

光盘内容为书中所有案例的源文件、最终效果文件以及部分案例所用到的素材文件，同时还收录了**32**个案例的操作视频文件，演示时间长达**300**分钟。

DVD

附赠超值视频讲解

中文版

Illustrator CC 商业案例项目设计完全解析

■ 赵庆华 编著

内容全面、安排合理

全面涵盖Illustrator**商业设计**的**12**种类型应用，又在其中渗透了设计理念、创意思想、实际工作经验和软件技巧。同时，对每个案例都进行了**设计思路**、**配色方案**、**版面构图**、**项目实战**的编排，并给出了详细的制作步骤。

案例精典、视频演示

全书将软件与实际应用相结合，以业内**资深设计师**先明确用途再列举案例的方式，通过**32**个典型案例深入解析各种不同类型的设计方法。每个案例都配备**高清语音教学视频**，详细、全面讲解案例的设计全过程。



清华大学出版社



中文版

Illustrator

CC 商业案例项目设计 完全解析

—— ■ 赵庆华 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一本全方位讲授平面设计中最为常见的设计项目类型的案例解析式教材,全书分为12章,第1章为标志设计、第2章为名片设计、第3章为招贴设计、第4章为广告设计、第5章为画册样本设计、第6章为书籍杂志设计、第7章为产品包装设计、第8章为网页设计、第9章为UI界面设计、第10章为信息图形设计、第11章为VI设计、第12章为导视系统设计。本书基本涵盖平面设计师或相关行业工作涉及的常见任务。

本书附赠DVD光盘一张,内容包括本书案例的案例文件、素材文件、视频教学文件,方便读者在学习的过程中利用光盘中的素材文件以及案例文件进行练习。

本书内容由浅入深,针对性强,不仅适合作为平面设计人员的参考手册,也可作为大中专院校和培训机构平面设计及相关专业的学习教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

中文版Illustrator CC 商业案例项目设计完全解析 / 赵庆华编著. -- 北京:清华大学出版社, 2016

ISBN 978-7-302-43374-3

I. ①中… II. ①赵… III. ①商业广告—计算机辅助—设计—图形软件 IV. ①J524.3-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第074766号

责任编辑:陈冬梅

封面设计:杨玉兰

责任校对:周剑云

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 190mm×260mm

印 张: 20.25

插 页: 4

字 数: 491千字

(附光盘1张)

版 次: 2016年5月第1版

印 次: 2016年5月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 79.80元

产品编号: 066733-01

前言

Adobe Illustrator 是 Adobe 公司推出的矢量图形制作软件, 广泛应用于印刷出版、广告设计、书籍排版、插画绘图、多媒体图像处理、网页设计等行业。基于 Adobe Illustrator 在平面设计行业的应用度之高, 我们编写了本书, 并选择了平面设计中最实用的 12 个项目类别, 基本涵盖平面设计师或相关行业日常工作涉及的常见任务。

本书与同类书籍大量软件操作方式的编写方式相比, 最大的特点在于本书更侧重于从设计思路的培养到项目制作完成的完整流程。本书的每一章都是一种类型的平面设计项目, 并从类型设计项目的基础知识出发, 逐步介绍该类型设计项目的特点和要求, 随后通过典型的商业案例进行实战练习。

商业案例的设计流程: 与客户沟通—分析客户诉求—确定设计方案定位—确定配色方案—确定版面构图方式—进行设计方案的制作。基于以上流程, 本书商业案例的讲解从“设计思路”入手, 首先分析案例的类型以及项目诉求, 根据客户的要求为设计方案确定一个合理的定位, 以此作为整个设计方案的设计基础; 然后在“配色方案”和“版面构图”两个小节, 通过对项目的配色以及构图方式进行分析, 使读者了解为什么要选择这种配色方式/构图方式、选择这种方式的灵感从何处而来, 以及其他可用的配色方式/构图方式等。

