



轻松完成创意设计，让你一点就通，一字就会！

## 创意100%

无灵感 不创意

在无限制的创意世界里，让你突破思维局限的创意图书！

- + 100个创意必备法则+新颖设计创意点
- + 2大色彩视觉创意表现
- + 4大设计要素突破创意关卡
- + 8大主体媒介创意设计

Design Creative

# 设计师必懂的100个设计创意



锐艺视觉  
飞思数字创意出版中心

编著  
监制

创意设计是将创造性的思想、理念以设计的方式予以延伸、呈现与诠释的过程或结果。



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

014008111

J506  
74

创意100%

Design Creative

北京航空航天大学  
藏书  
图书馆

# 设计师必懂的100个设计创意

锐艺视觉  
飞思数字创意出版中心

编著  
监制



北航

C1694361

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

J506  
74

# 内容 简介

本书主要最对设计师在设计工作中常遇到的创意问题展开编写，通过4个章节对设计思维、从无到有的设计演变、色彩设计创意、最大限度发挥媒介特征等领域展开创意编写，解决设计师无创意与创意难的问题，同时并针对名片、招贴、杂志、宣传折页、书籍、包装、网页设计领域，针对具体媒介进行介绍，将创意应用到实际操作中。

全书共分为100个设计师必备的创意法则，从版面中的每一个细小元素出发，以版面字体、文字、颜色、构图相结合，讲解一个完整创意从构思到成立的全过程，讲解细致，创意点新颖，且与实际工作关系密切。通过本书的学习能够有效地帮助设计师解决日常工作中的创意瓶颈，良好地应用到实际工作中，掌握设计创意技巧。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

## 图书在版编目(CIP)数据

创意100%。设计师懂的100个设计创意 / 锐艺视觉编著. — 北京 : 电子工业出版社, 2013.10  
ISBN 978-7-121-20130-1

I. ①创… II. ①锐… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第067995号

责任编辑：何郑燕

特约编辑：赵树刚

印刷：北京盛通印刷股份有限公司

装订：北京盛通印刷股份有限公司

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：889×1194 1/24 印张：9 字数：345.6千字

印次：2013年10月第1次印刷

定价：59.00元

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。

质量投诉请发邮件至 [zits@phei.com.cn](mailto:zits@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：(010) 88258888。



# 前言

创意是设计的灵魂，也是常常令设计者苦思冥想、难以突破的关卡。与其羡慕他人的优秀创意，不如开拓自己的思维方式，寻找更多的创意方法，本书将讲解100个实用的创意，为你提供设计灵感。

书中通过大量实例作品，详细讲解了从日常生活、文字、照片、版式、色彩中寻找创意的方法，并根据名片、招贴、杂志、宣传折页等常用传播媒介的各自特征，进行针对性的创意方法讲解，为广大读者提供最为实用的参考，活学活用。在了解各种设计重点的同时，也能培养以客观角度分析设计的眼光。

书中所讲解的知识不仅适用于当前举例的媒介，也能够其他媒介中交叉应用。希望借由本书的内容，能够为正在从事或学习创意设计的广大读者带来更多的灵感和能力的提升，我们将深感荣幸。

参与本书写作的有杨杰、宋洪榴、周建国、晓青、吕娜、陈东生、周世宾、刘尧、周亚宁、张敏娜、王世宏、孟庆岩、谢立群、黄小龙、高宏、尹国勤、崔桂青、陈璐、梁飞、胡迪、简娜娜。

# 本书使用说明

主要通过左页正反案例的对比效果，并在右页继续分析优秀案例，使讲解的内容更易理解。

针对当前页面所讲解的知识点进行简明扼要的文字叙述。

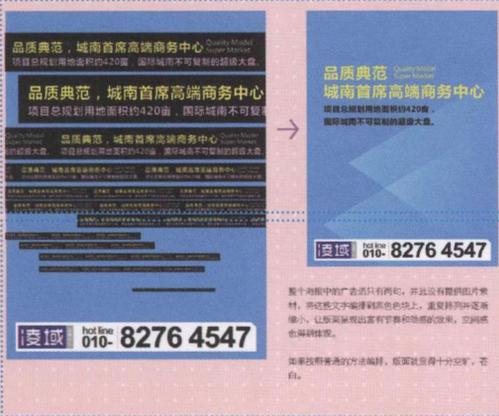
对知识点的重要作用或注意事项进行强调，强化记忆。

009

文字的空间感

除了对文字立体效果的处理，通过编排方式也可以让文字表现出空间感。在内容众多的版面中，可以通过不同文字的大小、色彩等来体现远近的感觉；和画面、箱子等图像并置时，可以将文字沿这些物体的透视编排；如果仅仅只有极少的文字内容，将文字循环排列，就可以得到兼具空间感和图形感的版面效果。

