

平面设计

GRAPHIC DESIGN

主 编 吴 通

副主编 王小平 余隋怀 康文科 卢凌舍



西北工业大学出版社

平面设计

Graphic Design

主 编 吴 通

副主编 王小平 余隋怀

康文科 卢凌舍



NLIC 2970697572

西北工业大学出版社

【内容简介】 本书较全面地介绍了平面设计的基本理论以及平面设计所涉及的各个专题的设计知识和技法,主要内容包括绪论、平面设计的基本要素、设计构图原理、字体设计、标志设计、CI系统、名片设计、导向(标志)设计、广告设计、印刷基础知识等。

全书依据平面设计课程讲授和学习的特点,从基本概念、性质、特点、设计流程、设计技法、评价等角度系统地阐述了现代平面创意设计的基本理论和方法,内容详尽、条理清晰、逻辑性强、易于理解和掌握,能使學生全面系统地掌握平面设计的基本原理和技能。

本书可以作为工学、艺术学、文学、经济和管理类相关专业本科以及研究生使用的教材,也可供有关工程技术人员和管理人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

平面设计/吴通主编. —西安:西北工业大学出版社,2011.3

ISBN 978-7-5612-3032-9

I. ①平… II. ①吴… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 032349 号

出版发行:西北工业大学出版社

通信地址:西安市友谊西路 127 号

邮编:710072

电 话:(029)88493844 88491757

网 址:www.nwpup.com

印 刷 者:陕西丰源印务有限公司

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

印 张:11.75

字 数:279 千字

版 次:2011 年 3 月第 1 版

2011 年 3 月第 1 次印刷

定 价:30.00 元

前 言

平面设计是设计类专业的一门专业课程,大凡设计,无论是二维还是三维,抑或是动漫,都离不开平面设计。平面设计在我们的日常生活中无所不在:留一个便条,出一个通知,甚至写一个签名,都要有“设计”,当然也都要用到平面设计的知识。

“平面设计”课程的任务是使学生了解平面设计的基础知识;了解各种平面设计的要素,各种要素的设计方法、设计原理;了解多种平面设计形式及其设计方法。

本书分上、下两篇,共10章,主要内容包括平面设计概述、平面设计的基本要素、设计构图原理、字体设计、标志设计、CIS设计、名片设计、导向(标志)设计、广告设计和设计印刷基础知识等。上篇是设计的基础和通用知识,下篇是分专题对各种设计形式的概念、性质、特点、设计流程、设计技法的介绍。

通过本书的学习,读者可以获得平面设计的基础知识,为学习其他相关内容及从事设计工作和科学研究奠定必要的基础。

在本书的编写过程中,力求贯彻全面、实用、理论与实践相结合的原则,通过条理化、逻辑化、细致化的理论叙述,配合图文并茂的案例分折,深入浅出地阐明了平面设计诸多领域的设计理论和方法等问题。

值得说明的是,“设计”同“制作”虽有联系,但却有本质的不同,这一点无须多言。所以本书着重于设计知识、设计原理和设计方法等理论方面的讲述,而非设计软件的教程。软件的操作属于“设计表现”或者说“制作”等方面的内容,有些设计公司招聘的“平面设计师”基本上是“电脑操作员”,如果抱着这方面的想法,那么这本书可能不太适合你。

本书由西北工业大学工业设计系吴通、王小平、余隋怀、康文科、卢凌舍等共同编写。西北工业大学陆长德教授和西安电子科技大学杨西惠副教授等曾对本书的编写提出了宝贵的意见和建议,在此表示感谢。

本书参考了大量的设计作品及案例,大多来自网络,无法一一查证作者,在此一并表示衷心感谢。

由于水平所限,书中难免存在不足与疏漏之处,敬请读者批评指正。

编 者

2010年11月

目 录

上篇 基础篇

第 1 章 绪论	3
1.1 基本概念	3
1.2 平面设计的特点	5
1.3 平面设计的分类	7
1.4 平面设计的发展与变革	8
1.5 关于我国的平面设计	10
习题	12
第 2 章 平面设计的基本要素	13
2.1 色彩	13
2.2 图形	23
2.3 文字	26
习题	26
第 3 章 设计构图原理	27
3.1 概述	27
3.2 强调(Emphasis)	27
3.3 平衡(Balance)	28
3.4 韵律(Rhythm)	29
3.5 统一(Unity)	29
3.6 呼应(Correspondence)	29
3.7 流动(Flow)	30
3.8 对比(Contrast)	30
3.9 调和(Harmony)	30
3.10 视觉惯性的应用	30
习题	31



