

国际时尚设计丛书·设计

第2版

〔英〕加文·安布罗斯保罗·哈里斯  
郝娜 译 著

# 创意设计元素



中国纺织出版社

# 创意设计元素

〔英〕加文·安布罗斯·保罗·哈里斯  
郝娜 译 著



## 内 容 提 要

本书运用更具现代感的实例及图片来对平面设计基本原理进行诠释,主要从格式、布局、排印、色彩、图像、印制等方面讲解平面设计的创意元素和原理,以更容易理解的方式把设计理念及信息传达给学生,使学生的思维更加活跃、思路更加开拓。

原文书名: The Fundamentals of Creative Design

原作者名: Gavin Ambrose/Paul Harris

All rights reserved.No part of this publication may be reproduced,stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means,electronic,mechanical,photocopying,recording or otherwise,without permission of the copyright holder.

本书中文简体版经AVA Publishing SA授权,由中国纺织出版社独家出版发行。

本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 图字: 01-2011-4014

### 图书在版编目(CIP)数据

创意设计元素 / (英)安布罗斯, (英)哈里斯著; 郝娜译. —2版. —北京: 中国纺织出版社, 2013.1

(国际时尚设计丛书·设计)

书名原文: The Fundamentals of Creative Design

ISBN 978-7-5064-8866-2

I. ①创… II. ①安…②哈…③郝… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第164635号

---

策划编辑: 华长印 责任编辑: 韩雪飞 特约编辑: 王 璐 杨相玉 版权编辑: 徐屹然  
责任校对: 余静雯 责任设计: 何 建 责任印制: 陈 涛

---

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街6号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: [faxing@c-textilep.com](mailto:faxing@c-textilep.com)

深圳市精彩印联合印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2004年4月第1版 2013年1月第2版

2013年1月第2次印刷

开本: 889×1194 1/20 印张: 15.5

字数: 110千字 定价: 58.00元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

## 推荐书目

AIGA  
*Design Business and Ethics*  
2007, AIGA

Eaton, Marcia Muelder  
*Aesthetics and the Good Life*  
1989, Associated University Press

Ellison, David  
*Ethics and Aesthetics in European Modernist Literature:  
From the Sublime to the Uncanny*  
2001, Cambridge University Press

Fenner, David E W (Ed)  
*Ethics and the Arts:  
An Anthology*  
1995, Garland Reference Library of Social Science

Gini, Al and Marcoux, Alexei M  
*Case Studies in Business Ethics*  
2005, Prentice Hall

McDonough, William and Braungart, Michael  
*Cradle to Cradle:  
Remaking the Way We Make Things*  
2002, North Point Press

Papanek, Victor  
*Design for the Real World:  
Making to Measure*  
1972, Thames & Hudson

United Nations Global Compact  
*The Ten Principles*  
[www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html](http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html)

# 目录

## 6 前言

### 8 格式设计

页面形状、海报尺寸、网页以及动态图像的选择为设计提供了多种可能，更有助于实现不同的效果，增强其实用性。

- 10 选择纸张规格
- 16 ISO和美国纸张尺寸
- 22 网页尺寸标准
- 24 电影和动态图像
- 28 文件格式
- 30 练习：格式/比例

### 32 布局与网格

不管是用于打印还是屏幕显示，版面布局的原则是要使图形和文本元素在一定空间内掌控有度，具有视觉冲击力，体现层次、协调和节奏。

- 34 为何使用网格
- 40 边界
- 42 并置
- 44 节奏和层次
- 46 黄金分割和斐波那契数列
- 48 基线网格
- 52 练习：主动表达与被动表达/观察

### 54 排印

排印技术已经发展了数个世纪，在数字化时代更加方便易用。排印技术的不断发展更赋予了文字不可或缺的平衡效果和吸引力。

- 56 字号
- 58 字体解析
- 60 字体描述
- 62 分类系统
- 66 字体体系
- 68 字体印刷色
- 70 字体衍生
- 74 垂直和水平间隔
- 78 字体的个性
- 80 特殊字符和连字
- 82 Frutiger字体网格
- 84 字体细节
- 86 排印主题
- 90 练习：字体分类/环境中的字体

