

视觉传达设计
VISUAL COMMUNICATION DESIGN

纸媒的盛宴

vol 30

中文传媒 江西美术出版社



NLIC2970866036

主办 Sponsored by
视库图书工作室
Seecoo Book Studio
江西美术出版社
Jiang Xi Finearts Publishing House
南京艺术学院设计学院
Design College of Nanjing University of the Arts
编辑 Edited by
新平面编辑部
New Graphic Editorial Department

编委 Editorial Committee

戈洪 Ge Hong 蒋杰 Jiang Jie 刘杨 Liu Yang 姚翔宇 Yao Xiangyu 王靖 Wang Jing
向帆 Xiang Fan 历勉 Li Mian 李大伟 Li Dawei 华培 Hua Pei 王焱 Wang Yan
杨杰芳 Yang Jiefang 张磊 Zhang Lei 莫军华 Mo Junhua 徐博文 Xu Bowen

主编 Editor in Chief

戈洪 Ge Hong 万仁荣 Wan Renrong

副主编 Subeditor

曹方 Cao Fang 蒋杰 Jiang Jie 王靖 Wang Jing

执行编辑 Executive Editor

华培 Hua Pei

美术编辑 Art Editor

张正甜 Zhang Zhengtian 罗曦 Luo Xi 梅玮 Mei Yi 董青 Dong Qing

英文编辑 English Editor

涂秋晨 Tu Qiuchen 翟丽丽 Zhai Lili 戈一雪 Ge Yixue

特邀编辑 Special Editor

Cinzia Ferrara Bruno Porto 蒋华 Jiang Hua

特邀海外编辑 Special Reporter Abroad

王 滨 (英国) Wang Bin (England)

周文康 (美国) Kan Wenkang (America)

李 江 (日本) Li Jiang (Japan)

闫 彦 (荷兰) Yan Yan (The Netherlands)

张 萍 (法国) Zhang Ping (France)

陈 洋 (新加坡) Chen Yang (Singapore)

新平面
NEW GRAPHIC

视库Seecoo图书工作室

中国·南京虎踞北路15号南京艺术学院
Nanjing University of the Arts ·15# North Huju Road
Nanjing, China 210013
TEL: 13851866488 13776624291
E-mail: newgraphic@vip.sina.com
http://www.seecoo studio.com

图书在版编目(CIP)数据

新平面. 第30辑 / 戈洪主编. — 南昌: 江西美术出版社,

2012.12 (中文传媒系列丛书)

ISBN 978-7-5480-1848-3

I. ①新… II. ①戈… III. ①平面设计—作品集—世界—现代 IV. ①J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第289543号

责任编辑 陈 波

封面设计 Bob Van Dijk

责任监印 吴 静

中文传媒·新平面 第30辑

ZHONGWEN CHUANMEI XINPIANMI 30 JI

出版发行 江西美术出版社

地 址 南昌子安路66号

网 址 www.jxfinearts.com

E-mail jxms@jxpp.com

经 销 新华书店

印 刷 江西华奥印务有限责任公司

开 本 965mm×635mm 1/8

印 张 8

版 次 2012年12月第1版 2012年12月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5480-1848-3

定 价 42.00元

赣版登字-06-2012-915

版权所有, 侵权必究

图书若有印装质量问题可向承印厂调换

目录 Contents

新·人物 NEW · CHARACTER

- 002 在餐饮中, 改变真好 Victor Guegan
In the World of Cuisine, Change is Good Victor Guegan
014 设计就是我的生活——对话荷兰设计师鲍勃·范迪杰克 华培
A Way of Living——Dialogue with Bob Van Dijk Hua Pei
029 设计宣言——Sagmeister & Walsh公司专访 李巍
Declaration of Design——Sagmeister & Walsh Interview Li Wei

新·视点 NEW · VIEWPOINT

- 046 纸媒的盛宴 王靖
Feast of Print Media Wang Jing

新·平台 NEW · PLATFORM

- 074 Hiiibrand Awards 2011: 国际品牌标志设计大赛 大赛组委会
Hiiibrand Awards 2011: The International Design Awards Organizing Committee

新·生活 NEW · LIFE

- 104 2012新人新作——星座 《新平面》编辑部
New Designers and New Works Constellation 2012 New Graphic Studio

新·学术 NEW · SCIENCE

- 111 语言——视听文字一体化语言, Robert Appleton专访 Majid Abbasi
Vortex: Visual Aural Textual One Language, Robert Appleton Interview Majid Abbasi
116 2012标志设计趋势报告 Bill Gardner
The 2012 LogoLounge Logo Design Trends Report Bill Gardner
122 “文革”美术与“社会主义红色政治美学”的构建 张杰
The “Cultural Revolution” Art and “Socialist Red Political Aesthetics”
Construction Zhang Jie

