

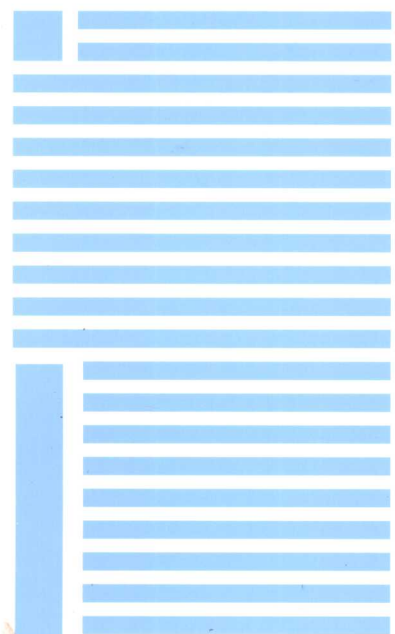


WORKS
CORPORATION

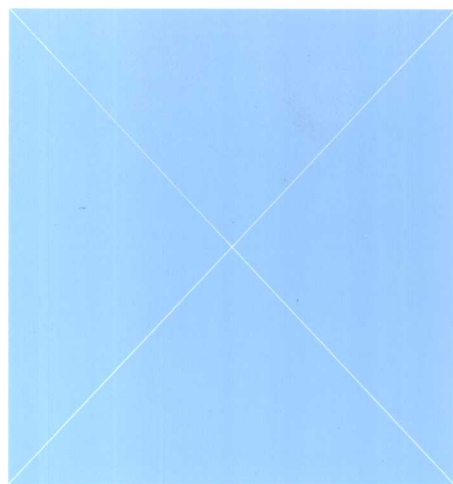
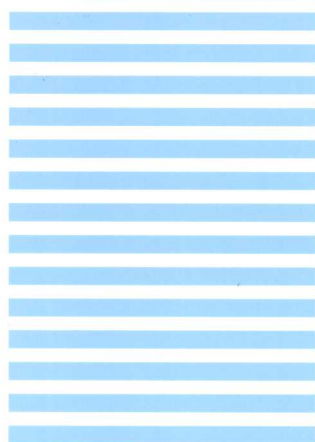
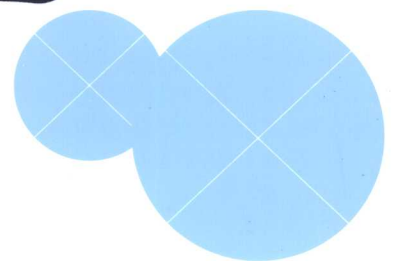
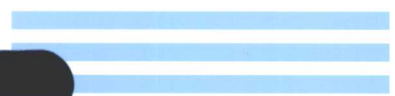


版面设计 黄金法则

[日] Obscureinc 工作室 编著
张夏薇 吴佳颖 张蓓蓓 译



Layout



 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

图书在版编目 (C I P) 数据

版面设计黄金法则 / 日本Obscureinc工作室编著 ;
张夏薇, 吴佳颖, 张蓓蓓译. — 北京 : 人民邮电出版社
, 2013. 5

ISBN 978-7-115-31467-3

I. ①版… II. ①日… ②张… ③吴… ④张… III.
①版式—设计 IV. ①TS881

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第064180号

版权声明

Layout Design no Rule

Copyright © 2008 by Obscure Inc.

Chinese translation rights in simplified characters arranged with Works Corporation Inc., Tokyo through
Japan UNI Agency, Inc., Tokyo.

