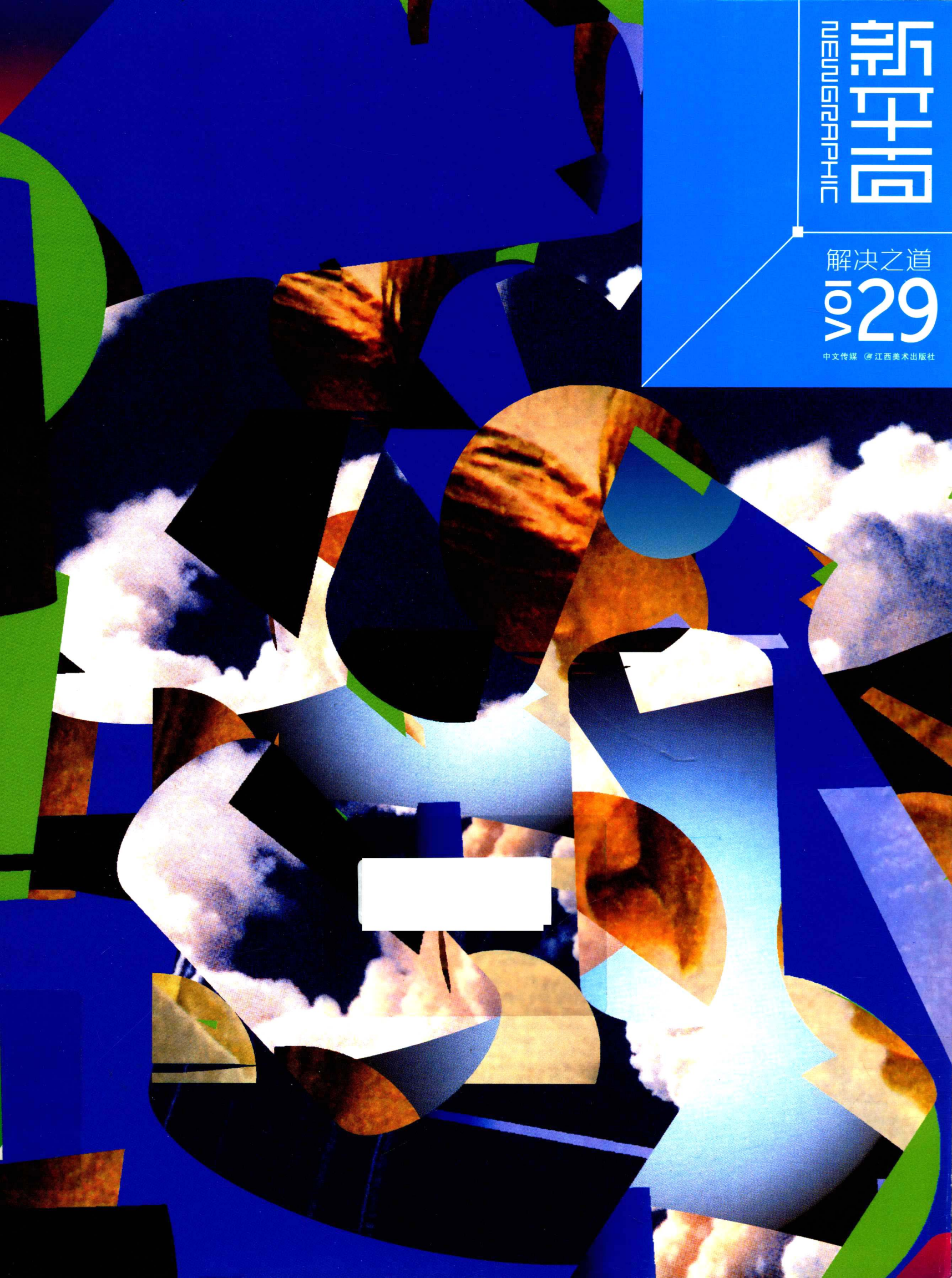


新视觉
NEWGRAPHIC

解决之道
vol 29

中文传媒 江西美术出版社



主办 Sponsored by
视库图书工作室
Seecoo Book Studio
江西美术出版社
Jiang Xi Finearts Publishing House
南京艺术学院设计学院
Design College of Nanjing University of the Arts
编辑 Edited by
新平面编辑部
New Graphic Editorial Department

编委 Editorial Committee
戈洪 Ge Hong 蒋杰 Jiang Jie 刘杨 Liu Yang 蔡翔宇 Yao Xiangyu 王靖 Wang Jing
向帆 Xiang Fan 历勤 Li Mian 李大伟 Li Dawei 华培 Hua Pei 王焱 Wang Yan
杨杰芳 Yang Jiefang 张磊 Zhang Lei 莫军华 Mo Junhua 徐博文 Xu Bowen

主编 Editor in Chief
戈洪 Ge Hong 万仁荣 Wan Renrong
副主编 Subeditor
曹方 Cao Fang 蒋杰 Jiang Jie 王靖 Wang Jing
执行编辑 Executive Editor
华培 Hua Pei
美术编辑 Art Editor
徐宁 Xu Ning 周盈西 Zhou Yingxi
英文编辑 English Editor
涂秋晨 Tu Qiuchen 翟丽丽 Zhai Lili 戈一雷 Ge Yixue
特邀编辑 Special Editor
Cinzia Ferrara Bruno Porto 蒋华 Jiang hua

特邀海外编辑 Special Reporter Abroad
王 宾 (英国) Wang Bin (England)
周文康 (美国) Kan Wenkang (America)
李 江 (日本) Li Jiang (Japan)
闫 彦 (荷兰) Yan Yan (The Netherlands)
张 萍 (法国) Zhang Ping (France)
陈 洋 (新加坡) Chen Yang (Singapore)

NEW
GRAPHIC
DESIGN

视库Seecoo图书工作室

中国·南京虎踞北路15号南京艺术学院
Nanjing University of the Arts ·15# North Huju Road
Nanjing · China 210013
TEL: 13851866488 13776624291
E-mail: newgraphic@vip.sina.com
Http: //www.seecoo studio.com

图书在版编目 (CIP) 数据
新平面 第29辑 / 戈洪主编. — 南昌: 江西美术出版社,
2012.6 (中文传媒)
ISBN 978-7-5480-1281-8

I. ①新… II. ①戈… III. ①平面设计—作品集—世
界—现代 IV. ①J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第115908

责任编辑 陈 波
封面设计 Chris Seddon
责任监印 吴 静

中文传媒·新平面 第29辑

出版发行 江西美术出版社

地 址 南昌子安路66号

网 址 www.jxlinearts.com

E-mail jxms@jxpp.com

经 销 新华书店

印 刷 南京新世纪联盟印务有限公司

开 本 965mm × 635mm 1/8

印 张 8

版 次 2012年06月第1版 2012年06月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5480-1281-8