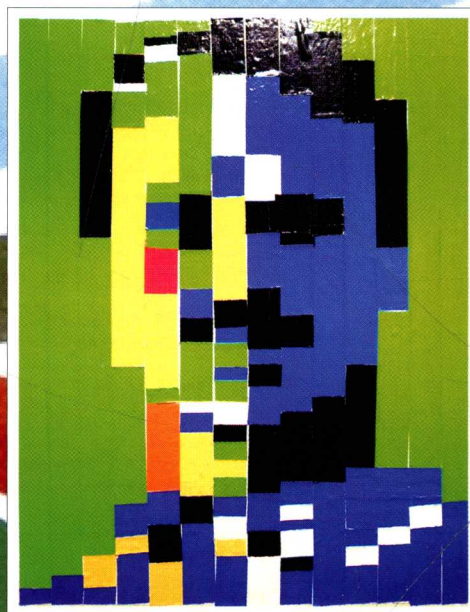


NLIC2970866036

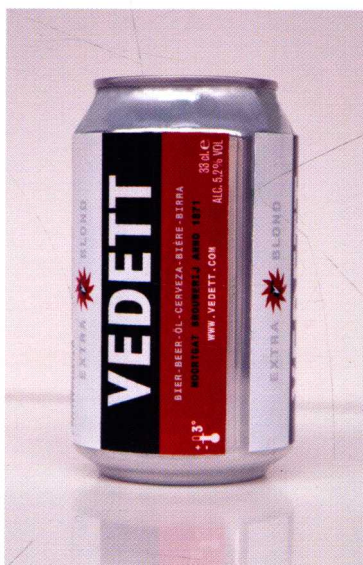
在餐饮中，改变真好

In the Word of Cuisine,
Change is Good

文 | Victor Guegan
By Victor Guegan



胶带自画像 TAPE portraits

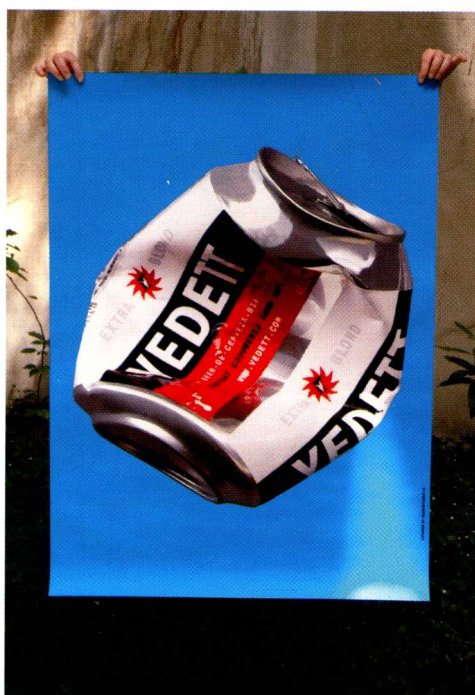


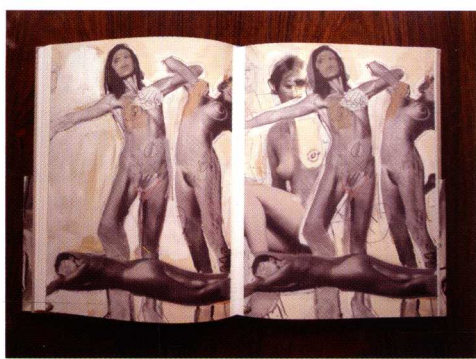
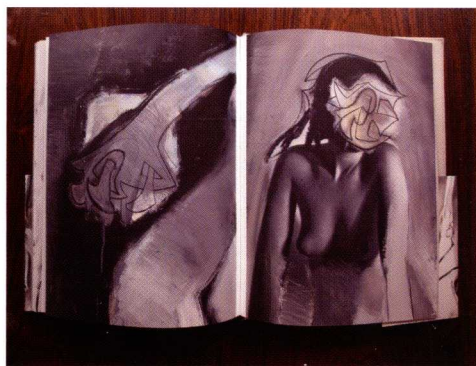
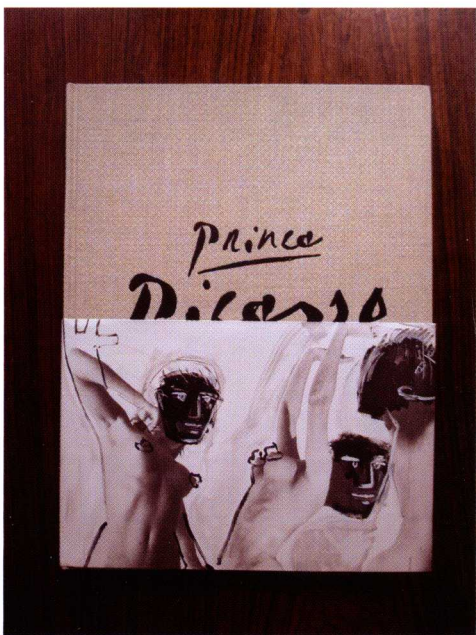
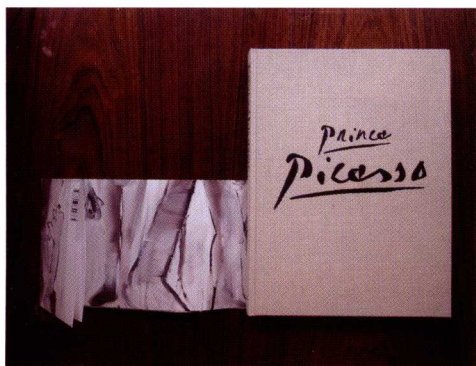
“改变真好”工作室是2003年由葡萄牙人约瑟·阿尔贝卡利亚（José Albergaria）和荷兰人瑞克·巴斯·贝克（Rik Bas Backer）在法国巴黎创建的一家平面设计工作室。他们认为自己的创作不属于任何风格，也不属于任何流派，而是完全自由的。他们的作品无处不在：从经典的古典主义到勇于尝试的流行艺术；从新兴的透视布景到凡尔赛宫博物馆；从路易·威登的文化艺术空间到比利时Vedett啤酒的瓶身及包装设计。对于每一个作品，他们都会精心地“烹制”。“改变真好”他们坚信“用手”进行图形设计的重要性，就像提供精美食物的餐馆会根据季节改变菜单上的菜品，以便使用时令食材锁住食物最纯正的味道。他们自称拥有“自己动手，丰衣足食”的精神，作品都是通过DIY来完成的。“创建十字路口或是连接点时，应当让它显得与众不同，能通往不同的方向。”以下便是他们设计的七大原则，以使他们的“菜品”超乎想象，让读者、观众乃至路人享受到影像的“食欲”！



Vedett罐子 Vedett can
Vedett T恤 Vedett T-shirt
两个Vedett瓶子和Vedett罐子 The 2 bottles and the can
瓶子（2003） Brussels, 2003 (bottle)
罐子（2008） Brussels, 2008 (can)

为罐子版本发布而设计的3种海报
3 posters for the can version launch





理查德·普林斯·毕加索
目录的排版和封面设计，理查德博物馆，马拉加，2012
Richard Prince Picasso
layout and cover design for the catalogue
'Prince/Picasso' de Richard Prince, Museo
Richard, Malaga, 2012

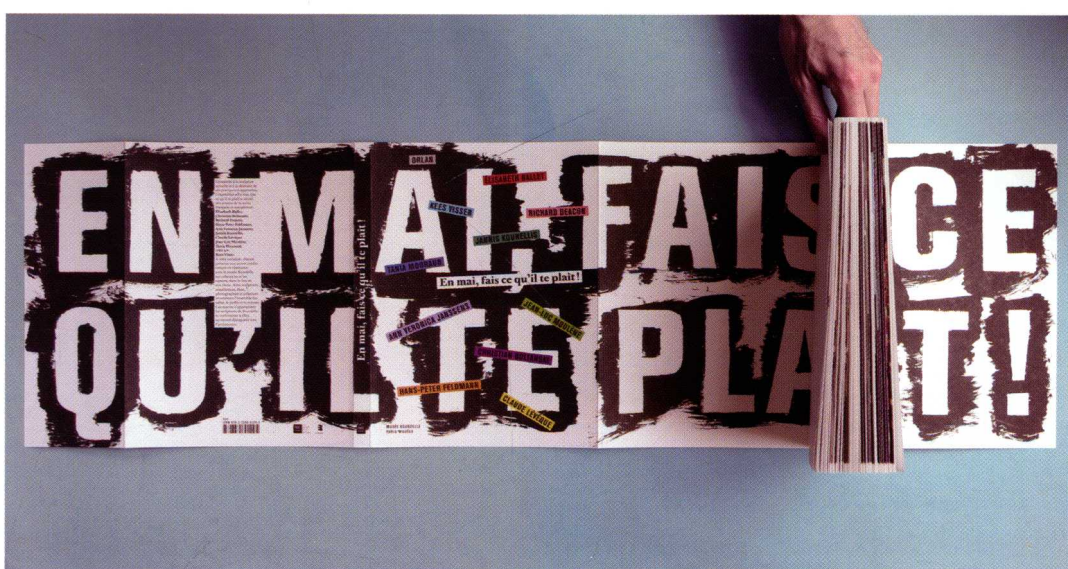
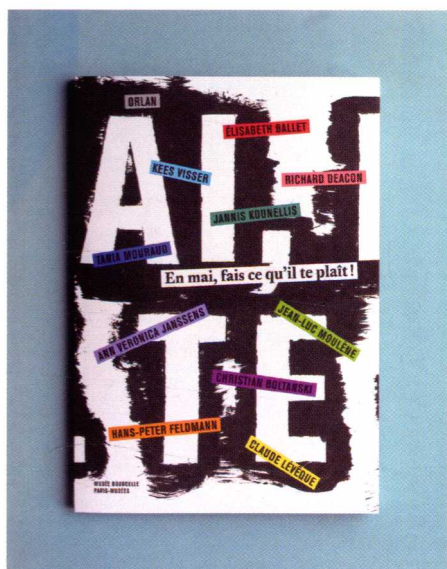
一、设计书时就如同你不知道什么是书

