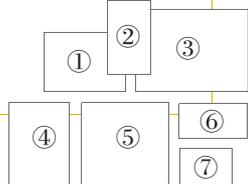


# “美加净”之父顾世朋

孙菱



▲顾世朋先生  
晚年留影



“美加净”，一个上海人民闻之亲切、中国人民家喻户晓的品牌。我们对于美加净的熟悉从祖父辈伊始，萦绕着童年各种日化产品的香氛气息。今日谈起美加净的品牌创始人及背后的设计师顾世朋，大多数上海人并不熟悉，但言及白猫、裕华、芳芳、美加净、蜂花、扇牌等诸多国内日化品牌，却都能如数家珍。因此，著名设计史学者王受之认为，顾世朋可以被认为中国现代商业品牌设计的奠基人。

1925年，顾世朋出生于上海安亭。嘉定顾家历史上是当地望族，近代也是书香之家。顾世朋的父祖均为教师，母亲也具备良好的文化素养，识文断字。1941年，顾世朋以优异的成绩通过了上海新亚药厂绘画广告专业美术设计培训班的考试，先后跟随著名画家丁悚、姜书竹等进行专业学习。他的作品设计思路与理念立足东方审美，又暗合西方艺术思潮，终使其作品受到上海乃至中国内地商业界和消费群体的推崇与认可。顾世朋

最终在上海新亚药厂工作，也由此开启了他正式的设计师生涯。

1956年上海日化行业实行公私合营，成立上海日用化学工业公司。他于1957年调回日用化学工业公司设计组进行包装设计。当时公司正遇中国产品外销低谷，主要因为外观设计简单粗糙使消费者产生一种粗劣便宜之感。面对困境，“中国制造，上海品牌”开始寻求新出路，公司要求对产品进行更迭新品牌、更换新包装的颠覆性工作。

顾世朋苦思冥想构思酝酿了很久，正当他陷入创作困境时，有一回经过中苏友好大厦（今上海展览中心），无意间看到了路边盛开的白玉兰。白玉兰给人以白净美好之感，后来成为上海的市花。他突然联想到新品牌就称为“美净”该有多美好，既有了上海的寓意，又与日化产品所带来的清爽干净息息相关，后经过他反复推敲并听取当时销售专员的大量建议，在美与净之间添上了一个“加”字。一个耳熟能

详的美加净品牌便应运而生。顾世朋同时设计了中英文商标，用英文版来提高国外客户的可识别度。其设计简洁现代，红白两色对比鲜明，符合中国文化中对于红色“喜庆”的审美情结，品牌名称MAXAM（图①）便于记忆，又符合西方审美与视觉识别性，受到外商喜爱与人民群众的推崇，成为了轻工业局的主打商品之一。

直至今日，美加净品牌的各种衍生产品仍然伴随着上海人民共同成长，各种国际国内的品牌琳琅满目竞争激烈，美加净依旧受到新老上海人的认可。中央工艺美院院长张仃曾在包装协会的成立大会上评价“美加净设计卓越、艺术性强，是科学与艺术的统一”。

美加净当年在日化产品中获得了“国家金银质奖”，也就此打开了顾世朋职业生涯的最辉煌阶段。

1959年顾世朋与挚友施文起先生一起为新中国建国10周年国庆大展做总体设计工作。1960年返回上海后又再

次被借调到北京人民大会堂与施文起先生再度合作负责江西厅总体设计工作。

1964年起的数年成为了顾世朋盛产佳作的高峰时期，设计的包装有：玉华牌香皂（1964）、芳芳牌唇膏（1964）、蓓蕾粉饼及清洁霜（1964）、蝴蝶牌檀香皂（1964）、天鹅牌润发油（1965）、海鸥牌洗头膏（1965）（图⑤）、天鹅牌剃须膏（1965）、美加净系列（1965）、蝴蝶牌雀斑霜等（1965）（图⑦）、裕华香皂（1966）。1976年，顾世朋重新出山，为上海家化、上海牙膏厂复合塑料管包装和塑料盒包装的美加净牙膏及药性发乳研发设计（图⑥），这也是中国首次复合材料包装应用。

1978年，顾世朋在技术交流会上受到法国设计师香水包装的启发，设计了以铝合金为主要材质的香水包装设计。1982年，顾世朋再度创新出美加净龙凤香水包装设计（图③），该包装设计蕴含了中国传统元素与织锦缎面料作为外包装盒，打开织锦盒后呈现

出的香水瓶更是运用了玻璃与塑料组合镶嵌结构，在传统中充满时尚气息。法国香水商见后踊跃收藏并给予高度赞誉。在1980年代，这样的设计形态可以说相当超前而又极具民族特色。卓越的设计与经典的品牌总是能历久弥新，即便摆到现在，仍可以与各大国际品牌的香水包装构思一较高下（图④为美加净香水）。1983年的美加净定型摩丝设计更是让人有穿越感（图②）。

上海始终被认为是一个有情调的地方，这种情调来自上海人对生活品质的讲究以及高规格的审美要求。顾世朋的设计源自海派文化中西融合与对精致品味的敏锐感受，任何时候他都严格要求自己是一个有尊严且体面的设计人。尽管人生曾经历跌宕起伏，但追求卓越、精益求精的人生态度却始终如一。这使他成为家化企业黄金时期的标杆设计师，美加净也在1980年代一度成为国民化妆品的代名词。

（作者为上海大学讲师）