



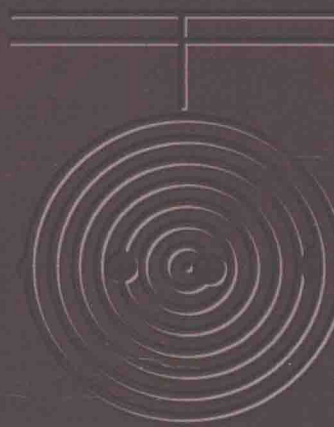
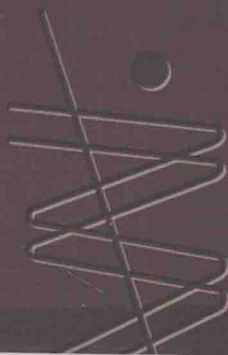
Art Design

高职高专艺术设计类专业
“十二五”规划教材

Font
Power of Visual Design

字体——视觉设计的力量

鲁宁 主编



DI

XIAN

MIAN



化学工业出版社



Art Design

高职高专艺术设计类专业
“十二五”规划教材

Font
Power of Visual Design

字体——视觉设计的力量

鲁 宁 主 编

李丹俊 孔祥国 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书将枯燥的字体设计分成基础篇和应用篇两大部分来讲解,清晰易懂。其中,基础篇主要使读者了解字体的美学原则,捕捉设计的灵感,系统掌握字体设计的技巧与方法。应用篇主要突出字体设计的应用能力,根据字体设计社会服务项目的范畴,分为八大商业设计表现范围,即休闲娱乐类、餐饮服务类、商业购物类、文化艺术类、纺织服装类、电子数码类、食品类、医药卫生类,并配合设计项目导入案例讲解,使读者能够系统地掌握每个商业行业中字体设计项目的表现方法和技巧。

本书可作为高职高专艺术设计类专业师生用书,也可供相关行业从业者和字体设计爱好者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

字体——视觉设计的力量 / 鲁宁主编. — 北京: 化学工业出版社, 2014. 12

高职高专艺术设计类专业“十二五”规划教材

ISBN 978-7-122-22024-0

I. ①字… II. ①鲁… III. ①美术字-字体-设计-高等学校-教材 IV. ①J292.13 ②J293

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第235002号

责任编辑: 李彦玲
责任校对: 宋 玮

装帧设计: 王晓宇

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 北京盛通印刷股份有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张6 $\frac{3}{4}$ 字数170千字 2015年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 35.00 元

版权所有 违者必究

前言

foreword

纵观目前视觉艺术设计中,字体作为一种设计形式,在商业设计领域越来越受到重视,呈现出变化多样的视觉美感,运用到不同视觉艺术设计媒介中。无论是从品牌形象的角度,还是从商品包装的角度,我们都看到了很多优秀字体设计的表现。由此可见,字体设计在现代艺术视觉中的作用重大。在字体设计中,掌握汉字的基本书写规律,理解其笔画、空间、重心等布局规律,对顺利开展字体设计有着至关重要的基础作用。而读者往往最容易忽视基础字体的书写方法,认为在电脑字体盛行的今天,掌握基本美术字的写法是多此一举,在此,笔者希望年轻的学子们,不要忽视基本字体书写方法的掌握,如同万丈高楼,基石的奠定,尤为重要。

当基本字体的书写方法掌握后,对字体结构规律有了较深的认识后,我们就可以开展商业变体美术字的设计。在这部分应用中,要着重掌握字体设计的表现方法,此部分多做练习才是掌握之道。所以在本书中,从八个商业属性方向,向广大艺术设计读者介绍不同商业项目的字体设计表现风格的多样化,用步骤的方法,介绍该字体的设计过程,除了扩大读者的设计视野,更重要的是希望读者能通过本书的教程,对商业字体设计有更进一步的掌握。

本书由鲁宁主编,李丹俊、孔祥国副主编,董彬参编。

此书的编写,采用了最新的字体案例,在此非常感谢商业设计师陈飞、李涛、后河设计的案例提供,也要感谢我的毕业学生梁京珍、邓攀夫、曹红芬、张世宏对本书的设计支持,在此深表谢意!

