

版式

捷径

[英] 格拉海姆·戴维斯 著
吕无然 译

轻轻松松俏版式



中国纺织出版社

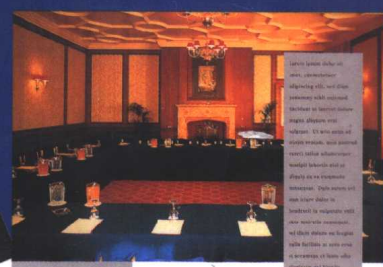
and Davy insurance broker
is a man of many parts



tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip
ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum
irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat
nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio
dignissim qui blandit praesent luptatum zzril
delenit augue duiis dolore sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod
incidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis
nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis
nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis
autem vel eum iriure dolor in hendrerit in
vulputate velit esse moles... consequat, vel illum
dolor eu feugiat praesent luptatum zzril delenit
augue duiis dolore
incidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat
Nulla facilisis at vero
eros et accumsan et iusto
odio dignissim qui blandit
praesent luptatum zzril
delenit augue duiis dolore
te feugiat nulla facilisis.
Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed diam
nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis
nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis
autem vel eum iriure
dolor in hendrerit in
vulputate velit esse
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat



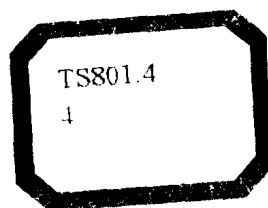
SHAND DAVY
Service is our best policy



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

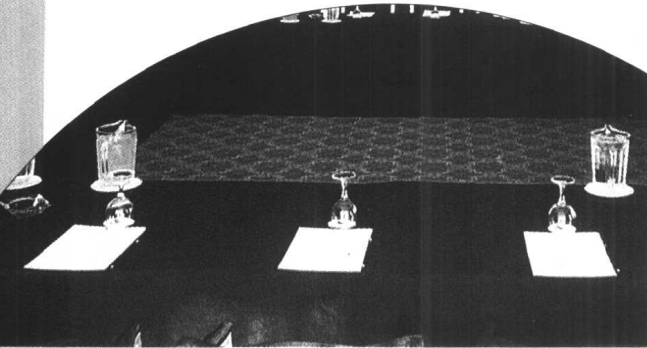
版式 捷 径

——轻轻松松俏版式



版式 捷 径

——轻轻松松俏版式



aliquam
consequat
eum iriure do
hendrerit in vulp
esse molestie conse
vel illum dolore eu feug
nulla facilisis at vero eros
et accumsan et iusto odio
dignissim qui blandit
praesent luptatum zzril
delenit augue duis dolore

“**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”



Spring
Plants
for *free*
NEWSLETTER

 Duis autem vel eum iriure
dolor intial hendrerit in

内 容 提 要

本书从版式入门基础讲起,介绍了网格的创建,主标题的设立,边距、边界、度量单位、字符格式,照片修剪,纸张选择,色彩运用,图片摆放,包装类型等一切创建版式的所需元素。逐章阐述了如何设计常用出版物,诸如通讯、宣传册、信纸和广告的版式。从简单到复杂,讲解详细,提供的范例多是优秀的专业设计师创建的版式作品,是版式设计的好帮手。

原书名:Quick Solutions to Great Layouts

原著者:Graham Davis

First published 1993

Copyright © 1993 Quarto Inc.

本书中文简体版经 Quarto Inc. 授权,由中国纺织出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号:图字:01-2002-2553

图书在版编目(CIP)数据

版式捷径——轻轻松松俏版式/(英)戴维斯著;吕无然译. —北京:中国纺织出版社,2002.9

ISBN 7-5064-2362-6/J·0121

I. 版… II. ①戴…②吕… III. 版式设计 IV. TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 049649 号

策划编辑:刘 磊 责任编辑:孙 玲
责任校对:俞坚沁 责任设计:然 然
责任印制:初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号

邮政编码:100027

电话:010-64160816

传真:010-64168226

http://www.c-textilep.com

E-mail:faxing@c-textilep.com

利丰雅高(深圳)有限公司印刷

各地新华书店经销

2002年9月第一版第一次印刷

开本:889×1194 1/16 印张:9

字数:210千字 印数:1-3000

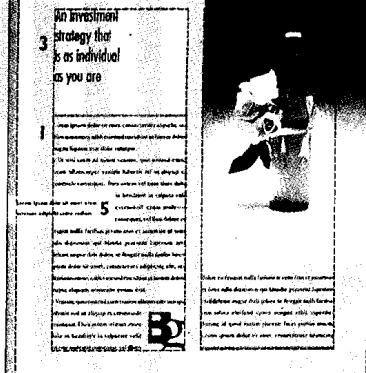
定价:88.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

目 录

1

- | | |
|-------|----------------|
| 6/7 | 序言 |
| 8/9 | 如何从此书中得到最有益的东西 |
| 10/11 | 准备工作 |
| 12/13 | 轻松入门 |
| 14/15 | 页面元素 |
| 16/17 | 如何创建并使用网格 |
| 18/19 | 选择一种字体 |
| 20/21 | 多姿多彩的图片 |
| 22/23 | 预览版式 |