## 92 图像

图像是有效的沟通工具，它能给一个设计带来生命，传达仅用文字不能表达的信息。图像既阐释了设计的内容，同时营造了戏剧氛围，使设计更具韵味。

94 图像的含义

96 图像的类型

100 图像处理

106 文字图像

110 图层

114 练习：并置/符号和图标

## 116 色彩

创造性地使用色彩，能增强设计的视觉吸引力，促进信息传达效果。懂得色彩的搭配原则，设计师便能自如地控制色彩的运用，并最大限度地发挥色彩的影响力。

118 了解色彩

122 基本术语

132 特殊色或专色

134 色彩组合

136 图像着色

140 色彩的品牌效应

142 练习：情绪波动/色彩组合

## 144 印刷加工

不同的技术工艺提升了印刷成品的品质，带来的视觉效果和功能上的别具一格，使印刷品各具特色。

146 纸张类型

150 纸张工程

152 平版印刷和计算机直接制版（CTP）

154 四色调配板

158 前边缘印刷

160 丝网印刷

162 凸版印刷

166 铸字排版

168 上光

170 物理加工

172 折叠、切断和插页

176 装订

178 练习：短期出版物/木版印刷

180 术语表

182 索引

# 创意设计元素

〔英〕加文·安布罗斯·保罗·哈里斯  
郝娜 译 著



## 内 容 提 要

本书运用更具现代感的实例及图片来对平面设计基本原理进行诠释,主要从格式、布局、排印、色彩、图像、印制等方面讲解平面设计的创意元素和原理,以更容易理解的方式把设计理念及信息传达给学生,使学生的思维更加活跃、思路更加开拓。

原文书名: The Fundamentals of Creative Design

原作者名: Gavin Ambrose/Paul Harris

All rights reserved.No part of this publication may be reproduced,stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means,electronic,mechanical,photocopying,recording or otherwise,without permission of the copyright holder.

本书中文简体版经AVA Publishing SA授权,由中国纺织出版社独家出版发行。

本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 图字: 01-2011-4014

### 图书在版编目(CIP)数据

创意设计元素 / (英)安布罗斯, (英)哈里斯著; 郝娜译. —2版. —北京: 中国纺织出版社, 2013.1

(国际时尚设计丛书·设计)

书名原文: The Fundamentals of Creative Design

ISBN 978-7-5064-8866-2

I. ①创… II. ①安…②哈…③郝… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第164635号

---

策划编辑: 华长印 责任编辑: 韩雪飞 特约编辑: 王 璐 杨相玉 版权编辑: 徐屹然  
责任校对: 余静雯 责任设计: 何 建 责任印制: 陈 涛

---

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街6号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: [faxing@c-textilep.com](mailto:faxing@c-textilep.com)

深圳市精彩印联合印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2004年4月第1版 2013年1月第2版

2013年1月第2次印刷

开本: 889×1194 1/20 印张: 15.5

字数: 110千字 定价: 58.00元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



国际时尚设计丛书·设计

第2版

# 创意设计元素

〔英〕加文·安布罗斯·保罗·哈里斯  
郝娜 译 著



中国纺织出版社

# 目录

## 6 前言

### 8 格式设计

页面形状、海报尺寸、网页以及动态图像的选择为设计提供了多种可能，更有助于实现不同的效果，增强其实用性。

- 10 选择纸张规格
- 16 ISO和美国纸张尺寸
- 22 网页尺寸标准
- 24 电影和动态图像
- 28 文件格式
- 30 练习：格式/比例

### 32 布局与网格

不管是用于打印还是屏幕显示，版面布局的原则是要使图形和文本元素在一定空间内掌控有度，具有视觉冲击力，体现层次、协调和节奏。

- 34 为何使用网格
- 40 边界
- 42 并置
- 44 节奏和层次
- 46 黄金分割和斐波那契数列
- 48 基线网格
- 52 练习：主动表达与被动表达/观察

### 54 排印

排印技术已经发展了数个世纪，在数字化时代更加方便易用。排印技术的不断发展更赋予了文字不可或缺的平衡效果和吸引力。

- 56 字号
- 58 字体解析
- 60 字体描述
- 62 分类系统
- 66 字体体系
- 68 字体印刷色
- 70 字体衍生
- 74 垂直和水平间隔
- 78 字体的个性
- 80 特殊字符和连字
- 82 Frutiger字体网格
- 84 字体细节
- 86 排印主题
- 90 练习：字体分类/环境中的字体

