

版式设计1

1分钟版式设计速查与参考，快速找到灵感
39+基础理论，116+设计要点，84+设计方案
约239个设计要点提示

元素



PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

版式设计

Sun | 视觉设计 编著
飞思数字创意出版中心 监制

种元素（如面板、栏以及窗口）

定（如面板、栏以及窗口）来创建和处理文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。
作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处
素的任何排列方式称为工作区。Adobe Creative Suite 4 中的不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您

可以使用各种元素（如面板、

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

元素

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

可以使用各种元素（如面板、栏以及窗口）来创建和处理
文档和文件。这些元素的任何排列方式称为工作区。
不同应用程序的工作区拥有相同的外观，因此您可以方便地在应用程序之间切换。您也可以从
创建自己的工作区来调整各个应用程序，以适合您的工作方式。

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

版式设计作为现代设计艺术中最为重要的组成部分之一,以视觉传达作为其传播的重要手段。同时版式设计也是其他许多设计领域的祭奠,比如说报纸、平面广告和出版物等。随着时代的不断发展与进步,版式设计不再只是一种关于编排的艺术门类,它更是实现了技术与艺术的结合与统一,所以可以毫不犹豫地说,掌握版式设计是作为一名优秀的现代设计者所必备的技能。

由于版式设计是一种以概念为基准,并以创意为其创作动力的设计活动,因此在传授知识的过程中我们也采取了由表及里、深入式的教学方式,由浅入深,从理论再到实践。全书共计17个章节,根据其内容的不同分为三大部分,它们分别是基础理论、设计理论和实用解决方案,编者通过简短的文字解说来帮助读者理解设计理论与概念,并希望通过多种多样的成功案例来丰富读者的鉴赏阅历,从而开拓读者对版式的设计思维。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

版式设计1分钟秘笈 / Sun I视觉设计编著. -- 北京:电子工业出版社, 2012.5

ISBN 978-7-121-16722-5

I. ①版… II. ①S… III. ①版式—设计 IV. ①TS881

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第064398号

责任编辑:侯琦婧

特约编辑:李新承

印刷:

装订:北京画中画印刷有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开本:787×1092 1/32 印张:9.75 字数:249.6千字

印次:2012年5月第1次印刷

定价:45.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至zltts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

前言

版式设计是平面设计的重要组成部分，当相对于后者来说版式设计又是一门相对独立的艺术门类。版式设计不再以单纯的排版为目的，而是通过具有深度与美感的版面视觉语言来进行有效的信息传播，伴随着现代社会的不断进步，人们在生活中接触到越来越多优秀的版式设计，与此同时，涉及版式的设计领域也是多种多样的，比如阅读杂志、报纸、浏览网页或是观看海报等，因此版式设计与我们的日常生活有着密不可分的联系。

在人们的日常生活中，各式各样的平面广告、网页、小说或杂志扑面而来，以其独特的审美性与针对性充斥在我们的眼前。通过版式设计不仅能使设计者们的创意得到淋漓尽致的发挥，还能根据客户的要求达到产品盈利、品牌推广等目的。为了培养读者认识版面审美的能力，同时锻炼读者设计的思维与实践能力，本书力求以版式设计的理论为出发点，通过通俗易懂的文字叙述，将有关版式设计的基础理论和设计理论，以及与理论相匹配的经典案例相结合，帮助读者提高设计水准。

本书以版式设计的基本原理作为切入点，全书共分为17个章节，根据内容的不同可归纳为三大部分，第1~3章为第一部分，这3章主要围绕着版式的概念、印刷纸张、装订方式、网格的概念和构成版面的要素等基础知识来进行阐述，其中分别对版式的构成要素与网格系统进行了详尽讲解，帮助读者认识与版式相关的基础知识，为今后展开更为深入的学习奠定基础。

第4~8章为本书第二部分，此部分内容以各种设计理念为主，它以讲解版式的视觉流程、文字与图片的处理，以及色彩在版式中的应用等知识为主，本书不仅对每个知识点进行了细致入微的概念解析，同时还强调了它们的设计思维与理念，并期望通过这些语言和图片为读者灌输扎实的设计理念。

