

QUICK SOLUTIONS TO GREAT LAYOUT

創意

版面設計指南

Graham Davis (格雷厄姆·戴維斯) 編著

余少麟 李洪榮 劉偉興譯

李培仁審校



萬里機構 · 萬里書店出版

992438

創意版面設計指南
**Quick Solutions to
Great LAYOUTS**

992438

創意版面設計指南
**Quick Solutions to
Great LAYOUTS**



“**A**SSOCIATE YOURSELF
WITH MEN OF GOOD QUALITY
IF YOU ESTEEM YOUR
OWN REPUTATION: FOR
IT IS BETTER TO BE ALONE
THAN IN BAD COMPANY.”

alio
consequ
eum iriure do
hendrerit in volu
esse molestie conse
vel illum dolore eu feui
nulla facilisis at vero eros
et accumsan et iusto odio
dignissim qui blandit
praesent luptatum rari
delectis augue duiis dolore

Spring
Plants
for *free*
NEWSLETTER



Duis autem vel eum iriure
dolor intiol hendrerit in



992

創意版面設計指南

Quick Solutions to Great LAYOUTS

Graham Davis (格雷厄姆·戴維斯) 編著 余少麟·李洪瑩·劉偉興譯 李培仁審校

萬里機構·萬里書店

目 錄

A QUARTO BOOK

Original title: QUICK SOLUTIONS TO
GREAT LAYOUTS
Copyright © 1993 Quarto Publishing plc.
CHINESE EDITION Copyright © 1994 by
Chu Hai Publishing (Taiwan) Co., Ltd. An
authorized translation of the English edition.
All Rights Reserved.

創意版面設計指南

編著者: Graham Davis

設計者: Graham Davis

高級編輯: Kate Kirby

高級美術編輯: Philip Gilderdale, Mark
Stevens

編輯: Lydia Darbyshire

攝影: Paul Porreslen

圖片搜集: Liz Eddison

圖片經理: Rebecca Horewood

美術總監: Moira Clinch

出版總監: Janet Slingsby

中文版譯者: 余少麟, 李洪鑾, 劉偉興

中文版審訂: 李培仁

中文版編輯: 尤淑芬

中文版美術編輯: 張瑜娟

出 版: 萬里機構・萬里書店

香港九龍土瓜灣馬坑道5B-5F地下1號

電話: 2564 7511

網址: <http://www.wanlibk.com>

發 行: 萬里機構營業部

香港九龍土瓜灣馬坑道5B-5F地下1號

電話: 2562 3679

印 刷: 利豐雅高印刷有限公司

出版日期: 一九九五年一月第一次印刷

一九九七年十一月第二次印刷

ISBN 962-14-0887-3

版權所有・不准翻印

本書以 Microsoft® Windows™ 3.1, PageMaker® 4
及 CoreDRAW® 3 製作

1

6/7	概述
8/9	如何使用本書
10/11	準備工作
12/13	著手設計
14/15	版面要素
16/17	如何製作和運用格線
18/19	選擇字體
20/21	圖片選用
22/23	審定版面

2

- 24/25 通訊
- 26/29 社區動態
- 30/31 地區幼稚園
- 32/33 非營利組織
- 34/37 現代舞團
- 38/41 全國法律公司
- 42/43 野生植物協會
- 44/47 美容品製造廠家
- 48/49 清潔公司
- 50/51 風靡的搖滾樂隊
- 52/55 已出版的通訊

4

- 86/113 信箋等公文用品
- 88/89 自由選稿作家
- 90/91 房地產經紀商
- 92/93 當地手工業個人工作室
- 94/95 出租汽車公司
- 96/97 健身社
- 98/99 工藝品商店
- 100/101 三明治快餐店
- 102/105 地區藝術中心
- 106/109 設計公司
- 110/113 已出版的信箋等公文用品

