

麦迪逊

中国麦迪逊文化传播是一家致力于服务广告业的大型全国性专业机构。旗下拥有“广告人书店”、“麦迪逊图书”、“先慧策划”三大品牌。其中广告人书店在北京、上海、广州开设分店，分支遍布全国，是中国目前规模最大的广告图书专卖店。麦迪逊图书是一家从事专业图书机构，将致力于精心打造麦迪逊丛书品牌，使之成为业界影响深远的专业丛书。先慧策划是一家从事图书策划、编辑、设计的专业机构。

麦迪逊丛书全面展示华文广告界巨大成就，积极追踪业界最新成功作品，成为专业人士交流的最佳平台。

麦迪逊丛书一经推出，即受到广大同仁欢迎，《白金印艺谱》、《中国CI年鉴2005》、《华文房地产广告年鉴2005》等书热销业内。

麦迪逊丛书已成为中国最具权威性及影响力的广告丛书，并正成为华文广告图书第一品牌。

属下机构：

麦迪逊图书公司 (020) 87697262
13527632016

广州广告人书店 (020) 87766237
87603532

上海麦迪逊书店 (021) 33040306

北京麦迪逊书店 (010) 80927365
64206691

麦迪逊网站 www.mdx.com.cn

问鼎！

中国最具权威性
和影响力的麦迪逊广告丛书

麦迪逊丛书持续出版，全年365天征集平面设计、展示设计、房地产广告、平面影视广告创意作品等作品，优秀作品永不落空！

注：免入编费、评审费，版面费等任何费用。
投表稿见下页。

'05 华文设计年鉴

The Design almanac Of Traditional Chinese Culture

形象卷

VISUAL IDENTITY

主编 张先慧

岭南美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

' 05华文设计年鉴. 形象卷 / 张先慧主编. — 广州: 岭南
美术出版社, 2005.6

ISBN 7-5362-2914-3

I . 0… II. 张… III. 平面设计—作品集—中国—现代
IV. J524

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 052751 号

责任编辑: 张红婴 责任技编: 钟智燕 本册设计: 卢金凤

' 05华文设计年鉴 —— 形象卷

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: 深圳市普加彩印务有限公司

版 次: 2005年6月第一版

2005年6月第一次印刷

开 本: 889mm×1194mm 1/16 印张: 15

印 数: 1-2000册

ISBN 7-5362-2914-3

定价: 798.00元 (一套三册)

> 目录

LEADING ARTICLE

004 | 导言 LEADING ARTICLE

006 | 序 PRELUDE

011 | 饮食类 FOOD

043 | 服务类 SERVICES

077 | 服饰 美容类 GARMENTS BEAUTY

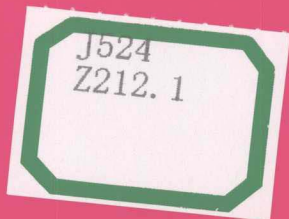
103 | 日用品类 COMMODITY

119 | 企业类 ENTERPRISES

151 | 科技类 IT INDUSTRY

167 | 房地产类 PROPERTY

197 | 其他类 ANOTHERS



记录精英 传播经典

有中国人的地方，就有华文；有华文的地方，就有杰出的创意。

中国内地真正意义上的设计是改革开放以后启动的，短短二十多年，质和量都有令世人瞩目的巨大发展，与台湾、香港等华文地区设计交相辉映，一个伟大的华文设计时代来临了。

华文设计界将具有特色的中国视觉元素与明快清晰的现代设计技巧相结合，最终将形成席卷全球的“华文特色”的设计风暴。

《'05华文设计年鉴》征稿消息发出后，内地、香港、台湾等华文地区设计师踊跃参与，投稿之多，出乎我的意料，这是民族认同和麦迪逊品牌创造的结果。

虽然以往也有过单本华文设计专辑，但大规模征集、并以年鉴形式集册成套出版是首次，所以，严格意义上说，它是全球第一套华文设计年鉴。

在本年鉴即将付梓出版之际，邀请数位华文设计大师作序，因本书篇幅有限，只能摄取其中部分观点，让我们分享他们创造的价值，领略他们的精神风采。

由于太多商业设计作品都是短暂的，一闪即逝，因此，用丛书的形式把其中最具价值的作品记录下来，传播开去，意在在设计文化予以保存的同时，也给了读者一个了解当代设计状况及交流思想的平台。

