

• 肖勇 / 艺术顾问 • 蒋啸镝 杨君顺 / 丛书主编

黄信初 张旭 / 主编



招贴是艺术，招贴是文化，招贴是一种无声的世界语，可用最简单的视觉语言表现最深刻的思想。日本著名的招贴设计艺术大师福田繁雄曾经这样写道：“招贴是人类智慧和文化的象征。”这正是招贴设计在面临当今多种媒体的挑战与竞争时，仍然受到全球设计师青睐的原因。

■ 21世纪高等院校艺术设计专业规划教材

丛书主编 蒋啸镝 杨君顺

 **哈尔滨工程大学出版社**
Harbin Engineering University Press

主 编 黄信初 张 旭
副主编 明 兰 黄 辉 白松楠
喻晓琴 王周海 吴小亮
参 编 何桑桑 赵 彬

招贴设计

图书在版编目 (CIP) 数据

招贴设计 / 黄信初等主编. — 哈尔滨: 哈尔滨工程大学出版社, 2010. 2

ISBN 978-7-81133-457-9

I. ①招… II. ①黄… III. ①宣传画—设计 IV. ①J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第022617号

策划编辑 岳翠贞 徐 峰

责任编辑 张植朴

封面设计 肖勇设计顾问

出版发行 哈尔滨工程大学出版社

地 址 哈尔滨市南岗区东大直街124号

邮 编 150001

发行电话 0451-82519328

传 真 0451-82519699

经 销 新华书店

印 刷 北京奥美彩色印务有限公司

开 本 889mm×1194mm 1/16

印 张 8

字 数 294千字

版 次 2010年2月第1版

印 次 2010年2月第1次印刷

定 价 45.00元

<http://press.hrbeu.edu.cn>

E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

对本书内容有任何疑问及建议, 请与本书编委会联系。邮箱 designartbook@126.com

艺术顾问 肖 勇

丛书主编 蒋啸镛 杨君顺

学术委员会 (按姓氏拼音排名)

陈杨明 陈鸿俊 陈 新 陈敬良 陈 耕 丰明高 弓太生 郭建国 郭振山
贺景卫 洪 琪 胡 朕 黄信初 黄效武 蒋尚文 李昀蹊 李立芳 李裕杰
李毅松 廖少华 林 军 刘中开 刘祚时 刘子建 刘英武 柳小成 柳 玉
龙建才 龙 飞 陆长德 鲁一妹 孟宪文 宁绍强 欧 涛 沈 浩 舒湘汉
帅茨平 谭和平 谭武南 唐凤鸣 田绍登 王幼凡 魏长增 伍 魏 吴汉怀
肖忠文 郇海霞 郁 涛 余随怀 袁金戈 曾 毅 曾 强 詹秦川 张阿维
张海洪 张宝胜 邹夫仁

编辑委员会 (按姓氏拼音排名)

曹大勇 陈 莉 陈庆菊 崔 岩 戴建华 邓水清 杜翠霞 胡 勤 黄喜云
黄 辉 吉斌武 江朝伟 李 珺 李 彦 梁 允 廖建民 刘永琪 刘铁臂
彭凤英 尚丽娜 沈 竹 石少军 孙舜尧 孙 淼 唐贤巩 王犹建 王 可
文丽华 吴寻杰 熊浩宇 徐 峰 徐 晶 尹书倩 岳翠贞 张志颖 张光俊
张胜利 张英楠 张青立 张 璐 郑超荣 周红惠 周朝晖 周友香 朱 成

总序

GENERAL PREFACE

事实已经完全证明,国民经济的迅猛增长,必然促进艺术设计事业的繁荣昌盛,而艺术设计事业的繁荣,必然带来艺术设计教育的发展。我国的艺术设计教育虽然较之发达国家和地区起步较晚,但经过人们的不懈努力,在这短短的20年里,却取得了举世瞩目的成就。当今艺术设计院校如雨后春笋般发展起来。办学规模不断扩大,办学层次不断丰富,师资水平不断提高,办学条件不断优化,招生人数不断增长,教学质量明显提高,办学效率日益显现,真可谓盛况空前。艺术设计教育反过来又对促进社会主义经济发展,促进社会主义精神文明建设起到了不可替代的作用。