鲁宁

2014年10月

目录

CONTENTS

字体技法——字体设计基础篇

第一章 字体在当代视觉艺术设计中的表现 /003

- 第一节 字体设计在包装中的视觉表现 /004
- 第二节 字体设计在书籍中的视觉表现 /006
- 第三节 字体设计在品牌形象中的视觉表现 /008
- 第四节 字体设计在海报中的视觉表现 /011

第二章 字体的设计美学 /012

- 第一节 字体设计的功能 /013
- 第二节 字体设计的原则 /019
- 第三节 字体设计的组合美学 /021

第三章 字体的基本书写方法 /027

- 第一节 汉字的起源与发展 /028
- 第二节 汉字书写方法 /033
- 第三节 拉丁字母起源与发展 /038
- 第四节 拉丁字母书写方法 /041

第四章 字体的设计方法 /046

- 第一节 元素替换法 /048
- 第二节 局部笔画拉伸法 /050
- 第三节 笔形统一法 /051
- 第四节 笔画连断法 /052
- 第五节 减细法 /053
- 第六节 俏皮设计法 /054
- 第七节 笔画共用法 /054
- 第八节 错落摆放法 /055

字体万象——字体设计应用篇

第五章 字体设计应用表现 /061

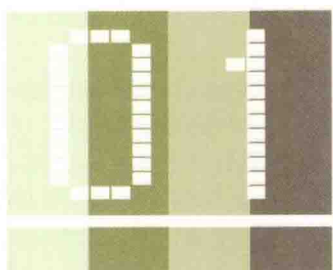
- 应用一 休闲娱乐类字体设计 /062
- 应用二 餐饮服务类字体设计 /067
- 应用三 商业购物类字体设计 /073
- 应用四 文化艺术类字体设计 /077
- 应用五 纺织服装类字体设计 /081
- 应用六 电子数码类字体设计 /086
- 应用七 食品类字体设计 /091
- 应用八 书籍类字体设计 /093

参考文献 /102



字体技法——

字体设计 基础篇



第一章

字体在当代视觉艺术设计中的表现

字体——视觉
设计的力量

字体设计是商业发展的产物，随着经济的快速发展，商家们更加注重自己产品的外观形象，形式单一的电脑印刷字体已经不能满足消费者对个性形象的追求，形式多样化、视觉个性特征突出成为字体设计的发展趋势。

字体设计是指遵循一定的字体结构规范和设计原则，将文字按视觉设计规律加以整体的精心设计表现，来塑造出具有视觉美感的文字形式，是一种用视觉手段来传达信息的形式。在现代商业视觉设计中，字体设计作为一种重要的视觉信息表现手段，集传播性与艺术性为一体，越来越被重视，已经成为重要的设计元素之一，被广泛地应用到了各个视觉范畴，比如品牌形象设计、包装设计、书籍设计、广告设计等，其在传播领域中起着较好的信息沟通作用，已经拓展到与平面视觉艺术、空间视觉艺术相关的多领域中，并与之融为一体，既体现出了商业性，又表现出文化性、时代性和精神性。

第一节 字体设计在包装中的视觉表现

包装字体设计主要表现在包装中的品牌字体设计，很多包装的品牌名称直接就是一组漂亮的字体。在视觉顺序上，品牌名称在包装画面中的位置最为重要，为设计的重点和核心。包装字体设计需要根据包装设计定位，来确定字体设计的风格，需要具有明确的说明性，可直接将包装产品内容物或包装品牌传达给观众，与视觉、听觉同步传递信息，强化包装品牌的诉求力。经过精心设计的包装品牌字体与普通印刷字体的差异性在于，除了外观造型不同外，更重要的是它是根据包装商品属性或品牌的个性而设计的，对字体的形态、粗细、字间的连接与配置，以及统一的造型等，都作了细致严谨的规划，比普通字体更美观、更具特色。

