



全国高等院校艺术设计专业“十三五”规划教材

# Format Design (Second Edition)

# 版式设计 (第二版)

张爱民 编著



中国轻工业出版社 | 全国百佳图书出版单位




全国高等院校艺术设计专业“十三五”规划教材

# 版式设计

(第二版)

Format  
Design  
(Second Edition)

张爱民 编著

 中国轻工业出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

版式设计 / 张爱民编著. — 2版. — 北京: 中国轻工业出版社, 2019.5

全国高等院校艺术设计专业“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5184-2066-7

I. ①版… II. ①张… 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 ( 2018 ) 第180795号

责任编辑: 毛旭林      责任终审: 劳国强      封面设计: 锋尚设计  
策划编辑: 李 颖 毛旭林      责任校对: 晋 洁      责任监印: 张京华

出版发行: 中国轻工业出版社 ( 北京东长安街6号, 邮编: 100740 )

印 刷: 北京富诚彩色印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2019年5月第2版第1次印刷

开 本: 870 × 1140 1/16 印张: 9.5

字 数: 330千字

书 号: ISBN 978-7-5184-2066-7 定价: 49.80元

邮购电话: 010-65241695

发行电话: 010-85119835 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: [club@chlip.com.cn](mailto:club@chlip.com.cn)

如发现图书残缺请与本社邮购联系调换

170948J1X201ZBW

# 序

当前,中国的高等教育已进入大众化阶段,历经跨越式发展,教材需求与日俱增,教材市场欣欣向荣。在高等教育的专业设置中,艺术设计专业起步较晚,是个年轻的小字辈。近年来,随着文化创意产业的繁荣,艺术设计专业教材得以长足发展。艺术设计专业强调“艺术”与“创新”,编写有创见、有品质的专业教材却非易事。十几年前我们和中国轻工业出版社合作,成功出版了一套高等教育艺术设计专业教材。十几年之后的今天,教材市场风生水起。在竞争激烈、相对浮躁的大环境下,我们沉下心来重整旗鼓,准备打造一套高等教育艺术设计专业的精品教材,为培养高素质的创新人才添砖加瓦。

本套教材立足于21世纪的时代高度,努力适应社会发展和科技进步的需求,在创新教育理念指导下开展策划。教材总体以专业课程为依托,以教学的科目和进程为导向。为使选题规划落在实处,我们深入各地高校,了解专业设置、课程改革和教材建设情况。我们关注各校的办学理念和风格,在充分调研的基础上集思广益,形成教材编写思路。在反映学科和教改最新成果的同时,我们顾及大多数高校的教学现状,使书目体系更加合理、规范,使教材的内容和编写方法得到更多受众的认同。

改革创新是教育发展的强大动力,也是教材编写的基本出发点。本套教材适应创新型人才培养模式,改变单纯灌输的教学方法,注重学思结合,强调理论与实践并举。知识阐述和课题训练是本套教材的基本内容。知识阐述以教学规律为逻辑主线,围绕核心知识组建课程构架,通过系统、明确、精练的推导,深入浅出地诠释知识及其专业内涵。课题训练以学习实践过程性知识为特征,课题设计围绕核心知识展开,将理论知识的原理、规则和方法转化成可操作的课题,以项目教学、案例教学等手段强化实践环节,通过探究式、讨论式和参与式的课题启发学生的创新思维,培养其专业实践能力。

本套教材努力遵循教育规律,体例上尽可能与教学进程相呼应,“单元教学提示”“总结归纳”和“设计点评”等内容的设置,使教材更好用,更具实效。图稿是艺术设计类教材的重头戏,本套教材选用的图片新颖、精美、专业针对性强,不失为“好看”的教材。信息量大、资料性强是本套教材的另一特点,除丰富的文字内涵、可观的图片数量,还用光盘的形式扩大信息贮存量。从艺术设计教育的专业性出发,我们为本套教材设计了相对宽泛的读者群,不仅针对普通高等教育艺术设计专业,还兼顾了高职高专的相关专业。同时,对于自学、培训等群体,本套教材也是不错的选择。

