

装璜

装璜设计专业

学生作品点评

全 国 美 术 院 校



点

评

系

列

从

书

河北美术出版社



全国美术院校

郝玉明
何洁
范汉成
编

装璜设计专业 学生作品点评

國際啞劇節

THE FESTIVAL OF INTERNATIONAL DUMBSHOW

時間
一九九二年
地點
北京

河北美術出版社

(冀)新登字002号

选题策划/贡小秋

责任编辑/贡小秋 王 丰 韩方敏

封面设计/刘 伟

版式设计/王 丰 奈 焓

全国美术院校

装潢设计专业学生作品点评

郝玉明 何 洁 范汉成 编

出版发行/河北美术出版社

(石家庄市北马路45号)

邮政编码/050071

电话/7060677 7041333

制版印刷/河北新华印刷二厂

开 本/787×1092 1/16

印 张/4

印 数/1—5000

版 次/1996年12月第1版

印 次/1996年12月第1次印刷

定 价/38 元

ISBN 7-5310-0832-7/J · 754

面对当前纷杂的美术图书品种,结合读者的需求特点,我们选择了“点评”这个切入点。

工艺艺术设计类图书的出版方兴未艾,但以图片资料为主或以技法介绍为主的居多。而就每件设计作品附以具体的“点评”,图文紧密结合的设计图书则不多见。艺术作品纯用语言来描绘是比较困难的,也欠准确,有些单纯的资料图集也不便于学生学习和研究,过分风格化的名作欣赏,同自己的实际水平又距离较远,本“点评”系列丛书就解决了这个问题。这些点评作品都是出自美院学生之手,点评文字均为各院校的直接任课专业教师撰写。作品为学中之优,又兼顾特色。评述简练中肯,提纲挈领,贴切实用,论玉说瑕,言长及短,针对性很强,对在校学生和社会上的学子、考生都会有很好的教益和参考之作用。

编 者

图 1



“大自然——TDK'S 录音带”包装

点评：装璜系教师

这是一套录音带系列包装设计。现代科技产品的包装应着力于突出传达其时代感和科技感，揭示产品的良好品质，并具有强烈的视觉冲击力。作者在这套设计中对字体、色彩、图形以及编排的处理上都紧紧地围绕着这个要求而展开。以树木、彩虹的造型来喻意其产品具有还原大自然音色的优良品质，别具一格，品牌字体独特有力，编排上严谨精巧、动静相间，反映出作者较强的设计功力。

图 2



“五谷香”包装

点评：装璜系教师

在这件中国传统食品包装的设计中,作者从纸型结构到每一设计元素的处理都十分注重民族食品文化品味的表达,古朴稚拙的形态与肌理、典雅沉稳的色调十分自然贴切地传达出该商品特定的内涵,反映出作者具有较明确的定位意识和较扎实的设计基本功。

在社会实践中,这头的设计要特别注意其文化性与商品性的高度统一,即雅俗共赏。在提文化品味的同时,要考其包装的成本、制作、运输、储存、销售、携带以及使用上的合理性与便利性。

图 3



「时装精品」系列包装

点评：装璜系教师

作者在这一套时装精品系列包装设计中,采用了造型饱满、色彩艳丽花卉图案作为该系列的主体识别形象,考究的品牌字体较好地反映了商品属性。

在主销面各种要素的处理上基本符合艳而不俗、雅而不弱、密而不乱、疏而不空、重而不沉和轻而不浮的要求,较准确地传达了该商品的特定信息和相应的文化品味,设计定位较准。

图 4

以品牌形象为表现主体是这套设计的定位点。品牌文字端庄规范，长方体和倾斜的方形组合也给人以严谨规则之感。在整体上大面积空白，没有过多的附加装饰，只在品牌形象内集中加以一点装饰处理，从而传达了这种产品的属性和产品品质水准，使人觉得该产品质量纯正可靠，也容易识别记忆。



“公元胶卷”VI 设计中部分包装

点评：装璜系教师

在朴素的细瓦棱纸版上直接用写实的产品形象表现，典型地传达了产品信息。品牌文字设计富有个性，在画面上部给以较大面积的安排，突出了品牌，这是以品牌与产品相结合的设计定位，清晰、明白、鲜明，令人一目了然，具有一定的广告效果。

