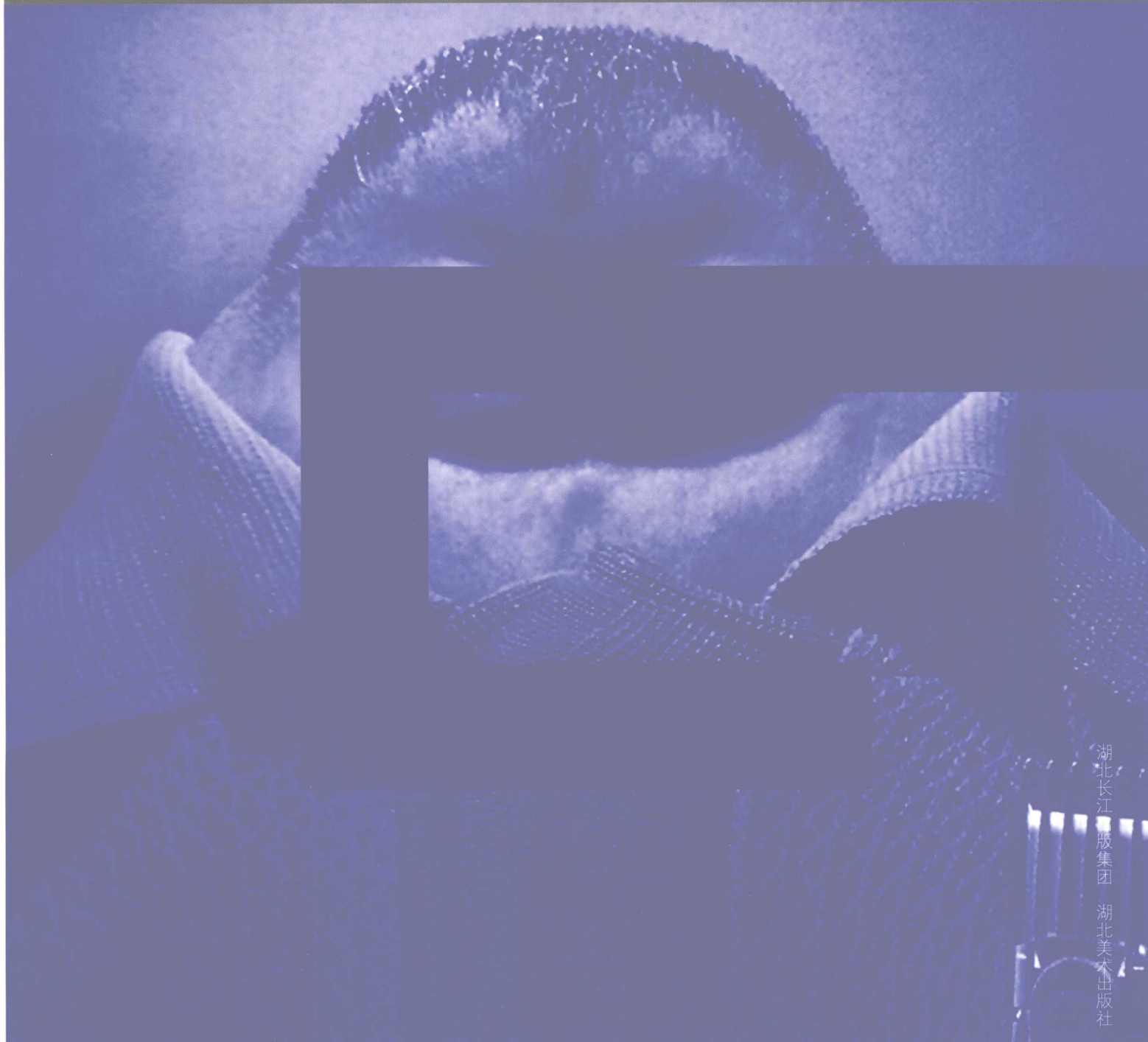


中国高等院校艺术设计专业教材

CREATIVE DESIGN OF FIGURE

崔生国 著

图形创意设计



湖北长江出版集团
湖北美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

图形创意设计 / 崔生国著.

—武汉: 湖北美术出版社, 2009.4

中国高等院校艺术设计专业教材

ISBN 978-7-5394-2611-2

I. 图…

II. 崔…

III. 图案—设计—高等学校—教材

IV. J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第043352号

责任编辑: 曾琪琳

装帧设计: 崔生国

技术编辑: 祝俊超

中国高等院校艺术设计专业教材 **图形创意设计**

著 者: 崔生国

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市雄楚大街268号
湖北出版文化城B座

电 话: (027)87679521 87679522

邮政编码: 430070

h t t p : //www.hbapress.com.cn

E - mail : hbapress@vip.sina.com

印 刷: 武汉精一印刷有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 7.5

印 数: 1-4000册

版 次: 2009年4月第1版 2009年4月第1次印刷

定 价: 42.00元

中国高等院校艺术设计专业教材

图形创意设计

崔生国 著

湖北长江出版集团 湖北美术出版社

目录

4	导言
5	第一章 图形创意想象
6	一、图形意义
8	二、想象创造
12	三、想象表达
18	四、图形目标
23	第二章 图形创意思维
24	一、比喻明理
26	二、比拟表达
28	三、夸大其词
30	四、幽默风趣
32	五、借物抒情
34	六、象征意义
35	第三章 图形创造方法
36	一、加法创造
59	二、减法创造
62	三、无理创造
73	第四章 课程作业计划
74	一、符号联想
83	二、物象联想
92	三、文图转换
94	四、异影图形
97	五、正负图形
100	六、异构图形
103	七、双关图形
104	八、换置图形
109	九、省略图形
110	十、无理图形
112	十一、错序图形
113	十二、混维图形
114	十三、渐变图形
116	十四、图形应用

导言

在平面设计中，图形创意的优劣，直接影响到作品的传达效应，设计师在创意作品时首先关注的是图形。尽管字体、版式、色彩同样需要用心创意表达，才能造就一件美妙的富有功效的平面视觉作品，但图形的作用却是首当其冲的。它是制造人们视觉激动和心理幻想，最终有效实现其传达目的的主要原因。

图形和语言文字等传播媒介一样，是实现信息传递的手段，而其鲜明的视觉特征又有着语言文字所无法比拟的优越性。图形传播信息直接、有力、准确、易识别和记忆，可以超越国家民族间的语言障碍，是视觉艺术创造者表达意念的方式。几乎全部的平面设计都包含有图形因素。图形创意以一种崭新的方式已为广大的设计教育工作者所认识。

