

世界设计名家丛书

企业形象设计家

靳埭强

Kan Tai-keung

K

=

荒木优子

Yuko Araki

Y

,

松井桂三

Keizo Matsui

K

靳埭强与他的设计师朋友

靳埭强 编著

伯纳德

Pierre Bernard

B

,

勝岡重夫

Shigeo Katsuoka

S



上海文艺出版社

靳埭强 编著

企业形象设计家

靳埭强
Kan Tai-keung

荒木优子
Yuko Araki

松井桂三
Keizo Matsui

靳埭强与他的设计师朋友

伯纳德
Pierre Bernard

胜岡重夫
Shigeo Katsuoka

靳埭强 编著

企业形象设计家

靳埭强
Kan Tai-Keung

荒木优子
Yuko Araki

松井桂三
Keizo Matsui

靳埭强与他的设计师朋友

伯纳德
Pierre Bernard

胜岡重夫
Shigeo Katsuoka

图书在版编目(CIP)数据

企业形象设计家:靳埭强与他的设计师朋友/靳埭强编著. —上海:
上海文艺出版社, 2002. 6

(世界设计名家丛书)

ISBN 7-5321-2418-5

I. 企… II. 靳… III. 企业形象-设计 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 038020 号

企业形象设计家

——靳埭强与他的设计师朋友

靳埭强 编著

上海文艺出版社出版、发行

地址:上海绍兴路 74 号

电子邮件:csicm@public1.sta.net.cn

网址:www.sicm.com

新华书店经销 上海精英彩色印刷有限公司印刷、装订

开本 889×1194 1/24 印张 $4 \frac{1}{6}$ 图、文 100 面

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

印数: 1—5,050 册

ISBN 7-5321-2418-5/J·153 定价: 38.00 元

告读者 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系

T:021-56941616

娴静的“视觉诗人”

