

视觉艺术分析丛书

设计过程分析

朱旭 编著



天津人民美术出版社
(全国优秀出版社)

图书在版编目 (C I P) 数据

设计过程分析/朱旭编著. —天津: 天津人民美术出版社, 2005.7

(视觉艺术分析丛书)

ISBN 7-5305-2974-9

I. 设... II 朱... III. 艺术—设计 IV. J06

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第066487号

天津 人民美术出版社 出版发行

天津市和平区马场道 150 号

邮编: 300050 电话: (022) 23283867

出版人: 刘建平 网址: <http://www.tjrm.com>

天津博阳印业有限公司印刷

全国新华书店经销

2005年8月第1版

2005年8月第1次印刷

开本: 889×1194 毫米 1/16 印张: 2

印数: 1-3000

版权所有, 侵权必究

定价: 16.50 元

绪 论

1. 平面设计中创意的重要性

任何设计作品都是作者心智的结晶。在当今的信息社会中,电脑软件的应用已使人们脱离手工绘制的种种局限而达到了无所不能的境地,因此设计中的创意构思,在一件作品中显得尤为重要。所谓创意,就是通过构思来创造意境,别开生面地表现广告主题。好的广告创意,不仅可以引导消费者的消费倾向,还可以给商家带来丰厚的利润。虽然商业广告的载体相当广泛,但在诉诸平面设计时,主要包括广告招贴、包装设计、标志及企业形象设计等领域,这也是目前艺术类大专院校平面设计课程的主要范围。

2. 创意设计的来源和方法

创意的来源可以说是相当广泛的,它也许是设计师灵感的闪现,也许是设计者常年文化修养的积淀。作为年轻的初学者来说,除了应具有扎实的绘画基本功以外,还应多观察和记录生活中的设计亮点,积累设计素材。当面对一个设计任务时,首先应明确所要表现广告的诉诸群体,也就是对谁说的,然后就是说什么,也就是找准切入点。在找准切入点的前提下,再就是怎样来表现,以及何时何地来表现的问题。总之,创意设计应把握准确、合理、新奇的原则,这样才能使创意更符合时代的要求,从而使厂家和消费者双方都达到满意的结果。

一、标志设计

标志设计是具有强烈象征意义的符号,它是企业机构商品信息传达的图形,通常是带有一定寓意和内涵的具有形式美感的图形符号。在商品流通中,标志

通常是沟通商品与消费者之间的桥梁,消费者通过商标来区别同类商品的优劣。标志也是企业做自我宣传的有力手段,商家通过一系列的宣传使消费者认识自己的品牌形象,从而达到促销的目的。

商标按其功能分类可分为商业性和非商业性标志两大类。商业性标志是指直接为商家所注册应用在商品流通中的商标;而非商业性标志是指政府机关或公共场所等地的指示性标牌或信息符号等。本书中主要是介绍商业性标志,因为它无论在商品流通领域还是在经济文化交流中都起着重要的作用。

在标志的设计创作过程中首先要对企业的生产经营特点、规模及其历史和未来有一个充分的了解,这样才能更准确地标志中体现出其个性特征。接下来就是表现手法的运用,在表现形式上也可分为文字标志和图形标志两大类。文字标志通常是以企业名称缩写的单个文字或字母等构成的标志,在其排列组合中更显得个性化,从而加深消费者的印象。另外文字又可以作为图形进行处理将图融于字,使标志设计既字亦图,就像古代象形文字中以图的形式来表达文字。图形标志是以各种形式的图形构成的标志,它既有具象图形又有抽象图形。具象图形可以是动物、植物,也可以是产品本身的概括性图形,以及用商品名称中带有神话传说的色彩来体现在标志图形中。在抽象图形的标志设计中,多用点、线、面以及几何形体来表现,通过对抽象图形的条理化、统一化处理产生对比与协调的艺术效果。



图 1-1

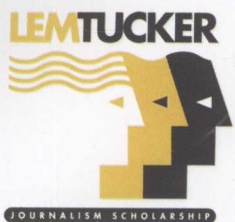


图 1-2

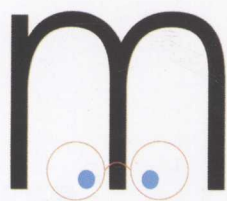


图 1-3



图 1-4



图 1-5



图 1-6



图 1-7



图 1-8



图 1-9



图 1-10

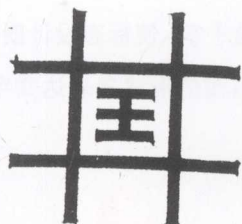


图 1-11A

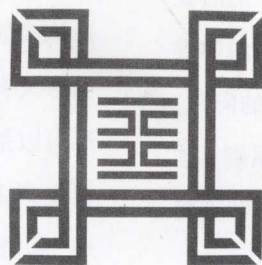


图 1-11E

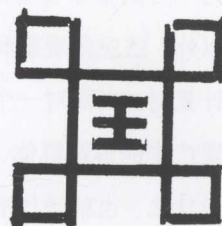


图 1-11B

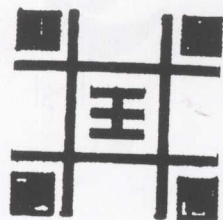


图 1-11C

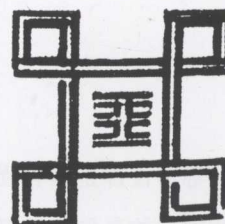


图 1-11D

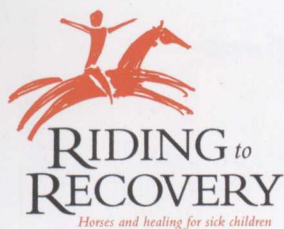


图 1-12



图 1-13



图 1-14



图 1-15



图 1-16



图 1-17



图 1-18



图 1-19



图 1-20

标志的设计需要在掌握构成设计的基础上进行艺术创作，它的设计受到企业经营理念的限制，因此须符合企业的经营理念和产品特征的要求。标志的设计首先是简洁、概括，通过简单图形阐述企业经营特征。例如图 1-20 是通过黑狗的图形直接反映出“黑狗家具设计”的企业名称，而图 1-18 则是用简单几何形勾勒出建筑的外形，反映其建筑公司的经营特点，在图 1-9 中则是用红黄蓝三原色勾画出咖啡杯的外形，使人一眼望去就知道这是与咖啡有关的品牌。因此在标志中的图形设计往往是用比喻、象征、写实、夸张等间接或直接的表现手法来体现的，也有像图 1-8 和 1-13 中那样以字母为主，图形为辅来体现的标志。因为标志的面积不大，所以色彩的运用不宜过多，色调统一才显得整体，使人更容易辨认。

