



优秀教学成果奖系列丛书
中等职业教育“十三五”规划教材

平面设计 创意与制作

■ 主编 梁 梁 王宏春 葛长利



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

优秀教学成果奖系列丛书
中等职业教育“十三五”规划教材

平面设计创意与制作

主 编 梁 梁 王宏春 葛长利
副主编 吕 菲 张春胜 曲晓旭
参 编 孙 杨 王靖文 苏桢因 李泽铭 田 红

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

平面设计创意与制作 / 梁梁, 王宏春, 葛长利主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2020. 1 (2020. 1 重印)

ISBN 978 - 7 - 5682 - 7634 - 4

I. ①平… II. ①梁… ②王… ③葛… III. ①平面设计 - 高等学校 - 教材 IV. ①J511

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 211270 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 /

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 13.75

彩 插 / 4

字 数 / 263 千字

版 次 / 2020 年 1 月第 1 版 2020 年 1 月第 2 次印刷

定 价 / 68.00 元

责任编辑 / 王俊洁

文案编辑 / 王俊洁

责任校对 / 刘亚男

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

前言

Preface

“平面设计创意与制作”是数字媒体技术应用专业的核心课程。本书精心挑选了广告公司经常接触的8个典型设计案例，总结和提炼成适合读者的8个项目，字体设计创意与制作、标志设计创意与制作、DM设计创意与制作、杂志广告设计创意与制作、海报设计创意与制作、POP设计创意与制作、户外广告设计创意与制作、VI设计创意与制作。

读者可通过不同广告媒体的特点，了解平面广告传播的方式以及制作方法，无论在理论上还是在实践中，都能正确掌握平面设计创意与制作的基本规律和艺术法则，创造出新颖别致、具有创造思维的方案与作品。本书旨在培养能够掌握现代广告理念，具有前瞻性广告设计思维，能够独立从事广告设计创意与制作，具有实际动手能力与管理能力的应用型技术人才。

本书面向平面设计初、中级用户，采用由浅入深、循序渐进的方式引导读者学习，考虑到读者的接受能力，本书列举了大量的国内外优秀广告案例，具有很强的代表性和实用性。

在这里我们感谢书中提及的所有作者及他们的优秀作品，是他们为学习平面设计的学子们指引了正确方向！为了帮助读者及时地巩固和掌握所学的知识，每个项目都设计了对应的知识宝典、任务书及任务拓展。

本书是集体智慧的结晶，除封面署名的作者外，参加本书编写和制作的人员还有王靖文、苏楨囡、孙杨、田红、李泽铭，感谢大家为本书付出的努力。

由于作者水平有限，本书不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编者

目 录

Contents

▶ 项目一——字体设计创意与制作·····	1
任务——东方城控股集团有限公司的标准字体设计·····	2
1.1 知识宝典·····	2
1.1.1 字体设计的历史·····	2
1.1.2 字体设计的意义·····	6
1.1.3 字体在广告中的作用·····	8
1.1.4 标准字体设计·····	10
1.2 任务描述·····	24
1.2.1 任务介绍·····	24
1.2.2 任务信息·····	24
1.3 任务实施·····	26
1.3.1 撰写任务书·····	26
1.3.2 设计样稿·····	27
1.3.3 设计制作·····	27
1.3.4 任务评价·····	27
1.4 任务拓展·····	28
▶ 项目二——标志设计创意与制作·····	30
任务——吉布提职业技术学院有限公司的标志设计·····	31
2.1 知识宝典·····	31
2.1.1 标志的定义·····	31
2.1.2 标志的发展史·····	32
2.1.3 标志设计的性质·····	34
2.1.4 标志设计的三要素·····	38
2.1.5 标志设计的主题选择·····	39
2.1.6 标志设计的分类·····	39
2.1.7 标志设计的原则·····	40
2.2 任务描述·····	41
2.2.1 任务介绍·····	41

