

Before&After



# 怎样做好版式

(第2卷)

# 超越 平凡的 平面设计

■ [美] John McWade 著 ■ 冯志强 译

如同成功的演说和动人的旋律，杰出的设计作品藉由繁多的练习打磨而成。超越平凡的过程将助你脱离单调的轨迹。现在，你可以设计一切。

 人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# 超越 平凡的 平面设计



C13065647

J506  
46-2

## 怎样做好版式 (第2卷)



[美] John McWade 著  
冯志强 译



北航

C1672734

J506 / 46-2

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目(CIP)数据

超越平凡的平面设计：怎样做好版式. 第2卷 /  
(美) 麦克韦德 (McWade, J.) 著；冯志强译. — 北京：  
人民邮电出版社，2013. 8  
ISBN 978-7-115-31938-8

I. ①超… II. ①麦… ②冯… III. ①平面设计  
IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第107904号

## 版 权 声 明

Before & After Graphics for Business (ISBN: 0 301 33415 9)

John McWade

Copyright@2005

Authorized translation from the English language edition published by Peachpit Press

All rights reserved.

本书中文简体字版由美国Peachpit Press授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可，对本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

版权所有，侵权必究。

---

◆ 著 [美] John McWade

译 冯志强

责任编辑 赵 轩

责任印制 王 玮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京捷迅佳彩印刷有限公司印刷

◆ 开本：880×1230 1/24

印张：8

字数：288千字 2013年8月第1版

印数：1-4000册 2013年8月北京第1次印刷

著作权合同登记号 图字：01-2013-1140号

---

定价：45.00元

读者服务热线：(010)67132692 印装质量热线：(010)67129223

反盗版热线：(010)67171154

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号

# 序

平面设计有许多定义。它有时用来表示“装饰”，就像装饰一个生日蛋糕或者一间房间。装饰是用来吸引眼球的点缀，而不是必需品。蛋糕，即使没有装饰，它的味道也还是那样的。同样，“平面设计”就像其字面意思一样。“我是个设计师，我是做设计的。”这种设计的活儿通常是用来谋生的，比如绘画。你可以在网络日志或者博客上看到很多自我表达型的平面设计。你还可以看到它们出现在T恤上，甚至被喷涂在公交汽车的车身上。

计算机上的设计通常用来说明“产品”，也就是用鼠标“指指点点”来完成一些事情。“我设计了一个网页。”这句话通常意味着“我放置好了图片，输入了文本、做好了链接以及写好了HTML代码。”但是，这并不是设计，而只是“建造”。

本书是《超越平凡的平面设计——怎样做好版式》的续作，主要侧重商务中的平面设计。当你在工作中要发出一条信息、传达一个想法甚至要写辞职信的时候，你都需要进行针对商务的平面设计。

在本书中，我们所讲的好设计要满足3个条件：美观、简洁和清晰。

当然，你的平面设计必须是美观的。通常，观者对于你的商业印象是由他最初时刻的所见决定的。

如果你的信息很复杂，你要用设计简化它。

如果你的想法难于理解，你要用设计使其明朗。商务平面设计是我们日常接触得最多的一类设计，它包括图表、新闻简报、信函、表格、日程表以及其他常用的商务交流文档，它在现实世界中非常重要。



# 前言

创作优秀设计的难度经常会被低估，即使专业设计师也会低估设计的难度。对于许多人来说，设计好像简单得就连孩子也可以做，然而，事实上设计的难度是非常高的。同样，我们也经常忽略设计的价值。设计拥有非常强大的作用。耐人寻味的是，当我们作购物决定时，唯一的依据就是商品的外观，这足以说明设计的影响力。

