

突破 视觉

2003.11.11-2008.11.11 新京报 版式

图书在版编目 (CIP) 数据

突破视觉: 新京报版式 / 新京报社编著. —北京: 中国民主法制出版社, 2008.10

(突破视觉)

ISBN 978-7-80219-486-1

I. 突… II. 新… III. 报纸—版式—设计 IV. TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 162045 号

书名 / 突破视觉: 新京报版式

TUPOSHIJUE: XINJINGBAOBANSHI

作者 / 新京报社 编著

出版 · 发行 / 中国民主法制出版社

地址 / 北京市丰台区右安门外玉林里 7 号 (100069)

电话 / 010-63292534 63057714 (发行部) 63053367 (总编室)

传真 / 010-63292534

Http: //www.rendabook.com.cn

E-mail: mzfz@263.net

经销 / 新华书店

开本 / 12 开 889 毫米 × 1194 毫米

印张 / 23

版本 / 2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

印刷 / 北京九歌天成彩色印刷有限公司

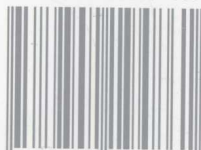
书号 / ISBN 978-7-80219-486-1/J · 07

定价 / 180.00 元

出版声明 / 版权所有, 侵权必究。

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

ISBN 978-7-80219-486-1



9 787802 194861 >

编委：王跃春 孙献韬 田延辉 郑万洪 罗旭 何龙盛 王悦 吕约 王爱军

监制：何龙盛

主编：书 红 金 秋

编辑：刘 刚 俞丰俊 倪 萍 许英剑 胡 仿 李铁雄

设计：刘 刚 俞丰俊 倪 萍 丁华勇

校对：付春愔 曹舸罡

突破视觉

新京报 版式

2003.11.11-2008.11.11

75281/01

SALES
DUALS
WAL
ME

[序一]

“最流行的报纸版式”

□ 撰文 / 新京报社社长 戴自更



去外地出差，渐渐的，看到版面很像新京报的报纸多起来了：红底反白的报头，标宋的标题，上下通透的分栏，精致的细节和制图，以及 A/B/C/D 的分叠与栏目设置，除了厚度，有时简直能够以假乱真。南京的一位同行告诉我，“现在最流行的报纸版式就是新京报的了”。

而新京报之前，印象中许多国内的都市报，报头总是花里胡哨的，不是名人题字，就是在以前名人书法中去找；版式喜欢曲里拐弯，浓妆艳抹；标题则是各种字体纷呈，加上不是铺底就是反白，花花绿绿，五色杂陈。想来办报者的原意，是在于通过对色彩和字体变化的强调，突出某些内容，借此引起阅读兴趣，殊不知到了后来变本加厉，为色彩而色彩，为闹腾而闹腾，效果往往适得其反，甚至于有的报纸翻看后满手油墨，更是大煞风景。

新京报创刊伊始，就想逆这一潮流而动。反对视觉暴力，反对强制阅读，反对没有原则的视觉轰炸，是创刊时定的版式设计原则。新京报的采编骨干多来自南方都市报，而南都当时风头正劲，前去参观者络绎不绝，外人对其办报精髓也许学得不到家，但其浓眉大眼、讲究视觉冲击的报纸版式大可亦步亦趋地模仿，于是大江南北很有些形似南都的报纸出现。也许正是这一缘故，创办新京报时，大家不约而同地想到要有所超越，“办一份全新的报纸”，“一份与首都形象相称的报纸”，“一份新型的时政类严肃日报”。

记得筹备小组讨论报纸形态时，争论最少的就是版面设计了。2003 年 9 月底 10 月初的一个下午，在老光明日报社 528 会议室里，传阅美编设计好的版样，立刻就得到大家的一致肯定：标题和内文全部用标宋，显示新闻从本质上的平等；四开版式，按内容分 A/B/C/D 四叠，是尊重科学阅读的习惯；版面六栏分割，一律横题，是顺应国际现代报纸设计的潮流；不滥用色彩，不铺底铺网，是为了消除视觉暴力；注重图片，突出设计，加强插画，是体现厚报时代的轻松阅读。当然新京报的版式除了基本原则，在每年改版中会有所变动。如初创时的边框，在 2006 年改版时去掉了；以前各版面大多是通栏或五栏标题，2005 年改版后变成与 4/2 和 3/3 分栏并重，等等；特别是 2006 年以后，我们更加重视视觉元素，加强制图和插画，使版面越来越充满现代感。