通过图形创意课程训练，可以开拓学生的创造性思维能力，培养以图表达意念、传达信息的专业能力，以更好地提升学生的视觉创造表现技巧，为各种专业设计打下坚实的设计基础。

本教材通过大量的图形材料来说明图形创造中思维想象的方法，力求循序渐进、深入浅出地讲述设计中图形创意的方法。同时，本教材密切配合教学需要，设计了一套切实可行的作业方式，并配置了大量优秀的学生作品范例，直观地反映出图形教学的思维训练方法。

崔生国

2009年3月于上海

第一章
图形创意想象

一、图形意义

我们习惯于用语言文字来表现情感、传达思想，习惯于用语言文字把我们的感受、想法加以转变而概念化，使其得以保存。但事实上，我们头脑中60%以上的信息是通过视觉获得的。

图形是视觉传达的主要形式之一，图形作为一种交流信息的媒介，是为了传播某种概念、思想或观念而存在。我们可以通过图形的对话，感受到一种文化、观念和沟通，它和语言、文字等交流媒介一样是人们生活中不可缺少的交流手段，而其鲜明的视觉特点又有着语言文字所无法比拟的优越性。从某种意义上讲，我们可以称图形为“视觉通讯”。图形超越文字、时间、空间的限制，通过某种媒体传达信息，不但赏心悦目，更可洗涤心灵，极具感染力和教育功能，可向人们普及多方面的知识。

1. 传递信息直接有力

语言文字是抽象的和线性的，它传递信息首先要经过耳或眼，再传到大脑进行分析转换为形象判断，比较理性。而图形源于图画，非常直观，通过眼睛直接进入大脑进行判断，无需分析转换，比较感性。我们在“读”懂一段文字和“看”懂一幅图形之间的感受过程是明显不同的。事实胜于雄辩。看情景、观图像，一目了然，可以直观感受它的意念和氛围。我们形容某人的长相，描绘得再详尽仔细，相信十个人听到会有十种不同的想象，但如果展示他的相片，那个人的形象特征就一览无遗了。可见图形在传播信息中占有直接有力的优势。

2. 传递信息生动准确

图形传递信息直接有力，因属形象传播，可将其代表的信息生动、准确地投射出来。语言文字用来表情达意，记录生活经验和感受，要传递准确信息，把问题说清往往要长篇大论，且不同的人对同样的语言文字信息会有不同的理解。而好的图形设计意

义明确、意味深长，既可准确表意，又带给人们更深的回味和无尽的想象，揭示着情感内容和思想观念，使意念表达得充分、形象、有深度，可达言有尽、意无穷的效果。

3. 易识别和记忆

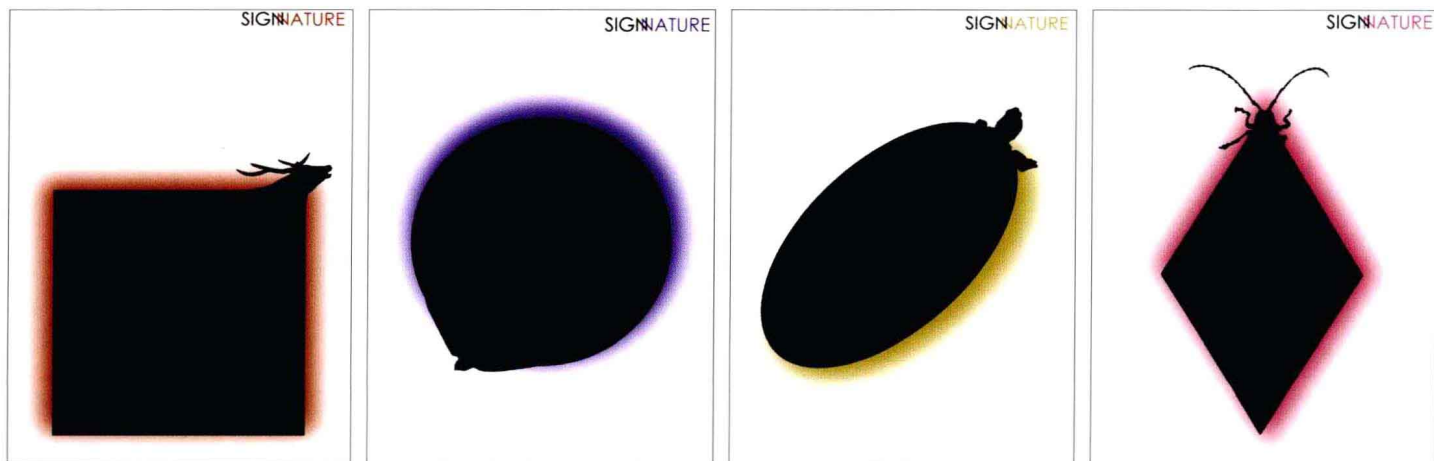
观形看像是人类理解现象的本能，是人们与生俱来的一种需要，人们在此基础上了解社会，发展文化。文字也正由图形发展而来，但图形形象直观，生动准确，富有特点，比语言文字更易识别、方便人们理解记忆。因此，尽管有了文字这种沟通交流的工具，我们很多的视觉传达还是要配上图形才更能说明问题。人们看到禁止符号，就会条件反射般地停下来，只因为那简洁有力、表意准确的视觉形象符号已深入人心，比任何文字都来得直接。另如：一个带有箭头指示的路牌标志，完全可以把一个身处异地而有语言障碍的人送到目的地，达到一种“此时无声胜有声”的视觉效果。图形所具有的识别能力使得标识产生并推动其迅速发展。

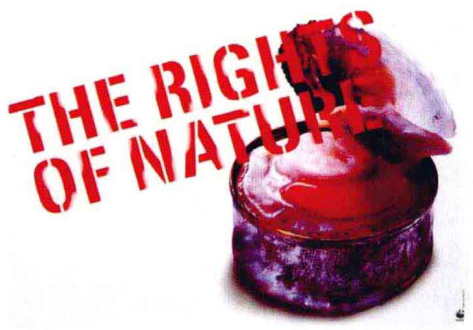
图形在当今高度发达的信息社会中的作用非常重要。周围的人们每天要面对大量的信息，如何使自己发射的信息脱颖而出，不被信息的海洋淹没？恰如其分的图形设计将显示其巨大的效力。

4. 可以超越国家民族间的语言障碍

语言文字具有民族性、地域性，各民族都有自己独特的语言，这已成为世界各族人民沟通交流的一大障碍。而图形是具有世界性的，它可以超越国家民族间的语言障碍进行广泛的交流传播，因为构成图形的视觉元素大都源于人类的生活或生存环境，它们是相同的或相似的。但也因源于不同的生活经历，图形有时也会具有一定的民族性，如文字图形、民间图形，等等。

