



“十二五”职业教育
国家规划教材
经全国职业教育教材
审定委员会审定

平面设计

(第2版)

申明远 史彤 杜娟 主编

高等教育出版社

教育国家规划教材
教材审定委员会审定

PINGMIAN SHEJI

平面设计

(第2版)

申明远 史彤 杜娟 主编

高等教育出版社·北京

内容提要

本书是“十二五”职业教育国家规划教材,通过讲述平面设计基础理论,帮助学生理解平面设计相关知识和技能,并以平面设计学科的直接性和广泛应用性作为组织结构框架的依据,运用大量平面设计师的优秀案例,以及师生设计的优秀作品,阐述平面设计的核心理论知识,引导学生通过学习经典作品,分析每个视觉元素的作用和对多种元素进行有机艺术化组合的技巧,掌握广告设计的基本技能。本书结构清晰、通俗易懂、可操作性强。全书共7章,包括平面设计概述、标志设计、版式设计、CI设计、包装设计、招贴设计、品牌规划与设计等内容。

本书适合作为高职高专院校艺术设计类专业“平面设计”课程的教学用书,也可供各类培训学员、平面设计从业人员和平面设计爱好者参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

平面设计 / 申明远, 史彤, 杜娟主编. -- 2版. --
北京: 高等教育出版社, 2015.9
ISBN 978-7-04-042547-5

I. ①平… II. ①申… ②史… ③杜… III. ①平面设计—高等职业教育—教材 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第079795号

策划编辑	陈皓	责任编辑	郭晶	封面设计	赵阳
插图绘制	黄建英	责任校对	王雨	责任印制	朱学忠

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街4号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.landaco.com
印 刷	高教社(天津)印务有限公司		http://www.landaco.com.cn
开 本	787mm×1092mm 1/16	版 次	2009年8月第1版
印 张	14		2015年9月第2版
字 数	340千字	印 次	2015年9月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	39.00元
咨询电话	400-810-0598		

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 42547-00

出版说明

教材是教学过程的重要载体，加强教材建设是深化职业教育教学改革的有效途径，推进人才培养模式改革的重要条件，也是推动中高职协调发展的基础性工程，对促进现代职业教育体系建设，切实提高职业教育人才培养质量具有十分重要的作用。

为了认真贯彻《教育部关于“十二五”职业教育教材建设的若干意见》（教职成〔2012〕9号），2012年12月，教育部职业教育与成人教育司启动了“十二五”职业教育国家规划教材（高等职业教育部分）的选题立项工作。作为全国最大的职业教育教材出版基地，我社按照“统筹规划，优化结构，锤炼精品，鼓励创新”的原则，完成了立项选题的论证遴选与申报工作。在教育部职业教育与成人教育司随后组织的选题评审中，由我社申报的1338种选题被确定为“十二五”职业教育国家规划教材立项选题。现在，这批选题相继完成了编写工作，并由全国职业教育教材审定委员会审定通过后，陆续出版。

这批规划教材中，部分为修订版，其前身多为普通高等教育“十一五”国家级规划教材（高职高专）或普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专），在高等职业教育教学改革进程中不断吐故纳新，在长期的教学实践中接受检验并修改完善，是“锤炼精品”的基础与传承创新的硕果；部分为新编教材，反映了近年来高职院校教学内容与课程体系改革的成果，并对接新的职业标准和新的产业需求，反映新知识、新技术、新工艺和新方法，具有鲜明的时代特色和职教特色。无论是修订版，还是新编版，我社都将发挥自身在数字化教学资源建设方面的优势，为规划教材开发配备数字化教学资源，实现教材的一体化服务。