“记录精英、传播经典”，这是《麦迪逊丛书》的宗旨。

希望业界朋友继续关注与支持我们！

> 导言

LEADING ARTICLE



张先慧

中国麦迪逊文化传播机构董事长

中国（广州、上海、北京）广告人

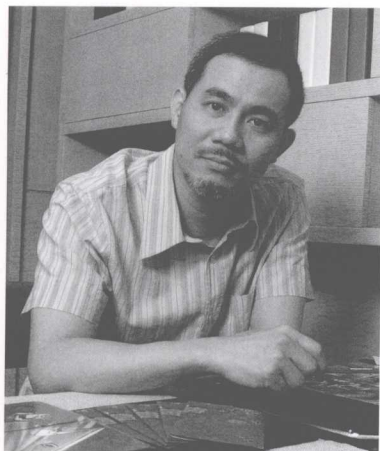
书店董事长

广州先慧策划工作室主持人

《麦迪逊丛书》主编

> 序

PRELUDE



王炳南

1962年生于台湾省台北市。现任中国欧普广告设计有限公司总经理兼创意总监、澳门设计师协会顾问、中华平面设计协会理事长。曾获海内外多项设计大奖。著有《商业包装设计》、《商品包装教战手册》等书。

创作是生活 生活是一切

西方国家有着设计人向往的逻辑、理性、严谨，但东方国度的那份神秘、感性、意象美，也渐渐在全世界绽放异彩。

中国自开始发展文明至今，华文向来都是记录生活文化的最佳工具，也是最信手拈来的生活元素。华文创作现正在世界各地兴起，渐渐成为全世界关注的焦点。

华文创作如能完全融合在生活当中，将“创作是生活，生活是一切”视为创作的中心思想，以中华文化的深远内涵藉由华文的设计元素展现在世人面前，华文的力量将从你我身边拓展到无远弗届。

创作是个人对社会现象或生存环境的意见抒发，许多人藉由创作来表达自己的对周遭事物的看法，因此“创作”对设计师而言没有国界的区分及语言的障碍，是一项深具国际性的沟通语汇。汉字，看起来是文又似图，对创作者而言是一种很好的表现素材，这种创作表现素材一直就存在于我们的生活当中，是深植于内心的文化，可透过创作的视觉呈现转化为众人熟悉的视觉符号，藉由这种无言的互动过程，即使是“华文”也能与世界各地作良好的视觉沟通，让伫立在其作品前的观赏者能了解设计师想说的故事，同时也触动他们的心弦，激发一些想法。



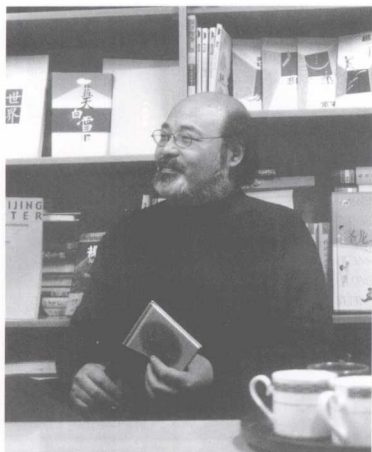
柯鸿图

1950年生于台湾省云林县。现任鸿图视觉设计有限公司创意总监。历任台湾海报设计协会理事长、竹本堂文化公司总经理兼创意总监。并任全国美展、国家设计月、金鼎奖、金蝶奖、国家工艺奖等评审。曾获国家平面设计奖、十大金技奖、时报广告金像奖、文化风格等大奖。出版有《柯鸿图作品集》、《台湾设计家档案》、《文化素材的现代设计运用》、《设计桌里的春天》等著作。

平面设计二三话

现代平面设计师因反映时代需求创造出各种不同的传播形式，常跨越二度空间、三度空间，甚至四度空间进行设计，但平面设计师较其他设计工作者更善长二度空间视觉语言的发挥。早期，平面设计只被当作一门单纯的制作，今日，面对日益复杂的商业传播，已变成多层面的工作，将客户交付的问题，由创意进行解决，创作过程中的感觉五味杂陈，溢趣横生。作品完成后，若被大众肯定甚至推崇，当会更有成就感，更是支撑设计者执著以赴，数十年不厌倦的原因吧！

