

第3章

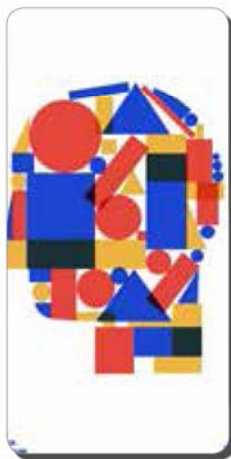
读图时代的图形设计

学习目标

新媒体环境下，信息的接收和阅读方式都以快捷、简便的方式为主。相比纯文本阅读，读图已成为重要的阅读形式。在读图时代，图形是不可或缺的视觉语言，它不仅可以传达作品所要表达的信息，还可以提升新媒体设计的格调。

赏析要点

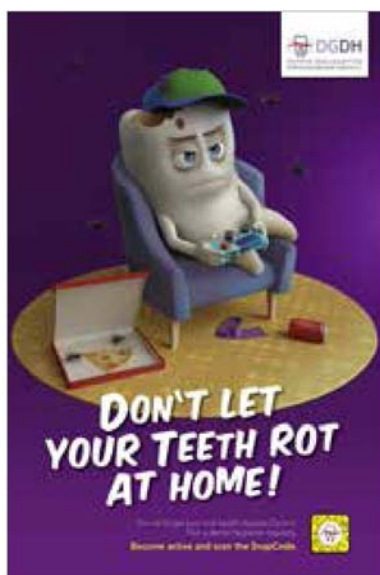
新媒体图形表达的变化
创意图形语言表达
联想法
夸张法
拟人法
图形异质同构
图形空间共享
图形换置融合
异影图形



3.1

图形的创意表达

图形是一种视觉符号，这种符号可以千变万化，通过可视化的方式将内容、设计思想等进行呈现。作为一种重要的语言符号，如何准确通过图形来传达信息内容是图形设计的关键。图形设计有其独特的设计手法，创造性思维、新颖的表现形式都是图形设计所需要的。



3.1.1 新媒体图形表达的变化

在新媒体时代，图形设计的表达方式也出现了一些新的变化，主要体现在以下几方面。

1. 图形设计动态化

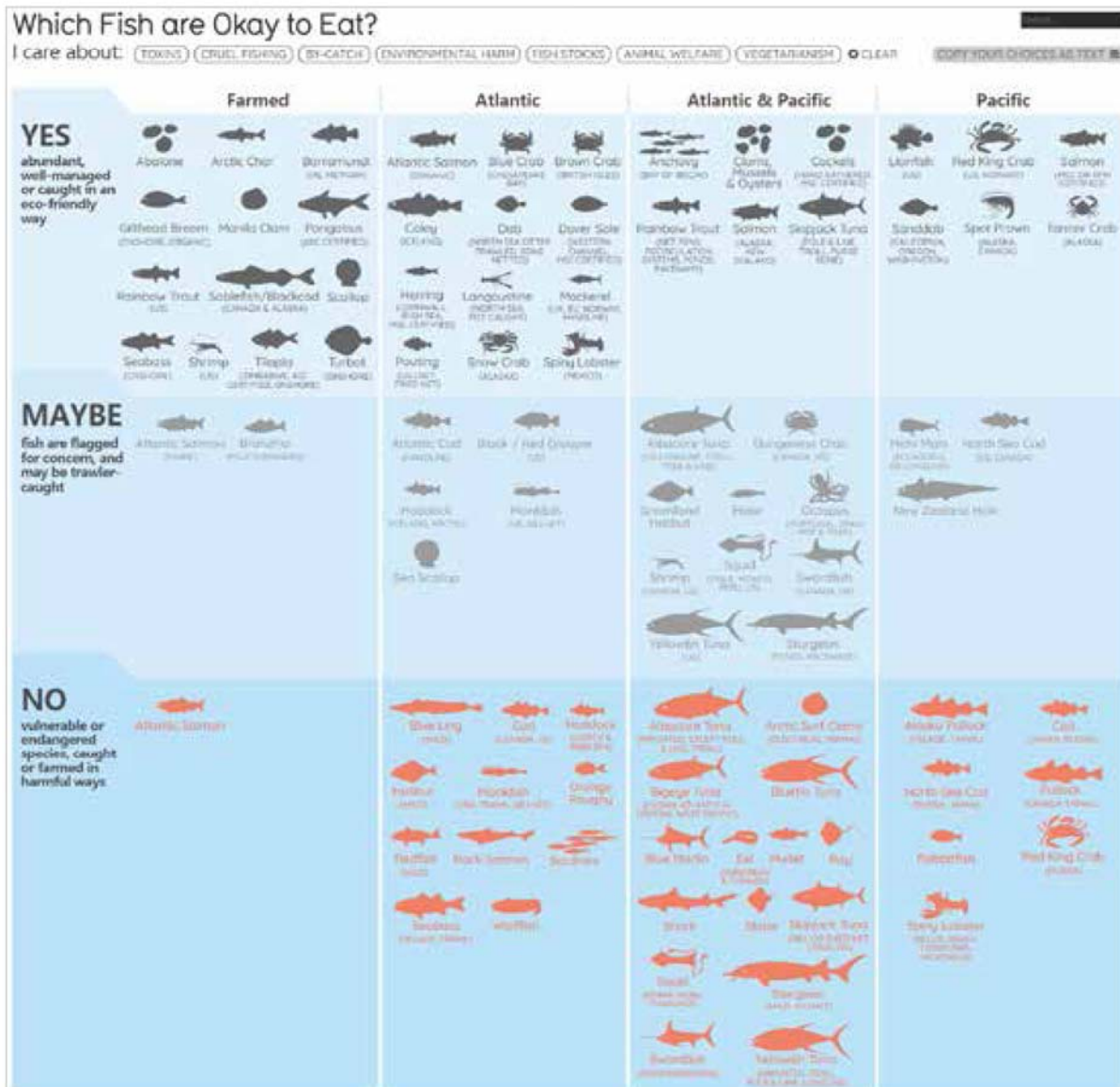
数字化技术让新媒体图形设计由静态走向了动态，动态图形已成为图形表达的一种重要方式。动态图形赋予了图形设计更多样化的表达方式，也让图形在视觉上更具互动性和吸引力，如下图所示为动态海报。