这批规划教材立项之时，也是国家职业教育专业教学资源库建设项目及国家精品资源共享课建设项目深入开展之际，而专业、课程、教材之间的紧密联系，无疑为融通教改项目、整合优质资源、打造精品力作奠定了基础。我社作为国家专业教学资源库平台建设和资源运营机构及国家精品开放课程项目实施单位，将建设成果以系列教材的形式成功申报立项，并在审定通过后陆续推出。这两个系列的规划教材，具有作者队伍强大、教改基础深厚、示范效应显著、配套资源丰富、纸质教材与在线资源一体化设计的鲜明特点，将是职业教育信息化条件下，扩展教学手段和范围，推动教学方式方法变革的重要媒介与典型代表。

教学改革无止境，精品教材永追求。我社将在今后一到两年内，集中优势力量，全力以赴，出版好、推广好这批规划教材，力促优质教材进校园、精品资源进课堂，从而更好地服务于高等职业教育教学改革，更好地服务于现代职教体系建设，更好地服务于青年成才。

高等教育出版社

2015年7月

前言

随着世界进入信息时代，新型的广告媒介已向多元化、国际化方向发展。科技手段不仅带来了广告信息传播范围、规模、运作方式的变化，还刺激着人们的思维方式，转变着广告设计观念。这使我们深深地感受到，广告教育教学面临前所未有的挑战。广告设计教学必须立足国情，面向市场经济，面向改革开放；必须具有超前意识；必须加快与国际广告业接轨的步伐；必须培养出高素质复合型应用人才，培养出真正符合市场需求的人才。

高等职业教育具有很强的职业性和应用性。所以，我们在教材的编写中尽可能地把握高职教育规律，体现高职教育的特色和人才观、质量观，正确处理教材中基础理论与专业知识、技能的关系，突出人才培养的针对性、应用性，以培养出符合广告行业发展要求的人才。

本教材教学方法的改革体现在以下 3 个方面：

(1) 区别广告专业在高职教育与本科教育及其他相关教育类型中存在的差异，理论以够用为度，加强实践环节，坚持理论教学与实践教学并重的教学方法。

(2) 转变以往重技术、轻人文，重课本、轻思想引导的片面教育方式，树立科学教育与人才教育相融合的教育思想，树立培养学生开拓创新精神的教育理念。

(3) 以新时期的人才观、质量观、教学观为指导，充分调动和发挥师生双方的互动性与积极性。

本教材的编写思路如下：

(1) 在教学观念上，树立面向社会、行业的开放式的教育观念。

(2) 在人才培养上，培养学生运用相关设计理念进行设计的能力，成为应用型广告人才。

(3) 在教学方式上，注重社会需求变化影响的教学方式，向培养学生具有创新能力和适应能力的方向转变。

(4) 在教学内容上，以“必需、够用”为原则，内容注重针对性、实用性，以及与社会需求相关联的教学和实践内容。

(5) 在教学方法上，采用启发、创新的教学方法，注重因材施教。鼓励学生独立思考，激发学习的主动性，培养学生的科学精神、人文精神、创新意识和健康个性。

(6) 在实践操作上，要务实，要有一定的实用价值。

“平面设计”是广告专业和其他艺术设计类专业的一门必修课程，其培养目标是启发学生运用创造性技术手段，创作出有艺术性、有内涵、有实效的设计作品，发挥平面设计的特性。通过对平面设计相应理论的讲解及对国内外优秀设计作品的分析，帮助学生获得自由思考、自由创作的勇气；通过训练与实战操作，帮助学生迅速掌握设计的方法。

本教材通过讲述平面设计基础理论，帮助学生理解平面设计相关知识和技能。本教材共分7章，内容涉及平面设计概述、标志设计、版式设计、CI设计、包装设计、招贴设计、品牌规划与设计等方面。具体的学时分配见下表。

学时分配表 单位：学时

章 次	学 时	学时分配		
		实训	案例	知识
第1章 平面设计概述	2		1	1
第2章 标志设计	58	30	14	14
第3章 版式设计	60	30	15	15
第4章 CI设计	60	30	15	15
第5章 包装设计	60	30	15	15
第6章 招贴设计	60	30	15	15
第7章 品牌规划与设计	60	30	15	15
合 计	360	180	90	90

