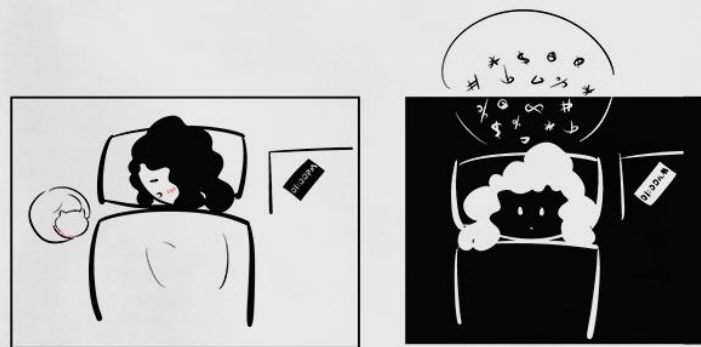


优秀毕业设计

学院名称：设计艺术学院

作者姓名：陈思禹

指导教师：高品









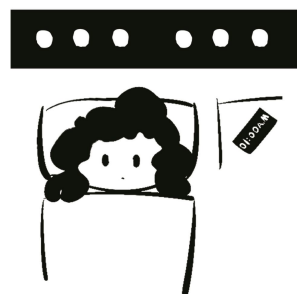




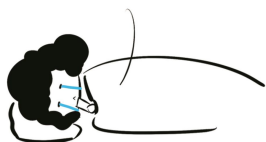








又是为别人的爱情流泪的一天.....



是条咸鱼了.....



你是什么品种的神奇宝贝



优秀毕业设计

学院名称：设计艺术学院

作者姓名：何文琦

指导教师：刘健

MANCHU COSTUMES

沈阳故宫·衣香鬓影

www.sypm.org.cn

沈阳故宫博物院
The Shenyang Palace Museum



www.manjusa.com

MANCHU COSTUMES

沈阳故宫·衣冠楚楚

www.sypm.org.cn

沈阳故宫博物院
The Shenyang Palace Museum



manjusa

www.manjusa.com

MANCHU COSTUMES

沈阳故宫·铁马金戈

www.sypm.org.cn

沈阳故宫博物院
The Shenyang Palace Museum



manusa

www.manusa.com

故宫建筑——凤凰楼

沈阳故宫

SHENYANG

十王亭呈燕翅排开，是满族八旗制度的建筑表现，是君臣合署办事的重要标志。



右翼王亭



左翼王亭



正黄旗亭



镶黄旗亭



正红旗亭



正白旗亭



镶红旗亭



镶白旗亭



镶蓝旗亭



正蓝旗亭



东路

故宫建筑——凤凰楼

沈阳故宫

凤凰楼

沈阳故宫中最高的建筑，这种筑高台而居的建筑形式来源于满族先祖长期以来的居住习惯，堆建土石高台，满足安全与瞭望的需要。

中路

故宫建筑——大政殿

沈阳故宫

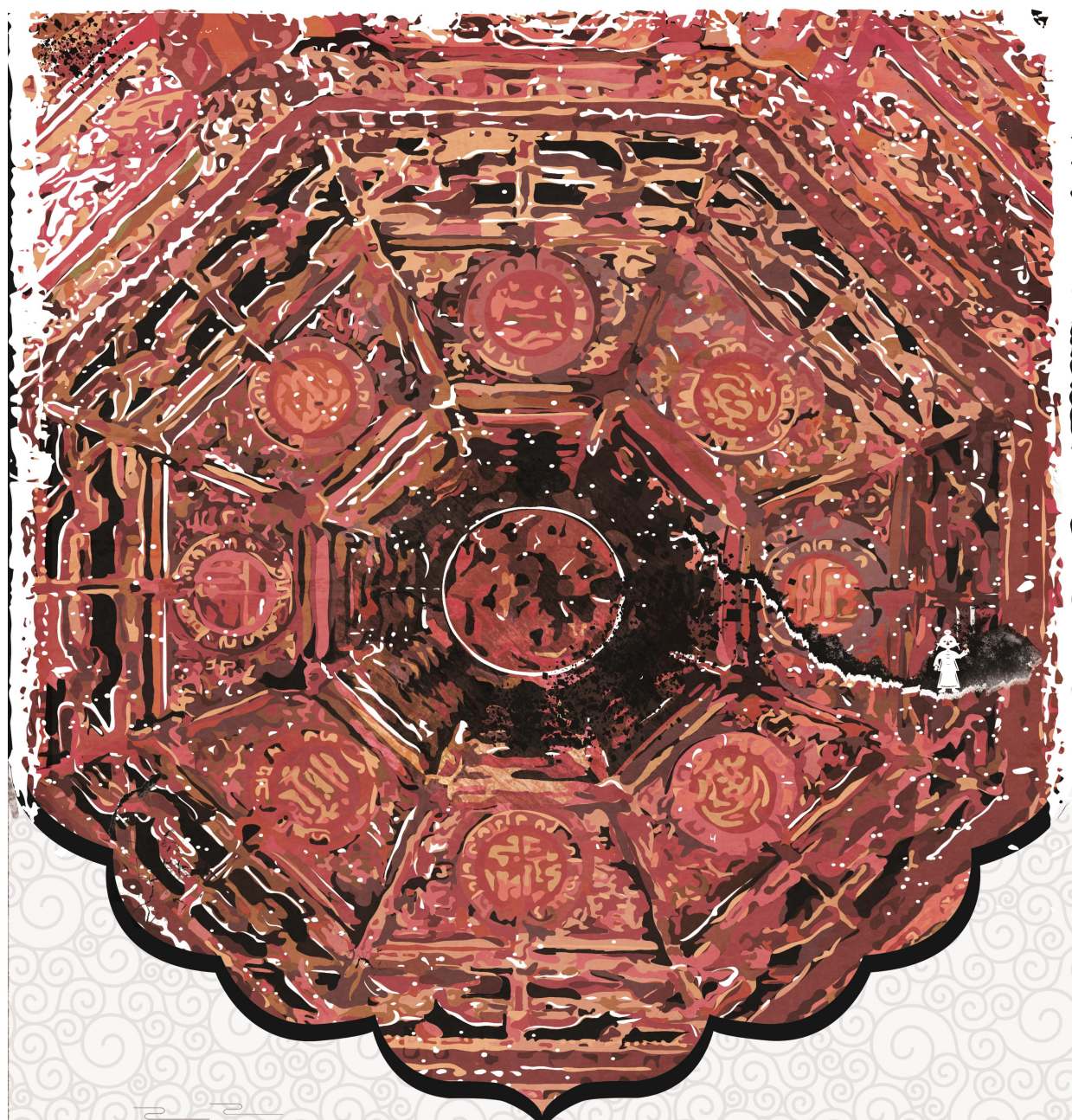
SHENYANG



攒尖顶，中国特有的帐殿式建筑形式，是为了遵照满族先祖游牧生活和努尔哈齐军旅生活所倚赖的宿营帐篷修建。



东路



藻井字天花

沈阳故宫系列海报 · 故宫彩画——大政殿藻井和文字天花



沈阳故宫博物院
The Shenyang Palace Museum

三宝
吉祥草





簷 卷 草



沈阳故宫系列海报·故宫彩画——十王亭檐头卷草满族彩画



沈阳故宫博物院
The Shenyang Palace Museum

优秀毕业设计

学院名称：设计艺术学院

作者姓名：黄莹

指导教师：高品



爱达乐品牌终端设计

1

logo



ADDLOVE 爱达乐

爱达乐的logo以四川大熊猫为创意出发点，使品牌更具有亲和力，展现了爱达乐难以割舍的家乡情怀，背部由四川的“四”字草书抽象展现，寓意着品牌的发源地，同时它也是由爱达乐特色糕点川团演变而来，体现了爱达乐品牌的行业特性。通过“四”字与川团的结合，表明了爱达乐品牌的主打理念：川味烘焙。绿色代表着希望，展望爱达乐能与时俱进，共同推动川式糕点的发展把川式糕饼做出真正的四川味道。

