

毕业设计教学实录

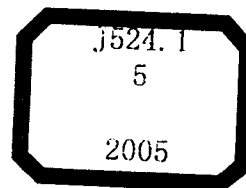
岭南美术出版社

SHOW!

郭湘黔 丁嘉明 潘永亮 李少珊 刘平云 编著

广州美术学院 | 装潢艺术设计系

2



广州美术学院|装潢艺术设计系

SHOW!

岭南美术出版社

毕业设计教学实录

郭湘黔 丁嘉明 潘永亮 李少珊 刘平云 编著

图书在版编目(CIP)数据

SHOW!: 广州美术学院装潢艺术设计系毕业设计教学实录 / 郭湘黔, 丁嘉明, 潘永亮等编著. —广州: 岭南美术出版社, 2005. 3

ISBN 7-5362-3001-X

I. S... II. ①郭...②丁...③潘... III. 装潢—工艺美术—作品集—中国—现代 IV. J524.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第129993号

SHOW!: 广州美术学院装潢艺术设计系毕业设计教学实录

出版、总发行: 岭南美术出版社

(广州市水荫路11号9、10楼 邮编: 510075)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 广东信源彩色印务有限公司

版 次: 2005年3月第一版

2005年3月第一次印刷

开 本: 889×1194 mm 1/16

印 张: 9

印 数: 1-3000册

ISBN 7-5362-3001-X

定价: 48.00元



► 郭湘黔

广州美术学院设计学院装潢艺术设计系讲师。多年致力于平面设计与教学工作，曾服务的知名品牌有：立白集团、广州亮放、风华高科、广州鸣泉居、宏远集团、白云国际机场、亿达洲等。

作品多次荣获国际国内设计大奖，其中包括五项联合国WPO授予的“世界之星”包装设计大奖、中国十年包装成果金奖、'97当代艺术设计奖、“中国之星”奖等。出版专著《包装设计师完全手册》。



► 丁嘉明

广州美术学院设计学院装潢艺术设计系讲师。广州美术学院装潢艺术设计学士。

武汉理工大学艺术与科技学院工业设计工程硕士。

Vineland Design 负责人。



► 潘永亮

广州美术学院设计学院装潢艺术设计系讲师。1997年毕业于广州美术学院设计学院装潢系，获学士学位。

1999年在广州美术学院设计学院开设网页设计课程。

2001年在广州美术学院研究生毕业并获得硕士学位。



► 李少珊

广州美术学院设计学院装潢艺术设计系讲师。1997年毕业于广州美术学院设计学院装潢系，获学士学位。

2001年在广州美术学院研究生毕业并获得硕士学位。



► 刘平云

广州美术学院设计学院装潢艺术设计系讲师。1993—1996年就读于南昌大学艺术学院（原东方文化艺术系）。

2000—2003年就读于广州美术学院设计学院装潢艺术设计系广告设计专业，获硕士学位。

曾担任PLAYHUT中国广州分公司艺术总监。

长期为多家出版社、报社及企业创作插图和专栏形象，已有大量作品出版，作品多次获国家级奖项。

著有《贩卖卡通》——“中国第一本产业化卡通形象设计书”。

责任编辑 ▶ 刘 音 责任技编 ▶ 钟智燕 责任校对 ▶ 虞向华
书籍设计 ▶ 邓韶昌 陈宇凯 罗志佳

课程性质	课程类别	学分	学时	学时比例	课程性质	课程类别	学分	学时	学时比例
公共必修课	政治与德育课				专业必修课	设计基础课	20	496	15%
						专业基础课	30	480	15%
						专业主干课	30	480	15%
						跨学科课程	34	544	17%
	文化与体育课	35	874	27%		实践性课程	10	160	5%
一级学科基础课					毕业论文	4	95	3%	
					毕业设计	8	185	6%	
					选修课	30	600	19%	
					合 计	157	3210	100%	