定 价 42.00元

赣版权登字-06-2012-336

版权所有, 侵权必究

图书若有印装质量问题可向承印厂调换

目录 Contents

新·人物 NEW · CHARACTER

- 002 解决之道——johnson banks创意总监麦克·强生专访 王靖
The Right Path—Exclusive interview with Michael Johnson,
creative director of johnson banks Wang Jing
- 028 玩品牌的toormix 赵立立
Playing with Brand Zhao Lili
- 050 疯狂的“点” 华培
Crazy “ten” Hua Pei

新·视点 NEW · VIEWPOINT

- 066 抽象派设计 李巍
Abstract Designing Li Wei
- 082 Diseño Shakespear, 阿根廷设计50年 翟丽丽
Diseño Shakespear, 50 Years of Design in Argentina Zhai Lili

新·平台 NEW · PLATFORM

- 090 对话视觉——李永铨与设计二十年展 李永铨
Visual Dialogue—Tommy Li And Works 20 Years Exhibition Tommy Li
- 100 NEW “FORM” 国际平面设计邀请展 许力
NEW “FORM” International Graphic Design Invitation Exhibition Xu Li

新·生活 NEW · LIFE

- 102 2012新作——星座 《新平面》编辑部
New Designers and New Works Constellation 2012 New Graphic Studio

新·院校 NEW · ACADEMY

- 110 游戏玩成艺术 季鹏
Play Games into Art Ji Peng

新·学术 NEW · SCIENCE

- 116 关于艺术设计教育的反思 吴振韩
Reflections upon Art Design Education Wu Zhenhan
- 121 汉字的意义 历向晨
Meaning of the Origin of Chinese Characters Li Xiangchen
- 史: 秦汉视觉设计两例 潘天波 胡玉康
and Design History: Two Examples of
and Han Visual Design Pan Tianbo Hu Yukang

解决之道

——johnson banks创意总监麦克·强生专访
The Right Path —— Exclusive Interview with
Michael Johnson, creative director of johnson banks

文 | 王靖 By Wang jing

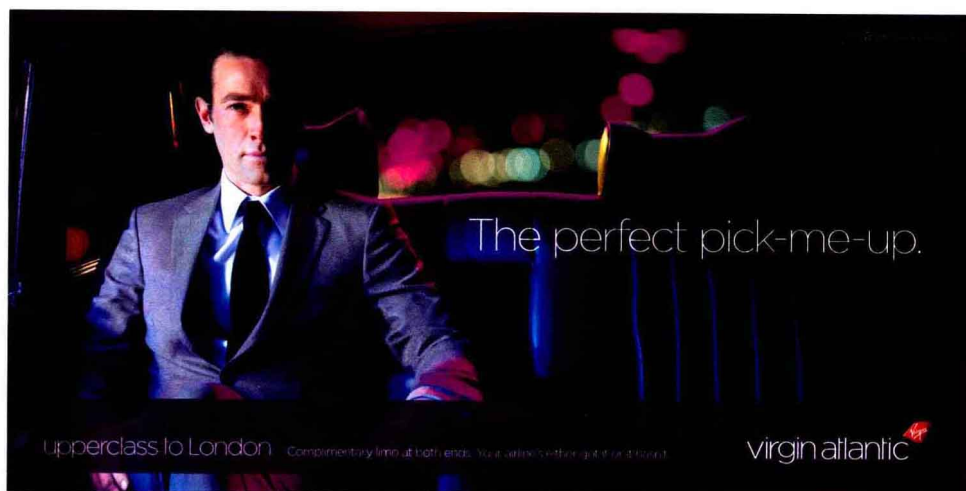
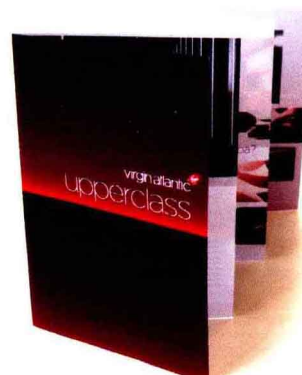
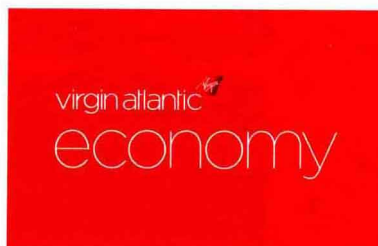
麦克·强生

麦克·强生是设计公司johnson banks的创意总监，该公司主要为文化、政府和慈善部门提供品牌和标识设计，部分案例包括：维珍航空、伦敦科学博物馆、英国驻日本大使馆、V&A博物馆地图、英国新钱币、Think London、Mouse、Bfi、Shelter、Yell.Com、The Art Fund等等。麦克本人和他的公司曾多次获得世界著名的创意奖项，其中包括8次获得英国设计与艺术指导委员会（D&AD）的大奖及纽约艺术指导协会（NYADC）的4个奖项。他本人曾3次被评为设计周的“50名最火爆的设计师”之一。作为英国设计与艺术指导委员会的前任主席，他的不少作品被伦敦维多利亚和阿尔伯特博物馆永久收藏。麦克同时也是一名国际知名的演讲家，《解决难题之道——设计入门手册》一书的作者。

Michael Johnson

Michael Johnson runs johnson banks, which has long had an interest in branding the 4c's – cities, countries, culture and charities. He's worked on many projects for the British Government, art centres in Philadelphia and Paris, a space observatory in Japan and bilingual typeface in China. In London, he's just done the Science Museum and his first airline, Virgin Atlantic. johnson banks branded London's inward investment arm 'Think London', and Michael writes and lectures worldwide on identity issues. He has won most of the design world's most prestigious awards, has written one book, Problem Solved, and is working on two others. In spare moments he edits the design blog, Thought for the week.





客户：维珍航空
Virgin Atlantic





客户：雷文斯教育机构
Ravensbourne



解决

问：您的logo设计简洁、轻松、引人深思，比如mouse、Shelter、More Th>n等等，只用一些小变化和小趣味就表现出深刻的寓意，请谈谈您的设计哲学？

答：我的设计理念其实很简单：好的点子是解决问题的关键。对于我来说，这样的点子应该是独树一帜而又着眼于长远的。当你发现一个好点子，你要不断反问自己“这是不是第一次有人去做”。如果发现它确实是前无古人，那这种感觉对设计师来说真是棒极了。