版式 捷径

——轻轻松松俏版式

[英]格拉海姆·戴维斯 著

吕无然 译



中国纺织出版社

2

- 24/55 通讯
- 26/29 初级通讯之一 社区协会
- 30/31 初级通讯之二 一所当地的学前学校
- 32/33 初级通讯之三 非盈利组织
- 34/37 中级通讯之一 现代舞公司
- 38/41 中级通讯之二 国家法律公司
- 42/43 中级通讯之三 野生植物保护协会
- 44/47 高级通讯之一 化妆品生产厂商
- 48/49 高级通讯之二 保洁公司
- 50/51 高级通讯之三 顶级摇滚乐队
- 52/55 已刊印的通讯

4

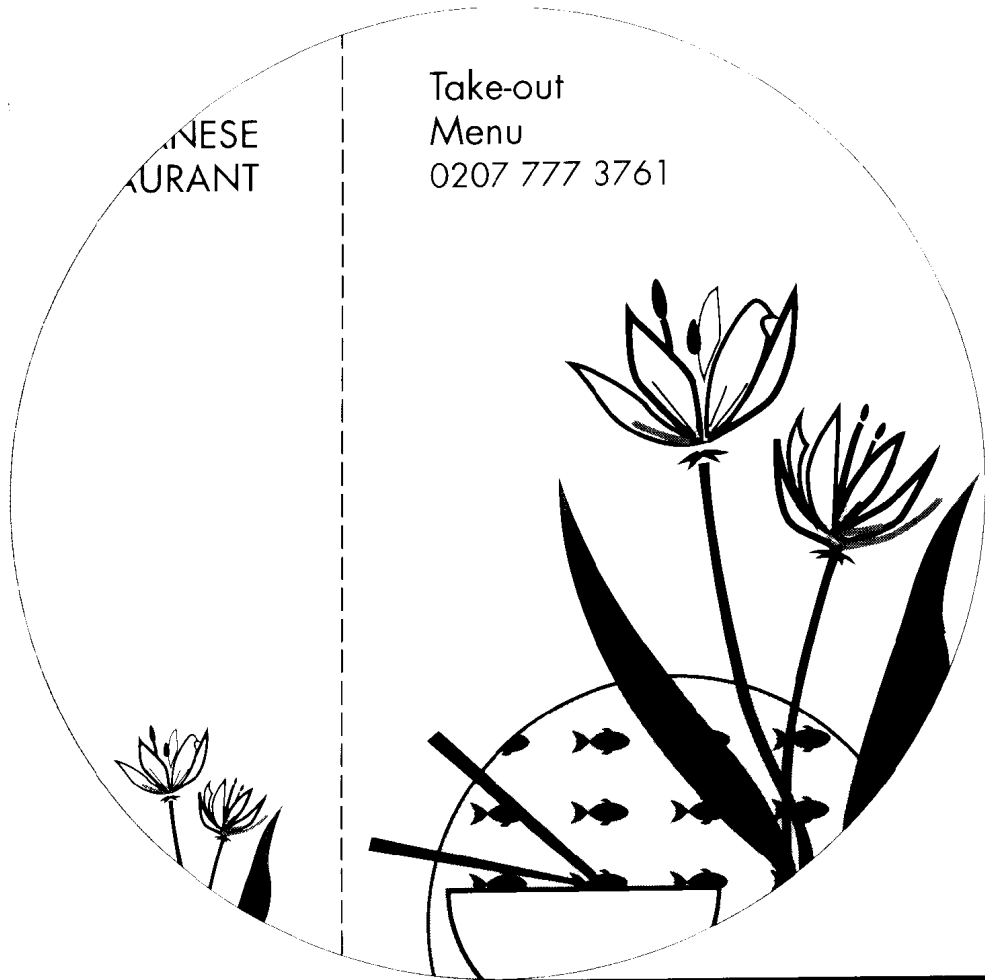
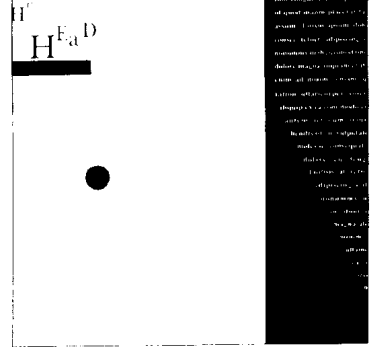
- 86/113 信纸
- 88/89 初级信纸之一 自由撰稿人
- 90/91 初级信纸之二 房地产商
- 92/93 初级信纸之三 个体经营者
- 94/95 中级信纸之一 出租车公司
- 96/97 中级信纸之二 健身俱乐部
- 98/99 中级信纸之三 工艺品商店
- 100/101 高级信纸之一 三明治餐馆
- 102/105 高级信纸之二 地区艺术中心
- 106/109 高级信纸之三 设计工作室
- 110/113 已刊印的信纸