课程体系的构成及学分学时分配比例列表(文见后记第138页)





教师和学生在一个战壕里并肩作战，让毕业设计生动活泼又精彩纷呈，这是很不容易的。但

是，广州美术学院设计学院的师生们却做到了。尤其是2004年装潢艺术设计专业毕业班，因为郭湘黔、丁嘉明、潘永亮、李少珊、刘平云等教师和他们所指导的同学们的奋斗，五支队伍互相竞争，各出奇招，互相帮助，共同努力，在为企业的设计方面做出了成绩，在为未来的探索方面也做出了成绩，特别的可喜可贺，是为序。

尹宝邦

2004.9.18





02 设计移位

09 毕业设计教学实录

21 毕业设计作品巡视

23 ▶ 包装设计

45 ▶ 编辑设计

53 ▶ 品牌推广

79 ▶ 插画应用

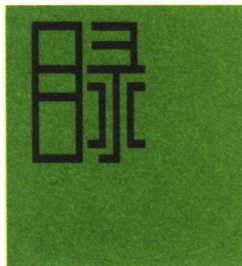
91 ▶ 广告设计

109 ▶ 网页设计

132 ▶ 附录一 指导老师及学生作品索引

134 ▶ 附录二 2004年装潢艺术设计系毕业生留影

136 后记



02 SHOW 03

设计移位

► 尹定邦

时代变了，设计应该作出相应的改变。因为需求变了，可能的条件也变了。原始社会的石器设计，奴隶社会的铜器设计，封建社会的铁器设计，资本主义社会的机械、电气、化工和电子设计等等，都紧随着时代的变化而作出过巨大的改变。

1949 年以来，中国社会可分成两个时期，计划经济时期和市场经济时期。前一个时期有两种设计：绝对服从和绝对自由；后一个时期也有两种设计：投入市场设计和脱离市场设计。投入市场的设计跟上了时代，脱离市场的设计滞后于时代。应该找出滞后于时代的问题，努力解决之。

绝对服从设计既要服从计划，更要服从指令，计划和指令便是设计意志，社会上就几乎没有设计师的概念，更谈不上设计师的设计意志。

绝对自由设计是绝对服从设计的孪生姐妹，因为大锅饭和铁饭碗让大家不问吃穿，再加上社会上的虚报、浮夸、不讲真话、不办实事已成风气，这使得一批长期脱离生产、脱离实际的假、大、空设计不仅仅能够存在，而且还八面威风。

投入市场的设计诞生于改革开放之后，活跃的地区主要在东南沿海一带，并随着改革开放的进程逐步向中、西部渗透。这些设计师长期在市场中摸、爬、滚、打，以香港、日本、欧美的设计为参照，边学习、边实践，与时俱进地完成了大批作品，逐步感悟到市场经济条件下设计的真谛。

脱离市场的设计是绝对服从与绝对自由设计在新时期的变种，表现的形式很多。例如变绝对服从计划为绝对服从甲方，又如变脱离计划为脱离市场等。对中国市场经济的特点、缺点、优点等，全都不闻不问。也许，有些是不想去问，有些是不能去问，反正市场经济尚未成熟，到处都有活得精彩的空间，因此，他们的设计虽然假、大、空，看上去却更传统、更现代、更西方和更前卫。

但是，中国社会由计划经济进入市场经济已经26个年头了，设计应该全面、系统、彻底、干净地转移

到市场经济中来，设计师的立场应该转移到投资者、生产者、营销者、消费者和审理者的立场中来。大家应该和市场后面的那只看不见的手握手，并互致问候，只有这样，中国的设计才能实现真正的跨越式发展，才能在夺取了国际的设计奖项之后，迅速夺取国际的设计市场。

