

组合字体

(日) 桑山弥三郎

Thaibook 浪漫亭

万国博覧会 Leela

Budgen NORELCO

ROBINS Sobell

PUROGEN 東京家具

東陶機器 pipio

NETTMA 建設 graphicaxii

组合字体

浙江人民美术出版社出版·发行
(杭州武林路125号)

浙江省新华书店经销 浙江德清印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 12

ISBN 7-5340-0070-X/J·51

印数: 0,001—20,000 定价: 5.10元

组合字体

【日】桑山弥三郎

张福昌 译

浙江人民美术出版社

目录

连字的种类和机能	8
连字的造形要素	10
内容的印象表现和形态	12
横向组合与纵向组合的关联	13
连字的展开	14
连字的标准作图	16
●日文连字	
开式风格	21
阴影风格	26
现代风格	30
花式风格	35
古典风格	39
徒手风格	44
毛笔风格	49
明朝风格	55
圆哥德体风格	59
哥德(黑体)体风格	64
●拉丁字母连字	
开式风格	78
阴影风格	90
镂刻风格	97
现代风格	100
花式风格	108
徒手风格	112
书写体风格	117
黑体风格	126
埃及风格	128
具象与文字的组合/具象表现	133
罗马风格	146
带圆味的圣塞里夫风格	152
圣塞里夫风格 1	158
圣塞里夫风格 2	166
圣塞里夫风格 3	176

出版说明

《象征图形》《组合字体》两书，日文原版由日本著名字体、视觉传达要素研究专家桑山弥三郎先生编著。此书是无锡轻工业学院工业造型系副主任、副教授张福昌在日留学时，由作者亲自送给译者。在这两本书出版之际，浙江人民美术出版社谨向桑山弥三郎先生表示谢意。

连字的种类和机能

连字是印刷用语，是指把两个以上文字铸成一条组合字体。但现在解释的范围不断扩大，像品名和公司名，在决定复数文字排列时，使相邻字体成为一个整体，并经注册后，其他人不能随便使用的、得到法律保护的文字设计。

每天早上，当我们一打开报刊，就能看到很多连字，如报纸的题字，连载的标题，气象图的标题，如花边的随笔题字，电视、广播节目的文字，小说和漫画的题字等，再看一看报纸广告，就可发现有许多表示电视和食品的品名连字，有电视的固有名称，如（高雄）和○○咖喱那样特有名与品名合一的专用名连字，也有像○○电气与○○食品那样的公司名连字，其中有直接用公司产品作标记，有理解的标记的连合标记，也有仅仅在推销期间使用的宣传用连字，还有电影和戏剧广告中的标题连字等。

在周刊和月刊中，除封面题字之外，常常根据

专辑文字和各页的报导内容，来设计题头美术字，其实，这也包含在连字的范围中。连字根据用途大致有以上种类。

下面试考虑一下不同种类具有什么样的机能。

1. 公司名连字

公司名大多与商标组合使用，是与商标标记一起都是可称为其企业形象。那是极为重要的。要求对长期使用的人给以信赖感的品格。从信笺台头那样小的东西到霓虹灯标那样大的东西，从印刷到用霓虹灯管的表现都要保持同样的字形。这未必完全丝毫不差，重要的是在视觉上同形，同一形象。有时，根据使用尺寸准备细、中、粗三个等级粗细的公司名连字。

2. 品名连字

大企业虽然制造了许多商品，但是都是以同一风格设计其品名上使用的连字。让顾客认知是同一

① 产品名称连字

② 公司名英文连字

③ 公司名连字

④ 表示材料的连字

用于报纸广告的各种连字 广告制作：“光”广告公司 品名连字设计：深野匡

企业的商品，由此可提高销售效果。而且常常设计作为基础的50音字母，进行相互组合成连字。这种方法容易与新制品取得统一，以此能统一制作，因此，也是经济的，通常把组合连字的基本字体称作企业规范字体。

3. 特有名连字

一成为大公司，即使是同样的商品也要生产很多种类，为此，都要附上一个个特有品名。例如，加上如(高雄)电视和(蓝天)洗衣机那样有亲切感的、朗朗上口的名称。特有名连字与公司名和品名相比要求个性和印象度要非常高。使用期一般随着机种的更新而结束，也有仅在一年内使用就更新的短期事例。

4. 宣传运动连字

这是用于限在某一时期内销售某新制品时的特殊连字，仅在这一时期内使用，短时间内就消失的连字及每年都在这一季节使用的连字等。此外，还有作为商品组合的总称而使用的连字。作为宣传运动的集会和展览会的连字，也可包含于这一范围之内。

