

锁定美院

DUOYANGHUATONGBUXUNLIAN

多样化同步训练

黄健奋 编著

S U O D I N G M E I Y U A N

视觉传达设计



标志设计

招贴设计

书籍设计

卡片设计

包装设计



写在前面

设计这门学科在当今社会越来越显得重要，设计师是一个很热门的职业，富有创造性和时尚感，随着经济不断发展，设计行业将越来越被重视。许多专业美术院校根据社会需求，及时调整方向，加大了对设计专业的建设投入，办学规模越来越大，而每年报考设计的学生也越来越多，这是社会发展的必然。

战后日本曾经提出“设计兴国”之说，而英国的前首相撒切尔夫人更是亲手抓，把它当做基本国策之一，美国、德国更是把设计发展到极致，极大地提高了产品的档次，刺激了生产力的发展。我国的香港、台湾，在设计上也紧跟国际步伐，兼收并蓄，设计出许多既富有时代气息又富有民族特色的佳作。相对而言，大陆在设计上起步较晚，曾有一流产品，二流设计、三流价格之说，随着市场经济的发展，商品日益丰富，国外产品也蜂拥而至，国货“酒香不怕巷子深”、“皇帝女儿不愁嫁”的时代已成为历史，从卖方市场过渡到买方市场，竞争的态势日益严峻，而伴随着步入WTO的脚步声日益临近，中国面对的将是全球的竞争，所以我们要在整体观念上把握设计水平并与国际接轨。

对设计教育要重新认识，大家都意识到这是一个迫在眉睫的问题，在教学中，基本各校有各校的教纲，但在课程设置上基本按照教育部部颁标准，逐渐在整合统一规范，而在考试内容上却没有一个统一的方向，这使我们少了一些框框，但是相对而言值得借鉴的东西也不多，大家都处于摸着石头过河的状况，有的院校还沿用美术高考的统一试卷，有的学校进行加试应考专业，有的学校已大张旗鼓的改革，引进国外的侧重思维的脑筋急转弯，由纯粹的动手向动脑倾斜。以有效的形式选拔

优秀的具有创造能力的考生，考察学生创造性思维能力、美学能力和表现能力，把分专业试卷并为一张试卷，提倡“宽专业、厚基础”，这也与国家新的教学目标相接轨。

具有设计素质的学生，他的思维应该是跳跃性的，他的适应能力应该是很强的，自学能力也是如此，从不拒绝对新知的接收，关注边缘学科，关注时尚走向，对所有的东西都保持兴趣和激情。日益重视设计专业的专业特色和基础技能，培养创造型人才的思路肯定将成为主流。

以工艺代替设计，在思想上重制作轻创意，重绘画轻设计，重艺术轻商业，重课堂轻实践，以绘画的基本功代替设计的基础，造成高考当中部分学生的高分“低能”，在一、二年级时候这现象不是很明显，因为他们上的基础课还是偏绘画性，最多偏装饰性，而到了三、四年级，它的后遗症就爆发了。为了设计而设计，为了表现而表现的现象十分突出，社会上称之为“艺术味”很浓，这不是褒义，而是说这个学生脱离实际，纸上谈兵。

绘画中的再现与表现的成分较大，而设计中的创意与创造的思维居多，并不是说绘画当中不需要创意和创造，而是说绘画以美感体现和教化作用的实施为最终目的，在风格表现上他可以以自娱为契机进而去感染人，与欣赏的人产生共鸣，而设计则一开始就要为对象服务，他要具有百变神通的特质，干啥象啥，他表达的是产品的个性，企业的个性，再优秀的设计师都要退隐到服务对象的背后。设计可以产生满足感，但没有得到社会认可的，无法推广的作品就不能被称为成功的作品，设计稿将是废纸一张。另外设计中的绘画观占主体时，学生就会把表现和技巧当作设计的唯一目的，轻视设计对象的信息传播功能，过分追求含蓄，不知所云。

设计考生应该有符合自身发展规律的考题的呼声在设计教师中是十分强烈和鲜明的。在高考中，加入部分专业的考试，就是挖掘考生是否具有这方面的设计潜能，注重大家观察生活，留心身边的点点滴滴，把握学生的创意能力和动手能力，所以在本书中，注重考生的审美眼界的提高，耳濡目染，见多识广，必然起点就高，与其授人以鱼，不如授人以渔，这样才能增加考生的面对不同题型时的应变能力。

本书的特点是作者结合课堂教学和设计实务的心得体会，实战性强，所举的案例都被企业采用，通过对成功案例和众多方案的比较、剖析，可以了解设计师设计时的心路历程，可操作性高，部分作品来自《中国设计年鉴》及台、港、澳的设计作品集的优秀作品，信息密集，手法多样，案例全面、经典，配以精练的点评以供赏析，本书不但考生可用，也可作为参考资料欣赏。

感谢作品提供者的大力支持，由于版面有限，名单无法详列，具体将在互联艺术设计网（www.iartdesign.com）上长期展示介绍。读者也可随时上本站查询最新设计资讯。

最后希望大家：学习时聚沙成塔、滴水穿石；练习时心有灵犀、触类旁通；复习时温故知新，举一反三；考试时左右逢源、游刃有余。

编者



标志设计

标志设计看似简单，实则难度较高，简到极至，概括提炼的技能就越高超，方寸之间，浓缩了企业精神理念，其主要功能是象征性、代表性，在人们的心理上，具有信誉保证、区分事物、宣传工具、监督质量、维护权益、装饰美化的作用，所以标志不同于一般的图案，好的标志就象一幅名画，耐人寻味，久看不厌。那么，好的标志有什么要求呢？独特性是标志设计的最基本要求，标志功能的排它性和不可重复性的特点，使标志设计必须追求标新立异，追求创造性和与众不同的视觉感受，具有新颖、生动、有个性的识别特点。此外还要具有注目性（简洁明快、强烈醒目、注重对比、形象生动）、通俗性（易于识别、记忆和传播）、通用性（便于寓意的扩展和不同场合使用）、信息性（标志的每一构成元素都缺一不可）、文化性（标志是企业文化的展示，品位高的标志，让人联想丰富、耐人寻味）和艺术性（必须构思不落俗套，造型新颖、美观、大方、节奏清晰、富有装饰性）的特点。

优秀的标志设计应定位准确，即在设计中应抓住主题，形式与内容应达到最佳状态，无论文字、图形、具象、抽象、随意、严谨，都可归纳为点、线、面的构成组合关系，在形态上注意刚柔、曲直、大小、黑白、疏密、聚散。还可加入立体、平面、肌理等关系。

表现形式可以是字母、书法、几何、卡通等，通过简化、夸张、适合、特异、镜象、回转、互补、重复、对称、渐变、放射、重叠、立体、矛盾，文图组合、共用笔画等手法，删繁就简、去粗取精、富有条理。

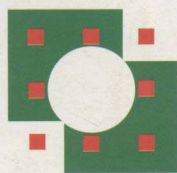
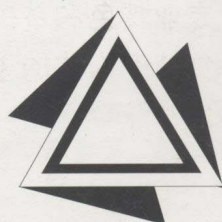
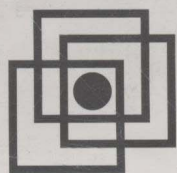
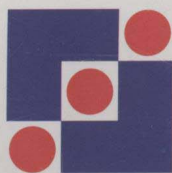
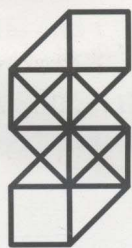
标志色彩应该响亮明快，富有象征意义，与行业特点吻合，用色尽量控制在两、三色。



三源地产标志创意：

三个具有立体感的几何体拔地而起，象征建筑物在明媚阳光下的英姿，体现三源地产的品质及崇高悠远的志向，以及不断发展的前景，圆的外形具有包容性，最具东方情结，富有圆满完善之喻义。标志造型语言简洁明快。

右边为大学二年级学生标志课以“三源”为题设计的部分方案。





创意说明在表达设计者的创作意图和构思过程上是十分重要的，它有助于别人理解和肯定你的方案，所以有七分做三分说的提法，有时在说明中能看出你的文案技巧和理论素养，特别是你不在提案现场时，它就是无声的解说员。

大金湖标志创意：

本标志图形源于G（GREAT GOLDLAKE的首字母）给人大浪淘沙、惊涛拍岸的气势，与广告中渲染的“真的汉子”不畏险境，奋勇搏击，勇往直前的氛围吻合，同时又给人以向心力与凝聚力。



海外教育学院标志创意：

本标志图形以东西两个半球通过黑白互补的方式构成海外教育学院“ICCS”的英文缩写。体现它的国际化色彩，标志方圆有致，刚柔相济，富有张力和弹性。

标志以蓝绿两色为主，蓝色深邃博大，体现知识的能量和海外特色，绿色象征和平、友好和生机。



茶叶进出口公司商标创意：

本标志是比较传统的一种，富有装饰味，但作为具有几十年历史的茶叶公司的商标，还是比较贴切的，“FT”的品牌享誉海外，所以要保持字母的识别性，周围繁复的纹样，使它拥有浓浓的茶香气息，给人典雅而温馨的感觉。