市面上有诸多谈解决设计方法的专业图书，内容难免脱离不了策略、概念、设计、技艺四个方面，但被设计师真正应用到实际工作上，仅掌握理论是不够的，它必须转化成为实操指引。本书提供了各类设计佳作，藉此相互交流，希望由此走向更新的平面创意境界。



吕敬人

书籍设计师、插图画家。清华大学美术学院教授、中央美术学院客座教授。中国出版工作者协会书籍装帧艺术委员会副主任、中央各部门出版社书籍装帧艺术委员会主任、中国美术家协会插图装帧艺术委员会委员。敬人设计工作室艺术总监。作品在海内外获多项大奖，并在国内外展出。编、译、著多部出版物，有《菊地信义的书籍艺术》、《当代日本插图集》、《书籍设计四人说》（合作）、《注入生命的设计——杉浦康平的设计世界》、《敬人书籍设计》、《敬人书籍设计2号》、《从装帧到book design》、《书中梦游》、《翻开——当代中国书籍设计》等。1996年获国务院国家政府特殊津贴。1999年被《出版广角》评为对中国书籍装帧50年产生了影响的十人之一。2000年获中国十大杰出设计师奖。

道之动

老子曰：“反者，道之动”。我十分欣赏这句富有哲理的名言。这也是体现大自然“流水不腐，户枢不蠹”的规律，艺术发展的轨迹也是如此。古人们不拘泥于束缚发展的旧模式，不满足已有的现状，敢思敢想，海纳百川，独辟蹊径，才有今天中国艺术发展的态势，对比当今设计业面临的单一化、模式化的现状，深感古人不作茧自缚的理念，在自我否定中逐渐完善，实令今人不得自以为是，妄自尊大，中国的设计艺术观念必须不断更新，设计要推陈出新，尊重原创，要把握好符合时代精神的美感与功能的完美和谐。

我希望自己的设计能遵循老子的这一思想，在表现中国现代艺术语言中承其魂，拓其体，达到不摹古却饱浸东方品位，不拟洋又焕发时代精神的追求，为设计艺术呈非静止化的动态发展注入活力，而达到“道之动”的真正境界。

感谢《'05华文设计年鉴》为华文设计艺术的发展做出的贡献。



晏 钧

晏钧设计管理机构艺术总监。创建石家庄市晏钧设计工作室、北京中美传奇品牌设计有限公司。历任河北省包装协会设计委员会副主任、河北大学影视艺术学院客座教授、河北科技大学客座教授、北京国际平面展览会组委会委员、《中国设计年鉴》编委、《包装与设计》理事。作品在海内外获100余项大奖。

小火焖肉好滋味

偶尔偷闲，重翻随园的食单，开篇便是“学问之道，先知而后行，饮食亦然”。原来做设计也是一般的道理。菜目敲定，凭藉一定的章法来选料、洗刷、调剂、搭配，直至开火上灶、精心炮炙，以最佳火候、最完美状态呈现到受众面前……若说一件出色的设计作品就是一道佳肴，那诸多设计师心血的结集无异是一场视觉的盛宴。

中国人自古重视饮食，对于食物养生之道，亦有深入研究。陆羽写《茶经》，随园编食谱，苏东坡的《老饕赋》……悠长回味更在烹饪之外。且不说平日，若遇逢年过节，改善伙食、大打牙祭是必修功课。在我这个年龄段的人不会忘记小时候家里的铁制蜂窝煤炉和年年的大锅卤肉。煤炉蹶上砂坛，火塘口微开，汤汁滚沸、香气四溢……想象里的甘美香糯与嗅觉中的甜嫩细腻总是诱惑着我忍不住举着筷子去揭锅盖，要先吃为快——迫不及待的举动又总是遭到大人們的呵斥。可每每偷夹的一块肉，既无味又嚼不烂。那时总是觉得是炖肉时间过得太慢，怎知小火炖肉，工夫在里面？

