

当代
设计家
技法谈

设计市场定位

陈栋玲的平面设计



Techniques of Famous
Designers Today

天津人民美术出版社
TIANJIN PEOPLE'S FINE
ARTS PUBLISHING HOUSE



(全国优秀出版社)
(THE EXCELLENT
PUBLISHING HOUSE IN
CHINA)

当代
设计家
技法谈

J524

11

设计

市场定位

陈栋玲的平面设计



天津人民美术出版社
(全国优秀出版社)

TIANJIN PEOPLE'S FINE ARTS
PUBLISHING HOUSE
(THE EXCELLENT PUBLISHING
HOUSE IN CHINA)

责任编辑: 魏志刚
技术编辑: 郑福生
装帧设计: 佟莹, 郭戎
校 对: 丁淑芳

图书在版编目 (CIP) 数据

设计市场定位 / 陈栋玲著. — 天津: 天津人民美术出版社, 2001.1
(当代设计家技法谈)
ISBN 7-5305-1446-6

I. 设... II. 陈... III. 产品—平面设计: 计算机辅助设计 IV. TB472

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 83120 号

天津人民美术出版社 出版发行

天津市和平区马场道 150 号

邮编: 300050 电话: (022) 23283867

出版人: 刘建平

山东滨州新华印刷厂印刷

新华书店天津发行所经销

2001 年 1 月第 1 版

2001 年 1 月第 1 次印刷

开本: 889x1194 毫米 1/16 印张: 6

印数: 1-3000

版权所有, 侵权必究

定价: 45 元

序

融 合、创 造、累 累 硕 果

栋玲这本集子中琳琅满目的作品是一批美丽的珍珠，让我眼前和心中的光彩经久难消。

将鲜明的市场渗透力和多彩的视觉艺术魅力自然地融合；将中华优秀传统文化用现代设计表现创造性地嫁接，在清晰、大气的设计表达中游刃有余地赋以种种形与色的丰富变化。他的设计语言有着生动的说服力。他是一位“烹调”高手——在“烹制”给人们眼睛“品尝”的“美味佳肴”时，他有许许多多的“菜谱”，对“主料”和“辅料”的搭配和“火候”的把握上，他有极丰富的经验。

从平面设计的环境造型，从方寸天地中的小标志到品牌推广组合设计，在包装、招贴、店面、装帧、报广、邮票等多样化设计领域中，广泛涉及食品、药品、饮品、保健品、化妆品和生活用品、文化用品等多样化设计品类。栋玲在自己的设计耕耘中，又是一位高产的“农夫”。

栋玲的性情真像一位平实的农夫，从没有一点浮华之气，在我认识多年的设计人朋友里，他是给我强烈印象的一位最不“强烈”的人。

清华大学美术学院教授、《中国设计年鉴》主编

高中羽

2000年11月24日

北京慈云寺



陈栋玲

天津工艺美术学院 教师
木东设计有限公司 创作总监

在当今的信息时代，我们有机会欣赏到世界各国的各色美丽。从乡村到城市，从一个道边邮筒到一个家庭的门前绿地，都让人感觉很美。在这些景象中有大自然的给予——天造地设的美丽，更多的是人的创作——设计思维的闪光。耳闻目睹许多发达国家的百姓与政府官员，人人都热衷于设计，设计是他们生活与工作中不可缺少的一个内容，因此在他们环境里处处有设计。生活在这种文化与艺术氛围中，人的心灵也会愉悦的。

近几年来，我国的设计也有了长足的发展。在我们生活的环境里有许多东西展现出设计的灵巧与新奇，有许多景象传递出文化与艺术的魅力，但远远未形成满目舒适与美丽的境界。

因此，我爱设计。我希望设计给我们的环境，给我们的生活添增更多的美感。环境美了，生活美了，人性会愈加舒展，人们会笑得更开心，在笑容中，我想笑得最灿烂的是做设计的人。





