



银领工程

高等职业教育技能型紧缺人才培养培训工程系列教材

your creations with the whole

family. Now they can all sample

your handiwork without even leaving

their rooms. As soon as you create

that new Smart Album, everyone in the

house can see it on their own Mac.

That's because iPhoto now offers

Rendezvous photo sharing. It's the same

technology that allows you to share songs

and heard loud and clear, that means your
slideshows lasted longer than a typical day. So
now when you access your iTunes music library from
iPhoto, you'll be able to select an entire playlist
to accompany your slideshows. That, of course,
includes all the music you create yourself with
GarageBand. More musical selections and stunning new
transitions put your slideshows in a class of their own.

COREL provides you with storage media containing a
computer program, computer software, including its code,
objects including their APIs as well as any images,
photographs, templates, animation, video, audio, music, text
and "applets" incorporated into the software, the accompanying
printed materials, a license, and "online" or electronic
documentation (together called the "Product") and we grant you a
license to use the Product in accordance with the terms of this
license. Any supplemental software code and supporting materials
provided to you as part of support services provided by COREL for
the Product shall be considered part of the Product and subject to
the terms and conditions of this license. The copyright and all other
rights to the Product shall remain with us or our licensors. You must
reproduce any copyright or other notice marked on the Product on all
copies you make.

视觉传达 基础与应用

康 兵



高等教育出版社

高等职业教育技能型紧缺人才培养培训工程系列教材

视觉传达基础与应用

康 兵

高等教育出版社

内容提要

本书是高等职业教育技能型紧缺人才培养培训工程系列教材,是艺术设计专业基础课程之一。

本书采用理论与案例结合、图文并茂的编写方式,深入浅出地介绍了视觉传达的基础知识以及应用技能。全书共8章,主要内容包括创意图形、创意字体、创意版式、包装创意、广告创意、展示创意、VI创意和视觉传达创意案例赏析等内容。各章配有明确的教学目标、教学内容,结合练习可使学生更好地掌握知识技能点。

本书可作为高等院校、高等职业院校、高等专科学校、成人高校、本科院校举办的二级学院艺术设计专业教材,也可供继续教育学院、民办高校、技能型紧缺人才培养培训使用,还可作为从事视觉传达设计专业人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达基础与应用 / 康兵. —北京: 高等教育出版社, 2006. 1

ISBN 7-04-018113-4

I. 视... II. 康... III. 视觉形象—实用美术—设计—高等学校: 技术学校—教材 IV. J504

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 144332 号

策划编辑	严 亮	责任编辑	严 亮	封面设计	王凌波
版式设计	史新薇	责任校对	金 辉	责任印制	宋克学

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 蓝马彩色印刷中心

开 本 850 × 1168 1/16
印 张 10.75
字 数 300 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landraco.com>
<http://www.landraco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2006 年 1 月第 1 版
印 次 2006 年 1 月第 1 次印刷
定 价 27.40 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

书 号 18113-00

出版说明

为了认真贯彻《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》，落实《2003—2007 年教育振兴行动计划》，缓解国内劳动力市场技能型人才紧缺现状，为我国走新型工业化道路服务，自 2001 年 10 月以来，教育部在永州、武汉和无锡连续三次召开全国高等职业教育产学研经验交流会，明确了高等职业教育要“以服务为宗旨，以就业为导向，走产学研结合的发展道路”，同时明确了高等职业教育的主要任务是培养高技能人才。这类人才，既要能动脑，更要能动手，他们既不是白领，也不是蓝领，而是应用型白领，是“银领”。从而为我国高等职业教育的进一步发展指明了方向。

培养目标的变化直接带来了高等职业教育办学宗旨、教学内容与课程体系、教学方法与手段、教学管理等诸多方面的改变。与之相应，也产生了若干值得关注与研究的新课题。对此，我们组织有关高等职业院校进行了多次探讨，并从中遴选出一些较为成熟的成果，组织编写了“银领工程”丛书。本丛书围绕培养符合社会主义市场经济和全面建设小康社会发展要求的“银领”人才的这一宗旨，结合最新的教改成果，反映了最新的职业教育工作思路和发展方向，有益于固化并更好地推广这些经验和成果，很值得广大高等职业院校借鉴。我们的这一想法和做法也得到了教育部领导的肯定，教育部副部长吴启迪专门为首批“银领工程”丛书提笔作序。

