

GRAPHIC DESIGN

KNOW YOUR ONIONS

像创作者那样思考，

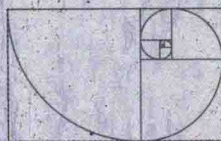
像商人那样行动，

像设计师那样设计！

平面 设计

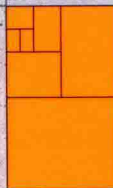
必修课

印刷工艺 + 色彩管理 + 版式原则 + 工作方法



[荷] 德鲁·德索托 (Drew de Soto) 著

陈少芸 梁炯 译



中国工信出版集团

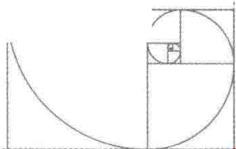


人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

平面设计

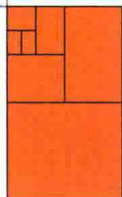
必修课程

□ 印刷工艺 + △ 色彩管理 + ○ 版式原则 + 工作方法



[荷] 德鲁·德索托 (Drew de Soto) 著

陈少芸 梁炯 译



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

平面设计必修课：工作方法+版式原则+色彩管理+印刷工艺 / (荷) 德鲁·德索托 (Drew de Soto) 著；陈少芸，梁炯译. — 北京：人民邮电出版社，2019.1
ISBN 978-7-115-49290-6

I. ①平… II. ①德… ②陈… ③梁… III. ①平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第205067号

版权声明

Know Your Onions - Graphic Design

© 2011 Drew de Soto and BIS Publishers

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from BIS Publishers. CHINESE SIMPLIFIED language edition published by POSTS AND TELECOMMUNICATIONS PRESS, Copyright © 2018.

本书中文简体版由 BIS Publishers 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。

内容提要

本书旨在教读者既从设计师的角度思考创意、做设计，也从商人的角度了解合作伙伴（客户和供应商）、做经营，并告诉读者如何让设计更具创意，以及如何提高工作效率，引导读者走向通往成功的平面设计师的道路。

书中内容包括如何抓住客户的痛点，个人和设计团队获得创意的方法，产生创意后获取最佳设计方案的更有效的选择方法，设计师避免出现不必要错误的工作管理方法，方案演示的技巧，设计的准备工作，版式设计 with 排版的关键原则、方法与技巧，屏幕色彩与印刷色彩的知识，必备的印刷、后期加工和纸张选择的知识，以及专业人士的必备工具的介绍，最后总结了术语表，供读者查阅。

本书适合想在平面设计工作中少走弯路的设计师阅读，也适合平面设计专业的学生学习。记住，你是个商人艺术家！

◆ 著 [荷] 德鲁·德索托 (Drew de Soto)

译 陈少芸 梁 炯

责任编辑 杨 璐

责任印制 陈 桦

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

深圳市泰和精品印刷有限公司印刷

◆ 开本：700 × 1000 1/16

印张：11.25

字数：221 千字

2019 年 1 月第 1 版

印数：1-3 000 册

2019 年 1 月广东第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字：01-2016-6008 号

定价：79.00 元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

目录

CONTENTS

思考

创意方程式
创意的3个层面
不要把设计元素移来移去
花大量时间修改一个方案
设计元素的对比性
设计思路落入窠臼
分内事之外，多做一点点
保存早期和被打回的设计稿
保护你的设计作品

工作管理

设计项目管理
时间安排与管理
印刷与交付时间
管理客户期望值
急件！
客户与供应商关系管理
回应
白干活儿不挣钱
外行人插足捣蛋
文件归档管理
项目评估报告就是你的销售文件
检查你的设计作品
与客户书面往来

设计

示意图、简图和草图
给客户看示意图
设计草图
设计的准备工作
文本清理
校对符号
附录说明及制作模板文件
跨页的屏幕页与印刷页
全彩色设计项目准备工作
专色设计项目准备工作
设计展览作品
制作模型
方案演示
形象元素及品牌规划
企业新形象的演示
宣传册设计的演示
活动方案或设计概念的演示
对着客户做方案演示
演示方案之前
演示方案的大日子

