



平面VI设计 项目实训教程

孙雅娟 主编

项目引领

精心选择适合教学的商业级典型产品、作品、服务等项目作为载体

行动导向

依据工作过程、工作情境来选择、组织、强化知识、技能、职业素养

能力本位

培养专业能力、方法能力、社会能力三位一体的职业能力

配套丰富

授课电子课件、备课电子教案、演示动画、操作视频、习题答案、试题库等（详见内容提要）



电子课件



双色印刷



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



素材赠送

电脑美术设计与制作职业应用项目教程

平面 VI 设计项目实训教程

主 编 孙雅娟

副主编 张 瑾

参 编 周 韪



机械工业出版社

本书以项目的形式讲解了 VI 设计中所必须掌握的基本知识及操作技能。每一个章节均模拟一个真实的工作场景,提出项目任务,在知识储备中罗列出完成此项目任务所必须掌握的相关知识后,再对任务进行分析,通过项目实施环节具体直观地介绍完成该任务的具体步骤及方法,最后通过项目拓展,使所学知识、技能得到巩固加深。每一个环节紧紧相扣,缺一不可,是学习 VI 设计的好帮手。

本书适用于中、高等职业院校平面设计专业的学生,也可作为一般平面设计人员及 VI 设计爱好者的自学参考书。

本书配套的授课用电子课件与资源包,可注册并登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载,或联系编辑(010-88379194)索取。

图书在版编目(CIP)数据

平面 VI 设计项目实训教程/孙雅娟主编. —北京:机械工业出版社, 2010.2

电脑美术设计与制作职业应用项目教程
ISBN 978-7-111-29686-7

I. 平... II. 孙... III. 企业—标志—平面设计—教材 IV. J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 022430 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:梁伟

责任校对:李婷

封面设计:鞠杨

责任印制:洪汉军

三河市宏达印刷有限公司印刷

2010 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·10.5 印张·229 千字

0001-3000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-29686-7

定价:22.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者服务部:(010) 68993821

封面无防伪标均为盗版

前 言

前言

随着近年来众多企业、机构对 VI 设计的重视, VI 设计行业逐渐兴起, VI 设计师这个职业也变得炙手可热。掌握色彩、构图等美学知识和熟练使用图像软件对于一名 VI 设计师来说是必不可少的职业技能。本书模拟真实的工作场景,精心挑选了多个具有代表性的 VI 设计项目个案,并结合 Adobe Photoshop、Adobe Illustrator、CorelDRAW 等软件功能的介绍来进行综合的运用讲解,在每个项目的讲解中,都穿插 VI 设计项目的基本知识,以便学生掌握一套可以真正应用到实际设计工作中的 VI 设计方法。

本书侧重对学生实际工作能力的培养,以 VI 设计的基本原理、基本概念为基础,强化学生的沟通、理解能力,培养学生作为 VI 设计师所必须具备的广告创意能力和设计能力,能够让学生根据客户的实际需求,设计并制作出优秀的 VI 设计作品。

本书着重介绍 VI 设计的基本知识,适用于有一定美学基础、对于相关软件有一定了解的学生使用。在高等、中等职业学校将其作为课程教材时,建议先完成美学、图像处理等课程的学习。另外本书也可作为平面设计师培训课程教材及 VI 设计爱好者自学参考书。

2006 年,主编孙雅娟参加了南京市教学科学“十一五”规划课题“关于中等职业学校 IT 类专业项目化课程改革实践的研究”,并编写作为研究成果之一的校本教材《平面设计项目实训手册》。本书由主编孙雅娟、副主编张瑾、参编周轲共同对《平面设计项目实训手册》修编而成,其中第 1、2 两章主要由孙雅娟编写,第 3 章由张瑾编写,第 4 章由周轲编写,并由该课题的主持人姜峻负责主审工作。姜峻,金陵职教中心校长,多次主持、参与南京市教学科学“十五”、“十一五”规划课题,如“中等职业学校试办综合高中的研究”、“提高中等职业学校电子商务专业适应性的对策研究”、“新课程理念下素质教育在课堂中体现的研究”等,主编出版多本《单招生——相约在高校(数学复习用书)》、《培养学生美的鉴赏力》等出版物。

