

1/2

Perfect draft resolution

装帧样本

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。这是一半对一半的惊喜。

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

装帧样本 / 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 7-5393-1656-X

I.装... II.福... III.书籍装帧—设计—作品集—中国—现代
IV.TS881

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第135213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 7-5393-1656-X/TS.3

定 价_ 28.00元

1/2

完美提案
Perfect
draft resolution
/ 装帧样本

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要的项目，然后进入这个项目 >

怎样使用本书 introduction

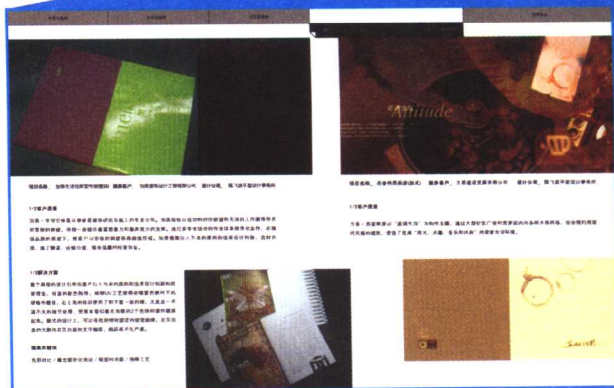
项目名称 每一个提案都是一个实战应用，你可以从一个个实际的案例中学习到创意是如何被提炼出来，又是如何组织这些创意元素为项目服务的。

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，谁也不能确定它一定能达成客户愿景。开始的时候总是有千头万绪需要你去理清，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

经管出版物 _ 06

社科出版物 _ 14

关键词链接 / 设计输出问题应对

文艺出版物 _ 26

商业画册 _ 36

关键词链接 / 印刷输出的要害补遗

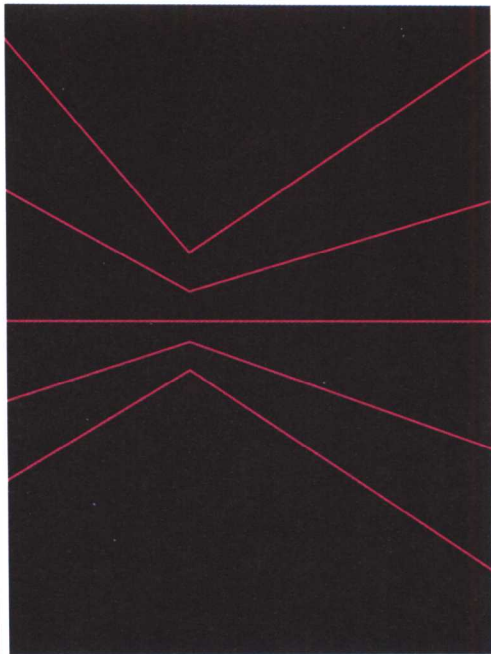
关键词链接 / 阅读习惯

关键词链接 / 印刷的基本常识

关键词链接 / 版面设计结构

宣传样本 _ 72

关键词链接 / 字体设计介绍



项目名称_ 《分銷》(封面)

服务客户_ 企业管理出版社

设计公司_ 北京虚竹堂营销策划有限公司 湖也



1/2客户愿景

在经管类图书大行其道的今天，要让新书立于不败之地，从一开始书籍封面的设计就被摆在十分重要的位置。作为我们出版社，还是希望封面的设计能很好的表现“分銷”的概念，适合经管类图书读者的口味。分銷管理在企业管理过程中是十分重要的，如今的工业化产品都经过市场调研、产品的设计、研发、生产、市场推广、销售和售后服务等七个阶段。其中由产品生产到用户购买的过程，是借助外部资源来完成商品的销售服务的，这个过程就叫分銷管理。

1/2解决方案

根据企业管理出版社的设计要求，我们经过沟通论证，确定了封面的方案：用竖排的标题文字把书名摆在了视觉中心的位置。同色系的红，只用明度上的变化就十分有力的分割了版面，图形和色彩的处理也容易让人有“分”的联想。封面中部用几条白色的细线简洁的勾勒出了几个立体的空间，并用明度对这些线条做了有序的整理，让画面有层次。这样的处理恰到好处的表现了“分销管理”的概念。