下篇 应用篇

第4章 字体设计	35
4.1 概述	35
4.2 中文字体设计	38
4.3 拉丁文字体设计	44
4.4 中外字体设计要领	48
习题	51
第5章 标志设计	52
5.1 标志的起源和发展	52
5.2 标志的特点	54
5.3 标志的分类	55
5.4 标志的设计	57
5.5 标志设计的程序	65
5.6 标志设计的规范化	66
习题	68
第6章 CI系统	69
6.1 CI的概念	69
6.2 CI的发展	70
6.3 CI的特性	74
6.4 CI的作用	75
6.5 VI的应用	77
习题	79
第7章 名片设计	80
7.1 名片概述	80
7.2 名片的构成要素	82
7.3 名片构成要素的编排	83
7.4 名片的版面设计	85
7.5 名片的设计构思与形式美法则	92
7.6 色彩情感与名片的色彩设计表现	97
习题	99



第 8 章 导向(标志)设计	100
8.1 导向设计概述	100
8.2 导向设计的要素设计	105
8.3 导向设计的程序	111
8.4 导向标志系统所用材料及工艺	114
8.5 导向系统的类别及其设计要点	117
8.6 导向的评价	121
习题	121
第 9 章 广告设计	122
9.1 广告概述	122
9.2 平面广告创意策略	131
9.3 平面广告的设计表现	132
9.4 广告效果评定	139
习题	141
第 10 章 印刷基础知识	142
10.1 常见印刷工艺种类	142
10.2 印刷的基本要素	151
10.3 印刷的流程	162
10.4 印前电脑制作	164
10.5 印后的加工工艺	175
习题	175
索引与名词解释	177
参考文献	179

上 篇

基 础 篇

第1章 绪 论

1.1 基本概念

1.1.1 设计

1. “设计”的内涵

中文中的“设计”一词与英文中的“Design”一词相对应,应用非常广泛。1974年的《大不列颠百科全书》对“Design”的解释是:“指进行某种创造时计划、方案的展开过程,即头脑中的构思”^[1]。

中文的“设计”一词中,“设”和“计”均有其独立的含义。在中文中“设”有“设立、布置,安排、筹划,假设、假使”等含义;“计”有“计算,仪器,主意、策略,打算”等含义。

“设计”作为一个词出现的情况也比较多,比如说:设计陷害、设计一个实验、总设计师、计算机辅助设计、设计方案、设计图纸等。

归纳起来,中文的“设计”有动脑筋、想办法、找窍门、安排、计划、制订方案等含义。

值得一提的是,有的文献中认为“设计”一词来源于英文“Design”,这种说法欠妥。因为它既不是音译,也不是意译后新造的词,中文中原本就有“设计”一词,而非来源于什么英文的词。

在现代汉语词典中,对“设计”一词的解释为:“在正式做某项工作之前,根据一定的目的要求,预先制定方法、图样等”^[2]。

在本书,我们对“设计”一词给出一个广义的定义:设计是一种有目的的创造性活动。它既可以指这种活动本身,此时它的词性是动词;同时,“设计”也可以指这种活动的结果,此时它的词性是名词。

2. “设计”的外延

“设计”一词的外延非常广泛,不仅仅局限于某一领域。设计已广泛深入到人类的知识体系中,尤其在应用学科中,设计是人为事物和活动的本质因素所在。



而我们常说的艺术设计、工程设计、工业设计、平面设计、概念设计等都用到了“设计”一词,这里提到的“设计”都是针对特定领域的设计,是狭义的设计,必须要有前置的说明部分来限制其所指对象的性质和范围^[3]。