本书内容所提及的标志、标准字、人像图片、设计物的图片版权均属于各厂商所有,编者将其收录于个人出版作品中,仅供教学实例讲述,绝无侵权意图,特此声明。

编 者

目 录

前言

第 1 章 导学	1	2.4.5 任务拓展.....	26
1.1 职业应用.....	1	2.5 任务 4——名片设计.....	26
1.2 新兵训练营.....	1	2.5.1 知识储备.....	26
1.2.1 什么是 VI 设计.....	1	2.5.2 任务情境.....	29
1.2.2 VI 设计相关知识.....	2	2.5.3 任务分析.....	29
1.2.3 常用软件介绍.....	5	2.5.4 任务实施.....	30
1.2.4 其他知识.....	7	2.5.5 任务拓展.....	32
本章小结.....	8	2.6 任务 5——信封、信纸设计.....	33
第 2 章 项目一——教育培训机构		2.6.1 知识储备.....	33
VI 设计	9	2.6.2 任务情境.....	34
2.1 企业情况调研.....	9	2.6.3 任务分析.....	34
2.1.1 企业概况.....	9	2.6.4 任务实施.....	39
2.1.2 项目任务.....	10	2.6.5 任务拓展.....	44
2.2 任务 1——标志设计.....	10	2.7 任务 6——文件夹设计.....	44
2.2.1 知识储备.....	10	2.7.1 知识储备.....	44
2.2.2 任务情境.....	11	2.7.2 任务情境.....	45
2.2.3 任务分析.....	11	2.7.3 任务分析.....	46
2.2.4 任务实施.....	13	2.7.4 任务实施.....	47
2.2.5 任务拓展.....	16	2.7.5 任务拓展.....	50
2.3 任务 2——标准字设计.....	16	2.8 任务 7——日历设计.....	50
2.3.1 知识储备.....	16	2.8.1 知识储备.....	50
2.3.2 任务情境.....	18	2.8.2 任务情境.....	51
2.3.3 任务分析.....	18	2.8.3 任务分析.....	51
2.3.4 任务实施.....	19	2.8.4 任务实施.....	52
2.3.5 任务拓展.....	21	2.8.5 任务拓展.....	55
2.4 任务 3——标准色设计.....	22	本章小结.....	55
2.4.1 知识储备.....	22	第 3 章 项目二——化妆品企业	
2.4.2 任务情境.....	24	VI 设计	57
2.4.3 任务分析.....	24	3.1 企业情况调研.....	57
2.4.4 任务实施.....	25	3.1.1 企业概况.....	57

3.1.2	企业标志、标准字	58
3.1.3	项目任务	58
3.2	任务1——卡片设计	58
3.2.1	知识储备	58
3.2.2	任务情境	60
3.2.3	任务分析	60
3.2.4	任务实施	60
3.2.5	任务拓展	64
3.3	任务2——宣传册封面设计	64
3.3.1	知识储备	64
3.3.2	任务情境	66
3.3.3	任务分析	66
3.3.4	任务实施	67
3.3.5	任务拓展	69
3.4	任务3——包装盒设计	70
3.4.1	知识储备	70
3.4.2	任务情境	71
3.4.3	任务分析	71
3.4.4	任务实施	73
3.4.5	任务拓展	77
3.5	任务4——手提袋设计	78
3.5.1	知识储备	78
3.5.2	任务情境	80
3.5.3	任务分析	80
3.5.4	任务实施	80
3.5.5	任务拓展	85
3.6	任务5——CD光盘设计	86
3.6.1	知识储备	86
3.6.2	任务情境	87
3.6.3	任务分析	88
3.6.4	任务实施	88
3.6.5	任务拓展	90
3.7	任务6——CD光盘封套设计	90
3.7.1	知识储备	90
3.7.2	任务情境	91
3.7.3	任务分析	92
3.7.4	任务实施	92
3.7.5	任务拓展	95

3.8	任务7——工作证设计	96
3.8.1	知识储备	96
3.8.2	任务情境	96
3.8.3	任务分析	97
3.8.4	任务实施	97
3.8.5	任务拓展	99
	本章小结	100

第4章 项目三——餐饮企业

	VI设计	101
4.1	企业情况调研	101
4.1.1	企业概况	101
4.1.2	企业标志、标准字	102
4.1.3	项目任务	102
4.2	任务1——女员工制服设计	102
4.2.1	知识储备	102
4.2.2	任务情境	106
4.2.3	任务分析	106
4.2.4	任务实施	107
4.2.5	任务拓展	110
4.3	任务2——工作牌设计	111
4.3.1	知识储备	111
4.3.2	任务情境	112
4.3.3	任务分析	113
4.3.4	任务实施	113
4.3.5	任务拓展	116
4.4	任务3——旗帜设计	117
4.4.1	知识储备	117
4.4.2	任务情境	119
4.4.3	任务分析	119
4.4.4	任务实施	119
4.4.5	任务拓展	125
4.5	任务4——指示牌设计	126
4.5.1	知识储备	126
4.5.2	任务情境	128
4.5.3	任务分析	129
4.5.4	任务实施	129
4.5.5	任务拓展	134
4.6	任务5——广告伞设计	135

