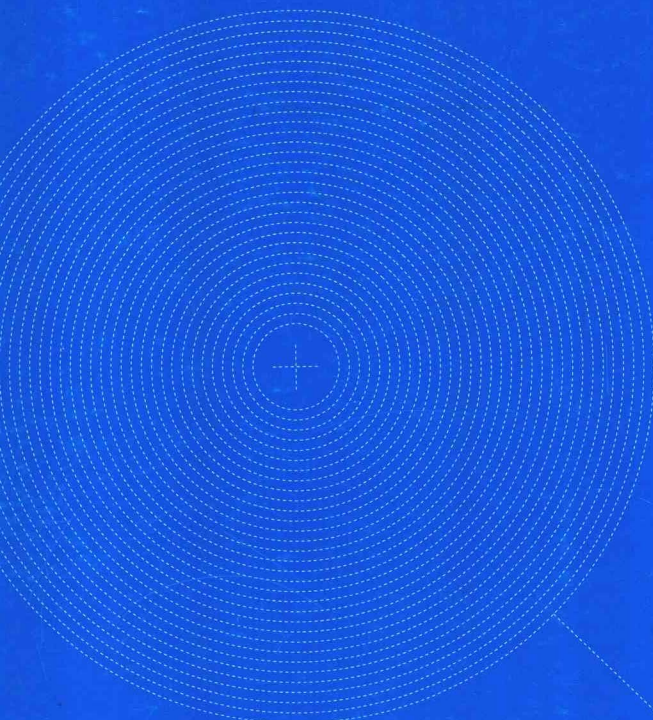
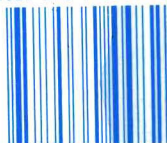




上架建议：设计

ISBN 978-7-5344-4826-6



9 787534 448266

定价：45.00元

Graphic Design

李俊东 著

平面设计的美感秘诀

给设计人的12堂课



江苏美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

平面设计的美感秘诀: 给设计人的12堂课 / 李俊东著.

— 南京: 江苏美术出版社, 2013.1

ISBN 978-7-5344-4826-3

I. ①平… II. ①李… III. ①平面设计 IV. ①J061

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第150502号

本书中文繁体字版本由 城邦文化事业股份有限公司PCuSER电脑人出版事业部 在台湾出版, 今授权 江苏美术出版社 在中国大陆地区出版其中文简体版本。该出版权受法律保护, 未经书面同意, 任何机构与个人不得以任何形式进行复制、转载。

著作权合同登记号: 图字10-2011-392

出 品 人 周海歌

责任编辑 郑 晓 樊旭颖 朱一希

装帧设计 司 马

责任校对 刁海裕

责任监印 朱晓燕

项目合作 锐拓传媒copyright@rightol.com

书 名 平面设计的美感秘诀: 给设计人的12堂课

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏美术出版社 (南京市中央路165号 邮编: 210009)

出版社网址 <http://www.jsmscbs.com.cn>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

制 版 江苏凤凰制版有限公司

印 刷 南京精艺印刷有限公司

开 本 787×1092 1/32

印 张 5.625

版 次 2013年1月第1版 2013年1月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-4826-3

定 价 45.00元

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

编辑部电话 025-68155753 电邮 jiangsumscbs5@163.com

江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

CONTENTS

目录

- 0 学设计，让人更有创意/ 009
 - 左脑思考vs右脑创造 010
 - 设计美好生活：我在学学所教的事 013
 - 你好！我是学学文创的老师 014

- 1 诱人设计露三“点”：
学习设计的重点诀窍/ 023
 - 卡片表达人际关系 025
 - 卡片凝聚情感焦点 026
 - 掌握设计的情绪原点 033
 - 卡片创造情报卖点 034
 - 流行饮料，心服口服的设计美学 036

- 2 设计的三个“要”和一个礼物/ 041
 - 从设计自己的标记传达精神 042
 - 时尚品牌：罗威（LOEWE） 046
 - 设计的三个“要”：要懂生活、要会生产、要有生意 046
 - 你最向往哪座城市的风格设计？ 047
 - 设计的一个礼物：品牌标志 048

