

吊牌·标签·信封·信笺 设计

新概念
艺术设计

E d S

NEW CONCEPTION OF ART DESIGN

G

New Conception Of Art Design

辽宁美术出版社
郑军 闫英林 编著

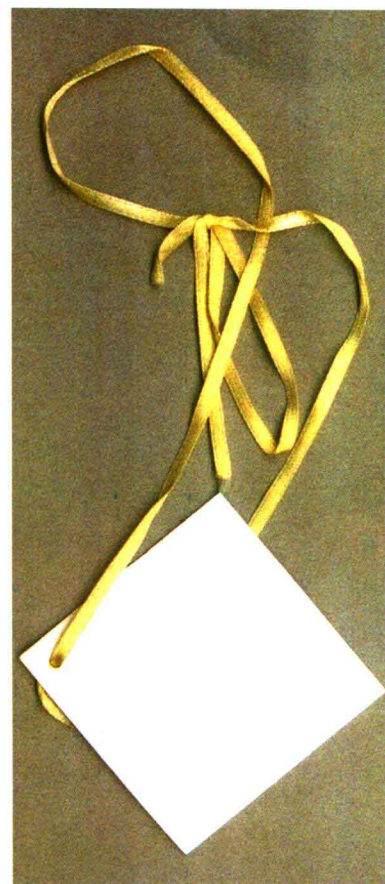
N



美术设计新概念丛书

郑军 闫英林 编著
辽宁美术出版社

吊牌
信封
设计
标签
笺
签



图书在版编目(CIP)数据

吊挂牌及信封信笺设计/郑军, 闫英林编著. —沈阳:
辽宁美术出版社, 2002.3
(美术设计新概念)
ISBN 7-5314-2953-5

I. 吊… II. 郑… III. ①企业—标志—设计 ②信封—设计 ③信纸—设计 IV. J524

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 003252 号

辽宁美术出版社出版发行

(沈阳市和平区民族北街 29 号 邮政编码 110001)

辽宁省印刷技术研究所印刷

开本: 889 毫米×1194 毫米 印张: 3

印数: 1—3000 册

2002 年 3 月第 1 版 2002 年 3 月第 1 次印刷

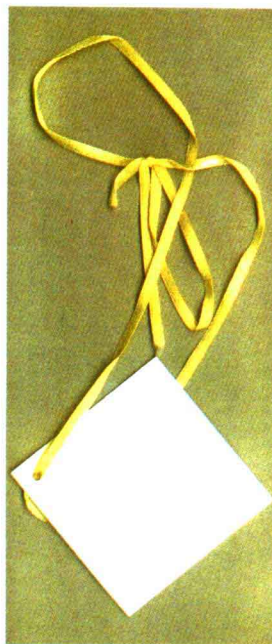
责任编辑: 张东明 责任校对: 张亚迪

封面设计: 张东明 版式设计: 张东明

全套四册定价: 84.00 元

目 录

一、吊牌标签设计	4
1、吊牌标签设计概述	4
2、材料的使用	5
3、因素的设计	6
4、色彩的设计	9
5、吊牌标签设计的形式原理	10
二、信封及信笺设计	29
信封、信笺设计概述	29
信封、信笺设计的分类	29
信封、信笺设计的基本要求	29
后 记	48