其实新锐设计简单而又复杂，正如越是常见的菜肴、平平无奇的做法，越能体现一个厨师真正的功力；正如越是高级时装，款式就越简单。讲究的材料、地道的制作，这本身就是精品、就是时尚；实现这一切的不是简单的追随，而是源于内心的品位。品位，由水平决定。水平的根本之道在于宽度、深度、高度。三者之间挖掘和历练互动，突破自我局限，直至找到理想与现实融汇的目标定位。形象设计是对于概念和多元素相互关系的一种朴实观念的整体表现。与消费者受众分享的不是“艺术”，而是对生活中的那份自然、真诚和美的体验。在这其中，概念的挖掘尤为重要。设计本身是生活、是发现、是悟，设计是用看得见的挖掘看不见的，通过看得见的表现看不见的。看得见的是表现，看不见的是概念。风筝再漂亮、飞得再高，也得有那么一条线牵着。在我们以往的很多作品中，设计师强调更多的是表现，而不是概念。一是这方面的意识淡薄，另一方面是能力有限，出现了设计方案追求国际化、运作还是弄堂把戏的不对称现象。为客户做了一身好看衣裳的我们到头来发现真正需要整合的倒是自己。

思前想后，造成这种现象出现的原因在于心，心境平和才是成功真谛。

那么姑且放下远庖厨的君子之训，澄怀净虑，来试试在信念中焖一锅好卤肉：好原料、好配料、好油好酱好坛，除此之外，更要有一分好的心境，用心耐心虚心，不急不燥、不愠不文……“恰到好处”的火候，是烹饪关键：“早起锅则黄，当可则红，过迟则红色变紫，而精肉转硬……大抵割肉虽方，以烂到不见锋棱，上口而精肉俱化为妙。全以火候为主。”在这里，刀法代表了契合市场、准确认知的功力，火代表了一种文化：以文化焖肉，必要扎实基础，而火气绵韧悠长，后劲十足；如此炮制，才得醇味浓汁、酥烂鲜美，才得回味无穷、齿颊余香。

> 饮食类

FOOD



作品名称：品鱼居
设计机构：广州汝鸿设计有限公司



作品名称：畅想食品
设计机构：成都回归企业形象策划设计中心



作品名称：昂龙酒
设计：蒋子翔



作品名称：千岛湖啤酒
设计机构：上海德江图文设计有限公司



作品名称：小滋小菜
设计机构：北京宣场企业形象设计有限公司



作品名称：新好
设计机构：成都回归企业形象策划设计中心



作品名称：蚕虫糖饼
设计机构：深圳无极设计工作室



作品名称：西岭雪潭酒品牌
设计机构：成都回归企业形象策划设计中心



作品名称：聚溢轩
设计机构：深圳豪信广告发展有限公司



作品名称：都市爱
设计机构：上海德江图文设计有限公司



作品名称：QE杯
设计机构：上海心艺美术设计制作有限公司



作品名称：玉嘉华咖啡厅
设计：刘永清



作品名称：八朵金花香烟
设计：蒋子翔



作品名称：新疆啤酒
设计机构：北京宣场企业形象设计有限公司



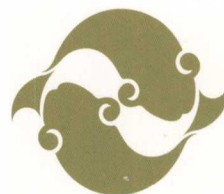
作品名称：昌大昌海鲜大酒楼
设计机构：深圳豪信广告发展有限公司



作品名称：啲呀轩食埠
设计：吴兴明



作品名称：亚洲风情
设计机构：上海富京形象设计有限公司



作品名称：金鲤豪门
设计机构：厦门奇点视觉艺术设计有限公司



作品名称：乡食卷饼
设计机构：深圳印象设计有限公司



作品名称：近湖食坊
设计：吴兴明



作品名称：辣椒店
设计机构：深圳胜意设计有限公司



作品名称：水果SPA
设计机构：上海满地企业形象策划有限公司



作品名称：利苑烧味
设计机构：佛山大圣广告策划有限公司



作品名称：钓鱼岛海洋食品
设计机构：大连壹品形象设计有限公司



作品名称：北方果蔬
设计机构：李旭光设计有限公司



作品名称：名豪燕鲍翅
设计机构：上海汉星艺术设计有限公司



作品名称：太极茶
设计机构：广州唐代广告有限公司



作品名称：世界食品城
设计机构：上海德江图文设计有限公司



作品名称：静颐茶馆
设计机构：佛山红色动力广告有限公司



作品名称：Ichido宜芝多
设计机构：上海满地企业形象策划有限公司



作品名称：上海大味道
设计机构：上海德江图文设计有限公司



作品名称：果真纯果肉
设计机构：上海左道艺术设计有限公司



作品名称：城王酒
设计：蒋子翔



作品名称：南北富
设计机构：上海德江图文设计有限公司



作品名称：富爸爸
设计机构：上海德江图文设计有限公司



作品名称：星意比萨
设计机构：深圳朗图设计有限公司