问：您的作品理念清晰、图形简洁、色调鲜艳，经常采用简单有趣的方式解决问题，充满了睿智和幽默。在创作的过程中您是如何做减法的？

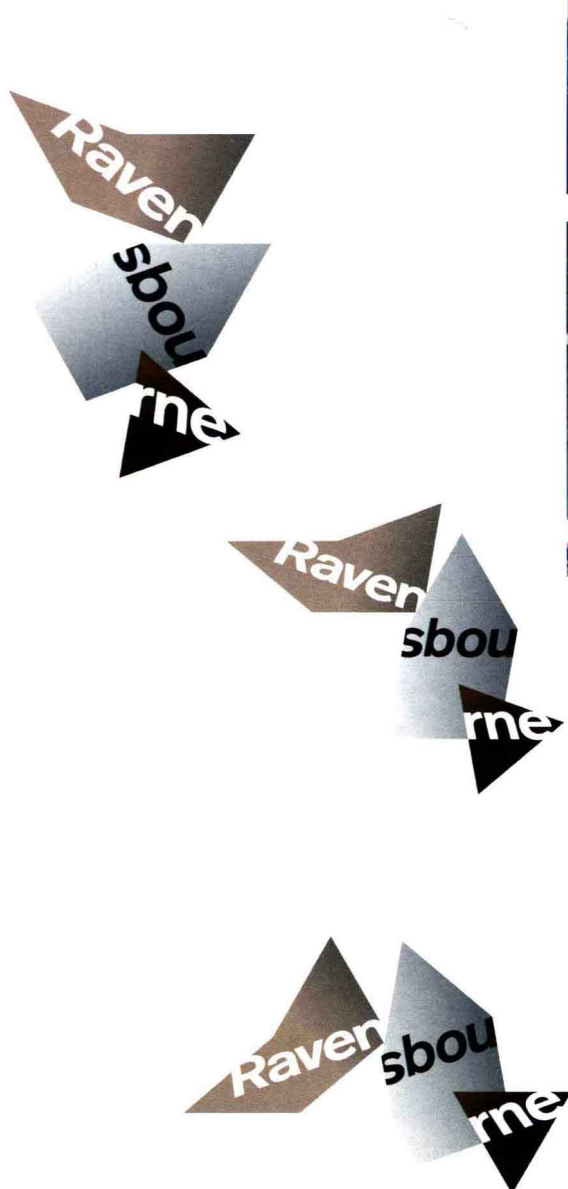
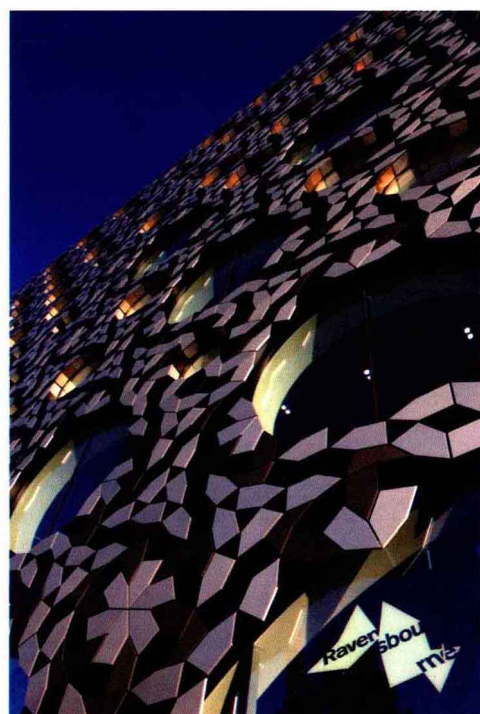
答：对我来说，编辑的过程几乎和设计的过程一样重要。在一开始的时候，不管是好的点子还是糟糕的点子，尽可能多地收集是非常重要的，然后再从中筛选出好的，针对这些点子进行一遍又一遍严格地实验、精心严谨地编辑，然后不断打磨直到出炉。

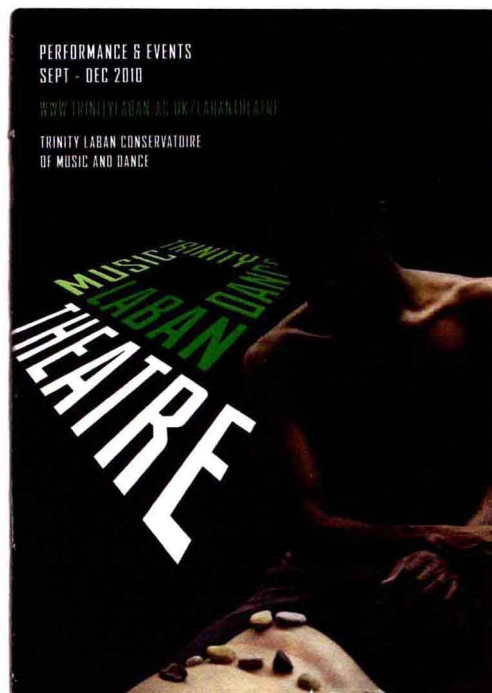
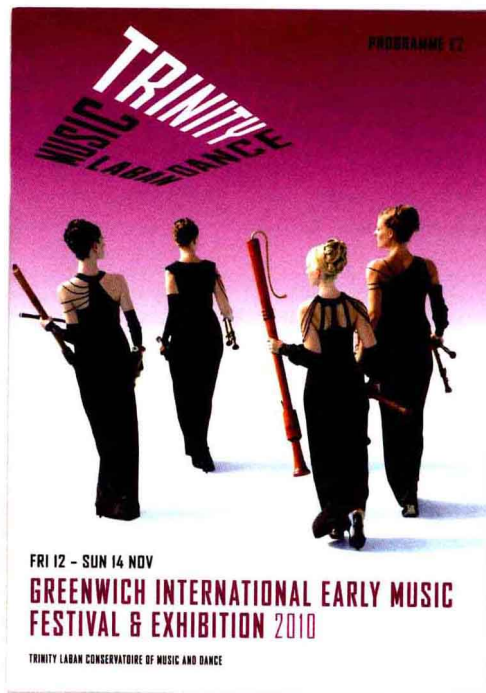
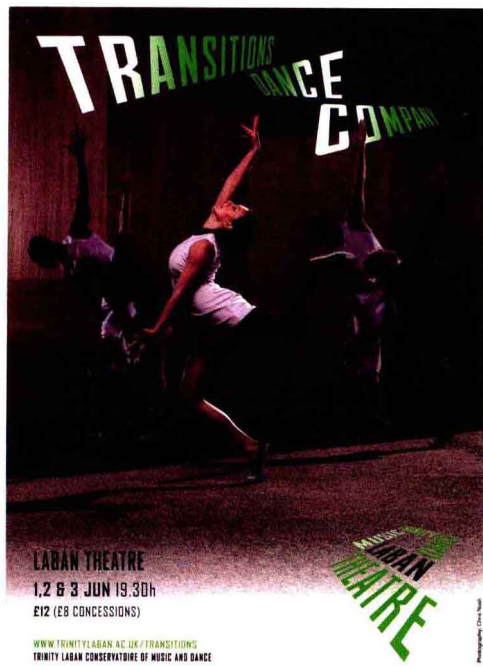
问：“Trinity Laban”这个项目，文字的变化和舞台的形态结合得很有张力，概念表达清晰准确，能否以这个项目为例，谈谈您的创作过程？其设计理念是如何生成和执行的？

答：是他们先来和我们进行接触的。“Trinity Laban”是由3个独立的部分组成的，其中包括伦敦一所顶尖的音乐院校（圣三一音乐学院），一所蜚声全球的专业舞蹈学校（拉邦舞蹈学校），和一个在合并中起协调黏合作用的“保护伞”组织。唯一的问题是，他们相互融合得并不像看上去那么完美。

计划中，“Trinity Laban”本该是一个让音乐和舞蹈部分，以及其他组成部分有机结合在一起的新的、定位明确的机构。

但我们在推进过程中，通过研究、审计和定位研讨会发现，这个设想是很不现实的。一方面是因为圣三一和拉邦这两所学校在各自领域都非常知名；还有一部分原因是要把“Trinity Laban”这个名字植入全世界的音乐和舞蹈老师、职业顾问、家长们心里，是需要些时间的。





