

日 本 最 新 设 计 模 板

人民美术出版社

吴艺华 编著

100套日本精彩设计

404个设计模板

40套设计规则与禁忌

200组色彩设计模板

200个经典

例解析

VI 设计

日 本 最 新 设 计 模 板

人民美术出版社

吴艺华 编著

100套日本精彩设计

404个设计模板

40套设计规则与禁忌

200组色彩设计模板

200个经典案例解析

VI 设计

图书在版编目 (C I P) 数据

日本最新设计模板·VI设计/ (日) 吴艺华主编; 李巍改编 北京: 人民美术出版社, 2011.4

ISBN 978-7-102-05310-3

I. ①日... II. ①吴...②李... III. ①艺术-设计-日本②企业-标志-设计-日本 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第229935号

策 划: 王 远

主 编: 吴艺华

日本最新设计模板·VI 设计

出 版: 人民美术出版社

地 址: 北京北总布胡同 32 号 100735

网 址: www.renmei.com.cn

电 话: 艺术教育编辑部: 65122581 65232191

发行部: 65252847 65593332 邮购部: 65229381

责任编辑: 王 远

文字改编: 李 巍

封面设计: 王 远 吴艺华

版式设计: 王 远 王 可

责任校对: 文 娅 马晓婷

责任印制: 王建平

制版印刷: 沈阳新华印刷厂

经 销: 人民美术出版社

2011 年 4 月 第 1 版 第 1 次印刷

开 本: 787 毫米×1092 毫米 印 张: 7.5

印 数: 0001-3000 册

ISBN 978-7-102-05310-3

定 价: 35.00 元

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题, 请与我社联系调换。

导言

这套《日本最新设计模板》丛书，首批推出《版面设计》、《色彩设计》、《字体设计》、《插画设计》、《标志设计》、《POP设计》6本，在社会上获得了很好的评价，并受到了读者的欢迎，在此基础上，为了更好地满足教师、学生和专业人士学习和研究的要求，出版社决定使之成为更加完整的一套视觉设计的工具书，于是，本次又推出了六本书籍：《广告设计》、《海报设计》、《食品包装设计》、《书籍封面设计》、《名片设计》、《VI设计》。

这套丛书，从视觉设计的角度出发，希望能够成为人们经常使用的广告、海报、包装、封面、名片、VI设计等学习和参考的书籍，书的风格完全保持着上一批图书的优点，以大量的实际案例进行了仔细的分析，同时，在每个版块的精彩贴图部分，充实了更多的图片，比第一批的信息量又增加了近一半，使读者可以根据这些解析对作品进行比较和理解，使之更容易领会，也充分体现出了这套工具书的特点。

《广告设计》着重介绍了目前社会上运用得比较广泛的设计手段与广告形式，首先从平面类开始介绍，注重其不同的特点。在日常生活的环境中，少不了广告的存在，但是其风格与环境的协调也是非常重要的，如何发挥其特点和功能，需要与环境设计师互相配合。在动态广告中，使用的地方不同，风格也会不一样，本书也对这种广告的风格与手法进行了分析，让人们对于广告设计能够有一个比较明确的了解。

《海报设计》作为广告中的重要部分，其表现形式，是人们非常熟悉的，而很多平面设计师，也喜欢利用海报来展现其自身的爱好和兴趣，并突出海报的艺术性。本书为了便于读者理解，把海报的一些创作规律进行了分类，首先从元素的表现方面着手分析，使读者从中了解设计的规律。把人们日常使用的海报设计与制作技法进行详细解析。同时，为了增加海报的效果，对其风格与气氛的追求也是设计成功的关键，本书也对此进行了说明，让人们因此能够掌握海报设计的关键技巧。

《食品包装设计》主要是对食品类包装设计进行了非常细致的分类介绍，比如：水、茶、果汁、酒类……结合水与酒的不同特性明确了包装设计不同的设计要求，体现了同是液态的商品，由于性质不同，其包装形式的差异也是非常明确的。糖果糕点类，对于其不同的风格和形式也以对比的手法总结了其中的规律和特点。人们日常接触最多的常用食品包装形式