设计包括很广的范围和门类,如建筑设计、工业设计、产品设计、环境艺术设计、展示设计、服装设计、平面设计等。

而平面设计现在的名称在平常的表述中却很为难,因为现在学科之间的交叉更广更深。传统的定义,例如现行的叫法“平面设计(Graphic Design)”“视觉传达设计”等,这也许与平面设计的特点有很大的关系,因为设计无所不在(见图 1.1)。



图 1.1 生活中的平面设计

1.1.2 平面设计

设计是一种有目的的创造性活动,平面设计是这种活动所要采取的形式之一。

平面设计就是以文字、符号、造型来捕捉美感,捕捉、表达意象,表达意念与企图,进而达到沟通与说服效果的一种设计活动(见图 1.2)。在平面设计中需要用视觉元素来传播设计者的设想和计划,用文字和图形把信息传达给受众,让人们通过这些视觉元素了解设计者的设想和计划。



图 1.2 平面设计

平面设计是为现代商业服务的艺术,主要包括标志设计、广告设计、包装设计、店内外环境设计、企业形象设计等方面,由于这些设计都是通过视觉形象传达给消费者的,因此又称为“视觉传达设计”,它起着沟通企业—商品—消费者的桥梁的作用^[5]。视觉传达设计主要是以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作,在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的感情和观念,在人们的日常生活中起着十分重要的作用。

从范围来讲,用来印刷的都和平面设计有关;从功能来讲,“对视觉通过人自身进行调节达到某种程度的行为”,称为视觉传达,即用视觉语言传递信息和表达观点^[6]。“视觉传达设计”“平面设计”两者所包含的设计范畴在现阶段并无大的差异,“视觉传达设计”“平面设计”在概念范畴上的区别与统一,并不存在着矛盾与对立。

在了解了对平面设计范围和内涵的情况下,我们

再来看看平面设计的分类,如形象系统设计、字体设计、书籍装帧设计、行录设计、包装设计、海报/招贴设计……可以这样说,有多少种需要就有多少种设计。

动画设计是在二维环境中营造出三维的空间影像,这是一种视觉化、虚拟化的模拟,不占有实际的空间、不具备真实性,因此在某种程度上仍属于平面设计的范畴。同样地,在广告设计中的立体效果的设计也属于平面设计的范畴。

而对于包装设计、展示设计、室内装饰设计等,由于设计对象的立体性和设计媒介的空间性,决定了它们属于三维设计,但是大量的平面装饰出现在其表面,所以它们的设计往往是三维设计和平面设计的结合。

1.1.3 设计的本源

自古以来,人们一直寻找能够用视觉符号的方式表达思想感情的方法,如图 1.3 所示的象形符号便是最初的平面设计。它深受意识形态的影响,其超大型风格因素是社会政治、经济、文化的缩影,代表着一种浓缩的时代精神。

平面设计的起源,可以说在人类思考之日起就拉开了帷幕(见图 1.4)。人类最初采用的是图画的方式,但是表达的意思毕竟有限,于是创作出了形象各异的符号,最终形成了文字。早期的画即是字,字即是画,即所谓的“书画同源”(见图 1.5)。

文字的产生使平面上的基本元素得以完美地组合;印刷的发展则为上述因素的组合提供了舞台。这意味着现代平面设计的真正开始。

1.2 平面设计的特点

作为设计范畴的一个重要组成部分,平面设计和印刷具有密切的关系。无论是书籍设计、包装设计、版面设计,还是广告设计、标志设计、企业形象设计等,大都是经由印刷批量生产的产物。除了这一形式上的特点之外,平面设计在设计本质上具有的特点可以归纳为以下几点。

1.2.1 手段性

设计本身不是目的,而是手段,它不可能为设计而

前 10(00)一	
埃及	意思
	牛头
	院子
	直角
	门扇
	叫喊
	索子
	草叶
	圈圈
	水
	蛇
	眼睛
	人头
	十字形

图 1.3 象形符号



图 1.4 半坡鱼纹盆

sun (日)		日
moon (月)		月
cloud (云)		云
rain (雨)		雨

图 1.5 象形符号



设计。设计作品是一种中介,它的核心目的是最终传达设计者的意图。

设计作品是作为信息传达的媒介而存在的(见图 1.6),因此当衡量一个作品的好坏时,是否达到设计要求、能否实现传达目的是首要的指标。不管构思多么奇妙、画面多么唯美、技巧多么纯熟、制作多么精良,如果起不到传达设计意图的作用,不能成为信息传达的中介,则是一个十足的失败之作。这一点是初学设计的青年设计师尤其需要铭记的。