当他们开始一个新的项目时，“改变真好”的设计师会把对于某一个事物固有的想法和设计彻底摧毁。比如，拿他们设计的书来说，瑞克会按照他的老师，荷兰设计师卡尔·马尔顿（Karel Martens）教他的方法，把想象的问题与最关键的步骤画在纸上。“尝试着去设计书时就如同你不知道什么是书，如同你从来没有看到过书的封面。试着问自己，这是什么样的一个东西？它会是很结实的吗？需要在外加一层纸套吗？”这些对于基本问题的重新思考使得其创作出与众不同的设计，特别是在书的设计理念上。

为西班牙马拉加毕加索博物馆设计的双层书套便是如此，不仅经典且让人折服。书套上布满了美国设计师理查德·普林斯（Richard Prince）设计的图案，并且将书套多次折叠，仅仅只能罩在书的下面。这样，使得首章的花饰与书套的纹路之间混杂在一起。折叠的书套也会让作品看上去无比的厚，

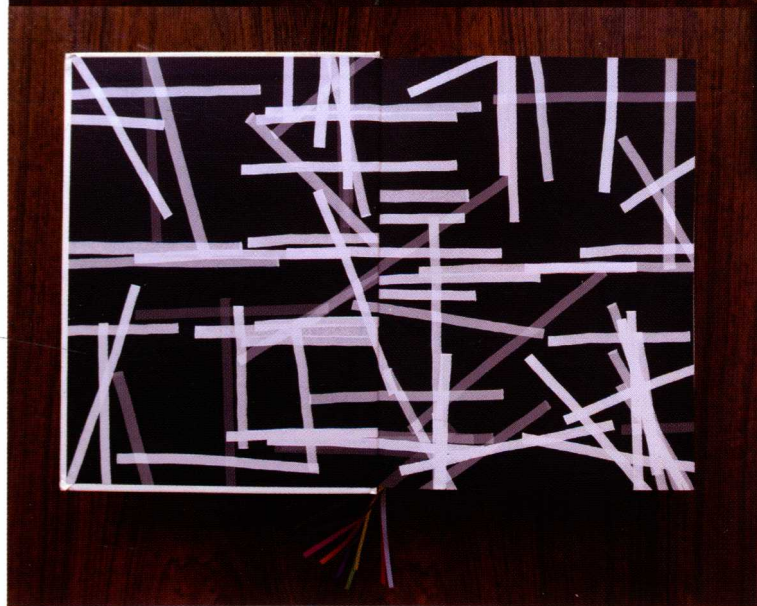


En mai fait
为展览“En Mai Fais Ce Qu'il Te Plait!”而作的海报，Musée
Bourdelle，巴黎，2010
En mai fait
Poster for the exhibition 'En Mai Fais Ce Qu'il Te Plait!',
Musée Bourdelle, Paris, 2010



为展览“En Mai Fais Ce Qu'il Te Plait!”设计的封面，Musée Bourdelle，巴黎，2010
catalogue cover for the exhibition ‘En Mai Fais Ce Qu'il Te Plait!’，Musée Bourdelle, Paris, 2010

《Coco：10位世界一流大师选择的100位当代大厨》，纽约Phaidon出版社，2009
Coco — layout and cover design for the book ‘Coco: 10 World-Leading Masters choose 100 Contemporary Chefs’，Phaidon New York, 2009



与人们对传统封面的固有印象形成巨大的冲击：它摸上去不再是平整光滑而是凹凸不平的。这样大胆的折叠式设计使得我们联想到毕加索的绘画风格，博物馆的图书在整体上和绘画作品相得益彰，充分体现了封面设计的力量。

在为布罗代尔（Bourdelle）博物馆设计的主题为“五月，任意而行”的现代艺术展览画册中，“改变真好”工作室的设计赋予了画册封面不同寻常的功能，让博物馆非常满意。整个画册的封面可以像百叶窗那样折叠，当把百叶窗整个展开后，上面写着此次展览的主题“五月，做自己喜欢的事情”。使用百叶窗的形式使封面跳出了传统封面的样式，也使读者有一种耳目一新的感觉。

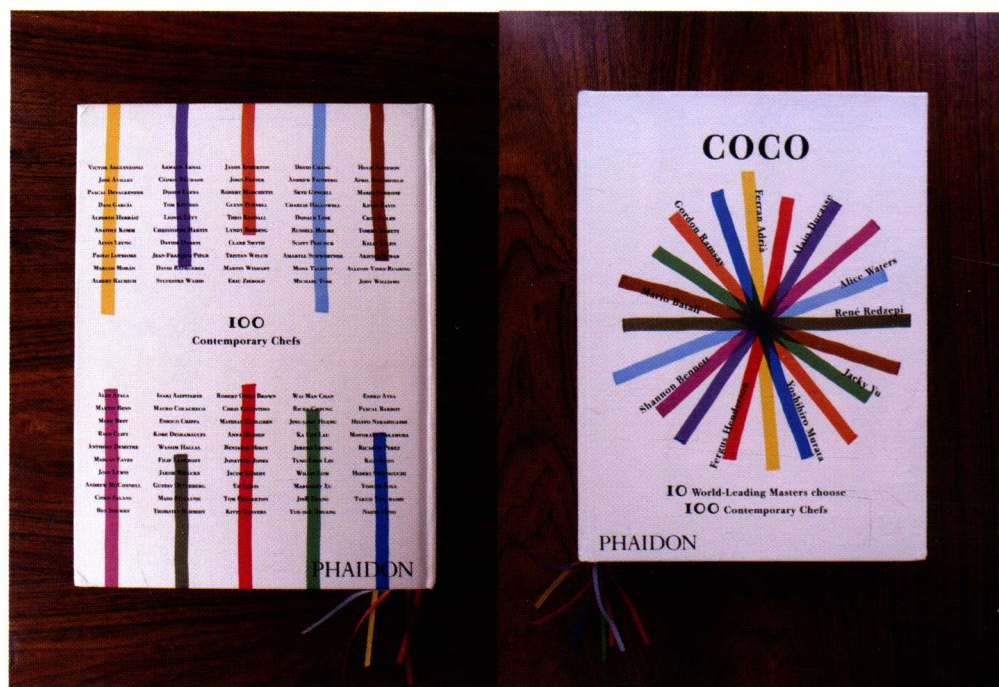
该项目使用的排版形式完全突破传统图书领域的教义，并对工作室的图文构造提出挑战。在字体设计上，瑞克和约瑟认为，与其将字体切割在纸格内，倒不如直接使用纸格进行排版，并最终采取了这一想法。他们把文字以一种“摇晃”或“放射线式”的方式进行排列创作。

二、COCO椰子：如何用大厨的方式“烹制”作品

COCO椰子的成功要归结于其所呈现的精美内容：既有传统佳肴，也有奇特美味，它们或甜或辣，源于世界，却异于常规。COCO邀请世界最富盛名的10位大厨制作最为诱人的百道美食。本书内容由他们提供简介、食谱、餐厅照片、厨房照片以及作品赏析。为了做好这本书，“改变真好”工作室对书籍进行大胆的创新与尝试，其特色设计之一便是“丝带书签”。丝带书签可以用来标记页码——即便书已合上，或入库，你也可以方便快捷地找到相