设计，无所不在

广义的设计涵盖面是非常之广的：工业设计、环境设计、服装设计……看一看刚刚结束的悉尼奥运会就知道设计是如何地无所不在了：从造型简练的奥运火炬到令人惊叹不已的水中圣火，从凭海临风的沙滩排球馆到完全符合环保要求的纸制座椅，还有无数神采飞扬的奥运标志以及三个顽皮淘气的吉祥物米莉、悉德、奥利点缀在悉尼的街头巷尾、雀跃在游人的前心后背，更闪耀在无数的精美印刷品上……这里有很大一部分就是我们要谈的平面设计。自欧洲工业革命而始，历经20世纪初包豪斯所倡导的现代设计思潮，以至现代信息经济的风起云涌，由于生产与市场的进步，设计逐渐成为和科技并驾齐驱的促进经济发展的重要手段：科技提升质量、开拓新品，设计引导时尚、促进消费。设计是一种文化，也是一种产业，我们更重视后者。

p4 曹开鏞男士营养液包装

P5 凯铺企业标志

曹开鏞注册商标

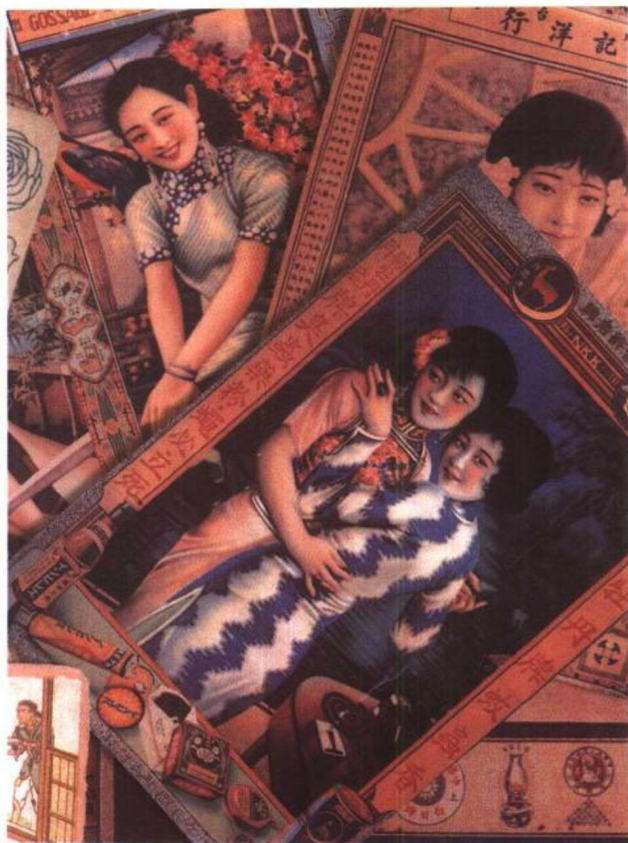
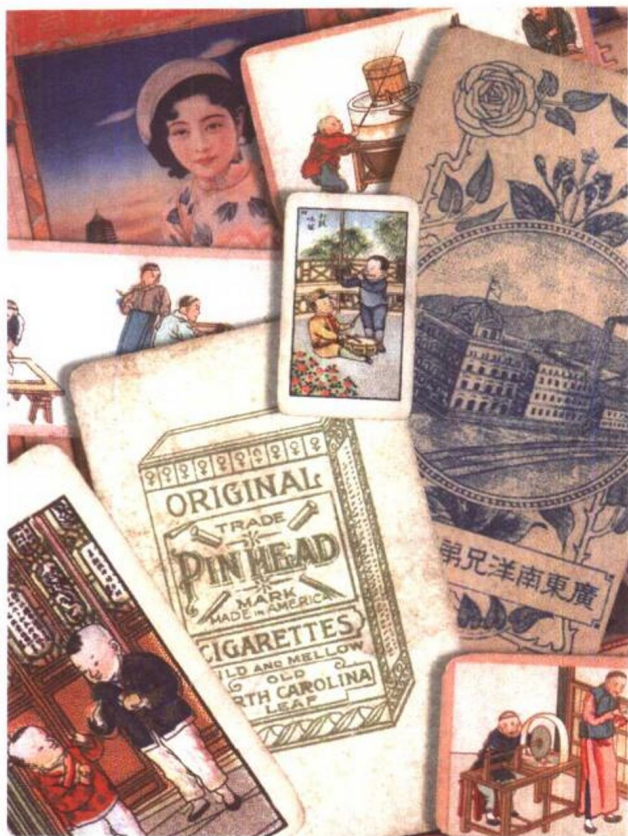
凯铺企业的标志由一圆周线为边际，内套一小圆。大圆内正中顶天立地为一古牌匾图案，图案内有篆书“凯铺”两大字，古牌匾两侧有“企业”两个宋体字，上下四方有四朵祥云，圆内空白处皆为光芒状。整个标志形象中物象、字体及对称的结构安排浸透着古老中华的审美传统，把这些视觉信息传达给受众，表达凯铺企业以古老悠久、博大精深的祖国医药学为源泉，开发精品，奉献社会，光达万众。