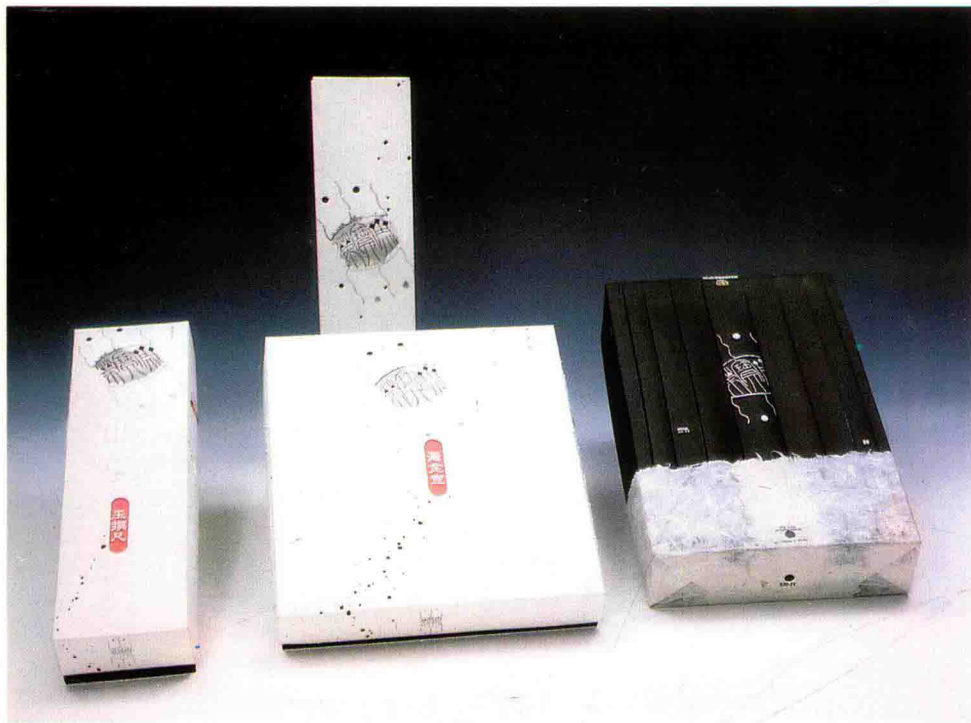
图 5



“五金工具”系列包装

点评：装璜系教师

图 6



“荣宝斋”文房四宝系列包装

点评:装璜系教师

这是一套礼品式化妆品系列包装设计,具有清丽、雅致之风格。包装盒材料选用的两种不同肌理,使整个设计显得统一中有变化。品牌的中文字采用了书法体,与颇为规则的画面分割形成对比,使设计体现出活力。外文字的歌德体与中文字的书法体共同创造出一种古典之美,色彩淡雅、柔和,

整套设计洋溢着女性化妆品的
气息。

图 7



“千惠子”化妆品包装

点评:装璜系教师



“茶叶组合”包装

点评：装璜系教师

这是四件一组构成的组合包装，扇形的异形纸盒结构恰好组成完整的圆形，别有趣味，装璜处理在浓重的黑底上用传统风格的云纹作为装饰衬托，中间的色块上安排了红色的品牌字体，字形同样用汉字书法来表

现。文字与图形风格都强调了中国风味，色彩在浓重中见华丽，这些处理都把握住表现中国茶叶的主题，信息感鲜明，视觉形式新颖，与许多茶叶包装相比，颇有突破，同时明确了礼品性的档次。

图 9



“谷乡酒”包装

点评：装璜系教师

浓郁的乡土气息、粗犷的表现风格是这套礼品酒包装设计的特色。设计者选用了纹理较粗、色彩较自然的包装材料，朴素、恬淡，加强了产品的天然之感。瓶贴、包装盒、礼品袋上的主体形象既统一，亦具变化，表现手法采用了奔放的木刻效果，与设计风格谐调一致。瓶贴的不规则形状，更增加了自然、乡土之感。全套设计着重突出了品牌含义，具有较强的文化品味。

