

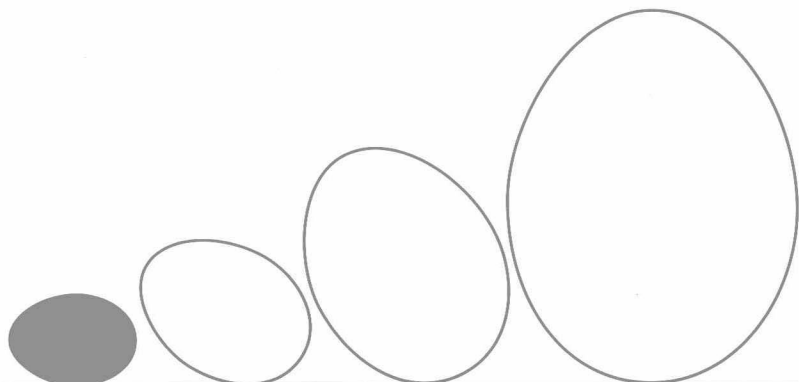
ART  
高等院校  
设计艺术专业教材

# 招贴设计

POSTER  
DESIGN

汪田明 李晓卿 编著

湖南大学出版社



ART 高等院校设计艺术专业教材

# 招贴设计

POSTER  
DESIGN

汪田明 李晓卿 编著

湖南大学出版社

## 内容简介

阐述招贴设计的发展历程, 招贴的构成形式、创意设计方法、设计程序等内容, 并介绍了中外招贴的大量经典作品。

本书主要供高等院校设计艺术专业作为教材使用, 亦可供设计从业人员作为参考书。

### 图书在版编目(CIP)数据

招贴设计/汪田明, 李晓卿编著.——长沙: 湖南大学出版社, 2006.9

(高等院校设计艺术专业教材)

ISBN 7-81113-106-4

I. 招... II. ①汪... ②李... III. 宣传画—设计—高等学校—教材

IV. J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第113834号

### 高等院校设计艺术专业教材

## 招贴设计

ZHAOTIE SHEJI

作者: 汪田明 李晓卿 编著

责任编辑: 李 由

特约编辑: 胡艳红 吴亮芬

责任印制: 陈 燕

装帧设计: 吴颖辉

责任校对: 祝世英

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山

邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691(发行部), 8649149(编辑室), 8821006(出版部)

传 真: 0731-8649312(发行部), 8822264(总编室)

电子邮箱: [pressliyou@hnu.cn](mailto:pressliyou@hnu.cn)

印 装: 湖南东方速印科技股份有限公司

开本: 889×1194 16开 印张: 11

版次: 2006年9月第1版 印次: 2006年9月第1次印刷 印数: 1~5 000册

书号: ISBN 7-81113-106-4/J·81

定价: 48.00元



## 高等院校设计艺术专业教材

**编委会** (按姓氏笔画排列)

王庆彬 王安霞 丰明高 王家民

田卫平 田 鲁 刘文金 朱和平

邬烈炎 何人可 肖 飞 张小纲

陈飞虎 张夫也 李中杨 吴天麟

李向伟 陈 杰 何 洁 谷彦彬

汪 清 陈鸿俊 何 辉 陈 新

邵 璐 李 巍 周 旭 范迎春

孟宪文 赵江洪 洪 琪 凌士义

钱正坤 殷会利 黄淑娟 焦成根

廖少华

**总主编** 朱和平

# 总序

ZONGXU

世界现当代历史发展表明：一个不重视设计发展的民族是没有希望的民族。因为设计与经济的发展是息息相关的，在很大程度上，设计状况是经济状况的折射！今天，中国经济的持续快速发展，表明了中国设计的发展已具有了一定的基础，并预示着美好的前景！

中国的现代设计教育，在经历了二十多年的发展之后，已步入了一个十分关键的时期。这是因为：一方面，我们对西方的设计教育已经历了因袭、学习、摄取等环节和过程之后，正面临着选择适合我们民族心理、民族文化和民族生活的新的设计之路；另一方面，西方发达国家现代设计教育体系的构建和完善，其内在规律和外部规律的具体内涵，需要我们结合本民族的存在时空去学习和把握。正因为如此，今天中国的设计教育任重而道远，在设计教育十分关键或者说是转型时期，作为培养高层次设计人才摇篮的高等院校，人才培养的质量固然取决于办学理念和思路，但具体落实还是在教学上。众所周知，教学质量的高低取决于教和学两个方面的互动。对于教师而言，是个人的才（智力）、学（知识）、识（见解）和敬业精神；对于学生来说，是学习态度、方法和个人的悟性。师生之间，能够沟通或者说可以获得某种互补的应该是教材。所以，中外教育，不论是素质教育还是精英教育，都十分重视教材建设。