要求形态给人以强烈的印象，但风格不限定。

5. 标题连字

以报纸、杂志、单行本、电影、戏剧、电视节目等题字为首，还有根据报纸、杂志的报导内容书写的美术字。小说和电影等，除表现内容之外，是十分注重气氛的领域。报纸、杂志、单行本的题字也可说是品名连字。

6. 店名连字

店名连字包含在公司名连字中。公司名要求正统的风格和完美，但小吃店、饭店、俱乐部等店名为了表现行业特点，趣味性，轻松愉快等气氛就十分重要。表现方面也不讲究横向与纵向组合的线型，自由表现为多。

7. 连字标记

像(SONY)和(HONDA)一类连字本身就作商标标记。这类连字称为连字标记。

这类标记有着靠阅读和声音能记忆的特长，是以文字的拼法和声音、行业和字形的关系综合而成功的连字，也是商标标记的一种。

シエル石油株式会社

ガマ-☆セ-ル

フ-セン ガム

マニ-クス

育空

イルランド

① 公司连字/壳牌石油/桑山弥三郎1964

② 品名连字/江崎糖果/松久秀春1968

③ 特有品名连字/日立家电/团琢磨

④ 宣传运动连字/家庭食品/神田俊治1971

⑤ 标题连字/日本电视/新谷幸二郎1967

⑥ 店名连字/伊尔蒙特/大野和夫1970

连字的造形要素

下面就连字制作中所必需的知识、调查和要素加以叙述。

1. 连字的特点

像公司名那样比起个性来,它更要求完善。虽然有用现成字体组合的情况,但是仅此却不能得到满意的结果的。是什么原因呢?只要比较一下一般字体和连字,其性格就很清楚了。区别最大的是文字的排列。现成字体对将要与自己相邻的文字是不能预想的,只能采取无论什么样的字来都可以相处的形态;可是,由于连字的排列是已经决定的,因此,可以自由地交叉组合或分两行组合等。在连字中极少有相同的字重复出现,另外,对于现成字体的正体来说,大多是平、长体和斜体,这也是它的特征之一。连字表现内容的印象虽极为重要,但由于字体用于各种内容,因此,若过分强调个性和形象,则会使使用范围变狭。连字字体大多为片假名和拉丁字母

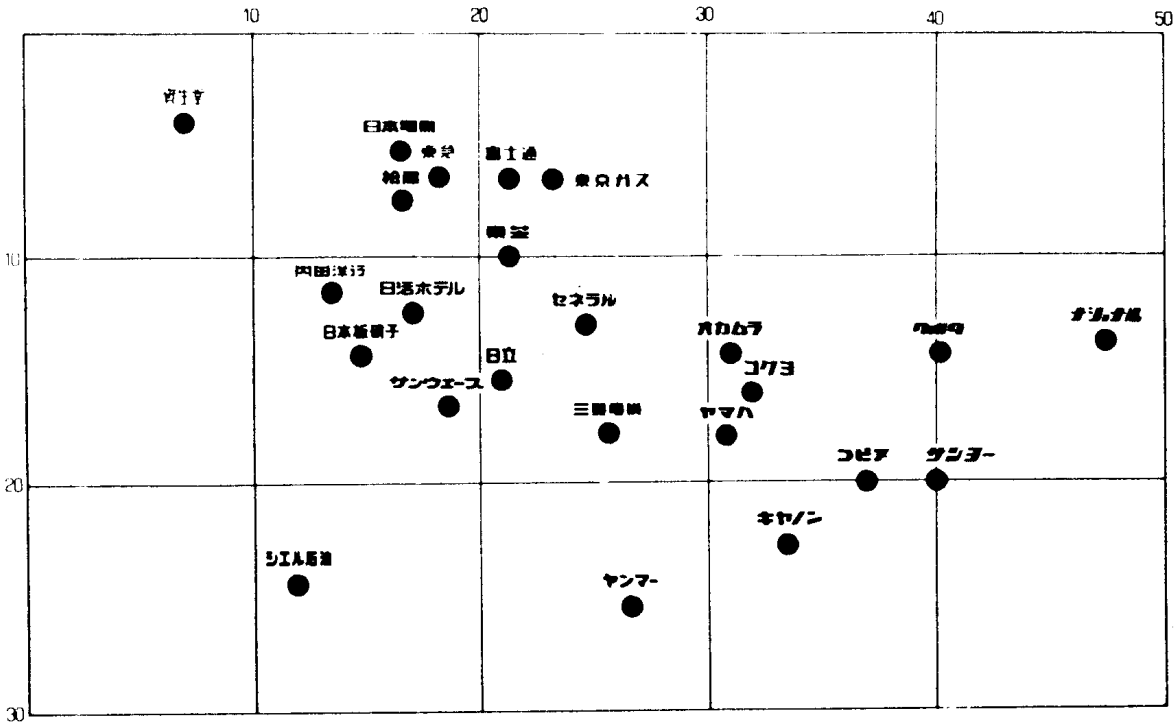
一类单纯的字体,因此,比之一般字体来,更多地用粗线的字体和富于变化的字体,不少属于字体的陈列展示类型。

