

创意纸品设计

PAPER GRAPHICS

[美] 凯瑟琳·M·费舍尔 著 王毅 译

上海人民美術出版社

CATHARINE FISHEL

图书在版编目(CIP)数据

创意纸品设计/(美)费舍尔著;王毅译. —上海:
上海人民美术出版社, 2003.8

书名原文: Paper Graphics

ISBN 7-5322-3619-6

I.创... II.①费...②王... III.平面设计—作品
集—世界—现代 IV.J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第056471号

Copyright © 2001 by Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copy right owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by producer, publisher, or printer for any infringement of copyright or otherwise, arising from the contents of this publication. Every effort has been made to ensure that credits accurately comply with information supplied.
本书经美国Rockport出版公司授权,由上海人民美术出版社独家出版。未经许可,不得翻印。

合同登记号: 图字: 09-2003-218号

创意纸品设计

著者: [美]凯瑟琳·M·费舍尔

译者: 王毅

责任编辑: 姚宏翔

出版发行: 上海人民美术出版社
(上海长乐路672弄33号)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 广东博罗圆洲勤达印务有限公司

开 本: 960×640 1/8 印张24

版 次: 2003年8月第1版

印 次: 2003年8月第1次

印 数: 0001-4000

书 号: ISBN7-5322-3619-6/J·3364

定 价: 89.00元



创意纸品设计

[美] 凯瑟琳·M·费舍尔 著
王 毅 译

北方工业大学图书馆



00576315

SA265/2

上海人民美術出版社

目录

4	引言
8	功能性纸品设计
38	空间性纸品设计
64	朴素纸品设计
84	剪纸纸品设计
110	再生纸纸品设计
128	印刷纸品设计
156	混合媒介纸品设计
172	纸品色彩设计
190	纸品设计商地址录

导言

1995年，当《印刷的终结》一书出版后，它在平面造型设计界引起了一阵小小的神经紧张。尽管绝大多数人对它那种离经叛道的理论嗤之以鼻，然而它也使许多设计师感受到了小小的辩护。

几乎就在同时，一场接一场的研讨会在你鼻子下面召开了，还有那些洋洋洒洒的关于为什么印刷没有终结的讨论会。在商业性的出版物中，在互联网上，在教室里，人们到处都在讨论印刷平面造型艺术，讨论用纸更经济、时间更节省、更为环保的纸品设计，这样也就在寻找更多的方法来大大减少纸的用量。

纸品设计师们做出了反应，体现在信封、信笺、名片、产品介绍册、包装等等之上。关于印刷和纸张死亡的预告显然是无稽之谈，发展趋势会更加证明这一点。

当然，无纸社会的预告——而这些宣告绝大部分是用纸来向世界告知的，具有讽刺意味地被证明是没有根据的，而这在很大程度上正是因为纸品设计师们的崛起。对于纸品设计师们来说，纸就如同水、火、土以及空气一样，是自然世界中的一种元素。电脑内不打印出来的那种设计正在兴高采烈地走自己的路，几乎发展成了一种全新的行当，它与印刷设计有着联系但又界线分明。

然而，《印刷的终结》一书中那些警告性的质疑，也使得许多纸品设计师们来重新审视纸——这个以前他们一直理所当然视作一种信息简单载体的工具。现在的情况会令人想起一个故事：一个人很后悔失去了一条手臂，这倒不是因为受伤本身，而是他现在认识到，他那失去的手指和拇指，不仅能够用来干一些平凡之事，比如把饭送到嘴边，而且还能用来拉大提琴、画画、以及做其他无计其数的美妙之事。这样说吧，此书使得纸品设计师们现在有了第二次机会，重新认识他们的手还能干些什么。