版式设计 1 分钟秘笈

作为本书的最后一个部分，第9~17章的内容以版式设计的经典案例分析为主，通过对报纸、杂志、平面广告和包装等日常生活中常见的元素进行举例说明，并对其中版式的创意过程与设计思路做了重点介绍，让读者从内容中学会设计理念，并通过这些分析给予读者设计灵感。

除此之外，本书最大的特点就是内容丰富、写作主旨明确、图例经典，每一页都配有一个知识点，使读者在本书循序渐进的指导下掌握牢固的基础知识，并在今后的作品鉴赏中学会融会贯通。因此，本书不仅是学习版式设计基础知识的教科书，同时也是一本能够提高读者设计能力的鉴赏丛书，期望各个层面的读者都能在本书中找到有价值的信息，并以此提升自己在版式设计方面的综合实力。

本书由Sun I 视觉设计编著，参与编写的人员还有孟尧、李晓华、陈慧娟、周维维、李江、王彦茹、徐文彬、朱淑容、刘琼、杨婉莉、赵冉、杨欣、李杰臣、柏梅、王异钢。

编著者

2011年12月

Conquer the ice.

Get new tires for better grip.



FordService

Feel the difference

Izvršna vlast



Ivan Jostović, predsjednik IDS-a, istarski župan
Radimir Čačić, predsjednik HNS-a
Marina Lovrić, SDP-ova županica istačko-moričavačka
Stipe Gabrić Jambić, HDZ-ov gradonačelnik Metkovića
Zdravko Ronko, SDP-ov gradonačelnik Porečja

Saba Peršević, savjetnik predsjednika Josipovića
Siniša Tatalović, savjetnik predsjednika Josipovića
Zrinka Vlahović, savjetnica predsjednika Josipovića
Mirjana Mladinec, savjetnica predsjednika Josipovića

Tomislav Karamarko, ministar unutarnjih poslova
Vladimir Faber, državni tajnik MUP-a
Davor Božinović, državni tajnik MUP-a
Dunja Mešić, zaposlenica Kazališnog odjela MUP-a
Andreja Javor, ravnateljica Druge uprave MUP-a

Izvršna vlast



Političke strukture



Ilustracija: Boris Benko

The intelligent investor by Benjamin Graham convinced Buffett that investing in a stock equates to owning a piece of the business. So when he searches for a stock to invest in, Buffett seeks out businesses that exhibit favorable long-term prospects. Does the company have a consistent operating history? Does it have a dominant business franchise? Is the business generating high and sustainable profit margins? If the company's share price is trading below expectations for its future growth, then it's a stock Buffett may want to own.

es it have a dominant business franchise? Is the business generating high and sustainable profit margins? If the company's share price is trading below expectations for its future growth, then it's a stock Buffett may want to own.

Mesićeva mreža

Svi Mesićevi ljudi u izvršnoj vlasti, javnim poduzećima i institucijama

Diplomacija

Danijela Barišić, veleposlanica u Bugarskoj
Nebosja Koharević, veleposlanik u Rusiji
Miroslav Galić, veleposlanik u Francuskoj
Željko Čimbar, veleposlanik u Singapuru
Eсад Prohić, veleposlanik u Iranu
Tomislav Čaz, veleposlanik u Slovačkoj
Amir Muharemić, konzul u Turskoj
Hrvoje Cvitanović, konzul u Njemačkoj



General Vlado Bagarić, zapovjednik HRZ-a
General Mladen Kruljac, zapovjednik HVO-a
General Dario Gordić, ravnatelj VSOA-e
General Ogrjen Proost
Josip Buljčić, ravnatelj SOA-e

Vojska i tajne službe



Javna poduzeća i institucije

Tomislav Dragčević, član Uprave lne
Vesna Trnkošop Tarča, potpredsjednica HGK
Vlatko Cvrtić, dekan FPZ
Izet Aganović, Medicinski fakultet



NO

ANIC
IS DO
YOU STILL
BUY?

