

美 术 家 ● 之 路

MSTZ

朱

广
告
装
潢
设
计

cooperation
the pain.



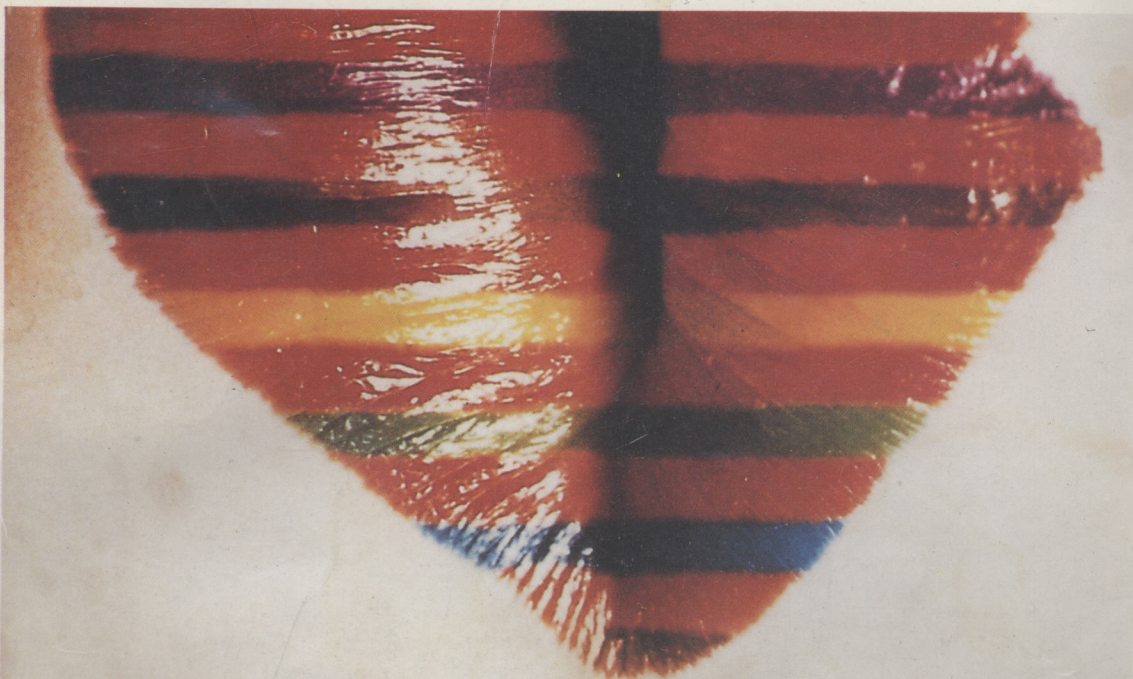
Meishujia
Zhilu

江苏美术出版社

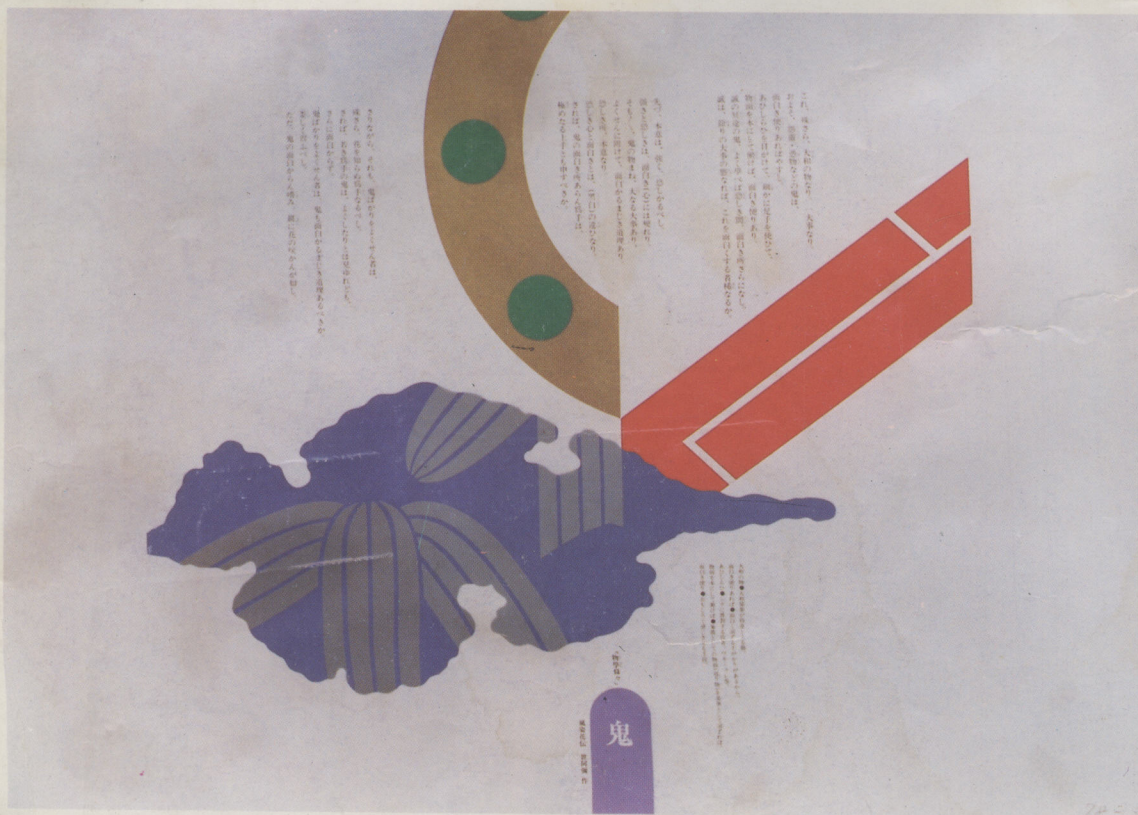
江苏美术出版社

广告装潢设计

沈 斌



SHISEIDO INSTITUTE OF BEAUTY SCIENCES 1-4-1 NISHIGOTANDA SHINAGAWA-KU TOKYO JAPAN



目录

写在前面

学前必备工具

第一章 装潢设计

第一讲 装潢设计程序

- 一、市场调查
- 二、构思定位
- 三、绘制效果图
- 四、制作黑白稿
- 五、检查校对

第二讲 装潢设计中一些基础知识

- 一、印刷字体
- 二、烫印电化铝
- 三、喷绘

第二章 广告设计

第一讲 广告的分类

- 一、按广告内容分
- 二、按广告对象分
- 三、按广告形式分
- 四、按信息量分
- 五、按表现技巧分

第二讲 广告的形式要素、构图和表现

- 一、文字
- 二、广告摄影
- 三、插图
- 四、装饰图案
- 五、商标、标志
- 六、广告色彩
- 七、构图

第三讲 平面广告设计

- 一、报纸广告设计
- 二、杂志广告设计
- 三、宣传卡设计
- 四、招贴设计

第四讲 POP 广告介绍

第五讲 CI 设计介绍

第三章 包装装潢设计

[1] 第一讲 包装的历史和分类

[52]

- 一、按包装形态分类
- 二、按机能分类
- 三、按销售地区分
- 四、按材料区分
- 五、按内容区分
- 六、按工作区分

第二讲 包装设计的特征

[53]

第三讲 纸制品造型

[53]

- 一、纸盒造型
- 二、包裹造型
- 三、购物袋造型

第四讲 容器造型

[58]

- 一、容器的种类
- 二、容器设计
- 三、结构图
- 四、制模
- 五、绘制效果图

第五讲 包装装潢设计

[64]

- 一、主展面的设计
- 二、整体设计

第四章 书籍装帧设计

[67]

第一讲 书籍装帧的历史和分类

[67]

- 一、按装订要求分
- 二、按内容分
- 三、按用途分
- 四、按出版形式分

第二讲 书籍装帧的特征

[68]

第三讲 书籍装帧设计

[69]

- 一、封面
- 二、环衬
- 三、扉页
- 四、目录
- 五、版权页
- 六、页码和书眉
- 七、版式设计
- 八、文学插图

[40]

[46]

[48]

[52]

结束语

[78]

写在前面

沈 斌