目前国内设计艺术教材，可谓汗牛充栋，但仍不尽如人意。主要表现在：一是没有体现设计教育的本质特征；二是对于设计和美术的联系与区别含混不清；三是缺乏时代性和前瞻性；四是理论阐述与实践的操作缺乏有机联系。正是基于这种认识，清华大学、江南大学、湖南工业大学、浙江工业大学等院校的有关专



业教学人员共同发起，由湖南大学出版社组织了全国近三十所院校设计专业的专家、学者编撰出版了一套“高等院校设计艺术基础教材”，品种近30种。该套教材自2004年秋季推出以后，在高校和社会反响良好。于是在2005年春，大家又提出编撰“高等院校设计艺术专业教材”的设想，很快得到原参编院校和另外一些使用院校的响应，并先后两次召开了主编会议，确定了编撰宗旨、原则和具体编写细则。按照大家达成的共识，本套专业教材的宗旨是：兼顾设计专业多元化与专业化并存的特点，体现设计专业实用性的要求，既注重设计技法的传承，又旨在培养学生的创造意识和能力。在内容上，本套教材努力实现以下特色：

第一，围绕设计的本质、含义和特征，力求设计与艺术、设计与技术、设计与美术有机融合，试图克服长期以来设计教育忽视新材料、新技术，游移于美术范畴的弊端。

第二，坚持理论的指导性，注重设计理论的总结、提炼和升华，避免设计专业教材只是介绍技法表现的情况。

第三，在体现设计发展进程中技法传承性的同时，将重点置于对技法本体内容的阐释和技法创新的探索。因为设计的创造性不能停留在对设计技法表现掌握的层面上，极富创造力的设计，本身就包含了技法的创新，往往也预示着新技法的出现。

参与本套教材撰写的大多是在专业设计领域卓有成就、具有丰富教学经验的专家和学者，但限于设计所根植的时代、社会的不断变迁，以及设计本身创造性、创新性的本质要求，本套教材是否达到了预期的编撰目的和要求，只有通过广大教师和学生使用以后，才能有一个初步的结果。因此，我们期待着设计界同仁和师生的批评指正，以便随时进行完善和修订。

朱和平

2006年7月10日



<b>1 绪论</b>	<b>1</b>
1.1 概论	3
1.2 招贴与广告设计	21
<b>2 招贴设计的发展历程</b>	<b>25</b>
2.1 招贴的起源	26
2.2 招贴的发展演变	29
2.3 招贴的发展趋势	49
<b>3 招贴的构成形式</b>	<b>53</b>
3.1 招贴的构成要素	54
3.2 受众对形式的要求	65
3.3 招贴的视觉传达形式	74
<b>4 招贴设计的创意</b>	<b>81</b>
4.1 创意是招贴设计的灵魂	82
4.2 创意的手段和技法	88
<b>5 招贴的设计方法</b>	<b>99</b>
5.1 图形符号的运用	100
5.2 招贴设计中的色彩	104
5.3 招贴设计中的文字表现	111
5.4 招贴设计要素的整合	114

**6 招贴设计的程序 119**

6.1 设计策划及准备阶段 120

6.2 展开设计阶段 123

6.3 设计表现 126

**7 中外经典招贴作品欣赏 131**

**参考文献 163**

**后 记 164**





# 1

## 绪 论

在现代社会，可以说处处离不开广告，各种各样商业的、公益的、文化的广告包围着人们，而各种招牌广告、灯箱广告、霓虹灯广告及路牌、墙体广告充斥着城乡的每一个角落，并占据着各个重要的视觉空间。这些以各种视觉符号作为传递媒体的广告，可以说是历史上存在最早、涉及领域最广泛的招贴形式的延续和演化。

招贴设计是社会文化发展时期的产物。当社会发展进入大生产和大消费的时代后，招贴设计作为实用美术服务于产品流通系统和市场运行机制，成为商品媒体和商业宣传的有力助推剂。由于能够直接帮助和影响产品的经济效益，从而招贴设计越来越被人们所关注。

