

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

版式设计

许舒云 李冰 主编

顾静 罗方 副主编



清华大学出版社



高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

版式设计

许舒云 李冰 主编

顾静 罗方 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书根据国际、国内平面设计领域发展的新趋势,以及广告设计、书籍设计、包装设计等领域中版式设计的新特点,融入了版式设计最新的实践教学理念,结合版式设计操作规程,系统介绍版式设计基本知识、历史经验、整体部局、视觉流程、色彩和图像文字的确定及形式美法则和网格体系。

本书既可作为高等院校艺术设计专业教材,也可作为设计公司的培训教材,对于广大文化创意从业人员来说也是一本必备的自我训练指导手册。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

版式设计/许舒云,李冰主编. —北京:清华大学出版社,2014

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

ISBN 978-7-302-34149-9

I. ①版… II. ①许… ②李… III. ①版式—设计—高等学校—教材 IV. ①TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 243479 号

责任编辑:张 弛

封面设计:李子慕

责任校对:袁 芳

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:12.5 字 数:285 千字

版 次:2014 年 11 月第 1 版 印 次:2014 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~2000

定 价:49.00 元

产品编号:056416-01

编 审 委 员 会

主 任：牟惟仲

副主任：(排名不分先后)

宋承敏	冀俊杰	张昌连	田卫平	腾祥东	张振甫
林 征	帅志清	李大军	梁玉清	鲁彦娟	王利民
吕一中	张建国	王 松	车亚军	王黎明	田小梅

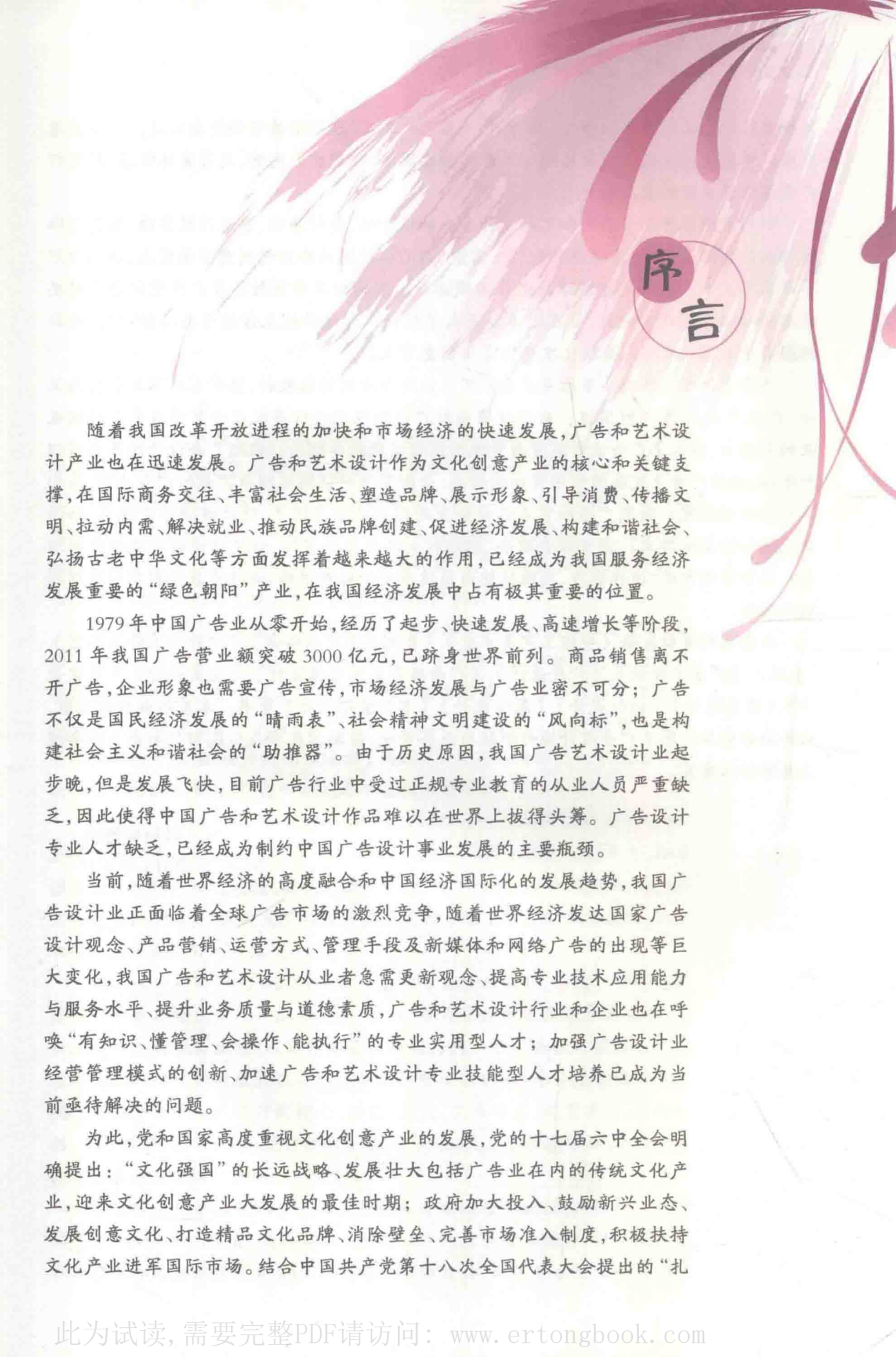
委 员：(排名不分先后)

