

1/2

Perfect draft resolution

商业推广

设计师和客户是对等的。设计师在接受了客户的委托后按照客户愿景展开设计，并为客户寻找最合适的解决方案淋漓尽致的表现创意。这是一半对一半的喜悦。

1/2客户愿景

提案关键词

1/2解决方案

《1/2完美提案》主张用设计师的职业道德和艺术修养来影响和培养客户，以期共同提升行业的专业品质，共同发现完美提案诞生的关键及过程之美。

图书在版编目(CIP)数据

商业推广 / 福建美术出版社编. — 福州: 福建美术出版社,
2005.11

(1/2完美提案创意设计书系)

ISBN 7-5393-1659-4

I. 商... II. 福... III. 商业广告—设计—作品集—中国—现代
IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第135214号

责任编辑_ 毛忠昕

书籍设计_ 正度设计事务

出版发行_ 福建美术出版社

社 址_ 福州市东水路76号新闻出版中心16楼(邮编 350001)

发行电话_ 0591-87535294

编辑电话_ 0591-87535339

印 刷_ 福建省金盾彩色印刷有限公司

规 格_ 213 × 165mm

印 张_ 4

版 次_ 2006年1月第1版

印 次_ 2006年1月第1次印刷

印 数_ 3000

书 号_ ISBN 7-5393-1659-4/J.1527

定 价_ 28.00元

1/2

完美提案
Perfect
draft resolution
/ 商业推广

丛书汇集近年来国内最优秀的设计作品，供设计师提案的时候做同行业的特征及差异比较，选择对味的设计解决方案。

设计
新势力

福 建 美 术 出 版 社

在当下这个到处充斥着平庸视觉产品的社会，设计如果失去了前瞻性和新的表现力就失去了时代意义。作为设计师，在面对市场的时候是选择抱怨还是选择去影响、去改变。设计师肩负的责任也许连自己都没有清醒的意识到，在一味妥协或全盘接纳客户观点的同时，忘记了自己应该去引导客户。因为你才是设计师，只有你才知道什么是好的什么是不好的，这些该由你来告诉客户，但是请不要忘记了你的工作是为了完成客户的委托。从这个角度来说，设计师不是不需要自己的立场，而是应该明白自己和客户是同一立场，并且也要让客户清楚的明白这一点。但是这往往被很多年轻的设计师忽略了，由此而使自己的设计提案举步维艰。

对待设计的态度决定着设计师工作的方式和成果。其实设计师与客户的关系也很简单，就好像设计师在为自己创作海报的时候，通常会更有热情，那是因为这时自己就是自己的客户。感觉到约束的存在，正是双方的立场不一致，设计师应该更积极的面对，协调好客户和自己。在《1/2完美提案》看来，设计师和客户是对等的。设计师在接受了客户的委托后按照客户愿景

丛书前言

Preface

展开设计，并为客户寻找最合适的解决方案，淋漓尽致的表现创意。这是一半对一半的惊喜。

丛书汇集近年来国内最优秀的设计作品，供设计师提案的时候做同行业的特征及差异比较，选择对味的设计解决方案。深入浅出的分析提案作品，帮助一线设计师提高对创意的领悟，解决与客户沟通等问题。《1/2完美提案》主张用设计师的职业道德和艺术修养来影响和培养客户，以期共同提升行业的专业品质，共同发现完美提案诞生的关键及过程之美。

这本书的使用方法再简单不过了。首先你可以通过书本的目录分类确定你所需的项目，然后进入这个项目 >

怎样使用本书 introduction

项目名称 每一个提案都是一个实战应用，你可以从一个个实际的案例中学习到创意是如何被提炼出来，又是如何组织这些创意元素为项目服务的。

服务客户 提案作品的设计公司的委托方，这正是设计师在展开设计前需要做足工作的对象。对客户的情况了解越多，就越有利于设计师创意的执行。

设计公司 优秀的设计公司能够很好的把握自己与客户的关系，他们总是能以自己出色的专业素质令客户信赖。

提案关键词

在这个环节里，你可以得到在整个提案实施的过程中需要注意的关键点。通过这些关键词来做一个小结，也可以让你加强对创意的把握。同时在这里，我们也会将对关键中关键做展开，当成一个基础课题让你在一个个实际应用的案例中学习到创意和设计的基本原则。



