

設 計 師 叢 書



工商美術
設計

PRESENTATION

TECHNIQUES

FOR

表現手法

THE

GRAPHIC

DESIGNER

JENNY MULHERIN

**工商美術設計
表現手法**

工商美術設計表現手法

*PRESENTATION
TECHNIQUES*

FOR THE
GRAPHIC DESIGNER

JENNY MULHERIN

萬里機構・萬里書店出版

A QUARTO BOOK

Original title: PRESENTATION TECHNIQUES FOR THE GRAPHIC ARTIST
Copyright ©1987 Quarto Publishing plc

All rights reserved.

No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the Publisher. This book contains examples of graphic design work. These examples are included for the purposes of criticism and review.

This book was designed and produced by
Quarto Publishing plc
The Old Brewery
6 Blundell Street
London N7 9BH

CHINESE EDITION

©1993 by Wan Li Book Co Ltd. Authorized translation of the English edition ©1987 Quarto Publishing plc, UK. This translation is published and sold by permission of Quarto Publishing plc, the owner of all rights to publish and sell the same.

工商美術設計表現手法

編著者：JENNY MULHERIN

譯者：胡雨君

編輯：謝冰心

出版：萬里機構·萬里書店
香港英皇道499號18樓

發行：萬里機構營業部
香港英皇道499號18樓
電話：562 3879

印刷：利豐雅高印刷有限公司
九龍荔枝角道830號10樓

出版日期：一九九三年九月版

ISBN 962-14-0746-X

版權所有·不得翻印

目 錄

6	導言
10	初步設計概念
20	字體及其製作
44	繪圖
74	攝影和複製技術
88	印刷
100	立體製作
112	修飾和裝裱
128	展示設計的技巧
136	術語註釋
140	索引
144	鳴謝

導言

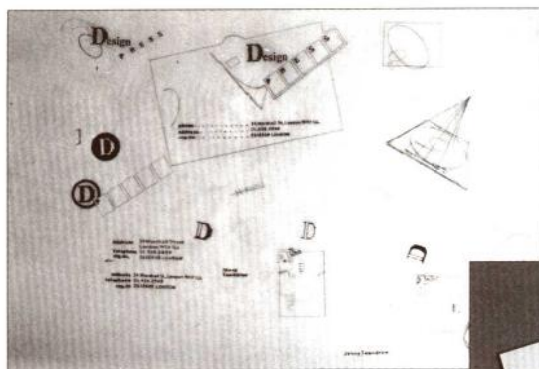
■ 右圖 客戶十分喜愛這個旅遊資料集包裝袋的初步設計概念，要求製成精稿。在最終印製前幾乎可不作任何改動。

平面設計行業競爭劇烈，身為設計者，僅僅對自己的技巧和能力具有信心是不夠的。你必須使客戶覺得你不僅是位出色的設計人才，而且是他們要委託的那項工作的合適人選。因此，你要懂得運用本領，推銷你自己和你的公司，尤其要懂得表現設計意念和精稿（Presentation Visuals，送審稿），以贏得客戶的信任。設計員往往要經過多次修改和展示，設計構思才被客戶接納，然後才得以展開製作。

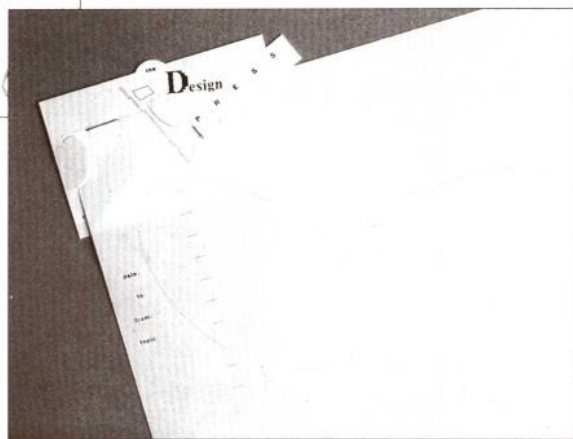
製作精稿需要專門技術與技巧，奇怪的是設計教師和設計員往往忽略這點。這主要是因為他們錯誤地認為，平面設計所需要的技巧和推銷設計意念的技巧是一回事。但事實上，無論你的設計意念多麼有創意，多麼出色，若不是以引人入勝的、經過深思熟慮的方式展示給客戶，那就是失敗之作。