长城通信标志创意说明：

汉字本身具有抽象美感，本标志以“长”字为创意契机，避开就“长城”画长城的俗套，与现代通信行业的特点极为吻合。东南方向的放射象征覆盖的区域，所具有的穿透力跨越时空，体现资讯传播。总体又具有突破腾飞之感，体现积极向上，开拓进取的企业精神。



魅力诗服饰品牌创意：

本标志把CHARM（魅力）的英文首字母“C”作为图案构成的主体，展翅欲飞的百鸟之王，体现了公司似锦的前程。在造型上体现动感、节奏感；在意境上突出音乐的舒缓美感。



幻觉电脑设计公司标志创意：

问号是所有符号中最富有韵味的图形，以一个问号构成一张充满幻想，带有神秘感的脸，智慧的头颅漫无边际，体现遐思悠远、出神入化，而问号的点化成感性的嘴唇，富有人情味。感叹号体现开发智力，追求完美，体现公司引人入胜的设计意念，把客户的梦想化作现实。

感叹号与问号的契合点构成明察秋毫、未卜先知的灵眼。



八闽娱乐城标志创意：

1、主标：本标志以八闽的英文首字母“BM”作为创意的着眼点，构成富有张力，动感十足的视觉符号，体现娱乐行业开心畅快的氛围。



2、辅标：本标志以汉字“八闽”作为象征图案的构成主体，塑造出一个具有幽默感的人物脸部表情，体现娱乐、轻松、诙谐的氛围，以适合年轻人与众不同的品味及乐观叛逆的心态。



福建师范大学校庆标志创意：

1、主标：由福建师范大学缩写字母FTU变形的三只海鸥飞翔在“90”为背景的广阔蓝天上，体现90年来的学校发展的三个阶段：展翅欲飞体现刚刚起步；振翅高飞体现发展奋进；搏击长空体现前程似锦。海鸥在进行中并肩同飞、互帮互助，表现了几代师大人和衷共济、共创辉煌的精神。海鸥又是自强不息，勇于拼搏的典型，也体现了福建师大位处沿海的地域特色。



2、辅标：以五颗心环绕体现齐心协力，共创伟业。旋转中的心渐变成火焰，意喻广大校友对母校的赤诚之心。又似烛光，燃烧自己，照亮别人，呕心沥血的崇高敬业精神。又体现九十年来社会各界人士和广大校友对学校的建设和发展的关心和支持，精心呵护这不息的火焰。



才子衬衫商标创意说明:

才子是一种十分中国化的对有学识又风流倜傥的学者的称谓,所以表现他的飘逸、潇洒、自信、挺拔的形象,充满书卷气,而不是原来的弱弱书生,表现时用中国画的写意画手法,洗练而富有力度。

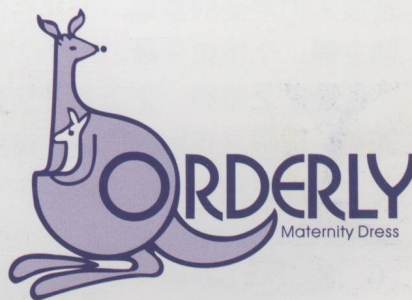
才子集团标志创意说明:

本标志以TRIES的首字母“T”构成博士帽的图形,象征才子博学智慧。体现其自强不息,追求不止的精神。菱形处理成放射线,具有空间虚实透视变化,立体感更强。基座稳固坚实,体现企业脚踏实地的精神。穗带构成“i”的造型与英文名称融为一体,略为倾斜的笔画使端庄、严谨、秩序的造型显得富有动感和趣味性。



老厨房花生油商标创意:

本商标以一个憨态可掬、风趣可爱的小老头儿厨师的形象作为吉祥物,给人以亲切感和信任感,同时塑造其游刃有余,技高一筹的形象。字体采用略为夸张的书法体,从而给人以与众不同之感。



欧黛俪孕妇装商标创意:

卡通形象幽默可爱,用袋鼠的形象让人同表现的题材产生联想,图形十分概括、夸张,与标准字的组合也具有特色。



方圆大厦标志创意说明:

本标志以FANGYUAN的首字母FY构成的抽象的方圆几何形体,有无规矩难以成方圆之感,同时体现建筑的厚重感,倾斜的箭头象征着发展的趋势。



国元大酒店标志创意:

本标志以汉字“国元”的共用笔划的形式,构成圆满端庄、简洁明快的地球型,既富有强烈的东方民族风格,又具有国际化倾向。

福建玩具集团标志创意:

以FJ TOY (福建玩具的英文字母) 加以巧妙组合,采用共用笔划的形式构成睁一只眼闭一只眼的俏皮形象。



万年青标志创意:

本标志以“万”字作为图形的创意着眼点,“万”字在中国传统文化中是个吉祥数字,体现极端、完美、永恒、资历深厚。上面的水平线富有动感,而“星”“月”造型象征其汲星月之精华,生生不息,灿烂永恒,标志内收外放,富有张力。



知音山庄标志创意:

本标志采用抽象表现手法来体现标志的创意,白的受光面构成的斜向的箭头产生立体感的建筑符号,具有强烈的节奏感。而柔和环绕的圆环,体现山庄溪水环抱,整个标志矛盾对比又充满和谐律动。



康居企业集团标志创意说明:

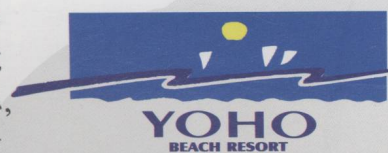
以三个向上的箭头体现房地产开发,轻松随意的“C”,既体现了公司的英文名称CONTUE的首字母,象征康居工程给人以关爱,又打破了只有箭头产生的对称呆板的感觉。箭头下的横线象征沿海的地域特点,同时增加了箭头的动感,体现了企业的速度与效率。



标志的演变 与发展展望

标志发展的历程经历了这样几个阶段：简陋—繁琐—简洁—精致—多元—延展，由简入繁，由繁到简，由简复繁，这是设计发展史的必然，但每次的蜕变都是一场质的飞跃。作为标志，美观的图案是被人们接受的基础，而具有的信息又是其识别传播的主题、个性化手段。

标志之简约，是讯息传播的需要，而由简复繁的趋势，同样是识别的需要。简练的标志虽具有单纯明了之优点，但在喻义趋同，创意俗套的前提下，设计交流的相对封闭，世界上标志图形撞车现象日益严重，现代企业之间的差异成分日益缩小，字母资源的不断挖掘，使标志在识别上产生一定的混乱状态。而标志适当的繁处



理、随意性处理也摆上议事日程，如随意的笔触与严谨的图形的组合、富有民族特色的汉字、英文连字的组合、电脑图形的使用、光学色彩的运用、装饰图案的复

苏等。而标志的装饰性又需要标志除了识别外，还要层次分明，耐看，便于不同场合、不同材料的运用。所以，现代的标志设计趋势是图形整体视觉处理简洁化，基本构成元素多元化，着重内在本质关联，而不是拼凑与罗列。

标志繁简本身并不表示效果的好坏，关键在于图形本身内在联系的紧密度。多信息而关联性不强，则花费的记忆时间便延长，图形就显得繁杂，而多信息，经过整合处理，具有视觉中心以及欣赏流程，就显得简洁。

标志应强调的是标志与企业风格的吻合，与字体、与象征图案、与色彩的组合以及在不同场合中与环境、材料的和谐统一。

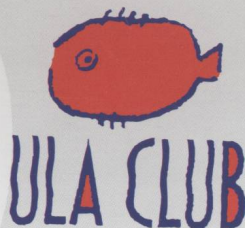
标志的扩展性就是标志图形应便于与其他元素的有机组合，其局部具有装饰性和延伸感，适于不同场合及材料的运用并获得良好的视觉效果，便于多元化的喻义的注入与可释性。

