

插畫設計 市集305

暴走大改版
影像全進攻!

超過700幅
插畫等你嚐鮮!

插畫力 無處不插畫的圖像生活

動畫電影vs.插畫

從2D到3D—電影動畫中的虛擬與真實

紅色外星人工作室 **史明輝**

電玩vs.插畫

電玩遊戲的異世界設定

中華網龍 **林張浩**

出版vs.插畫

更美好的閱讀經驗

博客來網路書店 **馬大文**

商品vs.插畫

包裝一個全新的想像空間

陸陸參拾陸廣告 **紀淵字**

| 創作分享 |

知名平面設計工作者

蕭青陽 聶永真 林小乙

黃子欽 太陽臉 沈佳德

朱陳毅 滿腦袋



●國家圖書館出版品預行編目資料

插畫設計市集305 / 三采文化編著
一初版 一台北市：三采文化，2008（民97）
面：公分，--（創意我最大：16）
ISBN：978-986-229-031-6（平裝）

1. 插畫 2. 畫冊

947.45

97019642

Copyright © 2008 SUN COLOR CULTURE PUBLISHING CO., LTD., TAIPEI



創意我最大 ⑥

VP
Visual Power

插畫設計市集305

編著者 / 三采文化

主編 / 郭玫禎

執行編輯 / 陳立雯

編輯助理 / 洪孟吟

人物專訪 / 陳淑芬 由紀賈西亞·謂 鄭微宣

美術編輯 / 賴世傑 藍秀婷

封面設計 / 藍秀婷

封面插畫 / 黃鈴馨（九子）

發行人 / 張輝明

總編輯 / 曾雅青

發行所 / 三采文化出版事業有限公司

地址 / 台北市內湖區瑞光路513巷33號8F