本書就是要糾正這種錯誤的觀念，說明應該如何清晰而有效地表現設計意念。書中展示從製作草圖到處理精稿的各個階段，並概括介紹所需技巧，例如：製作字體方法、繪製插圖技巧、甚至專業化的印刷技術，通過淺易而步步深入的引導，展示出如何以簡單而經濟的方法達到高度專業化的效果。





■ 左圖和下圖 在製出稿稿之前，粗略地畫出多種信箋信封的設計構思，並與客戶進行討論。



然而，如果沒有從客戶的工作簡介中獲得適當的資料，又沒有確切掌握客戶需要及市場情況，再好的準備也是徒然的。問題並不像看上去那麼簡單，有些客戶雖然知道他們喜歡些什麼，但不能用設計術語簡明地表達出來。在這種情況下，一開始你就應該多展示一些草圖，讓客戶選擇，以便測出他們對各種圖樣的反應。用這種積極的方法，可以幫助客戶將意念明確地表達出來，這是建立令人滿意的工作關係的第一步。在初次面談時要作好筆記，仔細傾聽客戶的敘述，注意他們對不同顏色和字體編排的愛好。對於自己不理解的或者客戶在簡介中沒有提及的地方要不恥下問。許多設計者發現，將所要

這兩頁的圖例都顯示出表現草圖的手法和方式是多麼豐富多彩，因此設計公司和插圖員有必要擅長於某些專門領域。

■ 右上圖 這些草圖是設計員對一本水彩畫技法手冊封面的幾種設計構思，用這種方法展示出來，可方便客戶挑選。為求快捷，設計師使用了水性蠟筆（Water-soluble crayons）模仿水彩畫技法。

■ 對頁，左圖和右上圖 這些構稿展示板（presentation boards）是為紐約洛克菲勒中心（Rockefeller Center）設計公司標誌時製作的。客戶在簡介中規定，此設計必須容易應用在從信箋信頭到制服等眾多的項目中。圖中，用彩紙剪成的這些圖樣被應用在條幅上。

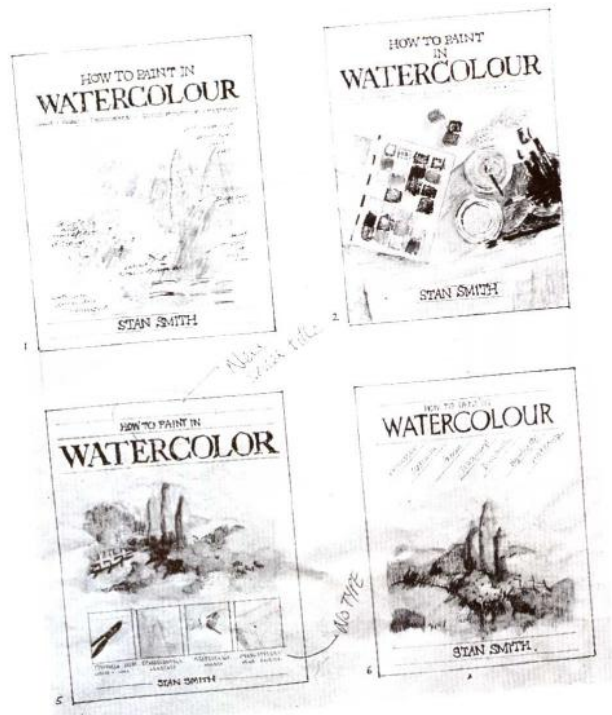
■ 對頁，右下圖 先用記號筆（marker）繪製這個保養汽車零件盒的盒面，然後把這盒面貼在一個現成的鐵盒上。請注意：製成品雖然體現了原來的設計構思，但風格已完全改變了。

表現的內容以及表現方式一一列在表中，再核對一下，幫助會很大。你可以用許多形式向客戶展示設計，你可以跟客戶作非正式的單對單會面，也可以由一組人作解說，並使用高投機（overhead projector）或幻燈機向客戶介紹整個設計概念。