在连字中有在夸张的花式的装饰文字和手迹等字体中所见不到的变化。

2. 制作前的研究

在决定了名称之后,须选择用什么样的字体来表现名称——例如汉字/片假名/平假名/汉字和假名的混合/罗马字/英语等,不同的字体给内容印象带来很大的变化。由于连字的形象与已有的不能类似,为此必须进行调查。

在接受制作委托时虽然可以向同行业的其他公司索取资料,但是,一时很难收全。因此,从平时起就要注意观察,新的连字一发表就要按不同行业进行整理和记录。除重新制作新的连字外,也有将现有连字加以改良,以一定人数为对象进行印象调



公司名连字线的粗细

查，在这结果的基础之上再决定是进行改良还是重新设计制作。这种调查要点在以什么人为对象，就什么进行调查：一般就如下几点进行：①是否合乎行业和商品的形象。②有否新的感觉。③若是企业的话，能否使人感到有发展前途和可信赖性以及品格。④若是商品那么购买年龄层是否喜欢。⑤有无亲切感。⑥是否清晰易认。⑦作为文字是否美等。可以说，有必要由设计师和心理学者共同协作来决定调查基准。

3. 制作上的造形要素

连字除包含上述要素之外，在制作草稿时，作为要素，必须考虑进行下列各项的检查：①构成文字的线的粗细以多粗为宜？②如何处理线端和曲线的要素形态？③在整体构成方面有没有构思创造？④有无因字体处理而产生的新颖感或组合上的新发展？⑤横向组合、纵向组合是专用还是可以兼用？⑥日本文字与英文字母能否以同样形象得到统一？⑦色彩表现时，是用单色还是多色？等等。下左图是

检查要素①的一个实例，是用现行的公司名连字比较用线的粗细能在何种程度上改变印象的例子。字框为100，竖线的粗细为纵轴，横线的粗细为横轴。字框虽有横竖不同，一般以长边为100。看一下资生堂的连字，是以三个字中最细的线组成的，而松下公司的字竖划用最粗的线构成，甚至可称为面的表现。“大蜻蜓”的假名连字横、竖线相同。虽然汉字和假名的线条粗细不同，但在这里是无区别地作了测定。若抽出字框的黑白比较数据，则可以更正确地抓住各公司的连字性格。如线的粗细定了，那么可以试研究随着检查要素②——基本要素的变化，印象是如何发生变化的。可以将字端试写成圆角，斜切割，稍为鼓起，改变曲线的性格，加上表示笔势的粗细差别等。接着进行检查要素③——构成上的组合考虑，在所有的草图都出来后便进行综合地判断，将设计集中于一点的方法为宜。



一种素材所产生的形象变化

以同样粗细改变线端的要素实例

①用直线切割状字体

②用圆角的黑体

③切成A形字体

同样粗细改变圆弧实例

①近乎直线的大圆弧

②黑体的圆弧 弯折的圆弧

内容的印象表现和形态

制作连字最重要的要点之一为内容的印象表现。下面试考虑印象与形态的关连。

公司名连字是企业的业务内容和正在发展的今后的姿态的形象化体现。可是，这种形象是很少以具体的形态得到表现的。于是便要以品名、店名、标题等连字，表示制品、店、杂志的内容、特征和形态等印象。在常见的印象的形象化连字中，作为表示交通工具和运动的速度感，常常处理成斜体，在文字上附加上笔触类装饰物或加上线来强调。也有表示宝石和光的放射线，以及为表示唱片和乐器等节奏感和音响感觉用音符记号和线形成的浓淡。为了表示外国的化妆品和酒等异国情调，则采用与外国的有代表性的风景、建筑物、动植物的组合。为了表示纯日本的食物和工具、电动器具等日本式印象又采用毛笔体。作为饮料水和洗涤剂等有关水的表现，则采用水滴和用同心圆组成的波纹。作为