配合不同的市场需求为男士营养液设计的包装。其中第二、三款分别为出口美国和泰国的包装。

沟通先行

有人说设计师不应该一味地迁就客户，因为设计师应该以更好的、更有说服力、更具前瞻性的设计去征服客户、引导客户。这话有一定道理，但从另一方面讲，消费者需要的是贴近时尚的商品，客户需要的是可以预期的利益，太前卫的设计是观念设计，它和实际需求是有一段距离的，不一定能够赢得消费者和客户。古语云“过犹不及”，可见设计的前瞻性是有一个度的，设计师并非要放弃自己的观念，而是应在设计中把握好这个度，研究生产、流通、消费，做到既满足了客户及市场的需求，又能够有所突破，从而取得设计的成功。这就需要同客户进行充分的沟通，以期对设计项目有较为透彻的了解。一般说来，客户会对其产品市场、消费结构等有更为深刻的认识，在此基础上，设计师才能结合自己的专业知识提出适合客户需要的设计方案。设计师不是高高在上的，不应该存在谁迁就谁的问题，在这个问题上，设计师有更多的发言权，而在另外一个问题上，客户的意见则是有价值的。



男士营养液包装设计

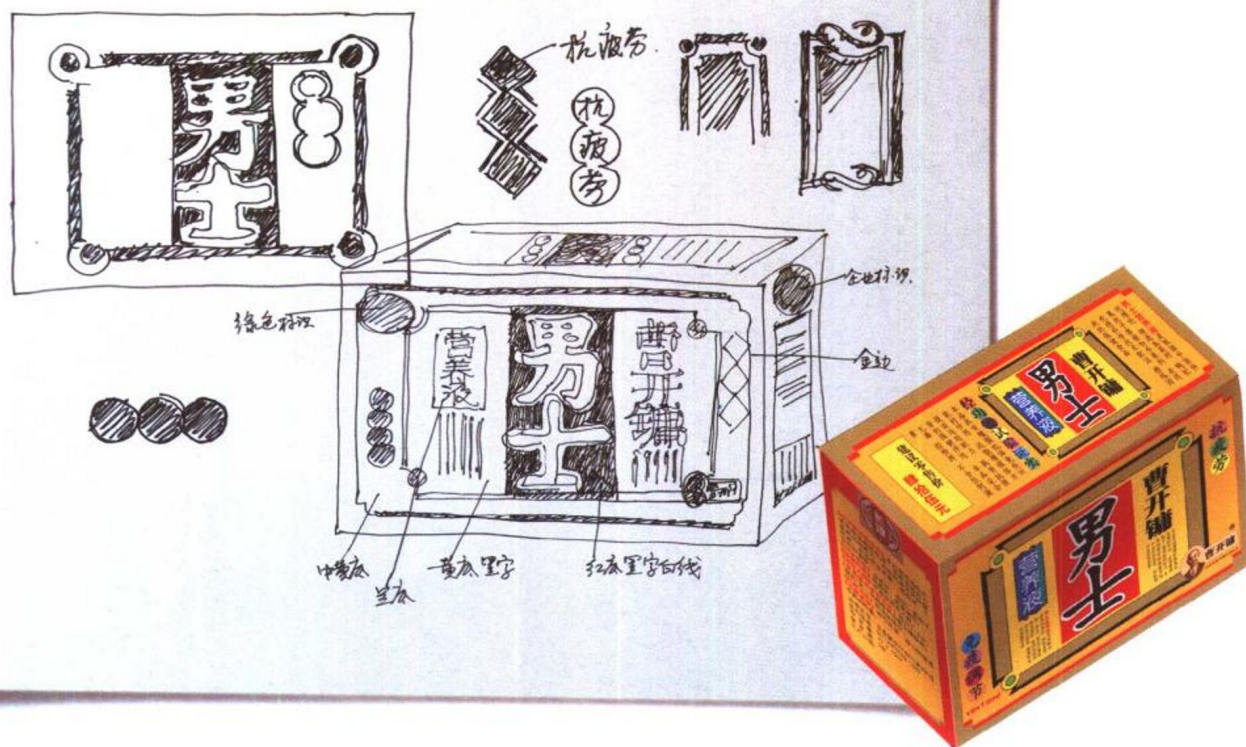
男士营养液在保健品行业要百尺竿头更进一步，因此推陈出新，引入包装新形象。客户的要求是：平面设计在原有包装基础上体现出一种二三十年代的風味，但不失现代感，要表达出产品品质的提高。就本案而言，客户对于自己产品的定位相当肯定，而设计师对产品接触已久，也有同感，一拍即合。纸盒造型并不复杂——如果是其他产品则情况可能会不太一样，也许会需要一些造型相当复杂的纸盒来进行包装——现在只需要考虑六个展示面的设计就可以了。正好手头上有一些相关资料，看来这是一次相当顺利的设计过程。（由此看出，平常多留意积累资料是很重要的，不过同集邮、收藏等不同，设计师收集资料不能仅仅从个人爱好出发。）若设计师对产品较为陌生，那就要深入到设计对象当中，找到适合它的设计形式，对于各种各样的设计风格不要抱有任何偏见，毕竟设计是为产品服务的。



p6 曹开健男士营养液包装

p7 作者收集的素材

回想一下当年崔健高歌《一无所有》时的装束，也许你会对什么是时尚有不同的解释。当客户提出希望男士营养液包装的设计有一种二三十年代的風味时，我就想它应该不仅仅是一种复古，而是在继承传统基础上的创新。于是翻检出自己收藏的一些儿时的香烟画片、一些老月份牌画，在那些发黄的故纸堆里呼吸着十里洋场的气息，体会着产品所应体现的历史、品质，思考着设计的表现形式……复古但不陈腐，求新却不出位，这是我的理解。



p8 曹开键男士营养液新包装铅笔草稿及设计初稿之一

p9 曹开键男士营养液新包装设计定稿

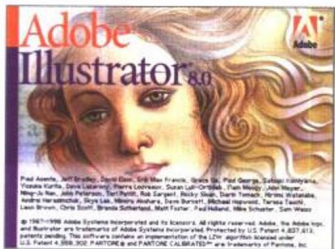
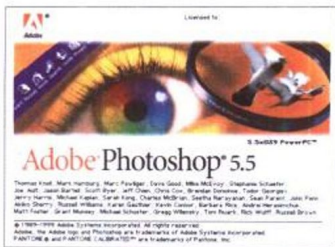
草稿