提案关键词

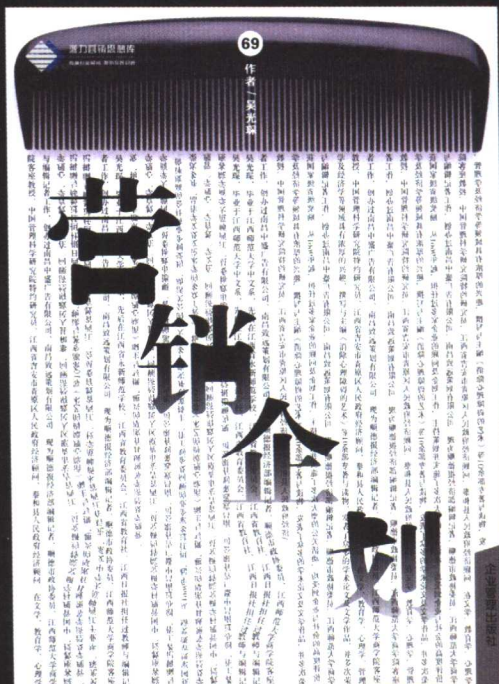
同色系

明度处理

版面分割

画面层次

简洁的图形表现



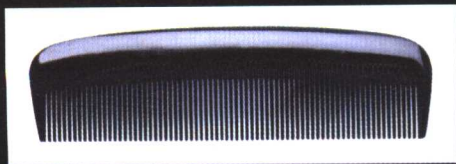
项目名称_《营销企划》(封面)

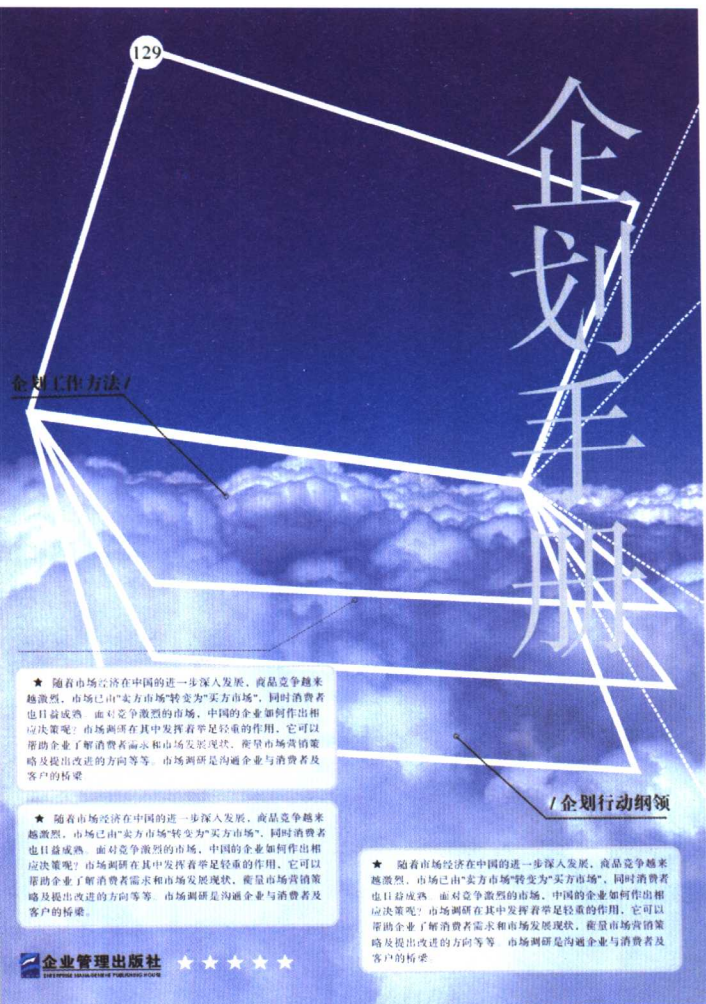
服务客户_企业管理出版社

设计公司_北京虚竹堂营销策划有限公司 湖也

1/2客户愿景

书中加入了品牌定位、文字及印刷技巧等章节，对什么是营销传播，以及如何运用，有详尽的描述。本书是为想要在营销传播上创造销售佳绩的有心人士所写的最佳实用教战手册。因此封面的设计需要能突出该书的卖点，能对实用的营销传播创造销售佳绩的教学内容产生认同。





