

艺  
态

感官  
设计

2392

étapes: 设计#

## 新作面世 埃特尼·赫维

纸质媒体的身影充斥于各类屏幕与环境之中，标志和图像也随处可见，以各种混杂的或匿名的形式广为传播。而平面设计师们两年一度的设计创作成就本应受人景仰，但那些登载它们的图书和专业杂志却大多不为公众所知。尽管出版的目的是为了公众，但后者显然对此的关注热情欠奉。就此而言，平面设计的境遇实在是和其他设计学科不同。建筑设计所需要的不过是一间经注册的办公室，一张建筑许可证，以及施工时按照国家统一标准令行禁止罢了。当然，大多数情况下，显然那些糟糕的建筑设计往往都是因为更糟糕的设计图纸而导致一败涂地。

平面设计只会垂青于那些能够把握其内涵的人。如今，越来越多的客户不愿接受设计师以主导地位来为他们工作。设计

工作室的声誉只有在质量的保证下才能赢得尊重。正如每个设计专业的学生都知道，UPS、IBM以及其他许多赫赫企业的标志均出自美国设计师保罗·兰德之手，但想把某个人的名字放到这些大公司目前的形象设计中显然不可能。设计的面被铺得越广，往往水准会愈加下滑。著作权保护和表述的自由度已成为互相牵扯的羁绊。平面设计同人必须留心那些法则的弱根所在，却又同时不得不小心翼翼地保留它。因为只有法则的存在，才能确保环境有利于促进设计的发展。

《艺态04》将更关注于图像，内容涵盖面更广，遍及几大洲。这一幅幅图像作品揭示了设计师不同的创作与工作方式，也展现了他们的独特性和风格生成的不同文化底蕴。这种双重性恰恰也体现了设计作品的价值所在。

出品人 李新  
执行主编 邱孟瑜  
整体设计 陆昌智  
编辑部主任 金焰  
美术编辑 肖祥德  
市场推广 晓肖  
活动支持 第三种人俱乐部

### 图书在版编目(CIP)数据

艺态. 4, 感官设计 / 法国金字塔出版社编; 吴维妍译.  
上海: 上海人民美术出版社, 2007. 12  
ISBN 978-7-5322-5241-1

I. 艺... II. ①法... ②吴... III. 平面设计-作品集-欧洲-现代 IV. J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第185913号

### 艺态 04 感官设计

译者 吴维妍 汤梅洁 乔润薇 姜雪瑶 李誉  
策划 邱孟瑜  
责任编辑 沈丹青 周燕琼  
装帧设计 肖祥德  
技术编辑 陆尧春  
出版发行 上海人民美术出版社(上海市长乐路672弄33号)  
邮购电话 021-64668747(读者服务部)  
经销 全国各大艺术专业书店  
印刷 上海中华商务联合印刷有限公司  
开本 889X1194 1/16  
印张 9  
版次 2007年12月 第1版 第1次  
印数 0001-3000  
书号 ISBN 978-7-5322-5240-1  
定价 48.00元

原版书名: étapes international 4

原作者名: PYRAMYD ntcv

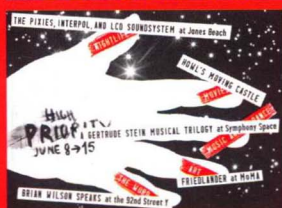
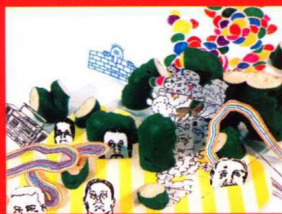
Copyright © PYRAMYD ntcv, 2007

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise without permission of the copyright holder.

本书的简体中文版经PYRAMYD ntcv公司授权,由上海人民美术出版社独家出版。

版权所有,侵权必究。

合同登记号: 图字: 09-2006-653



## 总目

7	资讯
33	主旨与风格
129	文本时间

工作室

- 卡尔森怀克 > P.072
- NB:工作室 > P.076
- 特·布兰特·维尔 > P.080
- “旗子” > P.084
- “吨位” > P.090
- “美好事物” > P.094
- “禁地” > P.098
- 里塔 > P.102
- 北川一成 > P.108
- 中岛英树 > P.112
- 佐野研二郎 > P.116
- 服部一成 > P.120
- 森本千绘 > P.124