本书中文简体版由日本 Works Corporation 公司授权人民邮电出版社独家出版。

未经出版者书面许可, 书中任何部分不得以电子和机械等任意形式, 通过翻拍、记录等手段复制、伪造、传播。版权所有, 侵权必究。

内 容 提 要

醒目的版面设计必有特别的技巧, 本书由浅入深、逐一讲解版面设计创作的核心原则与具体方法。作者从116本杂志中精选了各种精彩的版式设计作为图例进行剖析, 分析版式创意理念。通过学习本书, 读者可以进行兼顾实用性与艺术性的封面设计、文字组合及版面设计、图片位置安排、插图及图表的处理等创作。本书适合相关专业学生、版式设计人员及美术编辑阅读参考。

版面设计黄金法则

- ◆ 编 著 [日]Obscureinc 工作室
译 张夏薇 吴佳颖 张蓓蓓
审 校 唐晓刚
责任编辑 王 琳
- ◆ 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>
北京画中画印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 8.75
字数: 333千字 2013年5月第1版
印数: 1—3000册 2013年5月北京第1次印刷
著作权合同登记号 图字: 01-2009-7296号

ISBN 978-7-115-31467-3

定价: 49.00元

读者服务热线: (010) 67132786 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

经营许可证: 京崇工商广字第0021号



北航

C1645788

013037865

TS881
55

WORKS
CORPORATION



版面设计 黄金法则 Layout

[日] Obscureinc 工作室 编著
张夏薇 吴佳颖 张蓓蓓 译



TS 881
55

人民邮电出版社
北京

前言

杂志的版面设计，与排版并不是同一件事，设计根据杂志所针对的读者层不同而有着各种各样的差异。一本杂志具体的风格，就是由对设计与排版所进行的加工而决定的。

页面的基本构造，文字与配色的规则，以及图片、插图、图表等视觉性素材的处理，这些纷杂的要素究竟如何调整才能取得预期效果呢？想要了解其中的窍门，最好的方法就是大量鉴赏优秀的实例。

本书从116本杂志中抽取了大量富含优秀设计要素以及主题的实例，并一一进行了详细说明。书中通过对每个实例的设计要点的详细解说，帮助读者提升对设计与排版进行客观分析的能力。

本书主要针对杂志的版面设计进行介绍讲解，而杂志的设计也可以广泛地应用在书籍、海报、宣传单等平面信息媒体的设计中。无论是对从事出版与编辑设计工作的人，还是正在努力想从事类似工作的人，或是只单纯想了解版面设计方面知识的人来说，本书都具有参考价值。

本书在众多出版社、制作公司以及设计师的支持下才得以刊载大量杂志案例。如果没有他们的协助，本书是无法完成的，在此表示由衷的谢意。

obscure inc.

本书的阅读方法与使用方法

本书根据不同的设计主题进行分类，每个类别构成一个项目，每个项目分两页合页构成。并且，将各个项目根据杂志的设计要素按一定的顺序进行排列。

在每部分的最开始，都安排有对项目的说明，同时列举了遵从这个项目主题的一个实例并加以解说。之后，刊登了该主题下的其他实例以及专栏解说。

在每一章的最后，设有专栏对与杂志设计相关的基础知识进行一页的说明。这一页也可以作为设计与排版的参考加以活用。

The Rules of Lay out Design

阅读方法

解说内容

对各部分主题进行解说的内容，
列举最具有代表性的例子

编号

与126页的“案例作品索引”相对应
索引

为了能够更加容易地搜索到各部分的内容而配有索引



注释

对其他实例以及页面设计的具体
分析分别解说

专栏

由与文章相关的主题以及制作
要点等内容构成的专栏

Contents

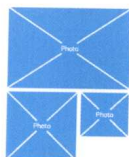
浅谈未来杂志设计的可能性	6
浅谈杂志AD的职责	8

封面一览	10
------------	----



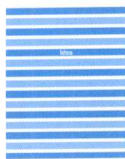
Part 1 文字组合与排版

1-1 使用照片展示专题开篇	16
1-2 使用图片展示专题开篇	18
1-3 专题开篇文字的演绎	20
1-4 在图片上编排标题文字	22
1-5 运用标题和图片自然地引导读者视线	24
1-6 标题页的信息整理	26
1-7 设计图片上的标题	28
1-8 将文章置于图片上	30
1-9 单面开篇	32
1-10 以标题文字作为视觉主体	34
1-11 把文字当做视觉素材	36
1-12 纵向4~5栏文字的排版	38
1-13 利用文字排版的栏数改变页面效果	40
1-14 横向排版突出纵向方向性	42
1-15 有序和统一的网格设计	44
1-16 灵活多变的自由排版	46
1-17 各种各样的边框	48
1-18 有意识地活用边框制作网格	50
1-19 运用边框线纵向分割页面	52
1-20 通过横向边框线对信息进行整理	54