傳訊 / TEL：02-8797-1234 FAX：02-8797-1688

網址 / www.suncolor.com.tw

郵政劃撥帳號 / 14319060

郵政劃撥戶名 / 三采文化出版事業有限公司

本版發行 / 2008年12月25日

定價 / NT\$580 特價 / NT\$299



· 作品提供 / 喻媽咪wwumi

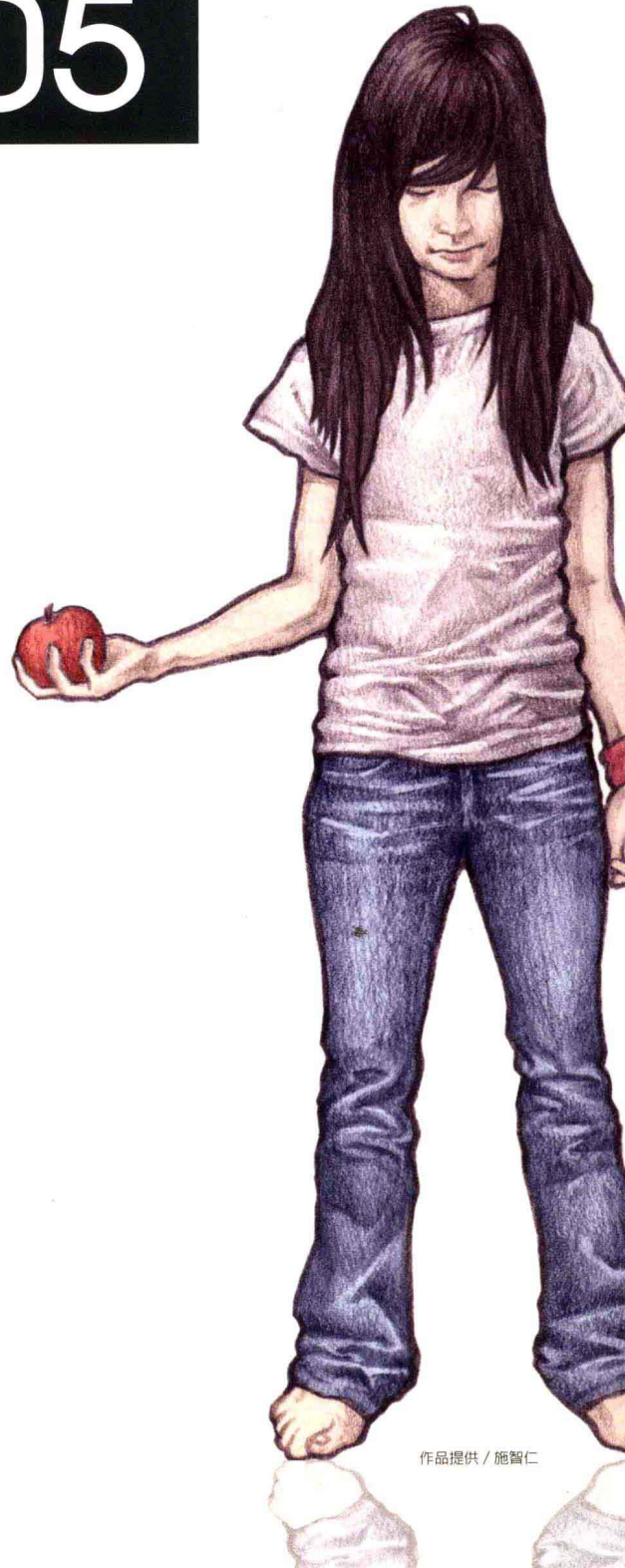
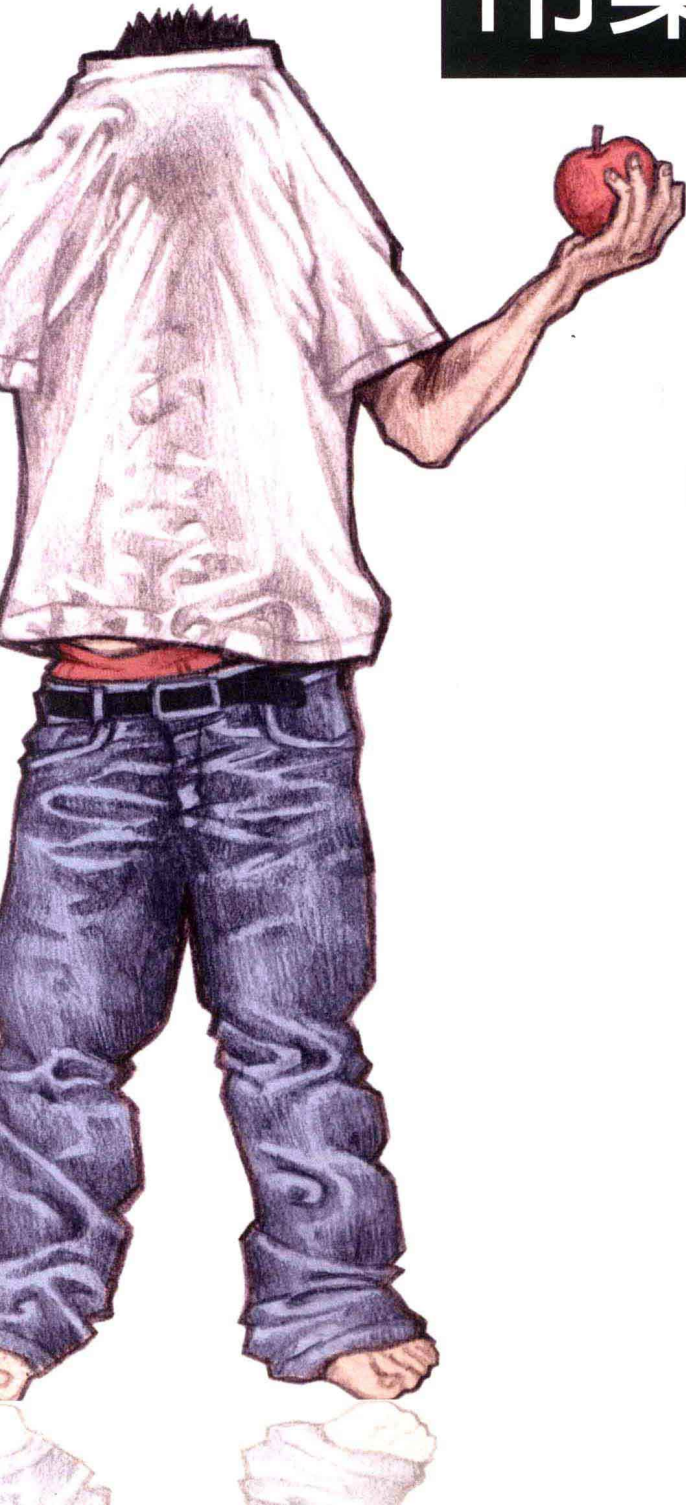
●本書所刊載之商品、文字或圖片，僅為說明輔助之用，非做為商標之使用。如相關商品或圖片內含他人之著作或商標者，該著作或商標皆屬原權利人所有，特此說明。

●著作權所有，本圖文非經同意不得轉載。如發現書頁有裝訂錯誤或污損事情，請寄至本公司調換。All rights reserved.

VP
Visual Power

Illustration
Computer Graphic
Graphic Design
Animation
Movie
Advertisement
photo

插畫設計 市集305



鍛鍊美學實力 搭上下個世紀的視覺狂潮

近年國際拍賣會炒得沸沸揚揚，超乎想像的，中國當代藝術創作在2007年秋季拍賣會上，能夠以超過新台幣12億元的天價成交。我們除了想問中國當代藝術何以成為國際的熱潮之外，更期待台灣的創作者能積極創作，並藉由政府與民間力量的結合與行銷，培養許多更具國際性的藝術創作作品，而這也是當初出版《插畫設計市集》，建立創作平台的理念。

