

馬年生肖郵票設計與流變縱橫談

方寸之上 駿馬奔馳

1990年：神態憨萌靈動

1990年1月5日發行的第一輪馬年生肖郵票，圖稿由設計師鄭建軍創作，將陝北民間藝術精髓融入方寸設計。郵票中的小馬駒以圓潤線條勾勒，神態憨萌靈動，透着濃郁的鄉土氣息與生活趣味。

生肖郵票不同於動物題材郵票，生肖郵票應該設計成什麼模樣始終眾說紛紜。有人讚賞庚申年「猴」的寫實法過癮，有人認為辛酉年「雞」的裝飾畫法帶動，也有人認為使用民俗年畫為好。中國首輪生肖郵票設計的得失，引起集郵界廣泛的討論，這是好事，有利於不斷地總結提高，再創佳績。意見雖然多，但有一點是共同的，即中國生肖郵票的設計仍未跳出以十二生肖動物圖形「輪流亮相，單兵作戰」的簡單化傾向。許多人呼籲，應該摒棄呆板的「標準照」，不斷推出新穎的「藝術照」、「演出照」。

2002年：首次引入民間工藝元素



●第二輪生肖馬年郵票全套2枚

說起來第二輪生肖郵票在總體創意上的設計思路既簡單又複雜：每套郵票改為2枚，2枚設計圖案凸現了「工藝與文字」的獨立個性。

這組郵票首次引入民間工藝元素，泥塑馬的誇張比例與書法字的嚴謹結構形成鮮明對比，既保留了傳統生肖的吉祥寓意，又通過現代設計語言賦予其時代感。

不過，設計「一明一暗」「兩平兩立」等過於嚴格的設計規則，束縛了設計者的創造力，導致部分郵票風格雷同，缺乏個性。例如多套郵票的生肖形象和書法字體排列方式相似，視覺上易產生疲勞感，削弱了藝術感染力。

民間藝術素材局限過度依賴民間藝術品原型，部分設計對原素材的加工不足，導致圖案缺乏深度和現代感。一些郵票的生肖形象過於寫實或呆板，未能充分挖掘生肖文化的象徵意義。部分郵票的書法文字與生肖圖案在主題和風格上銜接不緊密，存在「兩張皮」的現象，缺乏內在關聯，未能形成有機的整體，影響了郵票的敘事性和藝術完整性。

總體而言，第二輪生肖郵票在文化傳承和形式探索上做出了努力，但受設計規則、素材選擇和印製技術等因素影響，其藝術表現力和創新性相對有限。儘管存在不足，它仍是中國生肖郵票發展過程中的重要階段，為後續輪次的設計提供了經驗借鑒。

2014年：設計達至巔峰



●第三輪生肖馬年郵票全套1枚

痛定思痛，推陳出新。第三輪生肖郵票設計決定採取由專家組負責規劃並實施。

2002年5月16日，第三輪生肖郵票專家組在郵票印製局召開了第一次會議，就第三輪生肖郵票組稿的總體思路及組稿方式進行了深入討論。同年7月11日下午，召開了第二次生肖郵票專家組會議，對5位設計家提交的作品進行評議。8月16日，國家郵政局郵票圖稿評議委員會召開了第十一次會議，就第三輪生肖郵票的設計稿進行評議。郵票圖稿評議委員會副主任劉建輝，看到藝術家們經過反覆修改後提交的作品已經有了明顯的提高，距離可以作為郵票使用的圖稿已經不遠了。

郵票圖稿評議委員會的專家，都是我國當代最富盛名的藝術家，他們中包括時任中國美術家協會主席、全國政協常委靳尚誼，美術家袁運甫、杜大愷、譚平，中國美院教授、美術家徐啟雄、吳山明等。國家郵政局正式運營後成立的這屆郵票圖稿評議委員會，成功地為新世紀中國郵票的設計質量起到了保駕護航的作用。

評委會所推薦的兩幅郵票圖稿，分別是陳紹華設計的「猴」和呂勝中設計的「雞」。陳紹華設計的特點是，以現代設計的語言，簡潔、明快的圖形基本型（圓形），配以單純的色彩，從而讓人獲得視覺上的愉悅；強調生肖形象的擬人化，以貼近百姓、貼近生活。呂勝中設計的特點是，以生肖相配的「干支」文字為主體，採用一系列傳統文字處理手法，表現出生肖的動物形象；文字與圖形相結合，在深挖傳統文化內涵的同時，借助現代設計手段來表現生肖文化。

2002年底，郵資票品司向國家郵政局黨組匯報了第三輪生肖郵票的策劃和「猴」、「雞」、「狗」三枚郵票的設計情況。國家郵政局黨組對郵資票品司所做的工作給予充分肯定，並指示：為了使第三輪生肖郵票獲得廣大集郵者和消費者的認可，要把圖稿放下去，廣泛徵求各方面的意見，求得共識，並提出，在即將召開的全國郵政局局長會議上，也聽聽局長們的意見。最終，陳紹華的「甲申猴」和呂勝中的「乙酉雞」得到首肯。在廣州召開的生肖郵票研討會上，這兩幅圖稿也成為集郵者的最愛。