包装字体设计原则是以具体商品特点为设计出发点，使字体的表现形式与商品内容相统一，不同风格的字体给人的视觉感受、视觉联想也不一样，浑厚有力的字体适合五金电器、柔婉秀丽的字体适合女性用品，土特产品常用书法字体表现出强烈的传统风格，儿童用品字体多呈活泼、俏皮可爱的倾向，食品或日用品包装字体设计要明确、醒目。因此，在设计具体包装内容采用不同的字体设计风格来进行设计表现。

在包装中，除了品牌标识字体设计外，文字的编排处理是包装形象设计中又一重要因素，文字编排需考虑文字与图形的搭配关系。在包装文字编排中，需注意字体的大小及粗细，在整体编排上要考虑字与字之间的间距、行与行之间的距离、段落之间的距离关系，同时还需注意版心的大小。包装文字编排设计的基本要求是根据商品内容的属性、文字本身的主次来确定的，编排设计要服从包装整体视觉形象要求，做到风格统一（图1-1）。



图1-1 包装设计/后河设计

第二节 字体设计在书籍中的视觉表现

书籍是人类智慧的积淀、是文化的流传与延续，古人云“三日不读书便觉语言无味，而面目可憎也”。足见书籍作为精神食粮有多大的教育启迪作用。书籍作为文字、图形的载体，其存在是不能没有装帧的。封面设计在一本书的整体设计中具有举足轻重的地位。图书与读者见面，第一个回合就依赖于封面。封面是一本书的脸面，是一位不说话的推销员。好的封面设计不仅能招徕读者，更耐人寻味，爱不释手。封面设计的优劣对书籍的社会形象有着非常重大的意义，封面设计一般包括书名、编著者名、出版社名等文字，以及体现书的内容、性质、体裁的装饰形象、色彩和构图，封面上简练的书名文字设计在书籍装帧设计中起着举足轻重的作用。

书籍中的字体设计从属于书名——书籍装帧的“眼睛”，书名这个“视觉要点”就是书籍装帧整个动态系统的中心，书籍装帧的一切设计都应该围绕着书名来展开。读者看到一本书，首先关心的是书籍的名称，所谓“一看名，二看皮，三看内容”就反映了这个“抽取”过程。在这个视觉选择的过程中，封面中的书名无疑成为读者视线首先“抽取”的重点，所以用心设计封面书名是好的书籍设计的开始。在书籍装帧设计中，不同的字体除了给读者以识别性、规范性、可读性外，还有一个更重要的因素，即通过字体的不同风格表现能够传达给读者不同的情感意境，使读者通过书名的艺术设计，直观地感受到书本的精神内涵。因此不同的字体设计表现形式传达给人的情感联想各不相同。曲线形字体给人柔和感，方形粗壮字体给人严峻、偏理性，可爱的字体给人活泼俏皮感。因此一般书名的字体设计手法常进行变体字设计，如果是传统文化类书籍，书名常用书法字体来表达，传达出文化感和历史感。另外，有些书名并未进行字体设计，而是用现有电脑字库字体进行书名的大小错落编排处理，形成组合字，从而突出书名的视觉艺术性（图1-2、图1-3）。

