

第 1 章

课程导入与准备阶段

1.1 新媒体时代字体与版式设计理念及应用

文字作为人类记录及传播信息的语言符号，是人类社会文明发展的重要载体。字体设计是探索文字的笔画、结构、造型规律的艺术创造活动。在新媒体设计体系下，字体与版式设计不再是单一的学科门类，而是心理、文学、历史、传播等多学科的跨界融合。字体设计与现代标志设计、包装设计、插画设计、UI 设计、书籍装帧设计、海报招贴设计、展示空间设计等紧密关联，体现出字体与版式设计的包容性及扩展性。

科技的发展与各种媒介的融合共生加强了艺术自由开放的文化环境，科技发展与人文发展给予了艺术工作者更大的舞台。近年来，众多优质平台（站酷、抖音、哔哩哔哩、微信、QQ 等）涌现大批极具特色的优秀字体设计师，同时为字体设计爱好者提供了广阔的学习、交流以及发展的平台。

动效和动画设计正在引领设计的主要趋势，体现在设计、时尚、插画、工业设计、建筑、摄影、美术、广告、排版、动画以及更多领域，从传统到新媒体行业，字体设计、版式设计正发挥着极其重要的辅助作用，并逐渐成为各领域设计的重要元素。

1.2 字体与版式设计课程介绍

1.2.1 课程目标

字体与版式设计由字体设计和版式设计两部分构成，该课程是高校艺术设计、数字媒体类专业学生的一门基础核心必修课程，是一门技术与艺术相结合的学科。

以多学科理论融合为支撑，以项目为驱动力（横向项目 + 纵向项目 + 商业项目）是本课程的特点。现在跨界越来越普遍，学科之间的界限越发模糊，将设计、文化、艺术、娱乐、视觉相融合，致力挖掘文化内涵，打造独特的视觉潮流，引导学生在主动探究、深度学习中去关注个体与他人、社会与世界、人类与自然是本课程的目的。

本课程作为设计类专业的重要的前导课程，是研究设计领域中不可或缺的活跃因子（文字、图形与色彩的复杂关联）。

通过系统学习该课程，使学生掌握字体设计的科学理论知识、字体设计创意方法和表现技术，达到提高团队或独立完成素材提炼和艺术的加工再创作，包括市场调查、策划、创意思维、方案提炼、图形图像绘制和方案、提案的综合性艺术设计表达能力。更重要的核心任务在于通过主题表现赋予画面生动的文字、图形、色彩关系，通过准确定位及运用科学知识，呈现具有深度思考的创意思维、设计风格、形象的表达，力求通过本课程的学习，培养出具备接轨市场并具有职业能力的跨界人才。

1.2.2 教学目标

根据本课程的工作任务和职业能力要求，结合项目的设计应用学习与实践，使学生具备文字和编排艺术设计表现的职业能力，所需知识、能力和素养目标如下。

1. 知识目标

- (1) 掌握字体发展历史轨迹，中、英文字体设计、创意字体设计的基本方法与基本程序，动态字体、动态海报设计制作方法。
- (2) 掌握版式设计的基本设计原理、方法、类型和规律。熟悉版式设计的视觉要素与构成要素。
- (3) 掌握版式设计中文字、图形与色彩在不同主题风格版面中的组合应用。

2. 能力目标

- (1) 能够利用文字、图形和色彩元素进行版式编排，达到信息的快速准确传递；能够进行广告、出版物、新媒体、产品设计等视觉项目版面的编排设计；能够根据行业标准进行版面的编排制作及印前处理；能够根据具体工作任务综合运用学科知识解决问题。
- (2) 能够将相关知识与软件融合完成内容设计工作，版面设计应有明确主题性、内容体现性和创新性。
- (3) 具备一定信息获取、归纳整合和表述能力。
- (4) 具备创造性思维及实验能力，对个人及团队作品的调研、创作、创新研究有独到见解。
- (5) 对行业新知识、新技术有敏锐性洞察能力。

3. 素养目标

- (1) 热爱本专业，注重职业道德修养，具有法律、诚信、团队合作精神。
- (2) 具有一定的文学艺术修养、人际沟通修养和现代意识。
- (3) 具有良好的文化修养和美学修养。
- (4) 掌握科学思维方法和科学研究方法。
- (5) 具有一定的产品意识和效益意识。

