

TURING

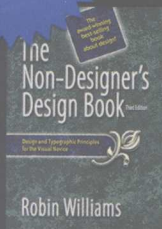
Amazon 计算机与设计类  
榜首图书

Peachpit  
Press

Third Edition  
**The Non-Designer's Design Book**  
**写给大家看的设计书**  
(第3版)

[美] Robin Williams 著  
苏金国 刘亮 译

700 000册  
全球热销



- 有大师指导，人人都能成为设计师！
- 优秀设计就这么简单：C.R.A.P四条基本原则
- 生动幽默，图文并茂，让你手不释卷、欲罢不能

 人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

**TURING**

Third Edition  
**The Non-Designer's Design Book**  
**写给大众看的设计书**  
(第3版)

[美] Robin Williams 著  
苏金国 刘亮 译

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目(CIP)数据

写给大家看的设计书:第3版/(美)威廉斯(Williams, R.)著;苏金国,刘亮译.一北京:人民邮电出版社,2009.1(2009.4重印)

书名原文: The Non-Designer's Design Book, Third Edition  
ISBN 978-7-115-18812-0

I. 写… II. ①威…②苏…③刘… III. 版式-设计  
. TS881

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第138413号

## 内 容 提 要

本书出自一位世界级设计师之手。复杂的设计原理在本书中凝炼为亲密性、对齐、重复和对比4个基本原则。作者以其简洁明快的风格,将优秀设计所必须遵循的这4个基本原则及其背后的原理通俗易懂地展现在读者面前。本书包含大量的示例,让你了解怎样才能按照自己的方式设计出美观且内容丰富的产品。

本书适用于各行各业需要从事设计工作的读者,也适用于有经验的设计人员。

## 写给大家看的设计书(第3版)

- ◆ 著 [美] Robin Williams
- 译 苏金国 刘 亮
- 责任编辑 傅志红
- 执行编辑 王慧敏
- ◆ 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 电子函件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
北京精彩雅恒印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 787×1000 1/16  
印张: 13.75  
字数: 307千字 2009年1月第1版  
印数: 6 001-9 000册 2009年4月北京第3次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2008-3325号

ISBN 978-7-115-18812-0/TP

定价: 39.00元

读者服务热线: (010)88593802 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

# 版 权 声 明

Authorized translation from the English language edition entitled *The Non-Designer's Design Book*, Third Edition by Robin Williams, published by Pearson Education, Inc., publishing as Peachpit Press, Copyright © 2008 by Robin Williams.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanic, including photocopying, recording, or by an information storage retrieval system, without permission of Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by POST & TELECOM PRESS Copyright © 2008.

本书中文简体字版由美国 Pearson Education Inc. 授权人民邮电出版社独家出版。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

版权所有，侵权必究。



# 译者序

严格地说，这不是一本计算机图书，它适用于各行各业与文字打交道的人，你会从中充分领略到设计之美。复杂的设计原理在这里被浓缩为4个词：亲密性、对齐、重复和对比。尽管作者已经强调，本书并不能取代设计专业4年的正规学习，但如果能真正掌握本书的精髓，能在页面设计中充分应用这些原则，那么别人一定无法怀疑你的专业水平。

在翻译过程中，我们深深地感受到了作者设计经验的丰富，更难能可贵的是，她将这些经验加以概括并整理，用最简洁凝练的笔调道出其真谛。为了不与全书的明快风格相悖，我们就不再罗列它的诸多优点了，请读者自己细细品味吧！

全书由苏金国、刘亮担任主要翻译，并得到王恒、牛亚峰和王小振的大力协助。译文中难免有翻译不当之处，敬请批评指正。

译者

2008年5月

# 现

在，印刷品和出版物之多绝对今非昔比。

作为广告、宣传册或图书的出版发行人，  
每一位出版者都希望读者能轻松地阅读他们的作品。  
出版者乃至读者都希望出版物的重点突出，  
主题明确，尤其是读者对这方面的要求尤显强烈。  
如果读起来很费劲，读者根本不会为它劳神，  
反之，对于看上去赏心悦目、条理清晰的读物，  
读者则会喜爱有加，因为这将有助于他们的理解。  
出于这个原因，重要的部分必须突出，  
不重要的部分则要淡化……

