

日 本 最 新 设 计 模 板

人民美术出版社

吴艺华 编著

1300幅日本精彩设计

40个设计模板

200组色彩设计模板

40套设计规则与禁忌

200个经典案例解析

名片设计

日 本 最 新 设 计 模 板

人民美术出版社

吴艺华 编著

1300幅日本精彩设计

40个设计模板

40套设计规则与禁忌

200组色彩设计模板

200个经典案例解析

名片设计

图书在版编目 (C I P) 数据

日本最新设计模板·名片设计/ (日) 吴艺华主编; 华华改编 北京: 人民美术出版社, 2011.4

ISBN 978-7-102-05313-4

I. ①日... II. ①吴...②华... III. ①艺术 - 设计 - 日本②名片 - 设计 - 日本
IV. ④J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第229939号

策 划: 王 远

主 编: 吴艺华

日本最新设计模板·名片设计

出 版: 人民美术出版社

地 址: 北京北总布胡同 32 号 100735

网 址: www.renmei.com.cn

电 话: 艺术教育编辑部: 65122581 65232191

发行部: 65252847 65593332 邮购部: 65229381

责任编辑: 王 远

美术编辑: 向江天

文字改编: 华 华

封面设计: 王 远 吴艺华

版式设计: 王 远 刘 悦

责任校对: 马晓婷 文 娅

责任印制: 王建平

制版印刷: 沈阳新华印刷厂

经 销: 人民美术出版社

2011年4月 第1版 第1次印刷

开 本: 787毫米×1092毫米 印 张: 7.5

印 数: 0001-3000册

ISBN 978-7-102-05313-4

定 价: 35.00元

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题, 请与我社联系调换。

导言

这套《日本最新设计模板》丛书，首批推出《版面设计》、《色彩设计》、《字体设计》、《插画设计》、《标志设计》、《POP设计》6本，在社会上获得了很好的评价，并受到了读者的欢迎，在此基础上，为了更好地满足教师、学生和专业人士学习和研究的要求，出版社决定使之成为更加完整的一套视觉设计的工具书，于是，本次又推出了六本书籍：《广告设计》、《海报设计》、《食品包装设计》、《书籍封面设计》、《名片设计》、《VI设计》。

这套丛书，从视觉设计的角度出发，希望能够成为人们经常使用的广告、海报、包装、封面、名片、VI设计等学习和参考的书籍，书的风格完全保持着上一批图书的优点，以大量的实际案例进行了仔细的分析，同时，在每个版块的精彩贴图部分，充实了更多的图片，比第一批的信息量又增加了近一半，使读者可以根据这些解析对作品进行比较和理解，使之更容易领会，也充分体现出了这套工具书的特点。

《广告设计》着重介绍了目前社会上运用得比较广泛的设计手段与广告形式，首先从平面类开始介绍，注重其不同的特点。在日常生活的环境中，少不了广告的存在，但是其风格与环境的协调也是非常重要的，如何发挥其特点和功能，需要与环境设计师互相配合。在动态广告中，使用的地方不同，风格也会不一样，本书也对这种广告的风格与手法进行了分析，让人们广告设计能够有一个比较明确的了解。

《海报设计》作为广告中的重要部分，其表现形式，是人们非常熟悉的，而很多平面设计师，也喜欢利用海报来展现其自身的爱好和兴趣，并突出海报的艺术性。本书为了便于读者理解，把海报的一些创作规律进行了分类，首先从元素的表现方面着手分析，使读者从中了解设计的规律。把人们日常使用的海报设计与制作技法进行详细解析。同时，为了增加海报的效果，对其风格与气氛的追求也是设计成功的关键，本书也对此进行了说明，让人们因此能够掌握海报设计的关键技巧。

《食品包装设计》主要是对食品类包装设计进行了非常细致的分类介绍，比如：水、茶、果汁、酒类……结合水与酒的不同特性明确了包装设计不同的设计要求，体现了同是液态的商品，由于性质不同，其包装形式的差异也是非常明确的。糖果糕点类，对于其不同的风格和形式也以对比的手法总结了其中的规律和特点。人们日常接触最多的常用食品包装形式