89	4.6.1 知识储备.....	135	82	4.7.4 任务实施.....	145
89	4.6.2 任务情境.....	137	82	4.7.5 任务拓展.....	148
89	4.6.3 任务分析.....	138	82	4.8 任务7——宣传杯设计.....	149
79	4.6.4 任务实施.....	138	82	4.8.1 知识储备.....	149
79	4.6.5 任务拓展.....	140	82	4.8.2 任务情境.....	151
89	4.7 任务6——广告笔设计.....	141	82	4.8.3 任务分析.....	152
100	4.7.1 知识储备.....	141	82	4.8.4 任务实施.....	152
	4.7.2 任务情境.....	144	82	4.8.5 任务拓展.....	158
	4.7.3 任务分析.....	144	82	本章小结.....	159

101	任务1——企业标志设计.....	101
101	任务2——企业标志设计.....	101
101	任务3——企业标志设计.....	101
101	任务4——企业标志设计.....	101
101	任务5——企业标志设计.....	101
101	任务6——企业标志设计.....	101
101	任务7——企业标志设计.....	101
101	任务8——企业标志设计.....	101
101	任务9——企业标志设计.....	101
101	任务10——企业标志设计.....	101
101	任务11——企业标志设计.....	101
101	任务12——企业标志设计.....	101
101	任务13——企业标志设计.....	101
101	任务14——企业标志设计.....	101
101	任务15——企业标志设计.....	101
101	任务16——企业标志设计.....	101
101	任务17——企业标志设计.....	101
101	任务18——企业标志设计.....	101
101	任务19——企业标志设计.....	101
101	任务20——企业标志设计.....	101
101	任务21——企业标志设计.....	101
101	任务22——企业标志设计.....	101
101	任务23——企业标志设计.....	101
101	任务24——企业标志设计.....	101
101	任务25——企业标志设计.....	101
101	任务26——企业标志设计.....	101
101	任务27——企业标志设计.....	101
101	任务28——企业标志设计.....	101
101	任务29——企业标志设计.....	101
101	任务30——企业标志设计.....	101

101	任务31——企业标志设计.....	101
101	任务32——企业标志设计.....	101
101	任务33——企业标志设计.....	101
101	任务34——企业标志设计.....	101
101	任务35——企业标志设计.....	101
101	任务36——企业标志设计.....	101
101	任务37——企业标志设计.....	101
101	任务38——企业标志设计.....	101
101	任务39——企业标志设计.....	101
101	任务40——企业标志设计.....	101
101	任务41——企业标志设计.....	101
101	任务42——企业标志设计.....	101
101	任务43——企业标志设计.....	101
101	任务44——企业标志设计.....	101
101	任务45——企业标志设计.....	101
101	任务46——企业标志设计.....	101
101	任务47——企业标志设计.....	101
101	任务48——企业标志设计.....	101
101	任务49——企业标志设计.....	101
101	任务50——企业标志设计.....	101
101	任务51——企业标志设计.....	101
101	任务52——企业标志设计.....	101
101	任务53——企业标志设计.....	101
101	任务54——企业标志设计.....	101
101	任务55——企业标志设计.....	101
101	任务56——企业标志设计.....	101
101	任务57——企业标志设计.....	101
101	任务58——企业标志设计.....	101
101	任务59——企业标志设计.....	101
101	任务60——企业标志设计.....	101

BI (Behavior Identity, 行为识别)、VI (Visual Identity, 视觉识别) 三方面组成。由于人们在接收外部信息时, 83%的信息是通过视觉通道到达人们心智的, 视觉是人们接受外部信息的最重要和最主要的通道, 因此 VI 成为 CIS 的主要表现媒体, 是 CIS 系统中最具传播力和感染力的一部分。

举个例子, 当提到肯德基时, 人们第一时间想到的就是肯德基上校老爷爷头像、KFC 的字样、红白蓝相间的产品包装、统一风格的店面及内部装潢等, 如图 1-1、图 1-2、图 1-3 所示, 可见肯德基的 VI 形象已经深入人心。



图 1-1 肯德基标志



图 1-2 肯德基产品包装



图 1-3 肯德基店面形象

VI 设计就是对企业外在形象、企业的仪表的设计。一个优秀的 VI 设计是传播企业经营理念, 建立企业知名度, 塑造企业形象的快速便捷之途, 它可以使一个企业快速被社会大众所接受, 在行业中脱颖而出。