然而，设计距离本源越近，那么这个事实就会越明显。我们在《Before & After》杂志上首发的一篇有趣的文章介绍了这方面的情况。

俄克拉何马州布罗肯阿罗市的读者 Darrell Jamieson 发给我们从《Tulsa World》报上剪下的一段文章。

随着塔尔萨市的镇长和官员们顺畅地与塔尔萨新的监狱司法机构一同工作，僵局便已经形成。

塔尔萨市的刑事司法机构官员不同意使用市政府的信笺抬头。

Bob Dick 是监狱机构 7 位委员中的主席，他想要让该部门拥有自己的信笺抬头，这样当向其他政府部门或建筑这所监狱的公司邮寄材料的时候，就不必使用县政府的信笺抬头了。

在 1 月 12 日的会议上，Dick 想向监狱机构中的其他委员提交 3 种设计，并且认为略微经过讨论后，某一种设计会被他们接受。然而，4 位委员（包括塔尔萨市的市长 Susan Savage）都否决了这些设计。

一种设计是带有该司法机构的名称和一条座右铭“为社区安全作贡献”的三角形 logo，该市的委员 Lewis Harris 说这个 logo 非常像一块路标。

另一种设计由该司法机构名称的首字母缩写词和一组铁栏杆组成，Harris 说这个设计过于艺术化。奥瓦索市的镇长 Charles Burris 还注意到除了他的城市外，美国其他城市都使用这 3 种设计。

## 即使专业设计师也会低估设计的难度。

Dick 作了总结：“我们需要一种艺术性不强，但也不与路标类似的动态 logo。”

尽管监狱机构的委员们以开玩笑的方式对信笺设计提出否决意见，但是他们也承认选择一种能够代表整个机构的标志所用的时间比他们先前预料的要多。

在少数几个人反对的情况下，委员们同意了监狱建设过程中的几个关键问题，其中包括全体同意选择一家法律公司做该机构的代表。

委员们在星期五观看了两种新设计，一种使用 Hollywood Western 字体；另一种使用了一句公务员座右铭：公正是国家的生命力。

会后，委员 John Selph 说：“我不关心这个设计是什么样子，但是我不喜欢这个座右铭。”

Savage 也想要提交设计。她说：“我们不是画家，但是我们想要的是简单有用的东西。这个标志就像勤杂事务一样是必须要做的。”

## NBC 电视台曾经付给设计师 100 万美元为其设计字母 N。

现在您已经了解到了事实。一个人向他的同事提

交了3种设计，他的同事们赞同他的创意，但是却否决了他的艺术性。一位镇长使用他自己的设计作出了回应，而另一位镇长提交了她自己的设计。永远不要将这件事视为仅与信笺抬头有关，真正的趣味之处是，这种情况普遍存在。设计的重要性比它的外在表现出的重要性高得多。它当然不是一种“勤杂事务”。市长为什么要提出做勤杂事务的提议？这群人为什么同意法律建议，而没有同意这项勤杂事务？为什么所有人都对勤杂事务有自己的意见？

一位委员说：“我确实不关心这个标志的外观。”这位委员实际上在做他没有意识到的事情。我们大家都是这样的。设计具有个人的特点。我们的外观会向世界展示我们的身份。正确的外观会向这位委员表达含义，而他看到的外观不会做到这一点。

这就是我说设计可以表达含义的意思。这种含义在任何地方都可以看得到。它可以驱动大量的服饰、配饰和化妆品行业（我们要为

们自己做设计）。它可以驱动汽车行业。它可以驱动建筑行业。它可以驱动消费品。

在 Steve Jobs 回归苹果公司前，他创立了他的 Next 计算机公司，在拥有办公楼、拥有雇员、拥有产品前，他的第一个行动是付给 Paul Rand 10 万美元（约 60 万人民币）设计一个 logo。Paul Rand 设计的黑色立方体赋予 Next 一种造型优美的形象。

