

新锐

蔡立雄 & 直线传达

蔡立雄 著

设计工作室

江西美术出版社

新锐设计工作室

蔡立雄&直线传达

蔡立雄 著

江西美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

蔡立雄直线传达 / 蔡立雄著. —南昌: 江西美术出版社, 2002.6

(新锐设计工作室)

ISBN 7-80580-966-6

I. 蔡… II. 蔡… III. 平面设计—作品集—中国
IV. J524

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 037671 号

新锐设计工作室

蔡立雄直线传达

蔡立雄 著

江西美术出版社出版

(南昌市子安路 66 号)

新华书店发行

深圳彩视电分有限公司制版

深圳市彩帝印刷实业有限公司印刷

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

开本 889 × 1194 毫米 1/64

印张 1 印数 5000

ISBN 7-80580-966-6/J · 894

定价 10.00 元



2. 天辰广告
2. 凤凰女神
3. 七匹狼香烟
4. 劲霸男装
5. 潘氏企业
5. 直线品牌
6. 玉环
6. 成都实德隆塑窗
- 7-9. 七匹狼香烟
10. 七匹狼酒业
- 11-14. 劲霸男装
- 15-18. 贵族香烟
19. 惠丽宝
19. Feeling2000
19. 新嘉园置业
19. 麦加利食品
20. 龙腾花园
20. 凯胜体育
21. 阿曼尼磁砖
22. 东坪山庄
23. 悦华会展酒店
24. 印象厦门·凤凰木
25. 印象厦门·海
- 26-28. 豪斯房屋
29. 凯胜体育
- 30-31. 颜如玉女子护肤
- 32-34. 黎柏洋服
- 35-37. 佐佐食品
- 38-40. 东方·巴黎广场
41. 东方巴黎
42. 东坪山庄
43. 珍藏
44. X符号
45. X平面
46. 贵族之夜
47. 五环
48. 贮
49. 正反内外
50. 迷梯
51. 绥靖的不可能性
52. 石青·石绿
- 53-54. 火烧屿
55. 以利沙矿泉水
56. SKY·LAND·SEA
57. 厦门五十



Cai-lixiong

蔡立雄 设计师、资深品牌顾问

1960年生于厦门■1977年-1996年分别就职于■
厦门日报社■厦门湖滨中学■厦门商业广告公
司■1985年毕业于集美师专油画专业■1985年
发起参与■厦门达达■1995年创办厦门直线传
达企划有限公司■1999年创办直线品牌推广有
限公司■专业从事商家的产品开发、营销与品
牌顾问工作■专业从事平面设计和景观设计■
现任■直线品牌推广有限公司总经理、资深品
牌顾问■概念特区商业整合机构主席■主持的
主要个案有■七匹狼香烟■劲霸男装■贵族香
烟■建发房产■豪斯房屋■悦华会展酒店■
1999年主持厦门平面设计师专业委员会筹备工
作并发起参与■厦门五十年主题海报展■2001
年主持概念特区“X”主题四人展

关于设计

…我只是服务和融合于大众和社会，而非仅是感染几个人和感染自己…1990

作为独立存在的艺术是没有存在意义的，有规定的形式和载体，有规定的受众，它对社会的作用微乎其微，更多的只是体现个人或局部群体的思维意识和情趣，而隔离于社会大众。有“艺术”和“生活”这种分开的界定是没有意义的，即使是标榜“反文化”、“反艺术”的现代达达（Dada），其行为和观念也是相悖的。例如杜象把尿壶置于展览会中，以示对传统“贵族”文化艺术的反叛、蔑视和超越，以示“生活等同于艺术，艺术等同于生活”。其实，这样的“作品”和“行为”更抽离于社会，更超越于社会大众之上。这是参与“厦门达达”之后的反思和批判，使我们自然而然地寻求和选择真正对社会有用、真正服务于社会大众的行为观念和行为规范。我们超离了“厦门达达”，也是一种真正的“厦门达达”精神的延续。从抽象、高深的艺术理念转向实用商业行为。