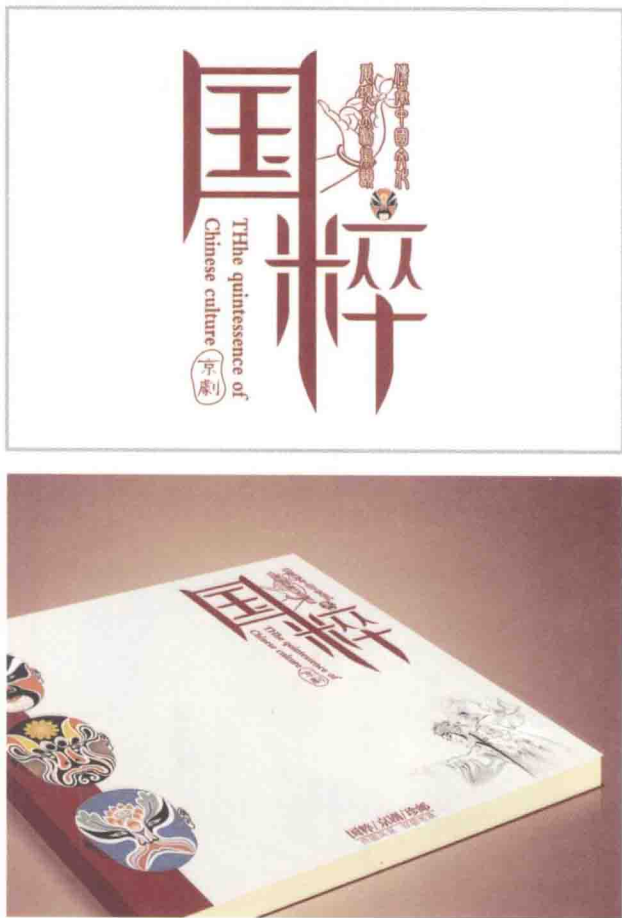


图1-2 《国粹》书籍设计/后河设计

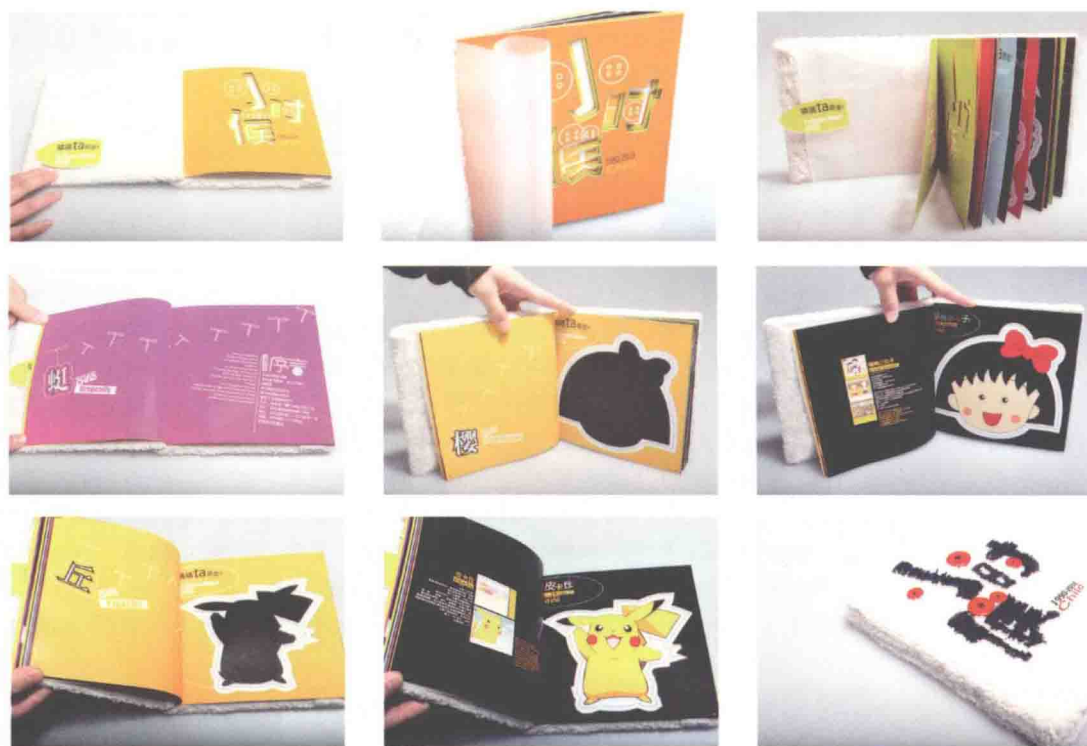


图1-3 《小时候》书籍设计/彭志立、邓媛 指导老师：鲁宁

第三节 字体设计在品牌形象中的视觉表现

品牌形象设计是指基于品牌定义下的符号沟通，它包括品牌解读及定义、品牌符号化、品牌符号的导入和品牌符号沟通系统的管理及适应调整四个过程，它的任务就是通过符号沟通帮助受众储存和提取品牌印记。品牌形象设计的原则是根据消费者的感觉以及企业自身的审美和追求而进行的。消费者购买商品的心理活动，一般总是从商品的认识过程开始的，而激烈竞争的市场上，品牌成为人们选择商品的重要依据，品牌也是人们地位、实力的象征。由此，品牌形象设计的意义就越来越大。品牌形象设计主要包括品牌的名称、标识物和标识语的设计，它们是该品牌区别于其他品牌的重要标志。品牌名称通常为文字、符号、图案三个因素组合构成，涵盖了品牌所有的特征，具有良好的宣传、沟通和交流的作用。

字体设计常常运用在商业品牌形象设计中，标志、标准字设计是品牌形象设计的重要基础。其中标志是经过设计的特殊图形或文字，它以高度概括的视觉形象，传达企业品牌形象内涵，将企业品牌的理念、规模、经营内容、产品的主要特点等，以具体可视的文字或图形表达出来，形成独具企业形象文化的视觉符号，传达给大众，以便于识别和认同，它的根本目的是传达信息，它是信息的载体。很多标志直接就是一个漂亮的艺术字体组合。

