

<<VI设计>>

图书基本信息

书名：<<VI设计>>

13位ISBN编号：9787562449713

10位ISBN编号：7562449716

出版时间：1970-1

出版时间：重庆大学出版社

作者：向海涛

页数：76

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>

<<VI设计>>

前言

近年来，设计教育的发展不可谓不红火，能办的学校都办了，欣欣向荣的繁盛景象。客观地说是促进了中国设计的向前发展，人多力量大，不发展都不行。

但凭这种批量化生产的设计师，是否真的达到了预期的设想？

我们只需看看市面上流行的大量粗制滥造的设计产品（作品），似乎可以做一些反思——设计究竟是什么？

是绘出漂亮的效果图？

或满足客户要求的折中设计？

或翻翻资料做些改良，而又不知其所以然的设计？

我们从各式各样的设计教材和课程设置上几乎都可以找到答案。

即便引导学生的师傅虽可称各怀绝技，但拿出来的菜单佐料都一样，口味又相去何远？

其实设计很简单，设计就是感触生活，是创造一个真实物件的过程，而不仅仅是一条信息、一篇文章或一张效果图；是实实在在地联系着现实的概念，是关联着行业 and 人的精神。

我们可以把粗制滥造归因于制造业、工程的施工等，但人们对设计的评价不是图纸，而是设计的结果，是产品。

为了我们的公民不致被酸果弄得龇牙咧嘴，果树尚且要疏枝疏果，设计产品作为心血果实怎能不精耕细作？

中国设计业的发展，要摆脱跟在别人屁股后面走的现状，要形成中国的设计风格与文化，需要改变中国设计教育中普遍存在的浮躁之风，因为设计就是一门诚实的劳作，需要树立至善至美的设计理念与工作态度。

罗素曾说过：“中国人不同于日本人，他们希望从我们这儿学习的不是那些带来财富或增强国力的东西，而更多的是具有伦理和社会价值的东西，或者是纯学术性的东西。

”的确，中国人从一开始向西方学习时，就不像日本人那样是从实用性着手的，而是显得比较虚无或浪漫，或再说得好听一点，就是从“道”入手，而不是从“术”入手。

<<VI设计>>

内容概要

《VI设计》以具体的设计方法和制作流程为导向，从理论上对企业形象设计的导入条件、视觉核心标志的创意思维、VI手册的设计原则以及相关法规等进行阐述，并对企业形象的设计方法、设计流程、表现形式、等进行了详细的分析，使读者对企业形象设计——VI设计有一个整体而直观的认识与把握。

书籍目录

第一章VI的概念和系统导入方法第一节什么是VI设计第二节VI系统导入方法小结第二章VI开发制作前期第一节设计前的调查一、常规前期调查步骤二、形象定位的假设设定三、对调查进行研究分析四、发概念的设定第二节VI开发的基本程序一、策划阶段二、设计制作阶段小结第三章VI的视觉形象设计开发流程第一节标志是VI设计的核心一、标志的概念、意义及角色功能二、标志的样式和主题三、标志的注册申请第二节VI设计中基础系统的设计方法一、标准色彩设计方法二、VI形象的标准字体设计（识别符号）方法三、VI形象的象征图形设计方法小结第四章VI手册的编辑和制作第一节编辑VI手册的目的和原则一、编辑VI手册的目的二、编辑VI手册的原则三、编辑VI手册的规范四、VI手册的编辑内容第二节VI手册的制作一、VI手册的制作方式二、VI手册的制作内容二、VI手册的装帧设计第三节编辑VI运用系统的方法一、办公用品部分二、广告部分三、公关部分四、其他平面物品设计五、环境部分六、服饰部分七、交通部分附：VI手册的具体内容和项目清单参考文献

章节摘录

第一节 设计前的调查 设计前的调查是为了把握VI的全貌而进行的基础性工作。这种于设计前的调查，需要有针对性地抽出关于制约企业发展的各种问题，为着把握企业外部形象的实际状况为主要目的而进行的。

这种调查还包括了该企业原来在消费者心中的形象与概念、同类型企业形象的认知度等内容。

中国早有“知己知彼，百战不殆”的说法，是自古以来兵家总结出来认识主、客观世界的真谛，并在历朝历代的军事战场、经济市场中得到了验证，是千百年人们智慧的结晶。

然而，惯于计划经济而疏于市场经济的中国企业家们多知己而不善知彼，甚至有的不知己也不知彼。要把产品推向社会、推向市场就要制定策略，制定策略的依据就在于调查研究的结果。

“没有调查研究就没有发言权”。

同样，不对市场进行调查研究，就难以了解市场。

市场的调查和研究是企业决策的基础，又是寻求商机的重要途径，是收集市场需求、产品开发和科技信息的重要手段，是企业生存发展的前提条件，是企业在有效收回投资行动中的开路先锋，是进行新产品开发与推广的依据，是进行品牌形象定位的关键，是企业形象设计的前期准备与后期实施的保障。

为了导入VI系统整体战略决策，为了产品的市场定位准确，为了宣传与促销的立足点更加可靠，必须把调研放在首位。

VI系统设计前的市场与社会调研对于制定市场策略、广告营销策略、整体包装及VI导入方针都具有深远影响。

当企业从以生产为中心的管理，向以营销为中心的管理转移的时候，市场调研的重要性就显得更加突出了。

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>