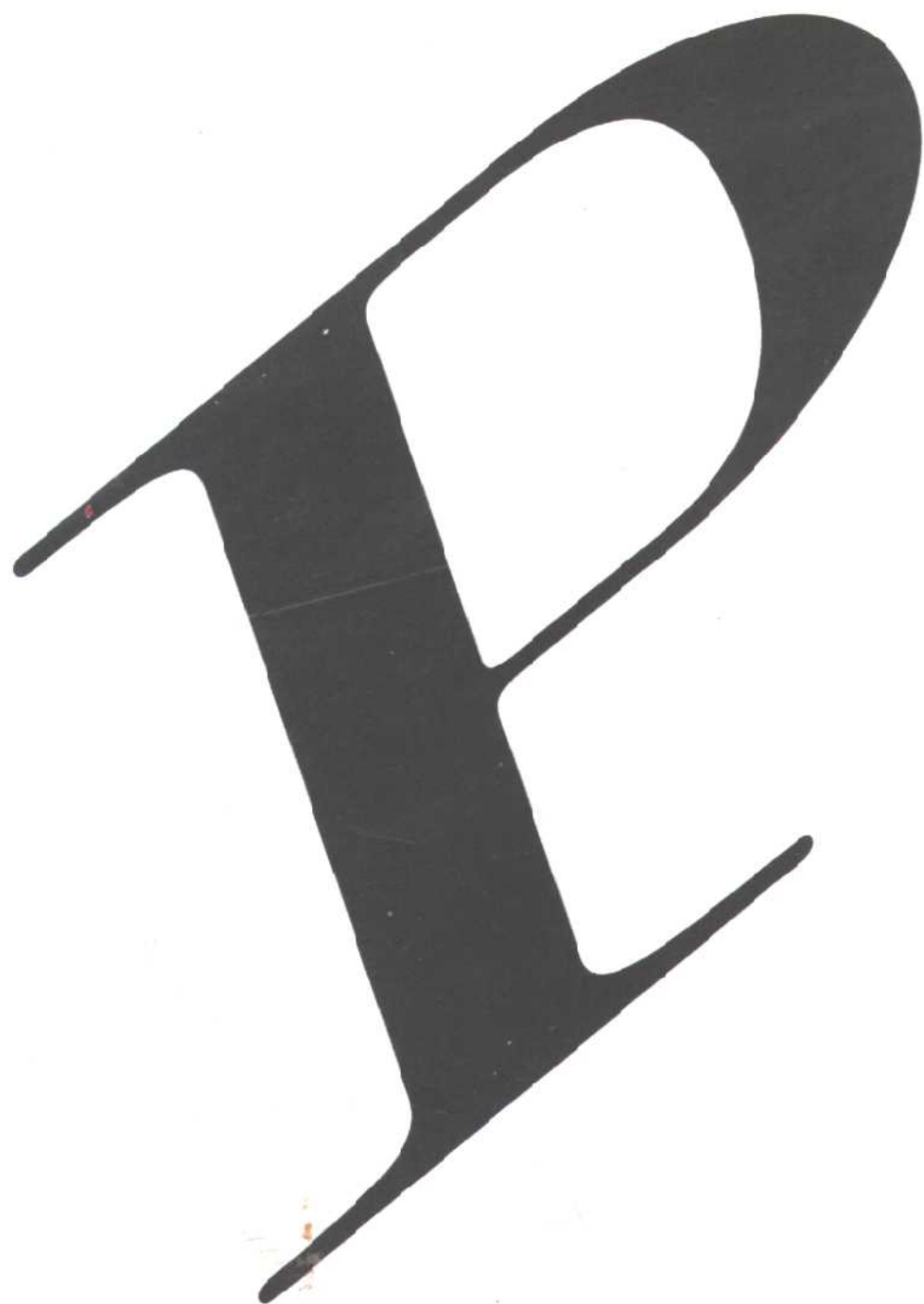




PENTAGRAM DESIGN I

设计 国际著名设计公司

五角设计有限公司

VI、CI、包装设计实例

CHINA YOUTH PR

Pentagram

序 五角设计有限公司的前身是创始人 Alan Fletcher 和 Colin Forbes 于五十年代末期组合的“Fletcher & Forbes”公司，以后数年，他们接纳了几位合作伙伴，并将他们的名字加在了公司名字上。但到了1972年，他们决定放弃私人姓名而采用——五角设计（Pentagram）作为公司的名字。公司认为平等是合作关系的基本原则，因而规定进公司的合作伙伴必须是那些在行业内已树立了一定名声，在业务上已有实际经验的设计师。