19世纪末20世纪初，因受到现代派艺术的刺激和社会经济发展的冲击，特别是印刷制版技术的进步以及摄影在实用美术中的大量运用，招贴设计逐渐成为独特的艺术设计表现形式，并顺应社会的发展需要而不断成长起来。由于招贴兼有绘画和设计的综合特点且在社会传播媒介上产生的巨大影响，许多才华横溢的艺术家和设计师纷纷参与到招贴设计中来，他们将绘画表达方式和设计形式语言互为融合，对招贴设计的发展产生了深远的影响，例如劳特累克、比亚兹莱、毕加索、康定斯基、达利等人的作品既传达了某种观念或信息，又提升了艺术品位和艺术价值，使招贴设计呈现出风格多样、精彩纷呈的多元化发展的新趋势。

第二次世界大战后的西方社会复杂多变，随着社会经济和科学技术的快速发展，社会生活节奏加快，政治、经济、文化活动频繁，人与人、人与大自然的接触与交流日益密切，招贴设计已不再限于商业性目的。作为信息传达的媒介，招贴开始在各个领域为人们提供各种视觉资讯以引导人们的各种行为。在进入消费主义时期后，招贴设计更显示了强烈渗透的影响力。东西方文化的交流和融合以及现代科技、文化、艺术、传媒等给招贴设计带来的新观念，使招贴不再受某种传统风格流派的约束，它在注重信息传达功能的同时，更加注重个性思维的表现和富有创意的设计表达。20世纪70年代的电子信息革命带来了新一代的传播媒体和效应，而招贴作为广告的一种形态，也从单一个体的活动转向通过团队方式共同合力完成，并从单一的媒介转向全方位、一体化的整合广告活动。但是，招贴设计最为根本的一点并没有改变，就是将所要传达的信息诉诸人们的视觉感应。

招贴设计实际上是绘制表现性图形符号的创造性过程，而表现性的图形视觉符号所传达的信息既是模糊的又是丰富的，人们从中获得的信息虽大致相同却又因人而异。人们的生活空间不同，也就决定了人们的视觉经验所派生的思想意识、生活习俗、文化艺术的理解方式不同，也就决定了人们的视觉经验的差异，人们对同样一件作品的感受才会各不相同。招贴设计一定要考虑到传达对象的视觉经验的差异，要根据不同受众的视觉经验、不同的接受程度来进行设计构思，

从而确定信息传达的图形符号形式与方法。图形符号有待于受众的阅读，信息意义才能被正确传递。

值得一提的是，设计师们通常把招贴设计看作是最具艺术表现空间的创作形式，个性发挥的可能性也极大。从一个比较宏观的角度来看，各种视觉艺术设计（平面设计、工业设计、陶瓷设计、服装设计等）和美术创作（国画、油画、版画等），同属一个大学科范畴。作为平面设计中的重要成员之一的招贴设计，因其具有平面设计中所包含的最基本的设计元素，而深受平面设计艺术家的喜爱和重视，国内外的很多设计艺术院校，都将招贴设计列入最主要的专业设计课程中。这是因为它在广告设计中的重要地位以及它所具有的独特的视觉语言所决定的。

## 1.1 概论

招贴作为一种视觉传达艺术，具有其他广告媒体无法替代的优点。科技、社会的发展，使媒体宣传手段逐渐多样化，招贴在广告中的地位也受到限制、削弱，但与此同时，科技也给招贴带来了新的发展契机。招贴设计师融会了先进科技于招贴创作制作领域，形成了新的视觉语言，使招贴在平面设计领域仍然占有重要的地位。

### 1.1.1 招贴的概念

早在19世纪下半叶，招贴就以其独特的魅力在众多广告媒体中脱颖而出，给设计史注入了新鲜的血液。当时的艺术家将绘画和设计的各种风格相融合，将多种表现形式和手段、技法综合运用，使招贴焕发出风格迥异的多元化发展格局，如图1-1、图1-2、图1-3、图1-4。到了21世纪高度信息化的社会时期，招贴广告因为社会的发展和传播媒体的多样化，虽然已失去其在历史上所具有的那种特殊地位，但它在各个领域仍