本套教材的作者均为高校教学一线的教师,其中不乏教授、专家,以及功力深厚的设计师。他们丰富的专业学识、教学经验和艺术实践功力,为本套教材奠定了专业的品质基础。两年多来,出版社的领导和编辑们以极大的热情关注本套教材的编写,他们的工作保证了本套教材的正常运行与发展。但愿我们共同打造的这套教材成为名副其实的精品,并获得广大读者的认同。

谨以此序鸣谢为本套教材辛勤付出的作者及编辑!鸣谢所有为我们提供帮助的院校领导及师生。

蓝先琳  
2019年4月

# 再版前言

《版式设计》自2011年8月出版以来,得到北京理工大学、湖南工业大学、山东师范大学等40多所国内重点院校专业院系的认可和厚爱,至2018年已6次印刷,被评为“河北师范大学精品教材”“中国轻工业‘十三五’规划立项教材”。这些成绩的取得是对作者莫大的鼓舞,更是对《版式设计》结构和立意的肯定,说明教材所倡导的“信息的准确传达”“顺畅阅读的营造”“阅读节奏构成享受”版式设计核心和由浅入深的学习步骤得到了广大老师和同学们的肯定。近十年的发展,社会发生了翻天覆地的变化,新媒体时代快速来临,印刷媒体受到很大冲击,数字媒体欣欣向荣,成为社会第一媒体。媒体的变化促使视觉传达专业的革新,UI成为视觉设计的主阵地,UI设计的热潮已经呈现。基于社会新的趋势与专业思考,作者在近年尝试探索了版式设计在UI设计领域的规律与方法,恰逢出版社毛旭林老师给予鼓励,遂确定在原有基础上对《版式设计》进行修订。

本次修订保留了教材前三部分,原第四部分“版式的突破”改为“版式新阵地·UI”,就UI的基本概念、分类、要点、流程、风格及本质进行了分析解读,希冀给艺术设计专业学子们初步认识UI提供帮助,以此较早建立系统的数字媒体意识。本部分编写中得到了像素范陈亮、王宇等众多UI领域好友的帮助,还有张宏远、张旭、张忠芳、张涛、张汉臣、张学儒、张晓等学子给予大力支持,在此一并表达由衷谢意!文中引用了大量来自网络UI作品和专业见解,因不能一一面谢,在此深表歉意,如有机会,定以书拜谢。更要感谢蓝先琳、李颖两位老师,是她们的动议和鼓励才有了这本颇受欢迎的教材。最后,感谢所有对本书提供帮助的朋友们。

缜密万千,难无疏漏,恳请大家提出宝贵意见。

张爱民  
2019年4月

# 目录

## contents

### 课程综述

007

- 1. 什么是版式设计 007
- 2. 版式设计的课程定位 007
- 3. 课程总体教学目标 008
- 4. 设计意识很重要 008
- 5. 课程学习的前期准备 008
- 6. 课时计划与分配 008

### 第一单元

### 信息的准确传达

011

#### 知识阐述

- 1.1 醒目性 013
  - 1.1.1 整体化 014
  - 1.1.2 汉字的体块特征 015
- 1.2 秩序性 016
- 1.3 阅读性 017
  - 1.3.1 视觉阅读流向 017
  - 1.3.2 文字的识别度 018
  - 1.3.3 间距、行距与分栏 021
- 1.4 栅格系统 023