CHURCH OF THE BELOVED

图 1-21

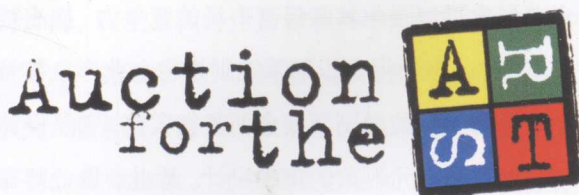


图 1-22

二、企业机构形象设计

任何企业,无论是商业性企业还是服务性企业,都离不开自身形象的社会表现。在我国古代,商家用各种各样的招牌、幌子、匾额等来装点门面,向人们展示自身的经营特点,这是最初的一种识别表现。在现代社会企业的经营理念中,企业形象设计是企业管理和市场营销的重要组成部分,它是企业提高自身信



图 2-1

赖度和知名度、凝聚员工的向心力,以及营造良好经营范围的有力工具。为此,许多大型企业不惜投入巨额资金作自身的形象宣传。

企业机构形象设计主要包括以经营理念为主导的企业整体形象设计,也就是企业识别系统,它是一个长期、系统、规范化作业的企业文化的集中体现。好的企业形象可以强化其在经营市场的竞争力,提高社会的认同性。另外视觉识别系统则是将企业形象符号在全方位同一性的原则下的全面贯彻实施,它是设计师对企业产品多元形象的集中设计。因此,设计师在做企业形象设计之前,应首先了解该企业的核心经营理念是什么?其产品的特点以及与同行业相比较其优势在何处?企业产品的服务对象是什么人以及企业中

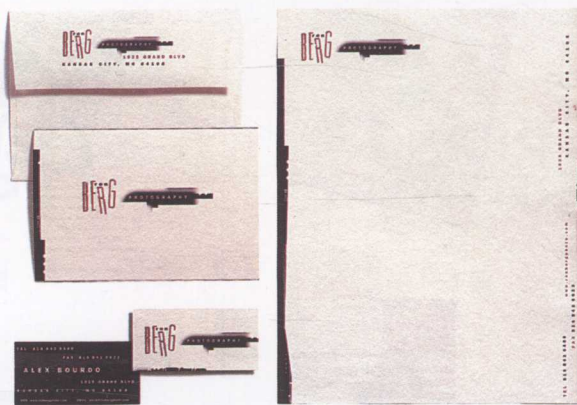


图 2-2

的领导决策层对形象系统的认识与看法。依据以上的基础信息,来首先确定形象表现的特定主题及目标定位。设计的定位在与委托方进行了充分的沟通之后,进而才需要构思独到的创意。创意开发是形象设计的原动力,设计师应找到能与消费大众产生共鸣的、新颖的设计原创,令消费者感受到来自形象的引导和自身经验的互动。在定位和创意确定之后,形象语言的把握要清晰准确,充分运用视觉的形式表现出产品的个性特色。在视觉形象的基础符号系列设计当中,主要包括企业的标志设计、标准色及标准字体的设计。企业标准字体主要包括企业的全称字体、简称字体、品牌字体、广告句字体、广告文案标题字等。在企业的基础符号系统设计中,还有象征形象的设计,也就是通常所说的吉祥物形象设计,在这一设计中多用人

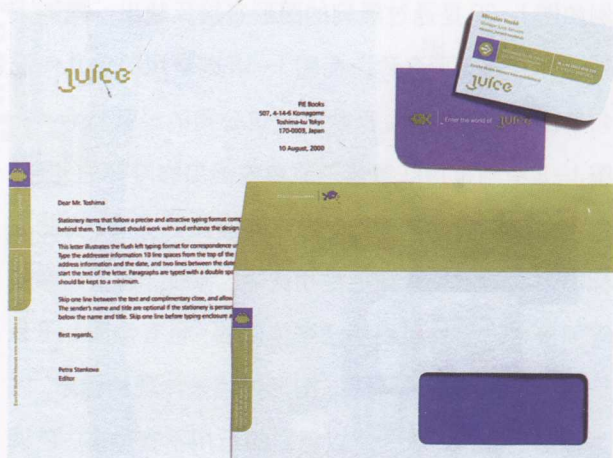


图 2-3



图 2-4

物、动物、植物的形象进行概括和提炼，使其造型简洁、生动。在设计中还可以作若干动态变化的系列造型，它既可以作平面处理，也可以做成三维立体的卡通形象，在大型活动中出现，可以提高企业在公众中的认知程度，是企业自身形象的良好表现形式。