4

荒木优子

淘气风趣的设计师

26

松井桂三

将美洲地图倒过来的设计师

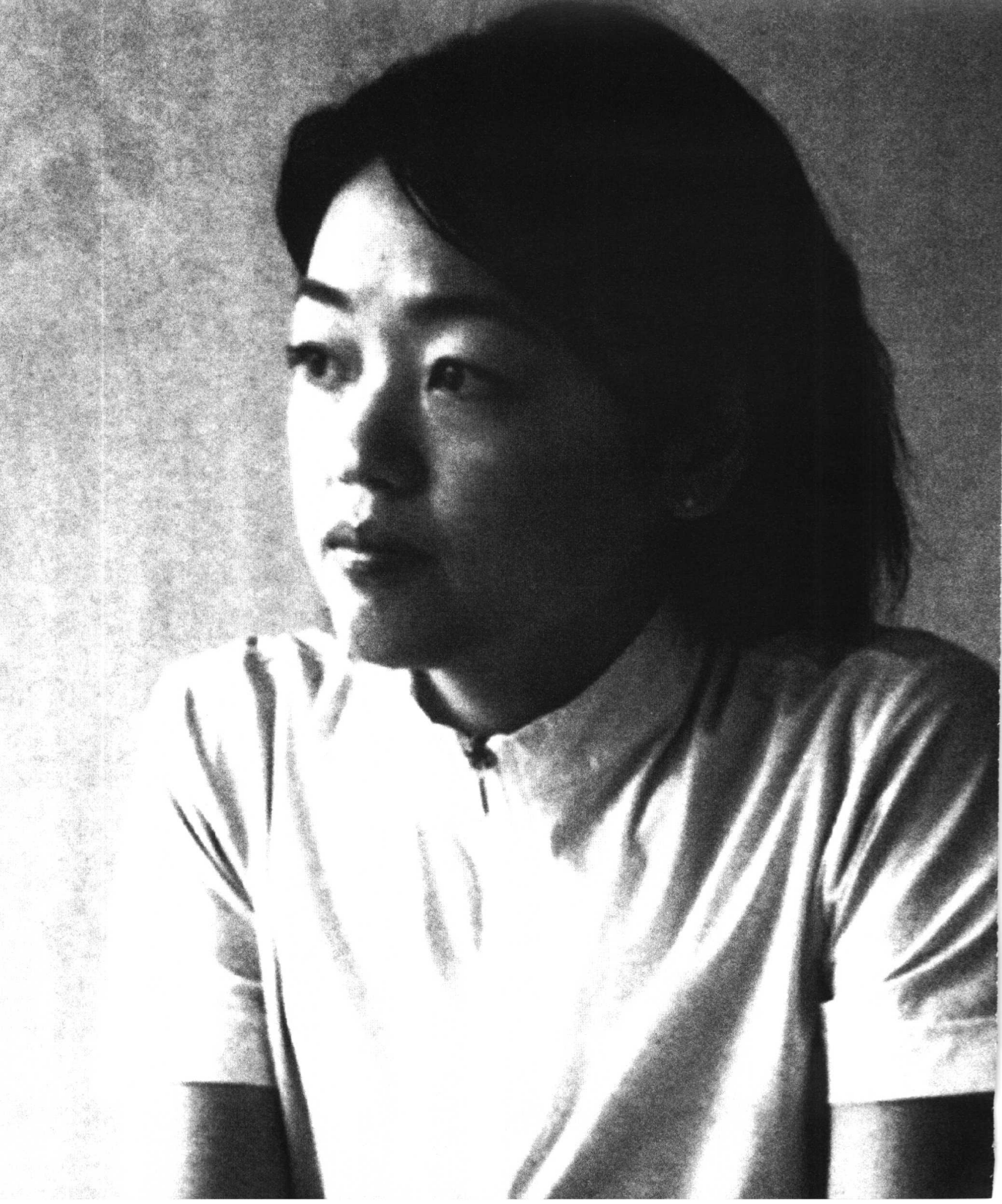
44

皮埃尔·伯纳德

重感情重创意的设计师

70

勝岡重夫



娴静的“视觉诗人”

荒木优子
Yuko Araki

荒木优子是松井桂三先生的合作者，一位文静优雅的女设计师。我每次与她见面都是和松井先生在一起，她说话不多，常在用心地聆听。这种内向的性格，对我来说是一种亲切感，因为我小时候也是这样沉静。

后来，我又发现荒木优子小姐的性格与儿童时代的往事，与我童年相似。她喜欢画画，玩玩具，常常幻想。她曾经走过曲折的路之后才当上平面设计师。她觉得自己的生命与设计早已有关系。

“我生于一九六五年，那是东京奥林匹克运动会的第二年。已去世的国际著名设计大师龟仓雄策先生设计了东京奥运会的大会海报，这海报是日本平面设计的里程碑。”荒木优子说，“我在上小学时已在想，长大后要成为时装设计师。因为当年一位日本时装设计师高田贤三先生很受公众欢迎。”

当设计师的志愿一直伴随着荒木优子成长，她曾参加大学附中艺术学校入学试，但很可惜，她没有被录取。

受到了这样的挫折，她也没有放弃自己的理想，反而心甘情愿地从失败中去磨练自己。终于，她找到了机会，在一家广告制作公司当上了实习生，从而能够在实践中进一步吸收各种设计工作的经验。

“就是这样一个似是偶然的机缘，我进入了平面设计的世界，然而，我现在仍以无限的热情去探索设计的深度和自己的潜力哩。”优子说。

荒木优子的设计作品最早令我注意的，是在一九九四年，她在日本平面设计师协会会展中获得设计新人奖。她的作品《俳句集》是一套非常优雅、娴静的视觉诗篇；还有一系列立体月历，是那么素静、雅致而有独特的个性。那年，她又获东京美术总监协会的ADC奖和纽约美术总监协会的银奖。她早在二十世纪九十年代初开始获奖，在这十多年之间已获得不少奖项，其中包括：日本包装双年展的铜奖和金奖，日本日历展的多项特别奖、银奖和金奖，日本字体设计协会的最佳作品奖，国际平面设计及海报展冠军奖和日本工业广告展的金奖等。一位自学成才的设计师能获得这样的成就，尤其难能可贵。

荒木优子常常问自己：“我是谁？从哪里来？往哪儿去？……”她自觉地思考问题，也常在她的作品中表现一些对社会有密切关系的思想。例如那一系列自我推广的手挽纸袋，设计中的十个插图，就是意图带动人的心理反应，对我们生存的环境产生关切之情。她认为这是作为一位设计师的责任。

