



高等教育“十一五”全国规划教材

中国高等院校美术专业系列教材

# 图形创意设计与应用

席涛 著  
毛溪



人民美术出版社

江西美术出版社

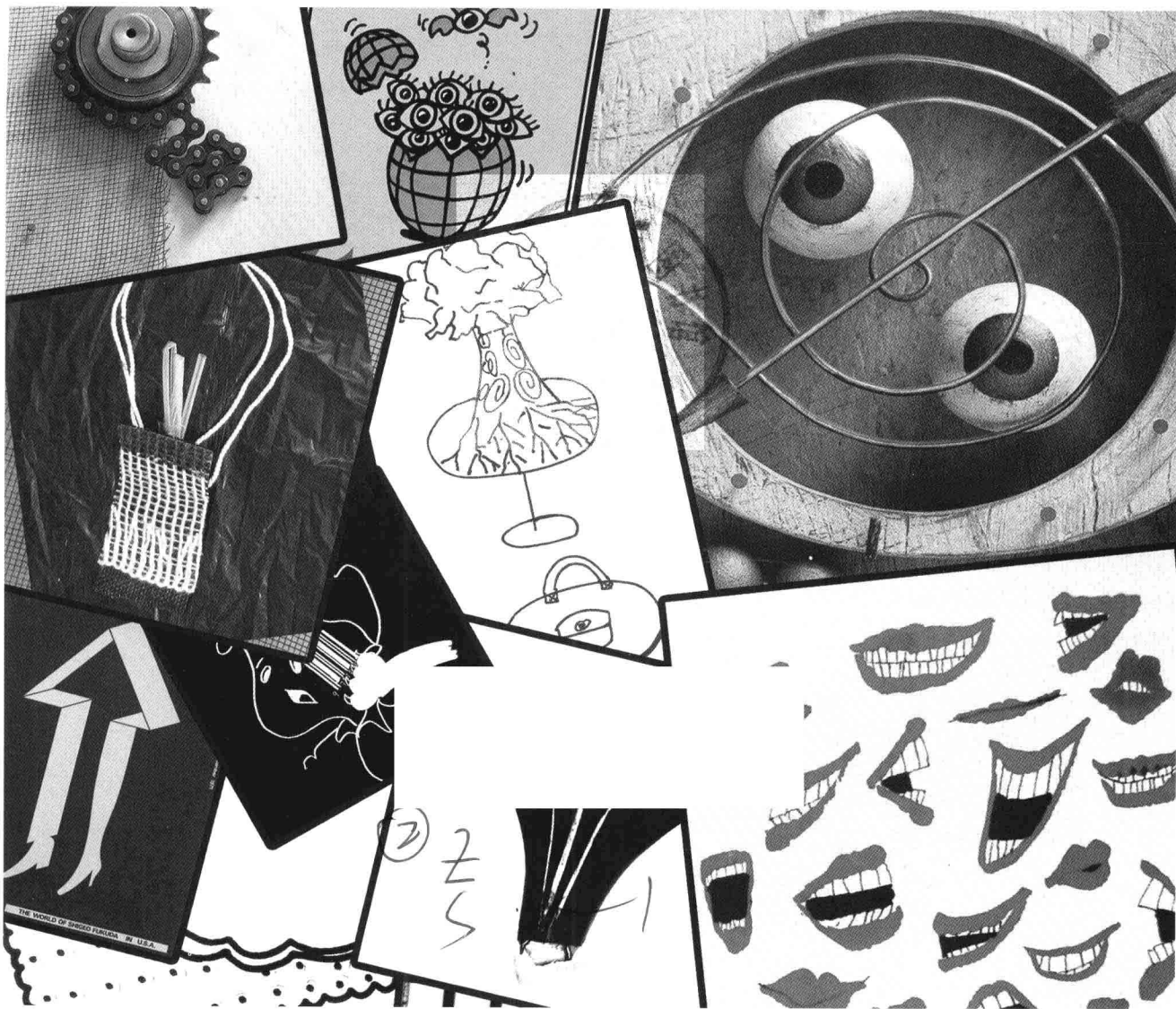


高等教育“十一五”全国规划教材

中国高等院校美术专业系列教材

# 图形创意设计与应用

席涛 著  
毛溪



人民美术出版社

江西美术出版社

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可,不得以任何方式  
抄袭、复制或节录本书的任何部分。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问:江西中戈律师事务所