具象的图形容易给人以信任感和亲切感，它的多元性不在于它的喻义，而是具有强加性的囊括。抽象的图形，通过观者的不同的心理感受以及视觉经验追加图形以更深的内涵。

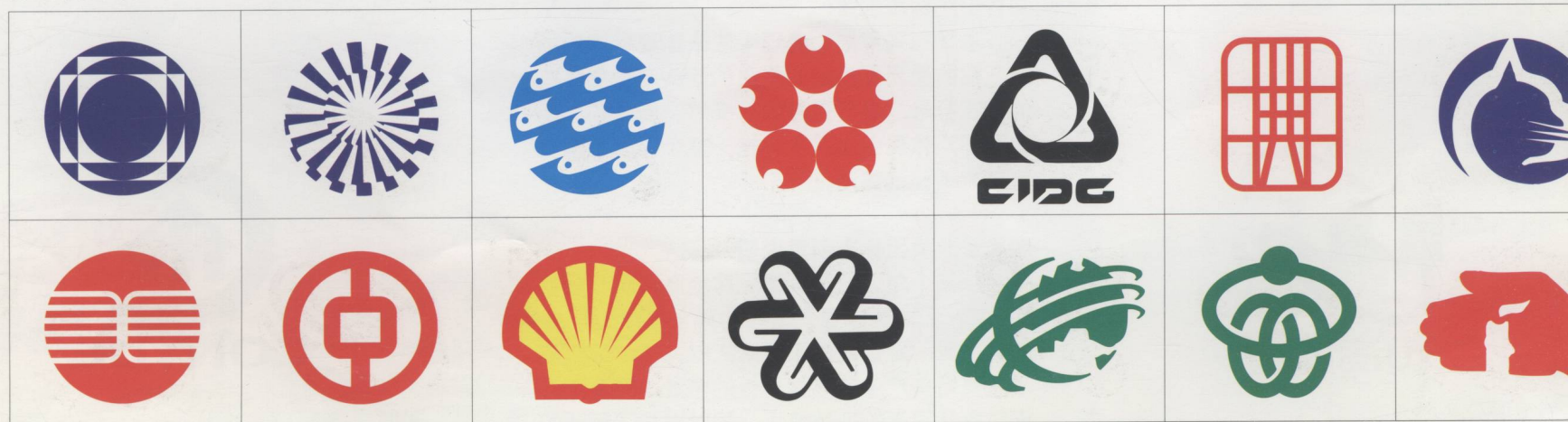
在设计过程中要求愈多的构想提案愈好。许多设计师常常把一锤定音当作是自己能力的一种体现。其实在标志设计中并不排除妙手偶得的现象，但绝大部分还在于量变到质变、演变与完善的过程，况且对同一枚标志探索不同的方案也有助于开拓我们的创意思路，为下一次的设计积累素材。



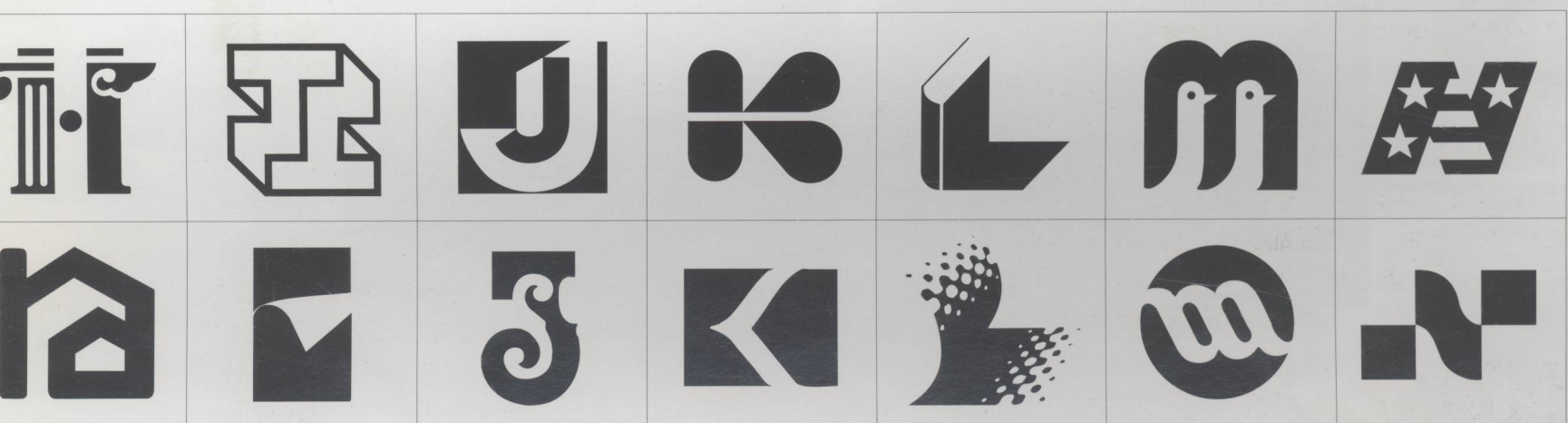
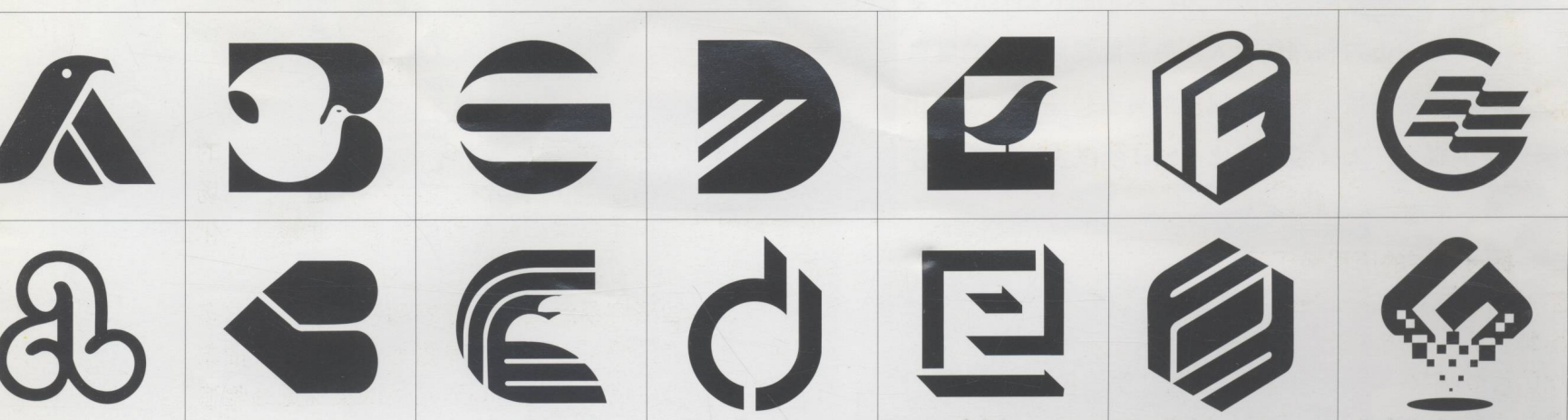
标志创意设计不同于纯艺术领域的自由表现，设计中常常受到许多限制，然而如何在限制中发挥极致，把握好来自多种限制中的多种机会，又是设计师的高明所在。新颖独特、出奇制胜，但很关键的一点是要恰到好处。



标志图形构成



字母及数字型标志示例



信息时代,各种媒体层出不穷,人们的大脑只对那些具有较强视觉冲击力和那些引人入胜并能提起兴趣的信息予以吸收,招贴是最原始和最现代的具有较高艺术效果和促销作用的媒介,大开幅纸媒体(默认样式)、现场POP售点广告、吊旗、喷绘等,它简易而感染力强,适用于户内和户外的展示,它分为公益类、商业类、文体类、纪念类,由于要抓住人们转瞬即逝的视线,必须引起人们的好奇和兴趣,从注意——兴趣——观看——审视——吸收——回应,所以画面要新奇独特、简洁率真、以少胜多、以一当十,立场鲜明、开门见山。

招贴设计能够考验学生综合创意能力,所以设计当中应注意安排好视觉流程,编排视觉流程,对观众视线进行有意识的引导,感受最佳的映象,如通过画面人物的目光、手势、动态,文字的编排处理或色块、箭头以及有诱导性的图形,突出主题,从而在不知不觉中接受画面所传达的信息。