**idea** 文字对页可以使版面看起来更加有原理。



整个海报中的广告语只有两行，并且没有群群框框素材，再这些文字编排颜色色块上，重复排列并逐条缩小，让版面呈现出富有节奏和韵律的效果，空间感也清晰体现。

如果按照普通的方法编排，版面就显的十分空旷，苍白。

运用实际案例形象对比讲解知识点，分析设计重点，加强理解。



英国 / Writen Curry

这是电影《STARBEED》的海报设计，画面整体并不突出，将文字内容以不同的字号排列成对比强烈的色彩来编排，加强了版面的空间感。

"SUPERB!  
A CINEMATIC  
TOUR DE FORCE."

"SHOCKINGLY  
INTIMATE!  
STUNNING, PASSION  
INSPIRING... BRILLIANT  
MOVING."

I'VE COME  
FROM A  
PLANE  
THAT  
CRASHED  
ON THE  
MOUNTAINS



美国 / The Art Farm

这是电影《LARS REAL GIRL》的海报设计，人物和背景的空间效果并不明显，在下角的木箱体现出强烈的透视，将标题文字叠与在木箱上，并且根据透视效果进行变形处理，使文字呈现出强烈的空间感。

展示优秀的案例作品并加以分析说明，对知识点进行巩固。



# 目录

## Chapter 1

### 独特创新思维



001	创意来源于仔细观察 .....	2
002	创意是一个有趣的故事 .....	4
003	旅行中的创意 .....	6
004	餐桌上的创意 .....	8
005	美术中的创意 .....	10
006	古老艺术建筑 .....	12
007	教堂里的壁画 .....	14
008	民族文化特色 .....	16

017	对话框和引线 .....	36
018	将照片插图化 .....	38
019	裁剪照片 .....	40
020	去底照片 .....	42
021	对比图片 .....	44
022	人物图片 .....	46
023	弱化图像 .....	48
024	多图编排 .....	50
025	底纹纹理 .....	52
026	图形符号 .....	54
027	营造氛围 .....	56
028	几何图形 .....	58
029	趣味版面 .....	60
030	高雅稳重版面 .....	62
031	分解步骤 .....	64
032	引导视线 .....	66
033	统一版面 .....	68
034	设计均衡感 .....	70
035	活跃设计 .....	72
036	文字边框 .....	74
037	色彩空间感 .....	76
038	信纸风格 .....	78
039	文字分隔线 .....	80

## Chapter 2

### 从无到有的设计演变



009	文字的空间感 .....	20
010	文字图形化 .....	22
011	文字的跳跃感 .....	24
012	手写文字 .....	26
013	混搭文字 .....	28
014	文字的主角化 .....	30
015	文字对齐 .....	32
016	图文重叠 .....	34

040	改变字体	82
041	改变编排方式	84
042	调整比例	86

## Chapter3

### 色彩设计创意

043	黑白版面	90
044	色彩信息	92
045	背景色	94
046	品牌效应	96
047	色彩意象	98
048	色彩情感	100
049	明亮活泼的设计	102
050	怀旧复古设计	104
051	高雅艺术设计	106
052	异域风情的设计	108
053	为照片降温	110
054	对比色	112
055	融合色	114
056	主题层次	116

058	元素统一	122
059	故事LOGO	124
060	水印效果	126
061	相似元素	128
062	单色名片	130
063	名片纸张	132
064	强烈色彩	134
065	视觉焦点	136
066	重复元素	138
067	突出文字	140
068	特写图片	142
069	变形元素	144
070	网格	146
071	打破网格	148
072	一线式设计	150
073	释放动感	152
074	图文绕排	154
075	页面关联	156
076	趣味图表	158
077	动感设计	160
078	二次图	162
079	遮盖式折叠	164
080	鲜明色彩	166
081	去底图	168
082	分隔线	170
083	水平控制线	172
084	黄金比例	174
085	一图多用	176

## Chapter4

### 最大限度发挥媒介特征

057	名片禁忌	120
-----	------	-----

086	装饰元素 .....	178
087	悬线 .....	180
088	个性造型 .....	182
089	材质 .....	184
090	丰富色彩 .....	186
091	使用途径 .....	188
092	四等分版面 .....	190
093	包装层次 .....	192
094	直观感受 .....	194
095	细节决定成败 .....	196
096	拟人(拟物)化设计 .....	198
097	网页层次感 .....	200
098	网页状态 .....	202
099	饱满页面 .....	204
100	照片网页背景 .....	206



