

廣告 印刷設計

廣告 • 編排 • 印刷 • 設計專輯

林正義 編著

廣告 印刷設計

廣告 ● 編排 ● 印刷 ● 設計專輯



林正義 編著

出版者：現代書版公司
九龍彌街85號一二樓

印刷者：國興印刷廠
九龍官塘道183號七樓

香港南洋各地書局均有代售



廣告 印刷設計

廣告 • 編排 • 印刷 • 設計專輯

林正義 編著

出版者：現代書版公司
九龍彌街85號一二樓

印刷者：國興印刷廠
九龍官塘道183號七樓

香港南洋各地書局均有代售

廣告 印刷設計

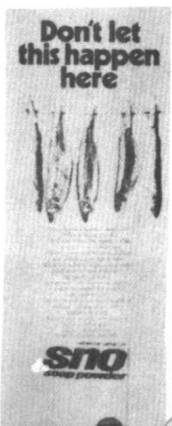
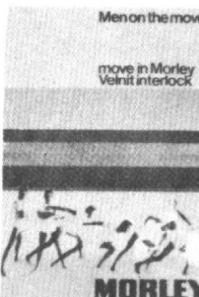
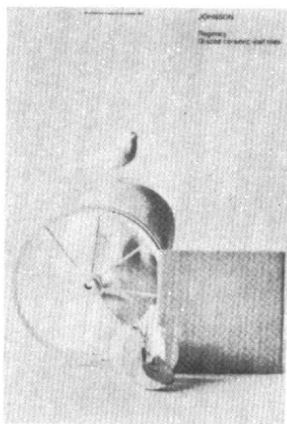
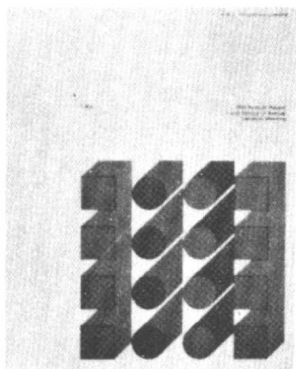
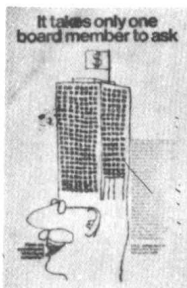
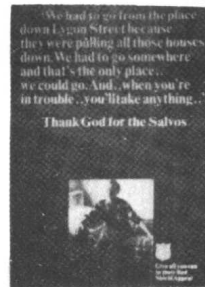
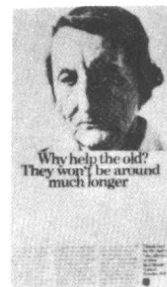
廣告 ● 編排 ● 印刷 ● 設計專輯



