

大道无门。洪卫的设计看不到任何辛苦和努力的痕迹，步伐轻盈、幽默、诚实、充满游趣！

白 木 彰

我对好 Logo 的标准曾经提出过“三美”的必备条件，即：思辨之美；创新之美；形态之美。我喜欢洪卫的作品，是因为他的大部分作品符合这个定义，然而，对于洪卫那些不囿于图案法则的作品而言，这个定义似乎并不尽然，或许应该再加一条——意境之美。这个“意境”，是作者的内心与外部世界交融的产物，是师法自然之禅意。所谓原创，源自何处？在洪卫的作品中，可以一窥端倪。

陈 绍 华

道法自然的设计逍遥游。

何 见 平

来自洪卫的礼物

著

这是洪卫献给当代中国平面设计的珍贵礼物。

靳 埭 强

读洪卫的作品有大愿若心，则又细微入境的美感。

吕 敬 人

文字与家具有一种内在关系，都是零件结构，洪卫做了很好的解释。

马 未 都

洪卫的设计敏锐而追随感觉，深思而把握内容，深深感染我。熟悉洪卫，他的魅力和亲近感同样深深感染我。

Niklaus Troxler

洪卫的作品：简白，且有文学的气场。

袁 永 真

连接传统的当代设计实践，值得推荐。

耿 宁

洪卫派，自成一派。

王 粤 飞

设计。

绪、思想自由、浪漫纯净的快感！

图书在版编目 (CIP) 数据

来自洪卫的礼物 / 洪卫编著. -- 南京 : 江苏凤凰
美术出版社, 2014.8

ISBN 978-7-5344-7742-3

I . ①来... II . ①洪... III . ①艺术 - 设计 - 作品集 -
中国 - 现代 IV . ① J121

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 185959 号

出 品 人 葛庆文
责 任 编 辑 郭 渊 曲闵民
书 籍 设 计 潘焰荣
责 任 校 对 吕猛进
责 任 监 印 贲 炜

书 名 来自洪卫的礼物
编 著 洪 卫
出 版 发 行 凤凰出版传媒股份有限公司
江苏凤凰美术出版社 (南京市中央路 165 号 邮编 : 210009)
经 销 凤凰出版传媒股份有限公司
印 刷 南京精艺印刷有限公司
开 本 889mm×1194mm 1/32
印 张 12.75
版 次 2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 1 次印刷
标 准 书 号 ISBN 978-7-5344-7742-3
定 价 148.00 元

营销部电话 : 025-68155677 68155670 营销部地址 : 南京市中央路 165 号

江苏凤凰美术出版社图书凡印装错误可随时向承印厂调换



洪 卫

洪混混，1973年生于湖南醴陵。

天天向上设计顾问创作总监

深圳平面设计协会会员

北京师范大学珠海分校客座副教授

电子科技大学中山学院客座教授

设计四夏、五夏国际设计主讲嘉宾

2002年创立天天向上设计顾问有限公司，致力于企业形象、品牌、商业空间及家具研究，以人文的视野探索在中国语境下的设计。

平面设计作品曾获国内外设计大赛奖项120余项，其中如平面设计在中国展银奖、提名奖，两度“中国最美的书”奖，第八届全国书籍设计艺术展金奖，第十二届全国美展艺术设计展2项优异奖，国际商标标志双年奖2项金奖、2项铜奖，Hiiibrand Awards评审奖、铜奖，Hiii Typography铜奖，澳门设计双年展铜奖，台湾国际平面设计奖，香港环球设计大奖银奖、4项铜奖，日本Applied Typography 6项优异奖，日本东京字体指导俱乐部TDC 3项优异奖，美国One Show Design大奖，德国红点Reddot Award设计大奖等。

产品设计作品荣获香港环球设计大奖铜奖。

参与众多重大项目的设计并予以采纳，包括上海世博会广东馆标志，广州图书馆标志，东亚运动会中国代表团颁奖服设计，第21届温哥华冬季奥运会中国代表团领奖服及形象设计。

著作《混设计》获“中国最美的书”奖，海报作品分别入选宁波国际海报双年展，中国国际海报双年展，香港国际海报三年展等重要奖项，被宁波美术馆、关山月美术馆、香港文化博物馆、德国汉堡工艺美术博物馆收藏。

洪：大病我自知，平生谁先觉。小时候，看革命电影，总爱纠缠“一不怕苦，二不怕死”。“9.11”后总算明白，信仰的力量能教恐怖分子以生死相许；现在的年轻情侣，动不动就“想死你啦！”“死”字在中国，真是很有意思！13年前的那场疾病确实对我影响很大，我似乎懂得了纯净生活的意义，这一些感悟，转换到我对设计的表达上：概念单纯，语言干净。率真是我的本性，因为幼时的捣蛋，曾换过几所小学，我有外号叫“混混”，俗话说“三岁定八十”。生病前，其实我已经做了10年设计了，还出过2本书。病后，却觉得不再好意思看，就把它全烧了。心绪的变化是微妙而又复杂的，我认为一切动机来源于欲望。我想“重新做人”，想回归纯净，回归本源，那就是简单，就是精神的随心所欲。

何：在很长的设计时段，你坚持用汉字作为主要元素，进行课题创作。这是你经验告知，在中国现实中，客户更能接受这样的设计元素吗？

洪：我是一个恪守原则的人，甚至有些偏执。我真的想不起来为什么会坚持用汉字进行创作，我想如果我生活在德国，可能也会用别的元素。现实的中国当下，大部分客户还是喜欢西化的视觉，他们会觉得中文字很土、很复杂，而我却认为她很美、很诗意。我会悉心倾听客户的要求，但不太会顺从。