3

- 56/85 小冊子
- 58/59 私立醫院
- 60/63 職業介紹所
- 64/65 日本餐廳
- 66/69 木材公司堆置場
- 70/71 保險經紀商
- 72/73 中等規模的大專院校
- 74/77 騎術學校
- 78/77 旅遊公司
- 80/81 投資服務公司
- 82/85 已出版的小冊子

5

- 114/141 廣告
- 116/117 當地的寵物店
- 118/119 慈善團體的呼籲
- 120/121 折扣優惠旅遊
- 122/123 植物園
- 124/125 折扣優惠購物中心
- 126/127 諮詢機構
- 128/129 自助團體
- 130/131 室內設計商店
- 132/133 特種服務零售商店
- 134/135 鞋業製造商
- 136/137 企業經理人員俱樂部
- 138/141 已出版的廣告
- 142/143 索引



如何使用本書
準備工作
著手設計
版面要素
如何製作和運用格線
選擇字體
圖片選用
審定版面



概述

1

orem ipsum dolor ametconsectetuer a
orem ipsum dolor ametconsectetuer a
orem ipsum dolor ametconsectetuer a
orem ipsum dolor ametconsectetuer a

桌

上排版系統(DTP)的出現令越來越多的人們感到圖文設計是一種既興奮又失望的工作。不管您是學生幹部，負責出版季刊，或是大公司的經理，主管室內設計部，都可能要負責製作各種類傳統排版的印刷品，您很快就會意識到要設計出效果好的創意版面不是一件容易的事情。

《版面設計實用指南》是多種印刷品設計的實用指南。書中有針對性地展示各種實例，幫助您運用有效的版面設計來做宣傳。這些實例包括刊物版面、小冊子、廣告，各種類的信箋，從簡單的信頭到大公司的詳盡介紹及廣告宣傳，從一段黑白文字到整版彩頁。

本書按印刷品種類編排，各分成三級——初級、中級、高級。衆多的實例適合各種層次的設計人員選用及參考。每個實例都包括某個客戶的簡單要求和解決方法——設計人員如何處理客戶的要求。每個實例都列有詳盡說明，可以直接用於DTP系統或常規的人工排版。

設計人員要掌握基本的設計要求和印刷式樣才能拿得出富有成效的版面。下一節裏將詳細介紹設計完美版面的基本原理。內容包括正確理解客戶要求的重要性、格線的設計及應用、字體的選擇、圖表的整體版面、出版策劃，等等。各種術語可能

令人生畏——例如：點(points)、皮卡(picas)、安姆(em)、安(ens，em的一半)，同型字體(fonts)、字體調整。也為此作了詳盡解析和說明。任何出版物的成功與否，都要看它是否表達了作者的意圖，而您的設計必須要做到這點。因而，要使您的版面設計有真正的效果，不能光把它當作文字的附屬品，而是傳達信息的重要手段。

就像在發言時，運用不同的語調、重音、口音、語速、音量等，可賦予某個詞語不同的情感和意思。效果好的版面設計也是同樣的道理。成功的設計可增強或潛移默化文字所傳遞的信息，並提供最有效傳遞該信息的視覺環境。

從表面上看，製作平平的版面難以產生這樣的效果，但看了最佳設計實例後，您即會認為是可以做得到的。每章末尾都收選了設計範例，這些範例較大範圍地反映了現今世界的版面設計，及如何成功地表達單一的或綜合的信息概念。

“（設計師）必須具有出神入化的能力，具有理解接受信息的人的能力。優秀的文字設計必定是大眾所接受的，而不是為作者本人而作。”