于是，也出现了百花齐放的纸的种类，纸的生产者们和印刷者们高兴地加入了这场行动。只要纸品设计师们能够想像得到，他们就能够而且也会生产出来。形成了一个相互促进的循环：设计师呼唤要有得到改进的更好纸张，生产者则提供出数以百计的新品种，印刷者也学会了与新的纸张打交道；新的纸品在印刷技术上的成功，那些精美绝伦的各色纸张，又进一步刺激了设计师继续去创造更令人难以置信的纸平面造型设计艺术；生产者则继续调整自己的产品，提供着更多色彩、厚薄份量更为多样的纸张，这种循环就这样一直走下去。

所以，本书其实是可以增加篇幅的。它不是一种历史总结性的编辑，对一些以前的引起人们极大注意的设计并没有收进来，相反，它是当下纸品设计创造性的即时捕捉。

本书中的设计作品可以分成三个主要的部分：基于某种理念的设计，追求美感的设计和强调表现的设计。

* 基于某种理念的设计正在替换那些流行的惯例。比如，一份提供给财务总监的报告，就可以设计成类似于《华尔街》期刊的版式。即使一张纸的内容也可以显示设计者的某种信息，例如，非木浆原料纸，对于环保意识鲜明的项目来说，就是特别适宜的。

* 追求美感的设计用颜色来唤醒眼睛，给手指以特别的触感，甚至让鼻子闻到了香味。本书中有一件高尔夫球道介绍小册子的设计，印刷它的纸是用高尔夫球道修剪下来的草制成的，在激光印刷机的热度中，纸会散发类似于新鲜草坪的气息。

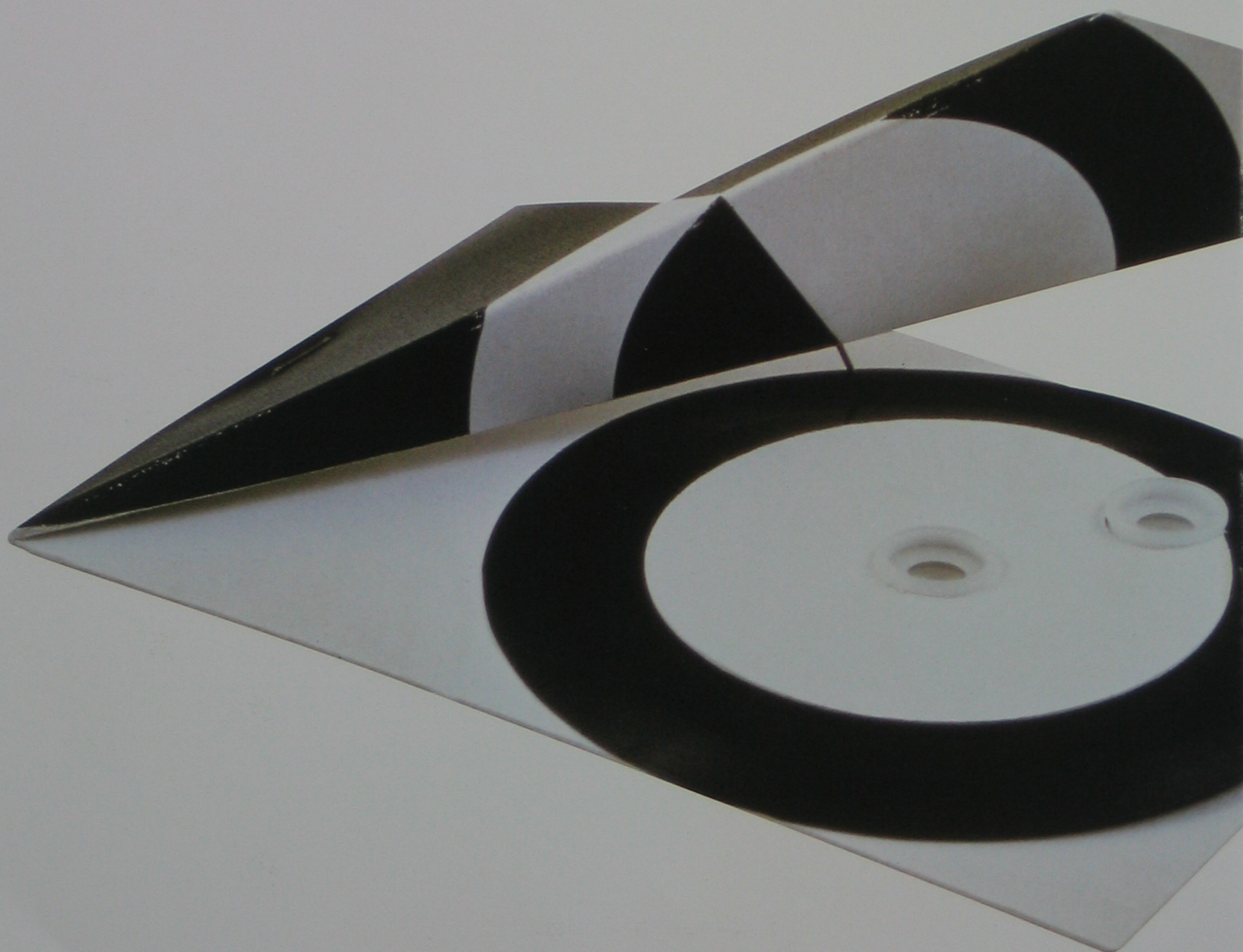
* 当设计师试图在纸上做出浮雕、剪开线、折叠、热印、凸版、雕刻或者是其他特殊效果时，表现就是他们设计时的重要考虑了。这样的纸品必须既美观又有足够的坚韧度。

