

名片设计制作 1000例

范伟军 编著

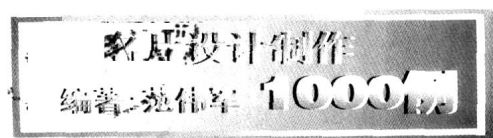


上海科学技术文献出版社

名片设计制作 1000例

范伟军 编著

上海科学技术文献出版社



出版: 上海科学技术文献出版社
策划: 上海雪阳商务咨询有限公司

设计: 程志彬

印刷: 上海中华印刷有限公司

开本: 787×1092 1/16 印张 7

版次: 1999 年 9 月第一版

印次: 2001 年 8 月第三次印刷

书号: ISBN 7-5439-1395-X/Z · 897

印数: 10201-14000

定价: 35.00 元

前言

我和朋友开玩笑说，如果这本《名片设计制作1000例》编著成功了，应该是一个意味深长的笑话。原因是对于名片，不论从那方面讲，我都是当之无愧的外行。

我居然预感到了这本书会畅销，这可是一种值钱的直觉。是的，想来想去，因为我实在想不出自己有什么本事，而居然成为了编著者，居然有了本很畅销的书。唯一可以用作理由的，恐怕应该归功于每天叨叨百遍的“市场”二字。

其实，市场每分每秒都饥渴着，但市场不会说话，也不会悄悄告诉我们什么。这多少有点像婴儿的哭声，哭肯定是需要，饿了？渴了？病了？尿了？困了？只有细心的妈妈才知道。而市场没有妈妈，市场却肯定在哭着。

有一天，我凭直觉听懂了一点点，那一点点让我和我的同事用两个月时间，编出了这本《名片设计制作1000例》。

是险恶的命运和严酷的环境给了我和我的同事这么个机会，我认为这是一次难得的机会。上海科学技术文献出版社的老师们以

出版家的责任和眼光，使这个机会变成了现实。

《名片设计制作1000例》可以提供给你许多东西。因为我们的真实，这些东西不论是在你为客户设计名片时，还是让自己对名片有一个更深切更实际的想法和水平方面，都相当有用。我们编书很像我们做人，实在。有客户来了，你先别管他有多少要求，你把这本书递给他翻，他喜欢什么，对那种名片感兴趣，你张冠李戴修改一下照做就行了。如果有客户说这1000例还不够他参考或模仿，也不奇怪，强中自有强中手，请你赶紧跟我联络，我一定要和这位客户就目前名片发展趋势及名片的总体状况以及他对名片的见解进行一番探讨，那样会很有益的，或许再版的书名成了《名片设计制作1001例》也未必。

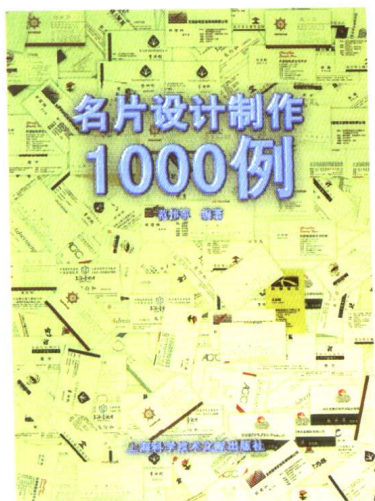
名片设计是一门艺术，我不敢再往深里谈。说明一点，参考和模仿绝对是为了更好的创意和提高。

