

设计进行时 新锐设计师工作报告 + 杜峰松设计

福建美术出版



图书在版编目(CIP)数据

杜峰松设计/杜峰松著. —福州: 福建美术出版社, 2004. 9

(设计进行时. 新锐设计师工作报告)

ISBN 7-5393-1477-X

I. 杜... II. 杜... III. 平面设计—作品集—中国—现代 IV. J524

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第095269号

设计进行时 + 新锐设计师工作报告

策 划: 毛忠昕 陈 艳

整体设计: 杜峰松

杜峰松设计

著 者: 杜峰松

责任编辑: 毛忠昕

装帧设计: 杜峰松

出版发行:

福建美术出版社 (福州东水路76号 邮编: 350001)

福建美术出版社发行部 (电话: 87520545 传真: 87535294)

印刷:

福建彩色印刷有限公司

版次: 2004年10月第1版第1次印刷

开本: 889×1194mm

印张: 8

印数: 0001—3000

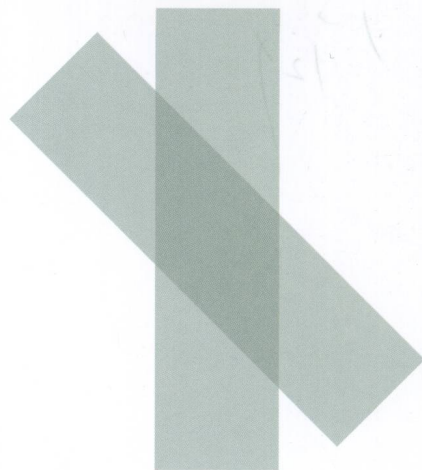
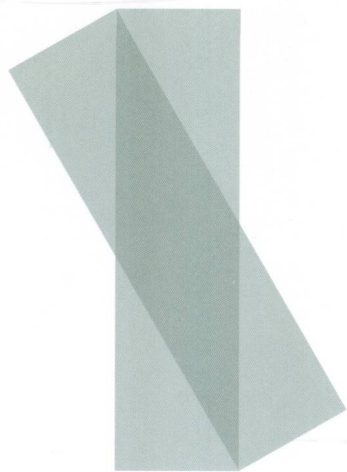
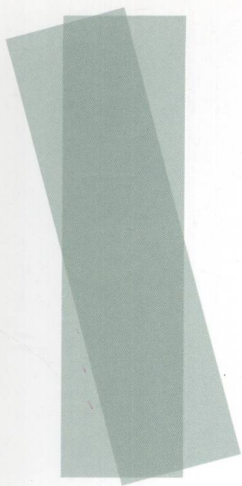
书号: ISBN 7-5393-1477-X/J·1387

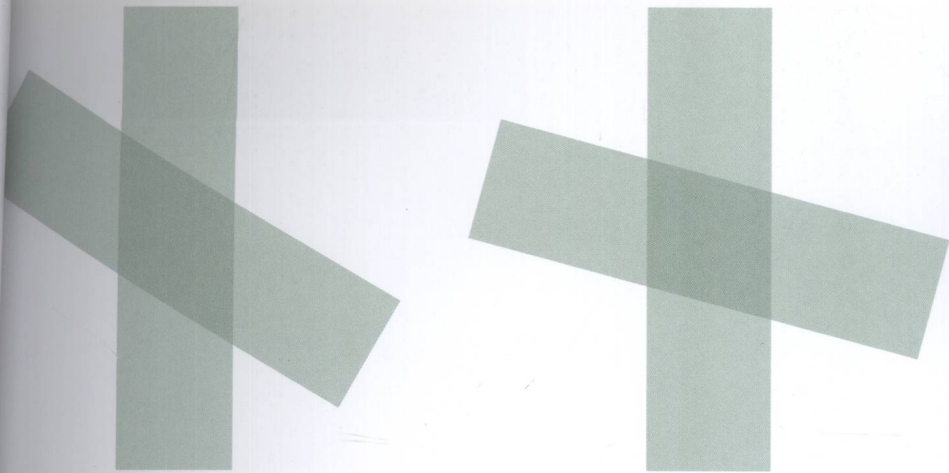
定价: 48.00元

(如有印刷、装订质量问题, 请寄印刷厂调换)

