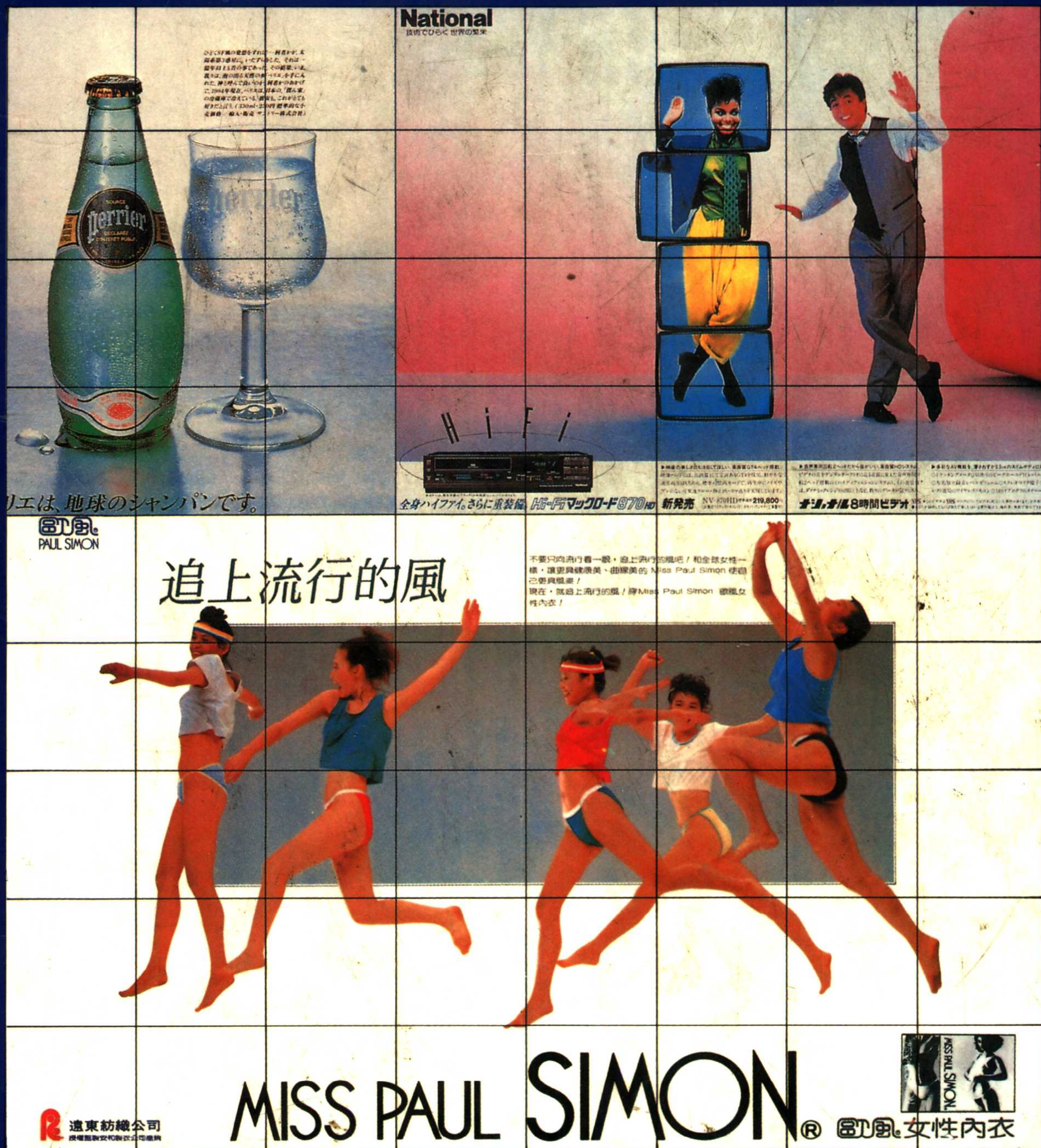


現代設計叢書 2

張輝明 編著

平面廣告設計 編排與構成



藝風堂

ISBN 957-9394-14-8

平面廣告設計 編排與構成

羅序

國內外設計科系之課程安排，大致包括基本設計、色彩學、文字造形、插畫、商業攝影、表現技法等。這些課程雖不能代表設計教學的全部，但許多用功的美術科系學生，對這些科目都可以有很好的成績。但是，當他們進入廣告公司，要求扮演應用設計的社會角色，卻有相當的距離，因為這些課程缺乏橫的連繫，他們可以畫出一張够水準的插圖或噴畫，也可以拍一幅成功的商品攝影，但是，要製作出具有創意的廣告作品，可能無法得心應手，「編排與構成」這本書就是彌補這方面的缺失。

