

设计经典

钱永宁 覃旭瑞 编著

上海科学技术文献出版社

设计金典

图书在版编目 (CIP) 数据

设计金典 / 《设计金典》编写组编. —上海:

上海科学技术文献出版社, 2006.8

ISBN 7-5439-2963-5

I. 设... II. 设... III. 艺术-设计-作品集-中国-现代 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 066683 号

设计金典

责任编辑: 胡德仁

策 划: 策人堂设计工作室 021-51601345

主 编: 钱永宁 覃旭瑞

装帧设计: 策人堂设计工作室

朱卫平 李从梅 封 雪

上海科学技术文献出版社出版发行

(上海市武康路 2 号 邮政编码 200031)

全国新华书店经销

上海界龙艺术印刷有限公司印刷

开本 889 × 1194 1/20 印张 12

2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1-4000

定价: 98.00 元

<http://www.sstlp.com>



设计是什么？

设计是创意还是幻想？

设计是科学还是艺术？

设计是感觉还是功能？

设计是个性还是大众化？

谁是设计师？

艺术家是设计师？

商家是设计师？

科学家是设计师？

营销员是设计师？

客户是设计师？

设计第一还是客户第一？

公众利益第一还是客户私利第一？

我们 设计。

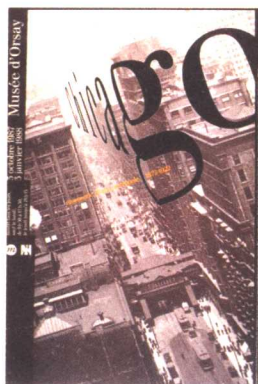
我们处境艰难，

我们要花费如此多的精力去将“设计”变成现实，

还要与客户交流谈判，

我们要做电脑，

我们还要留意客户的喜好和口味。



我们究竟在做什么？

我们要学习。

好好学习 天天向上

如此经典的话语，

不同的是时代，相同的是意义。

设计是跨学科的。

艺术、社会思潮、

市场营销、心理、印刷工艺，材料工艺等等。

还有文化和时尚。

设计是一个复杂的艺术与社会的行为，

艺术从来就不仅仅是一种形式或语言。

艺术的多面化、个性化

与社会的多元化决定我们不应给自己套圈、设界。

我们要学习，我们希望有典可依。

我们进步的同时，也希望得到社会的认同，

在全国各地朋友们的支持帮助下《设计金典》诞生了，

只是我们大家释放了自己的第一步，

是告诉大家我们正在路上，快乐着、享受着、痛苦着、思考着。

设计是系统整合的过程。

通过对设计项目有关的各个因素进行综合，
通过“心”的处理，
将各种设计原素、市场因素、消费群体，
社会传播进行整合，从而诞生设计作品。

创新设计与整合是对立互补的。

我们要对经济、政治、历史、文化、艺术、技术
各种因素认识、理解、把握、吸收和转换。
设计不是纯艺术品的创作，
也不是单一的功能产品。
整合能力的强弱决定了设计师成功与否。

创新是社会向前的动力，
也是设计的生命力。

单求创新的设计必定偏窄和肤浅。
设计师要求创新和整合的统一。

创新是设计动力，

整合能力是设计平台。

缺乏创新的设计可能是平庸的，
缺乏整合的设计很可能是无用的。
优秀的设计师应具有深厚的文化根基，
良好的艺术素质和超越的创新能力。
一流的设计是对社会因素的综合整合。

设计师的我们不必一味盲目贪新奇，
新奇的未必就是绝对有生命力的；
设计，无国界，设计的全球化原则越来越显现。
设计要包容不同的文化，
特别是边缘文化，以求和谐共存。
对设计师而言，
如果传达某种信息给大众，
必须运用大众所能接受的语言。