梁 露	崔德群	金 光	吴慧涵	崔晓文	鲍东梅
翟绿绮	吴晓慧	温丽华	吴晓赞	朱 磊	赵 红
马继兴	白 波	赵盼超	田 园	姚 欣	王 洋
吕林雪	王洪瑞	许舒云	孙 薇	赵 妍	胡海权
温 智	逢京海	吴 琳	李 冰	李 鑫	刘菲菲
何海燕	张 戈	曲 欣	李 卓	李笑宇	刘 剑
刘 晨	李连璧	孟红霞	陈晓群	张 燕	阮英爽
王桂霞	刘 琨	杨 林	顾 静	林 立	罗佩华

总 编：李大军

副总编：梁 露 鲁彦娟 吴晓慧 金 光 温丽华 翟绿绮

专家组：田卫平 梁 露 崔德群 崔晓文 华秋岳 梁玉清



序言

随着我国改革开放进程的加快和市场经济的快速发展,广告和艺术设计产业也在迅速发展。广告和艺术设计作为文化创意产业的核心和关键支撑,在国际商务交往、丰富社会生活、塑造品牌、展示形象、引导消费、传播文明、拉动内需、解决就业、推动民族品牌创建、促进经济发展、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国服务经济发展重要的“绿色朝阳”产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

1979年中国广告业从零开始,经历了起步、快速发展、高速增长等阶段,2011年我国广告营业额突破3000亿元,已跻身世界前列。商品销售离不开广告,企业形象也需要广告宣传,市场经济发展与广告业密不可分;广告不仅是国民经济发展的“晴雨表”、社会精神文明建设的“风向标”,也是构建社会主义和谐社会的“助推器”。由于历史原因,我国广告艺术设计业起步晚,但是发展飞快,目前广告行业中受过正规专业教育的从业人员严重缺乏,因此使得中国广告和艺术设计作品难以在世界上拔得头筹。广告设计专业人才缺乏,已经成为制约中国广告设计事业发展的主要瓶颈。

当前,随着世界经济的高度融合和中国经济国际化的发展趋势,我国广告设计业正面临着全球广告市场的激烈竞争,随着世界经济发达国家广告设计观念、产品营销、运营方式、管理手段及新媒体和网络广告的出现等巨大变化,我国广告和艺术设计从业者急需更新观念、提高专业技术应用能力与服务水平、提升业务质量与道德素质,广告和艺术设计行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才;加强广告设计业经营管理模式的创新、加速广告和艺术设计专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

为此,党和国家高度重视文化创意产业的发展,党的十七届六中全会明确提出:“文化强国”的长远战略、发展壮大包括广告业在内的传统文化产业,迎来文化创意产业大发展的最佳时期;政府加大投入、鼓励新兴业态、发展创意文化、打造精品文化品牌、消除壁垒、完善市场准入制度,积极扶持文化产业进军国际市场。结合中国共产党第十八次全国代表大会提出的“扎