## 92 图像

图像是有效的沟通工具，它能给一个设计带来生命，传达仅用文字不能表达的信息。图像既阐释了设计的内容，同时营造了戏剧氛围，使设计更具韵味。

- 94 图像的含义
- 96 图像的类型
- 100 图像处理
- 106 文字图像
- 110 图层
- 114 练习：并置/符号和图标

## 116 色彩

创造性地使用色彩，能增强设计的视觉吸引力，促进信息传达效果。懂得色彩的搭配原则，设计师便能自如地控制色彩的运用，并最大限度地发挥色彩的影响力。

- 118 了解色彩
- 122 基本术语
- 132 特殊色或专色
- 134 色彩组合
- 136 图像着色
- 140 色彩的品牌效应
- 142 练习：情绪波动/色彩组合

## 144 印刷加工

不同的技术工艺提升了印刷成品的品质，带来的视觉效果和功能上的别具一格，使印刷品各具特色。

- 146 纸张类型
- 150 纸张工程
- 152 平版印刷和计算机直接制版（CTP）
- 154 四色调配板
- 158 前边缘印刷
- 160 丝网印刷
- 162 凸版印刷
- 166 铸字排版
- 168 上光
- 170 物理加工
- 172 折叠、切断和插页
- 176 装订
- 178 练习：短期出版物/木版印刷

180 术语表

182 索引

# The Modern Poster

A REVIEW OF CONTEMPORARY POSTER DESIGN BY MICHAEL JOHNSON, JOHNSON BANKS

# 前言

《创意设计元素》首次出版距今已快10年了，第2版旨在为学习设计的学生及设计师提供印刷和数字化方面的指导。

第2版保留了旧版活泼的文风，但也进行了改进、更新和调整，以一种更容易理解的方式讲述课程、传达信息。第2版增加了新的章节以及新的创意案例，学生训练部分以简明的插图方式诠释设计原理，并以当代设计项目中的实际操作为案例。

《创意设计元素》（第2版）为所有设计从业人员、学生及热爱设计的大众人士提供了独特的学习素材。

现代海报 ←

约翰逊·班克斯  
(Johnson Banks) 设计室以半开玩笑的方式设计了左页这幅海报，扩展了现代海报设计的思路。看似由四幅独立海报构成的图像营造出干净、简约、抽象的风格，给人一种广告牌没有对齐边的印象。

设计：约翰逊·班克斯

# ADVERTISING

THERE'S NOT MUCH DIFFERENCE BETWEEN **ADVERTISING** AND **DESIGN**. A TALK BY MICHAEL JOHNSON, JOHNSON BANKS

# 格式设计

不管是对一本图书、杂志、小册子，还是对一张包装纸或一个网站而言，格式是指最终成型作品的物理外形和尺寸。格式选择是设计师视觉结合实际因素的结果，这些考虑因素应该包括目标受众是谁、该设计会在哪里被看到或使用、该设计将以何种形态展示以及可使用的预算。

富有创新的格式设计能造成轰动的效果，有力地传达出所有的信息。选择格式时应考虑使用的材料、画面比例以及选用的印刷技术，运用好这些因素就能提升一个独特设计的品质且不会使预算超支。

## 广告和设计 ←

海报版式给了设计师极大的设计空间，但这并不意味着设计一定是复杂的。最成功的设计往往只是简单的解决方案。这张海报把“advertising”（广告）和“design”（设计）两个单词相同的字母重叠在一起，以此强调这两个学科何其相似。文字形式上的“二合一”使海报同时阐述了“广告”和“设计”两者的关联。

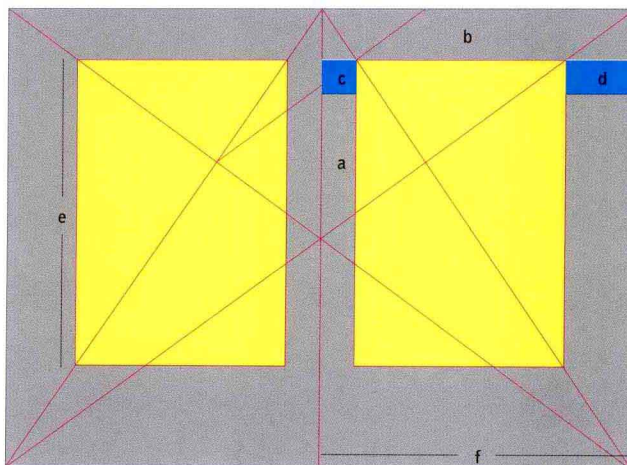
设计：约翰逊·班克斯

# 选择纸张规格

从理论上讲，设计师可以选用任何大小的纸张来使用，但前提是必须要考虑视觉效果。分割界定纸张空间理论的发展使得页面布局更加合理，也更易于使用，最重要的是易于浏览。各种比例适宜的页面尺寸，可以节省设计的时间，并为设计提供一个良好的开端。