代表椅垫和西式糕点等柔软感觉的表现 为粗圆黑体为表现。电风扇和空调、冰箱的风和凉爽感，一般采用雪花和波形模样和锯齿状锐角形态。最近又流行采用表现未来、宇宙、电子的电子计算机文字的风格。上述的无论哪一种，其印象和形态都已得以固定化。凭借进一步发展这些表现形式，可以表现新的印象，固定化了的形式也是随着其时代的变化而不断变化的。

困难的是怎样表现印象，很抽象而没有形的或不便成型的内容。假如有谁最早成功地将其用形态表现出来，那么就会由赞成的人不断传播开来，渐渐固定下来给人以同样的形象。在印象的描绘方法上因人而异，有时随着接受者的生活环境从形态感受到的印象也会不同。尽量追求有共同性的不变的印象，这就是设计师的重要使命。

カーライフ ①

宣伝会議 ②

ゆきんて ③

たばこ ④

ゆきんこ ⑤

NY, NY ⑥

①速度感的表现／河出书房（试作）

②日本式印象的表现／大谷屋／福山登志夫1971

③柔软的表现／ゆきんて店／小林茂二1967

④表示未来、宇宙和电子的电子计算机风格久保田宣传研究所

⑤香烟和烟的表现／日本销售公司／桑山弥三郎1971

⑥高层建筑的立体表现／纽约经济评议会哈布、罗巴林（美国）

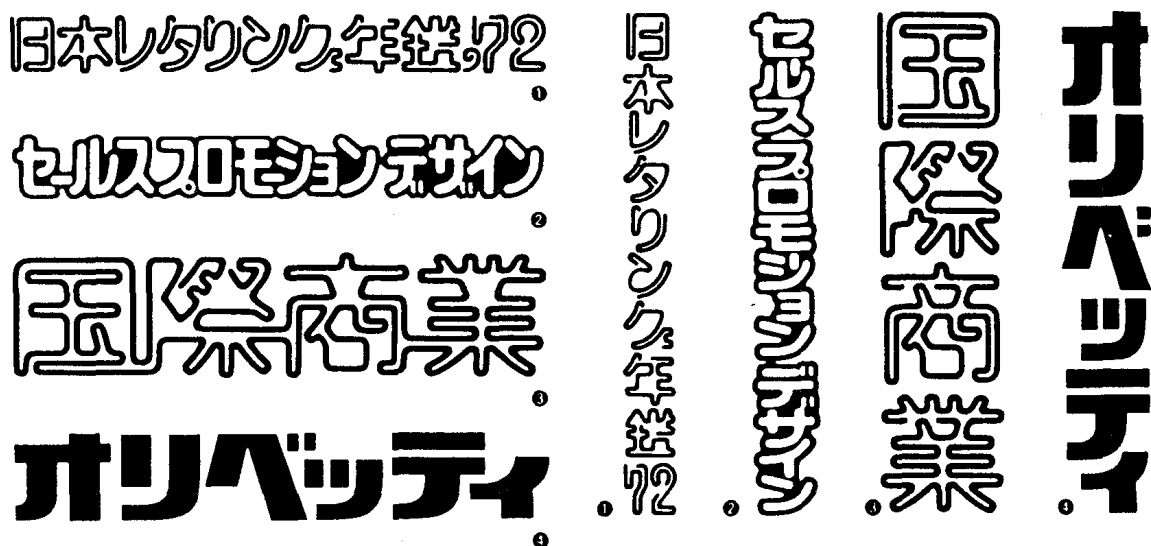
横排和竖排的关连

日本文字的长处之一是可以横排和竖排。最近的横排文字渐渐增多的倾向，是由于罗马字和阿拉伯数字在文章中使用得很多的缘故。连字也同样有横排和竖排。本书是以横排连字为主体编辑的，当然在纵长空间中使用竖排的连字比较方便。附在街道建筑物上的招牌大多是竖排的。另外，单行本的封面书脊也几乎都是使用竖排的形式。此外，日本的传统商品（紫菜）等连字中竖排的很多。在画草稿时必须决定是否搞成两种排列都适用。有过这样的例子：横排是很出色的连字，但因后来需要竖排，尽管费尽心机，但最终成为乏味的连字。

公司名字体一般需要横排和竖排。制作两种排列时，由于受到字形的限制，因此必须注意。①斜体要尽可能避免为宜。无论如何要把横排成斜体时，竖排若不限于正体或近乎正体的斜体，那么，竖排