1.2.3 职业职位拓展

职业面向：杂志美编、字体设计师、LOGO 设计师。

职业拓展：视觉设计师、UI 交互界面设计师、企业形象设计师、网站美工、包装设计师等。

职业迁移：新媒体策划运营、新媒体后期制作、电视栏目包装等。

职业职位名称拓展如图 1-1 所示。



图 1-1 职业职位名称拓展

1.3 新媒体时代字体与版式设计趋势解析

1.3.1 字体标志化

字体设计更趋向视觉图形化，字体设计也成为标志设计的典型代表形式，产品信息更易于识别记忆。小米公司标志如图 1-2 所示。



图1-2 小米公司标志

1.3.2 中国传统文化引领主流设计风格

传统字体与版式设计理念已相对落后，但现代字体与版式设计更注重从中国传统文化中汲取营养，探索人文属性的内涵建设。“国潮”崛起正当时，所谓“国潮”，包含两层含义：第一，有中国传统文化的因素；第二，能将传统文化与时下潮流相融合而使产品更具时尚感。

运用中国文化经典符号，字体的转变也是迈向“国潮”最便捷的方式。例如，繁体字让“国潮”更加直观，让顾客深切地感受到历史中的中国。天猫“国潮行动”跨界海报如图 1-3 所示。



图1-3 天猫“国潮行动”跨界海报

1.3.3 紧跟时事热点、节庆点

因某一主题把字体、图形和色彩进行再设计编排时，紧跟时事热点、节庆点，它们传递给大众的信息应具有科学普及、人文关怀、警醒提示的作用，因此，社会责任感是每一个设计工作者应有且不可或缺的。设计师们遵循人类社会发展的轨迹，在生活的点滴中培养出敏锐的市场洞察能力，我们生产和传播的应是有深度的、助力提升大众审美的、有温度的设计。

百度，中国最大的搜索引擎，但百度 LOGO 平台 (<https://logo.baidu.com/>) 不一定众所周知。以“Baidu 百度”品牌字体为字体设计原型，设计团队针对国内外重要节庆日、时事热点事

件推出实时性设计（见图 1-4～图 1-6）。



图1-4 2019年国庆节LOGO



图1-5 JAVA语言纪念日LOGO

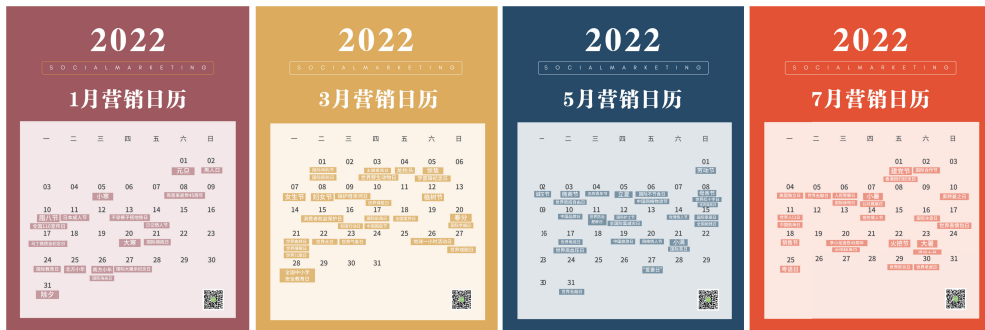


图1-6 2022年度营销公关日历

1.3.4 简约粗体

为强调、突出某些特定内容，使其成为视觉中心或主体，有趣的文案故事配上简约粗体成为年轻群体彰显个性、表达自我的方式。此类方法常被应用于产品包装设计等领域，针对目标人群精准引导（见图 1-7、图 1-8）。



图1-7 某综艺节目视觉宣传



图1-8 大型户外视觉宣传

1.3.5 动态设计

动态图形是近年来的设计趋势，在视觉设计中有着出色的表现，它不仅增强了视觉设计的效果，也让产品信息更易于理解和记忆。在字体和板式设计版块，动态设计主要表现为动态海报、动态字体设计，与动态图形、MG 动画、H5 广告、微交互效果搭配，相得益彰。

“京东微信购物”动态海报视觉宣传如图 1-9 所示。



图1-9 “京东微信购物”动态海报视觉宣传

1.3.6 自定义字体

自定义字体与自定义模板、自定义皮肤、自定义图标、自定义工具栏等功能相仿，用户选择自己喜爱的字体风格进行付费服务，并融入丰富多元的产品界面，为用户提供个性化、定制化体验，大幅度激发产品与用户之间的共情效应。

例如，手机“主题商店”中有彩色字、节日、情人节、文艺清新、卡通、卡哇伊、治愈、浪漫、爱情等付费主题字体可选。其上线字体与字体设计公司达成相关协议授权，手机平台享有移动设备界面装饰、替换系统字体发布权，



