

INFOGRAPHIC

# 图解力

## 面向未来的信息设计

[韩]禹锡晋 金美利 著  
周馨 译

简报中用到的信息网

将数据转换为信息的信息图

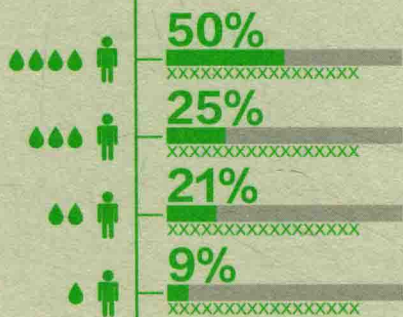
将信息加工成内容的信息图

利用联想和象征来记忆的信息图

利用比较和比喻来帮助理解的信息图

用核心提炼和内容简化作为强调的信息图

利用设定与故事来说服对方的信息网



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS



INFOGRAPHIC

# 图解力

面向未来的信息设计

[韩]禹锡晋 金美利 著  
周馨 译

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目(CIP)数据

图解力：面向未来的信息设计 / (韩) 禹锡晋，  
(韩) 金美利著；周馨译. — 北京：人民邮电出版社，  
2016. 11  
ISBN 978-7-115-42581-2

I. ①图… II. ①禹… ②金… ③周… III. ①信息—  
分析 IV. ①G202

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第175607号

## 版权声明

“ONE PAGE Infographic” by Seokjin Woo and Miri Kim

Copyright © 2012 Seokjin Woo and Miri Kim

All rights reserved.

Original Korean edition published by Sandalcore

The Simplified Chinese Language edition © 2016 Posts & Telecom Press

The Simplified Chinese translation rights arranged with Sandalcore through EntersKorea Co.,Ltd., Seoul, Korea.

## 内 容 提 要

本书从信息设计的概念开始讲起，阐述了将数据等信息转换成信息图的方法，介绍了如何将联想和象征、比较和比喻、核心和简化、设定和故事用于信息图的理解和制作。本书并未从视觉美化的角度入手，而是从实际功能出发，目的是让信息图有效地传达主旨。本书图文并茂地呈现了各种运用信息图表现的例子，大到知名企业品牌广告、电影纪录片，小到与我们生活息息相关的日常用品。本书还收录了多位不同领域的专家（如设计师、品牌总监等）的访谈，分享了他们对信息图的认识、对技巧的运用和对未来的展望。

本书适合从事信息图设计的设计师阅读，也可供企业中从事宣传工作、需要作报告和演讲的人员使用。

- 
- ◆ 著 [韩]禹锡晋 金美利
  - 译 周馨
  - 责任编辑 赵迟
  - 责任印制 陈犇
  - ◆ 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>  
北京缤索印刷有限公司印刷
  - ◆ 开本：787×1092 1/16  
印张：15.25  
字数：456千字 2016年11月第1版  
印数：1-3000册 2016年11月北京第1次印刷  
著作权合同登记号 图字：01-2013-9215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：京东工商广字第8052号

## CONTENTS

### 目录

#### PART 01

##### 简报中用到的信息图 015

- 016 信息设计与信息图
- 018 数据可视化与信息图
- 022 信息图自动化工具的功能与局限性
- 026 普通信息图与简报中用到的信息图
- 028 简报用信息图的三大要素
- 032 在韩国寻找信息图创意
- 036 制作信息图的八种必备能力
- 037 访谈录: 信息图是关怀! 信息爆炸时代需要视觉关怀。

#### PART 02

##### 将数据转换为信息的信息图 041

- 042 念出标题时呈现出漂亮的信息
- 044 数字会说话
- 048 用色必须对比强烈才能被清楚看到
- 050 利用颜色的温度感强化主旨
- 052 用信息图承载顾客声音的方法
- 054 顾客的大脑构成
- 056 利用大小和颜色来表示信息的重要程度
- 058 用Facebook和Twitter制作信息图 (visual.ly)
- 060 信息创意要从小开始, 以大结束
- 062 在Flickr上寻找无版权限制的图片 ([www.flickr.com](http://www.flickr.com))
- 063 访谈录: 信息图是经验的集合体! 应当努力积累经验。
- 066 以全球数据为基础来讨论韩国

## PART 03

### 将信息加工成内容的信息图 069

- 070 我们能为顾客所付出的最大努力
- 072 同时提出选择与方向的方法
- 074 用感性的方式呈现实际的数据
- 076 引用内容时指出关键点
- 078 立体呈现业务进展事项的信息图
- 080 使用标准量具来表示容量
- 082 信息表示要浅显易懂
- 084 做选择时让听众也思考一下
- 086 上升要更高,下降则要更低
- 088 善用微软Office剪贴画([office.microsoft.com/en-us](http://office.microsoft.com/en-us))
- 089 善用免费的Open Clip Art
- 090 用形状与颜色帮助我们轻松创造信息
- 092 用颜色区分信息,理解起来会更容易
- 094 在真正的饼上绘制饼图
- 097 访谈录:信息图是多种语言的组合!利用文字语言让信息舞动起来!