设计师一向追求完美，以环宇共通的审美为标准，但现今亦有些设计师认为不完美更有趣，故意在作品中留下不完整的東西。“我不晓得这样是好还是坏，”优子说，“但设计师总是要把自己的个人观点表现于设计之中，设计就是要对社会大众表达你的思想。”

“设计必然是依赖着第三者的观点，要大众了解，就要对大部分全无设计美学水准的人进行沟通。人对美感的认知皆因人的生活环境而异，若设计师只是简单地迎合大众的品味，则会使设计显得平庸乏味。设计师面对着这样充满矛盾的挑战，你要做媚俗随波的技师，还是一个具有专业修养的设计工作者？”

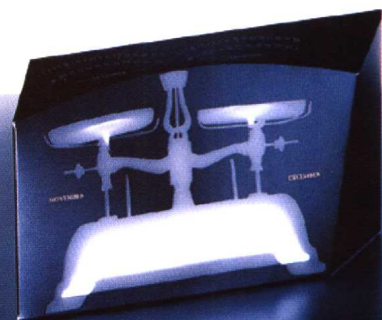
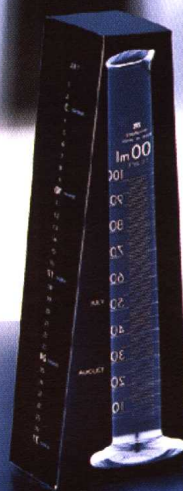
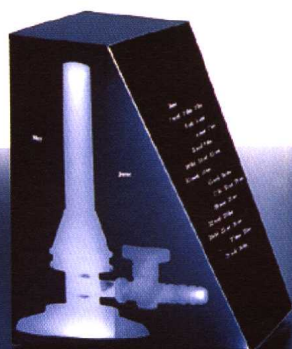
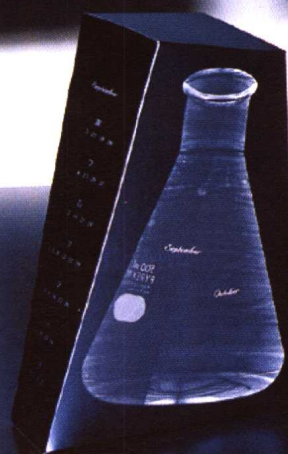
优子的设计是属于追求完美的一种，但也没有忽略第三者受众的感受。她的作品常蕴含庄重沉默的本质，而又平易近人。她参加了包括十八位日本设计师的《盒子》展览的两个纸盒设计，两根轻柔的羽毛在雪白的空间里，轻重虚实恰到好处，绝不草率经营，自然地流露着一股内在的能量（见第18页）。

她的商标设计，每一个都具有独特的个性，造型与结构都非常精练，而内里蕴藏着一颗纯洁可爱的童心。

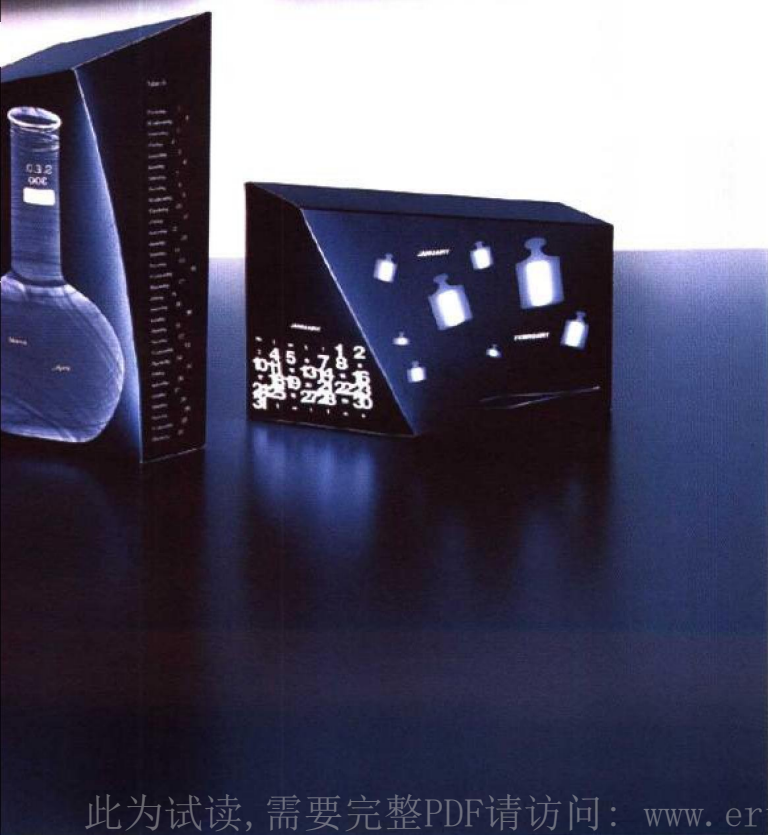
在那组神户Patisshois糖果店的产品包装上，这颗童心更是跃然纸上。她以感性的笔调描绘一系列女士和音乐人物，将糖果小包装赋予一个想像而温情的气氛，配合适可而止的装饰性纸盒，以优雅的风格带出轻松活泼的性格。