亲切而又多样，对于包装中的一些特殊性，也进行展开解说，让人们通过本书对于包装设计有一个明确而又全面的理解。

《书籍封面设计》封面设计主要分为两大类：书籍和杂志，其中以书籍的封面设计为多。世界各地每天都出版很多书籍，封面的表现对于书籍来说非常重要，因而，本书对于书籍的各个领域进行了分类，力争全面展现书籍的各种特点，书中尤其对社会科学、自然科学、工业、语言、艺术、体育以及一些特殊门类进行了明确的说明，而书籍的内容与封面设计的相得益彰成为研究的关键。

《名片设计》名片已经成为现代社会交流中所不能缺少的工具。由于名片能够传达第一印象，其设计也越来越被人们重视，尤其需要对于名片设计的特点进行分析，帮助设计师深入理解。书中首先分析版面的效果，同时也对名片的特点、风格、气氛、元素和形式进行全方位的解说，并对名片的功能要求和对象进行了解释和说明，以对应不同的职业要求，为名片设计师提供了非常有效的创意视野。

《VI设计》VI是企业形象的重要表现形式。随着经济的发展，企业形象的个性表现已经成为企业发展非常重要的组成部分，书中把非常成功的企业形象的表现形式进行展开分析，由此而让人们了解不同企业的文化特点，从理念的追求、行动的表现、视觉的效果、形式的展开、造型的特点到风格特征，非常详尽地分析了各类企业的VI创意方式方法，向设计师提供了大量成功的VI案例，并且总结了灵活可用的设计规律，让人们看到企业形象的连贯性和规律性，有助于增强设计师的创意能力。

这套设计类工具书，如果能够有助于学生、教师、设计师探讨和研究之用的话，作为作者，是非常荣幸的。这套丛书主要是以欧美，特别是日本的最新最成功的设计作品为案例进行分析和介绍，其主要原因是当下的设计界，欧美和日本的视觉设计的确走在了世界的前列，作者尽量把国际上最新最优秀的作品和设计经验介绍给中国同行，对于欧美和日本设计作品的深入剖析，也是希望抛砖引玉，让中国的设计人能够从另一种角度了解当今世界设计的动态，更快、更好、更加全面地融入设计前沿，这正是这套丛书引用世界最优秀资料的原因所在，在此，深深地感谢书中引用的设计作品对于中国设计界和教育界的支持。