不想事倍功半吧？那么从测量包装的尺寸开始吧。是用正度纸还是大度纸？铜版还是白卡？300克还是400克？插口和粘贴处该留多宽？每个印张能出几个成品？……一番加减乘除就可以得到最经济的结果啦。你看，一个合格的设计师不只是考虑平面设计问题，还要考虑材质、结构、成本等等，所谓“皮之不存，毛将焉附”，这些正是设计师进行平面设计的基础。——现在可以用纸叠一个盒子来看一看了。（最好用将来印刷成品使用的纸张，这样可以看出由于纸张的厚度而产生的尺寸问题。）现在尺寸对了吗？它应该能够紧密配合内容物，不至于太小，也不会过大，并且适合将来拼大版印刷。

研究一下摆放在面前的这个白色纸盒，放飞想象，平面设计的乐趣就在于把理智和激情倾注于文字和图形，通过对视觉的基本元素的构成，使其动静相谐，向别人传达你的视觉感受，达成一种信息上的沟通。这，是一种挑战。现在，拿出铅笔，在优美音乐声中把涌上心头的灵感捕捉下来。设计应该是这样一种令人愉悦的工作。

在信息时代，电脑似乎无所不能、无所不在。但在画设计草稿时，我宁愿离它远远的，因为我总觉得显示器上变幻不定、五光十色的画面会扰乱心头的思绪，而听着铅笔在稿纸上“沙沙”的声响，一份气定神闲便油然而生。正面是主要的展示面，要素包括品名、保健食品标志、曹开键注册商标、主要功能等，将它们组织在一个边框中，形成一个整体，并突显“男士”二字；两个侧面则是一些说明文字及企业标志、厂名、地址、电话、商品条码，文字的具体编排可先不予考虑，画个框示意一下；顶面要是只放品名未免过于单调，不如将正面的一些内容加以重复，再做些形式上的变化。包装整体色调方面初步设想继承老包装的特点，再考虑如何使之更加华丽——使用金色可能是个不错的主意。既然是草稿，不可能面面俱到，但主要的东西都已经表达出来了。这时，脑海中男士营养液新包装的形象已经逐渐清晰起来了。





使用电脑

现在可以坐在电脑前，把铅笔草稿变成显示器上美丽的图像了。在本案中，因为已经设想不使用过多的电脑效果，所以使用了 Adobe Illustrator 8.0 中文版软件来做草稿。（在本案完成后不久，Illustrator 9.0 中文版就问世了。如果使用 PC 机的话，CorelDRAW 也是相当不错的选择。）