THE RECESSION IS FORCING CONSUMERS TO MAKE TOUGH CHOICES AT THE GROCERY, WITH MANY DECIDING THAT PRICEY ORGANICS CAN BE LEFT ON THE SHELF. THE INDUSTRY IS SAYING GOODBYE TO ITS RAPID GROWTH YEARS.

On a mid-week night in late November at the Whole Foods in Tigard, there is none of the usual bustle of post-work shoppers, well-heeled suburbanites or time-stressed parents picking up deli food. It's quiet, so quiet a checkout clerk confides he is worried about layoffs.

This national retailer of high-end organics isn't the only organics player feeling the pinch of consumers tightening their money belts. Industry experts are reporting a slowdown in organics purchases nationally, and even Oregon's devotion to organics hasn't kept the downtown at bay locally.

"It was very robust through September, but at the beginning of November, we saw a serious softening in the market," says Josh Hinerfeld, CEO of Eugene-based Organically Grown, the largest wholesaler of organic produce in the region. Hinerfeld says sales were up more than 10% year over year through September, but in November they started dropping and he expects they will be down compared to the previous year.

Annie Hoy, the outreach manager for the Ashland Food Co-op, the largest certified organics retailer in the area, says growth next year will come from price increases, not increased sales. "Overall, we've seen a slowdown in sales. Our growth for 2008 will be in single digits, instead of the double digits of before. It's the same number of cus-



ORGANICS CONSUMER PROFILE

SOURCES: Nielsen Company, Hartman Group

Consumers with household incomes of \$70,000 or more are more likely than other consumers to be organics users. But 32% of all organics shoppers have a household income of less than \$38,000.

The organics consumer spends an average of \$127 on their weekly household grocery bill—15% higher than the national norm of \$115.

These shoppers are 19% more likely than the national average to be ages 18-34 and 13% more likely to have two or more children at home.

"Two years ago we were already finding that consumers were making tradeoffs," says Lizette Demerit, president of the Hartmann Group, a Seattle-based research firm that tracks consumer habits. "The glory days of [organics consumers] experimenting across all categories are falling off. The downturn has crystallized what they value, and that is primarily in the perishables and dairy and meat."

Americans spent \$16.7 billion on organic food and beverages in 2006, a 126% increase in just five years, according to the Organic Trade Association, an industry trade group. But with organic food typically 20% to 100% more expensive than conventional food and with overall food prices expected to rise 3.5% to 4.5% this year, the organics shopper is thinking twice. In response, the OTA in late November announced an "extraordinary" consumer marketing and PR campaign aimed at more than 25 million consumers to educate them about the benefits of organics.

For an industry that has seen about 20% growth year over year, it's a sobering change. A late 2008 report by the Nielsen Company, a national independent research company, says the sales drop that started this past fall could be the start of an "organics growth plateau" and that many analysts think organics sales will slow to about 5% to 10% yearly growth. The Natural Marketing Institute estimates organics will taper off to 10% growth this year and be at 5% by 2010. And while neither the stats nor the OTA backs out farmers for far the

CUTTING CLASS:

Wright When seen from above, the theater's tower is enclosed by a shape that resembles an abstracted kite, denoting the school's PS number (Building A highly faceted facade illuminates the theater's lobby