2. 可视化图形设计

图形设计可视化也是新媒体图形的一大特点，可视化图形提升了图形的可阅读性和观赏性，让信息、数据在表达上能以直观、清晰的视觉语言进行呈现。信息可视化图表、思维导图、插图、示意图等都是可视化的一种表现方式。

可视化图形体现了“一图胜千言”的图形优势，在信息快捷传播的时代，这一优势可以使信息的传播更简单有效，同时，也可以提高受众的互动性，这类图形更容易得到广泛的分享。下图所示为“哪些鱼可以吃”信息图，用图形将文字信息生动地呈现出来，阅读起来更直观易读。



3. 图形与动画结合

新媒体图形的视觉传达还会以动画形式来进行表达，图形与动画的结合可以增强信息表达的趣味性。将复杂的内容用动画形式进行叙述时，也可以让内容更容易被人们接受和记忆。

动画图形还具有通俗易懂的特点。简洁有趣的视觉语言表达方式让动画图形在诸多领域都得到广泛应用，如短视频、音乐MV、宣传广告等。

如下图所示为科普类短视频，内容上以动画的形式来解读复杂难懂的科学知识，使科学知识通俗化、生动化、趣味化，用短视频来呈现也符合新媒体时代人的碎片化阅读习惯。



3.1.2 创意图形语言表达

在图形设计中，图形的语言表达方式有多种形式，在Logo、App设计中常见的图标就是一种简单的图形语言，如下图所示。



图标图形用简明、易懂的图形符号来表达实体形象，如人物、植物、交通工具等，以让人们能通过图形符号明确图形所传递的含义。

除了图标图形外，新媒体设计还会将几何图形作为设计元素，三角形、圆形、正方形和长方形等都是常见的几何图形。几何图形具有很强的时尚现代感，当几何图形遇到大胆的配色，其设计效果会十分亮眼。在网页设计、海报设计作品中，常常可以看到几何图形的身影。下图使用了三角形、正方形、圆形等几何图形，撞色效果与几何图形的结合，让设计独具艺术美感。



在新媒体设计中，图形语言还有更为复杂和创意的表达方式，抽象图形、三维图形、合成图形、半具象图形和具象图形等都可以创造出全新的视觉语言。下图为住宅品牌网页banner，该页面用动漫风图形呈现了一幅住宅区生活景象。

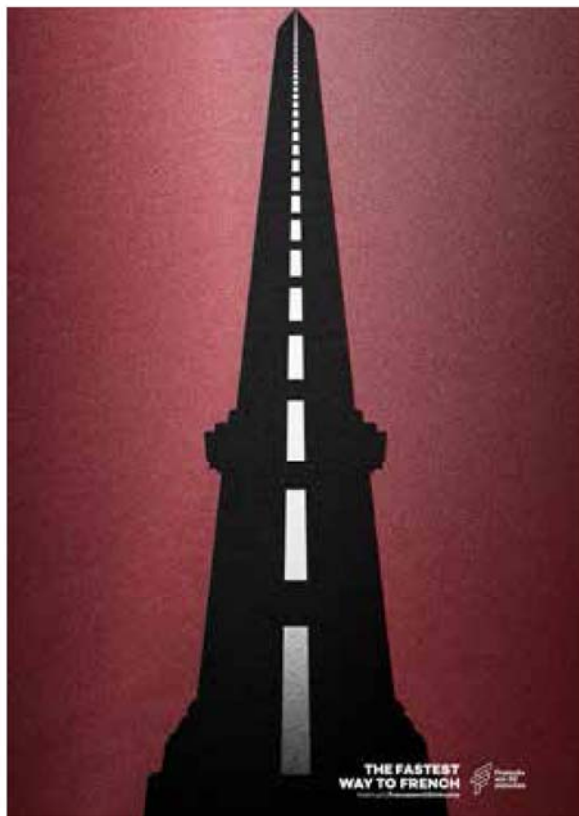
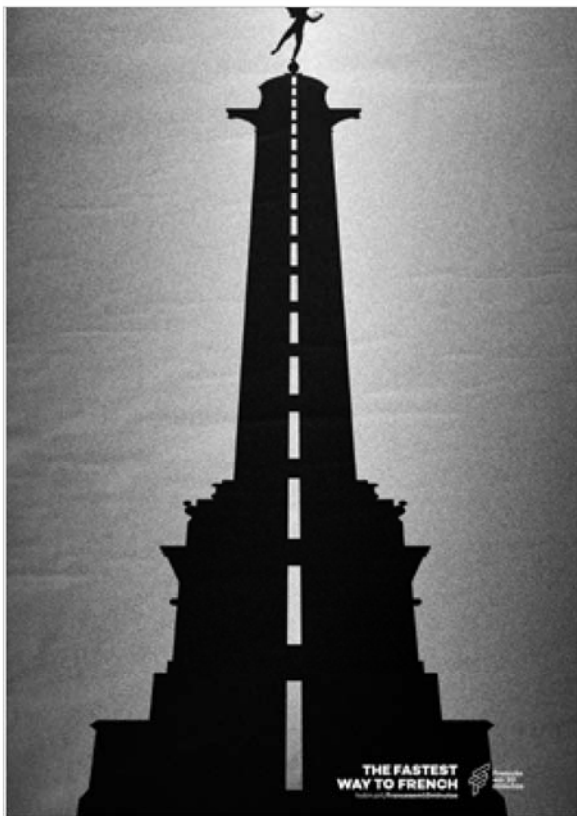


3.1.3 图形创意思维

图形设计需要融入创意思维，以创作出独具个性化的新媒体设计作品。创意思维体现了想象力的碰撞，具有以下特征。

1. 求异性

创意思维会从不同的角度进行图形设计，这一角度与常规的思考方式有所不同，体现了思维的求异性。下图展示了一门法语课程的营销海报，设计师没有用常规的“速成”文案来表达课程学习的有效性，而是突破常规，用新颖、独特的创意图形来表达“学习它的最快方法”这一主题。