本教材由申明远、史彤担任主编，负责制定全书的编写风格、框架结构及内容安排。其中，申明远编写第1、5、7章，杜娟编写第2章，史彤编写第3章，陈凌编写第4章，高鹏编写第6章。

在本教材的编写过程中，得到了中国著名设计师王序老师的大力支持，以及王建国、孙立军、李霞、王蕾、阎旭成、李英伟、朱亚民、王明自等老师的帮助，在此表示诚挚的感谢。本教材引用了一些国内外设计同行的相关论点和设计作品，在此向原创作者表示真诚的谢意。

本书是“十二五”职业教育国家规划教材。本书第1版自2009年出版以来，受到广大院校师生的欢迎。在高职高专专业人才培养模式转变及教学方法的探讨过程中，但愿本书能为高职高专的教材建设尽绵薄之力。

由于学识的欠缺，书中难免有不尽人意之处，还望专家、同仁批评指正。

编 者
2015年7月

目录

第1章 平面设计概述 1



1.1 平面设计的定义	1
1.2 平面设计的要素	2
1.2.1 图片	2
1.2.2 色彩	2
1.2.3 文字	3

第2章 标志设计..... 7



2.1 标志概述	7
2.1.1 标志的定义	7
2.1.2 标志的沿革	8
2.1.3 标志的现实意义	10
2.1.4 标志的种类	11
2.1.5 标志的功能与作用	14
2.2 标志设计的原则	16
2.3 标志的设计定位	19
2.4 标志创意的表现形式	21
2.4.1 具象表现	21
2.4.2 抽象表现	24
2.4.3 文字表现	25
2.4.4 综合表现	27
2.5 标志设计的创意表现手法	28

2.6 标志设计的未来发展趋势	34
2.7 标志设计应用实例	36

第3章 版式设计

39

3.1 版式设计概述	39
3.2 版式设计的原则	39
3.2.1 主题鲜明突出	40
3.2.2 形式与内容统一	40
3.2.3 整体性与协调性	41
3.3 版式设计的形式原理	41
3.3.1 比例	41
3.3.2 分割	43
3.3.3 对比	45
3.3.4 对称	50
3.3.5 均衡	52
3.3.6 力场与方向	52
3.3.7 节奏与韵律	54
3.4 版式设计的文字与图像	55
3.4.1 文字在版式设计中的重要性	55
3.4.2 图像的版式设计	61
3.5 版式设计的网格系统	65
3.5.1 网格在版式设计中的重要性	65
3.5.2 网格的类型及应用	65



第4章 CI设计

71

4.1 CI 基本知识	71
4.1.1 CI 的历史	71
4.1.2 CI 的概念	73
4.2 CI 的作用	74
4.2.1 CI 的功能	74
4.2.2 CI 的价值	75
4.3 CI 的构成	78
4.4 视觉识别系统 (VIS)	79
4.4.1 基础系统	81
4.4.2 应用系统	95
4.5 VIS 手册	106





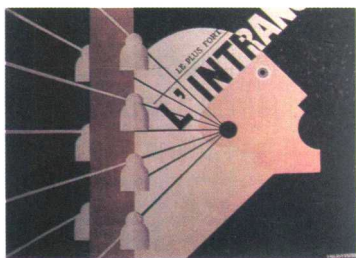
4.5.1	手册的编辑目的	106
4.5.2	手册的编辑形式	107
4.5.3	手册的管理	107
4.5.4	手册的编辑原则	107
4.5.5	手册中的设计规定	108
4.5.6	标志的制图方法	108
4.5.7	手册的装帧	109