不過，所有這些基礎工作絕不保證你一次就能與客戶達到滿意的設計方案。在設計定案之前，要準備好會有一、兩次甚至更多次的修改，因此，你要懂得靈活運用種種手法來表現設計意念，而本書的建議尤為寶貴，有助你和客戶達成一致的方案。

工作開始時，先着手繪製草圖。一般來說，要探索若干不同的設計意念，找出理想的圖樣，然後才製成草圖給客戶審閱。如果客戶希望密切地參與這一項工作，那麼就用初製的草圖作為話題，與客戶進行非正式的交談，解釋一下你為什麼要作出目前的選擇？如何作出的？在這個階段，你還不值得去製作詳盡仔細的設計稿，它有可能會令效果適得其反，使客戶覺得設計已落實。記下客戶所有的評論，以此來修改你的設計。如果客戶的建議會破壞設計的美感，而你又提出充份的理由來予以拒絕，就不妨直說；你也要準備在必要時用適當的草圖闡明你的觀點。

一旦草圖被接納，在大多數情況下，你必須製作出精稿。向客戶了解精稿要製成什麼樣式以及要向哪些人展示，要先在這些問題上與客戶達成一致的意見。假如客戶要求



精稿要百分之百接近製成品，你還需聘請一些專業人士，如字體繪製員、插畫師或攝影師。在你的預算中一定要包括這幾種費用，並得在事前向這些專業人士作簡明扼要的介紹。根據這裏所提供的秘訣去實行，就能獲得滿意的效果。

向客戶代表的主管和營業經理正式展示精稿時，往往會令人產生膽怯的感覺。但如果在事前各個階段中，你始終與客戶緊密合作，設計完全符合客戶需要，精稿又達到高水準，那麼就沒有什麼可害怕的。按照本書的要點實行，你不僅能製成出類拔萃的精稿，還能掌握專業化的設計表現手法。



初步設計概念

■ 下圖 雖然這兩本書的護封草圖是漫不經心地徒手畫成，但相當清晰地顯示出設計手法。圖像是用顏色鉛筆（coloured pencils）上色的。設計者還探索了不同的文字編排方式，提供多個設計構思。最初向客戶展示設計草圖時，運用這種方式是明智的。

每項設計工作都是以來自客戶的簡介開始的。這類工作簡介可以是一種非常隨便的交談，也可以是附有詳細研究材料的書面報告。只要你在開始工作前，對你所需的一切資料瞭如指掌就行了，至於通過什麼方式獲得簡介，那倒是無關緊要的。

不論你得到的是什麼樣的簡介，在這個階段你必須明確知道，這項設計的對象是誰？它要傳達什麼樣的信息？市場是建基於人的，因此試想想你的設計是為誰所作的，設計要如何才能吸引他們。為了要搞清楚客戶

的市場，對此有必要的問題要盡量多請教。

不用說，金錢和時間決定了最終所達到的設計方案，同時影響了精稿的表現手法。缺乏經驗的設計者特別應該在一開始就意識到這點，記住低預算的設計決不該影響精稿的質素，而影響的僅僅是它的性質。

設計工作的規模、預算以及表現技巧的實際狀況不但決定了精稿的表現手法，同時也決定了草圖的類型和數量。詢問一下客戶代表是否需要將設計資料給其他人看，公司的董事長是否參加審閱精稿的會議，如果是



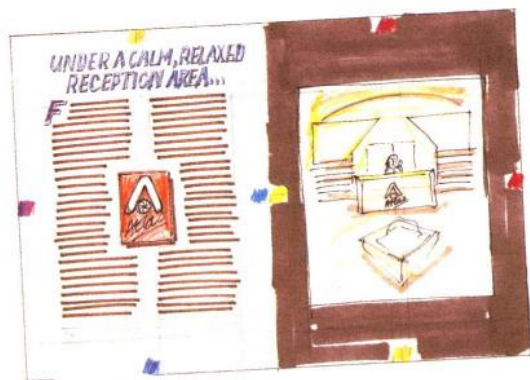
■ 左圖 這些座枱日曆的草圖是用顏色鉛筆畫成的。圖中不僅粗略地勾勒出圖像與字體的區域，設計者還在草圖上用註釋和問號顯示了他的設計思考過程，例如，他建議使用可撕下枱曆頁張圖案和柔和的彩筆基調花邊。這些設計想法是要跟客戶進行探討的。

