

校企合作系列丛书·广告设计制作专业

招贴设计与制作

主编 蒋可扬
罗 雄

Poster
Design



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

校企合作系列丛书·广告设计与制作专业

招贴设计 与制作

Poster Design

主 编	蒋可扬	罗 雄	
副主编	吴佳丽	王非一	徐宸熹
编 委	刘 瑀	朱乐艺	孙 佶
	张 静	沈 婷	李军平
	宋尤嘉		



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

招贴设计与制作 / 蒋可扬, 罗雄主编. — 武汉: 武汉大学出版社, 2016.1

校企合作系列丛书·广告设计与制作专业

ISBN 978-7-307-17443-6

I . 招… II . ① 蒋… ② 罗… III . 宣传画—设计—高等职业教育—教材 IV . J218.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 321909 号

责任编辑: 薛文杰 余 梦

责任校对: 徐 纯

装帧设计: 吴 极

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: whu_publish@163.com 网址: www.stmpress.cn)

印刷: 武汉市金港彩印有限公司

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 8.75 字数: 73 千字

版次: 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-17443-6 定价: 43.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

校企合作开发课程及教材编写委员会

主 任：黄 群

副主任：蔡 红 马毅鑫

方 明

委 员：周杰人 田 春

罗 雄 纵瑞昆

毛履国 李 娜

严 威

本书合作企业



上海真实传媒有限公司

前言

“招”就是招引注意，“贴”就是张贴，“招贴”即“为招引注意而进行张贴”。传统招贴多为制版印刷而成，张贴于纸板、墙、大木板或车辆上，或是以其他方式展示的印刷广告，它是主要的也是最古老的户外广告形式。当代随着传播媒介的多样化，新媒体招贴遍布街头，招贴设计的形式已不单纯停留在印刷广告的范畴，招贴设计的技术及艺术被提升到了一个历史的高度。身处这样的人文环境中，我们必须重新认识“招贴设计”的概念，刻不容缓地树立新的学习观念。

本书围绕高职人才教育的目标及要求，根据高职院校艺术设计专业的教学特点编写，涉及招贴的基本概念、历史背景、发展脉络、创作风格、设计技法及设计审美等方面，以及招贴设计的概念、实训及赏析等内容。编者收集大量优秀作品、教学资料，根据实际教学经验，剖析招贴设计的创作过程、设计及制作流程。真实案例的剖析通俗易懂，拓宽了设计思路，项目内容涵盖当代招贴设计的实用范围。

在前辈们的引导下，本书紧密围绕高职教学的特点进行设计，特色如下：

（1）与国内优秀文化企业合作，直接引入真实案例

本书的实训内容均来自企业的真实设计案例。编者有幸与上海文广新闻传媒集团SMG旗下的上海真实传媒有限公司合作，引进内容真实、直观的媒体广告宣传案例，将作品的创作流程编写入本书，在高职学生可接受的难易度范围内，强调软件辅助艺术表现手法的设计技能。在教材的编写过程中，编者也得到了上海悦和文化传媒有限公司、上海轩道文化传播有限公司、上海天天果园市场部的朋友们的帮助，在此表示感谢。

（2）分析国内外经典案例，引导正确的设计思路

本书通过直观的广告案例分析，进一步解释了招贴设计中的理论知识。优秀作品的案例解析，使学生较快地接受抽象的理论、概念。同时，作品能触发学生的设计灵感，帮助学生形成准确的设计思路，拓宽学生的视野，培养学生与时俱进的设计观念。

（3）展示学生优秀作品，挖掘学生内在实力

本书中部分案例出自高职院校学生之手，有些还获得了全国设计比赛的相关奖项。这些案例直观地展现了高职院校艺术设计教育的质量与成果，提高了学生的学习积极性，帮助学生树立良好的学习榜样及学习目标。