实推进社会主义文化强国建设”的号召,国家“十二五”规划纲要明确提出促进广告业健康发展。中央经济工作会议提出稳中求进的总体思路,强调扩大内需,发展实体经济,对做好广告工作提出新的更高的要求。

针对我国高等教育广告和艺术设计专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业需求、满足日益增长的文化创意市场需求,我们组织多年从事广告和艺术设计教学与创作实践活动的国内知名专家教授及广告设计企业精英共同精心编撰了本套教材,旨在迅速提高大学生和广告设计从业者的专业技能素质,更好地服务于我国已经形成规模化发展的文化创意事业。

本套系列教材作为高等教育广告和艺术设计专业的特色教材,坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进;在吸收国内外广告和艺术设计界权威专家学者最新科研成果的基础上,融入了广告设计运营与管理的最新实践教学理念;依照广告设计的基本过程和规律,根据广告业发展的新形势和新特点,全面贯彻国家新近颁布实施的广告法律、法规和行业管理规定;按照广告和艺术设计企业对用人的需求模式,结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求;注重校企合作、贴近行业企业业务实际,强化理论与实践的紧密结合;注重管理方法、运作能力、实践技能与岗位应用的培养训练,并注重教学内容和教材结构的创新。

本套系列教材包括《中国工艺美术史》、《色彩》、《艺术概论》、《中外美术作品鉴赏》、《素描》、《广告学概论》、《广告设计》、《广告摄影》、《字体设计》、《版式设计》、《包装设计》、《标志设计》、《招贴设计》、《展示设计》、《书籍装帧设计》等书。本系列教材的出版,对帮助学生尽快熟悉广告设计操作规程与业务管理、帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

教材编委会

2013年4月



前言

广告平面设计制作业作为国家文化创意产业的核心支柱产业,在加强国际商务交往、促进影视传媒会展发展、丰富社会生活、拉动内需、解决就业、推动经济发展、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国文化创意经济发展的重要产业,在我国产业转型、经济发展中占有极其重要的位置。广告设计制作产业以其强劲的上升势头已成为全球经济发展中最具活力的绿色朝阳产业。

随着全球经济的快速发展,面对国际广告和设计业的激烈市场竞争,加强广告经营管理模式的创新、加速版式设计专业技能人才培养已成为当前亟待解决的问题。为了满足日益增长的广告市场需求,培养社会急需的广告版式设计技能型应用人才,我们组织多年从事广告版式设计教学和创作实践活动的专家、教授共同精心编撰了此教材,旨在迅速提高大学生及广告设计从业者的专业素质,更好地服务于我国广告事业。

保障我国文化创意产业经济活动和国际广告设计制作业的顺利运转,加强现代广告设计从业者的专业综合素质培养,增强企业核心竞争力,加速推进设计制作产业化进程,提高我国广告版式设计制作水平,更好地为我国文化创意产业服务,这既是广告设计企业可持续快速发展的战略选择,也是本书出版的真正目的和意义所在。

版式设计是高等艺术院校非常重要的专业基础课程,也是广告设计人员创作的重要理论支撑。本书共10章,以学习者应用能力培养为主线,坚持以科学发展观为统领,以培养具备创新能力的广告平面设计技能人才为目标,根据国际、国内版式设计发展的新趋势和新特点,结合版式设计操作规程系统介绍了版式设计的概念、功能、原则、发展特点、视觉流程、版面色彩、图形图像、文字文体、视觉空间营造、形式法则、基本步骤等知识和技能,并注重通过强化训练提高应用能力。

本书作为高等教育广告艺术设计制作专业的特色教材,严格按照教育部关于“加强职业教育、突出实践能力培养”的教学改革精神,针对版式设计课程教学的特殊要求和就业应用能力培养目标,既注重系统理论知识讲

解,又突出创新创意训练,力求做到“课上讲练结合,重在方法的掌握;课下会用,能够将知识具体应用于广告版式设计实际工作之中”,这对于学生毕业后顺利走上社会就业具有特殊意义。

本书由李大军进行总体方案策划并具体组织,许舒云、李冰主编并统改稿,顾静和罗方为副主编;由具有丰富教学和实践经验的梁露教授审订。作者编写分工:牟惟仲编写序言,许舒云(北京市东城区职业大学)编写第一章、第五章、附录,罗方(中南林业科技大学)编写第二章、第三章,熊艳辉(燕山大学)编写第四章,顾静(北京市石景山区业余大学)编写第六章、第七章,李冰(北京市石景山区业余大学)编写第八章、第九章,陈晓群(北京市东城区职业大学)编写第十章;华燕萍修改文字并调整版式,李晓新制作教学课件。