亲切而又多样，对于包装中的一些特殊性，也进行展开解说，让人们通过本书对于包装设计有一个明确而又全面的理解。

《书籍封面设计》封面设计主要分为两大类：书籍和杂志，其中以书籍的封面设计为多。世界各地每天都出版很多书籍，封面的表现对于书籍来说非常重要，因而，本书对于书籍的各个领域进行了分类，力争全面展现书籍的各种特点，书中尤其对社会科学、自然科学、工业、语言、艺术、体育以及一些特殊门类进行了明确的说明，而书籍的内容与封面设计的相得益彰成为研究的关键。

《名片设计》名片已经成为现代社会交流中所不能缺少的工具。由于名片能够传达第一印象，其设计也越来越被人们重视，尤其需要对于名片设计的特点进行分析，帮助设计师深入理解。书中首先分析版面的效果，同时也对名片的特点、风格、气氛、元素和形式进行全方位的解说，并对名片的功能要求和使用对象进行了解释和说明，以对应不同的职业要求，为名片设计师提供了非常有效的创意视野。

《VI设计》VI是企业形象的重要表现形式。随着经济的发展，企业形象的个性表现已经成为企业发展非常重要的组成部分，书中把非常成功的企业形象的表现形式进行展开分析，由此而让人们了解不同企业的文化特点，从理念的追求、行动的表现、视觉的效果、形式的展开、造型的特点到风格特征，非常详尽地分析了各类企业的VI创意方式方法，向设计师提供了大量成功的VI案例，并且总结了灵活可用的设计规律，让人们看到企业形象的连贯性和规律性，有助于增强设计师的创意能力。

这套设计类工具书，如果能够有助于学生、教师、设计师探讨和研究之用的话，作为作者，是非常荣幸的。这套丛书主要是以欧美，特别是日本的最新最成功的设计作品为案例进行分析和介绍，其主要原因是当下的设计界，欧美和日本的视觉设计的确走在了世界的前列，作者尽量把国际上最新最优秀的作品和设计经验介绍给中国同行，对于欧美和日本设计作品的深入剖析，也是希望抛砖引玉，让中国的设计人能够从另一种角度了解当今世界设计的动态，更快、更好、更加全面地融入设计前沿，这正是这套丛书引用世界最优秀资料的原因所在，在此，深深地感谢书中引用的设计作品对于中国设计界和教育界的支持。