凭着独特的经营理念，五角设计有限公司如今已在伦敦、纽约、旧金山及奥斯汀设有了四间公司，做了许多大型项目。

我第一次介绍五角设计有限公司是在《设计交流》第六期，主要介绍伦敦公司，那是1989年我在香港工作期间。其后在《设计交流》第十期，我介绍了其合作伙伴，来自纽约的 Michael Bierut。前两年，我又于《平面设计师之设计历程》丛书介绍了纽约公司的薛博文（Paula Scher）与潘伍德（Woody Pirtle）两位合作伙伴。

今年，我着重介绍五角设计有限公司近年来所做的CI及包装设计项目。十年过去了，创始人 Alan Fletcher 与 Colin Forbes 都已荣退，新的合作伙伴相继加盟，包括一些从事三维及网页设计的设计师。可以看出，五角设计有限公司仍具有活力与前瞻性。五角设计有限公司无论伙伴如何更换，公司的名字都会一直沿用，其符合时代的经营理念引起了设计界的注意，“金融时报”也曾把之誉为“设计界的劳斯莱斯”。

王序



主编、设计：王序

责任编辑：王寒柏

制作：王序设计有限公司

目 录

序言	2
关于五角设计	6
作品介绍	16

P3/P5 五角设计有限公司伦敦公司

P7/P9 五角设计有限公司纽约公司

P11-13 五角设计有限公司旧金山公司

P14-15 五角设计有限公司奥斯汀公司



ACA73/07₅

关于五角设计 在全球众多主要的设计公司当中，没有几个能像五角设计有限公司那样成功地跻身于多种广泛的领域当中，这家地位卓越的在英美设有设计公司的企业，从当初的伦敦事务所到今天延伸至纽约、旧金山、奥斯汀，证据就摆在面前，五角设计有限公司《Book Five》沉甸甸的设计作品集上。

除了令人称道的作品，五角设计有限公司之所以独树一帜还另有因由。所有伟大的设计，那些界定或塑造一个时代的作品，往往产生于一种远见卓识。这就是很多优秀的公司往往随着创始人的逝去，或者销声匿迹，或者沦为赚钱机器而不能持续影响视觉设计领域的重要原因。五角设计有限公司背弃了业界的传统，成功过渡到个性主义的设计师新一代。“我们认同的大设计公司当中还没有一个能做到这一点。”美国平面艺术研究院主席 William Drenttel 这样说，“五角设计有限公司做到了”。

更为重要的是，随着向新生代的过渡，创始人念念不忘而始终困难重重的理想：百花齐放的协作，终于得以实现。在今天的五角设计有限公司，平面设计师和建筑设计师、产品设计师之间的协作是家常便饭，为日益复杂的交流课题提出完美的解决方案。如果今天淹没我们的花言巧语要真正成为清晰、有意义、有乐趣的交流，这种工作风格将日益重要。

“协作对于五角设计有限公司的存在意义非常重要，但是在我加入的时候，还根本不是这样一回事，” John McConnell 告诉我，他在 1974 年加入五角设计有限公司，现在已经是公司的资深发言人之一。“有了新的合伙人加入之后，着实发生了很大的变化，现在我可以毫不含糊地说协作不但是确实的，而且程度非常宽广，五角设计有限



公司比过去任何时候更加贴近其最初的构想。”

五角设计有限公司演变的重要性在于从设计界的许多人看来，它着实体现着艺术和商业的融合。对五角设计有限公司而言，这两者之间没有任何从属的关系，项目不是艺术家为表演而表演的舞台，而金钱也不是放弃优秀工作的借口，在这里，项目和设计师走到了一起，为的是一个目的：交流。