图1-10 华为“主题商城”菜单界面

并对其字体享有修改权和收益权（见图 1-10 和图 1-11）。

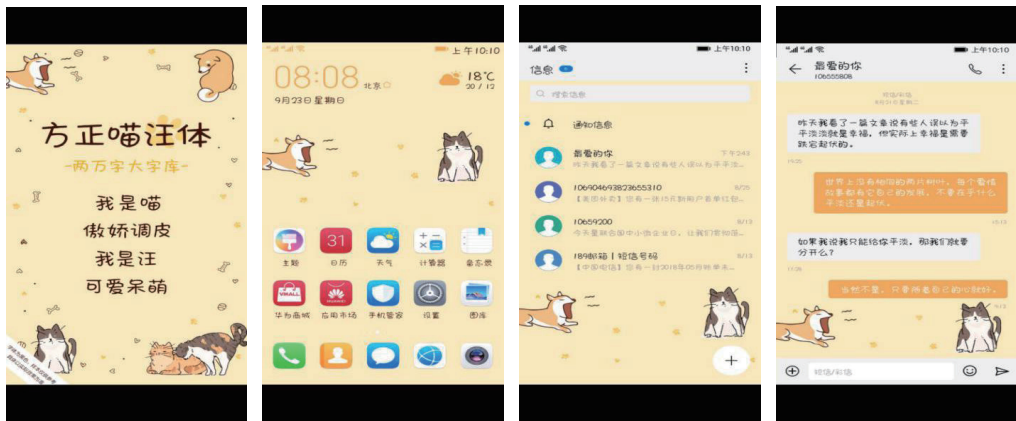


图1-11 华为“主题商城”方正喵汪体手写字体主题效果

1.3.7 动力学排版

动力学是理论力学的一个分支学科，它主要研究作用于物体的力与物体运动的关系。以动力学为创意制造连环反应，并进行动态字体动力学类型探索成为潮流趋势。动力学字体排版如图 1-12、图 1-13 所示。

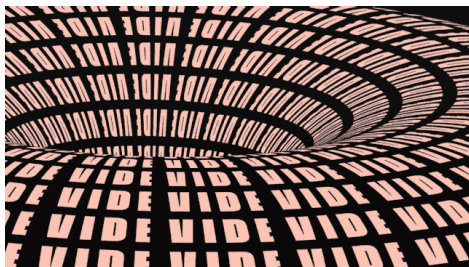


图1-12 动力学字体排版1(扫码看设计上)



图1-13 动力学字体排版2(扫码看设计下)

1.3.8 文字堆叠——文字云

文字云，来源于网页中经常运用的标签云，后来慢慢演变成了一种设计形式，从根本上来说，其实就是把文字堆叠在一起，利用各种错位排版布局形式，完成文字的视觉呈现。文字云制作可快速形成文字堆叠创意版式，文字云图标、文字云 LOGO、文字云海报效果应运而生，目前也常出现在演讲、发布会等公开场合。目前支持文字云制作平台较多，推荐在线云文字、海报生成工具等。

重叠、无限复制、堆叠的文字，仿若充满玄幻的图形世界，能营造大方、时尚版面并给人无限想象空间，在吸引注意力使人记忆深刻的同时，让人不自觉跟着“导演”仔细阅读“故事内容”，最有趣的是，创造了神奇的“卡顿”“弹幕”的洗脑效果。

设计中经常会使用文字堆叠（讲故事）的方式，用有趣的文案内容定位社群文化，一个好的故事可以帮助用户更轻松的理解产品，帮助用户创造轻松、流畅的产品体验。此文字云

设计效果如图 1-14 ~ 图 1-16 所示。



图1-14 Trempo音乐学校品牌视觉形象设计



图1-15 罗振宇跨年演讲中的文字云



图1-16 演讲中的文字云

1.3.9 制作软件多元化

字体与版式设计的常规制作软件有矢量软件、位图软件，近年来，Photoshop、Illustrator 等二维软件还推出了三维效果工具插件。

新媒体时代下的字体与版式设计普遍使用二维、三维、后期、手绘、文字云等软件，或在线制作工具综合完成设计任务，使视觉与体验感信息交换更契合用户需求，促进产品与用户的共同想象、共情效应。字体与版式设计常用软件（箭头使用频率较高）如图 1-17 所示。



图1-17 字体与版式设计常用软件（红色箭头使用频率较高）

1.3.10 知识产权保护问题

随着科技的迅猛发展，互联网日益普及，设计工作者拥有海量资源库可随时下载使用。在商业化高度集中的今天，我国知识产权保护及相关法律不断健全，知识产权引发的各种纠纷问题应引起设计工作者高度重视，务必增强法律风险防范意识，避免因法律纠纷而造成重大经济损失。常见知识产权有商标、著作权、发明、实用新型、外观设计等。中国版权保护中心官网如图 1-18 所示。