当今生活中无所不在的装潢艺术,给原本并不计较美与否,只重实用的人们以潜移默化的美育;也使眼光苛刻的爱美之人得到艺术的熏陶。装潢象是无声的花朵,点缀在人们身边,又象是风度高雅之士与你交谈。市场上,你所中意的商品一定有着你中意的装潢;生活中难以舍弃的也大都有着你所中意的装潢。难怪收藏火花、邮票、香烟壳等物的人士是那样地多,爱美之心谁没有呢。作为一个为大众服务的装潢设计者,作为一个有志于装潢设计的初学者,当以此业为荣,它确是极具社会意义而又显您才华的、富有情趣的事业。

装潢在人们的生活中起着很大的作用,也有着非凡的影响。在商品社会里,企业之间的竞争也离不开装潢,企业需要它保护、宣传、销售商品,消费者需要它了解、比较、识别商品。除了商品的内在质量,更重要和更直接地产生视觉效果的产品装潢,普遍受到供需双方的重视。随着我国经济建设的蓬勃发展、国际商品市场竞争的日益激烈,商品的装潢设计就更显出它的重要性来。社会需要优秀的装潢艺术,企业需要优秀的装潢设计人材。目前,不少有志青年想在此天地里驰骋,希望成为一名优秀的装潢设计师,为社会作出贡献。

为了能帮助有志者早日掌握装潢设计的规律,取得更快的进步,江苏美术出版社有目的地在《美术家之路》系列丛中,安排了这本

《装潢设计》满足其愿望。

在众多的初学者中,也许有不少人认为装潢设计就是绘画。如果是这样,那就错了。绘画是客观世界在主观上的反应,通过绘画的手段表现出来,属于精神领域的纯艺术欣赏品。而装潢设计的目的是为商品服务,商品就是它的内容。设计者应该根据商品的特点和消费者的心理进行策划和表现。除了需要绘画能力外,还要具备广告摄影、文字设计、商标标志设计和装饰图案设计等基本功;具备文学、立体造型、材料、印刷工艺等知识;要求更高些,还需要了解一些经济学、市场学、心理学、新闻学和美学。因此,无论从目的,还是形式上,仅用绘画的观点看待装潢设计,都是不对的。

由此看来,一个成功的装潢设计家必须具备多方面的才能、学识与修养。而对于一名初学者而言,应当有一定的绘画和装饰基础,才能顺利地进行装潢设计的学习。正如只有在学会生字、造句后,才能写文章一样。当开始学习时,要多方面吸取营养,不断地充实自己,抓住装潢设计的根本采用多种表现方法,使作品更具感人的魅力。经过勤学多思、反复实践,争取早日在商品社会里发挥作用。

《装潢设计》一书正是怀着这一目的,从教学的角度讲授了这方面知识,愿它有助于初学者对装潢设计的理解和学习,有助于为准备高考和进一步自学打好基础。

学前必备工具

你想称心如意地表现自己的设计构思,取得理想的设计效果,没有合适的工具是难以办到的。人们常说“工欲善其事,必先利其器”。由此可见,在设计之前,准备好工具,并在设计中善于使用工具和了解工具的性能是非常重要的。下面将设计工具加以分类介绍:

一、纸张

1. 绘图纸、细纹水彩纸和铜板纸:根据各人的爱好和习惯,选择使用于色彩效果图。

2. 铜板卡、白板卡、灰卡和玻璃卡:前二者用于黑白稿的制作,具洁白、平整和落笔勾线不化的特点。这四种都适用包装盒的制作。

3. 座标纸:这是一种印有浅色方格纹的纸张,有利于商标、标志的复制和放大。

4. 拷贝纸:也称描图纸。用于保护黑白稿的清洁,并可在纸上作色彩标示和稿内的错误修正,也可辅助草图的完成。

5. 宣纸:书法的必备纸。

二、笔

1. 铅笔、色铅笔、色水笔:铅笔是在草图起稿、效果图的起稿、复制拷贝和插图中运用素描手法等方面使用。而色铅笔、色水笔用于标色、校正,以及在彩色效果图中作种种表现技法。

2. 针管笔:一般有0.1至0.8粗细不笔的型号,能画出各种规格的实线,线条粗细一致既光挺又能避免象鸭嘴笔那样发生中途断墨的现象。可以方便黑白稿的制作,也可作插图用。

3. 鸭嘴笔:含蓄墨汁、墨水、厚薄匀称的水粉,主要依靠尺子作种种直线、曲线,并可调节粗细,特别在色彩效果图上,有针管笔不可代替的作用。

4. 狼圭、白圭、紫圭、拖线笔:这些都是小狼毫笔,具有毫尖弹性大的特点,用于精致的

文字和图案描绘最为适宜。

5. 羊毫毛笔:毫软而蓄色量多,用于小面积的色彩平涂,均匀而不留笔触。

6. 底纹笔:笔宽而用力均匀。在没有喷笔的情况下,作大面积的色彩平涂和渐变,是最好的选择。

7. 喷笔:配备气泵。从大面积的平涂、渐变,到小面积的微妙变化无所不能。色彩层次丰富、过渡自然。

8. 油画笔、水粉笔、水彩笔和毛笔:适用于插图和书法等方面。

三、尺和规

1. 直尺:分钢尺和塑料尺、长尺和短尺。钢尺用于裁切纸张和照片,不易损伤尺本身;塑料尺由于透明,利于在设计图上准确地描直线。长尺适宜于长尺度的计算、画线和裁切用;而短尺在小面积的使用上,将会得心应手。

2. 三角板(尺)丁字尺、量角器:正确掌握直角和多种角度的使用,有利于设计图外轮廓到内部各结构的端正,有利于文字和图形的计算和制作。

3. 圆规:装上铅芯,可以画圆、椭圆和辅助多角形的完成。装上鸭嘴笔和针管笔,又可作彩色效果图和黑白稿的制图用。

四、拼贴工具

1. 美工刀、剪刀:裁纸、切割文字和图片。

2. 割垫:防止在切割纸张、文字和图片中,损坏桌面,准备一块0.5公分以上厚度的橡胶板、软塑板、纤维板都可以。一块玻璃也可代替,只是容易伤刀锋。

3. 胶水、双面胶带纸、浆糊、乳胶:在没有罐装或瓶装透明胶的情况下,使用一般胶水作粘帖文字和图片用。在纸张薄,遇水易于起皱的情况下,使用双面胶带纸为宜。浆糊用作裱纸,也能顶替胶水派上用场;乳胶能比较牢固

地粘贴容器的模型和烫印电化铅。

4. 软橡皮、毛刷:软橡皮易于修改铅笔稿,而且不易损伤纸的表面。毛刷用于清洁设计稿画面。

五、颜色

1. 绘画墨水、碳素墨水、墨汁和黑广告色:两种墨水可供针管笔使用,四种材料都可作黑白稿用,但绘画墨水呈水性,容易渗入纸面,遇到大面积难以涂匀,而且黑度不够。所以用黑广告色平涂比较方便,效果也比较好。

2. 各色广告色和金、银粉:用于彩色效果图的设计,白广告色还可以用于修整画面。金、银粉的运用需加水和胶水调和,增加粘性。

3. 电化铝、彩色胶贴纸:这两种纸,能给设计画面增加色彩。电化铝通过烫印产生金和银的光泽色。彩色胶贴纸经过切、刻、剪,能产生

各种色彩新鲜简洁的色块、图案和文字。

六、辅助工具

1. 中英文植字样本、植字字级表、铅字字号字体表、英文刮字纸,文字编排设计用。

2. 印刷演色表(色标本),标色用。

3. 绘图板、拷贝台,制作和复制设计稿用。

4. 调色盒、调色盘,利于颜色的调配,设计黑白稿和色彩效果图。

5. 照相摄影设备,广告摄影和收集资料用。

6. 转轮、木刻刀、钢片,用于制作容器的模型。

7. 笔洗、抹布、图钉、胶带纸等,前两者用于洗笔、擦笔、清洁设计工具用;后两者用于固定设计纸张。

第一章 装潢设计

何为装潢?魏晋以来,用纸盛行,最初的书籍、字画都是卷轴形式。围绕卷轴工作,装裱曰装,染纸曰潢,两种工作形成一种专门的职业,故而联称装潢。

今天装潢的含义已扩大了它原始的范畴,为适应社会的需要和分工,演变为围绕商品生产所进行的工作,成为装潢的主流。而原有的卷轴则以“装裱”独立门户。现代书籍却又习惯于称作“装帧”,这也是很自然的事。如果全面考察现时装潢的各项工作,可以分出以下若干方面:

1. 传统的书画装裱。
2. 传统和现代的书藉装帧。
3. 商品包装装潢。
4. 广告。
5. 展示陈列。

装潢设计的学习对于初学者而言,可以说是千头万绪,本书侧重以平面印刷设计为重点。主要包括广告、商品的包装装潢、书籍装帧

设计等。并就广告设计详细分析其中的形式要素表现,以寻求装潢设计的共性。而包装装潢、书籍装帧设计则以各自的特性成为讲解的重点,并联系到有关的立体结构造型和穿插比较详细的专业基础知识和印刷工艺,免去绘画和装饰基础的一般知识。强调重点,减少重复。力求举一反三、触类旁通。

本书中的插图,并非可有可无,而是作为构成全书所不可缺少的部分,它有助于对方法和原理的理解及以后的实践。

第一讲 装潢设计程序

当你打开这本书的第一页,你也许最关心的就是如何进行设计。从以上部分,我们已经了解到装潢设计无论从内容,还是在形式上的表现都与绘画有所不同。就设计程序而言也是如此。一件成功的装潢作品,首先要从市场调查研究入手,掌握大量的信息,做到心中有数,

才能找到好的构思和恰当的表现形式,充分发挥装潢的作用。因此,有关设计中的每一环节,我们都应认真对待,仔细推敲。

一、市场调查

我们不妨假设一下,如果一项设计任务摆在我们面前,那么就会面临这样的问题:委托者的情况如何?产品有什么特点?市场消费如何?同类产品的装潢设计情况如何?只有了解情况,找到规律,才能解决设计应说什么,对谁说和怎样说的问題。

市场调查一般针对以下几方面进行:

1. 向委托者了解厂家、公司的历史及现状如何?企业形象如何?商标标志的使用情况如何?广告语的使用情况如何?有什么特殊要求?

2. 所需装潢设计的产品档次如何?有何荣誉?给消费者带来什么好处?产品的质量、性能、结构原理、生产成本、使用原理和维修情况如何?产品的产地、历史的特点如何?原有的产品外形和包装如何?

3. 广告销售的主要对象是什么国家、地区,是对经销商还是对消费者?他们的年龄、性别、文化水平、生活方式和风俗习惯如何?

4. 竞争对手的广告策略、宣传手段、技术水平如何?装潢设计的表现形式如何?

二、构思定位

当我们掌握了第一手资料,也就有了设计的依据。针对委托者的意图和产品的特点,以消费者为上帝进行构思立意。再把设计的主题思想,体现到画面的文字和形象上。突出表现重点,有目的地强调商标、牌名、商品形象,使之成为视觉的中心,更好地达到其传达信息和形象感人的效果,这种方法被称为定位设计。

定位设计的表现方法可以分为两种:一种是直接表现法,另一种是间接表现法。直接表现法即忠实地表现客观对象的外观和结构特征,揭示商品的种种优越性。设计者利用情感或智慧的表现技巧抓住重点,以夸张、对比、衬托等等手法精心设计,给人以直率、明确的感受。

1. 突出牌名或商标

突出牌名或商标,以醒目的形象或含义吸引人,并给消费者留下强烈的印象,树立商品和企业厂商的形象。(图1)



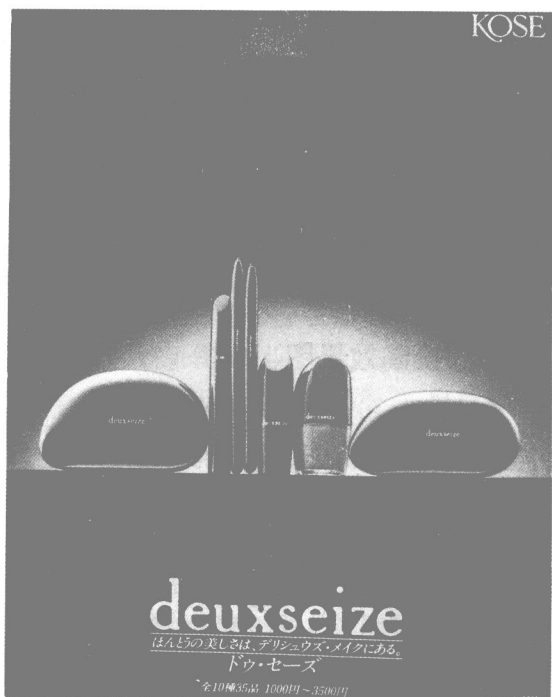
(图1)

2. 突出商品形象

以生动、逼真的商品形象与消费者直接见面。如晶莹欲滴的葡萄、油光闪闪的烤鸭、香气袭人的食物、造型新颖的电器等等,打动消费者的心。这种效果往往很直接,易于一目了然,增强购买的诱惑力。(图2)

3. 突出消费者

以具备感人形象的消费者占据画面,抓住观者的视线。明确商品服务对象轻松愉快的神情和动态,密切商品和人之间的相互关系:以体育明星身着“运动服”,脚穿“运动鞋”的矫健身影,引起体育爱好者对此运动装束的想往和追求;以一张经过选择的朱唇、一双含情脉脉的眼睛的特写,将平时司空见惯的化妆动人心魄地展现出来,渲染设计作品的情绪,增强设计艺术的魅力。(图3)



(图 2)



(图 3)

除此,设计中同时出现两个重点的情况也经常出现:突出牌名和商品;突出牌名和消费者;突出商品与消费者。甚至有时还会出现处理得当的三者形象,但需要防止散乱的现象。

(图 4)



(图 4)

间接表现法则是比较内在的表现手法。人除了能够直接用视觉感到商品形象外,在生活中用各种器官所接触到信息,将在头脑中留下愉快的印象,记忆下来,并且向更高的精神领域发展,产生联想和想象。在直接的表现中,就有了联想的成份,而间接表现法更强调这种联想和想象。设计者运用异质同构的原理不直接地再现商品的客观形象,而是用另外一种人们所熟悉的事物把所表达的内容形象化地表现出来。今天这种同构关系的运用不仅能形象化地表现商品的特性,而且还会更耐人寻味,其表现范围很广,形式也多种多样。