在本书编写过程中,我们参阅、借鉴了大量国内外有关版式设计方面的最新书刊和相关网站资料,精选收录了具有典型意义的中外优秀作品,并得到了有关专家、教授的具体指导,在此一并致谢。为配合本书发行使用,特提供配套电子课件,读者可以从清华大学出版社网站(www.tup.com.cn)免费下载。因设计产业发展快且作者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请同行和读者批评、指正。

编 者

2014年4月

目录

第一章 了解版式设计 001

- 001 第一节 版式设计的概念
- 005 第二节 版式设计的功能
- 007 第三节 版式设计的原则
- 011 第四节 版式设计的基本步骤
- 013 第五节 版式设计的发展特点
- 015 设计实训 古典诗词《蝶恋花》版式设计

第二章 对历史经验的借鉴 017

- 017 第一节 版式设计的溯源
- 026 第二节 20 世纪的现代主义与版式设计
- 034 第三节 后现代主义版式设计
- 037 第四节 版式设计的发展趋势
- 039 设计实训 《昆曲》书籍封面版式设计

第三章 确定版面的整体格局 040

- 040 第一节 版式设计类型
- 048 第二节 其他类型版式设计
- 055 设计实训 艺术书籍内页版式设计

第四章 版式设计的视觉流程 056

- 057 第一节 视觉运动：感觉与知觉
- 060 第二节 人的视觉特征与视线流动规律
- 063 第三节 视觉的视区分布
- 064 第四节 视觉中心
- 066 第五节 视觉流程的类型与设计
- 072 设计实训 “物之语”设计

第五章 版面的色彩选择 074

- 074 第一节 版面整体色彩的确定
- 082 第二节 版面局部色彩的配置
- 088 第三节 版面色彩与心理
- 089 第四节 版面色彩运用的误区
- 091 设计实训 酒吧菜单设计 / 咖啡厅菜单设计

第六章 版式设计中的图像 092

- 092 第一节 图像的分类和常用形式
- 102 第二节 图像的版面编排
- 106 设计实训 家居或时尚类杂志版面设计

第七章 版式设计中的文字 108

- 108 第一节 了解和选择字体
- 116 第二节 字符规格、字距与行距
- 122 第三节 文字编排的方式
- 126 第四节 文字的图像化和装饰化
- 130 设计实训 文字创意海报设计

第八章 版面中视觉空间的营造 132

- 132 第一节 版面中的点、线、面
- 145 第二节 版面中的黑、白、灰
- 148 设计实训 唱片封套以及 CD 盘面设计

第九章 版面中的形式美法则 149

- 149 第一节 版面的形式美
- 152 第二节 版面中形式美法则的体现
- 162 设计实训 《东思西想集》系列图书宣传设计

第十章 如何利用网格体系 164

- 164 第一节 版式的骨架——网格
- 172 第二节 利用对称网格创建版面
- 176 第三节 利用非对称网格创建版面
- 178 第四节 遵守网格系统与突破网格系统
- 180 设计实训 杂志版面设计与网格运用

附录 181

参考文献 187

第一章

了解版式设计

学习要点 及目标

- (1) 了解版式设计是做什么的,它的作用体现在哪些方面。
- (2) 了解版式设计的基本功能。
- (3) 掌握版式设计的原则。
- (4) 熟悉版式设计的基本执行程序。

本章 导读

版式设计遍及人们生活的每一个角落,不管我们愿意不愿意,这门学科都在为人们的生活的便利提供服务。从专业角度而言,版式设计是通往更加深入的专业学习的必经道路之一,通过这条途径之后,我们会发现,由版式设计所带来的设计世界是如此的绚烂多彩,可以说,版式设计是现代设计的重要组成部分,是视觉传达的重要手段。

对于一个设计师而言,按照什么样的内在逻辑把文字、图形、图像、色彩等元素调配与整合在一个版面之中,使其达到一种最为“正确”的编排,这恐怕不仅仅涉及相关计算机排版技术,更关系到设计师本身的艺术修养与追求。因此,说优秀的版式设计是技术与艺术的完美结合一点也不为过。