#### 课题训练

- 课题1 宣传品“再设计” 025
- 课题2 海报设计 027
- 课题3 主题创作 030
- 设计欣赏与点评 031

### 第二单元

### 顺畅阅读的营造

037

#### 知识阐述

- 2.1 文字意识 039
  - 2.1.1 文字性格 039
  - 2.1.2 文字的导向性 042
  - 2.1.3 文字的表现力 044
  - 2.1.4 文字的节奏性 048
- 2.2 主次分明 049
  - 2.2.1 信息模块化 049
  - 2.2.2 视觉量感 050
- 2.3 视觉流向 051
  - 2.3.1 基本阅读规律 051
  - 2.3.2 自然的视觉引导 052
  - 2.3.3 方向的调整 053
  - 2.3.4 节奏的变化 054
- 2.4 比例的运用 056
  - 2.4.1 元素与空间的比例 056
  - 2.4.2 元素间的比例 057
  - 2.4.3 比例产生的视觉引导 058
- 2.5 图片的价值 059
  - 2.5.1 图文混排 060
  - 2.5.2 图片的量感 061
  - 2.5.3 图片的势感 062
  - 2.5.4 图片的裁切 063

#### 课题训练

- 课题1 文字性格比较 065
- 课题2 “再设计” 067
- 课题3 主题创作 069
- 设计欣赏与点评 070

## 阅读节奏构成享受

075

## 知识阐述

- |                |     |
|----------------|-----|
| 3.1 空间张力       | 077 |
| 3.1.1 视觉力量     | 077 |
| 3.1.2 无形的视觉网   | 080 |
| 3.1.3 视觉关系     | 082 |
| 3.2 三个苹果的启示    | 083 |
| 3.2.1 绘画中的苹果原理 | 083 |
| 3.2.2 视觉节奏的营造  | 084 |
| 3.2.3 由单管乐到交响曲 | 086 |
| 3.3 强力负空间      | 088 |
| 3.3.1 负空间的真实存在 | 088 |
| 3.3.2 负空间的视觉张力 | 089 |
| 3.3.3 正负空间的转换  | 091 |
| 3.4 动态阅读       | 092 |
| 3.4.1 文字的动态性   | 092 |
| 3.4.2 图片的动态性   | 094 |
| 3.4.3 节律布局     | 096 |
| 3.4.4 视觉交响乐    | 098 |

## 课题训练

- |           |     |
|-----------|-----|
| 课题1 主题创作  | 101 |
| 课题2 灵动的版式 | 103 |
| 课题3 “再设计” | 105 |

- |         |     |
|---------|-----|
| 设计欣赏与点评 | 106 |
|---------|-----|

## 版式新阵地·UI

111

## 知识阐述

- |                 |     |
|-----------------|-----|
| 4.1 UI设计的本质     | 113 |
| 4.1.1 UI的由来     | 114 |
| 4.1.2 UI的本质     | 115 |
| 4.1.3 UI的分类     | 117 |
| 4.1.4 UI的构成     | 120 |
| 4.2 UI构架与设计流程   | 123 |
| 4.2.1 从平面到空间的转换 | 123 |
| 4.2.2 UI设计流程    | 124 |
| 4.2.3 UI设计要素    | 126 |
| 4.2.4 UI设计规范    | 129 |
| 4.3 UI设计风格      | 131 |
| 4.3.1 世界掀起扁平风   | 131 |
| 4.3.2 用户体验至上    | 132 |
| 4.3.3 简约主义风尚    | 133 |
| 4.3.4 从功能到时尚    | 134 |
| 4.4 UI版式的突破     | 136 |
| 4.4.1 个性诉求      | 136 |
| 4.4.2 品质诉求      | 137 |
| 4.4.3 文化诉求      | 138 |
| 4.4.4 视觉探索      | 139 |

## 课题训练

- |               |     |
|---------------|-----|
| 课题1 WUI “再设计” | 141 |
| 课题2 GUI “再设计” | 143 |
| 课题3 主题推广海报    | 145 |