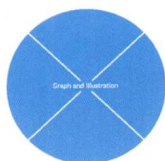
Part 2 图片的摆放

2-1 突出图片中世界的两个方法	58
2-2 通过图片剪贴设计出生动的页面	60
2-3 通过图片对比来提升页面印象	62
2-4 通过组合图片和文字提升页面效果	64
2-5 通过强调对比感增强页面效果	66
2-6 设计鲜明对比的醒目版面	68
2-7 使用文字和图像设计引导读者视线	70
2-8 利用图片布局制作自然的视觉引导线	72
2-9 通过图片布局制作令人愉悦且有韵律的页面	74
2-10 通过数张剪报的形式营造节奏	76
2-11 布局的韵律衬托页面设计	78
2-12 用出人意料的标题呈现页面的韵律和平衡	80
2-13 空白是页面设计的要素	82
2-14 空白能够控制页面的平衡	84
2-15 通过视觉刺激味觉	86



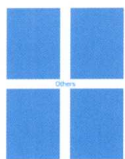
Part 3 展示的窍门89

- 3-1 活用轴线来引导视线和整理页面90
- 3-2 用暗藏的轴线增加页面的统一感92
- 3-3 通过斟酌图片给杂志版面增添动感94
- 3-4 连续排列的图片解说顺序和动作96
- 3-5 介绍复杂的步骤98
- 3-6 使用多种色彩提升画面效果100
- 3-7 通过颜色搭配改善杂志版面的气氛102
- 3-8 使用整版底色来强化情调104
- 3-9 用基本颜色改变杂志版面的效果106
- 3-10 使用手写文字和线条呈现手绘的感觉108



Part 4 图片和插图111

- 4-1 使用能够拓宽世界观的插图112
- 4-2 照片和插图间不可思议的关系114
- 4-3 利用图表阅读信息116
- 4-4 使用适当的方法彰显图表118
- 4-5 决定信息价值的图表组120
- 4-6 绘制线条和边框122
- 4-7 分离和集中的编号124



Part 5 其他要素127

- 5-1 目录的设计128
- 5-2 能够发挥杂志个性的连载130
- 5-3 阅读Q&A132
- 5-4 前10位的图表134
- 5-5 专辑评论与图书简介136
- 5-6 专栏的评论角138

细山田光宣

浅谈未来杂志设计的可能性

版面设计中多变的风格，甚至可以影响我们对生活的设计。身为AD（艺术总监）的细山田先生，在本文中就杂志设计阐述了自己的意见，分析了今后杂志设计的可能性与所扮演的角色。

设计师应该考虑创新风格的意义

经过了这么多年，我终于意识到作为一个图片设计师的乐趣在哪里。其实，对于我来说，比起做一个知名的AD（艺术总监），我更乐于做一个新兴媒体助理。至少这样可以围绕很多话题展开讨论，而且能迎接各种各样的新的挑战。

在这期间我认识到，图片设计师所做的工作并不是一些边缘的事情。在创造新风格时，有的人是抱着关注社会问题的意识进行媒体创作的。对

于这些积极的人，我也会用积极的态度去回应。而我们首先要做的工作，就是将这些创意推广出去。这时我才第一次意识到，不论是设计师还是AD，都不应该将视线集中在某一个创意上，而应该将目光放得更长远。

比如说现阶段，工作的女性想要独立抚育孩子是非常困难的，而且涉及各种各样的问题。设计师们为了改变这种社会状况，要考虑如何向国家和政府传达民生的建议，这时就必须考虑媒体的制作思路，我认为这也是设计师的职责所在。

至于杂志设计的潮流将奔向何方，坦率地说，我自己也没有明确的把握，只是就现阶段的编辑设计而言，女性还是占有优势的。专门面向男性读者的书籍正在逐渐减少，而面向男性的媒体也开始关注如何吸引女性读者，就整体来说，媒体设计风格正在变得越来越柔和。