都市的人们生活在视觉的海洋里。

在家里看电视，出门坐车，车身广告也是视觉形象，
逛商店，橱窗秀显现在我们眼前。

触目所及，形象充斥了我们的全部。

语言是思维的工具，我们通过语言交流，
我们得到的信息 80% 以上来自形象，
现代社会人们对视觉的依赖越发严重。

作为视觉中的平面设计，

没有多媒体的动态、光、声、电等的功效，
朴实地静待观者的评判，

视觉张力极其重要，

左右着平面设计的功效。

越是飘忽的东西越易让人产生联想，

越是模棱的物体越让人联想，

人们有的欢喜，有的恐惧，

有的憧憬，有的失望。

感觉是视觉传达信息的第一要素。



设计是一个复杂而又简单的议题。

设计是一个简单而又复杂的过程。

设计也是一个复杂而又简单的心理体验。

我们从一个方向出发会产生多个方向，

依靠对生活的感知，

对万物的感知去创造另一种美好的感觉。

感觉或许幼稚，

或许年轻，

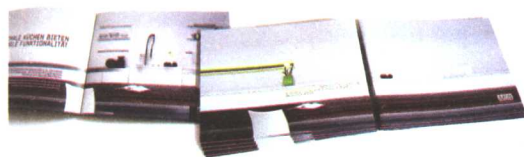
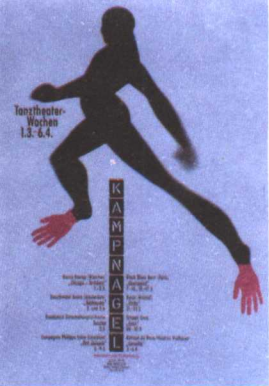
或许美好，

或许遥远。

有了感觉，随之而得到感情，转化为激情，
那才是创造之源、生命之源。

设计，我想也是如此。





线条、色彩、材质等交织在一起，
通过设计师的理解，
通过意味的形式，
表达了对物、对社会的阐释。
有些是源于设计师本身的理性思考和情感体验，
有些是外在模仿。
个人的视觉是有限的。
书籍作为我们原始的积累，
扩充信息的工具，
再加之网络的便捷，
让设计师增添了展示自我的舞台，
拉近了与社会群体的距离。

设计作为一种表达方式源自于个体的认识。
我们可以看到不同的设计，
除了可以区分的外部符号外，
还有无形的气质充盈在其间。
设计的外形可以模仿而“神”却很难把握。
离形于心神的设计，
无论采用何种形式构建，
只是多添了一层平淡。

数码的出现，解放了我们的双手，
而不能让我们的思维休眠，
优秀的设计，
完美的构思远比更新手段重要。
看多了的电脑技术派生的视觉，
返朴归真的视觉设计时代更具生命力且不可复制。