关页码。工作室的独创之处非仅限于一个“丝带书签”，而是用10种颜色丝带来编制丝带书签。每种颜色的丝带可用来标记一位大厨的作品。

以上创意已是足够精彩。而“改变真好”工作室并未止于此。立足书签，再次创作，他们尽其所能地再次“烹制”书签——十色书签以三维的形式出现在二维的书页与封面上，如同涌自作品内部。在文字排版上，它们创造了第二个“生命”去掉“t”，以“signes”代替“tsignets”。书页里的彩色书签被随意编排，它们的位置与方向根据所在页面可利用空间进行处理。彩色丝带组成的图案使得书籍更为有机鲜活，业已成为整个图书的排版符号。此外，丝带还各司其职地发挥着作用，读者可通过其颜色区分图书的章节部分。改变尚未停止，他们甚至将丝带图案的边缘进行不规则化处理，既突显丝带书签的柔软质地，又防止读者将其与纯网线排版混淆。这种独特设计使图书与文章之间建立起隐形的桥梁。



《Coco：10位世界一流大师选择的100位当代大厨》，纽约Phaidon出版社，2009

Coco — layout and cover design for the book 'Coco: 10 World-Leading Masters choose 100 Contemporary Chefs', Phaidon New York, 2009



为文化艺术中心centquatre, Paris而组织的春季展览项目封面，2012 spring cover program for the cultural/art center 'centquatre, Paris', 2012

为文化艺术中心centquatre, Paris设计的春季展览项目海报，2011 event/exhibition 'à voice et à manger' poster for the cultural/art center 'centquatre, Paris', 2011

我们甚至可以说，“改变真好”工作室的设计为COCO椰子赋予了生命。丝带书签的多次应用（以更为浮动、层次、视觉冲击的方式）使其与图文的组织架构得以融合。该设计还巧妙地运用到书的衬页与扉页设计之中。图书内页上的彩带以X射线的方式散开，彩带颜色渐淡，但依旧有序、协调、随性地排列开来。这些彩色线条在或灰或黑或白的背景下重叠，给人一种X射线影像的感觉。而后，再通过书骨将彩带压平，由二维的书页来呈现其惊艳之处。

三、104：吸人眼球的海报

要用视觉或非理性和欲望去激起人们打开书籍、阅读书籍的意愿，然后让这一视觉或欲望变得触手可及，如同纸张。有时书籍也并非只是用来阅读。如同“改变真好”工作室所说，我们也可以去凝视它，想其是糕点橱窗里的诱人草莓蛋糕。“改变真好”工作室的设计便是旨在给读者视觉提供一份饕餮大餐。他们为“104”设计的作品恰当地验证了法国一句成语“美食，侵吞你的双眼”（manger, dévorer des yeux）。法国人常说他们如此爱书以至无法在读完之前挪开双眼，他们已完全被书侵吞。亦如我们会说，情人之间如此深情凝视，侵吞彼此双眼。正是如此，“改变真好”工作室在美食上的热情已然超越其在印刷工作上的热情，所以他们要求作品必须满足视觉盛宴。问题在于，为什么大厨烹饪的美食可以让眼睛“垂涎”，而我们的

海报却不能？最近，“改变真好”工作室为巴黎某重要文化中心设计的海报“104”便将这关于眼睛的超现实成语推及嘴巴。银色的背景出现一幅奇怪的图案：一只眼睛突然出现在嘴里，凸显在鲜红的上唇与吐出的舌头之间。海报通过在一个动作内展现伸舌头与眨眼的两个表情，巧妙地将味觉器官与视觉器官合二为一。

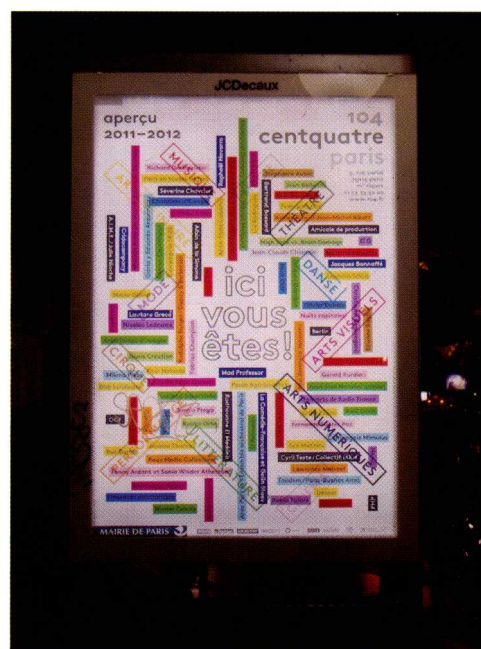
从构图上看，它是严谨的几何构图：两圆相交形成椭圆区域，这便可利用玫瑰线的方式确定眼睛的构图。基于这份创意，“改变真好”工作室运用几何构图创作了大量的“奇怪”作品。在这里，一些基础程序的构造却得以轻松反复运用。在“104”前期文化季的海报里，欧普艺术（op'art）式的构图再次得到采纳。我们把两张海报放在一起比较后发现，第二张海报仅是在“原创”（originale）海报视觉基础上进行简单异化处理。第一张海报“C'magic”上相交的两个圆形，环环相嵌，这使得嘴巴上下唇轮廓由几何图形转化成有机图案变得可行。同时，第一张海报“C'magic”椭圆辐射环还会给人一种视觉模糊、催眠的错觉。此外，海报还有以下功效：夜间，一旦海报反光，其背面的油印圆环便会变得可见，这会让路人怀疑自己的眼睛，难道是刚才太阳暴晒所致？

“舌-眼构图”已成为激励“改变真好”工作室的一种力量。我们既可以把它当作普通肖像，也可以像John Pasches在1970年设计的“嘴唇与舌头”标志（模仿滚石乐队主唱Mick Jagger的嘴唇设计）一样去膜拜。“嘴唇与舌头”标志首次出现于滚石乐队1971年唱片——“Sticky Fingers”封面。



为文化艺术中心centquatre, Paris设计的展览项目海报，2011
event/exhibition 'c' magic' poster for the cultural/art center
'centquatre, Paris', 2011

为文化艺术中心centquatre, Paris设计的每季海报，2011
season poster for the cultural/art center 'centquatre, Paris',
2011





为“2011图片季”展览而作的海报“音乐真好，改变真好”，2011
poster for an exhibition 'Music is good, Change is good'
for the 'Saison Graphique 2011', Le portique, Le Havre, 2011

有Véronique Vienne题字的录音带封面（节选自展览目录）
record cover panel with phrase written by Véronique Vienne (extracted
from the exhibition's catalogue)



四、“音乐真好”：打造自己的唱片封面！

“改变真好”工作室对音乐有着浓厚的热情，要问2003年工作室创立之初是什么让他们走在一起？那么音乐作为共同爱好肯定是首要因素。他们有时将创作平面艺术的工具移开转换成唱片转盘。近日，我们才在Baron见到他们。（注：Baron是巴黎一家潮流夜店。）

从行业角度来看，“改变真好”工作室却抱有遗憾：作为法国文化之一的唱片封面已渐被忽略和淡忘，取而代之的是把更多的目光投向海报与书籍。为此，他们努力去重新引入、使用流行音乐的影像和代码应用到创作中去。