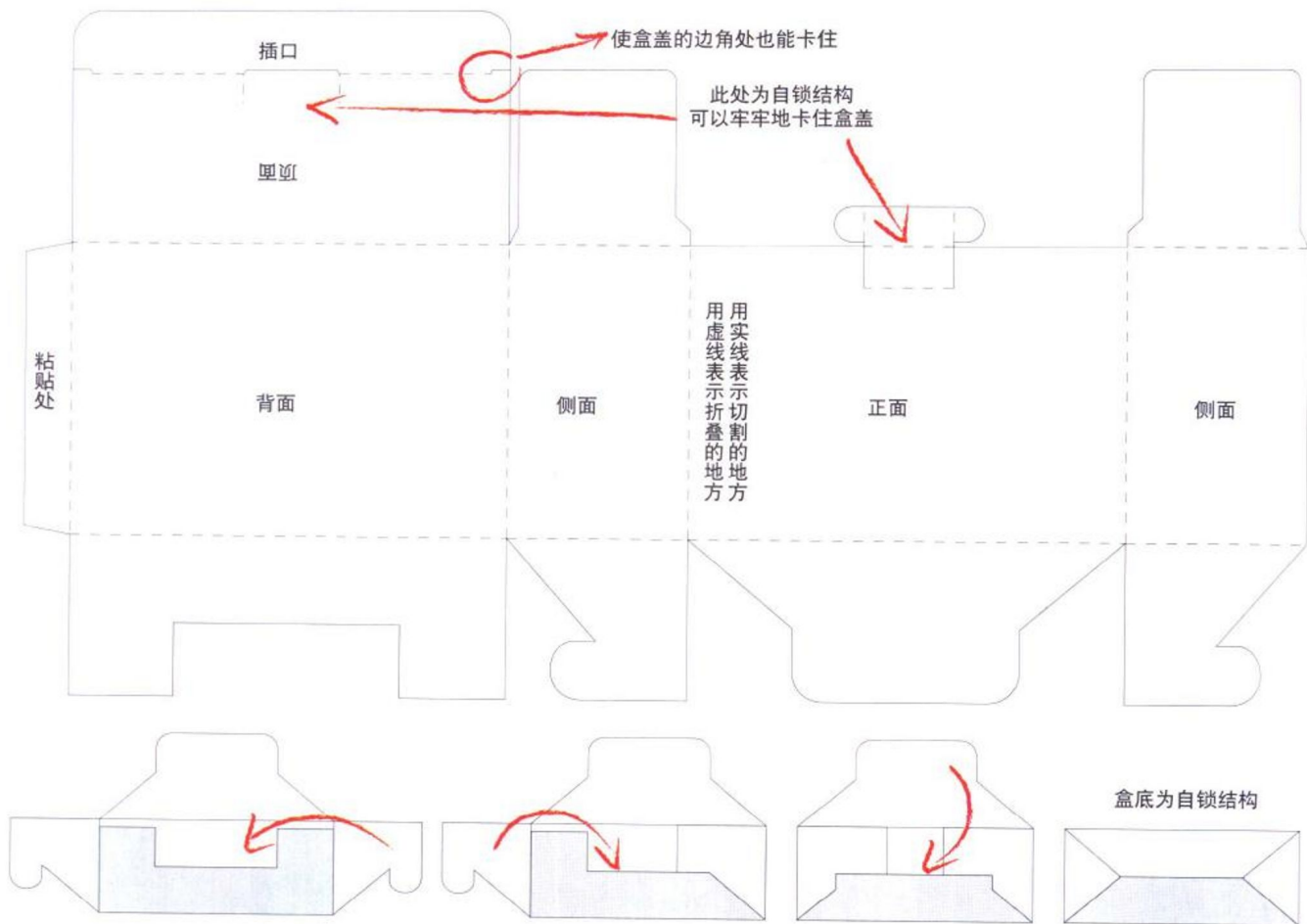
如果使用 Photoshop 软件，就要考虑一下了，因为它是一个基于像素的图像处理软件。如果要达到印刷品所需要的精度，那么电子文件的分辨率就至少是印刷线数的 1.5 ~ 2 倍（一般是 300dpi）。如果按照这个要求做草稿的话，电子文件会相当大，运算速度也会很慢；即使有一台非常高级的电脑，也不支持这样做，那是因为做草稿免不了要放大缩小、旋转倾斜，而且往往反复多次，这样会严重损害图像质量。因此，宁可先把电子文件做得小一些，比如 72dpi，这样速度会很快，修改起来也方便，将来定稿后再做用于出版的 300dpi 的电子文件。

