

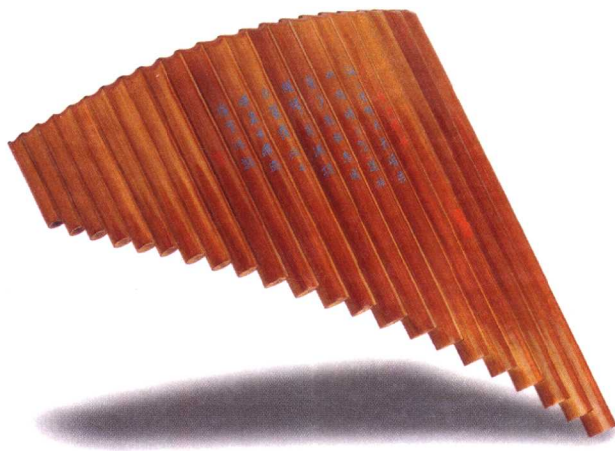
[现代艺术设计系列图书]

内容充实丰富 案例特色鲜明 理论与操作并重 语言简洁生动

商业版式设计



陈 瑛 冷先平 吴志勇 编著



化学工业出版社

[现代艺术设计系列图书]

商业版式设计

陈 瑛 冷先平 吴志勇 编著



化学工业出版社

·北 京·

(京)新登字 039 号

图书在版编目 (CIP) 数据

商业版式设计 陈瑛,冷先平,吴志勇编著. 北京:
化学工业出版社,2004.9
(现代艺术设计系列图书)
ISBN 7-5025-6125-0

I. 商… II. ①陈…②冷…③吴… III. 商业-版
式设计 IV. TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 094516 号

现代艺术设计系列图书

商业版式设计

陈 瑛 冷先平 吴志勇 编著

责任编辑:丁尚林

责任校对:战河红

封面设计:潘 峰

*

化学工业出版社出版发行

(北京市朝阳区惠新里 3 号 邮政编码 100029)

发行电话:(010) 64982530

<http://www.cip.com.cn>

*

新华书店北京发行所经销

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

三河市东柳装订厂装订

开本 787mm×960mm 1/16 印张 9 1/4 字数 173 千字

2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-5025-6125-0/TB·83

定 价:48.00 元

版权所有 违者必究

该书如有缺页、倒页、脱页者,本社发行部负责退换

前言

近几年,一门新兴、独立的学科——版式设计,从视觉传达设计领域中脱颖而出。它的出现是现代科学技术和经济飞速发展的结果,并渗入到传统文化、审美观念、时代精神、设计风格等诸多方面。版式设计的独立是现代视觉传达设计发展的需要。它是一门设计的基础学科,对于它的深入研究与探索,无疑会为其姊妹学科诸如广告、包装、报纸、网页、样本手册等设计提供更加有效的创意和设计平台,更好地为视觉传达设计服务。于是便有了这本《商业版式设计》。

本书的编写,力求科学性、艺术性、理论性、知识性、实用性的统一,特别是在信息量上强调量与质的统一。具体说来有如下特点。

1. 理论性强。它站在学科发展的前沿,使之具有前瞻性。鉴于此,它特别强调引导和启发作用,目的在于激发读者的创作灵感,设计出独具风格的作品。

2. 注重实践。本书着力体现一般规律与实践的有机联系。通过以点带面等发散思维的能力的培养,使读者能熟练地掌握技能。

3. 案例详实,内容丰富。本书收集众多当今世界优秀的视觉传达设计作品,典型性强,具有极强的示范作用。

4. 语言简洁、生动,通俗易懂。尤其是对优秀作品、学生习作的分析、对比,针对性强,易于理解、吸收。

同时,它还是一本值得收藏的资料书,其中收录的大量精美图片,随时随地都能给人以启迪和美的感受。

当然,由于时间限制与作者水平等因素,本书可能存在这样或那样的不足。在此,真诚地希望读者和同仁的批评、指正,以便改正与完善。

编著者

2004年8月

目 录

第一章	概述	1
第一节	商业版式设计的概念与类别	2
第二节	商业版式设计的特征	3
第三节	学习商业版式设计的方法论	5
第二章	商业版式设计原理及规律	9
第一节	形式法则与商业版式设计的版式构成	10
第二节	商业版式设计的视觉语言及其相互关系	13
第三节	商业版式设计内容与形式的处理方法	21
第三章	商业版式设计基本方法与应用	23
第一节	商业版式设计的方法	24
第二节	商业版式设计的应用	24
第四章	版式的视觉流程	33
第一节	直线视觉流程	34
第二节	曲线视觉流程	35
第三节	导向性视觉流程	35
第四节	重心视觉流程	35
第五节	黄金位置决定的视觉流程	36
第六节	反复视觉流程	36
第七节	散点视觉流程	36
第五章	文字的编排构成	39
第一节	基本概念	40