3

- 56/85 宣传册
- 58/59 初级宣传册之一 私人医院
- 60/63 初级宣传册之二 猎头公司
- 64/65 初级宣传册之三 日本餐馆
- 66/69 中级宣传册之一 伐木场
- 70/71 中级宣传册之二 保险代理公司
- 72/73 中级宣传册之三 中等规模的大学
- 74/77 高级宣传册之一 骑术学校
- 78/79 高级宣传册之二 旅行社
- 80/81 高级宣传册之三 证券投资公司
- 82/85 已刊印的宣传册

5

- 114/141 广告
- 116/117 初级广告之一 宠物商店
- 118/119 初级广告之二 慈善机构
- 120/121 初级广告之三 打折旅游
- 122/123 中级广告之一 植物花园
- 124/125 中级广告之二 打折购物中心
- 126/127 中级广告之三 宣传机构
- 128/129 中级广告之四 自助组织
- 130/131 中级广告之五 家饰专卖店
- 132/133 高级广告之一 服装零售店
- 134/135 高级广告之二 鞋厂
- 136/137 高级广告之三 经理人俱乐部
- 138/141 已刊印的广告
- 142 附录
- 144 致谢



- 如何从此书中得到最有益的东西
- 准备工作
- 轻松入门
- 页面元素
- 如何创建并使用网格
- 选择一种字体
- 多姿多彩的图片
- 预览版式

序 言



第一章

orem ipsum dolor ametconsectetur
orem ipsum dolor ametconsectetur a
orem ipsum dolor ametconsectetur a
orem ipsum dolor ametconsectetur a
orem ipsum dolor ametconsectetur a

随

着桌面出版系统(DTP)的诞生,她强大、方便和快捷的图形设计功能也越来越为人们所认识。假如您是一位公司经理,正忙于制作公司按季度出版的新式通讯,或是一家大型公司的市场拓展部负责人,正在筹备建立一个设计部门,在实践中您会发现,过去那些大量的只能用传统方式打印或印刷的任务,通过特殊的处理软件就可以简单轻松地完成了。的确,让版式更加美观和有效的探索过程简直让人着迷。

《版式捷径——轻轻松松俏版式》是一本版式设计的实用指南,它为您提供了设计各类印刷品的丰富信息,包括通讯、宣传册和海报,各种类型的信纸,从简单的信头到完整的公司标志和广告等等。样式则从简单的单栏、黑白设计到多页全彩设计——毋庸置疑,有了这些精心设计的页面,刊印物才能帮助客户更轻松、快捷地传达信息。

本书按照出版物的类型划分,每个类型分三个层次——初级、中级和高级。这样,无论您属于哪个级别,都会很容易找到适合您学习和练习的范例。每个范例都包括简介、规格表和设计要点讲解三部分。简介有模拟客户下的任务单——客户对设计的要求;还有解决方案——设计师为完成任务提出的设计思路。规格表给出设计方案中的具体细节,以便您了解如何通过桌面出版系统或者传统的印刷方式精确地创建这样的页面。

设计师要想设计出一个非常出色的作品,了解一些印刷和设计的基本常识是很有必要的。所以,下一个章节就要讲述一些具体的设计经验和技巧,这些技巧能帮助您创造出更加完美的版式。同时,这一章中还讲述了如何准确地理解设计任务单、设计方案和正确地使用网格,如何选择合适的字体,以及照片和插图在版式中该如何有效整合等相关内容。可能对初学者来说,有一些

专业术语还比较陌生——例如磅、比卡(派卡)、全角、半角、字体、强制对齐格式等等,本书对此都会有详尽的解释。

一幅设计作品是否杰出,完全取决于信息的交流是否成功。而您的设计应该尽力做到这一点。您必须要明白,要想做出精彩的效果,您的设计作品就不能作为文字的附属物而存在,它应该在传达信息的过程中起不可替代的作用。正如演讲的时候,演讲者不仅需要注意声调、重音、口音和语速,同时也要保证音量的适中,因为它同样能够改变单词的意义和给人的感觉。同样,一个漂亮的版式会令读者眼前一亮,起到非同凡响的作用。成功的设计作品能够加强或者优化文字所要传达的信息,并且提供一个良好的视觉环境,使得信息最有效地传送给读者。

当然了,一件蹩脚的设计作品永远不会达到这种效果,我们提供的范例足以让您相信,达到完美是可能的。每一章的结尾部分都是从世界各地精选的设计范例。它们代表了丰富多彩的设计类型,同时,也告诉我们设计作品本身有足够的潜力成功地表达或简朴或繁复的主题。

设计师必须有很高的理解能力,充分体会作品对象的心理体验。优秀的图形设计应该是为大众服务的,而不只是供自己欣赏。

——FHK Henrion

1987年6月

说明

本书中最初使用的页面尺寸以英寸制,每个部分的具体规格都有详细的标注,便于读者使用。

规格

开本

8 1/2 英寸 x 11 英寸或者 A4

网格

6 列

间距: 1p5

边距

订口 2p11 切口 4p7

天头 4p1 地脚 4p10

字体

New Baskerville 体

字距: 松

1 正文 9 1/2 / 12 1/2 pt

2 主标题 40 / 43pt, 24 / 26pt

New Baskerville Italic 体

字距: 松

3 正文标题 19 / 23pt

4 正文 9 1/2 / 15pt

Graphik Shadow 体

字距: 强制对齐

5 标题 134pt

6 首字母下沉 134pt

Helvetica Condensed 体

字距: 松

7 首字母 7 1/2 / 13pt

8 页码 10pt

字距: 强制对齐

9 副标题 11pt

字距一般是通过缩印法来精确控制的——也就是说,以磅为单位设定字母和单词的间距。

如图所示,开本基本单位为英寸或者相对应的公制单位,页码通常为 A4 或者 A5。

网格指明了列的数目和列间的距离;页边距缩写字母意义如下:

i = 订口

o = 切口

t = 天头

b = 地脚

或者

l = 左边

r = 右边

t = 天头

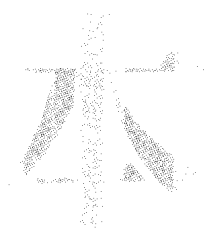
b = 地脚

下面列出的是所用的字体。字体字面紧跟着的是字距(单词和字母之间的间距),包括紧、正常、松、缩印或者强制对齐几种类型,主要是以字母间距(高度)为计算单位。

比字母间距“p”来代替,1p = 12pt = 1/6 英寸 = 4.246mm。

pt 为 point 的缩写,意为“磅”,也可作“磅”,如 2p11,2p 后面的数字代表 11 磅。

如何从此书中得到最有益的东西



本书为您提供了很多精心设计的版式,您可以学习、参考,或许仅仅给您带来一些灵感。这些范例涵盖了不同的出版类型:通讯、宣传册、信纸和广告——同时每一部分又分为三个层次:初级、中级、高级——这些版式范例层次清晰,类别分明,非常实用。

设计的本意就是让技巧与审美同时起作用——例如创建网格或者绘制一座房子。而一个成功的版式应该是指不同的元素用一种适合观看的方式结合在一起。

当然,通过不断地练习能够提高技巧的运用能力。但是,在这样一个由迅速发展的高科技产业驱动的时代,未来的设计师们需要不断地学习并获得新的技能。而审美能力,可能更加主观一些,比较难以定义。

下面几个章节中提到的范例,展现了大量类型各异的版式,它们都是由一些基本元素构成的,诸如文字、图形、照片,还有最重要的也是最难以把握的——空白区。

intermediate NEWSLETTERS

CLIENT national law firm



New Baskerville, an elegant serif face, has been chosen for both headlines and text. The impact of the masthead is reduced by the tint, and it does not overwhelm the main headline beneath. The emphasis that a headline achieves always depends on other elements on the page.

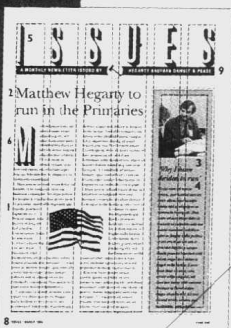


This unusual masthead has a strong architectural feel, reminiscent of the columns of a courthouse. The face, Graphik Shadow, has been tinted 60% black, as has the panel beneath. They butt together. An alternative to Graphik Shadow is Helvetica Ultra Compressed.

The white-out type in the panel, set in Helvetica Condensed 11 pt, and force justified, is interrupted by the circular graphic of the gavel. This symbol is part of the company's visual identity.

Placing text in a box is a convenient way of highlighting or separating it from the rest. In this instance, a personal statement by one of the firm's senior partners is an important addendum to the lead story.

The decision to include folios (page numbers) depends largely on any cross-referencing in the copy. They can be used solely as an additional design element. In this example the more formal Page one is used instead of a simple numeral.



- SPECIFICATIONS**
- Format: 8.5 x 11 ins. or A4
 - Grid: 6-column
 - Space between cols 6mm
 - Margins: l 12mm o 19mm t 17mm b 20mm
 - Fonts: New Baskerville
 - Track loose
 - 1 Body text 9%/12/12pt
 - 2 Headlines 40/43, 24/26pt
 - New Baskerville Italic
 - Track loose
 - 3 Box heads 19/23pt
 - 4 Box text 9%/13pt
 - Graphik Shadow
 - Track force justify
 - 5 Title 13/40
 - 6 Drop-cap 13/40
 - Helvetica Condensed
 - Track loose
 - 7 Captions 7%/13pt
 - 8 Folios 10pt
 - Track force justify
 - 9 Sub title 11pt

BRIEF The monthly newsletter for this old established law firm has between 12 and 16 pages, and it is the main means of corporate communication. It has a wide local circulation, as well as some regional and national readers. There is, therefore, an adequate budget for design and production and the occasional use of four-colour printing. The elegance of the design and the choice of stock are considered to be the chief visual ways of conveying the firm's dedication to quality of service.

SOLUTION A 12–16 page publication gives an opportunity to have a four-page cover of heavier weight (210gsm) than the inside pages (135gsm). The off-white 100% cotton paper creates the feel that the client wants, and the layout has a dependable and reassuring, though modern, look. This is achieved by attention to typographic detail, the choice of face, New Baskerville, and tall, slender drop caps, echoing the masthead, which is set in Graphik Shadow. Tinted boxes surrounded by 1½pt tinted rules and even the spelled-out Page one contribute to this effect.