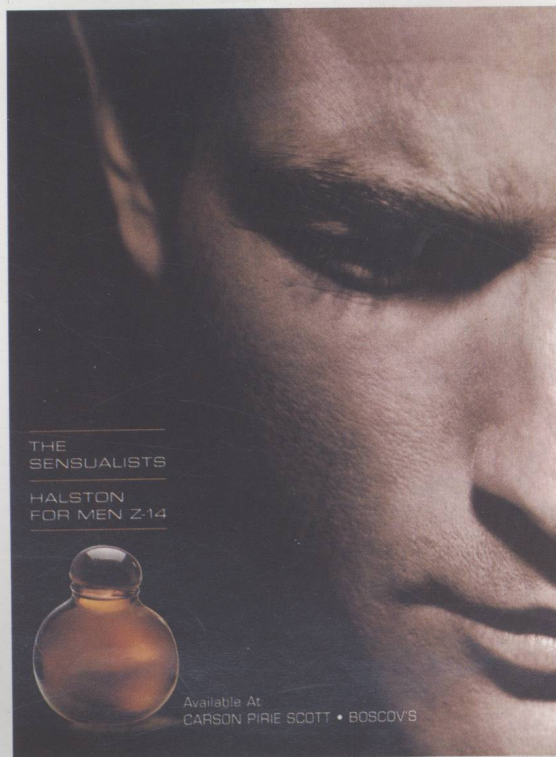
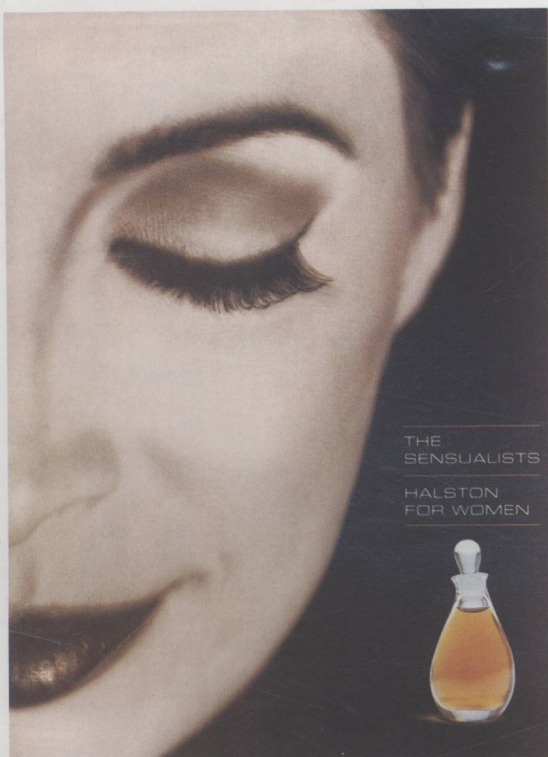
招贴应包含:1、图形:插图(绘画、摄影、卡通、图案、图表、符号)、商标、品名(标准字体)等;图形是国际语言,通俗的图形不分种族都可意会,图片能以事实说话,比文字更直观、形象。在效果上要鲜明强烈、简洁明了、具

有引导作用,不感觉抽象,只要言之有物,就能给人深刻印象。

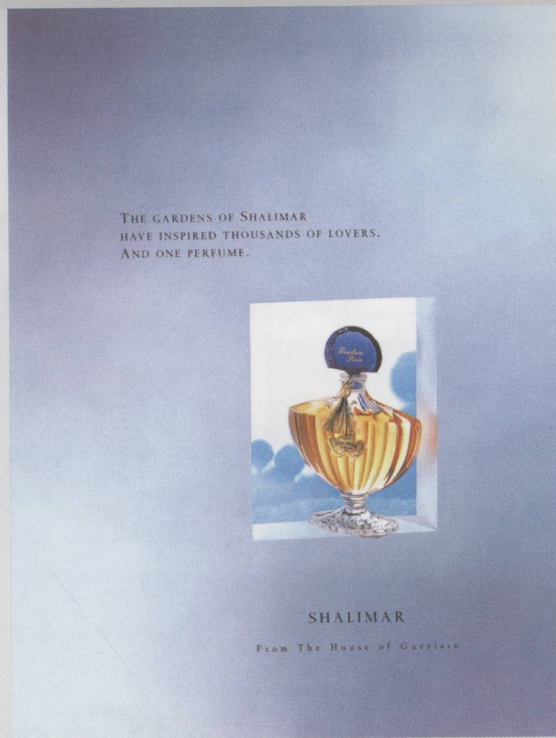
2、文案:标题、正文、广告语、其他文字;部分考生的通常都不大重视文字功夫,认为跟自己没有多大关系,其实文案的作用能够起到画龙点睛的作用。考试中往往给你一个题目,所以审题很关键,离题了,做的再细再生动也是白费功夫。

3、色彩:色彩可强烈、可淡雅,文字部分可随之互动,通常情况下,色彩比黑白能够高出2~3.5倍的注目度,醒目和特色是相对而言,偶尔在色彩的海洋中看到一张黑白的招贴,觉得十分珍贵,反之亦然,正应

了一句古话“万绿丛中一点红”,衬托的作用是十分重要的,色彩在整个画面中能够形成主调,但信息要靠图形和文案。

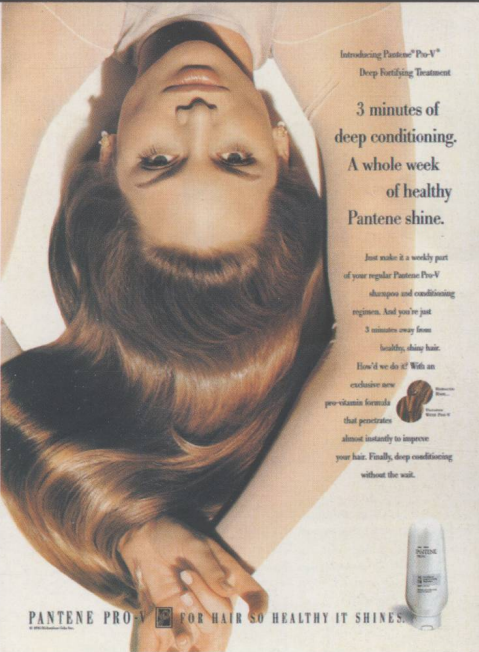


作为系列招贴,这两幅作品一幅表现一种产品,女性香水瓶型柔媚娇丽,女性的头像局部也光滑细腻滋润;男性瓶型虎背熊腰,头像也粗犷有棱有角,在单个画面中,采用对应的手法,来说明产品的功用,通过大小、单色与彩色,使信息十分突出,富有秩序感。



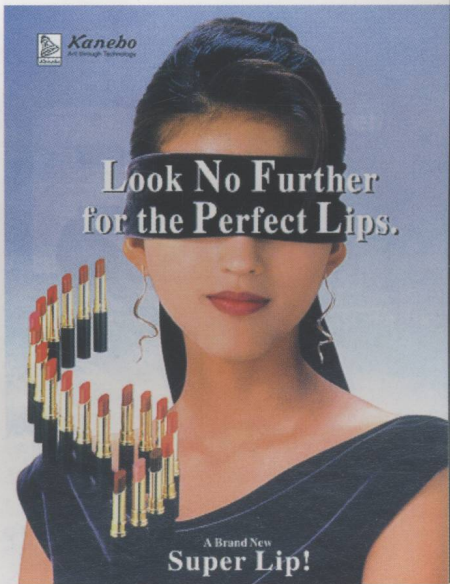
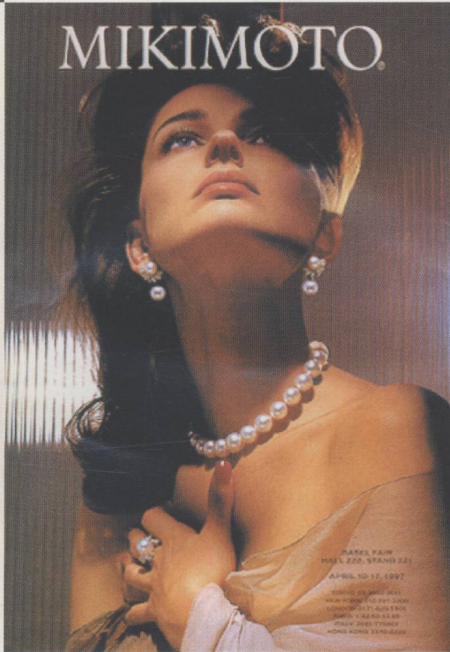
取景框式的构图处理,能让人注意力集中,同时给人浪漫优雅的感觉,以物替换更能引起联想。

招贴设计



模特很美，但把她倒置，迫使欣赏者忽略其美貌，而把注意力集中到她绸般的长发上，由头发引导你的视线到手指，由手指引导视线到文字，由文字引导视线到产品——潘婷护发素。

蒙上你的眼睛，给你一份惊喜，欲露而故藏，这是广告中惯用的手法，而心灵的窗户被遮挡，那么遮挡物一定被关注。



PRO¹⁰ Nail Lacquer. Salon nails. Without the salon.

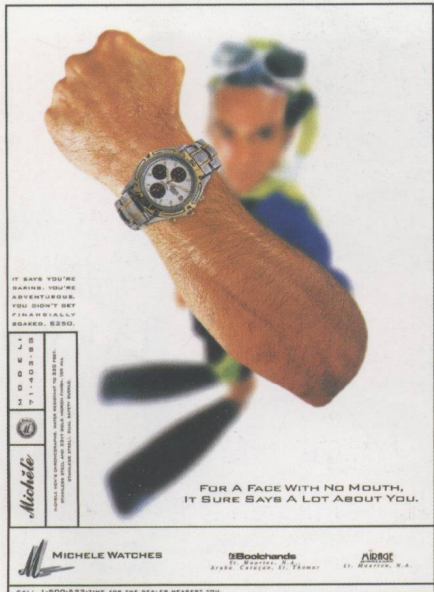
The same top-rated professional formula used in nail care salons is now available in retail stores. Advanced PRO¹⁰ Nail Lacquer provides maximum color intensity with faster drying and smoother application. 45 trend-setting shades. Please call 1-800-444-0563 to locate the store nearest you.