本书在案例制作的软件操作讲解过程中, 还给出了实用的软件功能技巧提示以及设计技巧提示, 可供读者扩展学习。

本书各章最后列举了优秀的设计作品以供欣赏, 希望读者在学习各章内容后通过欣赏优秀作品既能够缓解学习的疲劳, 又能够从优秀作品中汲取“营养”。

本书内容安排如下。

第 1 章 标志设计: 主要从标志设计的含义、标志的类型、标志设计的表现形式、标志的形式美法则等方面来学习标志设计。

第 2 章 名片设计: 主要从名片的常见类型、构成要素、常见尺寸、构图方式以及印刷工艺等方面来学习名片设计。

第 3 章 招贴设计: 主要从招贴的含义、常见的招贴类型、构成要素、表现手法和表现形式等方面来学习招贴设计。

第 4 章 广告设计: 主要从广告的含义、广告的常见类型、广告的版面编排、广告的设计原则等方面来学习广告设计。

第 5 章 画册样本设计: 主要从画册样本设计的含义、画册样本设计的分类、画册样本设计的常见形式、画册样本设计的开本方式等方面来学习画册样本设计。

第 6 章 书籍杂志设计: 主要从书籍杂志的含义、书籍的构成元素、书籍的表现形式、书籍的装订形式、书籍设计与杂志设计的异同等方面来学习书籍杂志设计。

第 7 章 产品包装设计: 主要从产品包装的含义、产品包装的常见分类、产品包装的常用材料等方面来学习产品包装设计。

第 8 章 网页设计: 主要从网页设计的含义、网页的基本构成部分、网页的基本构成要素、网页的常见布局、网页设计安全色等方面来学习网页设计。

第 9 章 UI 界面设计: 主要从 UI 界面的含义、UI 界面的基础构成部分、电脑客户端与移动设备客户端的界面差异等方面来学习 UI 界面设计。

第 10 章 信息图形设计: 主要从信息图形概述、信息图形的常见分类、信息的图形化常见表现形式等方面来学习信息图形设计。

第 11 章 VI 设计: 主要从 VI 的含义、VI 设计的主要组成部分等方面来学习 VI 设计。

第 12 章 导视系统设计: 主要从导视系统的含义、导视系统的常见分类等方面来学习导视系统设计。

本书案例以 Illustrator CC 版本软件进行设计，请各位读者使用该版本进行练习。如果使用过低的版本，可能会造成源文件打开时部分内容无法正确显示的问题。由于本书是设计理论与软件操作相结合的教材，所以建议读者在掌握软件基础操作后进行本书案例的练习。

本书面向初、中级读者对象，适合各大院校的专业学生、平面设计爱好者自学参考，同时也适合作为高校教材、社会培训教材使用。随书附赠 DVD 光盘一张，内容包括本书案例的案例文件、素材文件和视频教学文件。

本书由赵庆华编著，其他参与编写的人员还有柳美余、苏晴、郑鹤、李木子、矫雪、胡娟、马鑫铭、王萍、董辅川、杨建超、马啸、孙雅娜、李路、于燕香、曹玮、孙芳、丁仁雯、张建霞、马扬、王铁成、崔英迪、高歌、曹爱德。由于时间仓促，加之作者水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，敬请广大读者批评和指正。

编 者

第1章 标志设计



1.1 标志设计概述	1	1.3 商业案例：创意字体标志设计	12
1.1.1 什么是标志	1	1.3.1 设计思路	12
1.1.2 标志的基本组成部分	2	1.3.2 配色方案	13
1.1.3 标志的设计原则	2	1.3.3 版面构图	14
1.1.4 标志的类型	3	1.3.4 同类作品欣赏	15
1.1.5 标志设计的表现形式	3	1.3.5 项目实战	15
1.1.6 标志的形式美法则	4	1.4 商业案例：立体风格文字标志设计 ...	19
1.2 商业案例：中式古风感标志设计	6	1.4.1 设计思路	19
1.2.1 设计思路	6	1.4.2 配色方案	20
1.2.2 配色方案	7	1.4.3 版面构图	21
1.2.3 版面构图	8	1.4.4 同类作品欣赏	22
1.2.4 同类作品欣赏	9	1.4.5 项目实战	22
1.2.5 项目实战	9	1.5 优秀作品欣赏	27

