

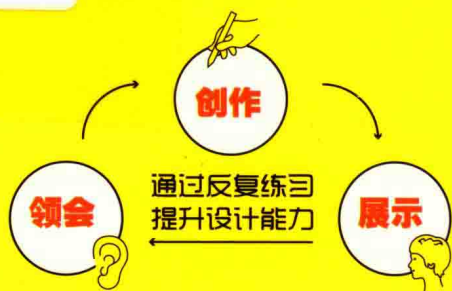
成为设计师的 49 堂课

[日] 永井弘人 著
林藤 译



版面 · 配色 · 字体的设计基础

让你在短时间内
成为专业设计师！



成为设计师的 49 堂课

[日] 永井弘人 著
林藤 译



江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING, LTD.

图书在版编目 (CIP) 数据

成为设计师的49堂课 / (日) 永井弘人著 ; 林藤译
— 南京 : 江苏凤凰文艺出版社, 2017.10
ISBN 978-7-5594-0831-0

I. ①成… II. ①永… ②林… III. ①设计学 IV.
①TB21

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第164413号

江苏省版权局著作权合同登记: 图字10-2017-251号

DESIGNER NI NARU TSUTAERU LAYOUT IRO MOJI NO ICHIBAN TAISETSUNA KIHON

Copyright © 2015 Hiroto Nagai

Chinese translation rights in simplified characters arranged with

MdN Corporation through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo

书 名 成为设计师的49堂课

著 者 [日] 永井弘人

译 者 林 藤

责任编辑 聂 斌 孙金荣

特约编辑 陈舒婷

项目策划 凤凰空间/陈舒婷

封面设计 张 璐

内文设计 张 璐

出版发行 江苏凤凰文艺出版社

出版社地址 南京市中央路165号, 邮编: 210009

出版社网址 <http://www.jswenyi.com>

印 刷 北京彩和坊印刷有限公司

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 9

字 数 86.4千字

版 次 2017年10月第1版 2017年10月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5594-0831-0

定 价 58.00元

(江苏凤凰文艺版图书凡印刷、装订错误可随时向承印厂调换)

目 录

第一章 设计的心得

01	当设计师该具备什么呢?	8
02	寻找客户	10
03	听取客户的想法	11
04	制定“印象深刻的目标”	12
05	构思作品概念	13
06	探索方案	15
07	绘制草图	17
08	准备相关素材	18
09	对素材进行排版	20
10	修改与调整	24
11	提交设计稿件	28
12	确认设计稿件与印刷	30
13	在实践中反复练习,提升设计水平	32

第二章 设计方法的基础知识

01	首先需要知道的重要地方	38
02	设计元素及其名词	40
03	排版方法① 打组	46
04	排版方法② 对齐	50
05	排版方法③ 对比	54
06	颜色① 关于颜色的基础知识	62
07	颜色② 颜色的选择	66
08	颜色③ 颜色给人的印象	68
09	文字① 文字的基础知识	72
10	文字② 字体的选择	76
11	文字③ 字体给人的印象	78

第三章 通过实例学习设计

01 把目的转化为视觉	88
02 统一的印象① 对同类元素进行分类	90
03 统一的印象② 按元素的比例排列	92
04 统一的印象③ 元素按网格排列	94
05 对比突出的印象① 纵轴、横轴的对比	96
06 对比突出的印象② 远近的对比效果	98
07 对比突出的印象③ 活用空白区域	100
08 稳定的印象① 镜像对称排列	102
09 稳定的印象② 对角线排版	104
10 稳定的印象③ 重心朝下排版	106
11 热闹的印象① 自由排版	108
12 热闹的印象② 角版抠图相结合	110
13 热闹的印象③ 用图章展示	112
14 面向女性的表现手法① 成熟女性	116
15 面向女性的表现手法② 可爱女生	118
16 面向女性的表现手法③ 宠物	120
17 面向男性的表现手法① 帅气	122
18 面向男性的表现手法② 中庸	124
19 面向男性的表现手法③ 强而有力	126
20 宣扬自然的表现手法① 自然	128
21 宣扬自然的表现手法② 手工艺	130
22 宣扬自然的表现手法③ 透明感	132
23 古典怀旧的表现手法① 和风	134
24 古典怀旧的表现手法② 复古	136
25 古典怀旧的表现手法③ 经典	138