在一种阴沉的（或者说愉快的？）厄运预告中，《印刷的终结》无意之中也是给印刷设计——纸平面造型设计一种推进，它尚不知道这种推进自己其实是很需要的。今天，那些有思想的、真正有创造性的纸品设计师们，已经认识到，

纸决不仅仅只是一种简单的信息载体，它本身就是信息的一部分。如同自然世界中的其他元素一样，纸的使用也必须是聪明的、有效的。纸就像大地一样珍贵，许多东西都由此而生长；也如同水、火和空气，都起着随物赋形的作用。

凯瑟琳·M·费舍尔

功能性纸品设计



一个盛中国快餐的纸盒子，一个仔细折叠的纸飞机，雨意的夜晚中一个闪亮的纸灯罩，这些都是功能性纸品设计的日常例证。

把桌子上一张静趴在那里的纸，变成一件有用的纸品，这样的能力要求着一种独特的灵巧和创造。对纸进行折叠、剪切、固定以及其他特别的处理，纸品设计师们把这些视为自己必须接受的挑战，直到这张纸去做那个它从来没想到过要做的事。

看一看这一部分中的一些例证：斯蒂芬·萨格梅斯特的留声机邮件，或者是亨德森·泰纳艺术公司的镜像式年度预测，它们都把纸从信息的载体变成了信息本身。这真是一种魔术般的技艺。

比起其他任何人来，纸品设计师们更懂得纸是一种完美的建筑材料。它分量轻而坚韧，价钱便宜，容易得到，在颜色、大小、纹理和重量方面具有无限的灵活性。幸或不幸，纸到处都是，可以任意使用；一件功能性的纸品在完成它的任务后，就可以抛弃，腾出地方来进行更新、更有创意的设计。

在一个标准和方法都日新月异的世界里，本书这一部分中收集的这些纸品之所以是成功的，就因为它们能使观赏者停留下来。得到这类纸品的人会感知到它所传递的信息，事实上，有着某种东西使得他不忍心扔掉它，——它看起来太像一件礼物了。