图1-1  
Alphonse Mucha., Theatre de Renaissance, 1896

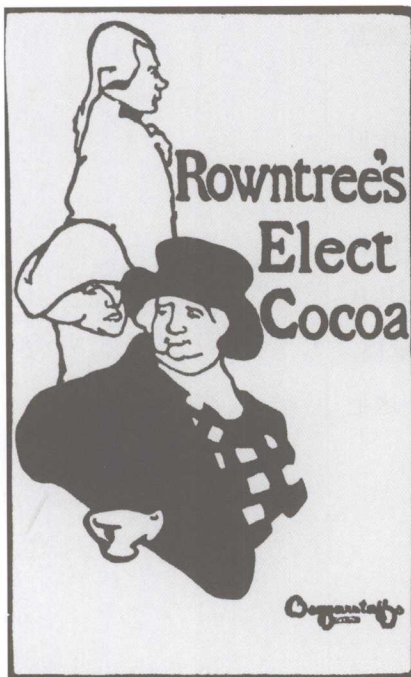


图1-2 The Beggarstoffs (James Pryde and William Nicholson), Rowntree's Elect Cocoa, 1894



图1-3 Isolde'. Poster for Oscar Wilde play poem. Aubrey Beardsley. 1895. The Studio

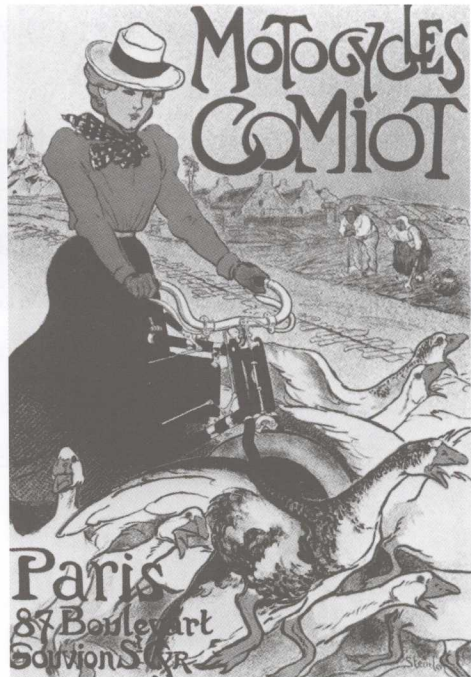


图1-4 Theophile Alexandre Steinlen, Motocycles Comiot, 1899

然扮演着十分重要的角色。同时，由于东西方文化的频繁交流以及现代科技、艺术、文化的不断融合，这也给招贴带来了新的设计理念，开始突破常规的束缚，更为注重独特风格的形成和富有创意的设计。特别要强调的是一百多年来，招贴艺术家对于各种设计语言和视觉表现的探索与实践，为现代视觉传达设计奠定了牢固的基础。例如，今天的各种平面设计风格，都可以在历史上的招贴设计中找到它们最初的创作雏形。

招贴是现代广告媒介形式之一，其英文名称为“Poster”（是“Post”的派生词），法语名称为“Affiche”，德语名称则是“Plakat”，它是平面形式的艺术设计经印刷复制后可张贴的宣传媒体之一。“Post”原意为竖在公共场合中的大木柱，“Poster”即指张贴于大木柱、墙体或车辆上的印刷广告，它是广告最古老的形式之一。招贴画（Poster）是作为通告或广告而公开展示的印刷图画。印制的公开广告可追溯到15世纪。1860年前后，由于石版印刷术的发明，使得色彩鲜明的招贴画得以方便而廉价地生产，开始出现当前形式的招贴画。19世纪90年代新式美术的出现，提高了人们对招贴画的兴趣。新式美术是以平滑、有机的线条，雅致优美、瑰丽多彩的象征主义手法为特征的。新式美术通俗与实用相结合，使得新美术运动在招贴画上找到了天然的表现形式。随着1914年第一次世界大战的爆发，招贴画成为一种可以影响历史的美术。在电影与电视兴起之前，它是政治上所有视观手段中最重要的一种。它不但生产简易、影响直接，而且可以张贴在任何公众看得见的地方。这样招贴画就可在战争和革命中成为有力的、多样的并富有表现力的宣传工具。20世纪初叶的工业繁荣使广告招贴画得以应用到几乎