在画面中，信息是很重要的，但有些文字因为小，无法被人关注，所以就以吸引人的图象做引导，本图四指和指甲刷的指向使文字成了焦点。

视觉引导



“乱麻”中理出头绪，这是最让人舒心的事，所以这根清晰的线头是被看得很紧的，那么它所指示的地方自然尽收眼底。



强烈的透视感给人很强的视觉冲击力，一下把反映的核心伸到你的面前，让你不得不看，不得不接受。

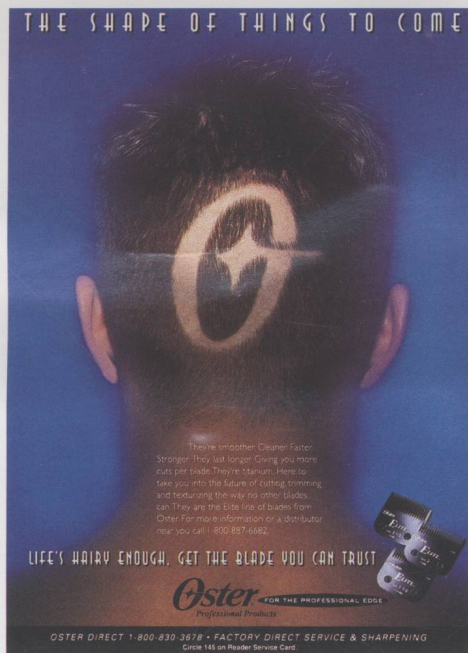


痛·也要痛得漂亮！





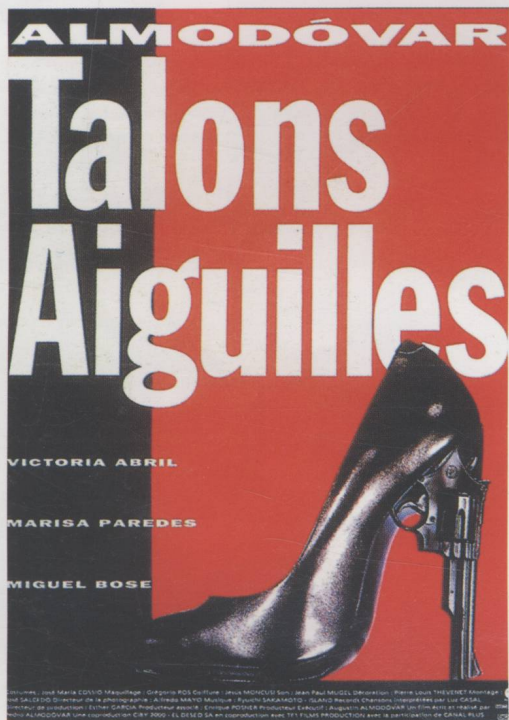
分解式处理，层层推进，富有说服力。每一种装饰风格代表一种频道，新颖的表现给人耳目一新的感受，从中体验yahoo! 的与众不同的创意。



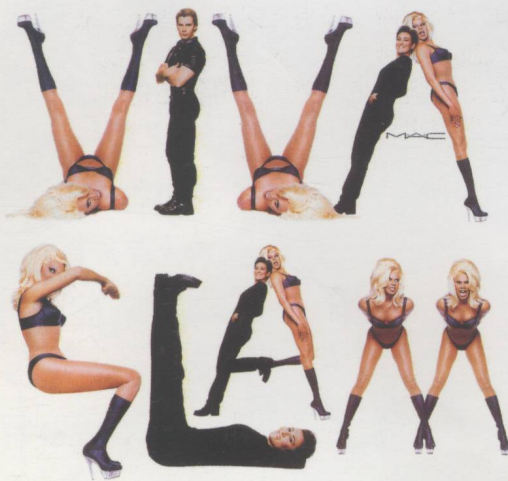
前卫的造型给人很酷的感觉，从头发中挖掘出的标志，必然吸引新生代的消费群。



一个模特的标准造型，而这却是出自一个婴儿的稚气的动作，这种反差让人忍俊不禁，在微笑中接受了他道具中的信息。

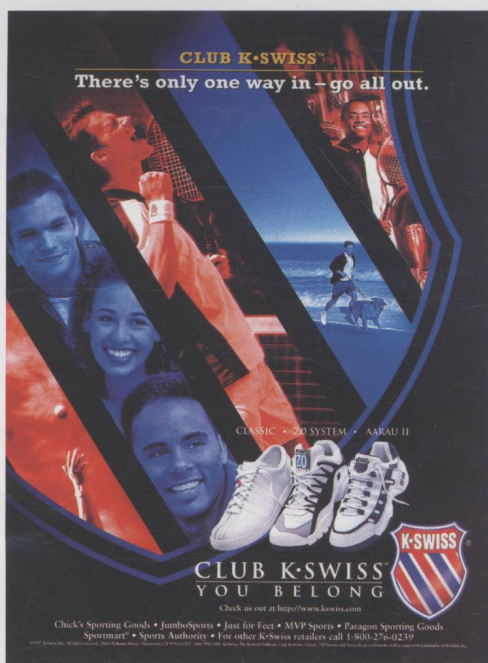


戏剧、电影招贴十分讲求情节的戏剧性，从它的一个瞬间或一个画面组接产生的浓缩寓意，我们便可了解影片的大概。

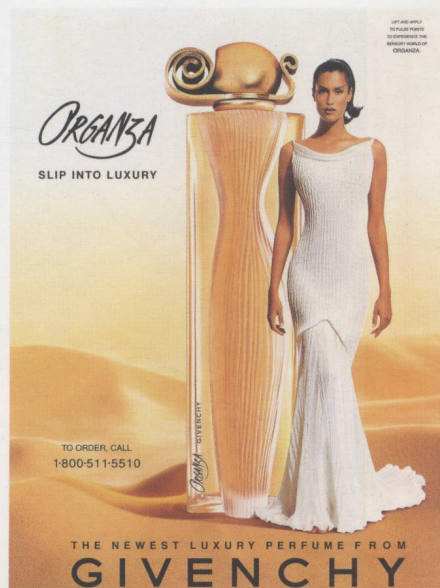


Every cent of the retail selling price of MAC VIVA GLAM Lipstick is donated to the fight against AIDS. Thanks to our customers and staff, over 5.5 million dollars has been raised so far.

人物、动物或物品构成字母，在招贴偶尔用之，也是别有风味。



以标志作为画面的构图样式是VIS中经常用到的手法，他有助于加深和巩固人们对此品牌的印象，因此，一个具有可扩展性的标志可为广告的传播提供很有利的条件。



瓶的造型与女模特的造型如影相随，既呼应，又互衬。



把招贴处理成一个礼品包装，全部的信息就集中在标签上，这成了单纯画面的焦点，就象我们拿到礼物时急于知道是谁送的，这时大家做的第一件事就是凑上头看看这个标签，这样传达信息的目的就达到了。



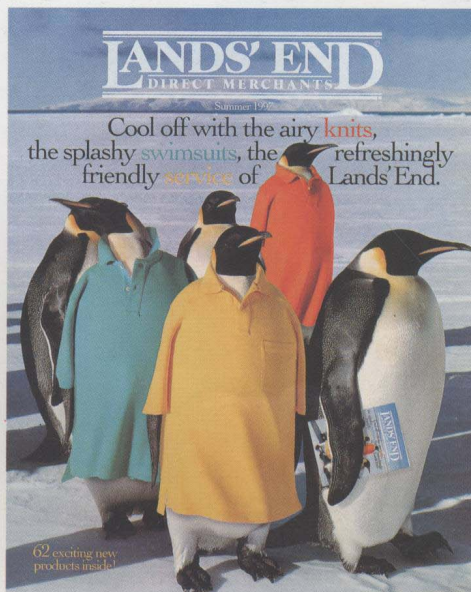
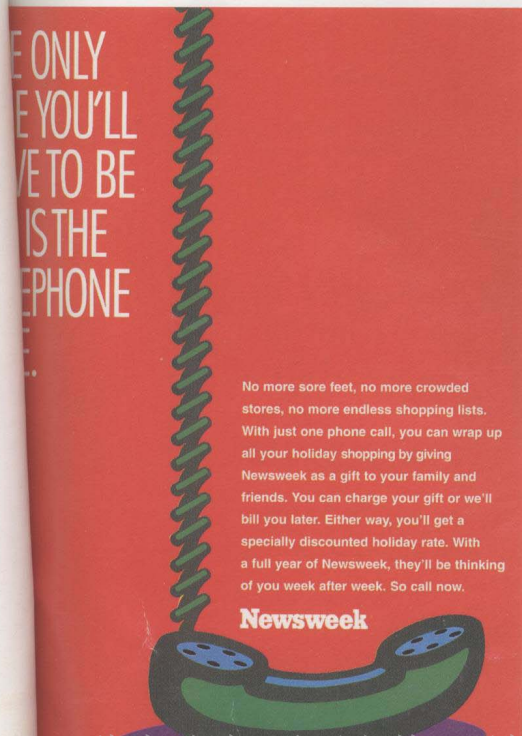
以从颜料中挤出的手表象征产品的款式多样，丰富多采。并列式的构图体现对它们不厚此薄彼，由大家自己选择。