第2章 名片设计

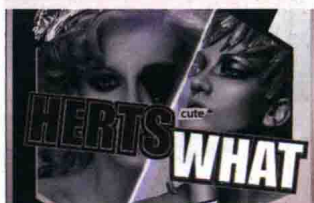


2.1 名片设计概述	29	2.2.5 项目实战	35
2.1.1 名片的常见类型	29	2.3 商业案例：清新自然风个人名片 ...	39
2.1.2 名片的构成要素	30	2.3.1 设计思路	39
2.1.3 名片的常见尺寸	30	2.3.2 配色方案	40
2.1.4 名片的常见构图方式	31	2.3.3 版面构图	40
2.1.5 名片的后期特殊工艺	32	2.3.4 同类作品欣赏	41
2.2 商业案例：简约商务风格名片设计	32	2.3.5 项目实战	41
2.2.1 设计思路	33	2.4 商业案例：健身房业务宣传名片 ...	44
2.2.2 配色方案	33	2.4.1 设计思路	44
2.2.3 版面构图	34	2.4.2 配色方案	45
2.2.4 同类作品欣赏	34	2.4.3 版面构图	46
		2.4.4 同类作品欣赏	46

2.4.5 项目实战 47

2.5 优秀作品欣赏 53

第3章 招贴设计



3.1 招贴设计概述 54

3.1.1 认识招贴 54
3.1.2 招贴的常见类型 55
3.1.3 招贴的构成要素 55
3.1.4 招贴的创意手法 56
3.1.5 招贴的表现形式 58

3.2 商业案例：动物主题招贴设计 59

3.2.1 设计思路 59
3.2.2 配色方案 60
3.2.3 版面构图 60
3.2.4 同类作品欣赏 61
3.2.5 项目实战 61

3.3 商业案例：卡通风格文字招贴 64

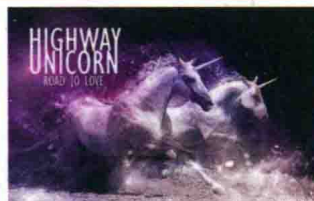
3.3.1 设计思路 64
3.3.2 配色方案 65
3.3.3 版面构图 65
3.3.4 同类作品欣赏 66
3.3.5 项目实战 66

3.4 商业案例：黑白格调电影宣传海报 71

3.4.1 设计思路 71
3.4.2 配色方案 71
3.4.3 版面构图 72
3.4.4 同类作品欣赏 72
3.4.5 项目实战 73

3.5 优秀作品欣赏 76

第4章 广告设计



4.1 广告设计概述 78

4.1.1 什么是广告 78
4.1.2 广告的常见类型 78
4.1.3 广告的版面编排 81
4.1.4 广告设计的原则 82

4.2 商业案例：旅行社促销活动广告 ... 83

4.2.1 设计思路 83
4.2.2 配色方案 84
4.2.3 版面构图 84

4.2.4 同类作品欣赏 85
4.2.5 项目实战 85

4.3 商业案例：儿童主题户外广告 89

4.3.1 设计思路 90
4.3.2 配色方案 90
4.3.3 版面构图 91
4.3.4 同类作品欣赏 92
4.3.5 项目实战 92

4.4 商业案例：动物保护主题公益广告	97
4.4.1 设计思路.....	97
4.4.2 配色方案.....	98

4.4.3 版面构图.....	99
4.4.4 同类作品欣赏.....	99
4.4.5 项目实战.....	100
4.5 优秀作品欣赏	103

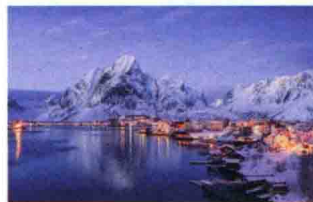
第5章 画册样本设计



5.1 画册样本设计概述	104
5.1.1 认识画册样本.....	104
5.1.2 画册样本的分类.....	104
5.1.3 画册样本的常见开本.....	105
5.2 商业案例：企业宣传画册	106
5.2.1 设计思路.....	106
5.2.2 配色方案.....	106
5.2.3 版面构图.....	107
5.2.4 同类作品欣赏.....	108
5.2.5 项目实战.....	108
5.3 商业案例：艺术品画册内页设计	112