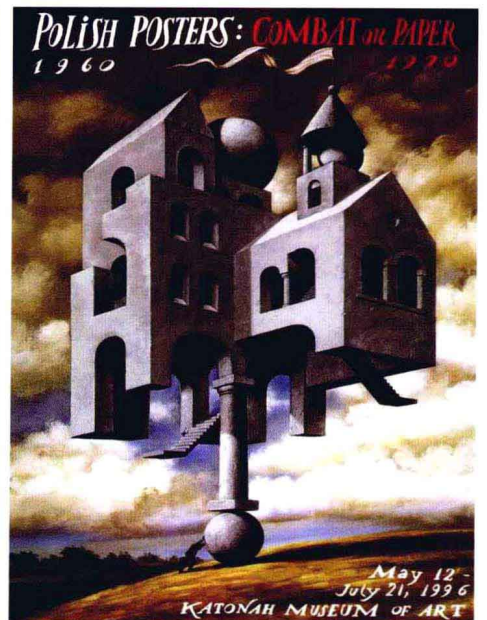
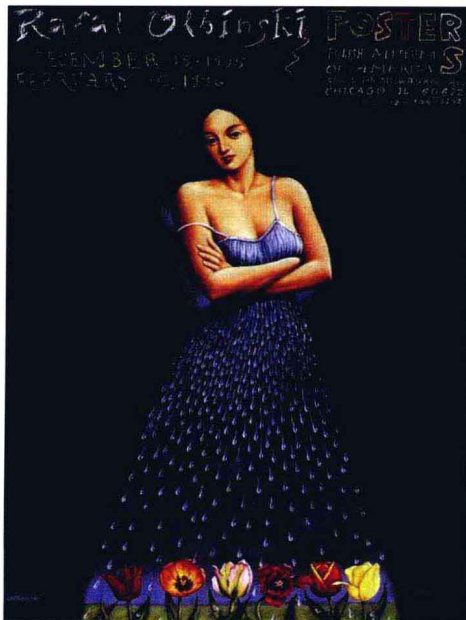
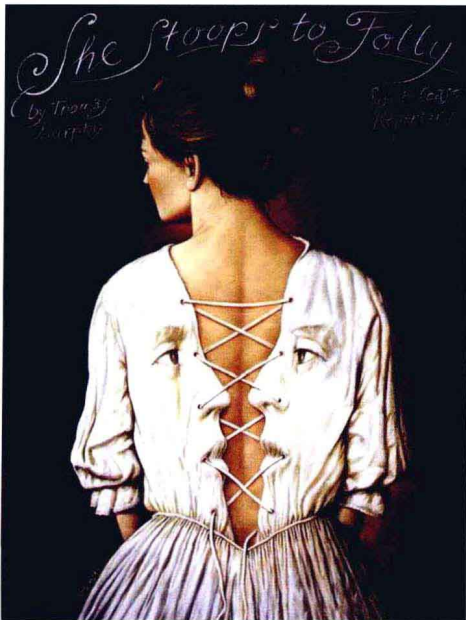
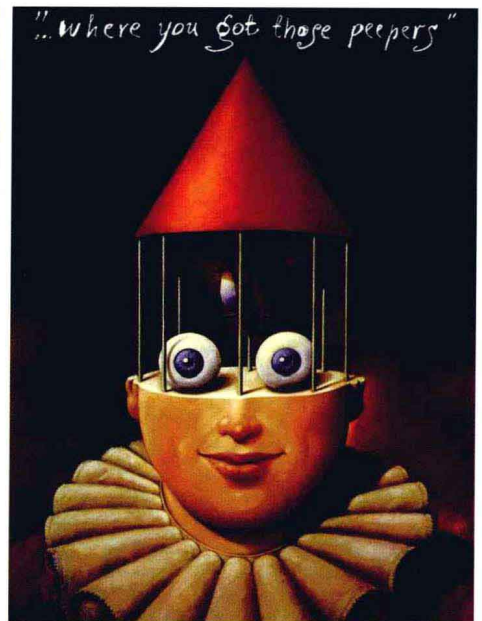
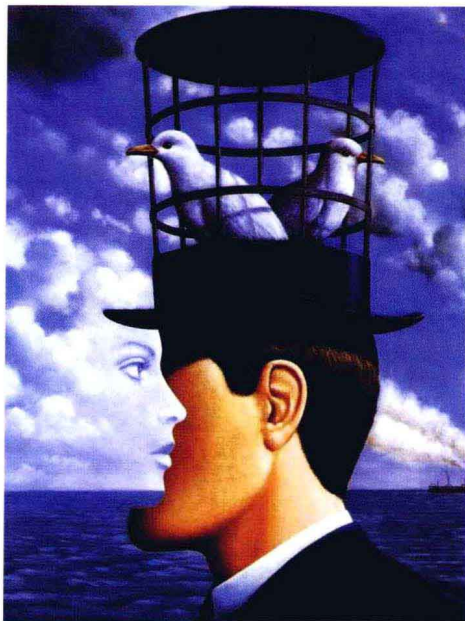
【下 图】署名《生态保护招贴》/设计师_尤里·舒尔哥夫 俄罗斯/在简洁单纯的几何形上，独具创意的进行添加变化，营造出极富视觉效果的新艺术形象。





[上 图] 自然的权利 (系列三幅) / 陈永基 / 招贴图形采用同构手法, 强烈地表现“自然”被人们已经干涉得面目全非了。

[下 图] 招贴图形 (系列六幅) / 设计师分别将不同性质的物象进行巧妙地结合, 充满创造地表现出生动的形象视觉画面, 引发观者无尽的想象和思考……



二、想象创造

远古的先人通过观察，将散布于宇宙间的一盘散沙状的繁星有意识地组合连接，使群星之间的相互关系有序地图式化，形成各具特色的形象。如：大熊星座、小熊星座、牛郎织女星座、狮子座、金牛座……而将这种形状的相似形固定下来，利用人们对这些动物的熟悉和兴趣，可以轻松地对天上的繁星进行准确地记忆和辨认。直到今天，我们仰望星空，仍然可以看到和先人们感受一样的星座图形。这种联想是利用人们对已知形的理解（常规性的理解）去加深对未知形的记忆。