我社出版的高等职业教育各专业领域技能型紧缺人才培养培训工程系列教材也将陆续纳入“银领工程”丛书系列。

“银领工程”丛书适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用。

高等教育出版社

2004 年 9 月

前 言

我时常跟学生说，创意就像我们去潜泳，因为大海虽然美丽，但海底会有更多的奇珍异宝，创意的灵感也需要这样获得。我们现在就是在学习潜泳的技巧和本领，目的是获得亲自去海底寻宝的机会，这样，创意的灵感才会源源不断地涌现。视觉传达基础与应用，涵盖了视觉传达领域所需认识和了解的主要内容；通过对各章节的学习，我们可以不断地培养和掌握创意设计能力、创意审美能力、创意表现能力、实际动手能力和综合应用能力。

本书就视觉传达基础和应用所涉及的内容来展开，包括创意图形、创意字体、创意版式、包装创意、广告创意、展示创意、VI创意、视觉传达创意案例赏析等。本书前三章为视觉传达创意基础设计，第四、五、六、七章为具体的创意设计与应用。另外每章都有明确的教学目标、授课内容、评分标准、参考课时，同时备有课题与作业及考核要求。全书以大量的实际案例贯穿于每个章节，图文并茂。各章涵盖必备的知识点，并对基本概念和理论进行归纳，注重创意能力的开发，强调基础为设计服务，理论与实践并重。全书通过对实际案例进行详尽的剖析和讲解，使学生较容易地了解设计创意的程序及过程，使学习更贴近实际。全书参考讲课时数为每章4学时，共8章32学时。通过系统地学习，学生可较快地掌握视觉传达设计所包含的内容，并能做到基础设计与专业设计快速地融会贯通，提高创意能力。本书既可作为院校艺术设计专业学生教材，也可作为从事视觉传达设计专业人员的参考用书。

本书是基于作者对现代视觉传达领域的现状的认识，并结合自身多年来教学和实践的感受整理完成的。作为教材，书中案例得到了厦门契合展览服务有限公司的支持，书中引用部分厦门理工学院学生在全国性大赛上的获奖作品，还援引了部分广告案例，在此一并深表谢意。最后，特别感谢厦门大学朱健强教授对本书进行了审阅，并提出宝贵的意见，使本书内容更加完善。在编写过程中虽尽了最大的努力，但水平有限，书中难免有不尽如人意之处，恳请同行批评指正。

作 者

2005年12月

目 录

第一章 创意图形	1	第六节 包装创意评价	61
第一节 创意图形概述	2	第五章 广告创意	62
第二节 创意图形思维	2	第一节 广告创意概述	63
第三节 创意图形表现	7	第二节 广告创意表现	64
第四节 创意图形运用	13	第三节 广告创意案例	65
第二章 创意字体	16	第四节 公益广告创意	68
第一节 字体的演化	17	第五节 广告创意评价	71
第二节 汉字基础字体	22	第六章 展示创意	73
第三节 拉丁字体造型	25	第一节 展示创意概述	74
第四节 创意字体原则	26	第二节 展示创意意义	75
第五节 创意字体方法	26	第三节 展示创意设计的分类	75
第六节 创意字体表现	27	第四节 展示创意的表现	79
第七节 创意字体应用	31	第五节 展示创意案例	97
第三章 创意版式	37	第七章 VI 创意	108
第一节 创意版式概述	38	第一节 VI 创意概述	109
第二节 创意版式要素	38	第二节 VI 创意流程	111
第三节 创意版式原则	41	第三节 VI 创意表现	112
第四节 创意版式视觉流程	43	第四节 VI 创意实施	120
第五节 创意版式表现及类型	44	第五节 VI 创意案例	120
第六节 创意版式直邮广告 (DM)	47	第八章 视觉传达创意案例赏析	133
第四章 包装创意	52	第一节 策划创意设计	134
第一节 包装创意概述	53	第二节 创意案例	135
第二节 包装创意途径	54	参考文献	162
第三节 包装创意案例	55		
第四节 包装创意表现	56		
第五节 包装创意程序	60		