5.3.1 设计思路.....	112
5.3.2 配色方案.....	113
5.3.3 版面构图.....	114
5.3.4 同类作品欣赏.....	114
5.3.5 项目实战.....	115
5.4 商业案例：三折页画册设计	118
5.4.1 设计思路.....	118
5.4.2 配色方案.....	118
5.4.3 版面构图.....	119
5.4.4 同类作品欣赏.....	120
5.4.5 项目实战.....	120
5.5 优秀作品欣赏	126

第6章 书籍杂志设计



6.1 书籍杂志设计概述	127
6.1.1 认识书籍杂志.....	127
6.1.2 书籍的装订形式.....	128
6.1.3 书籍杂志的构成元素.....	130
6.2 商业案例：教材封面设计	133
6.2.1 设计思路.....	134
6.2.2 配色方案.....	134

6.2.3 版面构图.....	135
6.2.4 同类作品欣赏.....	136
6.2.5 项目实战.....	136
6.3 商业案例：杂志封面设计	145
6.3.1 设计思路.....	145
6.3.2 配色方案.....	146
6.3.3 版面构图.....	146

6.3.4 同类作品欣赏	147	6.4.2 配色方案	154
6.3.5 项目实战	147	6.4.3 版面构图	155
6.4 商业案例：旅游杂志内页版式设计	153	6.4.4 同类作品欣赏	155
6.4.1 设计思路	153	6.4.5 项目实战	156
6.5 优秀作品欣赏	161		

第7章 产品包装设计



7.1 产品包装设计概述	163	7.3.2 配色方案	178
7.1.1 产品包装的含义	163	7.3.3 版面构图	179
7.1.2 产品包装的常见形式	163	7.3.4 同类作品欣赏	180
7.1.3 产品包装的常用材料	165	7.3.5 项目实战	180
7.2 商业案例：干果包装盒设计	165	7.4 商业案例：月饼礼盒设计	187
7.2.1 设计思路	166	7.4.1 设计思路	188
7.2.2 配色方案	166	7.4.2 配色方案	188
7.2.3 版面构图	167	7.4.3 版面构图	189
7.2.4 同类作品欣赏	167	7.4.4 同类作品欣赏	189
7.2.5 项目实战	167	7.4.5 项目实战	189
7.3 商业案例：果汁饮品包装设计	177	7.5 优秀作品欣赏	197
7.3.1 设计思路	177		

第8章 网页设计



8.1 网页设计概述	199	8.2 商业案例：数码产品购物网站设计	205
8.1.1 网页的含义	199	8.2.1 设计思路	205
8.1.2 网页的组成	199	8.2.2 配色方案	206
8.1.3 网页的构成要素	201	8.2.3 版面构图	207
8.1.4 网页的常见布局	202	8.2.4 同类作品欣赏	208
8.1.5 网页安全色	204		

8.2.5 项目实战	208	8.4 商业案例：动感音乐狂欢夜活动 网站设计	221
8.3 商业案例：旅游网站设计	214	8.4.1 设计思路	221
8.3.1 设计思路	214	8.4.2 配色方案	222
8.3.2 配色方案	215	8.4.3 版面构图	222
8.3.3 版面构图	215	8.4.4 同类作品欣赏	223
8.3.4 同类作品欣赏	216	8.4.5 项目实战	223
8.3.5 项目实战	216	8.5 优秀作品欣赏	229