我的理解，新京报版式最大特点是跟内容结合得极为紧密，很有点“情动于中而形之于外”的境界。常态 A/B/C/D 各叠，版式可以与其内容对应，如时政版庄重简约，经济版明晰清新，文娱版华丽张扬，生活版时尚秀雅。此外，新京报的版式还力求做到与每个专题、每个版面，甚至每个报道都或隐或现地同气相求，显得形神兼备，相得益彰，如果读者愿意，可以在本书中一一求证，在此不再多说。总体上讲，新京报的版面有以下特点：一是大气庄重，二是简洁雅致，三是丰富协调，四是个性创新，五是美感时尚。

新京报是一份追求卓越的报纸，新京报人也是一群追求卓越的人，这在美编身上体现得尤其明显。他们中除了个别人之前在报刊社做过美编——也不是很长时间——并且不是主要负责人，大多都是新手，有刚出校门的，有学机械制图的，有搞雕塑的，也有学服装设计的，除了都跟画笔打过交道，出身可谓五花八门，但“新京报美编”这份全新的工作不仅张扬了他们过往的学识，也赋予了他们全新的灵感。在追求美感的过程中，他们不断求新，把新京报装点得越来越有精气神，越来越有个性魅力，以至于一时间大小各报竞相仿效，大有开风气之先的光景，连同城媒体改版时也多少有些借鉴之意。

视觉中心负责人告诉我，美编是本报采编系统中最稳定的人群之一。初听之下颇有些惊讶，因为按常理，美编工作的重复性相对较强，每天主要就是画版，是责任编辑的辅助，缺失“自己的东西”，较难保有持久的激情，但新京报的美编工作显然与众不同，他们已不再是传统报纸中单一的画版员，更是版式设计者，是文字编辑和图片编辑的亲密搭档，特别是制图、插画等，需要永无止境的创新和精益求精的审美。当然还要有对新京报的喜爱，有位美女美编曾对我说过，除非不想做美编，否则除了新京报哪儿也不去，因为这是一份让人尊敬的报纸。

我当然知道，新京报之所以能够“让人尊敬”，是因为拥有像本报美编这样完全可以称得上是优秀的团队。有他们在，什么报业奇迹都是可以创造出来的。

2008年10月15日

[序二]

设计创造价值

□ 撰文 / 新京报编委、视觉总监 何龙盛

新京报的定位，是新型时政类城市日报，倡导法治与人文，有高度的责任感和清晰的品质诉求。新京报的形态，内敛平实不事张扬，清新淡雅不尚雕琢，与报纸的严肃定位及理性气质，高度一致。

然而，这并不代表新京报因此摆出刻板无趣的架势，让人敬而远之。假如将报纸比为人，新京报追求这样的视觉形象：文质彬彬内外兼修，优雅风趣可信可亲。

在这个时间与注意力资源短缺，空前强调效率与阅读快感的时代，任凭内涵多么优质的报纸，也需要在形式上做足功夫，以招人眼球。所谓好看的报纸，必然是厚实的内容和艺术的形态并重，理性的文字传播和感性的视觉传播并重。新京报的视觉设计，就是要在报纸的内涵与表达方式之间，寻得完美的平衡：内容厚重，但形态上不失轻松；思想严肃，但形态上不失亲切；气质主流，但形态上不失时尚。

形式就是内容。形式放大内容。新京报的美术编辑，一群追求完美的形式主义者，他们通过专业的视觉设计，为报纸创造出独特的价值。

视觉设计的价值，是传播，是服务，是营销。

设计就是传播。办报是大众传播行为，设计是付诸视觉语言的沟通技巧，为报纸做设计和为报纸写报道一样，都是为了与读者进行沟通，版面设计是报纸图文报道语言之外的第二门语言。