## PART 04

### 利用联想和象征来记忆的信息图 101

- 102 事实就是已知信息,不可能100%正确
- 104 用最简单的方式表达
- 106 通过集中与选择来强调信息
- 108 想一想,每种颜色象征着什么
- 112 反复使用熟悉事物的好处
- 115 访谈录:信息图就是解开缠在一起的线团,是用来了解人们想法的首选方式。

## CONTENTS

### 目录

- 118 利用色标轻松配色
- 120 在柱状图中加上象征性图像
- 122 用信息导航来说服别人
- 126 简明且迅速地说明目前的状况
- 129 标志牌告诉我们各种状况
- 130 用时间计算目前的危险性
- 132 用天气图案来象征与比喻
- 134 Google Doodle, 用联想和象征来着色
- 135 访谈录: 信息图要自由地表达! 不要将自己困在工具之中。
- 138 将重要信息放入联想图片中
- 140 用大家都知道的事物来比喻和象征

## PART 05

### 利用比较和比喻来帮助理解的信息图 143

- 144 用明显的差异来表达希望表达的主旨
- 146 信息的重量变得不同, 答案立现
- 148 不管是什么拿来作比较都有趣
- 150 用对峙的构图创造信息的火花
- 152 人就用人的图形来表示, 汽车就用汽车的图形来表示
- 156 只要比较大小, 一眼就能看出效果
- 169 用名次和速度来表示实际业绩
- 160 未来的结果比现状更有说服力
- 162 通过打比方来说明成长走向更容易
- 166 主题可以用任何事物来比喻
- 170 与竞争者之间的差异必须显而易见
- 171 访谈录: 信息图是记忆的碎片! 在实际生活中寻找信息的端倪吧。

## PART 06

### 用核心提炼和内容简化作为强调的信息图 175

- 176 单纯的魅力带来强有力的主旨
- 178 用图形组合也能传达信息
- 180 图形的重复出现与大小变化都蕴含着意义
- 182 用最单纯的符号来制作信息图
- 184 三个以上的图表条目都是“垃圾”
- 186 象征符号越简单越好
- 188 在图标中注入信息的生命力
- 193 访谈录：竞争企划案的信息图时代！超越信息的主旨最重要。
- 197 信息图首先要求的是速度与一致性
- 198 描绘核心内容才能体现优秀感
- 200 请对方先看图形再看文字
- 202 描述想法就能告知状况
- 204 剪影能讲述更多故事
- 208 利用时间轴来承载历史与故事
- 212 让对方明确看到什么更重要
- 214 告知听众目前所在位置的导航
- 216 访谈录：信息图就像绘画，是紧扣人心的沟通方式。

## PART 07

### 利用设定与故事来说服对方的信息图 219

- 220 让相同的主张看起来不同——赋予其故事性
- 222 要传达必要性，请先说故事
- 224 将主旨隐藏在谚语或名言中，给人留下深刻印象
- 228 设定不同，主旨的表达也会变得不同
- 231 将感情放在信息中
- 232 善用树和梯子爬上目标处
- 236 关联主题与统计数据就能创造故事
- 238 在路面上画出发展蓝图更容易让人理解
- 242 访谈录：信息图是沟通的媒介！用最简单的视觉元素完成沟通。



INFOGRAPHIC

# 图解力

面向未来的信息设计

[韩]禹锡晋 金美利 著  
周馨 译

人民邮电出版社  
北京



## 图书在版编目 (C I P) 数据

图解力：面向未来的信息设计 / (韩) 禹锡晋,  
(韩) 金美利著；周馨译. — 北京：人民邮电出版社，  
2016. 11  
ISBN 978-7-115-42581-2

I. ①图… II. ①禹… ②金… ③周… III. ①信息—  
分析 IV. ①G202

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第175607号

## 版权声明

“ONE PAGE Infographic” by Seokjin Woo and Miri Kim

Copyright ©2012 Seokjin Woo and Miri Kim

All rights reserved.

Original Korean edition published by Sandalcore

The Simplified Chinese Language edition ©2016 Posts & Telecom Press

The Simplified Chinese translation rights arranged with Sandalcore through EntersKorea Co.,Ltd., Seoul, Korea.