目录

一 理念类

1 严谨 2

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 账簿/介绍/店内
服装/店面/文具品
精品贴图

2 创意 8

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 纸/包装/包装盒
介绍/商品/宣传
精品贴图

3 精神 14

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/店头/招牌
表示/图形/广告
精品贴图

4 时尚 20

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 招牌/壁饰/走廊
平面图/小空间/展览
精品贴图

5 个性 26

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 店名/店饰/包装纸
包/商品/包装
精品贴图

6 文化 32

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/瓶贴/包装
大包装/包装袋/广告
精品贴图

二 行为类

7 动感 40

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 室外/海报/帽子
包装/汽车/室内
精品贴图

8 欢快 46

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 招牌/黑板/卡片
品牌/车袋/网页
精品贴图

9 旺盛 52

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 系列/海报/DM/书签
包书纸/海报包书纸
精品贴图

三 视觉类

10 简洁 60

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/名片/尺
文件夹/公司介绍
产品介绍
精品贴图

11 张力 66

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/POP/杯具
用品/包装/橱窗
精品贴图

12 精致 72

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 广告语/POP/DM
文具/会员证/证明书
精品贴图

13 豪华 78

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 门牌/集团/室内
廊灯/壁面/配套
精品贴图

14 安稳 84

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 海报/船饰/码头
手提袋/信封/纸
精品贴图

15 单纯 90

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 海报/介绍/室外
DM/画册/门票
精品贴图

16 成熟 96

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/展开/DM
店招/用品/会员卡
精品贴图

17 秀气 102

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/门柱/专业
接待/服装/睡衣
精品贴图

四 形式类

18 传统 110

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/菜单/杯具
盘、菜/海报/店内
精品贴图

19 富贵 116

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/服装/卡片
信封/包布/名片
精品贴图

20 神秘 122

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 海报/包袋/目录
杂志/展台/橱窗
精品贴图

21 可爱 128

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 标志/展开/海报
网页/影视/粘贴
精品贴图

22 构成..... 134

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/运用/海报
日用品/赠品/媒体

精品贴图

23 童趣..... 140

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 吉祥物/杯子/徽章
海报/赠品/店饰

精品贴图

24 快乐..... 146

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 店饰/旗帜/户外
室外/商品/杯底

精品贴图

25 品位..... 152

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/门面/海报
停车场/室内/工作牌

精品贴图

26 艺术性..... 158

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/包装/商品
包装/DM/赠品

精品贴图

27 雅致..... 164

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/表现/夹子
镇纸/杯碟/包装

精品贴图

五 造型类

28 明快..... 172

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/商品/介绍
展示/目录/包装

精品贴图

29 稳重..... 178

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 商品/吊牌/包装纸
服装/广告/礼品

精品贴图

30 自然..... 184

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 气球/扇子/活动
媒体/广告/塑料球

精品贴图

31 幽默..... 190

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/手纸/扇子
挂件/垃圾袋/贴纸

精品贴图

六 风格类

32 淡雅..... 198

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/卡片/包装纸
包装/包装/店景

精品贴图

33 明亮..... 204

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/招牌/徽章
目录/贺卡/墙面

精品贴图

34 色彩..... 210

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/展开/证件
工具袋/信封/画册

精品贴图

35 青春..... 216

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 商品/海报/环境
奖品/展示/电影

精品贴图

36 新鲜..... 222

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 标志/DM/展示
柜台/商品卡/杂志

精品贴图

37 鲜艳..... 228

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 围巾袋/餐巾纸/洁具
横幅/POP/广告

精品贴图

一 理念类

1 严谨·····	2
2 创意·····	8
3 精神·····	14
4 时尚·····	20
5 个性·····	26
6 文化·····	32

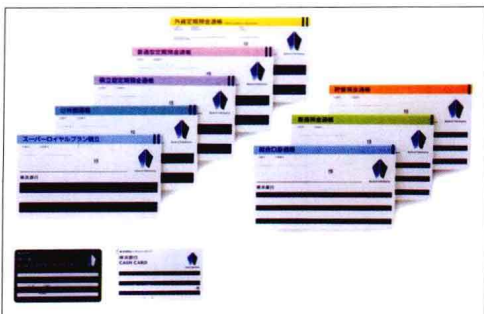
严肃认真在人们的印象中是比较呆板的风格，也许不太讨人喜欢。但是，表达企业的理念和文化，有时也是非常需要这种风格的，人们也许会对这种风格不太适应，但在现实中，很多企业是以此理念来指导的。

一般规则

如何表现严谨风格呢？首先应该是突出一种肯定，无论是色彩还是文字、图形、线条，都应该是非常准确的。主要强调干干净净的感觉，因为这种十分肯定的表现形式能够体现出其中的坚定和明确。在色彩上应该多运用深色调，比如采用深蓝色，因为深蓝色可以让人们感到稳重、不浮夸，更有一种使人安静的心理感觉。同时加以色彩对比，特别是白色，会更加衬托出深色的庄严，这是一种非常醒目的表现形式。字与字的间距要适当，让人们能非常清楚地看清每个文字，这也是体现认真严肃的一种方法。在图形上，应该尽量简洁，以四方形的形状为好，而在字体排列上则可以用大小对比来体现这种风格，但是色彩不宜过多，以深色调为主基调是一般规则。

特殊禁忌

作为严肃认真的严谨风格，其适合的企业范围如银行、证券、金融、高校、医院、保安、警卫、医药等领域，应该说严谨的理念还是适合很多企业的。但是有些企业却不太合适，因为这种风格容易产生单调的感觉，这也是企业非常忌讳的一种印象。因此，如何准确表现也需要根据企业的特点和设计师的灵活掌握。