第一节 版式设计的概念

一、什么是版式设计

要知道什么是版式设计,需要先了解“版面”的概念。从狭义上而言,版面

通常指书籍、杂志、报纸等的整个页面,如图 1-1 所示的商业书籍册页,由此而言,版式则是指书籍、杂志、报纸等的版面格式;从广义而言,版面则指所有需要设计的空间,例如中央美术学院设计学院的毕业展览的前言设计在美院大楼本身的灰色砖墙上,如图 1-2 所示。



图1-1 商业书籍册页



图1-2 中央美术学院设计学院毕业展览的前言设计

版式设计也可以称为编排设计,它需要对版面中所需要的各种构成元素——文字、图形、图像等在形式上进行有机的排列组合,达到进行信息传递的基本目的,并在进行信息传递的过程中,形成直观动人、主次分明、可读性强的优美阅读空间,促成阅读者美好的视觉与心理体验。优秀的版式设计甚至能在版面中展示出自己新颖的创意和独特的个性,强化表现形式与主诉内容之间的互动关系,并传达出设计者的艺术追求与文化理念,形成一种具有个人风格和艺术特色的艺术表达方式。

版式设计归属于平面设计这个大的范畴,但在一定程度上,它也是一门相对独立的设计艺术,版式设计过程中所呈现的视觉语言、构成元素与艺术风格是现代设计艺术的重要组成部分。

版式设计虽隶属于平面设计这个大的范畴,但是它却突破了二维的空间。人们在三维的空间中也常常能看到版式设计的应用,例如各种展示空间中的设计等。

二、版式设计的范畴

版面构成伴随着时代的进步、现代科学技术与经济的飞速发展而兴起并不断发展,它与人们的生活变化密切相关,展现了时代精神面貌、审美风向、文化传统的变迁。版式设计的设计范畴也愈加宽广,主要分布在两大领域——传统纸媒领域与现代虚拟页面领域及相关电子视频领域。

传统纸媒领域的版式设计表现在以下方面。

- (1) 出版物版面设计:如报纸版面、杂志版面、书籍版面。
- (2) 广告版面设计:如报纸广告、杂志广告、灯箱广告、路牌广告。
- (3) 促销道具设计:如包装、折叠广告、POP广告、产品目录、唱片封套,如图 1-3 所示。
- (4) 产品形象应用识别设计:如名片、年报、画册,如图 1-4 和图 1-5 所示。

现代虚拟页面领域及相关电子视频领域则包括网站页面、手机交互页面、电视电影交

互页面等,如图 1-6 和图 1-7 所示。以上这两大类领域为人们表现思想和观念提供了无比广阔的空间。



图1-3 商业包装设计中的版式设计
(来源:亚洲CI论坛, <http://bbs.asiaci.com/>)



图1-4 商业广告设计
(来源:亚洲CI论坛, <http://bbs.asiaci.com/>朱博作品)

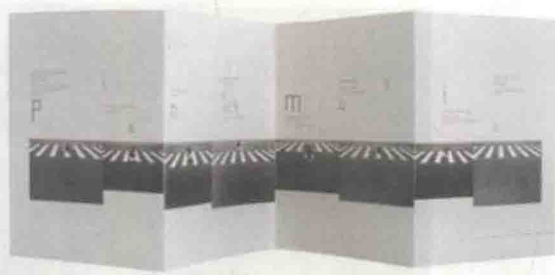


图1-5 折页版式设计
(来源:亚洲CI论坛, <http://bbs.asiaci.com/>杨冬勇作品)



图1-6 手机界面设计
(来源:UI设计, <http://www.uimaker.com/uimakerhtml/uidesign/uiphone/2011/1001/21326.html>)



图1-7 韩国网页设计
(来源:素材公社, <http://toopen.com/work/view/6398.html>)