后记	141
----	-----

参考文献	142
------	-----

书中例子出处一览	143
----------	-----

成为设计师的 49 堂课

[日] 永井弘人 著
林藤 译



江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING, LTD

图书在版编目（CIP）数据

成为设计师的49堂课 / (日) 永井弘人著 ; 林藤译
. -- 南京 : 江苏凤凰文艺出版社, 2017.10
ISBN 978-7-5594-0831-0

I. ①成… II. ①永… ②林… III. ①设计学 IV.
①TB21

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第164413号

江苏省版权局著作权合同登记 : 图字10-2017-251号

DESIGNER NI NARU TSUTAERU LAYOUT IRO MOJI NO ICHIBAN TAISETSUNA KIHON
Copyright © 2015 Hiroto Nagai
Chinese translation rights in simplified characters arranged with
MdN Corporation through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo

书 名 成为设计师的49堂课

著 者	[日] 永井弘人
译 者	林 藤
责 任 编 辑	聂 斌 孙金荣
特 约 编 辑	陈舒婷
项 目 策 划	凤凰空间/陈舒婷
封 面 设 计	张 璐
内 文 设 计	张 璐
出 版 发 行	江苏凤凰文艺出版社
出版社地址	南京市中央路165号, 邮编: 210009
出版社网址	http://www.jswenyi.com
印 刷	北京彩和坊印刷有限公司
开 本	710毫米×1000毫米 1 / 16
印 张	9
字 数	86.4千字
版 次	2017年10月第1版 2017年10月第1次印刷
标 准 书 号	ISBN 978-7-5594-0831-0
定 价	58.00元

(江苏凤凰文艺版图书凡印刷、装订错误可随时向承印厂调换)

前言

本书是为想成为设计师的人准备的入门教材。

当你阅读此书，说明你或多或少有“想成为设计师”的想法，或者对设计感兴趣。而此书正是为想做设计的你准备的。

“我想迈出设计师的第一步，但我怕自己做不好……”“设计该怎么入门呢……”“我自己平时虽然也有设计些东西，但拿来正式工作，感觉还欠缺了些什么……”

别担心，我 10 年前也跟你一样。当我学会使用 Illustrator 和 Photoshop 之后，作为设计师进入设计公司工作，把写着“平面设计师”的名片递给客户时，感觉自己就是个设计师，但好像又与自己心目中的“设计师”不太一样。究竟差别在哪里呢？

究竟“设计师”的定义是什么，每个人心中都有自己的答案。本书将设计定义为“将目的凝聚成形”，而“设计师”是“能明确目的，将目标凝聚成形的人”。

作品是展现给人看的。可爱的女生、严肃的商务人士，以及朝气蓬勃的孩子，根据观众群体不同，设计的目的和方向也会产生很大的变化。面对不同群体，究竟该怎么设计才能震撼人心呢？目的不同，其表现手法也不同。只有在确定了具体的目标后，设计才算正式开始。

本书由以下几部分组成。

第一章主要为大家介绍设计的大体流程以及设计师应有的“心得”。第二章介绍设计所需的排版、颜色、文字以及设计技巧等基础知识。而第三章通过实例解析设计的具体手法和构思。通过阅读本书，你将获得作为设计师应有的思维 and 知识。

如果你通过此书，能有“啊！我也能成为设计师了呢！好高兴！好兴奋呀！”的感觉，那么我将无比的欣慰。那么，让我们正式开始吧。

永井弘人

目 录

第一章 设计的心得

01	当设计师该具备什么呢?	8
02	寻找客户	10
03	听取客户的想法	11
04	制定“印象深刻的目标”	12
05	构思作品概念	13
06	探索方案	15
07	绘制草图	17
08	准备相关素材	18
09	对素材进行排版	20
10	修改与调整	24
11	提交设计稿件	28
12	确认设计稿件与印刷	30
13	在实践中反复练习,提升设计水平	32

第二章 设计方法的基础知识

01	首先需要知道的重要地方	38
02	设计元素及其名词	40
03	排版方法① 打组	46
04	排版方法② 对齐	50
05	排版方法③ 对比	54
06	颜色① 关于颜色的基础知识	62
07	颜色② 颜色的选择	66
08	颜色③ 颜色给人的印象	68
09	文字① 文字的基础知识	72
10	文字② 字体的选择	76
11	文字③ 字体给人的印象	78