- |         |     |
|---------|-----|
| 设计欣赏与点评 | 146 |
|---------|-----|

- |      |     |
|------|-----|
| 参考文献 | 152 |
|------|-----|

# 课程综述

## 1. 什么是版式设计

版式通常称为版面、编排，版式设计也称为版面设计、编排设计、版面构成……简言之，版式即信息元素的有机组合，即满足观众阅读与审美需求的信息呈现方式。具体来讲也就是将文字、图形（图像）等信息元素科学、艺术地组织起来，通过视觉吸引、顺畅阅读达到信息传达与审美享受的目标。

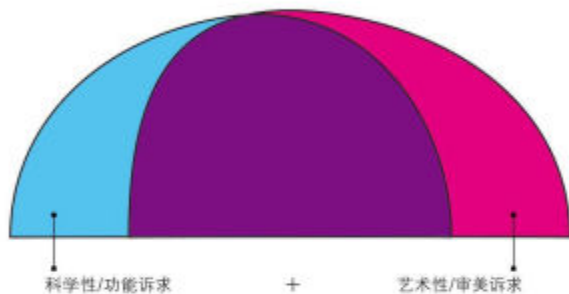
追本溯源，版式设计的本质是完成信息功能化与艺术化的过程。

信息的功能诉求在于文字、图形（图像）的识别性、准确性，而艺术诉求则包括了醒目、条理、层次、节奏、韵律等视觉规律与审美内容，设计信息元素的大小、比例、构成等诸多艺术因素。信息的功能诉求与艺术诉求是版式设计的核心，不可偏颇。以往版式书籍多以固有程式、样式介绍为主，少及剖析设计的本质原由。本书立意由浅入深、层层解析版式的基本目标、合理表现、高级诉求，通过一系列课题练习，使艺术学子不仅知其表，更能解其本，得以更主动地去创造“版式”，创造动人的信息传达！

## 2. 版式设计的课程定位

版式设计属于基础应用课程。版式设计课程主要学习、探究文字及图形（图像）的组织构成原理与方法，既需要平面构成的意识与能力基础，又需要较强的文字意识，也需要图形、色彩方面的良好认知。所以，课程应置于基础造型、构成基础、字体设计、图形语言、图形创意等设计基础课程之后。同时，课程又带有很强的探究性，是学生通过一定训练和实验，体会、领悟画面构成原理和视觉节奏，提高审美能力的过程，是应用性设计课程的基础，应置于广告设计、书籍设计、网页设计、包装设计等应用性课程之前。版式设计能力的高低直接影响着所有应用设计课程的学习和实际设计能力。

版式设计课程既是设计方法的学习，也是审美能力和创造思维能力提高的途径，所以成为视觉设计专业的核心课程。



版式 = 功能 + 艺术



▲ 标致汽车宣传册形象性封面

### 3. 课程总体教学目标

版式设计包括了简单功能诉求、功能与审美并重、侧重审美追求三种表现和层次。生活中充斥着大量以发布为目的不管效果的宣传品,比如有些广告并不考虑组织形式,文字随便一排,或者杂乱,或者傻大。当然,这样的广告不会收到良好的效果。应用项目中多数为功能与审美并重,高品质的项目更多侧重审美追求,而只有少数追求个性表达的项目或设计艺术项目以形式探索为目标,正是因为这些探索才推动了版式的进步。本书依据版式的功能与艺术诉求,概括为“信息的准确传达”“顺畅阅读的营造”“阅读节奏构成享受”三部分,并依据时代发展需要,将原有“版式的突破”修订为“版式新阵地·UI”。四部分由浅入深,层次要求由低到高,抽象概念结合实际课题训练,强调案例分析,逐步增强学生版式技术操作能力与创造性思维能力。



▲ 音乐会推广 陈家乐

### 4. 设计意识很重要

意识,即我们的大脑对事物的认识及观念,是支配我们行为目标的心理源头。一个人对事物的认识存在由低到高的渐进过程,同时也需要强化、明确的自觉、主动性!要想设计出优秀的现代作品,必须强化自己的现代设计意识和观念。