图1-18 中国版权保护中心官网

设计师是否为高危行业从业者？有哪些“坑”要注意？请扫描以下二维码查看。



图二维码3
老字号可以用作商标吗？



图二维码4
王老吉商标案



图二维码5
江小白案



图二维码6
广告法禁用词

注意事项1：知识产权问题

设计过程中应尤其注意下列知识产权问题：商标权、字体版权、图片版权（肖像权、摄影版权）、IP版权等。叶根友字体官网有关字体版权的使用说明如图1-19所示。

注意事项2：字体使用的版权问题

字体使用分为4种情况：商业收费、个人收费、商业免费、个人免费使用。

在这个各类字体格式网络下载资源随处可见的时代，原创显得尤为珍贵。将未经授权字体应用于全媒体商业发布，例如网站、海报、包装、微信公众号平台等，又或是商用字体、字形超过30%相似度，均被视为字体版权侵权行为。因此，设计从业者应格外注意字体使用过程中的下载权、使用权的区分。一切商用化字体都应有授权才可使用，否则就属侵权行为。



图1-19 叶根友字体的使用说明

注意事项3：免费商业字体

国内外字体生产商为大众提供了大量优质免费及付费字体服务，需要注意的是，微软公司只有微软雅黑体的使用权，真正的版权属于方正字体，因此，微软雅黑字体也非免费商业字体，可用免费商业字体有思源黑体、思源宋体、站酷黑体、站酷快乐体、站酷高端黑、站酷意大利体、阿里普惠体、庞门正道标题体、庞门正道轻松体、庞门正道粗书体等。注意字体版权引起的纠纷及解决办法如图1-20所示、免费商用字体如图1-21所示。

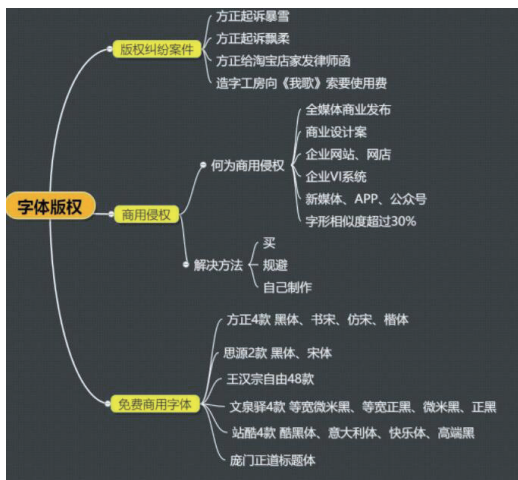


图1-20 字体版权引起的纠纷及解决办法

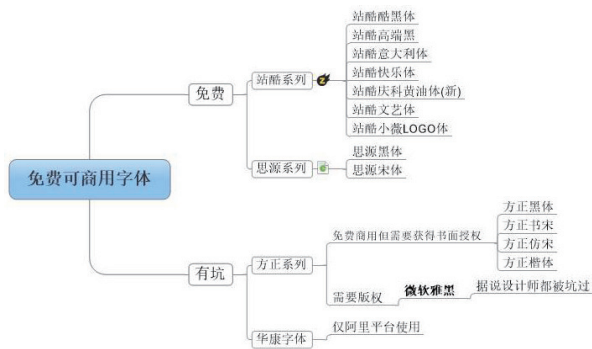


图1-21 免费商用字体一览表

1.4 创作设计流程思维导图

1. 设计行业结构图

在项目开展前，应对设计公司构架有基本认知，例如公司性质、主要业务范畴、职责要求、规章制度，如此便于后期工作的顺利开展。设计行业结构如图1-22所示。

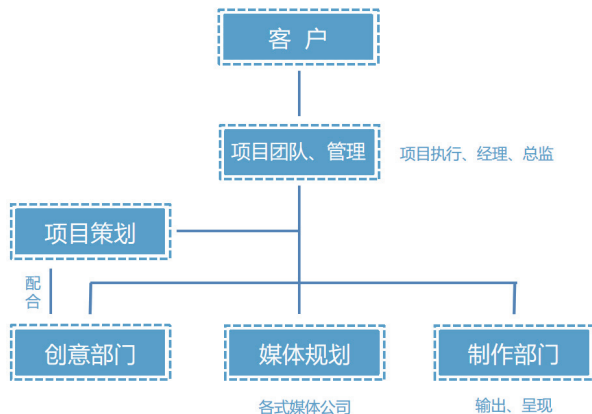


图1-22 设计行业结构图

2. 设计行业职位划分

对设计公司结构大体了解后，应对各部门具体职位名称、职责分工认真研究并仔细解读，设计行业主要部门如图 1-23 所示。在正规招聘网站上搜索相关公司职位要求并做对比分析，应结合市场发展趋势及自身特长提前规划个人职业发展方向，适应市场快速发展对人才的要求。