最后，感谢参与本书编写的老师们的辛勤耕耘。坚信汗水和努力都将化为点滴的成就，汇聚成一本好书，影响人的一生！

由于编者水平有限，本书难免出现疏漏与错误之处，敬请读者批评指正。

编 者

2015 年 10 月

Contents 目录

第一章 概论 /1

- 第一节 招贴设计的定义 /3
- 第二节 招贴的功能和特征 /4
- 第三节 招贴艺术的起源及发展过程 /5
- 第四节 招贴的设计类型 /13
- 第五节 招贴的构成要素 /22
- 第六节 招贴的设计创意与艺术表现 /33

第二章 招贴设计实训 /43

- 第一节 知识要点 /45
- 第二节 项目实训 /46

第三章 优秀作品欣赏 /103

- 第一节 社会公共招贴作品欣赏 /105
- 第二节 商业招贴作品欣赏 /111
- 第三节 文化艺术招贴作品欣赏 /125

参考文献 /131

第一章

概 论

第一节 招贴设计的定义

“招贴”按其字义解释，“招”就是招引注意，“贴”就是张贴，“招贴”即“为招引注意而进行张贴”。招贴意指张贴于纸板、墙、大木板或车辆上的，或以其他方式展示的印刷广告，它是主要的也是最古老的户外广告形式，招贴在我国还被称作“海报”。

传统招贴多为制版印刷而成，在公共场所或商店内外我们经常能看到各种招贴广告，也有一些临时性的招贴，如手绘 POP（Point of Purchase）等。当代随着设计媒介的多样化，新媒体招贴已经遍布街头，招贴设计的表现技法也越来越多样化。招贴广告分为公共招贴和商业招贴两种，前者以社会公益、文体宣传等为题材；后者以商品宣传、市场促销为题材（图 1-1 ~ 图 1-5）。



图 1-1



图 1-2

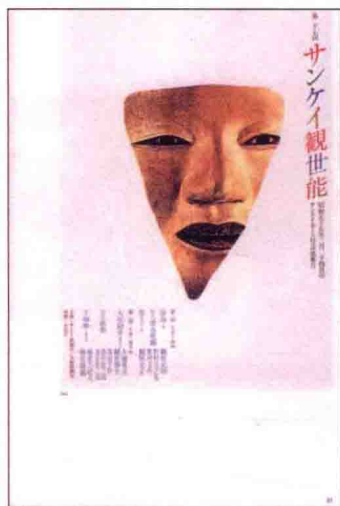


图 1-3



图 1-4



图 1-5

第二节 招贴的功能和特征

招贴不仅可以传递商品或劳务信息，还可以传递政治、经济、科学、文化、教育、卫生等社会信息。它是大众性的传播媒介，给社会经济、文化生活的发展带来了巨大的推动力。随着商品经济的发展，市场竞争日趋激烈，招贴的功能日益显现出来。招贴具有促进销售、指导消费、参与竞争、推动生产、传播文化等功能，是传播各类信息，为商家带来利益的广告形式（图 1-6～图 1-8）。

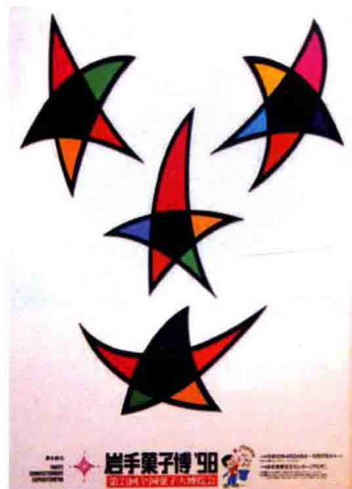


图 1-6

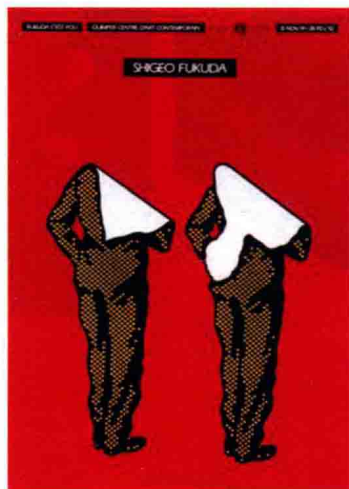


图 1-7



图 1-8

19 世纪以来,欧美国家的物质文明和意识形态促进了现代艺术的产生,工业技术的飞速发展更为艺术家带来了新的艺术内容和表现形式。一系列的艺术运动对传统艺术的内容、目的、价值、对象、表现手段、表达媒介都进行了彻底的革新,给招贴设计的形式和表现手法带来了前所未有的震动,为现代视觉设计注入了新的活力,极大地丰富了招贴设计的视觉语言,展现了艺术与设计相互渗透、相互促进、并行发展的轨迹(图 1-9 ~ 图 1-11)。