所以我们不走寻常路，先为“Trinity Laban”设计了一个可活动的标志，然后在不同的部分灵活地使用。在拉邦，把标志往下放，让它出现在地板上，而在圣三一则转过来让它出现在上空。然后我们让舞者和乐师进入这样布置好的空间里，让构成元素相对简单的logo走进他们的日常生活。

问：维珍航空红色的尾鳍很感染人，这个项目你们用了多长时间完成？其背后有什么故事和我们一起分享吗？

答：这个项目的挑战之处在于如何打造这个牌子，是大刀阔斧地革新还是谨慎地改良已有的品牌构成元素。经过了烦琐的审计，审慎地界定公司能够接受的程度后，就该研究实际的视觉效果了。

在最初的设计中，我们都觉得现在应该再次使用公司的全称“维珍航空”了，而且只要机身上面放得下，名字出现得越大越好。按照这样的思路，我们决定在红色的尾翼上沿用草案中的logo，只是要精心重绘出一个更加简洁优雅的外形。

我们让核心要素各就各位，涂装工序一完成，我们就

扑到了流程中的下一步，但我们对每一道工序都是同样的精细。在机场和广告的许多设施中，一个全景logo都是至关重要的。

问：商业项目和文化项目同时做得很出色，对很多设计师来说是件比较难的事情，您是如何做到的？

答：10年来，我们完成了许许多多复杂的商业和文化项目，接触了各种不同的团体和项目赞助方，他们都有不同的观点和立场，需要小心地接洽和磋商。

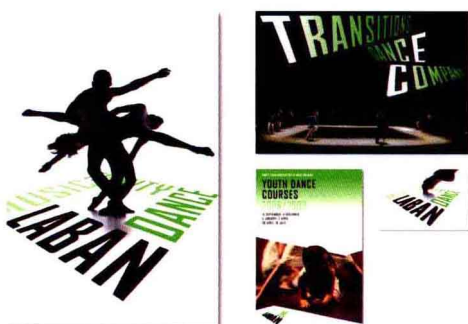
一般来说，这也意味着我们会遇到很多妥协和制约，但我们都坚信好的点子和设计“是金子必然会发光”。迄今为止，这种理念被证明是行得通的。大型标志项目都是很复杂的，但我们觉得复杂不代表做不出创意。

