

SCHOOL OF DESIGN

MASAYOSHI KODAIRA NAOMI HIRABAYASHI MANABU MIZUNO EIJI YAMADA

GRAPHIC

设计这件事
设计大师的

「108 个设计秘诀」

「スクール オブ グラフィックデザイン」

(日) 古平正义 平林奈绪美 水野学 山田英二 著 / 刘炯浩 译

设计大师的108个锦囊妙计

送给做设计的你，也送给你所热爱的事业



中国工信出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

SCHOOL OF DESIGN

MASAYOSHI KODAIRA NAOMI HIRABAYASHI MANABU MIZUNO EIJI YAMADA

GRAPHIC

设计这件事 设计大师的

108 个设计秘诀

「スクール オブ グラフィックデザイン」

(日) 古平正义 平林奈绪美 水野学 山田英二 著 / 刘炯浩 译

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

SCHOOL OF GRAPHIC DESIGN

by Masayoshi Kodaira, Naomi Hirabayashi, Manabu Mizuno, Eiji Yamada

Copyright © 2010 Masayoshi Kodaira, Naomi Hirabayashi, Manabu Mizuno, Eiji Yamada

All rights reserved.

Original Japanese edition published by Seibundo Shinkosha Publishing Co., Ltd.

This Simplified Chinese language edition published by arrangement with

Seibundo Shinkosha Publishing Co., Ltd., Tokyo in care of Tuttle-Mori Agency, Inc.,

Tokyo through Beijing Kareka Consultation Center, Beijing

本书简体中文版由Masayoshi Kodaira, Naomi Hirabayashi, Manabu Mizuno, Eiji Yamada授权电子工业出版社。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字：01-2017-3554

图书在版编目（CIP）数据

设计这件事：设计大师的108个设计秘诀 / (日) 古平正义等著；刘炯浩译. — 北京：电子工业出版社, 2017.8

书名原文: school of graphic design

ISBN 978-7-121-31896-2

I. ①设… II. ①古… ②刘… III. ①设计学 IV. ①TB21

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第133729号

责任编辑：姜 伟

文字编辑：于庆芸

印 刷：北京利丰雅高长城印刷有限公司

装 订：北京利丰雅高长城印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：880×1230 1/32 印张：8 字数：352.8千字

版 次：2017年8月第1版

印 次：2017年8月第1次印刷

定 价：88.00 元

参与本书翻译工作的还有马巍。

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：(010) 88254161 ~ 88254167 转 1897。

目 录

001	问清要求	002
002	构思发表, 疏忽不得	004
003	好好写企划书	006
004	问清要求	008
005	灵感从哪里来?	010
006	草图也是分级别的	012
007	做出选择	014
008	设计与艺术指导	016
009	偶尔写写广告词	018
010	摄影常识	020
011	插画师与插画	022
012	吉祥物的设定	024
013	吃现成的	026
014	“Sizzle ” 的弦外之音	028
015	与摄影师共事	030
016	面对造型师	034
017	小道具·大道具·道具组合	036
018	采景	038

019	静物拍摄	040
020	进入摄影棚	042
021	寻找颜色	044
022	那些莫名其妙的形状	046
023	创作文字	048
024	如何选字体	050
025	字符距·行间距	052
026	排版	054
027	标点符号	056
028	写字	058
029	勤动手	060
030	你会画素描吗?	062
031	图像修饰	064
032	编辑工作优先	066
033	文本处理	068
034	对待原稿	070
035	图片裁剪	072
036	版面设计算不算“设计”?	074
037	放大,再放大	076
038	彩色打印 vs 黑白打印	078
039	何谓最终稿	080

- 040** 如何收尾 082
- 041** 修改意见是逃不掉的 084
- 042** 终于可以交稿了 086
- 043** 骑驴找马要不得 088
- 044** 把钱用在刀刃上 090
- 045** 色彩校正 092
- 046** CMYK 094
- 047** 灵活利用拼版 096
- 048** 多去印刷厂 098
- 049** 烫金 100
- 050** 镂刻 102
- 051** 丝网印刷 104
- 052** 聊聊活版印刷 106
- 053** 宣传媒介 108
- 054** 海报设计——气息 110
- 055** 图书编辑——阅读的设计 112
- 056** 包装设计 114
- 057** 道路标识——风景中的设计 116
- 058** DM——传单设计 118
- 059** CI——企业视觉形象设计 120
- 060** 专辑封面——听得见的设计 122

061	Web——不用印刷的设计	126
062	视频——会动的设计	128
063	T 恤衫——穿在身上的设计	130
064	General Graphics——拿在手里的设计	132
065	贺年卡——问候的设计	134
066	名片——传递的设计	136
067	预备会	138
068	时间表要倒着推	140
069	时间安排	142
070	预算分配	144
071	外部加工	146
072	估价	148
073	酬金	150
074	客户永远是对的	152
075	设计竞赛	154
076	拿奖越多越好?	156
077	工作与作品	158
078	你注意过国外的海报吗?	160
079	行万里路	162
080	作品集	164
081	独立,可不是说说那么简单	166

