

第2章

视觉传达设计的元素

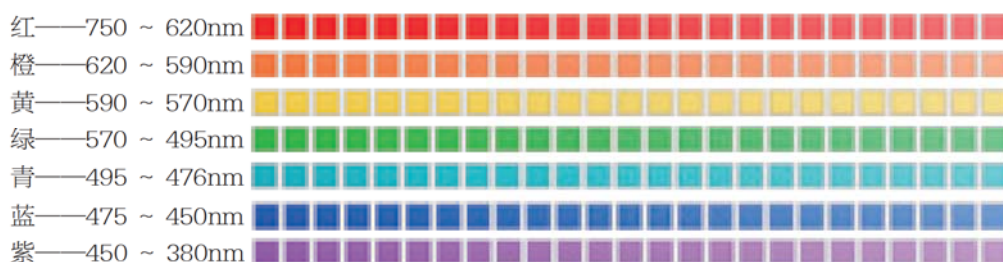
视觉传达设计即根据视觉传达的主题内容,在画面内应用有限的视觉元素,进行编排、调整,并设计出既美观又实用的设计。视觉传达设计是能够更好传播客户信息的一种手段,其间要深入了解、观察、研究有关作品的各个方面,然后再进行构思与设计。视觉传达与内容之间是相辅相成、缺一不可的关系,与此同时,体现内容的主题思想更是其注重点。

视觉传达设计的元素有色彩、文字、版式、创意、图形、图像等。虽然有不同的设计元素,但是在进行相关的设计时,也要根据需要将不同的元素进行合理搭配。不仅要与企业的企业文化以及形象相符合,同时也要能够吸引受众注意力,以此推动品牌的宣传。

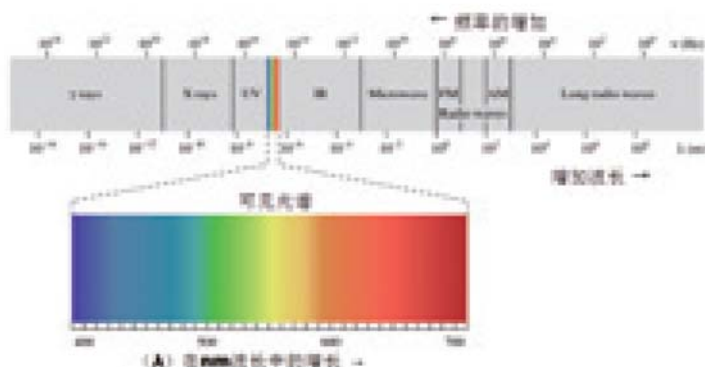


2.1 色彩

色彩也是十分重要的科学性表达,色彩在主观上是一种行为反应;在客观上则是一种刺激现象和心理表达。把握好作品整体主色的倾向,再进行调和色彩的变化才能做到和谐统一。色彩的重要来源是光的产生,也可以说没有光就没有色彩,而太阳光被分解为红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等色彩,各种色光的波长又各不相同。



颜色	频率	波长
紫色	668~789 THz	380~450 nm
蓝色	631~668 THz	450~475 nm
青色	606~631 THz	475~495 nm
绿色	526~606 THz	495~570 nm
黄色	508~526 THz	570~590 nm
橙色	484~508 THz	590~620 nm
红色	400~484 THz	620~750 nm





2.1.1

色相、明度、纯度

色彩是光引起的，有着先声夺人的力量。色彩的三元素是色相、明度、纯度。

色相是色彩的首要特性，是区别色彩的最精确的准则。色相又是由原色、间色、复色组成的。而色相的区别由不同的波长来决定的，即使是同一种颜色也要分不同的色相，如红色可分为鲜红、大红、橘红等，蓝色可分为湖蓝、蔚蓝、钴蓝等，灰色又可分红灰、蓝灰、紫灰等。人眼可分辨出一百多种不同的颜色。



明度是指色彩的明暗程度，明度不仅表现于物体照明程度，还表现在反射程度的系数。又可将明度分为九个级别，最暗为 1，最亮为 9，并划分出三种基调。

1~3 级为低明度的暗色调，沉着、厚重、忠实的感觉；

4~6 级为中明度色调，安逸、柔和、高雅的感觉；

7~9 级为高明度的亮色调，清新、明快、华美的感觉。



纯度是色彩的饱和程度，亦是色彩的纯净程度。纯度在色彩搭配上具有强调主题和意想不到的视觉效果。纯度较高的颜色则会给人造成强烈的刺激感，能够使人留下深刻的印象；但也容易带来疲倦感，如果与一些低明度的颜色相配合，则会显得细腻、舒适。纯度也可分为三个阶段。