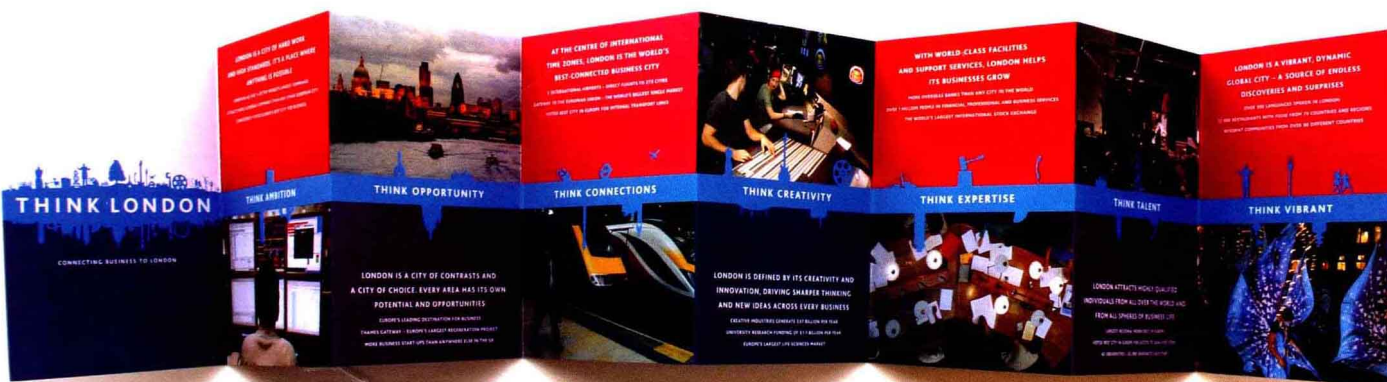
思考

问：您的书《解决难题之道——设计入门手册》无疑

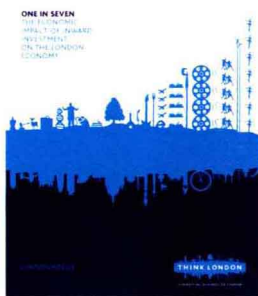
客户：圣三一拉邦
Trinity Laban

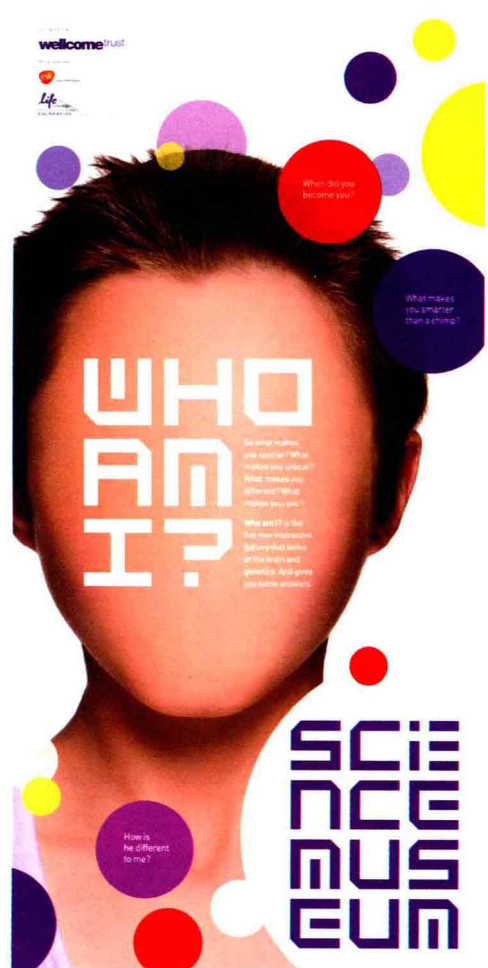
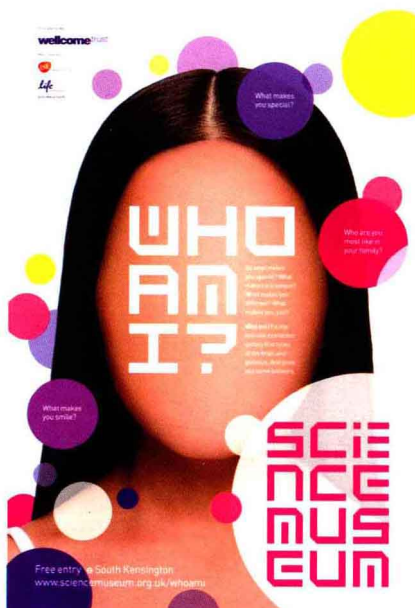
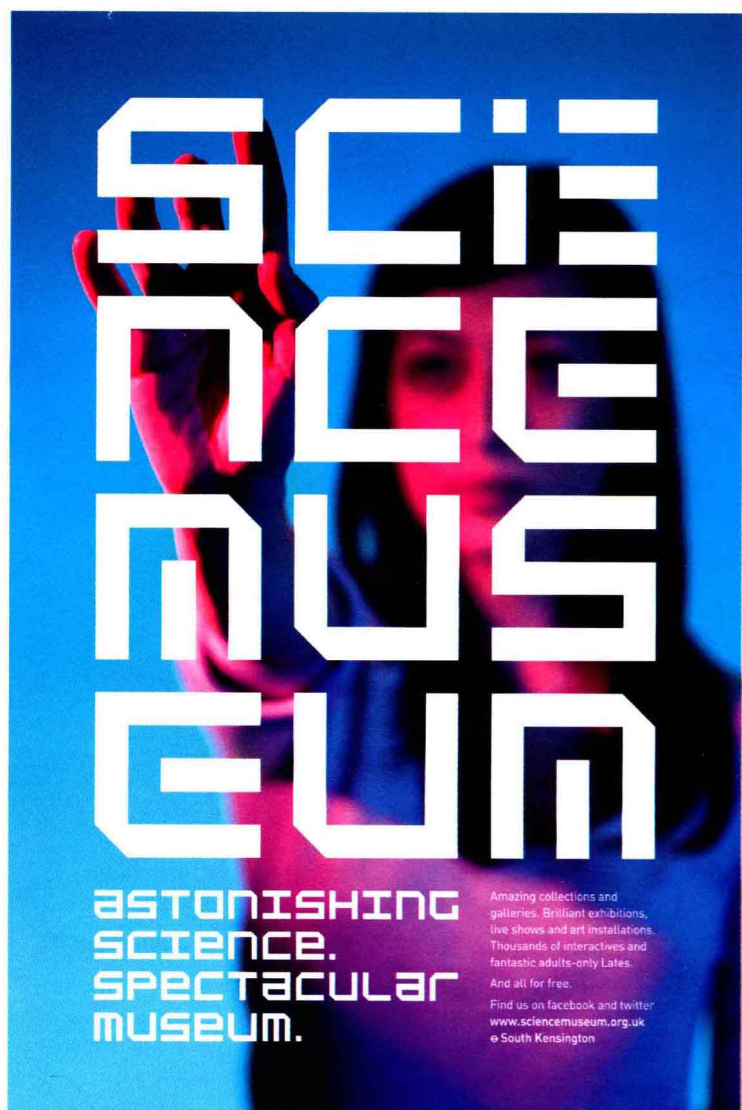
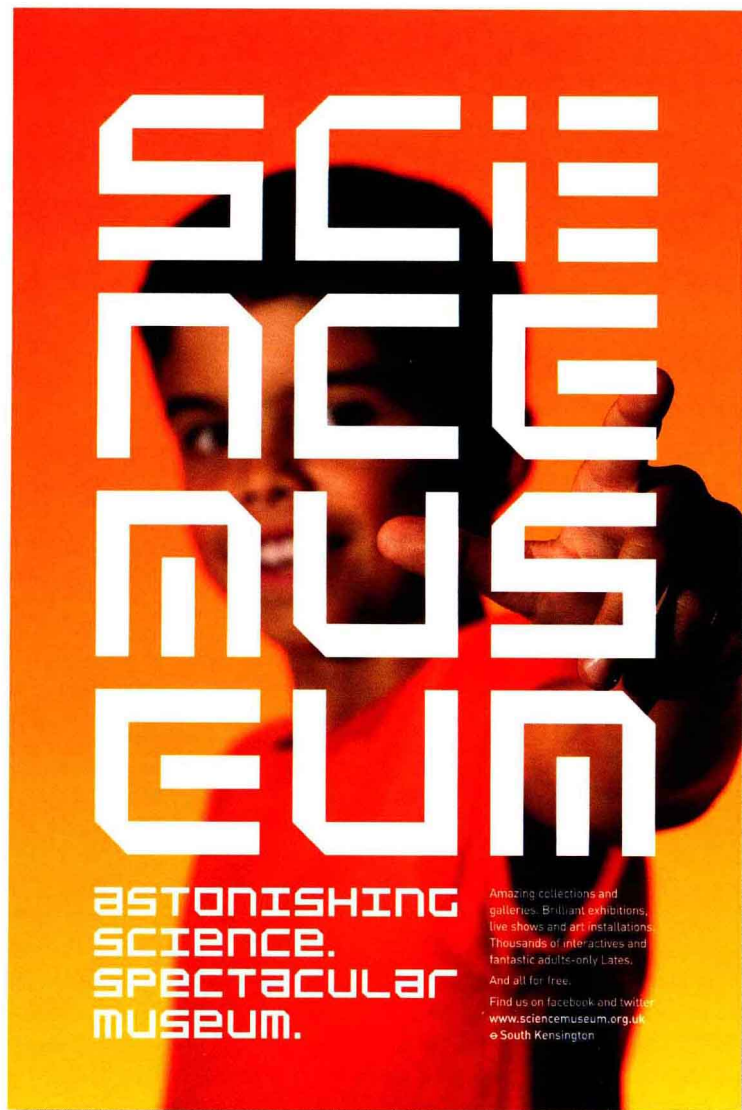
TRINITY LABAN
MUSIC LABAN DANCE



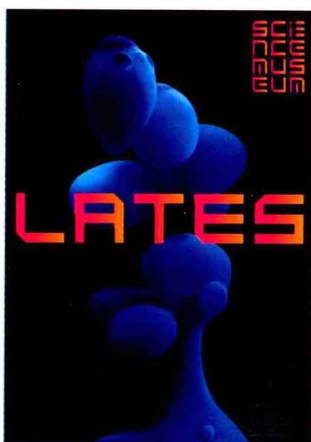


客户：伦敦第一中心
Think London





客户：科学博物馆
Science Museum



是设计界的畅销书，其中提到的十个创意方法，成为很多设计师的准则。您能否提炼一句话，谈谈本书最核心的观点？

答：我读设计类的书籍已经有20年了。我觉得也许我是想找到那种“不看此书就等于枉读20年书”的感觉？同时，确实没有哪本书像《解决难题之道——设计入门手册》这样，把解决问题视为一种途径。今年9月，这本书将会再版。

问：您是一位国际知名的演讲家，经常在世界各地把您的理念分享并传授给大家，在演讲中您最愿意谈论的是什么？

答：我想可能会说，设计是一个不断创新、不断完善的过程，也可能描述一些我们做过的项目，或是说说我们手头正在进行的项目。

问：似乎您的创作灵感无处不在，您怎样保持敏锐的嗅觉和轻松开放的创作心态？

答：打网球？去看展览？其实是大量的阅读和弹吉他。



文化

问：英国有着悠久的平面设计历史，我们很想知道在这样一个国家，平面设计以及平面设计教育有何特殊性？

答：英国的设计师和教育工作者们在设计中所体现的本土设计文化和开放思维。

问：您曾多次被评为英国50名最著名的创意人“The top 50”。您的很多作品，比如水果邮票、披头士邮票等浓缩了英国文化的精华，您如何用最简单的话来描述英国文化？