- 082** 要不要推销自己? 168
- 083** 工作间 170
- 084** 如何降低风险? 172
- 085** 整理! 整理! 整理! 174
- 086** 存档 176
- 087** 喜欢的工具·顺手的工具 178
- 088** 苹果电脑的使用方式 180
- 089** 阅读资料 182
- 090** 翻开书,便打开了新的世界 184
- 091** 电影看得越多越好? 186
- 092** 聊聊音乐 188
- 093** 搞收藏 190
- 094** 做菜就像设计 192
- 095** 如何花钱 194
- 096** 要不要多逛美术馆? 196
- 097** 经济与设计 198
- 098** 趁年轻 200
- 099** 与自己对话·与他人对话 202
- 100** 人际交往 204
- 101** 瓶颈期 206
- 102** 撂挑子不干 208

103	失败了该怎么办	210
104	效仿前人	212
105	一技之长	214
106	要不要标新立异?	216
107-K	古平正义的“设计学院”(107-K)	218
107-H	平林奈绪美的“设计学院”(107-H)	219
107-G	古平正义的“设计学院”(107-K)	220
107-P	平林奈绪美的“设计学院”(107-H)	221
107-S	水野学的“设计学院”(107-M)	222
107-S	山田英二的“设计学院”(107-Y)	223
107-S	水野学的“设计学院”(107-M)	224
107-S	山田英二的“设计学院”(107-Y)	225
108-S	山田英二的心里话(108-Y)	226
108-S	水野学的心里话(108-M)	228
108-G	古平正义的心里话(108-K)	229
108-P	平林奈绪美的心里话(108-H)	230

古：古平正义
平：平林奈绪美
水：水野学
山：山田英二

谈单的时候要打破沙锅问到底。 直到脑中已经有了初步想法。

山：我有的时候会派员工去和客户谈单。然后听他们回来汇报工作。但有时他们会支支吾吾回答不出我的问题。客户的要求，必须往深处问，往根本的地方挖。比方说客户要求效果要酷炫，那就问问为什么想要酷炫的效果，或者客户希望字体大一些，那就要问问为什么想让字体大一些。

古：谈单的时候人们往往泛泛地谈一些大致上的事情，于是就忽略了很多细节上的问题。但偏偏是这些细节上的问题，对于设计来说极为重要。所以必须当时就确认好。

水：经过谈单，你是不是完全捕捉到了对方的需求？比如脑海中能够浮现一个形象，啊，这个人想要这个样子的作品。当然，也可以是那个样子或那个样子的。

平：如果是新客户，在单子谈完之后，你也就大概知道他们是什么行事风格了。如果对方慢慢腾腾，优柔寡断的话，我们就帮他干净利落地了结这次任务。



平：我们经常是发表的那一方，没什么机会听别人发表，但我给学生们上课的时候，有时会出一个课题，听听大家的发表，然后就发现，学员们的发表几乎千篇一律。都是封面·概念·目的，很少有人真正思考怎么才能更有效地展示自己的方案。刚刚听到他们的背景介绍我就开始烦了。很多情况下，还不如把背景介绍挪到后面，而是开门见山地讲解自己的设计方案。