——亨利·利昂(Henrion)
1987年6月

概 述

本書的實例採用英制標準尺寸。每個實例都附了規格說明，以便於再創作。

規格 版式

8½×11英寸或 A4

欄格

6 欄

欄距：1 英寸 5

周邊空白

內空白：2 英寸 11；外空白：4 英寸 4

7；天頭：4 英寸 1；地腳：4 英寸 10

鉛字體

新巴斯克維爾字體

間隔：疏鬆

1. 正文：9½/12½磅因

2. 標題：40/43，24/26 磅因

新巴斯克維爾字體

間隔：疏鬆

3. 花邊內標題：19/23 磅因

4. 花邊內文字：9½/15 磅因

圖的投影

間隔：排滿長方形

5. 名稱：134 磅因

6. 向下佔數行的大寫字母：134 磅因

海爾維狄卡號身字體

間隔：疏鬆

7. 解說詞：7½/13 磅因

8. 頁碼：10 磅因

間隔：排成合適長度

9. 副標題：11 磅因

規格說明用英寸和相等的公制。通常是 A4 或 A5。

格線表示欄的數目及欄與欄之間的空間。周邊空白用縮寫，因此：

l = 內

o = 外

t = 頂

b = 底

l = 左

r = 右

t = 頂

b = 底

或者

列出所用鉛字字樣。接著列出道 (track，字母和單詞之間的空間)，用緊、中等、鬆、較鬆或整行排滿 (平均拉距)，最後一項是指在某個特定行寬的字母間距。點字尺寸用縮寫 "p" 表示，例如 2pt，後面的數字代表點。

道 (track) 可用更精確的核心法 (kerning) 來表示，即用點作單位來註明字母之間和單詞之間的間距。

如何使用本書

書

中精選的版面設計實例可為您選用，至少可啓發您的靈感。每章內容涉及不同印刷品類別 (新聞通訊、小冊子、信箋、廣告等)，分為初、中、高三個層次。這樣編排更方便不同層次的設計人員選用或參考。

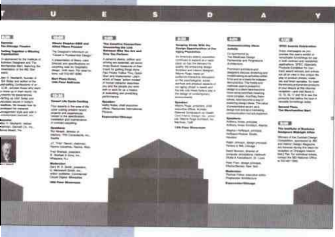
設計的實質就是設計技巧，例如，製作格線 (grid) 或房屋模型，要與審美藝術一致。要創造一個和諧的版面，就要把各種要素結合起來而形成良好的視覺效果。

我們可以透過實踐學習藝術技巧，但在世界電子技術不斷發展的今天，面向未來的設計人員需要不斷地學習新的技巧。完全是主觀性的藝術審美是很難有個明確定義的。

下面各章所選的實例向我們展示了大量各具特色的版面。構成這些版面的都是些相同的基本素材：字體、圖片、文字要素，還有最重要的——空間。

概述

公司的年度報告要盡可能地清晰明瞭。設計師把傳統的視覺與現代效率揉合在一塊，主要是透過精心安排版面而達到這一目的。



左圖：家具設計研討會會議程序單使用明快色彩，普通的文字排列和黑體字，幾何圖案以期達到最佳效果。

準備工作

在 您開始設計一個新版面之前，首先要明確非常重要的一點，即印刷品的設計是傳播客戶信息的手段。設計本身並不是目的。設計師很容易選用不恰當的格式或字體，或委託某個拍照風格與主題並不一致的攝影師，而僅僅是因為設計師本人喜歡這種風格，或僅是因為有強烈的期望而選用某種新型的字體。自我陶醉是設計失敗的最主要原因。

形式必須要服從於目的

簡要的諮詢是設計的開端。必須要明確客戶的目的，要記錄交談的內容，讓客戶確認設計目的，最好有書面確認。

很可能客戶對設計已有自己的設想。“我知道自己喜歡的設計”是普遍的說法，儘管客戶往往是想說“我喜歡我知道的設計”。他可能給您看您的競爭對手的樣品，或者給您看自己設計的草圖。很可能，您的設計跟他的設想相去甚遠。因此，在展示您所設想的設計之前，先向客戶詳述