Drop caps can be used to lead the eye to the start of a new piece of text or for primarily decorative purposes. A particularly large 8-line drop cap is possible here, because even a wide character like an M still leaves a reasonable width for the text when it is in such a condensed face. Avoid very narrow text columns, which can leave ugly spaces when words wrap to the next line. The spec for the drop cap is the same as for the masthead.

So this text is not squeezed into too narrow a column, the invisible graphic boundaries around

the flag, which stops text flowing into the space, is set to the inner guideline.

The folios are aligned vertically with the outside of the page, with the date on the inside

Both sit 9mm below the bottom of the type area.

2 **Abc**
1 Butem vel cum inire do lor in hen dre rit in vulp utate velit
7 Butem vel sum inire do lor in

字符类型的主要条目都被归纳编号, 并按照一定的顺序排列——所以您只要扫一眼, 就能大概了解创建这个版式所需要的数据细节。附加的网格通过蓝线指出版式是如何构架的。

范例中的文字尺寸可能因本书版面的限制而比原始尺寸缩小一些。尽管如此, 标题和正文的字都会以 100% 大小显示在页面左下角, 以供参考。

这段文字描述了任务单的内容, 而解决方案是应对客户的需求进行分析, 并给出设计师的设计理念和基本构思。

每个版式范例中都会有详细的评注, 指出该版式的主要特点和样式创建的具体细节。



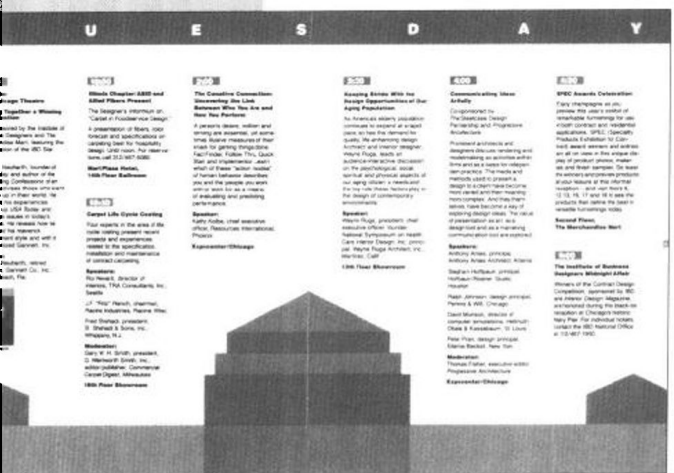
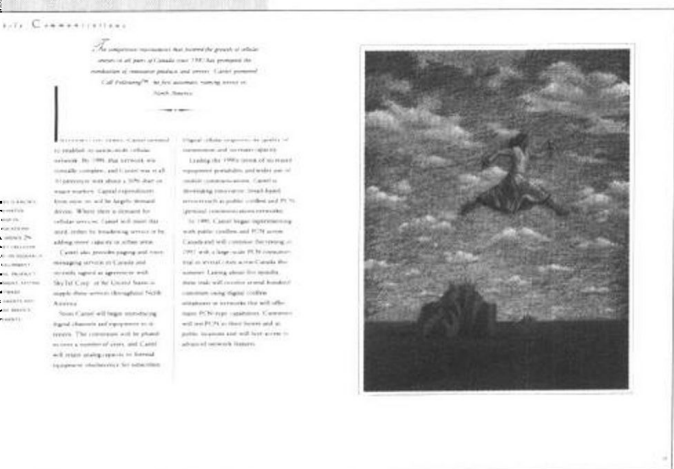
已刊印的范例

除了每章最后模拟的例子外, 还从世界范围内精选大量实例。从中我们可以了解世界顶尖设计师是如何运用版式设计理念和技巧的。

对设计师来说, 成功之路需要通过不断地练习得来, 希望本书能够激励你不断扩展自己的视野, 不断获得新的技能。

说明

年度报告和文字记录应该尽可能地褒奖该公司的业绩。设计师只是在文字样式的设计上花了些心思，就让人感觉这份版式融合了传统感性和现代的高效两种风格的美。



左图：这是一份为家具设计展销会做的宣传册。用了一种亮丽的颜色，文字版式比较简洁明快，黑色、几何图形的使用使效果更加明显。

准备工作

在

开始创建一个新的版式之前，

有一点必须要牢记——您设计的出版物必须切实表明了客户需要传达的意思。设计作品并不是为了设计而设计。设计师不经意中常常使用一些不合适的格式或字体，或者是用一些风格和主题不符的照片，只是因为设计师碰巧喜欢这种样式，或者心血来潮想试用一种全新的字体而已。放任自己的想法是妨碍设计师做出优秀作品的一个巨大的绊脚石。

版式和需求的完美结合

一定要重视客户提出的任务单，这是一个良好设计的开端，必须对客户的目的了如指掌，才可能制作出符合需要的产品。所以，在与客户洽谈的时候，有必要带上笔记本，并让客户对他的目标多次确认，最好是用书面的方式记录下来。