这套化妆品礼品包装设计以简洁、典雅见长。整套设计构图简洁、色彩单纯。设计者选用了沉稳的灰紫色调,在柔和之中寓意着庄重。包装盒正面为黑白二色,打破以往化妆品色彩轻柔之感,给人一种独特的美感。

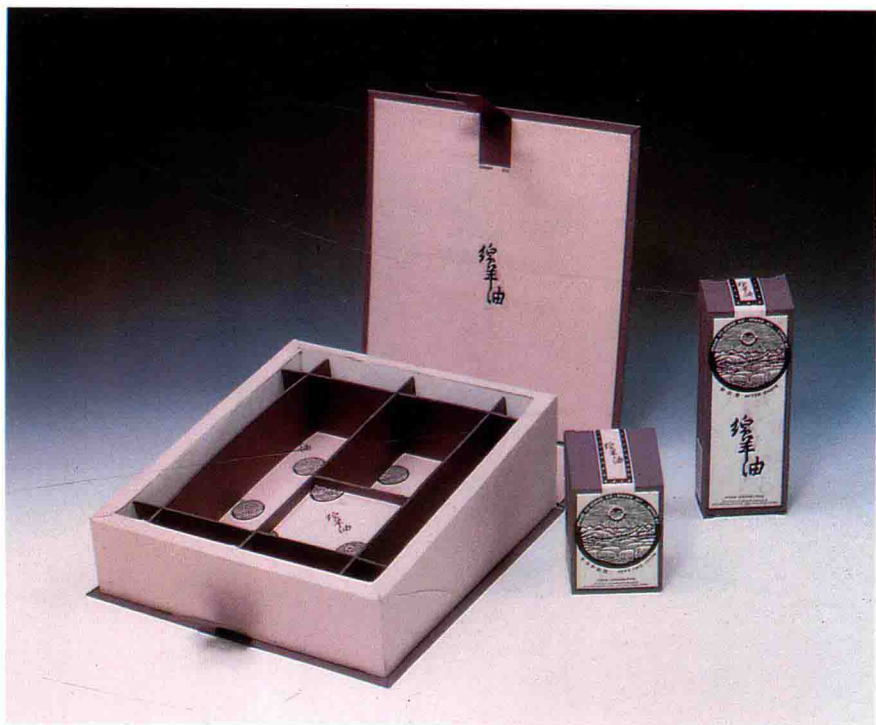


图 10

“绵羊油”化妆品包装

点评:装璜系教师

“大磨坊”糕点包装

点评:装璜系教师

该糕点包装以白色为基调,配以红色花纹做装饰,并大胆地使用大黑色,从整体上给人一种干净、明快的印象,比较准确地表现出食品的特点。

产品名称等文字与装饰图案的结合自然、随意,燕尾形的飘带与心形的枝叶花边给画面带来活泼、轻松的气氛。

半圆形的纸盒结构简单、易于加工成形和盛装物品,很有个性特点。



图 11

图 12



“鹤舞酒”包装

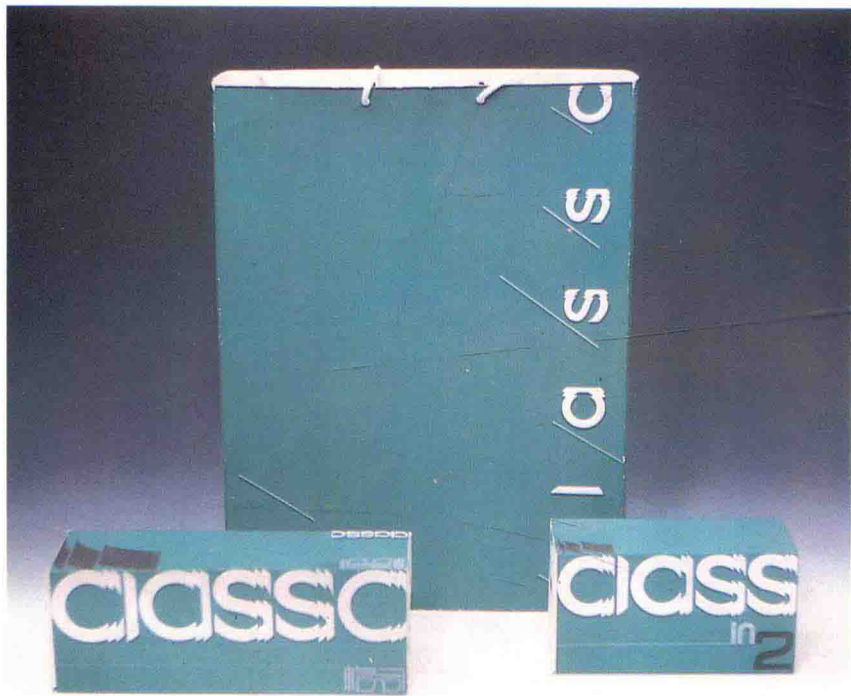
点评:装璜系教师

鹤舞酒包装,通过“破坏”练习、切割外盒的角,创造出新的形态。在这个等腰三角形上,安排了产品名称,将其作为主要展示面,试图改变传统的设计观念,以求得与众不同的视觉效果。

改变后的包装盒从加工成型到方便使用等方面都具有实用的价值。

