

戴枷锁的 设计

本书将告诉你这样一个秘密：
在时间、材料、资金受限时，
如何创造优秀的平面设计作品。

[美] 帕特·马特松·耐普著

上海人民美術出版社

戴枷锁的设计

DESIGNERS
IN HANDCUFFS





戴枷锁的 设计

本书将告诉你这样一个秘密：
在时间、材料、资金受限时，
如何创造优秀的平面设计作品。

[美] 帕特·马特松·耐普著

图书在版编目 (CIP) 数据

戴枷锁的设计/[美] 帕特·马特松·耐普著;

晓濛译; 一上海, 上海人民美术出版社: 2004.6

书名原文: Designers in Handcuffs

ISBN7-5322-3843-1

I. 戴… II. ①帕… ②晓… III. 艺术-设计

IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 009147 号

©2003 by Pat Matson Knapp

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copyright 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 F&W 出版公司授权, 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: 09-2004-009 号

致谢

真挚感谢:《How》设计出版公司的克萊尔·沃姆克的细心指导与敏锐眼力;编辑艾米·斯科尔的热忱工作和精彩创意;《How》杂志与网站的布林·莫斯、莎拉·莫顿及其他所有工作人员的支持与帮助;特里卡尔·希尔的电脑制作;丽莎·布尚南的创新设计。

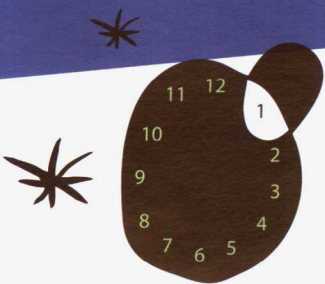
献辞

谨将此书真挚而热忱地献给每一位设计新星。

关于作者

帕特·马特松·耐普是美国辛辛那提州的一位作家与编辑,她以设计类选题为工作重心,并致力于研究设计对于商业及文化的作用。她曾担任过新闻记者,后来又分别成为《标志》(一本有关环境设计与公司标志设计的杂志)和《VM+SD》(一本有关视觉商业和店面设计的杂志)的编辑。她已经出版了大量设计类书籍,并于2001年出版了《公司标志设计——商业战略中的平面设计》一书。





1

时间限制

p. 10

赶上最后设计期限的技巧与提示



2

资金短缺

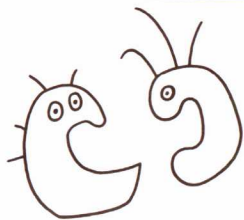
p. 44

解决预算问题的商业秘密



目 录





3

沟通障碍

p. 102

与客户、供应商和同事沟通的技巧



4

设计挑战

p. 146

现实世界中的设计解决方案



简介
章节目录
供稿作者

p. 8
p. 180
p. 184



简介

你有时是否感觉自己在设计时
戴着枷锁？

预算报告没有通过；日程安排再次令你苦恼；印刷遇上了麻烦；设计压力很大；客户说的话牛头不对马嘴。

当然，你能理解，以上困扰都可视作一种学习过程，种种障碍有助于提高你的设计能力，巨大的挑战能使你成为更出色的设计师。

但如果你不必举步维艰，如果有个年长的智者能帮你解开设计的枷锁，在你耳边低语商业的秘密，那么这一切岂不是很妙？

欢迎阅读此书，这本策略手册将针对绝大多数棘手的设计问题，为你提供唾手可得的实用解决方案。从Flash动画技巧到廉价而抢眼的印刷技术，你将在此书中发现大量的设计解决方案；你会找到优化创意的方法，并学会如何对付刁难的客户；你也会了解，经验丰富的设计师们如何处理与客户的关系并如何与之沟通，以便顺利完成设计项目。

作为一本快速阅读的参考图书，本书将解决设计的四种主要障碍：时间限制、资金短缺、沟通障碍与设计挑战。每一部分都备有索引，当你陷入困境时，能翻开索引，快速寻找解决方案。本书的每一页都会出现实用的案例、表格、提示或技巧，它们将打开设计的枷锁，使你的设计灵感自由释放出来。





“时间，从不为任何人停留。”

——杰弗里·乔叟，《一个职员的故事》

作为一名设计师，时间是你最珍贵的资源，而你却时常感到时间太紧。对绝大多数的专业设计师而言，抢夺时间是项关键任务；同时，最大限度地利用时间也是提高设计水平的重要技巧之一。