中国今天的设计师怎样才能握到那只看不见的手呢？我这里有六个步骤可供参考：

一、把设计分成六个阶段。

第一阶段投资，第二阶段设计，第三阶段审理，第四阶段生产，第五阶段营销，第六阶段消费。过去只重视设计与生产的关系，认为设计是生产的火车头，这是一种片面性。过去只重视设计与消费的关系，认为消费是设计的起点和终点，这又是一种片面性。现在，我把投资放在设计的前面，把审理放在设计和生产之间，并在生产和消费之间放一个营销。同时，我还强调六个阶段一段紧扣一段，不可松懈，不可缺失，周而复始，循环上升，这才是市场经济的设计的全过程。

二、把决定设计的力量分成六个方面。

投资者决定资本走向和设计机会。设计者决定专业知识、技术、经验和智慧的具体运用。审理者代表政府，运用法律、法规和程序决定设计的审批。生产者牢牢掌握着实施设计的工业和工程技术力量。营销者控制着设计制成品的经营和销售系统。消费者在社会分配的基础上，独立自主地决定自己的有效消费，同时也决定了新一轮的投资、设计与生产等。有些投资者想扩大自己的控制能力，试图把设计、生产、营销都招到自己的麾下，事实证明这是可以做到的。但是，代表政府的审批和代表社会的消费始终不会听凭他的控制。因此，六个方面的力量可以部分被整合，六种性质的力量不会被改变。

三、六种力量的六种意志。

六种意志是投资意志、设计意志、审批意志、生产意志、营销意志和消费意志。所谓意志，就是对自己的立场、观点和方法的自觉，就是在市场上扬自己所长，避自己所短，抓住稍纵即逝的机会，将自己的付出降到最低，将自己的收益提到最高。这是不可替代的六种意志，也是不易调和的六种意志。商场如战场，没有永久的敌人，也没有不变的朋友，形成这种规律的决定因素便是这六种意志。

四、三种竞争。

第一种，横向竞争。具体一些就是投资和投资的竞争，设计和设计的竞争，生产与生产的竞争，营销与营销的竞争，以及消费与消费的消费。

第二种，纵向竞争。具体一些就是投资与设计的竞争，设计与生产的竞争，生产与营销的竞争，营销与消费的消费，以及消费与投资的竞争等。

第三种，混合竞争。当投资和设计竞争时，投资可以挑起设计之间的竞争，然后加以利用。反过来，设计可以利用已经展开的投资竞争使自己处于有利地位。只要人们把横向竞争和纵向竞争交错在一起，以便于自己浑水摸鱼时，混合竞争便不可避免。

五、政府的调控与管理。

自由竞争超过一定程度，自然带来无序。例如投资过热、设计过度、生产过剩、囤积居奇、行业垄断、消费失衡、偷税漏税、走私贩私等等，这些无序一旦集中起来，就会形成经济危机，给社会的政治、经济、文化，以及普通公民的生活都会造成伤害。因此，任何国家对于这只看不见的手的无序行为都不会置之不理，一定会努力采取政策调控和立法管制的措施使之恢复到有序状态。其中，仅仅为设计的管制便有专利法、规划法、商标法、包装法、广告法、环境保护法等。执法的管理机构便有专利局、规划局、建设委员会、工商局、环保局等。他们的程序分别为申报、登记、注册、公示、审批和监督，目的就在于建立和维护公平、公正、公开、有利的设计秩序。

六、移位与整合。

设计的六个阶段不可缺少其中任何一个阶段。设计的六个方面的力量各有自己的立场、观点、目的与追求。六个意志展开了纵横交错的竞争，谁也不会轻言放弃。在这样的环境和条件下的设计，被动往往是难免的，要想化被动为主动，拿到设计的机会，争取设计的成功，采取移位与整合的方法是一条可选择的路线。