近年來國內商業設計教育已漸漸脫離日曆、海報、插畫等，以單項表現為主的模式，代之而起的是企業識別系統(CIS)的製作，新的商業廣告設計已經蛻變為整體規劃設計的理念。但是，設計家長久受單打獨鬥的設計觀念所束縛，要作自我突破而完成具有前瞻性、開創性的廣告作品，的確十分困難。

本書作者認為從事視覺傳達或廣告設計製作，必須瞭解廣告媒體，配合廣告媒體，應用已經熟練的美術技法，將要表現的理念，有效地表達出來。而創意(Idea)，技巧(Technique)與編排(Lay-out)三者是廣告設計的三大支柱。設計教育多注重創意的培養及技巧的訓練，而對於最重要的畫面經

營，也就是編排與組織往往輕輕帶過而不受重視，因此投入設計界的優秀青年，往往無法發揮其專長，本書的優點是不談設計的理論與技法，重點在如何將創意及畫面組織起來作最有效的經營與安排，綜合設計的觀念，創造出新的表現語言，來達成廣告設計的最佳組合。

一位成功的廣告設計家，憑其多年的磨練及經驗，當然都能設計出水準以上的廣告作品，如果我們請教他如何處理經營與編排的問題，往往無法作有系統的回答，因為他所憑藉的就是嚐試錯誤與經驗的累積，如果你要成為一個成功的廣告設計家，也必須從頭摸索，浪費若干年的時間，本書作者所收集的廣告設計作品多達數萬件，都是近年來國內最具有創意的佳構，經過精選分類及研究，從編排與構成的原理談起，進而分析文字編排的型式、文字表現的手法、圖版構成及方法等，作有系統的觀摩與探討。不論有經驗的設計家以及初學設計者，均可以從本書中吸收設計實務，以及寶貴的設計經驗。研讀本書可以使初學者進入狀況，使有成就的廣告設計家作為參考資料而節省精力與時間，短期內成為一位優秀的廣告設計高手，應用美術科系以及廣告設計界都需要這樣一本著作，樂為之序。

輔仁大學應用美術系系主任

羅慧明

序言

從事宣傳或廣告設計時，必須配合廣告媒體，運用高度的技巧，把所要表現的理念，有效地表達出來。一件優秀的廣告設計作品，不外乎創意（Idia）、表現技巧（Technique）與編排（Lay-out）這三者結為一體，配合妥當時，才能創作出成功的作品，發揮廣告的功能。倘若你的創意很好，表現技巧也很高明，但是缺乏版面經營（Lay-out）的能力時，也無法創作出高水準的作品來。

綜觀國內設計科系的課程，大都偏向文字造形、基本設計、插畫、攝影與表現技法等等，或者偏向範圍廣泛、包羅萬象的商業美術設計課程，對設計上最重要，也是最關鍵的一環——版面經營設計，却完全忽略了。然而，對一個設計科系的學生來說，是否能把所學的各種基礎課程，以實際而有效的方式表現出來，却是再重要也不過了。

談到版面經營（Lay-out）方面，一般都依賴設計者的感覺來處理，或者憑著多年來的實務經驗與磨練來從事設計。當我們向這些設計界的先進請教Lay-out的問題時，通常他只能把感覺與經驗告訴你，却很難整理出一套Lay-out的基本理論，然而，「感覺」這個名詞，對初學者來說，是多麼不可捉摸啊！「經驗」這個名詞，對初學者來說，更是殘酷

的事。推究其中的原因，不難發現國內確實太忽略這方面的教學了，以致一位設計科系畢業的學生，大都需要工作一陣子，在實際的經驗中加以磨鍊，才能製作出具有水準的作品來。

近年來，國內進口有關設計的書籍相當多，可惜這些書籍大都以唯美的畫面為主，缺乏對設計理念的闡釋與圖片的說明，讀者只能根據較好的作品，加以模仿或參考，却很難由文字獲得知識，進而提昇整體的設計理念，創作出具有風格的作品來。

筆者有鑑於此，特地由長期以來所搜集的上萬件作品、資料中，選出精華的部分，加以具體的詮釋與註解，以便使讀者從中獲得明晰的概念，對Lay-out的基本原理與設計實務，能有更進一步的認識。書中所提出的實例，以國內報紙、雜誌上的廣告作品居多。使讀者能由常見的印刷品中，認識版面設計的原則與方法。本書第一章討論Lay-out的共通原理，第二至第三章針對文字編排問題加以探討，第四至第六章針對版面構成問題加以說明。希望有志從事平面設計工作者，能從本書獲得某些助益，則筆者的努力便不致白費，且感到十分欣慰了。筆者才疏學淺，書中謬誤再所難免，尚祈設計界先進不吝指正為盼。