范伟军
1999年6月于上海

2003/4/05

目录

敬请访问我们的网站



URL:
xueyang.126.com
czbchina.yeah.net
E-MAIL:
xue_y@126.com
czbchina@126.com

前言

彩色篇 1

关于名片 4

套色篇 23



单色篇
..... 83



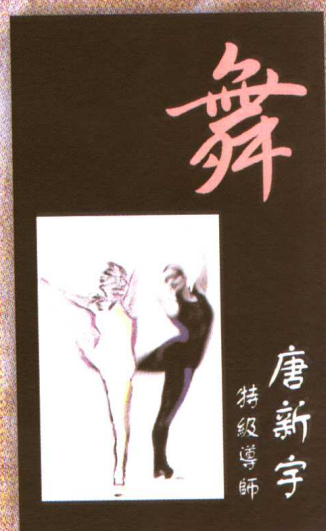
名片用纸知识
..... 86



台湾名片赏析
..... 101

精彩点评 19 27
33 35 36 37 45
76 84 85

彩色篇



彩印是名片的发展方向，代表着名片印刷的较高水平。

本书列举的彩色名片，不但色彩丰富，使人赏心悦目，而且在用色、设计、品味上均颇具匠心，有着独特的风格。

名片制作是一门综合艺术，不一定颜色多就好看，但正确使用好各种色彩，无疑是制作完美名片的前提。



陈海峰 Haifeng Chen

注册海星形象设计策划有限公司

地址: 桂林路海星酒店一楼大堂 电话: 021-62481111 021-62481112
电话: 13917611111 13917611112 13917611113
传真: 021-62481111
邮编: 200031
电子邮箱: chenhaifeng@163.com



北京市绿星影视艺术广告公司

穆树声 户外广告部



地址: 北京市丰台区莲花池
西里十号京石宾馆 522 室
电话: (010)63458782
(010)63265331-3516
手机: 1371091352
寻呼: 1278357384
传真: (010)63458782
邮编: 100073



华南宾馆
HUANAN HOTEL

汪雅诚 总经理
Wang Ya Cheng
General Manager

地址: 上海龙漕路15弄55号
Add: House 55, The Fourth Caoxi Residential Area
Shanghai China
邮编Post Code: 200233
电话Tel: 总机64705888 直线64705018
传真Fax: 64703107
BP: 128-160077
China chemical weekly Special Correspondent
member of china photographer association Shanghai branch

中国化工报特约记者
中国摄影家协会上海分会会员



富士摄影器材有限公司上海办事处
FUJI PHOTO PRODUCTS CO., LTD. SHANGHAI OFFICE
中港照相集团成员

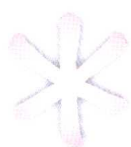
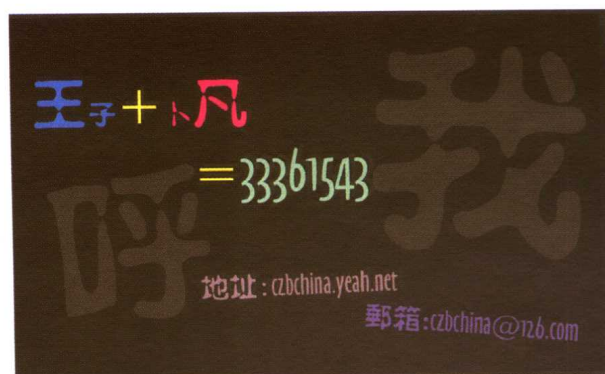
徐华
主管
财务部

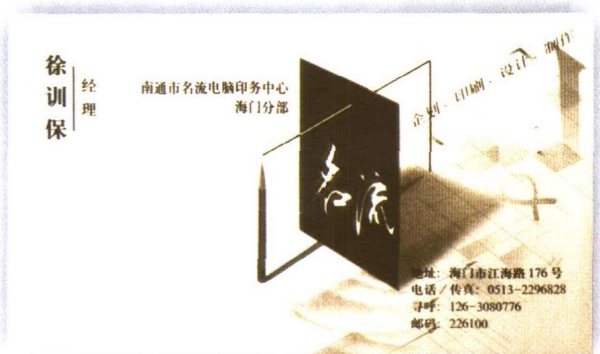
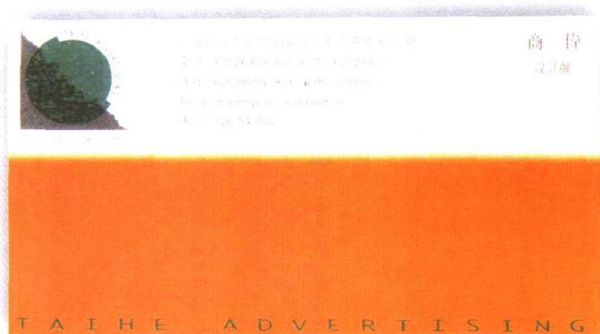
中国上海市延安东路588号东海商业中心八楼
电话: 8352 8380
传真: 8352 7976 邮编: 200001