这里说的移位就是指设计师从自己的位置分别转移到投资者、生产者、营销者、消费者及管理者的位置上去，从他们的立场出发，用他们的观点、方法、目的和追求来审视自己的设计，然后将他们的知识、技术、经验和智慧整合起来，帮自己把设计提升到一个新的水平，使纵向竞争的各方都感到满意或非常满意，使横向竞争的其他设计者难以夺走自己的设计机会，唯有如此，计划经济的设计和脱离市场的设计才可能真正投入到市场经济中来。

远在改革开放初期，大约在1984年春夏，我的学生到佛山一家金属家具厂做毕业设计。该厂规模很小，技术设备陈旧，近百名工人中，二级工占50%、一级工占40%、三至六级工占10%，没有工程师，缺少技术员，更缺少营销人员和市场订单。厂长很难按时发放工资，员工的生产情绪低落。这样的企业需要什么样的设计？是技术最先进的设计还是艺术最前卫的设计？是最中国化的设计还是最国际化的设计？当时我认为这些都是表面选择。我的学生应该从设计师的位置移到生产者中去，移到厂长、技术员和工人中去，和他们一起思考生产的资金、设备、技术、产品、质量和成本、价格等问题，和他们一起思考营销者的订单和消费者的有效需求等问题，这样的设计才是移位于生产、营销和消费的设计，才是真正投入市场和服务市场的设计。

带着移位和服务生产的理念，我们多次深入企业，从工人中得知：唯有对金属管做最简单的成90°弯曲的加工，才能适应该厂当时的技术能力，才能保证较高的成品率和最低的废次品率。设计时，我们使用90°弯曲的金属管做标准件，然后用标准件组合成各种家具的形状，少用焊接，多用铆接，加上软垫和玻璃板，成套的沙发、茶几、餐桌椅便可以送进商场、宾馆与家庭。20年前的设计在今天的市场看来，早

就应该被淘汰，我却认为该设计体现出来的移位思想与方法并没有过时，反而应该珍惜和传承。只要你回想一下当年走出困境的企业，它的厂长、员工与家属们该是怎样的欣喜啊！

大约在1989年底至1990年初，我一个人到株洲去竞争株洲人防办开发的一家舞厅的室内设计，竞争对手有五家，都做了很成功的设计。当时，我一直在考虑以下几个问题：

1. 舞客们怎样才能看到、听到、想到这家舞厅。
2. 舞厅怎样才能使舞客们觉得好看、好吃、好玩、好听、好行动，进而喜欢这家舞厅。
3. 舞厅的静区怎样才能服务更多的客人并感觉舒服。
4. 舞厅的动区怎样才能供更多客人跳舞又不感觉拥挤。
5. 怎样让投资者感觉到投资额恰到好处，并可以长期地得到相当稳定的回报。
6. 怎样让舞厅的经营管理者感觉到室内环境系统而有条理，既可以搞好经营，又可以降低经营成本。

经过这样认真考虑之后，我的设计方案一举中标。舞池可供90对舞客跳舞，比第二名的方案多40对。仅此一项，舞厅的收益便比第二名多80%。2003年去株洲，听说该舞厅红红火火十年之久，至今仍在经营，是株洲名气最大的舞厅。我认为这是对设计移位的竞争加合作思想的又一次肯定。

设计师要生存必须谋利，要专业必须表现，要事业必须成就，这一切都是无可非议的。但是，在经济条件下，其他的投资者、设计者、审理者、生产者、营销者和消费者们，都要求为生存而谋利，为专长而表现，为事业而有所成就，互相竞争难免，互相依赖也难免。设计移位便是变竞争为依赖，用依赖参与竞争的一条思路。

在1995年左右，长沙一家投资公司在建一家四星级宾馆，邀我率队去投标。等年轻人完成初步方案之后，我出席了五家公司竞争该设计项目的会议，并第一个上台发言。

上台后我的第一句话是问：“各位董事，你们投资这家酒店，是准备一开始就亏损并直至永远呢，还是希望一开始就赢利并直至永远？从现在的建筑设计来看，你们的客房、餐饮与其他设备，每天能接待2000人以上，现在大堂密密麻麻地也只能站立50名不带行李的人，如果来了大批的会议客人和旅游团客人，便只能在大堂外日晒雨淋地等候办理住店手续，这怎么能保证较高的开房率和餐饮额呢？”