三、版式设计涉及的行业

版式设计涉及的行业与工作岗位众多,主要分类如图 1-8 所示。

四、版式的视觉设计要素

为了传递信息,版式设计需要通过一些构成要素来进行表达,其最基本的 3 个设计要素分别为文字、图形图像、色彩。

版面中的主题和内容主要通过文字传达,例如标题、正文、题注等,如图 1-9 所示;而图形图像则给版面创造最为突出的视觉冲击力,它能在第一时间捕获阅读者的视线,并在版面中对文字起到辅助的作用,帮助阅读者理解版面信息,使版面变得更加真实和立体。版面设计中的图像如图 1-10 所示。

色彩在版面设计中起到奠定基调的作用,它确立版面氛围,对人们的心理影响更加直接,更加感性。在现代商业设计中,色彩的使用已经成为一种策略和一门系统的科学。版面设计中的色彩如图 1-11 所示。

广告公司	• 广告设计 (设计师) • 招贴海报设计 (设计师) • 名片设计 (设计师)
报刊杂志社	• 版面编辑 (美术编辑) • 插画设计 (插画师) • 书籍装帧设计 (美术编辑)
产品企业	• 企业文化传播册设计 (设计师) • 产品包装设计 (设计师) • 新产品上市推广 (设计师)
网络公司	• 网页界面设计 (美工) • 标志设计 (设计师) • 模板设计 (设计师)

图1-8 版式设计涉及的行业与工作岗位

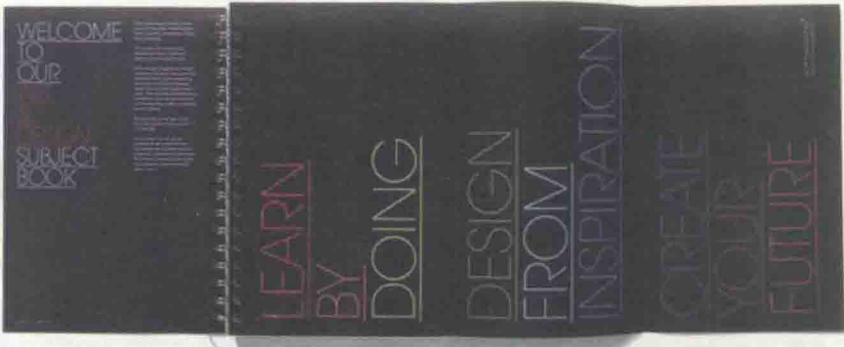


图1-9 版面设计中的文字

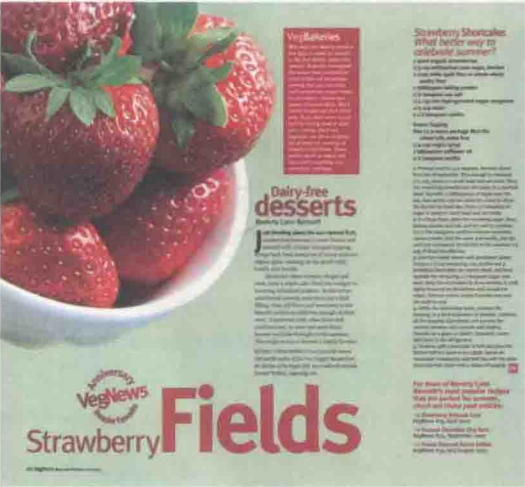


图1-10 版面设计中的图像

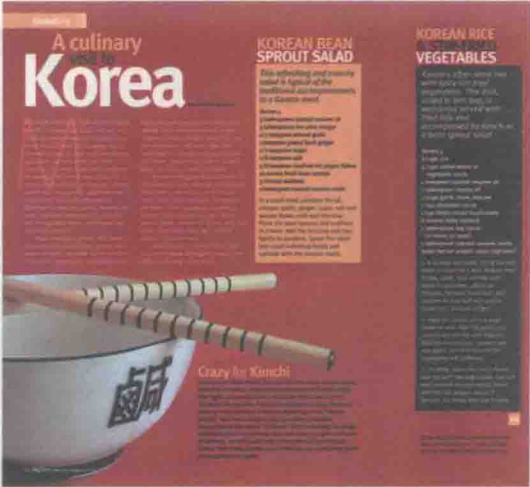


图1-11 版面设计中的色彩

五、版式设计的基本目的

版式设计的最初目的在于为信息发布者传递信息,使版面具有清晰的条理性,信息主题得以突出,达到最佳的诉求效果。

但是,版式设计并不是一成不变的、机械的文字、图形的排列和组合,它并非纯粹的技术编排工作,也没有固定的程式,它在作为信息传递媒介的同时也需要让读者在版面的阅读与欣赏过程中产生共鸣与认同,用设计师本身的设计涵养与水准打动读者,使其形成精神上的愉悦感受,满足其更高层次的审美需求,从而也进一步使信息在读者头脑中得到强化,产生更为恒久的印象。