張輝明

中華民國七十五年八月

平面廣告設計 編排與構成

羅序

國內外設計科系之課程安排，大致包括基本設計、色彩學、文字造形、插畫、商業攝影、表現技法等。這些課程雖不能代表設計教學的全部，但許多用功的美術科系學生，對這些科目都可以有很好的成績。但是，當他們進入廣告公司，要求扮演應用設計的社會角色，卻有相當的距離，因為這些課程缺乏橫的連繫，他們可以畫出一張够水準的插圖或噴畫，也可以拍一幅成功的商品攝影，但是，要製作出具有創意的廣告作品，可能無法得心應手，「編排與構成」這本書就是彌補這方面的缺失。

近年來國內商業設計教育已漸漸脫離日曆、海報、插畫等，以單項表現為主的模式，代之而起的是企業識別系統(CIS)的製作，新的商業廣告設計已經蛻變為整體規劃設計的理念。但是，設計家長久受單打獨鬥的設計觀念所束縛，要作自我突破而完成具有前瞻性、開創性的廣告作品，的確十分困難。

本書作者認為從事視覺傳達或廣告設計製作，必須瞭解廣告媒體，配合廣告媒體，應用已經熟練的美術技法，將要表現的理念，有效地表達出來。而創意(Idea)，技巧(Technique)與編排(Lay-out)三者是廣告設計的三大支柱。設計教育多注重創意的培養及技巧的訓練，而對於最重要的畫面經

營，也就是編排與組織往往輕輕帶過而不受重視，因此投入設計界的優秀青年，往往無法發揮其專長，本書的優點是不談設計的理論與技法，重點在如何將創意及畫面組織起來作最有效的經營與安排，綜合設計的觀念，創造出新的表現語言，來達成廣告設計的最佳組合。

一位成功的廣告設計家，憑其多年的磨練及經驗，當然都能設計出水準以上的廣告作品，如果我們請教他如何處理經營與編排的問題，往往無法作有系統的回答，因為他所憑藉的就是嚐試錯誤與經驗的累積，如果你要成為一個成功的廣告設計家，也必須從頭摸索，浪費若干年的時間，本書作者所收集的廣告設計作品多達數萬件，都是近年來國內最具有創意的佳構，經過精選分類及研究，從編排與構成的原理談起，進而分析文字編排的型式、文字表現的手法、圖版構成及方法等，作有系統的觀摩與探討。不論有經驗的設計家以及初學設計者，均可以從本書中吸收設計實務，以及寶貴的設計經驗。研讀本書可以使初學者進入狀況，使有成就的廣告設計家作為參考資料而節省精力與時間，短期內成為一位優秀的廣告設計高手，應用美術科系以及廣告設計界都需要這樣一本著作，樂為之序。

輔仁大學應用美術系系主任

羅慧明

序言

從事宣傳或廣告設計時，必須配合廣告媒體，運用高度的技巧，把所要表現的理念，有效地表達出來。一件優秀的廣告設計作品，不外乎創意 (Idia)、表現技巧 (Technique) 與編排 (Lay-out) 這三者結為一體，配合妥當時，才能創作出成功的作品，發揮廣告的功能。倘若你的創意很好，表現技巧也很高明，但是缺乏版面經營 (Lay-out) 的能力時，也無法創作出高水準的作品來。

綜觀國內設計科系的課程，大都偏向文字造形、基本設計、插畫、攝影與表現技法等等，或者偏向範圍廣泛、包羅萬象的商業美術設計課程，對設計上最重要，也是最關鍵的一環——版面經營設計，却完全忽略了。然而，對一個設計科系的學生來說，是否能把所學的各種基礎課程，以實際而有效的方式表現出來，却是再重要也不過了。

談到版面經營 (Lay-out) 方面，一般都依賴設計者的感覺來處理，或者憑著多年來的實務經驗與磨練來從事設計。當我們向這些設計界的先進請教 Lay-out 的問題時，通常他只能把感覺與經驗告訴你，却很難整理出一套 Lay-out 的基本理論，然而，「感覺」這個名詞，對初學者來說，是多麼不可捉摸啊！「經驗」這個名詞，對初學者來說，更是殘酷

的事。推究其中的原因，不難發現國內確實太忽略這方面的教學了，以致一位設計科系畢業的學生，大都需要工作一陣子，在實際的經驗中加以磨鍊，才能製作出具有水準的作品來。

近年來，國內進口有關設計的書籍相當多，可惜這些書籍大都以唯美的畫面為主，缺乏對設計理念的闡釋與圖片的說明，讀者只能根據較好的作品，加以模仿或參考，却很難由文字獲得知識，進而提昇整體的設計理念，創作出具有風格的作品來。

筆者有鑑於此，特地由長期以來所搜集的上萬件作品、資料中，選出精華的部分，加以具體的詮釋與註解，以便使讀者從中獲得明晰的概念，對 Lay-out 的基本原理與設計實務，能有更進一步的認識。書中所提出的實例，以國內報紙、雜誌上的廣告作品居多。使讀者能由常見的印刷品中，認識版面設計的原則與方法。本書第一章討論 Lay-out 的共通原理，第二至第三章針對文字編排問題加以探討，第四至第六章針對版面構成問題加以說明。希望有志從事平面設計工作者，能從本書獲得某些助益，則筆者的努力便不致白費，且感到十分欣慰了。筆者才疏學淺，書中謬誤再所難免，尚祈設計界先進不吝指正為盼。