诚然,我们还应该清醒地看到,我国的艺术设计教育还存在不少问题,就教材建设而言,也还有许多不尽如人意的地方。虽然各大出版社相继出版了同类的教材,其品类之多,数量之大,令人咋舌!但与此同时也难免会出现内容大量重复,水平良莠不齐的现象。由于客观的原因,直到目前为止,国内尚无一套真正的统编教材。但不可否认,我国现有的艺术设计教材中,也还有不少是经过精心打造的。它们在教学中发挥了积极作用。

当今的信息时代,知识更新相当迅速,如不顺应历史潮流,快速跟上时代步伐,就很容易被淘汰。青年学生绝不会满足于几年前或十几年前的教材,他们期待的、渴望的是具有知识性、创新性、前瞻性的教材不断涌现。

目前,我国艺术设计教材状况是:一方面多得出奇,一方面又难以找到更合适的教材使用。这是摆在我们艺术设计教育者面前的重大课题。

我们经过一段较长时间的酝酿和调查、研究,并深入到各相关艺术院校进行考察,邀请一些资深专家进行论证,觉得有必要立即推出一套新的较为完整的设计教材。力图在规范性、专业性、创新性、前瞻性方面多下工夫,使其特色鲜明,以适应当前艺术设计教学的形势。

由哈尔滨工程大学出版社牵头,决定在全国范围内组织相关专家动手编写这套教材。于是,我们成立了教材编辑委员会,组织全国各地70余所学校100余名专家、学者、出版家在长沙召开了研讨会。对当今艺术设计教育各学科的教学大

纲、教学计划进行了学习分析,对当今艺术设计教育的现状进行了探讨,确定了教材编写方向、内容、体例,提出了各项具体要求。著名学者肖勇教授还针对教材的编写作了高水平的学术讲座。会后,各书主编分头召集了参编者进行部署,接着大家都紧锣密鼓地开展工作。参编人员当中,有经验丰富的老一辈艺术设计教育家,有理论水平高、专业基础扎实的教学骨干,有思想解放、观念很新的年轻教师。大家激情满怀、夜以继日地工作。他们深入学校、访谈师生,广泛听取意见,了解教学大纲,深研教学计划,把握教材定位。他们跑图书馆、进书店、上互联网查阅资料,收集最新教学科研成果。他们打电话、发信息,在兄弟院校之间开展广泛交流,获取最新信息,交换师生优秀作品……这一切都是为了使编写的教材真正有自己的特色。经过不懈的努力和艰辛的劳动,在较短的时间内完成了教材的初稿。编委会立即组织相关专家,集中精力、集中时间,对每本书稿进行了认真的审阅,肯定优点,指出不足,提出了修改的意见,并及时反馈给作者。根据专家审阅的意见,各主编组织各参编作者对书稿进行了反复修改,使之更臻完善。

编写这套教材时,我们尽力做到内容丰富而不繁杂、信息量大而不累赘、观念更新而不脱离实际,既不空谈理论,也不专谈技法,力求使理论与实践密切结合。一旦进入课堂,老师用了好教,学生用了便于自学。书中安排的练习与思考,可让学生及时理解和消化所学知识,并启发他们的创新意识。书后的优秀作品欣赏,可让学生及时了解当前的最新艺术设计成果,学习当前最高水平的设计典范,深入了解国内本专业学生的设计水平,为自己的设计实践找到楷模和受到启发。

现在,我们还不敢说这套教材是最好的,它的好坏还需得到教学实践的检验。加之时间十分紧迫,水平有限,缺点错误在所难免,还请各位同行专家多加指教,以便再版时及时改正。

蒋啸楠 杨君顺

前言

Preface 招贴设计

随着社会的进步与发展及国际间经济的日益融合,信息传播的速度迅速加快,信息传播媒介也发生了巨大变化。世界艺术、文化的交流与互动越来越频繁,人们也越来越需要精神世界多元化的感性满足。招贴艺术作为信息传播的交流媒介,以各种图形语言文字和多元文化理念的主题设计影响着人们的生活和精神领域,并成为最具精神浸透力和感染力的传媒之一。