一套完整的企业形象系统，在完成了企业基础形象符号设计的情况下，还需要企业内部和外部多方位

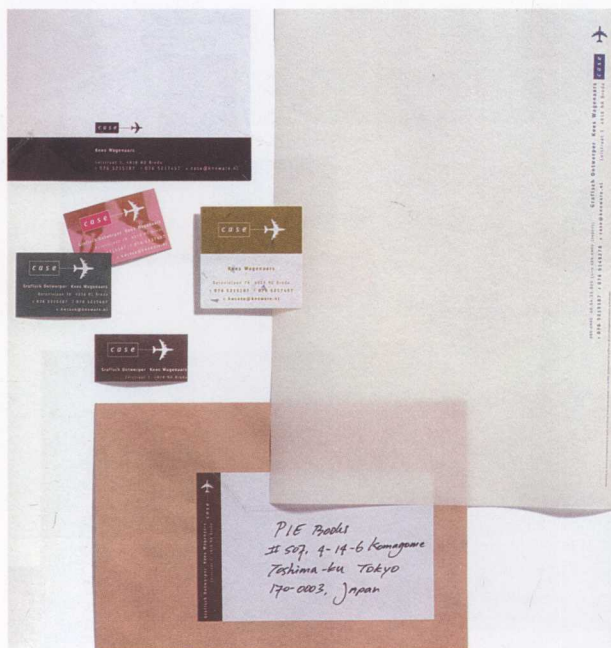


图 2-6

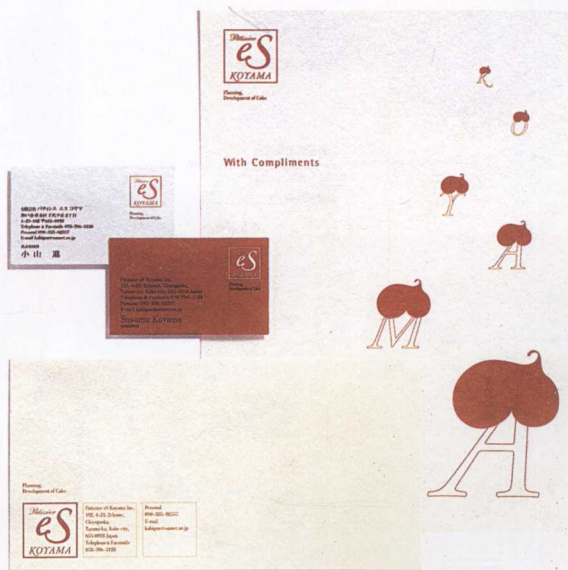


图 2-7



图 2-5

的载体去应用和表现，从而实现企业形象识别一体化的传播。在企业内外全方位载体中，包括了办公事物系列、产品形象系列、包装、广告系列、环境及展示系列、服装旗帜系列、车辆系列等等。只有通过一系列的载体形象，才能实现企业机构形象表现的价值，才能使企业文化素质得以提高和完善，真正使企业在市场营销和竞争中立于不败之地。

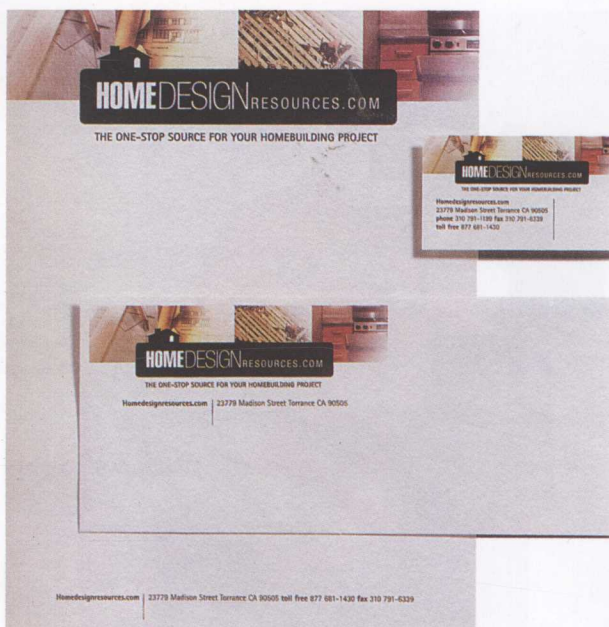


图 2-8



图 2-10



图 2-9



图 2-11



图 2-12

在企业机构形象设计中的视觉形象设计部分的载体相当广泛。在此介绍的主要是办公系列的形象设计,包括信封、信纸、名片、便笺、卡片等一系列办公用品,这些主要是办公消耗品。作品主要以书写空间为主,图形占据面积较小,而企业的标志、标准色、标准字体等相关信息元素应体现在其中。在图2-4中是以对比色为其标准色,运用在字体和图形当中。在图2-8中是以照片的形式为其企业的标准图形,反复使用在名片和信封、信纸当中。在图2-9和图2-10当中主要是运用卡通系列造型对企业的经营特点进行说明,版面活泼、具有情趣。在图2-12和2-14当中,尽管书写空间也被图形占据,但是都进行了淡化处理,从而影响不到书写功能。



图 2-14

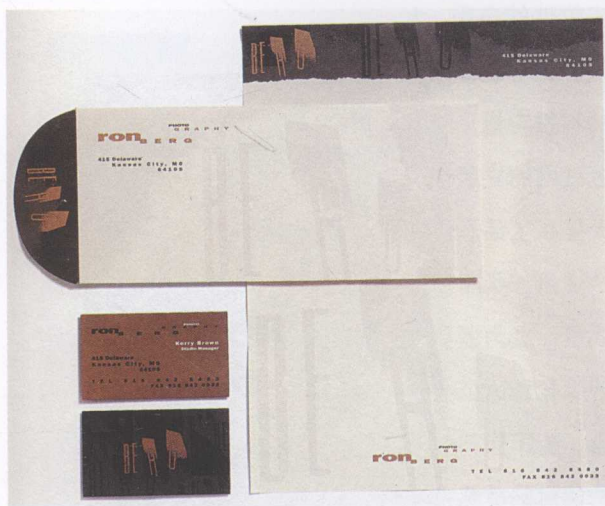


图 2-15



图 2-13



图 2-16

三、版式设计

版面构成是一切视觉传达艺术设计的重要组成部分,版面的设计体现着时代的信息和对文化传统以及审美观念的认识转变。版面设计是在有限的空间中利用字体、图片、颜色、线条等一系列因素进行组合排列,将设计构思以视觉的形式、艺术的手段表达出来。它在报纸广告、招贴、书刊、包装装潢、企业形象、网页设计和数码影像等领域中被广泛应用,成为人们与时代和社会沟通的重要桥梁。同时它还是技术与艺术的高度统一,随着科技电子信息的迅猛发展,计算机软件的应用,大大加强了版面设计的科技含量;同时互联网的发展也大大提高了信息传递的速度,从而使版式设计成为世界性的视觉传达公共语言。设计师不但要把信息的美感带给观众,更要使观众从中获得艺术感染,调动起积极性去接受版面所传达的信息。因此在版面的构成中更应注重营造出亲切、自然的人情化和趣味化的氛围,从而打动消费者的心灵,通过成功的广告拉近消费者与产品之间的距离。