…设计师的全面素质和多重性格…1992

作为设计师，必须讲求全面素质的培植和思维判断的升扬。他获取灵感、创作和运作所遵循的基本原则就是精确判断主题和受众需求，而这需要操作者敏锐、全面的观察能力和决断能力。全面的观察面，才有全面的观察点，才有全面的经验，才有全面的争斗欲望和能力。获取知识的途径往往是非专业的，“或许是经典艺术片，或许是商业片，或许是A片”，自信自己有判明和反思的能力。

设计者需要有全方位的知识 and 素质，有敏锐的感知和特殊的应变能力和操作能力。“设计者不是艺术家，艺术家可以随心所欲地表现自己和表现自己感兴趣的东西，他们靠灵感，可以三年不画画，也可以三年专心画他的‘猪’或‘牛’。设计者靠的是全面培植和训练有素的综合能力，因为他必须面对时间的限制，空间的限制，受众需求的限制，商家观念的限制，自身状态的限制，和技术的限制等等，或者说，无限制。”

能有好的点子，好的创意并不难，关键在于有没有实际的操作能力，能否将点子变为现实并产生效应。操作能力包括决策、交流、组织和参与，也包括最基本的设计工作，甚至画黑稿。因为设计者处于整体的运作过程中，而事无巨细。

个性的力量不在于单一，而在于多样。一种混合、整体，能够和世界融和、驾驭事物的力量。设



计者不是为展示自己的个性和风格，而是创造和融汇主题对象和诉求对象或称特定消费群甚至社会的共同个性力量，设计者是无个性的。“七匹狼”系列广告的运作中，看出这种无个性的强烈个性。在这样的操作中，设计者、广告品、品牌、产品、商家、商业行为和消费群、受众、社会活动是混然一体的，构成整体有力的“七匹狼文化”。设计者失去个性而成就个性。

设计者应该为不同的产品和品牌营造不同的性格和文化，必需具有不同的能力和多重的性格。能够粗犷、豪放、能够优美、精致，能够高深广远，也能够通俗易懂……“你喜欢黑白，但你必需做得出好的大红大绿”。

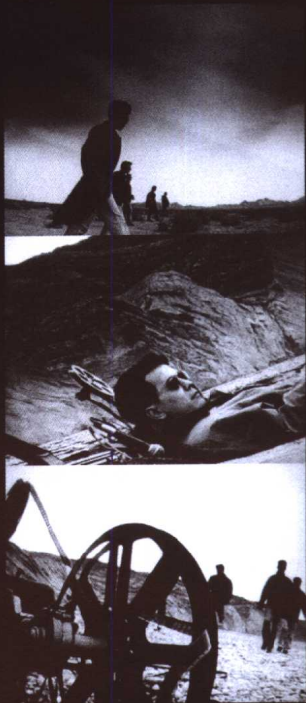
我们对于纯粹的形式和设计是十分看轻和排斥的，这与多年秉持“直接、精确、有效”的操作理念有关，更看重的是操作过程的整体效应和实际效应，完整性、精确性和非独立性，需要的是包容时空的整体事物而非独立作品。我们隐藏个性，隐藏设计。

…非设计的设计…1996

“某种意义上讲，好的设计或创意，并不一定是一个好广告。”受众从广告品看到的不应当是设计或创意，应是产品或品牌（所构成的商业信息和文化信息）。设计者的思想、手法和个性应归隐于无形之中。一件作品，也许有奇巧的构思，精致的设计，完美的布局等等，也许引人注目、得奖、好评如潮，如果受众看到的只是设计技巧和作品形式，没有达成品牌建对或促成消费的目的，它就没有存在的任何价值，如同艺术家花毕生精力而作的闺房画，一钱不值。设计是手段而非目的，这样的观念和操是需要明确的认识和深厚的功底，似有似无、无为而为当是事物运行的最高境界。

“七匹狼”、“劲霸”等个案的广告运作体现了这样的设计和操作新理念。广告画面是直接和单纯的，无“创意”和“设计”，平白直铺，只有图形和字体的大小排列，简单、统一的操作而使设计者和单一作品归置于无。产品或品牌永远是操作的唯一元素，并不需要刻意的编排、烘托和粉饰。氛围是进行和存在着的，而非由谁营造。“非设计的设计”，是最难也是最简单的做法。