《插畫設計市集》在兩年的時間出版了四本書，我們非常興奮的發現台灣有越來越多的創作人才，而這也激勵我們想要企劃更多更好的內容與資訊。相信大家注意到了，本期《插畫設計市集305》在封面做了改版。當初在規劃的時候，編輯小組便不斷地思索，要訂定什麼樣的主題給喜愛本書的讀者更多資訊與思考。在這樣的動機之下，編輯也提出了許多構想，我們認為，讀者所需要的，除了插畫之外，更應該要有來自不同面向的視覺元素刺激，像是電影、動畫影片、廣告、平面設計等視覺影像。也因此自本期開始，編輯小組重新定位《插畫設計市集》的方向，將以視覺影像為出發點，帶給讀者不同的視覺激發與想像。

放眼幾乎快被圖像攻佔的生活當中，我們驚覺插畫真的無所不在，因此本期「插畫會客室」的主題——插畫力，將針對商品、出版品、動畫電影、電玩等與插畫的關連性，專訪廣告人、出版通路商、電影人、電玩人，他們以實際經驗提出插畫對於廣告、出版品、動畫電影、電玩的運用與影響。如果您關心插畫的未來發展，這必是您不容錯過的內容。另外在特別報導中，特約採編將為





您走訪歐洲「Illustrative當代插畫藝術展」，帶您掌握全球新藝術創作最前線的訊息。

而讓編輯小組覺得極有意思的單元新企劃，則是「設計達人平面飆創意」單元，我們採訪在目前業界炙手可熱的設計達人們，像是蕭青陽、聶永真、林小乙、黃子欽、太陽臉、沈佳德、朱陳毅、滿腦袋等。其中，台灣唯一入圍美國葛萊美獎唱片封面設計的蕭青陽蕭大師，與年輕但作品屢獲國際注目的聶永真，更是橫跨書籍封面、唱片封面與其他商業平面設計。他們皆以不藏私的心情，與讀者分享他們的創作發想、創作經歷，以及與業主的溝通，甚至公開暢銷書書封設計在印刷前的版本。讀者可以比較前、後版本的不同，對您又產生什麼樣的吸引力？我們希望藉由這群設計達人的拋磚引玉，能推動更多設計好手的加入，如果您覺得自己的設計作品超讚卻無人賞識，歡迎您來參加《插畫設計市集》。

由於目前全球皆受到經濟不景氣的影響，預算緊縮的公司大有人在，或許大家會懷疑創作的不受尊重或不值錢。但是如果換一個積極的角度想，在不景氣的環境之下，更需要仰賴不斷的觀察與檢視，以重新開發自己的著力空間（這或許是從前的你一直未曾發現的），市場景氣的循環總有高低，重要的是，當下一個高點來臨時，你是否已經準備好迎向它？



插畫會客室 Illustration Salon

- 紀淵字 「包裝」商品的想像空間 廣告人看插畫 / 8
- 馬大文 「出版」一個好看的故事 通路看插畫 / 12
- 史明輝 2D與3D，「動畫」中的虛擬與真實 電影人看插畫 / 16
- 林張浩 冒險遊戲：「電玩」裡的異世界設定 電玩人看插畫 / 20

特別報導 全球新藝術創作最前線 Illustrative 當代插畫藝術展 / 24

設計達人
平面編創意

Graphic
Design Show

- | | | | |
|----------|----------|----------|----------|
| 蕭青陽 / 30 | 聶永真 / 36 | 林小乙 / 42 | 黃子欽 / 48 |
| 太陽臉 / 54 | 沈佳德 / 58 | 朱陳毅 / 62 | 滿腦袋 / 66 |

兒童插畫 Children's Illustration

- 001 龐雅文 × 《特別專訪》 / 72
- 002 李姿瑩&pizipi / 76
- 003 來達 (Aytta) / 78
- 004 大魚 / 80
- 005 林佳怡 (米果) / 82
- 006 官文慧 (JanKOON) / 84
- 007 林曉蕾 / 86
- 008 Maricar / 88
- 009 Jye / 90
- 010 蔡詩偉 (皮第) / 92
- 011 Hira / 96

綜合插畫 General Illustration

- 012 黃鈴馨 (九子) / 100
- 013 王子麵 / 104
- 014 噶嗚咪wwumi / 108
- 015 施智仁 (阿仁) / 110
- 016 楊啓文 (Kevin Yang) / 112
- 017 常玉蘭 / 114
- 018 孫杰 / 116
- 019 詹夢莉 (阿夢) / 118
- 020 蔡兆倫 (ALLEN) / 120
- 021 沈健詩 (Sam) / 122
- 022 周芳 (瘋到嚇雨天!) / 124
- 023 梁潮云 (joanne) / 126
- 024 Mr. 死魚眼武士 / 128
- 025 破傷風 / 130