高纯度——8~10 级为高纯度，产生强烈、鲜明、生动的感觉；

中纯度——4~7 级为中纯度，产生适当、温和、平静的感觉；

低纯度——1~3 级为低纯度，产生一种细腻、雅致、朦胧的感觉。



2.1.2 主色、辅助色、点缀色

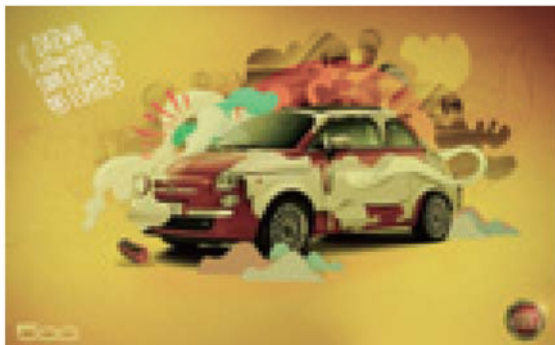
1. 主色

主色是画面中主体的颜色，起着主导的作用，能够让空间整体看起来更为和谐，是不可忽视的色彩表现。通常来说，作品中面积占比最大的颜色就是主色。



2. 辅助色

辅助色是在作品中起到补充或辅助作用的色彩。辅助色可以与主色是邻近色，也可以是互补色，不同的辅助色会改变作品的情绪，由此可见辅助色的重要性。



3. 点缀色

点缀色是作品中占有极小面积的色彩，灵活而且巧妙。合理地应用点缀色可以令作品绽放不一样的魅力，起到画龙点睛之作用。





2.1.3

活跃积极的色彩元素

现代社会的生活节奏过快,人们承受着较大的压力。所以具有活跃积极色彩特征的视觉传达设计更容易得到受众的青睐。这样不仅可以让其暂时逃离快节奏的高压生活,同时也可以促进品牌的宣传与推广。



设计理念: 这是 Huxtaburger 快餐品牌形象的包装袋设计。采用分割型的构图方式,将整个包装袋划分为不同大小与形状的区域。在不规则的变化中,凸显出店铺独特

的经营理念。

色彩点评: 整体以蓝色为主色调,在不同纯度的变化中,让包装袋具有一定的视觉层次感。同时红色和黄色的运用,在鲜明的颜色对比中,给人以活跃积极的视觉感受。

用类似水墨的色彩绘制手法,为单调的包装袋增添了些许文艺气息,同时也让其有一种从远景到近景的视觉过渡感。

在包装袋底部呈现的标志文字,以最简单直白的方式将信息进行传达,十分醒目。

RGB=2,95,226 CMYK=87,61,0,0

RGB=254,210,53 CMYK=0,20,85,0

RGB=252,46,59 CMYK=0,94,73,0



这是一款活泼多彩的 REY CACAQ 冰激凌品牌形象纸杯包装设计。以一个正圆作为标志呈现的载体,具有很强的视觉聚拢感,直接促进了品牌的宣传与推广。以红色作为纸杯的背景主色调,而且在与紫色、黄色等色彩的鲜明对比中,尽显夏日的活泼与热情。



这是 Rami Hoballah 的麦当劳创意广告设计。采用中心型的构图方式,将由简单线条勾勒而成的薯条外轮廓作为展示主图,直接表明了企业的经营性质。而且在图案右侧的简写标志,促进了品牌的宣传与推广。以红色作为背景主色调,而且在与橙色的邻近色对比中,给人以热情与活跃的感觉。



RGB=225,43,56 CMYK=4,98,84,0

RGB=247,235,39 CMYK=7,1,88,0

RGB=47,177,139 CMYK=75,0,58,0

RGB=57,12,51 CMYK=85,100,71,65



RGB=189,20,27 CMYK=29,100,100,0

RGB=249,198,47 CMYK=1,27,88,0

2.1.4

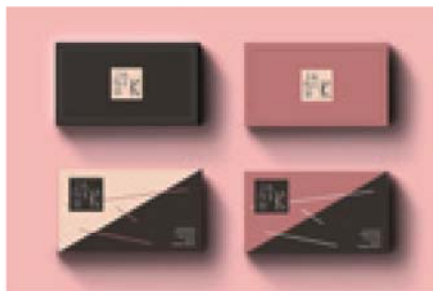
色彩元素设计技巧——合理运用色彩影响受众心理

在现在这个快节奏的社会中,色彩对人们心理感受的影响是非常重大的。所以在运用色彩元素对视觉传达进行设计时,要根据企业的经营理念,运用合适的色彩,使其能够与受众形成心理层面的共鸣。