标志设计的构思方法之一，是以企业名称、品牌全称或从品牌名称中取首字母作为标志设计的题材。以此类方法为切入点进行设计的标志，我们也称字体标志。字体标志设计可以从汉字的象征含义、笔画的装饰、结构的取舍等方面入手，通过字体结构的局部变化，表现出企业品牌的独特形象魅力，成为具有专属品牌特点的标志，其风格往往简洁明了，有很强的形式感，注重装饰和美化作用，有些注重汉字的象征含义，能使人产生直观的联系。

标准字是品牌形象设计基本设计要素之一，运用广泛，几乎出现在品牌形象设计各大应用部分设计要素之中，由于文字本身具有明确的说明性，可以直接把企业的经营理念、规模性质、品牌名称直接传达出来，能够补充说明标志图形的内涵意义。标准字由于应用功能不同，分为企业标志字体、品牌标志字体、产品名称字体、产品宣传字体等。与一般文字不同，标准字最大的特点是字体外观造型具有独特的品牌文化特色，成为区分于其他品牌的重要特征之一。

品牌标志字体的设计要从设计分析开始，要对企业品牌的经营理念、规模、经营内容、产品特色、产品技术、服务性质等要素进行详细分析，分析行业属性和品牌文化，才能开始进行字体设计，利用文字造型所具备的直观诉求性，如字体设计风格刚硬、柔和、机械、飘逸、秀丽、庄重、浑厚等，由字体的风格样式传达出品牌想象，使消费者产生心理共鸣。

下面以《衍趣养生茶馆》品牌设计的设计过程来表现字体设计的视觉魅力，具体如图1-4所示。



养生茶馆

XIANQU YANGSHENG
CHAGUAN

闲趣

设计说明：一个别具一格的养生休闲茶馆，在标志的造型上运用了鸟型，源于老北京的遛鸟生活习俗，休闲是一种姿态，在生活节奏很快的现代社会，大部分人都处于忙碌的疲劳状态，忙碌之余闲下来，体会闲（街）趣，是创意的本意，希望这个独特的品牌形象，能唤起人们对慢生活的向往，从而突出该茶楼视觉语言的特色，独显该茶馆品牌的差异化特点。