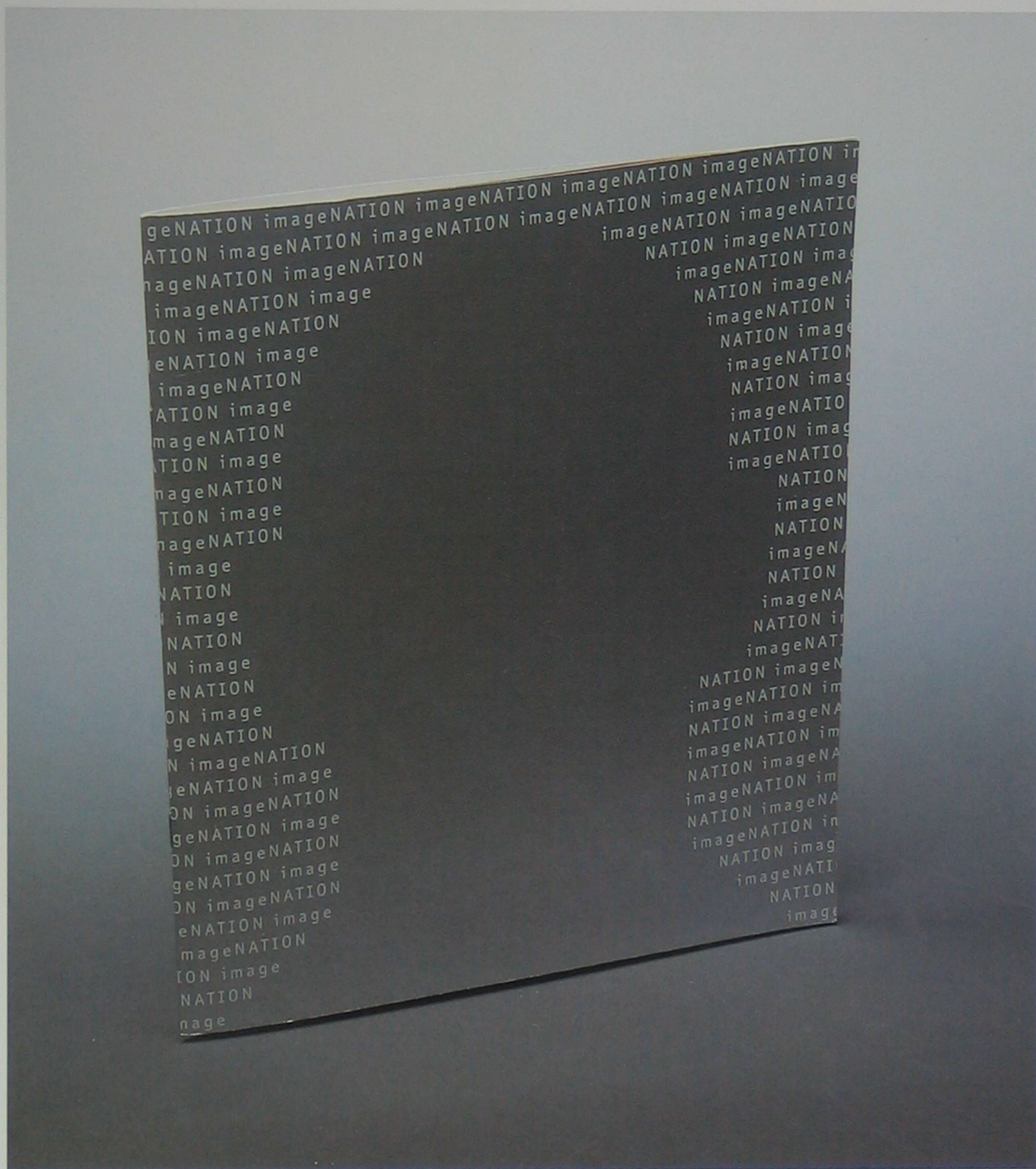
萨格梅斯特公司的留声机邮件(P13)

纸张：纸板

设计公司 阿格钮和科里根广告公司
 艺术指导 朱利·施密特
 设计 米歇尔·道格拉斯
 插图 菲力普·多夫罗克
 制作 沃德·莱肖
 印刷 白橡树印刷公司
 纸张 普勒特罗社新蓝点80 1b封面纸