#### 图书在版编目(CIP)数据

图形创意设计与应用 / 席涛,毛溪著. — 南昌:江西美术出版社, 2009.7

(普通高等院校“十一五”国家级规划教材)

ISBN 978-7-80749-695-3

I.图… II.①席…②毛… III.图形—设计—高等学校—教材 IV.J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第105478号

### 高等教育“十一五”全国规划教材联合编辑委员会

主任:常汝吉

学术委员:邵大箴 薛永年 程大利 杨力

王铁全 郎绍君

副主任:欧京海 肖启明 刘子瑞 李新

曾昭勇 李兵 李星明 曹铁

陈政 施群 周龙勤

委员:吴本华 胡建斌 王玉山 刘继明

赵国瑞 奚雷 雒三桂 刘普生

张桦 戴剑虹 盖海燕 武忠平

徐晓丽 叶岐生 李学峰 刘杨

赵朵朵 霍静宇 刘士忠 邹依庆

---

### 高等教育“十一五”全国规划教材

#### 图形创意设计与应用

TUXING CHUANGYI SHEJI YU YINGYONG

席涛 毛溪 著

---

出版发行 人民美术出版社(北京北总布胡同32号 100735 网址:www.artscbs.com)

江西美术出版社(南昌市子安路66号 330025 网址:www.jxfinearts.com)

E-mail jxms@jxpp.com

联系电话 0791-6566241

责任编辑 徐玫 李佳

装帧设计 毛溪

责任印制 朱常蕴

经销 全国新华书店

印刷 江西华奥印务有限责任公司

开本 889毫米×1194毫米 1/16

印张 8.5

版次 2009年7月第1版

印次 2009年7月第1次印刷

印数 4000

ISBN 978-7-80749-695-3

定价 45.00元

Dedication:

For Tao Xi and Xi Mao

Firstly, I congratulate Professor Xi warmly on his book published successfully. And I admired that Prof. Xi work hard for writing this book at CMS, UK. Graphic design is for applying to practice, for example, advertising design, package design, logo design, cartoon design, multi-media design, and so on. It is very wide used. But not all of designers can use original design in many commerce design items, they can collect so many graphic design on online. Many commerce design works were changed and corrected from others' works for their commerce value. So Prof. Xi's research advocate original design in graphic design area. Finally, let 's expect that Prof. Xi have more and more original works can apply our life and commerce, we can enjoy its. Cheers,



**Jonathan Barratt**  
Dean of School  
Central Saint Martins College of Art and Design  
University of the Arts London

## 序

首先，我最热情地祝贺席教授的书能成功出版。我非常敬佩席教授在中央圣马丁学院期间为写本书所付出的努力。

图形设计是实践性的设计元素，比如在广告设计、包装设计、标志设计、卡通形象设计以及多媒体设计中都要被广泛运用，但不是所有的设计师在现代商业设计项目中都能做到原创设计，他们很多设计作品效果或是通过网络信息采集获得，或是将别人的作品加以修改获得利益。所以，席教授的研究就是要在图形设计领域里创造原创设计。

最后，让我们期盼席教授有更多的原创作品可以运用到生活中，我们能得以享受。

谢谢！

**Jonathan Barratt**

伦敦艺术大学中央圣马丁学院艺术与设计分院 院长

# 前言

图形设计是一门对学生非常有启发性、非常有意思的课程，它同时从创意思维和艺术表现这两个基本方面给学生开启了设计的大门。本书展现了图形文化内涵、历史传承以及各种类型的现代应用，还简要介绍了图形在艺术表现上和现代艺术的渊源关系，以及在功能上和社会的密切联系。这使得图形设计获得了比较全面而合理的知识体系，合理的内涵和外延，是有着创造性、哲理性和艺术性的设计表现形式，而不是纯粹的技巧训练。

全书共七个章节。

第一章阐述了图形的基本构成，意识和符号的关系，图形的实用、美学功能和象征功能。

第二章阐述了图形的创意原理、创意原则，特别是创意思维作用下的创意方法。

第三章重点阐述了图形和文化艺术的渊源关系，从传统文化延续的象征性，到数理美学的应用。特别介绍了一些对图形的艺术表现有着重要影响的现代艺术流派和作品，其中包括达达主义、激浪艺术、超现实主义、视幻艺术和涂鸦艺术等。在一条简洁而清晰的脉络中，展现了图形设计和当代艺术文化不可分割的密切关系，而不是孤立地从设计看设计。这一点可以帮助学生建立宏观的、历史的设计观，也是为了更好地理解 and 融合当代文化艺术的精华，发挥设计这种交叉学科的特点。