第9章 UI界面设计



9.1 UI界面设计概述	231	9.3.1 设计思路	239
9.1.1 认识UI界面	232	9.3.2 配色方案	240
9.1.2 UI界面的组成	232	9.3.3 版面构图	241
9.1.3 电脑客户端与移动客户端UI界面 的区别	233	9.3.4 同类作品欣赏	241
9.2 商业案例：社交软件用户信息 界面设计	234	9.3.5 项目实战	241
9.2.1 设计思路	234	9.4 商业案例：手机游戏启动界面 设计	245
9.2.2 配色方案	234	9.4.1 设计思路	245
9.2.3 版面构图	235	9.4.2 配色方案	246
9.2.4 同类作品欣赏	236	9.4.3 版面构图	247
9.2.5 项目实战	236	9.4.4 同类作品欣赏	247
9.3 商业案例：邮箱登录界面设计	239	9.4.5 项目实战	248
		9.5 优秀作品欣赏	253

第10章 信息图形设计



10.1 信息图形设计概述	255	10.1.2 信息图形的常见分类	255
10.1.1 信息图形概述	255	10.1.3 信息图形化的常见表现形式	257

10.2 商业案例：扁平化信息图设计 ...259

- 10.2.1 设计思路 259
- 10.2.2 配色方案 259
- 10.2.3 版面构图 260
- 10.2.4 同类作品欣赏 261
- 10.2.5 项目实战 261

10.3 商业案例：产品功能分析图设计 265

- 10.3.1 设计思路 265
- 10.3.2 配色方案 266
- 10.3.3 版面构图 267

- 10.3.4 同类作品欣赏 267
- 10.3.5 项目实战 268

10.4 商业案例：儿童食品调查分析信息图形设计 272

- 10.4.1 设计思路 272
- 10.4.2 配色方案 272
- 10.4.3 版面构图 273
- 10.4.4 同类作品欣赏 274
- 10.4.5 项目实战 274

10.5 优秀作品欣赏 278

第11章 VI设计



11.1 VI设计概述 280

- 11.1.1 VI的含义 280
- 11.1.2 VI设计的主要组成部分 281

11.2 商业案例：创意文化产业集团VI设计 284

- 11.2.1 设计思路 284
- 11.2.2 配色方案 285
- 11.2.3 同类作品欣赏 285
- 11.2.4 项目实战 286

11.3 优秀作品欣赏 300

第12章 导视系统设计



12.1 导视系统设计概述 302

- 12.1.1 导视系统的含义 302
- 12.1.2 导视系统的常见分类 302
- 12.1.3 导视系统设计的常用材料 303

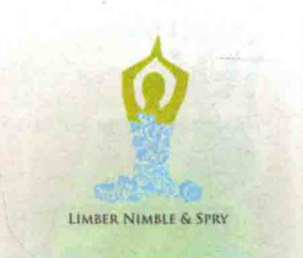
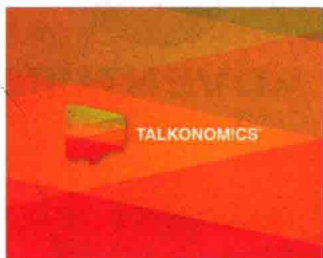
12.2 商业案例：商务酒店导视系统设计 304

- 12.2.1 设计思路 305
- 12.2.2 配色方案 305
- 12.2.3 版面构图 306
- 12.2.4 同类作品欣赏 306
- 12.2.5 项目实战 306

12.3 优秀作品欣赏 312

第1章 标志设计

标志是浓缩多方面内容的“精华”，因此我们在标志设计之初就必须了解并依据相应的设计规则和要求进行设计，才能设计出符合市场、符合大众的标志。本章节主要从标志设计的含义、标志的类型、标志设计的表现形式、标志的形式美法则等方面来学习标志设计。



1.1 标志设计概述

标志是以区别于其他对象为前提而突出事物特征属性的一种标记与符号，是一种视觉语言符号。它以传达某种信息，凸显某种特定内涵为目的，以图形或文字等方式呈现。既是人与人之间沟通的桥梁，也是人与企业之间形成的对话。在当今社会，标志成为一种“身份象征”，穿越大街小巷，各种标志映入眼帘，即使是一家小小的商铺也会有属于它自己的标志。标志的使用已经成为一种普遍的行为，如图 1-1 所示。