第一章

创意图形

教 学 设 计

先修课程及内容	课题与作业
专业基础课、平面设计基础、色彩设计基础、立体设计基础	1. 图形的循环联想,分别对圆、三角、方进行循环联想,中间联想图形不少于10个
教 学 目 标	2. 以帽子、伞、手帕、鞋、笔等为形象的开始,并以此形象为结束,中间联想图形不少于10个
通过本单元课程的学习,培养学生的思维想象能力,以及对事物的发现、感受和表现能力。掌握图形创意的基本特征和形式方法,以及形和意的相互作用关系。能够创作出新颖独特、有趣味和寓意的图形设计作品,更好、更轻松地胜任各类视觉传达设计工作	3. 以羽毛球、扫把、拖把等为特定元素,做视觉想象,想象图形不少于10个
讲 授 内 容	4. 利用图形同构、双形同构手法,使构成的图形有寓意、幽默,富有内涵。数量不少于10个
第一节 创意图形概述 0.5 学时	5. 图形变像:子弹变成橄榄叶;梅花鹿变成树;T字母变成衣服;等等。中间变像图形不少于3个
第二节 创意图形思维 1 学时	6. 图形的元素替代,形与意变化,利用文字与形的元素替代;利用形与形的元素替代。各作2-3个图形
第三节 创意图形表现 2 学时	作业尺寸:图幅以A4纸为准
第四节 创意图形运用 0.5 学时	
评 分 标 准	课 程 考 核
创意设计 50%	实行随堂作业考核,学生按教学要求呈交课堂作业,并由任课教师随堂讲评。教师结合学生平时作业,评定本单元课程成绩
设计表现(综合效果) 50%	

第一节 创意图形概述

爱因斯坦曾经说过：“想象力比知识更重要，因为知识是有限的，而想象力概括着世界上的一切，推动着进步，并且是知识进化的源泉。”通过想象我们可以创造世界。依靠想象力人类制造出的手机实现了神话故事中的“顺风耳”，我们可以听到千里之外的声音；电视实现了神话故事中的“千里眼”，我们可以看到世界各地；飞船实现了神话故事中的“嫦娥奔月”，人类走进了太空。设计创造的想象之源主要从三方面获取：其一，历史；其二，现实生活；其三，其他艺术门类。

何为创意图形？创意是一种创造性行为，必须“创”而有“意”；图形是一种说明性的视觉符号，是视觉语言形式；创意图形是把独创的思维意念转化为可以用来交流和传播的视觉形式，通过线条、形状和色彩等可视性的设计表现来传达具有创造性的思维。

图形语言是大众传播活动的主要手段之一，它以超越地域、超越时空的语言方式，给人们提供了交流上的便利。图形语言正逐渐成为世界信息交流的主要形式。

在视觉传达设计中，画面的图形非常重要，它是传递信息的载体，因此图形的可识别性、准确性、独特性、理解性是成功的关键。创意图形的过程，是进行创造性思维的视觉形象的运用过程，而视觉形象的产生取决于联想和想象。联想是通向想象的桥梁，又是飞向想象的翅膀。

图形的联想与想象是以生活中常见的、简单而普通的元素为对象，根据各人不同的视角、理解、感受、兴趣，结合生活中的一些现象或对某些问题的思考、看法等，展开联想与想象，赋予这些元素以特定的内涵或形式的趣味性。由此可见，联想与想象是创造性思维的源泉。

图形的联想与想象，目的是创造出一种新颖的、与众不同的方式来表达图形的概念。图形设计不是对可观物象的简单模仿和再现，而是一个极富想象力的再创造过程。图形新颖独特的意念源于对事物全新的发现，只有发现事物中新的含义，才能打破恒常性，化平淡为神奇，才能找到表现事物的切入点和独创的表现方法，创造出与自然现实相悖的、使人意想不到的、具有艺术感染力和视觉冲击力的形象。

第二节 创意图形思维

一、图形的联想

联想是由一个事物推想到另一个事物的心理过程。由当前的事物回忆起相关的事物，或由想起的一件事情又想到另一件事情，都是联想。客观事物总是相互联系的，具有各种不同联系的事物反映在脑中，可以形成各种不同的联想。图形可通过象征、相近、类似、因果、对比等联想来实现。