中港照相





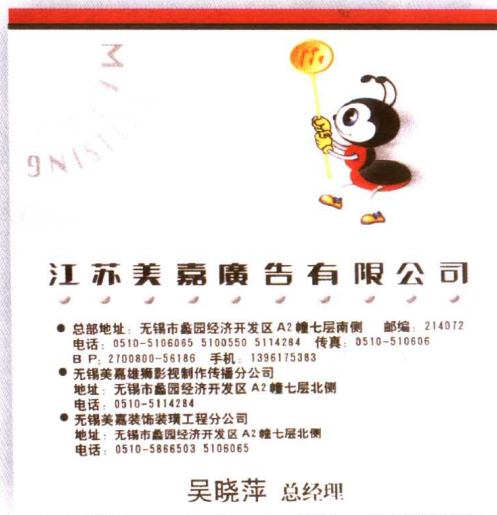


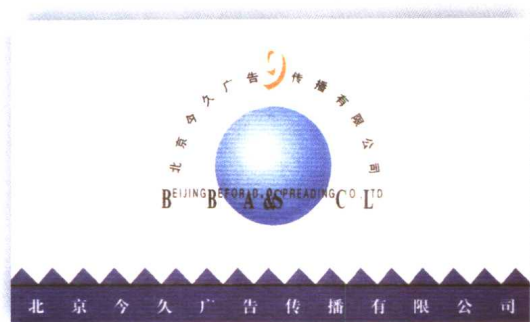
在进行本书的问卷市场调查时给我印象最深的一条意见是：本书的创意不好，因为“名片时代已经过去了”。这句话对错与否不是我关心的问题，我记住的是“名片时代”这四个字，也许只有这位朋友在名片后加“时代”，首次使用了这种十分大气的提法，我随即强烈感到的是：真正的名片时代还远未来临。

名片的自尊

说名片时代还未来临，其依据之一便是人人都听过的一句话，“名片即明骗”。这句话流传有多广没细心调查过，自己的一段亲身经历完全可以从侧面印证一二。上海的门卫室许多是由老伯伯负责，有一次我遇见一位，走到老人家面前了，才想起要出示身份证件，走南闯北惯了，对此向来不怀好感，自恃身份还能下得村庄进得机关，便常常日不斜视。当面前的老人家毫不客气地挡住去路时，我顺手从包里摸出来一张名片，没想名片一递上去，老人家立刻像买到了假冒伪劣商品般地露出满脸的鄙夷和愤怒，“这片子有什么用？”老人家肯定不是说“这骗子”，但口吻和眼神比说“这骗子”还感情丰富十倍。

“名片即明骗”是众多场合都说的一句话，口吻措词随环境气氛而变，有时甚至是表示一种友好和调侃。上述老人家的态度当时让我难堪了好一阵，过后一想，也就释然。细细留神一下，名片确实在营造着一片混乱状态，有些朋友包里至少装着三种单位职务均不同的名片，到什么山头唱什么歌似的，名片满天飞；有些人递上来的名片电话号码一拨——空号，单位一问——假的；纯粹的欺骗这里不去讨论，那已属于法律范围，怎么使名片富有信誉，成为