1/2客户愿景

这是客户会掏钱来找你的原因，你应该知道客户永远是精明的，没有任何一个客户会买一个只属于你自己的创意，所以建立和客户良好的沟通是第一步。在这里，你必须了解客户的基本情况，了解他们的发展要求，以及最终需要通过你的创意给他带来什么。同时你也必须清楚，通过自己对客户的了解达到了与他们需求一致的时候才会开始获得他的信任，而这是你展开工作非常重要的环节，也是你提出合适的解决方案的基础和成功实施的关键。

1/2解决方案

设计师工作的最主要部分就都在这里了，任何提案在没有被付出实施的时候都只是一个方案，谁也不能确定它就一定能达成客户愿景。开始的时候总是有千头万绪需要你理清，在这里你可以通过我们给你推荐的优秀设计案例中学习到优秀设计师是如何工作的，他们如何恰到好处的把握和提炼创意，又是如何选择用最合适的视觉表现手段来实现创意的，最终又是如何成功的让提案获得通过而为客户解决了他们的问题。这时的你会发现自己是多么的有成就感，这就是设计师工作价值的实现。

目 录 | Contents

海报_商业 / 文化 / 个人 _ 06

平面广告 _ 26

宣传单页 + 折页 _ 44

名片 + 卡片 _ 52

请柬贺卡 _ 60

包装 + 其他 _ 66



项目名称_ “X-files” 店堂海报

服务客户_ “X-files” 发型设计

设计公司_ 十人设计顾问

1/2客户愿景

发型设计对建立个人形象是十分重要的，“X-files”根据客户需要运用发型设计配合不同场合的使用，并以稳健步伐引领时尚，为更多热爱潮流的人士提供高品质的个性化服务，为时尚生活注入更多灵感与性格，并为行业的健康发展尽献力量。





1/2解决方案

之所以选择与风靡全球的影视剧同名，是因为我们觉得对于一个发型设计师来说，顾客的每一次光临都是一次新的创作经历，这样的工作本身就具有一种奇妙的不确定性。所以我们用四道光线交织出字母“X”的形状，以黑色的背景暗示着它们仿佛是来自未知的空间，并用尖锐的英文名称字体配上炫目的黄色，show出属于年轻人的叛逆和张扬。

四款海报格式统一，色调明确，宣扬着这一季的流行主题：幼黄是青涩的、魅蓝是诱惑的、明青是率真的、褚红是妩媚的，渐变的色彩和发散的光线提醒着那些boys & girls上一季的流行已经被眼前的光芒所替代了。

提案关键词

概念提炼

字体再设计

配色

系列统一



Files



_ 关键词链接

配色方案

色彩搭配在设计中占有重要位置，色彩是一个非常感性的问题，它可以直接影响人们的情绪和感受，反之设计师个人的性格也会影响其色彩运用的风格。

色彩的基本属性

色相、明度、艳度

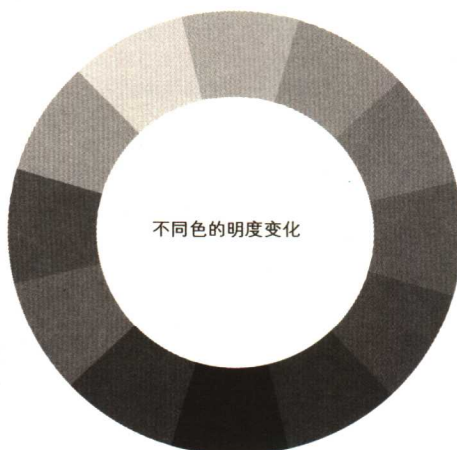
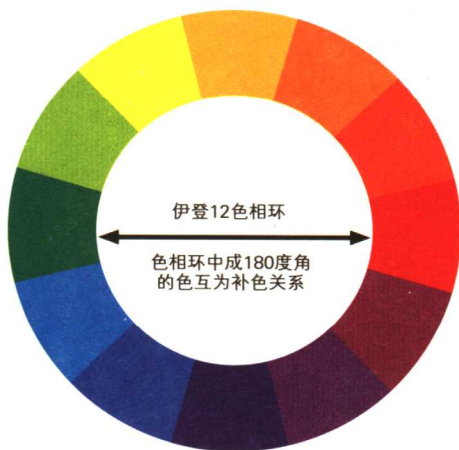
色相

