

普通高等教育“十四五”规划教材

# 艺术设计欣赏

YISHU SHEJI XINSHANG

李 成 主编



东北林业大学出版社  
Northeast Forestry University Press

普通高等教育“十四五”规划教材

# 艺术设计欣赏

主 编 李 成

副主编 苗 苗

东北林业大学出版社  
Northeast Forestry University Press

• 哈尔滨 •

版权专有 侵权必究

举报电话：0451 - 82113295

---

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术设计欣赏/李成. —哈尔滨: 东北林业  
大学出版社, 2021. 11

ISBN 978 - 7 - 5674 - 2627 - 6

I. ①艺… II. ①李… III. ①艺术创作 IV. ①J04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 230617 号

---

责任编辑: 陈珊珊

封面设计: 赵 旭

出版发行: 东北林业大学出版社

(哈尔滨市香坊区哈平六道街 6 号 邮编: 150040)

印 装: 天津雅泽印刷有限公司

规 格: 185 mm × 260 mm 16 开

印 张: 12.75

字 数: 320 千字

版 次: 2021 年 11 月第 1 版

印 次: 2021 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 39.80 元

---

如发现印装质量问题, 请与出版社联系调换。

# 前 言

设计,从本质上讲是一种具有功能性的创作思维活动的过程。它可以使人从不同的侧面去认识和理解事物。它是一种创新,不断突破先前的惯性思维定势,而创造出一种新颖的、高人一筹的设计方式。设计扎根在现实的土壤中,社会生活源源不断地触发人们的设计灵感,这些灵感经由设计师运用相关的图形、图像和文字等信息语言表达出来。因此,人们眼中一切美妙的事物,都可以借助设计将意念转变成有形的现实空间。

艺术设计满足了人们审美的多种需求,为人们带来了多样化的选择和多样化的艺术形式,诸如环境、服装、产品、家具、广告、招贴、网页、书籍装帧、三维动画……艺术设计对于设计师来说,首先是要让大众欣赏继而接受并认同,因为归根到底设计作品是要给别人看、给别人用的,要有审美和使用价值才有意义,因而故弄玄虚的创意设计是无意义的。设计这门艺术,与生俱来地负载着特有的美学规律,与世界上所有具有规律的事物一样,美学的规律深奥博大,并与各门学科相互渗透,不是单一的个体行为。设计师也只是运用自己对美学规律的“一孔之见”进行设计,可能是完美的,也可能不够完美。设计作品不仅仅是让一部分人使用与鉴赏,生活中更多地要讲究适用加美观。设计是为人服务的。如果我们做到了这一点,那就会成为一位受广大消费者拥戴的设计师。

艺术设计作为以艺术学与工程技术学结合为基础的体系,不同于技术设计(机械和电气设计)。技术设计旨在解决物与物之间的关系,主要涵盖内部功能、结构、原理和组装等技术因素;艺术设计在解决物与物关系的同时,还侧重解决物与人的关系,涉及设计品的外观造型、形体布局、操纵安排、饰面效果和色彩调配等艺术因素,同时还要考虑到设计对人的心理、生理的作用,从而提高产品的市场竞争力。正如有的时装设计师所说,他设计的不是女装,而是女性本人——她的外貌、姿态、情感和生活风格。因此,虽然艺术设计师直接设计的是产品,但间接设计人的行为和观念、人的形象和生活方式。设计要受到文化的制约,同时它又在设计某种文化类型,设计师通过设计可以改变文化价值。艺术设计是艺术和科技、经济、文化的融合,集成性和跨学科性是它的本质特性。

本书由华北理工大学李成担任主编,由广州华南商贸职业学院苗苗担任副主编。具体编写分工如下:李成负责编写第一章至第四章、第八章和第九章的内容(共计:22万字);苗苗负责编写第五章至第七章的内容(共计:10万字)。李成负责全书的统稿和审稿工作。

本书在编写过程中参阅了一些文献著作,在此谨向其作者表示感谢。

由于水平有限，书中不足之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者  
2021 年 11 月

# 目 录

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 第一章 绪论 .....            | 1   |
| 第一节 艺术设计观念 .....        | 2   |
| 第二节 艺术设计活动 .....        | 8   |
| 第三节 艺术设计创新 .....        | 13  |
| 同步思考 .....              | 16  |
| 第二章 设计形态认知 .....        | 17  |
| 第一节 设计形态的分类 .....       | 18  |
| 第二节 产品设计 .....          | 19  |
| 第三节 视觉传达设计 .....        | 22  |
| 第四节 环境艺术设计 .....        | 29  |
| 第五节 装饰艺术设计 .....        | 35  |
| 第六节 虚拟艺术设计 .....        | 44  |
| 同步思考 .....              | 49  |
| 第三章 艺术设计思维与方法 .....     | 50  |
| 第一节 艺术设计思维 .....        | 50  |
| 第二节 艺术设计方法 .....        | 55  |
| 同步思考 .....              | 62  |
| 第四章 艺术设计心理学 .....       | 63  |
| 第一节 设计心理学基础 .....       | 64  |
| 第二节 产品设计心理学 .....       | 73  |
| 第三节 广告心理学 .....         | 80  |
| 第四节 环境心理学 .....         | 91  |
| 同步思考 .....              | 99  |
| 第五章 设计与艺术、科学技术的关联 ..... | 100 |
| 第一节 设计与艺术 .....         | 100 |
| 第二节 设计与科学技术 .....       | 115 |
| 同步思考 .....              | 119 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| <b>第六章 中国古代艺术设计</b>     | 120 |
| 第一节 史前时代                | 121 |
| 第二节 青铜器时代               | 126 |
| 第三节 春秋战国时期              | 129 |
| 第四节 秦汉时期                | 131 |
| 第五节 三国两晋南北朝、隋唐时期        | 135 |
| 第六节 宋、辽、金、元时期           | 141 |
| 第七节 明清时期                | 147 |
| 同步思考                    | 153 |
| <b>第七章 外国古代艺术设计</b>     | 154 |
| 第一节 古埃及、两河流域            | 154 |
| 第二节 古希腊、古罗马             | 157 |
| 第三节 中世纪、文艺复兴时期          | 160 |
| 第四节 巴洛克、洛可可风格           | 164 |
| 同步思考                    | 166 |
| <b>第八章 西方近现代艺术设计</b>    | 167 |
| 第一节 早期工业时期              | 167 |
| 第二节 成熟工业时期              | 175 |
| 第三节 后工业时期               | 183 |
| 同步思考                    | 186 |
| <b>第九章 艺术设计管理、欣赏与批评</b> | 187 |
| 第一节 艺术设计管理              | 188 |
| 第二节 艺术设计欣赏与评价           | 201 |
| 同步思考                    | 212 |
| <b>参考文献</b>             | 213 |

# 艺术设计欣赏

YISHU SHEJI XINSAHNG

ISBN 978-7-5674-2627-6



9 787567 426276 >

定价：39.80元