

平面

设计师手册

艺·术·设·计·系·列·手·册

● 编著 张跃起
马振龙

中国建筑工业出版社



艺术设计系列手册

平面设计师手册

编著 张跃起
马振龙

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

平面设计师手册 / 张跃起, 马振龙编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2014.9

(艺术设计系列手册)

ISBN 978-7-112-17237-5

I. ①平… II. ①张…②马… III. ①平面设计 - 手册 IV. ①J506-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 208165 号

责任编辑: 朱象清 李东禧

责任校对: 李美娜 刘梦然

艺术设计系列手册

平面设计师手册

编著 张跃起 马振龙

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本: 787×960 毫米 1/16 印张: 10¹/₂ 字数: 180 千字

2014 年 9 月第一版 2014 年 9 月第一次印刷

定价: **45.00 元**

ISBN 978-7-112-17237-5

(26008)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)



平面设计不是一门单纯的手艺，而是一个职业。平面设计师应该具备驾驭这一职业的基本条件与能力，在熟练掌握基本设计技术的同时，更应该结合系统的理论知识来架构完整的专业体系，这也是编写本手册的基本方针。基于平面设计知识结构的系统性、复杂性和迁延性，本手册力求从平面设计概述、平面设计视觉表述、平面设计流程和平面设计媒体表现等四部分全方位和立体化地解构平面设计的结构脉络、设计理论、设计思维、设计方法和设计应用。

本手册的第一篇——平面设计概述包括了平面设计的内涵以及平面设计职业与设计师等，主要内容涉及平面设计的定义、范畴、特征、职责、准则、行为规范与职业操守等平面设计的整体职业认知。第二篇——平面设计视觉表述重点强调了涉及平面设计构成要素和平面设计形式原理与构图法则等平面设计视觉语言的基础知识。平面设计流程是平面设计实践的行为模式，是相对理性和智慧地确定、处理和解决问题的过程，也是如何把客户的抽象诉求转变为能被目标受众理解和接受的具象视觉元素组合的过程，而这方面相关知识也恰恰是平面设计教育中普遍存在的短板，所以，本手册在第三篇——平面设计流程中详尽阐述了包括确定目标和发展策略、确定设计标准、调研分析、创意、设计、制作和发布等设计师们在长期的设计实



践中逐渐形成的有效设计流程,尤其是创造性思维模式和表现方法等内容可为设计师捕捉有效信息和定位导入点而最终获得最有效解决方案提供必要的帮助。第四篇——平面设计媒体表现则聚焦于不同媒体设计的实用技术层面,具体展现了媒体的种类、特点、各媒体的设计要素、设计方法、电脑辅助设计以及数码印刷和印前工艺流程等前沿制作技术等相关知识。

本手册力求图文并茂,例图除了选

自本手册编者作品和网络资源外,大部分例图则选自天津理工大学艺术学院、天津师范大学津沽学院和美国普度大学卡鲁特(Purdue University Calumet)平面设计专业的学生作品。天津理工大学艺术学院硕士研究生车逸、李秋乐和李彦薇为本手册的编制做了许多工作。

本手册旨在为平面设计机构和平面设计培训以及平面设计师在具体实践中提供系统的指导,更可作为高等教育平面设计等相关专业的教材用书。

第1篇 平面设计概论

第1章 导论	002
第2章 平面设计内涵	007
第1节 平面设计的定义	007
第2节 平面设计的范畴	008
第3节 平面设计的特征	010
第3章 平面设计职业与设计师	013
第1节 平面设计职业	013
第2节 平面设计师	017