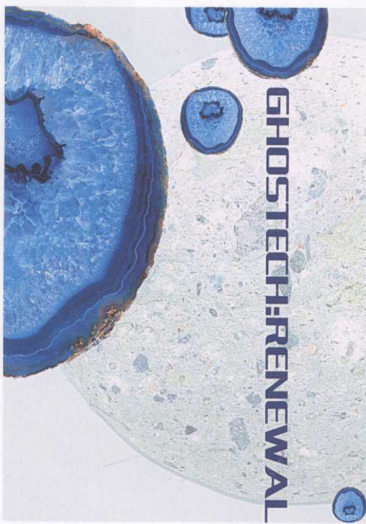


图 3-1

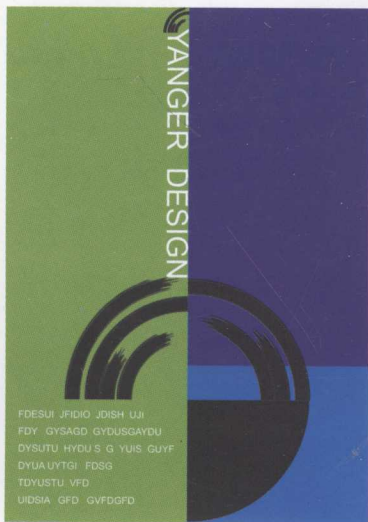


图 3-2

在本书中介绍的版式设计中,一部分是艺术院校的学生作品,是版式的自由设计;另外就是一部分国外设计师的作品。在这些作品中大量运用对比、夸张等艺术手段进行创作。在图3-6当中运用瓶身的弧线作引导,布置文字,强化了瓶子外形的优美曲线。图3-8则是运用文字在四边作为图形来处理。在图3-19中则是用到平面构成中发射的构成方式,图形成发射状向外扩散,发射点成为视觉的焦点。

图3-18则是用对比色进行创作的。图3-22当中则是运用构成中的密集法则处理画面,形成一种视觉的焦点。图3-5和图3-17当中体现了手绘的随意性,更具有亲切

自然的情趣在其中。而图3-3、图3-4当中则是提取汉字笔画进行创作,具有强烈的视觉冲击力。在图3-33、图3-34和图3-36中以黑色为背景配以三原色作



图 3-3

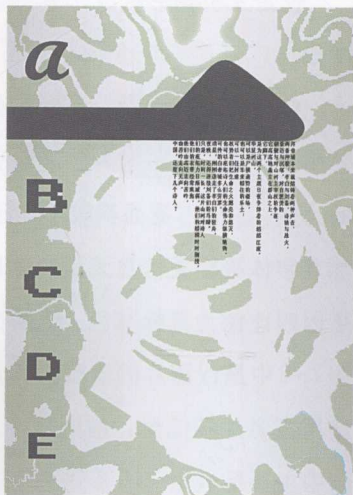


图 3-4

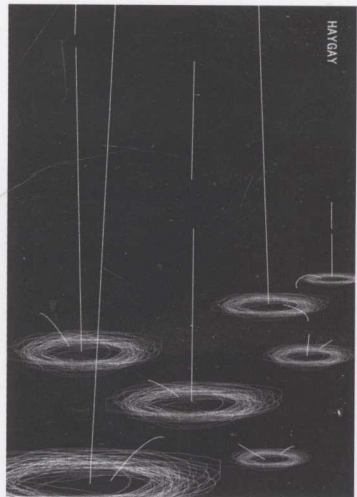


图 3-5



图 3-6



图 3-8

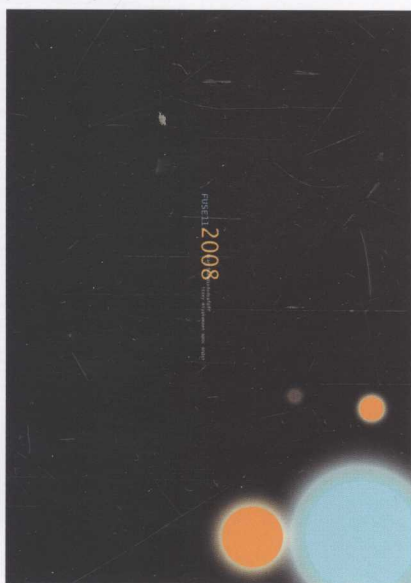


图 3-7

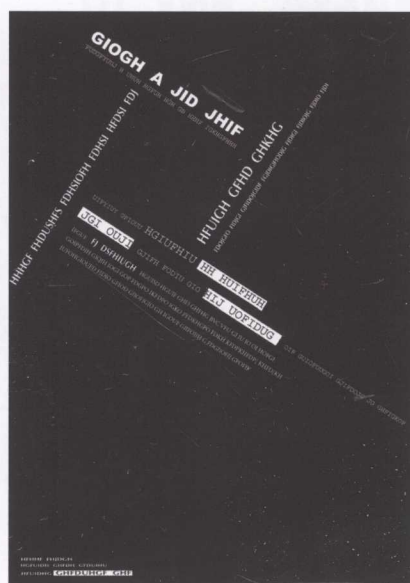


图 3-9

- 简单的图形处理，这样，要表达的内容显得醒目突出。在图 3-28 至图 3-32 当中主要以黑白图形处理画面，黑与白是两块对比到极致的色块，文字的处理现代而简洁，将文字作为图形来处理，整个版面的构成充满了现代气息。(图 3-1 至图 3-27 为学生作品)