现代排版技术也必须适当改进  
才能跟上时代发展的速度。

如今，我们再不能在一个小小的信笺  
或其他环节上花费太多工夫，  
即使是距离现在不算太远的 19 世纪 90 年代  
为此所花的时间  
如今看来也让人无法接受。

Jan Tschichold 1935

人们通常  
都很教条地去追求可读性，并且  
常常因过分强调而变得  
千篇一律。

Paul Rand 1914 · 1996

## 字体

方正莫华简体  
方正书宋简体

Type Embellishments One

## 字体

汉仪行楷简体  
方正硬笔行书简体  
方正黑体简体

[S][c][f][a][b][l][o][n]e| [U][a][b][l][r][o][u][n]  
P[o][s][i][t][i][v]e

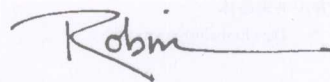
# Is this book for you? 本书适合你吗

有些人需要设计页面，但完全没有设计背景，或者在设计方面没有经过正规培训，本书正是为这些人所写的。本书并不只针对那些设计光鲜包装或者“宏篇”宣传册的人，我所指的可以是普通的秘书，也许老板刚刚要求他们设计时讯报道；或者是某个活动的志愿者们，正准备发布有关活动的信息；也可能是小企业负责人，正在自己设计广告；或者是那些聪明的学生，他们深谙一个秘诀：论文越漂亮，越有可能得高分；也许是那些专业人员，他们认识到演示稿越吸引人就越能受到好评；也可能是教师，他们知道，如果讲授的信息组织得当，学生就能更好地接受并做出反应；还可能是统计人员，他们会发现数字和统计结果经过适当的组织，也能让人乐于阅读而不是使人昏昏欲睡，诸如此类的还有很多很多。

本书假设你没有足够的时间或者兴趣来专门学习设计和排版技术，但是又很想知道如何才能让页面看上去更好一些。倘若如此，本书肯定会令你满意。我们的前提很老套，还是那句格言：知识就是力量。看到一个设计得不好的页面时，大多数人可能会说他们不喜欢这个页面，但是对于如何修改却毫无头绪。本书指出了4大基本概念，几乎每一个精良的设计中都用到了这4个概念。这些概念非常明确也很具体。如果你不知道哪里出了问题，又怎么能进行修正呢？一旦认识了这些概念，就会注意到你的页面中是否已经应用了这些概念。只有找出问题所在，方能得出解决方案。

仅仅靠这样一本书，并不能完全取代设计学院里4年的正规学习。我并不指望你在读完本书后就立刻成为一个才华过人的设计人员。不过我敢保证，你再也不会以原来的眼光看页面了。我相信，如果遵循了这些基本原则，你的设计看上去会更专业、更有条理、更统一，也更有趣。你会感到自己已经具备了一定的水平。

放轻松，我们开始吧。



# 目 录 Contents

## 第一部分 设计原则 Design Principles

<b>1</b>	<b>约书亚树</b>	<b>3</b>
	4 大基本原则	5
<b>2</b>	<b>亲密性</b>	<b>7</b>
	亲密性小结	24
	根本目的	24
	如何实现	24
	要避免的问题	24
<b>3</b>	<b>对齐</b>	<b>25</b>
	对齐小结	42
	根本目的	42
	如何实现	42
	要避免的问题	42
<b>4</b>	<b>重复</b>	<b>43</b>
	重复小结	56
	根本目的	56
	如何实现	56
	要避免的问题	56
<b>5</b>	<b>对比</b>	<b>57</b>
	对比小结	72
	根本目的	72
	如何实现	72
	要避免的问题	72
<b>6</b>	<b>复习</b>	<b>73</b>
	亲密性	74
	对齐	75
	重复	76