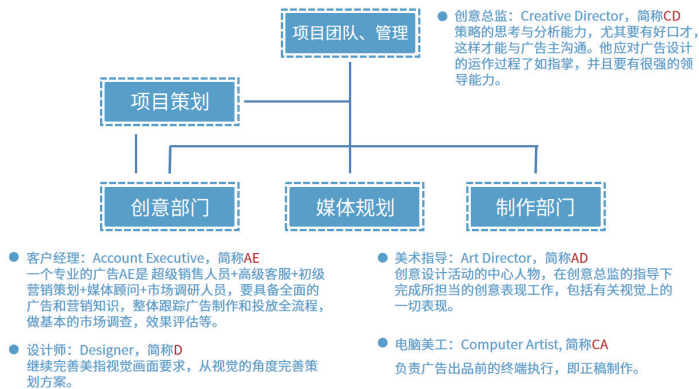


图1-23 设计行业主要部门示意图

3. 设计阶段的职责与分工

制作重点不同，因此将设计步骤分为前期、中期、后期，或分为印前、印后。设计阶段的职责与分工如图 1-24 所示。设计前期主要承担策划创意的任务，这也是设计最核心的步骤，负责项目的整体把控及定位；设计中期是根据前期的策划创意进行制作的重要过程，对创作团队制作执行力、沟通协作能力有较高要求，根据后期线上或线下推广环境不同，对制作物料内容进行中期严格的行业规范，例如色彩模式、尺寸、分辨率，根据工艺提前做好规范设定，避免后期对接出现错误造成损失；设计后期承担印刷、执行、推广、剪辑制作、对接交付等任务，因此对设计团队材料、印刷工艺流程、平台运营推广有严格要求。

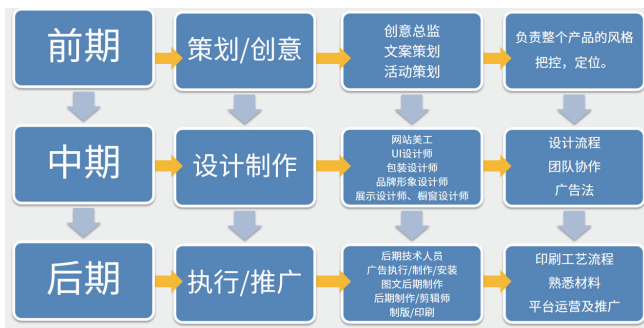


图1-24 设计阶段的职责与分工示意图

部门分工细化程度高，员工业务素质能力强，且具有设计前期、中期、后期整合营销承接能力的公司普遍受到甲方的欢迎。

4. 传媒公司作业流程

项目启动前，负责人根据整体作业流程进行分工布置，各部门明确各自职责及前后分工，

提高工作效率，提升专业化运作水准，使甲方享有愉悦且专业化的体验，有利于再次合作。
传媒公司作业流程如图 1-25 所示。



图1-25 传媒公司作业流程

5. 创意简报

制作创意简报目的是明确项目工作性质及现有情况，明确重、难点和厘清前期准备工作内容，创意简报如图 1-26 所示。填写工作描述需要搞清楚本次项目重点是系列海报，是画册楼宇书，是品牌推广，还是其他？创意简报有助于项目更有目标方向，使策略的调研及开展顺利进行。命题策略单《小快克》如图 1-27 所示。

创意简报【Brief】

客户		工作编号	
品牌		日期	
工作描述			
创意的目的			
品牌的个性			
竞争分析			
目标消费者分析			
现阶段想法			
未来的预计			
单一诉求			
支持点			
风格与调性			
限制条件			
必要元素			