图 1-9

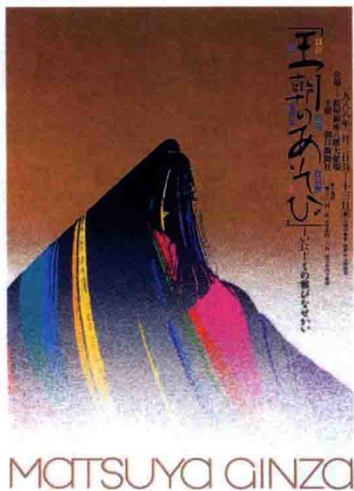


图 1-10



图 1-11

第三节 招贴艺术的起源及发展过程

世界上最早的招贴是埃及的一张寻人文字广告,其尺寸是 20cm × 25cm,内容为追捕一名逃跑的奴隶,广告主愿以金币酬赏。这张 3000 年前写在“莎草纸”上的招贴现存于英国伦敦博物馆。

中国最早的招贴出现于 11 世纪(宋朝),它是山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告,4 寸见方,内容是关于产品的质地和销售办法。画面图文结合,并通过雕刻、铜版印刷工艺完成。它是迄今为止世界上发现最早的印刷广告,比英国的印刷广告早 400 年左右,现存于中国历史博物馆(图 1-12)。



图 1-12

13 世纪，中国的木刻版印刷技术传入西方，彻底改变了欧洲在布料上印刷图形的历史，木刻版印刷在社会各阶层流行。15 世纪，德国人古登堡于 1450 年研制成活版印刷，这种在纸上使用活版印刷的技术使招贴向作为大众传播信息的一种媒介迈开了坚实的一步。1473 年，英国印刷家威廉·凯克斯印制了一些有关出售祈祷书的招贴并张贴于伦敦的大街及教堂门口，这是国外最早用印刷工艺制成的招贴。从此，采用印刷形式的招贴开始流行，招贴成为向大众传播信息的最主要的媒介之一。16 世纪，在图形和字体设计领域开始运用数比法则，并不断探索科学与艺术相结合的道路。设计师开始注重对观念的表达，当时在巴黎流行的“国际风格”很快风靡欧洲。为适应社会对印刷设计的大量需求，欧洲很多国家相继建立了印刷图形设计中心，图文印刷设计在欧洲得到了普及和发展。17 世纪，法国设立了印刷学术委员会，专门研究图形与字体的印刷设计。18 世纪，在图形与字体设计领域，先后出现了法国的“洛可可风格”和意大利的“现代风格”。1798 年，德国人阿洛伊斯·森佛尔德发明了石版印刷技术，使各种绘画作品能真实地得以再现，使艺术家有可能直接在石版上进行各种创作。19 世纪，产业革命促进了一系列发明创造的产生，对招贴的发展起到了

很大的推动作用,使设计师有了更广阔的表现空间。1803年和1811年,英国先后发明了造纸机和高速印刷机,其效率高、成本低,印刷尺寸也有了很大改观。1826年,法国人涅普斯试制成功第一张摄影图像。1830年,英国画家夏普研制出分色套印的彩色石版画,具有很好的视觉效果,逼真而又富有绘画艺术性,可达到近似油画的效果。1835年,英国画家塔尔波特成功制作了显微照片。1860年,大版面印刷机问世,大尺寸的招贴开始出现在街头、广场等大众场合,产生很好的远视效果。1881年,法国巴黎的杂志印刷首次采用彩色照相制版工艺,使印刷质量有了质的飞跃。