图 1-1

1.1.1 什么是标志

在原始社会，每个氏族或部落都有其特殊的标记（即称之为图腾），一般选用一种认为与自己有某种神秘关系的动物或自然物象，这是标志最早产生的形式，如图 1-2 所示。无论是国内还是国外，标志最初都是采用生活中的各种图案的形式，可以说它是商标标识的萌芽。如今标志的形式多种多样，不再仅仅局限于生活中的图案，更多的是以所要传达的综合信息为目的，成为企业的“代言人”，如图 1-3 所示。



图 1-2



图 1-3

标志就是一张融合了对象所要表达的所有内容的

标签,是企业品牌形象的代表。其将所要传达的内容以精炼而独到的形象呈现在大众眼前,成为一种记号而吸引观者的眼球。标志在现代社会具有不可替代的地位,其功能主要体现在以下几点。

(1) **向导功能**:为观者起到一定的向导作用,同时确立并扩大了企业的影响。

(2) **区别功能**:为企业之间起到一定的区别作用,使得企业具有自己的形象而创造一定的价值。

(3) **保护功能**:为消费者提供了质量保证,为企业提供了品牌保护的功能。

1.1.2 标志的基本组成部分

标志主要由文字、图形及色彩三个部分组合而成。三者既可单独进行设计,也可相互组合,如图 1-4 所示。



图 1-4

文字是传达标志含义最为直观的方式,文字包含汉字、拉丁字母、数字等。不同的文字使用会给人带来不一样的视觉感受。如传统汉字本身所固有的文化属性,则体现了一种悠远浑厚的历史感。不同种类的文字具有不同的特性,所以在进行标志设计时,要深入了解其特性,从而设计出符合主题的作品,如图 1-5 所示。



图 1-5

图形所包含的范围更加广泛,如几何图形、人物

造型、动植物等等。一个经过艺术加工和美化的图形能够起到很好的装饰作用,不仅能突出设计立意,更能使整个画面看起来巧妙生动,如图 1-6 所示。



图 1-6

颜色在标志设计中是不可缺少的部分。无论是光鲜亮丽的多彩颜色组合还是统一和谐的单色,只要运用得当都能使人眼前一亮并记忆深刻,如图 1-7 所示。



图 1-7

1.1.3 标志的设计原则

在现代设计中,标志设计作为最普遍的艺术设计形式之一,不仅与传统的图形设计相关,更是与当代的社会生活紧密联系。在追求标志设计带来社会效益的同时,我们还是要遵循一些基本的设计原则,从而创造出独一无二、具有高价值的标志设计。

(1) **识别性**:无论是简单的还是复杂的标志设计,其最基本的目的就是让大众识别。

(2) **原创性**:在纷杂的各式标志设计中,只有坚持独创性,避免与其他商标雷同,才可以成为品牌的代表。

(3) **独特性**:每个品牌都有其各自的特色,其标志也必须彰显其独一无二的文化特色。

(4) **简洁性**:过于复杂的标志设计不易识别和记忆,简约大方更易理解记忆和传播。

1.1.4 标志的类型

1. 文字标志

文字标志主要包括汉字、字母及数字三种类型文字，主要是通过文字的加工处理进行设计，根据不同的象征意义进行有意识的文字设计，其示例参见图 1-8。



图 1-8

2. 图形标志

图形标志是以图形为主，主要分为具象型及抽象型，即自然图形和几何图形。图形标志比文字标志更加清晰明了，易于理解，如图 1-9 所示。

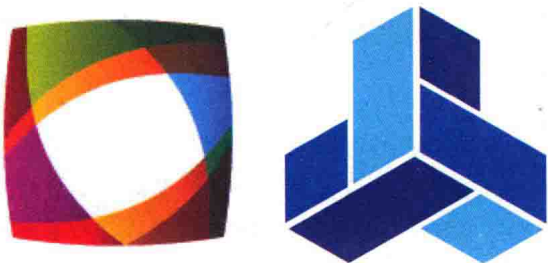


图 1-9

3. 图文结合的标志

图文结合的标志是以图形加文字的形式进行设计的。其表现形式更为多样，效果也更为丰富饱满，应用的范围更为广泛，如图 1-10 所示。



图 1-10

1.1.5 标志设计的表现形式

1. 具象表现形式

具象形式是对采用对象的一种高度概括和提炼，对采用对象进行一定的加工处理又不失原有象征意义。其素材有自然物、人物、动物、植物、器物、建筑物及景观造型等，如图 1-11 所示。