目录

一 版面效果

1 四边中心 2

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 张力/变化/同形
色彩/上下/呼应

精彩贴图

2 自由 8

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 丰富/轻松/立体
随意/活泼/字体

精彩贴图

3 构成 14

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 节奏/块面/点
线/突出/流动

精彩贴图

4 节奏 20

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 色块/组合/排列
字体/行距/长短

精彩贴图

5 边框 26

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 秀气/文静/优雅
简洁/构成/强调

精彩贴图

二 特点

6 市井性 34

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 严谨/随意/普通
认真/旗帜/活泼

精彩贴图

7 城市性 40

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 可爱/构成/呼应
中心/集中/节奏

精彩贴图

8 企业 46

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 图形/突出/主角
理念/商品/直观

精彩贴图

9 职业 52

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 手/表/播音
职员/文字/尺

精彩贴图

三 风格

10 简洁 60

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 对比/特点/图形
雅致/中心/轴线

精彩贴图

11 雅致 66

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 文字/周边/规律
图形/中心/排列

精彩贴图

12 严谨 72

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 合理/完整/平衡
框子/大方/气氛

精彩贴图

13 稳重 78

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 图形/对称/整体
两边/左右/方形

精彩贴图

14 创意 84

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 折叠/过程/形式
点线/青春/残缺

精彩贴图

15 强调 90

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 超大/区别/对比
点与线/节奏/注目

精彩贴图

16 自信 96

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 巨大/名字/强调
突出/大小/图片

精彩贴图

17 古典 102

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 形式/历史/图案
插画/气氛/技法

精彩贴图

四 气氛

18 情趣 110

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 故事/组合/变化
线条/图形/字体

精彩贴图

19 明快 116

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 跳跃/随意/色彩
造型/单纯/韵律

精彩贴图

20 秀气 122

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 图形/间距/中心
节奏/文字/上下

精彩贴图

21 轻松 128

一般规则/特殊禁忌
案例精解: 插画/气氛/字形
图形/可爱/丰富

精彩贴图

22 大方.....134

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 横线/上下/整体
主次/方形/标准

精彩贴图

23 厚重.....140

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 古朴/稳重/图案
摄影/色彩/质感

精彩贴图

24 可爱.....146

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 随意/特长/图形
点/卡通/介绍

精彩贴图

25 自然.....152

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 排列/字体/果实
插画/完整/随意

精彩贴图

26 朝气.....158

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 旋律/动感/伸展
变化/快乐/色块

精彩贴图

五 元素

27 色彩..... 166

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 旺盛/明确/装饰
气氛/职业/流动

精彩贴图

28 字体.....172

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 传统/宋体/黑体
电脑字/手写体/美术体

精彩贴图

29 插画.....178

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 青春/色块/随意
漫画/活泼/优雅

精彩贴图

30 摄影.....184

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 形式/借景/说明
关注/特写/生活

精彩贴图

31 变形.....190

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 毛边/弧形/齿形
曲线/凹形/多边形

精彩贴图

六 形式

32 时尚..... 198

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 简洁/秀气/图形
节奏/形式/文字

精彩贴图

33 现代.....204

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 表现/明确/排列
构成/自然/人物

精彩贴图

34 知识.....210

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 传统/图形/理性
道具/严谨/品位

精彩贴图

35 品位.....216

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 规律/节奏/中心
平衡/形式/气氛

精彩贴图

36 科学.....222

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 严谨/结构/点线
字体/图形/表格

精彩贴图

37 亲切.....228

一般规则/特殊禁忌

案例精解: 自然/字形/图形
生气/可爱/随意

精彩贴图

一 版面效果

1 四边中心·····	2
2 自由·····	8
3 构成·····	14
4 节奏·····	20
5 边框·····	26

名片设计

四边中心

这是在版面设计中非常有名的一种排列方法。在形式上非常有趣，在视觉上也突出重点，四边和中心的部分都可以展现自己的个性，因此，这是一种可以很好发挥名片作用的形式。

一般规则

小小的名片如何让人们关注，又如何让信息在名片上的布局合理？这种设计方法利用了人们对视觉效果的反应来排列构成。由于名片很小，怎样在有限的空间合理利用版面，同时又要注意人们的视觉反应，这是设计师的责任。人们发现，人对于一个版面的关注，对四边和中心是最敏感的，针对这一视觉心理反映，设计师在名片中充分运用了这种方法，对于重要信息，首先考虑将其安置在版面的四边和中心位置，使中心和四边相呼应，把本来无关的两部分合为一体进行互动式的设计，这样既达到了注目于四周与中心的目的，也具有视觉设计的合理性。在名片中人们可以发现很多这类的设计手法，这种四边中心的方法，是非常合理的视觉表现形式，因此被人们认可。然而，其比较呆板的形式也是一种弱点。因此，如何打破这种单调的形式是很多设计师在努力做的。我们也看到了一些变化的形式，但是其格式是不变的，只是形式上的丰富而让人们产生联想。

特殊禁忌

四边中心作为运用得较为普遍的版面设计，在表现形式和内容关注度上，都是很受人们欢迎的一种形式。其最大的特点就是很明确，有一种顶天立地的霸气，却又由于以小的形式出现，因此又有一种秀气、规律的感觉。