商业版式设计

第二节	正文	41
第三节	标题	43
第四节	注释	43
第五节	文字强调	44
第六节	文字处理、编排	45
第七节	文字的整体编排	46
第六章	图形的编排构成	47
第一节	图形版式设计的类型	48
第二节	图形版式形式	48
第三节	图形面积	49
第四节	跨越中缝——图形编排连页设计	50
第七章	商业版式设计 with 指导	51
第一节	形式美与商业版式设计练习	52
第二节	骨格在商业版式中的应用	57
第八章	商业版式设计作品欣赏	63
第一节	版式设计经典作品	64
第二节	字体设计	72
第三节	图形设计	82
第四节	色彩设计	92
第五节	版式设计	103
第六节	视觉流程	110
第七节	“楚天创新杯”获奖作品选	130
	参考文献	140

商 业 版 式 设 计

第一章

概述

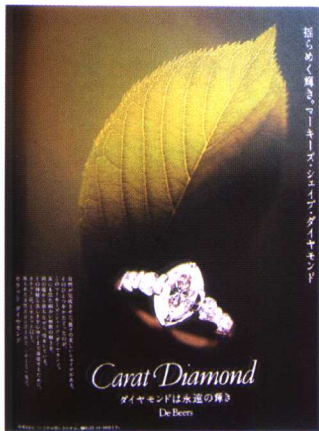
现代社会信息传播发生了巨大变化,传播信息的载体呈多元格局发展,科学技术的突飞猛进加剧了这种变化。商业版式设计便是这种繁浩浪潮中应运而生的、独立的、新生的并具广阔发展空间的学科。

第一节 商业版式设计的概念与类别

1. 概念

商业版式设计是为了满足信息传播的需要,对信息传播的载体进行艺术加工,使其鲜明、生动、高效地实现信息传达的一种艺术设计,具有极高的美学价值和经济实用功能。

商业版式设计是一种重要的视觉传达语言,要求合理地组织不同的构成元素表达特定的视觉主题。该学科在发展过程中,突破了平面构成模式,其包含目的性的商业特点使之发展成为需要调动一切设计构成元素的学科。构成形式包括平面的、立体的以及从内容到形式的全方位的整体和视觉形态设计。



广告的版式编排



包装的版式编排



报纸的版式编排

过去,在设计教学体系中没有商业版式设计这门课程,而是将其归入书籍装帧设计版式安排的范围,更多地突出对于平面设计方法的研究和画面调度能力的培养,

因而局限性较大。商业版式设计突破这种局限,符合信息传播的要求,既突出设计美学规律,又注重实用、经济,二者相辅相成,相互兼容。

随着网络时代的来临,信息传播的途径和方式也为商业版式设计提供了新的更广阔的空间。传统行业界限被打破,市场要求设计师研究新的设计理念,把摄影、美术、制版、印刷以及商业营销等诸要素综合考虑,充分发挥设计师的能动性和创造性,跨越时空,设计出既能创造商业利益又给人以艺术享受的作品。

2. 类别

商业版式设计根据其目的大致可以分为两大类,即以培养设计师技能为主的编排设计和实际商业应用版式设计。它们包括:书籍装帧,CI宣传手册,报纸,海报,广告,传单,页面,网面设计,信笺,产品包装等。



POP 广告的版式编排



书籍的版式设计

第二节 商业版式设计的特征

现代商业版式设计的合目的性决定了商业版式设计必须考虑设计的内容与形式之间的辩证关系,这种关系决定了其自身特有的典型性与实际功能。

1. 商业版式承载信息传播的直接性

商业版式设计要求将所需传播内容概括成简练的图形元素,通过对图形元素的合理化的艺术处理,高度浓缩传达内容,突出图形元素的象征意义,提升其在版面



信笺的版式设计



手册的版式设计

中的视觉地位,高效地传播所承载的信息。这种信息传播的直接性不是简单的对图形元素、版式的划分,而是要求设计师充分考虑设计作品的适应范围和信息传播的特定目的等客观因素,包括民族、国家、地理、适应人群等,进行符合审美规律的营造,通过编排后以整体形象来传达信息。

2. 商业版式的指示性

商业版式往往是和一定的商品以及其所装饰的对象联系在一起的。那么在商业版式设计的过程中必然要带有特定的指示性即广告作用。从现代社会的信息传播情况来看,人们接受外界信息的模式发生了巨大变化。现代商业活动节奏的加快无疑对进入市场的产品、企业形象、展示方式和相应的其他文化活动提出了更高的要求。商业版式作为具体的视觉传播方式,承载着对上述诸多主体的宣传和指示功能,强化着信息接收者的记忆。

