

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

版式设计

(第2版)

DESIGN

王爽 王梦莎 主编
李建森 张宇 副主编

清华大学出版社



高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

版式设计

(第2版)

王爽 王梦莎 主编

李建森 张宇 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书根据平面设计领域发展的新趋势,以及广告设计、书籍设计、包装设计等领域中版式设计的新特点,融入了版式设计最新的实践教学理念,结合版式设计操作规程,系统介绍版式设计基本知识、历史经验、整体格局、视觉流程、色彩、图像和文字的确定及形式美法则和网格体系。

本书既可作为高等院校艺术设计专业教材,也可作为设计公司的培训教材,对于广大文化创意从业人员来说也是一本必备的训练指导手册。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

版式设计/王爽,王梦莎主编.—2版.—北京:清华大学出版社,2019

(高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材)

ISBN 978-7-302-50878-6

I. ①版… II. ①王… ②王… 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178555号

责任编辑:王剑乔

封面设计:何凤霞

责任校对:袁芳

责任印制:丛怀宇

出版发行:清华大学出版社

网 址:<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载:<http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4278

印 装 者:三河市铭诚印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:13

字 数:296千字

版 次:2014年11月第1版 2019年1月第2版

印 次:2019年1月第1次印刷

定 价:59.00元

产品编号:080440-01

编 审 委 员 会

主 任： 牟惟仲

副主任： (排名不分先后)

宋承敏	冀俊杰	张昌连	田卫平	滕祥东	张振甫
林 征	帅志清	李大军	梁玉清	鲁彦娟	王利民
吕一中	张建国	王 松	车亚军	王黎明	田小梅

委 员： (排名不分先后)

梁 露	崔德群	金 光	吴慧涵	崔晓文	鲍东梅
翟绿绮	吴晓慧	温丽华	吴晓赞	朱 磊	赵 红
马继兴	白 波	赵盼超	田 园	姚 欣	王 洋
吕林雪	王洪瑞	许舒云	孙 薇	赵 妍	胡海权
温 智	逢京海	吴 琳	李 冰	李 鑫	刘菲菲
何海燕	张 戈	曲 欣	李 卓	李笑宇	刘 剑
刘 晨	李连璧	孟红霞	陈晓群	张 燕	阮英爽
王桂霞	刘 琨	杨 林	顾 静	林 立	罗佩华

总 编： 李大军

副总编： 梁 露 鲁彦娟 吴晓慧 金 光 温丽华 翟绿绮

专家组： 田卫平 梁 露 崔德群 崔晓文 华秋岳 梁玉清



序言

随着我国改革开放进程的加快和市场经济的快速发展,广告和艺术设计产业也在迅速发展。广告和艺术设计作为文化创意产业的核心和关键支撑,在国际商务交往、丰富社会生活、塑造品牌、展示形象、引导消费、传播文明、拉动内需、解决就业、推动民族品牌创建、促进经济发展、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国服务经济发展重要的“绿色朝阳”产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

1979年中国广告业从零开始,经历了起步、快速发展、高速增长等阶段,2011年我国广告营业额突破3000亿元,已跻身世界前列。商品销售离不开广告,企业形象也需要广告宣传,市场经济发展与广告业密不可分;广告不仅是国民经济发展的“晴雨表”、社会精神文明建设的“风向标”,也是构建社会主义和谐社会的“助推器”。由于历史原因,我国广告艺术设计业起步晚,但是发展飞快,目前广告行业中受过正规专业教育的从业人员严重缺乏,因此使得中国广告和艺术设计作品难以在世界上拔得头筹。广告设计专业人才缺乏,已经成为制约中国广告设计事业发展的主要瓶颈。

当前,随着世界经济的高度融合和中国经济国际化的发展趋势,我国广告设计业正面临着全球广告市场的激烈竞争,随着世界经济发达国家广告设计观念、产品营销、运营方式、管理手段及新媒体和网络广告的出现等巨大变化,我国广告和艺术设计从业者急需更新观念、提高专业技术应用能力与服务水平、提升业务质量与道德素质,广告和艺术设计行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才;加强广告设计业经营管理模式的创新、加速广告和艺术设计专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