设计风格趋向简单化也是一种潮流，但在风格简单化的同时，对细节的要求也越来越严格。因此，字体就成了非常重要的角色，绝对不能采用令人生厌的字体，说得极端一点，只要字体选择好了就会有非常好的整体效果。



细山田光宣

担任过《BRUTUS》的室内设计师，而后成立了细山田设计公司，后担任《POPEYE》、《relax》等杂志的AD。现在除了担任《山与溪谷》（山与溪谷公司）、《Arne》（IO Graphi C）、《广告》（博报堂）等的AD外，在书籍、包装业中也十分活跃。



这是位于银座某个角落的工作室内的景象。虽然承担5本专业杂志的艺术设计工作，工作室里所有的工作人员都有条不紊，呈现出一种沉稳的气氛。细山田先生说：“就我个人而言，我希望有一天能像杉浦康平先生一样自由地进行设计，制作出精良的书籍。”

无论哪种语言，如果字体选择不好就无法体现出美感，这已经是一种常识。虽然实际操作中会对各种各样的细节进行处理，但我认为仅依赖图片和文字的优化来吸引读者才是最好的。

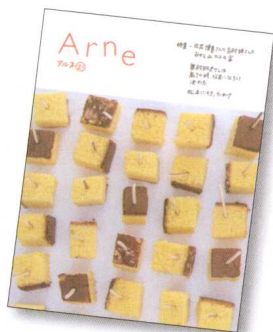
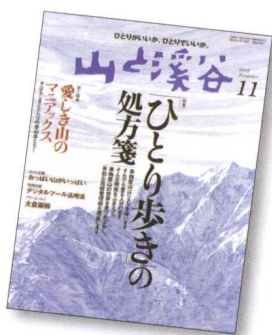
大众设计所扮演的角色， 为新的生活提供方案

最近不知道为什么，我开始对一些公共物品的设计产生兴趣。比如说现在日本流行搬到乡下去住，但我总觉得，如果只是单纯地把房子从城市搬

到农村，那么还谈不上完成了生活方式的迁移。应该有一种使城市和农村生活之间更为契合的娱乐方式，如果不能确立这种娱乐方式，就不能实现真正意义上的“慢活”。

平时制作商业杂志的时候，总会忍不住对信息加以渲染，也就是说在信息中加入了主观意见（偏见）。当然，这本身也是非常重要的工作，可以领略一流的时尚，消费文化的乐趣，但是，也许我的想法有些荒诞，我总觉得现在的日本缺少一种“正确生活的印象”。

比如，最初由田中一光先生企划监督而制造出的无印良品，就是一个成功的令人尊敬的品牌。而我想要尝试的，可以说就是完成这种大众设计。虽然暂时还没有具体的构思和方案，但是我希望这些设计能够给大众带来思考，使他们能够更认真地对待工作，完成这种面向大众的警示作用，这也是设计今后应该扮演的角色。



柔和崭新的设计风格与字体的完美组合显现出极大魅力。从左向右依次为《山与溪谷》（山与溪谷公司）、《Arne》

Mitsunobu Hosoyamada

位于表参道的两个事务所现在共有工作人员26人，负责7本杂志的设计工作。野口先生对于制作现场的对话非常重视，“最近开了一个温泉期刊的设计会，结果总是问一些关于我的个人问题。（笑）”



减法设计与拍摄现场艺术指导的作用

我一直认为如果无法掌握正统的设计原则，就不能创作出新颖的设计，所以从很久以前我就一直专注于减法设计。首先要考虑构图和页面设计，字体和文字组合尽量采用现有方案，力求在打造简约风格的同时，还能体现出紧凑感。而当我在杂志制作现场的时候，尤其注意和编者们的谈话，即使只是一些杂谈也可以，从这些谈话中可以找出提案，并按其进行设计。