1. 象征联想

表达思想是抽象的，以特定意义的具体形象来表达：橄榄枝与和平鸽象征和平。

2. 相近联想

由在时间和空间上相接近的事物而形成的联想：由大海联想到浪花。

3. 类似联想

由具有相似特点的事物形成的联想：“西瓜肚”具有类似圆的特征。

4. 对比联想

由具有对立关系的事物形成的联想：开裂的土地联想到水资源短缺的结果；热与冷、火与冰、白天与黑夜是相反的对比联想。

联想的目的是把各种有关的形象要素联系起来，通过想象找到形象之间的内在联系，即学会一种思

考，把一些表面看上去毫不相干的事物，通过一条创意线将它们串起来，并赋予本质上的联系。

5. 循环联想

循环联想注重图形联想方式的改变。这种联想的过程有的是形似、有的是意联，可以说是从感性到理性，全面和立体的。图 1-1 中分别对圆、三角、方进行循环联想，相信不同的人会得出各种不同的循环联想图形，因为这是以发散式的、立体的、非线性的思维方式为主的图形化的过程。

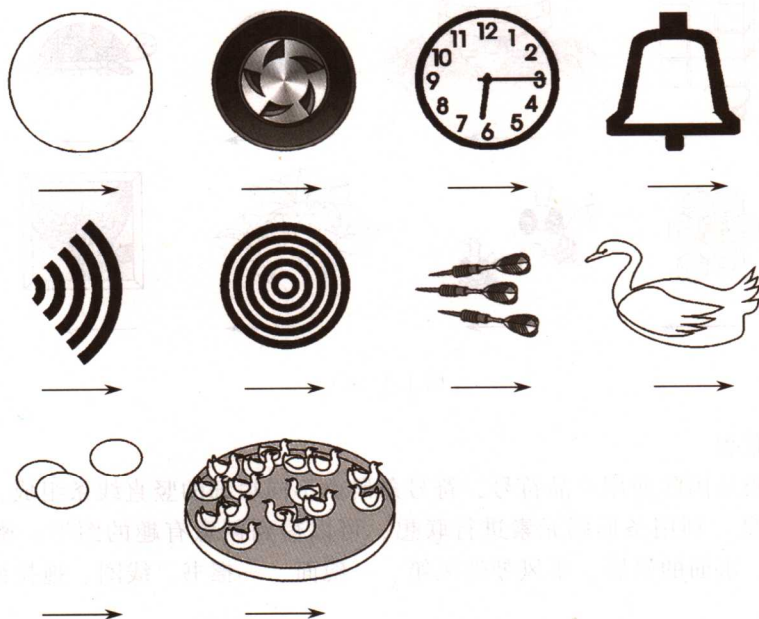


图 1-1 (A)

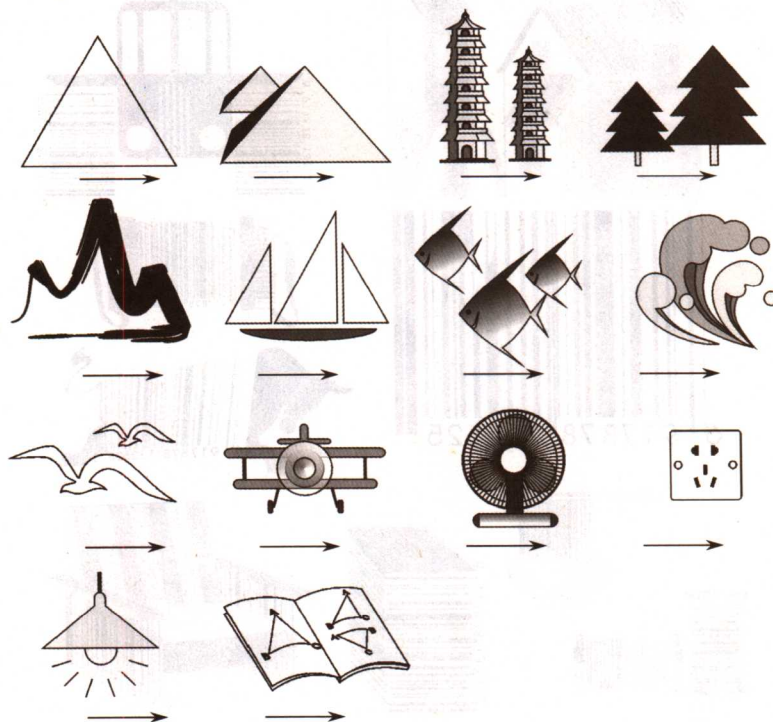


图 1-1 (B)