2.2.2	任务信息	41
2.3	任务实施	42
2.3.1	撰写任务书	42
2.3.2	设计样稿	44
2.3.3	设计制作	44
2.3.4	任务评价	44
2.4	任务拓展	45
▶	项目三——DM 广告设计与制作	47
<hr/>		
任务——	香坊茶业极品绿茶产品市场推广 DM 广告设计	48
3.1	知识宝典	48
3.1.1	DM 广告的定义	48
3.1.2	DM 广告的类型	49
3.1.3	DM 广告的优劣势	53
3.1.4	DM 广告的设计与制作原则	53
3.2	任务描述	56
3.2.1	任务介绍	56
3.2.2	任务信息	56
3.3	任务实施	58
3.3.1	撰写任务书	58
3.3.2	设计样稿	59
3.3.3	设计制作	59
3.3.4	任务评价	60
3.4	任务拓展	61
▶	项目四——杂志广告设计与制作	62
<hr/>		
任务——	格兰仕新家电市场推广杂志广告	63
4.1	知识宝典	63
4.1.1	杂志广告的特征	63
4.1.2	杂志广告的版式	68
4.1.3	杂志广告的优劣势	77
4.1.4	杂志广告的设计与制作原则	78
4.2	任务描述	80
4.2.1	任务介绍	80
4.2.2	任务信息	81
4.3	任务实施	82
4.2.1	撰写任务书	82

4.3.2 设计样稿	84
4.3.3 设计制作	84
4.3.4 任务评价	85
4.4 任务拓展	87
▶ 项目五——海报设计与制作	88
任务——海报设计与制作	89
5.3 知识宝典	89
5.1.1 海报的种类	89
5.1.2 海报的特点	90
5.1.3 海报的版式	91
5.1.4 海报的设计原则	94
5.2 任务描述	96
5.2.1 任务介绍	96
5.2.2 任务信息	97
5.3 任务实施	98
5.3.1 撰写任务书	98
5.3.2 设计样稿	100
5.3.3 设计制作	100
5.3.4 任务评价	101
5.4 任务拓展	102
任务——公益海报设计与制作	103
5.5 任务描述	103
5.5.1 任务介绍	103
5.5.2 任务信息	103
5.6 任务实施	104
5.6.1 撰写任务书	104
5.6.2 设计样稿	105
5.6.3 设计制作	105
5.6.4 任务评价	106
5.7 任务拓展	107
▶ 项目六——POP 广告设计与制作	108
任务——佰草集新七白美白系列产品市场推广 POP 广告	109
6.1 知识宝典	109
6.1.1 POP 广告的定义及起源	109
6.1.2 POP 广告的功能	112

6.1.3	POP 广告的分类	115
6.1.4	POP 广告的发展趋势	117
6.1.5	POP 广告的设计原则	120
6.2	任务描述	122
6.2.1	任务介绍	122
6.2.2	任务信息	123
6.3	任务实施	124
6.3.1	撰写任务书	124
6.3.2	设计样稿	126
6.3.3	设计制作	126
6.3.4	任务评价	126
6.4	任务拓展	128
► 项目七——户外广告设计与制作		129
任务——易居家居产品推广户外广告设计与制作		130
7.1	知识宝典	130
7.1.1	户外广告的概念及类型	130
7.1.2	户外广告的特点	137
7.1.3	户外广告的设计原则	140
7.2	任务描述	142
7.2.1	任务介绍	142
7.2.2	任务信息	143
7.3	任务实施	144
7.3.1	撰写任务书	144
7.3.2	设计样稿	145
7.3.3	设计制作	145
7.3.4	任务评价	146
7.4	任务拓展	147
► 项目八——VI 设计与制作		148
任务——中国贝贝儿童用品有限公司 VI 设计		149
8.1	知识宝典	149
8.1.1	VI 的定义及起源	149
8.1.2	VI 设计的基本要素设计	151
8.1.3	VI 设计的功能	155
8.1.4	VI 设计的原则	156
8.2	任务描述	158

8.2.1	任务介绍	158
8.2.2	任务信息	158
8.3	任务实施	160
8.3.1	撰写任务书	160
8.3.2	设计样稿	161
8.3.3	设计制作	161
8.3.4	任务评价	162
8.4	任务拓展	203
► 附录	VI 设计系统	204

1

项目一

——字体设计创意与制作

项目描述：

字体设计具有独特的图形风格，极大地拓展了设计创意的表现空间，给人带来强烈的视觉冲击力、良好的视觉传达效果和独特的形式美感。字体设计要求形式与内容相互统一，要准确地体现文字内容的含义及事物的主要特征，应该运用现代设计意识和多种表现手段对字体进行创造性的设计，力求文字形象的艺术风格与设计产品相互一致，达到形式与内容的高度统一。