针对我国高等教育广告和艺术设计专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业需求,满足日益增长的文化创意市场需求,我们组织多年从事广告和艺术设计教学与创作实践活动的国内知名专家教授及广告设计企业精英共同精心编撰了本系列教材,旨在迅速提高大学生和广告设计从业者的专业技能素质,更好地服务于

我国已经形成规模化发展的文化创意事业。

本系列教材作为高等教育广告和艺术设计专业的特色教材,坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进;在吸收国内外广告和艺术设计界权威专家学者最新科研成果的基础上,融入了广告设计运营与管理的最新实践教学理念;依照广告设计的基本过程和规律,根据广告业发展的新形势和新特点,全面贯彻国家新近颁布实施的广告法律、法规和行业管理规定;按照广告和艺术设计企业对用人的需求模式,结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求;注重校企合作,贴近行业企业业务实际,强化理论与实践的紧密结合;注重管理方法、运作能力、实践技能与岗位应用的培养训练,并注重教学内容和教材结构的创新。

本系列教材的出版,对帮助学生尽快熟悉广告设计操作规程与业务管理、帮助学生毕业后顺利走上社会就业具有特殊意义。

教材编委会

2018年4月

前言

第2版

版式设计是艺术设计专业重要的核心课程,也是从业者和就业者所必须掌握的关键知识技能。当前面对国际广告艺术设计制作业的迅猛发展与激烈的市场竞争,对从业人员专业技术素质的要求越来越高,社会经济发展和国家产业变革急需大量具有理论知识与实际操作技能复合型的版式设计专门人才。为了满足日益增长的广告市场需求,加强现代艺术设计从业者专业素质培养,提高我国设计制作水平,更好地为我国文化创意产业服务,我们组织出版了本书。

本书第1版自2014年出版以来,因写作质量高、突出应用能力培养,而深受全国各高等院校广大师生的欢迎,目前已经多次重印。此次再版,结合党的十九大报告为文化创意产业发展指明的方向,编者审慎地对原教材进行了反复论证、精心设计,包括结构调整、压缩篇幅、更新补充新知识、增加技能训练等相应修改,以使其更贴近现代文化产业发展实际,更好地为国家文化产业繁荣和教学实践服务。

本书作为高等教育广告艺术设计专业的特色教材,坚持科学发展观,严格按照教育部关于“加强职业教育、突出实践能力培养”的教学改革精神,针对版式设计课程教学的特殊要求和就业应用能力培养目标,既注重系统理论知识的讲解,又突出综合技能的培养,力求做到“课上讲练结合,重在方法的掌握;课下会用,能够具体应用于广告艺术设计制作实际工作之中”。

本书共十章,以学习者应用能力培养为主线,以培养具备创新能力的广告平面设计技能人才为目标,根据平面设计应用发展的新特点,结合版式设计操作规程系统介绍:版式设计功能、原则、历史经验借鉴、视觉流程、色彩选择、文字编排、形式法则、基本步骤等基本知识技能,并注重通过强化设计实训,提高应用能力培养。

本书融入了版式设计最新的实践教学理念,力求严谨,注重与时俱进,具有知识系统、内容丰富、结构合理、流程清晰、案例经典、通俗易懂、突出实用性的特点,既适用于高等院校本科及高职高专院校艺术设计专业的教学,也可以作为文化创意企业和广告艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培

训教材,对于广大艺术设计、美术自学者也是一本必备的版式设计基础训练指导手册。

本书由李大军统筹策划,并具体组织,王爽和王梦莎担任主编,王爽统改稿,李建森、张宇担任副主编;由孟祥玲教授审订。编写分工如下:牟惟仲编写序言,王爽编写第一章、第二章和第三章,张宇编写第四章,富尔雅编写第五章,王梦莎编写第六章和第七章,李建森编写第八章和第九章,王梦莎、张春玲编写第十章,杨凯智编写附录;李晓新负责文字修改、版式整理与制作教学课件。