那么如何才能成为一名优秀的 VI 设计者呢? 做 VI 设计需要掌握哪些技能呢? 带着这些疑问, 我们来学习下节内容。

1.2.2 VI 设计相关知识

1. VI 设计及应用的基本原则

VI 设计不是机械的符号操作, 而是以 MI 为内涵的生动表述。所以, VI 设计应多角度、全方位地反映企业的经营理念。设计时应遵循以下 7 个基本原则: ①风格的统一性原则; ②强化视觉冲力的原则; ③强调人性化的原则; ④增强民族个性的原则; ⑤追求实施性的原则; ⑥符合审美规律的原则; ⑦严格管理实施的原则。

2. VI 设计的基本程序

VI 设计的程序可大致分为以下五个阶段:

(1) 准备阶段 准备阶段的工作包括:成立 VI 设计小组,理解消化 MI,确定贯穿 VI 设计的基本形式,搜集相关资讯。VI 设计小组成立后,首先要充分地理解、消化客户的经营理念,把 MI 的精神吃透,并寻找与 VI 的结合点。

(2) 设计开发阶段 设计开发阶段是整个 VI 设计程序中最重要的一环,VI 设计人员与企业客户间的充分沟通、在各项准备工作就绪之后,VI 设计小组即可进入具体的设计阶段。

(3) 反馈修正阶段 这一阶段 VI 设计小组拿出初步的设计方案,由企业代表审核后,提出修改意见,VI 设计小组根据企业反馈的意见,进行初步修改。

(4) 调研与修正反馈 反馈修正后还要进行较大范围的调研,以便通过一定数量、不同层次的调研对象的信息反馈来检验 VI 设计的各个细节。

(5) 定型并编制 VI 设计手册 在调研、修正的基础上,最终定型 VI 设计。在 VI 设计定型后,需要将一系列的 VI 设计项目编制成 VI 设计手册,以便准确地执行。

3. 完整的 VI 目录

一套完整的 VI 设计包含众多的设计项目,这里列出一套完整的 VI 设计目录,但在实际操作中,设计者要根据企业客户的需求进行针对性的设计:

(1) 基础视觉要素设计项目

1) 企业标志设计。企业标志及标志创意说明、标志墨稿、标志反白效果图、标志标准化制图、标志方格坐标制图、标志预留空间与最小比例限定、标志特定色彩效果展示。

2) 企业标准字体。企业全称中文字体、企业简称中文字体、企业全称中文字体方格坐标制图、企业简称中文字体方格坐标制图、企业全称英文字体、企业简称英文字体、企业全称英文字体方格坐标制图、企业简称英文字体方格坐标制图。

3) 企业标准色(色彩计划)。企业标准色(印刷色)、辅助色系列、下属产业色彩识别、背景色使用规定、色彩搭配组合专用表、背景色色度、色相。

4) 企业造型(吉祥物)。吉祥物彩色稿及造型说明、吉祥物立体效果图、吉祥物基本动态造型、企业吉祥物造型单色印刷规范、吉祥物展开使用规范。

5) 企业象征图形。象征图形彩色稿(单元图形)、象征图形延展效果稿、象征图形使用规范、象征图形组合规范。

6) 企业专用印刷字体。

7) 基本要素组合规范。标志与标准字组合多种模式、标志与象征图形组合多种模式、标志吉祥物组合多种模式、标志与标准字、象征图形、吉祥物组合多种模式、基本要素禁止组合多种模式。

(2) VI 应用设计项目

1) 办公事物用品设计。高级主管名片、中级主管名片、员工名片、信封、国内信封、国际信封、大信封、信纸、国内信纸、国际信纸、特种信纸、便笺、传真纸、票据夹、合同夹、合同书规范格式、档案盒、薪资袋、识别卡(工作证)、临时工作证、出入证、工作记事簿、文件夹、文件袋、档案袋、卷宗纸、公函信纸、备忘录、简报、签呈、文件题头、直式及横式表格规范、电话记录、办公文具、聘书、岗位聘用书、奖状、公告、维修网点

名址封面及内页版式、产品说明书封面及内页版式、考勤卡、请假单、名片盒、名片台、办公桌标识牌、及时贴标签、意见箱、稿件箱、企业徽章、纸杯、茶杯、杯垫、办公用笔、笔架、笔记本、记事本、公文包、通讯录、财产编号牌、培训证书、国旗、企业旗、吉祥物旗座造型、挂旗、屋顶吊旗、竖旗、桌旗。

2) 公共关系赠品设计。贺卡、专用请柬、邀请函及信封、手提袋、包装纸、钥匙牌、鼠标垫、挂历版式规范、台历版式规范、日历卡版式规范、明信片版式规范、小型礼品盒、礼赠用品、标识伞。