对比 .....	77
小测验 #1: 设计原则 .....	78
小测验 #2: 重新设计广告 .....	79
小结 .....	82

## 7 颜色运用 83

不同凡响的色轮 .....	84
颜色关系 .....	85
互补 .....	86
三色组 .....	87
分裂互补三色组 .....	88
类似色 .....	89
暗色和亮色 .....	90
建立你自己的暗色和亮色 .....	91
单色 .....	92
暗色和亮色的组合 .....	93
注意色质 .....	94
暖色与冷色 .....	95
如何取舍 .....	96
CMYK 与 RGB, 印刷与 Web .....	98

## 8 更多提示与技巧 101

创建包装 .....	102
企业名片 .....	103
关于设计企业名片的提示 .....	106
格式 .....	106
字体大小 .....	106
创建名片、信笺和信封共有的一致图像 .....	106
信笺和信封 .....	107
关于设计信笺和信封的提示 .....	110
信封规格 .....	110
创建中心点 .....	110
对齐 .....	110
第二页 .....	110
传真和复印 .....	110
传单 .....	111
关于设计传单的提示 .....	114
创建一个中心点 .....	114
使用有对比的子标题 .....	114
重复 .....	114
对齐 .....	114

新闻简报	115
关于设计新闻简报的提示	118
对齐	118
段落缩进	118
不要使用 Helvetica	118
正文应当可读	118
宣传册	119
关于设计宣传册的提示	122
对比	122
重复	122
对齐	122
亲密性	122
明信片	123
关于设计明信片的提示	126
关键是什么	126
吸引人注意	126
对比	126
报纸广告	127
关于设计报纸广告的提示	130
对比	130
字体选择	130
反色文字	130
网站	131
关于设计网页的提示	134
重复	134
可读性	134

## 第二部分 字体设计 Designing With Type

<b>9 字体 (与人生)</b>	<b>137</b>
协调	138
冲突	140
对比	142
小结	144

<b>10 字体类别</b>	<b>145</b>
Oldstyle	146
Modern	147
Slab serif	148
Sans serif	149
Script	151

Decorative .....	152
有意识地去做的.....	153
小测验 #3: 字体类别.....	153
小测验 #4: 粗 / 细过渡.....	154
小测验 #5: 截线.....	155
小结.....	156

<b>11 字体对比</b> .....	<b>157</b>
大小.....	158
粗细.....	162
结构.....	166
形状.....	170
方向.....	174
颜色.....	178
结合多种对比.....	184
小结.....	185
小测验 #6: 对比还是冲突.....	186
小测验 #7: 可做与不可做.....	187
结合多种对比的练习.....	188

### 第三部分 其他 Extras

<b>12 你掌握了吗</b> .....	<b>191</b>
过程.....	192
练习.....	193
好的——重新设计!.....	194

<b>13 测验答案</b> .....	<b>195</b>
----------------------	------------

<b>14 本书所用字体</b> .....	<b>199</b>
------------------------	------------

<b>附录</b> .....	<b>204</b>
OpenType.....	204
迷你术语表.....	205
资源.....	205

<b>索引</b> .....	<b>206</b>
-----------------	------------

# Part 1

## 第一部分

# 设计原则

### 本部分内容

- 第1章 约书亚树
- 第2章 亲密性
- 第3章 对齐
- 第4章 重复
- 第5章 对比
- 第6章 复习
- 第7章 颜色运用
- 第8章 更多提示与技巧

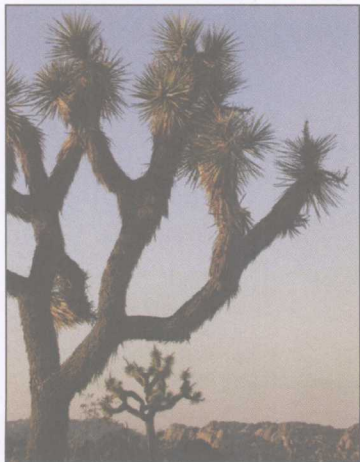




# 1 约书亚树

本章篇幅较短，将从一般意义上解释 4 大基本原则，各个原则将在后面的章节中更详细地解释。不过，首先我想告诉你一个小故事，正是这个小故事使我意识到，能够准确陈述问题是何等重要，因为明确这些原则是掌握它们的关键。