墨稿和反白稿



标准制图

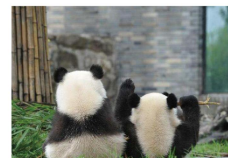


通过网格制图，可以了解企业标志的整体空间结构、造型比例相互关系并可依据此图精确复制较大的标准形态的标志，为了确保企业形象的权威性和完整性，规范设计要求均应按此制图法来制作标志，并使成为监督及验收的标准。

作品简介：

爱达乐品牌终端设计是为了对品牌进行有效资源整合，集结所有的终端元素来充分展示表达爱达乐的品牌的核心价值思想，形成更有利于品牌营造的空间化传达，使品牌与公众之间建立起一个有亲和力桥梁，从而使品牌更加完美地展现在公众面前，达到对品牌进行市场营销的终极目的。

创意来源



色彩规范



错误预演





爱达乐品牌终端设计

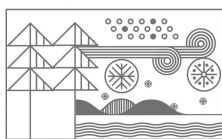
2

学生姓名：黄莹
指导老师：高品
专业班级：视觉传达1401班

辅助图案



图案围绕着小麦生长的过程为创作，利用线条绘图，讲述了“山下那片小麦”的故事。小麦冬天播种，经过瑞雪整个冬天的浇灌，在春天疯狂生长，在烈日炎炎的夏天结出硕果。小麦经过三个季节的沉淀，被磨成面粉走向人们的餐桌。“山下那片麦田”用了指定词语“山下”表达了小麦是经过精挑选址栽培，没有受过污染，印证爱达乐的工作信条与人生格言。



冬



春

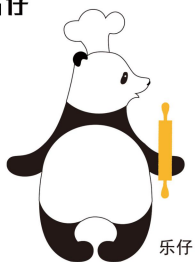


夏

基础应用部分



店仔



乐仔

应用



它是一只可爱的大熊猫，大熊猫具有亲和力，是所有人对四川印象里重要一条，是四川的名片之一。爱达乐的店仔取名为乐仔，为爱而生，乐：快乐的“乐”，乐在字典里有心甘情愿的意思，代表着爱达乐人的奉献的精神和快乐的付出，带给人爱的味道，仔：释义所担负的职务，象征着爱达乐人做好面包的使命，侧着的脑袋，正面的身体，手拿着擀面杖，让乐仔在众多的大熊猫中脱颖而出，体现爱达乐与许多烘焙店与众不同的理念，做独特的川味烘焙。



爱达乐品牌终端设计

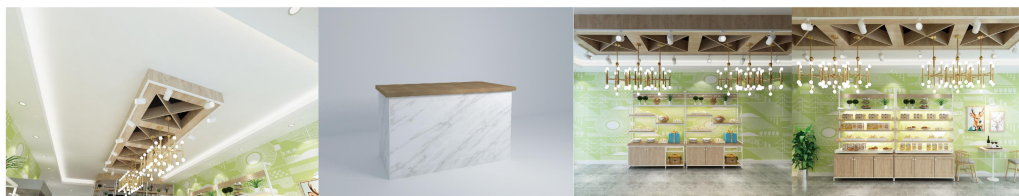
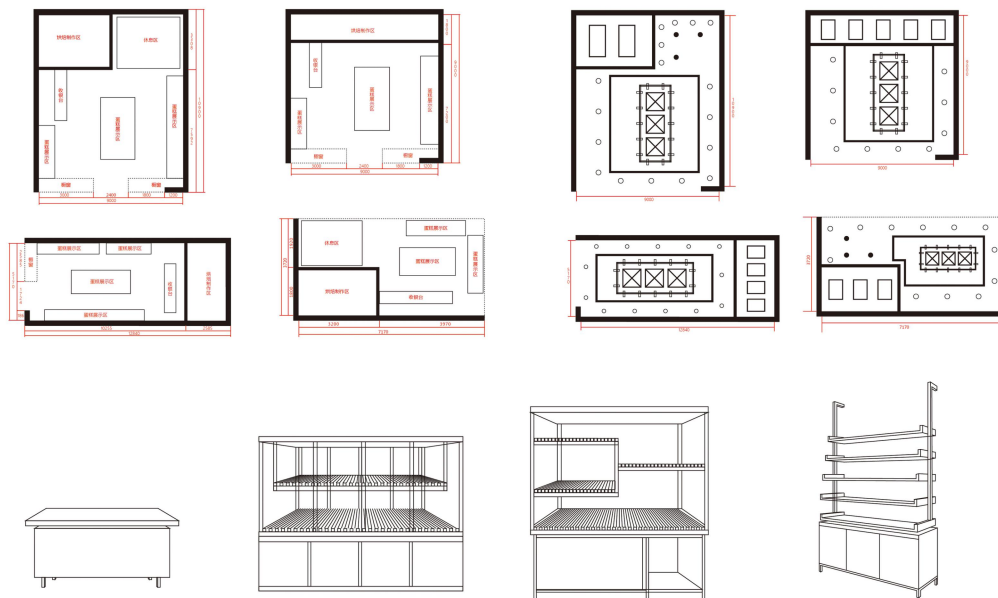
3

学生姓名：黄莹
指导老师：高品
专业班级：视觉传达1401班



门头设计的色彩搭配，采用白与绿的搭配，色彩是商品品牌定位的一个重要环节，因为色彩最能吸引消费者的注意力，从而促使他们阅读和购买。爱达乐的门头设计主色调为白色，白色象征着纯洁、洁净和新鲜度而绿色搭配白色，是为了用绿色去促进人的食欲感。

门店设计整体选材上用了铝塑板，铝塑板门头是一种性价比较高的门面，比吸塑灯箱广告门面稍贵一些，我们所熟知的一些品牌连锁店例如苏宁，国美，中国移动等，都是采用铝塑板的材料，面向消费群体是个便捷的的门面材料搭配！



优秀毕业设计

学院名称：设计艺术学院

作者姓名：孙露

指导教师：赵明









C2 产品推送图

Product push map

襄平炸肉

替你表白

壹拾貳元 12

汁汁爆浆鸡

-60%

朦胧的暗恋...被一袋炸肉打破

"偷偷喜欢你的第..132天"

鼓足勇气和喜欢的那个ta一起分享一袋炸肉吧

襄平年历

恋爱篇

今日 **吉**

宜 打破暗恋

襄平炸肉

C2 产品推送图

Product push map

**亲爱的，不要炸毛
要炸肉~**

玖拾玖元 99

爱心月卡

-30%



让你的吃货女友月月有惊喜

"你到底爱炸肉还是我?"

男友偶尔的粗心，有襄平肉肉来抚平

襄平年历

恋爱篇

今日 **大吉**

宜 包养女友

襄平炸肉

C2 产品推送图

Product push map

**拼酒量...不如
拼吐量!**

捌拾捌元 88

青春结义桶

-60%



吃得下 世界就是你的

"以后我们就是兄弟了!" "好!"

还记得当初在寝室楼下吃着炸肉...喝着冰可乐的日子吗?