众目焦点，人心所向。



博物馆是历史物品的荟萃，所以画面天文、地理、瓷器、碑帖、织锦，一应俱全，澳门是个典型的多元文化的集聚地，所以洋房、风水、八卦、欧式纹样交融其中，内容虽多，但统一在一个调子里，所以显得和谐精美，主题突出。



电话线从标题引导到内文

这幅招贴采用拟人化手法，幽默的手法有时候起的作用比正面说更有效。



视觉的语言是十分丰富的，它是一种国际性语言，特有的文化也许不同背景的人很难理解，但辅助以特有的手势或其他的画面，也许便能让人意会。



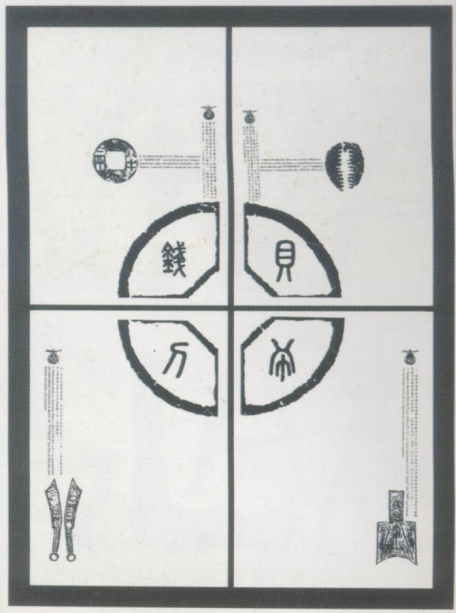
中文是一种象形文字，从图形变化而来，其内涵十分丰富，作为汉语作为母语的人，观其型便可知其意，这里选取的两幅作品，采用共用笔画的形式，在意义的表达上十分巧妙，甚至达到图形的解读作用。



涂料罐、蝴蝶翅膀，两者之间看似没有直接关系，但却能组合在一起，并能自圆其说，涂料是多彩的，蝴蝶是缤纷的，观看的人也能从中恍然大悟，并接受它传达的信息，这就是创意。



京剧脸谱是中国的国粹，而美髯却是由条形码构成，具有很强的商品指示性，整个画面把现代与传统、感性与理性有机地交融在一起体现国货，让人印象深刻，过目不忘。



组合式招贴可分可合，每张都表现了古代一种钱币，组合在一起，中间部分又构成一枚方孔钱，做组合招贴，一定要考虑到它们之间的呼应关系。



儿童模仿能力很强，对长辈是亦步亦趋的，言传身教对他们的作用是潜移默化的。大人行得正，甚至是他们一生的榜样，以小脚印套大脚印，诉求十分明确，让人一目了然。同时在表现上十分简洁，没有多余的笔墨。

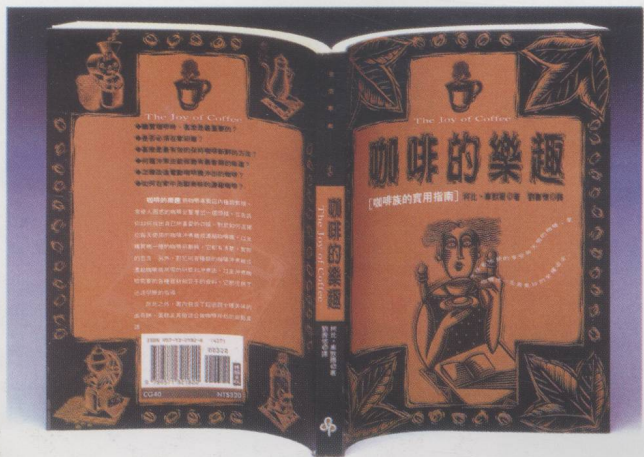


一双沾满颜料的手印构成一只展翅欲飞的鸟，象征创造佳作靠的是灵巧的双手，学校是腾飞的起点。

书籍设计

书是汇集信息的载体，书籍设计要求设计者有奇巧的设计意念，通过挖掘书中深层涵义，梳理各类设计要素、构思恰倒好处的格式，注入感性的设计语言、进行书籍设计的再创造。

书籍设计可分为两个部分，一是设计书的形态（包括开本、纸张、厚薄、装订方式、版式构成、排列方式等）。二是设计书的外观，即封面（套封）、内封、环衬等，在



发挥书的封面的保护功能的同时，向读者宣传书籍的内容，引导读者产生阅读和购买的行为。

组成书籍设计表现的
四要素：

文字、图象、色彩、
材料，对于书籍设计来说
十分重要，它们决定了阅
读者视觉的全部感受。

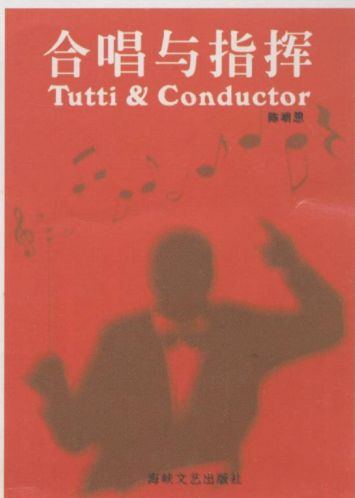
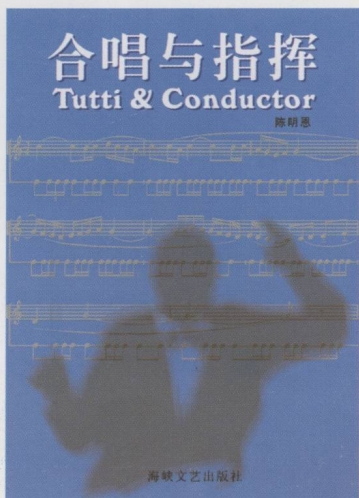
文字图象应该是相互
衬托、有机组合。不是两
者关系的并列或罗列。

书是立体的，翻页是
流动的过程，情节是发展
的，整个具有不断变化的
时空关系。书籍设计要与
这种气氛呼应。

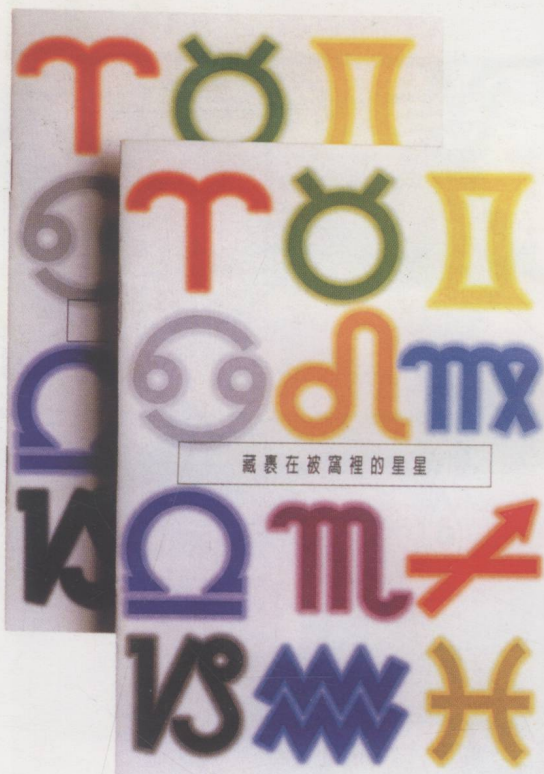
设计要考虑成型和批
量印刷的工艺问题，不能
为设计而设计，避免浪费。

书籍设计风格要体现
民族性、书卷气和文化品
味。书籍设计的形式多样，
不胜枚举，设计者要充分
运用文字、图象、色彩、
纸张、工艺手段融于文学
作品之中，构造流动的具
有渗透力的新的书籍形态。