NBC 电视台曾经付给设计师 100 万美元（约 600 万人民币）为其设计字母 N。

塔尔萨市的市长要求将这个信笺抬头设计得“简单实用”。她的意思（或者希望）是使用颜色、形状或几句话向公众表达监狱司法机构的信条：庄严、服务、能力、廉正。

但是要领会这一点，我们要从光明着眼，而不应在黑暗中找寻。

要掌握商务绘画，需要付出时间、精力、研究，甚至需要购买书籍进行学习。这一切都是为了获取最终的成果。

祝设计愉快！

## 致谢

感谢您对《超越平凡的平面设计—怎样做好版式》的支持。你们的喜爱也是对我这本书的激励。这两本书都来自于我们的杂志《Before & After》，而且出自相同的作者之手，在此我就一并感谢了。

我首先要感谢我们的朋友和商业伙伴 Michael Solomon，没有他就没有现在的我们。感谢众多的读者，谢谢你们在这些年写信给我们。我们阅读而且保留了每一封信，虽然本人亲笔回复的数量有限（这绝对可算作一项专职工作！）。我必须要说，你们的鼓励和支持是我无与伦比的动力。谢谢《Before & After》杂志的员工以及现在和以前的合作伙伴，你们能够看到他们的贡献。请允许我感谢 Chuck Donald、Rebecca George、Laura Lamar 和 John Odam，特别感谢 Gwen Amos（无法用语言形容的影响）和 Chuck Green。

感谢我们年轻的新任设计师 Vincent Pascual 以及 Dexter Mark Abellera，是他们将《Before & After》引入新的时代。

作为惯例，我要感谢 Peachpit 出版社辛勤工作的员工、我们的编辑 Cathy Fishel，我们的设计师 Kim Scott，我们的联络员 Marjorie Baer，出版人 Nancy Ruenzel，出版编辑 Lupe Edgar 以及帮我整理堆积如山文件的 Suzie Lowey。

再一次感谢我生命里重要的人——我的夫人 Gaye，是她伴随我工作，三十多年来伴我一步步跨过艰难险阻。Gaye 是我知道的最真实的思想者，跟她在一起我能看到生活中最深刻、最重要的事情。我能够信奉大众文化的精髓并想象其中的魅力时，她给我带来清新与真实的感受。她鼓励我，挑战我并让我专心。如果没有她，就没有您手中的这本书。

# 1

## 新闻简报

- 1.1 抓住路人的眼球 2
- 1.2 最适合文本的字体是什么 8
- 1.3 设计一种帅气“无修饰”新闻简报 14
- 1.4 新闻简报诊所 20
- 1.5 鹤立鸡群 30
- 1.6 生动的新闻简报让每个人走上舞台 36
- 1.7 让空白动起来 46
- 1.8 如何梳理你的新闻简报 48

# 2

## 信纸

- 2.1 很多文档？统一它们 58
- 2.2 如何迅速取得联系 66
- 2.3 设计公司文件 68
- 2.4 在纸上汇集创意 72

# 3

## logo& 标志

- 3.1 是什么让 logo 出类拔萃 76
- 3.2 一起来设计 logo！ 80
- 3.3 如何创造文字标志 86
- 3.4 设计文字标志的方法 90
- 3.5 发现名字中的 logo 96
- 3.6 设计名称 100
- 3.7 字母组合 logo 表现特点 102
- 3.8 设计连字方式 105
- 3.9 将艺术和文字结合到一起的技巧 114
- 3.10 设计好玩的、含有多个图形的 logo 118



## 4

### 推销和表单

- 4.1 创建漂亮布局的指导原则 124
- 4.2 优惠券的设计方法 126
- 4.3 拼装目录 130
- 4.4 创建信息卡片 140
- 4.5 怎样画图解说明 142
- 4.6 黄页广告设计 148

## 5

### 图表、报告、日历和地图

- 5.1 将世界送到读者的眼前 158
- 5.2 单行的月历 164
- 5.3 文字地图 168
- 5.4 图表中心的内容 170
- 5.5 设计业务报告的方法 174

# 1

## 新闻简报

。

你的新闻简报会出现在公共场合吗？有 6 条简单的方法可以改善人们对它的第一印象。

## 1.1 抓住路人的眼球

Sierra Adoption Services (SAS) 是一家私人中介，手头拥有大批业务。领养孩子对任何人来说都是非常重要的一件事，但是 SAS 的专长是安排那些不太容易被挑选的孩子寻找领养家庭——这些孩子要么年纪已经大了，要么必须跟兄弟姐妹在一起，要么发育迟缓或因其他原因没有被领养。