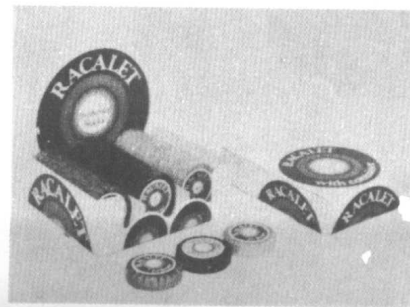
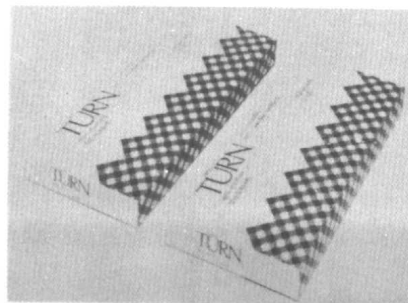
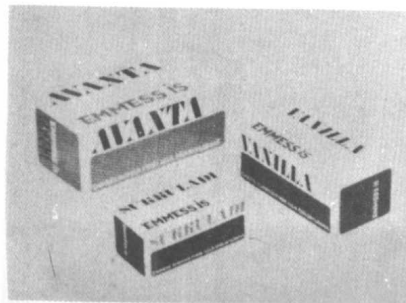
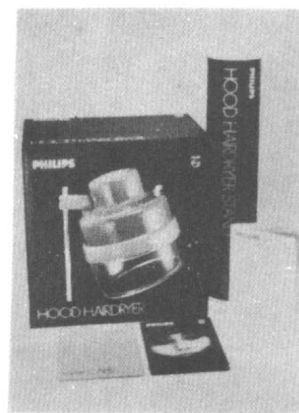
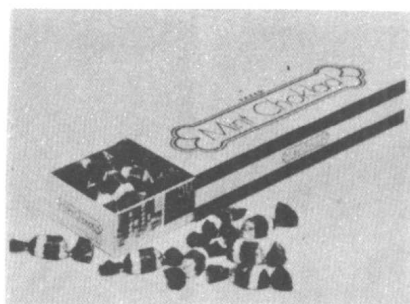
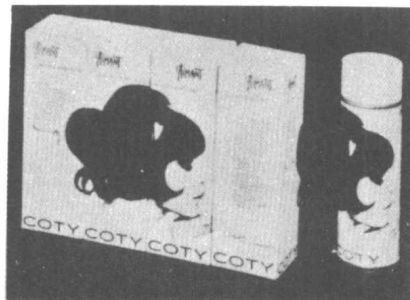
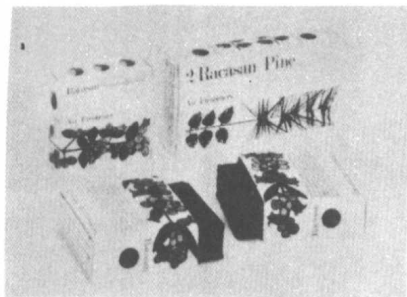
林正義 編著



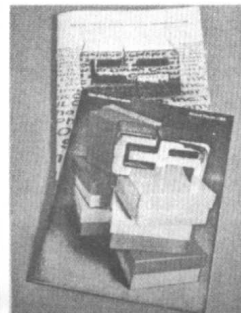
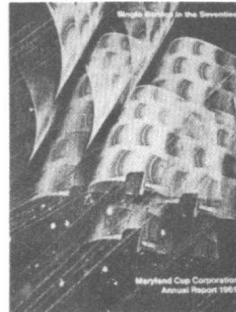
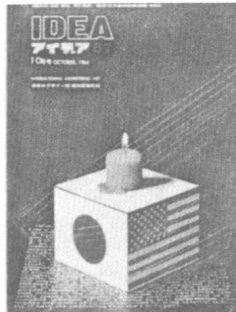
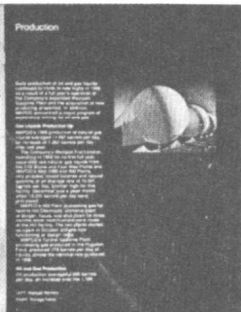
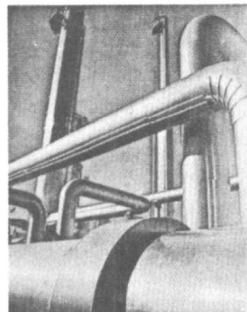
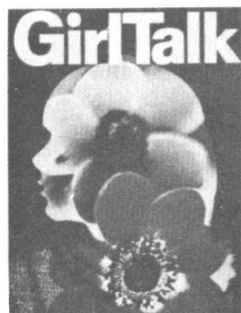
廣告設計



包裝設計



封面設計



Hwt667/02

目 錄

10	廣 告 設 計
11	廣告設計之原則與類型
12	標 準 型
14	標 題 型
16	反 常 型
18	文 字 型
20	標準變化型
22	圓 圖 型
24	圖片左置型
26	圖片左右型
28	四 點 型
30	斜 置 型
32	縱 軸 型
34	中 軸 型
36	上下橫跨型
38	指 示 型
40	字母圖示型
42	縱 條 型
44	字 體 型
46	自 由 型
48	全面圖片型
50	重 複 型
52	交 叉 型
54	套 印 型
56	棋 盤 型
58	搖 晃 型
60	重 疊 型
62	遮 蓋 型
64	背 景 型
66	編排設計之要素與類型
68	縱型編排設計
70	方型編排設計
72	橫型編排設計
74	二十種編排設計之統一性