1. 吊牌标签设计概述

吊牌标签的设计，是宣传商品品牌的一种形式，

是属于商品整体包装的一部分，

它由企业或商店发放，同销售保持同步，

具有更直接的促销作用。

它起着一种无声的宣传员的作用，默默地传播着企业名称、标志、产品品牌等视觉要素，

其实际意义实在不可低估。

吊牌标签多以吊、卡、悬挂、缝贴、放置等形式，

出现在服饰、玩具、化妆品、饮食等商品的包装中，

具有独特的“画龙点睛”的作用，

虽然体积小、重量轻、制作成本低，但它必须经过精心设计与印刷来体现效果。

吊牌标签是以单独的形象出现的，

它的每个单体又标志着综合性的企业形象，

设计时一定要注意系统化、一致性。

在设计内容中，有文字信息和视觉图形信息两个方面，

这两个方面中要注意文字信息内容的优先顺序，力求易懂，

视觉图形信息以视认性极高的标识为主，不能传达太多的信息，

然后与文字信息组合，制作出醒目的吊牌标签。

在设计时除进行强烈的设计处理，

还必须考虑到背景、色彩与产品的关系。

吊牌标签的设计应以企业形象与商品品牌宣传为主，

反映出企业种类、特点，与企业形象相协调，

同时也是提高商品档次的一种装饰品，

精美的吊牌标签，会引起顾客对商品品牌的向往，

从而缩短商品与消费者之间的距离。

2. 材料的使用

精美的设计，最终得通过印刷体现出来，
而印刷用的材料又要符合设计的思路，
因此，高科技原材料的利用和配置，越来越受到设计师的重视。

常见的用于吊牌标签设计的材料有以下几种：

纸类包括铜版纸、牛皮纸、单面及双面卡纸、绝缘纸、瓦楞纸、厚纸板、再生纸等；

金属材料包括铜、铁、合金、不锈钢等；

皮革材料包括各种动物表皮、仿毛皮、人造革等；

纺织材料包括帆布、丝绸、化纤及棉织品等；

另外还有各种混合材料等。

这些材料根据设计，通过切割、打孔、折合等加工处理，
使其变为立体或异形、方形、圆形、三角形等各种形状，

还可以配置针线、纽扣、产品材料等小辅料，

以体现出商品品质和服务质量。



图 1



图 3



图 2

3. 因素的设计

吊牌标签的设计，都含有文字或图形。

文字的设计以企业标准字体为主，它是企业形象设计的重要因素之一，
由于文字本身具有较明显的说明性，可将企业的品牌名称传达出来，以达到宣传广告的效果，

强化企业形象与品牌的竞争力。

企业标准字体包括表音文字（拼音字母等）和表意文字（汉字等）。

常用的字体一般局限于方形，

而专用字体首先要突破旧的格局，强调文字外形的特征，

使字形外部发生变化。

根据设计意图，按照字形的要求，

可进行缩小、延伸、疏密、远近等变化；

根据线条的要求，

可进行粗细、长短、曲直的变形描绘。

吊牌标签的设计，有时是直接使用企业标志来完成的，
企业标志的确立，是企业形象建立不可缺少的视觉要素之一。

从中外优秀的标志设计来看，

在表现形式上，由繁琐、复杂渐趋简洁、单纯；

由沉着、黯淡走向明快、醒目。

在表现手法上，由写实图形转向几何图形，

并以文字、字母图案的表现手法较为突出。



图 4



图 6



图 7

以图形为主的吊牌标签设计，
有相当一部分也是以企业标志来完成的。
具象形的企业标志包括人形、五官、手足、鸟兽鱼贝、花木、建筑物、交通工具、器物、
宇宙星辰、水火造型等，
这些具象形体通过巧妙的构思，艺术的处理，
具有强烈的艺术感染力，
在通过标志接受其企业的信息之外，还不失为美的享受。
另外，插图的应用也很广，插图主要有绘画、摄影、图案、卡通等形式，
各种表现形式的选择以商品的整体包装风格而定，
这些插图，可以补充视觉形象传达能力，
使企业形象的内容更加充实，
在抓住人们视觉的同时，引起人们的兴趣。



图 10

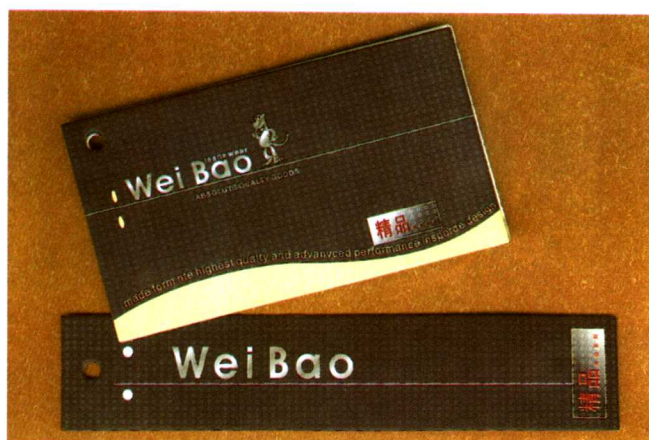


图 9



图 11





图 12



图 13

图 14



有些吊牌标签的设计，
是以图形和文字结合起来进行的，
通过组合、美化，产生出秩序的节奏、韵律，
增加了画面的视觉冲击力和美感，
增加了传达形式的亲切感。

图 15



4. 色彩的设计

在信息时代的今天，
色彩扮演着举足轻重的角色，
它除了具有知觉刺激，引发生理反应的作用，
更是由于生活习惯、宗教、社会规范、自然观与日常用品的影响。

人们看到色彩，
就会产生各种具体联想或抽象的情感，
企业标准色的产生就是依靠这种微妙的关系来确定的。
没有标准色的企业，其视觉系统是不完备的。
其色彩的设计是根据企业经营理念或产品的内容特质，
选择适合表现其突出概念和关键词的色彩；
选择显眼夺目、与众不同的色彩；
选择印刷技术、分色制版合理的色彩，
以期达到企业识别、品牌突出的目的。