1/2 解决方案

为突出该书的卖点, 我们在诸多创意元素中选择使用“梳子”作为画面的表现主体。实际就是一种借物寓意的手法, 把原本抽象的概念视觉图像化, 这也是设计师的基本功力。密布版面的小号文字, 是一种对纷繁复杂的市场信息的象征, 通过“梳子”把这些原本繁乱的信息理顺, 并带出了倾斜排列的大字号书名, 也使得构图安静而有力量。

《企划手册》作为营销策划人员的实用教战手册, 我们的设计正是围绕这个核心展开。使用了高空云层的图片, 和谐的色调, 通过用图形的方式表现展开的手册, 借此点题。

提案关键词

创意主体选择
借物寓意
构图

Sotre Marketing 超市营销

The Drawing Window is the area where a new trade-drawing. Although you can draw anywhere in the Drawing Window, only objects on the Drawing Page the area.

★ 本书全面系统的分析了超市营销的方方面面，从超市的定位、选址、商品采购管理、商品陈列、定价、促销、配送管理、信息化管理、服务策划以及企业文化与形象策划等各个方面详细的进行了阐述，并结合我国国内几个大型超市的营销案例分析，从实际运用方面加以解释。

★ 本书全面系统的分析了超市营销的方方面面，从超市的定位、选址、商品采购管理、商品陈列、定价、促销、配送管理、信息化管理、服务策划以及企业文化与形象策划等各个方面详细的进行了阐述，并结合我国国内几个大型超市的营销案例分析，从实际运用方面加以解释。

项目名称_《超市营销》(封面)

服务客户_企业管理出版社

设计公司_北京虚竹堂营销策划有限公司 湖也

1/2客户愿景

本书全面系统的分析了超市营销的方方面面，从超市的定位、选址、商品采购管理、商品陈列、定价、促销、配送管理、信息化管理、服务策划以及企业文化与形象策划等各个方面详细的进行了阐述，并结合我国国内几个大型超市的营销案例分析，从实际运用方面加以解释。

1/2解决方案

我们在诸多创意元素中选择使用“苦瓜”作为画面的表现主体。这是一种借物寓意的手法，在“苦瓜”的顶部做了细节处理，让“条码”和谐的安在了这个“苦瓜”上，借以传达超市销售的特征。同时“苦瓜”的概念与超市营销人员的工作辛苦暗合。巧妙的获得了该书读者对象的心理认同。

提案关键词_创意主体选择/图像处理/借物寓意

1/2客户愿景

本书是20位跨国企业营销经理，把自己用汗水凝结成的经验和智慧汇聚成册，可以说，他们的所思所想，是最适合中国大陆市场的营销实战总结。这是一本指导中国职业营销经理人事发展的最有价值的书。图书封面的设计要围绕着这样的主题展开，还需要体现这些知名跨国公司的标志。

1/2解决方案

经过与客户的沟通，确定了创意的概念，用一个将满的水杯来体现一个业内流传的“水杯理论”。其实这个理论就是在演绎接受知识的态度，接受一种新的思想，需要把原来那杯水倒光。倒光了，才能接纳新的水份。这样的一个理念也十分适合视觉表现，我们就用了这样的图片，简单但却足以说明问题了，无需多余的元素。

提案关键词

创意主体选择 / 图像处理 / 版面分割 / 画面层次

项目名称 《跨国企业20位营销经理中国市场10年征战录》
(封面)

服务客户 企业管理出版社

设计公司 北京虚竹堂营销策划有限公司 湖也



“现在，你可以更靠近一点在这家创造出无限成功品牌的企业，发现P&G的成功秘诀！营销战略、品牌管理、企业文化、团队协作、人才培养、产品开发……几乎所有营销管理专家都把P&G列为典范，学术界及企业界对P&G的完整研究也从未停止过。此次，P&G首次主动将经营之道完整呈现在大家面前，以毫无遗憾地回顾P&G建立160多年的成功原因，希望能藉此书达到与大家经验传承、知识分享的目的。”

“现在，你可以更靠近一点在这家创造出无限成功品牌的企业，发现P&G的成功秘诀！营销战略、品牌管理、企业文化、团队协作、人才培养、产品开发……几乎所有营销管理专家都把P&G列为典范，学术界及企业界对P&G的完整研究也从未停止过。此次，P&G首次主动将经营之道完整呈现在大家面前，以毫无遗憾地回顾P&G建立160多年的成功原因，希望能藉此书达到与大家经验传承、知识分享的目的。”