这是 sbucal 牙科诊所的宣传画册封面设计。将由简单线条构成的牙齿一半的形状,作为封面的展示主图,以简单直白的方式表明了诊所的经营范围,十分醒目。

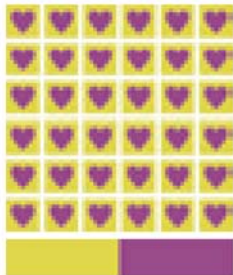
以白色作为背景主色调,将版面内容进行清楚的凸显。而且从青色到蓝色的渐变过渡,以冷色调表明诊所的专业,同时也很大程度地降低了患者就诊时的紧张感与心理压力。



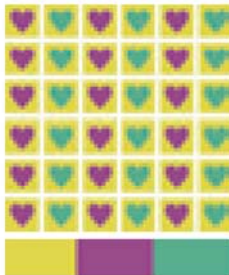
这是 Jane K 青年女装品牌形象的名片设计。采用分割型的构图方式,将整个名片正面以对角线一分为二,而且在不同颜色的对比下,凸显出品牌具有的个性与时尚。特别是对不同朝向直线段的添加,丰富了名片的细节设计感。而在左上角和右下角呈现的标志性图文字,将信息直接传达,同时增强名片的视觉稳定性。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏





2.2

文字

除了色彩之外，在视觉传达设计中另外一个重要的组成元素就是文字。文字除了进行信息传达的功能之外，其在整个画面的布局中也发挥重要的作用。而且，相同的文字采用不同的字体，也会给受众带去不同的视觉体验。

因此在视觉传达设计中，要运用好文字这一元素。不仅要将其与图形进行有机结合、合理搭配，同时也要根据企业的具体经营理念，选择合适的字体以及字号。

特点：

- ◆ 将个别文字进行变形，增强版面的创意感与趣味性。
- ◆ 将文字作为展示主题，进行信息的直接传达。
- ◆ 将文字与图形进行有机结合，增强画面的可阅读性。
- ◆ 单独文字适当放大，吸引受众注意力。
- ◆ 将文字与其他元素进行完美结合。



2.2.1

创意十足的文字元素

对称型的布局构图,虽然让整体具有很强的规整性与视觉统一感,但是存在版面单调、乏味的问题。而清新亮丽的对称型视觉传达设计,一般用色比较明亮,而且在小的装饰物件的衬托下,让整个画面具有一定的动感与活力。



设计理念: 这是 W.kids 语言学校品牌形象的站牌广告设计。将标志中的字母 W 作为图像的限制范围,具有很强的视觉聚拢感与创意性。而且与右下角其他文字的相结合,可以

共同促进品牌的宣传。

色彩点评: 以绿色作为主色调,将版面中内容清楚地凸显出来。而且在与其他颜色的鲜明对比中,给人以活泼愉悦的视觉感受。

字母 W 中大笑的孩子,具有很强的视觉感染力,从侧面凸显出该教育机构真诚用心的服务态度,以及孩子在此学习的开心与快乐。

背景中适当留白的运用,将信息进行直接的传达,同时为受众营造了一个良好的阅读空间。

RGB=41,196,104 CMYK=70,7,77,0

RGB=244,213,9 CMYK=6,16,95,0

RGB=25,45,134 CMYK=100,96,38,0



这是波兰 Tomasz 的海报设计。采用放射型的构图方式,以版面中间部位作为出发点,由内而外迸发出来的文字,让整个海报具有很强的视觉爆破感,极具创意感与视觉吸引力。以橙色作为背景主色调,将版面内容进行清楚的凸显。而且适当黑色的添加,在经典的颜色搭配中,尽显海报的个性。上下两端小文字的添加,丰富了细节效果,同时增强了画面稳定性。

RGB=252,170,35 CMYK=0,43,92,0

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80



这是 Yellow Kitchen 餐厅品牌形象的标志设计。将由简单线条构成的酒杯外形作为标志图案,直接表明了企业的经营性质。而且以极具创意的方式,将标志文字中的两个字母 L 替换为刀叉。这样不仅保证了文字的完整性,同时也促进了品牌的宣传。以黄色作为背景主色调,最大限度地刺激受众的味蕾。

RGB=246,209,17 CMYK=4,18,95,0

RGB=2,5,10 CMYK=93,89,87,79



2.2.2

文字元素设计技巧——与其他元素相结合

版式设计中的文字，多给人以单调乏味的视觉感受。因此在进行设计时，为了提高画面的创意感与趣味性，可以将文字与其他元素进行有机结合。这样不仅可以吸引更多受众的注意力，同时也很好地促进了品牌的宣传与推广。



这是墨尔本 Waffee 华夫饼和咖啡品牌形象的纸杯包装设计。将抽象为几何图形的华夫饼外形作为标志呈现的载体，直接表明了店铺的经营性质。

以白色作为纸杯主色调，凸显出餐厅注重卫生与食品安全的经营理念。而少量褐色的点缀，则增强了稳定性。

将标志文字与不规则的直线段相结合，而且以相对对称的构图方式，将信息进行直接的传达。



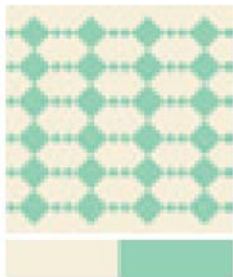
这是加拿大 Catherine 的时尚 CD 设计。将文字的局部与几何图形有机结合，而且看似凌乱的设计，却凸显出企业具有的独特个性与时尚审美。