图 1.6 平面设计的手段性

1.2.2 主观性

平面设计是设计师的一种主观的行为,他们利用各种设计素材,将设计意图借助视觉的方式表达出来,用自己的图形化语言来说话和传神。设计过程是设计师按照自己的主观意愿对设计资源和素材的重新组织、整合的过程。

主观性是平面设计的一个重要特性。对于同一个设计主题,不同的设计师会有不同的设计方案。这就是设计的主观性的体现。

我国清代著名书画家郑板桥将画竹的心得体会总结为“眼中之竹”“胸中之竹”“手中之竹”三个阶段。这三个层面形象地概括出了艺术家的创作心理和思维过程。从“眼中之竹”开始,每个人的关注点都会有所不同;到“胸中之竹”时,即是对作品的构思,作者会调用各种元素、规则、风格来表现自己的设计愿望;而“手中之竹”则是作品的最终呈现,这又与作者的设计表达能力有关。

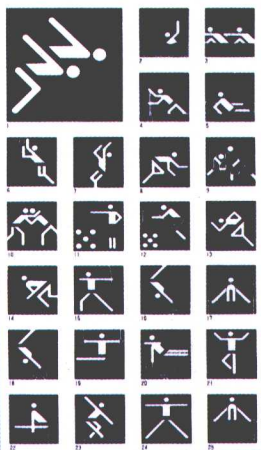


图 1.7 图形标志

1.2.3 客观性

设计的主观性强调的是设计师的主观的创造,而设计的客观性指的是设计表达的客观规律。

平面设计是通过人们的视觉来理解的,实际上是将信息用图形化的语言来表达的艺术。虽然平面设计有其主观性,不同的设计师设计的作品有不同的形式,但是都要传达一定的内容,这个内容要为广大大众所接受并正确解码。这就是平面设计的客观性。

如图 1.7 所示的是常见的体育运动项目的图形化表示,在各种场合我们可以见到不同的带有各种民族特点和造型风格的表示形式(如图 1.8 所示是具有浓

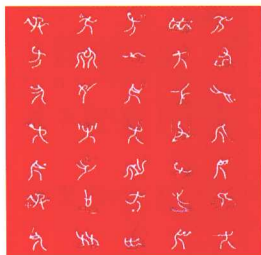


图 1.8 具有浓郁中国特点的运动项目标志



郁中国特点的运动项目标志),但是不管怎么变化,它们所表示的运动项目都是可以被不同国家、民族及文化水平的人们迅速识别的,这其中体现的就是平面设计在信息传达方面的客观性。

1.2.4 创造性

设计不是模仿,设计的本质是创新。创新包含了很多方面的内容,简单地说,所谓创新性,是指对过去经验和知识的分解组合,使之实现新的功用^[7]。艾伦·弗莱彻是以设计为基础来探索一种意念的创造,因此十分强调设计意念的重要性,他说:“在设计中除了意念,其他所要做的就只不过是设色涂抹罢了。”

当谈到设计的创造性时,马克思说过:“蜘蛛的活动与织工的活动相似,蜜蜂建筑蜂房的本领使人间的许多建筑师惭愧,但是,最蹩脚的建筑师从一开始就比最灵巧的蜜蜂高明的地方,是他在用蜂蜡建筑蜂房以前,已经在自己的头脑中把它建成了。”(《资本论》(第一卷),《马克思恩格斯全集》第23卷第202页)

马克思的这段话说明了人类区别于低等动物的是低等动物的活动是本能活动,而人类的实践活动是有意识的活动,而且这种意识具有目的性、计划性、自觉能动性和创造性(见图1.9)。

1.2.5 商业性

平面设计是在现代商业化的过程中发展起来的,大多数的平面设计都是来源于商业行为,平面设计本身就是一种市场化的活动,其目的是获得一定的效益(包括经济效益和社会效益等),因此在这个意义上说,平面设计具有商业性的特点(见图1.10)。