圈内的纯创意，纯设计做法作为游戏、交流、思维和创作训练是允许存在的（其实它也达到自身包括观念和能力的商业推广的目的，那是他们的卖点），但服务于客户的商业行为中是绝对排斥的。或许这会被认为是一种很实用主义的观点和做法，可是，当一种商品文化由这些“功利”、“庸俗”的





个性飞扬 劲霸天下

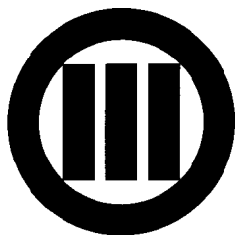
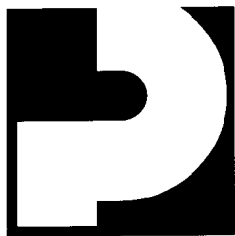
观念和做法所构成、产生时，我们将折服于这样的一种论断和作为。

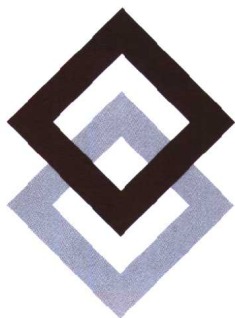
…推崇极简…1995

独特的设计观念形成了独特鲜明的风格：主题明确、形式语言精练极致。推崇极简，这与我们一贯坚持的“直接、精确、有效”的操作理念相互吻合。大多数时候采用黑白背景，令主体形象醒目突显，色彩单纯而响亮，更具分量 and 冲击力。“劲霸男装”系列广告（包括影视）几乎就是黑白的画面

和黑白的标志，超乎常态，赋予品牌超凡脱俗的魅力，使其具有强烈的视觉冲击力，一种冷漠的个性力量和野性。

我们操作的对象大都是极为广泛和常见的大众化产品。给取向特殊阶层的特殊功能产品设计广告并不难，但它大都缺少品牌外延操作的可能。而相反，面对大众的操作更具有挑战性，更有广大的融通空间，更简单明了，更直接，更需说服力和感染力，更需引人入胜，创造生活方式和品牌文化。就这样，我们也选择操作路线和选择客户。





走过荒原
走过冬
没有反悔
没有痛
解开心房
荒出理想
让它高高地 飞在天上

[illegible]

MAY

7



THE LATEST BOOK BY THE AUTHOR OF THE BEST-SELLING NOVEL, 'THE LOST CITY' BY J. K. ROWLING



THE LATEST BOOK BY THE AUTHOR OF THE BEST-SELLING NOVEL, 'THE LOST CITY' BY J. K. ROWLING

7

THE LATEST BOOK BY THE AUTHOR OF THE BEST-SELLING NOVEL, 'THE LOST CITY' BY J. K. ROWLING

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31



THE LATEST BOOK BY THE AUTHOR OF THE BEST-SELLING NOVEL, 'THE LOST CITY' BY J. K. ROWLING



THE LATEST BOOK BY THE AUTHOR OF THE BEST-SELLING NOVEL, 'THE LOST CITY' BY J. K. ROWLING

7

THE LATEST BOOK BY THE AUTHOR OF THE BEST-SELLING NOVEL, 'THE LOST CITY' BY J. K. ROWLING

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31



与狼共舞 尽显英雄本色



金牌七匹狼

特制极品名烟 浙江中烟工业公司出品



一起等待
1997
金红时刻



1997 红七匹狼 特制极品名烟
福建中烟工业公司出品 浙江中烟工业公司专卖



「狼」系列名烟

国际品牌金奖
国际金奖

浙江中烟工业公司
出品



与狼共舞 畅饮豪情

七匹狼啤酒

七匹狼集团监制 营销热线: 0592-5623777 5656777 5656777



与狼共舞 畅饮豪情

七匹狼集团监制 营销热线: 0592-5623777 5656777 5656777



与狼共舞 畅饮豪情

七匹狼集团监制 营销热线: 0592-5623777 5656777 5656777

七匹狼啤酒





KICKBOXING

洪忠信 洪忠信
HONG CHUN HING



洪忠信有限公司

HONG CHUN HING LTD. HONG KONG



KICKBOXING

洪忠信有限公司 HONG CHUN HING LTD. HONG KONG



KICKBOXING

洪忠信有限公司【特許經營】 洪忠信 洪忠信

HONG CHUN HING LTD. HONG KONG



KICKBOXING

洪忠信有限公司