整体看起来倾斜，没有安全感，与横排的统一就会失去。②拉长字的局部，与其它字体相连接的方法最好不要采用。即使横排很好的字体，由于竖排时相邻的部分改变了。因此，常常不能得到同一形象。这样的形式最好统一成正方形或圆形，可以将一种原形用于横排和竖排。但是，这种场合有文字会变小的缺点。③最好不要写成极端的长体和扁体。因为若以横排中的长体，原封不动地移用于竖排，那么，不仅显得非常狭长，而且从整体上感受到的印象也有很大的变化。因此，要写成稍为近乎正体的字体。极端的扁字也同样。

接着试研究横排与竖排的不同。从根本上来说，横排强调天地线，竖排强调左右线条，集中排列，为此，在横排和竖排中，若不改变各字的宽度，那么，整体的统一就变坏。



①日本印刷术学会／桑山弥三郎1971

② 诚文堂新光社／桑山弥三郎1972

③ 国际商业社／桑山弥三郎1972

④ 日本沃利贝梯／桑山弥三郎1970

连字的展开

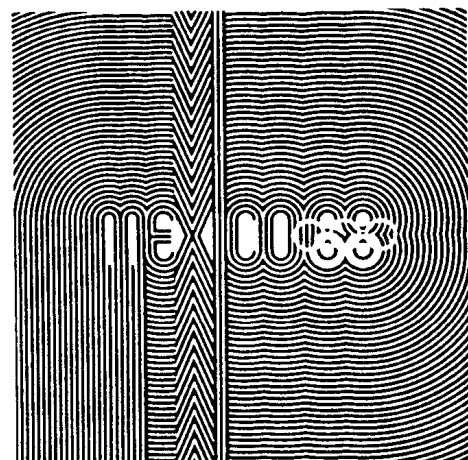
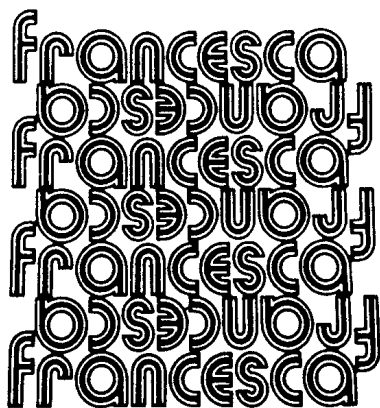
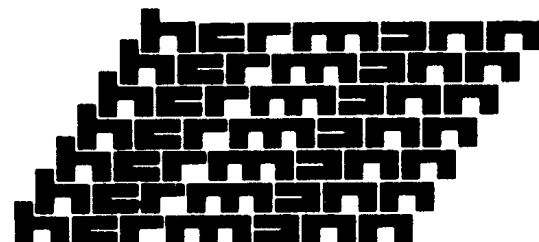
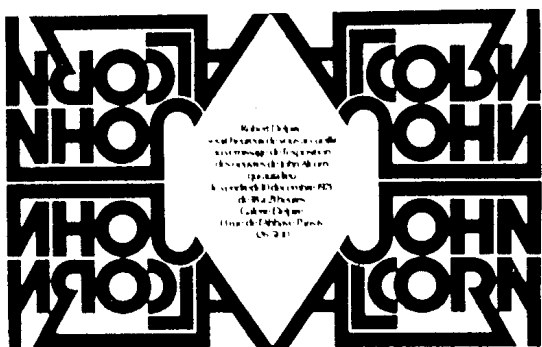
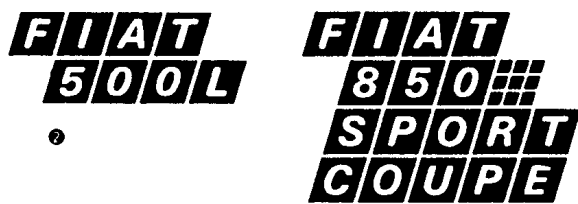
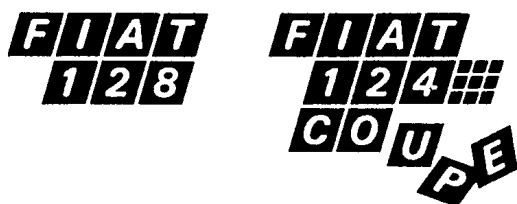
1. 连字的变化

连字使用的状态有从大至数米的霓虹灯,小至综合样本般小型的状况。此外,其材质也从霓虹灯管到在制品上呈浮雕状的铸造文字和印刷、刺绣在布料上的连字等各种各样连字。为了保证即使材质改变,也能保持同一印象,有时要对连字进行制作上的变化。用于变化的规格调整中除了调整线的粗细之外,还有搞成反转(加上黑底留白)、用面表