图 16



图 17

图 19



图 20



图 18



图 21



图 22

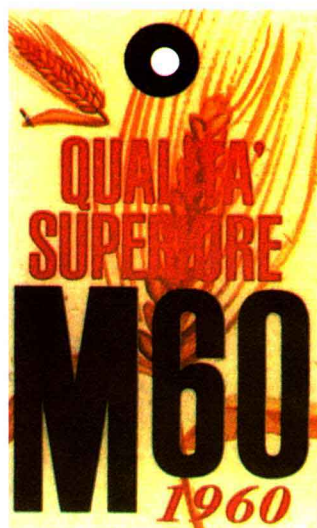


图 23

5. 吊牌标签设计的形式原理

吊牌标签设计的构图，

应抛开其原有的意味以及内容，单从形式的角度去考虑，去追求一种新奇、和谐、单纯、实用，即强烈清晰的视觉冲击力，设计时应考虑图形、主标题、说明文字、装饰文字等的组合。

在构图上以均齐、均衡设计为主，

均齐的组织方法是上下、左右或旋转等各方面同形、同量，

整体结构严谨，形态安定整齐。

均衡的组织方法是配置的形等量不等形，

它没有一定的组织原则，

只要在形式结构上掌握好重心即可。

均齐的构成形式偏重于静止的美感，

而均衡却显得灵活多变，带有动感。