“现在，你可以更靠近一点在这家创造出无限成功品牌的企业，发现P&G的成功秘诀！营销战略、品牌管理、企业文化、团队协作、人才培养、产品开发……几乎所有营销管理专家都把P&G列为典范，学术界及企业界对P&G的完整研究也从未停止过。此次，P&G首次主动将经营之道完整呈现在大家面前，以毫无遗憾地回顾P&G建立160多年的成功原因，希望能藉此书达到与大家经验传承、知识分享的目的。”

“现在，你可以更靠近一点在这家创造出无限成功品牌的企业，发现P&G的成功秘诀！营销战略、品牌管理、企业文化、团队协作、人才培养、产品开发……几乎所有营销管理专家都把P&G列为典范，学术界及企业界对P&G的完整研究也从未停止过。此次，P&G首次主动将经营之道完整呈现在大家面前，以毫无遗憾地回顾P&G建立160多年的成功原因，希望能藉此书达到与大家经验传承、知识分享的目的。”

“现在，你可以更靠近一点在这家创造出无限成功品牌的企业，发现P&G的成功秘诀！营销战略、品牌管理、企业文化、团队协作、人才培养、产品开发……几乎所有营销管理专家都把P&G列为典范，学术界及企业界对P&G的完整研究也从未停止过。此次，P&G首次主动将经营之道完整呈现在大家面前，以毫无遗憾地回顾P&G建立160多年的成功原因，希望能藉此书达到与大家经验传承、知识分享的目的。”

“现在，你可以更靠近一点在这家创造出无限成功品牌的企业，发现P&G的成功秘诀！营销战略、品牌管理、企业文化、团队协作、人才培养、产品开发……几乎所有营销管理专家都把P&G列为典范，学术界及企业界对P&G的完整研究也从未停止过。此次，P&G首次主动将经营之道完整呈现在大家面前，以毫无遗憾地回顾P&G建立160多年的成功原因，希望能藉此书达到与大家经验传承、知识分享的目的。”

顶尖策划II

“现在，你可以更靠近一点在这家创造出无限成功品牌的企业，发现P&G的成功秘诀！营销战略、品牌管理、企业文化、团队协作、人才培养、产品开发……几乎所有营销管理专家都把P&G列为典范，学术界及企业界对P&G的完整研究也从未停止过。此次，P&G首次主动将经营之道完整呈现在大家面前，以毫无遗憾地回顾P&G建立160多年的成功原因，希望能藉此书达到与大家经验传承、知识分享的目的。”

“萧富峰（台湾）著

项目名称

《顶尖策划2》（封面）

服务客户

企业管理出版社

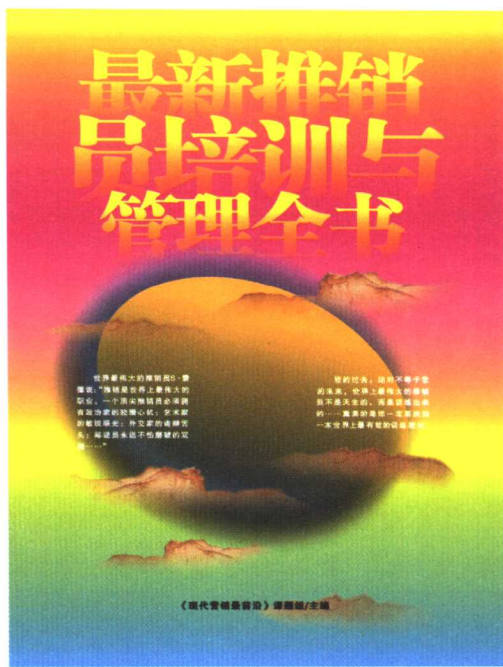
设计公司

北京虚竹堂营销策划有限公司
湖也

通过“血书”这样的一种极端的方式表现出策划人的决心与热情。“甘洒热血写春秋”的文字正是顶尖策划人的豪情体现，整个设计都在烘托这样一种气氛。血红色的文字在白底上对比的效果显的异常强烈，创意表现上画面左下方伸进版面的一只手指按下一个有力的红点是不能被忽视的。正是这里才完整的交代了创意点“血书”的概念。