布局

管用的东西
网格

行的长度

页面边距

文本栏和栏距

基线网格

三分法构图

字号

表格和表单

好表单，坏表单

书脊

文字排版原则

字体和字形

衬线体和无衬线体

字形解剖

小写高度和大写高度

小写高度上的圆形字母

字体大小、粗细及相关术语

点数（pt）和派卡（pc）

特殊字符和专家版字体

连笔字

零七八碎的小元素

0前后的括号

CMYK小字号文本

0和1

连接号和斜线号

URL链接

可读性和易读性

提高可读性的简单规则

什么时候该用什么字体

个性化字体

加粗

斜体

标题

文本和段落对齐

项目符号缩进

首行缩进

Em空格和En空格

首字下沉

突出引文和资料

悬挂式标点符号

段落间距及建立文本层级

行尾结束符号

寡行和孤行

最后，收紧文本！

文字间距原则

字间距原则

字偶间距调整

如何调整字偶间距

字母间距调整

词间距

行距

段落间距

软回车与硬回车

段落标记

标点符号原则

“与”符号

撇号、犬牙形符号、角分符号与英寸符号

单引号、双引号和引用号

省略号

连字符、一字线和英文破折号

双空格

括号、方括号和圆括号

斜杠与反斜杠

色彩的知识

色彩

屏幕色彩和印刷色彩

色彩模型与拾色器

色调、饱和度与亮度

组配调色板时的便利技巧

印刷技术的知识

这个是黑色，那个也是黑色

将平印黑带到一个新的维度

每英寸点数（dpi）

陷印

套准与套印不准

网点增大

线条稿

网目调

分色

胶片与印版

打样

PDF样稿（软稿样）

数码打样

湿打样

克罗马林打样

重氮晒印打样法（奥沙里打样法）

绘图打样法

抽样验收

打散样

出血

应用图片

整理设计稿

印刷商的指定参数

拼版规划

自翻印刷与滚翻印刷

拼版

印刷的知识

印刷流程

全彩色印刷

这些都是真的

专色印刷

第五色

平版印油、水溶性印油或联动印油

数码印刷和大幅面印刷

丝网印刷

烫箔技术

压凸与压凹技术

卷筒纸印刷与迷你卷筒纸印刷

凸版印刷

印刷采购

印刷尺寸

后期加工的知识

上光、覆膜与塑封

折页与后期加工

骑马钉

环形活页钉装

装订

胶粘装订

PUR胶装

破脊胶装

线装装订

布脊装订

精装

螺旋装订、活页装订、梳式装订

模切与钻孔

打龙

再湿胶

完工

收件人名址分类与信址归并打印

纸的知识

纸的尺寸

A度纸

SRA度纸

B度纸

C度纸

DL

纸

纸材的透印与纸张厚度

专业人士必备工具

放大镜/织物密度镜

配色系统

CMYK颜色表

笔/铅笔和草图画簿

卷边钢尺

手术刀

无油墨的圆珠笔

火机油

神奇数字

客户希望设计师做的10件事

艺术总监希望设计师做的10件事

印刷商希望设计师做的10件事

编辑/作者/校对员希望设计师做的10件事

老板希望设计师做的10件事

设计经理希望设计师做的10件事

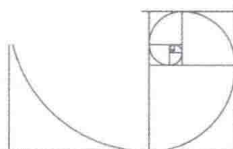
键盘快捷键

术语表

平面设计

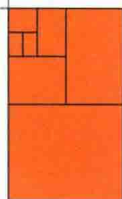
必修课程

□ 印刷工艺 + △ 色彩管理 + ○ 版式原则 + 工作方法



[荷] 德鲁·德索托 (Drew de Soto) 著

陈少芸 梁炯 译



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

平面设计必修课：工作方法+版式原则+色彩管理+印刷工艺 / (荷) 德鲁·德索托 (Drew de Soto) 著；陈少芸，梁炯译. — 北京：人民邮电出版社，2019.1
ISBN 978-7-115-49290-6

I. ①平… II. ①德… ②陈… ③梁… III. ①平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第205067号

版 权 声 明

Know Your Onions - Graphic Design

© 2011 Drew de Soto and BIS Publishers

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from BIS Publishers. CHINESE SIMPLIFIED language edition published by POSTS AND TELECOMMUNICATIONS PRESS, Copyright © 2018.