在色彩处理上,土红色、黑色与白色的搭配,使人感觉十分大方。彩线菱形,即是装饰图案,又暗喻着这是一种端午节饮用的酒,细密的彩条与大块面的黑、红色所产生的对比效果活跃了画面气氛。

图 13



“格司”这一品牌的命名,是根据英文 GLASSC 的音译而确定的,而 GLASS 是不能当作商标去申请注册的,所以在它的后面加上一个 C,就可以当商标使用了。在字体设计上,模仿了由玻璃杯透射后变形的效果。

该包装以品牌字体为主要形象,采用单色处理,在构图上强调了疏与密、多与少的对比,追求简洁、明快的效果,较好地体现出产品属性。

“GLASSC”玻璃制品包装

点评:装璜系教师

图 14

莊臣使您回归大自然



露美莊臣，化妝品·生活用品
中美合資上海露美莊臣有限公司

“庄臣”广告

点评：装璜系教师

回归自然已成为消费领域中的一种心理趋向，用自然界中的花蕾和美丽的小动物形象来唤起人们对自然的向往，画面虽未出现产品形象，但品牌与自然形象的结合，更好地体现出了产品的品质。画面字繁简混用是设计中的毛病。

图 15



「凯威半干白葡萄酒」包装

点评：装璜系教师

这幅作品打破了商品广告一般性的再现商品形象的手法，独辟蹊径，将设计定位在产品的文化韵味上，采用田园风光与产品形态相融合的手法，形式新颖，构思奇特，传达出消费者在进行物质享受的同时，更得到一种精神上美的享受，从而使人留下美好而难忘的印象。