2. 发散性

创意图形设计需要设计师多方位、多角度来分析图形结构和意义，这就要求思维方式具有发散性。下图是品牌围绕“断电”这一热点话题创建的社交媒体帖子，设计师充分运用了发散性思维，将各自的品牌与“断电”这一话题联系起来，体现出新媒体话题借势营销的特性。



3. 逻辑性

创意思维并不是脱离实际的联想，图形设计的最终呈现效果要让人们能联想到其所表达的意向，如某一视觉形象、某一概念。逻辑性让创意图形能够准确地传达信息，避免作品使人不明所以。

下列图形很容易让人联想到回旋镖和圣诞树，左图旨在传递电商平台快捷的退换货服务，就如回旋镖一样。右图则用产品制作了一棵巧克力圣诞树，在社交平台借助圣诞节以实现品牌宣传。



3.2

图形创意设计手法

创意图形不仅可以在视觉上引起人们的注意，还可传达深刻的含义。图形的创意设计与文学创作有一定相似之处，创作者可运用一些艺术表现手法对作品进行渲染，如对比法、夸张法、拟人法等，这样才能让创意图形在视觉上形成冲击力，打造丰富多彩的视觉效果。



3.2.1 联想法

创意图形的设计离不开联想法的运用。联想法是借助发散性思维来进行图形设计的，即通过联想来找到与设计主题相关的元素，然后将元素重新排列组合创作出新的图形。联想法具体又可分为类似联想、因果联想、关联联想、相对联想、概念联想等，联想时可以多角度地进行思维延伸。



	CMYK 66,26,47,0	RGB 97,159,146		CMYK 52,45,46,0	RGB 141,136,130
	CMYK 41,91,87,6	RGB 166,54,50		CMYK 5,18,34,0	RGB 246,219,176

○ 思路赏析

Isopainel Vector隔热板具有防火和阻隔噪声的功能，创意概念运用联想法创建了一个适合体现产品功能的画面，隔热板被放在两个场景中间，右侧的人物丝毫没被左侧的鞭炮所影响。

○ 配色赏析

背景色彩为纯绿色，与人物主体有颜色上的区分，让人的视线能够更多地关注主体图形，以传达主题信息。

○ 设计思考

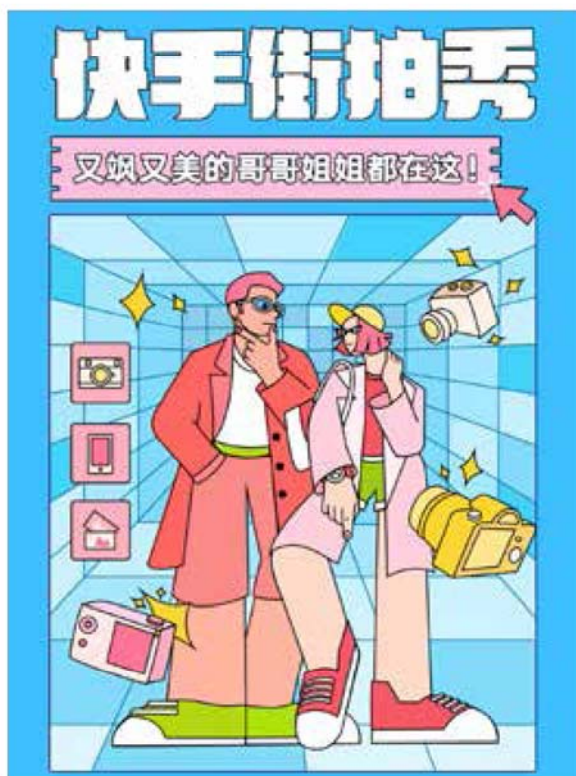
使用联想法进行图形设计时要善于推导，以设计主题为中心点，进行图形创意的发散推导。正如本例中的防火和隔音联想一样，火和声音可以联想到鞭炮，而隔热板就像一堵防火隔音墙。



	CMYK 23,17,0,0	RGB 206,206,206
	CMYK 73,16,86,0	RGB 62,164,81
	CMYK 8,6,6,0	RGB 239,239,239
	CMYK 84,79,76,60	RGB 31,32,34

同类赏析

该品牌电动汽车是以绿色能源作为燃料的环保型汽车。为表示对橄榄球的支持，将新能源电池图标与象征橄榄球支持者的绿色围巾关联在一起。



	CMYK 64,10,0,0	RGB 62,191,255
	CMYK 49,0,5,0	RGB 130,219,251
	CMYK 1,59,36,0	RGB 250,138,136
	CMYK 6,19,82,0	RGB 253,214,48

同类赏析

提到“街拍”很容易让人联想到相机、手机、潮人，图形设计充分融入了街拍元素，色彩搭配也具有“潮流”特点。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏

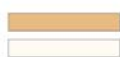


3.2.2 夸张法

夸张法是指在图形设计中将某一事物的特征、形象、功能、动作等进行放大或缩小。一定程度的夸张可以增强视觉冲击力，发挥强调、渲染的作用。使用夸张法设计的图形，其形象和比例关系会与现实事物有所不同，这种不同之处正是图形创意和魅力的一种体现。



CMYK 39,52,63,0 RGB 174,133,99
CMYK 52,96,66,17 RGB 132,38,66



CMYK 13,32,53,0 RGB 231,187,129
CMYK 0,3,6,0 RGB 255,250,243

思路赏析

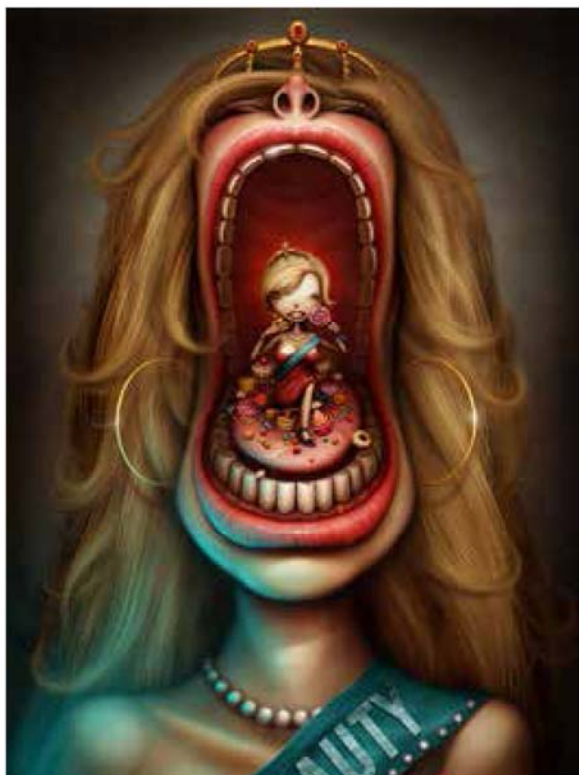
这是一则视频广告的一帧画面，视频内容展示了制作美食的过程，画面中的厨房、食材并不是真实大小，而是迷你形状，与手形成强烈的反差对比。