招贴设计是最古老的宣传表现形式之一。在科学技术飞速发展的今天,东西方文化深层次的交流和融合,以及现代媒体科技、文化、艺术和现代设计理念的发展,均给招贴设计带来了新观念,注入了强大的新的生命力。科技方面如摄影器材、摄影技术、数码技术与印刷技术的大大提高,先进的计算机与数字艺术的广泛应用,使当今的招贴设计图文越来越简洁、设计感越来越强、创意越来越有深度、色彩越来越漂亮、版式越来越新奇、印刷质量也越来越好。招贴兼有绘画、摄影和设计的特点,其画幅可大可小,发布方便,成本较低,视觉冲击力强,具有卓越的创意理念;同时招贴作为能直接、快捷提供信息的交流媒介,已被社会广泛接受与应用。由于广泛的信息交流,设计家能突破各种常规制约,致使招贴设计不再受各种风格流派、国家与地区的束缚,在注重招贴信息传达功能和保留各自文化特色的同时,更注重其独特风格的表现和富有创意的设计,并将招贴广告视为沟通思想、传达信息的媒介。因此,即使在平面设计高度发达的今天,作为传统艺术的招贴仍具有强大的生命力。

本书在阐述招贴视觉语言基本规律的同时,以现代设计与应用为主线,结合设计教学与实践的探索与思考,介绍了设计领域中的新成果,即设计的新思维、新观念、新理论、新技术和新作品,以便帮助读者开阔视野,把握未来设计的发展趋势。为了突出灵活掌握理论知识、加强理论结合实际进而理性分析作品的教学目的,本书组织了大量案例,其中包括经典作品、学生作业,丰富直观,代表性强,参考价值大;还根据不同的招贴类型进行分类课题训练和案例分析,引导设计的实现,对学生的学习具有重要引导意义。

本书在编写过程中引用了部分图片并参考了部分文献资料,由于时间仓促,未能及时与作者联系,在此表示诚挚的谢意及歉意。因编者水平有限,书中尚有许多不足之处,诚盼同行与读者批评指正,以便再版时进一步完善。