示的连字及立体性表现的连字等。另一种方法为如菲阿特公司那样设计成各自为一单元的连字。但凡是同公司产品,那么只需像排铅字那样,在任何车种上都可组合。极富特征性,在陈列宣传中极为重要。

2. 由连字构成的造形

我们常常使用的包装纸中有不少例子是将连字连续排列而形成设计的,常常有这种将连字纹样化



①鹿公司/明莫·卡斯蒂拉诺(意大利)1970

②菲阿特公司/阿明·福格(瑞士)

③海尔曼公司/阿特里昂·菲尔蒂加(法国)

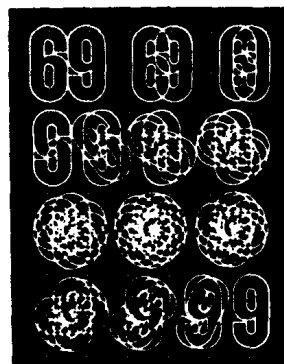
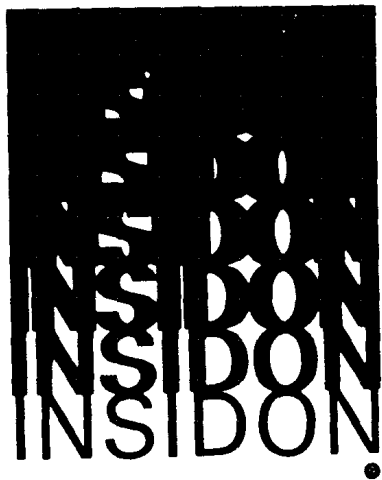
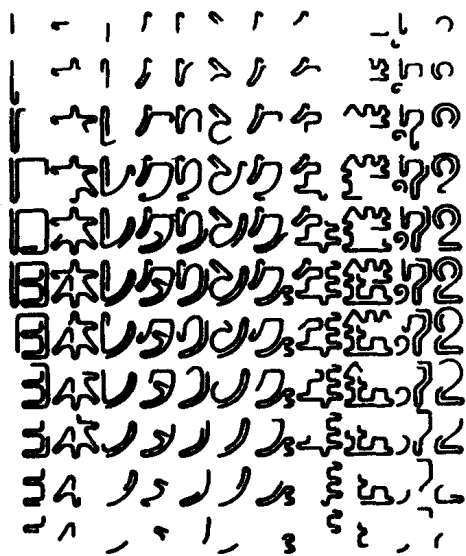
④约翰·阿尔根(美国)1971

⑤特洛希·E·哈伊士(美国)

⑥墨西哥奥林匹克委员会/朗斯·维曼·贝塔·马特奇(墨西哥)

的情况，一般用于单独使用时过于强烈或过于寂寞时，其种类有：①由连字的集合的构成。②在有效利用连字的优点的同时加上别的要素的造型。③在平面上表现可以称为连字动画变化的造型。④连字的扁、长、斜体的变形和波形、球形等的变形及其组合而成的造型。⑤由与连字同一风格的文字组成的造型。已用于实际的实例有：3 将4个私人连字互相组合而成的个展用请帖。4 将连字重迭而成的科学

出版社的标记。5 将连字交叉重迭的设计。6 以墨西哥奥林匹克的连字为中心，像波那样扩展的象征符号。7 利用一笔画特长的动画连字。8 面向建筑专业学生的杂志标题。9 用精神镇静剂的连字来表示吃药后头脑变得清醒的过程。10 祝愿和平和统一的贺年片，表现祝愿从69年至99年或更远的未来，世界始终是一个和平的世界。11 由与连字同一风格的字体构成的夜总会的招贴。



DARLING DAUGHTERS
SWEET MOTHERS DANCE
BLACKLIGHT DYNAMITE
ACROBATS ASTROLOGERS
JUGGLERS FREAKS CLOWNS
ESCAPE ARTISTS VIOLINISTS
GROK GRAPES GRASS
UPS DOWNS SIDEWAYS
AIR-CONDITIONED
IN MORE WAYS THAN ONE
THE ULTIMATE LEGAL
ENTERTAINMENT EXPERIENCE
THE ELECTRIC CIRCUS
OPENS JUNE 28, 1967
23 ST. MARKS PLACE, N.Y.C.
EAST VILLAGE