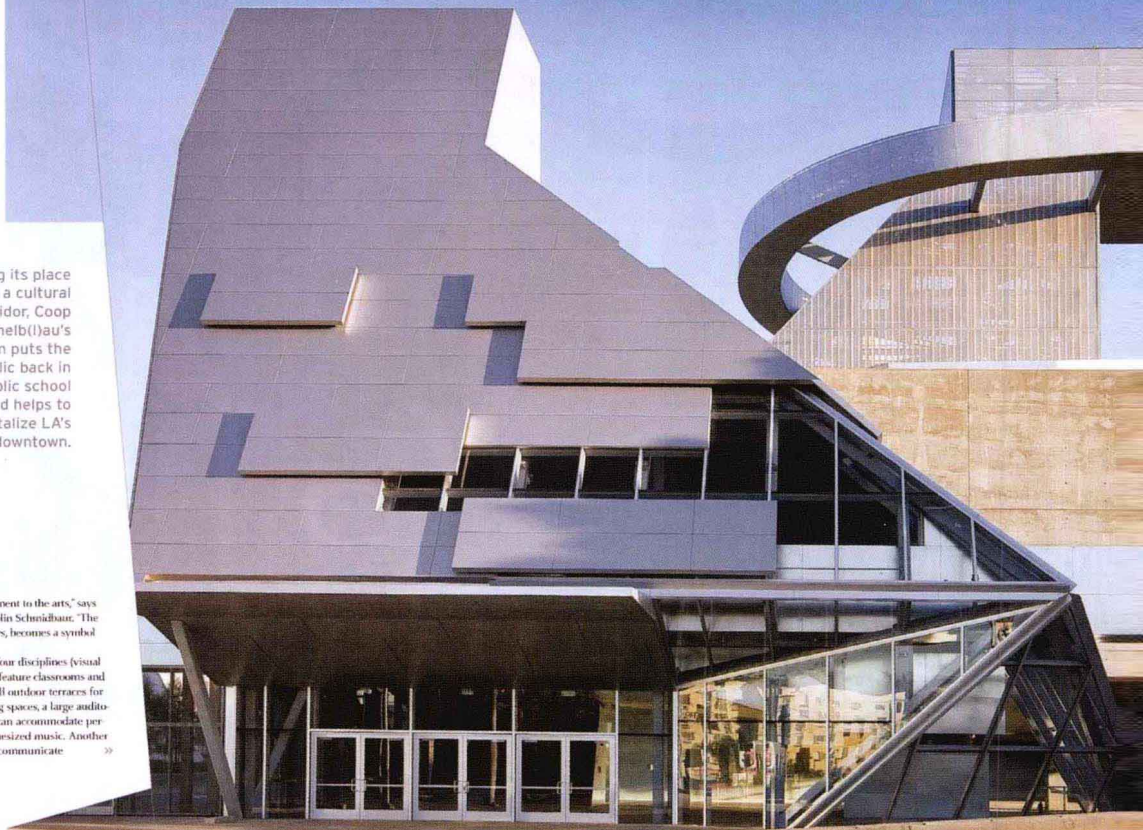


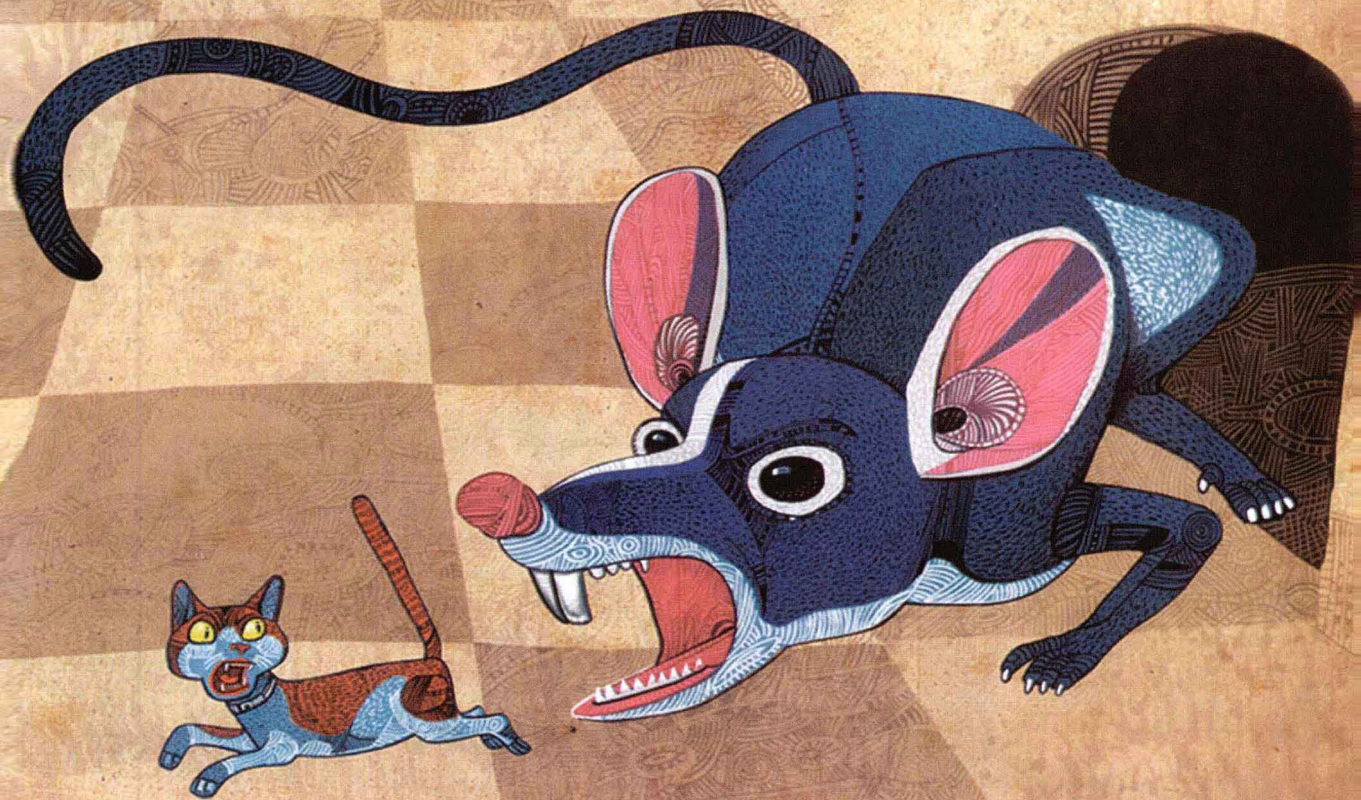
Taking its place on a cultural corridor, Coop Himmelb(l)au's design puts the public back in public school and helps to revitalize LA's downtown.

architecture to communicate a commitment to the arts," says project partner and LA office head Karolin Schmidbauer. "The tower, which is visible from the freeways, becomes a symbol for that commitment."

Buildings for each of the school's four disciplines (visual and performing arts, dance and music) feature classrooms and studios with unique attributes, like small outdoor terraces for painters and sculptors. Two performing spaces, a large auditorium and a flexible black box theater can accommodate performances from spoken word to synthesized music. Another item was security. "You don't want to communicate