编者

目 Contents 招贴设计 录

7/第一章 招贴设计概述

- 7 第一节 招贴概述
- 8 第二节 招贴的分类
- 19 第三节 招贴设计的特征与功能

26/第二章 中外招贴设计简史

- 26 第一节 招贴的起源
- 27 第二节 西方招贴设计的发展与变迁
- 40 第三节 中国招贴设计的发展与变迁
- 45 第四节 招贴设计极具特色的国家

58/第三章 招贴设计的创意思维

- 58 第一节 招贴的创意与创意思维
- 62 第二节 招贴创意思维流程
- 66 第三节 招贴创意思维方法

73/第四章 招贴设计的视觉表现

- 73 第一节 文字
- 80 第二节 图形
- 83 第三节 色彩
- 85 第四节 编排设计

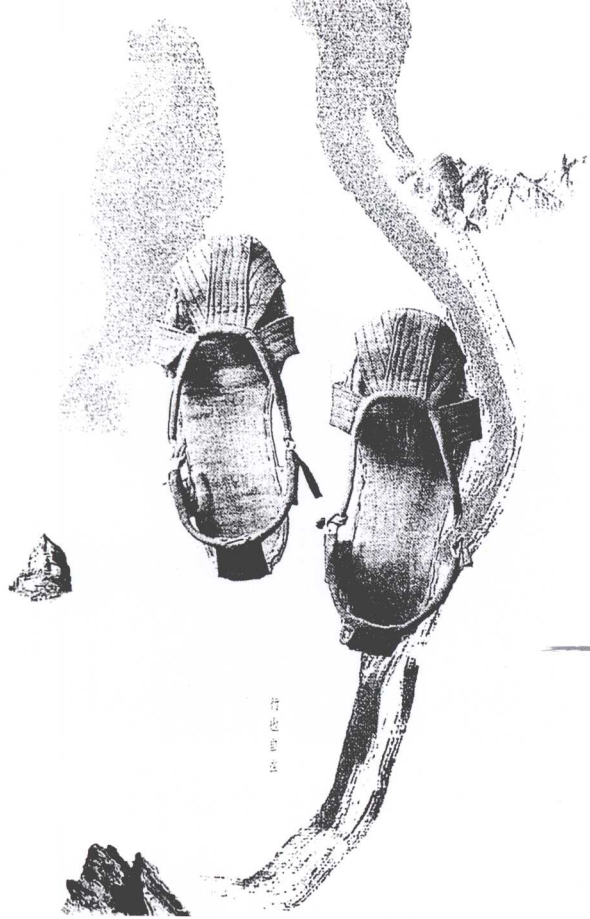
90/第五章 招贴设计的流程

- 91 第一节 确定主题
- 95 第二节 资料的收集与分析整理
- 96 第三节 创意的激发与深化
- 99 第四节 表现与执行
- 101 第五节 实际制作

106/第六章 课题训练

- 106 第一节 公益类主题招贴设计课题训练
- 118 第二节 文化类主题招贴设计课题训练
- 125 第三节 商业类主题招贴设计课题训练

128/参考文献



第一章

招贴设计概述

本章知识点

招贴的定义，招贴与广告的关系；招贴的分类；招贴的特征与功能。

学习目标

掌握招贴的基本概念、招贴与广告的区别与联系；了解招贴的类型及其不同的艺术表现方式，尤其是文化招贴独特的感染力及艺术魅力；把握招贴设计的特征与功能。

第一节 招贴概述

随着国际间经济的日益融合，信息传播媒介发生了巨大的变化，艺术文化的交流与互动使得人们越来越追求精神世界的多元化感性满足。招贴艺术作为信息传播的交流媒介，以图形语言和注入文化理念的主题设计影响着人们的生活和精神领域，成为最具精神浸透力的传媒之一。日本著名的招贴设计艺术大师福田繁雄曾经这样写道：“招贴是人类智慧和文化的象征。”同时，招贴不仅是当代社会信息传递的一种重要媒介，更是当代艺术的一种重要形式。

一、招贴的定义

招贴的英文名称为“poster”，意为张贴于柱子上的告示。中文“招贴”按其字义解释，“招”意为引起注意，“贴”是张贴，即“为引起注意而进行的张贴”。招贴在《现代汉语词典》里的解释为：“贴在街头或公共场所，以达到宣传目的的文字、图画。”二者均体现了招贴传达信息的功能性。在我国还常用“海报”一词来表达招贴这种特殊的艺术形式。“海报”这一名称是中国特定的历史文化产物，因为招贴最初是由海外传入我国，所以就把这种像报纸一样大的宣传品叫做“海报”。现代意义上的“海报”其意为“戏剧、电影等演出或球赛等活动的招贴”。

二、招贴与广告

招贴与广告是容易混淆的两个概念，人们往往认为招贴就是广告，“招贴广告”也是当今使用率很高的词汇。事实上，人们可以根据主题内容将招贴分为文化招贴（如公益招贴、政治招贴、活动招贴等）和商业招贴（商业广告、电影海报等），广告中的某些类别，尤其是早期平面印刷广告便属于商业招贴。而现代广告的概念随着社会和科技的发展，其范畴早已超越平面广告，影视广告、网络广告等形式异军突起，就连平面广告也有了更为细致的分

类,如报纸广告、杂志广告等。可见,招贴并非都是广告,同时商业招贴又是广告的表现形式之一,它是户外广告的主要形式,也是广告的最古老形式之一。招贴艺术可以说是广告之母。

第二节 招贴的分类

招贴设计是通过具有视觉冲击力的视觉语言达到信息传播的目的。在信息化高度发展的今天,招贴在信息传播方面仍发挥着巨大的作用。根据信息传播目的的不同,人们通常将招贴分为非营利性的文化招贴和营利性的商业招贴两大类。根据主题的不同,人们又将文化招贴分为社会公共招贴和主题艺术招贴两大类。