第2篇 平面设计视觉表述

第4章 平面设计构成要素	022
第1节 文字元素	022
第2节 图形要素	026
第3节 色彩要素	030
第5章 平面设计形式原理与构图法则	031

第3篇 平面设计流程

第6章 平面设计流程概述 038

第7章 确定目标、发展策略和设计标准 040

第1节 确定项目目标和策略 040

第2节 确定设计目标和策略 041

第3节 确定设计标准 047

第8章 调研分析 048

第1节 调研分析技术 049

第2节 市场调研 050

第3节 设计备忘录 051

Contents

第9章 创意 054

第1节 创造性思维模式 055

第2节 表现方法 062

第3节 技术手段 070

第10章 设计 079

第1节 平面设计的诉求内容和表现形式 079

第2节 设计的实施步骤 081

第4篇 平面设计媒体表现

第11章 媒体的创意设计 090

- 第1节 平面广告设计 090
- 第2节 书籍装帧设计 098
- 第3节 包装设计 100
- 第4节 企业视觉识别设计 104
- 第5节 影视广告设计 109
- 第6节 多媒体设计 112

第12章 电脑辅助设计 114

- 第1节 Photoshop 115
- 第2节 Illustrator 120
- 第3节 InDesign 121
- 第4节 Flash 124
- 第5节 Dreamweaver 126
- 第6节 After Effects 127
- 第7节 数码印刷 129

- 附录1 优秀平面设计师的成功秘诀 132
- 附录2 色彩使用基础 133
- 附录3 印刷纸张开型和分类 134
- 附录4 印刷纸张厚度对照表 135
- 附录5 照片尺寸大全 136
- 附录6 主要印刷术语 137

参考文献 158



第 1 篇 平面设计概论



平面设计是一种创意视觉表现语言，是一种视觉传达方式。尽管社会认知在绘画艺术和平面设计之间偶尔存在着某种模糊的界线概念，但不可否认的是，内容必须借助于视觉形式来体现，视觉形式必须依靠视觉元素来构成，视觉元素必须通过设计手段来组织和规范。所以从某种意义上讲，任何视觉艺术都是依托于特定的设计手段来表现特定的内容，都具有平面设计的形式意义。以此为根据，距今一万八千五百年前人类文明发展初期阶段的岩洞壁画就可以被追溯为平面设计的起源。

伴随着历史发展的漫长和坎坷，人类文明从史前文化经过中世纪、文艺复

兴和工业革命时期等几千年不断的递进，平面设计也由于生产力的提高、社会分工细化、人类物质文明和精神文明的需求逐渐发展为一种与商业有着密切关系的专门技能，从而奠定了现代平面设计的基础，使平面设计在布满荆棘又充满机遇的道路上逐渐朝着职业化发展。从结绳记事到图形符号，进而演变为包括中国甲骨文、两河流域苏美尔楔形文字以及埃及象形文字等在内可供交流和沟通功能的古文字，这不仅标志着人类历史文明进程中的重大转折，同时也展现了人类在平面设计上高度的概括力、准确的表现力和杰出的创造力。尤其是在平面设计发展史上几次具有里程碑意

义的重要转折不仅为现代平面设计行业的整合创造了有利的条件,而且还为现代平面设计行业的完善提供了可靠的保证。

平面设计的发展与印刷术的发明和发展是密不可分的。众所周知,中国的四大发明为人类文明发展作出了重要贡献,其中造纸术和活字印刷术的发明为平面出版媒体传播起到了积极的推动作用,同时也为平面设计的应用提供了坚实的技术基础和物质保证。到了宋代,中国印刷术已经具有世界巅峰水平,并迅速传入了周边包括朝鲜、日本和东南亚各国乃至中亚,最后由中亚传入欧洲,并成为欧洲平面设计真正意义的源头。尤其是在15世纪德国人古登堡发明了金属活字印刷技术以后,进一步推动了整个欧洲出版业的发展,欧洲古典风格平面设计开始盛行。