29





目 录

第1章 认识版式设计

1

- | | | | | | |
|----------------|----|------------------|----|-----------------|----|
| 01 什么是版式 | 3 | 结合不同的媒体 | | 07 了解版面组成的要素 | 17 |
| 02 版式设计的应用领域 | 4 | 05 选择不同的开本类型 | 14 | 08 明确版面中文字区块的分类 | 19 |
| 03 认识不同的印刷用纸 | 8 | 06 根据装订位置决定开本的大小 | 15 | 09 认识装订的要素 | 20 |
| 04 掌握必要的印刷尺寸规格 | 12 | | | | |

第2章 了解版式设计中的构成元素

23

- | | | | | | |
|--------------------|----|------------------|----|----------------|----|
| 10 认识点元素 | 25 | 利用点的面化组合 | | 巧用不同长短 | |
| 11 密集型点呈现出不同的张力 | 26 | 14 展现个性效果 | 29 | 18 的线条组合打造韵律空间 | 33 |
| 12 分散型点在版面中的灵活运用 | 27 | 15 线元素的个性特点 | 30 | 不同质感的线条 | |
| 13 不同点的大小表现不同的版式效果 | 28 | 16 利用不同的直线表现版面情感 | 31 | 19 组合增强版面趣味 | 34 |
| | | 17 活用曲线展现版面节奏感 | 32 | 利用线条的不同粗细 | |
| | | | | 20 表现视觉张力 | 36 |