职业能力目标：

- (1) 了解字体设计的历史及意义。
- (2) 掌握标准字体的三大类别。
- (3) 掌握如何设计标准字体。

任务——东方城控股集团有限公司的 标准字体设计

1.1 知识宝典

1.1.1 字体设计的历史

1. 字体的来源

从仓颉造字的古老传说到公元前 1400 年甲骨文的发现，历代中国学者一直致力于揭开汉字起源之谜。

关于汉字的历史，基于现存的古代文献记载和现已得到确认的考古发现，至少有 5000 年的历史了，而汉字起源的历史就是中国古代文明的开端，所以通常我们说汉民族有 5000 年文明史。考古和文献记载说明，汉字起源于新石器时代仰韶文化时期（大约公元前 4000 年），公元前 2000 年开始进入字符积累阶段，商代时期已形成相当系统的文字体系。见图 1-1、图 1-2。



图 1-1 甲骨文



图 1-2 人面鱼纹彩陶盆

字体，又称书体，是指文字的风格式样。如汉字手写的楷书、行书、草书。它是技术制图中的一般规定术语，是指图中文字、字母、数字的书写形式。中国文字有正、草、隶、篆、行五种。每种字体中，又根据各种风格，以书家的姓氏来命名，像楷书中有欧（欧阳询）体、颜（真卿）体、柳（公权）体，等等。有一种字体，却不是以创始人的姓氏，而是用朝代名来命名的，这就是宋体字。总的来说，字体的发展史是源远流长的，不管在中国历史的进程里还是在世界文化史的进程里都是浓墨重彩的一笔，值得我们去深究。见图 1-3 ~ 图 1-10。



图 1-3 正体

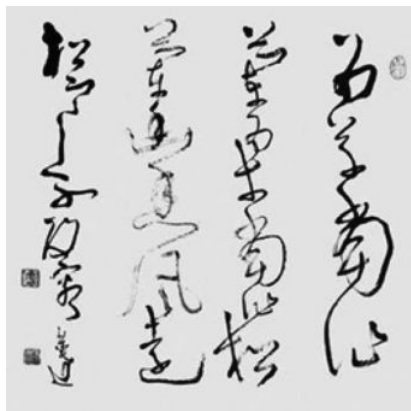


图 1-4 草书



图 1-5 隶书



图 1-6 篆书

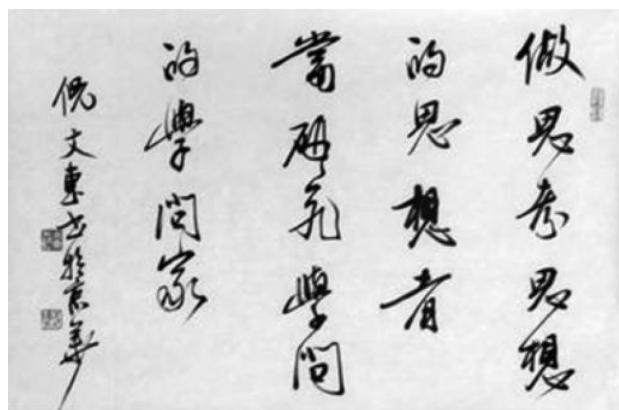


图 1-7 行书



图 1-8 欧阳询



图 1-9 颜真卿



图 1-10 柳公权

2. 字体的发展史

汉字产生于原始社会末期，至今已有五六千年的历史。从比较成熟的甲骨文算起，也有 3000 多年的历史了。从甲骨文产生至今，汉字字体发展经历了古文字和今文字两大阶段。古文字阶段可分为甲骨文、金文、大篆、小篆四个阶段。今文字阶段可以分为隶书、草书、楷书等几个阶段。下面简单介绍几种。

1) 篆书

所谓篆书，其实就是隶书，就是官书。它是一种规范化的官方文书通用字体，篆书分大篆和小篆。

甲骨文、金文、石鼓文，秦代统称为大篆。

公元前 221 年，秦始皇统一中国。由丞相李斯整理、简化统一的字体，后人称之为小篆。小篆字体略长而整齐，笔画圆匀秀美。小篆的鼻祖是李斯。见图 1-11。



图 1-11 李斯

2) 隶书

隶书是出现于战国，形成于秦代，在民间广泛流传的一种字体。秦代的一些下层办事人员，为了省时、快速，在抄写东西时不完全按照小篆的笔画、结构书写汉字，从而逐渐形成了一种新字体。因为这种字体多为下层官吏、徒隶等使用，所以称为隶书。