綜合插畫 General Illustration

- 026 蔡宜蓁 / 132
- 027 陳翊凌 (Angel) / 134
- 028 陳幸溫 (夏日·呆) / 136
- 029 徐婕 (sunmischief) / 138
- 030 Angeline Chen / 140
- 031 YuKAI / 142
- 032 何振琦 (KAKELA_Aki) / 144
- 033 Ling2303 / 146
- 034 郭浩俊 (Andy Kwok) / 148
- 035 陳慧莉 (shawli) / 150
- 036 Dino Turull / 152
- 037 洪鈺惠 (Katze) / 154
- 038 段曉娛 (More菜) / 156
- 039 蘇秋月 / 158
- 040 畢強 (Be_strong) / 160
- 041 水 / 162
- 042 楊松耀&steve / 164
- 043 MACACA / 166
- 044 黃志傑&ZIJE / 168
- 045 Annie Cheng / 170
- 046 鄭雅方 (阿慢答) / 172
- 047 林虹君 (麻花捲) / 174
- 048 李苑潔&仙人球 / 176
- 049 子傑 / 178
- 050 林鈺旻 (大旻) / 180

- 創作大聲說 / 224
- 插畫543 / 226
- 插畫設計市集大募集 / 230

漫畫 / CG Comic/Computer Graphic

- 051 莊志功 / 184
- 052 stomata / 188
- 053 李成宇 / 190
- 054 陳奕志 (南野) / 194
- 055 尤藍勇 (Mark5347) / 196
- 056 宋顯奎 / 198
- 057 ap style / 200
- 058 丫驊 (Julia) / 202
- 059 鄭貞 / 204
- 060 壬生喵四郎 (nyaroro) / 206
- 061 炭系鼠仔 / 208
- 062 愛芷 (張嘉玲) / 210
- 063 Moulin / 212
- 064 莊忠浩 (BB熊) / 214
- 065 曾尹文&青仔 (ASCHING) / 216
- 066 日月明 / 218
- 067 黃婷毓 (Libera) / 220
- 068 EVEN / 222



插畫會客室

Illustration Salon

視覺當道，風格插畫逐漸脫離了配角的位置
一步步成為創意產業舞台上的要角
從出版、動畫、電玩到產品包裝、形象廣告
且看廣告人、通路、動畫電影人及電玩人，解析插畫的現在與未來

無處不插畫的圖像生活 紀淵宇、馬大文、史明輝、林張浩

特別報導 Illustrative 當代插畫藝術展

紀淵字

「包裝」商品的想像空間

好的廣告不一定得靠文字，藉由好的圖像畫面，在視覺上更能有效撼動人心。而插畫之於廣告，同樣也能帶來這樣的效果。從事廣告已經有二十多年工作經驗的紀淵字，以他最擅長的插畫，訴說如何以影像橫跨廣告界，打造出自己的一片天。

文／陳淑芬 攝影／李成章



Profile

曾擔任智威湯遜、達彼思廣告公司創意總監，以及哈佛企管顧問公司創意行銷總監等職務，紀淵字服務過Ford, Nokia, Konica Minolta, HMcDonald's, Mia Jewelry等知名客戶，現為6636廣告創意公司負責人。擅長以插畫作為創意起點，紀淵字創作出《頂樓加蓋系列》《無我系列》，也發行過《三步五十》《我的34秘密基地》圖文書，並剛舉辦過首次個展「紀淵字的繪畫與創意實驗室」。

曾經在BBDO、智威湯遜等知名廣告公司任職，也擁有英國、南美洲與台灣等地的廣告工作經驗，在紀淵字眼中，「所謂的廣告，就是同中求異，扮演沒有距離的溝通工具，適切表達出品牌個性、生活型態，甚至是一種態度。」

回想自己第一張廣告稿就是以插畫型態呈現，紀淵字認為這是最快將創意勾勒出來的方式。他表示，一個好的插畫作品應該要能達到雙向認同，也就是能夠同時說服客戶和消費者。因此他自己在下筆前，一定會先試圖了解客戶的品牌策略，接著再消化創意靈感。

懂得溝通 了解環境

由於各國文化背景不同，包容度也不同，「所以你可以看到美、日運用插畫的廣告相對的多，這是因為廣告主的視野不同的緣故。」紀淵字表示，傳統的廣告主常會希望一個固定的方塊版面間能「包山包海」，將所有元素都放入其中，但事實上一個好的插畫卻只要凸顯一個重點就夠

了。也因此，紀淵字認為，有心想要長久發展的插畫創作者，必須要懂得收放溝通的藝術。「除了要和廣告主溝通之外，自己有時候也要懂得妥協。」

紀淵字以前擔任藝術指導時，曾和插畫工作者合作的經驗為例，通常在發包案子之前就會清楚告知客戶的行銷策略，因此插畫家不宜太過主觀，此外，對於廣告也要有基本認知才行。

要有創作的中心思想

一直強調影像不是聳動就好，而是要達到溝通的目的，紀淵字認為，現在的插畫工作者在進行創作前，要了解自己是為了什麼而畫，這樣插畫的壽命才能不斷延續下去。「你要有自己的品牌故事，有自己的創意思維，以這些當作基礎，插畫才會有生命和深度。」

