

亲历者说

# 创新融合 放飞梦想

——访第十届深圳文博会宣传形象设计师孔森

本报记者 林金华



孔森在自己设计的作品前

孔森 KONGSEN

自上世纪90年代开始,以今日集团、古井集团、国家开发银行等标志VI形象开启了中国品牌设计的先河,誉有学院实力派设计师之称号。在从事设计教育的同时继续在中央工艺美院、中央美术学院研究生班深造,之后又赴日本东京艺术大学研修。1995年应邀来到深圳后参与筹建了深圳职业技术学院广告设计系,并任主任,从事专业设计教育长达十五年。始终执着设计教育,现为湖北工业大学艺术与职业学院兼职教授;江汉大学艺术与职业学院客座教授;深圳大学艺术与职业学院客座教授。进入新世纪后,开始由企业扩展到文化艺术出版领域,完成了首届深圳文博会、深圳广电集团品牌栏目、深圳文交所及中国流行音乐金钟奖大赛等系列,在诸多文化领域音乐、戏剧、展览、出版等相关视觉形象设计,获得了国内外各类专业竞赛金、银、铜大奖及荣誉百余项。

多年以来一直致力于中国品牌形象设计的研究与推广,把中国传统文化精神融入到当代国家机构、中国品牌、文化事业等诸多方面,为社会各界提供了卓越的视觉形象设计,被业内誉为创造中国形象设计的代表人物。同时也为中国的设计教育、设计公益事业及学术研究作出了独特贡献。

五月的深圳繁花锦簇,深圳文博会迎来十届华诞。一路走来,深圳文博会给我们留下太多的故事,也给曾参与深圳首届文博会宣传形象设计的设计师孔森留下太多的回忆。今年,他又加入到第十届文博会前期宣传工作中。

为了让更多海内外人士了解深圳,更好认识深圳文博会,2014年4月,深圳市委宣传部特别成立第十届深圳文博会宣传形象设计提案小组,并邀请首届深圳文博会宣传形象设计者、深圳著名设计师孔森挂帅设计。宣传形象立足“中国梦”主题,向世人展示了深圳这座“设计之都”的创意,以及这座文博之城的魅力。

十年磨一剑,深圳文博会再次扬帆远航。为了庆祝文博会十届华诞,增强深圳文博会的辐射力与影响力,深圳市委宣传部启动了本届文博会形象宣传工作,并特别组成设计提案小组,邀请孔森挂帅设计。孔森表示,从4月底文博会宣传口号方案确定,到宣传海报、户外广告立柱、地铁、公交候车亭广告等全方位城市宣传形象的设计完成,仅用了短短10天时间。

孔森说,此次设计旨在表达一种理念,即深圳文博会是中国乃至世界的文化大舞台,是实现“中国梦”走向世界的极佳平台。孔森说,深圳市委宣传部负责文博会宣传工作的同志与设计小组一起多次论证宣传形象设计稿,市委宣传部宣传处处长李建阳提出设计稿要体现出十年庆典、表现并强化“中国梦”的理念,给予了设计小组富有前瞻性的设计理念引领。可以说,最终的定稿是大家共同智慧的结晶。

孔森说,在短时间内完成大量的布点工作,既要变化又要保持统一的视觉形象,这对设计团队来说是一个挑战。在市委宣传部领导的启发与鼓励下,孔森带领创作团队,以丰富的色彩与形象出色地诠释了十届文博会。设计组还专门设计了



孔森设计的本届文博会形象宣传最大的特点就是深圳风格,全方位、信息发布的多渠道与平台,在不同区域和地段,进行有效的信息发布。

纪念LOGO,并且针对不同户外媒体,采取了不同设计效果。比如,户外立柱突出简洁、热烈、大气的特色,以让外地参展团与嘉宾在机场、火车站、地铁、市区公交车亭感受到深圳的热情。

在这组宣传形象中,“文化中国、创意深圳”“文化引领、产业融合”“贸易扬帆、文化远航”等内容,传达出深圳文博会的主题以及创意深圳的形象。

在“中国梦”的主题基调下,孔森在系列形象广告中加入“鹏城”深圳、大鹏展翅的元素,辅以象征未来的色彩,力图让参加文博会

的海内外嘉宾、参展商感受到深圳是一座能让梦想飞翔的城市,让人感受到深圳不仅是世界的“设计之都”,还是推动中华文化走出去的前沿城市。深圳文博会的重要功能之一是传递中华文化的价值观和审美情趣,而十届文博会宣传形象正好对此作出了诠释。

如何体现深圳的创新精神与现代设计语言,从而表达“中国梦”的主题思想,让更多海内外参展商、采购商感受到深圳文博会的魅力和正能量,增强深圳文博会作为文化产品走出去的“助推器”的影响力?孔森在“文化中国、创意深

圳”的设计中,以深圳大鹏鸟的翅膀为元素,并以梦幻般的色彩,表达出“十年文博、十年梦想”的内涵,象征文博会在新的起点扬帆启航、展翅飞翔。

孔森说,深圳是改革开放的窗口,是诞生“春天的故事”的地方,是改革开放总设计师邓小平“画了一个圈”的地方。这里也是移民文化的代表,是中国文化的窗口。深圳文化从“零”开始不断融合创新,成为新时代文化的象征,故在“文化引领、产业融合”这组设计中,梦幻的色彩不断旋转起舞,以表现出深圳文博会的纽带作用。