張輝明

中華民國七十五年八月

平面廣告設計 編排與構成 目錄

- 2 ● 羅序
- 3 ● 序言
- 4 ● 目錄
- 6 ● 作者簡介
- 7 ● 編排構成原理**
- 8 ● (一)大小的對比
- 10 ● (二)明暗的對比
- 12 ● (三)粗細的對比
- 13 ● (四)曲線和直線的對比
- 15 ● (五)質感的對比
- 16 ● (六)位置的對比
- 18 ● (七)多種的對比
- 19 ● (八)主與從
- 20 ● (九)動與靜
- 22 ● (十)起與受
- 24 ● (十一)圖與地
- 25 ● (十二)平衡
- 27 ● (十三)對稱
- 29 ● (十四)強調
- 31 ● (十五)比例
- 33 ● (十六)韻律感
- 35 ● (十七)左右的重心
- 36 ● (十八)向心與擴散
- 38 ● (十九)JUMP率
- 40 ● (二十)統一與調和
- 43 ● (二十一)導線
- 45 ● (二十二)形態的意象
- 46 ● (二十三)水平線
- 48 ● (二十四)垂直線
- 49 ● (二十五)陽畫・陰畫
- 51 ● (二十六)留白量
- 53 ● (二十七)版面率
- 55 ● 文字編排型式**
- 56 ● (一)字體種類
- 58 ● (二)以面來構成
- 60 ● (三)齊頭齊尾的編排
- 62 ● (四)齊頭不齊尾的編排
- 64 ● (五)對齊中央的編排
- 66 ● (六)沿著圖形編排
- 68 ● (七)縱式的文字編排
- 70 ● (八)橫式的文字編排
- 72 ● (九)變化型的文字編排
- 74 ● (十)線的作用・分隔
- 76 ● (十一)線的作用・製造空間
- 78 ● (十二)線的作用・強調
- 79 ● (十三)線的作用・圍框
- 81 ● (十四)記號的運用・造形化
- 83 ● (十五)記號的運用・強調
- 84 ● (十六)錯開的運用
- 85 ● 文字表現手法**
- 86 ● (一)字體的變形
- 88 ● (二)將文字排成圖形
- 90 ● (三)將文字分開排列
- 92 ● (四)圖化文字
- 94 ● (五)手寫文字
- 96 ● (六)電腦字體
- 97 ● (七)剪貼式文字
- 98 ● (八)缺陷式文字
- 99 ● (九)特殊網屏字體
- 100 ● (十)強調文字
- 101 ● (十一)表現在既成物體上
- 103 ● (十二)圖文重疊
- 105 ● 圖版構成法則**

-
- 106 ● (一)角版、出血版、去背版
109 ● (二)圖版的面積
113 ● (三)圖片的數量
116 ● (四)格子的約束力
118 ● (五)區域性組合與分散性組合
120 ● (六)對象物的意象
124 ● (七)身體語言
126 ● (八)對象物的背景
128 ● (九)重複出現
130 ● (十)圖解性的照片
131 ● (十一)插圖的式樣
135 ● (十二)視角的意識
139 ● (十三)視線
142 ● (十四)修整的原則
143 ● 圖版構成型式
144 ● (一)分割為上下
146 ● (二)上方或下方配置強調部分
147 ● (三)版面的中間地帶配圖
148 ● (四)強調上下兩端
149 ● (五)左右分割為二
151 ● (六)中央配圖或留白
152 ● (七)垂直與水平的對比
153 ● (八)強調左右兩端
154 ● (九)斜向的分割
156 ● (十)押置四隅
158 ● (十一)對角線
160 ● (十二)黑白相間的配置
161 ● (十三)高低不一的變化
162 ● (十四)由大而小
163 ● (十五)螺旋型
164 ● (十六)向心型
165 ● (十七)在中央形成核心
166 ● (十八)L型的留白
167 ● (十九)U型的留白
168 ● (二十)正三角型
169 ● (二十一)逆三角型
170 ● (二十二)橫向三角型
171 ● (二十三)N字型
172 ● (二十四)並置
174 ● (二十五)全景圖的表現
175 ● 圖版構成方法
176 ● (一)點可以支配空間
178 ● (二)圍起來
180 ● (三)窺視
182 ● (四)出血
183 ● (五)圖與圖之間隔
184 ● (六)切割後做間隔組合
185 ● (七)使色調諧合
186 ● (八)位置關係一致
187 ● (九)分組
189 ● (十)相疊
191 ● (十一)圖版和文字的間隔
192 ● (十二)圖版和圖版的距離
193 ● (十三)裝訂部分的問題
194 ● (十四)照片的外框
197 ● (十五)引人注目的異常表現
199 ● (十六)喧鬧的表現
201 ● (十七)在製版上求變化的版面
202 ● (十八)分頁版面處理
-