的話，那麼精稿就該更正規些。研究一下製作精稿的物質條件，在表現手法和草圖的數量方面與客戶達成統一的意見。利用這種方式可避免精稿過份複雜或者完全不適用。

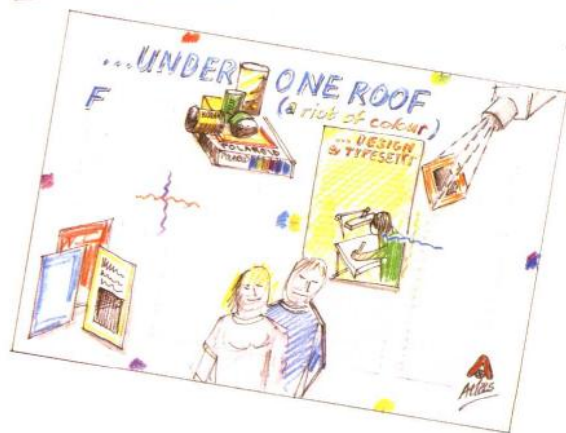
草圖和微型略圖 (Thumbnail Sketches)

當客戶、公司內部的美術主任或設計部主管作了簡介以後，設計員的首要任務是繪製草圖，就是將設計意念用簡單的圖樣表達出來。草圖一般是用鉛筆或絨頭筆畫成的，也可根據設計員本人的愛好使用其他工具。

繪製草圖的目的是根據簡介的資料，以各種方式探討和評估各種設計意念。在大多數情況下，草圖多作為與客戶討論的話題，而且將根據客戶的要求進行修改、重新考慮



■ 左圖 這些小冊子的草圖是用記號筆繪製的。注意圖中如何用章首裝飾大寫字母 (drop capital) 和平行線粗略地表示字體，而標題則相當認真地模仿建議使用的字體。這兩張設計圖中，一張相當正規，另一張則顯得較為活潑。



■ 右圖 這五幅商標設計草圖是用記號筆繪製的，設計明顯不同。值得讚許的是這些圖看上去像向客戶展示的初製草圖而不像工作草圖，在此，設計員的徒手書寫技能顯而易見。當然初學者也可以通過描摹字款書上的字體達到同樣的水準。注意中央的設計是手畫字的複印本。