3) 员工服装、服饰规范。管理人员男装(西服礼装、白领、领带、领带夹)、管理人员女装(裙装、西式礼装、领花、胸饰)、春秋装衬衣(短袖)、春秋装衬衣(长袖)、员工男装(西装、蓝领衬衣、马甲)、员工女装(裙装、西装、领花、胸饰)、冬季防寒工作服、运动服外套、运动服、运动帽、T恤(文化衫)、外勤人员服装、安全盔、工作帽。

4) 企业车体外外观设计。公务车、面包车、班车、大型运输货车、小型运输货车、集装箱运输车、特殊车型。

5) 标志符号指示系统。企业大门外观、企业厂房外观、办公大楼体示意效果图、楼户外招牌、公司名称标识牌、公司名称大理石坡面处理、活动式招牌、公司机构平面图、大门入口指示、玻璃门、楼层标识牌、方向指引标识牌、公共设施标识、布告栏、生产区楼房标志设置规范、立地式道路导向牌、立地式道路指示牌、立地式标识牌、欢迎标语牌、户外立地式灯箱、停车场区域指示牌、立地式道路导向牌、车间标识牌与地面导向线、车间标识牌与地面导向线、生产车间门牌规范、分公司及工厂竖式门牌、生产区平面指示图、生产区指示牌、接待台及背景板、室内企业精神口号标牌、玻璃门窗醒示性装饰带、车间室内标识牌、警示标识牌、公共区域指示性功能符号、公司内部参观指示、各部门工作组别指示、内部作业流程指示、各营业处出口/通路规划。

6) 销售店面标识系统。小型销售店面、大型销售店面、店面横、竖、方招牌、导购流程图版式规范、店内背景板(形象墙)、店内展台、配件柜及货架、店面灯箱、立墙灯箱、资料架、垃圾筒、室内环境。

7) 企业商品包装识别系统。大件商品运输包装、外包装箱(木质、纸质)、商品系列包装、礼品盒包装、包装纸、配件包装纸箱、合格证、产品标识卡、存放卡、保修卡、质量通知书版式规范、说明书版式规范、封箱胶、会议事务用品。

8) 企业广告宣传规范。电视广告标志定格、报纸广告系列版式规范(整版、半版、通栏)、杂志广告规范、海报版式规范、系列主题海报、大型路牌版式规范、灯箱广告规范、公交车体广告规范、双层车体车身广告规范、T恤衫广告、横竖条幅广告规范、大型氢气球广告规范、霓虹灯标志表现效果、直邮DM宣传页版式、广告促销用纸杯、直邮宣传三折页版式规范、企业宣传册封面、版式规范、年度报告书封面版式规范、宣传折页封面及封底版式规范、产品单页说明书规范、对折式宣传卡规范、网络主页版式规范、分类网页版式规范、光盘封面规范、擎天柱灯箱广告规范、墙体广告、楼顶灯箱广告规范、户外标识夜间效果、展板陈列规范、柜台立式POP广告规范、立地式POP规范、悬挂式POP规范、产品技术资料说明版式规范、产品说明书、路牌广告版式。

9) 展览指示系统。标准展台、展板形式、特装展位示意规范、标准展位规范、样品展台、样品展板、产品说明牌、资料架、会议事务用品。

1.2.3 常用软件介绍

1. Adobe Photoshop 软件介绍

(1) 软件概况 Photoshop 是 Adobe 公司突出的一个优秀的图像处理软件，广泛用于各种图像特效、文字特效和网页的特效制作。

(2) 主要工具介绍

1) 选框工具：包括矩形选框工具、椭圆形选框工具、单行选框工具、单列选框工具 4 种工具，用于选择不同形状的选区。

2) 套索工具：包括套索工具、多边形套索工具、磁性套索工具 3 种工具，用来建立复杂形状的选区。

3) 画笔工具：包括画笔工具和铅笔工具，通过对画笔的设置可绘制出不同效果的图案。

4) 路径工具：用来创建和编辑路径图形，可以使用钢笔工具和自由钢笔工具绘制路径图形，并通过添加锚点工具和转换点工具编辑路径。

(3) 图层概念 可将图层想象成是一张张叠起来的透明画纸，透过上层图层中没有图像的透明区域可以看到下层图层中的图像。

(4) 工具展开图 (见图 1-4)