作为 设计人。

在圆梦的路上，

要平衡现实和梦想之间的支点。

设计无论平面、建筑、服装、产品，

都是设计师 圆梦的舞台。

美国设计师普罗斯说

“人们总以为设计有三维美学、技术和经济，

然而更重要是第四维 人性。

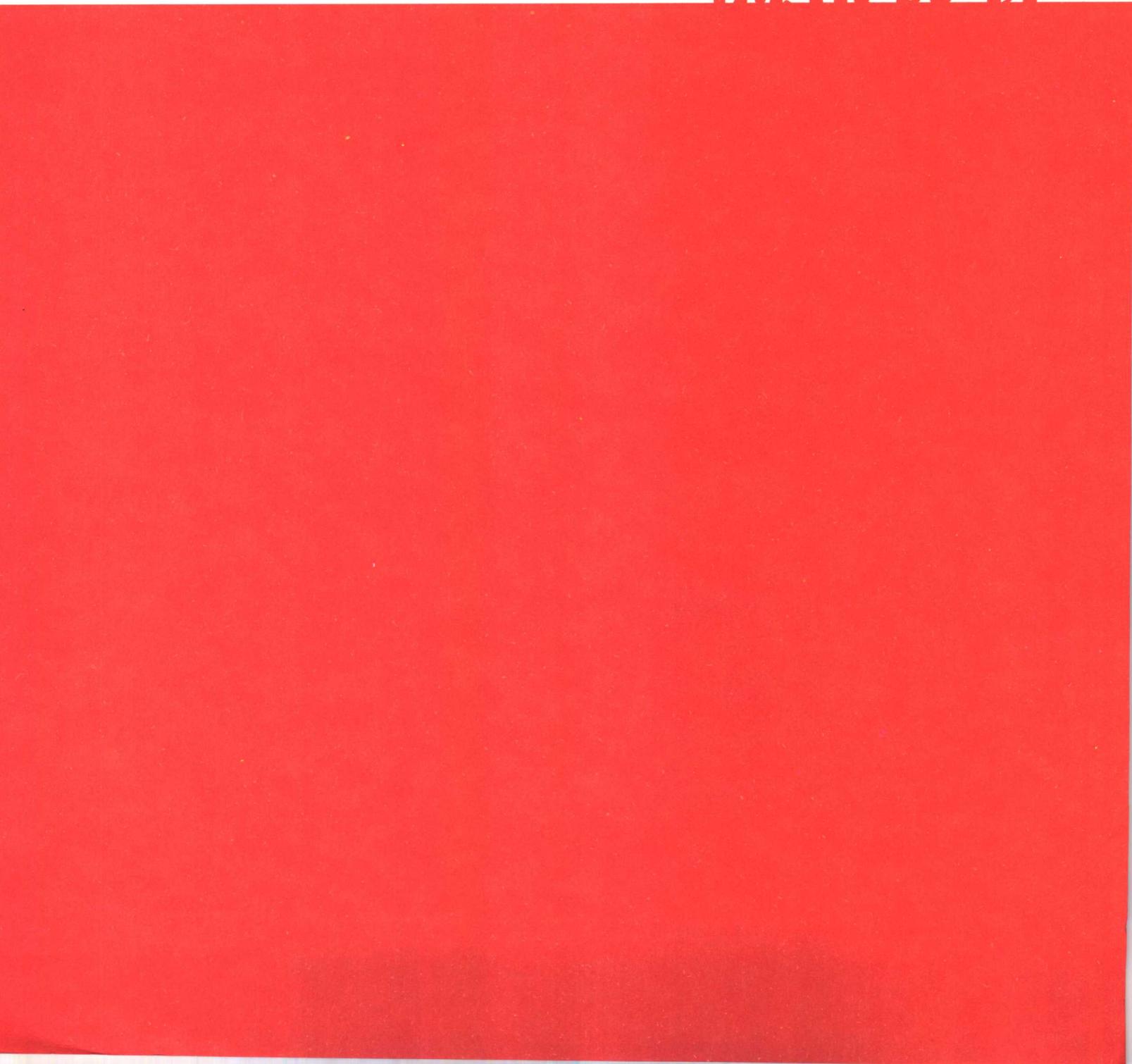
我们要设计，更要设计出设计师的人生境界。

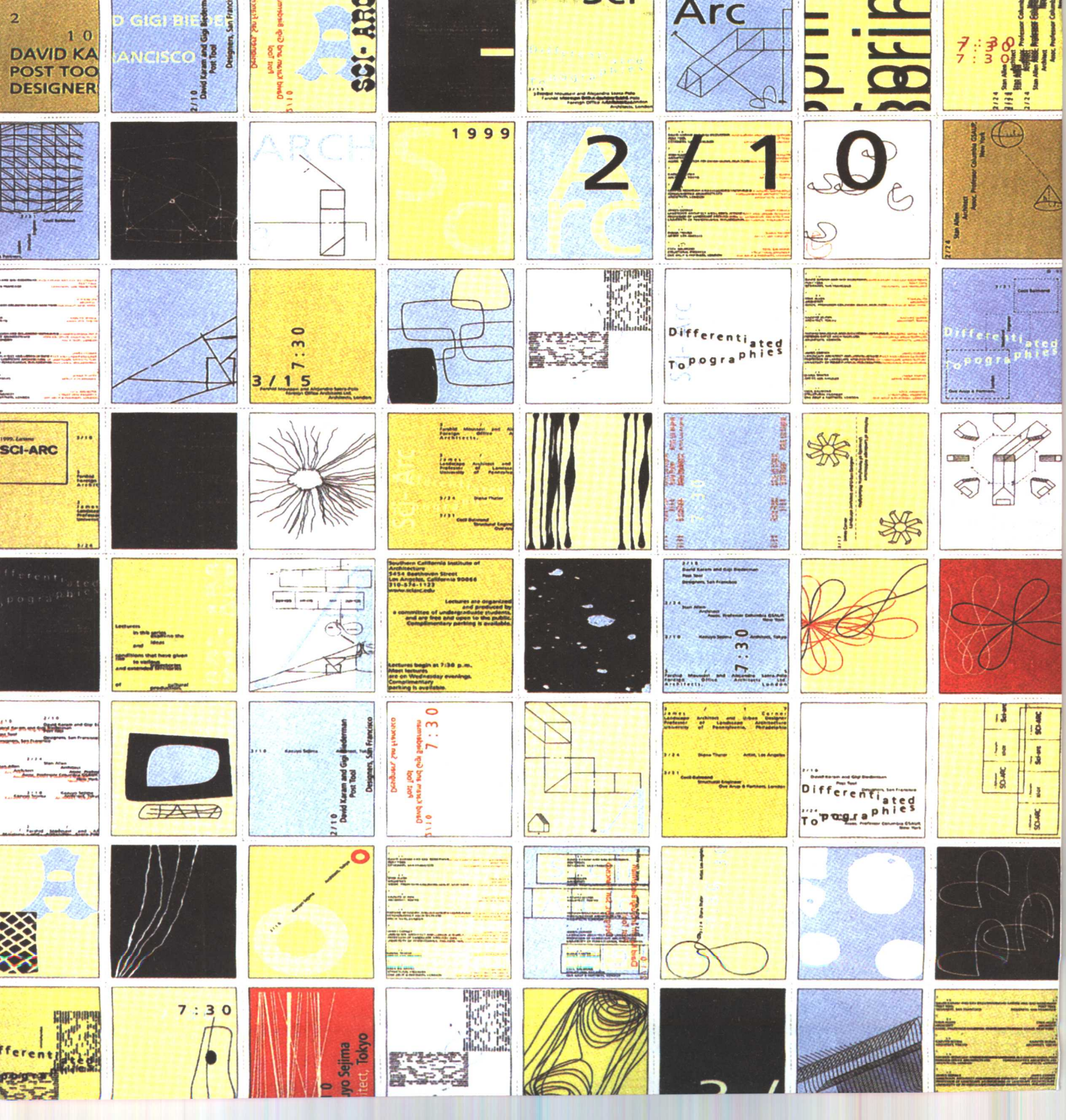
寄托《设计金典》

留下我们设计的 痕迹。



海报设计







设计
与
城市
生活

Design & Citylife

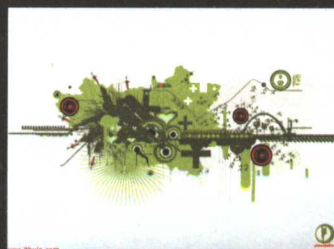
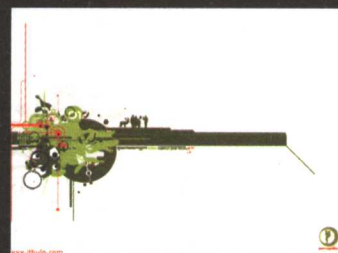
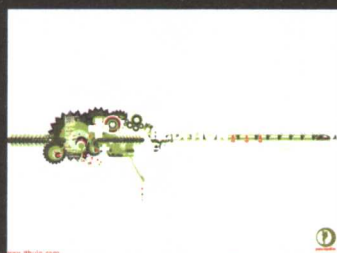
郭玉川 city07