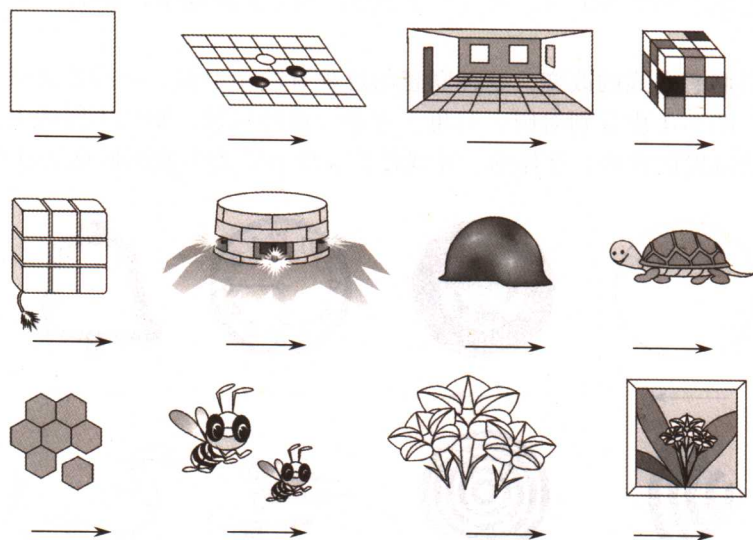


图 1-1 (C)

6. 利用特定元素联想

图 1-2 中的条形码是国际通用产品符号, 符号条码由不同粗细的竖直线条组成, 下方有 13 位数字, 其数字代表了多种信息。利用条形码元素进行联想, 可以得到创意有趣的图形。密集的直线就是一个面, 可以联想到黛瓦、水面的倒影、手风琴的风箱、一碗面、一摞书、线圈、拖拉机的履带、奔跑的牦牛、沙发椅等。



图 1-2

7. 同一限定形联想

同一限定形联想是在自然界和生活中寻找与限定形有关联的形象要素，构成与原形有关，但本质不同的图形。图 1-3 中所描绘的光盘图形，已不是普通意义的光盘图形，而是与光盘中间的小圆洞有关的图形。例如：酒瓶的瓶口；六角形铅笔，放铅芯的洞；枪口；眼睛上有个洞，望眼欲穿；螺母的洞口；张开嘴叫的小狗；台风的风眼；一大杯可乐中的吸管的洞；以及从方到小圆孔的矛盾空间，七辆小轿车，哪个能开出隧道。



图 1-3

二、图形的想象

想象是在原有感性形象的基础上创造出新形象的心理过程；是对已经知觉、记忆的材料进行分析与综合加工，创造出未曾知觉过的甚至是未曾存在过的事物形象的心理过程。图形的创意需靠想象来实现，具体方法如下：

1. 特定图形的想象

特定图形的想象可以是特有形象的想象，色彩的想象，材质的想象，功能的想象，用途的想象，环境的想象，等等。如有关“心”的图形想象，爱心、热心、跳动的心、心灵之窗、放飞心灵等。又如图 1-4 关于“人·书·屋”的想象，用形象反映人、书、屋三者之间的关系，把宋体字“人”立体化，就是“书”，书的封面就是“屋”顶。想象能把立体图形变成平面的，也可以把平面图形变成立体的。

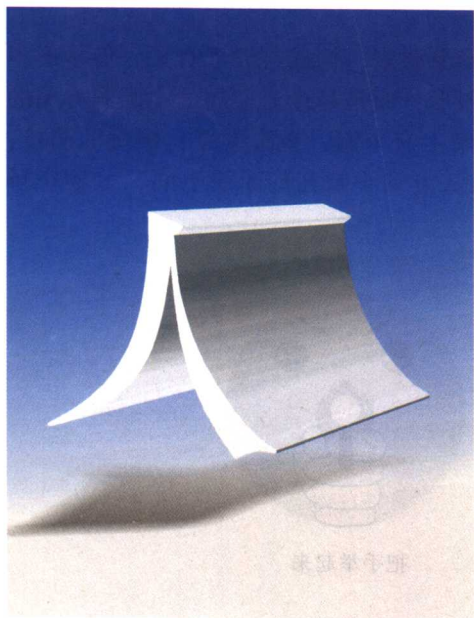


图 1-4

如图 1-5 “井、井盖与梯子的故事”就是平面与立体的转换故事。井盖发出声音，井盖打开了，原来是梯子要上来。此时可以看出井是有深度的，能容得下一架梯子。梯子从井里上来后，把井和井盖放在上面，抬着它们走，这其中有两个变化，井变成平面，井和井盖从平面变成立体球形，此时又出现新情况，“井”与“井盖”先后腾空而起，并且其中一个还发着光，另一个朝着它的面也被照亮了，梯子只能站立在原地望洋兴叹。