在本书再版过程中,我们参阅了国内外有关版式设计的最新书刊和网站资料,收录了具有典型意义的中外优秀作品,并得到业界有关专家的具体指导,在此一并致谢。为配合教学,本书配有电子课件,读者可以从清华大学出版社网站(www.tup.com.cn)免费下载。因设计产业发展快,书中难免存在疏漏与不足,恳请同行和读者批评、指正。

编者

2019年1月

前言

第1版

广告平面设计制作业作为国家文化创意产业的核心支柱产业,在加强国际商务交往、促进影视传媒会展发展、丰富社会生活、拉动内需、解决就业、推动经济发展等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国文化创意经济发展的重要产业,在我国产业转型、经济发展中占有极其重要的位置。广告设计制作产业以其强劲的上升势头已成为全球经济发展中最具活力的绿色朝阳产业。

随着全球经济的快速发展,面对国际广告和设计业的激烈市场竞争,加强广告经营管理模式的创新、加速版式设计专业技能人才培养已成为当前亟待解决的问题。为了满足日益增长的广告市场需求,培养社会急需的广告版式设计技能型应用人才,我们组织多年从事广告版式设计教学和创作实践活动的专家、教授共同精心编撰了此教材,旨在迅速提高大学生及广告设计从业者的专业素质,更好地服务于我国广告事业。

保障我国文化创意产业经济活动和国际广告设计制作业的顺利运转,加强现代广告设计从业者的专业综合素质培养,增强企业核心竞争力,加速推进设计制作产业化进程,提高我国广告版式设计制作水平,更好地为我国文化创意产业服务,这既是广告设计企业可持续快速发展的战略选择,也是本书出版的真正目的和意义所在。

版式设计是高等艺术院校非常重要的专业基础课程,也是广告设计人员创作的重要理论支撑。本书共10章,以学习者应用能力培养为主线,坚持以科学发展观为统领,以培养具备创新能力的广告平面设计技能人才为目标,根据国际、国内版式设计发展的新趋势和新特点,结合版式设计操作规程系统介绍了版式设计的概念、功能、原则、发展特点、视觉流程、版面色彩、图形图像、文字文体、视觉空间营造、形式法则、基本步骤等知识和技能,并注重通过强化训练提高应用能力。

本书作为高等教育广告艺术设计制作专业的特色教材,严格按照教育部关于“加强职业教育、突出实践能力培养”的教学改革精神,针对版式设计课程教学的特殊要求和就业应用能力培养目标,既注重系统理论知识讲

解,又突出创新创意训练,力求做到“课上讲练结合,重在方法的掌握;课下会用,能够将知识具体应用于广告版式设计实际工作之中”,这对于学生毕业后顺利走上社会就业具有特殊意义。

本书由李大军进行总体方案策划并具体组织,许舒云、李冰主编并统改稿,顾静和罗方为副主编;由具有丰富教学和实践经验的梁露教授审订。编者编写分工:牟惟仲编写序言,许舒云(北京市东城区职业大学)编写第一章、第五章、附录,罗方(中南林业科技大学)编写第二章、第三章,熊艳辉(燕山大学)编写第四章,顾静(北京市石景山区业余大学)编写第六章、第七章,李冰(北京市石景山区业余大学)编写第八章、第九章,陈晓群(北京市东城区职业大学)编写第十章;华燕萍修改文字并调整版式,李晓新制作教学课件。

在本书编写过程中,我们参阅、借鉴了大量国内外有关版式设计方面的最新书刊和相关网站资料,精选收录了具有典型意义的中外优秀作品,并得到了有关专家的具体指导,在此一并致谢。为配合本书发行使用,特提供配套电子课件,读者可以从清华大学出版社网站(www.tup.com.cn)免费下载。因设计产业发展快且编者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请同行和读者批评、指正。