p10 平面设计常用的软件启动界面

p11 曹开锦男士营养液新包装模切版及电脑操作界面

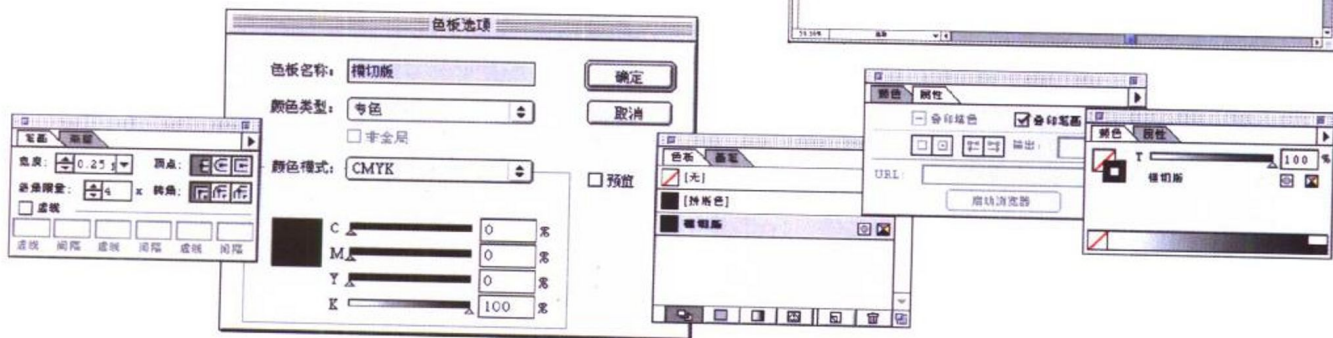
Adobe 公司的 Photoshop, Illustrator, PageMaker 被誉为数字桌面出版系统的三驾马车。CorelDRAW 则是 PC 机上广泛应用的软件。Photoshop 是处理图像的利器；Illustrator 则用来处理矢量图形；PageMaker 用于排版。