## 卷首语

出品人 李 新

又到岁末，我们收到了不少朋友的电话和邮件，他们来咨询一年订阅的有关事宜，也对来年的《艺态》面貌寄予了极大的关注热情。这令我们感动。我们乐于同这样一些读者产生互动的交往，虽然《艺态》自今年年初以来尚只出到第四本，但他们一直用有益有趣的“挑剔”眼光伴随着它的成长，从内容的翻译小疵，到每一辑新书的书装封面……这种关注度，已不亚于我们所拥有的另一批“连环画画友”的同盟军了。他们虽然各自不同，却同样值得我们上海人民美术出版社骄傲。

我们明年将再接再厉。既然创造视觉美好，让设计更加有趣是我们创办《艺态》的初衷，聚合国内最优质的设计元素是我们的宗旨，那么，所有利于我们提升的有趣、有价值的信息代码，我们都会一条一条储存下来，直至汇聚成一股强大的能量源，足以推动中国的设计以加速度，甚至与国际潮流比肩。

《艺态》本辑关注的图像主题，其实问题的指向正是平面设计的内涵。所以，《艺态》说，平面设计只会垂青于那些能够把握其内涵的人。设计师的创作与工作方式，如今已经延伸到了感官领域。它是另一种缔造视觉美好的途径。同样，富有感官特征的品牌设计即将诞生，并延续了它充满愉悦感的超现实主义理念。当设计将通过嗅觉，以及调动我们其他所有的感官，把想象力放大到极至再来完成创作并引领我们时，这样的生活将变得如何后现代，你们说呢？

étapes: 设计#

## 新作面世 埃特尼·赫维

纸质媒体的身影充斥于各类屏幕与环境之中，标志和图像也随处可见，以各种混杂的或匿名的形式广为传播。而平面设计师们两年一度的设计创作成就本应受人景仰，但那些登载它们的图书和专业杂志却大多不为公众所知。尽管出版的目的是为了公众，但后者显然对此的关注热情欠奉。就此而言，平面设计的境遇实在是和其他设计学科不同。建筑设计所需要的不过是一间经注册的办公室，一张建筑许可证，以及施工时按照国家统一标准令行禁止罢了。当然，大多数情况下，显然那些糟糕的建筑设计往往都是因为更糟糕的设计图纸而导致一败涂地。

平面设计只会垂青于那些能够把握其内涵的人。如今，越来越多的客户不愿接受设计师以主导地位来为他们工作。设计

工作室的声誉只有在质量的保证下才能赢得尊重。正如每个设计专业的学生都知道，UPS、IBM以及其他许多赫赫企业的标志均出自美国设计师保罗·兰德之手，但想把某个人的名字放到这些大公司目前的形象设计中显然不可能。设计的面被铺得越广，往往水准会愈加下滑。著作权保护和表述的自由度已成为互相牵扯的羁绊。平面设计同人必须留心那些法则的弱根所在，却又同时不得不小心翼翼地保留它。因为只有法则的存在，才能确保环境有利于促进设计的发展。

《艺态04》将更关注于图像，内容涵盖面更广，遍及几大洲。这一幅幅图像作品揭示了设计师不同的创作与工作方式，也展现了他们的独特性和风格生成的不同文化底蕴。这种双重性恰恰也体现了设计作品的价值所在。

出品人 李新  
执行主编 邱孟瑜  
整体设计 陆智昌  
编辑部主任 金焰  
美术编辑 肖祥德  
市场推广 晓肖  
活动支持 第三种人俱乐部

### 图书在版编目(CIP)数据

艺态. 4, 感官设计 / 法国金字塔出版社编; 吴维妍译.  
上海: 上海人民美术出版社, 2007. 12  
ISBN 978-7-5322-5241-1

I. 艺... II. ①法... ②吴... III. 平面设计-作品集-欧洲-现代 IV. J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第185913号

### 艺态 04 感官设计

译者 吴维妍 汤梅洁 乔润薇 姜雪瑶 李誉  
策划 邱孟瑜  
责任编辑 沈丹青 周燕琼  
装帧设计 肖祥德  
技术编辑 陆尧春  
出版发行 上海人民美术出版社(上海市长乐路672弄33号)  
邮购电话 021-64668747(读者服务部)  
经销 全国各大艺术专业书店  
印刷 上海中华商务联合印刷有限公司  
开本 889X1194 1/16  
印张 9  
版次 2007年12月 第1版 第1次  
印数 0001-3000  
书号 ISBN 978-7-5322-5240-1  
定价 48.00元

原版书名: étapes international 4

原作者名: PYRAMYD ntcv

Copyright © PYRAMYD ntcv, 2007

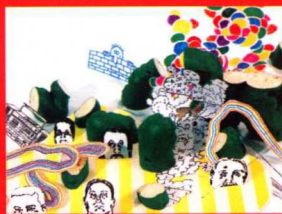
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise without permission of the copyright holder.