EXECUTIVE CARS



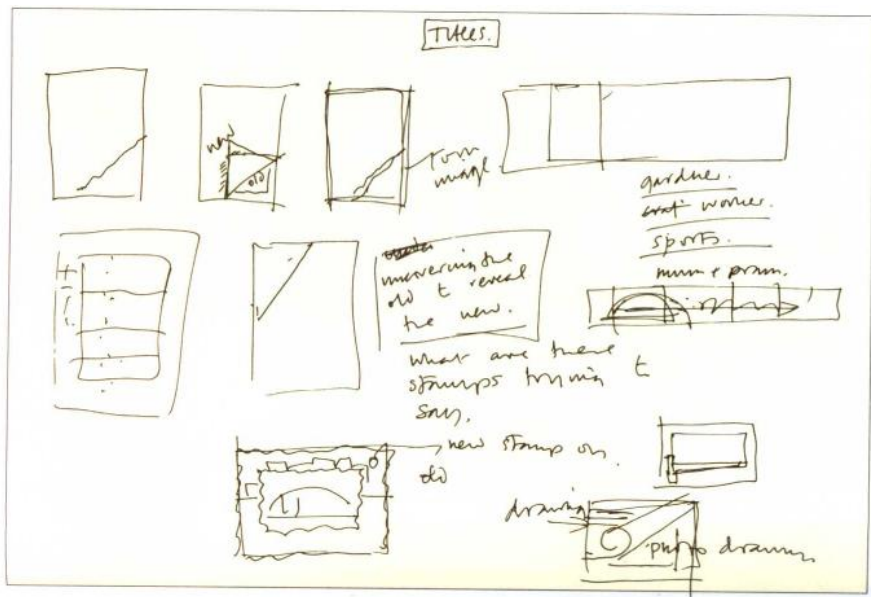
或捨棄，只有到那時才能決定一個可接受的、具有創造性的設計構思。

許多設計者喜歡繪畫一系列微型略圖或者亂塗亂抹一些草樣。正如俗語所說，有些最出色的設計就是在信封背面亂塗出來的。如果這些微型略圖能比正規的草圖更好地表達設計意念，那就採用這種手法。但是如要展示給客戶或美術主任，就一定要肯定他們會樂意接受這種初步的表現形式。一般來說，這些微型略圖是在繪製草圖前用來試驗設計意念和縮小可接受的設計方案範圍。然而，設計員與客戶討論設計意念時，也會用微型略圖作為一種現場記錄或作為啓發設計構思的手段。

不管草圖畫得多麼隨便，它必須遵循基本的設計原則，並要符合客戶的簡介要求。如果主題要以文字表現出來，那麼標題和內

文的字體款式、粗幼、比重要作出適當的安排，並且要恰當地排列在規定形狀的區域或頁次上。假如要單獨使用一個圖像或者要圖像與字體一起使用，設計員必須決定使用的圖像類型；在後一種情況中，還得決定字體和圖像如何配合。即使繪畫得很粗略，也必須讓人一眼看出你試圖表達的內容。

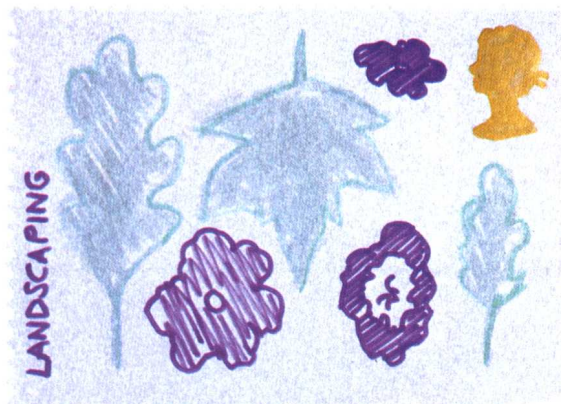
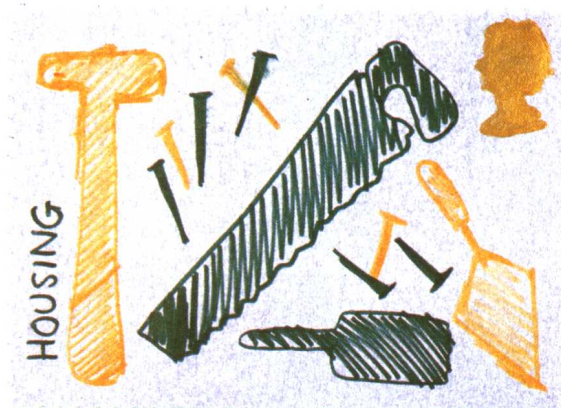
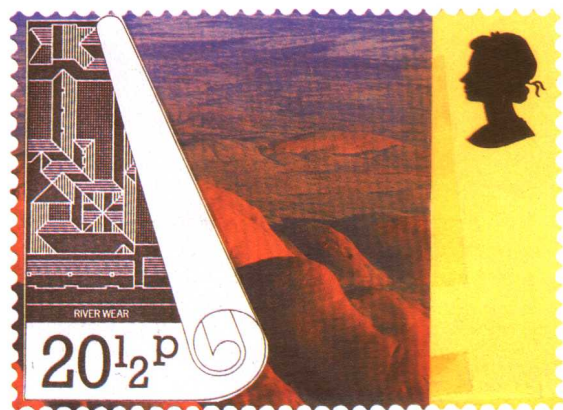
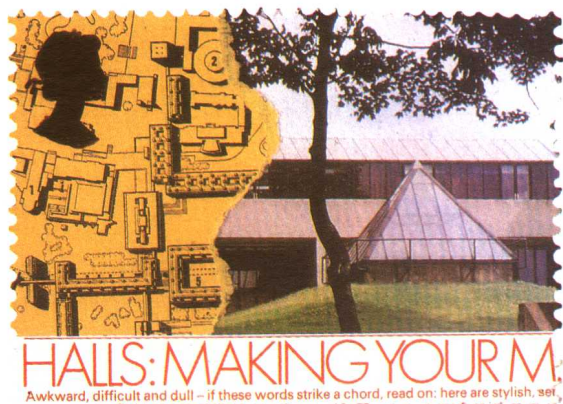
草圖的製作標準取決於草圖所要展示的對象。公司內部的美術主任不可能要詳細的草圖，但對於一位只評價他實際所見的營業經理，他就可能需要更準確些的草圖。客戶的欣賞角度也各不相同，許多人喜歡隨意畫出的草圖或者甚至是即席繪出的微型略圖，因為他們感到這樣便意味着他們積極地參與了設計過程；有些爲了要作出某項決定，需要相對精製的草圖，這對設計者來說可能要化費些時間。可取的做法是在客戶作最初



