

<<设计解决>>

图书基本信息

书名：<<设计解决>>

13位ISBN编号：9787562457091

10位ISBN编号：7562457093

出版时间：2010-10

出版时间：高中羽 重庆大学出版社 (2010-10出版)

作者：高中羽

页数：281

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<设计解决>>

前言

2010年4月到上海养病，一天，同济大学设计创意学院的朱钟炎教授相约在静安寺的“上岛咖啡”坐。闲聊几句后，他即从书包里取出电脑，让我看他指导的学生团队做的设计作品。

边看、边听他对作品案例的介绍，边就有了个想法：“把几家设计公司不同思路与风格的案例整理出版，应该会很有意义吧。”

之后，就东南西北地联系了多家优秀设计机构，其中有台湾的形象策略联盟、上海传熙艺术设计有限公司、清华深圳研究生院设计艺术研究所、清华美院平面设计系统开发研究所、天津世纪坐标设计有限公司、天津木东设计有限公司、晏钧设计有限公司、力天企业形象设计有限公司、北京神笔形象设计中心、北京形意达设计有限公司、东北青年设计联盟文化创意产业中心等著名设计机构，大家一致支持为此书提供案例。

于是，便有了这本《设计解决》。

书中案例涉及产品设计、品牌设计、环境设计、城市旅游设计、平面设计、广告设计、包装设计等，内容多彩丰富，对案例的介绍都尽量做到简练、清晰，这些案例构成了本书最重要的内容和价值。

书中的案例可圈可点，不仅是设计师们真正实践的结果，而且经过了市场和社会的检验。

这些案例的汇集好比一大桌丰盛的营养大餐，艺术设计学院的广大同学们和社会上诸多年轻的设计师们，无疑可以美餐一顿。

希望各位细嚼慢咽，慢慢消化吸收。

书中的“感言”，是我欣赏、学习这些作品的感受。

设计本是解决之道，而“解决”则需要设计，本书取名《设计解决》亦在此意。

<<设计解决>>

内容概要

《设计解决》中设计案例涉及产品设计、品牌设计、环境设计、城市旅游设计、平面设计、包装设计、广告设计等。

内容丰富多彩，各案例均有简练、清晰的介绍；编者对各案例的设计特色、方法、策略又在“感言”中作了简练的解读。

这些案例的汇集好比一桌丰盛的营养大餐，对艺术设计学院广大同学们和社会广大设计学习者们，无疑可以美餐一顿，望各位细嚼慢咽，慢慢消化吸收。

书中内容也适合作为艺术设计学院教学参考教材使用。

<<设计解决>>

作者简介

高中羽，本书编写者高中羽任清华大学美术学院教授，博士生导师。

多年任教多门商业艺术设计课程，并指导研究生课题研究。

著有《包装设计》、《视觉表现28谈》、《经营与形象》、《重整元点》、《启动自己》以及《城视》等。

作者除本院教学工作之外，应邀参与诸多单位关于设计概念、企业文化、品牌战略的培训、评比、策划设计等工作，并作了百多场讲座活动。

<<设计解决>>

书籍目录

1-前言2-五斗柜上的糖果8-“家庭式太空舱”的开发设计14-“智能标签”创意开发20-THEWINE红酒吧环境设计28-浙江黄金海岸地标景观设计36-浦东机场T2航站楼艺术品规划44-南京公馆菜食府环境设计52-2008北京奥运形象景观规划设计64-深圳大学城图书馆品牌形象设计72-恒逸国际酒店品牌形象设计80-安平港历史风景区规划88-南投市集中营形象商圈规划96-温馨生活的创造——贝恩品牌设计104-奥城商业广场品牌形象设计112-城市别墅形象包装及推广120-小站练兵园形象设计126-天津1号线地铁开通纪念册设计134-宾果士中秋月饼系列包装设计142-冯骥才文学艺术研究院展览设计150-桂发祥十八街麻花品牌形象设计158-“凯镛”男士营养液系列包装设计162-北京工美集团标志设计170-甲骨文的格律设计实践178-艺术与科学国际作品展暨研讨会形象设计186-中国红十字会成立-百周年邮票设计190-广东科学中心标识形象系统设计198-广东东莞石排镇品牌形象设计206-Beiko儿童健康顾问品牌形象设计214-“蓝悦”地中海休闲餐厅形象设计220-“完美生活时尚烤吧”品牌形象设计228-“秋林·格瓦斯”品牌形象设计236-“爱比利”品牌形象设计242-恒源祥线上推广——网络广告246-FUSION中西字体交流网站设计254-totmmyhiltiger休闲系列夏装广告258-法国国家电力Logo设计264-八达岭长城旅游纪念品设计272-感言段语278-设计师的能力