我们在蓝天白云下畅想，还会发现种种其他的物形想象：像棉花、像羊群、像鸽子、像雪山、像建筑，甚而像万马奔腾、像滚滚浪涛、像运动的人物、像抽象的静物……

玻璃打碎后滚落一地的细碎的光亮，纸上偶然留下的墨渍、破旧斑驳的灰墙黛瓦、水流过沙沉淀下的纹路，都可以将我们引入一个奇妙的想象空间，让我们浮想联翩。

能解读出种种物象，源于观者从它们之中辨认出已经存储在自己心灵中的事物或物象的能力。人类有着无穷无尽的想象力！不同的人，不同的生活经历，不同的时间，不同的环境，不同的境况，对相同的对象会产生不同的想法……

这是我们人类特有的洞察力和想象力，它直接影响着我们的生活。可以说人类的发展与人类特有的丰富的想象力有着直接的联系。它一直引导着人类走向发展和进步。

另外：鲁班因为被边缘呈锯齿状的叶子拉破了肌肤，而发明了类似造型的锯条；人们看到鸟长双翅在天空中自由飞翔，产生了飞的愿望，经过无数次模仿造型试验而发明了飞机；阿基米德通过澡堂溢水的启发揭开了金冠之谜；牛顿由“苹果落地”和地球、月亮关系的相象而联想到了“万有引力”；瑞士地质学家斯奈德通过对世界地图的观察，凭其敏锐的直觉，创造性地发现大西洋两岸的海岸线相似吻合，进而提出大陆灾难性开裂的假说，为大陆漂移学说建立了基础……种种迹象表明，科学的发展和社会的进步离不开想象。

其实传统的想象并非不准确，甚至可能很到位，但它已经存在，已被人所熟知，所以不可能有新鲜感。反而是那种大胆的、表面上似乎不合理的、和常规相违背的想象可能更有价值。这正是创新的开始。

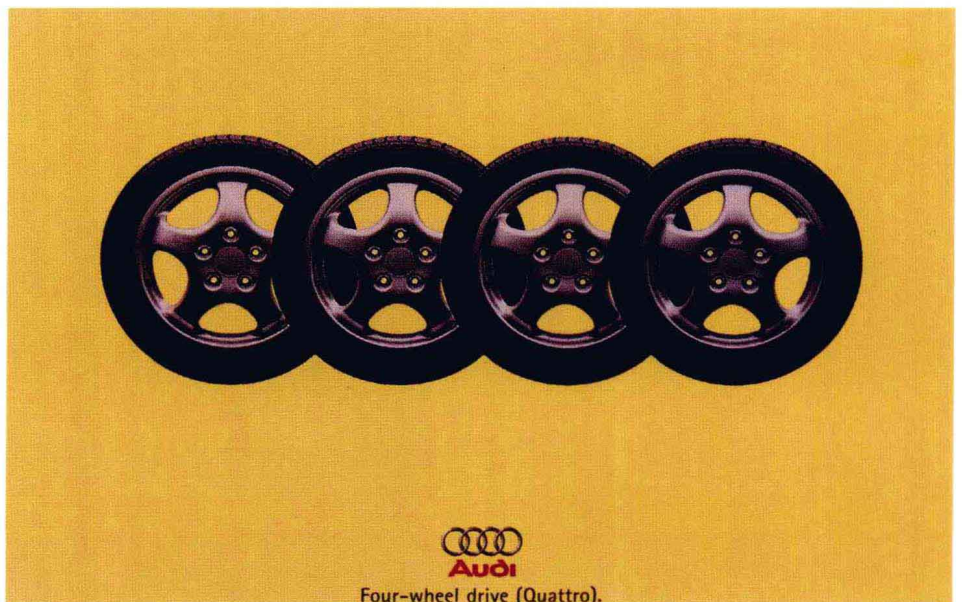
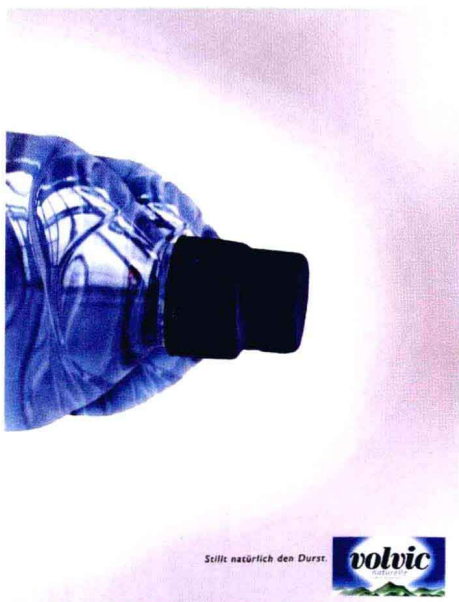
1. 形象联想

形象联想可以说是人的本能反应，很直接，就是由一种物象的造型而引发的对与之相似的形态的物象联想，源于人的感性认识。这是一种最基本、最普遍的想象方式。

如：看到圆，我们可以想到足球、篮球、排球、乒乓球、玻璃球、呼啦圈、气球、肥皂泡；可以想到西瓜、苹果、橙子、鸡蛋、汤圆；可以想到柱子、棍棒、树桩、帽子；可以想到桶、

[左 图] Volvic矿泉水广告/两瓶Volvic矿泉水通过巧妙的摆放，好似哺育我们成长的母亲的双乳。以此引发亲切、健康的品牌概念。

[右 图] 奥迪汽车广告/Almap BBDO/画面由四只极富力度的轮胎构成清晰醒目的奥迪标志造型。



杯子、瓶子、罐、碗；可以想到方向盘、飞碟、车轮、光盘、弹簧、铃铛、灯泡；可以想到太阳、月亮、地球；可以想到跑道、枪口；可以想到句号、禁止符号、太极图、字母O、数字0；可以想到项链、手镯、表、钻戒、钥匙圈；可以想到药片、药丸，等等。这些事物都具有圆的形象特征，依照它们之间形状的相似，将它们联系起来。由形象联想而引发的图形创意在视觉创造上占有绝对的比重，很多优秀的广告创意都是源于设计师丰富的形象联想能力。

2. 意象联想

把表面不相干的事物，抛开它们的外形表层，通过它们之间某种本质上的共性而引发的联想；源于人的理性认识。对事物的形式、结构、性质、作用等其中的某一种因素展开意义的联想，以想象其他大家都熟知的具有同一特性因素的事物，通过它们之中共同的意义将它们联系起来。

从A的多种特性中的一种联想到以这种特性著称的B。如，同样看到圆，想到团圆：祖国统一、中秋佳节、家人团聚；想到圆滑：泥鳅、狐狸、油、润滑剂等；想到周而复始：时间、轮回、滚动、旋转。再具体些，例如手机的意象联想，我们可以首先对其进行分析，对好的手机我们都希望它体积小、厚度薄、重量轻、音质好，等等。然后分别展开意义的联想：