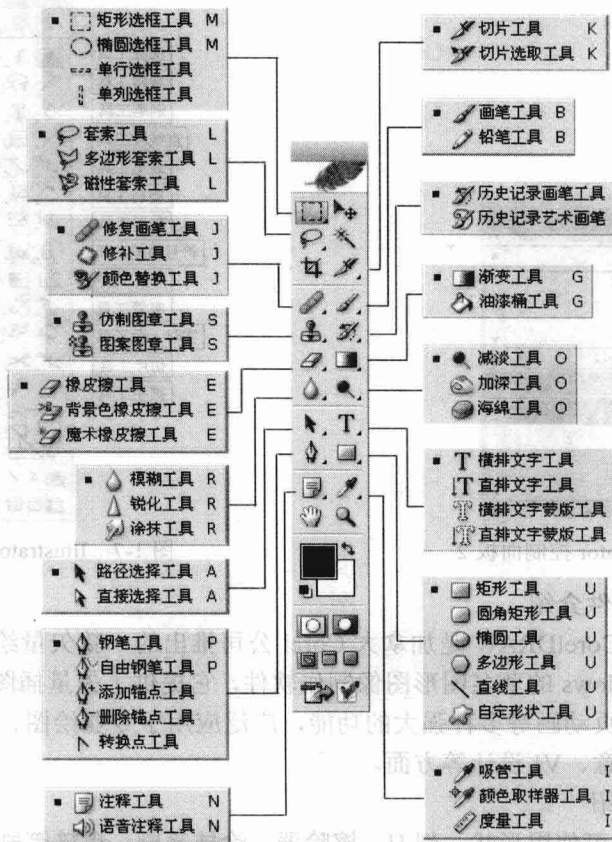


图 1-4 Photoshop 工具展开图

2. Adobe Illustrator 软件介绍

(1) 软件概况 Illustrator 是 Adobe 公司开发的一个基于矢量图形的优秀绘图软件，它和 CorelDRAW 一样，是目前矢量绘图的主流软件之一，广泛运用于平面设计、插画设计、网页设计以及企业识别系统（VI）策划、地图绘制和信息管理等领域，并和 Photoshop 以及其他 Adobe 家族的软件紧密结合。

(2) 主要工具介绍

1) 套索工具组：用圈出的面积来确定选中的物体、结点或路径。

2) 钢笔工具组：用来绘制直线或曲线以产生物体，并可通过锚点的加、减、转换进行调整。

3) 文本工具组：用来创建不同方式的文本，包括水平文本、垂直文本和路径文本等。

4) 形状工具组：用来创建各种不同的规则图形，包括圆形、矩形、多边形和多角形等。

(3) 软件控制面板及工具展开图（见图 1-5、图 1-6、图 1-7）



图 1-5 Illustrator 控制面板 1

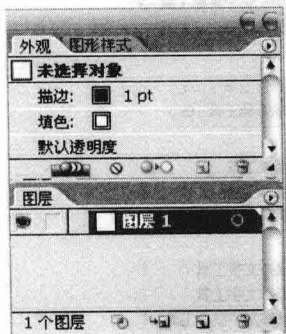


图 1-6 Illustrator 控制面板 2

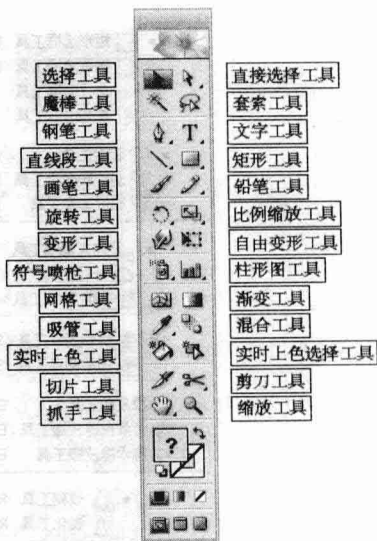


图 1-7 Illustrator 工具展开图

3. CorelDRAW 软件介绍

(1) 软件概况 CorelDRAW 是加拿大 Corel 公司推出的一款矢量绘图软件，也是目前流行的一种基于 Windows 的著名图形图像制作软件，它提供了矢量插图、页面设计、网站制作、位图编辑和网页动画等多种强大的功能，广泛应用于专业绘图、产品包装、工业设计、字体效果创意、VI 设计等方面。

(2) 主要工具介绍

1) 形状编辑栏：可使用形状、刻刀、擦除器、涂抹笔刷、粗糙笔刷和自由变换工具对曲线对象的形状进行编辑。

2) 曲线栏: 可以使用手绘、贝塞尔、艺术笔、折线、钢笔、3点曲线、尺度和交互式连线工具进行曲线对象的绘制。

3) 对象栏: 可以使用多边形来绘制对称式多边形和星形, 使用图纸工具绘制网格线图形, 以及使用螺旋形工具来创建对称式或者对数式螺旋。

4) 完美形象栏: 使用基本形状、箭头形状、流程图形状、星形和标注形状工具来创建各种不同的图形对象。

5) 交互式工具栏: 使用交互式调和、交互式轮廓图、交互式变形、交互式封套、交互式立体化、交互式阴影和交互式透明工具对对象添加各种特殊效果。

(3) 工具展开图 (见图 1-8 所示)