配色赏析

视频所属领域为美食类，画面整体色彩偏暖黄色，这样的暖色调尤其适合美食类视频，色彩氛围能起到刺激味蕾的作用。

设计思考

“迷你小厨房”是新媒体美食类视频的一大创作方向，但不同于常规的美食视频，“迷你小厨房”视角更独特，能给人带来新奇而有趣的视觉体验。



	CMYK 74,73,85,53	RGB 54,46,33
	CMYK 56,77,100,31	RGB 110,62,22
	CMYK 33,84,91,1	RGB 187,74,60
	CMYK 26,14,36,0	RGB 202,209,175

同类赏析

这幅数字插画充分运用了夸张法，作品中人物的嘴巴有着超越常规的比例，人物形象的夸张渲染让作品更显独特和神秘。



	CMYK 14,91,79,0	RGB 224,51,52
	CMYK 22,1,2,0	RGB 209,237,251
	CMYK 5,12,71,0	RGB 255,229,90
	CMYK 46,4,23,0	RGB 150,210,208

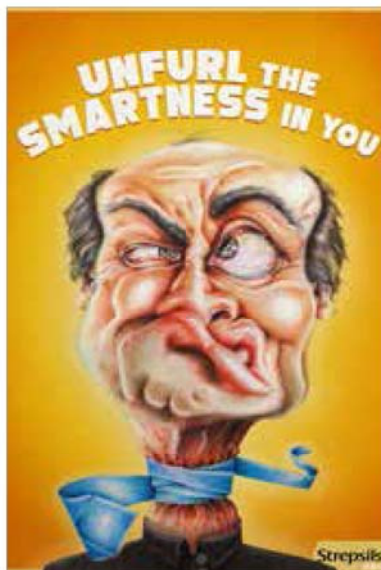
同类赏析

牛排、鸡胸肉、虾、西红柿等食材被放大，成为画面的主角，微型人物则成为配角，呈现了一个妙趣横生的小人国美食世界。

其他欣赏



其他欣赏



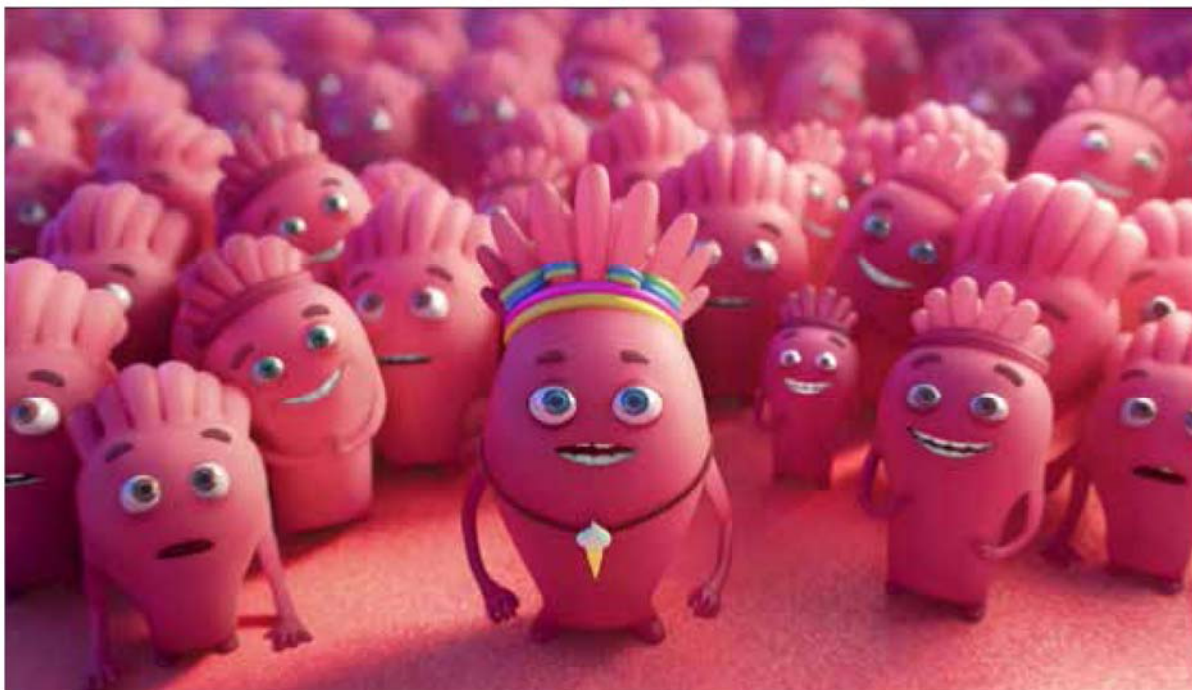
其他欣赏



3.2.3 拟人法

拟人法是指把不具备人的特征的事物赋予人的某些特点，如动作、神情、语言等，从而使事物人格化。

拟人化可以从外形上来实现拟人，也可以从情感上来拟人，拟人法可以让事物形态更生动、亲切、可爱。



	CMYK 43,92,44,0	RGB 170,52,102		CMYK 4,36,22,0	RGB 246,187,183
	CMYK 9,6,58,0	RGB 248,237,131		CMYK 58,12,1,0	RGB 108,191,225