本书中文简体版由 BIS Publishers 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。

内 容 提 要

本书旨在教读者既从设计师的角度思考创意、做设计，也从商人的角度了解合作伙伴（客户和供应商）、做经营，并告诉读者如何让设计更具创意，以及如何提高工作效率，引导读者走向通往成功的平面设计师的道路。

书中内容包括如何抓住客户的痛点，个人和设计团队获得创意的方法，产生创意后获取最佳设计方案的更有效的选择方法，设计师避免出现不必要错误的工作管理方法，方案演示的技巧，设计的准备工作，版式设计 with 排版的关键原则、方法与技巧，屏幕色彩与印刷色彩的知识，必备的印刷、后期加工和纸张选择的知识，以及专业人士的必备工具的介绍，最后总结了术语表，供读者查阅。

本书适合想在平面设计工作中少走弯路的设计师阅读，也适合平面设计专业的学生学习。记住，你是个商人艺术家！

-
- ◆ 著 [荷] 德鲁·德索托 (Drew de Soto)
 - 译 陈少芸 梁 炯
 - 责任编辑 杨 璐
 - 责任印制 陈 桦
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
 - 邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 深圳市泰和精品印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本：700 × 1000 1/16
 - 印张：11.25
 - 字数：221 千字 2019 年 1 月第 1 版
 - 印数：1-3 000 册 2019 年 1 月广东第 1 次印刷
 - 著作权合同登记号 图字：01-2016-6008 号
-

定价：79.00 元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

引言

INTRODUCTION

这是一本关于平面设计及如何成为平面设计师的实用指南。书中有大量的平面设计要诀与技巧，旨在帮助读者更好地进行设计，善用巧思，加深对平面设计微妙处细节的理解。

活在那个时代的优势

在我念大学的时候，学校有一台计算机。这台计算机看起来特别神秘，就像20世纪70年代苏联潜水艇里的机器一样，没有人知道该如何使用它。要用上这台机器，你得提前一周预约。使用的时候，会有一个技术人员坐在你旁边，时不时指着屏幕对你说一些诸如“试试按住Caps Lock键”之类的话。

我们的导师只教了我们用记号笔和笔刷来手绘设计，设计杂志版面布局或即兴设计一些东西，而没有教我们如何发挥创意。创意这部分，我们都是互相学来学去的。与此同时，导师们则在“计算机世界”里探秘，学着“同时按住Caps Lock键和Ctrl键不放”之类的知识。

话说回来，这可不就是你得上大学的原因之一嘛！你得让自己置身于一个创意四射的环境中，看看其他的准设计师在做些什么。

我在平面设计职业道路上前行的过程中，这个行业也在发生着天翻地覆的变化。不再需要专业技能来操纵的计算机就是一个好例子。设计师要承担的职责越来越多，在以前，这些职责完全是由其他行当的人来承担的。而现如今的设计师必须精通修片、原图设计、影印技术及其他很多技能。

设计师们甚至用不着去深究自己在设计中需要扮演哪些角色，反正全部都是“默认设置”，都得包揽下来。但设计作品，尤其是优秀的设计作品，可不是用“默认设置”就能做出来的。

在25年的平面设计职业生涯中，我学会了一些东西，还将它们转化为我的“个性化设置”。大家不妨阅读本书，为自己节约下25年的时间吧。

目录

CONTENTS

思考

创意方程式
创意的3个层面
不要把设计元素移来移去
花大量时间修改一个方案
设计元素的对比性
设计思路落入窠臼
分内事之外，多做一点点
保存早期和被打回的设计稿
保护你的设计作品