第5章 包装设计..... 119



5.1	包装设计概述	119
5.1.1	包装的定义	119
5.1.2	包装的起源与发展	120
5.1.3	包装的功能	120
5.1.4	包装的分类	122
5.2	包装设计材料的应用	126
5.2.1	纸包装材料	127
5.2.2	塑料包装材料	130
5.2.3	金属包装材料	132
5.2.4	玻璃包装材料	133
5.3	纸盒包装结构	135
5.3.1	折叠纸盒	136
5.3.2	粘贴纸盒	137
5.3.3	裱糊纸盒	138
5.3.4	异形纸盒	138
5.4	包装设计中的视觉要素	140
5.4.1	包装设计中的色彩	140
5.4.2	包装设计中的图形	142
5.4.3	包装设计中的文字	143

第6章 招贴设计..... 151



6.1	招贴的概念与起源	151
6.1.1	招贴的概念	151
6.1.2	招贴设计的起源与沿革	151
6.1.3	招贴的流派与风格	157
6.2	招贴的分类与功能	161
6.2.1	招贴的分类	161

6.2.2	招贴的功能	164
6.3	招贴设计构成要素	164
6.3.1	图形要素	165
6.3.2	文字要素	170
6.3.3	色彩要素	175
6.4	招贴的创意手法	177
6.4.1	创意的原则	177
6.4.2	创意的实现方法	178
6.5	优秀招贴作品读解标准	178



第7章 品牌规划与设计 189

7.1	品牌的概念	189
7.1.1	品牌的源起	189
7.1.2	品牌的定义	190
7.1.3	品牌的主要特征	190
7.1.4	品牌的主要类型	191
7.2	品牌形象	195
7.2.1	品牌形象的定义	195
7.2.2	品牌形象的构成要素	195
7.2.3	品牌形象的主要特征	196
7.2.4	品牌形象的类型	197
7.2.5	品牌形象塑造	198
7.3	品牌形象设计	200
7.3.1	品牌形象设计的定义及基本层次	200
7.3.2	品牌形象设计的起点——品牌命名	201
7.3.3	品牌人性化设计视角	204
7.3.4	品牌形象设计的基本流程	206
7.4	品牌设计应用实例	208
7.5	品牌全案设计案例	209



第1章 平面设计概述

科学技术与经济的发展促进了设计的进步，设计作为一门新兴学科，兴起于20世纪80年代的改革开放。改革开放加剧了市场竞争，社会对设计从认知到认可，经历了萌芽、发展、成熟、发达的进程。设计与经济和商业互动，商业的繁荣突出了设计的竞争，设计也是文明社会对高品质生活质量的需求。设计在视觉上给人一种美的享受的同时，向广大的消费者传达信息和理念。作为科技与艺术的结合体，设计更能体现现代文化的多样性和人性的多元化。

1.1 平面设计的定义

设计一词来源于英文“design”，其中涉及很广的范围和门类：平面设计、服装设计、环艺设计、工业设计、展示设计、建筑设计、网络设计等。

现代信息传播媒介可分为视觉、听觉、视听觉三种类型，其中公众70%的信息是从视觉传达中获得的，如报纸、杂志、招贴海报、路牌、灯箱等，这些以平面形态出现的视觉类信息传播媒介均属于平面设计的范畴。

平面设计是将不同的元素按照一定的规则在平面上组合，形成特定的审美倾向。

可以说用来印刷和喷绘的作品都与平面设计有关，平面设计中需要用视觉元素来传递信息和表达观点，用文字和图形把信息传达给受众，让人们通过这些视觉元素了解你的设想和计划。

平面设计主要包括标志设计、字体设计、版式设计、企业形象设计、包装设计、海报设计等。

平面设计是科技与艺术的结合，它是集计算机技术和艺术创意于一体的综合内容。现代平面设计已由静态视觉传达向动态的多媒体网络的信息传播延伸。网络信息传播除了传统的平面设计具有的图、文视觉传达，还包括声、像听觉传达，互动的交互信息全球化。