以黑色作为背景主色调，将版面内容进行清楚的凸显。而且在紫色与青色的鲜明对比中，为单调的背景增添了色彩质感。

底部小文字的添加，增强了整体的细节效果。而且大面积留白的运用，为受众营造了一个良好的阅读和想象空间。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏



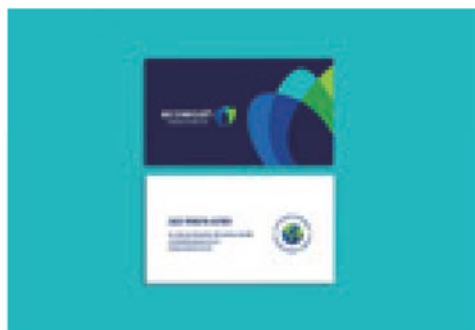
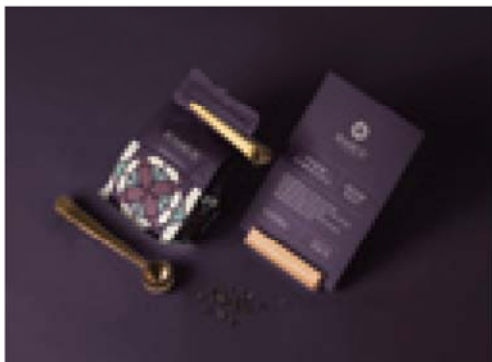
2.3 版式

版式对于一个完整的视觉传达来说是至关重要的。常见的版式样式有分割型、对称型、骨骼型、放射型、曲线型、三角形等。因为不同的版式都有相应的适合场景以及自身特征，所以在进行视觉传达设计时，可以根据具体的情况，来选择合适的版式。

将文字与图形进行完美搭配，不仅可以使信息进行最大化的传达，同时也会促进品牌的宣传与推广。

特点：

- ◆ 具有较强的灵活性。
- ◆ 适当运用分割可以增强版面的层次感。
- ◆ 运用对称使画面增添几何美感。





2.3.1

独具个性的版式元素

在视觉传达设计中,版式本身就具有很大的设计空间。在设计时可以采用不同的版式,但不管采用何种样式,整体要呈现美感与时尚。特别是在现如今飞速发展的社会,独具个性与特征的版式样式,具有很强的视觉吸引力。



设计理念:这是 Blue Berry 蓝莓甜品冷饮品牌形象的标志设计。采用曲线型版式,以蓝莓作为背景展示主图,直接表明了产品的口味。而且在中间呈现的标志,促进了品牌的传播。

色彩点评:整体以蓝色作为背景主色调,在不同明度渐变过渡中,将标志十分醒目地凸显出来,同时也增强了画面的视觉层次感。

标志中的两个字母 R 与字母 Y,共同构成一个笑脸的外形,凸显出店铺真诚热心的服务态度,同时又保证了文字的完整性,具有很强的创意感。

左侧几个排列整齐的倒三角形,为单调的背景增添了细节效果。

RGB=92,75,119 CMYK=78,83,35,0

RGB=245,185,25 CMYK=0,34,94,0

RGB=147,217,5 CMYK=48,0,100,0



这是 St.patrick's day 圣帕特里克节的麦当劳广告设计。采用对称型的版式,将麦当劳的标志字母 M 进行放大,作为版面的展示主图,将信息直接传达给受众。而且超出画面的部分具有很强的视觉延展性。文字底部带笑脸的箱子,以极具创意的方式表达了麦当劳热情真挚的服务态度,同时增强了画面的稳定性。

RGB=223,0,19 CMYK=7,100,100,0

RGB=254,194,0 CMYK=0,29,96,0



这是日本 Patisserie Kei 糕点品牌视觉形象的名片设计。采用倾斜型的版式构图方式,将简笔画的卡通人物作为名片背面的展示主图。而且将倾斜的绿叶作为人物脸的一部分,以极具创意的方式表明企业十分注重产品安全与绿色的问题。在名片正面糕点的摆放,将信息进行直接传达,同时能使受众具有很强的食欲感。

RGB=203,198,194 CMYK=24,22,22,0

RGB=0,99,59 CMYK=95,51,100,17

2.3.2

版式元素设计技巧——增强视觉层次感

在视觉传达设计中，层次就是高与低、远与近、大与小等不同方向以及角度的视觉呈现。因此在进行设计时，我们可以在画面中添加一些小元素，或者运用有具体内容的背景，甚至可以通过色彩不同明度以及纯度之间的对比等方式，来增强画面的视觉层次感。