我现在正为7本杂志做设计，虽然设计所依靠的基本要素是一样的，但是即使是相同的媒

体，其设计要点也各不相同。比如最近的男性杂志也有像女性杂志一样内容变得越来越丰富的趋势，但是男性读者大多比较性急，所以像《monthly m》等杂志在设计时就必须要有张有弛地分布要点，使阅读杂志时不需要面面俱到地仔细读也可以掌握大概意思。这些细节是必须要注意的。

另外，在拍摄过程中要尽量掌握主动权，积极到现场进行监督。因为我自己也熟识一些摄影师，所以最近偶尔会有“这部分的摄影就应该交给这个人”的感觉。虽然文字组合与图片处理也非常重要，但是如果想要创作出在10年后欣赏也不会觉得过时的设计，就必须非常认真地选用图片素材。如果图片本身有灵性，

那么即使是简单的设计也会让人过目不忘。

图片的好坏可以说取决于摄影师和编辑，虽然乍看之下与一般的设计要素有所不同，但在我看来图片应该是最受重视的部分。虽说摄影师们大多经验丰富，不论是构图，还是照明采光都有其独特的灵感，但是在有所困惑的时候就需要有AD在一边共同探讨，这也是AD在拍摄现场的价值所在。事实上我在亲身体验了多次现场拍摄后，也会受到启发想出新的方案。

话虽如此，但能够拍出理想中完美图片的次数还是非常有限的。由于制作现场的工作是由身负不同职责的工作人员共同完成的，所以想要自己主

野口孝仁 浅谈杂志AD的职责

野口先生说：“AD应该积极地到拍摄现场进行督导。”同时也说明了提出方案一方与杂志制作现场的设计师所扮演的角色。

Art Director's voice



野口先生参与了范围极广的杂志设计，包括女性杂志、男性杂志、艺术杂志、儿童时尚杂志等。从左向右依次为《FRaU》（讲谈社）、《monthly m》（贝鲁系统24）、《Harper's Bazaar》（许布二氏日本）

T a k a h i t o N o g u c h i

导所有的进度是非常困难的。想要创造出良好的视觉效果，就必须对每个环节仔细准备，没有这样的自信就无法创作出优秀的作品。

但是杂志不同于广告，不论是预算还是时间消耗都相对较少，有很大的自由空间去设计创作，是一种可以积极进行新尝试的媒体。在商品阵容越来越大的现状中，想要使自己的作品能够实现差异化，就必须选用新的设计思路与新的视觉效果，所以我现在才会觉得在拍摄物体这个环节上还存在很大的发展空间。《东京日历》这本杂志还曾专门拍过吃完饭后的空盘子图片作为特辑的封面。我觉得今后应该以设

计为主导，更加积极地去想新的思路。

作为一种娱乐媒体， 杂志应该更加自由

我认为不仅仅是设计，杂志也应该变得越来越自由化。比如从独特的角度制作一期特辑，或者对于现在卖不出去的产品，如果在杂志里加入大众化的商品目录，就会赢得读者的喜爱，这些都是应该重点对待的，因为这就是这个时代的需求。虽说如此，明明还有很大的空间可供想象，设计的风格却越来越现实，这一点让人不禁觉得有些寂寞。

所以我一直希望有一天能够亲自企划一期杂志。比如那种完全不需要设计，使用现成素材的杂志；比如专门收集信件做特辑，字体只需用写信人的手写体，而背景也可以直接使用写信人选择的信纸，然后按照信纸样式设计即可。杂志是一种单纯为了获得信息而存在的媒体。但我希望杂志能够跳出信息的圈子，成为一种能让人感动，让人微笑的娱乐媒体。我一直梦想着能够做出这样的杂志。



野口孝仁

曾作为《POPEYE》的设计师积累了大量的经验，随后进入CAP公司。担任《Marie Claire》、《Can Do!皮尔》等杂志的设计工作。1999年成立了Dynamite Brothers Syndicate，担任《GQ JAPAN》、《LIVING DESIGN》等杂志的AD。现在除了担任《东京日历》、《FRaU》、《日经 Kid's+》、《Miik》等杂志的AD外，还活跃于广告、包装等领域。