编者

2014年4月

目 录

第一章 了解版式设计 001

- 001 第一节 版式设计的概念
- 006 第二节 版式设计的功能
- 008 第三节 版式设计的原则
- 012 第四节 版式设计的基本步骤
- 014 第五节 版式设计的发展特点
- 016 设计实训 古典诗词《蝶恋花》版式设计
- 017 实训知识拓展 平面构成的版式设计

第二章 对历史经验的借鉴 019

- 019 第一节 版式设计的溯源
- 027 第二节 20 世纪的现代主义与版式设计
- 034 第三节 后现代主义版式设计
- 036 第四节 版式设计的发展趋势
- 038 设计实训 《昆曲》书籍封面版式设计
- 039 实训知识拓展 书籍版式设计

第三章 确定版面的整体格局 041

- 041 第一节 版式设计类型
- 049 第二节 其他类型版式设计
- 056 设计实训 艺术书籍内页版式设计
- 057 实训知识拓展 书籍版式内页设计

第四章 版式设计的视觉流程 058

- 059 第一节 视觉运动：感觉与知觉
- 062 第二节 人的视觉特征与视线流动规律
- 065 第三节 视觉的视区分布
- 066 第四节 视觉中心
- 068 第五节 视觉流程的类型与设计
- 074 设计实训 个人中心 APP 界面设计
- 075 实训知识拓展 手机 APP 版式设计

第五章 版面的色彩选择 077

- 077 第一节 版面整体色彩的确定
- 085 第二节 版面局部色彩的配置
- 091 第三节 版面色彩与心理
- 093 第四节 版面色彩运用的误区
- 094 设计实训 酒吧菜单设计和咖啡厅菜单设计
- 095 实训知识拓展 DM 版式设计

第六章 版式设计中的图像 096

- 096 第一节 图像的分类和常用形式
- 106 第二节 图像的版面编排
- 110 设计实训 家居或时尚类杂志版面设计
- 112 实训知识拓展 杂志版式设计

第七章 版式设计中的文字 113

- 113 第一节 了解和选择字体
- 121 第二节 字符规格、字距与行距
- 126 第三节 文字编排的方式
- 131 第四节 文字的图像化和装饰化
- 135 设计实训 文字创意海报设计
- 136 实训知识拓展 招贴版式设计

第八章 版面中视觉空间的营造 137

- 137 第一节 版面中的点、线、面
- 151 第二节 版面中的黑、白、灰
- 153 设计实训 唱片封套以及 CD 盘面设计
- 154 实训知识拓展 CD 封套及盘面版式设计

第九章 版面中的形式美法则 155

- 155 第一节 版面的形式美
- 158 第二节 版面中形式美法则的体现
- 168 设计实训 设计师的个人网页设计
- 169 实训知识拓展 网页版式设计

第十章 如何利用网格体系 171

- 171 第一节 版式的骨架——网格
- 179 第二节 利用对称式网格创建版面
- 183 第三节 利用非对称式网格创建版面
- 185 第四节 遵守网格系统与突破网格系统
- 187 设计实训 报纸版面设计与网格运用
- 188 实训知识拓展 报纸版式设计

参考文献 189

附录 191

学习要点 及目标

- (1) 了解版式设计是做什么的,它的作用体现在哪些方面。
- (2) 了解版式设计的基本功能。
- (3) 掌握版式设计的原则。
- (4) 熟悉版式设计的基本执行程序。

本章 导读

版式设计遍及人们生活的每一个角落,不管我们愿意不愿意,这门学科都在为人们生活的便利提供服务。从专业角度而言,版式设计是通往更加深入的专业学习的必经道路之一,通过这条途径之后,我们会发现,由版式设计所带来的设计世界是如此的绚烂多彩,可以说,版式设计是现代设计的重要组成部分,是视觉传达的重要手段,也是平面设计中的重要环节。