作者簡介



張輝明

- 福建省金門縣人。民國四十七年生。
- 師大美術系畢業。
- 師大畢業美展水彩第一名。
- 榮獲光華國際獅子會金質美術獎章。
- 曾任／百貨公司美工設計、廣告公司AD、團委會應用美術研究會講座、美工科專任教師。
- 著作／平面設計之基礎構成(1985)。

編排構成原理

(一) 大小的對比

大小關係為造形要素中最受重視的一項，幾乎可以決定意象與調和的關係。大小差別少，給人的感覺較沈著溫和，大小的差別大，給人的感覺較鮮明，而且具有強力感。

● 字體大小的對比可以增添細緻感且補充畫面力量

大型的字體在畫面上可表現強而有力的效果，但缺乏細緻感，若配合細小的字體來構成畫面，不但可以補救雙方的缺點，且可造成生動有力的對比關係。因此，大小的對比是文字編排的基本方法。



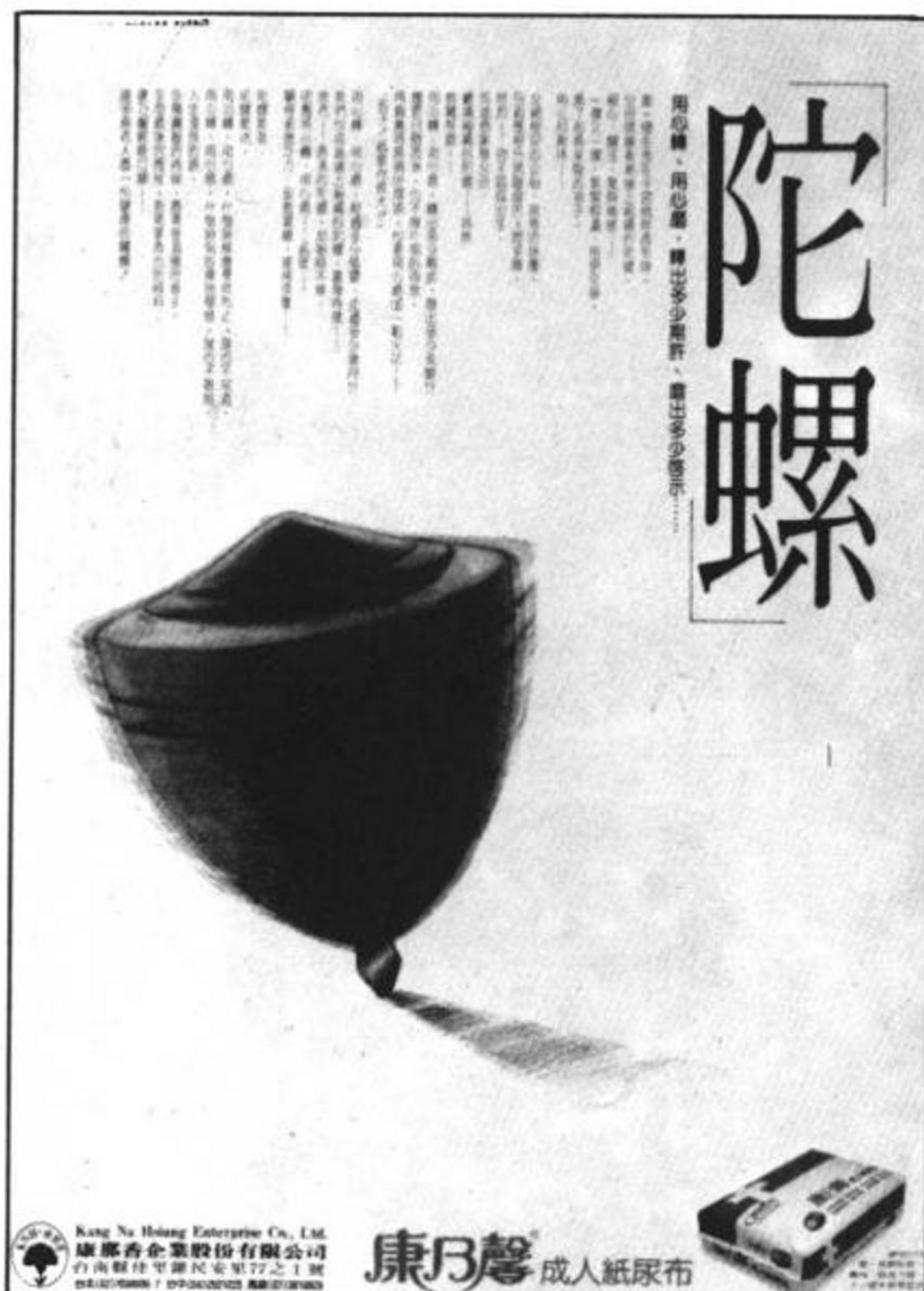
- 粗黑的英文字與細小的說明文，形成強烈的對比。
- ▶ 粗大的英文字強而有力，小字說明文精密細緻。