## 纸张规格 (Page size)

尽管设计师有选择纸张尺寸的自由，但现实操作和费用（诸如纸张用量和切割非标准尺寸纸张的成本）等因素会影响这一选择。ISO（国际标准化组织）规定的纸张规格系列看似保守，却很奏效且方便易用。



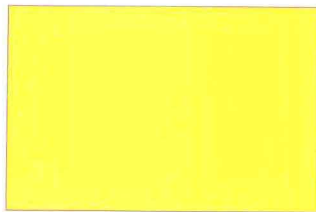
左图：这是由德国排版师简·奇切尔德（Jan Tschichold, 1902—1974）开创的经典排版，页面大小比例为2:3。书脊（a）和页眉（b）空白处占1/9页。包含文本块的空间关系创建了简洁的页面。

网格创造出和谐的比例：内部空白（c）是外部空白（d）的1/2，文本块的高度（e）与页面宽度（f）相等。

简·奇切尔德于1933年离开德国，并在瑞士印刷业工作，直至1946年。1946~1949年，他生活和工作在英国，在快速发展的企鹅出版社担任字体排印负责人。

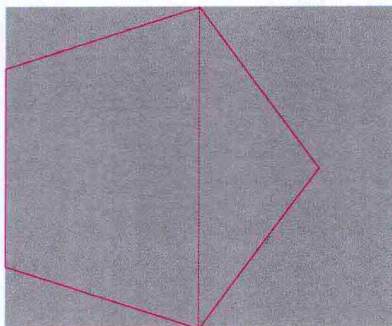
## 页面版式发展 (Layout developments)

一千多年以来，页面尺寸借用五边形、六边形、八边形、圆形、正方形及三角形构建而成。早期的手抄员和排版工人受生物界现象的启发（如蜂巢的六边形构造、花的五边形造型），而将这些形状作为页面尺寸的基础。反过来，这成了页面中文本图像活跃区域的构成依据。

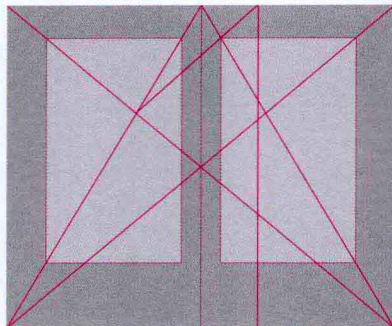




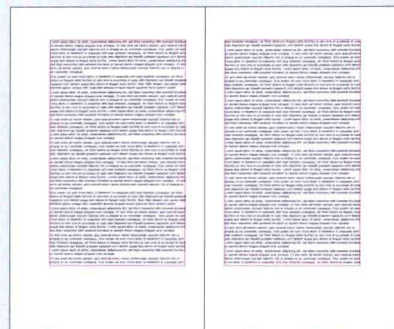
## 1. 高五边形版式



上图：外接五边形页面是通过垂线分割一个旋转后的五边形构成，沿着这条线对折就生成了具有两个页面区域的页面。

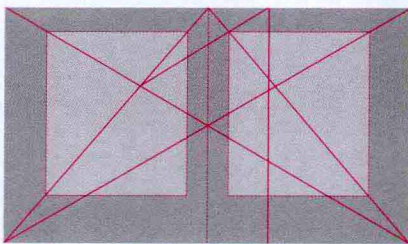
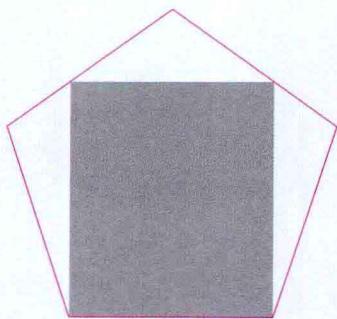


上图：从两个页面区域形成页面的左下方、右下方分别引出右上方、左上方对角线和到中心顶部的对角线。确定页眉和页中脊的宽度，以便找到文本信息的定位点。这些通常都以分界线的高度（即1/12）为基准。



上图：由此产生的版式提供了正文或文本块的基本位置。重复此过程，便能利用一个五边形的不同区域创建出不同页面版式（见下图）。

## 2. 内接五边形版式



## 3. 短五边形版式