版式设计 1 分钟秘笈

- 21 了解线框的强调作用 37
- 22 面元素的构成特点 38
- 23 给人规整印象的几何形面 39

- 24 有机性形体面呈现创意版面效果 40
- 25 无规则的面打造个性的版面空间 41

- 26 无拘束的自由形态的面 42

第3章 网格系统对版式设计的重要影响

43

- 27 了解什么是网格 45
- 28 网格在版式设计中的应用 46
- 29 网格的建立 47
- 30 单栏式对称网格决定务实的版面风格 49
- 31 多栏式对称网格规整版面内容 50

- 32 用非对称的栏状网格打破传统编排 51
- 33 非对称单元格营造版面独特感 52
- 34 从基线网格实现行间距 53
- 35 交叉对齐的基线网格 54
- 36 用显露的基线网格强化正文 55

- 37 通过裱图框形式进行格式编排 56
- 38 预留空间增加文章的空间感 57
- 39 高位置图片编排增强层次感 58

第4章 版式设计中的视觉流程

59

- 40 视觉流程在版面中的关键作用 61

- 41 具有规律性的视觉流程 62

- 42 充满秩序性的单向视觉流程 63

43	风格独特的扇形 视觉流程	64
44	如何构成重心 视觉流程	65
45	横向视觉流程凸显 版面流畅性	66
46	集中视觉要素赋予 版面平静感	67
47	斜向视觉流程展现 版面运动感	68

48	表意明确的指向性 视觉流程	69
49	给人交错感的十字形 视觉流程	70
50	散构式视觉流程展示 版面张弛感	71
51	密集型散构视觉流程 表现画面的张力	72
52	展现张力的离心型 视觉流程	73

53	增强版面灵活性的 弧线型流程	74
54	营造完美空间的 回旋型视觉流程	75
55	反复视觉流程展现 别样的版面格调	76
56	发射式视觉流程 体现版面的条理性	77

第5章 掌握色彩在版式中的基本运用

79

57	利用不同的色彩 唤起不同的版面 情感	81
58	具有规律性的视觉 流程	82
59	利用对比色调强调 版面的鲜明印象	83
60	利用邻近色调强调 版面的柔和印象	84

61	感受色彩的冷感	85
62	感受色彩的暖意	86
63	使用色彩表现版面 的轻重感	87
64	色彩的前进感 与后退感	88
65	表现兴奋感的 版面配色	89

66	体验色彩带来 的沉静感	90
67	选择单一色调决定 版面风格	91
68	利用无彩色彰显 版面的洗练感	92
69	打造活跃气氛的 多色彩运用	93

- 70 体验色彩带来的沉静感 94
- 71 低纯度配色赋予版面务实感 95

- 72 选用中低明度色彩营造版面和谐氛围 96
- 73 低明度色彩打造缓和的版面空间 97

- 74 色彩的弱对比展现版面的婉约氛围 98
- 75 色彩的强对比打造鲜明的视觉印象 99

第6章 版式设计中的图片处理

101

- 76 根据图片的不同类型进行分类摆放 103
- 77 统一版面中所有图片的色调 104
- 78 将不规则图片进行单边对齐 105
- 79 控制拥有多种尺寸的图片类型 106
- 80 不同尺寸图片的散构排列 107
- 81 通过图片的摆放位置引起读者的注意 108
- 82 通过图片位置的摆放增添版面的趣味性 109

- 83 通过出血图片控制版面的视觉 110
- 84 按照一定几何图形进行图片的分类 111
- 85 通过轮廓线裁剪图片 112
- 86 通过图片剪裁形成镶嵌的特殊效果 113
- 87 注意留出人物图片的视线位置 114
- 88 通过剪裁改变图形的缩放 115
- 89 通过图形剪裁缩小主体物的画面比例 116
- 90 通过剪裁将图片中的多余画面去除 117