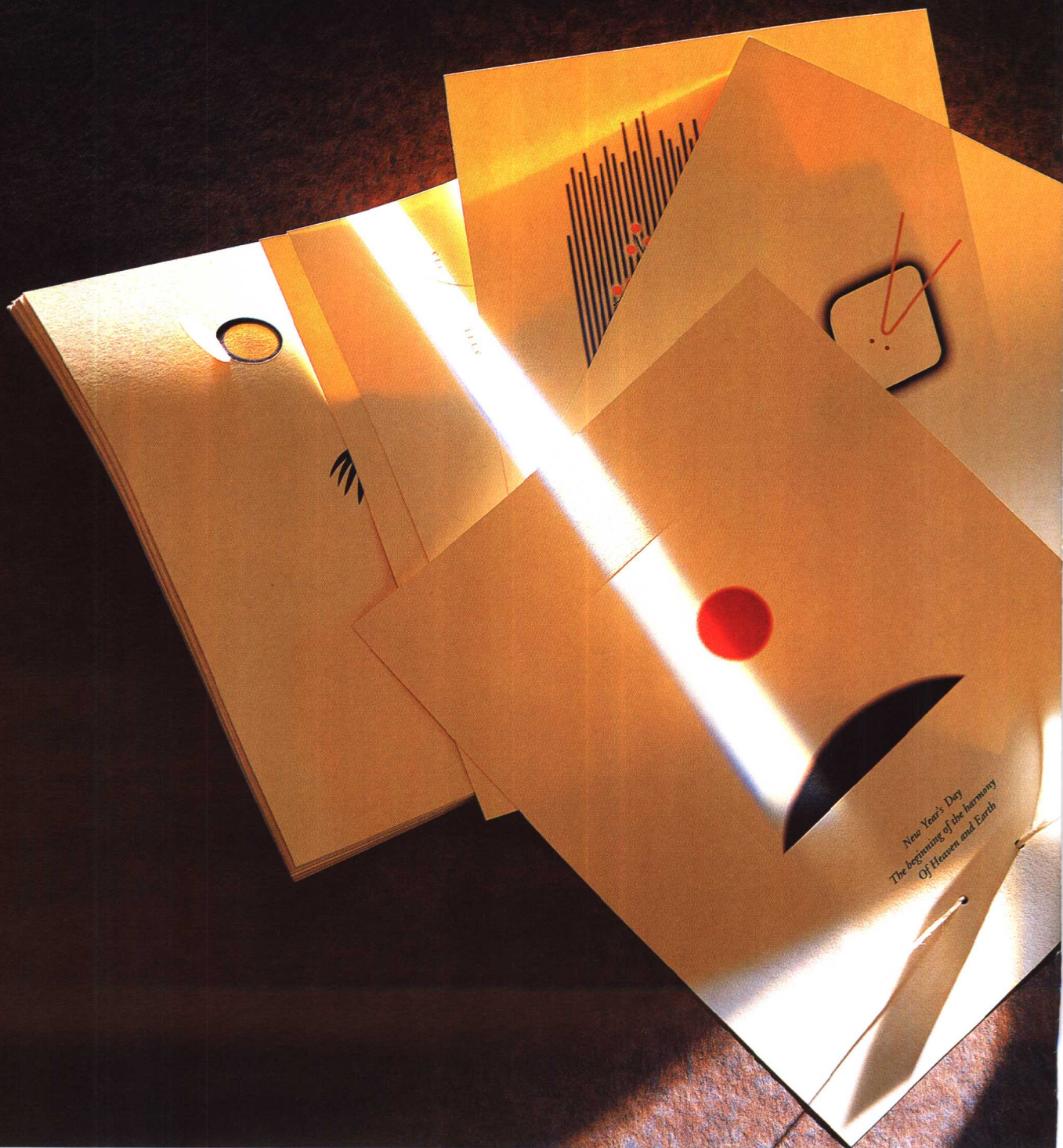
礼品包装纸与手挽袋的设计更为缤纷，整体结构如梦如幻，像个童话世界。

荒木优子的设计就是这样一如她的个性。即如她自己所说：“我想我是弥生人的后代，没有大陆性情和宏大的气魄……可能我是典型的日本人，又或者我是女性。”



设计公司推广盒子月历《实验室》 1993年
这个月历设计是别出心裁的，设计师做了
多个与众不同的构想：以盒子作月历的载
体；以六个盒子代替一本月历；盒子造型
奇异……