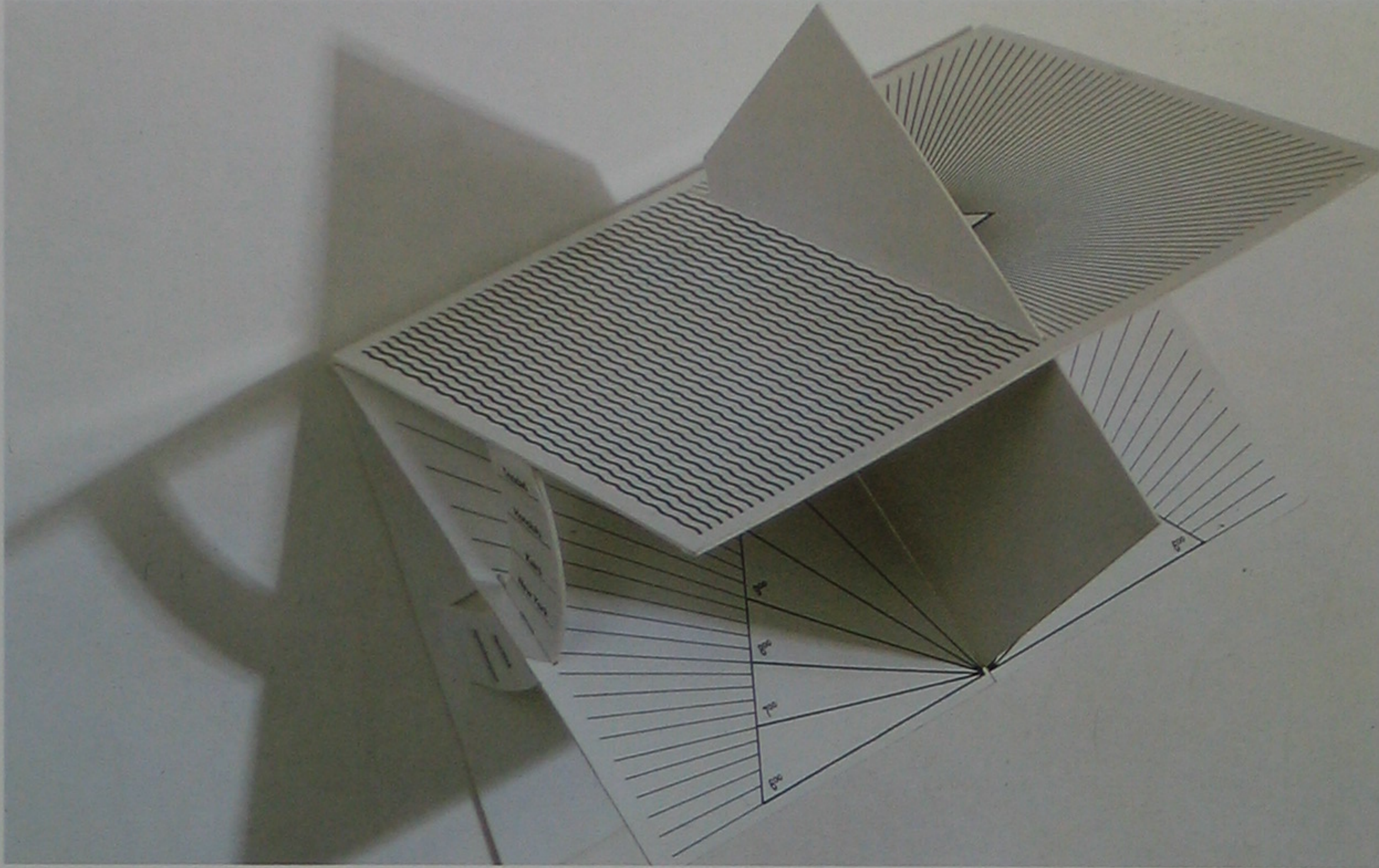
阿格钮和科里根广告公司的“脸对脸”自我推介 | 这件自我推介纸品显示的是一家广告代理商和公共关系公司把两种力量结合在一起，作为一个平面形象，它是随着一本股票说明书附送的。把脸分开的设计，带来了这件纸品的艺术活力。当它合上时，它看起来就是右边的这个样子：两张脸闭锁在一起，寄信者的信息被遮挡住了。打开后，信息就在因打开而增加的背景 / 信息区内展现了，脸部边缘的剪开线，使得这件纸品可以平铺开。