把这些孩子的故事向那些有可能领养孩子的人们进行宣讲是很关键的，由此产生了 SAS 的新闻简报《Homecoming》。《Homecoming》向资助人和领养家庭发放，同时这也是一种重要的营销手段。它的目标是那些刚刚有领养孩子想法的成年人。该简报的创办者力图把该刊设计得引人注目，让在村镇报刊亭或是其他公共部门偶尔路过的人不由得驻足观看并被深深吸引。

一本从很远就能吸引你的新闻简报？这种景象对经常参加会议的人来说并不陌生，但是它是怎么做到的？来看看报摊杂志是怎么做的，然后取其精髓。



### 修改前

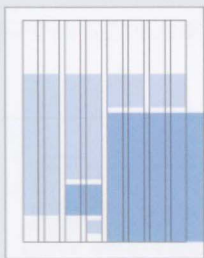
期刊里满是吸引人的照片——但是没有一张在封面上！

在商业设计中，没有任何图案能够比人脸更吸引人——没有哪张脸比孩子的脸更吸引人。不过目前的简报把最吸引人的图像都藏到了里面。第一步：把这些图片挪到封面来。

## 8 栏网格最灵活

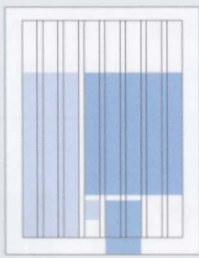
大部分的新闻简报是充满视觉细节的——文本、日期、目录、说明、大标题、副标题、插图编号、文本框、边线、爆炸新闻以及照片。在一个版面里规范这些内容需要设定一个灵活的结