襄平年历

兄弟篇

今日 **吉**

宜 遥想当年

襄平炸肉

C2 产品推送图

Product push map

**兄弟! 太久不见
襄平约起!**

柒拾玖元 79

食尚兄弟餐

-70%



未来很远, 肉量很足

“吃货路上, 有我有你”

好兄弟各自在朝着未来奔去, 不要忘了来襄平吃肉

襄平年历

兄弟篇

今日 **大吉**

宜 畅想未来

襄平炸肉

C2 产品推送图

Product push map

**结以吃炸肉
聚惠来襄平**

肆拾伍元 45

炸鸡三人拼

-80%



三三两两 朋友齐享

“你的是什么味道?” “不告诉你~”

疫情建议分食, 可不要馋别人的哦~

襄平年历

兄弟篇

今日 **小吉**

宜 呼朋唤友

襄平炸肉

C3 营销包装卡 Marketing packaging card



C6 单品推销卡 Merchandising card



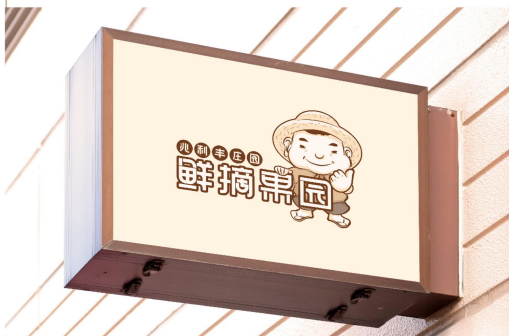
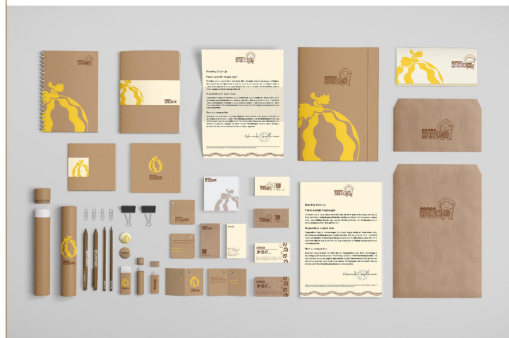
优秀毕业设计

学院名称：设计艺术学院

作者姓名：滕泳好

指导教师：高岩

应用部分
标志应用范例 **B-2** B-2.01灯箱/名片/办公用品



灯箱

应用部分
网页范例 **B-3** B-3.01电脑网页



应用部分
海报范例 **B-4** B-4海报设计

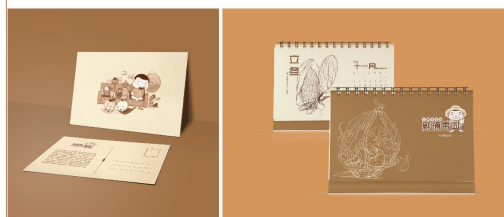


海报应用

应用部分
宣传页范例 **B-5** B-5折页/明信片/日历



传单折页

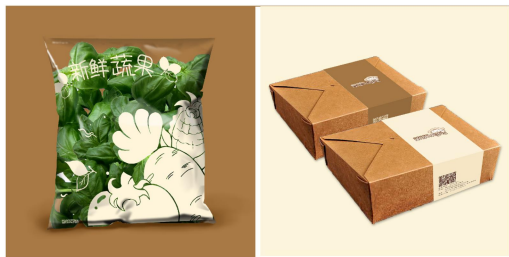


明信片

日历

应用部分
包装范例 **B-6**

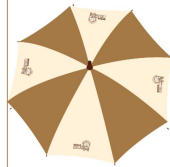




应用部分
装饰用品范例 B-7



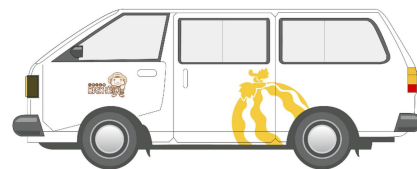
挂旗



雨伞 / 太阳伞



挂旗



运输车

应用部分
商标品牌范例 B-7



果冻包装



果汁包装



西瓜包装

优秀毕业设计

学院名称：设计艺术学院

作者姓名：韦婧雯

指导教师：高岩



品牌理念

禧月婚礼策划有限公司致力于打造定制型婚礼，是一家集婚礼创意、婚礼流程策划、婚礼环境布置、婚礼喜品定制、婚礼现场督导、等服务于一体的专业化、全方位、一站式婚礼服务机构，专注于为每一对新人提供高端婚礼策划。

禧月挖掘传统的婚礼文化，以全新的方式为新人呈现婚礼，挖掘婚礼中“喜悦”的源泉。禧月也是提出纯粹“一站式”婚礼服务的策划公司，新人在预定婚庆的同时也可以轻松的挑选到适合自己的酒店、婚纱照、婚戒、礼服、喜品等婚礼事宜。个性婚礼是禧月倡导的时尚婚礼元素，通过沟通交流，可以使每对新人在婚礼上充分展现出只属于自己的婚礼环节。专业的道具为新人量身订制，非凡的执行力保证婚礼现场效果的实现。禧月对于婚礼要的不是产品，而是作品！禧月婚礼，“我们为爱奔忙”为佳人再添“喜悦”！

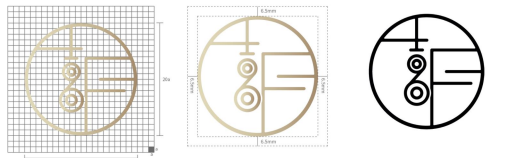
A01 标识与创意说明



品牌标识通过图形化和文字组合的形式向消费者传达品牌的行业属性和企业气质，增强标识的可识别性。

- (1)在国人的传统思想意识中，圆一直是以代表“完美”，“团团圆圆”，“花好月圆”等形象出现的，象征禧月对消费者的美好祝愿及对每次服务追求完美的企业追求。
- (2)将盘扣的形象提炼再设计，替换在“喜”字中，使设计更具创意性、独特性，寓意“为爱奔忙”，与禧月婚礼策划的私人定制理念相对应。
- (3)将印章文化的“形”与“意”运用到标识中，使品牌更具文化内涵，也寓意着企业的发展如印章文化一样散发着蓬勃的生命力和创造力。
- (4)运用字体创意设计中连字的设计方法，将“喜”“月”两个字巧妙地结合在一起，寓意企业的凝聚力，也表达对美好婚姻中喜结连理，夫妇同心的美好祝愿。
- (5)标识主要运用金色渐变的配色，增添了品牌质感，对应“追求作品不是产品”的理念。

A02 标识使用规范



A02-1 标识标准规格规范

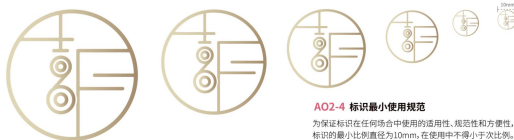
在无法使用电子文件输出的情况下，本图严格规定标识制作的规格和各种比例，制作时应严格按照本制图法的规定，可根据具体使用情况采用标准制图，即可绘制出正确标识图案。

A02-2 标识留白区域规范

在字中、某组合字中标识上、下、左、右两边分别留白6.5mm，标识上方不得有任意文字和图片，应保持标识上方的空白。单独出现时，标识上方不得有任意文字和图片，应保持标识上方的空白，标识上、下、左右分别留白6.5mm。