招贴作为大众传播最主要的媒介之一,在促进销售、普及知识等方面发挥了很大的作用(图1-13)。



图 1-13

这些因素都为现代招贴的产生奠定了新的视觉语言形式基础和必要的物质基础,预示着招贴设计全新时期的到来。

从现代招贴的产生到第一次世界大战,大批富有才华的著名画家和设计师投身于招贴设计行列,创作了具有新艺术运动、象征主义、表现主义等多种风格的招贴(图1-14),其数量之多、题材之广、作用之大前所未有的。招贴所产生的巨大影响引起了社会公众极大的关注和热烈响应。招贴再度成为大众传播最主要的媒介之一,同时也确立了其设计王座的地位。招贴以其蓬勃发展的态势进入了空前的繁荣期。



图 1-14

20 世纪前半叶,两次世界大战及经济危机使整个社会动荡不安,在政治变革和科技、文化的双重冲击下,现代主义艺术的各种风格流派标新立异、此起彼伏,成因错综复杂。这种向传统观念挑战的新思潮深刻影响了招贴设计者的创作理念。他们摒弃了旧的设计模式,将绘画和设计的各种风格互相交融,取长补短,创作出了具有装饰艺术、构成主义、风格派、包豪斯(图 1-15)、立体主义、未来主义(图 1-16、图 1-17)、达达派、超现实主义等多种风格的招贴,并使之呈现出风格迥异、精彩纷呈的多元化发展格局。招贴开始步入历史性的黄金时代。



图 1-15



图 1-16

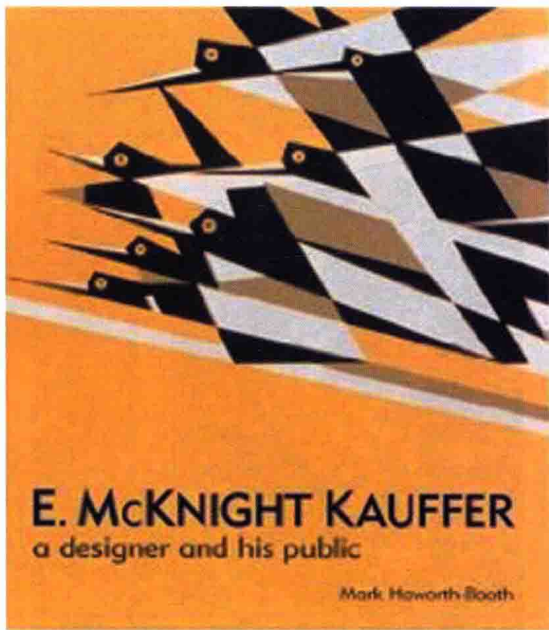


图 1-17

第二次世界大战以后，世界经济开始复苏并进入迅速发展、日益繁荣的阶段，招贴在社会政治、经济、文化等领域继续发挥着重要的作用。图 1-18 所示为德国设计大师冈特·兰堡的招贴作品。以瑞士、波兰、纽约等风格流派为主的招贴，在第二次世界大战结束后初期影响着世界招贴发展的方向，而意大利“米兰风格”的招贴也受到了设计界和人们的极大关注。进入 20 世纪 60 年代，现代主义之后的各种风格流派，如光效应艺术、“嬉皮士”招贴、“波什平”设计事务所风格、波普艺术等成为招贴设计的主流方向。20 世纪 70 年代至 80 年代中期，后现代主义（如“新浪潮”“朋克”艺术等）风格的招贴设计，对现代招贴设计产生了极为深刻的影响。

随着社会的进步和科学技术的飞速发展，东西方文化日益频繁的交流 and 融合，以及现代科技、文化、艺术给招贴设计带来的新观念，招贴已不再受某种单一风格流派的约束。世界各国杰出的设计师突破民族、国界以及媒介、常规等界限，追求独特风格的发展和富有创造性的设计，使招贴出现了百花齐放、绚丽多彩、蔚为壮观的景象。这个时期（尤其是 20 世纪 60 年代以后）的招贴已很难用几个流派的名称来加以界定。图 1-19 所示分别为波兰、日本、美国的现代招贴设计作品。