第四章结合对比、调和、韵律、动感等艺术规律，进一步引导学生如何获得更有效的表达形式。

第五章结合教学的需要，有代表性地总结了图形设计的表现技巧和语言，如同构、正负形、矛盾空间、聚集、影子等，并通过分析作品和作业训练进一步使学生达到心、手的协调，准确而智慧地表达意图，达到超出文字的传达效果。在最后两章中，通过表现技术和应用的剖析，让学生从图形的课堂训练过渡到实际的应用中。

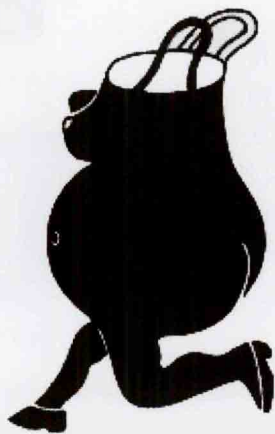
本书在每个章节中都通过设计的具体实例来说明，还在最后一个章节中，分别从招贴、标志、包装、产品设计和环境设计等几个方面，较为集中地介绍了图形的应用，体现了设计者的才华和激情，更是为其他人创造更富有创造力、更宜人而轻松的生活环境，也从另一个侧面说明图形设计作为基础设计训练的重要性。

# 目 录

<b>第一章 / 图形的基本构成</b>	01
第一节 什么是图形	02
第二节 图形的基本构成	05
<b>第二章 / 图形创意的原理</b>	17
第一节 图形创意的内涵	18
第二节 图形创意的原则	24
第三节 图形创意的方法	26
<b>第三章 / 图形的艺术与文化</b>	41
第一节 象征	42
第二节 数理美学	45
第三节 艺术表现	47
<b>第四章 / 图形表现的艺术规律</b>	57
第一节 对比	58
第二节 调和	64
第三节 平衡和动感	66
<b>第五章 / 图形设计的技巧</b>	73
<b>第六章 / 图形表现技法</b>	99
<b>第七章 / 图形设计的应用</b>	115

# 第一章

## 图形的 基本构成



## 第一节 什么是图形

图形在视觉研究领域中已有相当长的一段历史。图形的含义可以从三个方面理解：一是类似于“符号”的功能和意义；二是从设计者、创作者的态度来看，他们更关心图形的创造意义和传达功能，是一种巧妙的设计语汇；三是有时人们将图形和“图案”等同理解，从表面的形式上进行比较。

### 一、符号

符号是传递信息的视觉化信号，属于象征性的视觉语言，由知觉刺激感受到的反应，而引发联想，是某种事、物、现象的对象物利用某种可见的媒介物，以传达其象征意义、意思内容。如在中国远古彩陶文化出现的象形符号中，左边带斗笠的人被示为“耕作”，右边的人被示为“休息”；而拜占庭人和格第克人也有他们打石活动的标记符号。

具体地分，符号还有以下三个类别：

#### 1. 图像符号 (ICON)

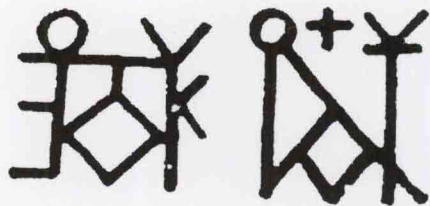
通过模拟对象或与对象的相似而构成的，如肖像就是某个人的图像符号。

图像符号往往取对象的形态特征，加以简化或者夸张。人们对图像有直观的感知，通过形象的相似就可辨别。这种符号能体现各种艺术的创作表现手法，也能体现图形创作者的个性特征。电脑中的各个文件夹、各种功能常采用这种形象化的符号来表示，大家在网络聊天中也常常用各种性格鲜明的头像来表示自己，商品的商标等更是借助图像使人产生联想和记忆。

#### 2. 指示符号 (INDEX)



“耕作”和“休息”的符号



拜占庭人和格第克人打石活动的标记符号



传统电话机的造型



图像化的电话形象



传统的表示电话的图形符号



现代流行的带有质感和动态效果的图形符号



指示符号与所涉对象之间具有因果或时空上的关联，有着指向和指导的作用。现代的指示符号大都有一定的目的性和功能性，具有形态简练、直观的特点，常利用人们熟悉的约定俗成的方法来表现。这些符号大都用于公共空间和群体的场合，比如道路、机场、广场等，能够迅速、准确地进行指向性传达，并影响人们的行为。这类符号有着国际约定的规范，指示符号有时也和文字、图像化的符号相结合，以便能充分地说明对象。