## 内 容 提 要

本书从信息设计的概念开始讲起，阐述了将数据等信息转换成信息图的方法，介绍了如何将联想和象征、比较和比喻、核心和简化、设定和故事用于信息图的理解和制作。本书并未从视觉美化的角度入手，而是从实际功能出发，目的是让信息图有效地传达主旨。本书图文并茂地呈现了各种运用信息图表现的例子，大到知名企业品牌广告、电影纪录片，小到与我们生活息息相关的日常用品。本书还收录了多位不同领域的专家（如设计师、品牌总监等）的访谈，分享了他们对信息图的认识、对技巧的运用和对未来的展望。

本书适合从事信息图设计的设计师阅读，也可供企业中从事宣传工作、需要作报告和演讲的人员使用。

- 
- ◆ 著 [韩]禹锡晋 金美利  
译 周馨  
责任编辑 赵迟  
责任印制 陈犇
  - ◆ 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>  
北京缤索印刷有限公司印刷
  - ◆ 开本：787×1092 1/16  
印张：15.25  
字数：456千字 2016年11月第1版  
印数：1-3000册 2016年11月北京第1次印刷  
著作权合同登记号 图字：01-2013-9215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：京东工商广字第8052号





## 何为信息图 (Infographic) ?

信息、资料及知识的可视化表现形式。

在信息传递上具有具体化、表面化及实用化的特点，有别于普通图片或照片。

多用于对复杂信息进行快速、明确说明的符号、地图、技术类等文书当中。

囊括了图表、资料库 (Factbox)、地图、图解、流程图、Logo、月历、插画、电视节目表等形式。

— 维基百科 —



何为信息图？

为了对方，全力以赴。

以这样的心情和态度来完成信息图。

-禹锡晋 / 金美利-

生活日新月异,每天出现在报纸、新闻及企业博客中的信息图,已成为人们热议的话题。不知是否出于这个原因,不同领域的专家们都将信息图称为大数据(Big Data)时代的紧急出口,在社交网络领域,信息图则成为了企业最好的推广宣传媒介,以及传达最新信息的市场营销手段。

这些观点中存在着一个共同点:他们都只是对信息图的文字定义及国外那些精美信息图示例进行了介绍,此外便是一些对工具的说明。很可惜,关于培养信息图制作能力所需的基础方法、进行创新时所需的自由构思,以及观察信息并最终实现表达的整个过程都被遗漏了。信息图是否会再次被困于图解与设计的条条框框之中,这一点令人担忧。不过,这些状况与烦恼恰恰成为笔者完成本书的动机,同时也确立了笔者在信息图领域所追求的方向。

如今,想要尝试在企划案或商业竞争简报中应用信息图的人日益增多,我们需要的是从华丽的技巧及过去非感性的信息传达方式中进行一次心态和姿态的大蜕变,并为之付出更多努力。

这些努力使过去复杂的纸本报告书变身成单页摘要,并通过影像与声音来帮助理解,而信息图的加入则增添了将核心内容直观地传达给人们的这一优势。



变身成单页信息图的研究报告书。  
三星经济研究所信息图服务。 [www.seri.org](http://www.seri.org)

我们想与一个个  
的信息图对话



将人人都可以尝试制作的信息图作为目标，笔者们冥思苦想寻找简单易行的方法。因此，本书中所呈现的内容只是一小部分。以人为本的思维方式、事物之间的联结方法、赋予全新含义的排序、传达主旨与故事的表达方式、对主旨所需信息的理解等，才是我们努力的方向。

我愿意为那些正苦恼着不知如何将热门的信息图结合在工作中的人，还有那些非设计专业毕业、想要做好信息图的人提供一些创意和提示。我想证明的是，信息图并非专业设计师和专业策划人才拥有的特权。我希望各位读者也能通过自己的努力获得成果。

为了给大家奉上这份被称为书的礼物，我得到了许多朋友的帮助。在此，我要向我值得信赖的伙伴表示感谢——韩国IBM出身，与我共同致力于将信息图应用于商业竞争企划案和简报中的金贤室长；与我愉快合作、贡献了闪光创意的周星工程公司的崔炳泰组长；帮忙设计本书Logo，并创立信息图字体活用标准的李浩代表；想与我一同创立信息图学科的新丘大学平面艺术媒体系崔宰赫教授；开启了PREZI信息图时代的IN-BRIEF Communication的李道元代表。最后，我还要感谢为了这本书的面世辛苦付出的李玉焕先生，还有我亲爱的家人们。