图1-26 创意简报

策略单

命题单位	海南快克药业有限公司
产品名称	小快克牌小儿氨酚黄那敏颗粒（简称“小快克”）
广告主题	精准用药小快克，轻松带娃 so easy
品牌调性	可爱、童真、快乐、萌贱
传播/营销目的	如何让妈妈们了解精准用药的重要性，了解小快克贴心的分隔包装设计，横剪一袋，斜剪半袋，轻松搞定 0.5 袋。
小快克：	1、通过各位小伙伴充满童真的创意赋予小快克可爱、萌萌哒的品牌形象。 2、创造小快克品牌与年轻妈妈的沟通方式，希望向妈妈传递安全用药，精准用药的重要性，塑造小快克儿童精准用药专家形象。
企业简介	海南快克药业有限公司总部设在海南省海口市。现主要经营品种有：快克（复方氨酚烷胺胶囊）、小快克（小儿氨酚黄那敏颗粒）、快克露等。 小快克牌儿童感冒药从研发开始就严把品质，立足于儿童，特别研发的适合儿童的专用儿童感冒药。独特的草莓口味，解决了儿童吃药难的问题。 2008 年，为了解决精准用药的问题，更好的提升消费者的使用感受，小快克牌儿童感冒药 0.5 袋分隔包装的全面上市，宣布了儿童精准用药时代的到来。小快克成为国内第一家使用半袋包装的厂家。 近年来，药品事故层出不穷，其中用药不规范为主要诱因，此举也呼吁社会关注儿童用药安全，关爱儿童身体健康。详细见官方网、官方微信
目标用户群	1-12 岁儿童
主要竞争者	999 小儿氨酚黄那敏颗粒、小葵花、护彤等小儿感冒药
命题类别	■平面广告 ■影视广告 ■微电影 ■营销策划 ■广告文案 ■设计类 ■H5 移动交互 ■场景创意
建议列入事项	所有作品植入小快克 LOGO、分隔包装产品或者快克小超熊形象
命题要求阐述	【平面广告】 平面广告或是海报，主要适用于微博、微信等新媒体传播。可以为全幅面平面广告或海报，也可以是系列互动的平面作品。 要求： (1) 全年各个节日（元旦、春节、母亲节、父亲节、儿童节、国庆节、中秋节等），各类节气主题海报！ (2) 公益类宣传海报（参考“小熊救熊”及“小快克冬季亲子 cool 跑公益行”）！ (3) 手绘“分隔更精准、喂药更轻松”为主题，创作必须含有小快克分隔装的产品，不限于漫画或者插画。

图1-27 命题策略单《小快克》

1.5 创意字体设计工具包

字体与版式设计爱好者及从业人员应具备与时俱进的相关知识理论、手绘、软件制作、创新思维、作品表述等综合能力。

1.5.1 常用手绘工具

针对项目开展字体或相关版式设计（包装、画册、海报、书籍等一切视觉设计），直接利用软件制作，忽略手绘过程，似乎可以节省大把时间，但却忽视了手绘重要的思考和试错过程，盲目动手反而会效率低下。

1. 速写本等实物载体+板绘

在设计前期，设计师应有意识地养成手绘及思考习惯。手绘最大的优势就是便捷，是日常练习和记录灵感的神器，很多优秀作品都是在灵感突发时第一时间用手绘记录。

纸质速写本及其他手绘辅助工具是必备的，此外，不同材质纸张、墙面、衣物等实物均可作为载体，日常及娱乐的同时，优秀作品更有艺术品装饰收藏的价值。纸张与颜料交融产生肌理感是板绘无法比拟的。速写本如图 1-28 所示，3D 墙绘如图 1-29 所示。



图1-28 速写本

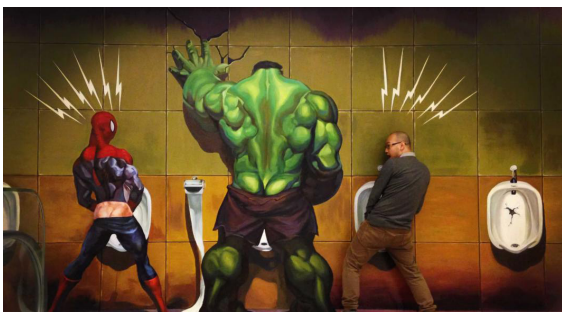


图1-29 3D墙绘

板绘作为科技进步的产物，搭配很多软件可以实现纸张、笔触、颜色等方面的仿真效果，但最终的效果还是没办法和手绘完全一致。板绘优势在于方便调整和修改，可以大大提高效率，因此，很多设计工作者喜欢选用板绘记录、板绘草图描摹来辅助速写本，此类方法有助于提升前期创意思考能力。手绘能力是每个设计工作者必不可少的核心能力之一。板绘工具—手绘板 / 平板电脑如图 1-30 所示。

2. 品类丰富的笔

(1) 铅笔

铅笔是手绘造型的好搭档（见图 1-31），软、硬铅笔搭配塑形能力强，线条轮廓明朗，便于修改，适合绘制字体或版式草图。H 代表硬度，B 代表软度。HB、2B 为硬铅，线条感硬朗，但易伤纸张纹理；3B、4B 硬度适中；5B、6B 为软铅；还有彩色铅笔，根据个人需求搭配使用以达到草图效果。常用手绘工具如图 1-32 所示。



图1-30 板绘工具——手绘板/平板电脑



图1-31 铅笔



图1-32 常用手绘工具

(2) 针管笔

针管笔是很多手绘爱好者的必备，针管管径的大小决定手绘线条的宽窄，可画出精确且具有相同宽度的线条。其均匀稳定的线条感受到景观设计师、室内设计师、视觉设计师绘图时的特别青睐，是设计师草图描边优化的首选。其针管管径有 0.1~2.0mm 的各种不同规格，在设计制图中至少应备有细、中、粗三种粗细的针管笔（见图 1-33）。