### 3. 象征符号 (SYMBOL)

图形与对象之间无必然或内在的联系，它是由对象的相关意义获得，是人们的感受所产生的联想集合而来。符号的象征意义有着历史的延续性和地域性特征。



这些符号的意义和象征作用，都和流传和沿用的地区的特定文化相联系。如乌鸦在中国是不吉利的象征，而在其他国家和地区却无此忌讳；十字和星形在特定基督教和伊斯兰教地区有着神圣的象征意义，莲花、火焰是佛教中的象征图形。

指示性符号也和文字、图像化的符号相结合，以充分说明



企业的图像化的造型符号



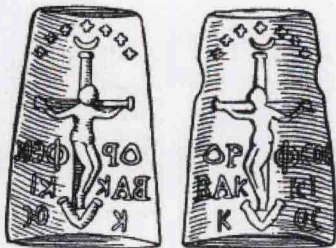
图像的识别能力超出了文字的限制



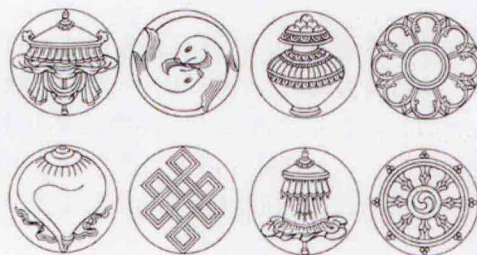
交通指示标志要清晰明确



藏传佛教密宗的代表性符号



基督教的代表性符号



佛教的吉祥符号

## 二、图案

从狭义角度讲，图案是一种程式化、规范化的工艺美术模式。《现代汉语词典》将“图案”解释为有装饰意味的图形，以结构整齐、匀称调和为特点，它包括民间图案、图样、纹样、图腾等。如唐朝的铜镜的图案往往构图匀称、饱满，体现了当时的太平盛世繁荣昌盛的景象；“凤纹”则为中国民间特有的传统图案。

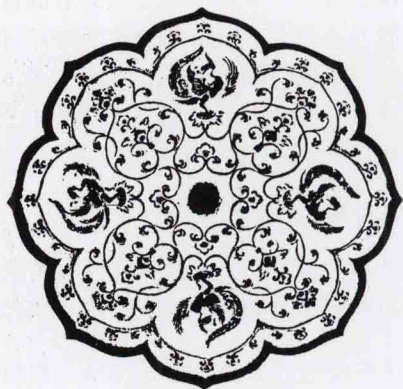
## 三、图形

图形是一种特殊的传递信息的视觉形式。图形具有实在的形态，但是由意识进行调节、关联和指导，目的是为意识的表达和传播，是一种特殊的方法和手段。图形融合了符号和一部分图案的形式和内涵，破除了符号的机械性和图案的程式化，强调强烈和有趣味的形式和视觉效果，并以有效传递信息和意图为目的，兼顾了功能性、社会性和艺术性的价值。

图形具有艺术性，体现强烈的艺术创造性和表现力，从本质上说意识是意识和艺术、技术的组合。图形虽然和人类的历史一样悠久，但在现代社会中，它成为一种主流的视觉表达和传播形式，从标志到招贴，从电脑桌面设计到产品说明，从包装到环境设计，处处显示出旺盛的生命力。

图形是个性化的符号，但符号不一定是图形。如字符、音符等，它们只是组成单词、词语、乐谱等的符号，但不承载和传达意识，不能称之为图形；但图形具有符号的特征，如象征性、创造性、标识性、意义性、可视性等。

图形更不是图案，图案有着装饰性、程式化和应用的规范性限制，更体现客观性。图形具有一定的偶然性和主观性，往往来源于好的构思和创意的表达。图案则具有本身固定的成型规范，如适合纹样、二方连续、四方连续等，它们更多体现外形的规整和结构的规律性。图形的造型则从属于表达的需要。