平面设计还运用计算机辅助设计，计算机的运用极大地拓展了设计的表现空间，增加了创作表现的可能性。没有它做不出来的，只有人们想不到的。可以利用计算机更有效地完成图文结合、立体效果、肌理材料、字体的处理。设计是一种具有清楚目标计划的思考过程或步骤，是利用辅助物将原始构想转化表达出来，用以改善生活及美化生活的创造活动，兼具实用和艺术的双重价值。

1.2 平面设计的要素

每当翻开一本版式明快、色彩跳跃、文字流畅、设计精美的杂志，你都有一种爱不释手的感觉，即使你对其中的文字内容并没有什么兴趣，有些精致的广告也能吸引你。这就是平面设计的魅力，它能把一种概念、一种思想，通过精美的构图、版式和色彩，传达给看到它的人。其实只要掌握一些平面设计的规律，并加以灵活运用，我们也能创作出美妙的作品。

一个平面设计作品存在着先看到哪一部分，再看到哪一部分，最需要人们看到哪一部分，需要人们记住什么、回味什么等问题。这些就构成了平面设计作品的旋律，让观众的眼睛紧张或是休息，最后停留在某处。平面作品一定需要一种节奏的控制，这种控制就是通过平面设计最基本的要素——图片（图形）、色彩与文字三者来实现的。

图片要素有插画、注册商标、画面轮廓线等；色彩要素有色相、明度、纯度等；文字要素有标题、广告语、正文、附文等。这些要素在平面设计中担当着不同的使命，同时又紧密地配合在一起发挥着作用。

1.2.1 图片

图片是用视觉艺术语言来传播信息的，具有形象化、具体化、直接化的特性，是一种世界性的语言，人人都可以看明白。它能够形象地表现设计主题和创意，是平面设计主要的构成要素，对设计理念的陈述和表达起着决定性的作用。因此，设计者在决定了设计主题后，就要根据主题来选取和运用合适的图片。

图片可以是黑白画、喷绘插画、绘画插画、摄影作品等，图片的表现形式可以有写实、象征、漫画、卡通、装饰、构成等手法。

在选取图片时，要考量图片的主题、构图的独特性，只有别具一格、突破常规的图片才能迅速捕获观众的注意，让消费者能够以更快、更直观的方式来接受信息。同时让消费者留下更深刻的印象，便于公众对设计主题的认识、理解与记忆。

图片的安排和搭配同样非常重要。在不同的平面设计形式中，一个整版放多少张图片，图片之间的大小搭配如何处理，都是设计人员必须考虑的问题。

1.2.2 色彩

色彩是把握人的视觉的第一关键所在，也是一幅设计作品表现形式的重点所在。一幅有个性色

彩的设计作品,往往更能抓住消费者的视线。色彩通过结合具体的形象,运用不同的色调,让观众产生不同的生理反映和心理联想,树立牢固的商品形象,产生悦目的亲切感,吸引与促进消费者的购买欲望。

色彩不是孤立存在的,它必须既体现商品的质感、特色,又能美化装饰设计作品版面,同时要与环境、气候、欣赏习惯等方面相适应,还要考虑到远、近、大、小的视觉变化规律,使广告更富于美感,成为广告的一个重要组成部分。

色彩是由色相、明度、纯度3个元素组成的。色相即为红、黄、绿、蓝、黑等不同的颜色;明度是指某一单色的明暗程度;纯度即单色色相的鲜艳度、饱和度,也称彩度。

色彩在平面设计中具有迅速诉诸感觉的作用,它与公众的生理和心理反应密切相关。公众对平面设计作品的第一印象是通过色彩得到的,色彩的艳丽、典雅、灰暗等感觉影响着公众对设计作品的注意力,比如鲜艳、明快、和谐的色彩组合会对观众产生较强的吸引力,陈旧、破碎的用色会导致公众产生晦暗的印象,而不易引起注意。因此,色彩在平面设计作品上有着特殊的诉求力,直接影响着作品情绪的表达。