版式设计具有功能和艺术双重特性,所以在学习课程之前需要强化以下设计意识:一、信息传达意识,即版式设计的基本目标是完成准确、明了的信息传达,这是版式设计的第一属性(第一单元详解);二、主次顺序意识,主次明确、顺序井然的版式设计强化了信息的条理性,更利于阅读和信息的记忆,这是获得良好版式的有效手法(第二单元详解);三、空间意识,所有信息内容必须依托一定媒介空间,良好的版式构成就是信息元素之间及与空间的美妙组合(第三单元详解);四、交互意识,这是信息时代的特点与高标准要求,掌握新媒体技术与用户进行有效互动,版式才能更好地传达信息,这是时代的发展趋势(第四单元详解)。

强化这些基本设计意识,并在训练中逐步领会、提高,就会成为一名优秀设计师。

### 5. 课程学习的前期准备

版式设计作为基础应用课程,需要一定的课程和技术准备。课程准备是指版式设计学习之前应完成基础造型、构成基础、字体设计、图形语言等基础课程的学习,从而使课程学习中对文字、图形、构成有更全面认识,提高学习效率。技术准备主要是要求学生课程学习之前应具备一定计算机辅助设计的能力,应基本掌握平面矢量软件(Illustrator、InDesign或CorelDraw)和图像处理软件(Photoshop)。

### 6. 课时计划与分配

课程总体计划80课时,课时分配参考下表:

一、信息的准确传达

二、顺畅阅读的营造

三、阅读节奏构成享受

四、版式新阵地·UI

版式作品感受+课程综述 /4时

版式的功能诉求 /4时

文字意识与处理 /4时

视觉流向与比例 /4时

栅格系统/讲解与案例分析 /4时

图片的原理与处理 /4时

课题一 /4时

课题二 /4时

课题一 /4时

课题二 /4时



▲ 《设计360°》杂志推广



▲ “日产(轩逸)”产品介绍



空间张力与负空间 /4时

三个苹果原理与练习 /4时

UI的本质 /4时

UI架构与设计流程 /4时

动态阅读的营造 /4时

UI设计风格与版式的突破 /4时

课题一 /4时

课题二 /4时

课题一 /4时

课题二 /4时



▲ 电影博物馆海报 Blotto



▲ 海报 Dimitris Arvanitis



▲ 海报 Isidro Ferrer



▲ 形象设计 Vladislav Rostoka

↑ 版式的应用很多时候肩负着吸引视觉、激发阅读的作用,图片在其中是重要角色。上面两幅作品都是借助图片构成强烈的视觉冲击力和空间对比,文字的巧妙配合成为亮点。

← 版式设计也并非文字与图片的简单构成。现代设计中,文字形态、性格的塑造往往成为强化视觉的重要手段。此案例中,主标题采用投影与划沙

文字,形态新颖、构思巧妙、亲切自然成为海报的突出特征。

↓ 现代应用中,版式设计在保证信息准确传达的同时更加注重与观众互动交流的营造。本案例中,设计师巧妙地将图形与镂空图形结合在一起,使观众在阅读过程中与读物产生趣味性的互动,从而大大增强阅读兴趣。



▲ 形象设计 Vladislav Rostoka



第一单元

# 信息的准确传达

## 课程目标

从版式设计的基本目标及元素入手，培养学生对版式设计本质目标的认知，并逐步掌握版式设计方法。

## 基本知识

本单元主要围绕信息传达的功能目标展开分析与探索，从三个基本原则入手，逐步揭示影响信息功能目标实现的具体因素：文字整体性、文字识别度、文字间行距、分栏与直排……包括版式编排的基本方法——栅格系统。

## 课题训练

课题训练围绕版式设计功能目标的实现进行组织，运用“再设计”手段，锻炼学生对实际项目的分析、改造能力。

# 知识阐述

有人说,版式是为了“好看”。那“好看”的目的是什么?“好看”的目的仅仅是纯粹的好看吗?那就直接去看画得了!故此,版式“好看”的最终目的是吸引人去阅读,阅读的最终目的是让人记住所要传达的信息内容!