四边——张力

四边具有一种无限性，这里用花卉组成的连续物质循环的装饰边，使人们直观地看到周而复始的张力。

●	C=0 M=17 Y=80 K=0 R=254 G=215 B=63
●	C=0 M=100 Y=100 K=0 R=230 G=0 B=19
●	C=44 M=20 Y=26 K=5 R=150 G=180 B=180



1. 姓名在名片的中间，与四条边呼应，产生平衡感。

2. 最突出的是四条边的存在，使名片显得非常有生气又具有情趣，同时也起到标志的作用。

四边——变化

利用人们对于四边和中心的关注，排布多种元素，名片顿时不显得单调了。整个名片在变化的气氛中求得统一。

●	C=85 M=69 Y=41 K=3 R=56 G=83 B=117
●	C=28 M=91 Y=92 K=2 R=188 G=57 B=41
●	C=15 M=4 Y=0 K=0 R=224 G=237 B=248



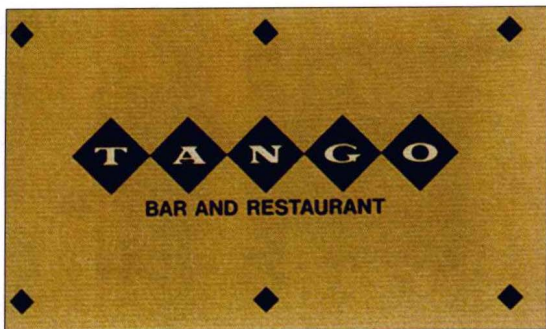
1. 中心部分运用非常大的色块对文字进行表现，使该内容在整个名片中非常突出，也向人们展示了名片的主要内容。

2. 四周部分用了各种变化的图形进行展开，让人们明显地感到了其中的变化所形成的一种不同的效果并活跃了名片的气氛。



四边——同形

运用四边和中心的同形关系，这种图形表现方法让人们通过这一特点，更加明确二者的相互联系，这样也就起到了使二者连为一个整体的作用。



- C=32 M=33 Y=68 K=0
R=187 G=168 B=98
- C=78 M=68 Y=90 K=46
R=51 G=57 B=36

1. 文字部分的背景变成了非常明显的菱形，这样让人们容易识别，以便引起人们的关注。

2. 四边的菱形在这里的作用主要是突出其中的一种呼应关系，特别是和中间的菱形相协调，更使整个名片显得相当完整。



四边——色彩

四边如何使名片产生一种丰富的感觉，并由此形成非常鲜明的特点，这里，运用色彩的关系也是一个重要的方法。

- C=4 M=55 Y=88 K=0
R=235 G=140 B=38
- C=80 M=69 Y=5 K=0
R=70 G=85 B=158
- C=8 M=96 Y=89 K=0
R=219 G=34 B=37



1. 整个名片的色彩非常活跃，但仔细分析还是可以看出来，其以中心与四周为重点进行表现的形式还是很明显的，这里运用色彩的关系也是一个重要的方法。

2. 四边虽然用的不是相同的色彩，但还是明显地感到了一种呼应。



● C=17 M=11 Y=11 K=0
R=218 G=221 B=223

● C=6 M=31 Y=95 K=0
R=240 G=186 B=0

● C=80 M=77 Y=92 K=63
R=34 G=31 B=18

四边——上下

整个表现形式非常明确，对四边中的上下两边进行着重表现。这种表现让人们看到了其中的趣味性，并由这种不同的上下两边来进行装饰。



1. 中间的色块和图形在整体上由一种变化的形式进行展开，这种形式感使版面气氛独特。

2. 有意用不同的图形进行表现，这也是增加形式感的方法。

四边——呼应

把四周与中心本来就呼应的元素进行了统一，使整个感觉更加协调，这里运用色彩把二者联系起来。

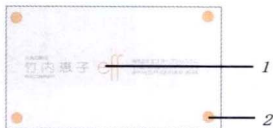


● C=4 M=64 Y=93 K=0
R=233 G=122 B=22

● C=79 M=76 Y=88 K=61
R=37 G=34 B=23

1. 作为企业的标志，位于名片正中。这里有意表现名片的中心部分，让人们感到了其重要性，引人注目。

2. 四边用相同的色彩与之呼应，这样在整体感觉上相当协调。



株式会社トロワ
〒530
大阪市淀川区
1丁目10番10号
森ビルビル5F503
Seino Group Bldg.
5F 503
2-6-10, Daito, Osaka
Osaka, Japan 530-1310