- 3 四面八方来牵“线”：
5步骤挺进设计前线/ 051
 - 时尚配件——提袋 052
 - 提袋将品位带着走 054
 - 创新提袋设计，要有态度 055
 - 提袋的吸引力，让人提着仿佛就获得一个时空与情境 055

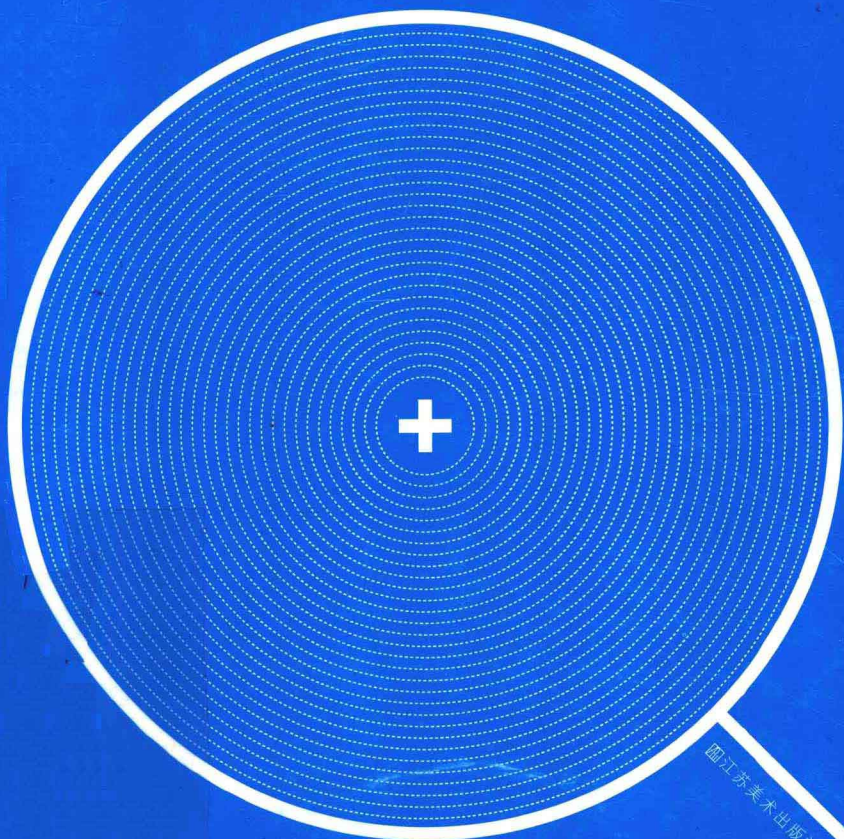
- 4 让设计说话的4个步骤/ 059
学习设计是种不断的生活体验 060
C D设计, 最棒的创意游戏 062
C D设计主题围绕着“圆” 063
动手试试C D设计 065
- 5 不看僧面看佛“面”:
眼观四面耳听八方术/ 071
无可取代的创意 072
年度的品位魅力 076
年历是时间的风景 079
年历浓缩了一整年的故事 080
定制化年历展现出人们对于独特的渴望 082
- 6 别处学不到的潮流沟通术/ 089
色彩创造设计经典 090
色彩语言 091
白T, 最时尚的设计 094
潮T设计看似简单, 其实深奥 096
“潮”设计, 向街头取经 097
- 7 各人头顶一片“天”:
版面设计暗藏大玄机/ 101
浅显易懂就是最好的设计 104
关于字号与字体 106
- 8 增加设计魅力的小技巧/ 117
设计提供生活品位与乐趣 118
在设计中找乐趣 119
享受设计的滋味 122
- 9 设计人脚踏实“地”:
学设计也要学好地理/ 131
设计是一场旅行, 为旅游品位拓展层面 132
设计为旅游布线 136
- 10 设计桌上发挥影响力的道具/ 141
设计&梦想 142
创造设计的氛围 144
游乐园的设计启蒙 147
成为设计人的10个提醒 150
- 11 变身成为设计“人”:
成为设计人的10特质/ 155
优秀设计师应有的10特质 156
让设计跟上时代的6点建议 159
学设计必要的展览 162
- 12 创造超高人气的设计关键字/ 167
幸福广告的设计美学 168