1.3 平面设计的分类

平面设计是指设计的有目的的创作活动所采取的形式之一,即在二维空间的一切设计活动。它所涉及的范围非常广,几乎囊括了整个商业设计领域。

- (1) 字体设计(见图1.11)。
- (2) 标志设计。
- (3) 视觉识别系统(VIS)设计。
- (4) 名片设计。

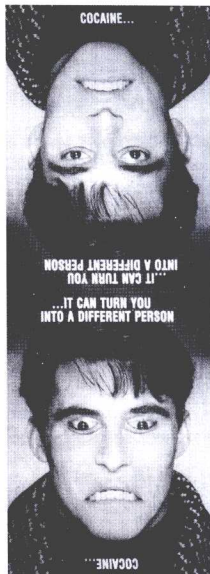


图 1.9 平面创意广告



图 1.10 商业广告



图 1.11 字体设计



图 1.12 包装设计

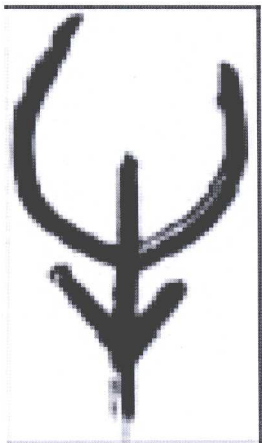


图 1.13 象形文字“牛”

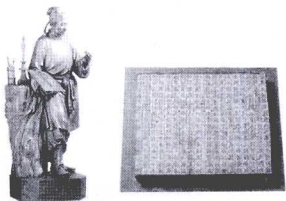


图 1.14 毕昇和活字印刷

(5) 平面广告设计(路牌、招贴、海报等)。

(6) 装帧设计(包括书籍、报刊、样本、宣传手册、画册、DM(宣传单)、贺卡、请柬等)。

(7) 包装设计(软包装、硬包装,见图 1.12)。

(8) 导向系统设计。

(9) 展示陈列设计。

(10) 多媒体设计。

(11) 网页设计。

(12) 其他各类印刷品设计。

1.4 平面设计的发展与变革

1.4.1 信息传播革命

自从人类诞生以来,人类社会至少已经经过了四次意义重大的信息传播革命,并正在经历着第五次信息传播革命。信息传播革命是科学技术进步的结果,同时也伴随着媒介的形态变化。

第一次信息传播革命是语言的诞生。距今约 10 万年前,人类学会了操纵声音来表达思想,人类进入语言传播时代。这时候,信息传达者和受众是一对多的形式。

第二次信息传播革命是书面文字的诞生。文字的产生(见图 1.13),对人类的信息传播有了根本性的影响。信息传播获得了更多的稳定性,同时不再像语言那样受到时空的局限。

第三次信息传播革命是印刷传播的诞生。到了 11 世纪,我国宋代人毕昇发明了活字印刷术(见图 1.14),人类第一次具有了大批量、高速度复制信息的能力。

第四次信息传播革命是模拟电子传播的诞生。19 世纪 40~70 年代,电报、电话相继发明。20 世纪 20~50 年代,无线电广播、电视、录音、录像等一系列模拟电子传播技术与媒介相继出现,并迅速普及千家万户,使得人类信息传播的速度空前迅速,范围空前广泛,内容空前丰富,复制、扩散和保存信息的能力空前增强,人类进入以模拟电子传播为代表的大众传播时代。

第五次信息传播革命是正在我们身边发生的数字式电子传播革命。进入 20 世纪 90 年代以来,过去界



限分明、壁垒森严的各种信息(数字、语言、文字、声音、图画、影像等)如今均可以用计算机的二进制作数字化处理,从而可以相互转化、浑然一体了。“新媒介”的产生,带来了新的传播形式和特征;交互技术的出现,使得传播者和受众之间的传统关系面临巨大的变化。

1.4.2 计算机技术与平面设计

计算机的出现,给我们的设计带来了深刻的变化。这些变化体现在设计工具的变化、设计对象的变化、设计思路的变化等。

20 世纪 50 年代,美国人成功研制了第一台图形显示器。60 年代麻省理工学院的 Ivan Sutherland(萨瑟兰)在其博士论文中首次论证了计算机图形交互技术的原理和机制,正式提出了计算机图形学(Computer Graphics,简称 CG)的概念,从而奠定了 CG 的发展理论基础,同时也为计算机辅助设计(广义的设计)技术开辟了广阔的应用前景。