CREATIVE OFFICE・TROIIS

代表取締役
井上 聡
Satoshi Inoue

TEL 06-356-8112 FAX 06-356-8114

中野実
Mitsuo Nakano

東佐榮子
Eiko Higashi

グラフィックデザイナー
東京市中央区銀座一丁目7番10号
03-5561-0171

内海彰
Akira Utsumi

graphic designer
AKIRA UTSUMI
ALBIRERO B-201 7-24-19
KITAMI SEINGAYA
TOKYO 152
TEL. FAX. 03-3249-2805

152 東田町区森本ビル7-24-19 7400-840

VANDAMME REPRESENTS

Vicki Vandamme

35 STILLMAN SUITE 200
SAN FRANCISCO, CA 94107
FACSIMILE 415 342 8848
TELEPHONE 415 342 8841

VANDAMME REPRESENTS

Missy Pepper

35 STILLMAN SUITE 200
SAN FRANCISCO, CA 94107
FACSIMILE 415 342 8848
TELEPHONE 415 342 8841

VANDAMME REPRESENTS

Missy Pepper

35 STILLMAN SUITE 200
SAN FRANCISCO, CA 94107
FACSIMILE 415 342 8848
TELEPHONE 415 342 8841

MAXFLI BY JUNKO SHIMADA

Isabelle Dervaux
illustrator

represented by Junko Wang
4-24-7-204 Tsukaguchi
Shinjuku-ku TOKYO 163
Tel&Fax: 033965-0906

Graphic Designer

松石博幸
Hiroyuki Matsuiishi

Graphic Designer

MARIE CHAM

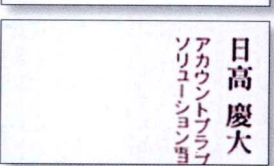
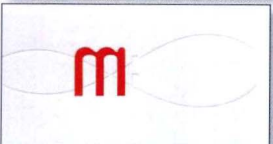
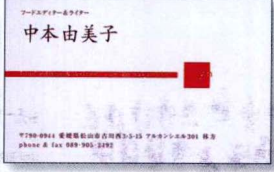
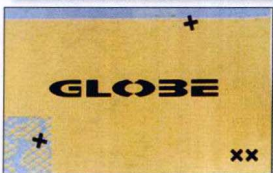
RIS & DANCERIES

78 rue Scheffer
75001 Paris France

名片设计

精彩贴图

作为四边与中心的表现，可以加强形式感，在整个形式上又有一种规律感，而在运用方面可以根据客户的需要而进行变化。这种方式可以很好地活跃版面效果。



由于这种版式相对具有规律性，所以这种风格很受人喜欢。而在有些设计上，这种方法表现得即便不是很明显，但却依然可以感受到这一关系的存在，因此，巧用这种版面，所达到的效果是相当好的。

名片设计 [2]

自由

自由型的名片形式，给人们以轻松、欢快之感。这种形式的名片非常多，它的随意性使人们在设计自己的名片时可以突出感性的一面。有些自由型的名片还充满着个性和情趣。因此，这种风格的名片深受大众欢迎。

一般规则

大家都知道，没有绝对的自由。如果认为自由是可以毫无规矩地任意发挥的话，那么这是没有理解设计的原理。从某种形式上来讲，自由地表现很有规律，合理的同时又具有自由的气氛，如果少了其中一个特点的话，会让人们感到不完整，这就是自由的特殊性。如果把自由理解为一堆元素的自由摆放，那么这是杂乱，而不是自由。所以说，自由的排列方法是可以从中找到规律的。首先是突出主要部分，文字也好，图形也好，自由奔放的形式是构成版面的主要部分，这样让人们马上能够感受到自由的气氛，而其他元素是为此作配合的。如果主要部分显得太自由的话，那么其他部分或者是次要部分，可以起到弥补的作用，以比较正规的表现来修正一些过分自由的部分，使版面自由中带有秩序感。因此，当以秩序为主导时，就要强调自由，这就是矛盾的解决方法，很考验设计师的创意和水平。