3. 商业版式设计的规律性

任何艺术设计都有其必须符合的规律,商业版式设计也不例外。形式美的规律要求商业版式设计在布局方面追求图形元素的完善,合理、有效地利用空间,有规律地组织、排列图形,产生秩序美。这种布局要求图形元素之间相互依存,相互制约,融为一体,满足具体版式的要求。

4. 商业版式设计的大众化

附载于商业版式,被商业版式所传递的信息是投向市场的。商业版式作为一种信息传播的特殊媒介,其覆盖面极为广大。在市场里,无论人们的社会阶层、经济状况如何,对于这种信息的接收是不可避免的。那么,商业版式设计就要考虑其信息传播的有效性,以满足大众的接收要求。这种要求体现为对信息接收的理解、认知和使用,要求商业版式的视觉语言有能够表达典型的公众形象。这种大众化的要求并不是说商业版式设计毫不考虑特定的人文的选择性。商业版式设计的大众化要求设计者通过对市场的全面分析,综合各方面的因素来



《四美图》

确定其传播受众和传播形式的侧重点,从而树立商业版式所传递的信息——品牌及产品形象,通畅营销渠道,取得更多的市场份额和利润。



包装版式

网页版式

5. 商业版式设计的艺术性

随着现代生活水平的提高,人们对高质量精神生活的要求也愈来愈高,商业版式设计不仅要满足合目的性的功能,同时还要塑造优美的视觉形象,实现二者的统一。

商业版式设计构成图形元素的文化特质,包含着诸如历史、民族、民俗、文化、政治、经济等诸多因素,设计师必须寻找最能表达其精神内涵的媒介物和艺术形式,把握博大精深的民族文化和塑造优美的传统图形元素,“古为今用,洋为中用”,依据美学原则和造型规律,用轻快明晰的现代设计手法,演绎、打散、重构图形元素,塑造自由、活泼、形式优美的艺术语言。

6. 商业版式设计独特的工艺性

实现实用和工艺的完美结合是商业版式设计的主要目的。它的涉及面很广,以多种工艺专业设计为基础,辐射到相应的工艺专业就必须全面、综合地考虑制作工艺处理手法、实际用途。工艺制作受条件的制约,同时制作的物质材料也影响着商业版式的效果,以及信息的传达。

因此,设计师要充分了解、利用工艺和材料的特点,进行创造性的版式设计,达到完美的艺术视觉效果。



广告版式



个性风格版式

第三节 学习商业版式设计的方法论

商业版式设计是视觉传达设计重要的专业基础课,



个性风格版式



个性风格版式

同三大构成一样(平面构成、色彩构成、立体构成)对学生专业技能的培养起着无可替代的作用。学科之间有着一定的承传性、交叉性。例如,商业版式设计中的某个几何图形的组合编排练习就与平面构成设计在某种程度上是相通的,但是它又不同于后者,具有相对的独立性。恰到好处的版式具有很强的艺术感染力,它可能会更强烈地吸引受众,打动人心,使其承载的信息内容更清晰、更有条理地到达受众。

商业版式设计所研究的对象是对图形元素的编排处理,它们包括形态、色彩、肌理、空间、体积、点、线、面、构图的形式感等诸多要素。如何有效地驾驭这些图形元素,处理好各种细节,掌握适当的学习手法是非常必要的。

1. 广泛涉猎,奠定基础

现代社会的发展日新月异,带来的文化革命也是一浪接一浪,平面设计形式非常繁多,且具有各自的功能和表达方式。商业版式设计非常注重创造性能力的培养。林风眠先生说过,假如要成为一只蝴蝶,首先必须有能力作茧自缚,然后有能力咬破茧壳,才能成为一只自由地飞翔于天空中的美丽的蝴蝶。创造性能力的培养离不开广泛地吸收关于商业版式设计相关的艺术营养,以此为基础,以此为潜能,才能实现目的。因此学好商业版式设计必须注重知识的积累与培养,把握商业版式设计的规律和方法,注意该学科与其相辐射学科,如包装、广告、网页等设计专业的有机联系,明确学习内容、目的、重点、难点,打下扎实的基础。

2. 勤于实践,寻找规律

“实践是检验真理的唯一标准”,商业版式设计构成规律和方法是对版式编排设计各种基础构成法则的概括和总结。其视觉图形元素和构成法则之间的辩证关系,必须是建立在实践基础上的。商业版式设计的艺术实践是对其进行认知的一个过程,这种认知反过来又指导艺术实践更进一步,向更深、更高的目的发展。