一、文化招贴

1. 社会公共招贴

社会公共招贴是一种以与社会公众有着普遍密切联系、公众共同关注的问题为题材,如政策法规、节日活动、环保等,其宣传不以营利为目的的招贴形式。较为常见的社会公共招贴有以下几种。

(1) 政治招贴

政治招贴主要用于政府部门制定的政策与方针以及重大的政治活动的宣传等(图1-1至图1-4)。政治招贴这种以政治观念为中心、以树立政治形象为中心的设计,在20世纪上半叶的两次世界大战期间表现得尤为突出,不仅传达了具体的政治内容,同时也包含了某种理想、某种观念。招贴作为当时的主要宣传途径也达到了发展的顶峰,其中的两次世界大战、苏联革命与建设、西班牙内战更是政治招贴创作的高峰期,在十月革命胜利后不久的苏俄,其首都莫斯科市中心邮电局的橱窗里贴满了招贴,以便市民从这些不同表现形式的招贴中了解革命形势。

政治招贴在20世纪上半叶中显示出了极大的宣传优势,以至于当时的人们把“政治招贴”比喻为战争工具,从而很快成为人民对付政治上的对手或敌人的主要手段之一。在两次世界大战期间,在各国发行的内容多样、形式各异的招贴中,表现内容主要为征募士兵类与募集资金类,通常以柔弱的老幼妇孺的现象为载体,赞扬男性勇敢力量,旨在敦促适龄男子应征入伍。这个时期最有代表性的政治招贴是美国设计家詹姆斯·蒙哥马利·弗拉格设计的征兵海报(图1-5),一个代表美国的“山姆大叔”用手指着观众说:“我要你为美国参军!”成为美国一战最流行的招贴,并在二战期间再次印刷。二战中,各国政府印制各自设计的招贴,每一种印制数量平均都在75000~170000张之间,数量的可观显示出当时招贴的巨大影响力。



图1-1



图1-2



图 1-3



图 1-4



图 1-5

政治招贴在当今社会虽然没有了昔日的辉煌，但是依然有很多设计师投入了极大的热情 and 智慧来宣传反战、反种族歧视、反对分裂等政治主张（图1-6）。

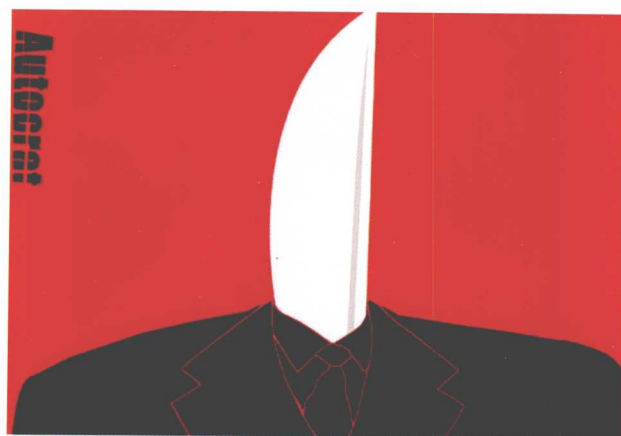


图 1-6

其中德国的国际海报设计大师乌韦·勒斯就创作了大量的反对战争和暴力的政治招贴作品（图1-7、图1-8）。



图1-7



图1-8

案例1 战争主题海报/王序 (图1-9)

该招贴是为“2003深圳反战海报艺术展”所创作的主题招贴，被战火焚烧的和平鸽传达了此次展览的主题。

案例2 《stop it》/区德诚 (图1-10)

该招贴是为“2003深圳反战海报艺术展”所创作的主题招贴，表示“回收循环利用”的符号与导弹的图形创意，巧妙地暗示战争是恶性循环，发动战争者终将自食其果。

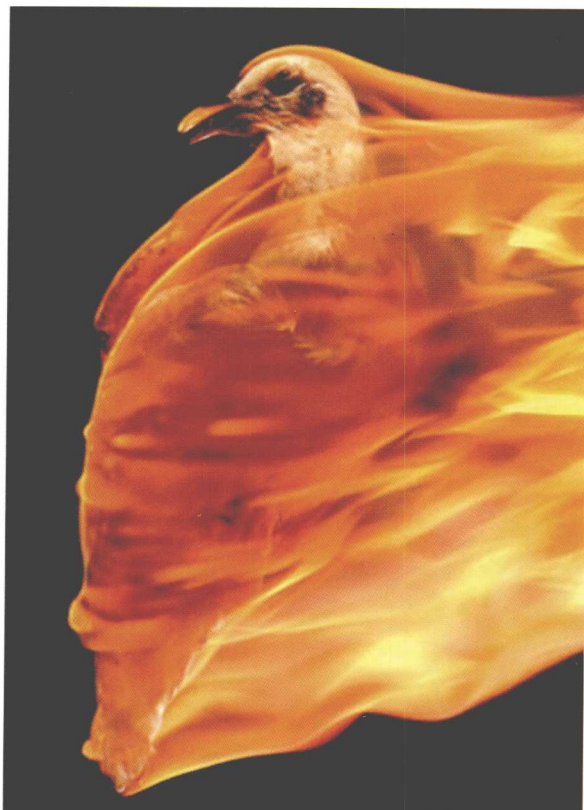


图1-9



图1-10

(2) 公益招贴

公益招贴是以社会公益性问题为题材，如宣传环境保护、交通安全、预防疾病、关心弱势群体等主题，其目的是倡导新风尚、树立新观念、引导新生活。公益招贴反映了人类精神深层结构的价值观、道德观、审美观、生活观所构成的意识形态，并对群体行为模式予以引导，推销时代新观念，引发公众的公共意识和公益行为。作为一种独特的社会教育方式和宣传手段，肩负着规范道德的责任和使命，它以有效的艺术手段，向社会发出各种鲜明有力的呼唤，在当今社会文化宣传中扮演着重要角色 (图1-11至图1-13)。

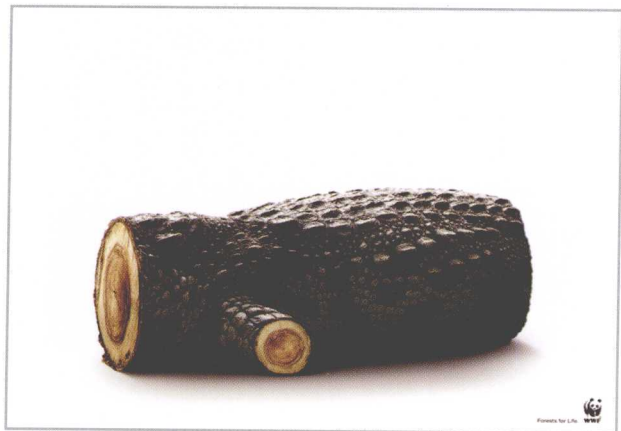


图 1-11



图 1-12



图 1-13

公益招贴发端于20世纪40年代的美国，这一时期的美国已经走出了经济大萧条的阴影，美国的工商业进入飞速发展时期，物质力量的集聚带来社会公益事业的繁荣，公益招贴应运而生。著名广告人J.W.Young在1941年就曾预见性地指出：“公益招贴用于根绝无知、恶习，用于为国家利益的工作中。”

国际和国内广告设计权威机构以及一些知名设计赛事都会从文化的角度推出不同的社会公益主题性海报设计大赛，让设计师在主题限定下以分主题的方式多角度、多方位地用视觉语言去阐释人与人、人与社会、人与自然的永恒话题，去展现传统美德、公共伦理及社会关怀。内涵丰富而鲜明的主题海报传播着精神文明，引导着社会舆论，支配着公众的思想意识和行为方式，推动着社会公益事业的迅速发展。