(3) 平头笔

平头笔因笔头粗细不同可以保持一定粗度的线条，有点接近绘制 POP 字体时马克笔宽头一侧的使用方法，平头笔也可用来大面积涂色。在字体设计时，哥特体即是由平头笔所表现（见图 1-34）。



图1-33 针管管径不同规格的针管笔



图1-34 平头笔绘制的哥特字体

(4) 美工笔

美工笔是借助笔头倾斜度制造粗细线条效果的特制钢笔，可营造刚劲有力的笔锋效果，被广泛应用于书法字体创作（见图 1-35）、美术绘图、硬笔书法等领域，是艺术创作的重要工具。

(5) 毛笔

毛笔，是我国传统的书写绘画工具，至今仍在使用。不同笔头、材质毛笔如图 1-36 所示。古代先贤创作了大量优秀书法、绘画作品并留传至今，被人们传颂。



图1-35 美工笔书法效果



图1-36 不同笔头、材质的毛笔

为便于人们使用及携带，软头毛笔应运而生，它是人们进行书法创作及创作水墨效果的好帮手，软头毛笔如图 1-37 所示。

(6) 压感笔

压感笔（见图 1-38）是指绘图用的数码压力感应笔，一般配合数位板一起使用。目前，有需要安装电池的有源压感笔和依靠数位板提供无线电源的无源压感笔两种。

压感笔笔头具有压力感应，可以根据使用者用力的大小，模仿出不同压力写或画出的图像。再配合各种笔刷效果，例如可以模仿毛笔、铅笔、钢笔等画出层次分明的水墨画面或线条等。



图1-37 软头毛笔



图1-38 压感笔

1.5.2 常用设计制作软件

1. Photoshop

Photoshop（简称 PS），作为一款最实用的图像处理软件，基本是所有设计工作者学习的第一款软件。它的应用领域非常广泛，在图像、图形、文字、视频、出版等方面都有涉及，并应用于平面广告创意、效果图后期、界面设计、字体图标设计等领域。

2. Illustrator

Illustrator（简称 AI）作为目前功能最为强大的矢量绘图软件之一，因其与多款软件均出自 Adobe 公司，快捷键等各方面转换互通性便捷，受到广大用户的喜爱。在字体设计处理方面显示出强大的实用性。

3. InDesign

InDesign（简称 ID）软件是一个专业排版领域的设计软件，是专业出版领域的新平台。在数字出版领域显示了出色的交互效果。

4. After Effect

After Effect（简称 AE）是 Adobe 公司推出的一款图形视频处理软件。它可以将已完成的字体、版式、创意设计在软件中进行动态效果处理，形成有趣的创意片头，与 Premiere 是目前新媒体领域制作的主力软件。

5. 3D Studio Max

3D Studio Max（简称 3ds Max）软件广泛应用于广告、影视、工业设计、建筑设计、多媒体制作、游戏等领域。比如片头动画和建筑动画的制作，与平面设计软件结合进行字体设计，它的视效更为出色。

6. Animate CC

Animate CC（简称 AN）由原 Adobe Flash Professional CC 更名得来，支持其原优秀网页动画设计软件，是交互式动画设计工具。可将音乐、声效、动画以及富有新意的界面融合在一起，以制作出高品质的网页动态效果。同时在 Flash SWF 文件的基础上，加入了对 HTML5 的支持。

7. H5广告制作平台

通常人们说的 H5 就是 H5 广告，是第五代 HTML 的标准规范，基于移动终端的营销宣传手段。其包含的主要技术有页面素材加载、音乐加载播放、可滑动的页面、动态的文字和图片。因其制作平台易上手、操作便捷、优秀的互动趣味性，受到众多品牌的青睐，如微信、淘宝、京东等平台广为使用，可谓媒体快速传播时代的得力助手。

结合主题将已设计好的字体、图形、插画、色彩与 H5 广告在线制作平台结合，会产生互动性极强的营销广告，有趣的动态互动内容会更吸引人。

目前 H5 广告的制作平台主要有：微页（微信平台）、MAKA、WPS 秀堂、Epub360、IH5、木疙瘩等（见图 1-39）。可根据软件特点进行选择，当然，效果更丰富的 H5 广告还要结合后期制作剪辑软件等综合实现。

8. CINEMA 4D

CINEMA 4D（简称 C4D）是一款突破自身的三维设计和动画的软件。可以轻松进行专业的建模、动画、渲染（网络渲染）、角色、粒子以及新增插画等功能操作，CINEMA 4D 是所有 3D 艺术家的完美选择，可轻松获得惊艳的效果，为动态效果制作创造无限可能。