任何可以想象到的产品与事物上去。从早期马戏团招贴中所用的原始民间艺术直到20世纪30年代巧妙的流线型的旅游招贴画,都体现出它们各自的时代精神或风格,如图1-5。可是无线电与电视对它的猛烈冲击以及广告术上几乎完全使用摄影手法等都给招贴艺术蒙上了一层阴影。20世纪60年代以来,由于以流行歌曲开始的通俗艺术形式的复兴,又导致了人们对招贴画的注意(刘尊棋,《简明不列颠百科全书》,中国大百科全书出版社,1986年8月版)。缪拉·布洛克曼(Müller Brockmann)夫妇共著的《招贴画的历史》一书中认为,招贴是“贴在柱子上各种含广而告之内容的东西”。而在牛津大词典中,招贴被解释为展示在公共场所的告示(Placard displayed in public place)。在国外出版的一些设计词典中,招贴常常被指定为张贴于街道上的墙面或大木板上的宣传画。在一般情况下,人们把招贴称为招贴广告。

就招贴的中文意思来讲,招贴的“招”就是用公开的方式使人注意。1979年9月上海辞书出版社出版的《辞

海》,对“招”的解释有以下几种:①打手势叫人来。《楚辞·招魂序》王逸注:“招者,召也;以手曰招,以言曰召。”②招惹,招引。“贴”是黏附,如贴金、贴墙报等,是把平面状的东西粘在另一个物体上,把两个字结合起来,其主要特点就凸显出来了:其一就是能公开地引起大众关注、达到传播信息的目的;其二就是可以四处张贴的印刷复制品。事实上招贴的形式是多种多样的,除了在销售市场上所张贴的商业性招贴广告外,我们还可以看到文艺活动类招贴、体育运动类招贴、公益类招贴、政治宣传类招贴及艺术家自己个性化的招贴等。

招贴的发展很大程度上依赖于绘制方法和印刷技术的发展,是平面形式的宣传媒体之一。同时,作为一种视觉传达艺术,在其发展过程中形成了多种多样的表现形式和风格流派,并在各个时期扮演着不同的角色。但就我们现在来看,招贴应该是以图形、文字、色彩等元素作为平面设计艺术符号,通过复制印刷和张贴传播的手段,来传递各种信息的视觉传达媒体。这其中主要涉及两方面的涵义:一方面主要是指通过图形等视觉表现语言作为艺术符号,并通过文字辅助设计,来表达所要传达信息的一种媒体形式特点;另一方面意思就是指它可以通过印刷方式进行大量的复制和它那特定的传达方式——张贴在各种公共场合,来迅速而有效地传播信息。