思路赏析

主题为“善待您的味蕾”的冰淇淋品牌动画视频，抽象的味蕾被拟人化处理，转换成一个个能开口说话的卡通形象，他们在视频中能表达自己对冰淇淋的喜爱。

配色赏析

舌头是味蕾的感受器，其色彩是粉色，视频中的卡通形象也以粉色为基调来设计，再用蓝色、绿色和黄色来进行点缀。

设计思考

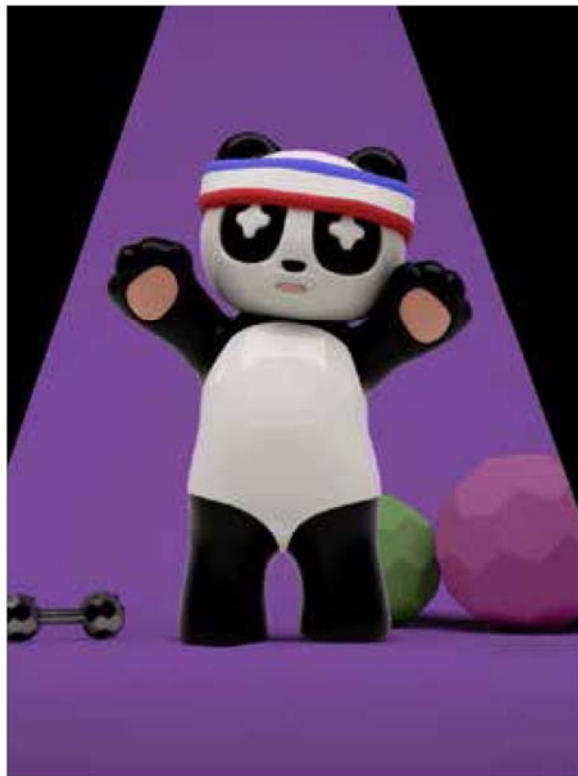
新媒体设计常以动画形式来对抽象的事物进行拟人化处理，拟人化动画活泼有趣。卡通形象需要根据内容主题需求来设计，场景、卡通形象的配色也需要贴合主题。



	CMYK	72,81,0,0	RGB	120,57,198
	CMYK	1,29,50,0	RGB	255,201,134
	CMYK	1,45,91,0	RGB	253,166,0
	CMYK	0,82,63,0	RGB	255,77,73

同类赏析

以“愚人节”为主题的长图，把企业Logo拟人化，设计成与愚人节有关的魔术师形象，让品牌Logo不再是冷冰冰的图形元素。



	CMYK	93,88,89,80	RGB	0,0,0
	CMYK	64,80,12,0	RGB	122,74,150
	CMYK	32,27,29,0	RGB	186,181,175
	CMYK	72,47,88,0	RGB	90,118,67

同类赏析

上图是立体卡通形象动图，拟人手法+三维立体设计+动画效果的运用，让卡通形象更加鲜活可爱、真实生动。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏

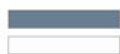


3.2.4 比喻法

在文学创作中，比喻法又被称为打比方，是指把A事物比作B事物，以具体、生动地揭示A事物的某一特征，如把秀发比作瀑布就是一种比喻手法的运用。在图形设计中，比喻法具有化抽象为具体的功能，它可以使被描述对象更鲜明形象，让主题思想更浅显易懂。



CMYK 88,81,67,49 RGB 32,40,51
CMYK 64,58,57,4 RGB 112,107,103



CMYK 67,48,35,0 RGB 104,126,147
CMYK 0,2,0,0 RGB 254,252,255

思路赏析

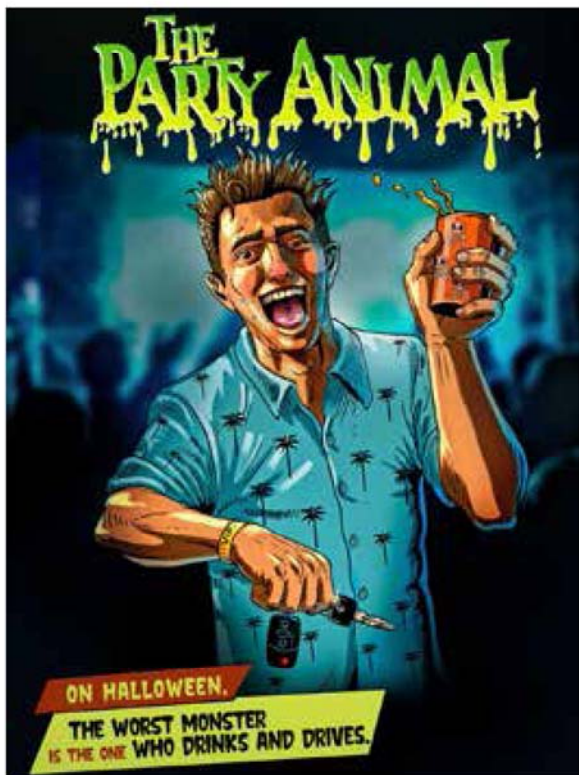
KYIV 100 KM是马拉松自行车骑行运动，高速旋转的自行车链条被比作龙卷风，在自行车赛道上奔跑，图形创意充分体现了主题“I’ s Coming（它来了）”。

配色赏析

当龙卷风到来时天地都会为之色变，黑白灰的配色能够很好地营造紧张、危险的氛围，可以完美呈现龙卷风的效果。

设计思考

创建比喻图形的关键是找到不同事物之间的相似之处，高速旋转的自行车链条与龙卷风在外形上有相似之处，这一相似之处通过新媒体技术进行重新组合，创作出不同于常规的视觉图形。



	CMYK 93,87,85,76	RGB 0,7,9
	CMYK 67,33,38,0	RGB 96,149,155
	CMYK 38,14,90,0	RGB 183,198,45
	CMYK 43,90,100,9	RGB 161,54,18

同类赏析

把酒后驾车的人比作“Monsters（怪兽）”，用隐喻的手法来让人们重视酒后驾车问题，同时借助万圣节来提高受众对酒后驾车的关注度。



	CMYK 5,7,61,0	RGB 255,238,120
	CMYK 7,45,14,0	RGB 239,168,186
	CMYK 54,0,39,0	RGB 96,239,196
	CMYK 57,8,0,0	RGB 104,198,246