在19世纪中、晚期的欧洲,许多有识之士开始尝试将平面设计从美术领域中分割出来,并且对平面设计教育的系统化进行了不懈的努力和尝试,其中包括由于创建了至今仍在版面设计中被广泛应用的栅格系统(Grid System)的荷兰画家皮特·蒙德里安(Piet Mondrian, 1872—1944);首先提出“设计是一种语言”并参与举办万国工业博览会的英国设计师、设计教育改革家亨利·柯尔(Henry Cole, 1808—1882)以及出版了多本被视为工艺美术运动中最重要平面设计产品的书籍,证明了平面设计商业市场的存在和帮助平面设

计从制造工业和美术领域中分割出来,直接影响了之后的新艺术运动,也间接促成了20世纪初期平面设计的快速发展的威廉·莫里斯(William Morris, 1834—1896)。

在现代平面设计史上,20世纪初由德国著名建筑家沃尔特·格罗皮乌斯在德国魏玛市建立的“国立包豪斯学院”(Das Staatliches Bauhaus)是平面设计教育的一个重要转折点。秉承“设计第一,艺术第二”的理念,包豪斯创建了一整套现代设计的教育体系,首创了平面、立体构成研究、材料研究和色彩研究等独立的“基础课”,以科学为视觉设计教育的依据,强调设计的功能性以及设计与工业生产的关系,使设计理论在实践中取得了卓越的成就,奠定了现代设计教育的结构基础,从而完善了现代设计教育体系,开创了现代设计的新纪元。

在平面设计方面,包豪斯的教师瓦西里·康丁斯基(Wassily Kandinsky, 1866—1944)、保罗·克利(Paul Klee, 1879—1940)、约翰内斯·依顿(Johannes Itten, 1888—1967)、奥尼尔·费宁格(Lyonel Feininger, 1871—1956),以及后来在美国芝加哥创办被称作“新包豪斯”的“芝加哥设计学院”的拉兹洛·莫霍里·纳吉(Laszlo Moholy Nagy, 1895—1946)等著名艺术家和设计师在教学中集立体主义、达达主义、风格派、构成主义和超现实主义等各种风格流派的新观念和新语言之大成,结

合绘画、色彩、摄影、材料和印刷工艺等方面的技法研究成果,博采众长,发展出具有高度理性化、功能化、简洁化和几何形式化的典型现代特色的新的平面设计风格。包豪斯奠定了现代平面的观念和风格,并对战后形成的国际主义平面风格起到了决定性的作用。第二次世界大战期间,包括包豪斯师生在内的许多欧洲设计师移居美国,又把这一风格传播到美国。在美国强大经济背景的支持下,终于把包豪斯的影响发展成为一种具有全球性影响的、注重理性和功能的,反对装饰、单纯和冷漠的国际主义风格(图1-1)。



图1-1

“二战”后的美国在工商业等方面得到了蓬勃的发展,平面设计在大的社会背景和需求下形成了以兼容世界流行风格为基础的,集实用主义、折中主义、商业主义、多元化和幽默性等为一体的现代设计特征。面对国际贸易市场的激烈竞争、科技的进步和生产力的提高,社会商品总量的增加和消费市场的复苏,商品的生产者和经营者强烈地意识到需要一种形象力的整合与统一,以此对外创建自身形象,对内增进员工的凝聚力,增强信誉、提升竞争力和扩大市场的份额。一些企业开始反思传统的产品广告模式,与此同时尝试品牌策划和企业形象视觉传达,以期借用由此产生的效应创造企业的隐形资产和产品的附加值。20世纪50年代初,美国的IBM公司率先对企业形象进行整体规划,委托设计大师保罗·兰德(Paul Rand, 1914—1996)设计了一套系统、新颖和独特的企业形象识别符号,并获巨大成功,企业形象设计由此应运而生,开始在美国、德国及欧洲各国盛行,随后于60年代传入日本并融入企业管理中,逐渐形成了集企业理念识别、企业行为识别与企业视觉识别为一体的亚洲式的CIS(Corporate Identity System)企业形象识别系统(图1-2)。

中国的近现代平面设计十分薄弱。1840年鸦片战争以前一百年间处于自给自足小农经济状态的闭关锁国和鸦片战争爆发后历经近百年的动荡和战乱,尤其是外国殖民企业的入侵,几乎瓦解性