工作管理

设计项目管理
时间安排与管理
印刷与交付时间
管理客户期望值
急件！
客户与供应商关系管理
回应
白干活儿不挣钱
外行人插足捣蛋
文件归档管理
项目评估报告就是你的销售文件
检查你的设计作品
与客户书面往来

设计

示意图、简图和草图
给客户看示意图
设计草图
设计的准备工作
文本清理
校对符号
附录说明及制作模板文件
跨页的屏幕页与印刷页
全彩色设计项目准备工作
专色设计项目准备工作
设计展览作品
制作模型
方案演示
形象元素及品牌规划
企业新形象的演示
宣传册设计的演示
活动方案或设计概念的演示
对着客户做方案演示
演示方案之前
演示方案的大日子

布局

管用的东西
网格

行的长度

页面边距

文本栏和栏距

基线网格

三分法构图

字号

表格和表单

好表单，坏表单

书脊

文字排版原则

字体和字形

衬线体和无衬线体

字形解剖

小写高度和大写高度

小写高度上的圆形字母

字体大小、粗细及相关术语

点数（pt）和派卡（pc）

特殊字符和专家版字体

连笔字

零七八碎的小元素

0前后的括号

CMYK小字号文本

0和l

连接号和斜线号

URL链接

可读性和易读性

提高可读性的简单规则

什么时候该用什么字体

个性化字体

加粗

斜体

标题

文本和段落对齐

项目符号缩进

首行缩进

Em空格和En空格

首字下沉

突出引文和资料

悬挂式标点符号

段落间距及建立文本层级

行尾结束符号

寡行和孤行

最后，收紧文本！

文字间距原则

字间距原则

字偶间距调整

如何调整字偶间距

字母间距调整

词间距

行距

段落间距

软回车与硬回车

段落标记

标点符号原则

“与”符号

撇号、犬牙形符号、角分符号与英寸符号

单引号、双引号和引用号

省略号

连字符、一字线和英文破折号

双空格

括号、方括号和圆括号

斜杠与反斜杠

色彩的知识

色彩

屏幕色彩和印刷色彩

色彩模型与拾色器

色调、饱和度与亮度

组配调色板时的便利技巧

印刷技术的知识

这个是黑色，那个也是黑色