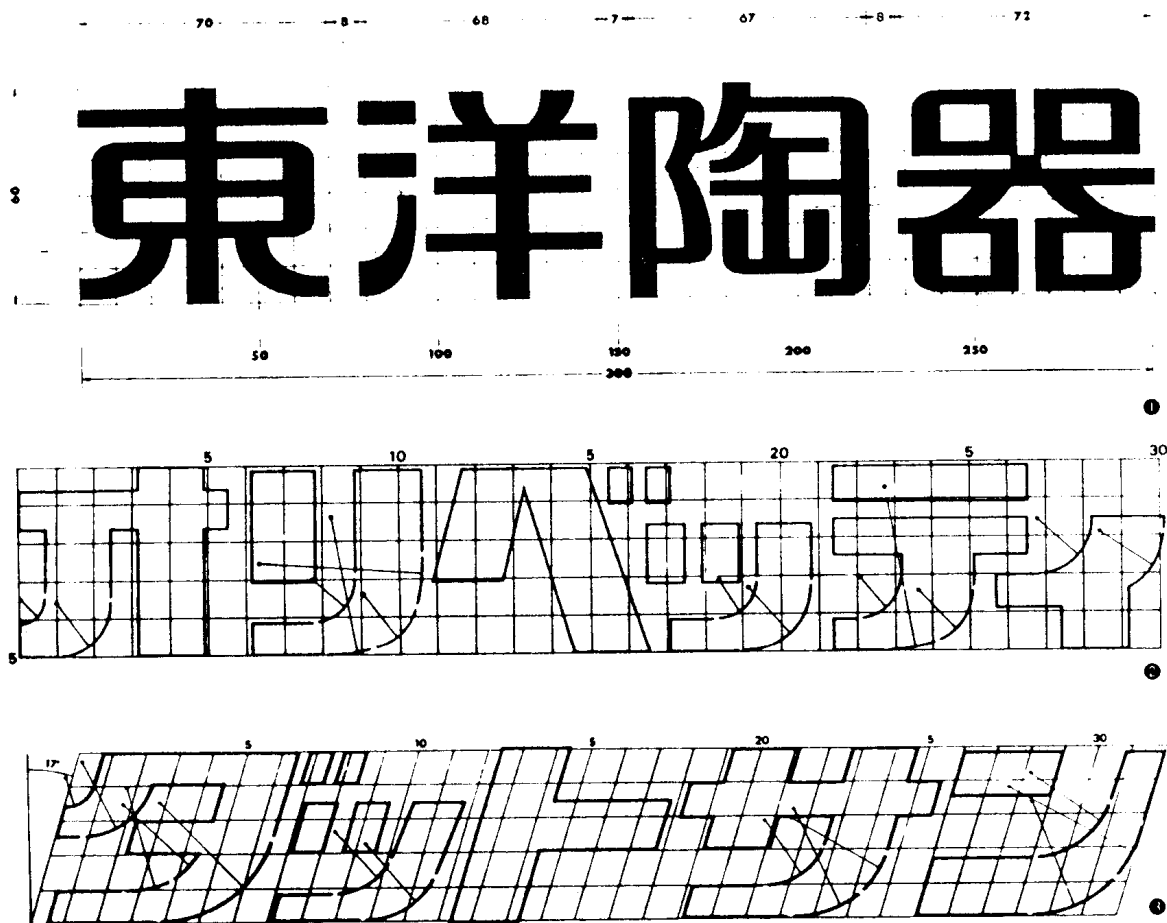
- ⑦ 日本印刷术协会／桑山弥三朗（日本）1971
- ⑧ 梅尔波梅纳德／阿特里昂·菲尔蒂加（法国）
- ⑨ 加伊基公司／哈里·波拉（德国）1964
- ⑩ 阿朗·米蒂尔曼（美国）
- ⑪ 电气足球／阿伊巴·查美伊爱夫（美国）

连字的标准作图

一完成连字，就要制作标准作图和黑白稿（清样）。清样在广告和包装中使用连字时作黑白稿用，从小到大有几个等级，正确地印在绘图纸上。标准作图是在制作灯箱名牌和霓虹灯标识那样的立体物时，仅仅放大已经不能满足要求，而必须进行制图的基准。另外，用油漆书写平面的招牌时，若决定了横的长度则可决定竖的长度，可以在给予的空间里放出连字。一般把此称作作图规定。标准作图是