五角设计有限公司在追求这一理念方面的成就令“金融时报”称之为“设计界的劳斯莱斯。”即便是像 Milton Glaser 这样的对手也公开迷惑于这个“设计师的伊甸园”。如果说对于这个包含 16 个誓死捍卫自己的自主权的合伙人、数十个关联企业和雇员的企业而言是一种很大的压力的话，也是五角设计有限公司所希望的。远在成立之前——先是 Fletcher/Forbes/Gill，然后是和 Kenneth Grange 设计和较后期的 Mervyn Kurlansky 合作的 Crosby/Fletcher/Forbes，组成了最初的五个合伙人——五角设计有限公司，公司一直自觉地对抗瑞士现代主义的教义，力争平面交流的真正意义在于百花齐放。但也同样反对过渡的折衷主义。创始人一直主张，交流必须有意义，而不单单是设计师个人的成就感。

生逢其时，那个年代工业主义正随着商品让位于服务而向后工业主义时代蜕变，企业文化也逐渐的为交流文化所替代，任何事物都有表达的需要。随着世界从 Alfred Sloan 的世界向 Michael Eisner 的世界过渡，新的设计理念呼之欲出，而五角设计有限公司正好成为最好的代表。

这种理念——或者大可以称为意识形态——就是基于意念的设计，主张设计应该从灵魂和理性两方面和人们交流——既满足心灵，也



满足心智。如此，设计形式的交流就不能单纯依赖生搬僵硬的教条或者强加某种艺术灵感，而是对于每个交流机遇——或者按照五角设计有限公司的提法，每个“问题”——都是独一无二的，必须要提出独特的、富于才智、清晰明确的解决方案。用一个人们常说源于五角设计有限公司创始人的标准“一个意念如果在电话上说不清，就不能算是一个意念”。