第一节 版式设计的概念

一、什么是版式设计

在进行版式设计之前,通常需要收集大量素材。如何对这些素材进行有效筛选和运用,并在有限空间中进行有目的且美观的编排组合,这就是版式设计的前期工作。

要知道什么是版式设计,需要先了解“版面”的概念。从狭义上而言,版面通常指书籍、杂志、报纸等的整个页面,如图 1-1 所示的商业书籍册页,由此而

言,版式则是指书籍、杂志、报纸等的版面格式;从广义而言,版面则指所有需要设计的空间,例如中央美术学院设计学院毕业展览的前言设计在美院大楼本身的灰色砖墙上,如图1-2所示。



图1-1 澳大利亚RE Sydney的书籍册页
(来源:亚洲CI论坛, <http://bbs.asiaci.com>)



图1-2 中央美术学院设计学院毕业展览的前言设计

版式设计也可以称为编排设计,它需要对版面中所需要的各种构成元素——文字、图形、图像等在形式上进行有机的排列组合,达到信息传递的基本目的,并在信息传递的过程中形成直观动人、主次分明、可读性强的优美阅读空间,促成阅读者美好的视觉与心理体验。优秀的版式设计甚至能在版面中展示出自己新颖的创意和独特的个性,强化表现形式与主诉内容之间的互动关系,并传达出设计者的艺术追求与文化理念,形成一种具有个人风格和艺术特色的艺术表达方式。

二、版式设计的范畴

版面构成伴随着时代的进步、现代科学技术与经济的飞速发展而兴起并不断发展,它与人们的生活变化密切相关,展现了时代精神面貌、审美风向、文化传统的变迁。版式设计的范畴很广,主要分布在两大领域——传统纸媒领域与现代虚拟页面领域及相关电子视频领域。

传统纸媒领域的版式设计表现在以下方面。

- (1) 出版物版面设计:如报纸版面、杂志版面、书籍版面,如图1-3所示。
- (2) 广告版面设计:如报纸广告、杂志广告、灯箱广告、路牌广告等,如图1-4所示。
- (3) 促销道具设计:如包装、POP广告、产品目录等,如图1-5和图1-6所示。
- (4) 产品形象应用识别设计:如名片、年报、画册等如图1-7和图1-8所示。

现代虚拟页面领域及相关电子视频领域则包括网站页面、手机交互页面、电视电影交互页面等,如图1-9和图1-10所示。以上这两大类领域为人们表现思想和观念提供了无比广阔的空间。



图1-3 报纸版式设计

(来源: 花瓣网, <http://huaban.com>)



图1-4 路牌广告中的版式设计

(来源: 亚洲CI论坛, <http://bbs.asiaci.com>)



图1-5 酷乐仕维他命包装中的版式设计

(来源: 堆糖, <https://www.duitang.com>)



图1-6 澳大利亚五金工具包装中的版式设计

(来源: 堆糖, <https://www.duitang.com>)