唐朝的铜镜背面图案



图案有着程式化和传承的规范，有的有明确的结构组织



图形是鲜活的，是现代生活中充满生命力的形式

## 第二节 图形的基本构成

图形的价值取决于图形的构成条件，没有具体的内容和构成方法，就产生不了预想的设计效果。图形的基本构成包括两个要素：内容要素、形式要素。

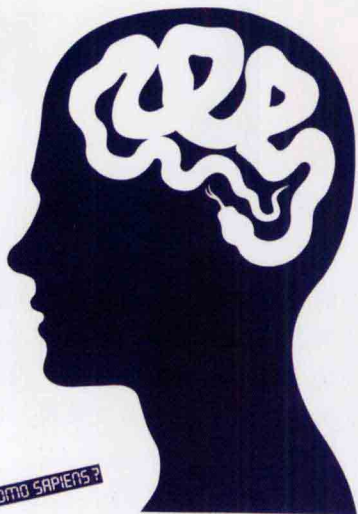
### 一、内容要素

#### 1. 意识

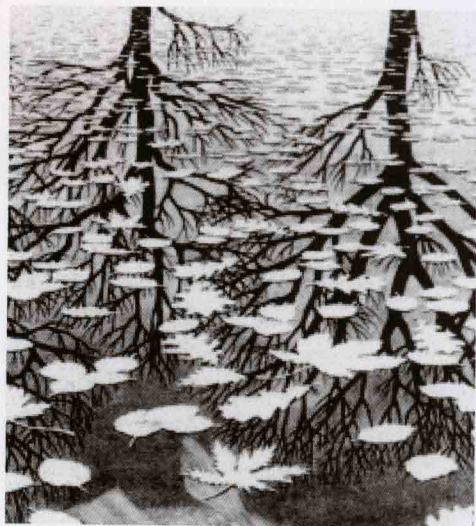
人类的意识过程，在图形里体现为一个将世界自然对象图形化和符号化的过程，是一种对形态的挑选、组织、转换、再生的过程，即造型意识的过程和结果。自然对象是意识的物质基础，而造型意识就是一种创造意识。创造意识不仅推动着社会科学的发展，同时也映照设计师们的内心世界。

图形设计的意识行为是创造性思维的典型代表。创造性思维以发散性、跳跃性和逆反性为特征。图形中的反传统不是推翻传统，而是对传统的继承和创造，只是对单一化模式的否定以及对刻板保守精神的怀疑。

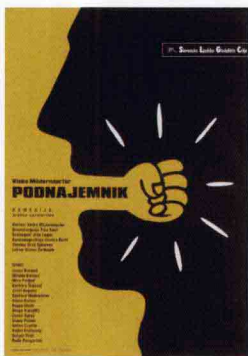
图形设计中同样存在理智性的判断和选择过程，在对各种造型元素的尝试、变幻和联系中，蕴涵了图形创意的超凡魅力和无穷奥妙。因此，图形设计首先需要怀疑和试验精神，尝试图形设计的人要有充满疑问和怀疑的态度，并勇于多次多方面的实践探索。



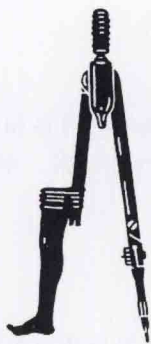
图形设计以视觉为传达媒介，视觉的形象成为主要的内容



设计师运用逆向思维表现图形“树”的倒影和水里的叶子，表现一棵落叶的树，生动而反叛



图形本身的强烈的视觉冲击力  
引发人们的思考



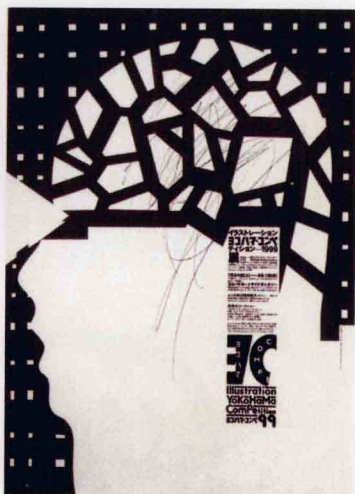
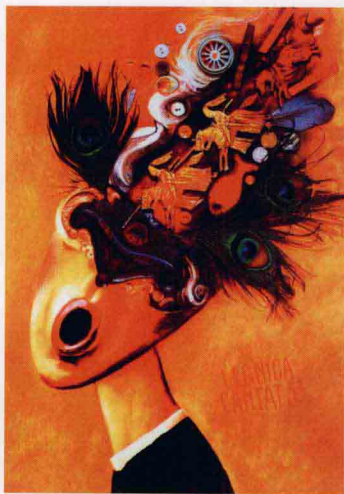
圆规与腿跳跃性的联想  
结合