A02-3 标识墨稿

标识的色彩均有其特殊的含义，不可以随意更改，但为了应对特殊情况下的使用，例如黑白报纸、表单等，标识墨稿即可以出现。



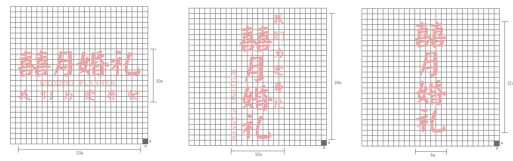
A02-4 标识最小使用规范

为保证标识在任何场合中使用的适用性、规范性和方便性，标识的最小比例直径为10mm，在使用中不得小于此比例。

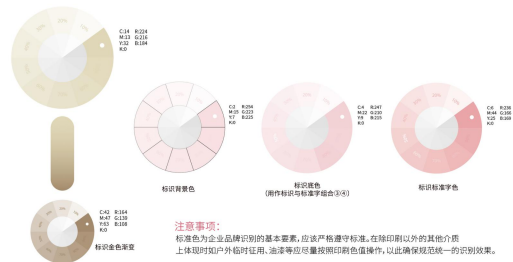
A02-5 企业标准字模式规范



A02-6 企业标准字标准制图



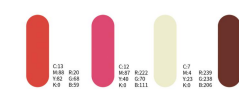
A03 企业标准色



注意事项：

标准色为企业品牌识别的基本要素，应该严格遵守标准，在除印刷以外的其他介质上体现时如户外临时记号、油漆等应尽量按照印刷颜色值制作，以此确保规范统一的识别效果。

A04 企业辅助色



辅助色作为丰富标识的使用空间而设定，不可取代标准色，应严格按照色值使用。

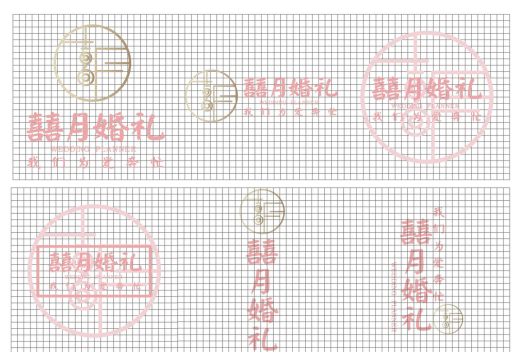
A05 企业辅助色



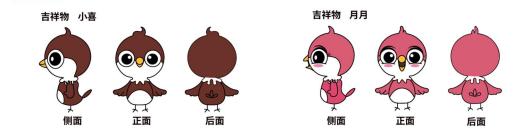
A06 标识与标准色组合



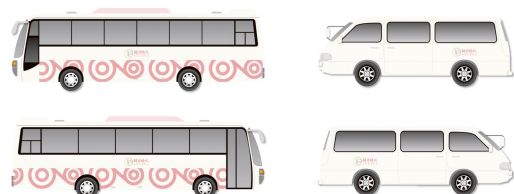
A07 标识与标准色组合标准制图



A08 吉祥物



B01 车体外观部分



B02 办公应用部分



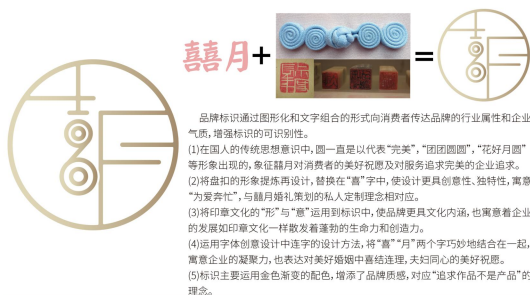
B 应用系统

Applications System

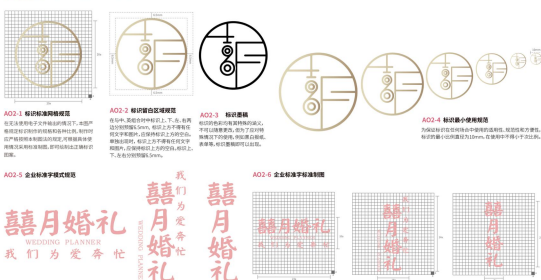
A 基础识别系统

Basic Identity System

A01 标识与创意说明



A02 标识使用规范



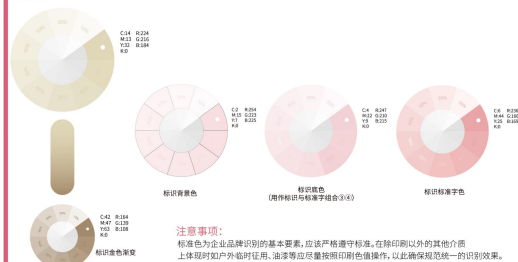
A03 标识与标准字组合



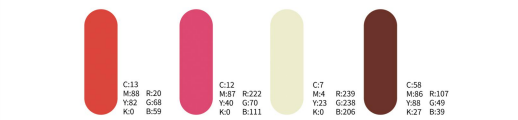
A04 吉祥物



A05 企业标准色及辅助色



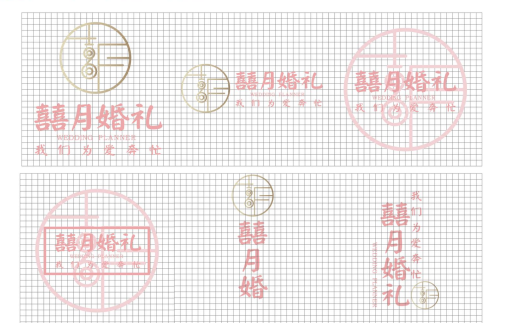
A06 企业辅助色



A07 企业象征图形



A08 标识与标准字组合标准制图



▼ C 礼品开发系统
Gift Development System



雨伞



马克杯



吉祥物杯垫



吉祥纹样装饰画



品牌衍生形象装饰画

优秀毕业设计

学院名称：设计艺术学院

作者姓名：张宏杰

指导教师：秦博



舒适还是自驱力?