隶书的主要特点：完全打破了小篆的结构，形成了点、横、竖、撇、捺等基本笔画，笔画讲究波势挑法；结构匀称、棱角分明；字形扁方，整齐美观；图画性完全消失，字体完全符号化。所以说，隶书是汉字发展史上的一个转折点，是古今文字的分水岭。

其代表人物是蔡邕，蔡邕著有《熹平石经》，见图 1-12。



图 1-12 蔡邕

3) 楷书

楷书也叫正楷、真书、正书。从隶书逐渐演变而来，更趋简化，字形由扁改方，笔画中简省了汉隶的波势，横平竖直。

楷书的特点在于规矩整齐，所以称为楷法，一直沿用至今。楷书盛行于六朝，至唐代出现了繁荣局面。两晋南北朝是楷书发展的兴盛时期，以王羲之为代表。

楷书的大家林立，除王羲之外，王献之、欧阳询、颜真卿、柳公权、赵孟頫等都是其代表人物。见图 1-13。



图 1-13 王羲之

4) 草书

草书，是为了书写便捷而产生的一种书体。草书发展可分为早期草书、章草和今草

内草三大阶段。早期草书是跟隶书平行的书体。

草书符号的主要特征之一是笔画带钩连，包括上下钩连和左右钩连。

其代表人物有“草圣”——张芝、张旭（见图1-14）、怀素。

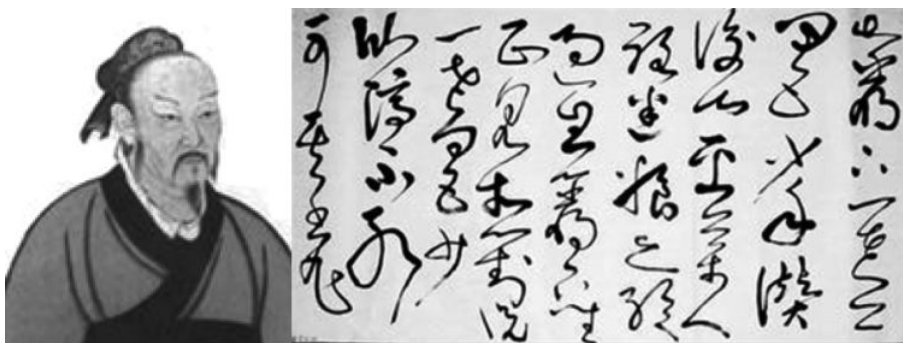


图1-14 张旭

5) 行书

从行书产生、形成和历代演变的发展过程来看，行书没有形成独立的“行法”。

行书最大的特点是用连笔和省笔，不用或少用草化符号。较多保留正体字的可识性结构。从而达到既能简易快速书写，又能通俗易懂的实用目的。行书是楷书的快写，相传始于汉末。它不及楷书的工整，也没有草书的草案。行书中带有楷书或接近于楷书的叫作“行楷”，带有草书或接近于草书的叫作“行草”。

其代表人物是宋四大家——苏东坡（见图1-15）、黄庭坚、米芾、蔡襄。

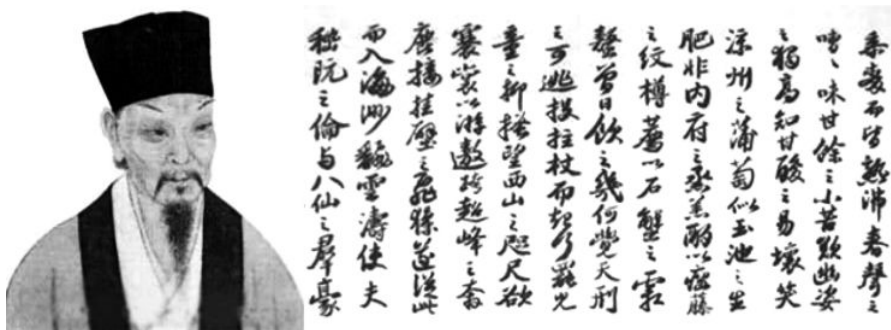


图1-15 苏东坡

1.1.2 字体设计的意义

字体设计是人类生产与实践的产物，是随着人类文明的发展而逐步成熟的。远古时期，人们将抽象的几何符号与象形图符逐渐发展成文字形式后，人类的文明就有了质的飞跃。最早的字母符号是由古代腓尼基人创造的，见图1-16，后来的希伯来字母和阿拉伯字母均由其演变而来。古希腊人引入这套字母后，在视觉上演化出与众不同的审美形式。公元1世纪，古罗马人继承和发展了古希腊文明，并将希腊字母完善为拉丁字母体系。以罗马字体为代表的早期字体设计充满了优美的节奏感、空间感与整体感，它被