当会场鸦雀无声之后我接着说：“酒店在裙楼里开了四间餐厅，三间西餐、一间粤菜，湘菜怎么办？长沙的旅游资源不及广州，广州的白天鹅宾馆加入了国际知名酒店集团，是中国五星级酒店中的佼佼者，它只设了一间西餐厅，还以中西合璧的自助餐为主，为什么会这样呢？因为很多外国人来到广州最希望品尝的不是中国化的西餐而是正宗的粤菜。出于同样的心理，他们到长沙最希望品尝的应该是正宗的湘菜！”

“建筑完工之后，空间的用途尚有相当多的弹性。室内工程完工之后，西餐厅只能经营西餐，粤菜厅只能供应粤菜。待到生意做不下去了，再改做湘菜时，半年以上的时间和近千万的资金便打了水漂，一起打水漂的还有酒店的声誉与人气。”

“当下在酒店召开会议已成时尚。会议客人多，客房、餐饮、会务用房一起上，是酒店经营的重点。可是，现在的建筑设计中没有会议区，裙楼的第三层最适合开会，图纸上标明的却是洗衣房。”

最后，我对自己带去的设计方案未作任何介绍，只向董事会提出了几点意见。

投资方第一次投资酒店，对酒店的设计是否有利于今后的经营的反应过于迟钝，因此建议：

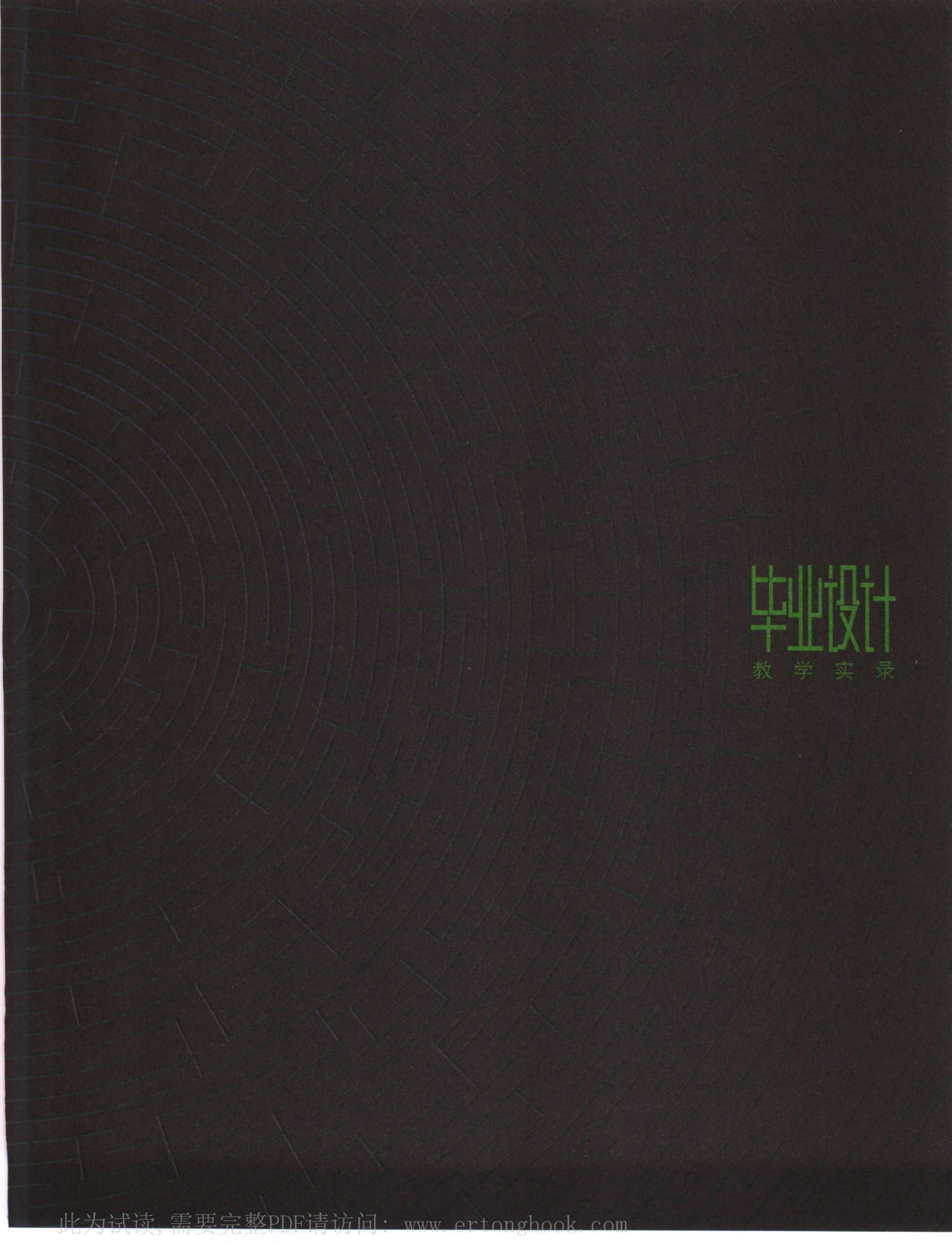
1. 迅速组建未来的经营班子，培养自己的经营骨干。
2. 迅速与某个酒店管理公司签约，请他们代表投资方把关。
3. 重新设计和报建，将现在的大堂扩大四倍以上。
4. 将四分之三的餐厅改成湘菜厅，在二楼最佳位置设“长沙第一厅”，聘最好的厨师，创最好的菜式，以最好的环境和服务打造湘菜第一品牌。
5. 将洗衣房区改为会议室区，注意大、中、小型会议室配套，把洗衣房搬到地下第二层。
6. 降低一部分标准房的造价，给酒店的住房价格留下足够的下调空间，为价格战做准备。