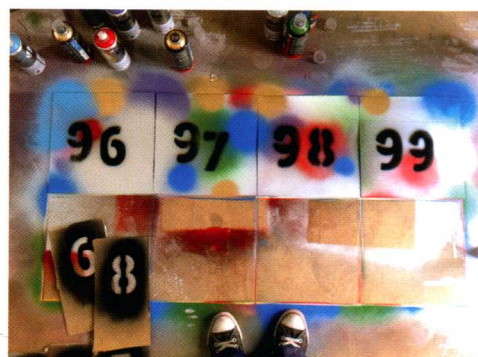
2011年，他们将自己的印刷作品展览会命名为“音乐真好”，很巧妙地融入了工作室的名称“改变真好”。这也再次验证了他们对法国文化中正在消亡的唱片封面的热爱与遗憾。在其他作品中，设计师们也很好地运用了他们所搜集的唱片封面。墙面上喷绘与镂花“模具”的独创唤起对街头艺术的重视。此外，贝克和约瑟还为其设计的唱片封面创作音乐带。在这里，混搭已成为一种标签。

五、PAUHAUS: 身在异乡

勒阿弗的展览墙上布满喷雾与镂花的图案，并运用了唱片模型。批评家维罗尼卡·维安妮（Véronique Vienne）准确地定位了“改变真好”工作室目前在法国印刷版图上的地位：“改变总归是好的，尽管在异国他乡有诸多不便。一些抱着受害者心理的人，虽不是仇外，但仍将这些游牧印刷者看作危险的煽动者（不无缘由）；‘改变真好’工作室也因此遭遇社会边缘化。”

“我们有些恐慌，因为我们既没有政治资源，也没有商业头脑。我们无意骚乱，更不求革命。相反，我们期望去拯救。”贝克和约瑟最后说道。促使印刷人越过国家文化、批判国家文化的原因是，他们希望拥有能与国家相匹配的风格。

为展览而作、手绘而成的“改变真好”录音带封面
making of the exhibition, painting the 'Change is
good' record covers
with stencil.





编号录音带封面展示
numbered record covers
exhibited

为“改变真好”的一个展览和车间而作的海报，美丽的平凡，Pyrénées Pau-Tarbes高等艺术学校，“改变真好/我为人人，人人为我/ Pauhaus”，Pau, 2011
poster for an exhibition and workshop by Change is good, Le Bel Ordinaire, école supérieur d'art des Pyrénées Pau-Tarbes; 'Change is good / Un pour tous, tous pour un / Pauhaus', Pau, 2011

如有机会漫步巴黎，你会发现，每个区都存在本土历史遗迹、人文传统与多种族碰撞的现象。法国不仅人口杂居，同时也是多种族混居最普遍的国家！“改变真好”工作室也因此如鱼得水。2011年，在法国西南部村庄PAU举行的一场很具争议的活动中，工作室通过杂乱的卡片排版表达了跨国印刷人的形象。而活动名称“PAUHAUS”正是借鉴于包豪斯表达。包豪斯是一所1920年就尝试由

“国家型”转变为“国际型”、“全球型”的学校。瑞克和约瑟认为，包豪斯是“一个直面国家标志的活动。它的旗帜（蓝-白-红三色旗，联合王国的含义）上标有诸如‘我有一个梦’，‘上帝保佑女王’、‘我为人人，人人为我（Un pour tous, tous pour un）’这种代表性的口号箴言”。就是这种跨国对话、句子或代码的视觉混淆对人民与国家的历史与界限提出质问。正是爱与奚落，让我们变得更为紧密。“改变真好”工作室的认识与包豪斯学校一样，当下可以让艺术学校的学生社团参与到旨在粉碎民族偏见创立国家精神的运动中去。除了不去清除如同包豪斯学校功能主义的标志外，“改变真好”工作室可接受一切产生有益不和谐的符号共处、争辩与碰撞。于是一些旗帜在市政厅前的克雷蒙苏（Clémenceau）广场被竖起。选择克雷蒙苏广场也有其独特深意：克雷蒙苏本身就是一个标志，他是法国政治家，有名的共和人士，他有鲜明的个人特征。他反对殖民主义，反对反犹太主义，但却支持民族主义。他是埃米尔·左拉的朋友，同时也是莫里斯·巴勒的反对者；他是世纪初（20世纪）法国民族主义的歌颂者，他曾说：“理论上，个性可被视作意外；法国人的真正基石是一种共同属性，是社会与历史积淀，我们每个人都在实践中体现（这一积淀）。”同时，活动再次激起对20世纪欧洲战争与灾难导致虚无绝望民族主义抬头的控诉。





为肖蒙国际海报节设计的海报，肖蒙，2004
poster for the 'Festival international d'affiche
et des arts graphiques de Chaumont',
Chaumont, 2004



六、吃在法国：从胶带上寻找印刷风格

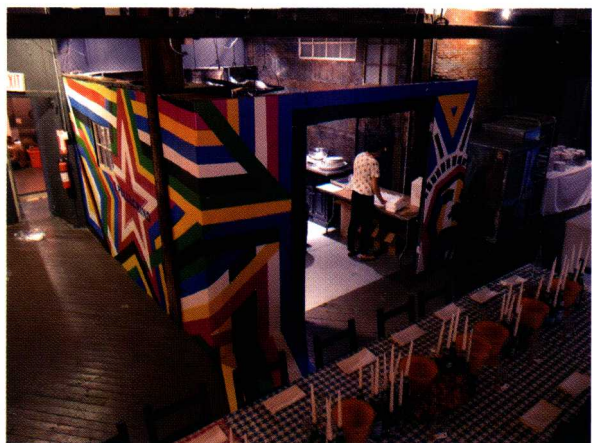
“改变真好”工作室所执行的项目有着以下共同之处：从平凡或传统要素（如COCO的设计）中获得神奇。通过精心设计组合，给读者视觉与心灵美的享受。在为“吃在法国”（FOODING）餐厅制作指南的设计中，他们不再选择丝带，而是更为普通材料——胶带（4至5种颜色）。2004年，工作室决定用胶带对肖蒙国际海报节进行创作，而非画

笔或钢笔，更不是无所不能的印刷术。

变成“粘手指”（sticky fingers）后，这些材料成为工作室图案“厨房”里的明星元素。2006年，他们再次将这一元素应用到“吃在法国”（FOODING）的设计中。不同的是，这次胶带不再用来印刷，而是绘制封面上的盘子与刀叉，或是在广告上对圣培露（San Pellegrino）进行包框。2010年，“吃在法国”（FOODING）在巴黎W画



巴黎
“Les Ébullitions perpétuelles” 项目中对于室内装饰画的介入
Le Fooding@/San Pellegrino, 巴黎, 2010
PARIS
Interior painting intervention for the event 'Les Ébullitions
perpétuelles',
Le Fooding@/San Pellegrino, Paris, 2010