答：混搭。英国人喜欢把大牌或是流行的品牌混搭起来，我们也有在自己博客上发布的实验性混搭logo。但这也使得我们和一些设计师之间产生了一点小麻烦。

问：请谈谈您的“Think London”项目，您是怎样理解和表现伦敦的？

答：“Think London”的前身是“伦敦第一中心”。它的职能是劝说商人们把伦敦当做一个适宜落户的地方。但是在我们开始寻找视觉方案和标志时，我们很快意识到，要用一个简单的标志来表现如此五彩纷呈的伦敦是一个棘手的任务。

我们开始圈定一个范围，但直到突破这个范围的界限，并且把为何你要在这里工作和生活的全部真实理由找出来时，我们才真正上路了。公园、音乐、足球、芭蕾、时尚——这些都是这里适宜落户的理由（其他还有很多）。不久后我们创造出了一个令人印象深刻的标志，它由44个独立的图标组成，而且可以以经济的方式让它“动”起来。

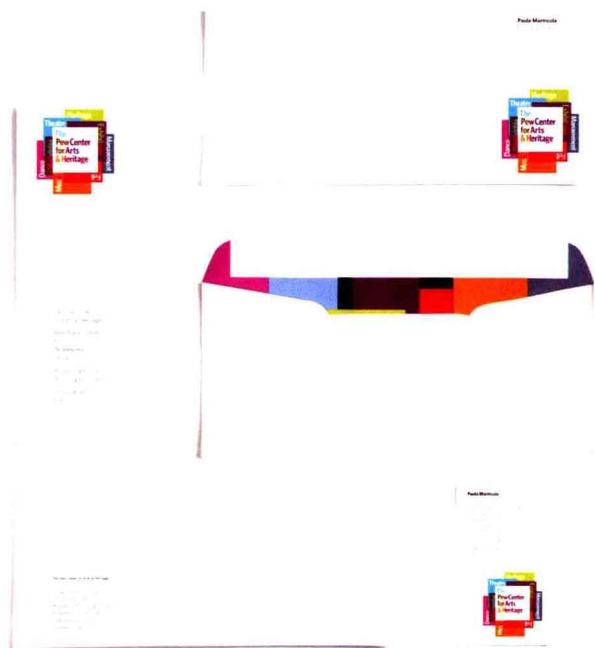
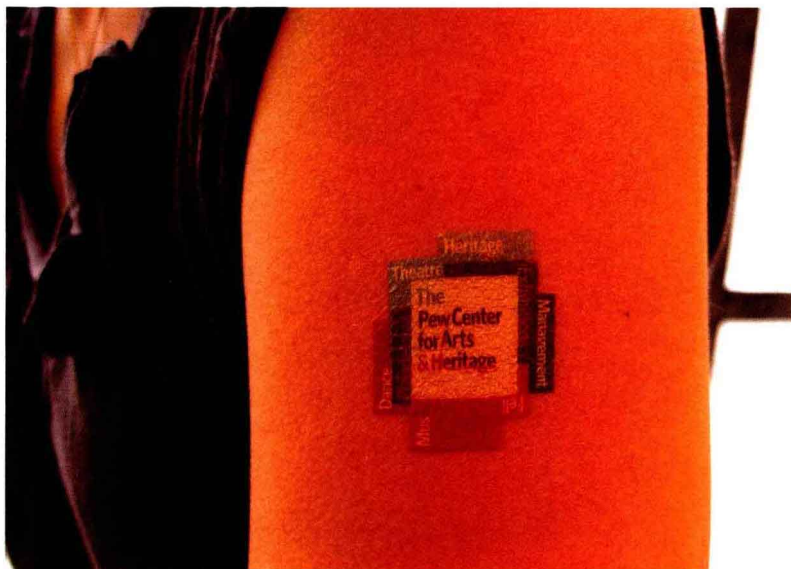
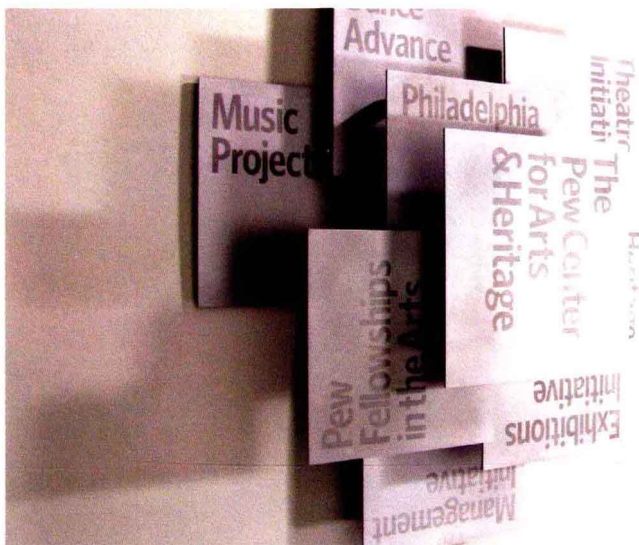
问：作为一名国际知名的设计师，您对不同文化有丰富的认识，业务遍及欧洲、美洲、亚洲很多国家。对亚洲文化您有什么样的认识和看法？

答：我对亚洲文化一直很感兴趣。20年前，我甚至还搬去日本住了半年尝试融入其中。亚洲文化的创造力让我惊叹。同时，从设计的角度来看，我们在“Phonetikana”和“Mandagram”项目中也想到要与本土语言融合，而不是植入英国式设计。

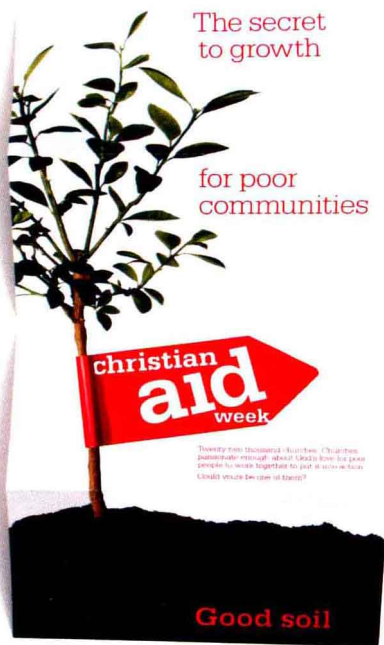




客户：皮尤艺术与遗产研究中心
Pew Center for Arts & Heritage



christian aid



问：您被人津津乐道的“UK Japan”这个项目，利用对两国文化的深入理解，从语言文字入手巧妙结合，其颜色也很让人喜爱，看得出来您对两国文化特质有着深入的理解。请和我们分享一下创作的过程。

答：谢谢。尝试去用一个简单的标志来代表英国和日本的时候，我们在想自己是否可以找到一种看上去精妙无比的排布方式。我们试着把英国的缩写字母“UK”与日文汉字的“日本”结合起来。第一眼看上去，这几乎是不可能的——我们觉得把日本的第一个字“日”和U结合起来还是有希望的，但是把两者的第2个部分结合起来就难多了。