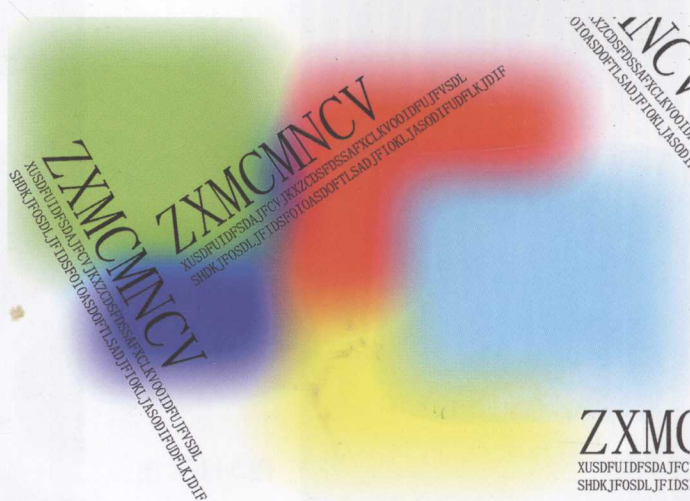


图 3-10

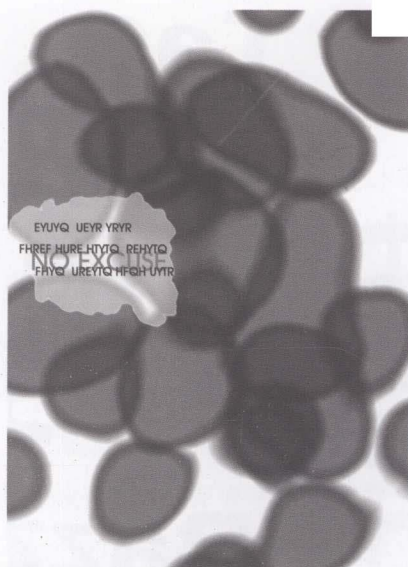


图 3-11



图 3-14

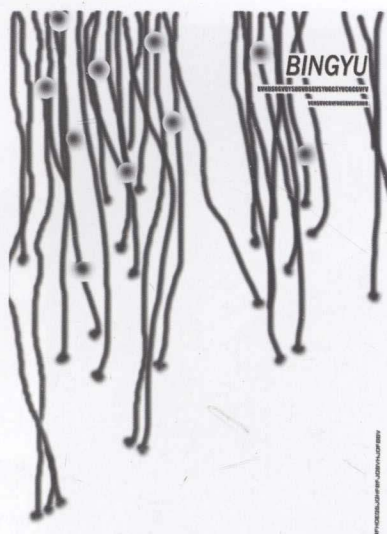


图 3-12

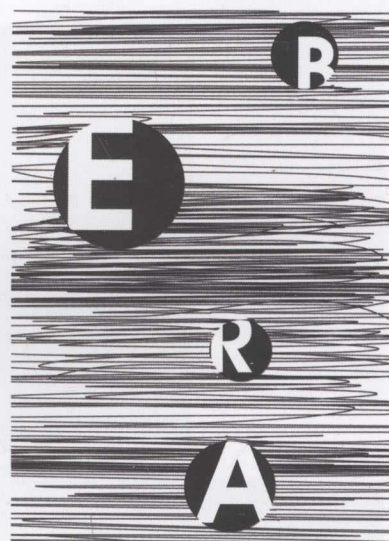


图 3-15

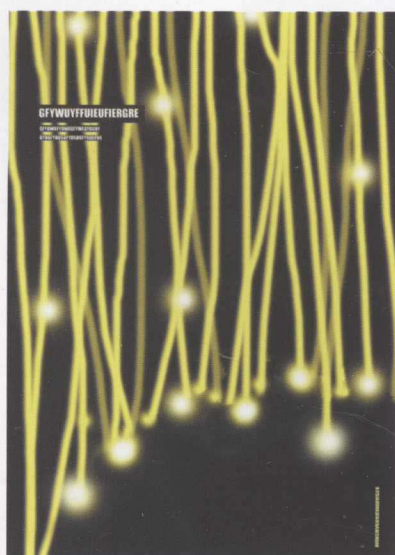


图 3-13

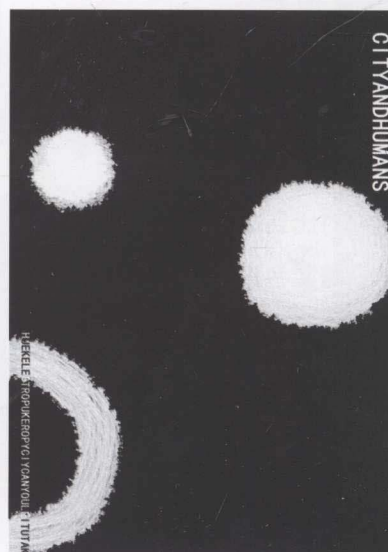


图 3-16

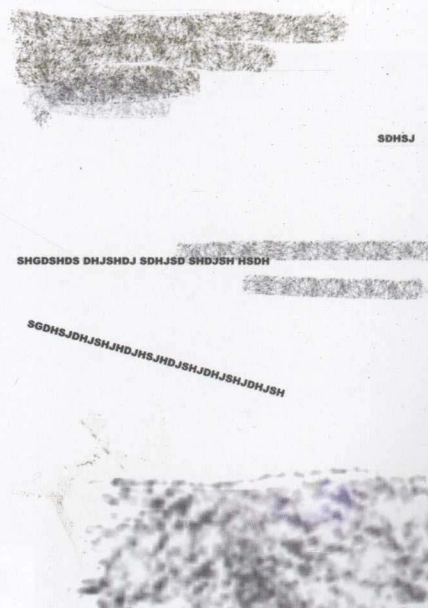
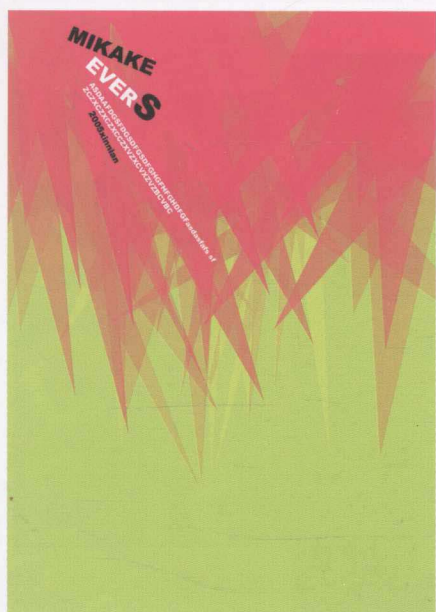
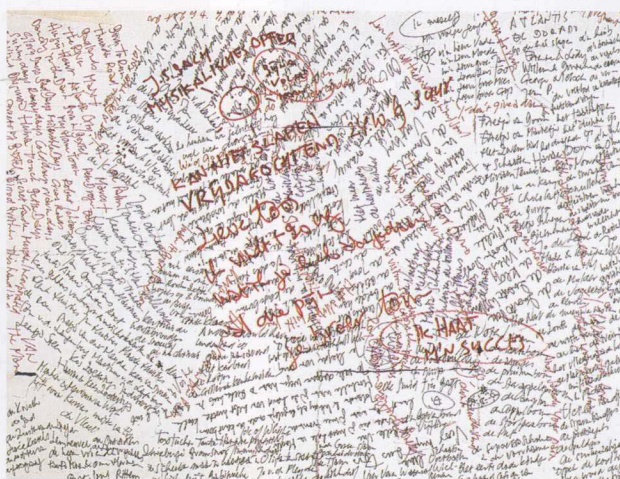
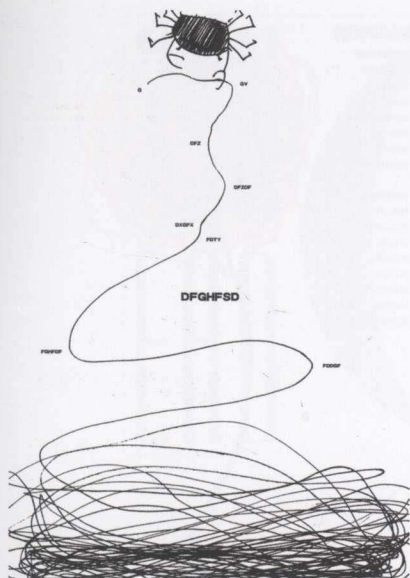