Part 0

封面一覧

以下展示的是为本书提供实例的116本杂志的封面。

*部分作品由于月号重复或者未被刊载而未刊出。

女性杂志



010-01
FRAU



010-02
ViVi



010-03
ELLE JAPAN



010-04
Numéro TOKYO



010-05
marie claire



010-06
GLAMOROUS



010-07
with



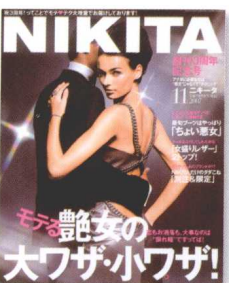
010-08
CUTIE



010-09
Popteen



010-10
spring



010-11
NIKITA



010-12
Cawaii!



010-13
Harper's BAZAAR



010-14
mini



010-15
BLENDA



010-16
sweet



010-17
LUIME



010-18
GISELe



010-19
FUDGE



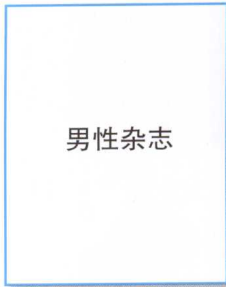
011-01
GLITTER



011-02
CREA Traveller



011-03
七緒



男性杂志



011-04
LEON



011-05
BRIO



011-06
OCEANS



011-07
monthly m



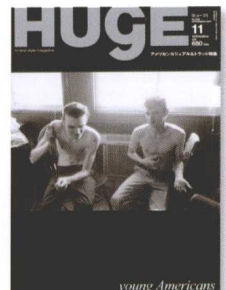
011-08
KING



010-09
MEN'S CLUB



011-10
MEN'S EX



011-11
HUGe



011-12
FINEBOYS



011-13
smart



011-14
Lapita



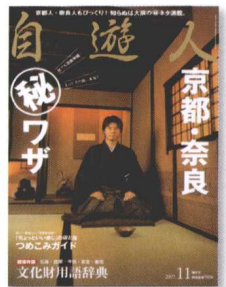
011-15
Free&Easy



011-16
男性时尚新闻



011-17
东京日历



011-18
自游人



生活文化



011-19
pen



011-20
天然生活



011-21
TITLE



011-22
树下 (SOTOKOTO)



011-23
SWITCH



012-01
自休自足



012-02
dancyu



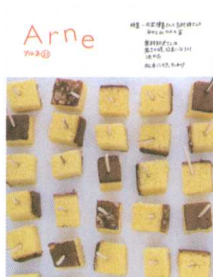
012-03
生活手冊



012-04
b.p



012-05
REAL SIMPLE



012-06
Arne



012-07
ecocole



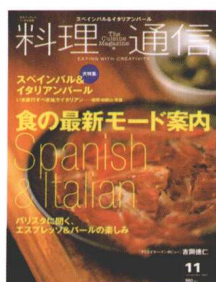
012-08
Lingkarán



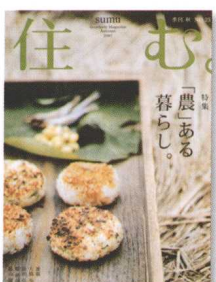
012-09
Invitation



012-10
Chiruchin



012-11
料理通信



012-12
住



012-13
Winart



012-14
斯堪的纳维亚·风格



012-15
LOHAS 儿童



012-16
baby mammoth



012-17
mono・儿童



012-18
planted



012-19
STUDIO VOICE



012-20
WWD FOR JAPAN ALL ABOUT2007-08 a/w



012-21
SHOES MASTER



012-22
Sukkara



012-23
趣味的文具箱



012-24
PATI PATI



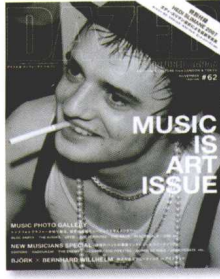
012-25
EYESCREAM



013-01
GROOVE



013-02
MARQUEE



013-03
DAZED & CONFUSED
JAPAN



013-04
大人のRock!