參加禪修的紀淵字，拿起他設計的「無我」系列馬克杯解釋道：「杯子上的無我禪師，以及一隻流浪狗夥伴 Somebody，就有很鮮明的定位與精神所在，他們會藉由



「無我」系列馬克杯及公仔。

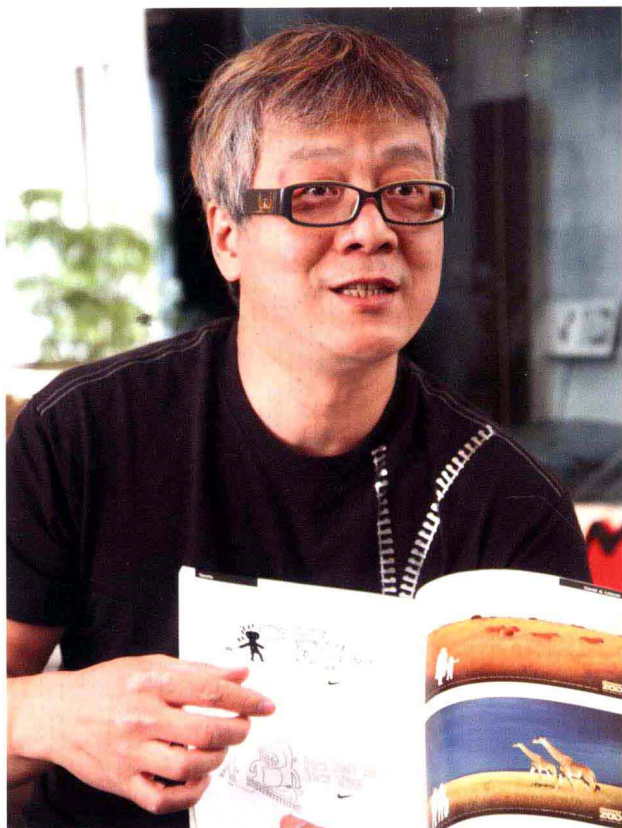
生活中的各種故事，從圖像與文字中，觸動人們心裡的感動。」不論是無我禪師以拍子打落身旁一堆大嘴的圖像，或是在照鏡子時卻發現鏡中的自己竟變成了長角的惡魔，從簡單卻又細膩的筆觸裡，延伸出令人慧心一笑的幽默與生活啟示。