Graphic Design

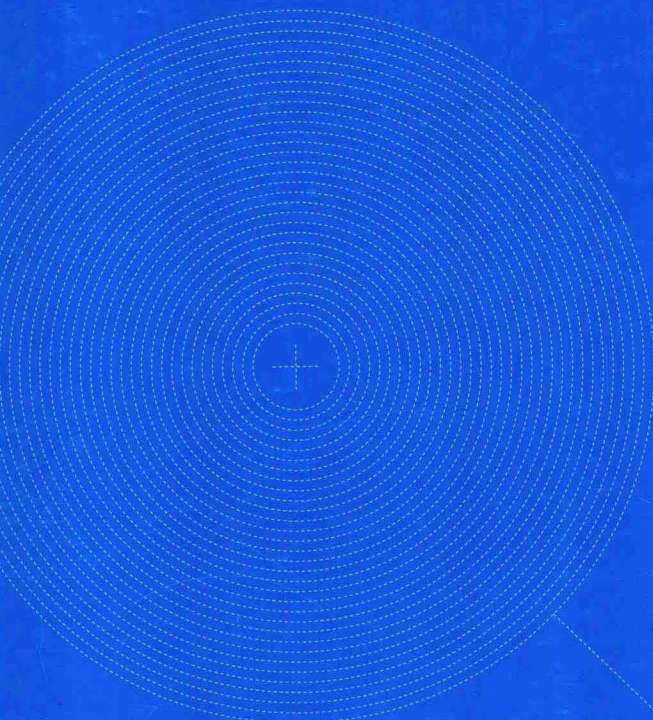
李俊东 著

平面设计的美感秘诀

给设计人的12堂课

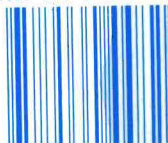


江苏美术出版社



上架建议：设计

ISBN 978-7-5344-4826-6



9 787534 448266

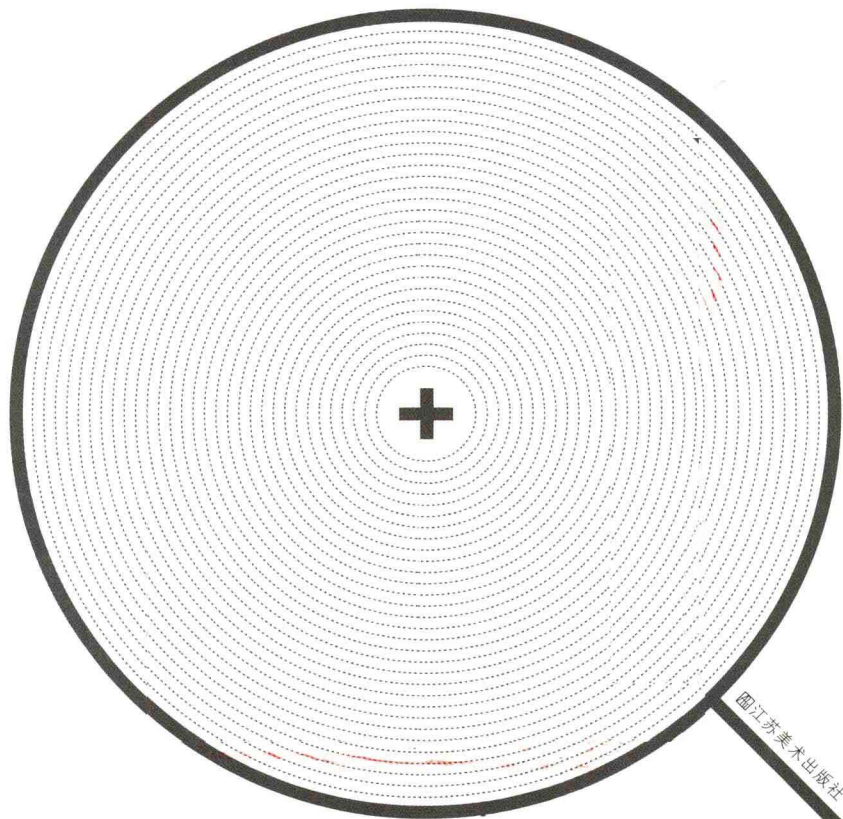
定价：45.00元

Graphic Design

李俊东 著

平面设计的美感秘诀

给设计人的12堂课



简体中文版序

你好！我是台湾设计师暨专业讲师李俊东，已出版近六十本书，很开心每回的出版都获得广大读者们的热烈回响。

《平面设计的美感秘诀：给设计人的12堂课》由江苏美术出版社出版发行简体中文版，让我也可以藉由这次机会和内地的朋友交流互动，非常开心。

这个时代的设计已成为人人关注的话题焦点，一个好设计能够引发热烈的共鸣，同时产生出令人惊叹的效益！无论哪个领域，其实都需要设计人才；而平面设计培养的正是美感的赏析能力与创作的基础实力。

这廿年来我的工作领域跨越杂志、服装、电影、广告等媒体，这些其实都和设计有很大的关联。我曾担任美商康泰纳仕男性杂志《GQ》杂志台湾版的副总编辑，亲眼目睹且亲身经历，一个人想要出色，从头到脚、从里到外都需要好好设计。透过每天的练习和学习，锻炼“品味”，成为“风格”。

“设计”其实无所不在！

从事美学教育多年以来，我体认到：其实每个人都有设计的潜力（从每天出门搭穿衣服开始），居家和办公桌的摆设陈列，设计就在细节里。