真正的人际往来中简洁明快的身份介绍，成为人与人之间感情信任交流的开始，我认为首要的是要恢复名片的自尊。

所谓恢复名片的自尊，其实是要恢复名片持有人的自尊。人的自尊是个很大的题目，和名片联系在一起谈，似乎又显得太小，或许有朋友会说，送几张假名片纯粹是为了方便，并没有真骗到什么，但世界上、生活里真正最怕、最脆弱的是对尊严的欺骗。衡量一个民族、一个国家的整体文明水平，说到底人文素质和人与人之间的信任、信誉，而正是在小小一张名片上，一张不受法律、版权约束的名片上，最不经意地暴露出了这一问题。仔细一想，堂堂一个人的自尊却因为虚荣，因为不诚实，因为一时疏忽而为一张名片受到损害，真是不划算。自尊很大很重要，但也是从很小很细微的地方点滴培育起来的。应该讲，手捏一张名副其实的名片，递给对方时，感觉才会舒坦美好。

我接名片的时候，尤其是一些热闹的场所，并不会去认真端详名片，双手接过来的往往是对方真诚的微笑、信任的眼神。回到家或安静下来清理皮包时，才会去认真读一张张名片。有时，再读名片时，名片主人的形象已模糊不清；有时，小小一张名片迅速清晰了名片主人在我脑海中的形象。

我会把名片收留好，常用或觉得很重要的就抄录到随身携带的通讯录里，我不赞成随包带着大把的名片，要用时小孩翻看连环画一样翻动乱找，也不赞成把名片全都压在办公桌玻璃下的做法，有些名片我是不忍心压着，而要悉心爱惜的。

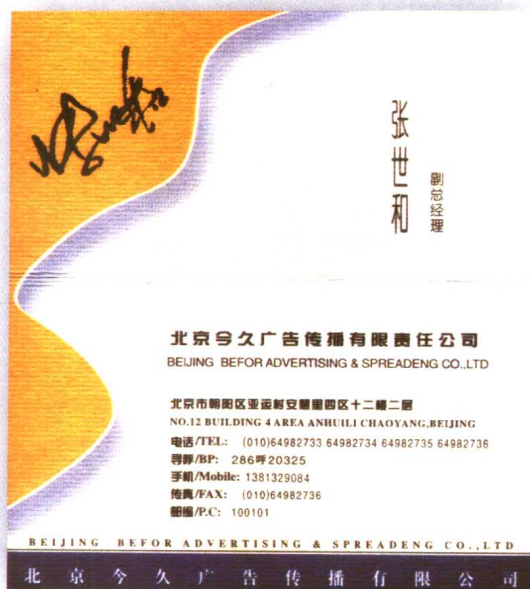
名片的演变

于是，悉心爱惜着的诸多名片，变成一本一本的“书”了，夜深人静或烦恼无所事事时，我会下意识地一页页去翻它们，随着一张张名片在眼前掠过，我觉得所掠过的是一位位朋友，一个个故事，当然也有一场骗局、一段伤感。或者眼看着名片，读名片上的姓名职务，的确确什么也想不起了，没有了，消失了，这时就会想到生活的况味，活着的感觉，时间的飞逝。

与此同时，我当然更看到了名片的演变。最早的时候，名片上字都尽量大点，不论是单位还是姓名，尤其是职务，怕对方看不清记不住似的，上、中、下满满地排列着，欣喜地想要告之对方的一切，就像某个性情豁达直爽的人似的，大嗓门无遮无掩，一古脑叽叽呱呱，然后十分地心满意足。1992年我到广州参加一个文学笔会，收到几张港澳台文友的名片，字很细，精致地排列着，小小名片上还腾出多多的空间，当时只觉得好看，并没深想。

后来，名片像人有了钱





就学会了打扮一样，渐渐有了变化，小小的方寸空间里，字的排列样式丰富了，对称了，正巧这时，我一不小心，极不称职地做了两年名片社的经理，整天坐在电脑前看操作员做着一张张名片，常常就有许多感触，虽不动手，却愿动脑，本名片社于是为朋友们做过许多有几分品味的名片。名片好看不好看，有许多审美观，可大致的道理是字小比字大好看，排得满没有留点空白的好看。