一個好的插畫作品應該要能達到雙向認同，
也就是能夠同時說服客戶和消費者。

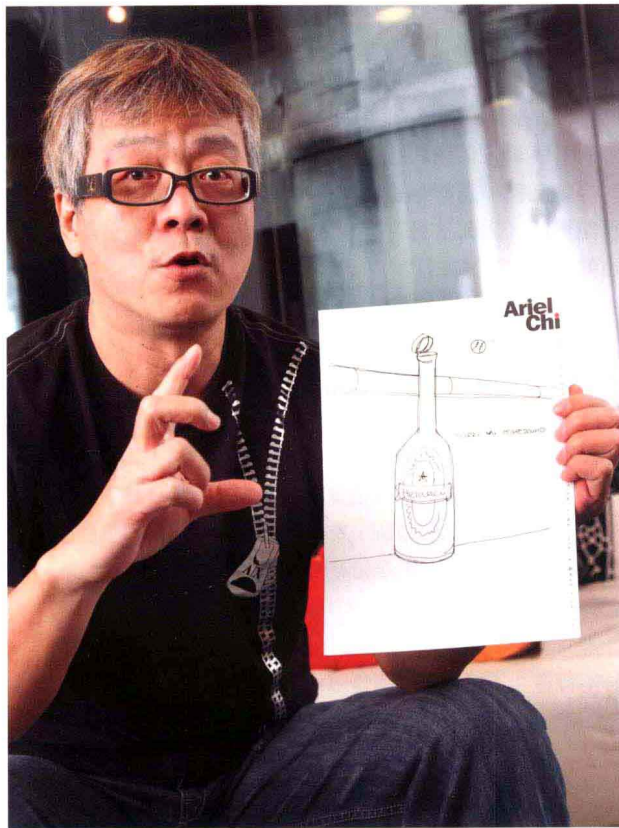


過去為汽車公司業主設計的平面廣告及針對BenQ產品設計的桌曆。

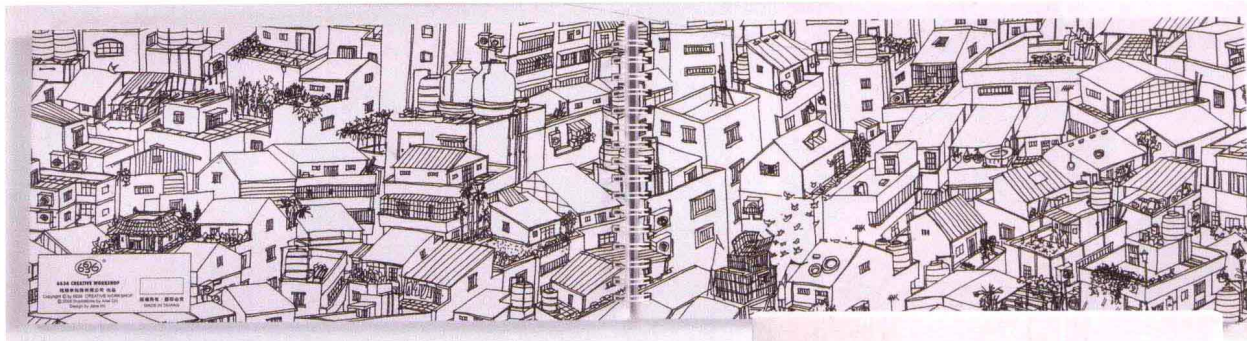




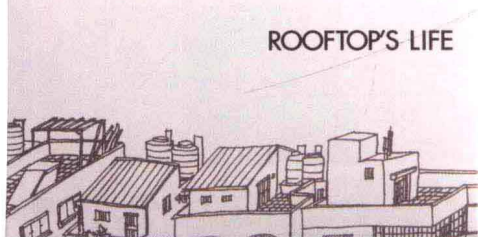
紀淵字指著雜誌上國外得獎的Nike廣告，僅用簡單的線條插畫表示——可是對台灣的業主來說就會覺得沒有安全感。



圖像式提案 曾經就Heineken海尼根的長頸瓶身提出的廣告構想：結合運動的概念，把海尼根設定成攔截全壘打的超級外野手，也符合商品本身給人的幽默印象。



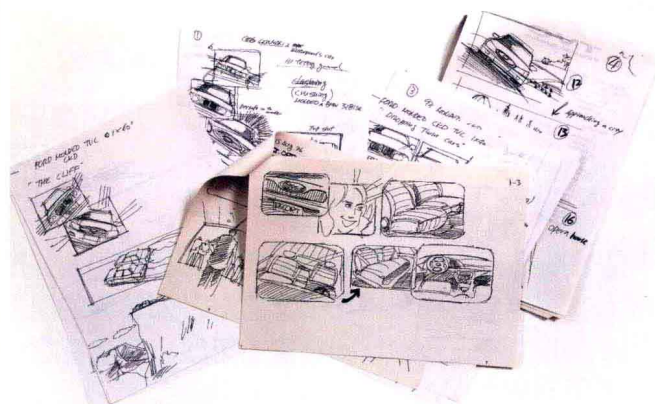
如同「清明上河圖」一疊卷軸的「頂樓加蓋圖」。



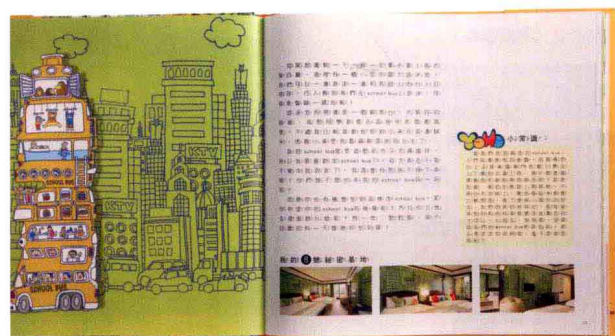
插畫商品化 「頂樓加蓋」明信片組。



紀淵字年輕時在南美的智威湯遜，針對女性絲襪所繪製的平面廣告。



紀淵字表示，當時都是以畫分鏡圖的方式提案，影像與動態感強烈。



《我的34秘密基地》，和飯店合作兒童旅館的附加出版品。

改變對於插畫的思維

離開體制內的公司之後，紀淵字開設了6636廣告創意公司，除了接商業案，設計LOGO、規劃CIS之外，他也進行自己的創作，包括插畫設計、四格漫畫等。紀淵字強調，設計工作者一定要有自己的作品。

曾經花了一個禮拜的時間，畫出了如同「清明上河圖」一疊卷軸的「頂樓加蓋圖」，紀淵字笑著說，因為自己曾經住在頂樓加蓋的房子裡，對於這樣的都市生活有一種不同的切入角度與感觸，而「頂樓加蓋系列」更因此發展出3D動畫。

此外，紀淵字也自己出版個人作品與商品，《三十》是他面對中年的真情告白，他以黑猩猩為單格漫畫主角，詮釋中年面臨的一些問題；而和自己的小孩共同創作的圖文集《我的34秘密基地》，則是和飯店合作兒童旅館的附加出版品……紀淵字認為，插畫不只是工作而已，也不應該有壓力，「那應該是一個生活中無所不在的樂趣。」因此，每次只要出國工作，紀淵字一定會有寫生的習慣，將當地的生活氣味用紙筆記錄下來。

試圖改變對於插畫的思維，紀淵字以手上「頂樓加蓋系列」的水桶所做成的公仔模型為例，在一般人只會想把插畫作品變成明信片、T-shirt、馬克杯之外，還有什麼有趣的商品可以被發想？而目前正試圖從事3D創作的他，也希望提出不一樣的思考，不被僵化的模式所侷限。

手繪的獨特魅力

拿出一張又一張的個人作品收藏，紀淵字自豪地說，自己的每一張畫作都是一筆一畫用手繪製出來的。「電腦只是用程式套出來，但筆觸與紙之間的張力，進而展現出的躍動生命力，是電腦繪圖所表現不出來的。」