指色彩的本身面貌或色彩倾向，例如：红色、黄色等。

_ 同一色的明度变化



_ 同一色的艳度变化



不同色的明度变化

红色的色感温暖，性格刚烈而外向，是一种对人刺激性很强的色相。红色容易引起人的注意，也容易使人兴奋、激动、紧张，同时也容易造成人的视觉疲劳。

黄色的性格高傲、敏感、具有扩张和不安宁的视觉印象。它是各种色彩中最为娇气的一种。只要在纯黄色中混入少量的其它色，其色相和性格均会发生较大程度的变化。

蓝色性格朴实而内向，是一种有助于人头脑冷静的色。它的性格常为那些性格活跃、具有较强扩张力的色彩，提供一个深远、广博、平静的空间，成为衬托活跃色彩的友善而谦逊的朋友。

绿色是具有黄色和蓝色两种成分的颜色。在绿色中，将黄色的扩张感和蓝色的收缩感相中和，黄色的温暖与蓝色的寒冷相抵消。这样使得绿色的性格平和、安稳、柔顺、恬静。

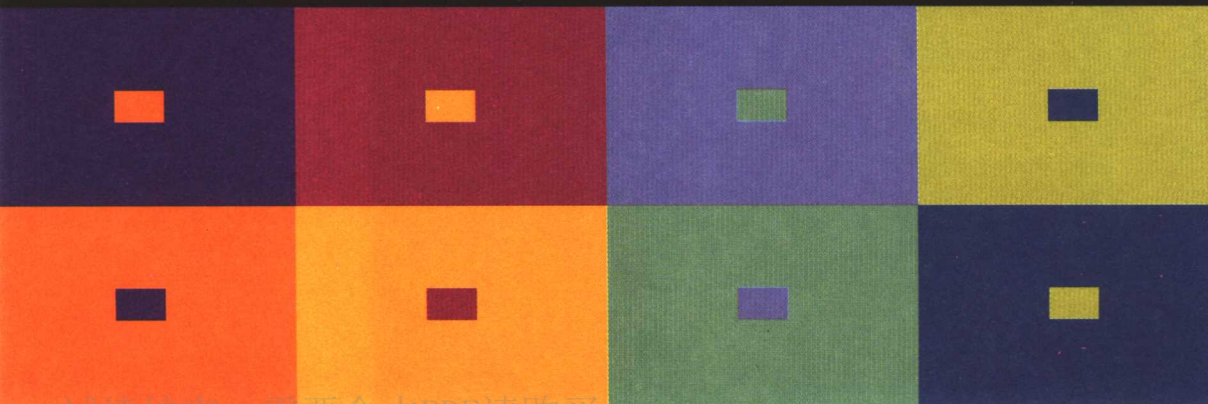
紫色的明度在有彩色的色系中是最低的。紫色的低明度给人一种沉闷、神秘的感觉。

白色的色感光明，性格朴实、纯洁、快乐。白色具有圣洁的不容侵犯性。如果在白色中加入其它任何色，都会影响其纯洁性，使其性格变的含蓄。

— 两种色彩进行同时对比产生效果



— 两种色彩进行面积对比产生效果





项目名称

“3A” 咖啡机展厅海报

服务客户

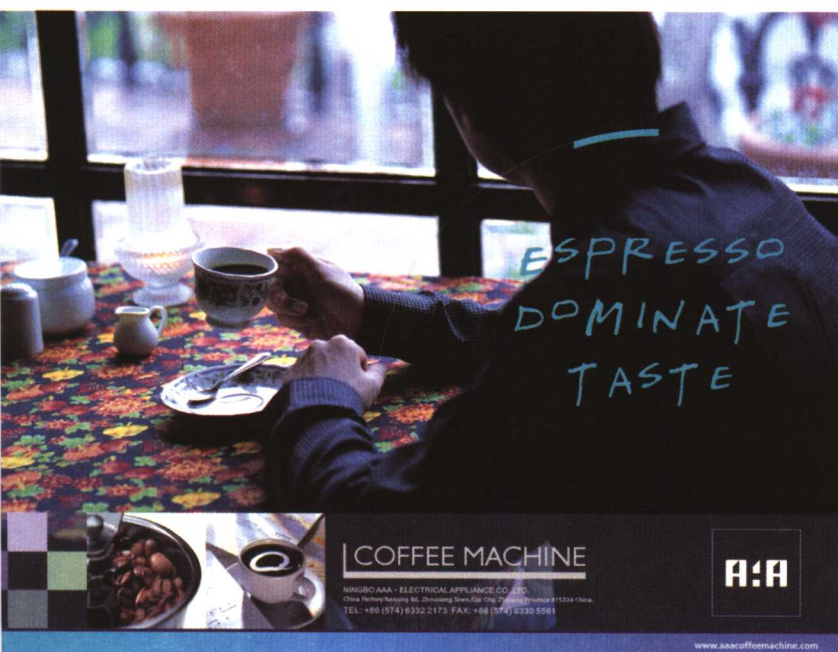
“3A” 咖啡机

设计公司

十人设计顾问

1/2 客户愿景

今天的中国，咖啡虽然不像在欧美那样受欢迎，但是形形色色的咖啡店在城市里也是屡见不鲜，人们对其熟悉程度早已大大提高，许多人开始说自己很喜欢咖啡的味道。真正喜欢咖啡并把咖啡当作自己日常饮品的人，一定会想到要在家里给自己添置一套制作咖啡的设备并尽情享受DIY的乐趣。咖啡的家庭制作远比我们想象的要容易并且更富有趣。