纽约

“Le grande fooding New York 2011, Exquisite Corps” 项目中对于室内录音带的介入

Le Fooding©/San Pellegrino, 纽约 2011

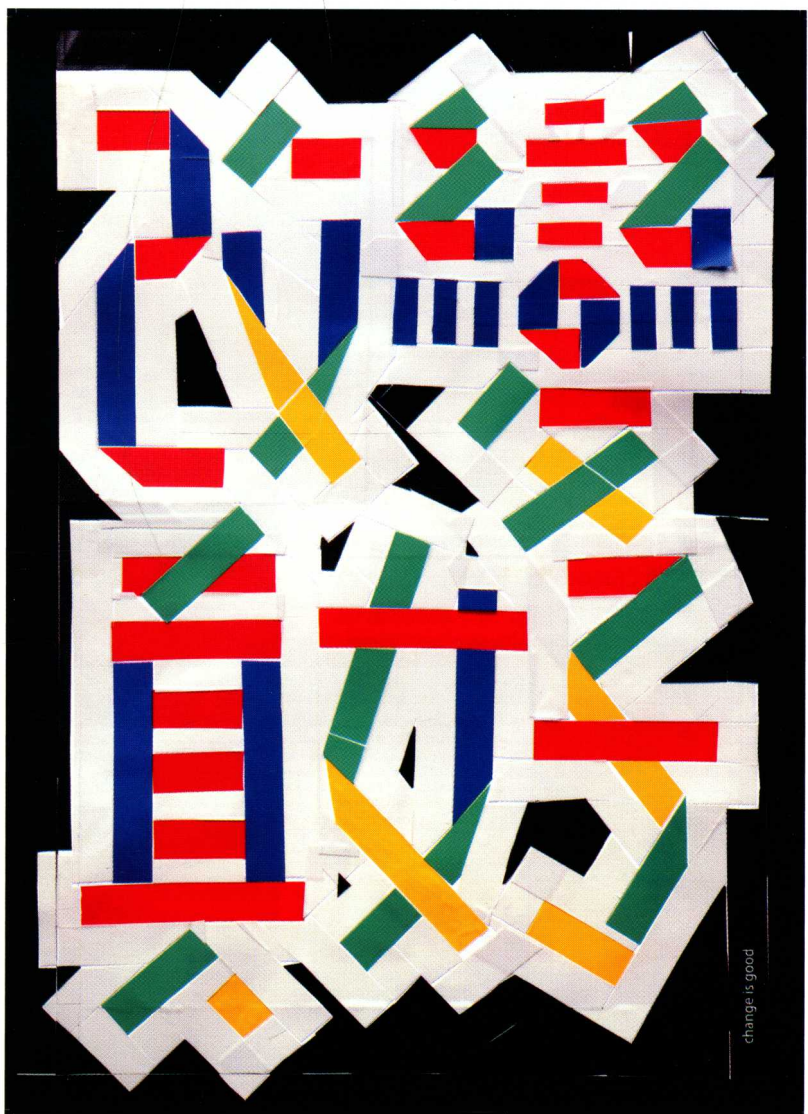
NEW YORK

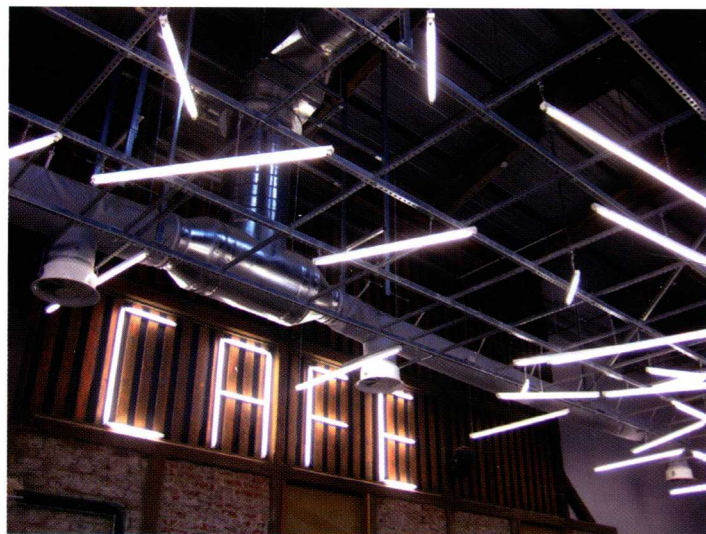
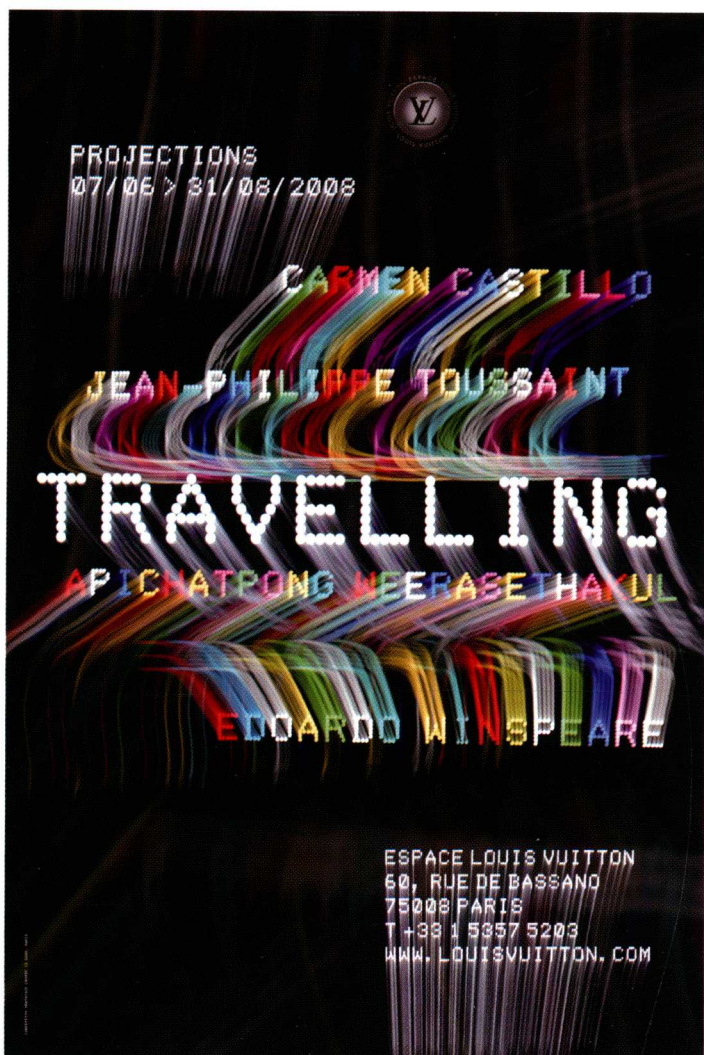
Interior tape intervention for the event ‘Le grande fooding New York 2011, Exquisite Corps’ ,

Le Fooding©/San Pellegrino, New York, 2011

廊举办了一场72小时的活动——“les Ébullitions perpétuelles”，胶带续写了与COCO中丝带书签同样的作用：它被压成一张二维的纸幅以便舞台布景需要。事实上，那些仅在活动期间内有效的大标牌也并不是直接由粘纸制成，而是绘制而成！因为要遵守禁用任何书法或图画技巧，印刷被限制在将行为风格化、简码化。因此，模拟胶带的绘画可在眨眼间轻松地对一些艺术肖像进行失敬的漫画创作：乔孔德夫人画像、贾科梅蒂的线状塑像；或是把米开朗基罗的作品按适当比例创作成流行人物的肖像，并放置在迈克尔·杰克逊胶带画像的对面。

2011年9月，纽约一场名为“Exquisite Corpse”的52小时活动中，胶带在装置布景中再次出现：宽幅胶带（约为15厘米宽）在装饰墙板上得到运用。除了作为构图方式，五色胶带已成为一种可随意如诗般的文字排版工具，并像鲜活的文字游戏一样进入各个领域。“改变真好”工作室的中文名称也是通过这种方式展现出来。