这是METRO 地铁商店专供葡萄酒品牌形象的海报设计。采用相对对称的版式构图方式，以产品作为对称轴，而左右两侧的插画，增强了海报的视觉层次感。

以紫色作为背景主色调，凸显出企业稳重成熟却不失时尚的经营理念。产品包装中多种色彩的运用，给人以活泼热情的视觉体验。

底部主次分明的文字，将信息直接传达，同时丰富了海报的细节效果。



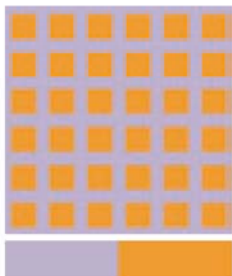
这是饮用水品牌 essenza 视觉形象的标志设计。采用三角形的版式，将一个三角形外观的水滴图形作为标志图案，直接表明了企业的经营性质。

以实景瀑布水流作为背景，表明饮用水的天然与健康。而图案中渐变蓝色的运用，刚好与整体色调相一致，同时凸显出产品的纯净，极易获得受众的信赖。

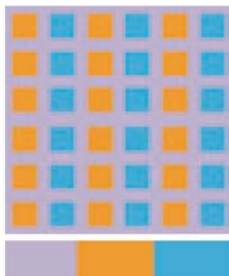
白色的标志文字将信息直接传达，同时也提高了整个画面的亮度。

配色方案

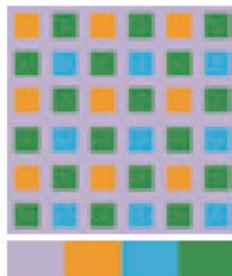
双色配色



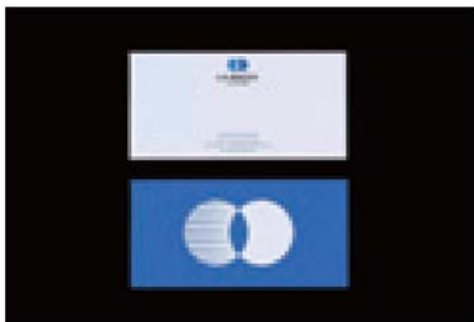
三色配色



四色配色



佳作欣赏





2.4 创意

从穿衣吃饭到各种行业的设计，都需要别具一格的创意。具有创意感不仅可以提高我们的生活质量，同时也可以为企业带去丰厚的利润以及品牌宣传度。

因此在进行相应的视觉传达设计时，一定要把创意摆在第一位。在现代这个人才济济并且飞速发展的社会中，只有一定的创意，企业才能有一定的立足之地，同时相应的品牌效应也会随之而来。

但是在设计过程中，不能一味为了追求创意，而进行天马行空的创作。这样不仅起不到好的效果，反而可能会适得其反。

特点：

- ◆ 以别具一格的创意吸引受众注意力。
- ◆ 拥有独特的传达信息能力。
- ◆ 借助其他小元素来提升整体的创意。
- ◆ 单个对象突出具有视觉冲击力。



2.4.1

充满激情趣味的创意元素

在进行相应的设计时，可在版面中添加创意元素，以此来吸引更多受众的注意力。同时也可以增强画面的趣味性，给受众营造一种浓浓的激情氛围。



设计理念：这是 Rani Float 柠檬饮料的喷溅视觉广告设计。采用放射型的构图方式，将倾斜摆放的产品作为起始点，其后方喷射的冰水让画面具有很强的视觉爆破感，尽显夏日

的激情与凉爽。

色彩点评：整体以蓝色作为主色调，在不同明度的变化中，营造了浓浓的夏日氛围。而少量黄色的点缀，让画面的色彩质感更加强烈。

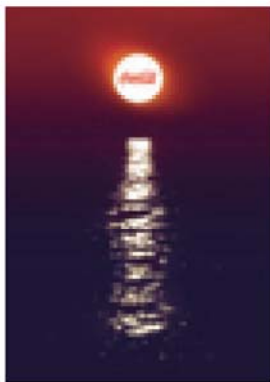
背景中肆意喷溅的冰水，在柠檬瓣的共同作用下，让画面具有浓浓的动感气息。特别是超出画面的部分，具有很强的视觉张力。

适当留白的运用，将信息进行直接的传达，同时也为受众营造了一个良好的阅读空间。

RGB=13,68,135 CMYK=100,84,27,0

RGB=88,187,193 CMYK=64,3,27,0

RGB=242,217,13 CMYK=7,13,95,0



这是英国 SAWDUST 可口可乐夏季创意海报设计。将太阳以及其在海面上的照射影子作为展示主图，以极具创意的方式表明了海报的宣传主题，具有很强的趣味性。整个版面以蓝色为主，给人稳重成熟的视觉印象。少量红色的点缀，丰富了整体的色彩感。特别是白色的运用，很好地提高了画面的亮度。在顶部的标志文字，直接促进了品牌的宣传。