亨德森·泰纳艺术公司
 特洛伊·泰纳、海伊·亨德森
 道格·格林斯达夫、阿门达·洛夫、特洛伊·泰纳
 设计公司
 艺术设计
 印刷
 纸张
 哈切森·阿拉古德印制公司
 温德斯通聚脂薄膜

亨德森·泰纳艺术公司的镜像式年度预测 | “科恩粗斜纹棉布年度趋势发布”预测粗斜纹棉布的年度发展趋势，也包括斜纹布文化方面的预测，都与形象有关。这件纸品的设计者亨德森·泰纳艺术公司想到了这个反光的镜像式封面，它不仅会抓住人们的注意力，而且允许读者去把自身作为这个行为的一部分：白色铅字字母在反光的聚脂薄膜上创造出一个人头形，读者则提供了里面那张看得见的自己的脸。

萨格梅斯特公司的日晷邮件 | 在公园里的一次散步激发了斯蒂芬·萨格梅斯特的灵感，导致了这个不同寻常的自我推介用的纸品。在欣赏完了一个石头日晷后，他决定自己制作一个桌面大小的翻版。当他的制作变成明信片一般大小时，他就看出了它作为一个邮件的潜在价值。不涂层的牛皮纸粘贴在纸板上，提供了这个纸品的稳定性。它真的是在美国的任何地方都随处可见，收到它的人都喜欢它。在自己去过的那些办公室的桌子上，萨格梅斯特也看到了它。