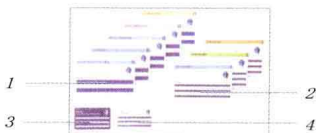


严谨——账簿

作为银行的主要表现形式，其银行卡的银行账号也是企业理念表现的一部分，当然银行的形象还是要充分体现在里面的。

●	C=46	M=18	Y=2	K=0
	R=145	G=185	B=224	
●	C=4	M=50	Y=74	K=0
	R=238	G=152	B=72	
●	C=100	M=99	Y=47	K=8
	R=28	G=41	B=91	

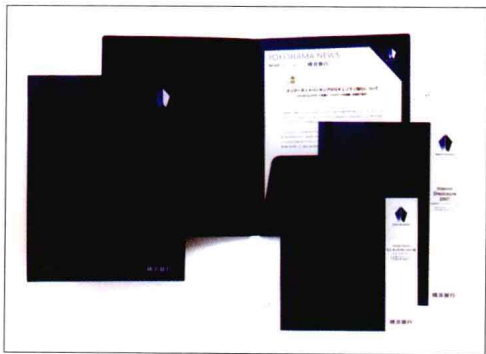
1. 非常明显的两条深蓝色线是很好的代表，让人们感觉极其严谨。
2. 不同的账簿用了不同的线条，也为管理提供了很好的方法。
3. 银行卡也是用色彩进行了处理，这是一种非常严谨又很有企业特点的设计。
4. 不同的形式，丰富了银行的服务品种。



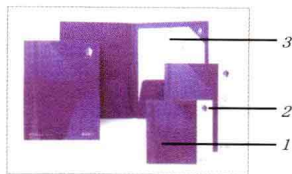
严谨——介绍

作为企业介绍，在形式上运用了能够表现企业特点的色彩进行全方位的表现，极为严谨，这也是宣传企业的一种形式。

●	C=91	M=90	Y=26	K=0
	R=52	G=53	B=120	
●	C=100	M=100	Y=53	K=18
	R=26	G=37	B=79	



1. 以蓝色为主，体现企业的特点。
2. 在纸边上采用白色，并且标上商标，让人们感受到企业的严谨作风。
3. 对里面介绍页的设计也是非常仔细的，让人们充分感受到了严谨的企业风貌。



严谨——店内

整个大堂，由于是向消费者开放的地方，如果也运用深蓝色就会显得太深沉。因此，在这里蓝色的企业标志色彩只能作为一种点缀，由此来暗示企业的特点。



- C=12 M=13 Y=14 K=0
R=229 G=221 B=216
- C=36 M=45 Y=58 K=0
R=177 G=144 B=109
- C=88 M=84 Y=88 K=72
R=15 G=15 B=10

1. 室内整体的装饰色彩还是以淡色为主，使整个大厅充满了一种朝气，并增加了明亮度。
2. 在墙上适当地放了一些标志性的色彩以显示企业的特点。
3. 墙面的指示牌也突出了其中的对比，让人们感受到企业的严谨。
4. 标志在企业的旗帜中形象非常鲜明，让人一目了然。

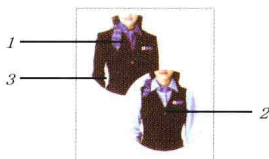


严谨——服装

工作服的设计应该与企业的特点进行联系。比如银行的工作服，总体上运用蓝色和蓝白色相互搭配，使人们深深地感受到了这种企业的特点。



- C=2 M=5 Y=71 K=0
R=254 G=235 B=94
- C=12 M=100 Y=100 K=2
R=211 G=14 B=25
- C=81 M=80 Y=73 K=45
R=48 G=44 B=48



1. 深蓝色的外套显得非常地严谨，印有标志的徽章在胸前也非常明显。
2. 衬衣深蓝色和白色相间，使整套服装呈现出大方得体却又不失严谨的特点。
3. 整套服装可以显示出企业整体感觉的协调。