设计师要表现出平面设计作品的主题和创意,充分展现色彩的魅力,必须认真分析研究色彩的各种因素。由于生活经历、年龄、文化背景、风俗习惯、生理反应有所区别,人们有一定的主观性,同时对颜色的象征性、情感性的表现,人们有着许多共同的感受。

利用色彩的感觉、感情,可以加强文字的个性;利用色彩的明暗、进退、胀缩等,可使平面的空间变得有层次;利用和谐或对比色调,可以营造不同的情调、气氛;色彩具有多方面的表现力,可大大地丰富平面设计字体设计的效果。

1.2.3 文字

文字是平面设计中不可缺少的构成要素,是对一件平面设计作品所传达意思的归纳和提示,起着画龙点睛的作用,它能够更有效地传达作者的意图,表达设计的主题和构想,对作品是一种完善和说明。因此,文字的排列组合,以及字体、字号的选择和运用直接影响着版面的视觉传达效果,赋予版面审美价值。

文字的排列组合可以左右人的视线。视线的流动是有趣的,水平线使人们的视线左右移动,垂直线则使视线上下移动,斜线因有不安定的感觉,往往最能吸引公众的视线。在进行平面设计时掌握好视觉的规律,使视觉流程能够体现构思的形式美,符合整体节奏和艺术规律,更好地表现作品所需传达的内容。

字体则表达了一种文字风格和审美趣味,选用不同的字体不仅可以准确地反映作品的主题,还可以加强作品的时代感,以达到形神合一。

在处理文字与图形、文字与文字的主次关系上,设计者必须要明确其中的主次关系,从而相互影响、相互衬托。例如,一张平面设计作品的主体是一幅大面积的人像,旁边出现一块排列紧凑的小字,会显得整个画面更加生动、新颖,起到了呼应效果,因为版面上各种造

型因素由于各自所处位置造成一种动态，支配空间，互相呼应，互相配合，使空间变化更加生动。

图片、色彩、文字三者及其关系是一个平面设计者必须用心研究的，运用并处理好这几个要素及其关系就如同一个厨师做一次宴席，既要选择好材料，还要合理搭配，更要精心烹饪。设计者不仅要仔细推敲每一个要素的设计所指，更要注意综合运用，从而以整体构成的视觉思想和冲击有效地引领公众的视线，直奔作品主题。如图 1-1 至图 1-9 所示为具有代表性的平面设计作品。



图 1-1 山西医科大口腔医院标识 (朱亚民)

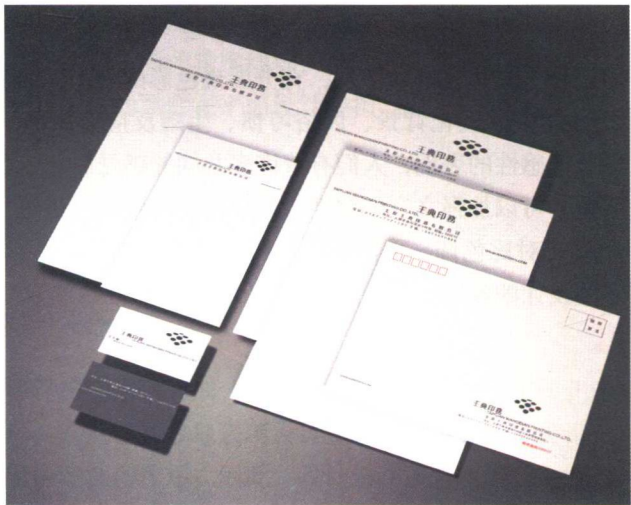


图 1-2 王典印务识别 (李英伟)