2. 图形的变化

利用装饰夸张变形的手法，将需要的原型夸大，将不需要的部分简约，以实现新形象的特定目标。

3. 图形的错位

把看似放错位的图形相连接，从“错到家”到“错到佳”。在错中得到最佳的创意，人的身上安装开着水的龙头，放在身后就成了急性肠胃炎腹泻；安装在脑袋上，则象征思路打开；安装在鼻子部位，那是清水鼻涕直流，感

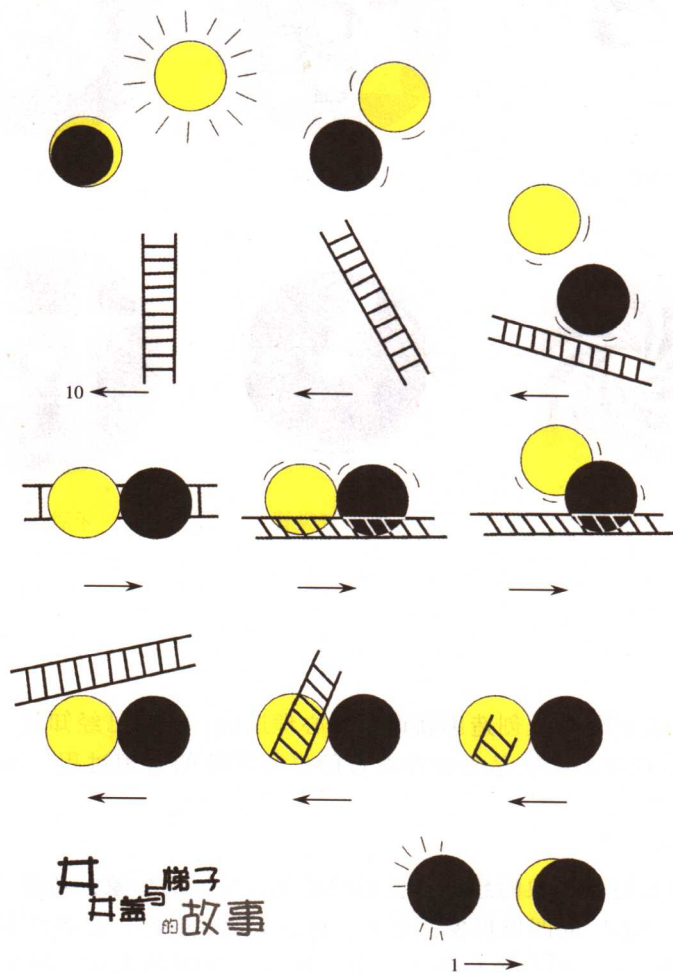


图 1-5

冒了。

冈特·兰堡是德国的一位有影响的优秀设计教育家，下面的招贴是他为一家出版商所作的系列招贴中的三幅：如图1-6所示，一本好书就像明媚的阳光，它可以透过心灵之窗投射在心底；如图1-7所示，一本好书就像人生的指路明灯；如图1-8所示，一本好书就像一扇通向知识宝库的大门。他的作品用视觉语言说话，强调视觉功能，善于用最简单的视觉语言表达最深刻的内涵。设计中需要通过想象找出那些在表面上看似独立的，而内在的本质又是彼此相互联系的形象；还需要选择最具代表性、寓意最贴切的全新的视觉形象。