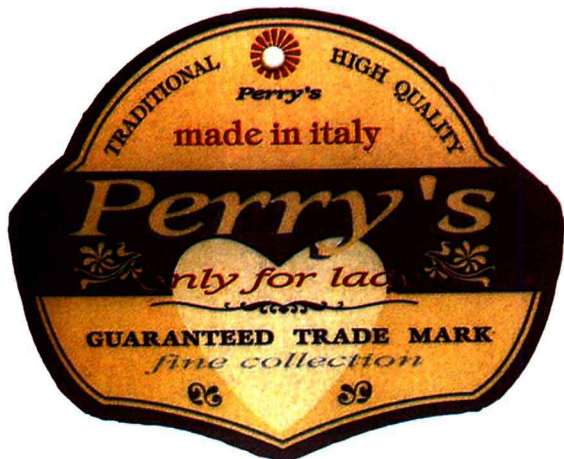


图 24



图 25

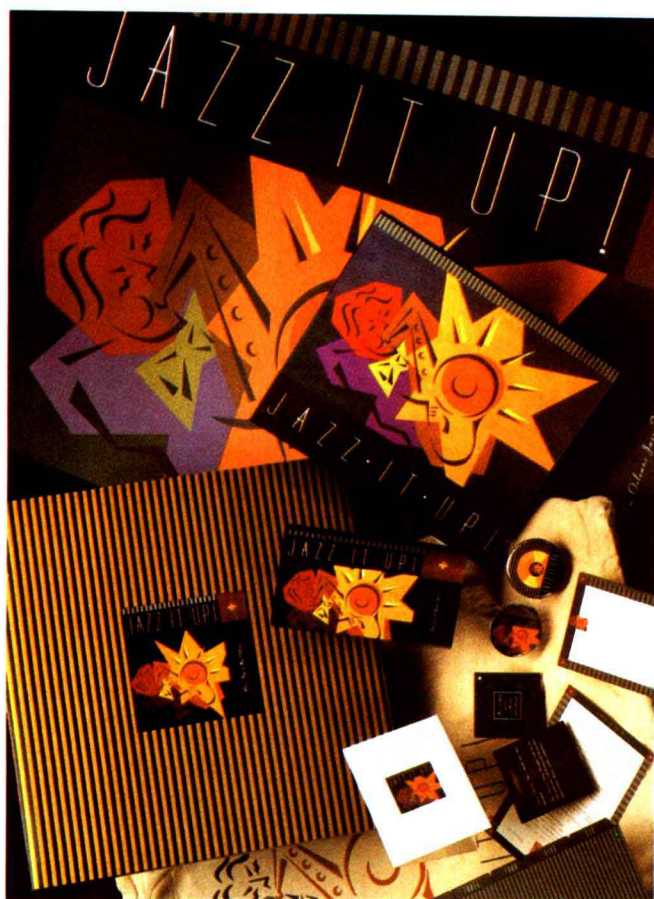


图 26



图 27

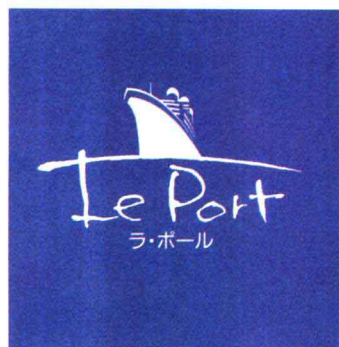


图 28



图 30

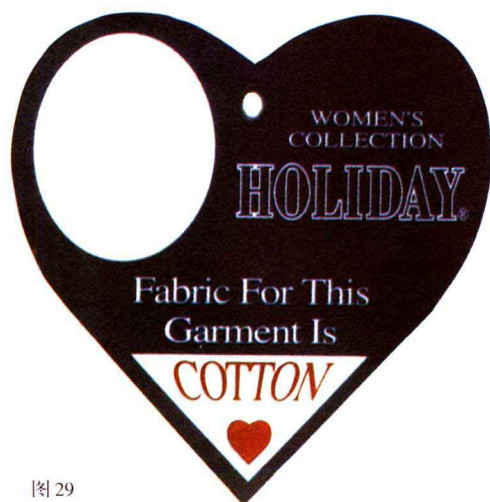


图 29

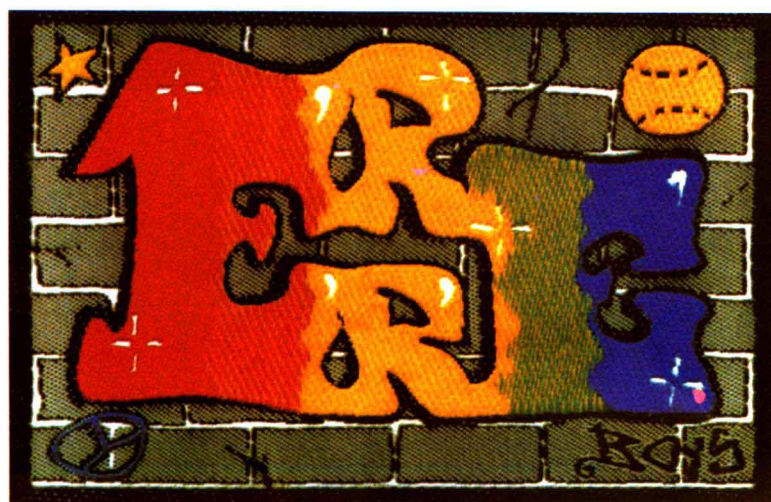


图 31

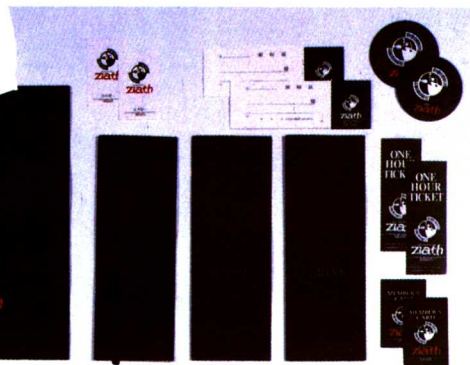
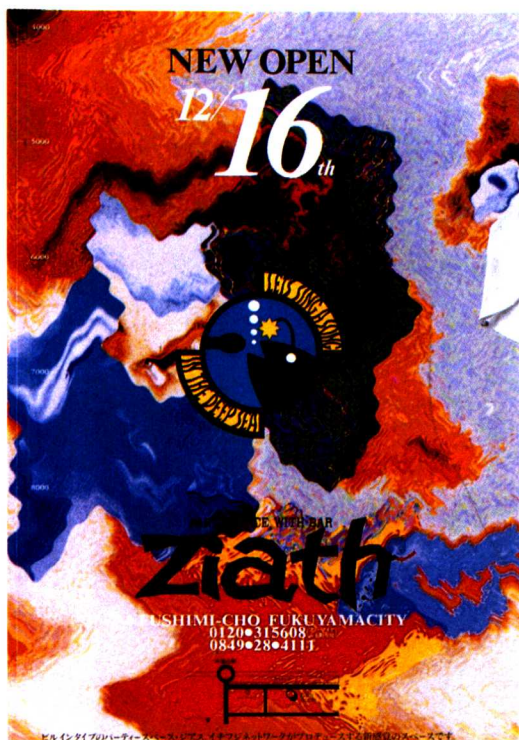