RGB=21,1,60 CMYK=0,100,100,0

RGB=120,1,39 CMYK=51,100,83,30



这是 Chicken Cafe 炸鸡汉堡快餐店品牌形象的标志设计。将由几何图形构成的抽象公鸡作为展示主图，直接表明了餐厅的经营性质。而且左侧公鸡超出画面的部分，具有很强的视觉延展性。在图案右侧的文字则将信息进行直接的传达。以黑色作为背景主色调，同时在红色以及橙色的鲜明对比中，给人以活跃、激情的视觉感受，给人满满的食欲感。

RGB=8,7,2 CMYK=91,87,90,79

RGB=210,15,29 CMYK=15,100,100,0

RGB=225,214,86 CMYK=0,19,73,0

RGB=238,116,5 CMYK=0,68,100,0



2.4.2

创意元素设计技巧——注重颜色搭配之间的呼应

在进行相应的设计时，一定要注重颜色搭配之间的呼应。因为颜色有自己的情感，而搭配又是整个视觉传达的第一语言，所以和谐统一的色彩搭配，不仅可以给人以协调的视觉美感，同时也非常有利于品牌的宣传。



这是 X-coffee 新式咖啡厅品牌形象的名片设计。将标志字母中的 X 以四个大小相同的简笔咖啡豆构成，以直观简明的方式表明了店铺的经营性质。而且在名片正反面同时运用咖啡豆图案，在元素的统一呼应下，凸显出企业规范有序的经营理念。

黄色的运用，提升了名片的时尚个性，同时以适当的深色进行点缀，则增强了画面稳定性。

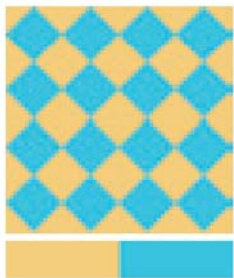


这是 Young Book Worms 世界读书日的海报设计。将由书籍构成的人物头部轮廓图作为展示图案，以抽象简约的方式直接表明了海报的宣传主题，具有很强的创意感与趣味性。

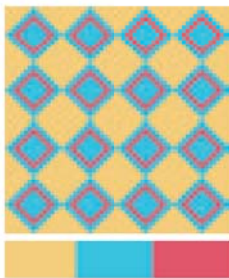
以浅色作为背景主色调，在不同明度的渐变过渡中，将版面内容进行清楚的凸显。而且颜色的运用，刚好与人物多读书具有的雅致、清幽的气质相吻合，让画面十分融洽和谐。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏



2.5 图形

相对于单纯的文字来说,图形在设计中具有更强的吸引力,在进行信息传达的同时还可以为受众带去美的享受。可以将基本的图形元素作为展示图案,虽然简单,但却可以为受众带去意想不到的惊喜。

因此在运用图形元素进行相关的视觉传达设计时,一方面可以将企业的某个物件进行适当的抽象简化;另一方面也可以将若干个基本图形进行拼凑重组,让新图形作为展示主图。以别具一格的方式吸引受众注意力,从而促进品牌的宣传与推广。

特点:

- ◆ 既可简单别致,也可复杂时尚。
- ◆ 以简单的几何图形作为基本图案。
- ◆ 曲线与弧形相结合,增强画面活力与激情。





2.5.1

具有情感共鸣的图形元素

除了颜色可以带给受众不同的心理感受之外,图形也可以表达出相应的情感。比如说,相对于尖角图形来说,圆角图形就更加温和圆润。所以在运用图形元素进行相关的设计时,要根据企业的经营理念,选择合适的图形来进行信息以及情感的传达。



设计理念: 这是 Bombon Boss 咖啡连锁店品牌形象的杯子设计。以一个圆角六边形作为标志呈现的载体,具有很强的视觉聚拢感,同时也凸显出餐厅真诚用心的服务态度以及经营理念。

色彩点评: 以深色作为背景主色调,将标志凸显得十分醒目。同时红色和青色的运用,在鲜明的颜色对比中,打破了背景的单调与乏味。

将类似数字 3 的曲线图形作为基本图案,将其经过复制充满整个杯壁,增强了杯子的细节效果。同时在不同颜色的变化中,让杯子具有视觉层次感。

以白色作为标志背景图形的颜色,促进了品牌的宣传。同时周围适当留白的运用,让整个设计有呼吸顺畅之感。

RGB=32,44,58 CMYK=100,92,67,55

RGB=199,51,51 CMYK=22,98,97,0

RGB=84,201,218 CMYK=62,0,18,0



这是 Crave Burger 汉堡快餐品牌形象的标志设计。以一个正圆形作为标志呈现的载体,具有很强的视觉聚拢感。而且在画面中间部位,凸显出企业规矩、稳重的经营理念,容易获得广大受众的信赖。将卡通抽象汉堡与标志文字首字母 C 相结合,以极具创意的方式表明了餐厅的经营性质,同时右侧缺口的设置,让图案有呼吸顺畅之感。