海报/电影项目/“旅行”主题展览
地点：巴黎Louis Vuitton厅，2008
Poster/program for the film / exhibition ‘Travelling’
at the Espace Louis Vuitton, Paris, 2008

“Gare Saint-Sauveur”项目，与建筑机构Franklin Azzi合作完成，2009
Sinage project for ‘Gare Saint-Sauveur’, with architect agency Franklin
Azzi
for Lille 3000, Lille, 2009

七、旅行：抛开电脑，用真正的焦距展开工作

面对新技术，“改变真好”工作室的态度可以用其为路易·威登空间（Espace Louis Vuitton）所创作的“旅行”海报加以完美诠释。为了展示路易·威登空间的理念，“改变真好”工作室用移动的方式对文字进行逐个拍摄，给人以光影流动的感觉。除了文字在屏幕上移动外，屏幕本身也会因长距拍摄而位移。由此，我们可以看出电脑是如何将焦距变幻、流线美感与简朴艺术遗留的诗意，完美地结合在了一起。





网球场，当代摄影/艺术中心，巴黎
Jeu de Paume, contemporary photography/art center, Paris

巴黎网球场的标志设计和标牌，2007
logo design and signage for the Jeu de Paume, Paris, 2007

Abstract:

Change Is Good is a graphic design studio established in 2003 in Paris, France by José Albergaria, a Portuguese and Rik Bas Backer, a Dutchman. Claiming neither any style nor any school, they are totally free. Their projects range from flamboyant classicalism to experimental pop

art, from the signage of a new gallery at the Château de Versailles, to the cultural art space of Louis Vuitton, and go all the way to the visual identities on bottles and cans and packaging designs of Vedett, a Belgian beer brand. They turn each project into wonderful cuisine of graphics. Change Is Good always stresses the importance of “handmade” in graphic design, just like in a restaurant that serves customers with tasty food, the chef will update the menu with the arrival of seasons, so as to keep the authentic taste. They boast a mindset of “doing by your own labor”, and they’ve often presented DIY (do it yourself) works. “When a crossroad or a connection is built, it has to be different and leads to different directions.” Here’re the seven principles that make their cuisines unimaginably spectacular; that help to give readers, viewers and even passers-by a good appetite of graphic!

网球场，当代摄影/艺术中心，巴黎
Jeu de Paume, contemporary photography/art center, Paris

巴黎网球场的标志设计和标牌，2007
logo design and signage for the Jeu de Paume, Paris, 2007



1. Design books as if you have no idea what a book is
2. “Cook” works like chief chefs do
3. Make eye-catching posters
4. “Music Is Good”: Design your own album cover
5. PAUHAUS: mixing foreign codes
6. Fooding: cross-over between different creative disciplines
7. Traveling: get away from the computer and taste real life





鲍勃·范迪杰克 (Bob Van Dijk)
摄影: Ruud Steegers

设计就是我的生活

——对话荷兰设计师鲍勃·范迪杰克

A Way of Living

——Dialogue with Bob Van Dijk

文 | 华培 By Hua Pei

鲍勃·范迪杰克1967年出生于荷兰海牙。

1992年在皇家艺术学院毕业后，他在登贝公司开始了自己的职业生涯。1996年，他的作品“荷兰舞蹈节海报”赢得了荷兰设计奖，同年他被选为欧元硬币的设计者之一。在2000年，他第一次开设了自己的工作室，在此期间，他参与了意大利电信公司和Leagas德莱尼公司的工作。

2001年，鲍勃与两个合作伙伴创建了NLXL：视觉交流和互动设计，他们的客户包括惠普公司、罗马和米兰机场、可口可乐公司等。在2009年，鲍勃·范迪杰克成为LAVA公司的设计总监，但9个月月后，他决定再次开设自己的工作室。

鲍勃·范迪杰克已经赢得了多个国际奖项，他的作品在世界各地的许多地方展出，海报被纽约现代艺术博物馆永久收藏。他还经常被邀请进行演讲和教学。

2006年鲍勃成为国际平面设计联盟（AGI）的成员。

网站: www.cookies.nl

Bob van Dijk was born in The Hague, The Netherlands in 1967.

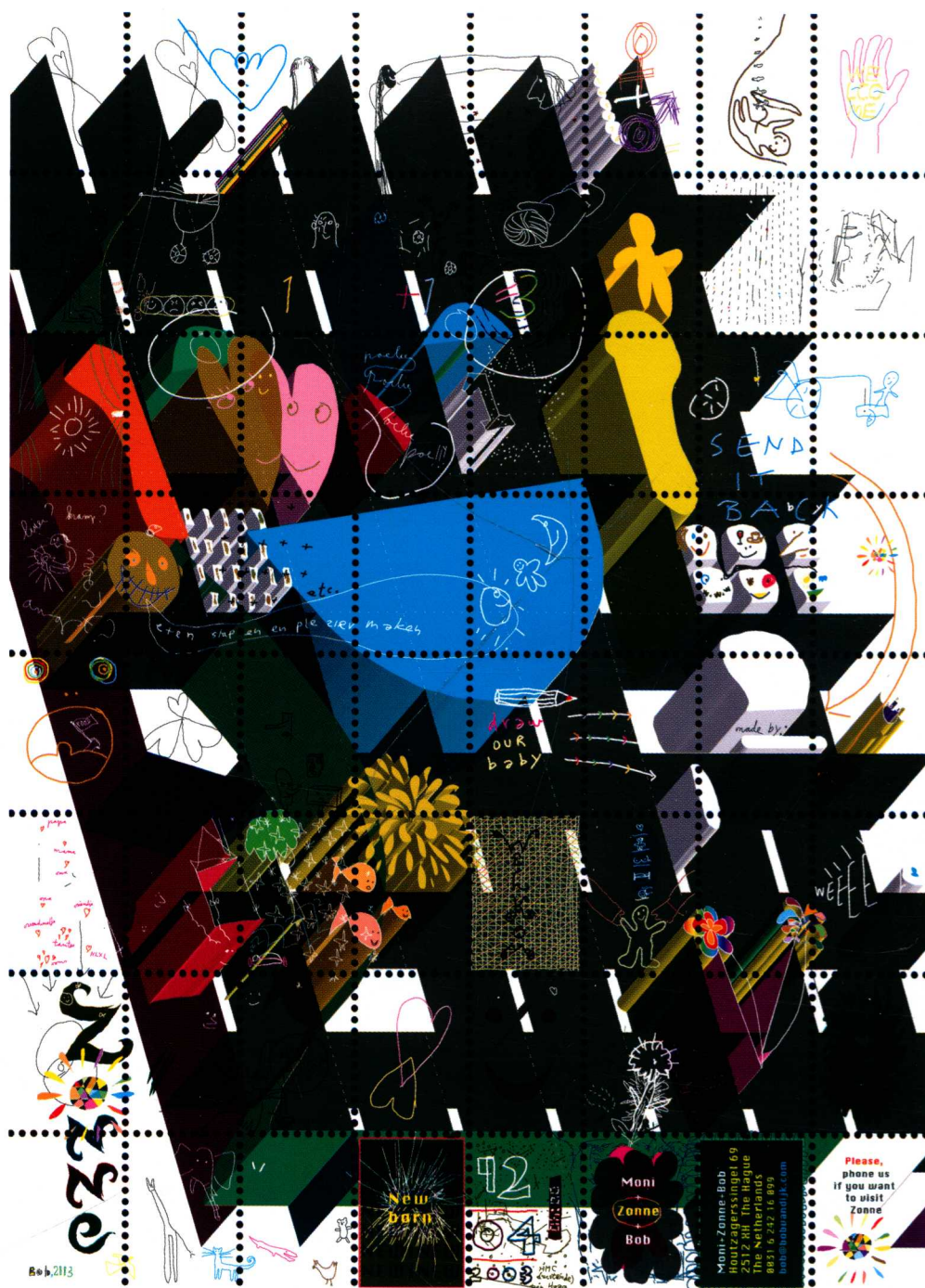
After he graduated from The Royal Academy of Art in the Hague in 1992, he started his professional career at Studio Dumber. He won the esteemed Dutch Design Prize in 1996 for his poster-campaign for The Holland Dance Festival. In 1996 his design for the European side of the Euro-coin was chosen as one of 3 Dutch entries. In 2000 he opened his own studio, Bob van Dijk. During that period he also created work for Leagas Delaney working on Telecom Italia.