任何符合规律性的东西并不是一成不变的,商业版

式设计的艺术规律同样如此。它受着社会发展的制约,勤于艺术实践正确地认识,把握艺术设计中形式和内容
的关系,非常必要。商业版式设计是实用美术,研究设计
的内容,是设计的前提,版式形式受到审美、技术、
工艺、经济状况的影响,但版式所承载的内容应该放在
首要地位,它是设计的主体。设计过程中处理好内容与
形式的辩证关系,寻找艺术规律必须通过大量的艺术实
践,它是学习的根本。否则,我们的设计只能是纸上谈
兵,空中楼阁。

3. 突破桎梏,创造个性

商业版式设计是一个创造性的艺术活动。这一活动的
目的最终要面对市场和内容表达的要求,它们决定了
商业版式设计不能像其他纯艺术一样过分追求个性风格
和情感宣泄,而要受许多“条条框框”的制约。正是这
一点决定了商业版式设计的艰难。

商业版式设计有诸多外在条件的制约,但不能把它
作为消极因素看待,要悉心研究它们与设计之间的内在
联系。应该知道,这些条件就是创造设计的根本动力。
商业版式设计的实用性必须符合这些条件要求,它们是
设计的源和水。离开它们,设计就会毫无意义。商业版
式设计创造性的突破应基于这种内在联系,这样,才能
准确寻找矛盾的焦点,找到设计的支撑点,突破桎梏,
创造、设计好的作品。



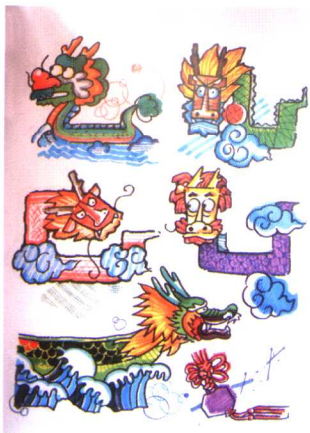
个性风格版式

商 业 版 式 设 计

第二章

商业版式设计原理及规律

第一节 形式法则与商业版式设计的版式构成



多样统一



多样统一

形式法则是造型艺术共有的美的规律和美的法规。它反映在商业版式设计中有其独特的具体性，它既是客观事物的反映，但又不是自然的真实再现，而是同其他艺术形式一样，注重形式美、构成美和合理性。学习商业版式设计，掌握形式法则及其在设计中的实际应用，非常重要。

商业版式设计的基础是建立一定的骨格、空间。骨格、空间的处理与设计内容紧密相连，它承载着设计内容所蕴含的巨大信息。这种骨格、空间有着悠久的历史，它们和造纸印刷技术、制作工艺、现代科技等有着不可分割的联系。人们在千百年来的这种编排实践中，对版式的认识规律不断加深，形式法则帮助人们扩大了观察视野，突出了商业版式的功能。

1. 多样与统一

商业版式构成图形元素形状各异，多种多样，应把握这些图形元素，统一于整体的骨格、空间，使之在一定尺度空间里，给人以稳定的视觉感受，以利于信息的传达。美术设计师有机地处理它们。变化与统一是处理这种问题的有效的形式法则。变化与统一是一切事物变化的规律。商业版式中的图形元素非常复杂，它们依赖于版式的骨格、空间的相互联系、相互依存、相互制约，形成一个变化着的统一体。

商业版式的骨格、空间所承载的信息内容，及其表达的形式与色彩，处理的手法以及对版式构图的要求有它的具体性。那么，这就要求骨格、空间的处理既相互对立又相互依存，若只一味地追求变化，就会杂乱无章；片面强调统一，版式又会显得呆板、单调。要将二者结合起来，在统一中求变化，或在变化中求统一，这样才能真正设计好版面，运用规律。



报纸版式



多样统一

2. 对比与调和

对比是艺术形象之间的差异比较，它能鲜明地展示艺术形象各自的特点。体现在商业版式的骨格、空间中，就是构成骨格空间元素的点、线、面的大小、轻重、粗细、疏密、曲直、前后层次、秩序的对比关系。对比容易形成版面骨格、空间的视觉张力，使要表达的主要部分成为密集的视觉中心，增强视觉的刺激强度，次要的部分产生恰当的呼应和联系。

调和是把构成各种强烈对比的因素协调统一。调和的方法要求在对比中找出统一因素，使设计的各组成部分之间具有一定联系。

在骨格、空间的对比元素中可以尽量使用重复式、近似或渐变形式的造型元素，去协调因对比而造成的不调和，使骨格、空间产生的视觉效果更加完美。

3. 条理与数

条理是对事物有规律的组织与安排，利用数可以加强条理与事物之间的逻辑联系，它们是构成秩序美感的重要因素。



对比调和