严谨——店面

在整个店面设计中，主要是将简洁的特点表现出来，特别是作为银行来说，这种简洁明确的严谨风格使人们能够增加对企业的敬意和信任，这也是十分关键的。



1. 招牌设计非常简洁，突出了主要信息。

2. 在立体招牌方面也是以相同的形式吸引人们关注。由于色调是深蓝和白色的结合，更加让人们能够体会到企业的理念。

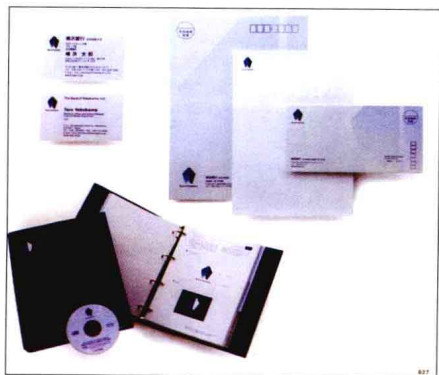
3. 门的玻璃装饰显得很精致。

●	C=28 M=22 Y=13 K=0
	R=193 G=193 B=206
●	C=84 M=63 Y=1 K=0
	R=48 G=92 B=169
●	C=92 M=91 Y=85 K=81
	R=3 G=0 B=2

严谨——文具品

作为企业的常用品，其名片、信封的设计以及工作手册之类的东西也可以运用不同的形式进行展现，在表现形式上可以突出其中的严谨风格，只是在色彩上追求一种淡雅的表现风格。

●	C=18 M=9 Y=3 K=0
	R=216 G=224 B=238
●	C=100 M=100 Y=53 K=11
	R=27 G=40 B=83



1. 企业的信封信纸等方面，也主要以淡色表现，目的在于突出标志，产生一种精致的感觉。

2. 名片的处理也突出了标志，但文字排列比较秀气，从总体上看还是有非常严谨的一面。



导言

这套《日本最新设计模板》丛书，首批推出《版面设计》、《色彩设计》、《字体设计》、《插画设计》、《标志设计》、《POP设计》6本，在社会上获得了很好的评价，并受到了读者的欢迎，在此基础上，为了更好地满足教师、学生和专业人士学习和研究的要求，出版社决定使之成为更加完整的一套视觉设计的工具书，于是，本次又推出了六本书籍：《广告设计》、《海报设计》、《食品包装设计》、《书籍封面设计》、《名片设计》、《VI设计》。

这套丛书，从视觉设计的角度出发，希望能够成为人们经常使用的广告、海报、包装、封面、名片、VI设计等学习和参考的书籍，书的风格完全保持着上一批图书的优点，以大量的实际案例进行了仔细的分析，同时，在每个版块的精彩贴图部分，充实了更多的图片，比第一批的信息量又增加了近一半，使读者可以根据这些解析对作品进行比较和理解，使之更容易领会，也充分体现出了这套工具书的特点。

《广告设计》着重介绍了目前社会上运用得比较广泛的设计手段与广告形式，首先从平面类开始介绍，注重其不同的特点。在日常生活的环境中，少不了广告的存在，但是其风格与环境的协调也是非常重要的，如何发挥其特点和功能，需要与环境设计师互相配合。在动态广告中，使用的地方不同，风格也会不一样，本书也对这种广告的风格与手法进行了分析，让人们对于广告设计能够有一个比较明确的了解。

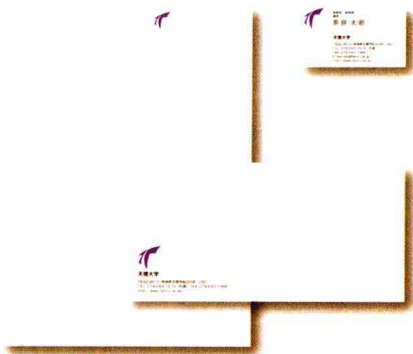
《海报设计》作为广告中的重要部分，其表现形式，是人们非常熟悉的，而很多平面设计师，也喜欢利用海报来展现其自身的爱好和兴趣，并突出海报的艺术性。本书为了便于读者理解，把海报的一些创作规律进行了分类，首先从元素的表现方面着手分析，使读者从中了解设计的规律。把人们日常使用的海报设计与制作技法进行详细解析。同时，为了增加海报的效果，对其风格与气氛的追求也是设计成功的关键，本书也对此进行了说明，让人们因此能够掌握海报设计的关键技巧。

《食品包装设计》主要是对食品类包装设计进行了非常细致的分类介绍，比如：水、茶、果汁、酒类……结合水与酒的不同特性明确了包装设计不同的设计要求，体现了同是液态的商品，由于性质不同，其包装形式的差异也是非常明确的。糖果糕点类，对于其不同的风格和形式也以对比的手法总结了其中的规律和特点。人们日常接触最多的常用食品包装形式