80	印刷設計
81	印刷設計之重要性
82	紙張之開數與種類
85	日本標準規格之尺寸
86	雜誌廣告面之類別
88	印刷之種類
88	凸版印刷
89	平版印刷
90	凹版印刷
91	孔版印刷
92	靜電印刷
93	精密雕刻花紋圖案簡介
96	燙金銀箔
	浮凸壓印
	立體印刷
97	加色之混合
	減色之混合
98	從設計至印刷完成之基本過程概要
100	同一原稿之各種印刷表現法
102	印刷廠之主要設備
104	彩色印刷之原理
106	彩色分色方式的過程比較表
107	單色印刷
108	套色印刷
110	特殊網線之種類
112	雙色網線印刷
114	網線數之種類與其應用
	線畫・網線・線畫與網線之混合
115	世界著名印刷公司介紹
118	原稿之種類
120	彩色・黑白稿之變化處理
121	連晒之圖紋
122	中英文鉛字體
124	中英文照相排字

128	手寫字體
130	製圖用具
133	製圖之正確方法
134	放大與縮小
	對角線法
	方格法
	數學計算法
	放大尺法
136	不規則形之簡易放大法
137	圖形與文字之縮小比例
138	噴筆修整
140	圖片之處理
142	黑白稿製作之注意事項
144	書刊編排之步驟
146	摺疊與裝訂
150	版面頁數之排列法
152	名片設計
153	信封與信紙設計
156	包裝之內外構造
160	花邊圖案
162	中文鉛字字樣
164	歐美新字體資料
170	IBM 常用字體
173	英文校對符號表
174	印刷估價單(中文與英文)
176	設計規範手冊之內容實例
181	美國「新聞週刊」之編排・印刷・發行概況
192	羅傑斯特工藝學院師生作品
195	文字繪製步驟
197	包裝設計
198	商標設計
199	統一設計
200	圖表設計
201	廣告設計
202	封面設計

nlampen
en Augen
ebe

bed

plenty of

te aspirin

reduce fever

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198

198



provable values are essential for a stable business position

AMERICAN
PETROLEUM

廣告設計



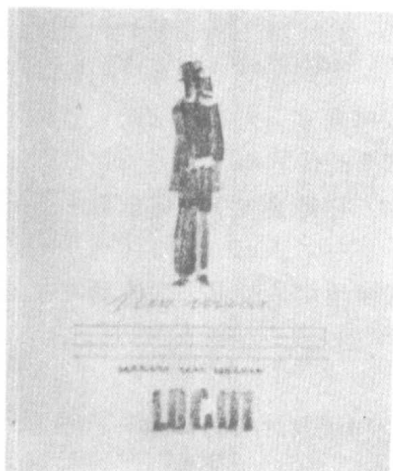
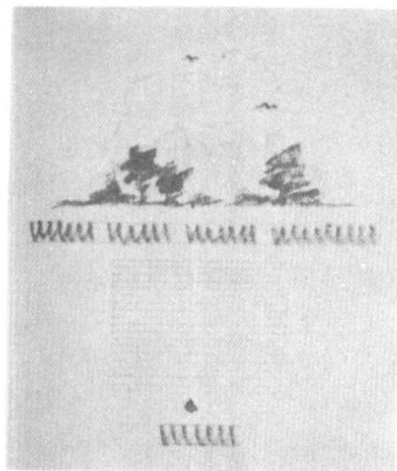
廣告設計之原則與類型