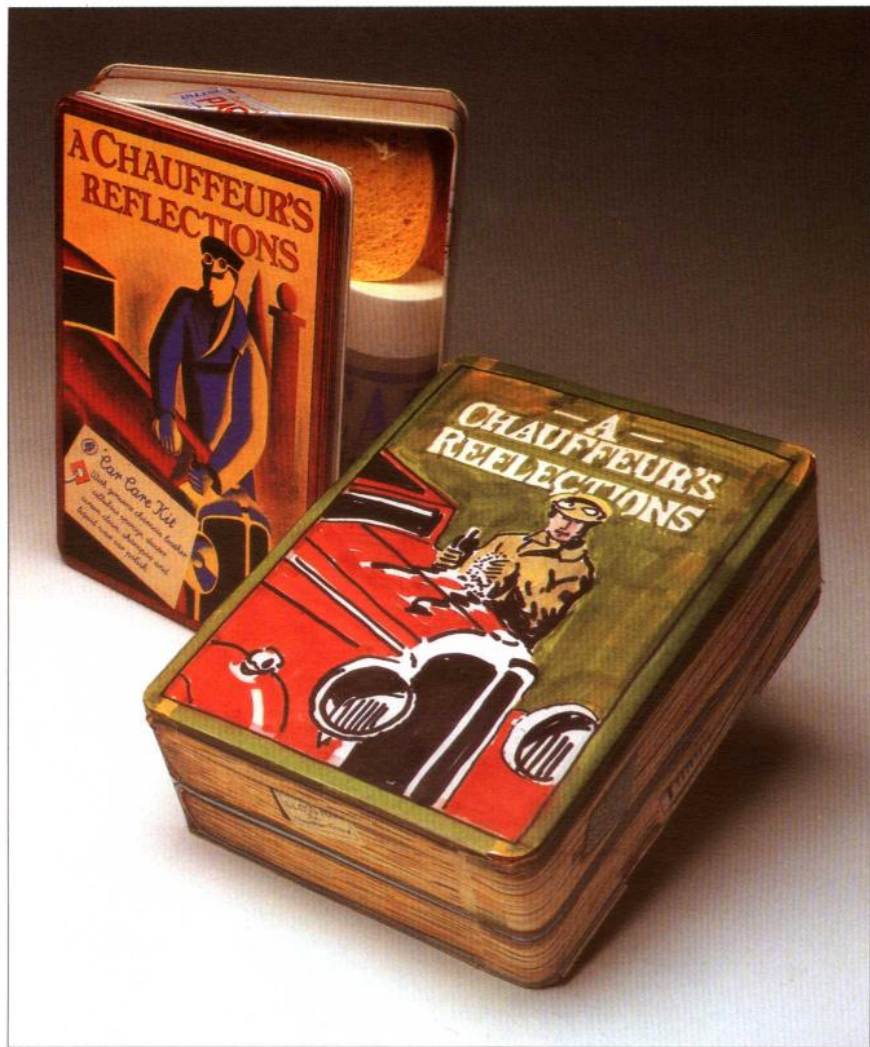
■ 左圖 這裏展示的是設計者在考慮客戶簡介過程中粗略地畫成的微型略圖。這些略圖實際上是一種在簡介會上經常採用的圖像記錄形式或者是在會後一種幫助記憶的手段。