您的視覺處理手法就顯得格外重要。貿然拿出與客戶所期望的設計大相逕庭的版面方案肯定會令他難以接受。

理解您的讀者

設計風格要根據讀者口味而定，不合時宜的風格所設計出的印刷品是達不到客戶所要傳達信息的要求的。

以下的形容詞（第一欄）用於客戶（第二欄）是很不恰當的，括號裏的形容詞才是恰當的：

高效率的	純天然食品（電話銷售）
五彩繽紛的	擔保人（玩具商店）
小心謹慎的	玩具商店（經紀人）
華美華麗的	出版商（搖滾樂隊）
受約束的	電話銷售（擔保人）
古典優雅的	搖滾樂隊（出版商）
原汁原味的	經紀人（純天然食品）

特定的風格是由多方面組合而成的，這包括有：選用恰當的字樣，字體大小，標題，欄距，及色彩和色調，甚至無色彩的情況下，選用黑色色調。攝影師和插圖畫

師對版面最終風格也有極大的影響。

雖然，很難制定嚴格固定的準則，但一般的約俗還是應該有的，例如：

高層次的人士	選用較小字體
低層次的人士	選用較大字體
愛好喧噪的人	選用無襯線字體
愛好安靜的人	選用有襯線字體
生活繁忙的人	選用較窄字體
愛好寂靜的人	選用較寬字體
動作快速的人	選用斜體無襯線字體

實際上，任何事物都帶有內涵——明快色彩表示青春，輕淡的色彩表示成熟；色彩搭配也一樣，例如：棕色與奶白表示傳統，而紅與綠是不和諧的，表示混亂。版面的“視”與“覺”決定了讀者反應。如果設計得體，讀者就在讀的過程中接受客戶的信息。如果設計不得體，那您可要另尋新的客戶了。

下圖：加拿大造幣廠的年度報告
需用 2 種語言對照，由此產生的排版問題通過寬欄，水平的

版面巧妙解決了。並列的版塊把 2 種語言排在一起，而小圖片的說明錯開來

可能出現的過於對稱單調的版面，使得這個問題得以巧妙解決。



概述

著手設計



上圖、頂圖：該新聞通訊用圖片來報導新聞，而只用小面積安排文字內容。該頁下部採用加長的綑帶，使得圖片設計的視覺效果

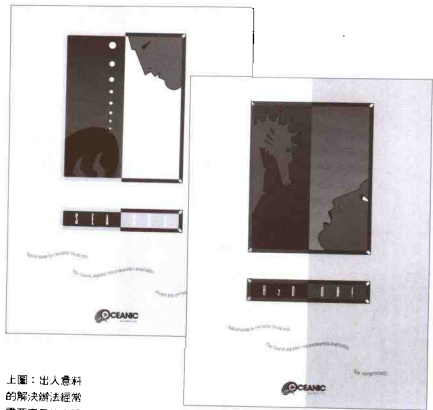
更好，也是左面頁的手畫河水的伸延。最後一頁（頂圖）也用了一幅建築物的照片，巧妙地包含了一份清單。

俟總體的風格定下後，離開客戶回到您的設計室，您就思考著要創作一種最佳的新版面。可是，該從何著手呢？空白的電腦螢幕和一疊排版用紙有時看來非常可怕，而您的創作熱情會一下子消失，取而代之的是失敗的感覺和苦惱。

解決的辦法是，如果某個方面的設計不盡人意，不必把太多的時間花在上面。翻開這本書，從裏面找出創作靈感。在您的設計紙上隨便畫一陣子，或許選用 5 欄格式而把第 1 欄空出來；或者看一看各號字體，試一試設計特色，例如標題或引文。切出空塊來排放照片和模擬的正文，把要排的內容四周移動（不要受格線的限制），這樣做說不定會給您帶來靈感。如果您有權決定選用哪種格式，就試一下把紙折疊成各種不同的形狀。有時候版面的設計圍繞著某