体积小：像火柴盒、像纽扣、像胸针、像钢笔、像药片、像……

厚度薄：像纸片、像名片、像明信片、像磁卡、像书签；像指甲盖，像身份证，像蝉翼、像丝袜、像……

重量轻：像羽毛、像棉花、像气球、像云、像芦苇、像……

音质好：像鸟鸣、像音乐、像面对面、像耳语、像琴弦、像……

再有，对于联系这个概念，我们可以有多种类似意义的想象表现的方式。如：捆扎、绑、缝、扣住、拴、缠、卡住、别针、插接、叉、串联、拉链、钩住、粘合、叠起，甚而握手、邮寄、飞鸽传书、电话、电报、互联网……

由意象联想而引发的图形创意实质上如同文学上使用的比喻，将人们熟知的、公认的物质特性转接到要说明的物质上，以此来更形象、更生动地传递被说明物质的这方面的特征。如瑞士土豆种植者协会的一则广告，为宣扬土豆的热量，就将土豆和表面毫不相干的灯泡联系起来，以此形容土豆在寒冷的冬天能给你带来丰富的能源、热量和光明。

深刻的、富有趣味的图形创意一般离不开意象联想的思考。在图形设计中，很多的联想并非孤立存在，多是形象和意象的综合运用。

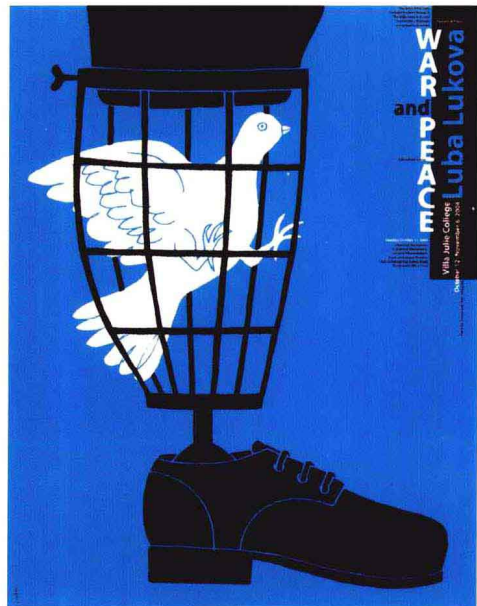
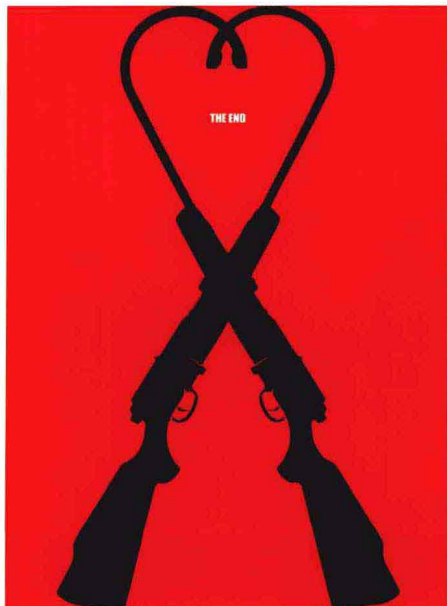
3. 想象方式

在创意思维中，主要包括集中的发散性联想方式（呈面状思维特征发展进行），即从不同的设计角度出发，用不同的物形，不同

[左 图] 陈幼坚生活的艺术/陈幼坚/传统的中国茶壶冒出的青烟转化成陈幼坚先生的肖像，显得意味深长，巧妙地表达了设计主题。

[中 图] THE END/青叶益辉_日本/枪管被组合弯成“心”的造型，表达化战争为和平的愿望。当然，此心形是设计师巧思营造出来的。

[右 图] 战争与和平/Luba Lukova_美国/创作者这张招贴图形的灵感来源于一部电影，他讲述了一个残疾的美国士兵从战场归来的故事。



的构架，将同一个主题观念表达出来。如上述各种形与意的集中联想，尽可能想象所有与主体相关的形象，被想象出的形象都是完全围绕同一主题进行。这是设计中最为主要的联想方式。但仅此还不足以拓展我们的思维，我们也要擅长连带联想方式。

从某一形象元素进行连续的逻辑推演联想方式就是连带联想，呈线状思维特征发展进行，包括通过一个物象的形象和意象而引发的相关的、连贯性的各种联想。它包含相近联想、相似联想、相对联想、相反联想、因果联想、添加联想，等等。

再次以看到圆为例，想到树桩上的年轮，再想到树木森林，想到环境保护，想到植树造林，想到生态平衡……

看到拐杖，想到老人、残疾人，再想到生命、想到运动、想到足球、想到世界杯、想到冲出亚洲……

看到杯子，想到水、想到茶、想到诗文、想到琴瑟、想到高山流水……

看到桌子，想到书，想到（书）海，想到船，想到飞机，想到鸟……

连带联想有时可以带来强大的连锁反应。如：我们买彩票会想到万一我中彩了……出门忘记拔掉电源会想到万一着火了……等等，由此引发一连串的形象。这是每个人都曾有过的经历，在设计中加以合理地运用将产生奇妙的效应。