构——在这种情况下8栏网格最合适。每一个对象对齐一栏；最窄的对象占用一栏，最宽的可以是8栏，大部分在两者之间。



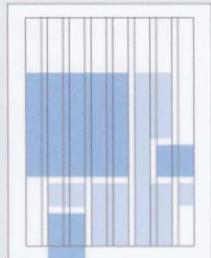
均等栏

文字占到4栏是最统一的。狭窄的栏需要设定紧凑的字体，或组成字体的点要非常小。



不对等栏

在这里，文本宽3栏而照片宽5栏，它适用于任何组合。注意小照片和说明是如何依附在网格上的。



腾空最外边

这里表格的多功能性开始展示出来。最外侧的两栏留空以备内侧6栏的溢出。这种布局是不对称的。

## 设计富有表现力的刊名的4个步骤

我们的刊名是跳跃的、富有童趣的，而且易于模仿。粗线条加黑，没有太多细节。达到各

个字母的纵长效果在画图程序中最简单的，字母能够从点阵字符简单地转换成图形字符。



### 1. 粗加工

把字体设置成接近最终的大小（注意，这里第一个字母要比其他字母大20%），然后让字母稍稍重叠，重叠多少暂时还不重要。



### 2. 上色

将图形转化为路径，然后给字母上不同深度的灰色。通常4种浓度的阴影就足够了，我们使用的是75%、60%、45%和30%。



### 3. 跳跃

将字母上下挪动，边靠边调整到这个样子。这一步需要体现出富有艺术感的随机性，不过移动幅度要小。



### 4. 阴影

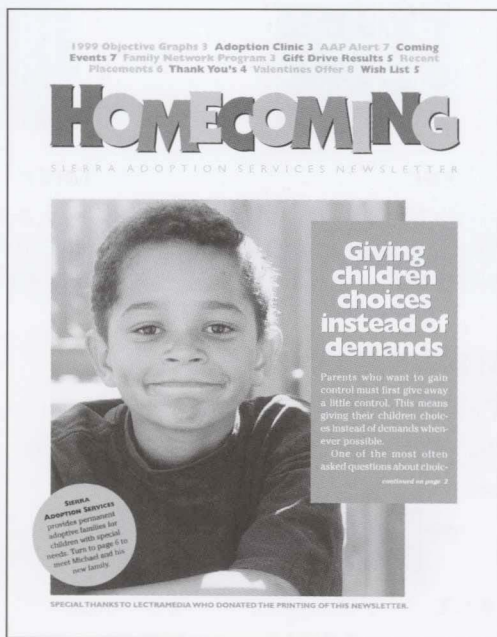
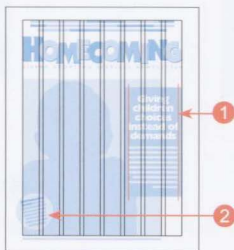
黑色阴影能够突出对比。复制文本的所有边线，将复制的边线填成黑色，然后放到原版的后面。平移一点或两点，通常是往右方和下方。



## 1 一张照片

### 眼神交流

眼神直接的交流是留住注意力最快的方式。眼神交流是所有可视图像最吸引眼球的。如果你有一张这样的照片，那一定要用它。右下方是最简单的方法：将照片放大到与实物大小一样的尺寸（在这里覆盖了8栏中的7栏），然后添加文本。在同一个空间里对字体和图片进行布局，文本框是必不可少的万能工具。将文本框对准单元格，然后向内缩进一个或几个像素点（1）；圆圈的视觉效果与矩形正相反（2）。有意地让圆圈落在格子外侧，给人一种不经意盖上印章的感觉。

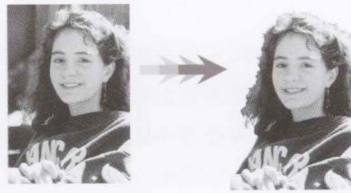
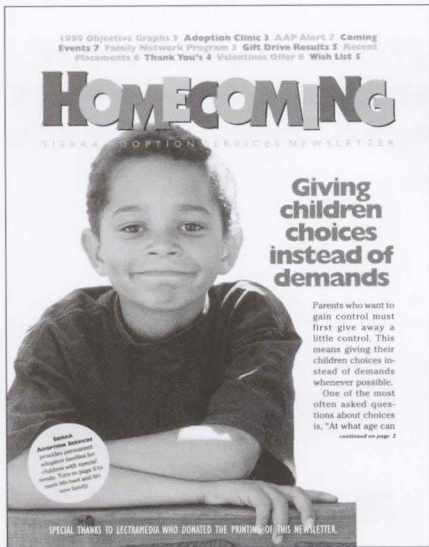


没有眼神交流，她虽然惹人怜爱但是缺少互动，保证这样的图像看向页面。细长的图片可以配更多的文本；右下角的矩形文本框起到重要的视觉平衡的作用。

### 巧用遮罩

照片的遮罩可以去除掉背景，并让主要内容突出到前方和中心。这是一种有效抓住观众注意力的方式。在人物周围，遮罩产生了弯曲的形

状，与页面锋利直角的边框形成漂亮的对比。注意，左下方，字体覆盖在被遮掉背景的照片上。



理想的照片能够将背景完全抠掉。但是如果你的图片有一部分被裁剪掉了，你可以将剩余部分遮住，然后将被裁剪部分的边缘紧贴在页面边缘或是在一条人工边界上（比如你设计的栏框线上）。

## 2 多张照片

组合起来

这个例子中，3张图片替换了上例中那一张图片的位置。本例的关键之处是照片要紧密地聚集在一起，形成唯一的焦点——它们要么距离靠近，要么按照视线的顺序排成一线。在本例中，垂直的灰色