透过版面设计，能够有效地向阅读者传达信息。版面视觉语言的信息在于，一份报纸在被真正阅读之前，一眼之下，其实已经感受到它的个性和特色；而在阅读进行之时，视觉语言如版面编排手法的运用，可以引导读者感受到报纸对新闻事件的态度和感情。一句话，设计也是在办报。

新京报的美术编辑，了解自己的职责是必须揣摩读者需求的职业传播者，而非专注自我的艺术家，

所以不存在为设计而设计的设计。卓有成效的设计，就是将报纸的第二种语言应用得更简明、更高效，设计的价值，不在于设计者施展了多少技巧，而在于经由设计所传播的视觉语言，被大众理解了多少。

设计就是服务。读者在意读报所获得的信息价值，但同样在意自己所付出的阅读成本。报纸不光为读者提供有价值的信息，还应提供优质的阅读服务。

新京报的设计，立足于排除报纸阅读障碍，使报纸轻松易读，提高信息的传播效率，降低读者的阅读成本，从而提升读报的满意度。发现读者的阅读需求，尊重读者的阅读规律，和所有成功的沟通技巧一样，作为服务的设计，始于以人为本，始于换位思考。

设计就是营销。信息发布渠道越来越多，报纸越来越厚，然而阅读时间却并没有相应增加，争夺读者注意力资源的竞争，日益激烈。单纯注重内容的办报模式已不合时宜，与其他充分竞争的行业一样，报业意识到如今是想方设法推销报道产品的时候。

新京报对报道进行精心的设计包装，编排成赏心悦目的版面，从而诱导阅读，以及提升阅读快感。事实上，在独家新闻日益难求，报纸内容高度同质化的今天，别出心裁的表达方式，精致考究的设计包装，一样可以造就卓然不群的报纸品质。

设计是联通报纸采编前端与市场后端的关键环节，不仅在报纸的采编环节，决定着信息的传达方式能否更便捷、更直观、更生动。同时还是报纸的包装环节，决定着报纸产品最终上市的“卖相”能否更美、更具品质感、更畅销。

画册显示了以上设计理念，如何成功造就出简约、大气、优雅、时尚的新京报形象。

CHAPTER
ONE

33



A
叠
时事新闻
NEW VISUALS • PAGE

75



体育新闻
NEW VISUALS • PAGE

CHAPTER
TWO

97



B
叠
经济新闻
NEW VISUALS • PAGE

CHAPTER
THREE

123



C
叠
文化副刊
NEW VISUALS • PAGE

CHAPTER
FOUR

173



D 叠
北京杂志
NEW VISUALS • PAGE

CHAPTER
FIVE

203



特刊
NEW VISUALS • PAGE

CHAPTER
SIX

233



制图
漫画
插画
NEW VISUALS • PAGE

新京报版式风格 简约 大气 优雅 时尚

简约

视觉的法则，取决于时代的习惯。

在快节奏的现代，过于繁复的版式，只会增加阅读者的时间支出，挑战其日益下降的阅读耐心，所以曾经大行其道的浓眉大眼浓墨重彩的版式，如今正被简约清爽的设计所刷新。简约意味着直截了当的功能，和行云流水的效率，是当今全球化的审美趣味。

新京报是中国综合性报纸中，简约之道的先行者。

- 倡导减法思维。设计绝非越复杂越好，恰恰相反，最好的设计是用最简单的方式完成任务。
- 去除颜色各异的底纹，去除可有可无的线条。不做花哨的装饰，过多的装饰只会削弱主题。
- 节制设计者的冲动，站在阅读者的角度进行判断，不放任设计者的自我表现，成为阅读障碍，不允许哗众取宠或画蛇添足的炫技式设计。
- 简约而不简单。要求版面清爽，但不能寡淡，必须要有视觉趣味中心，有耐人寻味的设计细节。