第三章 通过实例学习设计

01 把目的转化为视觉	88
02 统一的印象① 对同类元素进行分类	90
03 统一的印象② 按元素的比例排列	92
04 统一的印象③ 元素按网格排列	94
05 对比突出的印象① 纵轴、横轴的对比	96
06 对比突出的印象② 远近的对比效果	98
07 对比突出的印象③ 活用空白区域	100
08 稳定的印象① 镜像对称排列	102
09 稳定的印象② 对角线排版	104
10 稳定的印象③ 重心朝下排版	106
11 热闹的印象① 自由排版	108
12 热闹的印象② 角版抠图相结合	110
13 热闹的印象③ 用图章展示	112
14 面向女性的表现手法① 成熟女性	116
15 面向女性的表现手法② 可爱女生	118
16 面向女性的表现手法③ 宠物	120
17 面向男性的表现手法① 帅气	122
18 面向男性的表现手法② 中庸	124
19 面向男性的表现手法③ 强而有力	126
20 宣扬自然的表现手法① 自然	128
21 宣扬自然的表现手法② 手工艺	130
22 宣扬自然的表现手法③ 透明感	132
23 古典怀旧的表现手法① 和风	134
24 古典怀旧的表现手法② 复古	136
25 古典怀旧的表现手法③ 经典	138

后记	141
----	-----

参考文献	142
------	-----

书中例子出处一览	143
----------	-----

第一章 设计的心得

当设计师该具备什么呢？

想成为设计师，或者想提高自己的设计水平，首先得让自己具备设计能力。那么，到底应该怎么做呢？

Action!

把知识变成智慧

在设计的过程中积累知识

■ 与设计相关的知识不胜枚举。比如形状、颜色、

文字、照片、排版、印刷，等等。这些在书上、网上比比皆是。然而如果只是单纯地看，那些知识并不能成为你自己的设计能力。要让自己具备这些设计能力，就必须“亲身实践创造作品，把知识转变为智慧”。

所谓“设计”，就是
“把目标凝聚成形”。

换言之，“设计师”就是
“确定目标，并把目标凝聚成形的人”。

而这种将目标凝聚成形的能力，就是
“设计能力”。



明确目标，盯准目标，之后只需将目标转化为设计形态。
因此设计能力尤为重要。

■ 觉得排版不好看→查询如何排版才能更美观（知识）→结合查到的信息并加以应用，就会发现排版果然变得好看了（技巧）。当你学到知识后，首先需要融会贯通，然后亲自做一遍，知识自然而然就转变为技巧了。

Action!

在实践中提升设计能力

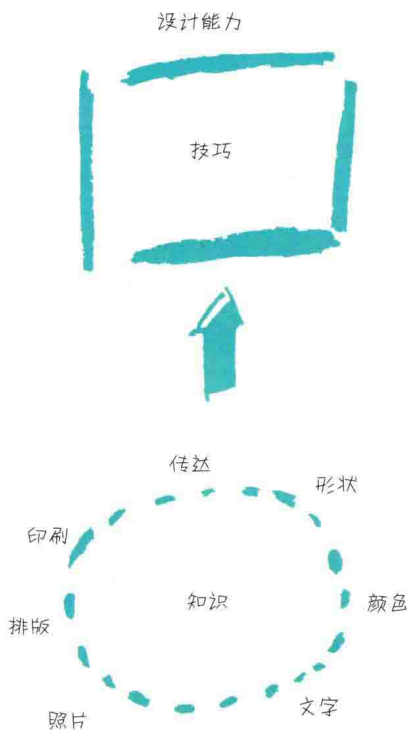
多创造“用于展示的作品”以提高设计能力

■ 你是否在设计时会有茫然无措的感觉呢？这就跟思考创意一样，一味地思考是找不到答案

的。只有“实际动手创作”才能找到灵感，这样“即便一头雾水，也总有眉目”。只有找到眉目之后才能清楚下一步具体该怎么做。

■ 什么是“实践”呢？简单来说就是“创作用于展示的作品”。设计就像齿轮，是由形形色色的人和事物构成的。不同的人对设计的要求不同，具体该怎么设计，只有在实践中思考、体会、创作，才能渐渐达到成熟的设计水平。