古：但这样一来不还是千篇一律嘛，只不过换个形式而已。准备发表的时候，大家考虑到的要素都差不多，自然就大同小异了。

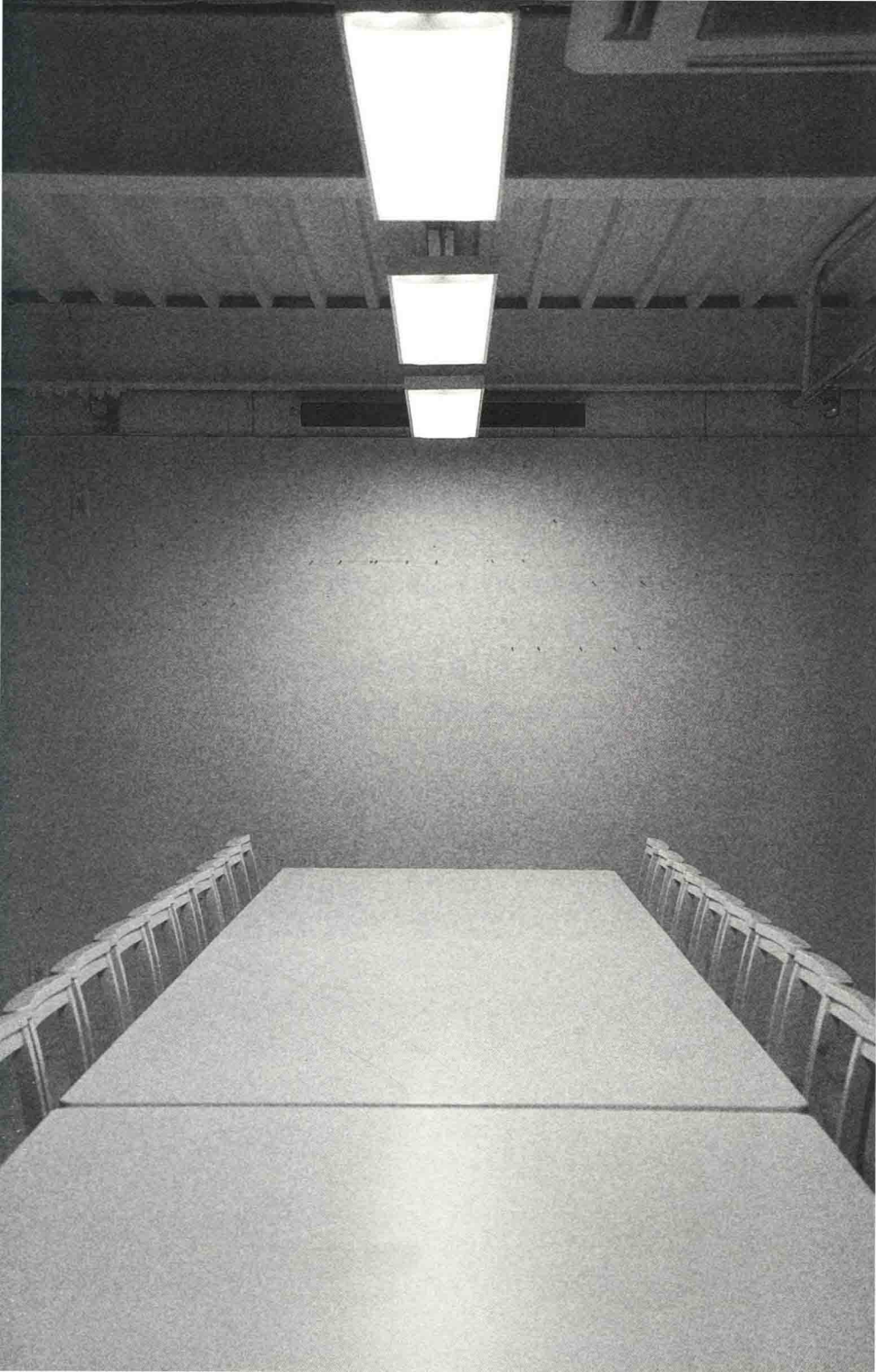
水：可是不时也要翻个花样出来啊，比如有 7 家设计公司竞标的话，搞不好客户要听 7 遍“概念是什么”“目的是什么”。这个时候就可以：“概念，大家都知道了吧？目的，想必我也不必多说了。”像这样跳过去就好了。怎么跳过去，当然要有技巧。这就需要发表者根据客户的表情和反应随机应变，灵活调整。发表者过于严肃，一心想着“我要把该说的都说了！”听众就会比较压抑，难以提起兴趣。

古：在事务所里的一些小型发表会上，我有时候会捧着还不确定的设计方案就上去演讲。

水：什么！你怎么能这样！（笑）

古：所以那些发表就不是很严肃，更像喝茶聊天。不过毕竟我可以保证最终成品的效果和质量，所以也无伤大雅。

发表不是最终目的。 （水）



水：为什么这么说呢，因为这份企划书是要提交给客户的，而负责这个项目的人很可能会拿着这份企划书去向大老板请示。所以你的企划书一定要事无巨细，面面俱到。比如我们也讨论了其他方案，但那些方案为什么不行等。或者，假如这是有关印刷工艺的设计方案，你就可以解释说“这种字体是之前法国贵族阶级所使用的铜板雕刻系字体”“之所以选择这种字体，是因为它的字体名称是 Universe，蕴含‘世界’之意”之类的。

平：也不能这么一概而论，还是要视情况而定。之前我第一次和工藤青石先生共事的时候，明明是一份有关室内装潢的设计企划，他却在一张 A4 纸上用 10 号字体写了一个“音”字，就这么交上去了，然后又顺利通过了。当然，我觉得他也有点儿欺负对方不是搞设计的，故弄玄虚。

水：但肯定不是交上去就完了吧？

平：当然不是，口头说明了一下，但也没说太多，寥寥数语。

古：当初参加 Takeo Paper Show 的时候，发表会上不让带设计作品，只允许用企划书来介绍。我没怎么写过企划书，可把我给愁坏了，憋半天也没写出来几行字。这哪儿够啊，最后实在没办法，我就一页一行，打印出来十几页纸，然后按人数复印。等到了发表会的时候，我就一张一张地绕着圈发，一张一张地讲。评委老师们都被我逗乐了，问“你一直都这么发表吗？”虽然说完完全全是第一次，但我还是嘴硬说“有时候也会这样”（笑）。不过说到底，我还是不擅长用语言来描述自己的设计作品。

水：我连“发表会”这个步骤都很讨厌，因为发表的时候，越是大企业，越容易故意挑刺。我就在想：“我们不是一边的吗？大家不都是想把产品卖出去吗？”所以有时我就会特意在企划书里写，“郑重声明，这不是一次单纯的发表，而是一次为了提高销量的战略部署”，这样气氛就会缓和许多（笑）。

presentation

004

问清要求

水: 一说到概念，很多人就会理解为“制作理由”。其实不如把它想做“地图”，一张指明目的地的地图，一张全体员工赖以前行的地图。

**有一张简明易懂的地图，
才不容易迷路。** ○ （水）