RGB=30,31,33 CMYK=94,89,87,78

RGB=247,165,1 CMYK=0,44,100,0



这是简约时尚的促销传单模板设计。采用分割型的构图方式,将整个版面均等地一分为二。而且在明暗颜色的变化中,将版面内容进行清楚的凸显,直接表明了企业的经营性质。特别是在分割部位的三角形的添加,一方面,瞬间增强了画面的稳定性;另一方面,凸显出产品的个性与时尚。



RGB=196,186,176 CMYK=27,27,29,0

RGB=244,176,137 CMYK=1,40,45,0

2.5.2

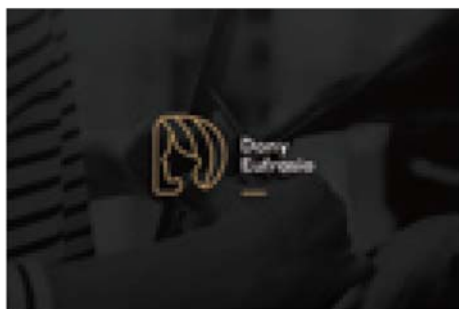
图形元素设计技巧——增添画面创意性

在运用图形元素进行相关的设计时，可以运用一些具有创意感的方式为画面增添创意性。因为创意是整个版面的设计灵魂，只有抓住受众的阅读心理，才能吸引更多受众的注意力，从而达到更好的宣传效果。



这是 METRO 地铁商店专供葡萄酒品牌形象的海报设计。采用相对对称的构图方式，以产品作为对称轴，而左右两侧人物手拿酒杯的简笔插画，一方面丰富了画面的细节效果；另一方面凸显出产品的口感以及带给受众的愉悦感受，极具创意感与趣味性。

以粉色作为背景主色调，将版面内容进行清楚的凸显。底部的简单文字，将信息直接传达，同时增强画面的稳定性。



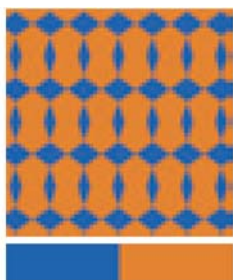
这是 Dany Eufrazio 美发沙龙品牌形象的标志设计。将由简单线条勾勒而成的抽象人物头像作为标志图案，以极具创意的方式直接表明了企业的经营性质。

背景中被模糊处理的正在剪头发的图像，将信息进一步传达，同时相对于纯色背景来说，具有较强的故事性与丰富感。

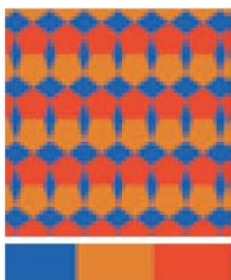
在图案右侧的文字，让标志十分完整。同时也促进了品牌的宣传与推广。

配色方案

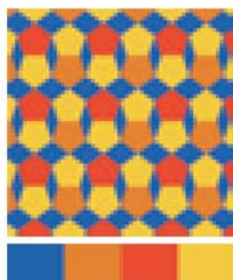
双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏





2.6

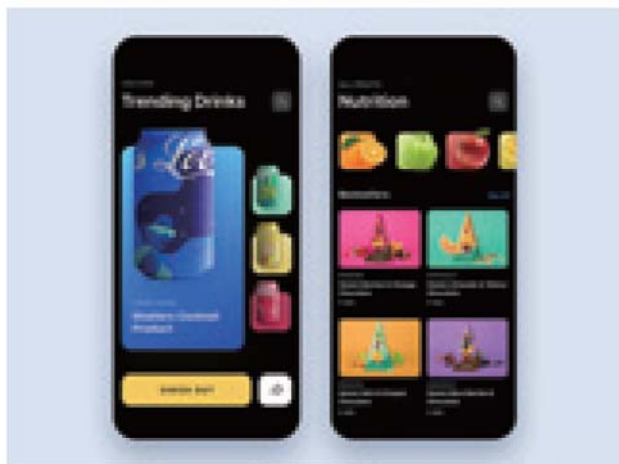
图像

图像与图形一样，都具有更强的信息传达功能，同时也可以为受众带去不一样的视觉体验。如果图形是扁平化的，那图像就更加立体一些，将商品可以进行较为全面的展示，同时也会带给受众更加立体的感受。