图 1-6

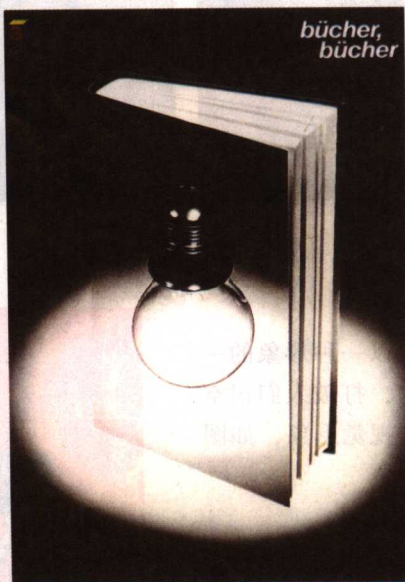


图 1-7



图 1-8

第三节 创意图形表现

一、图形的同构

把两个或两个以上具有外形相似和内在结构相似的图形，按照一定的逻辑和内在联系进行相互重合，形成一个新形象，这称为异质同构或叫重像。它是现实与幻想、真实与虚构的结合体，图形同构是以想象为基础的创意图形，表面上看来毫不相干的事物，只要抓住它们之间的相似特征，按照一定的构想去创造，就可以创造独特的视觉语言，并表达寓意深刻的主题。如图1-9所示就是同构设计在实际中的应用：某大型灯会上设计制作的一条巨龙，就选择了非常有创意的光盘作为鳞片。正常来看，光盘的用途是刻录存储文件，由于其材质的光泽性，与鳞片有相似的特征，所以选用这一独特材料制作了富有特色的“光盘龙”彩灯。另外，利用光盘创意设计的东西还有许多，如“光盘巧克力”包装设计，光盘形式的产品说明书，等等。图形同构可以达到创意深刻，所反映的主题将会意味无穷。

1. 图形在相似意义或心理感受上的同构

利用含意之间的相似性，以某一事物的形象联想比喻其他事物，以获得心理和认识经验上的一致，表现出主题的内涵和深度。蜡烛的形象特征就是燃烧自己，照亮别人。有一种职业的特征很像蜡烛，那就是教师。另外，儿童是花朵，教师是园丁都属于这一类。



图 1-9

2. 图形在相似形上的同构

利用形与形之间结构的相似性，以一种形象的一部分替换另一种形象来进行形的同构，打破人们司空见惯的事物，表现出奇特的、新颖的视觉形象，如图 1-10 所示的机械螳螂。

3. 图形在综合形态上的同构

利用形与形之间结构的相似性和含意的相似性进行综合同构，不仅在视觉上可以造成强有力的冲击，而且在心理上会引起观者强烈的共鸣，有利于揭示事物的本质特征。

图 1-11 是一个创意图形的命题——“酒杯”，这需要对命题进行创意思考，从司空见惯的生活用具中，寻找和发现新的内容，从而创造出具有个性和魅力的图形。我国是酒文化大国，是世界上最早酿酒的国家之一，无论是喜庆的婚礼、新朋老友相聚，还是开业大吉、庆功会、佳节团圆、生意场上等，都少不了举起酒杯，这其中都蕴涵了丰富的内容。通过创意图形，酒杯中可以看到许多情节：美酒是眼睛，从中能看到人生百态；美酒是女人；美酒是漩涡；美酒是陷阱；美酒是一张一捅就破的纸；美酒是迷宫；美酒是山涧的溪水，需要慢慢品尝；美酒是一对新人；美酒是鲜花；美酒是小广播，酒后吐真言；等等。



图 1-10

如图 1-12 所示的“精神食粮”，把汉堡里夹着的香辣鸡肉变成书籍和 MP3 等，以获得人们的心理和认识经验上的一致，这里面都是精神食粮，形成异质同构。

如图 1-13 所示，海报“我们本是一家人”以反对台独，维护统一为主题，设计采用邮票四方连的表现形式，通过相似形的联想，用鸡下水（搞台独）“危险！”；匾子里的小鸡召唤着迷途的小鸡，“回来吧！”；当小鸡回到母亲的怀抱时，“真温暖！”；在一个中国的旗帜下，“一起走！”才能有光明的前程来表现主题思想。四幅画面都用地理位置图与母鸡、小鸡、匾子等形象构成重像，用拟人的手法反映主题。



图 1-11



图 1-12



图 1-13

以“A+B+C=D”的方式实现总体构思中所需要的诸多元素的联结目的。如图1-14所示,鼓形加猫头鹰、蝶形,再加叶形,就同构了一个独特的面具形象。



图 1-14

二、图形的变像

变像是指按照一定的目标,利用形的相似性特征,逐步把一种形象变化成另一种形象的渐变过程。变像在于过程的意义,如图1-15所示,“和平统一”是一幅反映澳门回归的海报——一只和平鸽嘴里衔着一枝橄榄枝,一直渐变到澳门特别行政区的区徽。这是一个变像的过程,利用象征性的联想,寓意“和平统一”的主题。



图 1-15

如图1-16所示,绳与蛇之间有着某种联系——“一朝被蛇咬,十年怕井绳”。由相似和接近触发的联想使想象力完成“A→B”的渐变过程;图中另一设计是人们日常生活用具伞与蝙蝠,看上去毫不相干的两个事物,只要去发现,还是能寻找到共同点的,伞的边沿与蝙蝠翅膀的边沿有相似之处。手的剪影与和平鸽、乌龟与小轿车、风景画与人头像等均可以发现某种内在联系。成语故事中还有许多触发想象的成语,如杯弓蛇影等。