图1-39 H5广告制作平台

1.5.3 创意思维方式的养成

出色的创意能够建立起品牌（产品）与用户的关联，充分体现在产品创意输出过程中用户对该信息的输入、认知、共情、分析、记忆和购买的整个闭合轨迹过程。

培养自己从品牌（产品）和消费者不同视角观察、换位思考的习惯。善于从各种调查报告、数据分析中洞悉行业发展趋势，为品牌（产品）提供贴近市场动态发展的设计方案。

1. 敏锐的市场洞察力

（1）营销日历法

营销日历是遵循人类社会发展的轨迹而展开的一系列的营销决策活动，是有精准的地域性、时效性特征的“时间轴”。所有的品牌（产品）在进行社会活动时必参考当季“时间轴”围绕产品开展相关设计工作。营销日历法有助于培养设计工作者敏锐的市场洞察力。

（2）用户侧写法

侧写是指根据研究对象的行为方式推断其心理状态，从而分析其性格、生活环境、职业和成长背景等信息。而侧写师拥有超乎常人的敏锐的观察、思考和分析能力。

将侧写运用到现代消费群体行为的洞察分析中，反馈到策划、创意、设计和执行环节会更有针对性，产品获得的市场认可度会更高。

2. 解决问题的执行力

（1）思维导图法

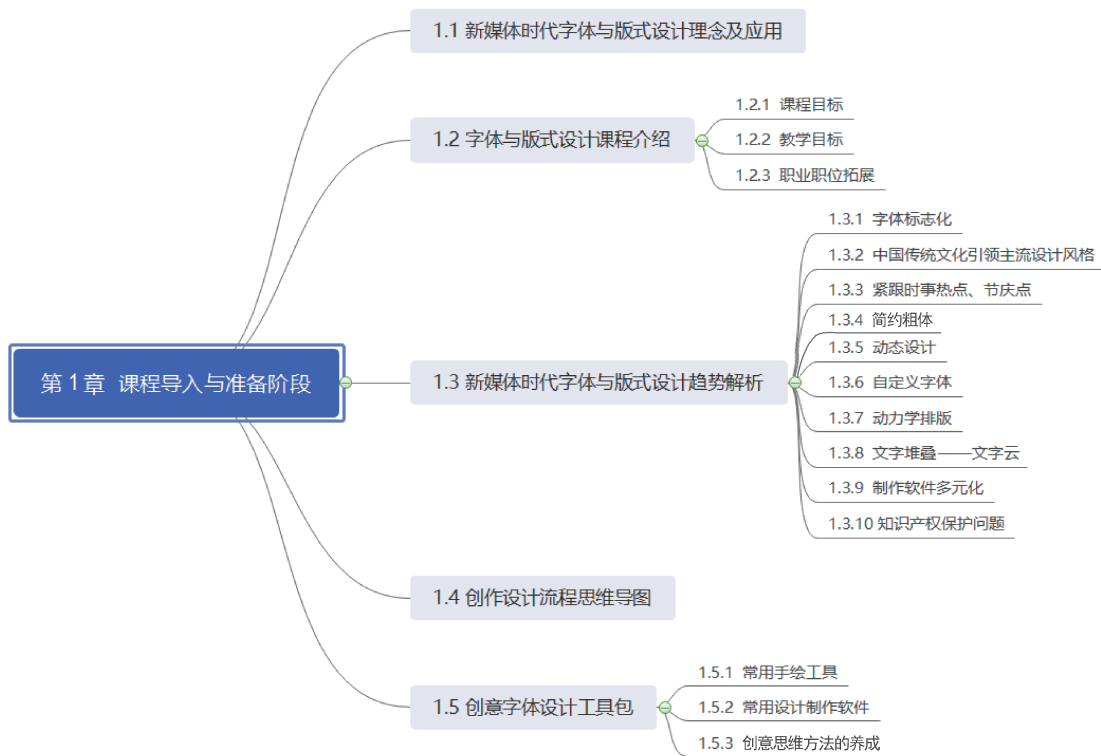
思维导图可以帮助各行各业人士梳理思路，把握重点、快速找到解决问题的有效途径。可将看似无关的知识点系统化、规律化、结构化，是优化执行力的有效助手。例如，在字体设计、标志设计创意之初有助于梳理思路，找到方向。

（2）创意思维方法

创意过程实际上是一个极其重要的认知过程。例如向大师致敬，从他们的创作中寻找并体会创意的灵动。常用到的创意思维方法有：发散思维、联想思维、逆向思维和跳跃思维等。



思维导图



作业布置