设计进行时 新锐设计师工作报告 + 杜峰松设计

福建美术出版社





设计进行时丛书

这是一套关于新锐设计师工作报告的系列图书，着力介绍了国内出生于60--70年

代的一批优秀新锐设计师及其工作室（或公司）的最新设计项目和成功案例解析过程，和他们的工作状况及从业心得。丛书详细的展示了这些设计师各自独特的思维、创造和制作的全过程以及他们直面商业设计并坚持原创的态度。

作为目前国内设计市场最中坚和最具活力、竞争力的设计师群体，他们的工作极具代表性。在他们身上可以感觉到一股不断前进的力量，《设计进行时》正是这种前进的状态。“进行时”在这里呈现出一种关联，它既是设计师执着与梦想的“进行时”，又是丛书内容透视与解构设计的“进行时”。本丛书介绍的设计师都有着彼此不同的理论模式，持有各不相同的见解，用自己的作品阐述着各自的设计思想，同时包含了设计与艺术、设计师与市场经营、设计与生活等内容的精彩对谈无不透露着他们的睿智与专注。

倡导交流，分享创作是《设计进行时》的主张。面对客户的委托，如何理解客户要求？如何表现主题？同样一个主题，我们可以使用哪些素材？可以应用哪些表现形式？如何将设计思想、设计元素以及设计手法完美地统一？又如何让客户理解我们的设计对他们是有有效的？职业设计人的成长历程难免会在思想上、心理上出现这样或那样的问题，这些也正是本丛书所关注的，书中通过详尽的作品点评和制作过程剖析以及图片资料形象地阐明了设计的主要原理，最终呈现在您面前的是完整的设计思维。

这些优秀的新锐设计师在百忙中以严谨和近乎苛求完美的态度完成了编写工作，他们的真诚着实令人感动。相信本系列丛书的出版，定能通过对他们设计工作的深度报告和解析，来彰显和提升国内设计市场的设计水准。

编写组

1		17	商标标志	33	49
2		18		34	50
3	先说几句	19		35	51
4		20		36	52
5	履历	21		37	53
6		22		38	54
7	公司存照	23		39	55
8		24		40	56
9		25		41	57
10		26		42	58
11		27	形象识别系统的 案例解析	43	59
12		28		44	60
13		29	深圳市商业银行	45	61
14		30		46	62
15	作品与案例	31		47	63
16		32		48	64

CONTENTS

65		81		97		113
66		82		98		114
67	包装的案例解析	83		99	餐具包装设计	115 关于设计的对话
68		84		100		116
69	礼品杯包装设计	85		101	音视频线包装设计	117
70		86		102	电话机包装设计	118
71		87		103	商业推广设计	119
72		88		104		120
73		89		105		121 花絮
74		90		106		122
75		91		107		
76		92		108		
77		93		109		
78		94		110	海报作品及其它	
79		95		111		
80		96		112		

It's.....



包装

网站规划与网页设计

空间与展示

文化推广

作为这一本书的头几句话，我想了很多。但真正愿意拿出来给大家说的，又有点像锁在柜斗里的个人日记一样，有这份告白，既坦释自己，又试图将自己剥离成另一个可审视的对象，里外打量，觉得是该说点什么了。

写写画画本是我自小的喜好，这种喜好似流水般无波无澜地伴随着我走到上个世纪七十年代末的时候，一张黑白的以我当时的意识，还不得知这份行当的准确定义，但却潜意识中感到它对自己的强烈吸引，是不同于绘画的。

时值一九八六年春，又是一份报纸中的高考招生广告，使我的潜意识再次发生反应。在这份招生广告中，有一个

先说几句

03-04

报名、考试……，一切程式化的过程通过后，我悠然发现如今，自己入此道的年头已十载有四，社会的分工已看似初日的其为己任，责无旁贷之豪志，历经诸多磨砺后，在我看来，设计，是发生在我们每一个人身上的事件，因设计师的根本职能，首先是对某种事件或现象所面临的问题其次才是视觉需求的审美满足。所以，落入该座，首先不就平面设计而言，人们对设计师的惯常认识往往会走入简