的簡介時你就該確定要畫多少草圖、達到什麼標準，客戶才能接受最終的設計方案，這樣，你便可以把繪製多張草圖的時間和材料費用計入設計總成本。

不論你繪製的是什麼樣的草圖，它們都應該以專業化的手法、以某種可以被客戶理解和欣賞的方式表現出來，這點當然是十分重要的。你必須使客戶對你的創作力深信不疑，畢竟是他們花高價請你設計的。



■ 左圖 左面這兩幅是構思以市區重建為題的郵票設計的草圖。設計者首先探索了一種簡單的意念，將一些隨意的，但與主題有關的物體集置在一標題下，在用記號筆畫出的草圖中，這些物體十分形象化（左圖和左中右圖）。然而，客戶却更喜歡設計員把圖像繪製在透明膠片上，然後覆蓋在照片上，作為設計精稿（左中左圖和左下圖）。他最後選擇了卷形設計，此為設計者繪畫略圖時的最初構思。



■ 上圖 包裝盒的設計草圖
只用黏性低的膠水貼在餅乾盒
上，以便撕去。設計顧問公司
要求禮盒看上去像一套叢書，
因此，所有的盒子外形都設
計成有“書頁”和“書脊”。這個
設計樣本用了記號筆和草圖紙
來製作。

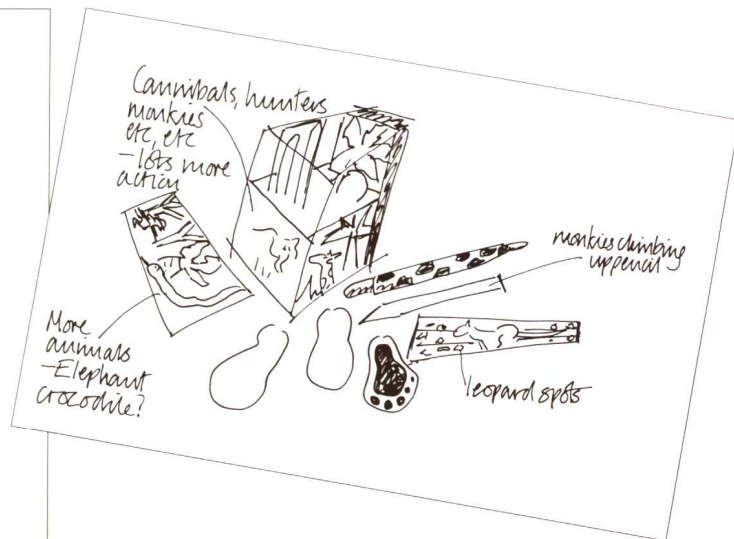
簡單的實物模型 (Mock-ups)