圆规和三角形的结合体  
现创意思维的逆反性



夸张的表现手法引起注意



人的面孔是图形设计的常用素材，不同的设计师可以用不同的手法，表达不同的情绪和意图

创新是设计意识的灵魂，设计创新是以需求为核心的无限循环。劳动创造物质世界，也在创造人本身，而图形是人类在精神世界不断追求的结果。同样的元素，不同的人会产生不同的联想，设计师自己也不断有新的构想涌现，在不同的主题和环境的刺激下，设计师又有了新的灵感……因此，图形的创造是永无止境、变化无穷的。从另一个角度来说，图形也体现了设计师的创新能力和创造性思维的潜力。

## 2. 图形的功能和目的

图形作为一种视觉艺术和文化遗产的形式，它的功能和目的紧密相连，具体分为实用功能、美学功能和象征功能三方面。

实用功能指图形的传达作用和对人们的感官、意识的直接影响作用，是设计的原动力，体现设计的根本目的。

美学功能是设计与使用者之间，经由人们各自的审美经验而得到的感受功效。这种功效以满足人们心理需求为目标。图形设计给人们的感受主要由两个因素决定：人们对造型、色彩、表面等方面所得到的美的概念；调和、均衡和节奏——这三大原则是总体设计下的具体法则，也是图形设计师在设计中创造美的标准。

象征功能则指由设计物而激发人们联想起以往的经验与感受，表现了某种特殊意义，它是由人们使用这种图形在社会历史和文化关系上的作用决定的。

没有明确目的的设计是没有价值的。目的就是想要得到的结果，也就是图形想要达到的目标。设计师并不能代替设计对象的思维和爱好，设计师必须首先兼顾设计对象和设计委托方的立场，否则就是闭门造车、孤芳自赏。图形的价值最终将在广告、包装等具体的应用形式中体现。无论是商业设计，还是公益设计、文化活动，图形都是当仁不让的主角。除了用夸张幽默的图形用于广告，以引起共鸣和好感之外，在环保、绿化、倡导健康生活、提倡公共道德等方面，图形也有着良好的传达效果。

现代设计既不是完全的功能主义也不是唯美主义。图形除了在教育中能够实现具体的传达、说明和推广的功能，还能带来视觉和精神的愉悦，也融合了特定的文化价值。同时实现上述三个层次的价值，是图形设计的最终目的。



图形是公益海报的主要表达手段，通过简明生动的形态，传达推动社会进步的健康、环保观念

## 二、形式要素

### 1. 形态

形态是广义的形状，形状更强调特定的外形和轮廓。“形”是物的外在，形态则包括物体的外形和结构，它是设计的视觉要素，具有“视觉量”的内涵——色彩、位置、方向、体积等的变化，彼此之间也有着密切的联系。构成形态的要素有点、线、面、体。

“点”是形态的起源，是最简洁的视觉元素。它不仅给人一种定位的感觉，还可以给人一种停顿带来的稳定感，可以引导和组织人的视线。点可以单独出现，可以成排，也可以用众多数量的点造成密集效果。图形中的点可以用于强调和装饰，或者直接用点来表现对象。点还可以用不同的表现手法，体现出率意、规则、强烈等多种情绪特征。

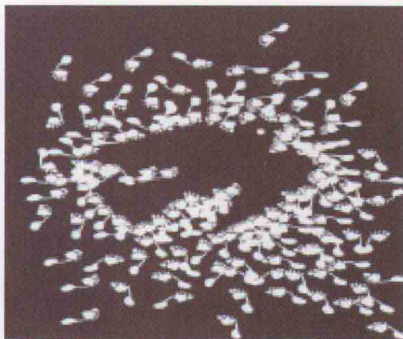
“线”是点的延伸，是一种最基本、最单纯的造型方法。“线”往往给人以粗细的概念，它带有方向性，具有一种动感，给人以“快慢”的视觉效果，是对客观事物的高度概括，表现力强，运动自由。画家的线条经过了千锤百炼，达到了炉火纯青的程度，也是其风格的重要特征。如叶浅予先生所作的《卖瓜子的很容易把自己的货品吃掉》，运用简洁流畅的线条勾勒成形，体现形态的结构；现代主义后，直线和简洁的几何形大量应用，条形码等直线构成的符号也成为图形创意的素材。自由的线条还可以体现运动感。规则排列的线条则是秩序和规则的体现。