发言完毕时，投资公司的董事们全体起立鼓掌达五分钟之久。这个行动等于向全体竞标者宣布，投标的结果已经产生。此后，经过投资者、设计者、施工者、经营者和审批者的共同努力，酒店开业后获得很大的成功。“长沙第一厅”的品牌打造得相当成功，餐饮的营业额高居行业之冠。开业一年后统计开房率，旺季100%，淡季85%，平均93%，也居行业之冠。当我第二次到长沙时，受到该酒店高层的盛情款待。副老总在席上还把我在投标会上的发言背诵了一遍，老总则问我：“你是设计专家，什么时候成了经营酒店的专家呢？”

以上只是我在设计实践中进行设计移位的三个实例。第一个例子的重点是向生产者移位，第二个例子的重点是向消费者移位，第三个例子的重点是向投资者兼经营者移位。这三个例子说明移位是有重点的，在设计竞争中也是相当有效的。

应该说设计移位是我20多年来的经验总结，同时也是学习《国富论》等经济著作的一点体会。计划经济的设计转移到市场经济中来，这是历史的必然。投资者、生产者、营销者、消费者和审批者是市场经济中设计师的竞争对手，又是不可或缺的合作伙伴，把自己的立场、观点、方法向他们转移，以便知己知彼，这既是竞争取胜之道，又是合作成功之道。这两大转移需要清醒的认识和艰苦的努力，以及虚心地学习和长期的积累。26年来，中国的设计市场发生了巨大的变化，各地又呈现出极其多样化的发展格局，本文的一些经验可能已经过时，留下的思想和方法仅供读者们参考。

2004年5月16日



毕业设计

教 学 实 录