图 3-22

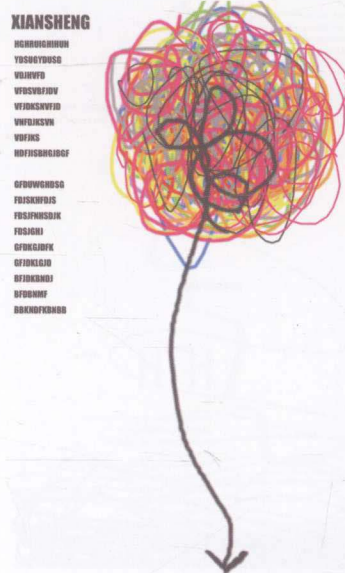


图 3-25

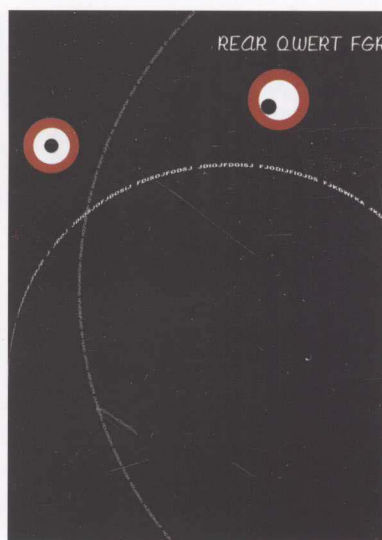


图 3-23

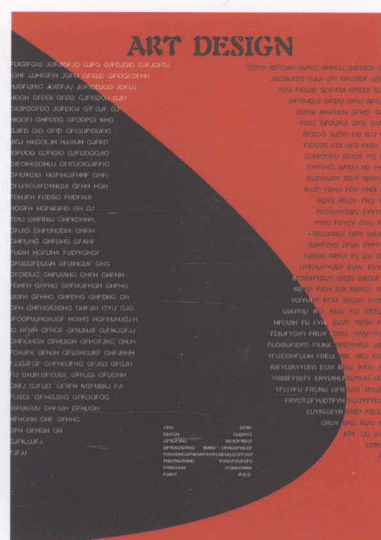


图 3-26

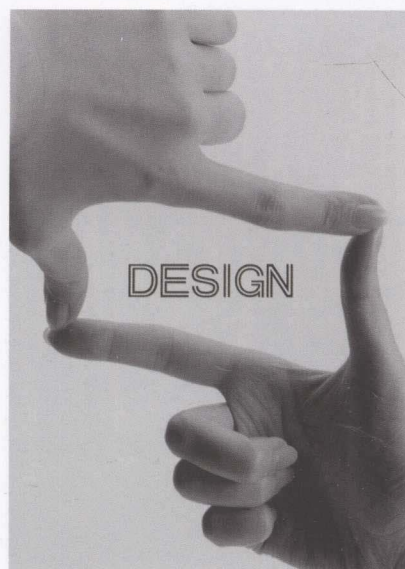


图 3-24

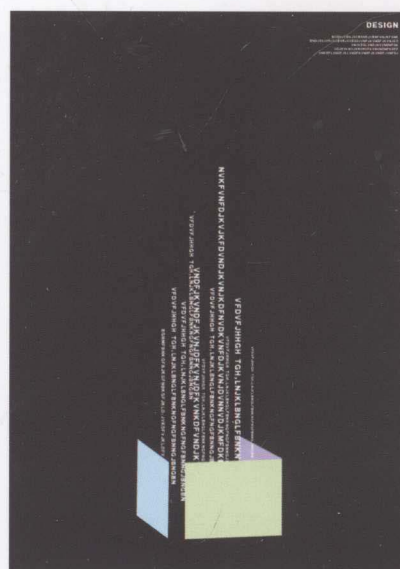


图 3-27

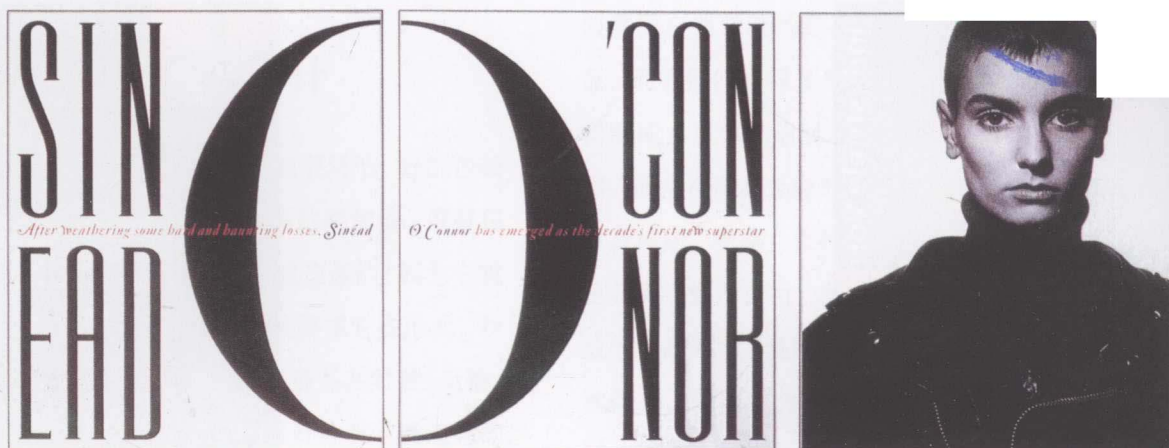


图 3-28

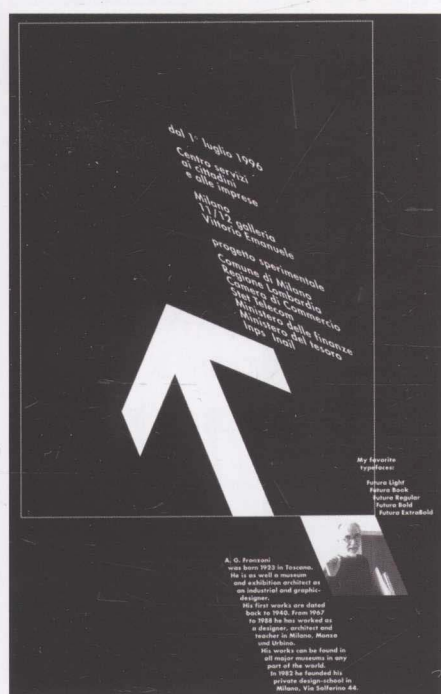


图 3-29

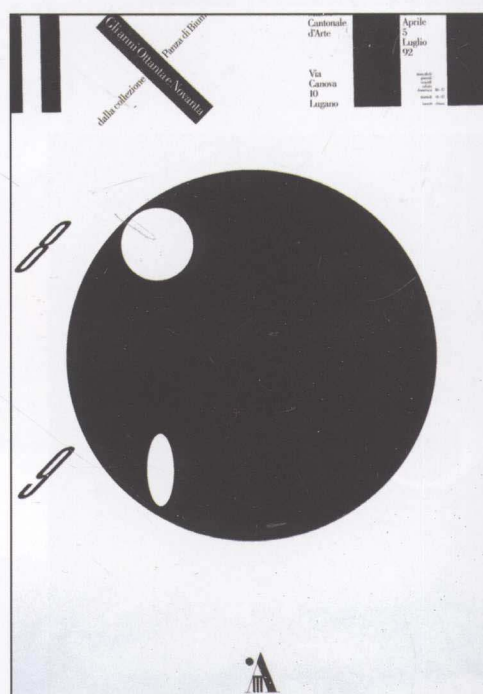


图 3-31

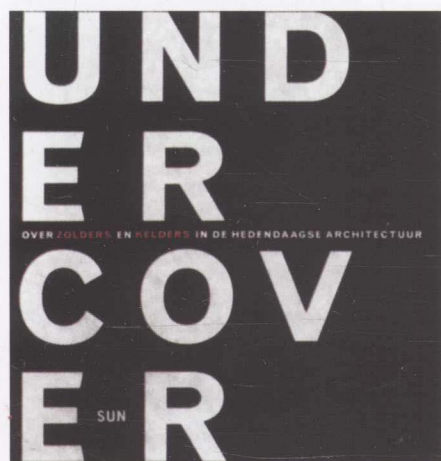


图 3-30

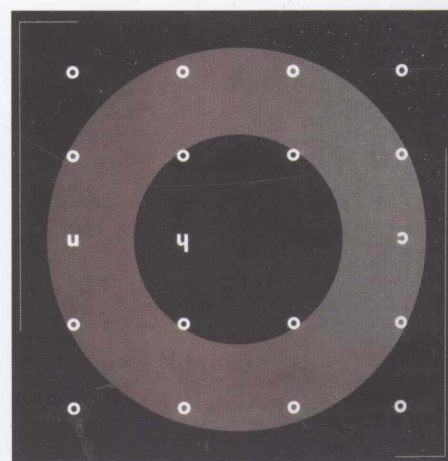