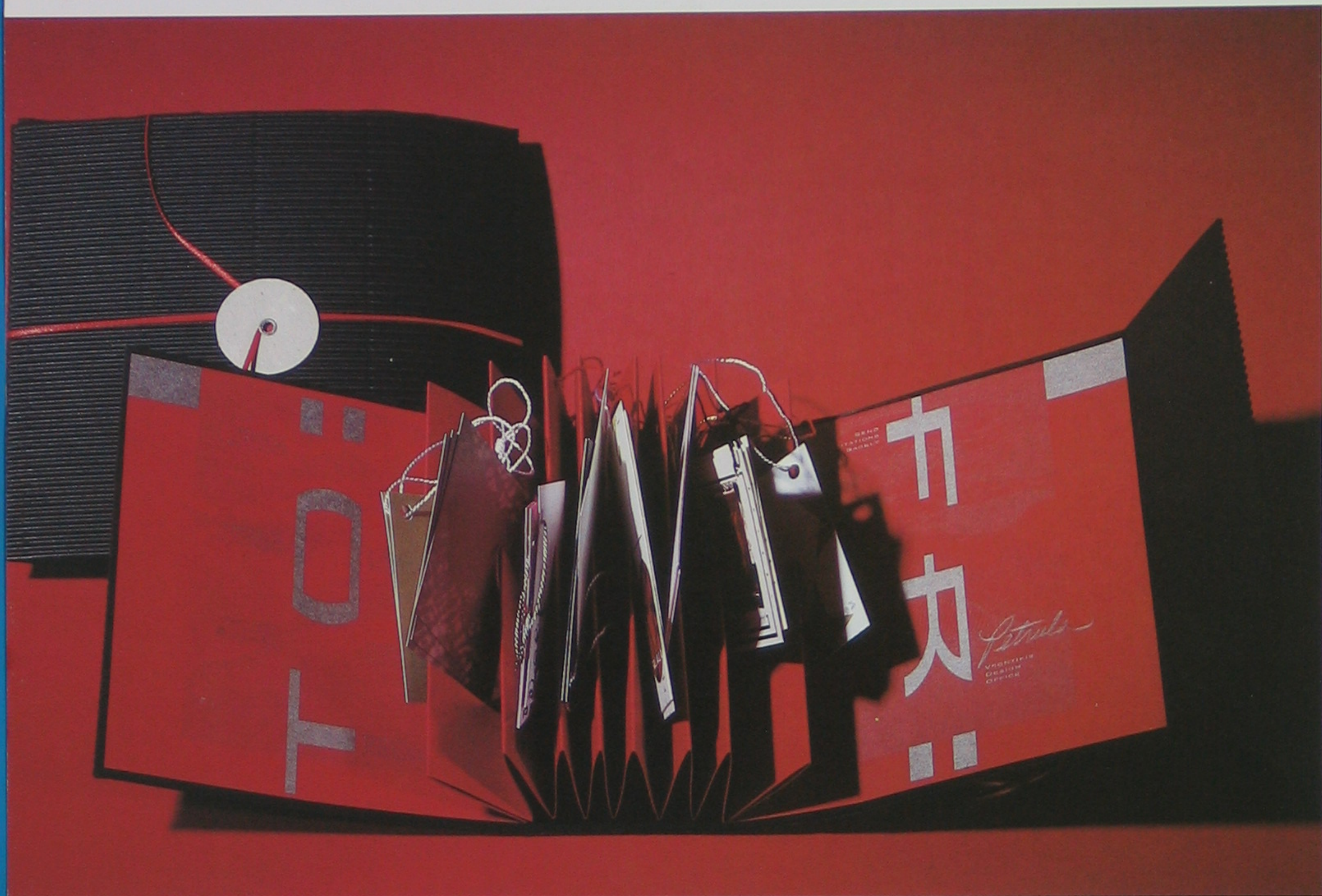
萨格梅斯特公司的留声机邮件 | 在为一位音乐工业的客户创造了一件留声机纸品作为节日邮件后，斯蒂芬·萨格梅斯特也为自己的办公室做了一件。一个孩子的物理课本为这个精巧的装置提供了基本样式和结构。这个自我推介的邮件是平的，收到的人把它装配起来。萨格梅斯特自己介绍公司业务的话录在了一个塑料唱片上，还有一个唱机上的针——实实在在的、一个笔直的针尖，再加上一个纸板做的喇叭。当客户用手转动这张塑料唱片时，他的声音就会被放出来。