# Chapter 1

独特创新思维



# 001

## 创意来源于 仔细观察

一提到创意，我们通常为此绞尽脑汁，并且往往容易走进一个误区——创意一定是非常震撼的、宏大的。其实我们并不缺乏创意，而是缺少发现创意的眼睛。只要能够仔细观察，我们就会发现创意其实就存在于日常的生活之中，这些来源于真实生活的创意也更能引起人们的共鸣。

idea

比起那些华丽而虚幻的创意，基于平凡生活的创意更容易令人感同身受，引起共鸣。



你留意过滚筒洗衣机里的衣物吗？被洗涤的时候他们是非常享受还是难受呢？这个洗衣液的广告设计以洗衣机中的布艺玩具为创意点，在丰盈清香的泡沫中，长颈鹿布艺玩具表情惬意地沐浴，配合下方的广告词“出色的清洗，出色的柔软”，突出这款洗衣液洗得干净又不伤衣物的特点。这个以生活中普通场景来体现的创意非常亲切，让人乐于接受。



La Prawatyotin

这是一个房屋维修公司的宣传折页，以常见的门把手和门牌作为设计主体，突出主题并给人亲切的印象。

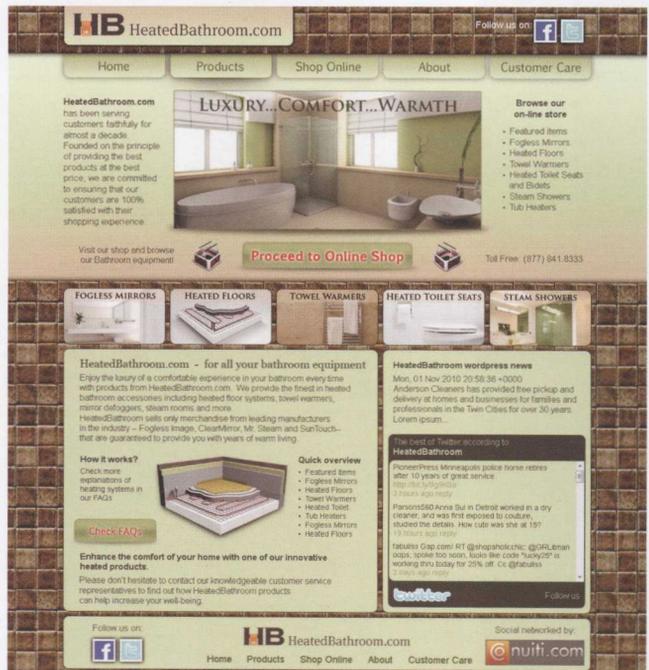


Poh Liang Hock

设计师观察到普通的扫帚因为靠墙站立而会使帚毛折弯，设计出这把可以自己站立的扫帚 Standing Broom，只需拿住手柄往下压，就能折叠成L型结构，保持自身平衡，无须靠墙，同时也保护了帚毛不被折损，延长了使用寿命。