但无论你的工作效率有多高，一天也可能只有24小时。既然你无法使时间停留，那么最好的方法就是尽可能赶上时间。

本章节将为你提供大量节省时间的好点子，老练的设计师也将与你共享他们多年来总结的节省时间的捷径。从其概念（如何与客户共同安排可行的日程）到其本质（包括一些巧妙的软件应用的技巧），以下内容将为你提供所需的工具，以便你能赶上时间，为你的客户创作出最好的作品。





时间限制

赶上最后设计期限的技巧与提示



将不可能达到的时间期限 变成可行的日程安排

保持冷静，与你的客户共同商讨一个时间计划



如果你的客户向你提出一个不能完成的时间期限，请记住，你要做的第一件事情就是面对现实（千万不要感情用事）。通常，这个期限并非由你的客户所制订，不要忘记，你的目标是保持客户的愉快心情，继续你们之间的合作。

因此，最好的方法就是与你的客户保持紧密联系，共同确定一个时间计划。你要向他解释，即使满负荷工作也无法在指定时间内完成；你也要与他讨论，在这个时间框架中你能做些什么。客户将变得很现实：你无法在指定时间内完成这一项目，除非在工作质量上打折扣。

——朗达·科瑞，
科瑞设计公司，托本加，加利福尼亚州

“向不重要的设计任务 说‘不’！”

——鲍勃·巴佩斯，
巴佩斯联合设计公司，奥克帕克，伊利诺伊州

设置时间关卡， 减少客户抱怨

增强客户的责任心能扫除设计过程中的障碍

如果你在项目刚开始时便设定项目日程表，你就能从总体上把握所有重要期限：初步设计、修改成型、印刷、运输、交付等各个日期。将日程表打印出来，让客户在上面签字。这样，客户就有责任向你及时提供项目建议及所需材料。如果日程安排尚不合理，就重新修订日程表后再让客户签字。耐心完成这项工作将使每一个项目都能顺利进行。

——佩列格·托普，
托普设计工作室，托卢卡湖，加利福尼亚州



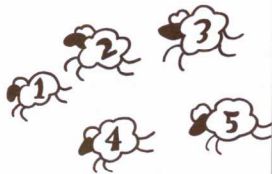
设计一个外封折页， 作为代替信封的快速解决方案

在为客户设计信封时节约时间及资金

当你设计一张请柬时，客户的要求通常是：信封设计要抢眼，或用特殊纸材，或用特殊色彩、油墨，或用其他设计方法。问题是，大多数请柬的印量都很少，一般来说至多几千份，因此客户必须自备信封。这可能要花上一个月的时间且费用昂贵。我便突发奇想，在卡片外设计了一个折页，在请柬背面对折，用一个可爱的不干胶贴纸固定。印刷商只需打样、印刷、轧钢线、折页便可。这很快就能完工，而且费用低廉，外观效果又很特别。

——凯瑟琳·麦克纳利，
马里兰大学，阿德尔菲，马里兰州

这个独特的构思由谢丽尔·罗德-奎尔进行设计，用以庆祝一对飞行员父母新获一个“小飞行员”宝宝。牛油纸信封由数码印刷的不干胶固定，因此无需订制。



归纳主题，简化设计理念

面向客户，整理设计理念，以节省时间和资源

我们最近接下了一个房地产开发商的设计案，他们需要快速制作一批市场宣传品来吸引目标顾客。为了确保在资金预算范围内如期完成工作，我们在设计理念和程序安排上启用了一些快速反应的综合方法。

我们的创意设计小组对直接邮寄这种宣传方式十分在行，但为稳妥起见，我们还是向客户提供了大量构思，以最大化地利用时间与资源。首先，我们与客户一起商讨此设计项目中的各种策划方案：如进行小游戏、组织探险活动及宴请当地名人等。客户很快作以答复，并提供了更为精准的策划主题，这是我们在创意构思阶段所无法达到的效果，同时，时间与资源的利用也更为有效。另外，我们只是将整个构思整理成文交给客户，而没有采用耗时耗力的视觉策划案。这并不适用于所有客户，尽管大多数客户需要靠视觉形象来帮助他们定度设计方向。但这次不同，这种方法很奏效，它使我们能赶上限期、符合预算。

关键在于，当我们得到客户的答复，如他们喜欢或不喜欢何种宣传策划案时，要寻找一种捷径来集中设计思路。基于已获认可的客观设计标准，我们与客户进行了更为深入的探讨，他们的反馈十分迅速，而我們也能快速、有效地进行整个设计项目。

——布妮·杰森，
吉维设计公司，西雅图，华盛顿州