

<<民国商业美术史>>

图书基本信息

书名：<<民国商业美术史>>

13位ISBN编号：9787532254958

10位ISBN编号：753225495X

出版时间：2008-1

出版时间：上海人美

作者：林家治

页数：139

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<民国商业美术史>>

### 内容概要

为民国时期的商业美术“梳理存盘”，是开创性的工作。

本书既不是罗列图像，也不是罗列人物，而是罗织起一张系统的网把民国商业美术放在中西呼应、图像变迁、社会发育、文化演进、风俗移易、人心解构这样一个经纬背景中，驾轻驭熟，娓娓道来，趣味盎然。

它隐隐体现出“民俗民间”的潮动和整个时代变革之间的交互因果。

其对于“图像变迁”的剖析尤为难得。

200多幅彩色图片价值珍贵，填补了中国现代设计史的空白。

书中所指的“商业美术”一词，被界定为“视觉传达设计”。

而“视觉传达设计”中的主体部分，则可以归入“印刷媒体设计”或“平面设计”。

## &lt;&lt;民国商业美术史&gt;&gt;

## 书籍目录

引言第一章：民国商业美术概述 商业美术的要素 广告媒体的竞争第二章：商业美术的渊源地 为什么是上海 都市文化的新格局 新都市生活第三章：新图像时代的来临 先声：大众文化的流行 看图说话：点石斋画报的诞生 从宫廷画师到画报名手 土山湾画馆——油画史上的独特现象第四章：主流的形成 “海上画派”等的影响 本土化的杰作：月份牌画 申西合璧的插画技巧 传统还是另类第五章：时尚的欢愉：演进中的商业美术 从混血儿到民族品牌 趣味的选择第六章：商业美术的生命线：印刷术的更新 近代先进印刷术的引进 活字设计 “不是在画室，就是在去印刷厂的路上”第七章：新美女图像 政治与时尚 新商品消费观与艺术观 姿·容 从旧式田园走向都市的美女第八章：旗袍与其他 “设计中的再设计”第九章：商标设计：风格之战 被重新发现的商标 诞生在月份牌画室里的商标 时尚元素第十章：表现技法的演进 审美的冲击 商业画家队伍的壮大 新形式与新技法第十一章：世纪末一年：商业美术的萌生 作为温床的木版年画 广告画片的登场 代表画家周慕桥第十二章：商业美术的确立与发展 代表画家郑曼陀 曼陀风的“新样”第十三章：商业美术的鼎盛 新生代的广告设计家 “稚英画室”里的装潢设计 新印刷时代的广告设计 “半壁江山”时代的来临 “杭派”月份牌第十四章：商业美术的衰落与转型 杭稚英的逝世与画室的后继 新年画：商业美术的转型主要参考文献后记

## <<民国商业美术史>>

### 编辑推荐

《民国商业美术史(插图本)》书中所指的“商业美术”一词，被界定为“视觉传达设计”。而“视觉传达设计”中的主体部分，则可以归入“印刷媒体设计”或“平面设计”。

<<民国商业美术史>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>