“面”给人感觉更为强烈，“面”是点和线的组合构成，往往有大小的对比，体现重量感和明暗效果。面有虚实，虚实结合是图形设计常用的手法。人们常用轮廓清晰的面和所包含的内部空间、外部空间之间的强烈的明暗对比表达意义上的转换和对比；面的明暗、色彩和形状都会产生不同的心理感受。

“体”是空间和重量的体现，具有稳定、耐压的特性和充实感。表现立体，可以在极为有限的图形中创造一个具有深度、广度和高度的三维空间，形成立体的视觉效果。现代的摄影技术能够在平面上真实地再现立体和空间感，为图形设计增色不少。



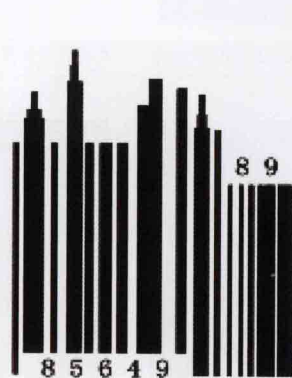
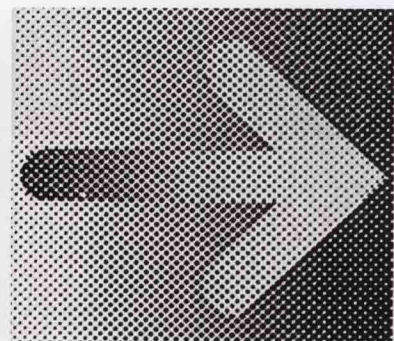
叶浅予先生画作体现了深厚的线条造型能力