《俳句集》 1993年

“俳句”是日本传统的文学题材，简短精练。设计师以极简练的视觉语言，以感情的插图表现每首俳句的内容。



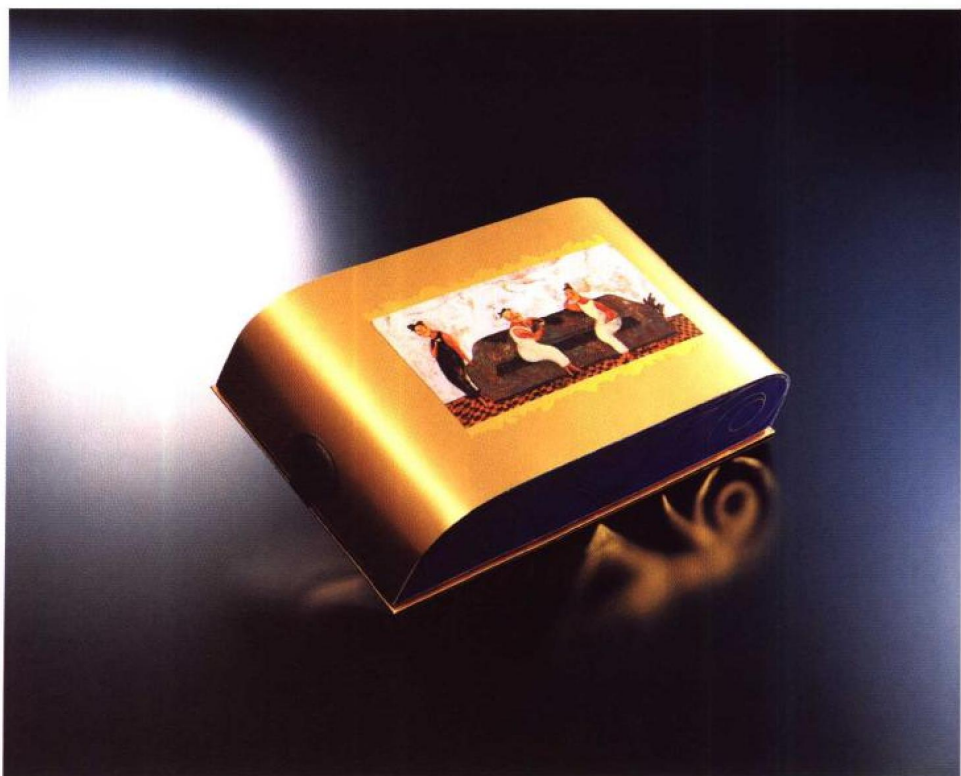


设计公司标志 1995年



旅游宣传标志 1999年





神户Patisschois糖果店产品包装及礼品包装 1989年

这一系列糖果包装充满童话的气氛，五个乐师和三个贵妇的精巧插图分别配在不同的糖果包装上，与众多花草动物一起配在礼物包装上，创造出缤纷的梦幻世界。