栏框以及倾斜的大圆点突出了这组图像。

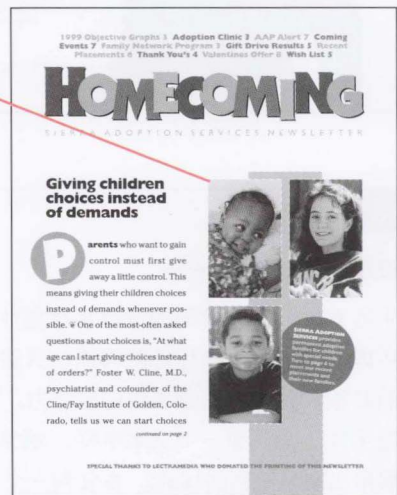
像这样的组合中，所有的头像大小应该相同，而且按照相同的方式剪裁。如果有一个不一样，整体上看起来就不和谐了。

确定所有的头像的尺寸和剪裁是相同的。



组合

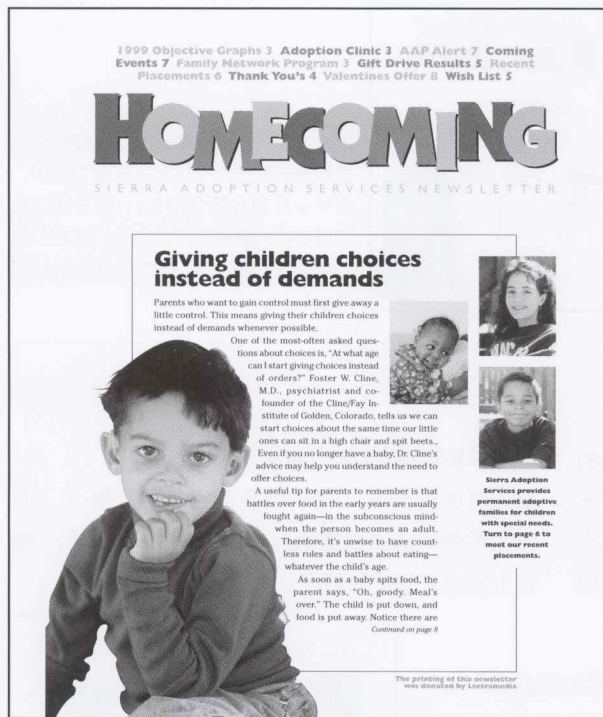
就第一眼的印象来说，图片组合度越高，效果越好。注意，无论尺寸或排序，照片都要保证彼此相邻。



## 混合和匹配

这种处理方式可以平衡抠掉背景的图片与高组合度的图像组的视觉平衡。文本填充在两者之间的空隙中，形成一致的整体。这是一种处理不同相连图片的最优秀方法，通过将其中一个突出为焦

点，让所有照片更加突出而不会令人眼花缭乱。这种方式还很实用：你必须抠掉一个图像的背景来打破普通的布局。要选择一个有相对简单边框的图片抠图。



如此复杂的变化形式将一个抠去背景的图片 and 一组图片直接联系起来，另外又增加了一个小的无背景照片来增强视觉兴趣点。灰色的说明作为中心点。注意两个无背景的图片都接触到了说明字体。

### 3 超大字体

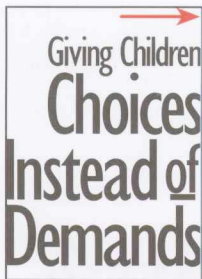
设定一个艺术标题……

永远有效且变幻莫测的设计素材是什么？当然是字体！这种超大的标题能够抓住只注意交通标志的眼球，增加不可预测性的诱惑力。首先设定标题字体，然后试一下文本字样，通常的尺寸能够展示出意想不到的样式。在任何一个例子中，字