重复还是创新？



服从还是反对？

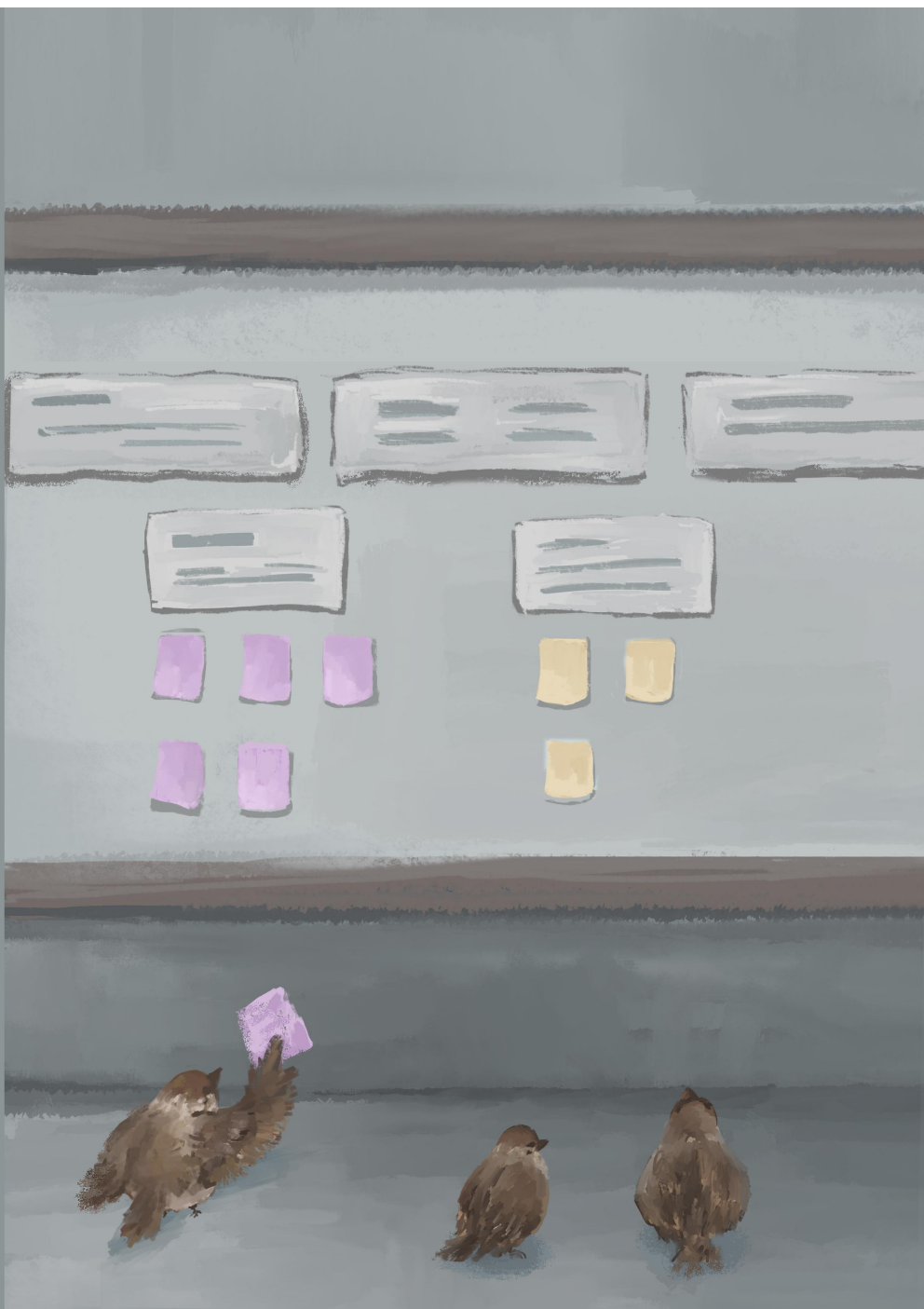
才华有限公司

TALENT LIMITED COMPANY





挑战还是逃避？



求速还是求稳？



协作还是个性？



远离还是适应？

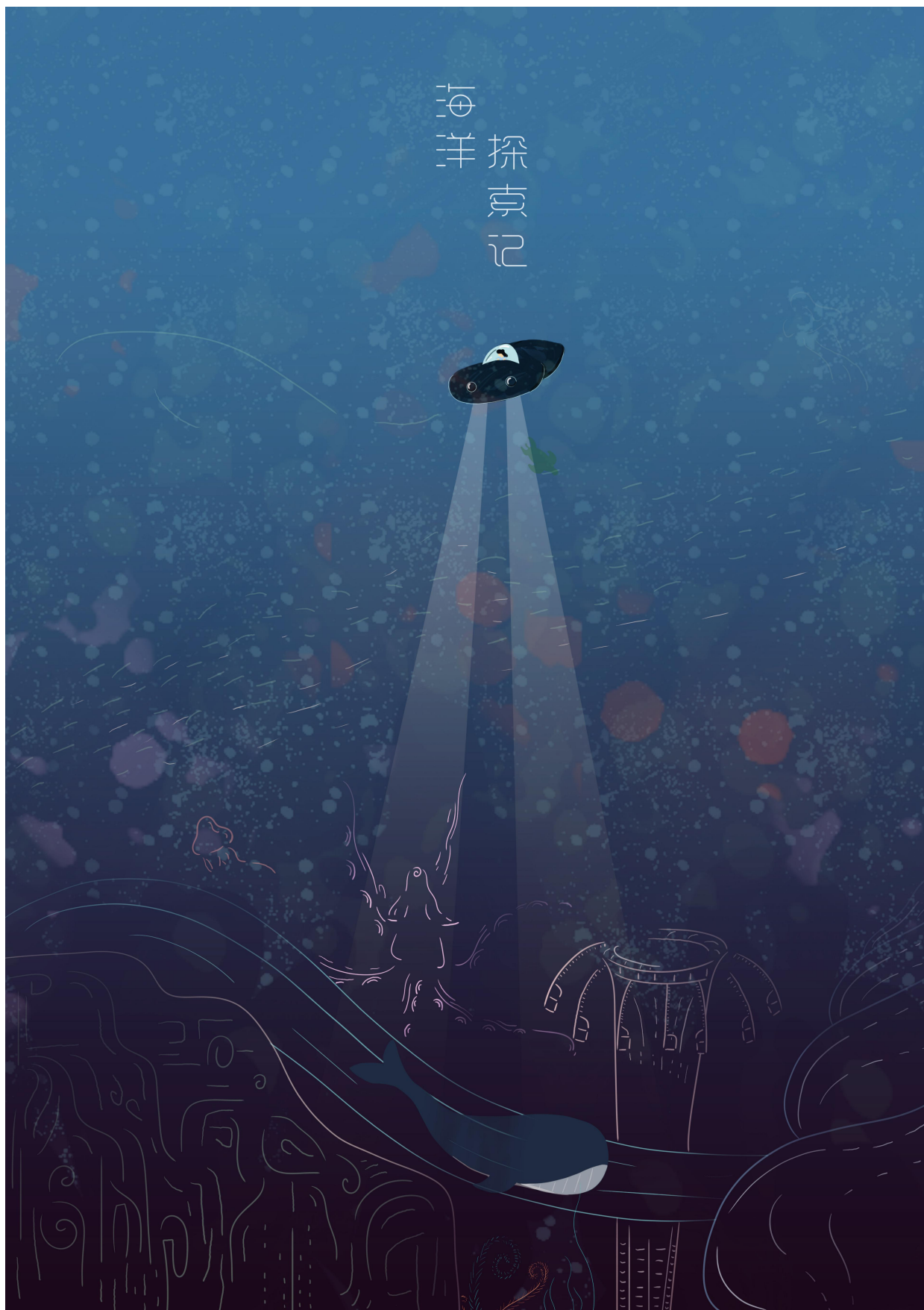