有时候，客户对出版物的版式只是有一个大概的设想，并没有具体的构思。“我知道我喜欢什么。”是一种比较常见的态度，尽管他的意思其实是说“我喜欢我所了解的。”您可以拿来竞争者的宣传册甚至该客户以前做过的一些类似的设计方案，让他作为参照提出一些更为具体的想法。的确，为了满足客户真正的

需求，我们很可能设计出的东西与客户最初的模糊设想并不一样。因此，在拿出设计方案之前，和您的客户进行细致周到的交流就显得尤为重要，总比到时候拿出一件和客户的意思完全相左的作品要强。

体会读者的心理

设计的样式取决于刊印物面对的读者，不适合这些读者口味的作品很难博得客户的欢心。

下面列表中的第一列中的形容词就和第二列中的客户风格不相配。而括号中则给出了正确的搭配。

激动人心的	天然食品(电话推销员)
缤纷的	殡仪员(玩具店)
保守的	玩具店(证券经纪人)
夸张的	出版社(摇滚乐队)
严谨的	电话推销员(殡仪员)
古典的	摇滚乐队(出版社)
新鲜的	证券经纪人(天然食品)

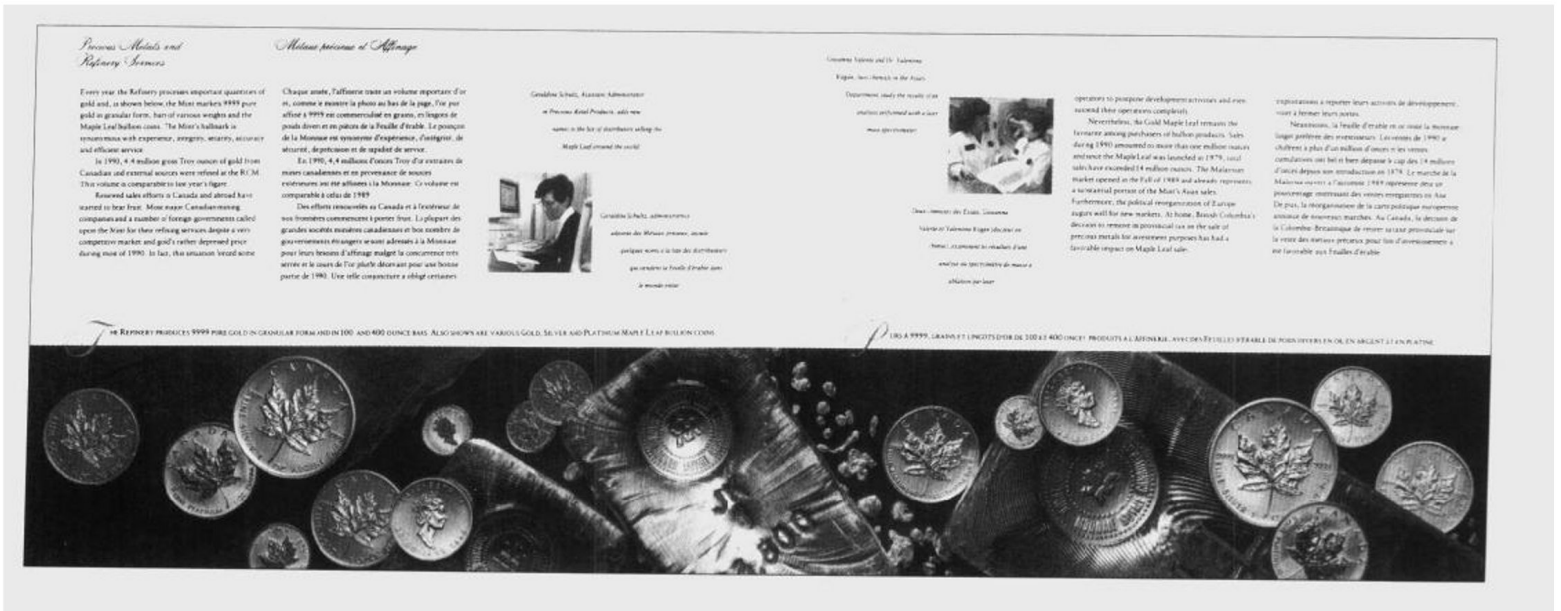
出色的样式依赖和谐的字体，恰当的字号、行距、栏宽，完美的色彩和色调的搭配。如果不能用彩色印刷，也可以用深浅灰色块达到需要的效果。当然，照片和插图的选择，也能够很大程度上改变版式的外观。

尽管为版式设计制定一个严格、周到的规则很难，但我相信在一定程度上上的总结则是可能的，例如：

高档	选用小字体
普通	选用大字体
喧闹	选用无衬线字体
安静	选用衬线字体
繁忙	选用较窄的列宽
悠闲	选用较宽的列宽
快速	选用斜体无衬线字体

事实上，每种样式的组合都有一定的内涵——明亮的颜色代表年轻，柔和的颜色代表成熟；而颜色的组合也很有讲究，例如棕色和奶白色的结合象征传统，但是红色和绿色的撞击就代表混乱。其实，您的设计作品的外观和感觉，已经决定了读者的反映如何。如果版面设计得好，读者就能够做到一边阅读文字，一边顺利地接受商家所要传达的信息。如果版式设计效果平平，甚至相反，那时候您可能就要另谋客户了。