图 32

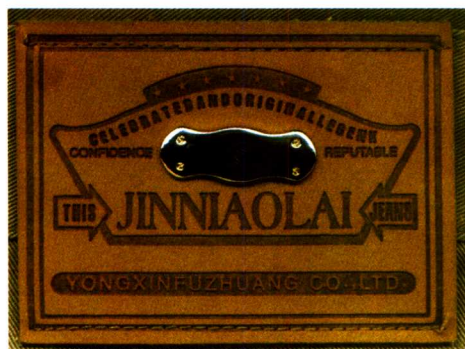


图 33



图 34

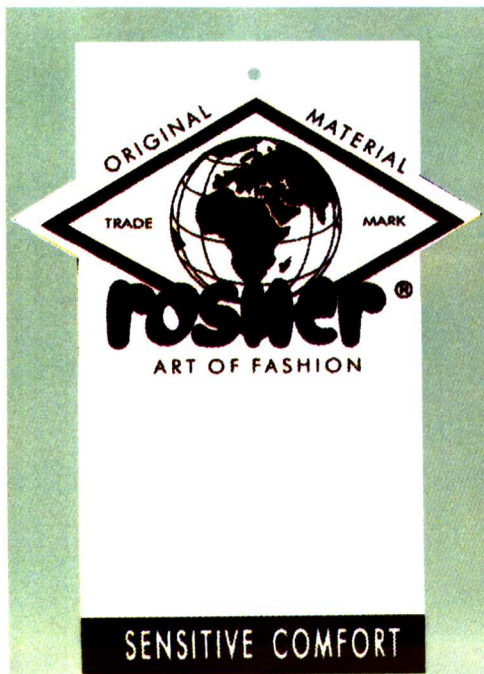


图 35



图 36

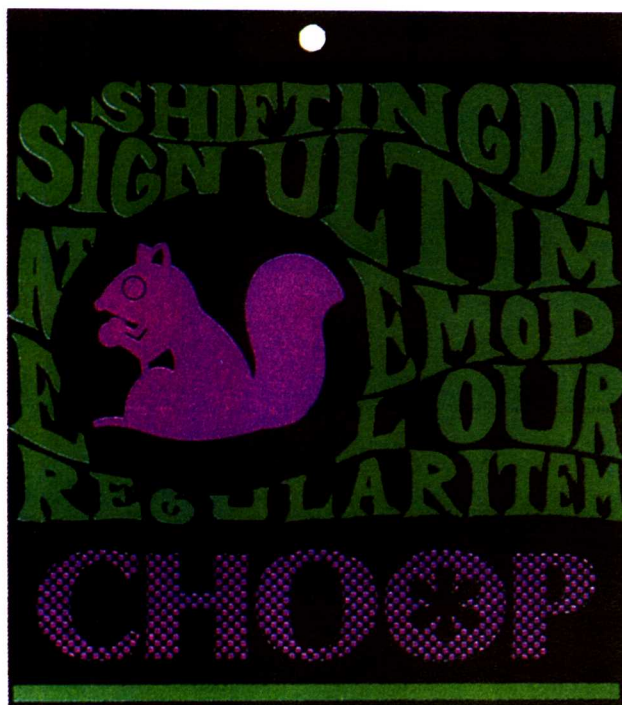


图 37

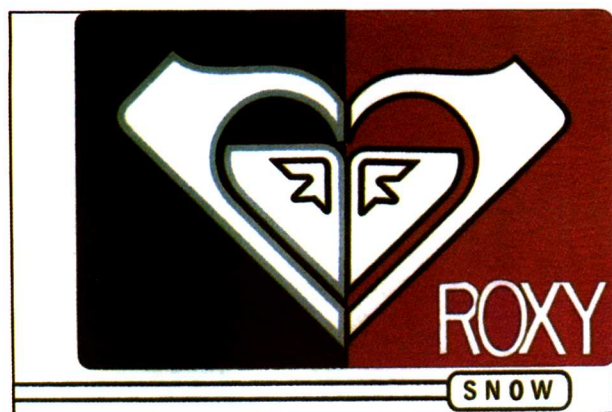


图 38



图 39



图 40



图 41



图 42





图 50



图 51



图 52



图 53

图 54



图 55





图 56



图 57



图 58



图 59



图 60



图 61