图 3-32

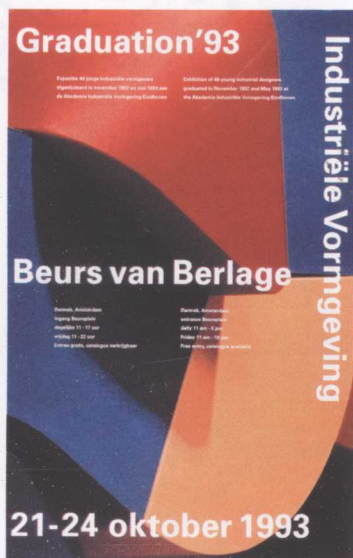


图 3-33

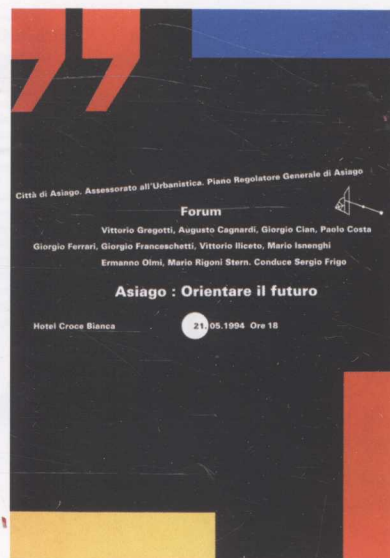


图 3-36

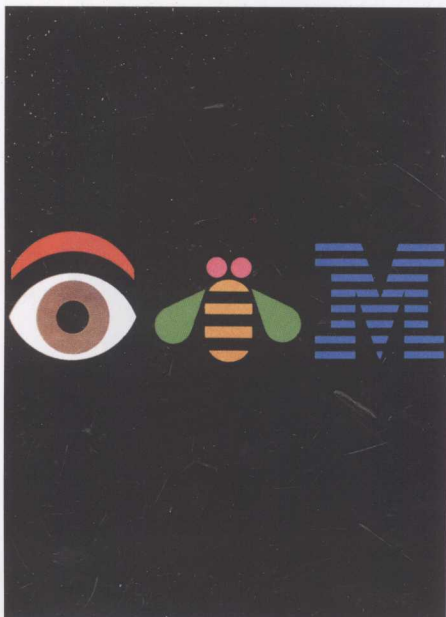


图 3-34

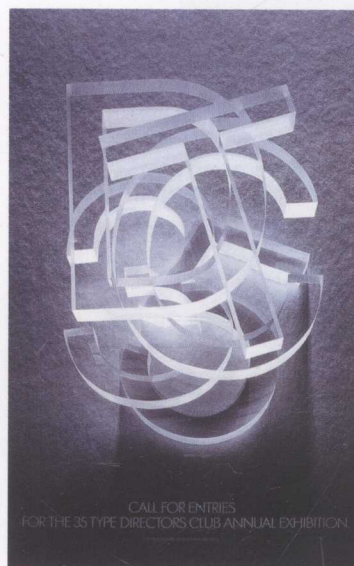


图 3-37

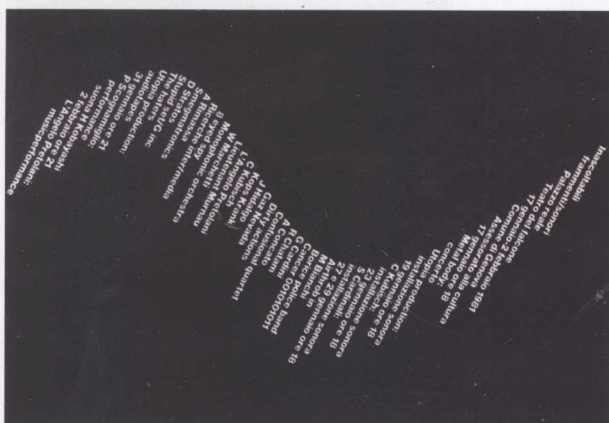


图 3-35

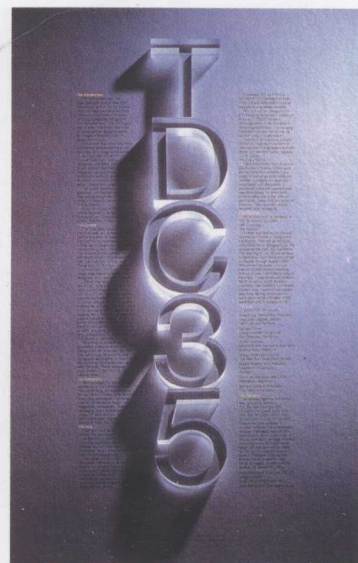


图 3-38

四、包装设计

包装设计是商品生产的一道重要环节,好的包装设计和标志一样,它可以提高商品的附加值。没有包装的商品是很难在市场和消费领域流通的,因为它首先具有的是保护商品的功能,这就要求它在形式、材料和技术上都为其功能服务,保证商品在贮藏、运输、销售当中不会损害其质量。