将平印黑带到一个新的维度

每英寸点数（dpi）

陷印

套准与套印不准

网点增大

线条稿

网目调

分色

胶片与印版

打样

PDF样稿（软稿样）

数码打样

湿打样

克罗马林打样

重氮晒印打样法（奥沙里打样法）

绘图打样法

抽样验收

打散样

出血

应用图片

整理设计稿

印刷商的指定参数

拼版规划

自翻印刷与滚翻印刷

拼版

印刷的知识

印刷流程

全彩色印刷

这些都是真的

专色印刷

第五色

平版印油、水溶性印油或联动印油

数码印刷和大幅面印刷

丝网印刷

烫箔技术

压凸与压凹技术

卷筒纸印刷与迷你卷筒纸印刷

凸版印刷

印刷采购

印刷尺寸

后期加工的知识

上光、覆膜与塑封

折页与后期加工

骑马钉

环形活页钉装

装订

胶粘装订

PUR胶装

破脊胶装

线装装订

布脊装订

精装

螺旋装订、活页装订、梳式装订

模切与钻孔

打龙

再湿胶

完工

收件人名址分类与信址归并打印

纸的知识

纸的尺寸

A度纸

SRA度纸

B度纸

C度纸

DL

纸

纸材的透印与纸张厚度

专业人士必备工具

放大镜/织物密度镜

配色系统

CMYK颜色表

笔/铅笔和草图画簿

卷边钢尺

手术刀

无油墨的圆珠笔

火机油

神奇数字

客户希望设计师做的10件事

艺术总监希望设计师做的10件事

印刷商希望设计师做的10件事

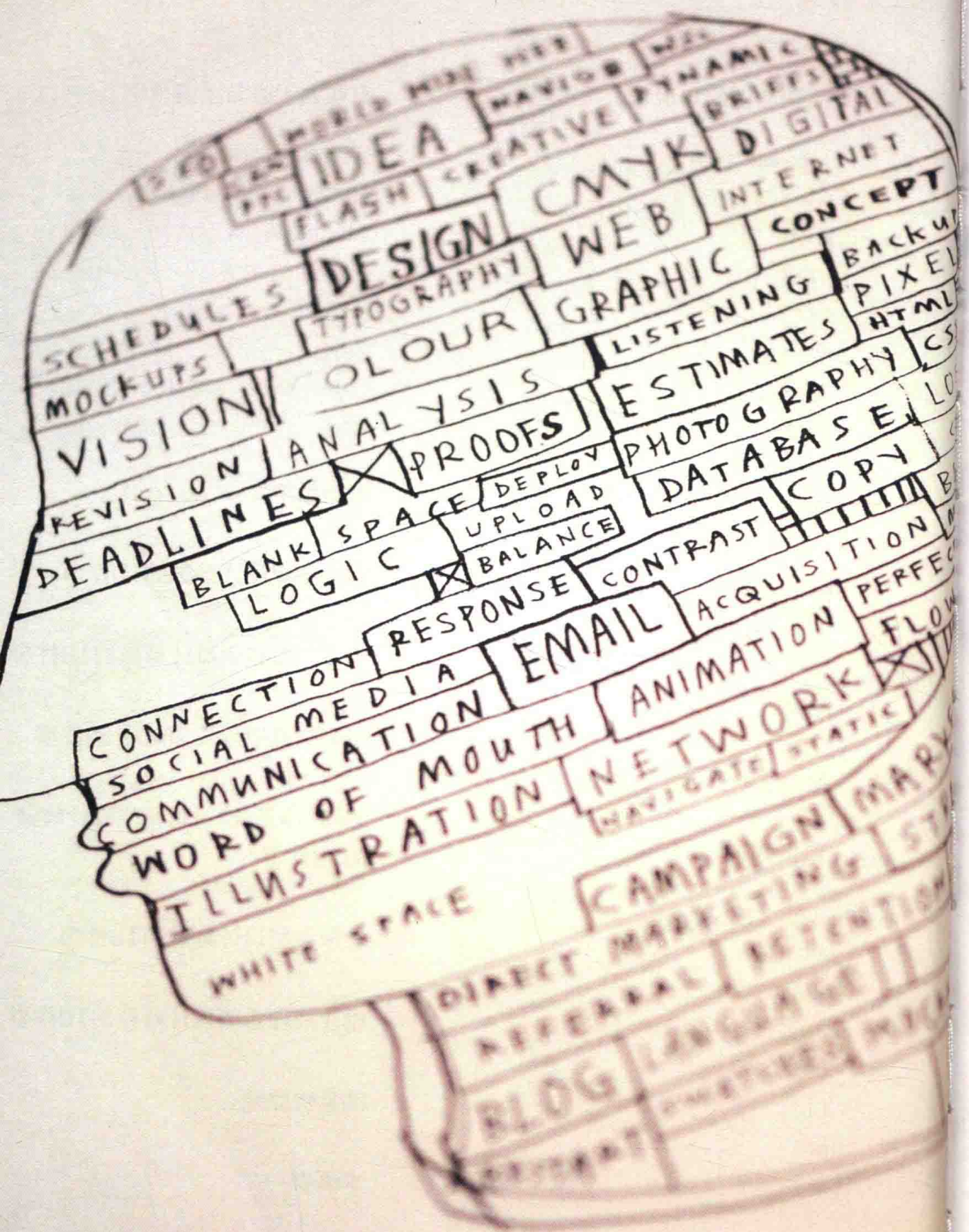
编辑/作者/校对员希望设计师做的10件事

老板希望设计师做的10件事

设计经理希望设计师做的10件事

键盘快捷键

术语表



思考

THINKING

创意方程式

据我所知，没有任何等式表明花费在创意上的时间的长短是创造力提升与否的直接原因。说白了，就是当你极力要想出一个创意时，不是说你花的时间特别长，就必然能想出来。有的时候你灵光一闪，好点子就来了。阿基米德就是在洗澡的时候想到了好点子。而有些时候呢，你得花上好几个小时反复思考，才能得到好点子，这些点子的诞生需要“合适的条件”。