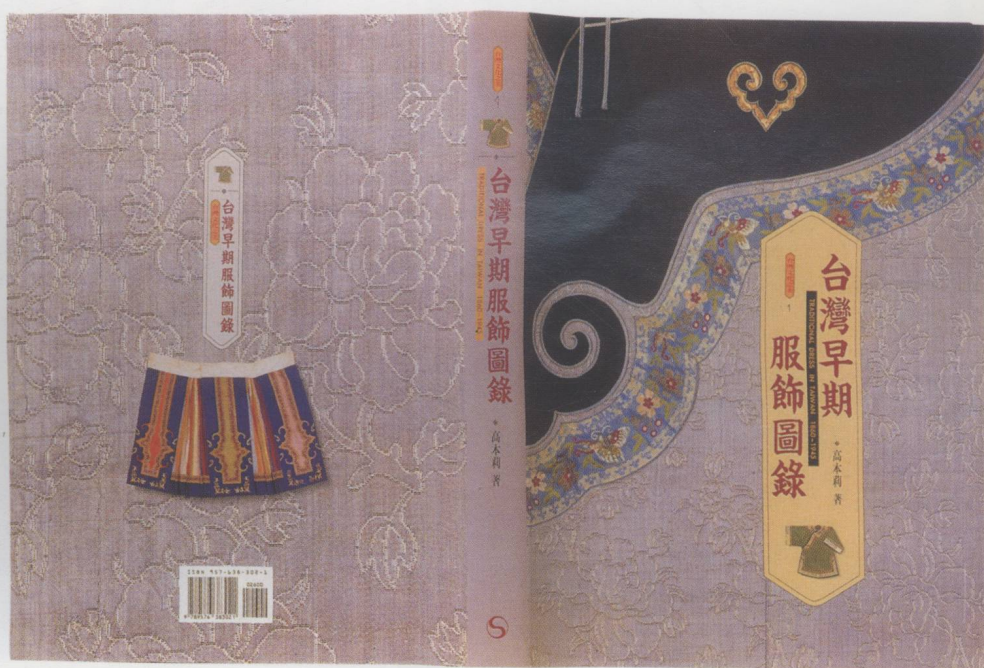
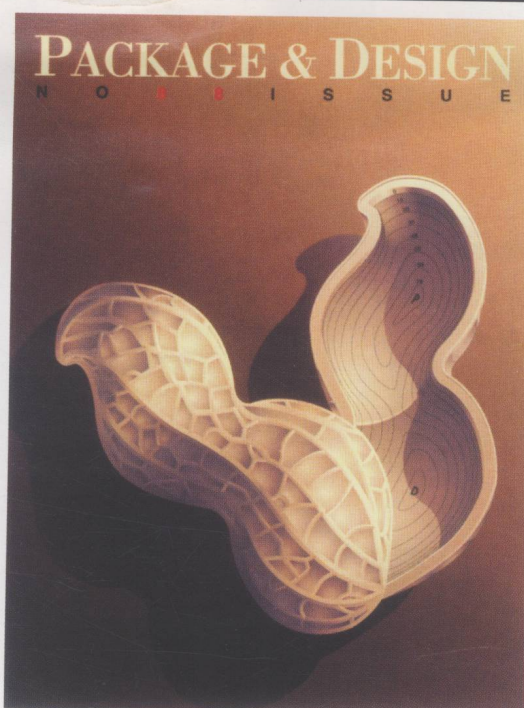
出血位：3mm
意思就是要多留3mm，以免裁
切时露出没有印到的白边。



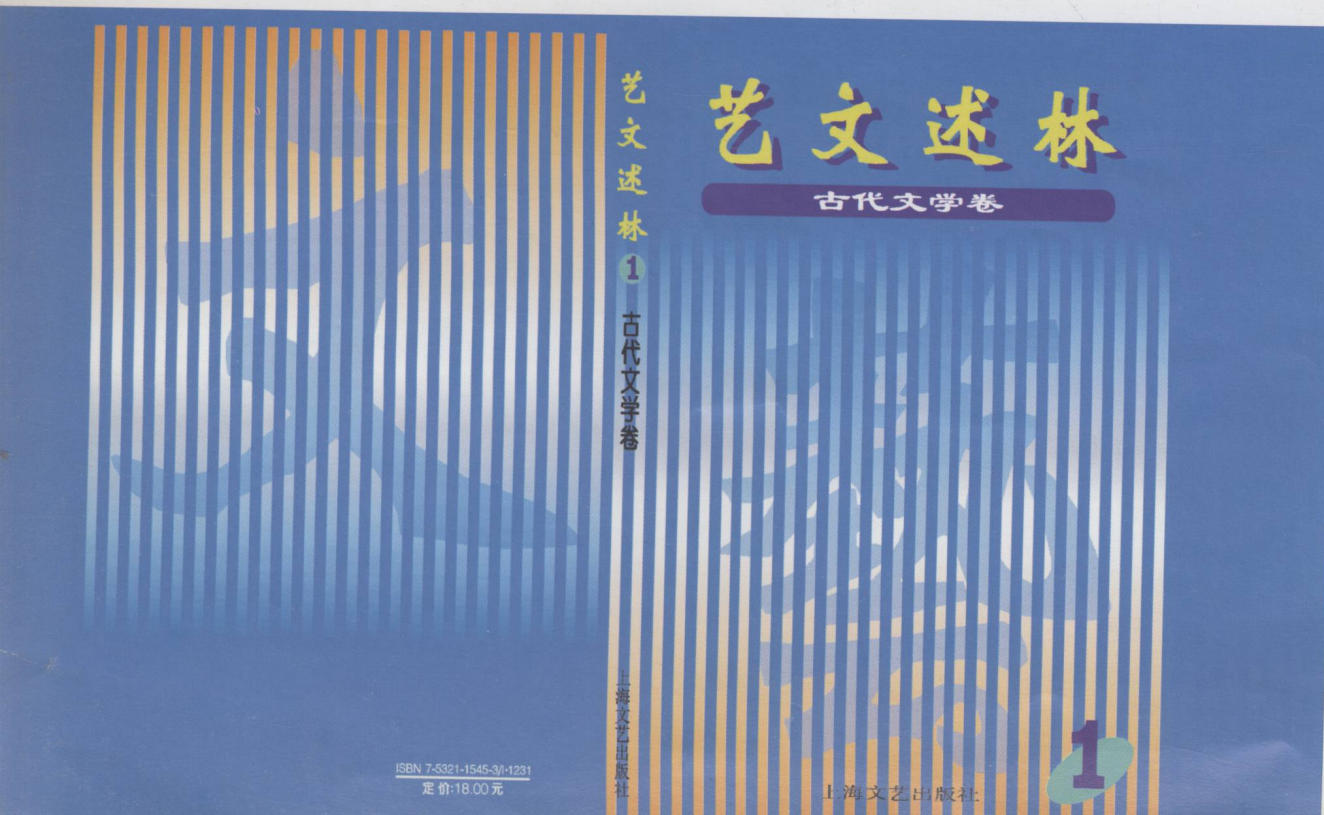
当然，以上的封面也可以这样处理，这正说明每一个设计都有很多种不同的手法可以尝试，对于考生来说，选择自己最擅长的表现手法是让你脱颖而出的最佳方式，在这本书中，我所举的一些例子主要追求规律性的问题，特别是构思和编排的问题，这样能让考生不论面对哪种题目，都能以扎实的专业手法来对待它。只有起点高，才能驾轻就熟。必须记住，要写好诗，工夫在诗外，每一个灵感，每一种表现手法，都可以在其他艺术样式中得到借鉴。



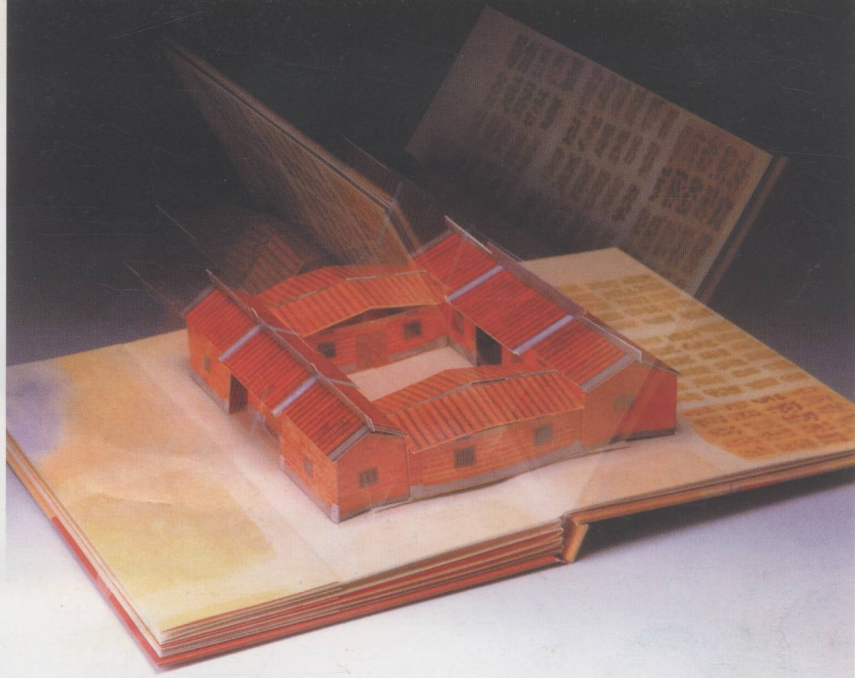
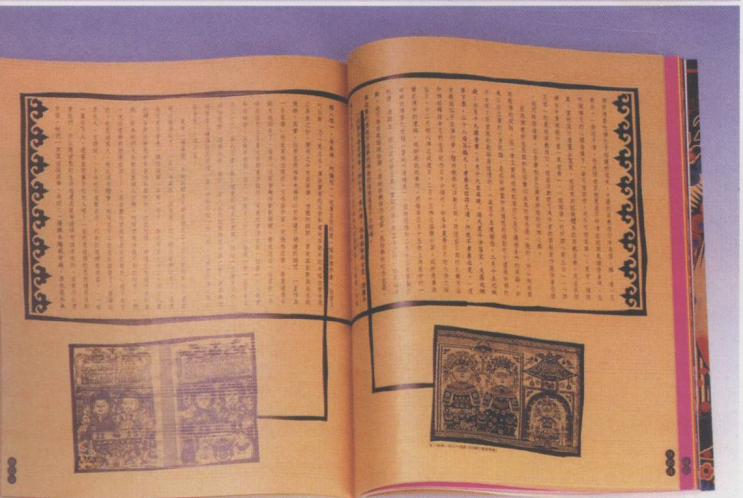
花生是天然的包装，在包装书封面上体现它再恰当不过了。