廣告設計家常認為在宇宙間與人類的本性中就存有某些美與秩序的法則。這些法則不論於現在或將來對人類在美學上的觀感，實居重要的一環。

- 1.重複：是同樣形式的反覆出現。它是具有韻律的。
- 2.輻射：是從本身起在內部或外部成輻射性的形式，像落日的餘暉，池中的漣漪。它含有重複並帶有下列統一的特性。
- 3.統一：是一體性的，具有和諧的精神。
- 4.間息：是以種種間歇性地重複出現，其重點在時間的間隔或間息。
- 5.對稱：以相反的位置重複並排。如蝴蝶與人類的器官，它具有下述平衡的作用。
- 6.平衡：是形式的正確配置。如人會自動地將壁上歪斜的畫拉直，將在桌邊即將掉落的碟子移開等。
- 7.對比：其衝突性可引發力量並增加平衡。
- 8.變換：可使對比形式得到和諧並使圖案柔美。
- 9.注意：即廣告能誘使讀者注意的價值力量。它可用大小、顏色、強度或感度來引人注意。
- 10.移動：是現代生活節奏的反映，是實際運動的線，也是各單元連繫所產生想像的線。
- 11.空白：是紙上沒有印東西的地方，是圖片的一部份，也是設計中的一面。它是音樂中的休止符，作文中的句點。
- 12.強調：可使圖片中某一單元，駕乎其他單元之上，在廣告設計中，應謹慎運用，不可失去控制。
- 13.魅力：廣告設計要迎合某些特殊讀者的需要。
- 14.簡樸：是優美廣告設計的主要秘訣。

所以廣告設計的好壞，成功與否，除應謹守上述十四原則外，那就得視設計者的知識、志趣與才智，以及他對本身工作的批判力如何而定了。

本篇「廣告設計」係將廣告之編排歸納為多種類型，以作為設計時之參考。



GOING STEADY

Equal time for both sexes. Her watch is as attractive as hers. Accurate time, too, assured by Gruen's 14 karat gold-plated stainless steel case. Here, a circle of diamonds, twelve of them, surround a 14 karat white gold case and finished with black, a 2000 sw. 12hr. spread leaves for Gruen's 2000 sw. A handsome 14 karat gold case. Fine, subtle elegance, a rich, black strap, 12hr. 187.

Both with superb Gruen 27 jewel Swiss movements. At fine stores everywhere.

For Gruen's name, New York, N.Y. 10017, Gruen is the name of the watchmaker.

GRUEN

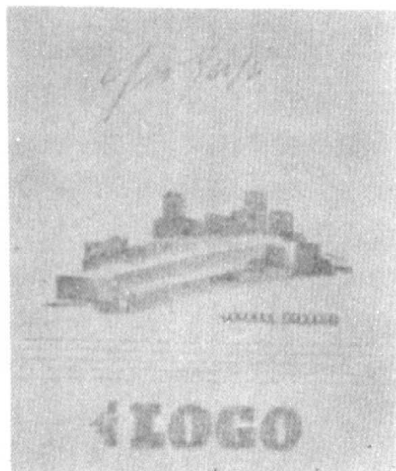
標準型

圖在版面的上端，其次是標題，然後是廣告文與商標字體。



經常我們所見到的廣告，大都是標準型。此即首先用圖片吸引讀者的興趣，然後利用標題來誘導讀者注意其廣告文而至商標字體。標準型具有一種好處，它會誘使我們養成閱讀圖片說明的習慣，標題置於圖片之下，可使讀者為求瞭解此圖片之涵義進而亟欲閱讀其廣告文。經實驗結果已證明，標題置於版面的中央位置，比通常置於上端，加倍容易使人注意而欲加以閱讀。標準型是基本、簡單而規則化的，在廣告設計、編排與選擇中，往往會容易被忽略的，應注意之。廣告編排其構圖愈簡單，設計者就愈覺棘手，愈需絞腦榨汁，因愈簡單，就不能有錯，一錯在版面上就會表露無遺，不像複雜的廣告構圖，因有多數單元合在一起，易被很多的裝飾物所掩蓋，其錯誤則不易被發覺。」





● 1000元以上：贈送金銀首飾、
● 400元以上：贈送名牌皮包、
● 300元以上：贈送名牌時錶、
● 200元以上：贈送名牌化妝品、
● 數量有限，贈完為止

資生堂化粧品