三、图形的正负形

正负形在设计中的应用,也就是正形与负形相互借用,互补、共生、共存,在一种线形中隐含着两种各自不同的含义。这种图形因视觉着力点的不同,会出现不同的意象画面,如图1-17所示,“亲情树”就是利用正负形设计的一棵树,弯曲变化的树杆和关键部位的叶茎,让人很快看出母亲亲子画面。如图1-18所示,“书展”利用图底反转的双重意向空间关系体现主题:画面是一摞摞堆放的书,从书的空隙中可以看到一人正在从书架上取出一本书,反映了在

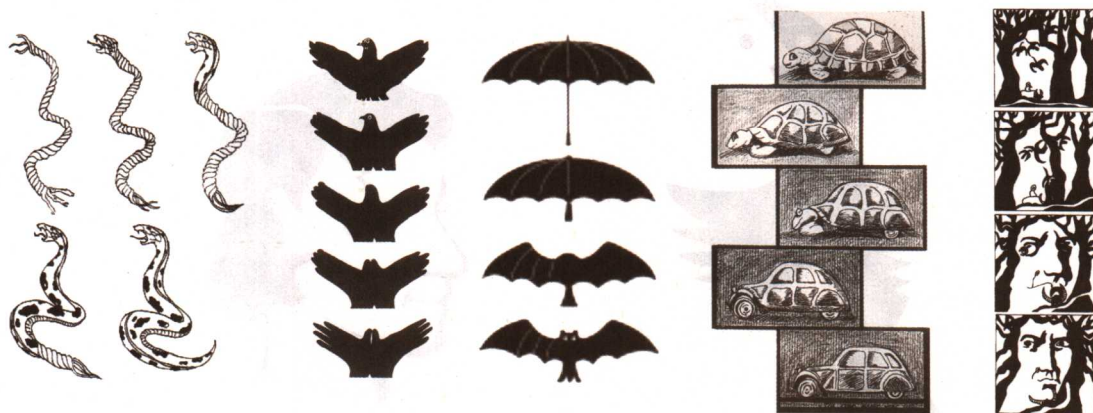


图 1-16



图 1-17

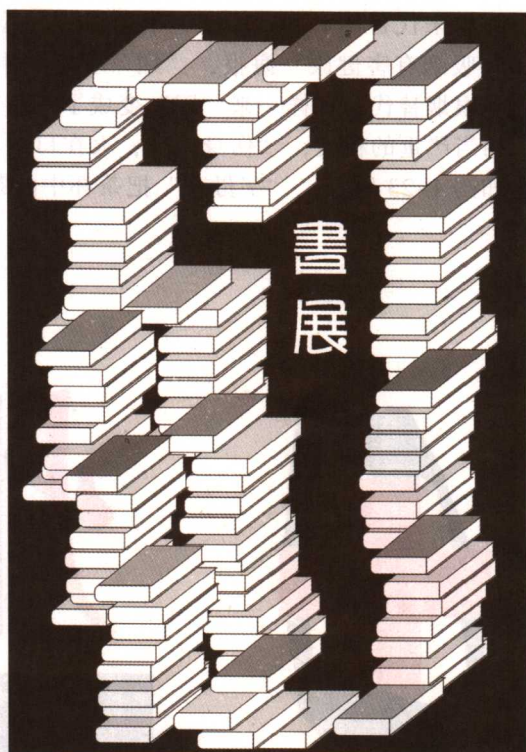


图 1-18

书展上，人在书中，书在人中的情景。如图 1-19 所示，“人鸟图”的图与底相互映衬，互为隐匿，给图形留下了更多想象的空间，人抱着鸟，鸟依着人。再看图 1-20 所示的“头像”，仔细观察一下，就会发现头像里面另有一幅母亲亲子图：母亲怀抱着孩子，正在亲吻着他，当图形能以独特的表现形式出现时，必将产生很强的注目效果。

四、图形的元素替代

元素替代是以想象为基础，利用形象之间的相似性并按照一定需要，在保持原形象基本形的基础上，将原形象中的某个局部，用相似形取代，从而使形象产生新的创意，赋予新的内涵。如图 1-21 所