一般来说，做草稿的时候，可以使用一个软件，也可以同时使用几个软件，尽量发挥每个软件的长处，做出所需要的效果。



制 作

首先，画出包装盒的模切版。把刚才做的盒子展开，你就知道模切版是怎样的了。(如果有关细节不十分明了的话，可请教印刷行业的专业人士，他们对此十分清楚，你将获益匪浅。)打开Illustrator软件，新建一层，命名为“模切版”，按仔细测量过的尺寸把它画出来。接下来，该细致描绘每一个展示面了。注意各个部分如何同盒型结构相配合，是否有冲突的地方。

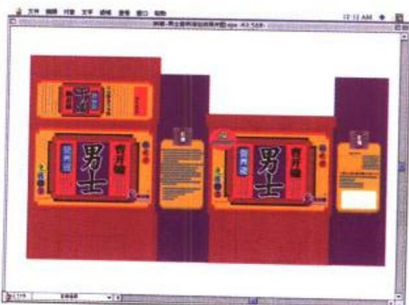
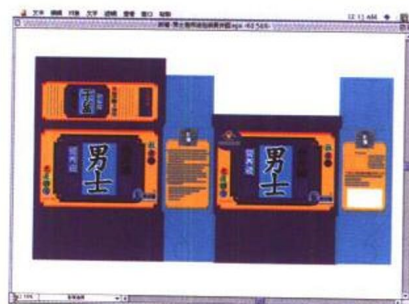
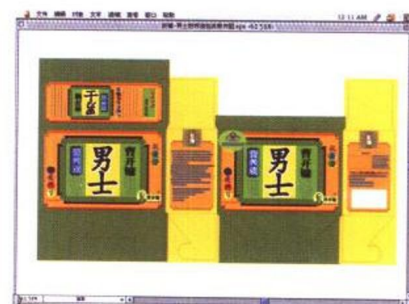


画模切版应使用极细线，以保证其精细程度；另外可设定一专色，并将模切版设置为叠印属性，便于在其他软件(如 PageMaker)中拼版输出。



制 作

在本案中的设计元素包括：1. 品名：曹开铺男士营养液；2. 保健食品标志；3. 曹开铺注册商标；4. 容量；5. 凯铺企业标志；6. 产品说明、生产厂家等信息；7. 商品条码；8. 建议零售价。在画铅笔草图时只对构图有一个较完整的概念，而其他设计元素如色彩、字体并没有非常具体的想法。电脑的优点就是能够随意地调整构图、色彩、字体，随时观察效果。在这里，经过反复调整达到满意的效果：整体色调沿用了老包装的红黄两色，添加了赤金色，令新包装档次明显提升；边框则神似二三十年代的包装但大大加以简化；品名“男士”二字红地白边黑字相当突出，选择楷体凸显产品的品质纯正，而“曹开铺”“营养液”分列左右，并为“营养液”三字选择了一个非常优美的蓝绿两色边框，显得十分跳跃。其下的说明文字采用了小号仿宋字体，与其他字体形成鲜明的对比。“抗疲劳，免疫调节”是产品的主要功能，因而将它以非常活泼的手法置于包装两侧，不同颜色的圆点同时也包含了一种简约的复古意味。包装顶面则基本复制了正面，以加强包装的整体感；两个侧面没有过多装饰，以便使说明文字清晰易读。整个包装主次有序，色调鲜明，基本达到了客户的要求。