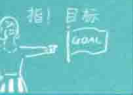
■ 本章主要以介绍设计的大体流程为主，并讲解设计时必备的“思考方式和心得。”这些是学习设计知识及方法的前提。具体的设计知识及方法在第二章、第三章进行讲解。



通过实践，提高设计能力。

要点

“设计”并不是“为了好看而徒有其表”，而是带有目的性的。为了达到某个目的，而有针对性地修饰润色以臻美观。



寻找客户

原来如此！首先应该“创作用于展示的作品”才能提高设计能力啊。可是，展示的对象是谁呢？

Action!

选择客户

试着选择身边“最想给他设计作品”的人作为第一个客户

■ 相信许多人都有过找不到设计对象的烦恼吧。对此，一开始设计对象（客户）可以是父母、兄弟、朋友或身边认识的人。思考一下，

你身边“最想给他设计作品”的人选吧。

■ 在选择客户时，最好选个对设计有见解、有兴趣的人。因为设计并不只是单方面的创作，因此需要选择可以和你一起参与创作的人，或是在设计遇到困难时，可以与你一同感受设计乐趣的人。当作品完成后，那种乐趣也一定能传递到他们身上的。

纠结啊——



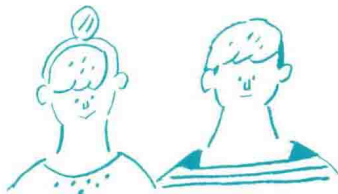
父母



朋友



兄弟及熟人



找到“最想给他设计作品”的人了吗？那么，以那个人“想做的事情”为目标，开始设计作品吧。

Action!

聆听想法

设计出能实现客户“想法”的作品

■ 当决定好客户之后，与客户见面，听听对方有什么想法。
“现在想做什么呢？以后想做什么呢？为什么想做？怎么做？”等。

■ 比如朋友说：“以后，我想在自由之丘上选一个阳光明媚的地方开家咖啡厅。”→根据朋友的梦想，设计出咖啡厅的LOGO和海报。又比如兄弟说：“我想要一张求职时能充分展现我个人优点的名片。”→根据兄弟的个人特点，设计出具有特色的名片。

■ 人们的想法和热情是创造优秀设计作品的重要燃料。一定要积极听取人们的想法。

平面设计的媒体很多

广告类

广告·传单·明信片·海报等

印象类

个人名片·门店名片·票据·信封·工作牌·便笺等

包装类

包装盒·纸袋·包装纸·塑料袋·背包等

宣传册类

简章·宣传手册·产品目录·菜单等



根据“对方的想法”选择适当的媒介

设计出能实现客户“想法”的作品



剧场演出的宣传册、体现医院特征的简介、为活动增加人气的宣传单或海报等。根据不同“主题”选择合适的媒体。

听取“有什么想法吗？”

以后想做什么呢？

为什么想做？

怎么做？”等想法。



要点

对方“想做什么”中的“什么”至关重要，根据主题构思合适的场景，再选出最贴切的一个场景用来设计。

制定“印象深刻的目标”

终于到了开始着手设计的阶段了。客户与设计师，双方将协商出一个彼此满意的“目标”。可问题是目标是什么？

Action!

设想作品成形的样子

简而言之就是定好“目标”

■ 在倾听对方想法，并决定好作品“面向什么群体，设计什么风格（比如 LOGO 或名片）”之后，接下来该做什么呢？首先需要提醒的地方就是定好“直观的目标”。当把设计好的作品给第三者看的时候，对方的直观感受用一句话概括

会是什么呢？

■ 感觉很酷很帅气、感觉毛茸茸的好可爱、感觉很自然很亲切、感觉很激情澎湃等。可见，这“一语中的”至关重要。要是作品呈现出来的直观印象过于杂乱，则会直接影响设计师设计出好作品。

■ 为了让观众在看完作品后能印象深刻，我们在设计作品时要注意简洁，要定好“目标”。

设计好的作品人们看到后的直观感受是



很酷很帅气 毛茸茸的好可爱 很自然很亲切 激情且澎湃

……之类的感觉



指! 目标



决定好设计的目标