1. 利用含义相似,通过另一件事物的属性把所要表现的含义表现出来。《象母亲的手一样,柔软的儿童鞋》这幅广告以富有人情味,充满母爱的手法比喻童鞋的舒适、柔软和对儿童的关心,使消费者感到一种亲切感。(图 5)

2. 利用含义和形式的双重相似产生视觉冲击力和心理反响。香港节油广告,运用中文“油”的三点水和三枚钱币的形式相似,把节约汽油和节约金钱的含义联系起来,表现出节油就是节约金钱的含义。(图 6)

间接表现的特点是不管形式是否相同,含义要相同,或者两者之间有联系,这是一个关键问题。它们的相互关系将形成表现方法的丰富性,同时由视觉上的引人注目递进到心理上对本质的反响。



Don't push them out of shape.

Your child's foot is a delicate bridge of bones and tendons and ligaments. It has to make peace with the earth every time it touches the ground.

Keds make it easy. Unlike poorly-made shoes, they don't have your child's foot in an unfriendly mold.

Keds are shaped for kids' feet. With lots of room in the forefoot. So toes can wiggle.

And spread out for comfort. Shows that cramp.

Choose a hostile environment for a child's foot. First, there's

pressure. Then, friction. Sometimes the big toe moves in on the smaller ones. They get irritated. Turn red.

Toes that grow up in the wrong mold can end up with problems. Painful calluses. Corns. Blisters.

And unlike stiff outdoors, Keds are supple and flexible like a child's foot. Just not your Keds shoe salesman to show you. Your children's feet will be in good hands.

And unlike stiff outdoors, Keds are supple and flexible like a child's foot. Just not your Keds shoe salesman to show you. Your children's feet will be in good hands.

And unlike stiff outdoors, Keds are supple and flexible like a child's foot. Just not your Keds shoe salesman to show you. Your children's feet will be in good hands.

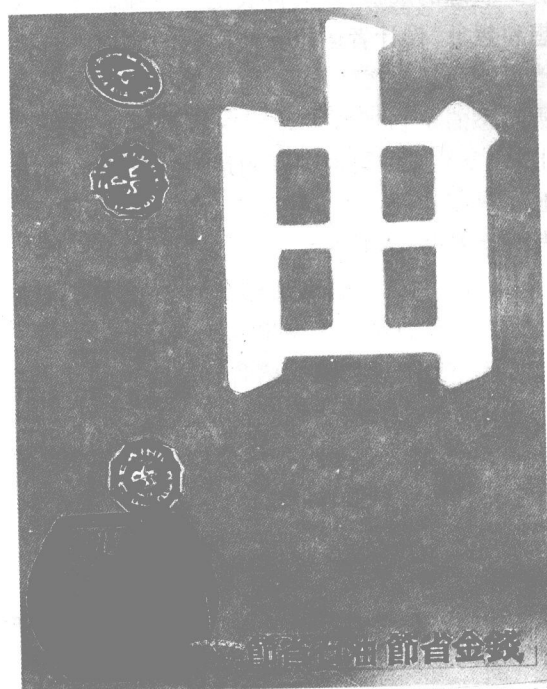
And unlike stiff outdoors, Keds are supple and flexible like a child's foot. Just not your Keds shoe salesman to show you. Your children's feet will be in good hands.



Keds

像母亲的手一样柔软舒适的儿童鞋

(图 5)



(图 6)

间接表现法也要象直接表现法一样善于突出重点。力求主题明确，简洁明了，给人们留下明确的设计内容和视觉感受。让简练的主题、简练的形象和简练的视觉流程具有强烈的

视觉冲击力，从而让消费者产生强烈的共鸣，这在一切都讲究速度的现代社会里，显得非常重要，也符合人们的审美观念和生活的需要。同时构思和表现形式要新颖多姿，更使人感到立意和形式的美，得到艺术的享受。所有这些，我们从优秀的广告、包装和书籍装帧设计作品，都不难体会到。

三、绘制效果图

通过反复构思、多次比较，以其中筛选出的生动而又准确的形式落实到画面上，称之为效果图。

起初可以从不同的角度围绕主题展开丰富的想象力，并迅速捕捉意念，用铅笔勾勒出草图。这种草图虽然并不精确，然而可以体现出重要的构思。然后通过自己认真思索，反复比较，决定出最为满意的二至三张草图进行加工，要体现出比较仔细的形象，用彩色绘制。与同事商量，交委托者过目，并阐明自己的设计思想，在听取意见后进一步修改、完善，最后画成一张与实际尺寸同大的未经印刷制作的成品。

如果是容器装潢设计，那么除了标贴的色彩效果图外，容器设计还需要立体效果图，需从不同的方向考虑包装设计的形象，并配有一张结构图 and 制作模型，更能体现立体视觉效果和便于生产。

效果图的设计要充分考虑到美观、实用、经济的原则。对于胶板印刷的色彩效果图制作，微妙变化的色彩和笔触都会被如实反映。因为不管是手绘、喷绘、摄影、剪贴，表现手法都要做到恰到好处。而套色的运用则要注意到少而精，利用色彩的不同组合和重叠，达到丰富的视觉效果。同时每省一套色，将减少经济成本，被印刷的原料本身色彩不算色。使用的套色可以标准色标为准，直接剪贴色标、注明。这是因为水粉与印刷油墨在色彩上不能完全达到统一效果，而色标正是油墨的色彩。除此有关的立体设计还要考虑到材料，陈列销售、使用和造型容量等各方面的因素。