因此，在运用图像元素进行相关的视觉传达设计时，要将展示的产品作为展示主图，给受众直观醒目的视觉印象。同时也可以将其与其他小元素相结合，来增强画面的创意感与趣味性。

特点：

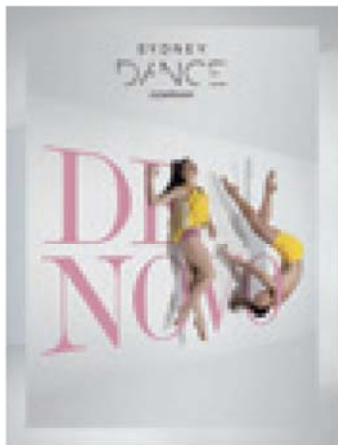
- ◆ 具有更加直观清晰的视觉印象。
- ◆ 细节效果更加明显。
- ◆ 与文字相结合，让信息传达最大化。



2.6.1

动感活跃的图像元素

由于图像本身就具有较强的空间立体感,在进行相关的设计时,我们可以通过适当在画面中添加一些小元素,来增强整体的动感效果。



设计理念: 这是 De Novo 悉尼舞蹈团的海报设计。将舞姿优美的人物作为展示主图,直接表明了海报的宣传主题。而且舞者不同的

姿势形态,为静止的画面增添了满满的活力与动感。

色彩点评: 以浅色作为背景主色调,给人以清新雅致的感觉。而粉色以及少量橙色的运用,在鲜明的颜色对比中,尽显舞者的优雅与独特个性。

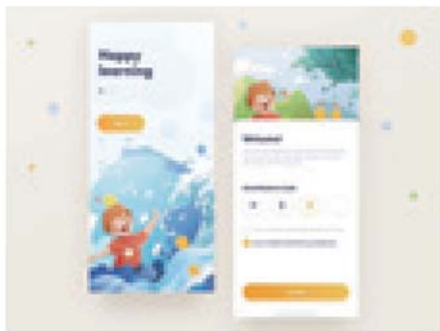
带衬线的标志文字在与现代舞者的相互交融中,给人以些许的复古但又极具时尚的视觉体验,表明了舞蹈团跟随潮流却不失传统的经营理念。

顶部的标志文字在不规则的间断中,让整个画面产生呼吸顺畅之感,同时极大程度地增强了画面的视觉稳定性。

RGB=216,218,217 CMYK=18,13,13,0

RGB=215,154,172 CMYK=16,49,18,0

RGB=248,217,5 CMYK=4,14,95,0



这是一款儿童 App 的界面设计。将尽情玩耍的插画儿童图像作为界面的展示主图,以极具视觉感染力的方式表明学习带给孩子的极大乐趣,同时也非常容易获得广大家长的信赖。以浅色作为背景主色调,将版面内容进行清楚的凸显。而且在其他不同明度颜色的渐变对比中,为界面增添了活力与动感。主次分明的文字,将信息直接传达。



RGB=142,288,230 CMYK=47,17,0,0

RGB=62,147,140 CMYK=76,27,49,0

RGB=219,131,91 CMYK=13,60,66,0

RGB=168,204,114 CMYK=41,4,69,0



这是 GURU 益生菌饮料品牌形象的包装设计。将由若干条弯曲曲线构成的图案作为包装展示主图,用曲线从侧面凸显出产品具有的特性以及功效。而且在右侧瓶盖上方笑脸的添加,为受众带去满满的好心情。当拧开瓶盖的那一刻,仿佛所有的烦恼都一扫而光,极具创意感与趣味性。



RGB=128,1,240 CMYK=76,82,0,0

RGB=2,215,35 CMYK=69,0,100,0



2.6.2

图像元素设计技巧——营造画面的故事氛围

单纯的图像除了进行基本的信息传达之外，不会有太多其他的吸引力。为了让设计的视觉传达在受众脑海中留下深刻的印象，在进行相关的设计时，可在画面中营造一个小小的故事氛围。相对于单纯的图像来说，拥有故事情节，更会加深受众的印象。



这是 I KNOW 英语学校的宣传海报设计。将一个服务员因为不会说英语，在碰上外国人点餐时的尴尬局面淋漓尽致地呈现出来。服务员惊讶害怕的样子就好像遇见外星人一样，以极具创意的方式从侧面凸显出该培训学校的优势以及特征。

图像底部主次分明的文字，将信息进行直接传达，同时也丰富了整个海报的细节效果。



这是匈牙利 Levente Szabo 设计的最佳影片海报。采用正负形的构图方式。将影片中的具体故事情节以插画的形式作为海报展示主图。而且以狼作为外形轮廓，以极具创意的方式，为受众留下深刻印象，十分引人注目。

浅色的背景将版面内容进行清楚的凸显，而深色的运用，则增强了画面的稳定性。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏