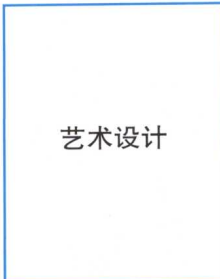
013-05
OK FRED



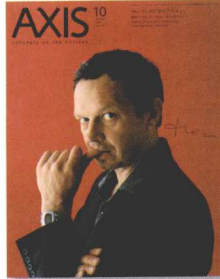
013-06
DDD



013-07
演劇book



艺术设计



013-08
AXIS



013-09
设计的现场



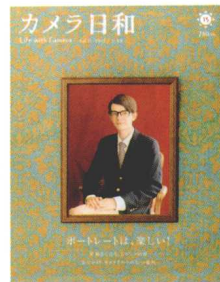
013-10
新建築



013-11
CONFORT



013-12
design adDict



013-13
日和摄影



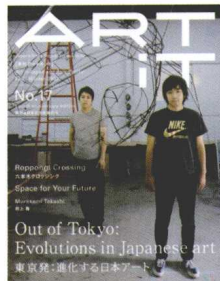
013-14
PHaT PHOTO



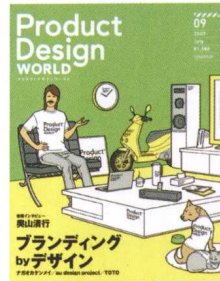
013-15
朝日摄影



013-16
艺术新潮



013-17
ART iT



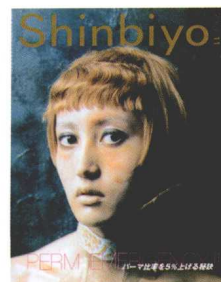
013-18
Product Design WORLD



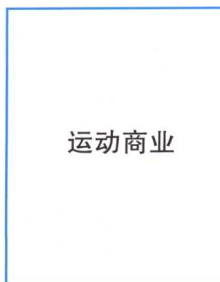
013-19
DTPWORLD



013-20
CGWORLD+digital video



013-21
Shinbiyo



运动商业



013-22
NAVI



013-23
ENGINE



014-01
日本金融



014-02
PRESIDENT



014-03
日経商業联盟



014-04
COURRIER Japon



014-05
日経商業



014-06
Number



014-07
山と溪谷



014-08
NALU



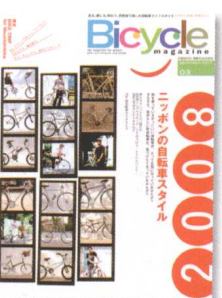
014-09
SURFER GIRLS



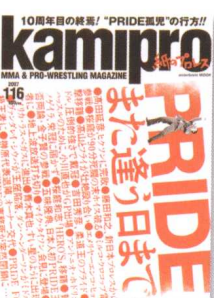
014-10
BICYCLE NAVI



014-11
BICYCLE CLUB



014-12
Bicycle magazine



014-13
kamipro



014-14
GoodsPress



014-15
Begin



014-16
DIME



014-17
MONEY JAPAN



014-18
旅行手冊



014-19
Active Jalan



014-20
旅行



014-21
込・芬奇



014-22
稽古と学习



014-23
pia



014-24
Tokyo★1周



014-25
Saizou

Part

文字组合与排版

- 1-1 使用照片展示专题开篇
- 1-2 使用图片展示专题开篇
- 1-3 专题开篇文字的演绎
- 1-4 在图片上编排标题文字
- 1-5 运用标题和图片自然地引导读者视线
- 1-6 标题页的信息整理
- 1-7 设计图片上的标题
- 1-8 将文章置于图片上
- 1-9 单面开篇
- 1-10 以标题文字作为视觉主体
- 1-11 把文字当做视觉素材
- 1-12 纵向4~5栏文字的排版
- 1-13 利用文字排版的栏数改变页面效果
- 1-14 横向排版突出纵向方向性
- 1-15 有序和统一的网格设计
- 1-16 灵活多变的自由排版
- 1-17 各种各样的边框
- 1-18 有意识地活用边框制作网格
- 1-19 运用边框线纵向分割页面
- 1-20 通过横向边框线对信息进行整理