



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，圖稿由設計師鄒建軍創作，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紛。有人讚賞庚申年「猴」的寫實法過癮，也有人認為辛酉年「雞」的裝飾畫法帶勁，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」。



●首輪生肖馬年郵票全套1枚

2002年：

首次引入民間工藝元素



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。

2002年1月5日發行的第二輪生肖馬郵票，採用了「一圖一文」的雙枚設計，設計者是王虎鳴。首枚郵票以陝西鳳翔泥塑馬為原型，色彩鮮艷，造型態可掬；次枚則以楷體「馬」字為中心，背景由篆、隸、草、楷四種書體的「馬」字組成，形成了視覺層次豐富的文化矩陣。

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。

歡迎反饋。副刊部電郵：feature@wenweipo.com

2014年：

設計達至巔峰

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，他們其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，但如今回顧，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。

地推動了生肖郵票的市場化進程。

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。

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。