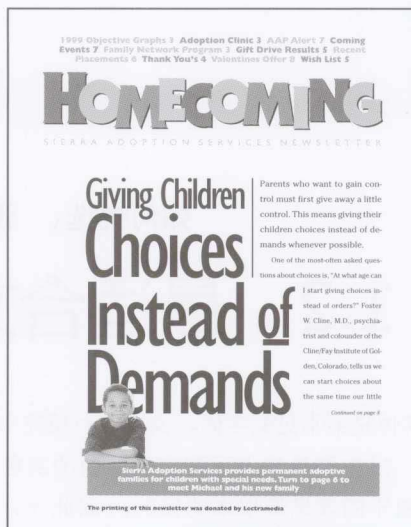
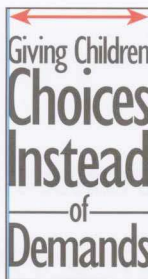
母之间通常比普通的更紧凑。但是没有规定所有的字体必须是相同的大小：它们能够根据样式、粗细和内容调整。另一个属性：这么大的标题要能够放到任何地方。我们把它放在了左上方，但如果放在右下方也应该同样适宜。



右对齐



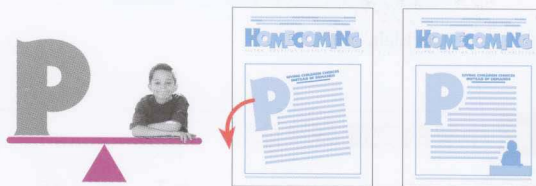
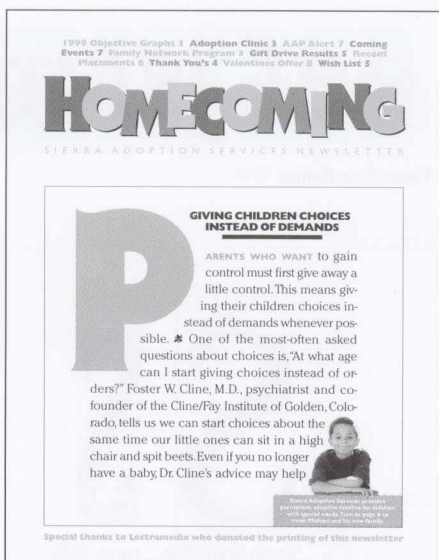
居中



……或是巨大的首字母

这种方式是最简单的，不过也是最吸引人的。图像的的主体元素是一个非常大的首字母，在这里字母已经染成了灰色来保证不会压过页面颜色。注意图片已经摆在了保持布局平衡的位置。

这么大的字母能够起到有效的装饰作用，只有在这个位置才能够尝试精心制作的花体以及精致的细节。最常见的样式要么搭配刊名（如图所示），要么搭配标题或是文本样式。



平衡

在页面上方放置特别沉重的视觉元素会破坏整体平衡，除非用差不多的重量进行平衡。在本例中，相似的重量是下方的照片。得到的结果是一种吸引人的、简单/复杂的对比——平实的字母吸引人的注意，而照片和下面的文字能够引起兴趣。



如何挑选、设定和布局可读的文字。

## 1.2 最适合文本的字体是什么

文本字体是最常见的字体。文本可以填充书本、杂志、报告和其他上百种文件版面的灰色图文框。由于阅读是最根本的目的，因此设计师的工作就是确保文本足够顺畅和舒适。良好的文本

字体的特性是易读性和可读性。易读性指的是清晰，即一个字母是如何区别于其他字母的。可读性指的是字母如何组成单词、句子和段落。当衡量各种选择的时候，我建议“中庸之道”。

### 1 选择有相似字符宽度的字体

为了使排版顺畅，字母应该有相似的宽度。阅读是有自然韵律的，如果一个字母表使用 Futura 字

体（左图），字符宽度的变化如此之大会让人感觉不舒服。



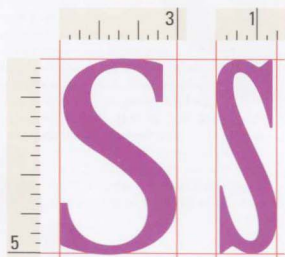
Futura Light 字体



Times New Roman 字体

### 2 中等的宽度高度比

我们通过字符外观辨别字母——主干、条、环、曲线等，越清晰就越易读。当字母被压缩（或是扩展）后，这些特性就被扭曲了（比如说对角笔画就会变成更加垂直的方向），因而更加难以辨认了。



Stone Serif 字体 Birch 字体