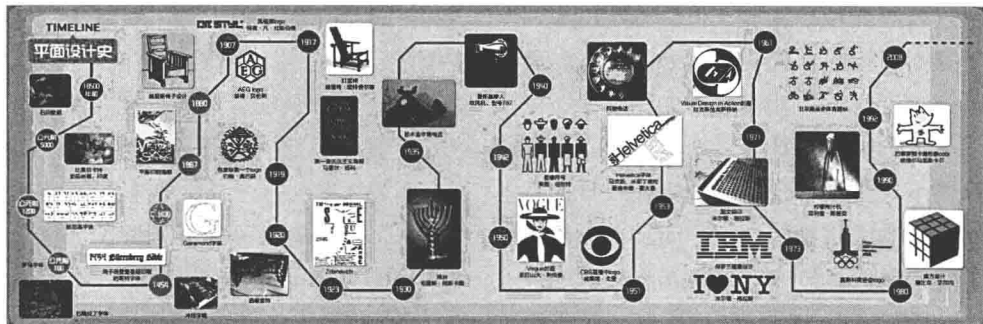


图 1-2

地摧毁了中国本来薄弱的民族工业。通过一系列的不平等条约，列强在中国开始肆无忌惮地倾销商品和掠夺物资。外国企业采取五花八门的广告促销手段，在上海、武汉、天津等通商口岸设计、印刷、绘制和发布广告，所以大量具有国外风情的商品广告及商品包装充斥了中国市场，体现了西方文化对中国平面设计的冲击和西方平面设计思潮的影响。在这种打击下，屈辱生存于夹缝中的中国民族资本家开始觉醒，并推出了符合本民族受众需求的一系列绘画广告来振兴发展民族工业。与此同时，外国商人也雇佣中国当地画家为他们设计符合中国民情和习俗的广告来抢夺中国市场，并以上海为中心形成了中国近代平面设计队伍的雏形。然而，中国现代平面设计的先驱者们并没有盲目地崇洋媚外，而是立足于中国传统的绘画艺术，广泛吸收西洋绘画和摄影艺术的特点，运用传统书法和绘画的手法，创造出具有中国特色的平面广告设计。这些广告设计作品的内容贴近大众、形式新颖、易于

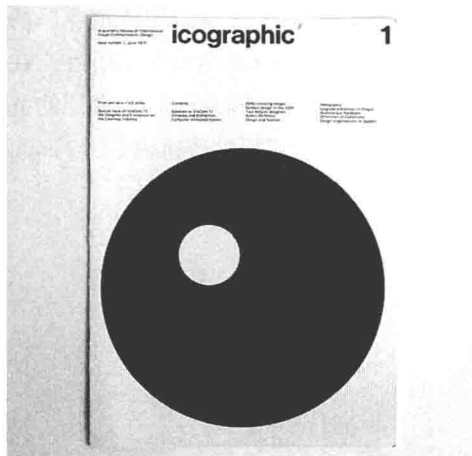


图 1-3

张贴，既有实用价值又有欣赏价值，所以迅速得到了广泛的推广和普及（图 1-3）。

1950 年代至 1970 年代特殊的时代背景使中国平面设计行业经历了一个不堪回首的衰落畸形期。经过一系列的社会变革，中国当代平面设计从特殊时代的彷徨迷茫中解脱出来，逐渐进入了大放异彩的新时期。

尽管社会的发展和科技的进步不断

拓展着平面设计领域，但是长久以来对于平面设计职业的称谓却非常混乱，比如图形设计、商业美术、实用美术、工艺美术和装潢设计等，众多含混不清的称谓不仅毁损了公众对于平面设计的认知，影响了职业的定位，而且大大阻碍了设计师职业发展的空间。