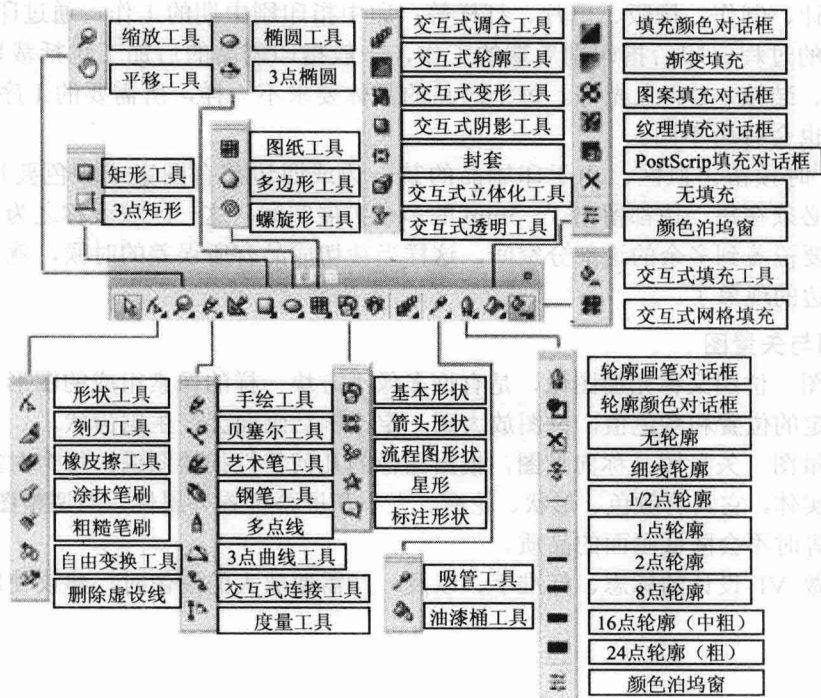


图 1-8 CorelDRAW 工具展开图

1.2.4 其他知识

1. 色彩

色彩是一种复杂的语言, 它具有喜怒哀乐的表情, 有时会使人心花怒放, 有时欲使人惊心动魄, 除了对视觉发生作用, 色彩同时也影响于感觉器官。事实证明色彩对人类心理及生理的影响是何等复杂与多样, 因此在 VI 设计之初, 最好先了解各公司的企业形象, 找到适合的颜色和配色方案。

具体的颜色模式和有关色彩的知识将在“2.4 任务 3——标准色设计”中详细讲解。

2. 构图

(1) 主要构图 依照平面构图, 在 VI 设计中主要的构图类型有: 平衡式构图、对角

线构图、曲线构图、三角形构图等。

(2) 黄金比例 黄金比例是设计者常用的构图尺寸比例。黄金比例具有理性数据比例的视觉美感, 安定、活泼且具均衡感, 是视觉设计之最佳的要点和比例; 在版面构图时, 只要运用这个比例, 视觉效果即可达到稳定且兼具美感的画面。常用的黄金比例有以下几种: 1:1.618、3:5、5:8、8:13、12:21、55:89, 其中 1:1.618 出现的比例最高。

3. 印刷知识

作为一位合格的 VI 设计者还需要了解一定的印刷知识, 以下是一些基本的印刷知识和术语。

1) 印刷基本流程 印刷一般分为印前、印中、印后。印前指印刷前期的工作, 一般指摄影、设计、制作、排版、出片、打样等; 印中指印刷中期的工作, 通过印刷机印刷、检剔出成品的过程; 印后指印刷后期的工作, 一般指印刷品的后加工包括裁切、覆膜、模切、糊袋、装裱、UV 上光等。每个产品的具体要求不一样, 所需要的工序也不一样, 因此流程上也会有所不同。

2) 设计时预留出血区。由于印刷品的某一边或四边都有图案或颜色要顶到页面边缘的, 你就必须在每一边都留出 3~5mm 的多余扩展空间, 这一区域就称之为出血。图片或颜色通常要覆盖到多余的这部分空间, 这样当裁切成品有所误差的时候, 就不会出现图形偏向和白边的现象了。