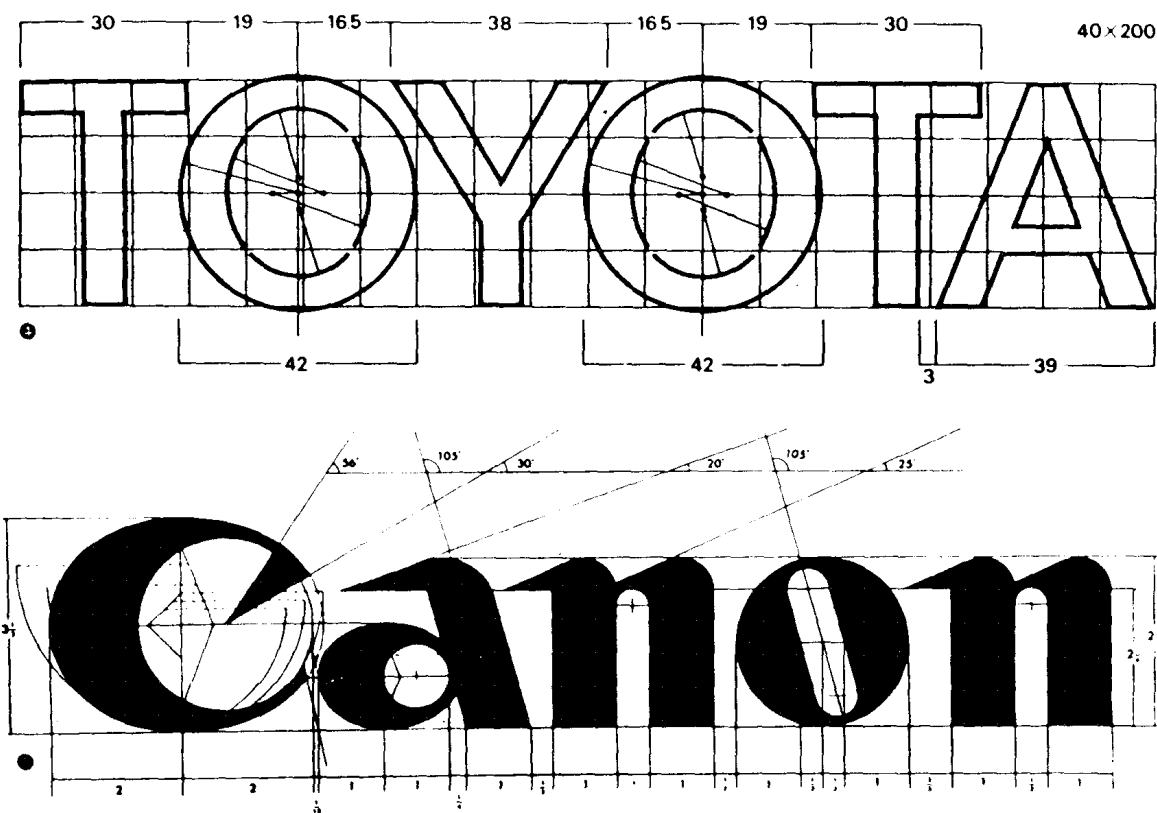
正确地再现形态的设计图。这种设计图可以起到即使制作的材料、时间、场所和人不同，也能做出同样的形态来，求得形象统一的作用。

标准作图的制作方法一般使用等分线，但是应考虑更合乎连字的基准线，若是以圆作基准来设计文字的话，那么，可采用同心圆形式。若是以三角形为基础设计的话，则可以采用三角形形式。但不管哪一种都必须易认、易判断、易描绘。制作时要



注意的是,若是在粗略草稿阶段使用的标准作图的话,最好能将天地、左右的尺寸做成1:5 和 2:9 那样的分割的比例来制作。若画了更为细致的等分线和尺寸的话,那么,必须反复数大量的线目,写上很多数字,使人难以判断基本形。最好要明确画上实线和说明线。虽然也可考虑将连字部分印成彩色的方法,但是往往容易出现说明线和印刷误差是这种方法的缺点。下面举几个实例。东洋陶器(现

在更多为东陶机器)的公司名称标准作图,用等分线,字高与字宽不全相同,但在视觉上看起来却一样大,在这方面下了不少功夫。奥利贝蒂是 olivetti 公司名,与上下左右对齐的明瞭的标准图。达特桑是斜体的标准作图实例。表示了斜体的角度和圆弧的圆心位置。TOYOTA 是字母间穿杆的例子,比例为1:5。Canon 是以n的字宽为基础,显示着字母间距和倾斜角度。



- ①东洋陶器/深野匡1964
- ②日本奥利贝蒂/桑山弥三朗1970
- ③日产汽车/桑山弥三朗1971
- ④丰田汽车销售/桑山弥三朗1972
- ⑤佳能照相机/伊藤宪治(制图:深野匡)