广泛应用于平面设计、书籍设计、建筑设计等各个领域。见图 1-17。

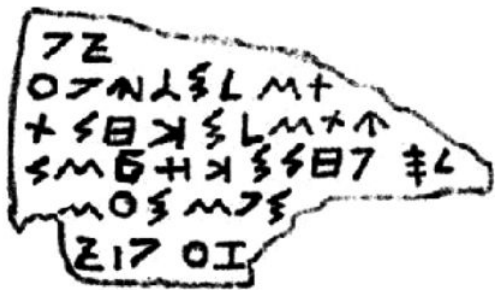


图 1-16 腓尼基人创造的最早的字母符号



图 1-17 古罗马人创造的罗马体

字体作为视觉传达的工具，在文化、经济等领域中扮演着重要的角色。印刷技术的发明和欧洲的文艺复兴，极大地推动了字体设计在技术与观念上的改进，人们开始追求艺术与科学技术的结合，出现了符合视觉规律的数比法则与强调色彩、形态及质感的设计字体。欧洲的工业革命使字体设计得到了空前的发展，这时候出现了黑体、埃及体等很多的字体形式。见图 1-18 和 1-19。



图 1-18 黑体

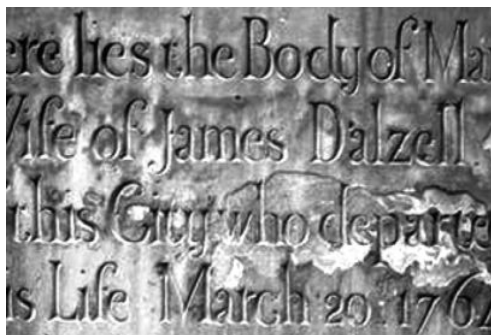


图 1-19 埃及体

在视觉传达的过程中，文字作为画面的形象要素之一，具有传达感情的功能，因而它必须具有视觉上的美感，能够给人以美的感受。字形设计良好且组合巧妙的文字能使人感到愉快，给人留下美好的印象，从而让人获得良好的心理反应。反之，则使人看后

心里不愉快,视觉上难以产生美感,甚至会让观众拒而不看,这样势必难以传达出作者想表现出的意图和构想。在文字设计中,美不仅仅体现在局部,更体现在设计者对笔形、结构以及整个设计的把握上。文字是由横、竖、点和圆弧等线条组合成的形态,在结构的安排和线条的搭配上,怎样协调笔画与笔画、字与字之间的关系,强调节奏与韵律,创造出更富表现力和感染力的设计,把内容准确、鲜明地传达给观众,是文字设计的重要课题。优秀的字体设计能让人过目不忘,既起着传递信息的功效,又能达到视觉审美的目的。相反,字形设计丑陋粗俗、组合零乱的文字,使人心里感到不愉快,视觉上也难以产生美感。

由此可见字体设计在各个领域的重要作用。见图1-20~图1-22。



图1-20 北京稻香村标志



图1-21 汉堡王标志



图1-22 麦当劳标志

1.1.3 字体在广告中的作用

1. 说明、传递信息的作用

从文字诞生本身的意义来说,它是人类发展到仅靠语言已无法满足保留、传递信息的需要时逐渐产生和发展的。故文字存在的第一重要的作用就是明白、准确地说明、传递、保留信息。在平面广告设计中,文字的作用首先就是为了告知公众广告所要传达的信息。包括广告要表达的主题、要说明和注意的事项以及商家的有关信息,如单位名称、地址、联系方式等。见图1-23。

2. 吸引、导向的作用

一则构思巧妙的广告标题或广告语能令人记忆深刻、久久不忘。这时文字在其中的作用已不再只是为了让公众记住一些很直白的信息,而且要让公众从简洁易记、朗朗上口的句子中去感受、品味广告的深意、内涵、意趣、精神等信息,去引导公众按照设计