这些巨大的变化对人类社会、经济、文化的每一个方面都产生了深远的影响。平面设计也经受了这场剧烈变革的冲击和挑战(见图 1.15),由其所带来的变化主要有:

(1) 计算机极大地改变了平面设计的技术手段、设计程序和方法。

(2) 以计算机技术为代表的高新技术开辟了平面设计的新领域,平面设计的涉及范围越来越广,扩展到了三维领域,以及影视、音乐、动画等动态的多媒体设计。

(3) 设计师的观念和思维方式也发生了很大的转变。

1.4.3 网络技术与平面设计

20 世纪 80 年代以来,随着计算机技术及网络的发展和普及,人类进入了一个信息化的新时代。继印刷媒介(书刊、报纸、杂志)、广播、电视之后,第四媒介网络的出现意味着人类文明的新进程。

网络时代的到来消除了地域的限制,意味着人们生活、工作、学习方式的改变。全球每秒有 10 个网站在注册,每天诞生 8 万个新网站。网页设计师已被列入我国的 7 大走俏人才。互联网将是平面设计的新的舞台(见图 1.16)。



图 1.15 “人脑还是电脑”



图 1.16 网页设计



1.4.4 多媒体技术与平面设计

多媒体的出现,使得我们的设计不再局限于二维的文字、图形,可以加进声音、动画等要素,使得设计表达更为丰富。

1.5 关于我国的平面设计

1.5.1 挖掘传统要素

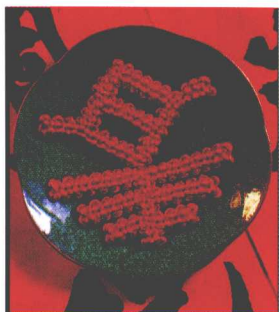


图 1.17 设计中的传统要素

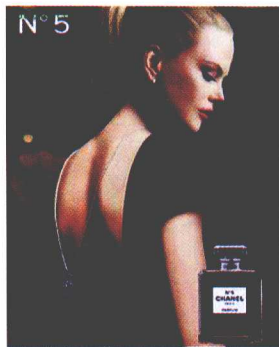


图 1.18 法国香水广告



图 1.19 红蓝椅[荷兰]里特维尔德

全世界各个国家、各个民族文化传统各不相同,造就了人们对平面设计理解的差异。一方面,设计的风格是独有的、特别的、民族的,一方水土养育了一方设计师,因而形成了该地域的特色(见图 1.17);而另一方面,设计又是大众的、世界性的,优良的设计是广为人知的,是能被大多数人接受的,因而也是世界性的。

法国,地处温带、海洋气候,温暖的海风轻轻吹拂,蔚蓝的天空丝丝清爽,人们追求美妙而浪漫的生活,绅士、淑女款款而行,时装、香水、金表成为上流社会的奢侈品,形成一种华丽、精美的法国浪漫风格(见图 1.18)。

德国,气候干燥,多山的自然环境造就了严肃的德国人,设计师更多的考虑是设计和人之间的关系(尺寸、模数的合理性),因此德国的设计体现出严谨、冷静、高度理性的品质。

意大利人把设计当做一种文化、一种哲学来看待,不把它单纯看做是赚钱的工具,于是高品位成了意大利设计的优势。设计公司一向视它的设计人员为艺术家。工作的保障、社会的尊重、稳定的收入,使得设计师具有安全感和稳定感,无后顾之忧,从而放手大胆地尝试各种不同凡响的设计佳作。

荷兰是现代主义设计的故乡,其设计风格简洁、明快,喜欢采用几何形体(见图 1.19)。

日本的平面设计家对线条的造型极为敏感,设计风格含蓄、大方又不失雅致,体现出东方的传统韵味。

美国的设计起源于商业,非常注重实用。它以雄厚的经济实力兼收并蓄、容纳各种积极的因素,国际风格应运而生。短暂的历史、自由的人性,使美国的设计更具有轻松、乐观的色彩。这种风格逐渐波及世界各