

# 字体设计扁平化趋势研究

林媛

(四川理工学院, 自贡 643000)

**摘要:** 目的 分析扁平化设计与字体设计的内在联系, 从功能性和艺术性两个方面出发, 通过探索文字的字体、文字的色彩、文字的形态和扁平化设计的人性化特点, 寻求最大限度地实现简约、务实、功能等现代字体设计功能化诉求的客观引导。**方法** 采用理论与例证相结合的方法, 以大量实例阐述在视觉设计领域贯穿字体设计扁平化理念的具体作法。**结论** 提出了字体设计扁平化趋势的创新设计理念, 将有助于保持字体设计功能性、艺术性的生命力。

**关键词:** 扁平化; 字体设计; 形态; 色彩; 功能

**中图分类号:** J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)10-0056-04

## Flattening Trend of Font Design

LIN Yuan

(Sichuan University of Science & Engineering, Zigong 643000, China)

**ABSTRACT:** From the aspects of functions and aesthetics, it analyzes the inner connection between flattening design and font design, explores the font, the color, the form of text and flattening design of humanization characteristics, seeking to maximize the functional demands of modern font design objective under the perspective of simplicity and practicality. Combined with the theories with examples, it elaborates the specific practice of flattening font design concept by a large number of examples in the field of visual design. The innovative concept of flattening trend of font design will help to keep the functional and artistic vitality of font design.

**KEY WORDS:** flattening; font design; form; color; function

扁平化设计, 也被称作最小化设计和零 3D 属性的设计, 作为近年来备受关注的流行趋势, 扁平化设计正全方位地蔓延到设计领域的多个方向。不论是知名的大公司, 还是软件开发人员, 都参与了这一趋势。随着数字化技术的空前发展, 扁平化字体设计风格以一种势不可挡的趋势侵袭到国内外诸多设计网站。例如大众点击率较高的的淘宝网、亚马逊、优酷、百度、Google 等网站, 标识字体的设计上都采用了简明了的扁平化视觉语言, 舍弃繁杂与多余的装饰元素, 使人们在交互流程中更加专注于字体的功能本身<sup>[1]</sup>。扁

平化字体设计的出现迎合了现代人的审美和功能需要, 符合新时代背景下人们生活快节奏的发展规律, 也是未来字体设计发展的方向。

### 1 扁平化设计的起源

扁平化设计继承了包豪斯现代主义与国际字体风格, 崇尚简约与实用的风格, 取代了维多利亚时期的装饰风格。少即是多是包豪斯提出的著名设计理念, 这个流派追求让视觉“经济”的设计原则,

收稿日期: 2016-01-01

基金项目: 四川理工学院教材改革立项项目 (JC-1333)

作者简介: 林媛 (1981—), 女, 四川人, 硕士, 四川理工学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

一目了然，干净、诚实、直接地展露自己的功能，并且把“经济”提升到美学的高度上思考。

扁平化设计的指导原则：简约而不简单，少即是多，没有任何材质、渐层、阴影、高光等花哨的特效，只显示简单的色彩深浅与流畅的线条<sup>[2]</sup>。这种设计让受众觉得耳目一新，它突出内容主题，减少复杂的视觉效果对受众的视觉干扰，让受众更加关注于信息本身。

## 2 扁平化字体设计的本质及特点

设计师通过文本信息传递给受众，提供指导作用。扁平化字体设计抛弃所有的修饰元素，以极简主义方式传达文字信息，以达到一种看上去更“扁”和更“平”的字体设计效果。扁平化设计的页面大多数使用简单的无衬线字体，而且往往只使用一种字体，将字体放大或缩小后进行排版，不同的布局可以带来不同的视觉感知。比如字号大胆放大，或是设置为粗体，可以有效帮助受众很容易地识别文字的导视功能，在内容上创造了一定的层次感。扁平化字体设计见图1（图1—2均摘自百度）。