“书就是面包，天天要吃的面包，就像白炽的灯光一样不可缺少。”（冈特·兰堡语）大师的一句话包含了由书到面包、由

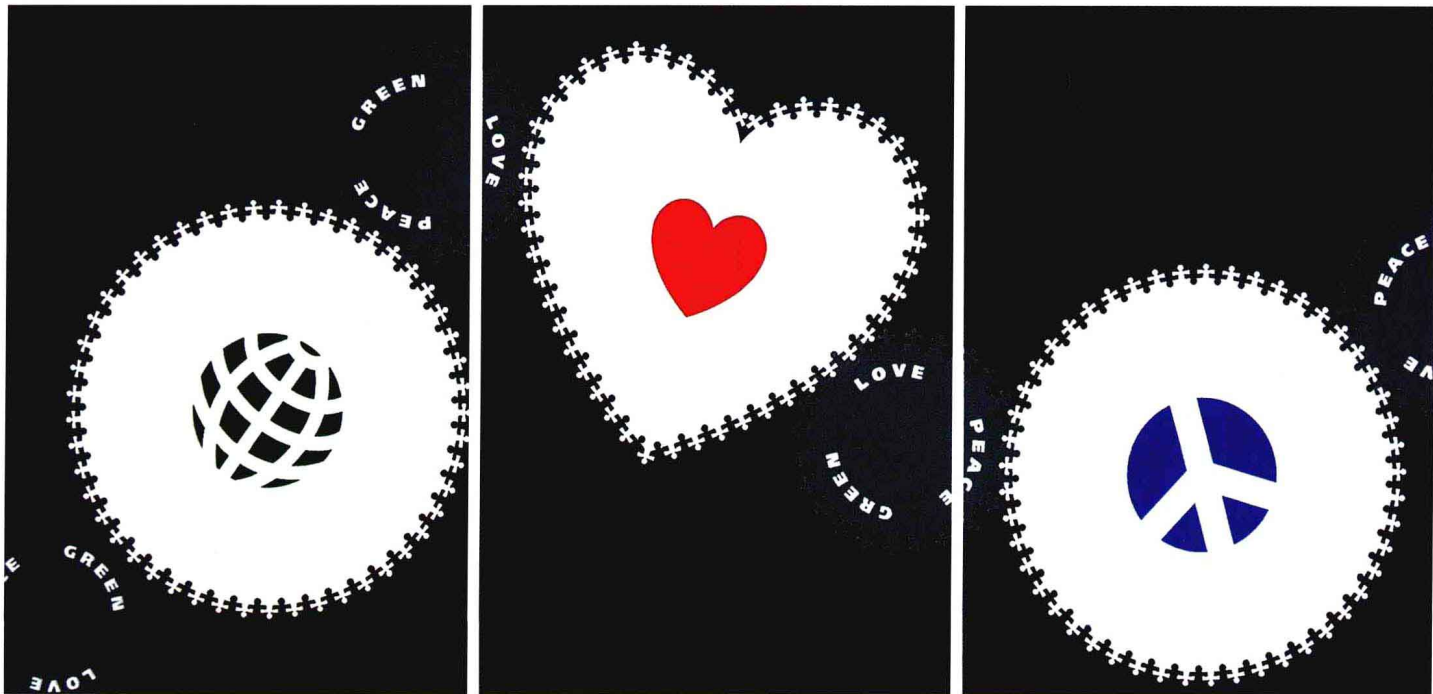
面包再到白炽灯光的连续的联想，深刻而富含哲理，这正是大师设计开始的前奏。

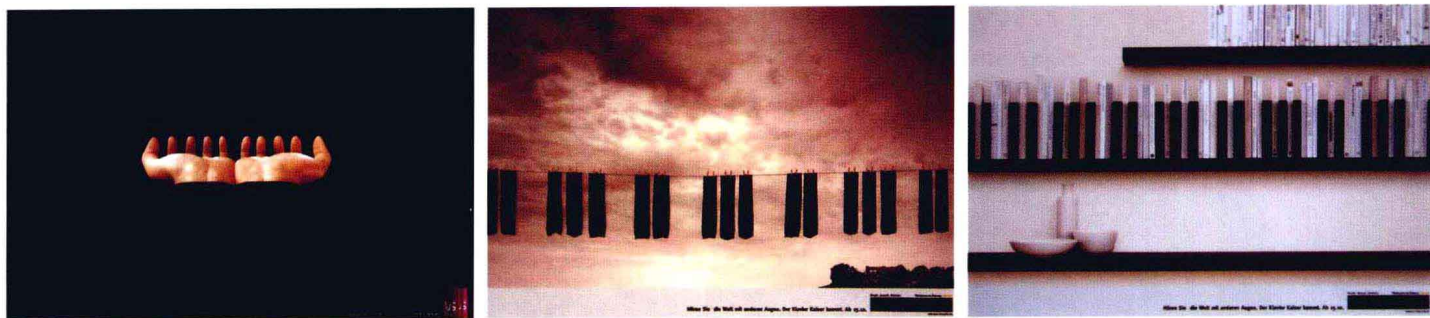
我们要善于利用这几种方式进行联想，把与主题元素相关的、相近的、相反的（如“酒香也怕巷子深”用违反常规的道理委婉地道出广告宣传对产品销售的功效）、具有因果关系的（可口可乐的一则广告用可口可乐的易拉罐占满垃圾桶来反映畅销）元素尽己所能地挖掘出来，使我们的想象不只浮于表面，而注重更为深刻、更为生动的想象，用鲜活的比喻来体现我们的创意。

这里的想象并非简单的联想，而是观察联想与创造思维的整合，是情理的延伸。缺乏情理的形象，只能是胡思乱想，让人不知所所以然。

在限制下进行无限的联想，在限制下求广泛的创意；在定位的前提下进行符合定位的各种想象，把握灵光闪现，这样的想象更有针对性、更有对比、更有视觉情趣。观察生活，注意其存在的方方面面，挖掘最有魅力的视觉表现。

[下 图] 自然、爱、和平/刘小康/利用齿轮相互咬合、相互作用的形式，形象地表达出自然、爱、和平是不可分割、相互促进的整体。每幅海报单独成立，但连在一起又可成为一个大画面。