提案关键词 创意主体选择 / 色彩搭配 / 图象处理 / 画面层次

_ 未采纳方案



项目名称_《现代营销最前沿》(封面) 服务客户_德得道 设计公司_北京虚竹堂营销策划有限公司 湖也

1/2客户愿景

本书是《现代营销最前沿》课题组的专家们，总结、研究了当今世界各国最新、最典型的营销案例，汇总而成。从推销规则、推销策略，到推销过程中的战术技巧运用等，均有详细论述。文中不仅将世界上最著名的推销员的成功案例一一剖析，而且对如何避免推销各环节可能出现的失误亦有透彻的分析与警醒。本书集资料性、知识性、实用性于一体，堪为当今各企事业单位推销员的最佳工具书及训练教材。

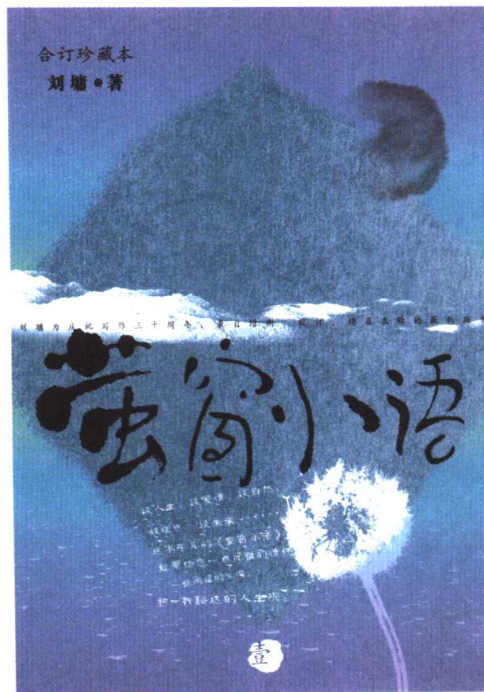
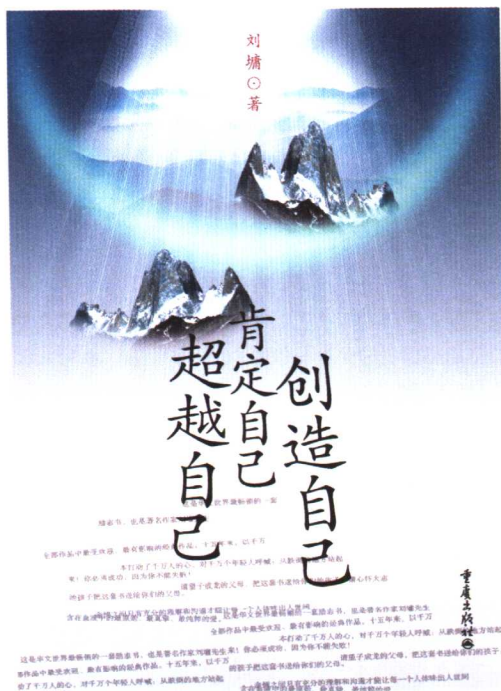
1/2解决方案

这个方案最终并没有被客户使用。经管类图书的封面设计有其相对固定的模式，设计师往往在规律和突破中寻找出路。所谓不破不立，不过设计师往往忽略没有想好“立”什么的时候“破”就显的没有说服力了。这里牵涉到的实际是客户的审美理解，国内的客户多是传统的具像思维，对抽象意境的营造往往不感兴趣，而这个方案就恰恰碰上了不能接受抽象意境营造方式的客户。

提案关键词_色彩对比 / 文字处理 / 图片处理 / 画面层次

项目名称_《超越自己 肯定自己 创造自己》(封面)
 服务客户_重庆出版社
 设计公司_北京虚竹堂营销策划有限公司 湖也+马桶

这本书里没有什么了不得的经世伟略,却充满一个父亲殷切的叮咛,透过书信的方式,教导他那走向成年的孩子,如何战胜自己的惰性和童年时期的依赖心,在龙蛇杂处的纽约市和充满竞争的明星学校里,找到生存自保之道,并寻求进一步的突破。



右图

项目名称_《当红作家的号外》(封面)
 服务客户_甘肃文化出版社
 设计公司_北京虚竹堂营销策划有限公司
 湖也+冯硕

当红作家的号外

二月河

九丹

王朔

金庸

海岩

毕淑敏

李敖

贾平凹

韩寒

池莉

余秋雨

苏童

痞子蔡

余华

左岸◎著

甘肃文化出版社

我们对那些高产未必高质的作
甚至是为了私己利益，一而再再
的兜售他们伪学术的名家们，要
时，要说不！