過早地定下格式是個通病。應該先搞一個設計模式的輪廓。要是您先搞出袋鼠的骨架子，然後（在此基礎上）創作出一匹馬來，那是非常困難的。然而，設計的雛形最終還是要有的。

運用電腦的設計師有一個很大的優勢，不成熟的版面設計可以隨意取消或放棄——字體、標題、行距、空白、欄數和寬度以及欄與欄之間的空檔都可以輕易的改變。事實上，很容易就可以不斷地修改設計而固定下來。



上圖：出人意料
的解決辦法經常
需要客戶的大膽
想像。這裏，設
計者選用格式化
的圖案，而不是
用較明瞭的產品
照片。這樣的廣
告既新穎而又不
落俗套。還有值
得注意的是文字
設計排列可以使
人聯想到河水。

談到了理順設計的思路了。作個簡短的回顧，以確認您的設計符合（雙方）認可的標準。想像一下客戶可能提出的問題，要是問及為什麼選用 4 欄的格式，您不能說是“因為看起來不錯”。應擺出深思熟慮的理由：“因為這種垂直拍的靜態產品照片適合放在 2 欄上面，深入至文字區，而水平拍的照片適合 3 欄的寬度和相同的尺寸。”這樣產品在這 2 種格式中就顯示出一致的比例，這種情況在珠寶類目錄是值得重視的。

左圖：廣告設計必須盡可能完整地表達思想概念。該版面所表達的意思很簡單、很強烈，令人難以想像用別的圖案取代它。

要記住文字材料與設計同等重要。也許您要負責委託作者編寫，也許用客戶指定或提名的作者。等到材料交上來時，也許是大綱、草稿、雷射排版印樣，甚至是排好的字樣。但關鍵的問題是這些材料經過精心編排，符合您的設計主體思想。

概 述

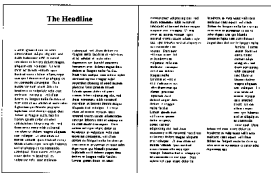
傳統型

密度大，正文為
主，標題在頂，
圖片在底。



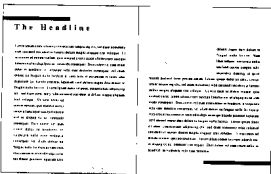
標準型

簡潔，2 欄，標
題放正中，圖片
插在中央。



現代型

寬版面，加橫條，
標題字母拉開，
·加黑粗線。



版面要素

每

個版面的基本結構實際上都是由 4 個要素組成——標題、正文、圖片及空間，而空間是第一要素。想來有那麼多變的設計版面，這種論點可讓人感到驚訝吧。儘管色彩也是重要的，可它並不是基本的要素；只要用帶黑的底色相配合，多數的彩色版面用黑白代替也同樣取得效果。

這頁所舉的例子只用了同一類別的 2 種字體——正體字和黑體字，用灰色或黑色表示圖片位置，清楚地顯示了空間在基本設計的重要性。

僅僅運用這些特定的手法，每種版面都顯示了各自的特色：保守、動感、青春等等。理解這個基本概念對所有的設計人員來說都是頭等重要的。

這下面幾頁的內容詳細探討標題，正文及圖片的運用，包括照片和圖表。當然首先是格式的運用及如何用不變的版面結構體現出版面設計的基本觀念。

技術型

直角版面，加橫
分隔線，大量空
間，整潔有力。



進取型

大字標題加底線，正文插入黑體字，加入小標題。



少年型

版面滿盈，標題
首字母特大，正
文面積大，加橫
線（分隔）。



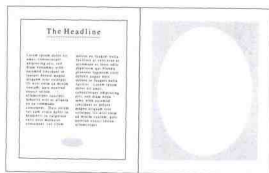
青春型

圖型、字體有趣
，多字體樣式，
白字黑底。



自然型

高雅得體，正文
、標題寬闊，留
有空間，採用精
圓形圖片。



顯赫型

特大首字母偏置
，簡潔樸實，主
要運用大量空間
顯示優雅大方的
版面。