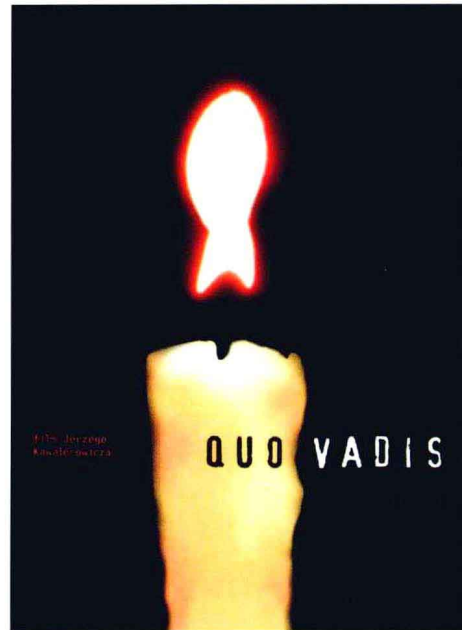
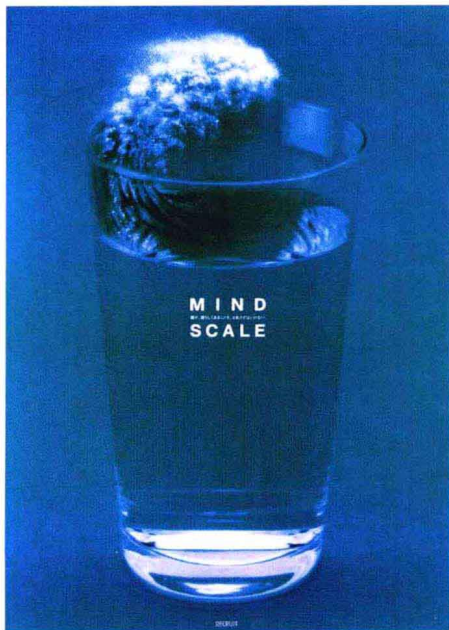
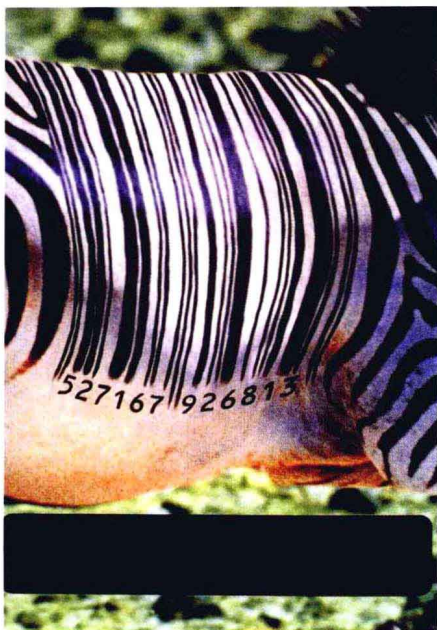
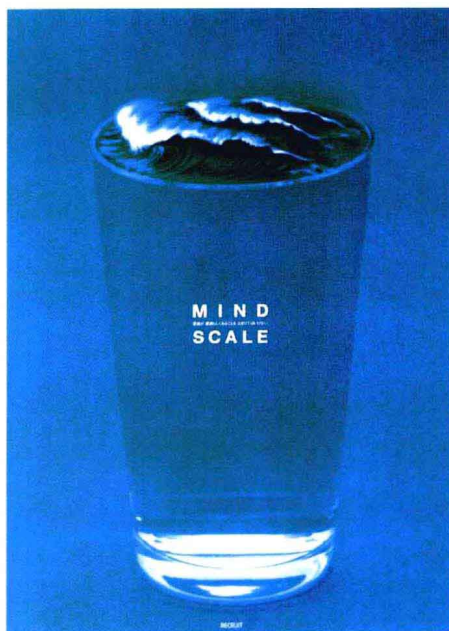
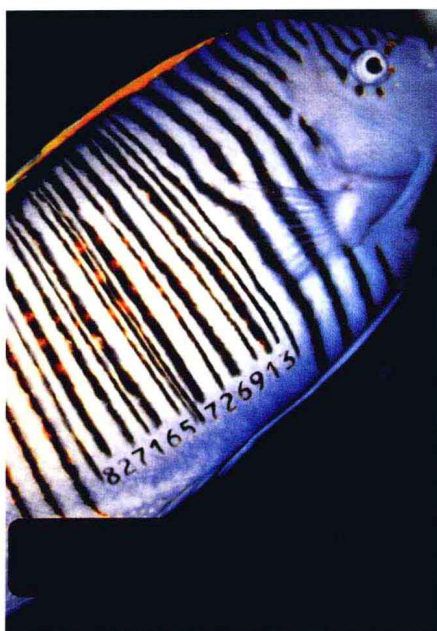


[上 图] 音乐海报系列/抓住代表音乐键盘的特征,它无所不在!

[下左图] 生态保护招贴/将象征商品的符号——条形码创意地替换了斑马的斑纹, 鱼身上的条纹, 深刻地揭露了不正当的野生动物的买卖行为。

[下中图] 注意, 刻度/柏本乡司_日本/小小的杯子里竟然有惊涛骇浪, 这种夸张的视觉表现是设计师收控自如的想象!

[下右图] 海报设计 (两幅)/生活中的各种物象都可以成为我们的创意元素, 如蜡烛的火焰被变化成音乐符号代表音乐会, 变化成炮弹代表攻击。



三、想象表达

图形想象的创意表现中，要注意把握一些设计要点，力求用最简洁的形态去表现丰富深刻的图形寓意。

1. 控制形态

任何物象或符号都有其自身固定的具体形态。在图形设计中，我们往往是利用这些元素进行视觉再创造，但我们必须根据设计需要宏观的把握形态，使它们在保留其本质特征的前提下，根据我们的主观需要随意的变形，从而不仅在造型上达到改头换面的新视觉形象的出现，同时也引出其他的有意义的视觉形象。

不要认为足球一定是圆的，在抓住它的基本特征后，它还可以是方的、三角的、椭圆的、随意形的，它可以随着设计师的主观愿望自由变化，形成具有独特意义的耳目一新的新视觉形象。

2. 模糊和简化变形

外界景物通过眼睛向大脑输送信息作为视知觉判断的依据。当信息不足或模糊时，大脑就会调动以往的知觉经验来补充解释，视觉形象越是模棱两可，知觉的解释就越可能产生多义性。

在图形创造中，使其一形多意是图形表达的主要方式，而一形多意的创造往往需要用形态元素的简化、模糊、变形等手法处理来得到，使其有更强的可塑性。在形态改造变形中，同时考虑两种不同意义的图形，使它们兼具两种不同形态的视觉特点，即甲又乙，非甲非乙，简单、模糊的形态会具有更强的视觉表现空间。

越简单的形态越可以有广泛的联想，但同时联想也越浅薄；越具体复杂的形态的联想形态越少，联想也越形象。所以，在具体和简单间寻找一个最恰当、最合适的度的形态是充分表达多重意义的关键所在。

3. 在观察中创造——将无意形转化为有意形

设计中要惜墨如金，充分利用每一分画面空间，包括虚空的地方，让各种交叉的形集体对话，相辅相成地表现同一个目的意义。我们可以在现有形象元素的基础上，随形就像，适形造像，因势利导，开发新的形象，使形与形之间既相互依存，又相互独立，通过彼此的共存，交叉说明问题。但切记不可牵强附会，创造的形象与主题无关，或形象不能自然融入图面都是不可取的。在根据原始图像的造型、轮廓线的造型或虚空间的造型展开想象，就势创造出另一形态这一过程中，要有意识地对形体进行取舍、加工、抽象、概括，使之既具备原有形态甲形（轮廓）的特征，又相应兼具开发形态乙形（轮廓）的特点。造型越简洁、概括，就越易共生相融。