总之,在这里设计师就象一名导演,也象一名演员。虽然设计中的形式要素并不都需要自己动手,有些可以按照自己的设计意图指挥别人代劳,或者直接采用一些符合设计需要的现成作品,把它们组织起来,生动活泼地为主题服务,发挥“导演”的作用。但这种设计处理的过程,又得经过自己动手,具有较高表现能力的人将会更加得心应手,达到最终的目的。

绘制效果图,是设计程序中的一个重点,它将直接体现出构思的成熟与否,设计能力的高低,并直接影响着设计作品在实际运用中的效果如何。

具体表现方法请见第一章、第三章和第四章的详细介绍。

四、黑白稿制作

事实告诉我们,不光要有满意的效果图,还必须要有严格的黑白稿,也称墨稿、照相稿、制版稿。因为这是制版的依据,从纸张、尺寸到制作都需要我们认真对待。

1. 纸张

一般采用 150 克至 250 克雪白的铜板卡或白板卡纸。这类纸光洁,使黑白稿制作挺括。着墨后的纸张也不易起皱。

2. 尺寸

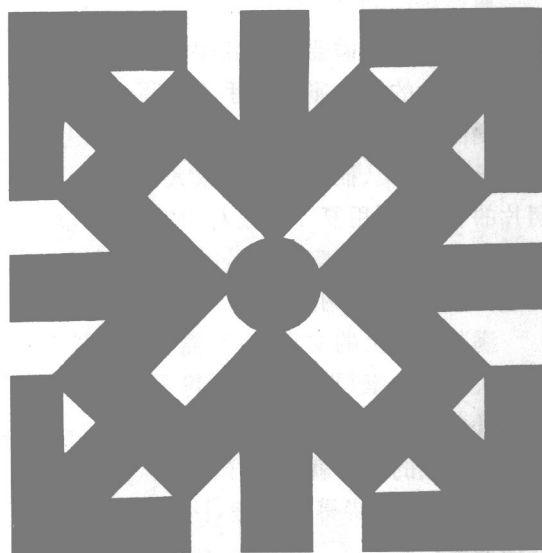
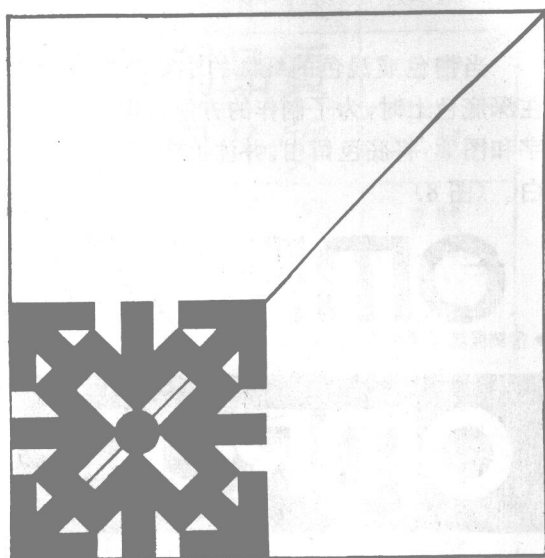
黑白稿的大小尺寸,根据成品的尺寸而定。成品尺寸较大的往往要求原大,而小尺寸的则需要放大制作。一者是为了绘制的方便,二者是为成品更精细,耐看。放大的尺寸一般按比例放大;比成品放大一倍(2:1)统称“四缩一”;比成品放大二倍(3:1)统称“九缩一”。放大设计稿的方法有多种,其中包括了计算法,利用放大尺和仪器,以及对角线放大等方法。在没有仪器和工具的情况下,最简便的方法是利用计算和对角线。

A. 计算法

计算法是按照成品的实际尺寸的长和宽,乘以放大倍数扩大,这种方法能得到明确的放大比例。在黑白稿上要注明放大的倍数。

B. 对角线放大

先画出原稿尺寸,然后按对角线延长,长短可根据实际需要决定。将延长线的顶端成水平或垂直线与设计稿的长和宽的延长线相交。请标明“原大”或缩至的尺寸。(图 7)



(图 7)

决定了外轮廓的印刷品设计,还要放出 3MM,叫作“出血线”,表示切去部分,以达到印刷成品的挺括的美观。

C. 制作

黑白稿的制作,需要借助于三角尺、圆规、鸭嘴笔、针管笔和毛笔等。对于挺括规则的线

和形要用绘图仪器和狼毫笔制作。不仅要以墨线画出放大后的轮廓线(实际的轮廓线以铅笔虚线示意),对画面内的字体、色块轮廓和点、线都要画清楚。为了画面的清晰和视觉上的对比作用,一些深色的字、色块可用墨涂实。(图9)

当白色或浅色的纤细的小字和图案出现在深底色上时,为了制作的方便可用墨色绘制字和图案,将底色留白。并注上“阳翻阴”,或反白。(图8)



(图8)

黑白稿中的基本字体,基本字体的外形变化可以按照实际需要选择照相植字和铅字。对于变形较大的字体则需要手工书写。

插图的处理要观其表现方法,在小幅设计中的绘画、图案、插图可按其放大倍数制作。而照片的利用,可用复印件按对角线放大或缩小到实际尺寸。如果需要网线效果,要用红色或蓝色涂染,并注明网线型号。

满版插图上的文字设计,需要在另外一张同样大小的白纸尺寸内,通过拷贝按其位置需要另外书写或剪贴,分两次照相制版。

黑白稿的制作就是这样严格,一定要和色稿相符,并要交待得很清楚,让印刷工人一看就能明白。此外还要擦去多余的铅笔线,蒙上透明的涤纶薄膜或拷贝纸,以保证稿面整洁。这是印刷前的最后一项工作。