值得一提的是,现代社会中的信息爆炸、人们生活节奏的加快以及新的视觉习惯的形成与改变,要求设计师们在实际的工作过程中切实考虑信息传递情况,改变以往的设计思路,实现版式设计的基本目的。

第二节 版式设计的功能

一、引起读者注意

作为信息发布和传递的手段,版式设计首先应该具备的一个功能就是要有效地提高版面注意值,引起读者的注意。信息社会中各种信息呈爆炸之势,要在各种信息中抢得先机赢得读者青睐,就需要在版式上做足工夫,也许是通过生动的图片(见图1-12),也许是通过鲜艳的色彩,也许是通过独具匠心的画面编排形式(见图1-13),只要能引起读者注意,就是迈向信息传递成功的第一步。



图1-12 包装版式中生动的图片

(来源:亚洲CI论坛, <http://bbs.asiaci.com>)

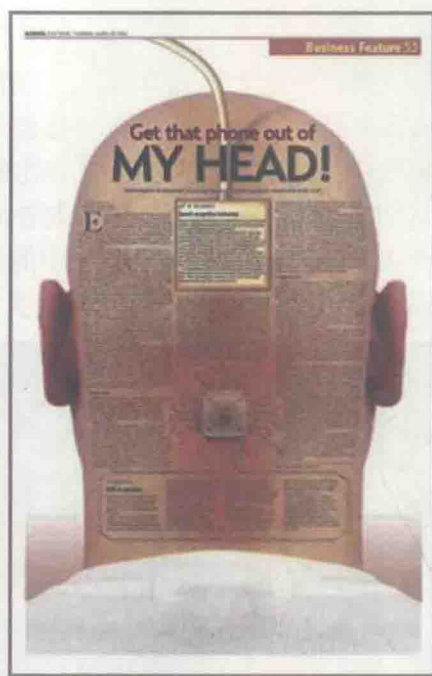


图1-13 报纸版面中独特的编排

(来源:红动中国网, <http://bbs.redocn.com/imagetdetail.php?aid=1071362#picture>)

二、有利于信息的有效传达

人们常常看见一些印刷品乍看似乎光鲜亮丽,当深入阅读时却感觉阅读困难,例如图片与文字匹配不当,或者字体的选择不得体,或者版面主要信息与次要信息关系紊乱,或者文字的行距过于密集等,这些问题都会使读者失去进一步了解信息的兴趣,导致信息传递中断。因此,设计者不能被花里胡哨的东西所迷惑,仅追求表面的视觉冲击力,还应该注意信息传递的内在章法和技巧,认真推敲使各种信息有效传达的方法。图 1-14 所示是一本商业画册的版式设计,其封面与内页之间具有一定的逻辑关系,信息的传递也明确有效。



图1-14 商业画册的版式设计

(来源: 红动中国网, <http://bbs.redocn.com/imagetdetail.php?aid=1481549#picture>)

三、强化传达效果的持久留存

信息得到传递之后,信息传递的工作并没有完成。对信息设计者而言,更高的要求是让传递出去的信息能在读者的脑海里经久萦绕,产生持久留存的效果。这就要求设计师针对目标观众的品位需求,了解内容,提出概念,弄清楚观众的接受方式;并提高自己的设计水准与修养,使作品形成美感,引发观者共鸣。

例如,图 1-15 所示的宣传折页中的图形轻快活跃,产生多彩夺目的视觉效果,往往能吸引观者的视线;图 1-16 所示宣传折页特别的折叠方式能令观者产生深刻的印象。



图1-15 宣传折页中的图形产生活跃的气氛

(来源: 艺术中国网, <http://www.vartcn.com/Article/pmsj/jphc/201209/24841.html>)



图1-16 宣传折页中别致的折叠效果

(来源: 艺术中国网, <http://www.vartcn.com/Article/pmsj/jphc/201209/24841.html>)