要开发的形和原始形应是有意义的搭配联系，且形与形的关系应自然融洽，达到形共存、意共生的目的。以此引发我们的好奇。

4. 正确引导观者的想象——虚像知觉的制造

木马靠在角落时只是一根棍儿；一旦骑上，它就成为儿童想象力

[左 图] 文化招贴/伊斯特文·沃里兹_匈牙利/两位正在演奏的乐手恰到好处地组合构成人物图形的脸孔。这是设计师精心策划，安排的巧合！

[中 图] 文化招贴/伊斯特文·沃里兹_匈牙利/骑士的形象被转变成人物的脸孔，设计师自如地控制着表现的形态。

[右 图] 爱/Luba Lukova_美国/生动的人物形态构合出“LOVE”的主题。



的焦点，变成一匹马。

设计师应学会这种手段，引导和控制观者的正确思维。

为达到设计目的，我们可以用不完整的形象去激发观看者的想象力，投射出没有画出的东西，暗示实际上无法再现的事物，使对象隐现于可见与不可见之间。这要求此形象生存在恰当的环境中，而观者对这一环境又非常熟悉，潜意识中自然会用相应的对象填补上，而产生正确的虚像知觉。这一过程依赖于我们的知识，依赖于我们投射和补足未曾明确画出的部分的能力。

我们亦可尝试将特定元素安排放置于不同的内容环境中，此元素会跟随大环境的转变而转变，创造出一种物形的多重含义。

5. 设计应留下思考空间

传统国画常论及一种意到笔不到的笔墨技法：物象中有的部位看来虽然没用笔墨画出，但你若感觉出了，就会倍感意味深长。

在进行图形创意时，应注意不要把话说尽、说完、说绝，适当留几分余地，给人进一步想象回味的空间，同时要能引导观者正确的想象。这样，伴随着人们的理解和想象，传达的信息将会更深入人心。

这样的表达表面上好象不及图解式的图形表现得完整，但实际上，我们的观者大多都是有视觉经验和一定文化素质的人，不喜欢被当成被说教的、没有脑筋的对象，不要将他们想得太呆。观

者对一览无余的图形意义会感到乏味、缺乏兴趣，如果图形的寓意明确，可以通过智慧的表现引发人们的思考兴趣，让人们经过思考达到对图形意义的理解，那么他们的认识就会更深刻、更透彻。

好的图形设计应当让受众的思维留有充分的想象空间，应把观众当作有智慧的人来尊重。用“不完整”的表现激活观者的想象力，引发图形与观者的进一步交流。

6. 简约的设计

图形设计应是“稀缺的艺术”——任何不必要的东西都被排除在外，而任何基本的东西都没有被遗漏。

在设计中，我们尽力寻找最具代表性的典型对象，描绘其最具代表性的典型特征。在表现时，应学会概括加工，保留并强化欲突出的特征，减弱甚至删除不相干的细节，以最凝练的笔墨表达对象，使变化丰富的对象趋向简洁单纯，这样图形传递的语义会更清晰、更有力。

简约的设计符合当今社会快节奏生活方式的需要。当今社会信息量大，多而复杂，人们不愿花较长的时间和精力去关注那些繁杂的图形，只会留意简单有趣的。简单会带来人们更多的想象，形成图形与观者间的互动。

7. 设计应创造新奇

[左 图] 救救饥饿的儿童/U.G.Sato_日本/儿童的肚子被塑造造成他自己那张充满期盼、求助的面孔，形象深刻地表现主题。

[右 图] 保护自然遗产/U.G.Sato_日本/虎身上的斑纹被人的手所替代，以此丰富的想象说明人们对自然的干涉无处不在。



喜新厌旧是人的本性。人们喜欢新的视觉表现。

眼睛需要得到感性刺激，心灵要经常得到慰藉。这些促使各种物形不断地更新换代，这样人类的文明才能得到真正意义上的长足发展。

要创新，就必须打破条条框框。不要束缚自己的头脑，要突破经验，摆脱客观束缚，促使大脑进行无拘无束地纵横想象，把握稍纵即逝的创意。

人的知觉判断总是容易为经验所束缚，喜欢以最熟悉的形象作参照，从而制约着人的新感觉、新发现。摆脱习惯经验的束缚，从另一个角度去看我们熟悉的物形，我们可能会有许多新的发现。

创造性思维要求我们认识理解事物，不仅要了解其本质、内在，还要进一步感悟事物、跳跃到事物的现实之上而产生新的概念。我们应该跳出圈子，给自己一个当头棒喝，撇弃“传统”，根据目的，大胆想象，寻找解决问题的最佳方法。

8. 用同一元素表现不同的创意

在视觉表现中可使用的元素是有限的，有些元素已被人反复使用多次，变得不新鲜了，做设计时就要尝试发掘新的视觉元素，这是我们所提倡的。但我们应该知道视觉元素本身的有限性，能够

将大家司空见惯的元素进行视觉加工，使其表现得新奇，不落俗套，反而更是一种创造。这种创造具有无限性，很多是两个以上元素的组合，像外文字母组词，26个拉丁字母可以组合出无穷尽的单词，就看你如何搭配。常见的元素更具有普遍性，更能得到大家的认可，如果在它们上面制造出新奇来，将更有说服力，所以我们要提倡旧元素新视觉，从平淡中见神奇。

首先确立一种元素，然后分别加以其他类别的、不同性质的元素，就可以得到不同的图形意义。

好的创意要求打破常规思维的局限，紧密围绕创作目的，从事物的各个角度出发，积极展开联想分析，力求寻找出最佳的视觉表现。

可以从人们习以为常的事物中或司空见惯的元素出发，寻求新的视点，并大胆而细心地将诸多不同性质的事物和概念联系起来，运用寄情于物或借物喻事、夸张、拟人、象征等手法，使传达变得更有意味和更有创造性，以表明我们的观念或对事物的认识和理解。

[下 图] HP调味品广告/Eric Ericson/将富有视觉的食品原料分别构成一张张极为享受的脸，生动形象地表达主题。





[上 图] 篮球标志想象系列/篮球的形态特征明确，各项篮球类的标志大都离不开它的原形，但制造独特、与众不同的视觉表现是设计师必然追求的。图例都是在篮球标准形态上的延续，分别使用了形态的同构表现、正负形的融合、形态的转变演化、拟人表现等不同的方法，让不同的元素和篮球形态发生融合，表达出不同主题的概念意义。

[中 图] 面孔标志想象系列/将必要的视觉元素合理地摆放在眼、鼻、嘴等五官的位置上，自然会出现简约的面孔，而元素的具体造型直接关系到面孔的表情，恰到好处的元素恰到好处地摆放在合理的位置，形成面目各异的种种神情。

[下 图] 心形标志系列/心形常见而普通，是否应该避而远之呢？追求新元素的开发创造的确是新鲜表现的最佳方式，但也正因为心形的普通和普遍而被人们共同理解认同，努力制造心形别致的趣味表现，使旧元素焕发新貌，更是富有创意。