波兰 / LayoutWorkshop

这是一个卫浴品牌的网站界面设计，设计者根据对日常生活的观察，运用卫浴空间中最常用的马赛克瓷砖作为网页背景，让人对主题一目了然。



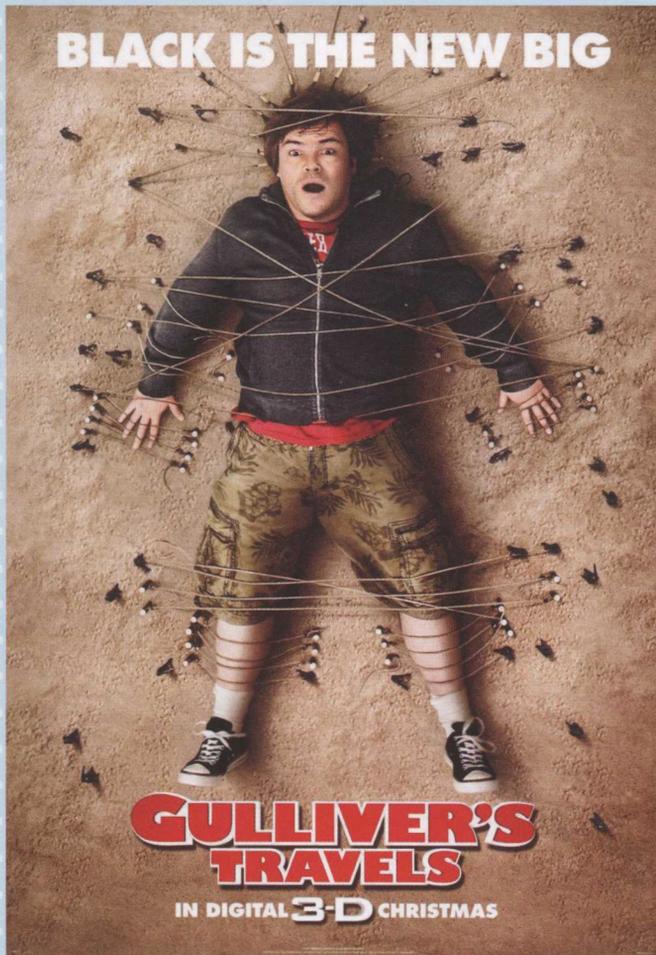
# 007

## 创意是一个有趣的故事

判断创意是否成功的其中一个重要标准，就是它能否让人觉得有趣，并引导人们展开相应的联想。我们可以根据主题设计出具有故事性的画面，让人不仅被眼前的这一幕所打动，还能据此联想到在这之前或之后的有趣场景，进而产生更加浓厚的兴趣来了解相应的信息，达到宣传的目的。

idea

具有故事性的创意让人情不自禁地参与进来，加强互动，更容易留下深刻的印象。



美国 / 20th Century Fox Domestic  
Theatrical Creative Advertising

这是电影《Gulliver's travels》的宣传招贴设计，男主角被五花大绑牢牢固定在地上，是谁做的？走近一看，原来是一群蚂蚁般的小人。这是什么地方？发生了什么事？男主角的命运会怎样？一连串的问号激起人们的好奇心，忍不住要到电影院看个究竟。

**TAME YOUR SORE THROAT WITH CEPACOL®**

For powerful, long-lasting sore throat relief, you won't find anything stronger\* than Cepacol.

© RB 2011 Use as directed. \*Among OTC lozenge products. [www.cepacol.com](http://www.cepacol.com)

这是Cepacol品牌消炎药的宣传广告设计，使用漫画的形式，讲述生活在海里的巨龙因为喉咙发炎而掀起了巨浪，船上的小人正将药丸向它嘴里丢去。这个可爱生动的场景让人会心一笑，并猜想到接下来的剧情：吃完消炎药的巨龙立刻康复，海洋平静了下来，天空放晴，小人驾船优哉游哉地继续航行。

— QUALITY TAKES TIME. —  
— EXCELLENCE TAKES A LITTLE LONGER. —

**ZONNEBLOEM**  
www.zonnebloem.co.za

The Zonnebloem story begins in 1883 with the Ficher family, and the small wine farm they founded. A family that believed the path to perfection is measured in time. Their enduring practice was to leave their vines in the barrel for longer than most, allowing for the release of more Flavours. Their family secret, one we still use today, has led to numerous awards and has shown that with time, you can bottle excellence.

**SHIRAZ**  
From the Zonnebloem Vineyard

这是Zonnebloem品牌红酒的宣传广告设计，运用素描、油画和照片三种表现形式，结合不同的色调和主色体现出时光从古到今的流转，突出品牌悠久的历史，回味无穷。

Enjoy Responsibly. Not for Sale to Persons Under the Age of 18.

003

旅行中的  
创意

旅行是难得的收集创意的好机会，我们可以用拍立得相机随时记录有趣的事物，做成一本拼贴的旅行笔记；在速写本上画下今天所品尝的地方美食，并进行文字介绍，制成一本美食集锦；沿途将花朵、叶子夹在本子里；绘制特色小店的专属地图；到当地邮局购买明信片寄给自己……

idea

别再做无聊的观光客，换种方式记录你的旅程，会有很多有趣的创意闪现。

游友笔记

埃菲尔铁塔 (Eiffel Tower)

建于1889年是当时的国际博览会而建的，遭到很多非议，说是一种烂铁破坏了巴黎的美。如今，这座曾经保持世界最高建筑纪录四十多年的铁塔成为巴黎最重要的标志。

埃菲尔铁塔浪漫的巴黎人给铁塔取了一个美丽的名字——“云中牧女”。以设计人法国著名建筑工程师古斯塔夫·埃菲尔的名字命名，并在塔下为埃菲尔塑了一座半身铜像。



凯旋门 (Arc De Triomphe)