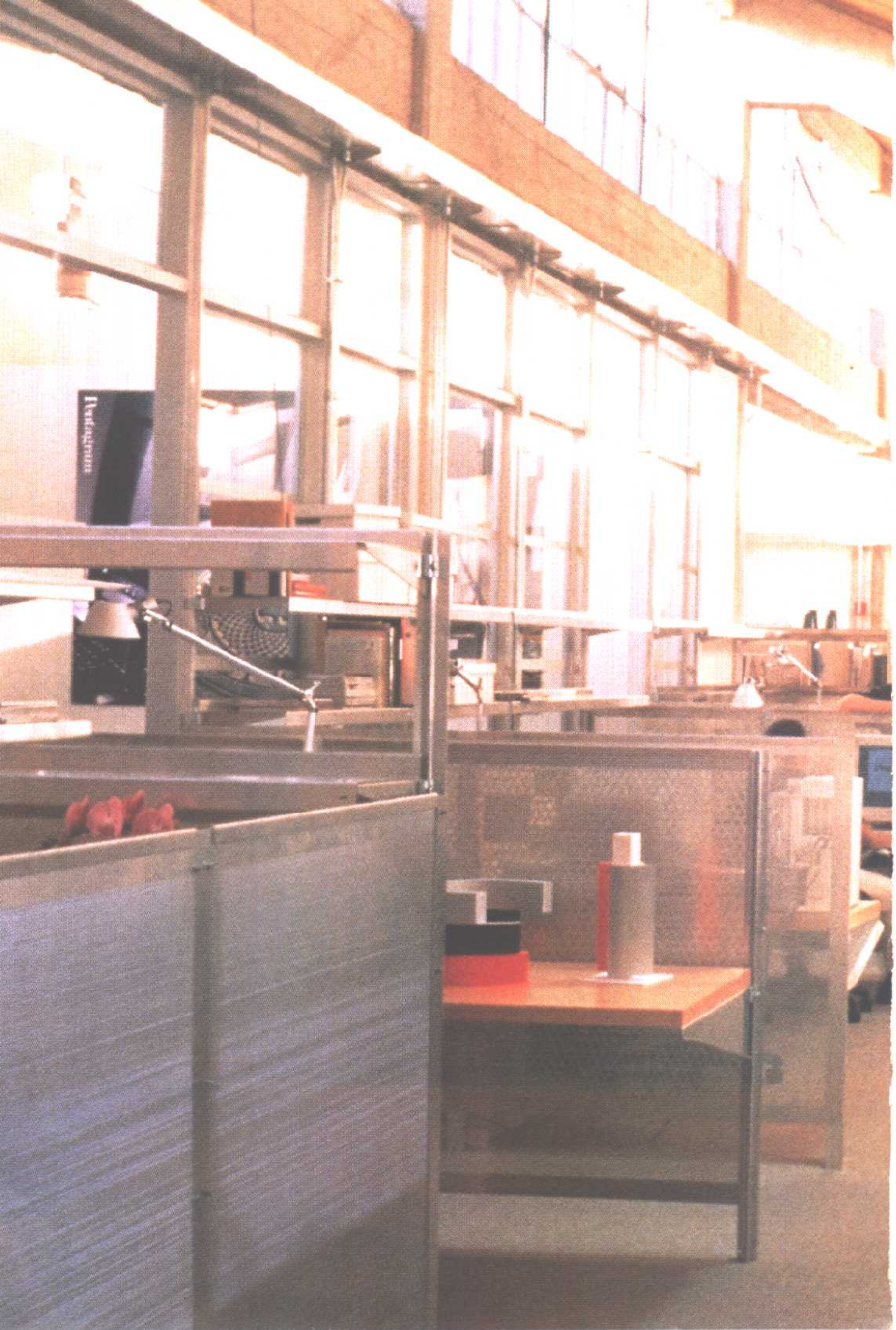
在五角设计有限公司，这个理念在问题的发现、处理和最终解决当中发展成特定的形式。

帮朋友设计文具和为跨国公司设计标志同样富于挑战性，而无论项目的特定要求是什么，负责项目的合伙人都要建立一个解决问题的框架，监管整个创作过程，John McConnell说，“是恐惧被其他的合伙人看到你的工作是轻佻无物的东西”。

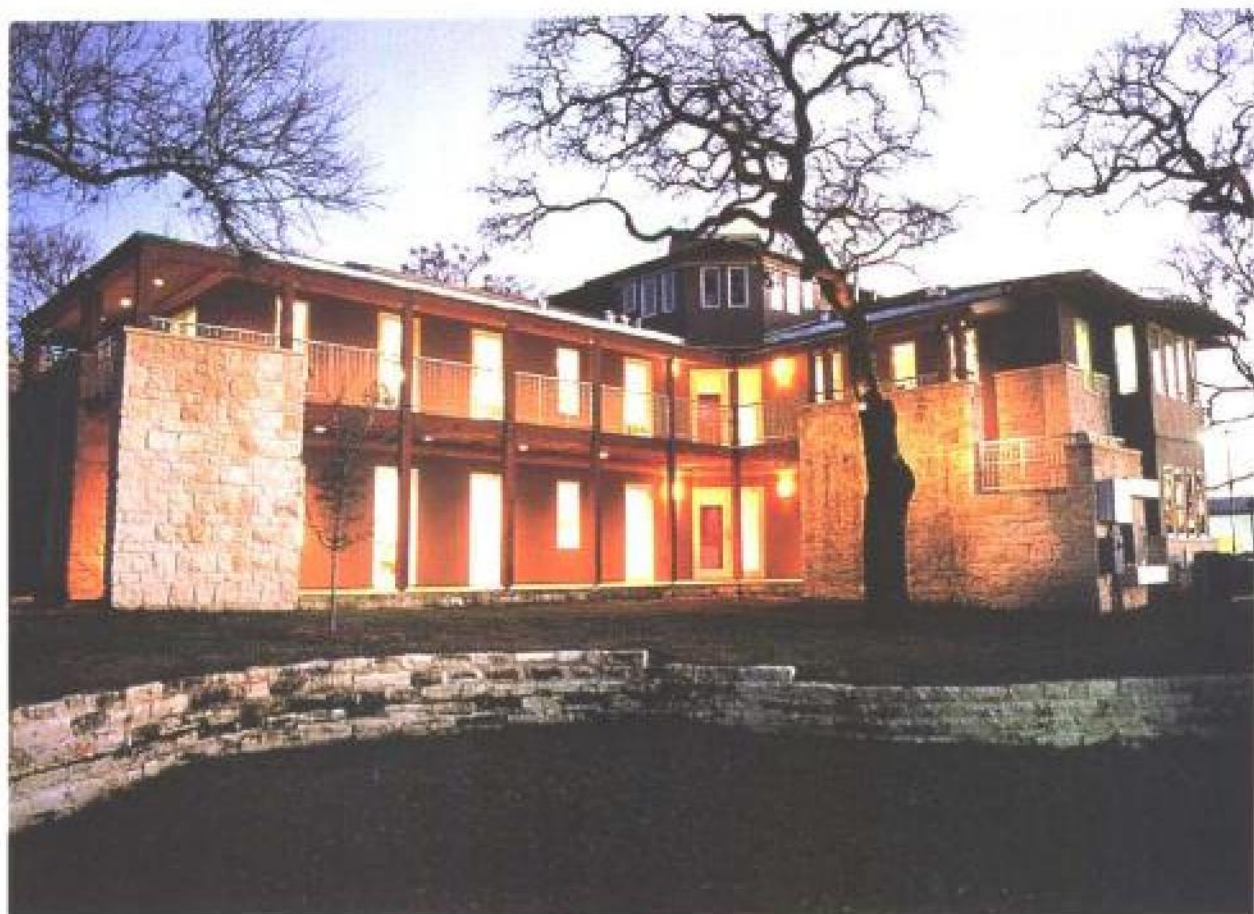
概念设计的理念对新合伙人的影响不亚于对前辈们的影响，Michael Bierut在1991年加入五角设计有限公司，当我问他怎么会投身设计行业，他回忆起James大叔收到的邮件，里面是那本富于传奇色彩的《君子》(Esquire)杂志，封面上是Andy Warhol泡在Campbell的罐头汤里面，“这样把东西放在一起，能够产生如此的效果，的确令我极为震撼。”