下图：这是加拿大造币厂的年度报告，问题在于它需要用两种不同的语言。设计师很巧妙地解决了这个问题：用一种比较宽、水平的格式，这使得每种语言的文字块能够并列地出现，小图片的图注用了倾斜的样式，使版式显得活泼，不至于太对称、太呆板。



说明

轻松入门

和

客户进行一番必要的接触和交流后，设计师需要一个完全自我的设计空间。这时，回到自己的工作室中，您一定满怀信心地想要创作一幅比从前任何作品都要完美的设计方案。但是该从哪儿开始呢？空白的计算机屏幕或者一沓设计草稿纸，都似乎带着一种逼迫的神气，而此时此刻，您发现，自己最初的创作激情突然蒸发得无影无踪了，取而代之的是焦虑和沮丧。

我的回答是：不要在作品的某个细节上浪费太多时间。当您感到效率很低的时候，不妨把一本书扔到空中，寻求灵感，或者在您的草稿纸上胡乱涂鸦，比如说画上一溜儿五列的网格，第一列留白；或者看一眼字体对话框，试一试标题字体或者引号是什么效果。切开空白的形状，为设想中的图片和文字预留位置，或者干脆把它们移来移去，不受表格的阻碍。这些做法可能都会有用。如果您可以自由选择格式，那就试着把许多张纸折叠成不同的外形。有时候，例如在广告中，版式可能是围绕着一理念创建的，设计的最终作品是既定主题导致的必然结果。所以，一定要使您的大脑保持高速运转，不要轻易停下，以免您的思路被切断。



上图和左图：这个通讯的内容主要是通过精彩的照片来讲述故事、传达信息，留给文字的空间非常少。在页面的底部放置了一个长彩虹带，这种比较随机的设计，目的

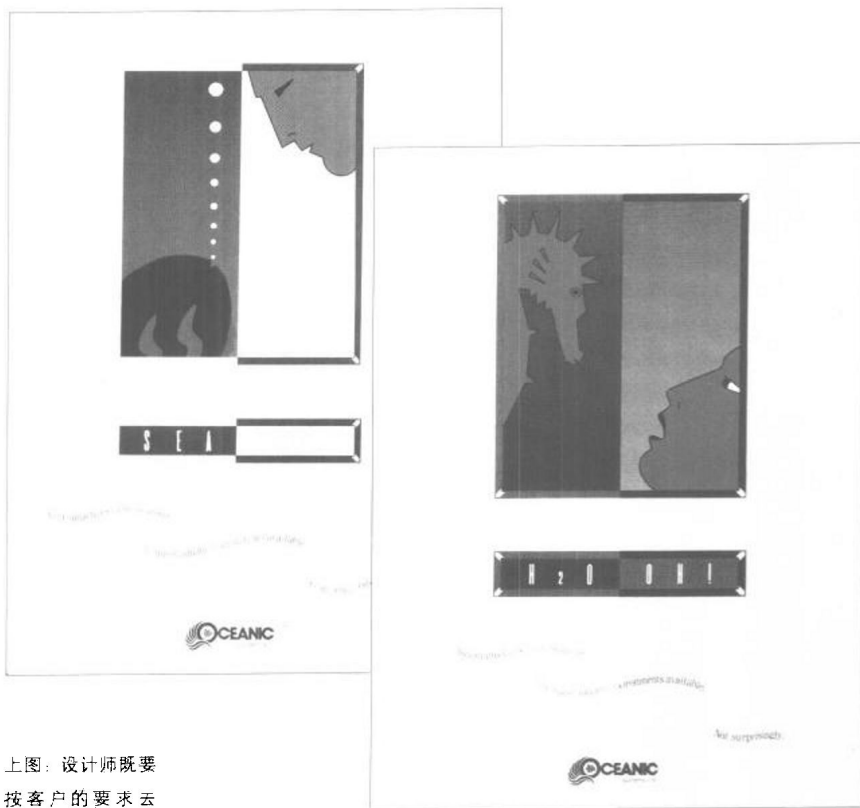
的在于与对页的手绘河流形成呼应。最后一页(上图)同样使用了照片和类似建筑物图形相结合的表现方式，不过中间的内容换成了一些数据列表。

在这里我要提醒一点，设计师们常犯的一个错误就是确定网格的位置太快。网格只是骨架，还需要在上面做进一步的发挥。打个比方，如果您从一只袋鼠的骨架着笔的话，很难最后画出一匹马来。所以说，最后的结果往往就是预先设想的那样。

让您的作品尽善尽美

用电脑工作的设计师有一个很大的优势，那就是不成熟时期的版本可以保存或者抛弃，完全随您的心意而定——文字尺寸、行距、留白，列的数量、宽度和它们之间的距离，都可以很轻易地改变。事实上，您可以随时对您的方案做修改，永远不用定稿。

好了，当一个设计方案出来后，让您的作品接受



上图：设计师既要按客户的要求去做，也要靠非凡的想像力出彩。这里，设计师没有选用产品的照片，而是选择了一些个性化的插图，它们的效果非常显著，而下面的文字是用一种波浪形状来表现的，意为水——整个广告风格突出、特色鲜明。