同类赏析

嚼口香糖的感觉被比作是坐过山车，图形场景的设计尤为生动，口香糖给味觉带来的体验被具象化呈现。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



3.2.5 借代法

借代法是指借用A事物来代替B事物，如借向日葵来代替太阳，借字母M来替代山峰。从借代的含义来看，借代包含了借用和替代，创意图形设计有时只会使用其中一种手法，如借用人们熟悉的某一事物来进行图形设计，或者把主体对象的某一部分进行替换。



CMYK 54,20,13,0
CMYK 35,27,61,0

RGB 126,181,212
RGB 255,255,255



CMYK 10,52,91,0
CMYK 0,0,0,7

RGB 236,158,25
RGB 238,237,238

思路赏析

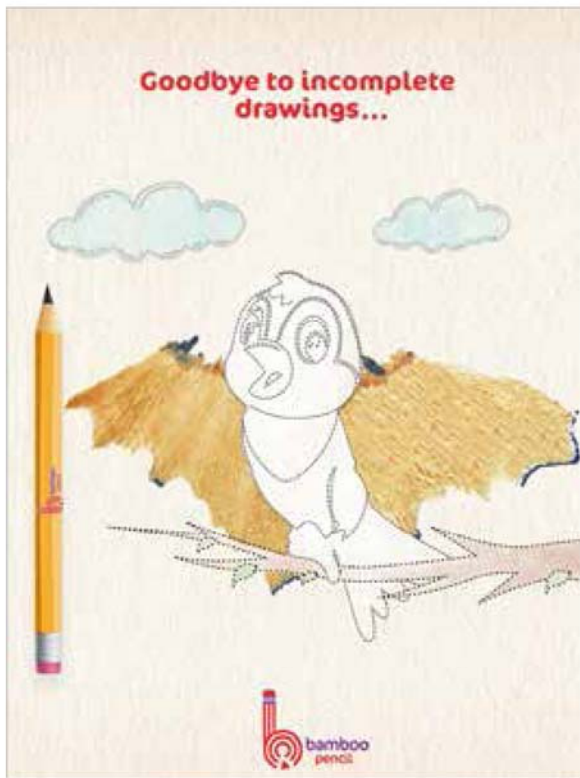
字母O的形状是圆形，在海边度假胜地，什么东西是圆形呢？俯瞰杯子，其轮廓正是圆形。将字母O替换为装有饮料的杯子，体现了景区特点，也推广了“The Groove”度假村的名字。

配色赏析

色彩搭配能够反映颜色所代表的象征意义，蓝色是最能代表大海的颜色。饮料分别为橙色和青绿色，背景饱和度较低，有一种柔软细腻的感觉，橙色和青绿色带来了撞色效果。

设计思考

使用借代法时要注意控制所借代的元素的数量，同时要注意元素替换后的辨识度，本作品借代了两个元素，将字母进行替换后并没有影响主体和借体的识别，受众很容易理解其中的创意。



	CMYK 2,7,10,0	RGB 250,241,232
	CMYK 14,31,60,0	RGB 231,189,113
	CMYK 5,41,84,0	RGB 248,174,43
	CMYK 8,93,78,0	RGB 234,43,51

同类赏析

小鸟的翅膀被铅笔碎屑取而代之，创意的结合让绘画、使用铅笔都变得有趣起来，图形和创意形式能有效吸引儿童的注意。



	CMYK 88,83,83,73	RGB 14,14,14
	CMYK 72,65,61,16	RGB 87,85,86
	CMYK 55,47,43,0	RGB 134,132,133
	CMYK 1,1,1,0	RGB 251,251,251

同类赏析

月亮被替换成了高尔夫球，黑白灰配色营造了阴森的万圣节氛围，创意概念紧扣主题“推杆失误是每一个高尔夫球手的噩梦”。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



3.3

图形创意表现形式

创意图形具有很强的表现力，优秀的创意图形往往能给人耳目一新的视觉体验，同时也能更形象地表达图形语言。在设计时，一般会将各元素打散重构，从而创造出全新的视觉图形。创意图形的表现手法有多种，多样化的表现形式有助于创造差异化的新媒体图形。



3.3.1 图形异质同构

图形异质同构是指将两种或两种以上材质不同的元素进行组合“嫁接”，从而创造出新的图形。使用图形异质同构手法创建的图形，可以赋予图形新的寓意。对图形进行同构时，要寻找图形之间可能存在的相似性，然后再进行图形的拼合。图形与图形之间的衔接过渡会直接影响新图形的视觉效果，衔接自然才能避免产生生硬感。



思路赏析

利用数字艺术把水与人物的身体进行部分结合同构，用以体现人的身体60%是水，同时说明过滤过的干净水能给你的身体带来更多好处。

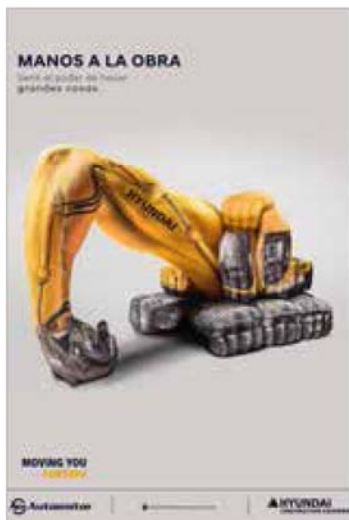
配色赏析

水象征着纯净、健康和自然，把能代表清澈、洁净的蓝色和白色用到设计中，让整个画面呈现出清凉舒适的视觉美感。

	CMYK	11,2,2,0	RGB	232,243,249
	CMYK	4,0,0,0	RGB	248,252,255
	CMYK	84,51,13,0	RGB	27,112,174

设计思考

同构图形可以呈现出与常规图形不一样的艺术性，同构的手法可以是整体与整体或者整体与局部的同构，同构后的图形要保证视觉协调性。



同类赏析

挖掘机的机械装置相当于人的手臂，结合挖掘机和手臂的特点，设计师将图形进行同构融合，创造出了一个模拟人体手臂的挖掘机。

画面集合魔方、公交车、道路、绿植、工作人员等元素，把城市街道景象用立体效果进行呈现，该创意图形旨在倡导创建美好的城市需要大家一起努力。



	CMYK	21,18,18,0	RGB	211,206,203
	CMYK	86,85,80,70	RGB	21,16,20
	CMYK	2,23,41,0	RGB	253,212,158
	CMYK	1,31,59,0	RGB	255,196,113