天理大学

TENRI UNIVERSITY



大学是非常正规严谨的，因此运用了宽线条和色块，配合粗壮的弧线让人们感到了一种学术的严谨。总体由简单的色彩构成，大学名称也用很简单的风格进行了表现。

创意代表着一种创新，对于青年人来说，表达创意是要充满刺激的，因为创意的最大特点是新，能够传达与他人不一样的追求，也是时尚的一部分。而如何更好地体现出这种理念，却又不是一句简单的创意语言所能够决定的，而是需要一种行动，一种出奇的想法。

一般规则

创意性的表现对于专业的企业来讲，往往采取超出他人的想法，意在对新方法的尝试。当然，结果也会不一样，并不是每件创意都会成功，这就像创意本身一样，是有一定冒险性的。也许最初就有可能失败，那么最后也就只能接受失败。创意的风格和理念展现在企业的方方面面，当然要处处进行挑战，让人们感受到不同的新意。从企业的各种用品，到企业的整体表现，都要处处让人们感到特殊的变化，这是非常不容易的。不是为变而变，而是变中求合理，变中求惊奇，变中求新意，这是人们对已有规则的挑战，这种精神应该是值得赞扬的，这种企业的理念也是应该敬佩的。

特殊禁忌

企业主要会对创意生活用品、设计印刷、旅馆等提倡凸显个性特点，以追求新奇为目标，企业是比较合适这种理念的。

创意——纸

为了对商品进行更好的包装，会运用各种各样的纸。而采用的包装纸，有装饰纸，也有报纸等，其丰富的风格可以更好地体现企业的特点。



●	C=0 M=49 Y=13 K=0
	R=241 G=158 B=177
●	C=90 M=85 Y=20 K=1
	R=51 G=60 B=130
●	C=81 M=80 Y=73 K=45
	R=48 G=44 B=48

- 1.以报纸作为商品的包装纸，不但没有因为是报纸而感到掉价，精心的设计感觉，反而更能让人们看到企业对创意方面的用心。
- 2.各种各样的纸在包装商品之后，变得非常有情趣，也使商品显得很活跃。
- 3.总体上体现了企业对创意的追求。



创意——布袋

将一些具有不同特色的布袋进行再利用，让整个形式变得非常活跃，使企业的各个方面得到更好的展现。



●	C=80 M=68 Y=24 K=0
	R=72 G=88 B=140
●	C=12 M=100 Y=100 K=2
	R=211 G=14 B=25
●	C=81 M=80 Y=73 K=45
	R=49 G=44 B=48

- 1.单色的布袋给人们一种朴素感。
- 2.多彩的布袋则有一种豪华感，也使人们从这种创意的图形中感到快乐。
- 3.蓝色的布袋具有一种明快感。
- 4.各种不同的布袋拥有不同的感觉，也体现了企业的生气。



创意——包装盒

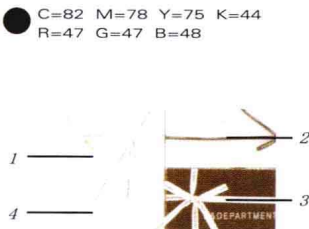
创意具体表现在商品的包装盒上，而通过这种形式多样的表现形式也可以让人们感到其中的创意之处。



C=6 M=5 Y=5 K=0
R=243 G=242 B=246

C=82 M=78 Y=75 K=44
R=47 G=47 B=48

1. 非常大方的表现形式，通过各种设计元素的组合让人们感到设计的严谨。就连包装绳也以非常秀气的形式进行了表现。
2. 非常简单的包装盒设计，以突出绳子的造型，来增强人们的印象。
3. 黑色的包装盒将白色的包装绳衬托得更加精致。
4. 不同的风格形式相当丰富。



创意——介绍

商品的介绍通过各种不同的方法表现，让人们感受到其中的丰富创意，特别是从封面效果来看，也体现了这种形式上的追求。



- C=18 M=79 Y=99 K=0
R=207 G=84 B=24
- C=60 M=43 Y=98 K=5
R=120 G=128 B=47
- C=73 M=65 Y=26 K=1
R=91 G=93 B=139

1. 不同的图形设计让人们从中感受到不同的设计风格。
2. 绿色调的设计富有一种生机感。
3. 简洁的图形凸显现代感。
4. 总体感觉是在不同中求统一，在丰富的感觉中突现创意的重要。