图1 扁平化字体设计  
Fig.1 Flattening font design

扁平化字体设计的特点是：简单的字体，单纯的色彩，字体在设计上没有渐变、阴影、纹理等装饰元素，更多的是利用颜色去鼓励受众进行交互。扁平化字体设计风格的优点是它可以更简单与更直接地将想要传达的文本消息显示出来，并且可以降低认知损害。扁平化字体设计一改之前总是保持拟物化现实效果的错误，放弃过去的字体设计复杂的装饰效果，用简单的设计语言直接传达自己的信息，提高文本的可读性。

### 2.1 文字的字体

在多元性文化信息时代，文字广泛存在于人们的周围，已经成为最直观、最有效的视觉传达要素。文本符号的存在，实际上是一种信息的视觉传达，它是影响信息传播速度、提高传播效率和传播质量的一个重要因素<sup>[3]</sup>。针对扁平化设计风格，可以选择

现代、简洁、清晰、大方、醒目、笔画粗细一致的字体，如中文的雅黑和英文字体的 Helvetica，都属于朴实无华的无衬线字体的风格和基调，这一类字体可以确保文本在视觉上更简洁明了，从而实现整体上更好的导视效果。

Helvetica 是世界上最著名的一种字体，字体设计界称之为现代字体的典型代表。根据现代设计的观点，字体应“像透明的容器”简洁、中性、优雅，让受众关注文字信息的内容，并带给受众一种视觉上的审美情趣<sup>[4]</sup>。Helvetica 字体广泛应用于标识、电视、广告和产品品牌包装中，如 3M、宝马、英特尔、三星、松下等数以百计的大型企业都使用 Helvetica 字体。由于扁平化风格比较简洁，无衬线字体经常会给受众带来一些更突出的视觉效果，实现更多的变化，同时也创造了新颖的艺术效果。

### 2.2 文字的色彩

任何设计不能没有颜色，色彩具有表达情感和传达信息的功能。众所周知，在人的精神世界里，色彩有着丰富的内涵，会使人产生生理反应和心理共鸣。除此之外，色彩还具有传达功能属性的作用。对扁平化设计而言，色彩是重要的元素之一，所应用的色彩大多是鲜艳明快及醒目绚丽的颜色，纯度更高，也更有活力。扁平化字体的流行色是一种纯粹的颜色或两种颜色，不要任何的虚化处理，形成一个更加醒目与明亮的效果。除外，扁平化的另一个趋势在于复古风格和流行色彩的兴起，如橙色、紫色、绿色、蓝色等都极受各大设计网站的推崇。例如微软界面舍弃了 3D 属性的视觉效果，用单纯的纯色取而代之，再通过对版式和大小比例的布局安排，使得各个元素之间形成强烈的对比，因此，扁平化设计中的字体颜色不仅具有显示功能，而且具有提示和帮助观众更方便选择的功能。

### 2.3 文字的形态

文字本身就是人类为了交流沟通而创造出来的。人们以为自己在阅读时，只是关注于文字的内容，但其实文字的结构、粗细，文字周边的图形等视觉信息，也在同一时间映入眼帘。扁平化风格要求字体在视觉效果上尽可能地减少非功能性的多余装饰，确保主要信息的准确传达，字体的形态结构尽可能简单，才能快速适应扁平化设计风格的要求。

随着文字功能性的提升，其设计性也逐渐受到

重视。文字的图形化并不适合东方语系字体，特别是像中文这种复杂的文字。文字越是图形化越是华丽，装饰性越高，意象力越强，越难当作文字来阅读，这就越会折损它的易读性。扁平化字体形态必须清晰，笔画分明，便于识别和阅读，确保受众可以很容易和有效地接收具体信息，有利于受众顺利和快速阅读，不会造成阅读困难和产生视觉疲劳。