设计公司
艺术指导
纸张
不等

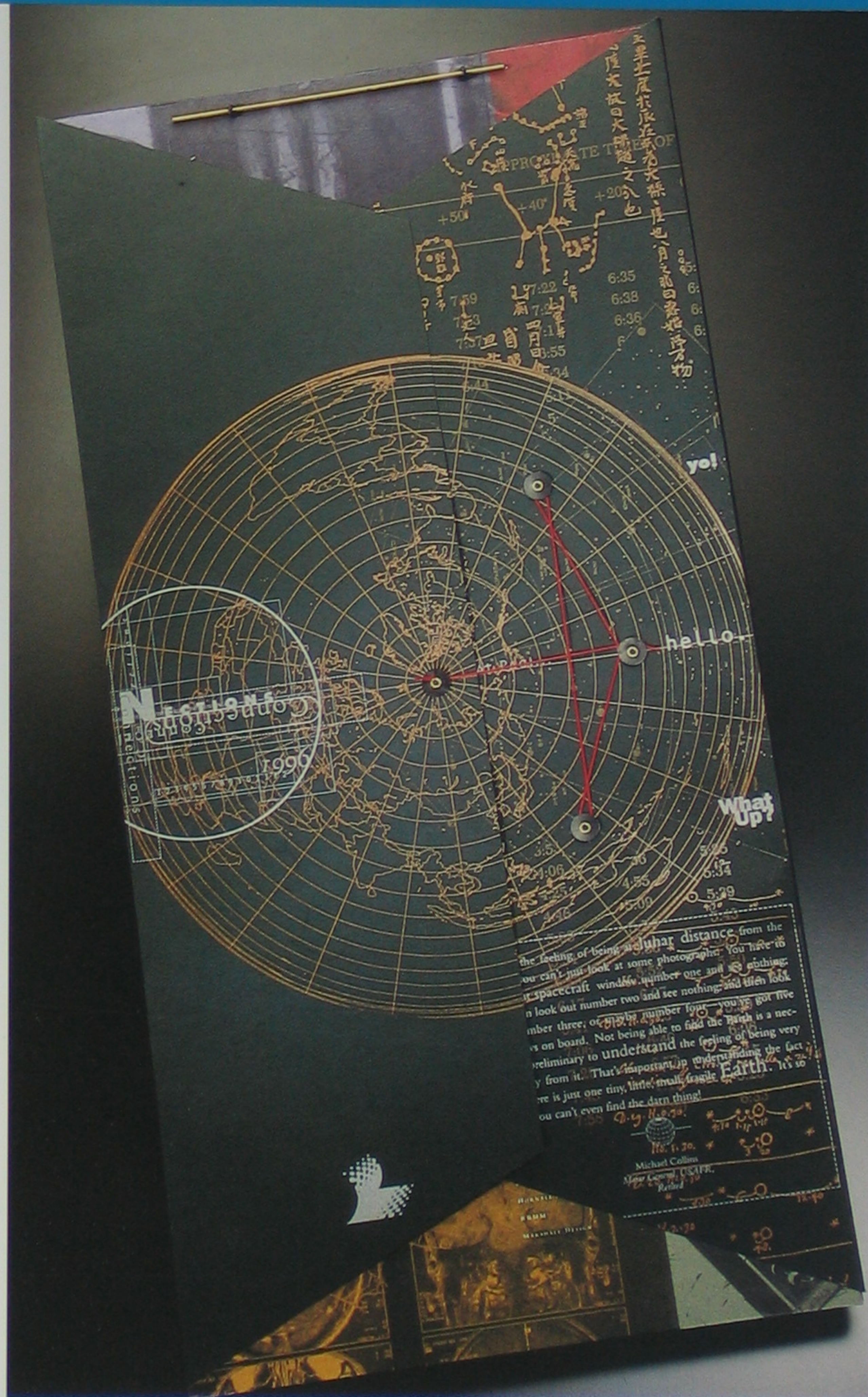
萨格梅斯特有限公司
斯蒂芬·萨格梅斯特



设计公司 沃罗悌克斯设计事务所
艺术指导 沃罗悌克斯设计事务所创作人员
纸张 狐狸河五彩纸



沃罗悌克斯设计事务所的礼品标签 | 沃罗悌克斯设计事务所充分利用了原来是扔掉的边角料，将其制成礼品标签，一年之中系在为客户制作的各种产品上（得到了对方的允许）。在主要设计尚未完成之前，这些标签就已提前制作完成。所以，只要出现一个“展示标签”自身的机会，这些准备好了的标签就可以派上用场。到了年末，这家设计事务所就有了一个各色标签的美妙礼品包来送给客户和朋友。



罗尼 / 洛宾罗设计集团 设计公司
 罗伯特·罗尼 设计
 丽丝制图印刷有限公司 印刷
 哈波卡狄根纸 纸张

FUNCTIONAL PAPER 15

罗尼 / 洛宾罗设计集团的扣眼日历 | 罗尼 / 洛宾罗设计集团为一家印刷公司和其他造纸公司制作了一套由5幅日历构成的自我推介的礼品系列，“联结”是其中的一幅。设计师的目的就是要绘图般地显示世界各个民族是联结在一起的，不仅仅是在地理上相连，并且因历史、艺术和文化而联结在一起。设计统筹罗伯特·罗尼坚信，我们因创造而联结在一起。常见的纸品扣眼，在这里不但起了通常的扣索作用，而且变成了隐喻性的联结者，将一个一个的点联结起来，暗示着运动和方向。