很多年前的一个圣诞节，我收到一份圣诞礼物，是一本关于如何认识各种树的书。那时我住在父母的家里，所有礼物都打开后，我决定出去走走，认一认邻居家的树。出去之前我读了书的一部分。其中提到的第一种树是约书亚树，只需要两个线索就能认出它。由于约书亚树相当怪异，所以看到书中它的照片时，我对自己说：“哦，北加利福尼亚绝对没有这种树。这种树太怪异了。如果我见过，肯定应该有印象，可我以前从来没有见过。”



之后我拿着这本书走出去。我的父母住在一个小巷子里，这里共有 6 家住户。其中 4 家的前院里都赫然立着约书亚树。我住在那里已经有 13 年了，而我此前从来没有注意过约书亚树。我在这个街区转转，发现似乎每一家布置新居时苗圃里都有约书亚树卖，至少 80% 的住家前院都种有约书亚树。而我在此之前居然从来没有注意过！在我知道了这种树之后，我是说在我能够说出它的名字后，它就无处不在了。这正是我要说的：一旦能够说出什么东西的名字，就会很容易注意到它。你就会掌握它，拥有它，使它在

你的控制中。

所以，下面先来看看有哪些设计原则，知道它们的名字，然后你将逐步控制页面。

## 优秀的设计就这么容易

### 只要知道 1-2-3

1. 学习 4 大基本原则。  
它们比你想象得要简单。
2. 认识到自己没有运用这些原则。  
形诸文字——陈述问题。
3. 应用基本原则。  
结果将使你大吃一惊。

字体

方正书宋简体常规字体  
与粗体

## 优秀的设计

就这么容易……

- 1 学习 4 大基本原则。  
它们比你想象得要简单。
- 2 认识到自己没有运用这些原则。  
形诸文字——陈述问题。
- 3 应用基本原则。  
结果将使你大吃一惊。

字体

华文细黑黑体  
华文细黑粗体  
汉仪楷体斜体  
Potrzebie (数字)

## 4 大基本原则

以下是对基本设计原则的概述，每一个优秀的设计中都应用了这些设计原则。尽管我在后面将逐个讨论各个原则，不过要记住，它们实际上是相互关联的。只应用某一个原则的情况很少。

### 对比 ( Contrast )

对比的基本思想是，要避免页面上的元素太过相似。如果元素（字体、颜色、大小、线宽、形状、空间等）不相同，那就干脆让它们截然不同。要让页面引人注目，对比通常是最重要的一个因素，正是它能使读者首先看这个页面。

### 重复 ( Repetition )

让设计中的视觉要素在整个作品中重复出现。可以重复颜色、形状、材质、空间关系、线宽、字体、大小和图片，等等。这样一来，既能增加条理性，还可以加强统一性。

### 对齐 ( Alignment )

任何东西都不能在页面上随意安放。每个元素都应当与页面上的另一个元素有某种视觉联系。这样能建立一种清晰、精巧而且清爽的外观。

### 亲密性 ( Proximity )

彼此相关的项应当靠近，归组在一起。如果多个项相互之间存在很近的亲密性，它们就会成为一个视觉单元，而不是多个孤立的元素。这有助于组织信息，减少混乱，为读者提供清晰的结构。

#### 一点说明

从繁杂的设计理论中抽取这4条原则时，我考虑过，这些概念性思想应该有一个合适的、便于记忆的缩写词，可以帮助人们记住这些原则。尽管缩写词很好记，但并不太合适<sup>①</sup>，实在抱歉。

<sup>①</sup> 上述4个原则的英文首字母缩写为CRAP，是一句不文明用语。——编者注



好的表达方式  
就像黑咖啡那样

stimulating

令人振奋  
品味之后让人  
倦意顿消

Anne Morrow Lindbergh

字体  
Mona Lisa Solid  
Escalido Gotico