年画和月份牌是中国特有的艺术表现形式,虽然在功能上更多的是起装饰室

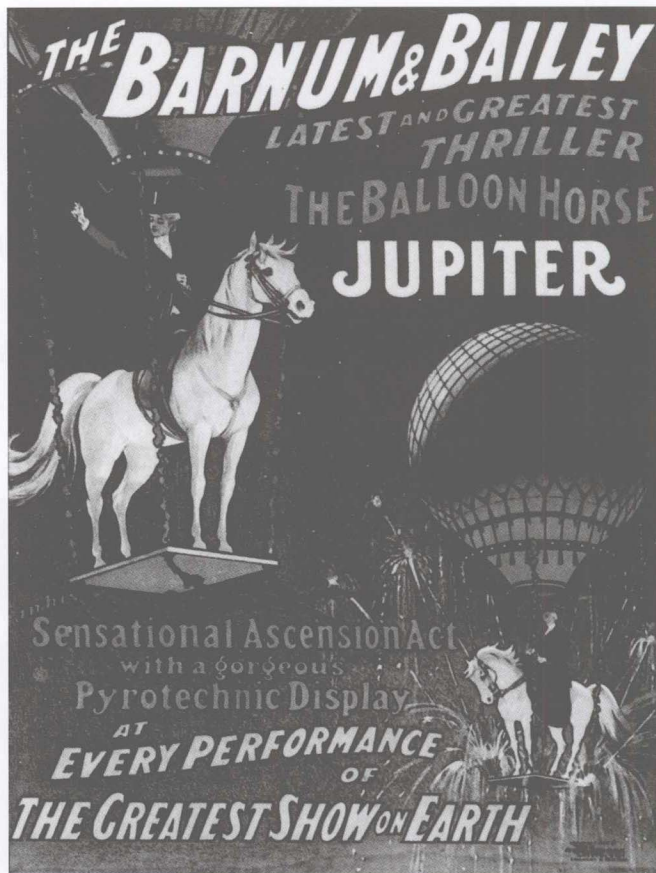


图1-5  
Strobridge artist, Greatest Show on Earth, 1909, Barnum & Bailey Circus

内空间的作用,但从传递信息及设计表现特点等方面来讲,仍可被视为招贴的一种形式,如图1-6、图1-7、图1-8。我国近代是在西方列强殖民侵略的洋枪洋炮声中,被迫接受其工业生产方式与近代信息传播手段的。因此,在我国和招贴相关的名称和叫法还有许多,这从侧面也反映出人们在不同的历史时期对招贴不同的理解与认识。用得比较广泛的别称是“海报”。据说是因为在清朝年间洋人利用海上途径将大量货物运入我国沿海码头并销入内地,为推销洋人商品将随货物一起运抵的商品招贴广告沿街四处张贴,久而久之,人们便把这种招贴广告称为“海报”,并沿用至今。只是“海报”这个词在今天较少被应用于表达商业性广告,反而更多地和文化活动紧密地联系在一起,如影视海报、戏剧海报、展览

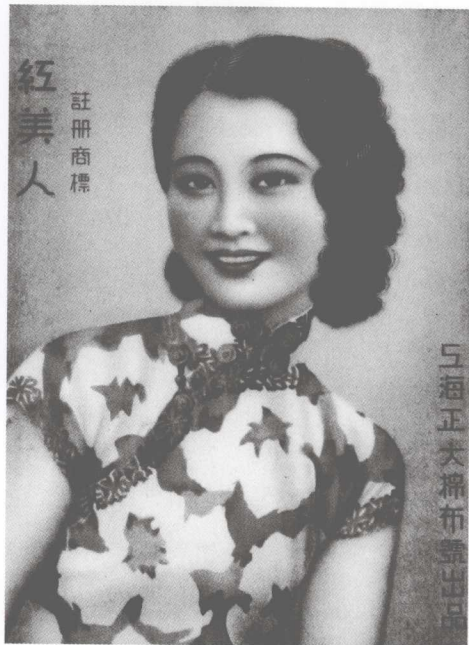


图1-6 红美人 (20世纪40年代)



图1-7 金叶美人 (20世纪30年代)



图1-8 三千金 (20世纪30年代)

海报等文化艺术宣传形式。“宣传画”也是招贴的一种别称，在我国有很具体的内涵，主要指政治宣传招贴和公益宣传招贴。这和各个时期的各级政府对政治时事的宣传是分不开的，也和这类招贴的创作特点很有关系，如政治宣传画，时事宣传画、公益宣传画、教化宣传画等等。

招贴通过平面设计艺术手法传达广告的主题，遵循美的规律，利用明确、生动的视觉语言，将主题转化成符合人们需要并具有艺术效果和美感的信息，将情感融入设计画面中，从而引起大众的关注，引导人们的行为，获得更为打动人心的力量。

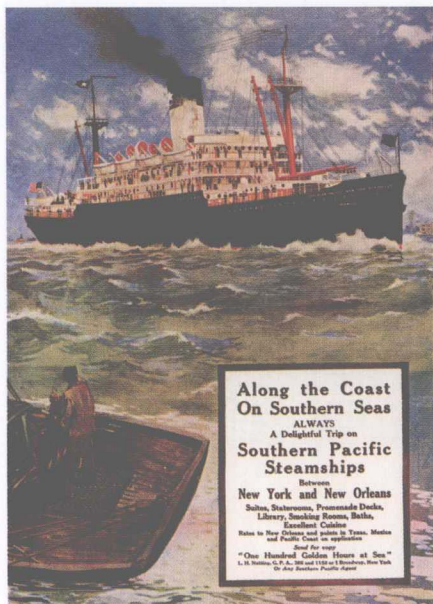


图1-9 Along the Coast on Southern Seas,1910



图1-10 Travel advertisement, 1963

### 1.1.2 招贴的分类

在通常情况下，人们一般把招贴称为招贴广告，并把它和杂志广告、报纸广告、直邮广告等其他广告形式整合为一体推广发布，形成了一个功能各异的广告大家庭。当今世界广告业的发展日新月异，新观念、新技术、新媒体不断涌现，尽管电视、广播、报刊的宣传效率远远超过招贴广告，但它们始终替代不了招贴，招贴与其他传媒并行发展着。