<<设计解决>>

章节摘录

插图：一砖一瓦背后藏的尽是故事，读不完读不透。

砖瓦堆砌，成了一道墙，爬满了老上海的那些情节与记忆。

不是你醉了，是上海醉了，这座城市的过去与将来，在这里悄悄融合，边界暧昧，你不知自己身处何时何地。

妖娆、妩媚、神秘、厚重，一起挑战着感官的辨识力。

如旧时的老克腊那样，一段爵士，一口红酒，一份淡雅，与上海同醉。

不知不觉中，鲜明的影像淡化成背景，上海又呈现出另一幅图景，速度之快令人诧异。

这个城市还是一样的海纳百川，却已换了主角与布景，帷幕拉开焕然一新。

我们深深感受上海，设计将会带你穿梭于上海的过去与将来，通过红酒来感受历史赠予的海派文化。

红酒诉尽了一座城市的记忆。

概念要素与视觉要素提炼“红酒吧”体现出了一个整体构思，它是以红酒为商业卖点，以“上海故事”作为情节主线，以Loft为艺术表现，以低调奢华生活态度的组合体。

以现代化的手法为表，以中华文脉为魂。

在演绎“老上海故事”主题上，青砖拼花的地板，老上海路灯和20世纪30年代的挂历。

以及许多旧上海广告等，显示出怀旧的韵味。

运用“月份牌”画做墙面装饰加上柔和晕黄的灯光，在怀旧中显出优雅，又不失尊贵与奢华。

把红酒的历史文化与老上海的历史融合在一起，从视觉上给人最直接的文化感。

设计表现的鲜明度离不开表现对象本身的基本特征，但是更在于它同周遭环境的关系，它的表现受周遭环境的影响，这种环境可以叫作表现对象的“视觉场”，某种形态的鲜明度与它所处的“视觉场”是一体关系。

但更重要的是，表现的鲜明不鲜明，首先并不在于外在处理，而在于内在的核心概念——“解决什么”的鲜明性。

“表现”就是针对这一“解决”的执行。

所以设计表现有两层含义：“表现什么”和“如何表现”，也就是“解决什么”和“如何解决”。

其鲜明与否，首先取决于“解决什么”的鲜明性，这样才有“如何解决”的鲜明性的根基。

没有鲜明的“解决什么”，无论怎样具有“如何解决”的独特性，也是无根的独特。

这是设计师在设计构筑中的两根关键的支柱。

一位设计师需要什么能力？

无疑首先要有专业设计的语言能力：造形设计能力、色彩设计能力、文字设计能力、结构设计能力、形态变化能力，以及对形、色、字、结构的独特感受力和审美力。

设计的语言能力是设计表现的执行能力，这是设计师的第一层能力。

“执行”是对“主题概念”表现的执行。

这就先需要对“主题概念”有明确的认识与感受，并具备善于将抽象概念转换为视觉要素的转换能力，这是设计师的第二层能力。

但是这些能力还只是一种“主体性能力”。

对于设计人而言，重要的是你能生产什么？

你应该生产什么？

你的设计面对的市场领域需要的是什么？

<<设计解决>>

编辑推荐

《设计解决》是由重庆大学出版社出版的。

<<设计解决>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>