搭配插畫的文字也是自己撰寫。紀淵字表示，自己只是將心中的感觸抒發出來，從圖像再來思考文字的創作。像是前一陣子他所舉辦的首次個人展覽「紀淵字的繪畫與創意實驗室」，就集結了他多年來的圖文創作。希望每年都能舉辦一個自己的個展之外，紀淵字還有一個夢想，那就是成立插畫協會，除了將自己的經驗和大家分享，也希望插畫在各個領域都更受重視。

馬大文

「出版」一個好看的故事

一個好的插畫，不只能填補文字的想像空間，甚至能凌駕文字，帶來超越想像的驚喜。這兩年，出版市場在圖文書以及部落客的風潮下，更讓插畫產生了一些變化，對於有心從事出版創作的插畫家來說，究竟有哪些值得借鏡的地方？

文／陳淑芬 攝影／李成章



Profile

曾任職網路公司、出版社企畫，現為博客來網路書店圖書部企畫經理。生活中第一開心的事是寫歌，第二是看書。家裡書架上第一多的是還沒看過的書，第二是推理小說。

身為博客來網路書店的圖書部企畫經理，馬大文每個月至少都會接觸到上百本新書。她認為在競爭激烈的出版業裡，想要讓一本書脫穎而出，除了紙質、開本與封面設計上的改變之外，在內容中利用圖像的畫龍點睛，已經成為出版社經常運用的一個管道。「你可以發現，市面上不但有愈來愈多的圖文書，也在插畫的表現上有了更多的層次表現，這在視覺上是非常討喜的，可以抓住讀者的眼光，帶來情感交流的直接效果。」

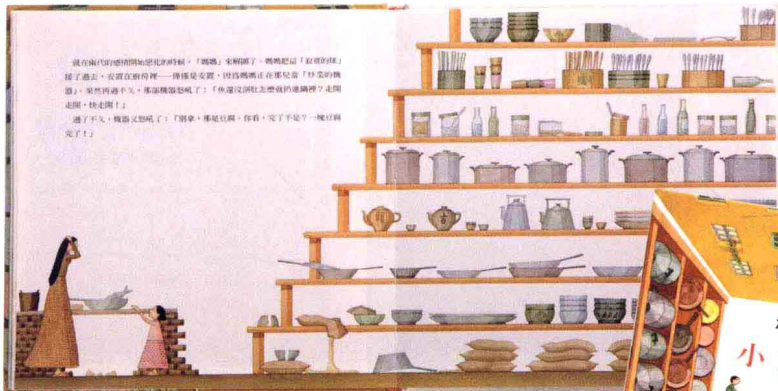
馬大文以格林文化所出版的《小太陽》為例，這本許多人小時候看過的書，在新版本裡以插畫家岳宣的作品，取代了作家子敏的家庭生活照，讓書籍隨著時代的轉變，也能展現新生命。此外，白先勇的《遊園驚夢》找來捷克插畫家芬可瓦（Renata Fucikova）繪製這個三〇年代蘇州故事的插畫；張曼娟改寫自中國古代故事的「奇幻學堂」系列，藉由插畫的彼此交錯，讓舊的文化背景產生新的視覺，也拉近了與讀者之間的距離。



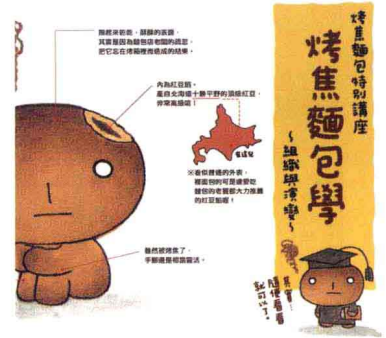
《彼得潘》《紅衣彼得潘》（繆思出版）



《遊園驚夢》（格林出版）



《小太陽》（格林出版）



《烤焦麵包，我就是這樣被烤焦的》（三采出版）



出版新趨勢：部落客來襲

綜觀近幾年來的出版品，雖然插畫運用的範圍愈來愈廣，但馬大文坦言，可愛風、療癒系還是市場主流，像是歐笠鬼《十顏十色》的強烈風格，仍是市場少數。

雖然風格上沒有太大突破，但馬大文不諱言地說，部落客的興起，與插畫、出版的結合，可說是現在的趨勢。她笑著說，「出版社在新書出版之前，通常都會附

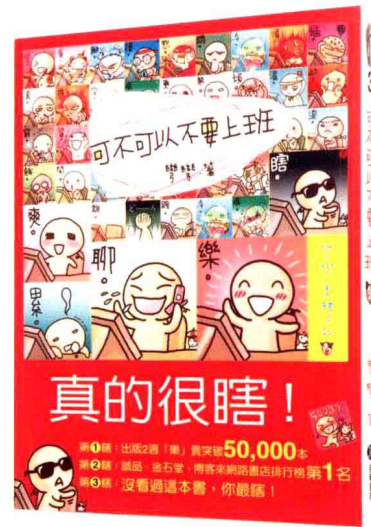
加一句『這是最近很紅的人氣部落客，你可以先到他的網站上看一下。』」

部落格和插畫的結合蔚為風潮，不過馬大文也認為，在網路上擁有高人氣，不一定就能反映在銷售數字上。「我們發現，可能作家出書第一天，就有大量湧進他部落格的讀者來購買，但過了幾天，銷售數字就大幅下跌；要怎樣在這些擁護者之外，擁抱這個圈圈以外的讀者群，是部落