本书的简体中文版经PYRAMYD ntcv公司授权,由上海人民美术出版社独家出版。

版权所有,侵权必究。

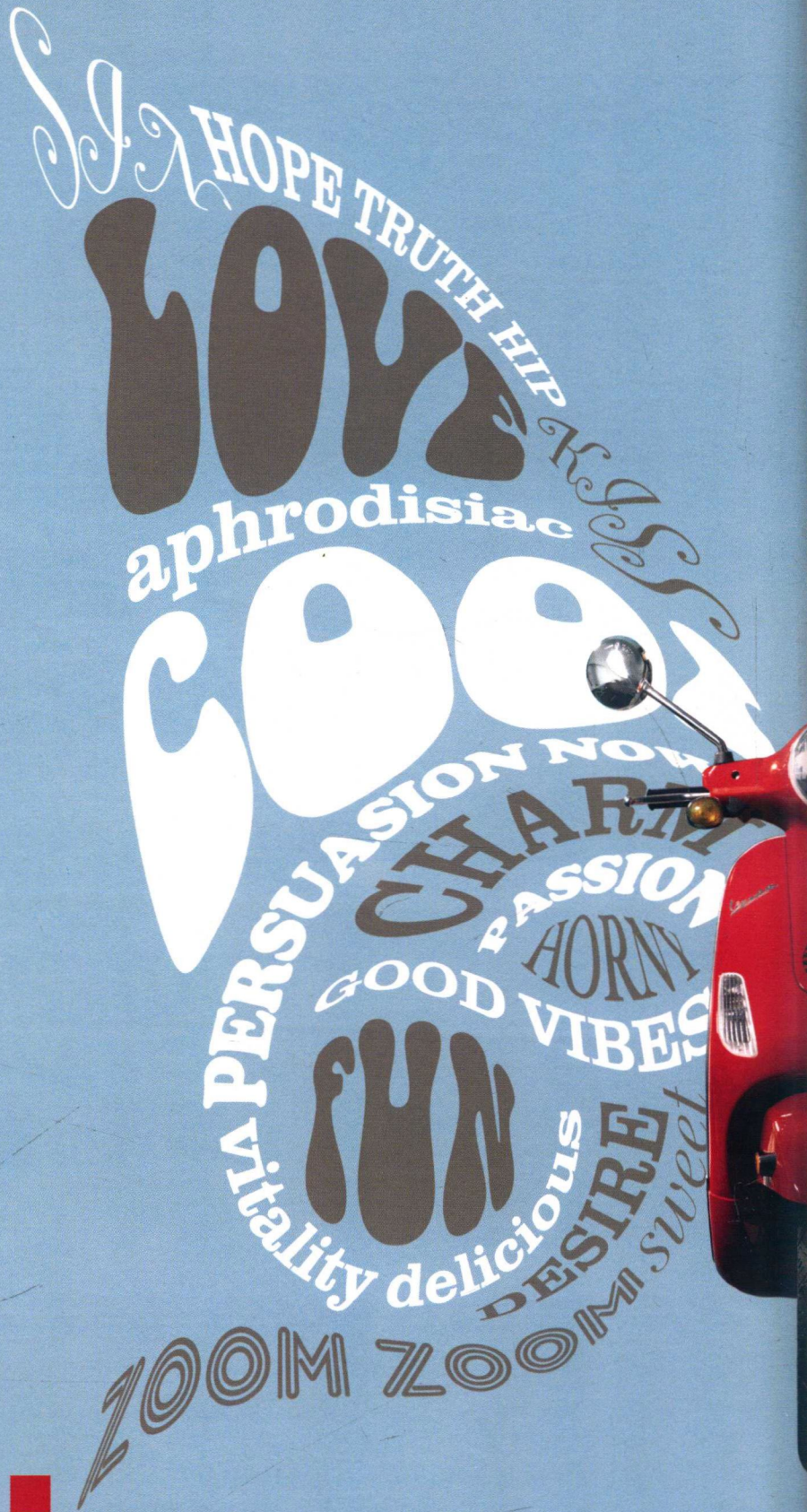
合同登记号: 图字: 09-2006-653





## 总目

7	资讯
33	主旨与风格
129	文本时间



色彩的反差与图象的混合  
将视觉效果最大化  
在精神上与新生代设计师  
城市艺术典型相接近

news ■ 资讯

# 7 资讯

33 主旨与风格

129 文本时间

马里恩·麦尔 (Marion Mayr)、Dorten设计代理公司/  
约舒亚·戴维斯 (Joshua Davis)、盛世公司/ GMD3、  
尼古拉斯·巴弗 (Nicolas Buffe)、尼古拉斯·迪·格诺  
瓦 (Nicholas Di Genova)