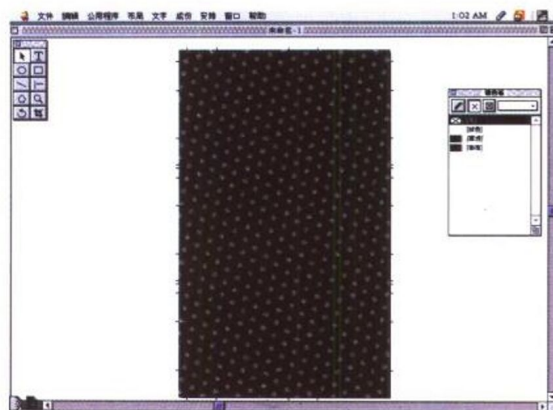
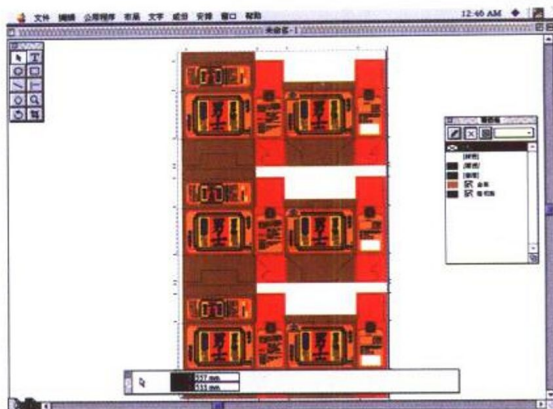
变换色调对电脑来说易如反掌。

推敲

现在可以打开彩色打印机，把劳动成果打印出来了。仔细揣摩一下，构图是否均衡？色彩是否和谐？文字是否清晰？是不是需要做成原大的或按比例缩小的模型？没问题！把它交给客户，听一听客户的意见。客户会从他的角度发现许多问题，如文字过小，消费者会看不清楚，主要信息不够突出等等。不要沉浸在刚才的喜悦中了，清醒一下，也许客户说得很对，也许只是技术上的问题，和客户探讨探讨，把问题解决。再次回到电脑桌前……这样反复几次，直到设计师和客户都满意。现在可以考虑制作正稿、出版、打样、印刷的问题了。

正稿、拼版、出版、打样

本案采取了一个聪明的做法，只要做一番细致的微调工作就大功告成了。（其他项目可能包括在Photoshop中按照草稿复制正稿，在PageMaker中置入图形、编排文字等等需要耐心的工作。）至于拼大版，尽管Illustrator也能够做，但最好还是接受输出公司的建议：使用PageMaker做这项工作。在出版之前务必请客户校对，避免差错。然后交输出公司制版打样——别忘了在输出单上注明输出金版、模切版，通知打样公司使用250g铜版纸和赤金油墨，覆上亮膜。（其他设计项目或许需要覆亚光膜。）得到打样后裁出一成品盒，这样一个设计成果基本就出来了。（其他项目可能会有压凸、印亮油等工艺。）仔细审视，争取不留遗憾，再去请客户审样、签样，再送交印刷厂，有条件一定要去印刷厂去盯盯印刷喽！



p12 曹开键男士营养液新包装展开图

P13 曹开键男士营养液新包装拼版的电脑界面

男士营养液包装拼版：输出对开六色一套（CMYK，金版、模切版）；

175线；反阳。

打样：250g铜版纸，赤金，覆亮膜

男士营养液包装衬里（设计工作接近完成时，客户要求设计一款图案

作为包装盒的衬里，这里设计师采用了企业标志做四方连续。）

输出对开单色一套（黑版）；175线；反阳。