作者 禹锡晋  
www.wooseokjin.com  
2tokki@gmail.com

## PROLOGUE

### 沟通的绝对能量分配, 信息图

1999年, 我的朋友去听了一位美国教授的讲座, 事后我向这位朋友询问讲座如何, 就是在那个时候, 我第一次听到了“信息设计”(Information Design) 这个陌生却富有魅力的词汇。那场关于信息设计的讲座, 除了讲到纽约地铁和公交车路线的平面图设计, 还重点讲了通过对使用者的时间流程和经验的彻底预测和设计, 将双方意见融合在一起的可能性。从那以后, 我就完全被“信息设计”吸引住了, 总觉得它跟自己很搭。并且我开始觉得, 分类、象征、简化、图标等才是与我喜欢的设计行为相关联的领域。这之后, 我虽然也曾将信息设计应用到各类企划案、企业宣传材料和平面设计等项目中去, 却因为一直存在的“不那么做也可以”的懈怠情绪, 导致进步速度时快时慢。我曾为了一次跟朋友们四天三夜的旅行, 而绞尽脑汁思考如何说服父母; 也曾因为最好的朋友决定嫁给根本配不上她的男人而伤心, 在辗转难眠之时苦思冥想该如何阻止这场婚姻。如果我能像那些时候那样焦虑, 哪怕只有一点点, 那么我的简报可能都会比现在更能获得人们的肯定和感动。最后我终于意识到, 设计信息图的第一步, 是从关怀对方而生出的那份难分难舍的心情开始的。



知名程度不亚于纽约地铁路线图的公交线路图。信息设计从企划阶段就已经开始了。  
<http://mta.info>

图字翻译

想法也许会不同  
请事先说出您想要的路线。

禁烟  
请系好安全带  
请系好生命带  
Yangji救助车



所谓沟通，是以思考“什么才是对方真心所想”为出发点的

对于沟通，我相信存在着绝对的能量。我相信，如果信息传达者耗费了大量能量来思考和辛苦付出，那么信息接收者只需耗费少量能量便可以很好地接收到信息了。

如果本来就因为对信息束手无策而感到害怕，那么从全新视角来传达信息就会变得更加困难。本书正是为了帮助那些刚开始接触信息图设计、因为害怕或能力不足而不知从何入手的人们解决各种烦恼而诞生的。不过，读者若与作者们一同将信息的相关概念进行拓展，或许也会成为一项新的挑战，更进一步通过多样化手段来处理信息则是更大的课题。首先最应该做到的是尽量去尝试，哪怕只是信息图其中的一个小小部分，也试着将它运用到自己所要传达的主旨中去吧。

虽然这本书的编写对我来说是困难和令人害怕的，这本书却是我鼓起勇气努力的成果。我想对在这一年多的时间里与我一起苦心思考、打破常规，并给予我灵感和勇气的禹锡晋致以最衷心的感谢。你从不会因为我的步伐缓慢而表示责怪，只是在一旁默默守护着我，这何尝不是你的用心之处。还有从不因为我喊累而表现出任何不满、一直默默陪伴在我身边的丈夫和两个女儿，以及其他家人，我想对你们说声抱歉，还有谢谢。绝顶聪明的金泰均社长、感性十足的金英熙代表、温柔的李允熙代表、与我同名同姓且如花似玉的金美利妹妹，以及长久以来一直让我沐浴在鼓励之光中的五位心灵知己，谢谢你们。

作者 金美利

[www.kimmiri.com](http://www.kimmiri.com)

[misshaema@gmail.com](mailto:misshaema@gmail.com)



## CONTENTS

### 目录

#### PART 01

##### 简报中用到的信息图 015

- 016 信息设计与信息图
- 018 数据可视化与信息图
- 022 信息图自动化工具的功能与局限性
- 026 普通信息图与简报中用到的信息图
- 028 简报用信息图的三大要素
- 032 在韩国寻找信息图创意
- 036 制作信息图的八种必备能力
- 037 访谈录: 信息图是关怀! 信息爆炸时代需要视觉关怀。

#### PART 02

##### 将数据转换为信息的信息图 041

- 042 念出标题时呈现出漂亮的信息
- 044 数字会说话
- 048 用色必须对比强烈才能被清楚看到
- 050 利用颜色的温度感强化主旨
- 052 用信息图承载顾客声音的方法
- 054 顾客的大脑构成
- 056 利用大小和颜色来表示信息的重要程度
- 058 用Facebook和Twitter制作信息图 (visual.ly)
- 060 信息创意要从小开始, 以大结束
- 062 在Flickr上寻找无版权限制的图片 ([www.flickr.com](http://www.flickr.com))
- 063 访谈录: 信息图是经验的集合体! 应当努力积累经验。
- 066 以全球数据为基础来讨论韩国