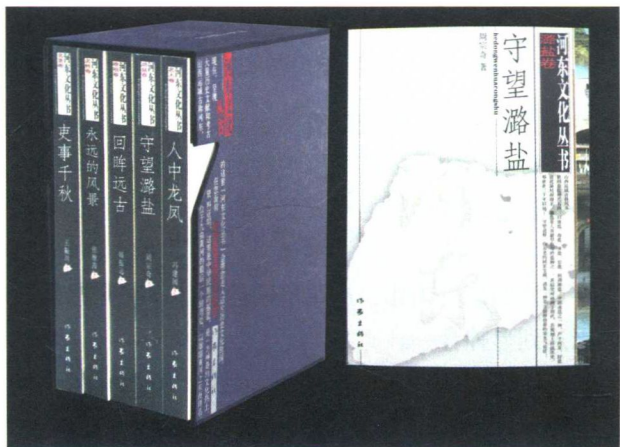


图 1-3 河东文化丛书 (王明自)



图 1-4 罗氏家族咖啡 (朱亚民)



图 1-5 代州剪纸 (李英伟)



图 1-6 抗震救灾公益招贴 (申明远)



图 1-7 抗震救灾公益招贴 (贺娟)

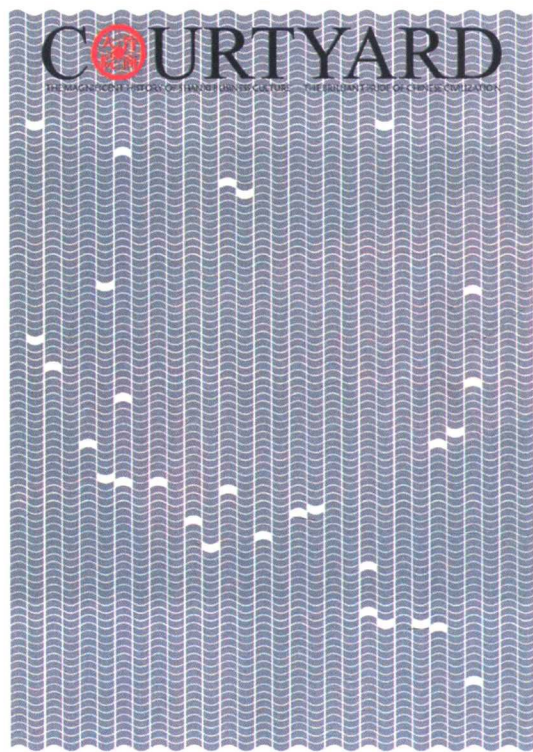


图 1-8 晋商大院文化招贴 (申明远)

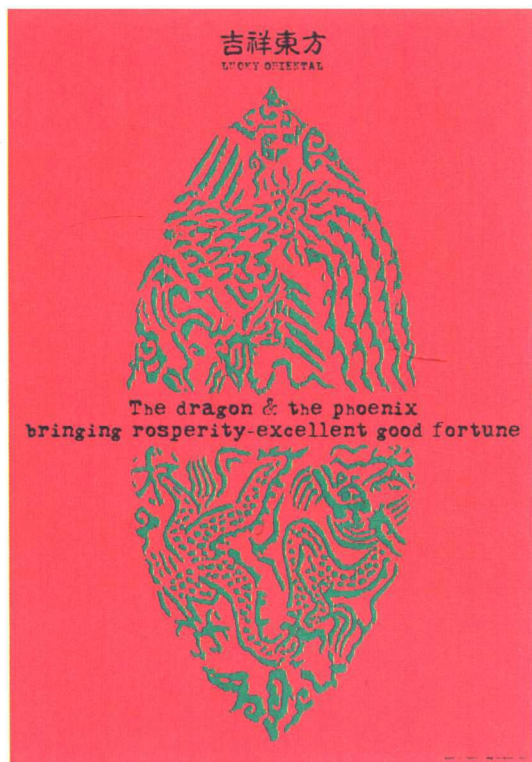


图 1-9 吉祥东方文化招贴 (申明远)