千万别小看自己（我教过的学生，从小学孩童到退休教授，潜力是可以激发的），无论是只是纯欣赏，或是设计相关从业人员，都可以从逛街购物、看电影、逛博物馆等活动中接触到设计。

设计堪称是当今文化创意的潮流推手，许多人喜爱台湾文创产品，感受到设计质量精美，有更多的是从色彩、图像与字体中巧妙传递出蕴含的“故事”。

因应台湾文创设计的蓬勃发展，目前台湾众多学校设立相关专业科系，期望能将设计文创教育向下扎根。这本书正是在展现我与学生们在设计课里的互动；借由我从一个设计的主题或对象发想，让大家一起来脑力激荡！整

本书十二堂课里，参与的学生都表现出各自对设计的创意，也展现出不同的思考与生活经验，创造出不同的设计与品味观点。

俊东老师给学好设计的首要建议：“掌握自身的特色！”知道自己要的是什么。无论是绘画或摄影，以手工拼贴制作或运用计算机软件工具；最重要的是“完整传达自己的设计概念”。

学习“同中求异”、“异中求同”，这样更能展现出设计世界的多元。

我们每天会穿到的T恤、球鞋、唾手可得的光盘片与购物提袋、旅行中买的明信片，这些看似“平凡”的对象，其实都能创造出“不平凡”的美感（许多人甚至还会花钱搜集）。

“大方与人分享”，是俊东老师给学习设计者的诚恳建议！试着为亲友做一张卡片，因为是传递心意，这样的设计更增添了一份感动。

还有，“不要吝于表现”！

我常替学生们举办设计展览，也许是在教室里、走廊上，或是在一座咖啡馆、艺廊等公共空间，设计者要学习面对群众，同时接受大家回馈的意见。或是将作品放上部落格，邀请大家给予想法。

