境构建校企协同育人生态圈，以人文化成、价值共创、技术赋能为核心理念开展深度的校企合作，是实现人才就业竞争力提升的有效举措。但是，同时我们也会审视到，AI 技术应用的风险，在培养学生的深度创意策划能力的过程中，AI 技术的介入深度和应用领域都需要谨慎，需要课程设计者和老师的理性思考，明确 AI 技术使用边界，避免学生的 AI 依赖，保持学生思维训练的主体性和批判性，避免创意同质化。总之，思维和创意的训练重点，将从知识记忆转向提问能力、批判性思维、审美判断和伦理思考，这些才是人类始终超越 AI 的核心竞争力，也是培养学生就业能力的过程中始终应坚持的道路。

## 参考文献：

- [1] 韩李, 薛媛. AI 视域下应用型高校广告学专业学生未来就业的挑战与机遇[J]. 中阿科技论坛(中英文), 2023, (08): 133-137.
- [2] 李育辉, 庞菊爱, 谭北平. 人工智能与人类的创造力比较研究: 基于专家和消费者的双重视角[J/OL]. 商业经济与管理, 2023.
- [3] 郑登滨. 应用型高校广告学专业创新创业教育改革的探索与实践[J]. 传播

与版权,2019: 170-173.

[4] 李旻. 未来视域下的应用型高校外语专业在线开放课程建设 [J]. 海外英语,2021: 2.

[5] 李银丹;金陵虹;施建祥. 共生视域下应用型本科高校专业集群建设研究 [J]. 江苏高教,2021: 6.

[6] 黄维静. OBE 视域下的应用型高校创新创业教育研究 ——以艺术设计专业为例 [J]. 辽宁科技学院学报,2022: 45-47;72.

[7] 周琳. 国际视域下我国高校应用型本科生“产教融合”培养模式研究 [J]. 中国就业,2022: 2.

[8] 向丽. RIS 视域下地方应用型本科高校与区域经济社会发展的协同路径研究 [J]. 黑龙江科学,2022: 158-160.

[9] 胡宁,高永贵,孙静. “双创视域下”高校社团促进大学生就业能力研究 [J]. 当代经济,2019: 3.



西紀二零二五年九月廿五日 印刷  
西紀二零二五年九月三十日 發行

發行處 한국중앙문헌출판사

編輯 오로라 리뷰 편집위원회

세종시 고운동 가락마을 2104동 1002호

電話 零四四九零二零九零三

팩스 零四四九零二零九零三

편찬대표 위원장 유진

不許複製

圖書出版 한국중앙문헌출판사

세종시 고운동 가락마을 2104동 1002호

電話 零四四九零二零九零三

이메일 sejongpubl ish@daum.net