图 1-11

2. 抽象表现形式

抽象形式是对抽象的几何图形或符号进行有意义的编排与设计，即利用抽象图形的自然属性所带给观者的视觉感受而赋予其一定的内涵与寓意以此来表现主体所暗含的深意。其素材有三角形、圆形、多边形、方向形标志等，如图 1-12 所示。



图 1-12

3. 文字表现形式

文字形式是一种具有多层次表达的形式。文字本身就具有意形等多种意味。它是利用文字和标志形象组合的表现形式,既有直观意义又有引申和暗含意义,依设计主体而异。不同的汉字给人的视觉冲击不同,其意义也不同。楷书给人以稳重端庄的视觉效果,而隶书具有精致古典之感。文字表现形式的素材有汉字、拉丁字母、数字标志等,如图 1-13 所示。



图 1-13

1.1.6 标志的形式美法则

1. 反复

反复是指造型要素依据一定的规律而反复出现,从而产生整齐强烈的视觉美感,如图 1-14 所示。



图 1-14

2. 对比

对比是指通过形与形之间的对照比较,突出局部的差异性,从而使得观者记住整体形象。其大致可分为形状、大小、位置、黑白、虚实、综合对比等方式,如图 1-15 所示。



图 1-15

3. 和谐

和谐是指通过形与形之间的相互协调、各要素的有机结合而形成一种稳定、顺畅的视觉效果。其在统一中求变化,从而给观者带来协调生动的视觉效果,如图 1-16 所示。



图 1-16

4. 渐变

渐变是指通过对图形大小或图形颜色等方面进行依次递减或递增而进行设计,从而使得整体效果具有一定的层次感和空间感,给观者带来具有节奏感的视觉享受,如图 1-17 所示。



图 1-17

5. 突破

突破是指根据设计需求有意识地对造型要素进行恰到好处的夸张和变化,从而使得作品更加引人注目。在形式上分为上方突破、下方突破、左右突破等形式,如图 1-18 所示。

出重点,对观者形成强有力的视觉冲击,如图1-21所示。



图 1-18

6. 对称

对称是指依据图形的自身形成完全对称或不完全对称形式,从而给人一种较为均衡、秩序井然的视觉感受,如图1-19所示。



图 1-19

7. 均衡

均衡是指通过一支点的支撑对造型要素进行对称和不对称排列,而获得一种稳定的视觉感受,如图1-20所示。



图 1-20

8. 反衬

反衬是指通过与主体形象相反的次要形象来突出设计主题,使造型要素之间形成一种强烈的对比,突



图 1-21

9. 重叠

重叠是指将一个或多个造型要素恰如其分地进行重复或堆叠,而形成一种层次化、立体化、空间化较强的平面构图,如图1-22所示。



图 1-22

10. 变异

变异是指在一个或多个造型要素较为规律的构图中,对某一造型要素进行变化处理,如形状、位置、色彩的变化等,而达到预期的视觉效果,如图1-23所示。



图 1-23

11. 幻视

幻视是指通过一定的幻视技巧如波纹、点群和各种平面、立体等构成方式而形成一种可视幻觉,使得画面产生一定的律动感,如图1-24所示。



图 1-24

12. 装饰

装饰是在标志设计表现技法的基础之上, 进一步

地加工修饰, 使得标志的整体效果更加生动完美, 如图 1-25 所示。



图 1-25

1.2 商业案例：中式古风感标志设计



1.2.1 设计思路

► 案例类型

本案例是一款度假景区的主题酒店的标志设计项目。

► 项目诉求

酒店所处环境依山傍水, 取名“山水之间”也正是为了突出环境的清幽、与自然环境融为一体。酒店的整体装修风格也较为古朴典雅, 意图还原古代文人雅士隐居山林、烹茶抚琴的意象, 如图 1-26 所示。



图 1-26