我们解决方案的提交方式，通常是视觉化的。视觉化的提案其中包含两种内质，一种为喧哗的技艺，一种则为沉吟喧哗的技艺最易被每个人看到，而沉吟的思维却只能被智者感知。

因此，设计的门槛很低，低到只要不是白纸，就能得到喝彩；但设计的门槛又很高，高到你只用一张白纸同样也能

设计是灵长类动物的一种思维活动，所以解决的问题也往往局限于此类生命的单样需求。然而，自然的原生形态是为此，设计的真实责任并不在于只对人类自身的关照。

设计同样可以产生垃圾，我们通常叫做视觉污染。这些垃圾不仅污染今人、后人的感官，同样也污染着生养我们的设计主张师法自然，我更主张遵循自然。想的自然，而不刻意；作的自然，而不奢加。

作为一种有责任的活法，设计，没有过去时，只有进行时。

内心告白之感。

日本三洋收录机的报纸广告，如一颗惊石跌入，思绪顿觉起伏。

视觉传达设计”的陌生名词，靡靡中使我觉得又有些熟悉。

，我与它早已在潜意识中结识……！

准确地将自己摆到了设计桌前，

始变得肃寂而带有思考。

为它的根本是一种思维，而并非技艺。

题，以自己的智慧提出最合理、最适用的解决方案，

应是躯体，而是思维。

单的感官判断上来，其原因也很简单：

的思维；

得到喝彩！

多样物种生命的共生体。

母亲星体。



THE GROUP
CONSTANTLY RETRO
AND SPORTY LOOKS
IN A WIDE RANGE OF
WASHINGTON TREATMENT

05-06

上个世纪六十年代出生的人，都不可避免地经历过中国“文革”的始末，经历过中国踏入改革开放的前波后浪，同时也在经历着中国经济转型的巨大扭力。

大经历下造就了自己的一些小经历。从学毛选的积极分子，到反击右倾翻案风的写手；从为谋工作弃高中走技校做钳工，到又走回学堂学设计，一路走来，路弯心直。后来明白，学毛选练了心劲，写板报练了手头，上技校懂了结构，读大学却仿佛什么都不知了。说不知，是因为自己当初对设计的理解还是简单的美感思维，岂不料一个“视觉传达设计”的专业名称，却让我端详许久。今天我不得不感激我的母校——早期的西安大学、我的恩师党晟老师等在我看待设计的朦胧期对我的传道、授业、解惑。

大学毕业不久，我便与朋友一起在古城西安开办了一家挺有味道的的设计事务所，这便是我融入设计的源头，清澈、纯粹、且开始向往大洋。

九十年代中期，自己来到上海，落足美国BATES的上海分公司，趟到了一些海水，也体会到了大洋的辽阔。1997年我受陈绍华老师之邀从上海改道深圳。这次改道，让我尝到了一条河流流入内海的欢欣。我把深圳比喻为设计海洋的内海，是因为她既接纳着百川，又汇融着更蔚蓝的大洋。

以自己的水性，我在2001年成立了自己的设计公司，开始造腾自己的浪花。

杜峰松 自述

第一届“平面设计在中国”展 / 第四届Idn设计双年奖展 / 99`服饰与文化国际海报交流展 / 第九届全国美术作品展铜奖 / 十七届华沙国际海报双年展 / 第六届日本富山国际海报三年展 / 2000北京国际商标标志双年奖两项设计奖 / 法国“水与人类”主题海报展 / 2000墨西哥国际海报双年展 / 作为受邀的百位华人设计师之一参加加拿大蒙特利尔市“中国1920--2000海报展” / 美国费城中国当代招贴设计展 / 2001香港国际海报三年展 / 2002年香港“第九届全国美术作品展览选粹”展 / 2003年中国第一届国际海报双年展 / 2003年深圳设计03展包装设计奖 / 第三届宁波国际海报双年展2004

作品被法国、波兰、加拿大、美国、日本、国内及香港特别行政区等许多家文化机构和博物馆展出 刊录 出版和收藏





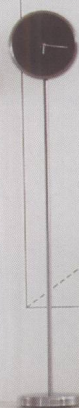
07-08



s
t
u
d
i
o

INTERNATIONAL PAPER SIZES

2 ^K 540 x 767	8 ^K 773 x 1095	32 ^K 1095 x 1584
4 ^K 773 x 1095		16 ^K 1095 x 1584





09-10