1/2解决方案

本系列海报的诉求重点是“3A”咖啡机能让顾客独自感受咖啡带来的身心体验，因此以大面积图片营造一个人独自喝咖啡时的气氛，随意的手写体广告语配以细致的弧线环绕，传递出一种细腻的情怀。



提案关键词

概念提炼
气氛营造
字体处理
系列统一



_ 关键词链接

创意人才现状

对于各个层次平面设计从业人员的职业困惑，同济大学传播与艺术学院院长林家阳教授指出：现在全国有1000多所高校有平面设计本科专业，以每个班30个人算，每年本科毕业的平面设计人才就有3万多，加上各类大专、高职、中专以及社会培训机构培养的平面设计人员，每年最少有10万，但是广告公司依然埋怨招不到满意的人。这是为什么？这说明现在我们国内的平面设计人员没有达到较高的水准，整体上处在较低的层次。

从上面的例子就可以看出我国设计人员存在的问题：

首先，接受平面设计高等教育的学生文化成绩不高。一般情况下，他们具有比较厚实的绘画基础，但在文化素质、学习习惯以及接受知识的能力上都比较欠缺。这直接导致了他们文化底蕴比较薄弱，作品的文化成分少就在所难免。同时，这些学生的英语水平一般较差，无法直接了解到国外平面设计的理念和潮流，对国外优秀作品的理解也难以深刻。

其次，学校的培训方式有问题。由于平面设计专业在国内还是一门新兴的课程，所以很多授课老师缺少一线工作的经验，对市场也不了解。老师对学生的传授也停留在模仿上，对于创造力的培养缺少意识和方法。

还有，刚毕业或者刚从培训机构出来的平面设计人员，由于掌握了平面设计的技能，都以为自己可以成为一个平面设计师了，所以疏于学习，没有意识学习最前沿的知识，既不满现状，也找不到突破的方法，久而久之就失去了向上的动力。

总的说来，中国内地的平面设计师最缺乏的就是创意，这成了他们发展的瓶颈，在一些大型的设计公司，起灵魂作用的创意总监有相当多的是来自香港、台湾等地区的人才，而内地做得好的平面设计师往往只能到艺术总监的层次，缺少向上发展的实力和机遇。

_ 关键词链接

关于设计师出路的建议

实现梦想=保持激情+做好功课

苦练内功是第一

好的平面设计师需要的是综合的素质，绘画以及使用电脑软件只是最基础的技能。因此想成为一名优秀的平面设计师，一定要有不断学习的习惯，要有追求创新的原动力。内功还没练到家就追求经济利益和社会影响最多昙花一现，难以取得真正的成就。

中外结合是关键

国外的平面设计很发达，因此一定要充分学习他们的技巧，尤其是创意。同时，也不能盲目照搬和模仿，而是要在学习的基础上融会中国的传统文化。

创业之前要工作

由于现在的广告公司多如牛毛，所以刚毕业的学生创业的难度相当大，不仅是业务水平的问题，在社会关系上也相当欠缺，因此不应急于创业。可行的办法是先找一份工作做起来，一方面锻炼自己的设计能力，争取在业内做出名气，同时和客户搞好关系，等水平到了，客户有了，创业的梦也就不远了。

项目名称_ 69后碟

服务客户_ 药园一号吧

设计公司_ MOLOSO设计



项目名称_ Personal introject
服务客户_ 零·原皮制品
设计公司_ MOLOSO设计

_ 试着把自己的各种想法整理出来，尽量用不同的方式来表达，从中再探索，扩大想像力。在这里仅是对图片做了一个旋转，就达到了意想不到的效果。



>





做购物先知



项目名称 在节日中歌唱
服务客户 雅柔服饰
设计公司 MOLOSO设计

项目名称 思域2005夏装上市推广
服务客户 思域服饰
设计公司 MOLOSO设计



© CivviBrandManagementCompany - 200506040001