我们把两个语言的字母和汉字拼来拼去，渐渐地有了一些头绪。但是我们形成具体方案以后，还是不确定是不是把日本汉字扭曲变形得让人看不懂了。

幸运的是，即使是我们早期的版本也能让大使馆的客户看懂两种语言的单词。我们最终找到了一种真正的双语标识来表现这样的结合。

问：我对您的“Mandagrams”项目十分感兴趣，这些文字看起来有骨骼（线条），有血肉（颜色、图形），十分生动有趣，您设计了大概多少个这样的象形文字？灵感从何而来？

You help us
buy one sheep



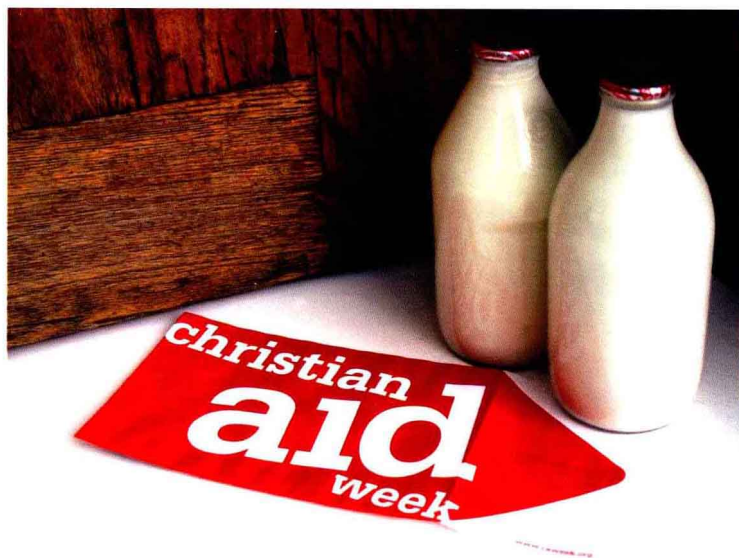
We help Sara
raise a flock

Your help means Christian Aid can buy sheep for families in Bolivia, which they can raise to have enough food and an income to live a better life. Live differently!

**christian
aid**

You add. We multiply.

Websites
www.christianaid.org.uk
www.christianaid.org
Children's website
www.globehelping.org.uk
Phone numbers
Britain: 0845 7000 300
Northern Ireland: 028 9036 1204
Republic of Ireland: 01 613 2863



客户：基督教援助
Christian Aid

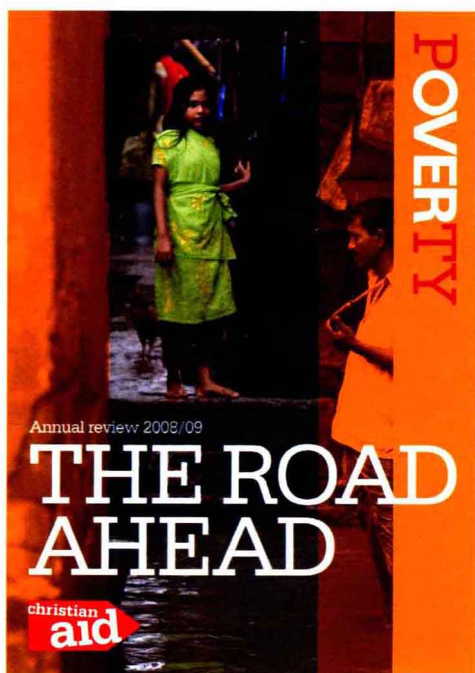
5,000 WOMEN
5,000 EMPTY ACRES
50,000 FED
AT HARVEST

POVERTY

Christian Aid has a vision
this harvest: an end to poverty.
Join us to make it happen

**christian
aid**

Just £7 could provide the materials needed to make ten large seed-storage baskets, so that a community can go on harvesting year after year.
www.christianaid.org.uk/harvest



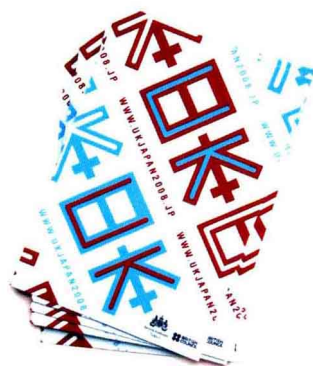
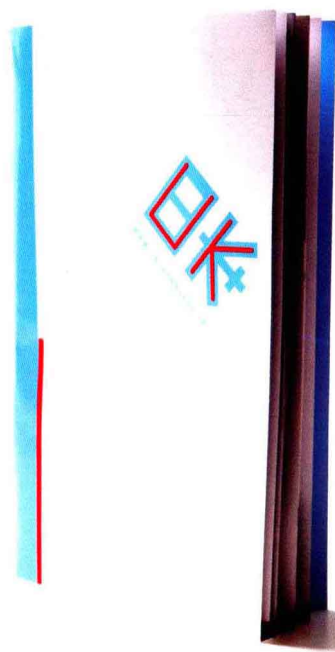
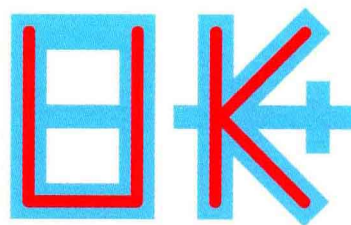
Annual review 2008/09

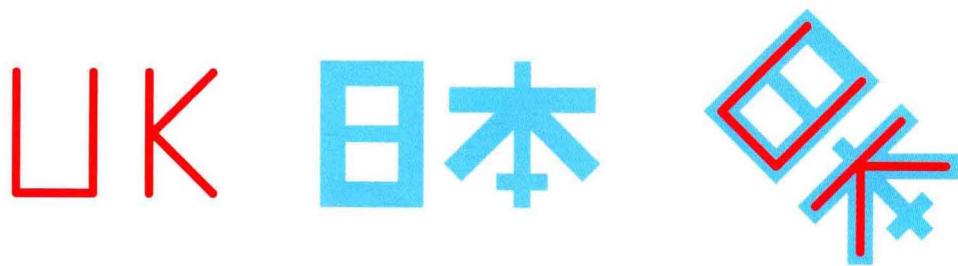
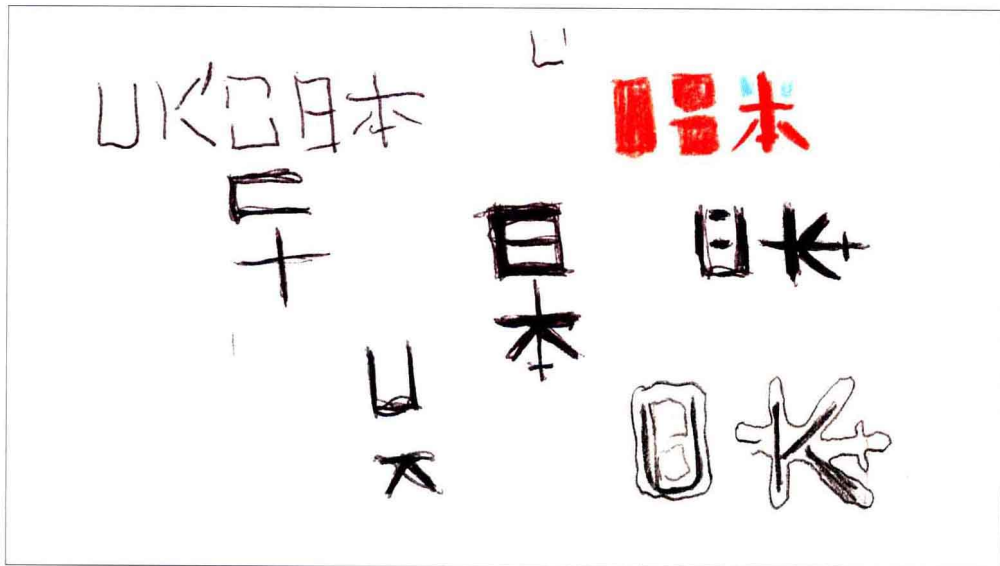
**THE ROAD
AHEAD**