所以说,版式的根本目的是信息的准确传达!其基本特征是通过视觉进行的信息沟通。当然,因为是基于视觉的信息传达,也便有了对视觉习惯、视觉规律、审美心理的诸多视觉艺术因素的追求,“好看”也是必不可少的。为达成信息的准确传达,应掌握基本的视觉习惯和版式设计三原则:醒目性、秩序性和阅读性。



● 代表由文字为始点的阅读 ● 代表由图为始点的阅读

▲ 《中国当代艺术生态》内页 张爱民

## 应掌握的几种基本视觉习惯:

- |        |        |
|--------|--------|
| ① 由左而右 | ④ 由简而繁 |
| ② 由上而下 | ⑤ 由熟而生 |
| ③ 由大而小 | ⑥ 由图而文 |

由于眼睛的横向视阔远远大于垂直方向视阔,所以横向阅读较为舒服。始于1955年元月元日《光明日报》的横排改版,改变了汉字近三千年的竖排模式。汉字横排符合人的生理特点,是科学、合理的。

由左而右、由上而下的视觉阅读习惯是版式设计的基本参考因素,其特征并非仅仅体现在文字编排上,在图像及整体编排中亦需时时注意。

由简而繁同样符合人类的阅读习惯,因此带

来了近百年来“简约主义”的风靡。因为相较于文字显得更为简洁、生动,视觉总是自然而然地习惯于先图而文的阅读流向。由熟而生,是说视觉总能最快地识别熟悉的事物,而后去阅读生疏的内容。

掌握视觉的这些规律有助于我们对信息内容的科学性组织。当然,仅仅记住这些规律是不够的,还需要通过大量的实践、练习消化于心,才能自由、能动地运用规律。

## 1.1 醒目性

信息的视觉传达,首要的是信息式样或主旨对观众的视觉吸引!

不管是户外林立的广告,还是快餐式的信息载体——报纸,抑或知识、文化仓储般的图书,包括动态、多变的电视及网络媒体……为了能吸引视觉,任何一组信息都要有强烈、突显的视觉主题,它可以是信息的核心内容,也可以是设计师想要重点突出的内容,如广告中的标题、广告语,抑或活动的重要信息点。

一般来讲,标题往往就是一组信息内容的核心或主题,常被大体量或强对比处理,不仅仅发挥视觉吸引的作用,更能让观众在较短的时间阅读并记住信息要点。在实际应用中,标题又分主标题和副标题,副标题起补充说明作用,一般与主标题整体化处理。



▲“沟通”主题展



▲“MINI”汽车广告

↑ 主题突显案例: 主题(标题)是版式设计中的重点,往往被置于版面的视觉中心,并给予足够大的体量,以构成强烈的视觉效果。醒目性的处理效果使观众一目了然,能用最短的时间了解信息的核心内容,使阅读变得轻松、高效。

← 广告语突显案例: 广告语一般被设计成精练、简短、易记、上口或极具诱惑、感召力的语言,在产品或活动推广中常常被突显出来。本组广告语超大的设置、粗壮的字体、强烈的对比以及富有想象力的语言很能激发观众的兴趣。