## 8 图像

Diesel广告公司、弗朗西斯·堪佩顿 (Francis Comber-  
ton)、G品牌设计公司 (G branding & design)

## 20 包装

安托尼+曼纽尔工作室 (Antoine + Manuel)、吉纳维  
芙·高克勒 (Geneviève Gauckler)、Hellohikimori工  
作室、马克·亚当斯 (Mark Adams)

## 21 徽章

杰卡博·斯特平 (Jakub Stepien)

## 22 工作室

欧洲ADC奖、加拿大电通公司

## 24 广告

Camper品牌

## 26 产品设计

马里恩·麦尔 (Marion Mayr)

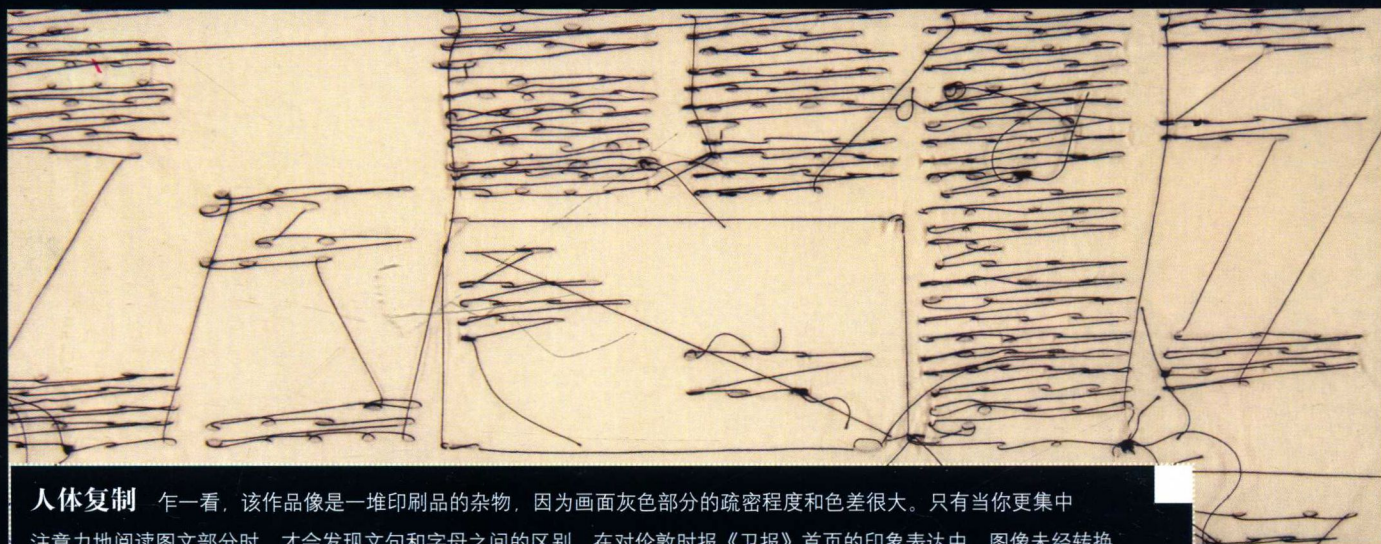
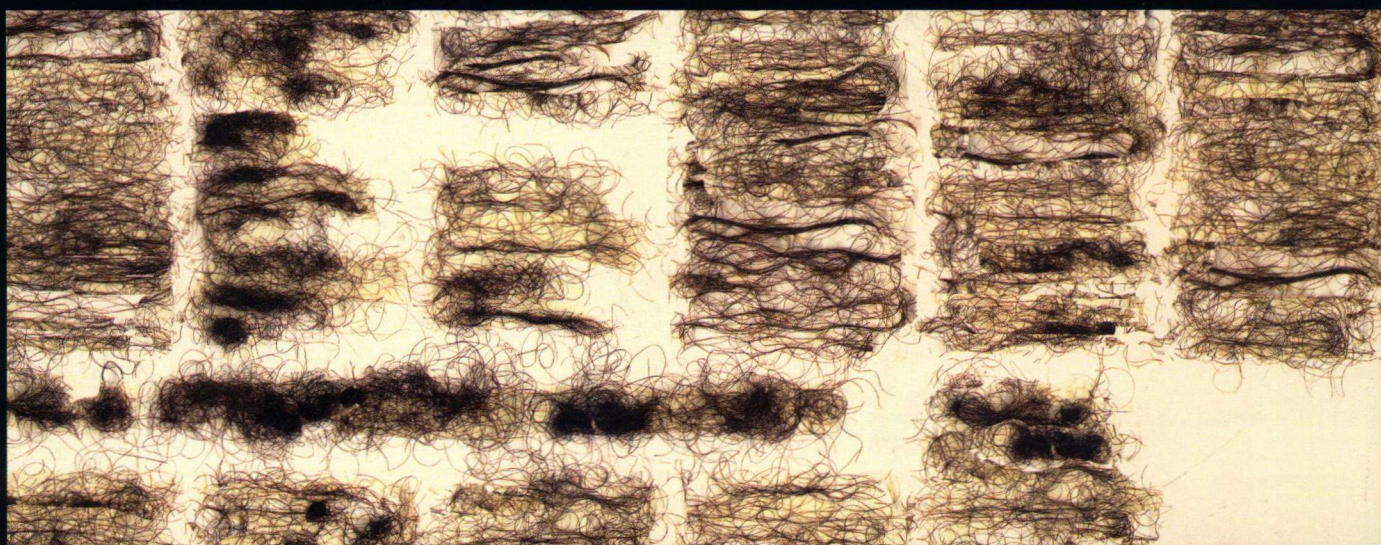
## 27 出版