大气

新京报倡导自然的阅读方式，不实施强迫式的阅读设计，尊重读者，反对视觉暴力。

- 制订版式语言规范，所有版面的设计，都遵循统一的设计原则与基本技术规范，确保整份报纸的一致性与条理性，给人严谨考究、严肃认真的感受，从而产生信任感。
- 采用科学分叠的方式，将报纸划分为时事、经济、文娱、杂志 4 叠，每叠封面进行导读式设计，方便选择性阅读。
- 模块组版，行文通透，标题层级规范，字体级别规范，模块间距放宽，使版面看起来条块划分清晰，眉清目秀。
- 不滥用超粗黑的标题、不滥用变化多端的字体。

优雅

新京报的设计，服务于内容，强调版式与内容间的和谐，同时注重细节处理。

所谓的优雅，是一种自内而外的气息，是和谐与精致之美。

- 强调内容与形式的均衡。一是保证设计不喧宾夺主，二是适当削减版面的文字量，保证设计的空间。
- 版面分为 6 栏，字体采用报宋，版面分割细腻多变，使版面看起来秀气而精致。
- 在细节上用心。通过标题字体的选择，导读摘要的修饰，logo 栏目的制作等变化，营造出趣味。
- 创造性留白。留白使版面通透、开朗、清新、跳跃，给读者在视觉上造成轻快、愉悦的刺激，为版面注入生机。

同时，留白必须有合理的用意，或呼应，或过渡，不为留白而留白，造成版面空泛。

- 低调与内在美。一切视觉设计，都隐藏退居文字内容之后，可以修饰，但不僭越；可以唯美，但不张扬。

时尚

不走寻常路。当所有的都市报都在一味强调视觉冲击力时，2003 年创刊的新京报，成为第一份以简约素雅面目示人的国内综合性报纸。也是第一份在全球报刊博物馆陈列的大陆报纸，第一份在举办了 29 届的 SND 评选中获奖的大陆报纸。

全球视野，勇为人先。时尚的新京报见贤思齐，从世界报纸的设计潮流中萃取真义，打造出姓“新”的设计模板，刷新中国报纸视觉设计潮流。

- 建立系统的现代报纸视觉传播体系，广泛使用品种多样的图片，广泛使用精美的插画与信息图表。
- 持续加大图片与图表的占版率。
- 求异，不同叠次不同版块之间，鼓励形成视觉差异，在一致的基本规范之下，尝试不同的设计创意与个性。
- 创新，年年改版。新京报坚持每年进行一次改版，让创新成为习惯。结合读者需求和版面升级需要，对报纸内容、架构和版式进行改良。在保持品牌延续性的前提下，不断颠覆习惯，打破常规，推动创新。

新京报版式美学十诀

简洁清新

针对大多数报纸的浓墨重彩，简洁意味着脱颖而出。新京报版式强调“减法”思维，设计简明，依据传播功能进行合理的设计，禁止运用底纹，去除多余装饰，避免阅读障碍，确保易读性。