每天持续地学习与练习，对设计一定会有更多自我体悟与想法。

我是台湾设计师暨专业讲师李俊东，感谢你喜欢这本书并藉由书籍让我们结缘，我目前正在撰写下一本新书，衷心期待能尽快到内地和大家见面互动，让我们有机会面对面分享！

李俊东

欢迎读者与俊东老师分享。

李俊东老师部落格 blog.roodo.com/tungtungshow

CONTENTS

目录

- 0 学设计，让人更有创意/ 009
- 左脑思考vs右脑创造 010
 - 设计美好生活：我在学学所教的事 013
 - 你好！我是学学文创的老师 014
- 1 诱人设计露三“点”：
学习设计的重点诀窍/ 023
- 卡片表达人际关系 025
 - 卡片凝聚情感焦点 026
 - 掌握设计的情绪原点 033
 - 卡片创造情报卖点 034
 - 流行饮料，心服口服的设计美学 036
- 2 设计的三个“要”和一个礼物/ 041
- 从设计自己的标记传达精神 042
 - 时尚品牌：罗威（LOEWE） 046
 - 设计的三个“要”：要懂生活、要会生产、要有生意 046
 - 你最向往哪座城市的风格设计？ 047
 - 设计的一个礼物：品牌标志 048
- 3 四面八方来牵“线”：
5步骤挺进设计前线/ 051
- 时尚配件——提袋 052
 - 提袋将品位带着走 054
 - 创新提袋设计，要有态度 055
 - 提袋的吸引力，让人提着仿佛就获得一个时空与情境 055

- 4 让设计说话的4个步骤/ 059
学习设计是种不断的生活体验 060
CD设计, 最棒的创意游戏 062
CD设计主题围绕着“圆” 063
动手试试CD设计 065
- 5 不看僧面看佛“面”:
眼观四面耳听八方术/ 071
无可取代的创意 072
年度的品位魅力 076
年历是时间的风景 079
年历浓缩了一整年的故事 080
定制化年历展现出人们对于独特的渴望 082
- 6 别处学不到的潮流沟通术/ 089
色彩创造设计经典 090
色彩语言 091
白T, 最时尚的设计 094
潮T设计看似简单, 其实深奥 096
“潮”设计, 向街头取经 097
- 7 各人头顶一片“天”:
版面设计暗藏大玄机/ 101
浅显易懂就是最好的设计 104
关于字号与字体 106
- 8 增加设计魅力的小技巧/ 117
设计提供生活品位与乐趣 118
在设计中找乐趣 119
享受设计的滋味 122
- 9 设计人脚踏实“地”:
学设计也要学好地理/ 131
设计是一场旅行, 为旅游品位拓展层面 132
设计为旅游布线 136
- 10 设计桌上发挥影响力的道具/ 141
设计&梦想 142
创造设计的氛围 144
游乐园的设计启蒙 147
成为设计人的10个提醒 150
- 11 变身成为设计“人”:
成为设计人的10特质/ 155
优秀设计师应有的10特质 156
让设计跟上时代的6点建议 159
学设计必要的展览 162
- 12 创造超高人气的设计关键字/ 167
幸福广告的设计美学 168

楔子
学设计，让人更有创意

学设计，让人更有创意

O

“设计真的好好玩！”

我时常在设计课堂以及讲座上，和来自四面八方的设计师以及热爱设计的朋友们交流互动；设计就是这么有趣，经由设计的串联，许多灵感和创意，不期而遇。

左脑思考vs右脑创造

“设计是种**潜能开发**。”透过设计的学习和练习，总是能够激发许多潜藏在意识底层的创意，进而让人也想要尝试动手做做看。

太极图堪称是个有趣的设计，将黑与白的互动做出了圆融的呈现。

我喜欢将设计比喻成**打太极**，柔中带刚，刚中有柔；有丰富的感情故事，同时又能组织得头头是道。

左脑和右脑，对感情来说，婚姻是左脑，恋爱是右脑；对设计而言，执行需借重左脑，灵感创意则要靠右脑。

一般人右脑的视觉、听觉、嗅觉、触觉和味觉这五感皆受左脑理性的控制和压抑，难以发挥潜能。从事设计工作的人懂得活用右脑，光是听到声音就可以具体描绘出图像，甚至还可具体地描述气味，心理学家将此现象称为“**共感**”。