步行者/费德里可·纳夫 (Walker / Federico Naef)、帕  
尔斯科·罗恩 (Pulske Ravn)、“马特·马丁”设计  
工作室 (Malte Martin)

## 28 海报

巴塞罗那电子音乐节

## 30 视觉传达



### 人体复制

乍一看，该作品像是一堆印刷品的杂物，因为画面灰色部分的疏密程度和色差很大。只有当你更集中注意力地阅读图文部分时，才会发现文句和字母之间的区别。在对伦敦时报《卫报》首页的印象表达中，图像未经转换直接呈现在读者面前。在海报《隐匿的字母》中，拥挤的字母组是由人群、毛发和灰尘变异而成。利用前倾或后仰的躯干肢体，证实了它们和字母造型之间一种密不可分的血亲关系，这种关系的形成之始就如同图中那根最重要的绳索：字母就是人类留下的痕迹。EH



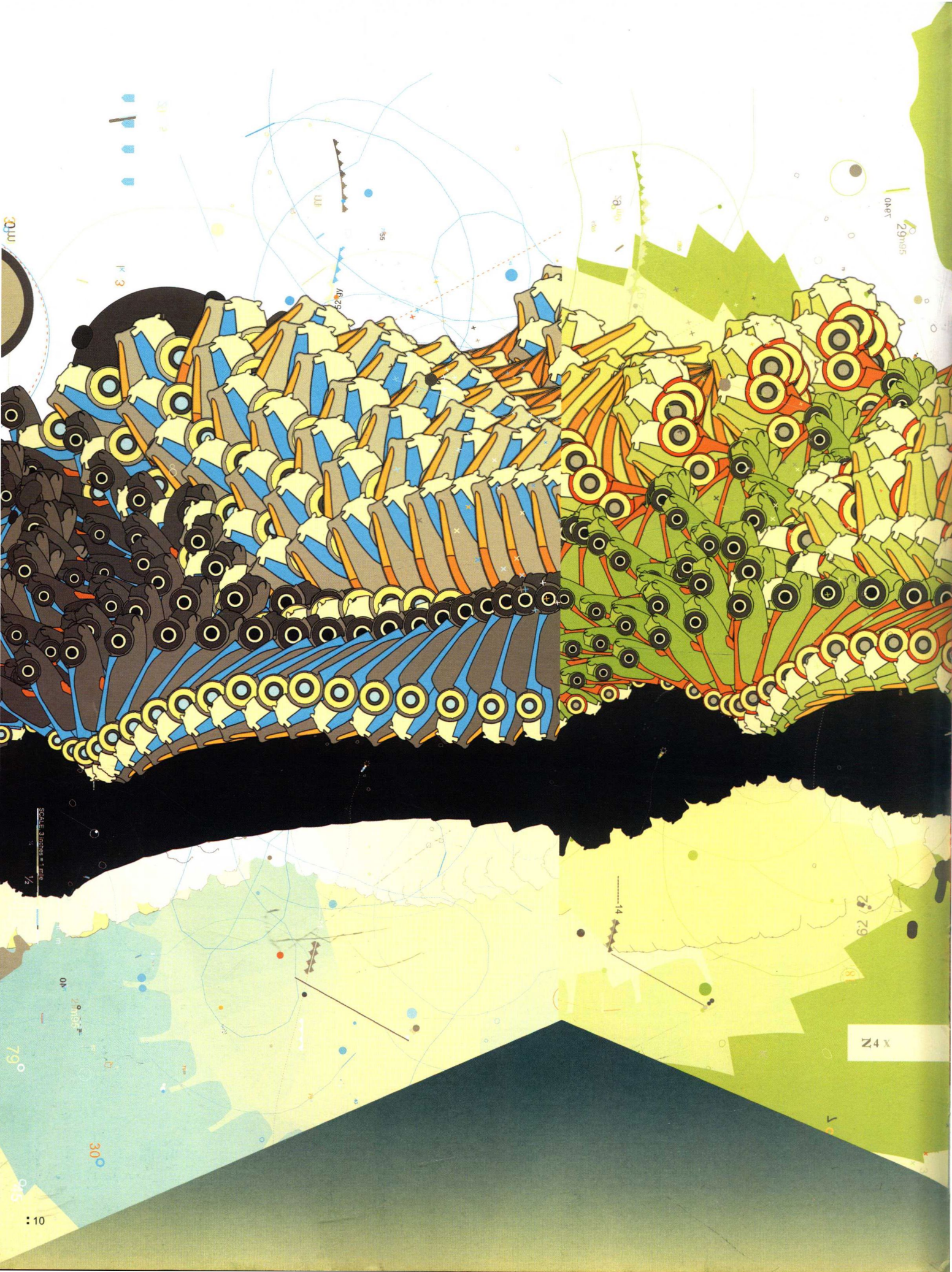


CHART 2918195

N 4 X

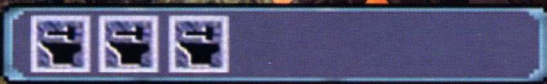
SCALE: 3 inches = 1 mile



**设计的动力** 为了发布Z4新款车型，宝马公司和Dorten设计代理公司委托纽约艺术家兼设计师约舒亚·戴维斯设计一系列有限印刷的海报，以展现新车的款式和超凡的性能。