→ 时间突显案例: 活动时间、参与人物、商品折扣、产品功能等内容尽管不是标题,却往往是让观众重点记忆的信息要点,这时便需要通过大体量、强对比等方法重点突显。



▲展览海报 Sangmin Shim

### 1.1.1 整体化

文字作为信息的重要载体,成为版式设计的主要元素。文字整体化设计是提高其醒目性的有效方法。

因为受社会信息量爆炸和现代生活快节奏的影响,文字阅读已经变得非常奢侈。人们不大愿意停下脚步,耐心地去阅读一段跟自己不知有无关系的文字内容,人们更愿意在匆匆的行进中,通过视觉一瞥,抑或偶尔的视觉对撞,发现与自己有关的信息内容,这也正是今天“读图时代”的共有特征。这一特征符合人类固有的视觉习惯,即更关注简单的事物,而非复杂的,所以也不要发出“人心不古”的感叹。为适应这种特征,尤其是在商业应用领域,文字的图形化处理成为流行。

文字图形化即是对相关的文字内容进行整体化、个性化设计,以使文字不仅作为信息载体,而是更能呈现图形性的一面,发挥整体的视觉吸引作用。文字整体化、图形化处理,能够形成集中火力的势态,强化整体的视觉吸引力,已经成为一种流行。



▲ “2007中国国际海报双年展”海报推广

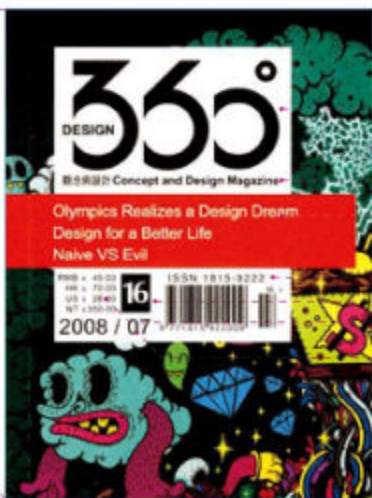


↑ “2007中国国际海报双年展”海报推广主标题采用严整的整体性组合,结合富有联想的抽象图形构成了强烈的视觉效果,即便在很远的距离,也能被其明确的整体效果所吸引。文字整体化、图形化处理不仅在书籍、海报中得以使用,在企业形象、品牌LOGO、产品包装及推广等各类设计领域都有大量应用。

✓ 《设计360°》杂志将刊名、刊号、办刊主旨、出版日期、价格、条码,甚至本期的重要内容构成一个整体,视觉强烈、信息清晰,让人过目不忘。



▲ 《设计360°》杂志封面



· 刊名

· 办刊主旨

· 本期重要内容

· ISSN条码信息

· 出版期号

· 定价

· 出版日期



# 御景·蓝湾

## ROYAL + LANDSCAPE

易县首席  
高尚亲水生态住宅

▲“御景·蓝湾”地产推广 张爱民

↑ 整体化品牌案例：此项目为一地产项目，案名即诉求高品质、亲水、生态的心理暗示。为减少推广中因为形象模糊、不确定造成的资源浪费，品牌LOGO将案名精致化设计，并与案名英文、项目广告语整体组合，令品质与鲜明特征一目了然。