五、检查、校对

了解印刷性能,熟悉印刷厂家,是设计者事先应当做的事。设计稿经印刷后,效果究竟如何?需要认真校样;检查字体有无差错,色彩是否准确,形象清晰度如何?及时发现问题,提

出意见,进行修改。使大批的成品能达到满意的效果。

第二讲 装潢设计中的一些基础知识

一、印刷字体

文字在装潢设计中占有十分重要的作用,它具有传达信息,体现设计思想,给人以美的视觉感受,相信大家已经基本掌握了美术字的写法。但在黑白稿的制作中,大量的标题、说明文和广告语的文字的运用,无疑会给设计带来困难,直接利用印刷字体,将会带来速度和质量。

1. 种类

我们常用的印刷字体主要包括汉字和拉丁字母两种。

A. 汉字

我国的汉字结构大致为方形,俗称方块字。目前在印刷上使用的字有活版字(铅字)和照相植字(照相排字)两种。活版字主要是用钢模浇铸而成,而照相植字是由磁面字模版通过照相植字机(分手动照排的电脑照排两种)制作而成。照排字能够把文字随意放大或缩小、压扁或拉长、倾斜和自由排列,这是铅字难以达到的。

汉文铅字主要有老宋、黑体、楷书、隶书、仿宋、长仿、长宋等。照相排字的字体是在铅字的几种字体上变异,而发展成50多种新字体的。(图9)

B. 拉丁字母

在世界上应用拉丁字母的国家有六十多个,我国的“汉语拼音”也采用了拉丁字母,它实际上已成为世界通用的字母了。拉丁字母在装潢设计中起着非常重要的作用。

拉丁字母虽然只有26个,相比汉文要少得多。但其外形变化大,大、小写上下位置排列也不一样齐,字母与字母相隔距离不等,这些都会给设计带来新的课题。

拉丁字母的字体书写种类很多,至少有百

● 中文字體

1 常用的鉛字字體

字 體	字 樣	字 號
老 宋	重視印刷設計提升印刷品質	2 號
黑 體	重視印刷設計提升印刷品質	2 號
楷 體	重視印刷設計提升印刷品質	2 號
仿 宋	重視印刷設計提升印刷品質	2 號
長 仿	重視印刷設計 提升印刷品質	2 號
隸 書	重視印刷設計提升印刷品質	2 號
長 傘	重視印刷設計 提升印刷品質	2 號
魏 體	重視印刷設計提升印刷品質	2 號

2 常用的照相字體

宋體類

秀麗體

專業精神精益求精

新秀體

專業精神精益求精

粗秀體

專業精神精益求精

幼宋體

專業精神精益求精

中宋體

專業精神精益求精

仿宋體

專業精神精益求精

老宋體

專業精神精益求精

粗宋體

專業精神精益求精

特粗宋

專業精神精益求精

黑體類

幼綫

專業精神精益求精

中黑

專業精神精益求精

新文體

專業精神精益求精

綜藝體

專業精神精益求精

方透視

專業精神精益求精

方立體

專業精神精益求精

方珊瑚

專業精神精益求精

太黑

專業精神精益求精

方黑

專業精神精益求精

黑體

專業精神精益求精

粗黑

專業精神精益求精

太粗黑

專業精神精益求精

特粗黑

專業精神精益求精

圓體類

幼圓

專業精神精益求精

中圓

專業精神精益求精

標準圓

專業精神精益求精

粗圓

專業精神精益求精

通心圓

專業精神精益求精

明珠體

專業精神精益求精

圓廣告

專業精神精益求精

圓立體

專業精神精益求精

肥仔字

專業精神精益求精

通心肥

專業精神精益求精

兵衛體

專業精神精益求精

書體類

楷書

專業精神精益求精

正楷書

專業精神精益求精

新楷書

專業精神精益求精

太楷

專業精神精益求精

小行草

專業精神精益求精

行書

專業精神精益求精

隸書

專業精神精益求精

淡古印

專業精神精益求精

粗行書

專業精神精益求精

幼亭流

專業精神精益求精

(图 9)

余种,但在印刷字体中,可分为罗马体和歌德体两大类,好似汉字的宋体和黑体。(图 10)

● 英文字體

常用的照相字體

羅馬體系

IMPRINT 7111

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

PLANTIN LIGHT 7074

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

SOUVENIR LIGHT 7066

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

ELRHART SEMI BOLD 7105

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

PLANTIN BOLD 7077

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

BOOKMAN LIGHT ITALIC 7132

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

BOOKMAN MED. ROMAN 7133

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

2. 大、小(字号、点数与字级)

活版字的大小以号数为单位,最大的为初号,接着是一号至七号,其中五号分为新五号和老五号两种。照相植字的中文以级为单位,英文以点(POINT)为单位。中文的级数从7级至100级,而拉丁字母从5点至72点。100级的大小相当于72点,数字越大,字形越大。