C80M60Y25K0

C75M75Y85K50

C20M25Y30K0

COM0Y0K15

COM0Y0K10

图1-4



图1-4 《街趣养生茶馆》品牌设计/鲁宁

第四节 字体设计在海报中的视觉表现

平面海报是运用图形、字体、色彩、编排等要素作为设计的表现手段,传递商业信息、文化信息的视觉传播媒体。平面海报从制作方式界定,可分为印刷类、非印刷类和光电类三种形态;从使用场所界定,又可分为户外、户内及可携带式三种形态。平面海报因为传达信息简洁明了,能瞬间扣住人心,从而成为现代视觉传播的主要表现手段之一。平面海报设计在创作上要求表现手段浓缩化和具有象征性,一幅优秀的平面海报设计具有充满时代意识的新奇感,并具有设计上独特的表现手法和感情。在大多数人眼里,有形有色的图形是丰富多彩的,具有直观的感染力和震撼力,往往让人过目不忘,给人深刻的印象。文字在平面设计中作为造型元素的作用往往被忽视,文字在平面海报中,它是传递信息的重要方式,是通过内在的“意”和外在的“形”与人们进行视觉交流和沟通,文字除了是信息元素更是重要的造型元素。

平面海报中的字体可分为标题、正文和广告语。标题往往是作为海报的主题,要求新颖、简练、针对性强,目的是引起消费者的注意,所以标题常用易于辨识的字体,并安排在醒目的位置。正文主要是介绍商品内容和其他说明文字,正文是供人们阅读的部分,所以一般采用印刷字体,正文的排版需考虑正文与标题、整个海报整体构图的视觉流程关系。由于正文的字数较多,还需考虑字距、行距、段落距的关系。广告语是整个海报画面的核心文案,通常主题鲜明、诉求准确,直接传达出整个平面海报画面的宣传内容,具有较强的感染力。在平面海报中,标题或广告语由于字数不多,且因画面需要,文字常被用来做字体造型设计,以突出整个平面海报的独特性与艺术性,其字体设计形式也是多样化,字体设计风格表现形象的选择也是依据海报画面的内容来进行安排,使得整个海报画面文字的传播性较强,又因为独特的字体造型风格,加强了消费者对其的关注性(图1-5)。

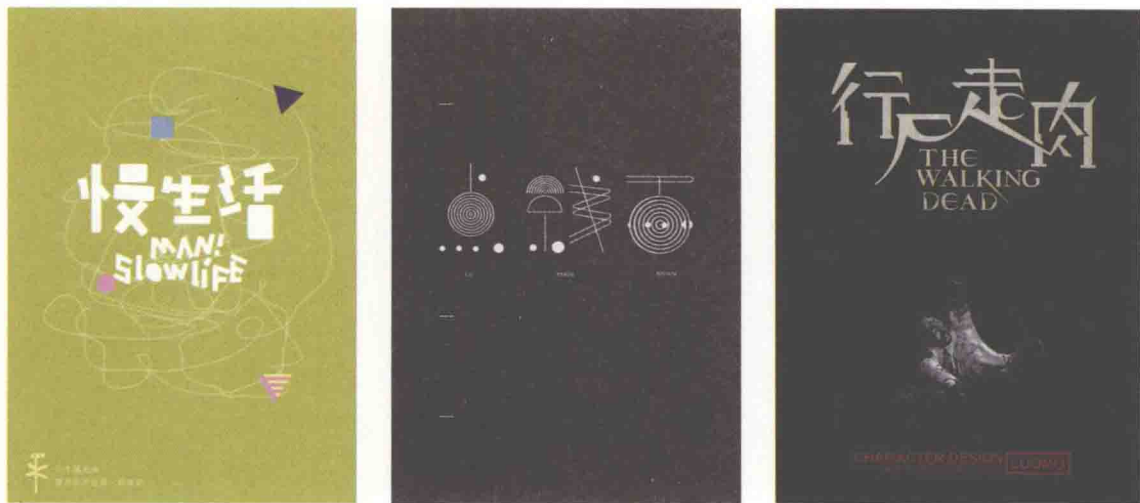
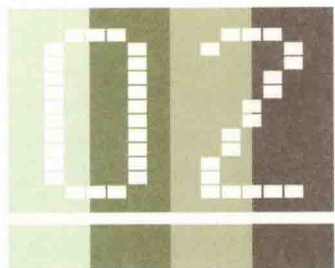


图1-5 海报设计/李涛



第二章

字体的设计美学

字体——视觉
设计的力量