→ 整体化品牌案例：品牌名称、功能诉求及其他相关信息被整合为一个整体，形成单纯、强烈的视觉体块，减少了不必要的视觉干扰，品牌特征甚是鲜明。

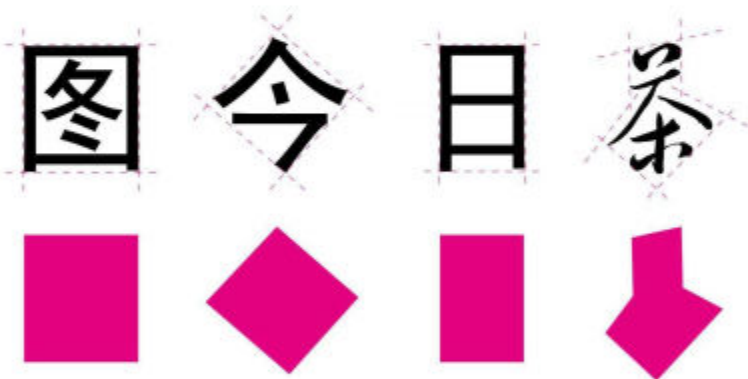


▲“05果汁”包装 戴帆

## 1.1.2 汉字的体块特征

文字整体化、图形化设计是将相关文字有机组合，其过程则必须充分分析各文字元素的体形外貌，有机利用原有形体、结构。

经过两千多年的演进，汉字形成了诸多字形字体。在这一演进过程中，人们形成了“方块字”的笼统、概念化意识。但现实却与之相差甚远，尤其作为艺术形式的书法字体，就更不是严格意义上的“方块”了。因此，在实际设计中不能简单地将汉字理解为“方块”，而应从实际字体字形出发，从视觉的实际利用各款文字的外形。



▲不同的文字及字体给人带来不一样的“体块”感



▲贺野板鞋业标志 林绍斌

通过字形、字号、间距的变化，可以塑造统一、整体而富有变化的文字图形，形成较个性化的视觉效果。



图形文字  
▲方正细黑

图形文字  
▲方正中等线

图形文字  
▲方正大黑

图形文字  
▲方正超粗黑

楷、隶、行、草很难给人饱和体块的感觉，也许只有基于黑体演变而来的各色字体才具有较清晰的“方块”感，在视觉上才更具“体块”特征。当然体块感除与字体有关外，还与笔画的粗细有关，过细或笔画粗细变化过大者同样很难给人较清晰的“点”“块”感。

## 1.2 秩序性

平铺直叙的文字内容很难引起人的注意,而主题突出、抑扬有致的文字编排才能激发观众阅读的兴趣。尤其是在生活节奏紧张、信息爆炸的今天,信息的传达要简、直、快:信息容量要简洁、精练,切勿冗繁;核心内容呈现要直接、鲜明;视觉阅读要快速,易识易记!

要做到这些,则必须在设计之初对内容进行梳理、分级,明确核心内容、突显内容、从属内容、阅读内容、点缀内容……并确定其主次。信息内容的梳理是版式设计的第一步,设计师要做到“心中有数”才能让读者清晰、明确、有兴趣地阅读,提高信息传达的效率。

在应用设计中会有不同的信息内容和诉求点。有以形象诉求为主的项目,如形象广告、形象手册、网站首页,等等。这些项目的文字量一般较少,往往以形象LOGO、品牌名称为主,配合广告语、活动要点呈现。此类项目往往营造单一视觉中心,将形象LOGO或品牌置于最主要的位置,给予强烈体量,而其他元素则点缀呼应,形成阅读的顺序。此外,亦有以大量信息介绍为诉求的项目,此类项目往往信息量较大,需要观众详细阅读了解,此类项目更需对内容级次梳理、分类,根据内容的主次确定文字体量及位置,以醒目的标题或图片吸引视觉,制造秩序、条理、层层递进的阅读顺序,激发观众逐级阅读的兴趣。



▲ 以形象为主要诉求的广告



此案例以形象为主要诉求点,文字内容按①品牌LOGO→②产品特点→③英文广告语三级组织。①品牌LOGO被置于画面右上角(视觉始点),且体量最大,易于识别、记忆;②产品特点以竖排构成,既符合版面空间需要,又较为特殊,同时强调了“2X祛斑”——产品的核心特点,信息传达准确、清晰;③英文广告语主要辅助体现品牌的国际性,是视觉的最后一级,置于最后并淡化处理。



注:●色块大小代表视觉强度的轻重

▲ 以解读产品特点为主要诉求的广告

秩序性是通过文字字体大小、字体、位置、方向、疏密的组织完成的。本项目中处于第一视觉级别的是右侧的产品特点“细胞级美白 2X祛斑”,粗壮的字体、较大的体块和相对独立占有的空间使其成为视觉焦点。其他内容:特征分析标题、解释性标题、副标题、内文、相关批准文号通过色块辅助、字号大小、位置安排构成了不同的视觉级别,也便构成了层次清晰、信息明确的阅读过程。