### 3 扁平化字体设计的应用

在平面设计中，扁平化字体设计真正的意义在于简化字体而突出信息，让受众的注意力都集中在信息上。无论是海报、书籍、画册、包装、标识还是网页界面设计，文字的设计上都越来越偏向于选择扁平化的字体设计进行制作，以此来引人注目。

#### 3.1 扁平化字体在海报中的应用

人们观看海报或是海报停留在人们视线中的时间也就两秒，或许更短暂，因此海报设计的重点在于瞬间的传达<sup>[5]</sup>。为此，应尽量减少海报中不必要的信息，呈现出符合海报传达功能的文字信息，特别是标题性文字。即使将标题文字的字号放大，将其放在显眼的位置，重点还是在于提高文字的辨识度，因此，为了吸引观众的注意力和迅速传播信息，往往选用与背景形成强烈对比，不添加任何纹理、立体感等装饰效果的扁平化字体较为适合，做到醒目和突出。Helvetica Neue 海报设计见图2。

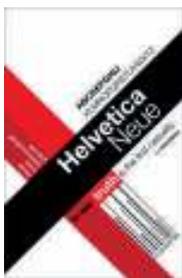


图2 Helvetica Neue 海报设计  
Fig.2 Helvetica Neue poster design

#### 3.2 扁平化字体在书籍中的应用

巴甫连柯曾说过，书籍使人们成为宇宙的主人<sup>[6]</sup>。文字自产生就以书为主要载体，传承知识与文化。书籍设计应考虑的因素很多，如纸张、尺寸、印刷、图形、色彩，但在众多因素中，字体设计起着至关重要的作用。在一本书中，字体的设计主要包括封面的字

体和内页的字体，其中封面设计可以说是首先要考虑的要素，这是读者对书的第一印象。扁平化字体设计在书籍设计中的应用不仅考虑到了文字形态的识别性和可读性，而且以简洁、理性、准确有力的设计吸引读者的视线，使书籍设计达到功能与艺术的完美统一。原研哉的《MUJI》书籍设计见图3。



图3 原研哉的《MUJI》书籍设计  
Fig.3 Hara Kenya's "MUJI" books design

#### 3.3 扁平化字体在标识中的应用

标识是人类社会在生活与实践中，逐渐形成的以视觉图形传递信息、具有象征性意味的符号。它不仅方便识别，而且具有传达信息和沟通思想的作用。过去的那些复杂的阴影、凹凸、3D 效果正逐渐被废弃<sup>[7]</sup>。对于设计师来说，标志设计如何简洁明快，便于记忆，是扁平化设计风格的重要理念。从三星、小米等企业标识字体的演变，到微软、淘宝等网络大公司的标识字体的更新可以看出，扁平化字体风格正在以一种势不可挡的趋势侵入到标识设计中。电子产品标识见图4（图片摘自百度）。



图4 电子产品标识  
Fig.4 Electronic products logo

#### 3.4 扁平化字体在包装中的应用

在包装设计中，要想把所要传达的信息准确清晰、简洁明了地告诉消费者，除了图形、色彩、图案、布局以外，字体设计是一个重要内容<sup>[8]</sup>。字体设计不但承载和传达了各种信息，能够使消费者快捷地从五花八门的商品中找到自己需要购买的商品，而且还发挥着引导消费者购买的作用，同时对树立

品牌和增加竞争力起到了至关重要的作用。当今社会,商业竞争日益强烈,扁平化字体以其简洁、清晰、醒目的视觉风格吸引消费者的关注<sup>[9]</sup>。美国设计师 Reynolds 为 WTP 油漆品牌设计的包装,见图 5,包装上的文字给人以强烈的视觉冲击,使消费者一眼就能识别出该商品。药品包装见图 6(图片摘自百度),包装上的文字简洁、明快,把品牌文字集中在醒目的位置,使药品名称清晰,便于病人选用。