1972年，国际平面设计师理事会(The International Council of Graphic Designers)学术评论季刊《Icographic》的执行编辑帕特里克·沃利斯·伯克(Patrick Wallis Burke)在总第四期题为“图形设计的教育”的社论中首次提出了“视觉传达设计(Visual

Communication Design)”的概念，系统描述了平面设计领域的范畴和定位，消除了社会公众和行业内长期存在的困惑和误解，正式统一了职业名称。近年来，中国高等教育的相应专业相继舍弃了“装潢设计”的称谓，采用了国际上普遍达成共识的名称：“视觉传达设计”，简称为“平面设计”，从业人员也由不伦不类的称呼“美工”而正名为“平面设计师”，由此开创了中国现代视觉传媒设计的新纪元，视觉传达设计教育也由传统单一的(工艺)美术学院(校)模式向多层次多渠道迅猛发展，满足了市场对于平面设计人才的需求。

平面设计内涵

第1节 平面设计的定义

“平面设计”(Graphic Design),在
当今艺术设计领域中也称为视觉传达设计(Visual Communication Design),其功能是将不同形式的文字、图形、色彩和肌理等诸视觉要素遵循一定的设计原理,以视觉形式传递给受众特定信息。所以,平面设计可以理解作为一种依靠视觉元素的选择和组织,创作出传达特定信息的视觉表现作品。从其内在的本质上说,平面设计不是纯艺术形式的表现,它兼具了人类物质需求与精神赏悦双重功能的实用艺术。基于此因,平面设计要求设计师不能只以自身所欣赏的好、

恶来创作作品,而必须是从社会和受众的视角出发去创作出符合其内在需求和审美标准的实用艺术设计作品。

在此过程中,设计者将经过确定目标和发展策略、确定设计标准、调研分析、创意、设计、制作和发布等设计流程,正确面对客户的需求、媒体的选择、受众的认知以及应用材料、制作工艺和预算等问题,然后是借助于艺术形式和美的形式原理,通过吻合受众审美需求的创意、版面构成及编排来实现能有效地进行视觉化传达的平面设计作品。因此,我们可以将其定义为:平面设计是以艺术形式和技术手段,借助图像和文字等视觉元素,有效地把客户的特定信息通

过特定媒体传递给特定目标受众的问题解决方案的创作活动。

从平面设计的内在本质和历史发展上看,平面设计不仅是满足人类物质欲望的需求,同时也是满足人类精神生活和富于想象力的艺术创新活动,它的终极目标是为大众需要和社会发展服务,并随着社会的进步而不断地改变着自身的现状。同时,数字化科技时代的高速发展,也为平面设计领域提供了无限宽广的舞台,将声、光、电等各种先进技术充分加以综合利用而展现的设计魅力,正在为人类社会的可持续发展做出不可替代的贡献。

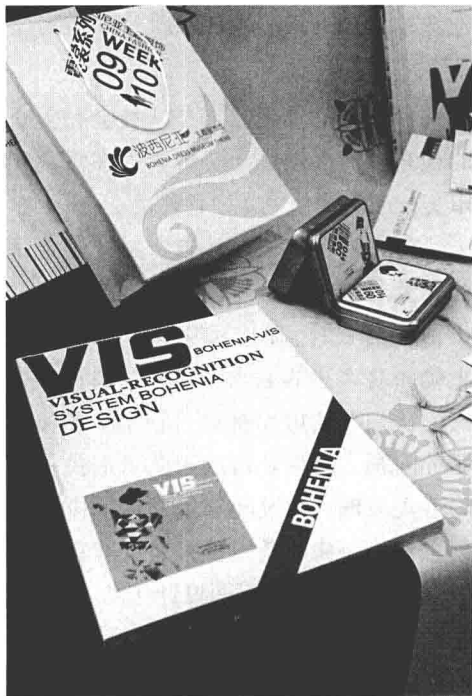


图 2-1

第2节 平面设计的范畴

随着科学技术的飞速发展,平面设计的范围也在不断地扩展和延伸,从最初主要以纸质媒介传播开始,直至今日已将荧幕与网络媒介涵盖其中,成为现代社会经济建设与发展中不可或缺的重要组成部分,并服务于人们日常生活的各个方面。由于平面设计范畴涉及领域广泛而多样,我们可将其分类归纳为以下几个方面:

1. 标志、企业形象设计

标志设计中包括了大型公益与商业活动、社会团体与企事业单位的徽标设计,公司产品品牌的商标设计;而起始于20世纪50年代的企业形象设计更是将标志设计延展到了企业团体在经营活动中的每个角落,从标志、标准字体、标准色彩、企业造型及象征图案等的基础系统设计到办公用品、办公环境、商业展示、包装、交通工具、大众传播、职员服装等的应用系统设计均涵盖其中(图2-1)。

2. 报纸、期刊杂志设计

报纸、期刊杂志是较为传统的媒介形式,由于其自身的实用特点,至今仍是大众信息传播的主要媒体,其设计内容在字体和版面设计方面尤为突出(图2-2)。

3. 图案、插画设计

图案设计主要应用于服装、染织行业领域;而插画设计在如今的平面设计中应用极为广泛,特别是有了计算机辅

助设计后, 由于其对实现设计师的创意具有强大便捷性的制作功能, 让插画设计如虎添翼, 发展迅猛。

4. 书籍装帧设计

书籍装帧设计包括了文学作品与科技类书籍设计、艺术画册、集邮册、产品宣传或使用手册等书籍装订形式的设计(图2-3)。

5. 包装设计

包装设计从整体上包括了商业与工业包装设计两大类, 但还可根据不同的视角进行不同形式的划分, 如可以从产品的性质、包装使用材料和制作技术等方面划分。如今各种商品琳琅满目, 包装设计更是形式多样、丰富多彩, 其内容涵盖了所有用于市场流通的商品范围(图2-4)。

6. 广告宣传设计

广告宣传设计包含的设计范畴非常广泛, 但我们可从整体上划分为传统的平面广告和现代的电波广告两大类。我们还可根据不同的传播媒体进行具体的划分, 如传统的平面广告可包括报纸杂志、招贴海报、墙体路牌、霓虹灯箱及邮寄和交通工具等媒体广告设计; 而现代的电波广告主要包括了广播、影视动画、电子荧屏和网络多媒体等的媒体广告设计(图2-5)。

7. 网络媒体设计

网络媒体设计是随着互联网络的兴起而发展起来的。网络媒体兼具了数字化、全球化、即时性、互动性、自由开放及海量信息存储等多方面的突出优

势, 并将视频影像、音频声效和人机交互的现代化多媒体技术有机地结合为一体, 从而为现代平面设计的发展搭建了一个全新的施展平台, 同时也让现代平面设计的形式表现进入了一个全新的时代(图2-6)。

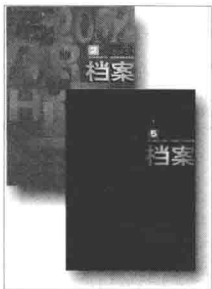


图 2-2

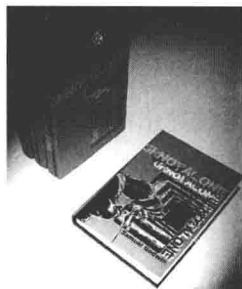


图 2-3

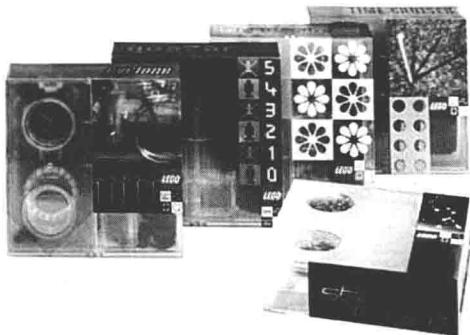


图 2-4



图 2-5