优秀毕业设计

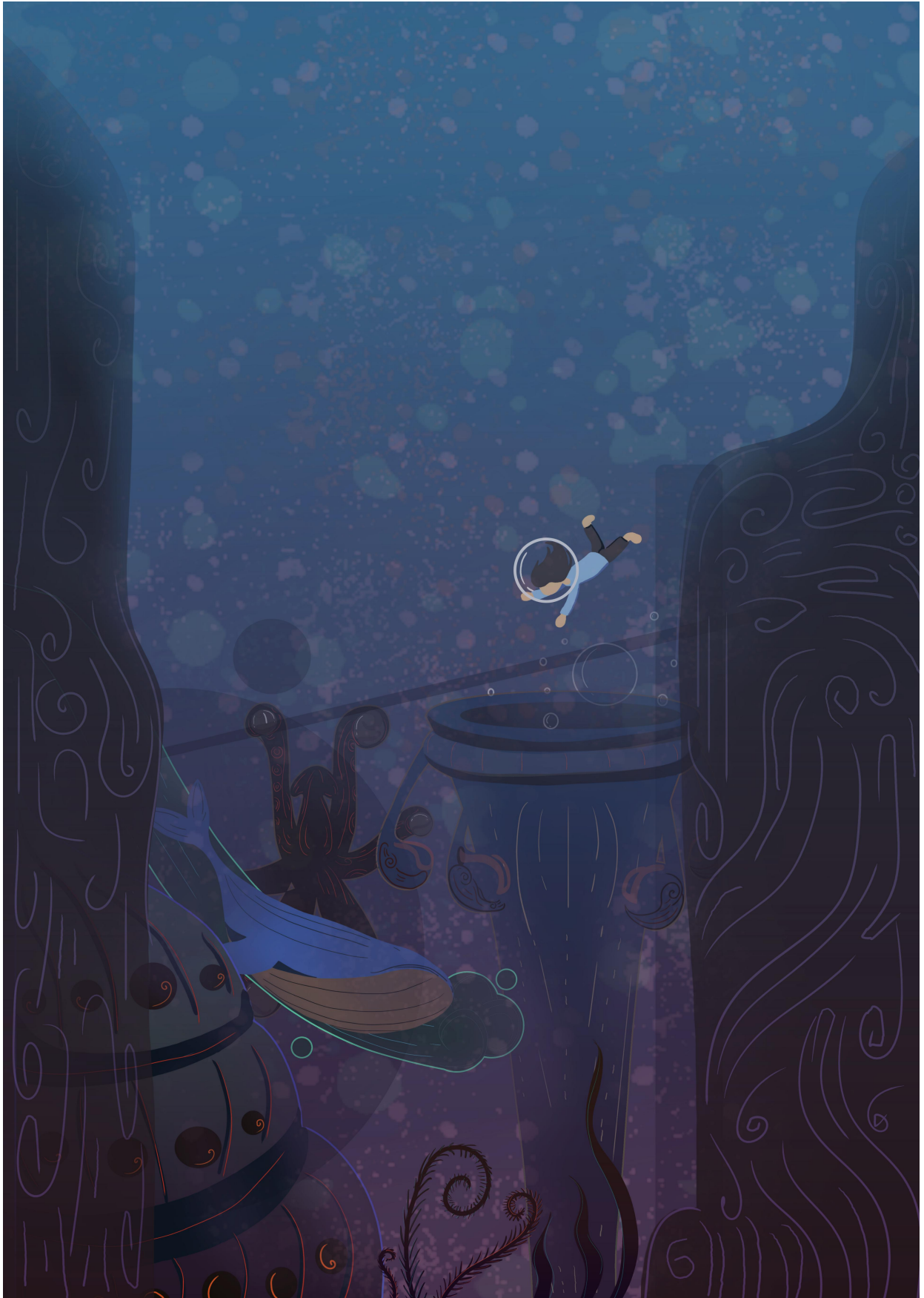
学院名称：设计艺术学院

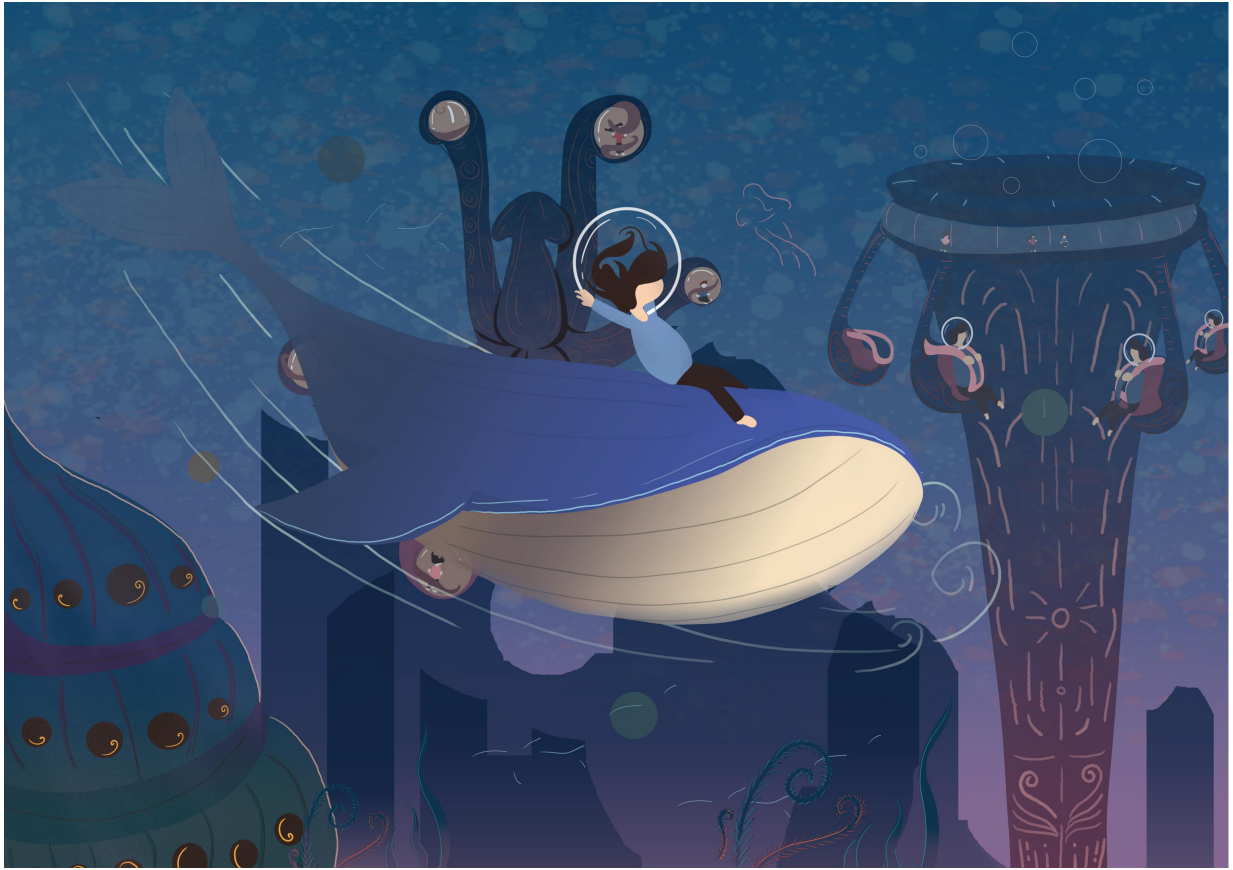
作者姓名：张旺

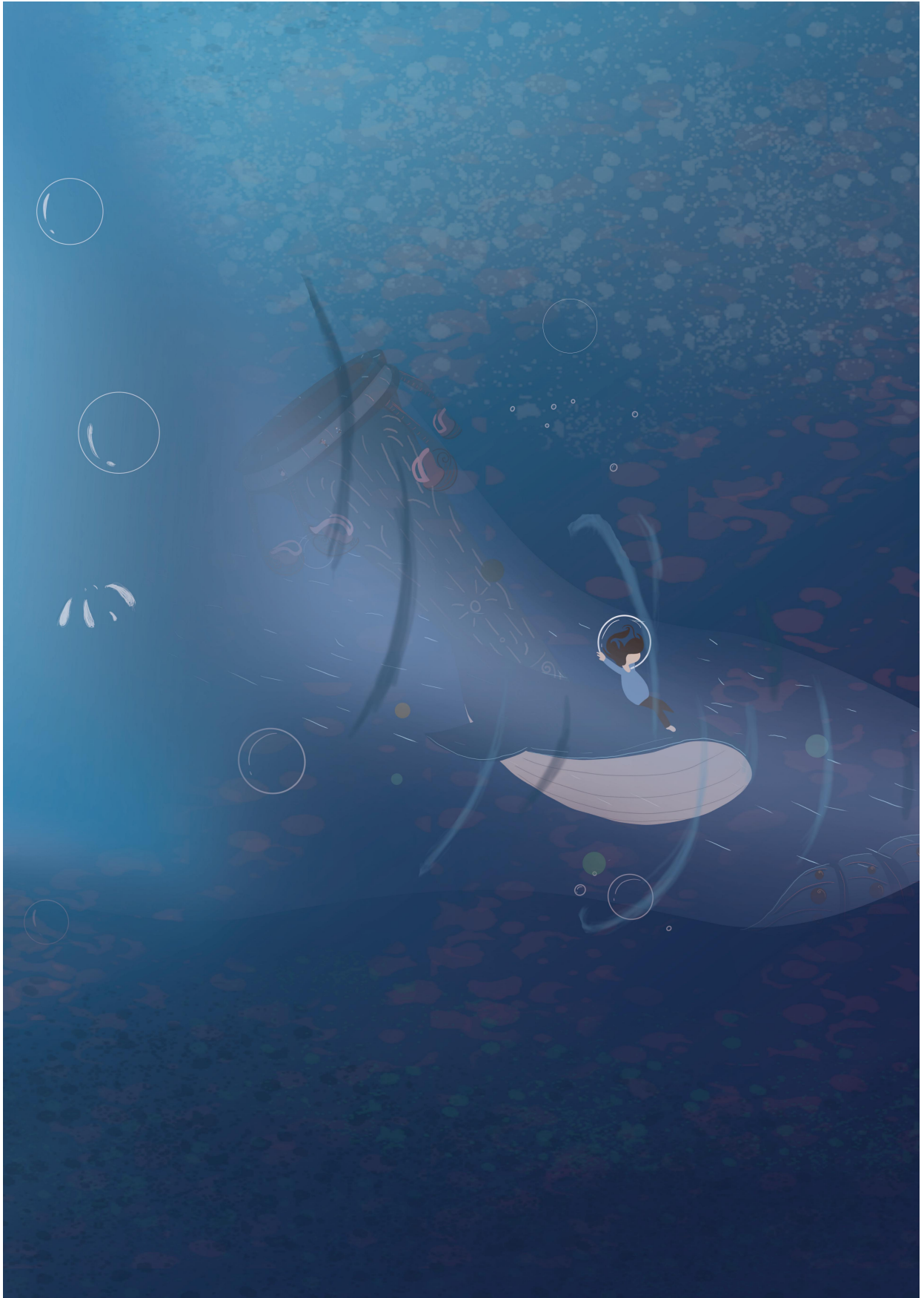
指导教师：高品