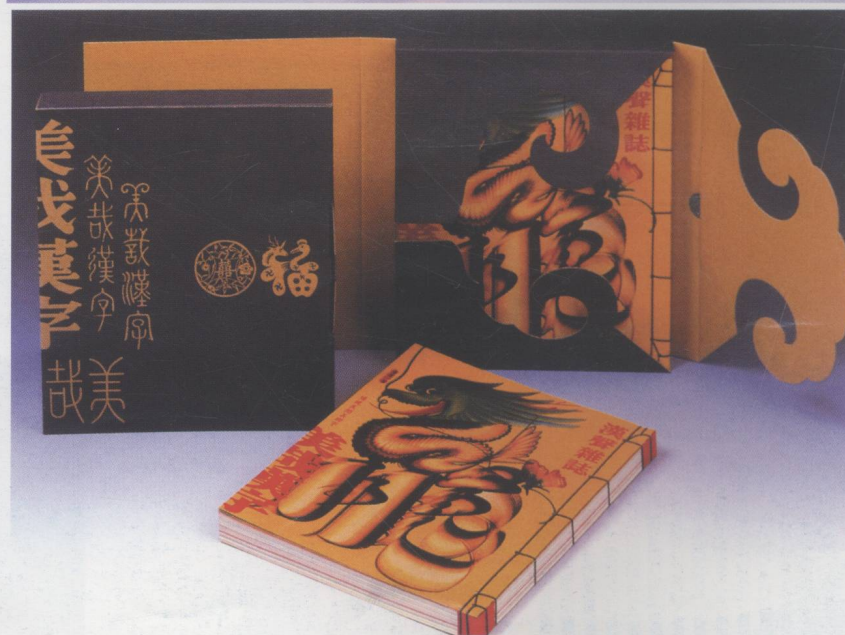
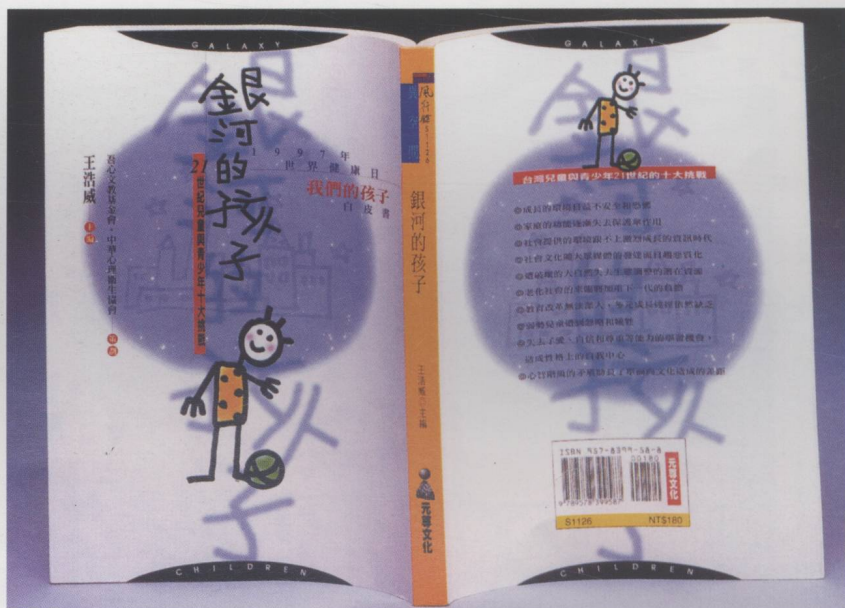
民族服饰图案作为书的封面主题，便具有了构成效果。



字体放大起到分割画面的作用。



立体书吸收了立体贺卡的表现手法，给人身临其境的感觉。



虽然是线装书，但具有现代感，因为注入了现代的观念。

剪纸的云纹和画像砖拓片产生的历史氛围。

卡片包含贺卡、请柬、名片等，具有较强的指定性和专用性，是广告公关不可或缺的媒介，是人与人之间的一种沟通技巧，如今虽然可以通过电话、传真和电子邮件来快速联络，但在特定的日子和场合，一张独具匠心的创意卡片，凭借美好祝词和悦目的画面，能够充分表达主人的热情和心意，为接收者带来一份惊喜。

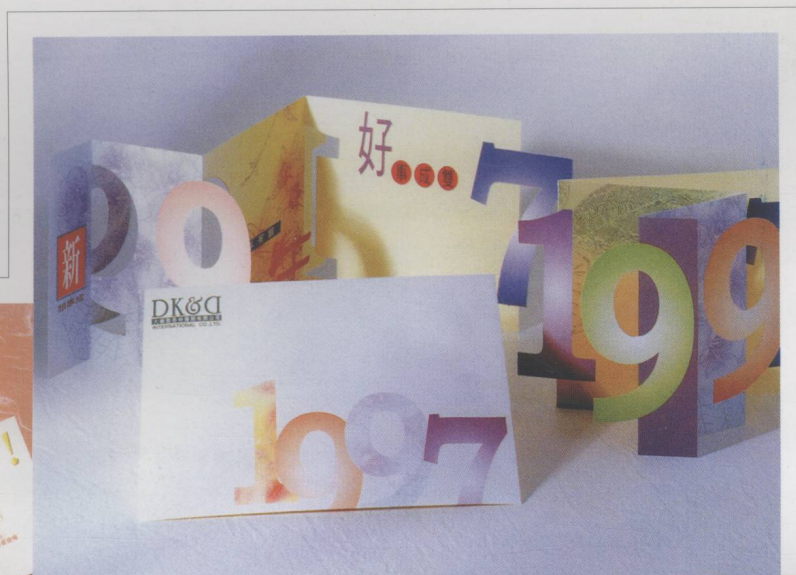
同时它在营销策略上具有锁定对象的优势，融商机于问候之中，它的诚意感和价值感是其他无影无踪的电子信号所无法替代的。

卡片从纸材选取、造型设计、折纸变化、立体效果、素材加工，结合表达的主题和节庆，以CI为基础来进行设计，现代的卡片设计甚至融入电子声光效果，使其虽只方寸地，功能却无限。

节庆婚庆喜贴在考虑成本的基础上，摆脱千篇一律的面目，根据对象的个性特征、背景、喜好、行业以及家庭氛围，量身定制，给人留下浪漫永存的记忆。以中国的喜庆色为主，可以配上金银辅色或暖系渐变色，采用专色和四色印刷，让应邀的亲朋好友提前感受这种幸福和快乐。具有西方特色的圣诞、元旦，可在缤纷色系上下功夫，体现轻松热闹的气氛，甚至可以体现幽默感的画面，让人会心一笑，运用古典图案的庄重大方，体现隆重、体面的效果。而运用生肖图案、剪纸具有强烈的中国特色。甚至仅用同色，以消光油印刷区分图案。

在工艺上使用特种纸，烫金、凸纹浮雕处理，给人立体感，有时打孔处理辅以缎带丝线，给人高贵、精致的感觉在外型上可以是对称、不规则、镂空、立体，体现现代、前卫的感觉。

卡型分为：贺年卡、问候卡、亲情卡、情人卡、邀请卡、开幕卡、促销卡等。以最少的成本设计制作出趣味性、艺术性和高效率兼备的卡片是每个设计师面临的挑战。



卡片设计