- 文字大小的對比，使畫面產生鮮明有力的視覺效果。



- 文字大小的對比，使畫面顯得高雅而親切。



- 大的標題與細小的說明文，形成生動有力的對比畫面。

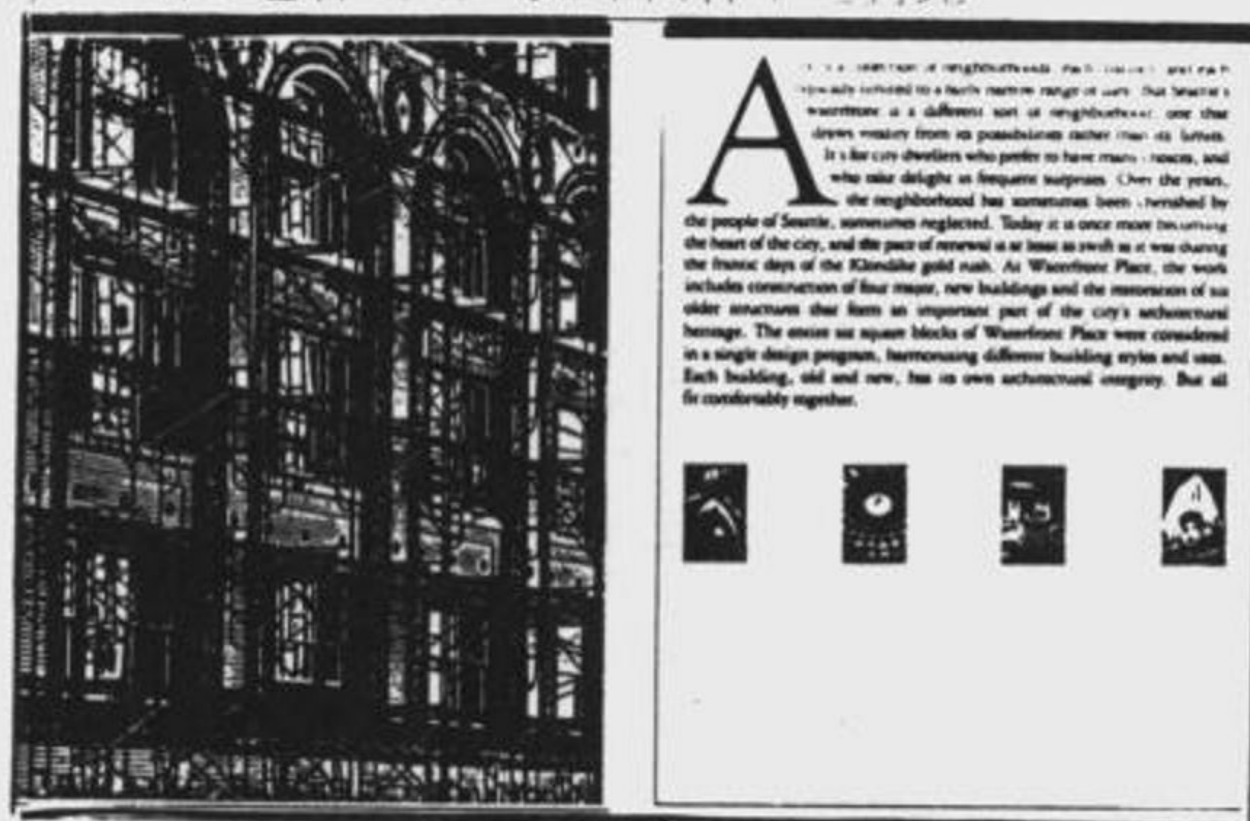
●減少圖片大小之差異即產生緩和的意象

字體大小差距少，給人的感覺就顯得較溫和。如果是圖片的話，更應注意的是這些圖片的配置排列，須令人一目瞭然，雖然差異小，可是由於並置的關係，其配置的意圖很明顯，毫無混亂感。

●對象物的反覆出現，會使畫面富有融合感

下面之例圖，若從照片之大小面積來觀察，可發現是為對比關係。摘出大型照片的一部份，再配置一些其他照片，感覺會更深刻。換句話說，具有大小對比觀感之同時，對象物全體和其中一部份的