我的看法是，有很多种工作方式能帮助你和你的团队在相对较短的时间内快速地合作生产出创意方案。最终，你们能提高产出量，也更有可能想出绝世好点子，而且很可能花费的时间比以前更少！

如果我给设计师做需求简报（Brief），但没有做出任何系统性的设计规则，那他估计无法很好地完成设计。他很可能会在办公座位坐上很长一段时间（只要你不拦着，他坐上好几周都有可能），期间没完没了地出方案；或者就在同一个方案上没完没了地做改动，在设计稿上画各种各样的切线。这时，设计师很可能已经忘记了设计的初衷和目标了。直到我等不及了，会叫上设计师一同讨论当前的进展。到了这个阶段，我确实见识过有些设计师能够提供一个挠到客户所有痛点的好方案，但这种情况特别少。大多数的情况下，这个时候我们会坐在一起谈话，而设计师会反复告诉我类似这样的话：“我觉得这个方案还是不太行。虽然它们叫‘企鹅钢笔’，但我觉得一只叼着烟斗的鳄鱼更适合。”

哪怕工作都是你一个人包揽的，我要讲的这个简单的设计流程也能助你生产出更多方案，更快速地改进方案，使得设计条理更清晰。如果运气好又落力得当的话，你还能产生更好的点子。

这个工作流程是这样的：当设计简报被送到办公室后，大家先聊上10分钟，并与团队从头到尾梳理一遍设计需求。我们要先搞清楚客户要什么，但这些需求通常不是他们所需要的。我们会请所有人来参与这个讨论——不仅仅是设计师，而是所有人！有一次，我们的客户助理就在1小时内为一家公司想好了名称和企业品牌形象。每个人都有可能想到好点子。

接下来的一个小时，团队所有人围在一起想方案。就一个小时，不能再多了。在这一个小时内，用纸笔写写画画，不要用电脑，这样就不会在诸如“选用什么字体好”之类的问题上抓耳挠腮而浪费时间。安排这一个小时的用意是尽可能深远地将客户的设计需求拓展、拉伸开来——纯粹的创意发散，百无禁忌。

一个小时之后（最多就一个小时），我们会召开另一个会议，大家轮番阐述自己的方案。这个阶段，从来没有出现过差劲的方案，我们还欢迎其他人随时插嘴，提出意见和建议。在这样一个工作系统中，总创造力等于个人创造力乘以团队人数，参与的人数（在合理范围内）越多，点子就越多，意见就越多，可能性也就越多。这是一个着实有效的公式：（好想法数量×团队人数）×创造性互动=创造力/时间。

$$\begin{array}{ccccccc} & & & & \text{时间} & & \\ & & & & \text{TIME} & & \\ (\text{No. of IDEAS}) \times (\text{No. of PEOPLE}) \times \text{CREATIVE INTERACTION} = \sqrt{\text{CREATIVITY}} \\ \text{好想法数量} & \text{团队人数} & \text{创造性互动} & & & & \text{创造力} \end{array}$$

在第二次会议上，有两件事情可能会发生。一个是我们可能会一无所获，讨论为何此事难倒了我们，然后从头开始。这没关系，反正我们实际上才花费了一个小时，并没有什么大损失。

另一个典型的可能性，就是会出现两三个挺值得下血本的点子。大家可以对这些好点子提出建议，或是基于一个糟糕透顶的方案，来形成新的方案（在这些会议上，不妨将所有方案都展示出来，不管这些方案有多糟糕）。

无论这一小时会议的结果如何，会议都要马上结束。大家一起回到画板前，再花上一个小时写写画画，就一个小时，不能再多了。

一个小时后，我们再次聚在一起。到了此时，我们几乎可以肯定，产出的方案已是足够好的了。在大多数情况下，此阶段的好方案数不胜数。接着，创意总监会从中挑出三或四个方案，再选一个人将