In 2001, with 2 partners, started NLXL: Visual Communication and Interactive Design. In 2002 NLXL was involved in the global campaign for Hewlett Packard (HP). In 2003 they designed the graphics in the airports of Rome and Milan. In 2006 Van Dijk worked with Wieden + Kennedy by winning the pitch for the Coca Cola campaign, walk on the Coke-side of Life. In 2009 Bob van Dijk became Design Director at LAVA Amsterdam, but 9 months later, after lecturing in Lebanon, decided again to start his own Studio-Bob van Dijk / Image & Concept.

Bob van Dijk has won several awards and work is exhibited in numerous places around the world. His posters are in the permanent collection of the Museum of Modern Art in New York. He is frequently invited to lecture on his work and participates in workshops at home and internationally.

Bob van Dijk became a member of the Alliance Graphique International in 2006.

Website: www.cookies.nl





关于在荷兰举办的一个荷兰和日本平面设计差异的代表大会（Dumbar工作室出品）
About a congress in Holland between the differences in graphic design between Holland and Japan. (made at Studio Dumbar)



为一个老龄化的泛欧项目所作的海报。未来每4个人中就有一个会是老年人。（Dumbar工作室出品）
A poster for a Pan-European project about getting older. In the future-1 of 4 people will be an old person. (made at Studio Dumbar)

New Graphic: 看你的作品有一种轻松愉悦的感觉，清新的颜色，涂鸦的笔触，加上拼贴和蒙太奇的创作手法，让我们耳目一新，您怎样描述自己的设计风格？

Bob: 我把自己定位为一名设计师，准确地讲，这是从“情感”角度的一种定位。设计和艺术完全不同。艺术家可以完全按照自己的意愿随意创作，而设计师则始终需要面对客户。我觉得这一点很有意思：你必须为别人而创作。每个工作领域中都有自己特定的规则，这些规则可能时常也可能时刻起着约束作用。要想从工作中获得乐趣，唯一的方法就是敢于突破这些规则、敢于犯错。还好我们仅仅是做平面设计，如果一位建筑师在设计时受到桎梏，那么后果很可能是他不得不常年面对一座丑陋的建筑。哈哈……

为了避免这样的后果，在清楚自己是在为客户服务的同时，我也全心全意认真对待自己的作品。因此，我觉得设计很重要的一点便是要富于情感，作品中必须要有一些内容可以让人感同身受。如果仅

仅局限于规则，那么就像一个弹奏乐器的人，纵使他的弹奏技艺再娴熟，却始终弹奏不出美妙的乐曲。

设计作品中蕴含感情和作品背后有一个更为宏观的设计理念并不相冲突，后者是所有设计作品的必要前提。突破这些规则后你将会进入另一片新天地。

New Graphic: 什么影响了你以及你的创作风格？

Bob: 我很幸运，我拥有一个很美好的童年。自小，父亲就很注意培养我的兴趣爱好。那时候，家里到处都堆满了各种兴趣方面的书籍。我父亲是一位收藏家，爱好收藏非洲艺术作品。所以，家里的墙壁上挂满了各种面具、盾牌、绘画和其他一些收藏。每到晚上，父亲总是躲在他的显微镜背后，为关于蝴蝶的书制作图片。他总是很忙，我想这就是为什么我闲不住的原因：深受他的影响啊。

后来，我到艺术学院读书。很有幸，我的设计生涯

起始于登贝工作室。登贝先生于我而言是一位很好的导师，他总是给予我足够的自由空间，支持我的想法、认同我的作品，我从他那里得到了很大的鼓舞。当我们在一起时，我们总是能很好地交流和沟通。因此，他更像是我的另一位父亲。在登贝工作室的那段日子对我的设计生涯有着非常重要的意义，我会永记于心。

New Graphic: 你在自己的网站上提到“情感和想法”是你设计的关键，还提到了“情感品牌”，能否给我们详细解释一下？

Bob: 我的意思是，假如你过于迷信某种想法或做法时，何不退回原点，找到一条更为合理的路径？就好比手中拿着一张地图，地图指向一个目的地。你当然可以依照地图的指引到达目的地。但是，有时稍稍“迷一下路”也未尝不是件坏事，因为迷路时你可能会看到未曾见过也未曾预见的新奇事物。往往人们总是告诉自己，必须更快地到达目的地，必须清楚自己脚下的道路指向何方，但是我认

为，这样的道路人人都可以走。而如果人们敢于踏上一条陌生的道路，沿着未知的方向前行，那么他们很可能会经历一番冒险，遇见一些新鲜的事物。而我所说的“情感品牌”，是相对于很多墨守陈规的设计师而言的。这些设计师循规蹈矩，依照所谓的正确“规则”进行设计，因为一直以来他们被灌输的就是这种观点。而事实上，我们在开始设计时应该问问自己，“客户对我们提出的这样那样的要求，能够带来他们真正想要的结果吗？是不是用另外一种方式可以更好地实现他们的意愿？”

New Graphic: 除了平面和插画，您也做一些试验性的艺术作品，你怎样看待艺术和设计的关系？

Bob: 我把自己看作一名设计师（虽然我也会聆听身体内另一个渴望自由工作的自己的声音，并把如何融合这两个自己看作一项实验），以设计师的视角做事和思考，这就意味着我在创作时不能恣意任性而为。而艺术则完全是另外一回事，你可以完全为了自己而进行艺术创作。

你所创作的作品，只要自己喜欢，就足够了——虽然你必然也希望别人喜爱并购买你的作品。与此相对，设计的目的性很强，你是在为客户而设计。正如我之前所说，有时，你需要走出自己所在的圈子，拉开一定的距离，以全新的角度审视自己所从事的事情，获得更好的认知。比如我自己有时会画些油画或素描之类的。但别误会，这并不是说我在设计中得不到满足而转移自己的精力；事实上正好相反，我热爱设计，因为这是我的事业，并且我有能力把它做好——不过，在以自己喜欢的方式工作这点上，我还是下了些功夫来争取的。工作时，我总会对自己说：我目前在做什么项目并不重要，重要的是每个项目都要倾注自己的热情。我总是听到其他设计师说：好吧，这个项目我做得不好，下一个项目再好好发挥吧。于我而言，我希望能把每个项目都做出自己的特色，客户都来找我。



爱海报-丝网或非丝网印刷-2005 Love poster-with & without silkscreen-2005



海报宣传-文化之夜-2004 Poster Campaign-Cultuurnacht-2004