	CMYK	34,4,16,0	RGB	182,222,222
	CMYK	6,42,24,0	RGB	241,173,172
	CMYK	12,7,88,0	RGB	244,230,7
	CMYK	60,11,12,0	RGB	100,190,224

3.3.2 图形空间共享

图形空间共享是指互借互用图形空间来进行创意设计，这类创意图形在结构上会存在共生依存关系，由两个或两个以上的图形共同组成不可分割的统一体。图形共享的空间可以是局部图形，也可以是全部轮廓。空间上的共享使图形能够彼此衬托、和谐共生。



思路赏析

鱼群、礁石、潜水者都是海底世界的一部分，与此同时，这些元素也是“驾驶者”的一部分，多个图形彼此融合进对方的形态结构中。

配色赏析

拥有海底世界的迷人色彩，整体呈现出沉静而透明的蓝色调，少量的红色、绿色、橙色作为点缀色带来活力与生机。

	CMYK 69,12,0,0	RGB 0,184,254
	CMYK 51,92,61,10	RGB 143,49,76
	CMYK 55,4,41,0	RGB 122,200,174

设计思考

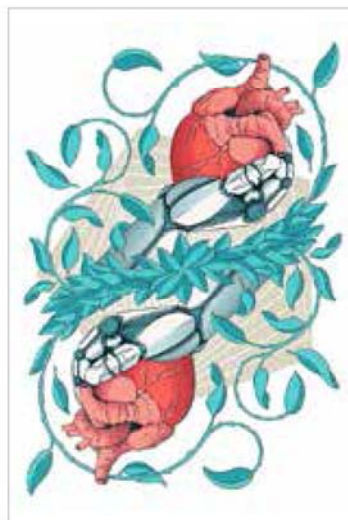
作品巧妙地使用了共生+同构的手法，共用的部分被叠合在一起，既呈现了海底世界的样貌，又表达了主题。



同类赏析

公文包与汽车底部共用一个空间，造成了视觉差，这种错位手法会让人作出错误的视觉判断，细看之下又给人以视觉惊喜。

一个关于“100年后的看法”的插图设计，两只机械臂相互借用藤蔓元素，使图形成为不可分割的统一体，该创意表达了100年后人们能将生命掌握在自己手中的看法。



	CMYK 59,58,72,9	RGB 121,105,79
	CMYK 58,93,87,49	RGB 86,26,28
	CMYK 87,81,85,71	RGB 17,19,16
	CMYK 80,60,53,7	RGB 65,97,108

	CMYK 0,0,0,0	RGB 255,255,255
	CMYK 59,0,25,0	RGB 92,210,214
	CMYK 17,89,80,0	RGB 218,61,52
	CMYK 8,9,17,0	RGB 239,233,217

3.3.3 图形重复组合

图形重复组合是指选取一个或多个相近的视觉元素，让视觉元素重复且有规律地排列或堆叠在一起，以构成新的视觉图形。重复组合的创意图形一般都具有聚焦的特点，同时也能实现强化的效果。如果视觉元素的排列方向是一致的，还会让图形具有视觉引导作用。



思路赏析

插画中的人物聚集在广场，每个人物都体现了其职业特征，有歌手、行人、体操运动员和乐手等，呈现了一个热闹的场景。

配色赏析

色彩丰富多样，有橙色、绿色、黄色、黑色等。近景、远景在配色上协调统一，虽然视觉元素较多且零碎，但色彩却给人平衡、协调的感觉。

	CMYK 3,86,67,0	RGB 35,31,32
	CMYK 68,4,51,0	RGB 70,188,153
	CMYK 3,33,90,0	RGB 255,190,2

设计思考

图形重复组合设计要避免混乱感，该作品涉及的视觉元素较多，但元素间的间距、配色把握得当，每个小场景都很有看点。



同类赏析

◀ 一个个高尔夫球以堆叠的方式组合成一串葡萄，新构成的图形传达了部分高尔夫球手也是葡萄酒爱好者这一信息。

作品的主题是“无限面孔”，画面中的人物面孔间距相等，横向、纵向排列整齐划一，细看每个面孔，会发现人物在发型和面容上有一定的区别。



	CMYK 13,21,46,0	RGB 233,208,151
	CMYK 26,18,6,0	RGB 200,205,225
	CMYK 3,2,0,0	RGB 250,250,255
	CMYK 58,65,77,16	RGB 118,90,66

	CMYK 12,14,88,0	RGB 242,218,22
	CMYK 42,56,75,0	RGB 169,125,78
	CMYK 74,64,55,10	RGB 83,90,98
	CMYK 2,31,34,0	RGB 250,197,165

3.3.4 图形换置融合

图形换置融合是指以一个常规图形作为基础图形，对常规图形的某一部分进行置换融合，形成非常规的组合图形。

对图形进行置换融合时，要确保基础图形能够有效识别，比如将苹果的一部分置换为梨，要保证苹果的基本特征不变。



思路赏析

可乐的外包装本不是手机，广告创意对可乐外包装的造型进行置换，组合成一个“手机可乐”图形，该广告的目的是推广手机应用。

配色赏析

可乐、手机模型的颜色都与实体物品常见的色彩相近，能够让物体的辨识度更加精准，色彩之间的对比较弱，物体形状清晰可见。

	CMYK 86,82,81,70	RGB 20,20,20
	CMYK 56,96,77,38	RGB 102,28,43
	CMYK 2,2,1,0	RGB 250,250,252

设计思考

图形换置融合也属于一种同构手法，只不过换置融合通常只是改变基础图形的局部形状而不是材质，而异质同构可能改变基础图形的材质。



同类赏析

身体被置换成了胸腹部内脏器官分布图，让人们看到了药效作用于身体的复杂性。该创意旨在强调鼻用喷雾剂比片剂药品更有效。

右图为冰淇淋营销海报。螺旋状的冰淇淋被替换成了著名雕像，雕像具备冰淇淋快要融化的特征，与蛋筒、吸管元素结合，让人能够感受到冰淇淋的美味。



	CMYK 24,58,59,0	RGB 207,130,100
	CMYK 0,84,41,0	RGB 248,70,106
	CMYK 84,45,40,0	RGB 18,123,145
	CMYK 23,57,90,0	RGB 210,132,23