地处宽阔的星形戴乐尔广场。这座拱门是在拿破仑时期1806年由贝尔格兰负责动工建筑的，根据拿破仑的命令，它被用来纪念法国大皇。



\*tips

在巴黎的旅游指南册内，出售一种巴黎旅游指南性质的小册子——“kotellet de sésamende Tourisme”，册子内到20区乃至近郊的所有旅游信息在内。虽然没有照片和详细说明，但它地区划分、收费标准的电话号码和价格知识为有用。一本只收10F，买一本，下次再来巴黎，要寻找旅馆住宿就方便了。



游乐天下2012.2. 32

游乐天下2012.2. 33

这是一个旅游杂志的内页设计，以旅行笔记的形式将途中的见闻通过照片、剪贴画、手绘、文字记录等多种方式展现出来，给人十分亲切、生活化的感受，想要亲自参与其中。

definitely

Dreaming about the picture perfect holiday?

Dubai has everything you need for the perfect holiday. Follow the sights and sounds of spectacular shopping, culinary celebrations, treasured traditions, exciting adventures and exotic entertainment, or just unwind on the city's warm beaches. There's a new experience waiting for you every day, in Dubai.

DEFINITELYDUBAI.COM

دولة الإمارات العربية المتحدة  
GOVERNMENT OF DUBAI

دولة الإمارات العربية المتحدة  
Department of Tourism and Commerce Marketing

215 Park Avenue South, 10th floor, New York, NY 10003, U.S.A. Tel: 212 719 5750, Fax: 212 725 2254  
Website: <http://dubaitourism.ae>, [www.dca.ae](http://www.dca.ae) Email: [dctm\\_us@dubaitourism.ae](mailto:dctm_us@dubaitourism.ae)

5280 Magazine / 2011.09

这是迪拜旅游的宣传广告设计，设计者将旅途中在市集购物、亲近动物和滑雪的照片组合起来，运用弧形裁切和“Dubai”流线型的字体完美结合，让人感受到迪拜旅游的异域风情和快乐心情。

Front Range THE CITY

## Elevation Tour

Need a fresh perspective on your hometown? Five ways to see the Mile High City from new heights. —LINDA A. MORRIS

**1,800'**

- HOT AIR BALLOON**  
**What:** Rocky Mountain Hot Air  
**What:** Amazing, open-air floating rides over the Front Range  
**Info:** [Rockymountainhotair.com](http://Rockymountainhotair.com)
- HELICOPTER**  
**What:** Mountain One Helicopters  
**What:** Panoramic views of downtown Denver, skyscraper heights  
**Info:** [M1hotair.com](http://M1hotair.com)

**1,000'**

- BUS**  
**What:** Denver City's Bus Tour  
**What:** A 90-minute ride around the Queen City that departs from the "Blue Bus" in front of the Colorado Convention Center  
**Info:** [denvercitybus.com](http://denvercitybus.com)
- FOOT**  
**What:** Denver Inroads and Out  
**What:** A two-hour walk along the scenic path on the gangplank overpass that replaced a track outside of the Denver Museum of Nature and Science  
**Info:** [denverinroadsandout.com](http://denverinroadsandout.com)

**7'**

- BIKE**  
**What:** Elise Denver  
**What:** Almost always been during a 3-mile trek with 58 stops, one Denver and Gardens and the newly Denver History Museum  
**Info:** [elisedenver.com](http://elisedenver.com)

**3'**

**0'**

**5280: THE RULES**

**RULE #1 (TRAFFIC)**  
*If your vehicle can't hit the speed limit, please get off the road during rush hour. (Scooter drivers: Take note.)*

22 | 5280.COM | SEPTEMBER 2011

5280 Magazine / 2011.09

这个杂志内页设计将旅途中所乘坐的各种交通工具、和特色建筑等素材处理成拼贴效果，形成十分随性、有趣的感受，突出旅行的愉快。

# 004

## 餐桌上的 创意

我们每天都要面对餐桌进食，这个再熟悉不过的地方也有无限的创意。食材的造型、色彩和摆盘的造型等因素都可以是灵感的来源。除了食物，我们也可以把原本不属于餐桌的事物放进来进行创意，会带来截然不同的视觉和心理感受。

idea

缺少彩色不代表无趣，尝试黑白版面或许会让版面效果更受关注。



蝴蝶面和蝴蝶结都因为外观像蝴蝶而得名。

乌拉圭 / key

这是conaprole番茄酱的宣传广告设计，利用蝴蝶面和蝴蝶结及其相似的外观进行创意，突出“没有番茄酱就没有意大利面”的主题，体现好的番茄酱是意大利面的灵魂。没有了番茄酱的蝴蝶面就像丝绸制成的蝴蝶结一样难以下咽。