对于那些见惯忙于戏法的设计师的项目而言，这种理性主义的确令人惊诧。五角设计有限公司合伙人之一David Hillman曾经为一本杂志作两次设计，杂志的编辑质疑他对某些照片的取舍标准的时候，Hillman，这位世界顶尖的出版物设计师，就氛围、搭配和元素关系等等问题作了长篇的论述，等他说完了，那位编辑说道：“我从来没有见过有谁这样谈论图片的。”









这样的理性主义，而且是十六个合伙人层层把持的理性主义，着实奠定了五角设计有限公司的底里。他们都能言善辩——往往滔滔不绝，他们热爱争论——争论这个行业，争论《印刷》（Print）杂志的每个页张，争论 AIGA 年鉴，《Eye》，《I.D.》如此等等。常常还在每年两度于全球各个地方举行的合伙人会议上彼此争个不休。

但多年以来，有一件事是概念设计理念所不能压倒的，虽然概念设计的前提是公司要参与各种各样的设计领域，毕竟，既然任何事物都能够表达，那么公司就应该全面地参与。但是概念设计同样不能强制人们为了解决交流问题而一起工作。他们不厌其烦地谈论“促成协作设计的集体责任感，”但在他们合作的早两个十年里，五角设计有限公司的合伙人通常都是独行侠。

Randall Rothenberg



The Guardian 报纸设计，1988 The Guardian 采用同样的设计样式近二十年后，寻求一种更现代的适应新技术优势的风格。然而任何的变化都会扰乱人们的感觉与读报的传统方式。David Hillman 的部分挑战是留意这些传统，还要留意日报一定是由一群没有经过设计训练的记者匆忙拼在一块的事实。

在 The Guardian 重新宣布新设计的第一年，该报获得了报纸设计优秀奖及令人羡慕的设计师及艺术指导俱乐部 (D & AD) 银奖。1990 年它获得了报纸设计师协会颁发的优秀奖，1992 年获第二个报纸设计奖，这次是最优秀全国报纸奖，它以“有效地控制字体、平面、画面及空间”而获评判赞赏。

*The***Guardian**