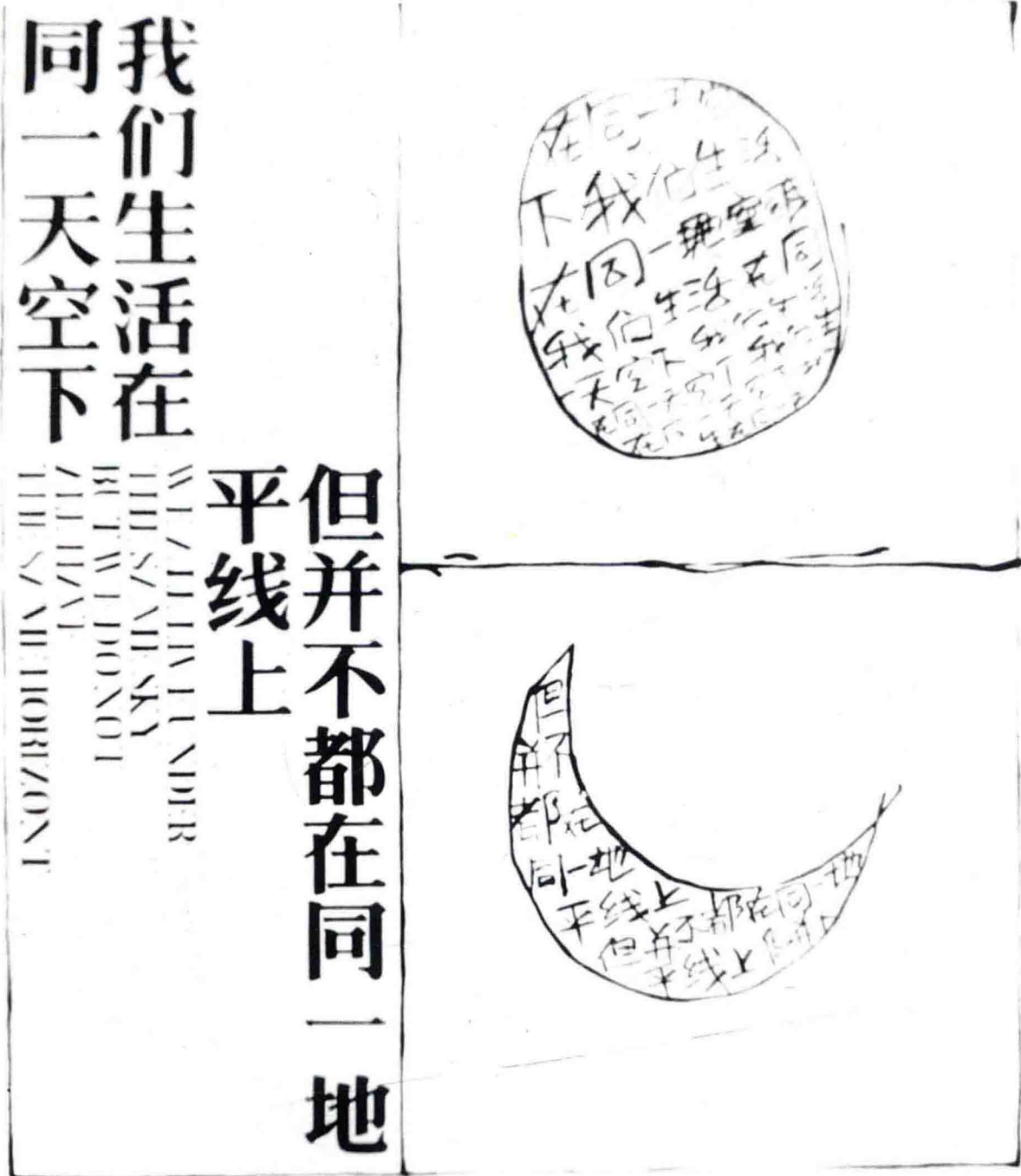
「第四届世界妇女大会」宣传画

点评：装璜系教师



这幅广告作品采用人们喜闻乐见的折纸风车作为创意的素材,通过对风车外形的处理,巧妙地将四种不同肤色的妇女头形同构其中,中间是本届世妇会的会标,十分形象且生动地表达了全世界的妇女代表欢聚在北京,为谋求和平、平等与发展而共同努力的会议主题。

图 17



招贴画“我们生活在同一天空下”

点评：装璜系教师

这幅作品曾参加 1989 年莱比锡国际书籍艺术展览会书籍艺术家和版面设计家的以和平为主题的专题展览，并获得荣誉奖。

作品以文字组成太阳与月亮的画面，表示世界人民生活在同一天空下，象征各国遵循和平共处的五项原则，走向和平、发展的道路。表现手法清新自然，不拘一格。

图 18

招贴画「家园侵食者」

点评：装璜系教师



这是一幅以公益广告形式出现的商品宣传广告。作者以写实的表现手法细致地描绘了害虫给植物、农作物带来的危害。嫩绿的、充满生机的植物叶子正在遭受害

虫的侵食。仔细看还会发现害虫所侵食出的图形正是一幅世界地图的形象，从而又体现出了虫害是一个全球性的问题，这是设计者在图形处理上的巧妙之处。

那么，怎样去解决虫害的问题呢？我们在画面下方会发现灭虫剂的产品形象及文字，这样，使这幅作品既起到了公益广告的作用，又达到宣传产品的目的，同时也树立了企业良好的社会形象。