检验的时候到了。这时候，您有必要回到设计任务单，确信您的作品符合当初指定的标准。还要想像一下客户可能会对方案提出的各种疑问。比如说当被问到，您为什么要选择4列的格式时，不要说“因为这样美观些”，要试着让您的答案显得更加有说服力：“因为静物照片用垂直的格式排列，很适合多于两列组合，并延伸到文字区域。当水平的照片能够延伸为三列宽时，文字也同样三列宽，所以文字与图片的结合有固定的比例，这是珠宝宣传册中需要重点考虑的一个问题。”

文字的综合

切记：文案和版式同等重要。您可能需要找一个撰稿人，或者您可以直接用客户指派的自由撰稿人或者雇员。当您完成作品的时候，文字部分可能还只是轮廓、草图、扫描图，但是一定要保证文字已经很认真地被整合到您的设计理念中去了。

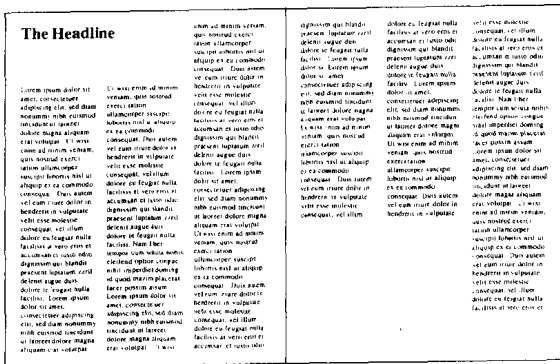
左图：一个广告的版式设计必须最大限度地表现产品的理念。这个版式是如此的简单，却又如此地有力度，简直想不出还有什么别的方式了。



说明

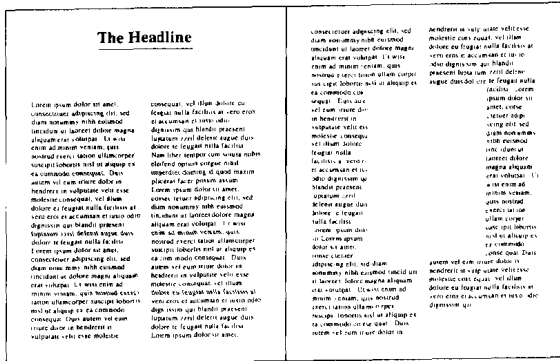
传统型

比较密集,着重表现文字,头部是标题;底部放了一幅图。



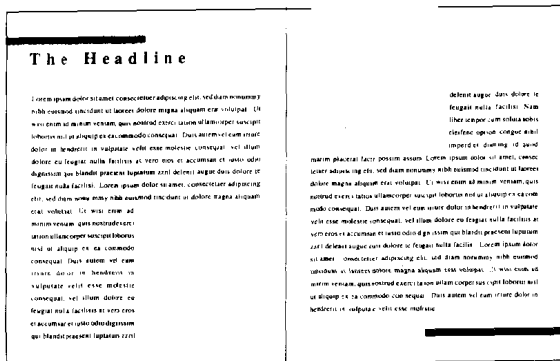
古典型

比较简洁,两列,标题居中,图形内置。

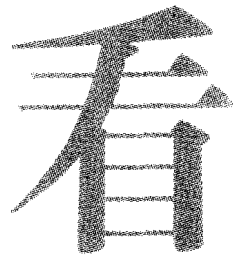


现代型

比较宽松,行距也比较大,标题字母间距较大,用粗黑的线条作为装饰。



页面元素



上去,页面的基本构成区域都包含同样的四个元素——标题、文本、图片,当然,第一重要的是空间的分割。的确是这样,当您冥思苦想种种完美的设计方案时,这些元素风格迥异的搭配总是会让你大吃一惊。尽管色彩的运用非常重要,但它并不是最基本的因素——大部分多色的版式应该同样适用于黑白双色的情况。

这两页上的范例都只使用了一种字体——Times 的两种样式:罗马体和粗体。灰色或白色的形状代表图片。从这些例子中,您会发现,空间的分割在设计中是最基本的要素。

虽然只不过使用了很有限的资源,但是每个版式依然呈现出了各自的风格——保守的、活泼的、年轻的等等。对于所有的设计者来说,这一基本要素的运用和掌握非常重要。

下面几页的内容详细介绍了如何为标题和正文选择合适的字体,还有照片、插图的选择和使用。但是首先您要掌握的是网格的使用和如何把版式设计的理念融会到一个成型的版式结构中去。

技术型

四方形的版式，列间有竖线隔开，很多留白。整洁，有力度。



青年活力型

用图形和字形的变化作为装饰，标题尺寸不一，黑白分明的页面。



强烈型

标题字体比较大，并带有下划线；文字用黑体，一般带有小标题。



自然型

雅致，间距很宽的文字和标题，还使用了一幅椭圆形的图形。



少儿读物型

版式比较繁杂，标题首字母大写，浅色的列间线条，正文文字较大。



高贵型

首字母大写且有所偏移，非常简洁，使用很多留白是使页面呈现优雅风格的关键。