后来不做了，到处走多了，接到的名片也日益多起来，就发现名片是一天比一天漂亮了，丰富了，印刷的纸质、色泽一天天在变，在讲究，而且很多的名片，在我原来呆的城市居然印不出来。再回头看过去的名片，就像看过去的黑白电影一样，会油然而生一种掺和着亲切的沧桑感。再一一翻阅欣赏，就对名片有了些更深层次的认识。

名片与个性

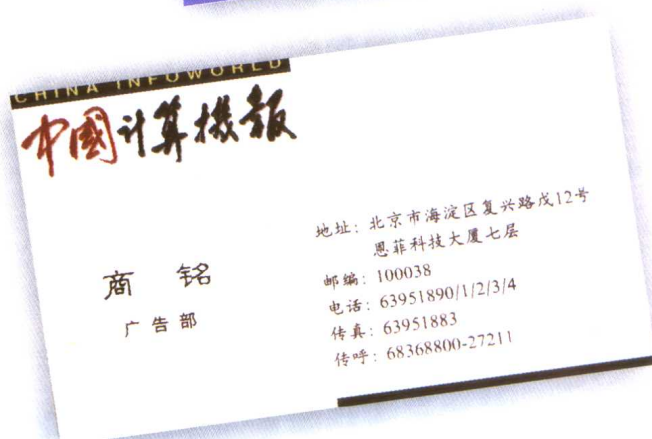
名片是对主人最简洁的身份说明，名片不能共用，因而，名片是独立单个的。同时，每人所用名片，起码得自己喜欢，因此，名片应该是最个性化的物品。文学作品里，个性鲜明的人物才有魅力，道理一样，富有个性化的名片才有美感，才值得去欣赏。欣赏名片不但能发现名片本身的不同凡响，而且能感到名片主人的性格、



爱好、情趣和许多无法言传的东西。

我常常琢磨初次交往后留给我名片的人和名片。两年前的我因一笔业务认识一位年轻的办公室副主任，他留给我名片在副主任头衔后面打上醒目的括号，括号里赫然注明着“主持工作”四个字，我当时就有种如梗在喉的感觉。交道打多了就发现，其实办公室有主任，只是暂时抽调到市里一部门助勤。至于那笔业务，其实很小，副主任既然主持着工作，又极力帮忙，当然就成了，只是，他经过测算提出的回扣数目跟他帮忙的贡献成正比，他觉得安慰而正常，虽然那笔回扣略微超过了公司业务利润。我后来想，这样一位年轻的副主任如此急切地要标明“主持工作”的实权身份，其人品已不打自招，于是一切便都释然，大千世界无奇不有，偶尔还真佩服这些持名片者的勇气。

因为多年从事广告的原因，广告界的朋友很多，渐渐发现，这是个特别钟情名片个性的圈子。常常会把这些名片像看书样阅读，觉得广告人的确是十分可爱的一班人，思想活，敢于创新，不断向自己的脑子要新点子，还要冷脸挨热脸地去跑业务，还要故作谦虚地去听一些广告主莫衷一是的夸夸其谈，只要读广告人的名片，就可预知，这个群体是会人才辈出的，至少，这个





群体和他们的名片一样，是极具个性的。而个性是美，是魅力。

最让人动心的是接过一位漂亮优雅小姐的名片时，既然不好过多打量面前的佳人，就下意识地去打量手里的名片，一看捏在手里的名片，字体别致，用色素雅，疏密井然，点缀着醒目的企业徽标，名片带来的感觉和人的风格如此吻合协调。就会奇怪，世上为什么总会衍生出如此美妙绝伦的东西来，让人生出想象的翅膀，让想象的翅膀遨游于无边无际的天空，让无边天际的天空布满色彩斑斓的图画。

开始编这本书时，我常常会静静地去想名片带给我的感触，名片作为社交中的简洁介绍，作为互赠的通讯联络方式，作为彼此信任合作的最初举动，作为宣传企业推介企业的最直接有效手段，其生命力将会是十分长久的。随着经济的发展，生活水平的提高，审美意识的增强，人类文明程度的进步，小小名片这个载体还将会负载起我们更多的诗情画意，伴随着我们走向文明的生活。因而，我还想班门弄斧地略略谈谈名片的设计与制作。