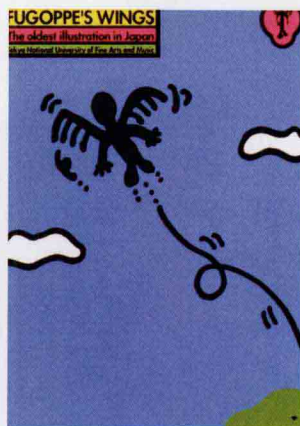
众多缩小的形态形成了密集的点



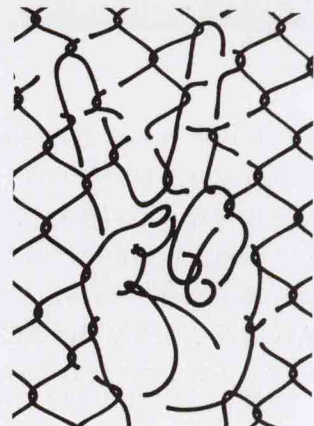
用点的大小和密度不同来表现的图形



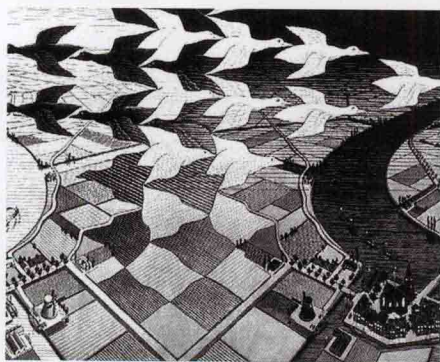
线条可以表示细密的肌理和严谨的感觉



流畅生动的曲线产生运动感



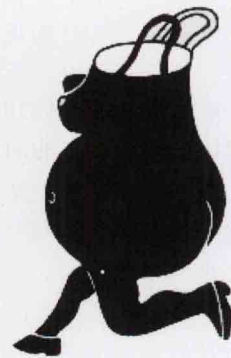
规则排列的线条带来秩序和限制



图形大师埃舍尔的经典虚实转换的作品



面的虚实对比暗示意义的转换和对比



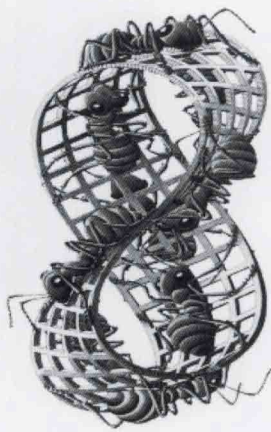
面积表现形态的重量感，体现娱乐时的欢快感



图形可以尽可能地利用想象突破空间的限制



摄影的暗房技术带来强烈的视觉震撼力

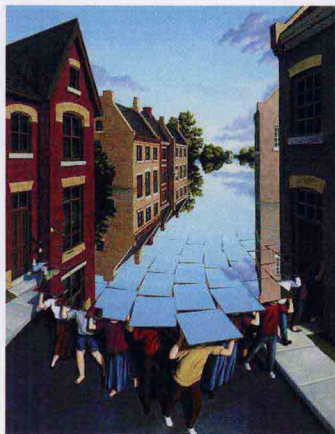


来自于拓扑理论的不间断空间和立体

图形中的体的形态有的是符合现实生活中的对象的，但更多的是借助超凡的想象力，构思表现出真实世界中不可能存在的立体形态。矛盾空间就是一种典型的创造性的空间立体的表现方法，源自于拓扑理论的拓扑图形也是借助平面形态，塑造了理想的三维立体空间。

图形在具体的应用中，特别是环境、产品和户外广告设计中，会结合真实的形体来设计图形，这种融合了图形的智慧和现实生活的设计作品，有着独特的魅力。

图形形态还可分为现实形态、意象形态和理念形态。现实形态是实际存在的形态，在人们的视觉、触觉和知觉中可以直接感觉到的，又称为具象形态；意象形态以创造想象为心理过程产生的新形象，它是在记忆表象的基础上产生的；理念形态是由抽象化的概括和提炼所得，并非自然形，又称为抽象形态，文字和几何形态都是典型的抽象形态。各种形态都是图形的重要组成部分。图形设计就是要在意识的指导下，合理地组织各种形态来进行创造。



矛盾空间图形



电梯上的广告应用了图形的创意手法，开合之间，十分生动



### 三、色彩

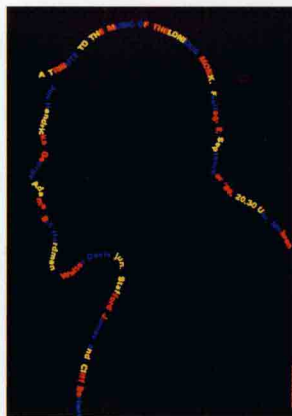
色彩是图形设计构成要素中极重要的形式要素之一，特别是色彩感觉和色彩心理对图形创意起到了重要的作用。人类对色彩的感知能力是所有生物中最敏锐的。色彩中，色相、明度、彩度、调和、对比等不同的变化，都能带给人们不同的微妙感情。色彩感觉有一部分是源自人类视觉的自然反应，就会有共通的感应，我们称为色彩感觉；还有部分的反应并非共通的情感，而是因为性别、年龄、经历、种族等因素，产生个别或群体的差异，这种差异大部分源于心理上的不同反应，一般称为色彩心理。

#### 1. 色彩感觉

**暖色与冷色** 按色彩的视觉温度感将色彩色相分为暖色系和冷色系。红、橙、黄为暖色系，青绿、青、青紫等色，则属于冷色系。暖色容易使人产生温暖感，冷色使人产生寒冷感。无彩度色中的深灰色和黑色较具暖和感，浅灰色或白色有寒冷、凉爽的感觉。

**兴奋色与沉静色** 人们看见色彩时，有时心理上也会受到强烈的刺激，而产生兴奋或沉静的感觉。通常看到红、橙、黄等纯色相时，心理上会觉得较为兴奋、积极，称为兴奋色或积极色；若看见青绿色、青色、青紫色，就会有沉静、消极之感，称为沉静色或消极色。红橙色是最为兴奋的色，依次为红色、红紫色、橙色、黄橙色、黄色、黄绿色等。

**前进色和后退色** 若两种色彩相互比较，有的色彩会感到具有向外膨胀的现象，称之为前进色或膨胀色；反之，有的色彩看起来则具有向内收缩的现象，而有后退感，称之为后退色或收缩色。一般而言，暖色具有膨胀性，冷色具有收缩性。明度高低，也会影响色彩的膨胀感和收缩感。如黄色和蓝色搭配，黄色有膨胀感，而蓝色相对有收缩感；另外高彩度的色彩要比低彩度的色彩有膨胀感。



黑色的底色和鲜艳的文字构成的轮廓形成鲜明的对比



图形首先创造视觉上的刺激，色彩并不在多数，而在于达到预想的效果



在户外或者空旷繁杂的公共场合，色彩可以帮助图形吸引注意力，促进传达效果