特殊禁忌

自由的形态是非常轻松的，而目前青年人比较喜欢这种表现形式。由于自由的风格让人们感到随意，因此，作为个人名片，是相当不错的。如果作为企业名片，还是有所区别为佳。



自由——丰富

在整个名片中，运用丰富的形式来表现一种自由的气氛，并由此而使名片显得非常活跃，且使整个名片具有一种非常自由的气息。

- C=83 M=80 Y=17 K=0
R=69 G=69 B=137
- C=21 M=99 Y=99 K=1
R=198 G=27 B=30
- C=4 M=49 Y=63 K=0
R=237 G=155 B=94



1. 在名片上运用图形加以表现，排列显得非常自由。

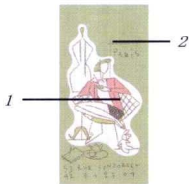
2. 人物也是以摄影和图形结合进行表现的，这种多样的表现手法，让人们感到非常有趣。

3. 整个名片的色彩丰富又具有变化。

自由——轻松

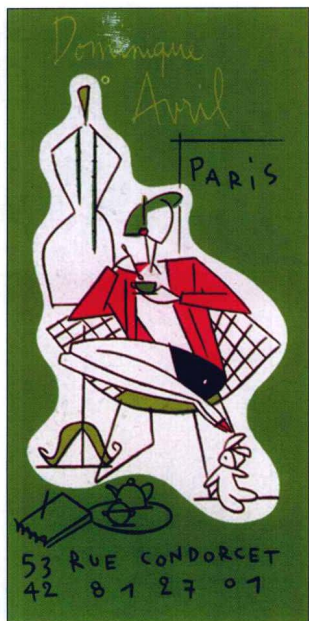
在自由的风格中，突出以轻松的形式来进行表现，让人们通过这种轻松感而感受到一种自由的氛围，并由此使名片具有生气。

- C=94 M=6 Y=89 K=0
R=0 G=153 B=83
- C=3 M=95 Y=21 K=0
R=226 G=27 B=114
- C=81 M=80 Y=73 K=45
R=48 G=44 B=48



1. 用线条表现人物，并且因此构成非常有特点的版面。整个人物非常可爱，因为用单线进行表现，更显自由。

2. 周围的色块也增强了这种随和的感觉。



自由——立体

从视觉效果上进行追求，主要是从整个名片的立体感入手进行表现，从这种立体感中来表现出一种非常自由的感觉。



1. 运用印刷技术，体现名片的立体感，而通过对立体感的表现，使整个名片非常活泼。

2. 文字以不同色彩进行组合，使形式上也具有趣味性。

C=7 M=8 Y=7 K=0

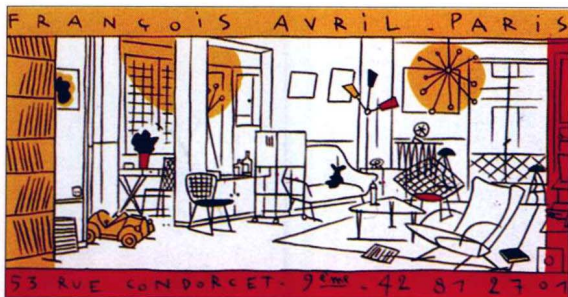
R=240 G=244 B=240

● C=10 M=29 Y=19 K=0

R=229 G=194 B=191

● C=82 M=73 Y=72 K=40

R=47 G=55 B=55



自由——随意

从名片的形式上可以感受到自由的气氛，一种非常明显的表现形式就是插画风格，插画所追求的随意气氛能感动人们。

● C=5 M=33 Y=94 K=0

R=240 G=183 B=0

● C=12 M=100 Y=100 K=2

R=211 G=14 B=25

● C=81 M=80 Y=73 K=45

R=48 G=44 B=48



1. 采用一张画作为整个名片的重要部分，画中所表现出来的随意性使名片版式显得活跃。

2. 在四周，也应用这种气氛进行变化，让人们感到了一种自由。