2014年1月5日發行的第三輪生肖馬郵票，設計者陳紹華，以單枚形式呈現，其設計風格引發了廣泛爭議。郵票主體採用抽象幾何圖形構成馬身，背景則通過漸變色彩進行渲染，整體造型簡潔而充滿現代感。儘管當時飽受「過於另類」的批評，但如今回觀，這枚郵票正是第三輪生肖郵票「傳統與現代融合」理念的典型代表——其方形票幅、星狀異形齒孔以及熒光防偽油墨等技術創新，均領先於同時期的其他郵票。

第三輪馬郵票版式設計達到了巔峰水平：大版包含20枚郵票，小版包含6枚，贈送版（黃版）包含4枚，再加上小本票的發行，構建了完整的版式體系。這種「多版式策略」滿足了不同收藏愛好者的需求，有力地推動了生肖郵票的市場化進程。

第四輪生肖馬年郵票小版張



第四輪生肖馬年郵票全套2枚



第四輪生肖馬年郵票大版張之一



20世紀80年代第一春，中國開始發行以十二生肖圖形設計的郵票。自1980年首枚「金猴」問世，中國生肖郵票已走過四十餘載春秋。從首輪的匠心獨運、第二輪的傳統探索，到第三輪的現代融合，直至2026年《丙午年》「火馬」騰躍而至，生肖郵票不僅記錄着設計美學的演進，更成為連接傳統文化與當代創意的藝術載體。如今，第四輪郵票以「老將出馬」加「全民共創」開啟新篇，方寸之上，祥紋流轉，既是對民族精神的生動詮釋，亦向世界傳遞着中華文化歷久彌新的蓬勃氣象。

中國首輪生肖郵票的設計是下了很大工夫的。生肖郵票原圖繪製名家薈萃，流派紛呈，他們以各自的特長與感悟，運用寫實、寫意、剪紙、漫畫、裝飾等技法大膽探索，精心構思，屢有驚人之作，賦予一群生肖形象以人格的藝術魅力。

●文·圖：李毅民（中華全國集郵聯合會會士，《收藏》雜誌原主編）

2026年：最具時代氣息



第四輪生肖馬年郵票大版張之二

第四輪生肖郵票的總體規劃經反覆講究後又有了新思路。一是固定版式與靈活設計，每年發行一套兩枚郵票，通常第一枚以單個生肖形象為主，第二枚以多個生肖組合呈現，形成「單主體」與「多主體」的對比。底色設計遵循規律，即逢單數年份第一枚為白底色，第二枚有底色；逢雙數年份第一枚為有底色，第二枚白底色（但實際發行中存在個別調整）。

二是設計風格多元化。邀請不同風格的設計師參與，既有第一輪生肖郵票的原畫作者（如黃永玉、周令釗等），也有新生代設計師。簡言之就是老將再出馬與全民共創相結合。設計手法涵蓋寫意、裝飾、寫實等多種風格，兼顧藝術性與大眾審美，部分郵票採用膠雕套印、燙金等工藝，提升質感。

2026年是農曆丙午馬年。「丙」在天干中屬火，其五行顏色象徵為赤（紅）。「午」在地支中對應馬。因此，「丙午年」被形象地稱為「赤馬年」或「火馬年」。

2026年1月5日發行的《丙午年》特種郵票1套2枚，小本票1本。第一枚郵票圖案名為「馳躍宏圖」，圖中紅馬踏雲、鬃毛如焰，表達了在新的一年里裏，對黨領導下的國家社會經濟發展繼續行穩致遠，朝「十五五」時期主要目標接續奮進的美好期許。第二枚郵票圖案名為「萬駿臻福」，圖中三駿並馳、祥紋環繞，象徵全國各族人民凝聚磅礴合力，在全面建設社會主義現代化強國、全面推進中華民族偉大復興征程上協力同心。

這套郵票通過公開徵集圖稿和大眾評審投票的方式產生，最終由資深設計師王紅衛與新秀趙恩重攜手完成，標誌着生肖郵票邁入「全民共創」的新時代。

首枚「馳躍宏圖」描繪了一匹紅色駿馬在祥雲之上奔騰，鬃毛如火焰般飄逸，四蹄疾馳，背景巧妙融入四大名錦的紋樣；第二枚「萬駿臻福」則以三匹駿馬構成「眾」字造型，背景輔以火焰紋和纏枝紋，寓意團結奮進。

《丙午年》郵票有兩種整張版式：大版張一版16枚，小版張一版6枚。小本票也設計印製得精美別致。印刷工藝的延續與提升繼續採用影雕套印工藝，文化傳承與創新結合延續生肖文化內涵，以傳統吉祥寓意為核心，如自強不息、團圓和睦、興旺發達等，同時融入時代精神和現代審美。設計中常結合傳統紋樣（如祥雲、火焰紋、纏枝紋等），既體現東方美學底蘊，又賦予作品時代氣息。

以生肖郵票為載體，向世界展示中國文化的多樣性和深厚歷史底蘊，通過設計傳遞中國價值觀和文化精神，有助於提升中國文化的國際影響力，使廣大集郵愛好者對新一輪生肖郵票的設計和發行充滿期待。