- 91 通过不完全剪裁营造饱满的格局 118
- 92 图片与文字以叠加关系进行摆放 119
- 93 将人物面部进行局部放大 120
- 94 通过对图片线条位置的调整实现画面的统一 121
- 95 增加图片中的运动或变化的程度 122
- 96 设置间距确认图片间的划分 123
- 97 规整的图片间距构成舒适的版面 124

98	采用相同规格的图片组合形式	125
99	方形与褪底图片的共生版式	126

100	将图片铺设为文字的背景	127
101	根据版式需要设置图片的位置	128

102	谈话类图片中气氛的特殊处理	129
103	对图片要素施以恰当的艺术手法	130

第7章 掌握版式设计中的文字

131

104	利用字体选择表现稳重的效果	133
105	配合主题氛围的字体设计	134
106	选用粗体字突出效果	135
107	粗体字在时尚类杂志版式中的应用	136
108	用于特殊表现的艺术字体用法	137
109	通过文字样式表现版面主题	138
110	用字号表现不同内容的差别	139
111	用大字号表现醒目的标题文字	140

	对于突出的文字适当的描边处理	
112	很必要	141
113	通过字体描边绘制出立体质感	142
114	借助正负图形来表现文字的独特性	143
115	从读者对象来选用字体和字号	144
116	富有创意的版式文字排列	145
117	从书籍的类型来确定文章段落	146

118	文字段落较少的时尚类刊物	147
119	从易读性考虑文字间距	148
120	紧凑行间距以突出版面主体	149
121	栏宽的一致性能突出页面的整洁	150
122	段落间用足够的距离体现	151
123	不打破一个词组强行换行	152
124	通过变换文字的色彩突出要点	153

在复杂的背景中	
125 用黑/白色块	
衬托文字	154
126 文字的组合作用	
体现设计的美感	155

合理分配含有	
127 多种字体的版式	156
重复性的文字	
128 编排强化了页面	
的构图形式	157

文字与图案的	
129 组合增添版面的	
趣味性	158

第8章 图片与文字的编排

159

130 以段组为标准	
设计版式	161
131 巧用上下对称的	
构图形式	162
132 巧用对角线对称	
的构图形式	163
通过图片的大小来	
133 区分内容的先后	164
通过色彩和形状	
134 区分先后	165
段落的开始位置	
135 需要有明确的提示	166
通过留白使页面	
136 形式发生变化	167

通过分界线来	
137 划分页面	168
运用底色来	
138 划分页面	169
139 统一版面的位置	170
140 设置图片和文字	
的统一边线	171
141 图片与段落文字	
互不切割	172
142 图片上摆放文字	
位置的要点	173
143 在图片上摆放	
文字色彩的选择	174

文字和图片的编排	
144 形成互补的形式	175
145 文字的图形化设置	
与图片相呼应	176
146 将文字以裱图框	
形式置于图片之上	177
147 通过重复的形式	
来突出主题	178
148 通过渐变重复来	
产生节奏	179
149 利用线条来	
引导阅读	180
150 运用能吸引读者	
注意的视觉图像	181

运用具有强烈视觉 冲击力的图像 吸引读者	182
灵活运用黄金 比例的矩形	183

在连续的页 面中保持 一定的版面 结构	184
------------------------------	-----

封面版式设计 的作用	185
统一各页面的 色调和字体	186

第9章 报纸版式设计实用方案

187

规范有度的 时事报纸版式	189
巧用上下对称 的构图形式	190
利用边框强调信息 的经济报纸版式	191
趣味横生的 报纸版式设计	192

带有年轻气息的 流行乐画报 版式设计	193
引人入胜的科普 报刊版式设计	194
充满激情的体育类 报纸版式设计	195

巧用文字绕图的 报纸版式设计	196
意图明确的电影 资讯报纸版式	197
巧用文字绕图 的报纸版式设计	198

第10章 杂志版式设计实用方案

199

强化主体形象的 版式设计	201
借助文字渐变色彩 表现节奏感的版面	202

大胆留出空白 提高审美趣味	203
以简洁的页眉设计 美化界面	204

运用大号字体 强调杂志版面	205
交错的编排格式 为杂志增添吸引力	206