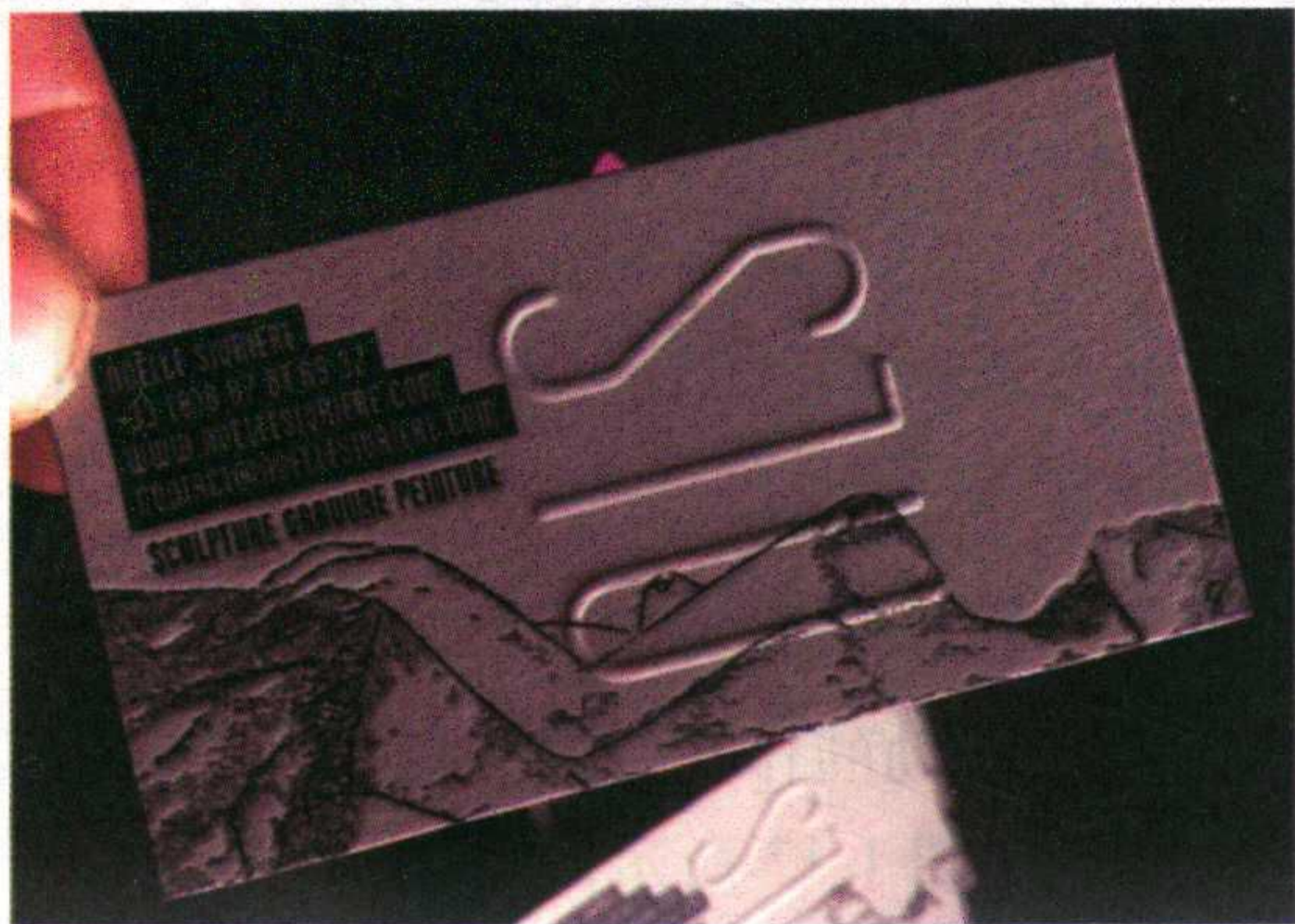


图1-7 名片版式设计

(来源: DOOOOR设计网, <http://www.dooooor.com>)



图1-8 唐墨广告三折页版式设计

(来源: DOOOOR设计网, <http://www.dooooor.com>)