图5 WTP油漆包装  
Fig.5 WTP paint packaging



图6 药品包装  
Fig.6 Packaging of drug

### 3.5 扁平化字体在网页中的应用

如今,在网页的界面设计中最炙手可热的字体风格就是扁平化设计。这种字体设计具有鲜明的视觉效果,层次清晰,所有的字体边界干净俐落,没有任何羽化或阴影,这让用户直观地了解了每个元素的作用和互动模式,减少了用户的认知负担<sup>[10]</sup>。从网页到移动电话的应用程序,在设计风格上大多使用扁平化设计风格的字体,这种设计对一些零售网站的帮助很大。国外网站界面设计见图 7,利用这种字体设计可以非常有效地把商品信息组织在一起,以一种简单的、合理的形式排列。在手机屏幕上,由于本身的局限性,使得这一风格的用户体验优势更大,界面整洁,让用户使用更简单、高效、舒适,创建了字体设计的功能化。



a Pink berry website b Frog design website c Fashion fix website

图7 国外网站界面设计

Fig.7 Foreign website interface design

## 4 结语

现代信息社会中,信息传播几乎占据了人们新时代生活的全部内容,人们的视觉环境充斥着大量繁杂的设计信息,如果想有效、准确地传播这些信息,必须有一个合适的介质。显然,人们对通过叠加、高光、

纹理、材质、阴影等效果的拟物化字体设计已经产生了视觉疲劳,而简洁、清晰、棱角分明的扁平化字体设计风格更符合人们的审美需求,也非常适合字体的进化轨迹。它不仅继承了以人为本的设计原则,注重文字传达的准确性,而且扁平化设计顺应新时代的发展潮流,在未来一段时间里将占有一席之地。

### 参考文献:

- [1] 王蕾.汉字在视觉传达设计中的灵性探析[J].包装工程, 2013, 34(2):14—15.  
WANG Lei. Analysis of the Spiritual of According Chinese Characters in the Visual Communication[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(2): 14—15.
- [2] 孙红阳.探讨汉字在艺术设计中的审美特性[J].包装工程, 2014, 35(8): 5—6.  
SUN Hong-yang. The Aesthetic Characteristics of Chinese Characters in Art Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(8):5—6.
- [3] 董小龙, 正喜.字体设计[M].上海:东方出版中心, 2011.  
DONG Xiao-long, GE Zheng-xi. Font Design[M]. Shanghai: Orient Publishing Center, 2011.
- [4] 胡绍中.字体设计[M].北京:人民美术出版社, 2012.  
HU Shao-zhong. Font Design[M]. Beijing: The People's Fine Arts Publishing House, 2012.
- [5] 王雪青.字体设计与应用[M].北京:高等教育出版社, 2007.  
WANG Xue-qing. Font Design & Usage[M]. Beijing: Higher Education Press, 2007.
- [6] 王绍强.设计形式[M].广州:岭南美术出版社, 2007.  
WANG Shao-qiang. Design Form[M]. Guangzhou: Lingnan Fine Arts Publishing House, 2007.
- [7] 维洛尼克·维安.新设计对话[M].上海:上海人民美术出版社, 2008.  
VERONIQUE V. The New Design of the Dialogue[M]. Shanghai: The People's Fine Arts Publishing House, 2008.
- [8] DONALD N A.情感化设计[M].何笑梅, 欧秋杏, 译.北京:中信出版社, 2012.  
DONALD N A. Emotional Design[M]. HE Xiao-mei, OU Qiu-xing, Translate. Beijing: CITIC Publishing Group, 2012.
- [9] 加菲尔德·西蒙.字体故事[M].吴涛, 刘庆, 译.北京:电子工业出版社, 2013.  
GARFIELD S. Font Story[M]. WU Tao, LIU Qing, Translate. Beijing: Electronic Industry Press, 2013.
- [10] 安布罗斯·加文.字体设计基础[M].王村杏, 译.北京:电子工业出版社, 2014.  
AMBROSE G. The Fundamentals of Typography[M]. WANG Cun-xing, Translate. Beijing: Electronic Industry Press, 2014.