關係也會產生，此即複合型之對比。



●四強並列的小照片，適當的留白強化了獨立性。



●強調大小對比的視覺效果。



●大小對比時，對象物的反覆出現，使畫面具有融合感。



●強調傳統香醇的風味，與現代品管的衛生，鮮明有力。



●具有明暗、黑白、正反的對比。



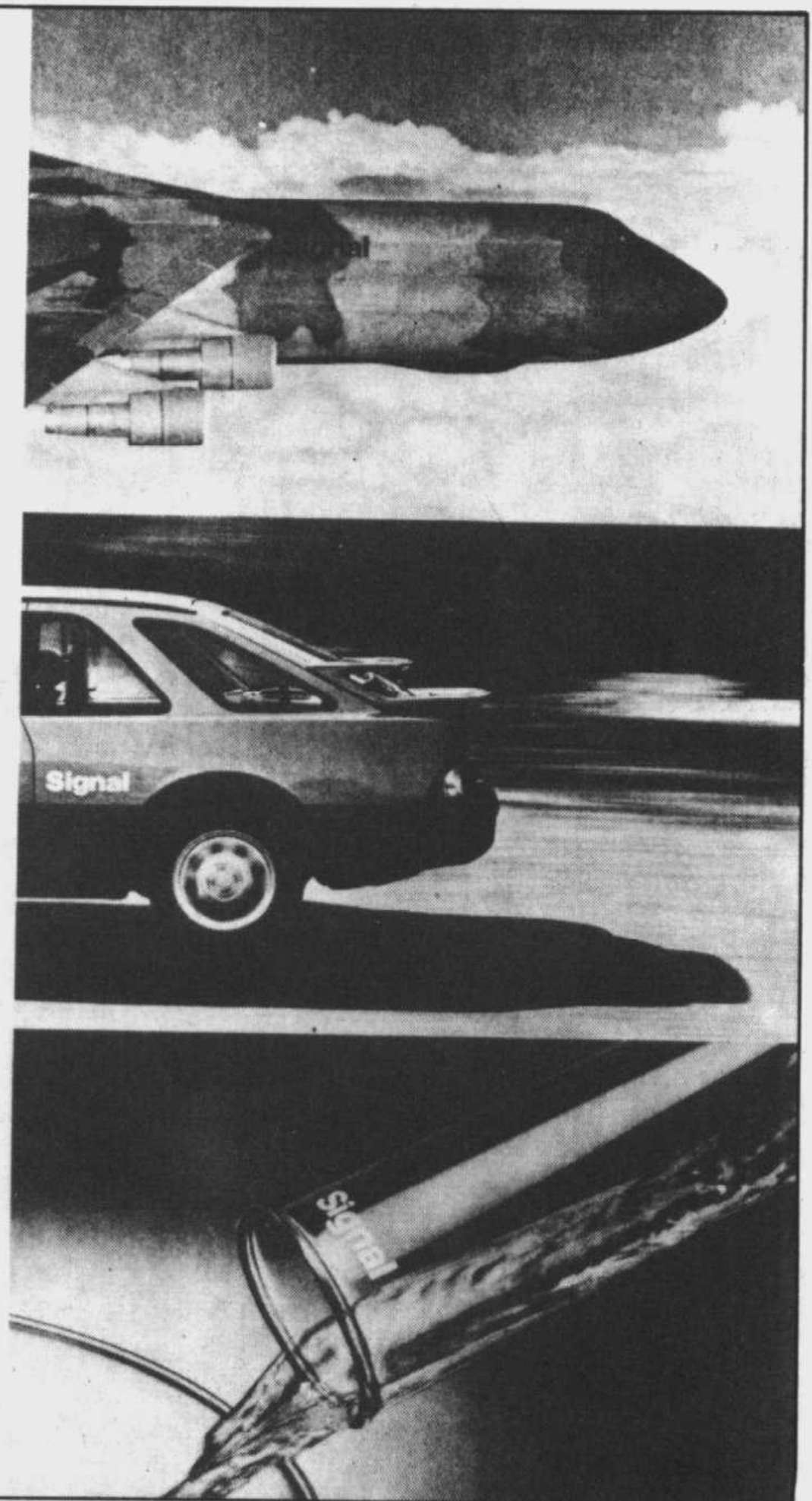
●以轎車作明暗對比，表現商品明亮優雅的外觀造型。



●斜向分割的明暗對比。



●垂直分割的空間，形成一道明亮的部分，與圖片產生明暗對比。



ON ✓

(三) 粗細的對比

● 字體粗細的對比具有男性化與女性化的對比關係

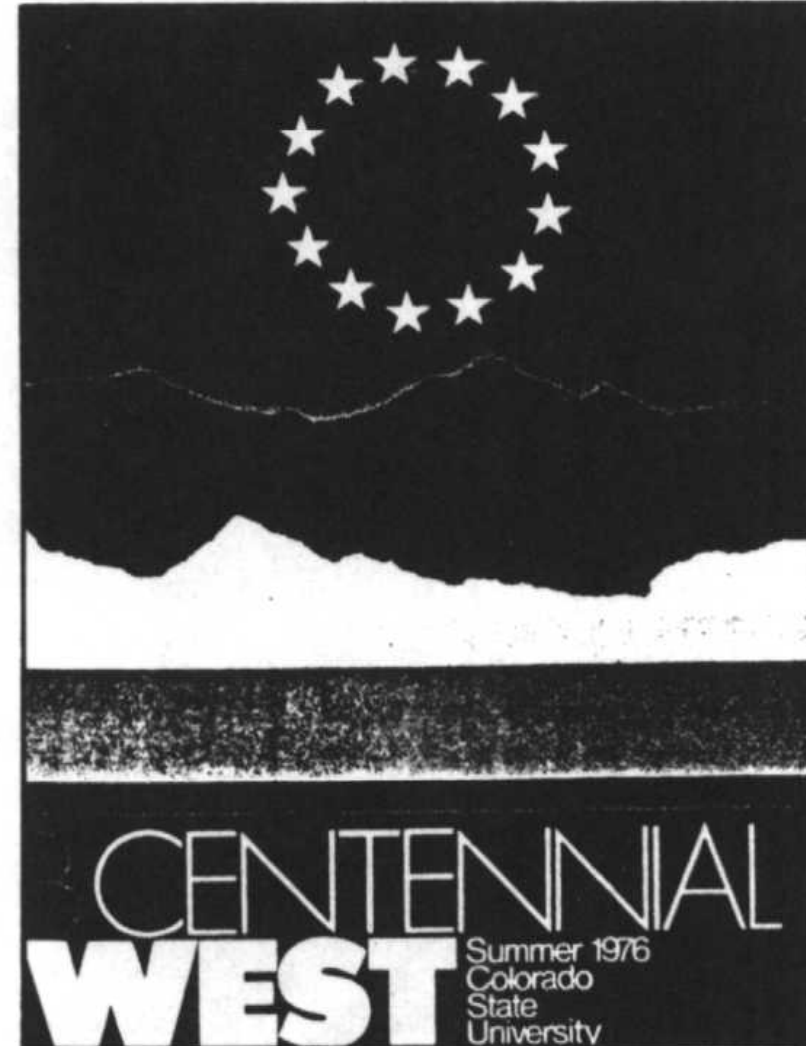
字體愈粗，愈富有男性的氣概。若代表時髦與女性，則通常以細字表現。

● 字體粗細的對比須有主從的關係

細字如果份量增多，粗字就應該減少，這樣的搭配看起來比較明快。

I pledge allegiance to
Helvetica
and to the aesthetic
for which it stands,
one typography, sans serif,
with sizes and weights for
all?

● 除了粗細兩種字體，每一列都含有微妙變化。



● 將線條略為加粗，使女性化的構圖表現相反的效果。▶ 將最粗大的WEST字樣配置於右側，使畫面更富變化。

在日本的一個事實

到今天為止，化粧品界只有高絲 **3-C-2** 化粧品
榮獲日本品管諾貝爾獎——戴明賞 (DEMING 賞)