**christian
aid**



客户：英国+日本
UK Japan





答：我们设计了将近100种Mandagram。Mandagram和我们的另一种非英语字体Photonetikana的灵感都是在和一个连语言都不同的异大陆的不断交流和不断挫败中得到的。如果能设计出一种方式让汉语或日语不流利的人也能更快地看懂另一种语言，这不是很棒吗。我们想让现代汉字回归到它传统的象形形式。

问：您如何看待象形文字的特点，您认为在现代设计中有什么拓展应用的空间吗？在您看来象形文字、拉丁字母以及日文片假名字体在设计应用中最大的区别和难点是什么？

答：我们对象形字一直很感兴趣。即便我们工作中主要用英语，我们总是会加入一些象形字。比如我们的“庇护所”logo就有一个“h”形房屋，这个形状比我们More than logo中的“>”更形象。Photonetikana则是多种语言的混合，经常会创造出象形文字，而Mandagrams则是将汉字中的象形元素加以突出。

比赛

问：D&AD是很多设计师追捧的大奖，您率领的johnson banks获得过8次大奖，其中还包括一次罕见的黑铅笔，这是真的吗？

答：我们已经在D&AD中获得了7次黄铅笔奖和一次黑铅笔奖了，但实际上我们从来没有入围过“单项展示奖”。

问：感谢您担任了“Hiiibrand Awards 2011”国际品牌标志设计大赛的评委，您认为什么样的标志设计作品才算是真正的好作品？

答：从事复杂的标志设计是一件需要花工夫的事。对我来说，我是从标志设计起家的，曾做过一阵子传统的平面设计，然后又回归到标志设计。标志设计师似乎一般从20多岁以后才真正找到自己的位置。学会分析一个标志想要传达的所有层面的概念，然后产生想法，接着利用各种设备来打造其中最好的想法……确实要花些工夫。我觉得成就一个出色的标志设计是标新立异的想法加上简洁的表达方式。设想一下，看到自己的作品在博物馆、广告结束帧，或是飞机机身上现的时候，你会很有成就感。

生活

问：前面谈得似乎太“平面”了些，我想让我们的读者更“立体”地了解您。我们对您的生活状态非常感兴趣，能否为我们描述下您普通的一天？

答：通常很忙。一天中可能有开不完的设计团队小结会，把我的设计或是草图收集整理一下，研究wordsmithing的品牌声明，飞到纽约，听音乐……

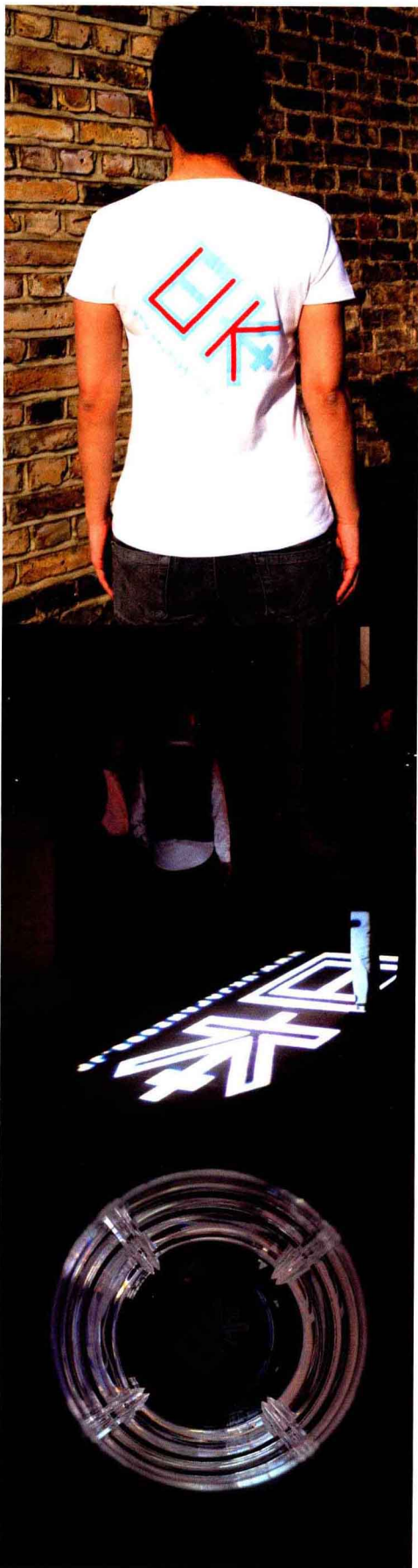
问：紧张忙碌的工作之余，您最大的爱好是什么？

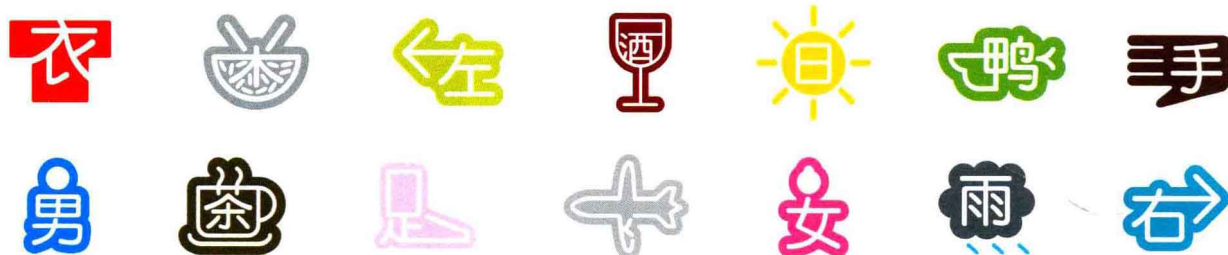
答：弹吉他。这是一种很好的忙里偷闲的消遣方式。

问：您现在还做梦吗？您最大的梦想是什么？

答：我想在世界上每一个大洲工作……在酒吧里设计一个政府或国家的项目，这肯定很有意思。

感谢您百忙之余接受我们的采访！





客户: Mandagrams
Mandagrams