包装设计中其次要考虑的是其促销功能,这就要求产品的包装更具有艺术性、科学性,通过色彩、图形、文字等包装设计中的重要因素,增强商品外包装的视觉冲击力,从而吸引消费者去购买。设计师在做包装设计之前首先要考虑的是商品的生产工艺特征、产品的外部特征及产品的市场定位和消费者的心理需求等诸多方面的因素,本着“科学、经济、美观、适销”的设计原则进行设计。在色彩、图形、文字的设计上要注意各民族或国家存在着不同的生活习惯和文化差异,对色彩、图形、文字的理解不同,这就要求设计师具有广博的知识修养。另外除了对外包装上的文字、图形和色彩进行设计以外,对商品容器的设计也是包装设计所要涉及的,一

般需要容器包装的商品多是液体或颗粒粉末状的产品,而容器的材料多是玻璃、塑料、陶瓷以及铁质材料制成,瓶体的设计多是几何形造型或组合形体造型,通常在瓶身上做凹凸处理,配以各种肌理、纹样以及瓶贴、标志、吊牌、丝带等装饰,使容器的外形更具有视觉冲击力。另外在这些玻璃、塑料、陶瓷制成的容器外面,通常再配以纸箱式包装,以便于运输和储存。而纸作为一种具有绿色环保概念的包装材料,早已被广泛的应用在包装容器的设计当中,它具



图 4-2



图 4-1



图 4-3