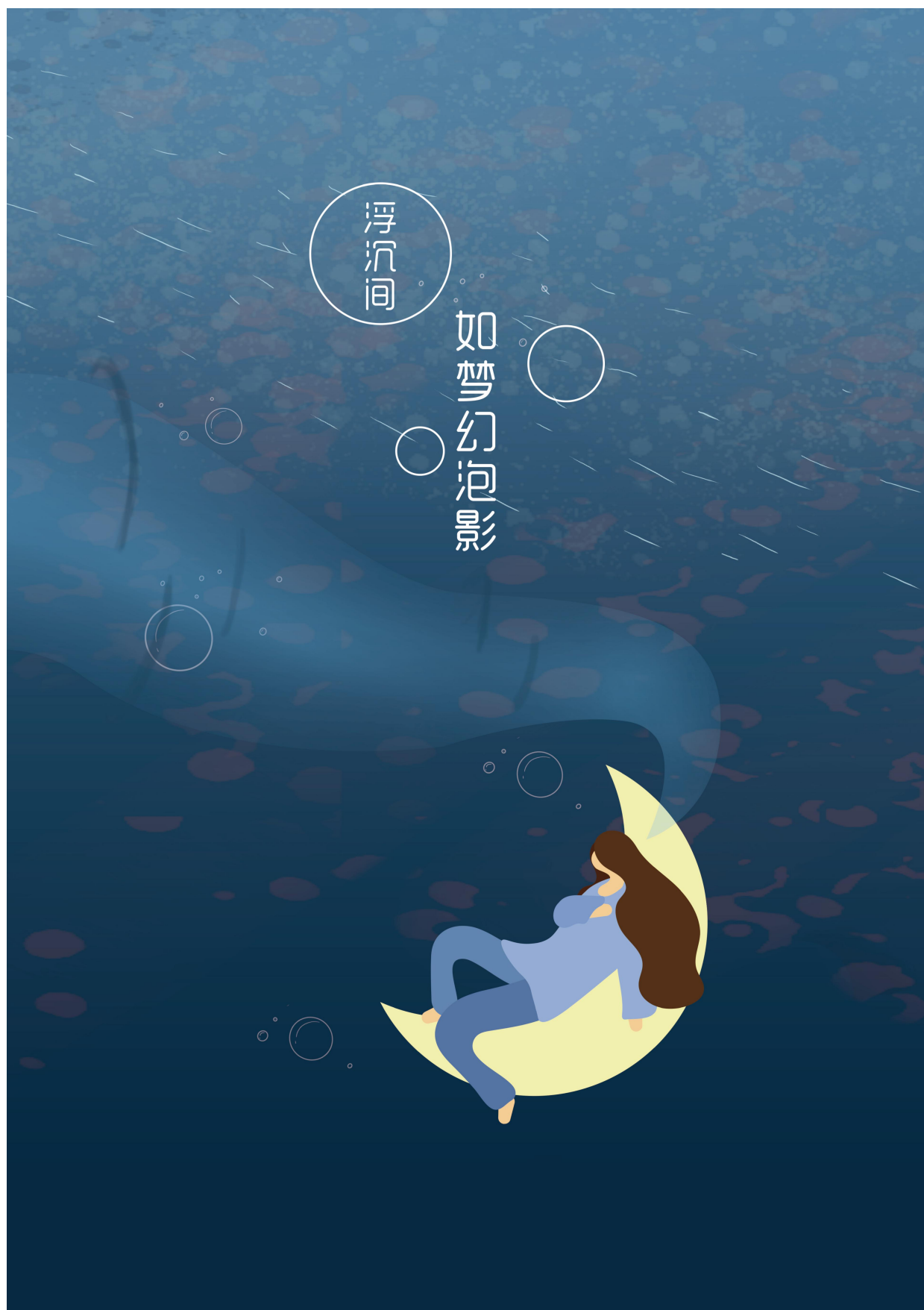
海洋探索记







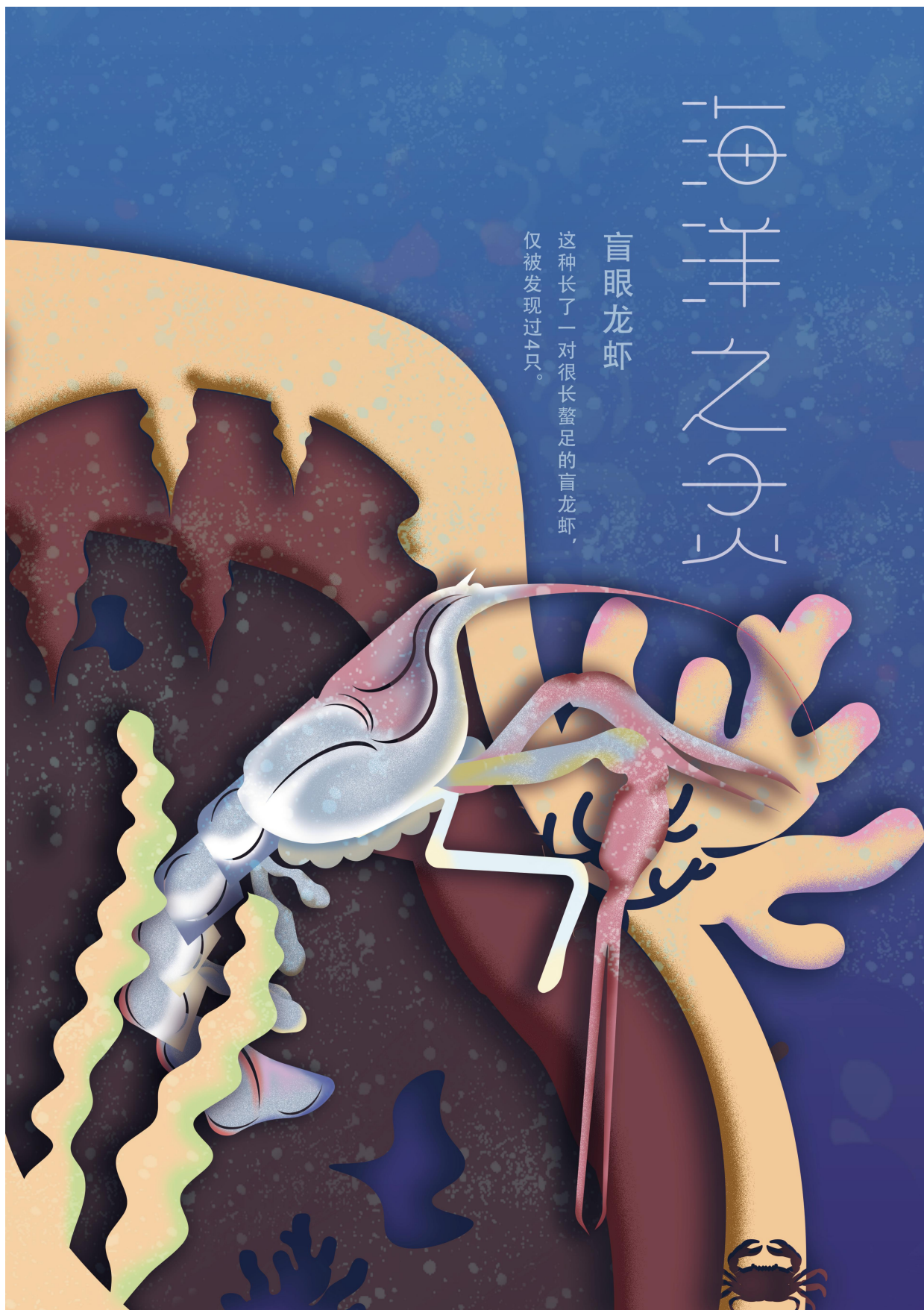




海洋之灵

盲眼龙虾

这种长了一对很长螯足的盲龙虾，
仅被发现过4只。



海洋之美

萤火鱿

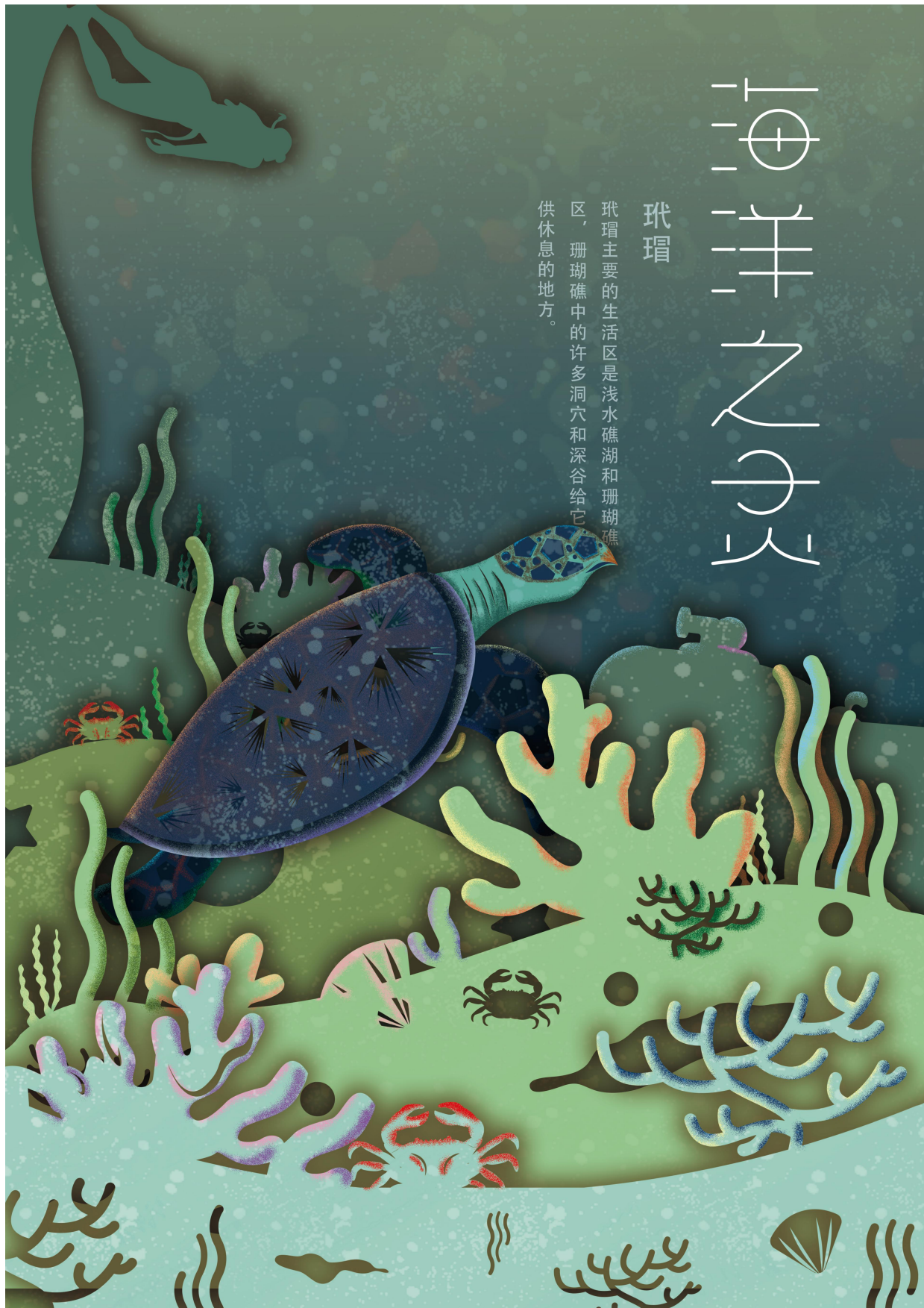
萤火鱿一整天都待在百米深的海里，只有夜晚才会来到海面附近，在体内的发光器与感光器作用下，它可依照深度来调整自身的亮度。



海洋之灵

玳瑁

玳瑁主要的生活区是浅水礁湖和珊瑚礁区，珊瑚礁中的许多洞穴和深谷给它供休息的地方。



海洋之灵

叶海龙

体色多变，与年龄，地点，食物和周围环境均有关。附肢有助于该种对藻进行模仿拟态