4. 位图与矢量图

(1) 位图 位图又称光栅图像, 是有许多像小方块一样的像素组成的图形, 每个像素都有自己特定的位置和颜色值, 位图放大到一定比例后画面会产生锯齿状。

(2) 矢量图 矢量图又称向量图, 根据图像的几何特性描绘图像, 每个对象都是一个自成一体的实体, 它具有颜色、形状、轮廓、大小和屏幕位置等属性, 当调整图像的大小、角度、颜色等时不会降低画面的品质。

在我们做 VI 设计的标志、标准字、以及一些需要放大的图像时, 建议使用矢量图形设计软件。

本章小结

本章内容为 VI 设计的入门知识, 向大家初步地介绍了进行 VI 设计时必须掌握的知识及技能, 包括什么是 VI 设计, VI 设计的基本步骤, 常用软件的界面及工具使用以及色彩、构图等一系列的基本知识。由于章节限制, 这些知识在这里只是泛泛而谈, 让初学者对 VI 设计能从整体框架和流程上有个全方位的了解, 为将来学习 VI 设计奠定基础。

第2章

项目一

教育培训机构 VI 设计

2.1 企业情况调研

2.1.1 企业概况

本章内容中虚拟的设计对象是一所教育培训机构：孙老师平面设计培训中心。

孙老师平面设计培训中心是国内一所专业从事平面设计培训的培训机构，培训的对象主要分为两种类型：一是中专、大专相关专业的在校生；二是有一定平面设计基础知识的兴趣爱好者。

孙老师平面设计培训中心的培训思想：坚决贯彻“以出为主”的培训理念，运用教练式培训成就学员就业梦想。

“拥有一份理想的工作”应该是绝大多数人参加培训的目的，而培训结束后拥有的工作是否理想，则完全取决于走出培训机构的那一刻，你的能力是否达到了理想单位对你的要求。正是基于一切努力只为学员成功就业这一信念。孙老师平面设计培训中心从学员入学的那天开始，一切都是在为学员走出培训中心，顺利跨入职场的那一刻做准备。他们倡导“理论够用，实战为重”，他们倡导“以出为主，注重实效”；独创“项目驱动式”培训模式，使教师更像一位“教练”，把学生从书海中解脱出来，把“项目训练”当成了重中之重。孙老师平面设计培训中心所倡导的“以出为主”教练式培训理念，正是把握住了这一要领，帮助培训对象找到出路，走向成功！

2.1.2 项目任务

1. VI 视觉要素设计

- (1) 标志设计 (见 2.2 任务 1)
- (2) 标准字设计 (见 2.3 任务 2)
- (3) 标准色设计 (见 2.4 任务 3)

2. 办公事务用品类

- (1) 名片设计 (见 2.5 任务 4)
- (2) 信封、信纸设计 (见 2.6 任务 5)
- (3) 文件夹设计 (见 2.7 任务 6)
- (4) 日历设计 (见 2.8 任务 7)

在对企业情况进行调研后,我们对企业的基本信息已经有了初步的了解,接下来将通过与客户的沟通,了解客户企业的性质和商品的特性,并参考企业的形象战略,完成具体项目任务的设计工作。

下面的章节将根据企业的要求来设计各类用品,并就具体设计方法做详细说明。

2.2 任务1——标志设计

2.2.1 知识储备

1. 标志的意义

标志是 VI 视觉要素中的核心要素。标志是指那些造型单纯、意义明确统一、标准的视觉符号,一般是依据企业的文字名称、图案记号或两者相结合的一种设计。它具有象征功能、识别功能,是企业形象、特征、信誉和文化的浓缩,一个设计杰出、符合企业理念的标志,会增加企业的信赖感和权威感,在公众的心目中,它就是一个企业或品牌的代表。

标志是非语言性的第一人称,有时比语言性的传递手段更迅速、更有力、更准确,而且世界通用。

商标是标志中特殊的一类,它是商品的标志,是生产者或经营者为使自己提供的商品和劳务具有明显特征,并能够区别商品来源而使用的识别符号,它是产品质量的象征和企业信誉的重要代表。商标与企业标志一样,都以符号、图案、颜色、字体及其组合表示。商标的法律色彩浓厚,只有经过法律程序注册登记的商标才有专门使用权,并受法律保护。

商标与企业标志可以截然不同、部分相同或完全一致。除了符合企业标志的设计特点外,商标设计还有其特殊要求:商标设计必须符合商标注册法规,如不能使用直接表现商品质量、主要原料、功能、用途、重量等特点的文字作商标;不能使用与其他已注册商标相同或近似的商标;不能使用与国家及国际组织的名称、旗帜、徽记、标志相同或近似的文字或图案等。此外,当商标和企业标志不同时,其设计风格应与企业标志相对应而不是冲突。