为了与该款车型的形象——融合了运动感和纯粹性——相协调，这些画面是从引擎的推进力、圆弧车身和细长线条中获取灵感。为了创造出一种与“地形”密切相关的设计风格，戴维斯别出心裁地绘制了扭转式的机械形象，以强调汽车的人机工程学设计，以及图形设计中因重视规格细节和弧度曲率所达到的精准度。轮毂罩的外轮廓通过循环的结构造型得以强有力地体现，令整幅图像充满动感。海报的视觉传达采用了三色（绿、蓝、橙）和墙纸的形式，并在车展中展示。BC [www.z4byjd.com](http://www.z4byjd.com) [www.joshuadavis.com](http://www.joshuadavis.com)



2700



ARMS LIFE

2UP

3







**解放拇指** 最近关于电玩的一个亮点，是由盛世公司(Simonsays)为美国健康和公共事业部门制作的系列广告，旨在唤醒年轻人不要过分痴迷于电子游戏。广告摆脱了传统设计的束缚，更贴近玩家的狂热状态。广告的主线是基于游戏如何通过绚丽的虚拟世界来混淆现实世界而展开的，通过关注青少年每天的生活习惯，谴责了电玩游戏是如何麻木人们的想象力，并揭示了其中的矛盾所在——静止不动的身体和富有动感的屏幕活动。纸媒体上的3D艺术创作，正在成为文化入门和新建设的美学形态的一部分。BC

美术指导：简·雅各布斯/文案：里奥·普莱姆提克/插图：GMD3 /字体：哈密什·麦克阿瑟