	CMYK 67,62,68,16	RGB 97,91,79
	CMYK 33,43,64,0	RGB 189,152,100
	CMYK 38,63,75,0	RGB 178,113,73
	CMYK 9,8,6,0	RGB 236,234,237

3.3.5 负空间图形

负空间由两个空间组成，包括正空间和负空间，两个空间相互关联、无缝衔接，组成虚实结合的图形。负空间图形的色彩搭配通常比较简洁，色彩之间的反差对比让正负图形都能够被视觉感知。同时，还能在空间上创造出充满戏剧性的图形效果。图形图案被称为正形，衬托图案的背景常被称为负形。



思路赏析

正形和负形在空间上构成一个宠物狗的轮廓，正负空间互为你我，彼此共生，缺失任何一部分都会影响图形的结构。该创意旨在促进宠物的收养。

配色赏析

色彩以黑白两色为主，明暗之间有对比也有过渡，使人物表情也能在一定程度上被识别，白色的正形空间成为视觉中心。

	CMYK 93,88,89,80	RGB 1,1,1
	CMYK 0,0,0,0	RGB 255,255,255
	CMYK 57,56,64,4	RGB 130,113,93

设计思考

与传统广告相背离的表现方式也是逆向思维的一种创意设计手法。除此之外，文案内容也可以采取反向思路设计。



同类赏析

左右两侧的黑白背景与音乐符号互相建立空间图形，两侧的图形彼此依靠又互为对比，图形与背景空间能够很好地区分。

插图的设计巧妙地使用了负空间手法，红色背景作为负形在空间和色彩上都起到让图底关系明确的作用。人物仍采用负空间手法，通过黑白线条变形来创造图形。

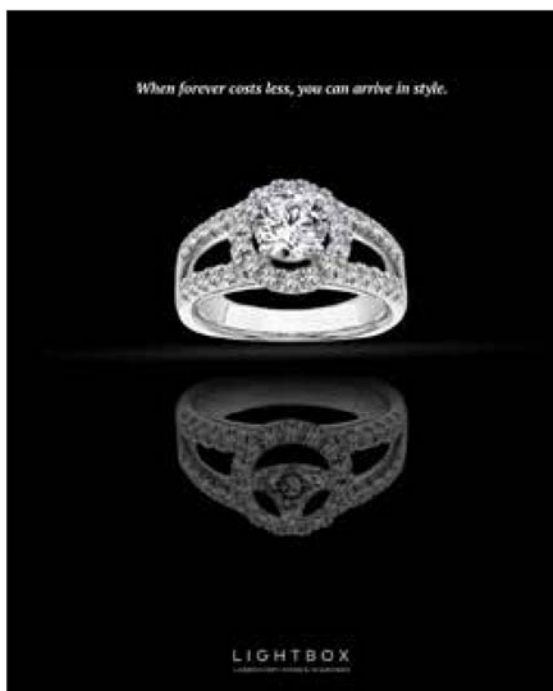


	CMYK 85,82,79,67	RGB 25,23,24
	CMYK 0,0,0,0	RGB 0,0,0

	CMYK 4,88,78,0	RGB 241,60,51
	CMYK 0,0,0,0	RGB 255,255,255
	CMYK 93,88,87,79	RGB 1,1,3

3.3.6 异影图形

物体在光的照射下会产生影子，但影子会呈现出与本体不同的形状，这种图形就是异影图形。结合异影图形这一灵感，设计师可以在图形设计中对影子进行艺术化处理，通过本体与影子的对比来创造妙趣横生的图形。强烈的光影对比是异影图形的一大特点。



思路赏析

钻戒的倒影与实体在形状上并不相同，该创意利用异影图形来表达培育钻石与天然钻石化学特性相同，但培育钻石费用更低，您可以负担得起。

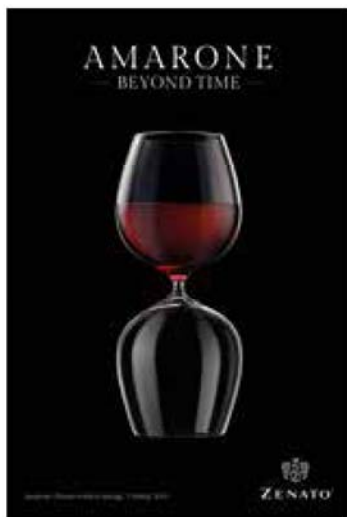
配色赏析

画面中有暗部，也有亮部，黑白之间相互衬托，营造出强烈的光影对比效果，主体和影子都被突出，钻石也显得耀眼夺目。

	CMYK 93,88,89,80	RGB 0,0,0
	CMYK 3,2,1,0	RGB 248,249,251
	CMYK 71,63,60,14	RGB 89,89,89

设计思考

异影图形的设计要把本体与影子之间的对比关系作为创意切入点，影子可以替换成与本体相似、相关或相对的物体。



同类赏析

影子是与本体相似的酒杯，一杯盛有葡萄酒另一杯则没有，两者垂直摆放，体现主题“垂直品尝”，该创意主要强调葡萄酒年份之间的差异。

这是万圣节借势海报，板凳映衬的影子呈现出幽灵形态，在视觉上营造了一种戏剧效果，这种将自家产品与节日主题结合的设计手法，可以提高受众对产品的关注度。



	CMYK 92,87,88,79	RGB 1,3,2
	CMYK 49,93,86,23	RGB 131,42,44
	CMYK 1,0,0,0	RGB 253,253,253

	CMYK 94,93,54,51	RGB 21,26,48
	CMYK 20,40,82,0	RGB 218,164,61
	CMYK 92,68,7,0	RGB 0,88,170
	CMYK 7,16,88,0	RGB 253,219,8