2007年5月29日国际新闻
美编 刘刚



2006年4月7日黄金楼市
美编 鲁嘉 许英剑 制图 鲁嘉



2006年4月1日娱乐周刊
美编 刘刚



2006年8月22日北京杂志
美编 孙晋

严肃
可信

新京报倡导自然的阅读环境,拒绝视觉暴力,不做花哨装饰,强调版面形式必须依附于内容,准确体现内容,严谨考究的版式强化了新闻的客观度,让读者觉得严肃可信。

A10 北京新闻·社会

的士行驶中 车内起大火

一名乘客被烧身亡,出租车
司机救出乘客点烟

【本报北京12月5日讯】昨天下午,在北京市西城区阜成门内大街,一辆出租车在行驶过程中,车内突然起火。一名乘客被烧身亡,出租车司机救出乘客点烟。

据目击者称,事发时出租车正行驶在阜成门内大街,车内突然起火。司机立即停车,并试图打开车门救人。但火势太大,无法靠近。司机最终拨打了119报警。

消防部门接警后迅速赶到现场,将起火车辆拖走。起火原因正在进一步调查中。

【本报北京12月5日讯】昨天下午,在北京市西城区阜成门内大街,一辆出租车在行驶过程中,车内突然起火。一名乘客被烧身亡,出租车司机救出乘客点烟。

据目击者称,事发时出租车正行驶在阜成门内大街,车内突然起火。司机立即停车,并试图打开车门救人。但火势太大,无法靠近。司机最终拨打了119报警。

消防部门接警后迅速赶到现场,将起火车辆拖走。起火原因正在进一步调查中。

新京报 国际新闻·美国 A19

美参院同意向印转让民用核技术

但与众议院法案存在分歧,共和党议员力争明年1月交权前民主党之侧通过最终法案

【本报华盛顿5日专电】美国参议院今天以87比12的压倒性多数,通过了向印度转让民用核技术的法案。这是美国历史上首次向一个非核国家转让民用核技术。

该法案允许美国向印度转让民用核反应堆的设计和建造技术,以及相关的核燃料。但法案也规定,美国将保留对核技术的最终控制权,并禁止印度将核技术用于军事目的。

然而,该法案与众议院的版本存在分歧。共和党议员表示,他们将在明年1月交权前,力争通过自己的版本。目前,参议院和众议院之间的分歧主要在于核技术的转让范围和美国的控制权。

经济新闻·美国 B03

组合拳7天 沪指守住2200

沪指低开低走,收盘前半小时逆转

【本报北京5日专电】昨天,上证指数在经历了连续七天的震荡后,终于守住了2200点大关。沪指低开低走,收盘前半小时出现逆转,最终以2200.12点收盘。

分析人士指出,沪指在连续七天的震荡后,市场情绪有所稳定。虽然盘中仍有波动,但整体趋势向好。沪指守住2200点,对于市场信心是一个积极的信号。

此外,创业板指也表现不俗,收盘报1111.12点,涨幅0.12%。两市成交额为1111.12亿元,较前一交易日有所增加。

经济新闻·投资 B07

金融股继续分化

券商股从高位回调,保险股、海运等

【本报北京5日专电】昨天,金融股市场继续分化。券商股从高位回调,保险股、海运等板块表现相对较好。

券商股方面,中信证券、华泰证券等龙头股出现回调。保险股方面,中国平安、中国人寿等表现稳健。海运股方面,招商局港口、中远海运等表现活跃。

整体来看,金融股市场在经历了一段时间的震荡后,开始呈现出分化的趋势。投资者在操作时应注意板块轮动,把握市场机会。

2006年12月5日北京新闻
美编 刘刚

2006年11月18日国际新闻
美编 李铁雄

2008年9月25日经济新闻
美编 鲁嘉 制图 许英剑

2006年10月8日经济新闻
美编 鲁嘉

大气有序

新京报严格执行版式语言规范,采用科学分叠方式划分为时事、经济、文艺、杂志4叠,每叠封面均有导读式设计,方便选择性阅读。各叠版面都遵循统一的设计原则,模块组版,行文通透,标题层级、字体级别规范,确保整份报纸的整体风格大气有序。



细节
精致

简约大气的风格下并不意味着新京报缺少精致的细节处理。相反，我们在 logo 栏目的设计，以及图片、制图漫画插图的设计，细节处处用心，在便于阅读的前提下，做到“简约不简单”。



2006 年 4 月 12 日国际新闻
美编 俞丰俊 制图 丁华勇



2006 年 11 月 3 日 3C 周刊
美编 刘月



2007 年 8 月 5 日新周刊
美编 鲁嘉



2005 年 5 月 7 日北京杂志
美编 吴莺

图片 多样

身处读图时代，新京报一直致力于建立系统的现代报纸视觉传播体系，尝试各种视觉传达手法，大量使用多种多样的摄影图片，广泛使用精美的插画与清晰的信息制图，持续加大图片与图表的占版率。



2008年8月18日新奥特刊
美编 裴旋



2007年1月19日北京杂志
美编 裴旋



2007年6月24日地球周刊眼界
美编 李铁雄



2008年5月14日地震号外
美编 刘刚 叶绿 制图 赵斌