歌德體系

AVANT GARDE BOLD 7062

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

ERAS BOLD 7149

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

FRANKLIN GOTHIC ROMAN 7153

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

GILL SANS BOLD ITALIC 7110

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

SERIF GOTHIC BLACK 7190

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

ROMAN MEDIUM KABEL 7189

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

SERIF GOTHIC MED. 7071

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €\$&£

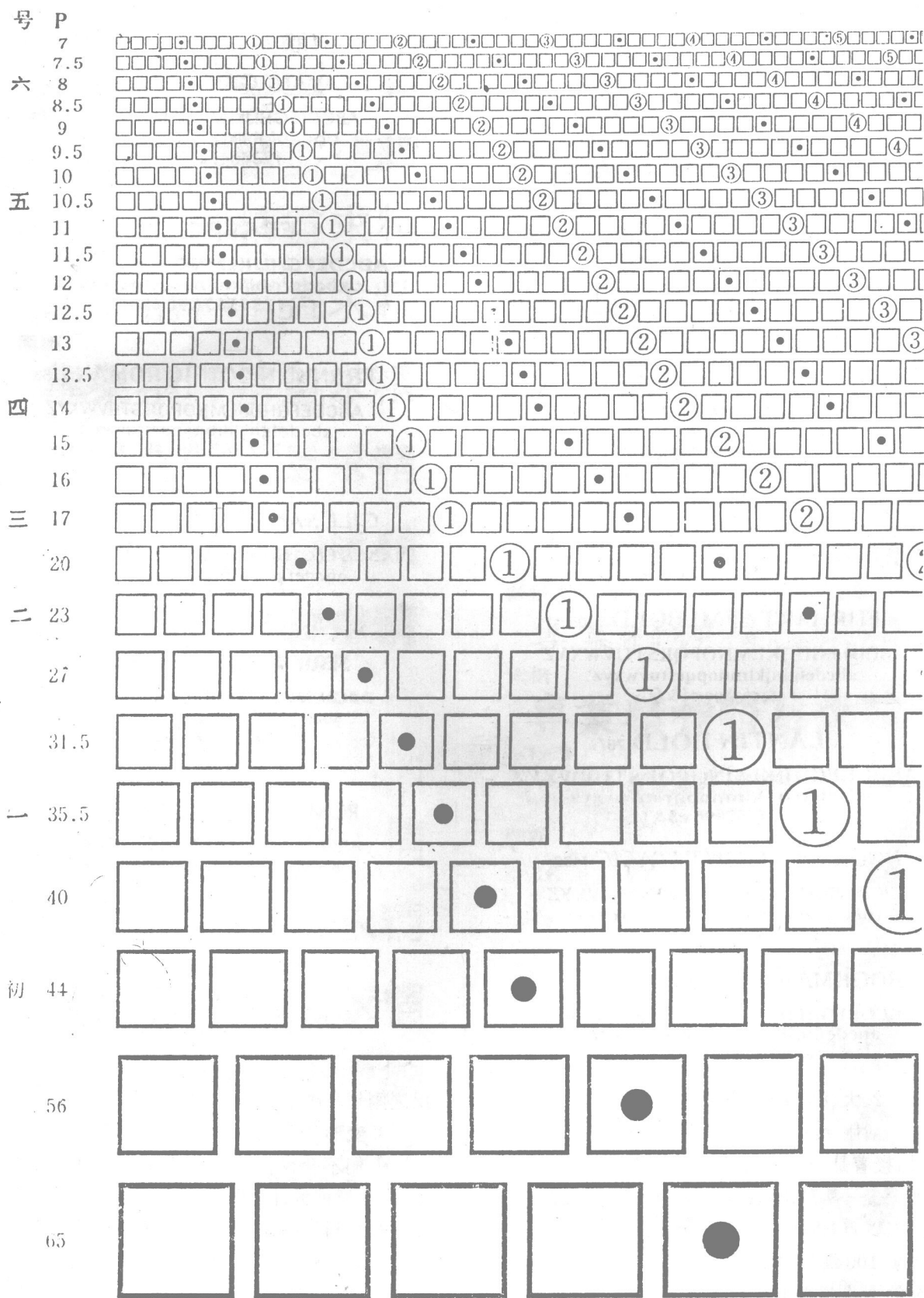
(图 10)

反之则越来越小。(图 11)

3. 变形

人们不会仅仅满足于基本字体的大小变化,往往根据设计意图进行适当变形,拉长、压偏,或者变斜、扭为弧形、向不同方向透视等。

变化的幅度有大有小,在照排中,随着变形的幅度而标号不同,拉长、压偏的变形率每



(图 11)

变化 10% 增加一号。以 1 至 4 号来区别, 变形率为 10%、20%、30%、40%。也就是说, 植字为长 1 号, 其高度不变, 宽度向内收缩 10%。而偏 1 号, 是宽度不变, 长度在原字基础上压偏 10%。斜体是向左或向右倾斜 15°、30°、45°。

英文的变形字字型与中文相同, 但英文的变型字有一部分在设计照相字模时已经将其字形按角度倾斜了, 在标字体时可按植字样表直接选择字样。(图 12)



正 號	攝影植字機			
	變 形 1 號	變 形 2 號	變 形 3 號	變 形 4 號
平 體	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
長 體	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
左長斜體15	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
右長斜體15	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
左長斜體30	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
右長斜體30	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
左正斜體	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
右正斜體	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
左平斜體30	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
右平斜體30	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
左平斜體15	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機
右平斜體15	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機	攝影植字機

(图 12)

二、烫印电化铝

电化铝、金、银等色是光泽色, 在设计中具有 一般油墨所达不到的效果, 显示出富丽堂皇的效果。

在效果图上烫印电化铝, 是将需烫印的图样或文字上涂上树脂胶或乳白胶。等胶略干时, 迅速贴上电化铝, 然后再铺上一张白纸, 用电熨斗在纸上来回烫压二至三分钟。请注意温度不宜太高, 以免烧焦电化铝的表面。另外用装着开水的平底茶杯来回烫压也可代替。待电化铝与胶完全粘牢、冷却、干透后, 撕去不需要

的电化铝, 那么就能得到预期的效果。

假使需要电化铝凸字, 那么请在未上胶的字或图案上, 先用胶质较好、较干的水粉或丙烯颜料均匀地堆积, 待干透后, 再象上面所讲述的方法烫印, 就能得到理想的电化铝凸字。

这是一种简便易行的方法, 在设计中被广泛使用。

三、喷绘

喷绘以喷笔为绘画工具, 既喷又绘。其特点是色彩过渡自然, 绘制效果细腻, 可根据自己的意图喷绘, 甚至达到照片的效果。(图 13)