#### (1) 按内容分类

我们可以将现代招贴按其内容分为三种。

##### ① 商业招贴

a) 商业招贴：为各类商品进行促销宣传或是进行其他商业活动的宣传招贴，进而树立企业形象。随着市场经济的发展，这类招贴越来越重要。包括一般商业品牌招贴、展销宣传、保险宣传等，如图1-11、图1-12、图1-13。



图 1-11

James Dawson-Hollis, Vivienne Wan, Travis, 含酒精饮料  
广告, Mad Dogs & Englishmen



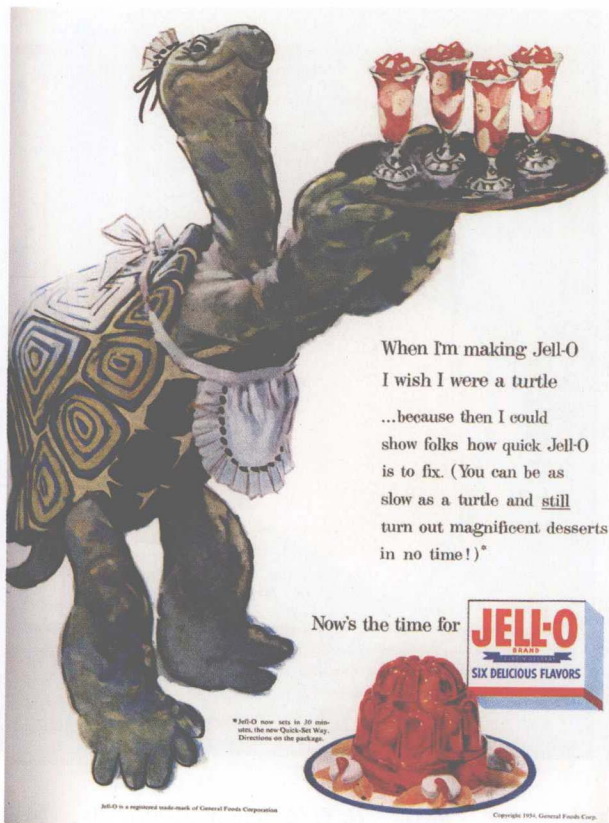


图 1-12 Jack Welch, Jell-O dessert, 1954



图 1-13 Rowland B Wilson, New England Life insurance, 1969



图 1-14 Dudley Hardy, Skipped by the Light of the Moon, musical comedy, 1900

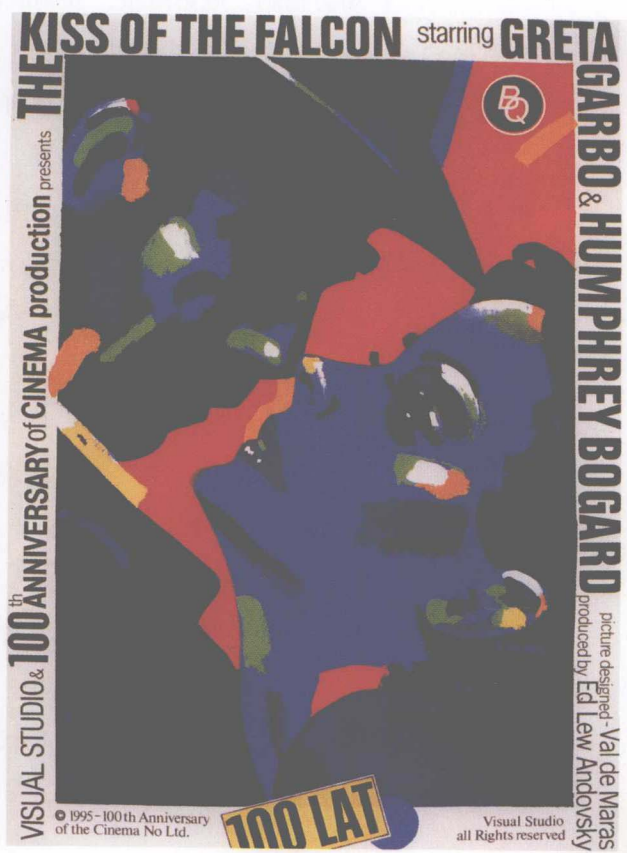


图 1-15 华得马·斯维尔兹, 电影海报, 1995