人的左脑与右脑，分别掌管不同的世界；右脑是种并联系



统，情感相关的事物常会互相影响；左脑则是序列串联的，具有清晰的逻辑思考。

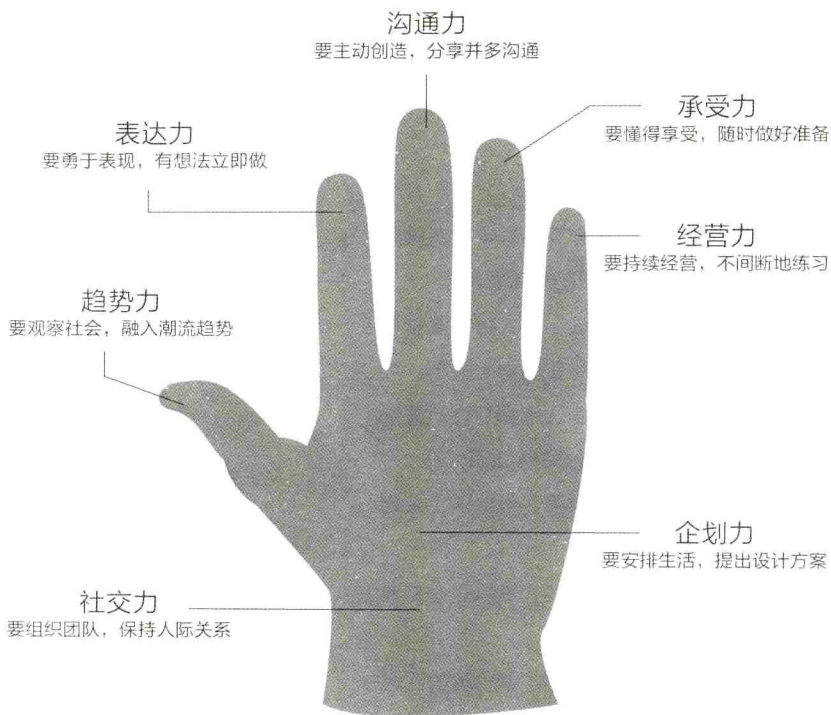
曾有个果菜汁的广告，要人每天试着换手写字，说是要让左脑和右脑均衡一下。均衡脑袋的动机不错，但我认为学习设计更能加速右脑开窍，经由设计来开发创意。

左脑与右脑的发达程度，影响人生要走的道路。

我所认识的许多设计师，右脑似乎都特别发达！

医学指出右脑是人类精神生活的深层基础，做梦和创意灵感都来自右脑；右脑储存的信息是左脑的十万倍，人的言行举止，尤其是情绪性的行为，都在右脑的掌控下。我有一位在金融界的朋友，原本是个在生活中极度重视语言、逻辑、数字和分析的高级经理人，被公司裁员后被女友拉到欧洲旅游散心几个月，没想到回台湾后竟然和我大谈音乐和艺术。看来，他的脑袋在经过生涯重创后，右脑的回路显然在受到打击后被打通了，人生也“向右走”了。他曾热情地邀我





设计与创意7能力

设计与创意7能力，了解自己的角色与定位。

现在，请伸出你的手，设计，其实就在你手中：

大拇指——趋势力：设计好作品让人举起大拇指，也学习称赞他人的作品。

食指——传达力：所谓的“指点”，正是学习指出设计的优点以及缺点。

中指——沟通力：伸出中指骂人无法解决问题，学设计需懂得人际沟通。

无名指——承受力：设计界潜藏着许多“无名英雄”，学设计要能承受压力。

小指——经营力：勾小指是承诺，越“没关系”的事有时却越是有关。

掌心——企划力：设计人更要懂企划，创新就能把世界握在自己的掌心。

手腕——社交力：出色的设计人，要多与人交流，拥有自己的团队组织。