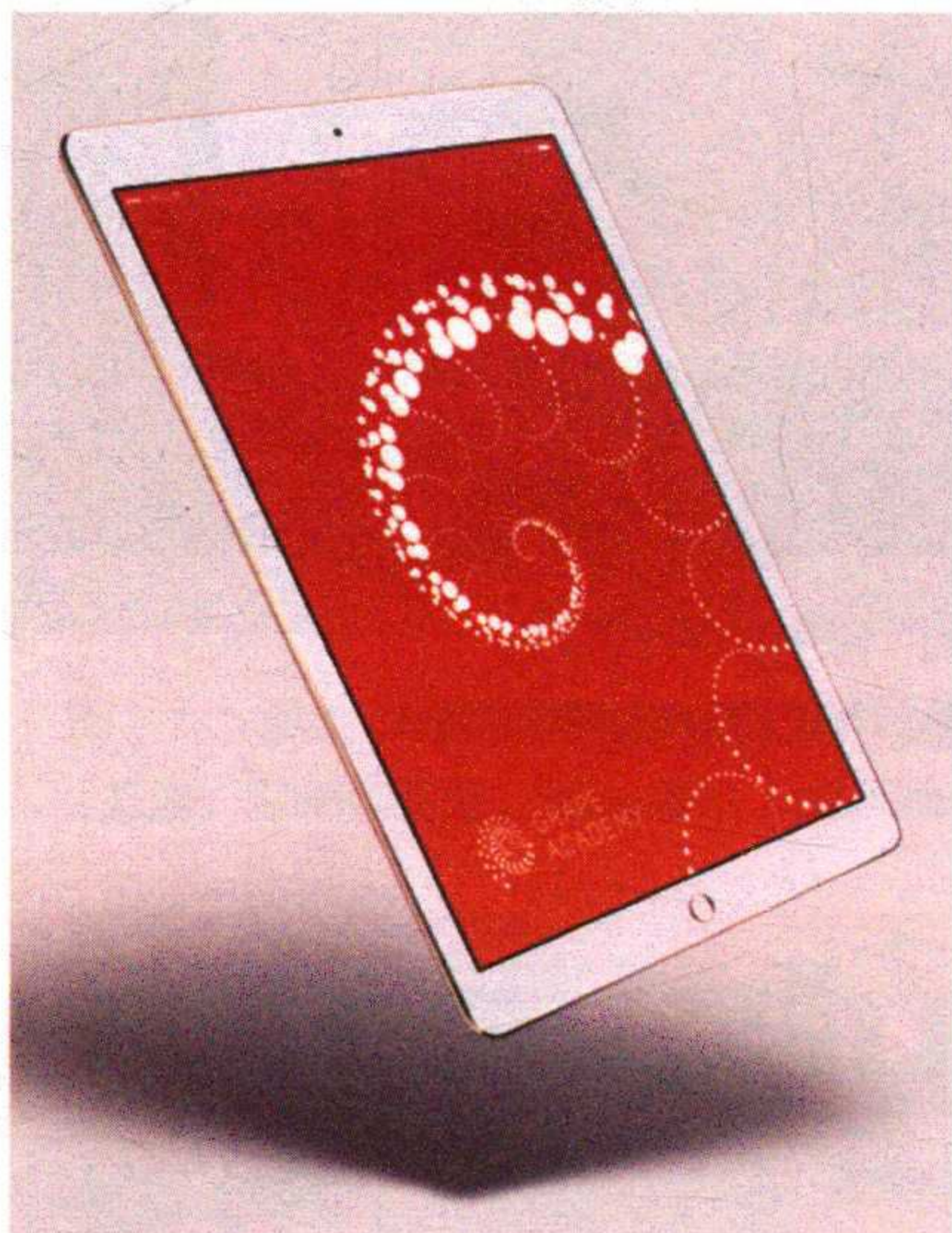


图1-9 电子产品界面设计

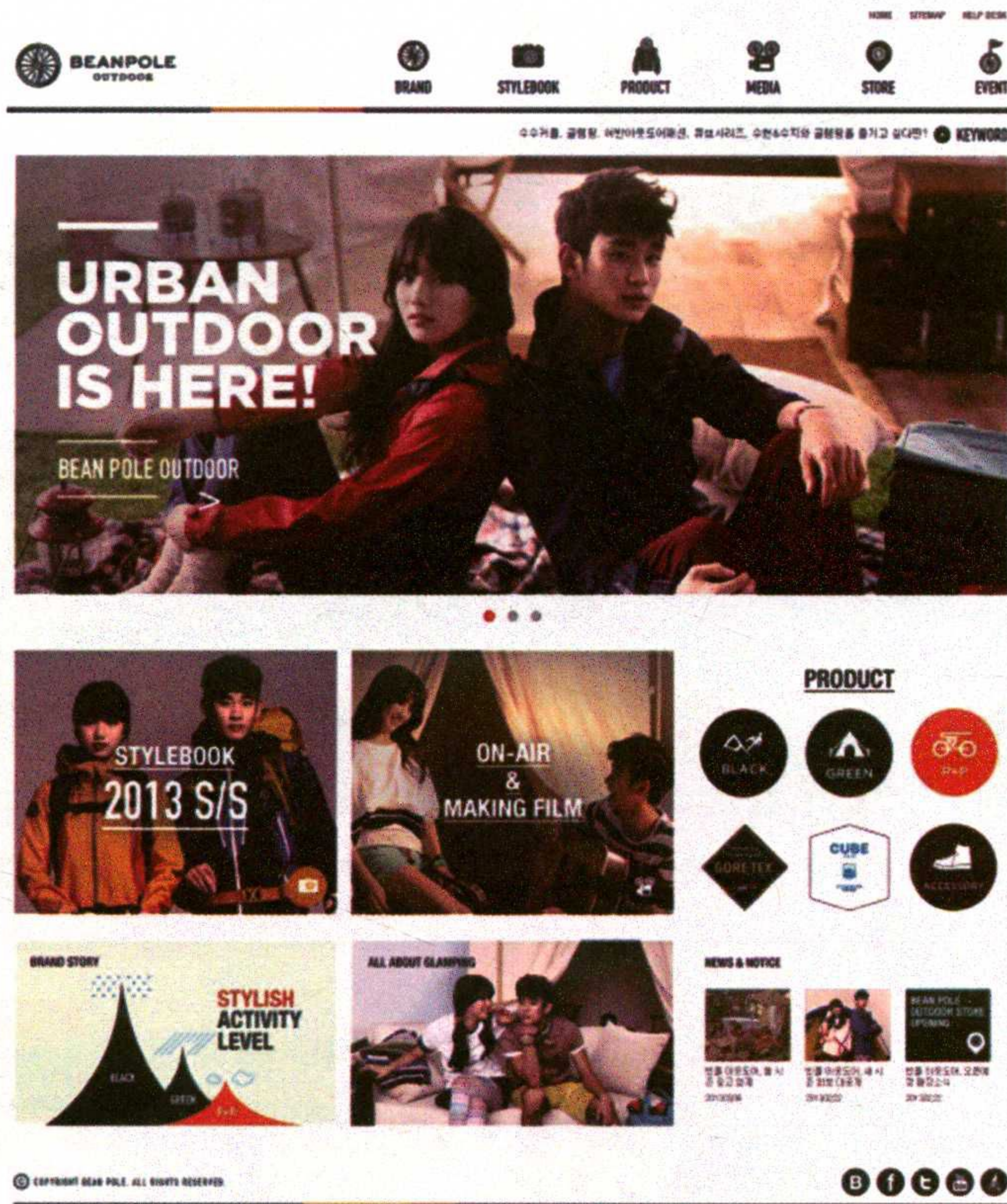
(来源: 百度图片, <http://image.baidu.com>)

图1-10 Beanpole户外用品服装服饰网页设计

(来源: DOOOOR设计网, <http://www.dooooor.com>)

三、版式设计涉及的行业

版式设计涉及的行业与工作岗位众多,主要分类如图 1-11 所示。

四、版式的视觉设计要素

为了传递信息,版式设计需要通过一些构成要素来进行表达,其最基本的 3 个设计要素分别为文字、图形图像、色彩。

版面中的主题和内容主要通过文字传达,例如标题、正文、题注等,如图 1-12 所示;而图形图像则给版面创造最为突出的视觉冲击力,它能在第一时间捕获阅读者的视线,并在版面中对文字起到辅助的作用,帮助阅读者理解版面信息,使版面变得更加真实和立体。版面设计中的图像如图 1-13 所示。

色彩在版面设计中起到奠定基调的作用,它确立版面氛围,对人们的心理影响更加直接,更加感性。在现代商业设计中,色彩的使用已经成为一种策略和一门系统的科学。版面设计中的色彩如图 1-14 所示。



图1-11 版式设计涉及的行业与工作岗位

(来源: DOOOOR设计网, <http://www.dooooor.com>)