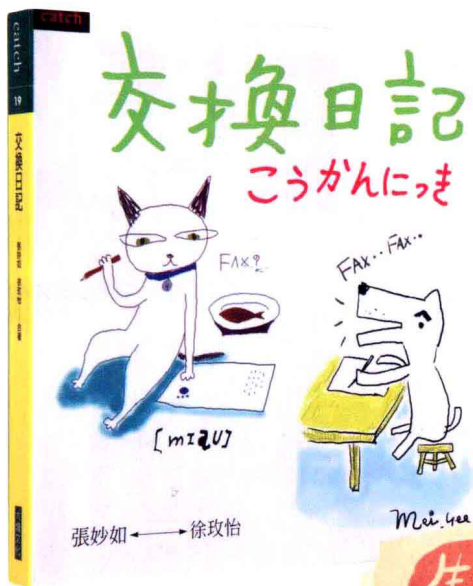
客的主要課題。」此外，題材的設定、出版社的行銷操作，也是馬大文認為插畫部落客想要成功的關鍵。

馬大文以目前成功的案例解釋著說，「彎彎是目前最具人氣的插畫部落客之一。她的作品有著很鮮明的形象，加上明確搶眼的主題，所以完全不會讓人看了就忘了而無法留下深刻印象。」加上彎彎的圖檔在MSN造成一股視覺效應，並且以不斷經營自己的方式一直出版作品，自然能夠經得起市場檢驗。

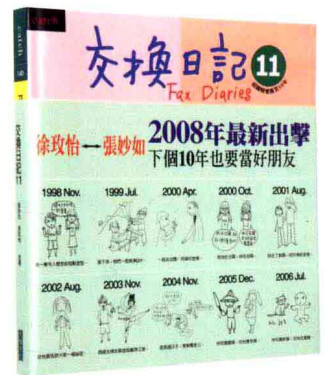
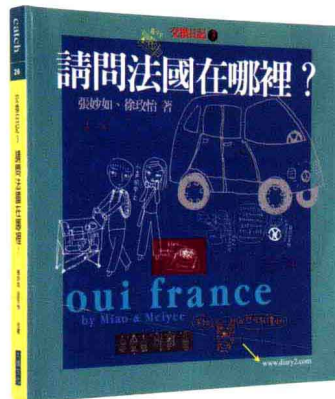
此外，張妙如與徐玫怡的《交換日記》，藉由不間斷的生活筆記，給讀者一起長大的感覺；以及幾米可以觸動人心的筆觸、字句，在馬大文眼中，除了具有識別度高的特性之外，在忙碌生活中所帶來的癒療效果，也是他們之所以成功的原因。



彎彎 《可不可以不要上班》（自轉星球出版）。可愛風或癒療系的插畫之所以能一直受到歡迎，就在於它所帶來的情感效應。



張妙如與徐玫怡的《交換日記》系列及個人圖文書（大塊出版）藉由不間斷的生活筆記，給讀者一起長大的感覺。





《天天向上》（大塊出版）在三格或四格、九格漫畫的小方塊裡，展現極簡線條外的豐富意蘊。

細節的變化，以及呈現深度，
就可以看出插畫家的功力。

找出個人獨特性、創造性

對於有心想要從事出版創作的插畫家來說，馬大文建議，第一步需要做的，就是展現風格的獨特性。「像是日韓圖文書的插畫家，風格雖然清淡，但主題詮釋得很好，是台灣創作者可以學習的地方。」風格簡單，卻能讓圖說話，馬大文認為細節的變化，以及呈現深度，就可以看出插畫家的功力所在。

「像我手上這本《天天向上》，是一個香港創作者的作品，在三格或是四格、九格漫畫的小方塊裡，以接近藝術的手法，展現極簡線條外的豐富意蘊。甚至有的方格裡還是空白的，可以給予讀者想像的空間，讓人愈看愈有意思，還能從中反芻思考。」

此外，在個人行銷上，由於不少插畫家有簽約給經紀人，萬一經紀人是以「價錢」為首要前提來衡量一個案子的價值，無形中插畫家的機會也會變少。事實上，馬大文認為，插畫家應該要不斷有出版品產出，與更多人接觸，因為這是一個成本較低，但能直接面對市場、了解市場反應的好機會。「以創意市集來說，創作的人很多，但欣賞的人在哪裡？這群人是否有擴大的趨勢？身為創作者的人，也都要懂得觀察這些現象。」

放眼所有暢銷書不變的主題，就是愛與關懷，馬大文認為，插畫家只要懷抱更大的視野、想像創作力，以及永續經營的態度，就能從這個起點為圓心，不斷向外畫出自己的夢想。