名片的设计

谈到设计，我认为首先要强调的是设计意识。之所以这样说，是因为许多朋友认为，小小一张名片，无非单位、姓名、地址，排来排

去并没多大设计的必要，为一张小小名片绞尽脑汁去左挪右挪，有种小题大做的感觉。其实不然，越小的东西越难得精致，想要设计出一张多数人认可喜欢的名片，真不是件易事。

有了强烈的设计意识后，对名片的设计，首先要讲究的是布局。在布局上尤其要注重留出空白，太满肯定是最失败的，不论字体、颜色用得多么丰富，一旦太满，便满盘皆输，入了俗套，沾了土气，这似乎已是无需多言的事实。避开太满的大忌，接着就是布局的合理，精致有韵味了。一张特别好的名片，有时是只能意会不能言传的，我常用的方法是在屏幕上不断搬移，上、下、左、右，居中偏左偏右，反复排列，如此反复，总会在某一瞬间，找到较为理想的定格位置。这方法看上去也许有些笨，但其实既不费时也很有效，电脑里搬起来很方便，灵感的获得往往是不期而至，朋友们不妨试试。

有了良好的布局，名片上最看重的当属标志了，可能是企业的徽标，也可能是产品的商标，也可能是一个意味深长的符号。我觉得一张名片缺了这标志，就如同一篇文章失去了标题。标志不但以其美的形象预先告知你许多东西，在名片设计上，它当然地成了点睛之笔，不但是整张名片上最好用色的亮点，而且支点般平





上海弘思实业有限公司

张新生

地址：上海市泰兴路674号惠佳商务楼
305室
电话：62180080 62671662
传真：62671662
寻呼：128-218998
手机：1303157107
邮编：200041



Main Top
蒙泰彩色出版系统
上海地区总代理

铜的世界 不锈钢的天地

吴云

总经理



上海金鑫金属装饰有限公司

地址：河南北路128-130号 邮编：200085
电话：63579259 63645612
传真：63579259 65371688
手机：1391778739 中文机：65373688 x 53739



辜砾超

上海华硕展示服务中心

地址：上海市太平洋电脑城147室
电话：021-54900430
传真：021-62792847 邮编：200046
E-MAIL: byic@public1.net.cn
ahzdn@online.sh.cn



豪普系列精密彩色名片胶印机

黄红兴

销售部



新郎油墨

关柏钊

销售经理

顺德市桂洲镇新郎油墨厂
地址：广东顺德市碧桂南路桂洲华口聚龙工业区
电话：(0765) 8804006 8804088 邮编：528306
传真：(0765) 8804088 手提电话：1392561446
E-mail: sdguanbz@163.net

衡着整张名片的版面布排。没有徽标的名片当然仍是一张名片，但只有装上了精致富有美感的徽标的名片才可能成为一张完美的名片。

用“不拘一格”来要求名片设计也许不妥，因为名片太小，本身已是一格之地，正因为如此，我认为更应该强调不拘一格。小小方寸之地上，大胆驰骋想象的翅膀，不论横、竖、侧、卧，都应一试、一想、一用，只要符合你的审美观，适合你的业务特征，与你的工作性质协调。名片和任何艺术品一样，本身是没有任何约束框架限制的。“蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”，说不定某时某刻，灵感的光顾，就会助你成功一张人见人爱的名片。

此外，名片设计中不应用力色太多，太多易滑人花哨的行列，会使人联想到不善化妆的姑娘，如此一番浓妆艳抹，得来的只是一个俗。名片社现在是多一种色加五元钱一盒，我觉得这是所有收费标准中最好最意味的一项，不但体现了制作者劳动价值的报酬，也有效地遏制了滥用颜色的欲望。

对名片作用的理解，大的方面不会有异，小的方面却不尽相同。名片不是身份证明，更不是职务的炫耀，所以名片在内容上无需太多太全太累赘，以有效保持名片版面的简洁明快，不要指望让小小一张名片说完你想说的一切。