簡單的實物模型是一種粗製的、立體的模型，可表現包裝物品這類立體製作的设计，顯示出成品的尺寸、形狀、顏色和圖案。它的作用基本與平面草圖相似，表現了設計的初步概念。

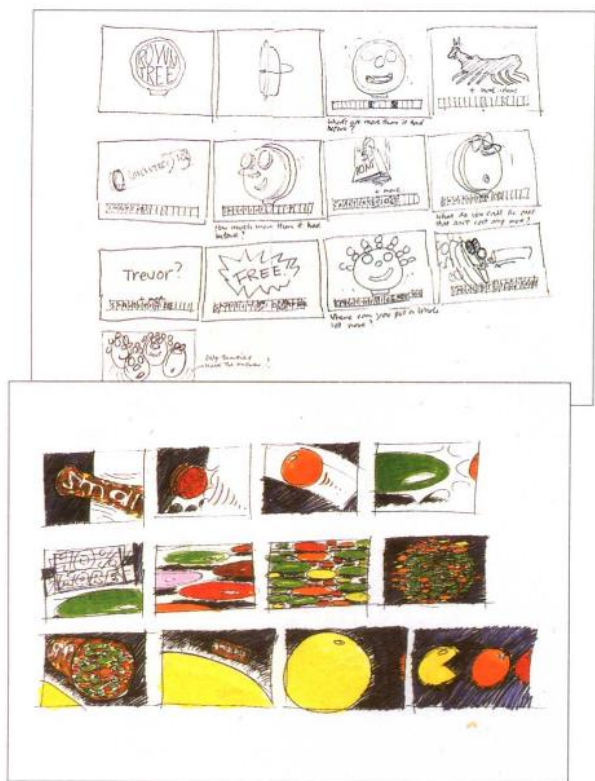
只有當設計立體產品時，如包裝物品或置於銷售點陳列商品的盛載物，才有必要採用實物模型這種初步的表現手法。通常模型是按照獲接納的設計草圖來製作的，草圖中提出了容器的形狀大小、表面的顏色和圖案。平面草圖常會產生誤導作用，特別是對於那些不習慣看圖的客戶，為此設計員便要製作模型來顯示包裝物品的立體感，使客戶對它的大小、體積和最終的外觀有一定的概念。

要記住簡單的實物模型與初步的草圖是相同的。它不是指那些由建築師、工程師、工業設計師以及平面設計後階段製作的那種詳盡、精細的模型。作為一種初步的表現手法，如果實物模型能用卡紙、塑膠簡易地製成，或者用聚苯乙烯 (polystyrene) 這樣容易加工的材料雕刻成相應的形狀和大小，那麼就是很實用的。像繪製最初的草圖一樣，製作簡單的實物模型不應該耗費過多的時間、財力和精力，除非這些因素已被編入預算。

當然，這種模型應該製作得很好，因為它跟實際產品的尺寸大小一樣或者是成比例的，但是設計的表现手法應該相當多。模型



■ 上圖和左圖 與客戶商量後，設計者選擇了“狩獵遠征”這一主題作為設計一套文具的初步概念。參考過客戶的書面建議之後，設計者將一張用鋼筆繪製成的草圖加工成較精細的草圖，然後再用反映原本設計構思的記號筆顏色作出最後的設計樣本。



■ 上圖 平面圖是爲了展示電視的故事情節構思圖 (story boards, 又名分鏡板)、書籍和小冊子的版式而製作的。上面的平面圖用黑色尖頭 (fine-tipped) 記號筆繪製, 作爲電視糖果廣告故事情節的初步草圖。下面那幅則用彩色記號筆繪製, 是此廣告的另一幅可供選擇的故事情節草圖。

較草圖的優點在於：它展示出體積、尺寸以及平面設計與這些因素之間的關係, 給予客戶更準確地評估設計的機會。在這個階段修改是經常會發生的, 因爲設計由平面轉向立體之後可能輕微地改變了設計的效果。

平面圖 (Flat Plans)

每當設計小冊子、書籍這類項目時, 就要繪製平面圖。在設計的初步階段, 平面圖對於設計構思是否可行起到了必不可少的指導作用, 圖中顧及了許多實際因素, 如書頁大小、格式、頁數、顏色的深淺、所要求的



■ 上圖 這是用起稿筆 (drafting pen) 畫出的一本兒童安全讀物的詳細平面圖。注意圖中用平行線表示字體。

通常只有當客戶代表需要向市場部或其他部門同事展示設計時, 才有必要畫出如此詳盡的平面圖。

圖片數量及圖片與正文的比例等。由於上述問題大多已在簡介時討論過, 所以初步的平面圖是在確定的範圍內探索某種設計構思的可行性。平面圖基本上顯示了出版物每頁上的內容。製作時用方框表示圖位, 用線條表示正文, 利用小型平面圖, 把整本書或整本小冊子的設計一頁頁粗略地展示出來, 還要顧及封面、正文前的序頁和詞彙表、索引這類書後輔文的設計。

小冊子和書籍的主題顯然決定了平面圖的式樣, 所以設計者在開始工作前, 應該設法要一份盡可能詳細的內容概要。要了解每