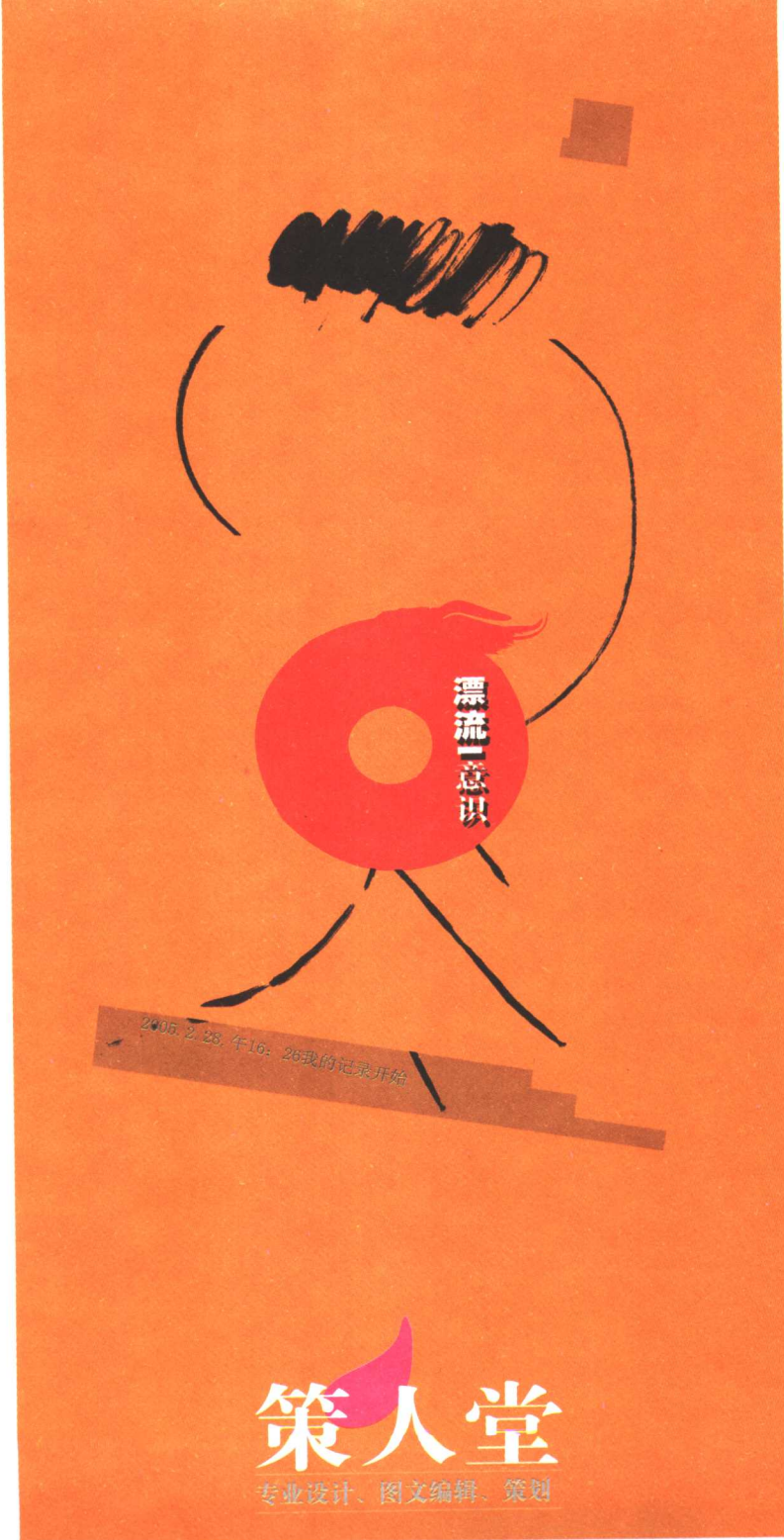
极简线条、色彩、构成关系，正负形均衡有意味，突现海报主题。



郭玉川 city13

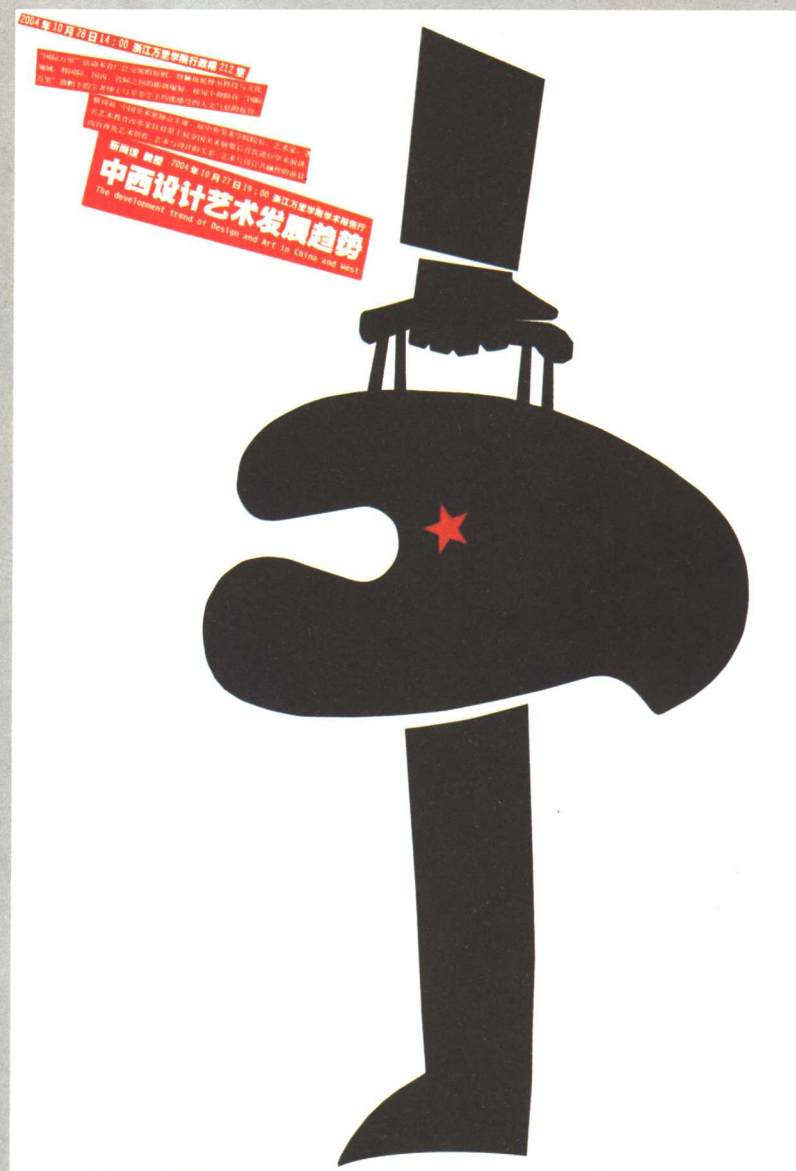
作为前一张海报的同主题招贴，作者运用同一创作手段，显现招贴主题，显示作者强有力的图形创意能力。





钱永宁 漂流—意识

作为一张设计工作室的形象招贴，运用富有情趣的点、线、面及色彩，在创造幽默的同时，画面自然、飘逸、灵动，反映出作者的思想及情趣。



邵巍巍 靳尚谊演讲系列一

整个画面采用明快的形式语汇，从靳尚谊先生的首个英文字母“j”字入手，使得字母“j”拟人形态化。字体摆设上，创造出一种宣扬感，毕竟这是一次演讲：上、下半身的矛盾方向，喻意感强。