當我們把化粧品交到您手上的剎那，也就是把肌膚的生命交給我們的時刻，總是相互持著一顆真誠而嚴肅的心，而我們的每一項化粧品也都經過了嚴格的真誠與慎重，如今這一切的信念，都因為我們所榮獲的戴明賞 (DEMING 賞) 而有了最完美的詮釋。

日本戴明賞的歷史

戴明賞是日本科學技術聯盟於1951年，為了紀念美國品質管制權威 W. E. DEMING 博士而設立的，它是頒給日本產業界在品質上有卓越成就的企業或人士。

日本戴明賞的意義——品質的最高保證

對廠商而言：它是肯定或鑑定 QC (品質管制) 的最高標準
對消費者而言：它是品質的最高保證。

追求高品質是高絲的企業理念之一

高絲化粧品是日本最早發展品質管制的企業之一。創立以來，一直秉持著「追求高品質」的企業理念而努力，不時地發展各種科學方法來生產與控制品質，以提供大眾更優良、更安全的產品。因此才得在1980年11月榮獲品質管制的最高榮譽——戴明賞 (DEMING 賞)，這是日本化粧品史上的一大突破，也是高絲品質的最高保證。



高絲化粧品
總代理：台北青島路100號10樓10-1
電話：(02) 2708-1111

● 女性化粧品的標題，採用較細的字體。

(四) 曲線和直線的對比

● 由曲線、直線而顯出自然感的版面

曲線很富有柔和感、緩和感；直線則富堅硬感、銳利感，極具男性氣概。自然界中，皆由這兩者適當混合。平常我們並不注意這種關係，可是，當曲線或直線強調某形狀時，我們便有了深刻的印象，同時也產生相對應的情感。故我們常為加深曲線印象，就以一些直線來強調，也可以說，少量的直線會使曲線更引人注目。



- 右側圖片與文字採取直線編排，與左側汽車曲線成對比。
- ◀ 利用背景曲線來強調直線型商品。



- 汽車的曲線與高樓大廈的直線形成對比，兩者皆為人工型態，在質感方面也成對比。