案例 《安全锁 锁安全》/张勇（图1-14）

该作品荣获“首届杰士邦杯公益海报创意设计大赛”铜奖，以“门锁”来比喻安全套在预防艾滋病方面的重要作用。

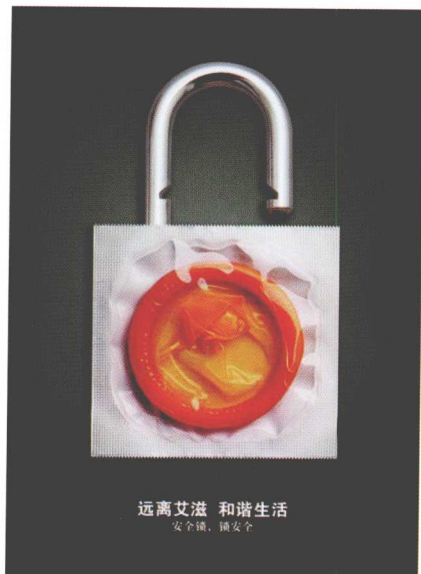


图 1-14

(3) 活动招贴

活动招贴主要用于公众性的各种节日以及文化体育活动等宣传，如中秋节、端午节、运动会、电影节等，旨在以丰富多彩的群众性文化活动弘扬新风气、丰富群众精神生活、促进社会发展。

随着社会科学技术的飞速发展和经济水平的不断提高，以推广传播文化、丰富人们精神文化生活为目的的节日及文化体育活动层出不穷，并引起各国政府的高度重视。如希腊雅典在申请2004年奥运会时，希腊文化部部长埃·维尼泽洛斯首次提出“文化奥运”的概念。希腊政府认为要使雅典奥运会与以往任何一届都不同，主要特色就

在于把文化作为奥运会的一个组成部分,因此希腊文化部在两届奥运会中间的4年期间举办了“文化奥运”活动,通过一系列文化活动传达奥运精神。“文化奥运”活动共在希腊、巴尔干半岛、欧洲和全球不同范围内举办了98场演出、展示和活动,分主题活动、戏剧、音乐、舞蹈、建筑艺术、文学、数码艺术、电影、文物展览、视觉艺术和国际研讨会等11个门类。招贴这一在公共场所的“瞬间艺术”无疑是活动宣传的有效媒介。

案例1 2007年女足世界杯“国际足球海报大展”获奖作品(图1-15至图1-17)

三副作品从不同的角度构思创意完成了“女足”以及举办地“成都”的信息传达。

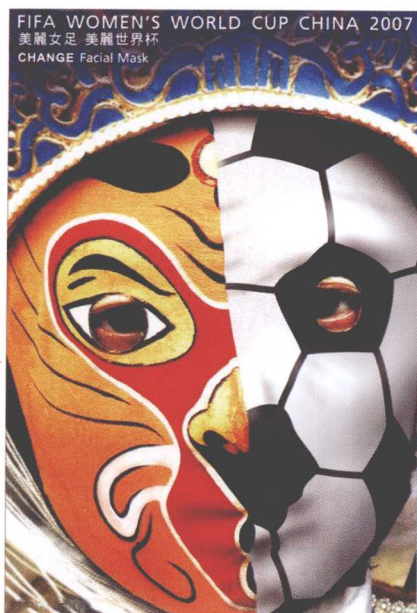


图1-15

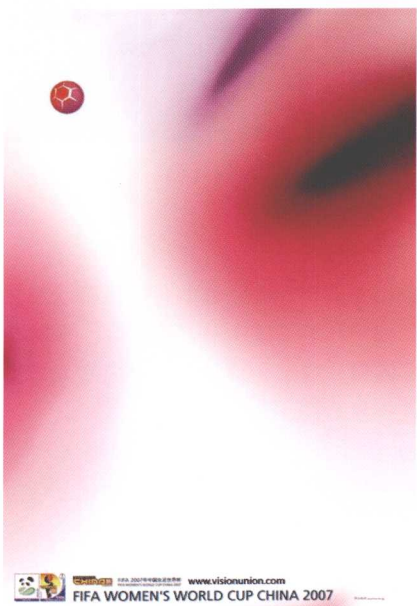


图1-16

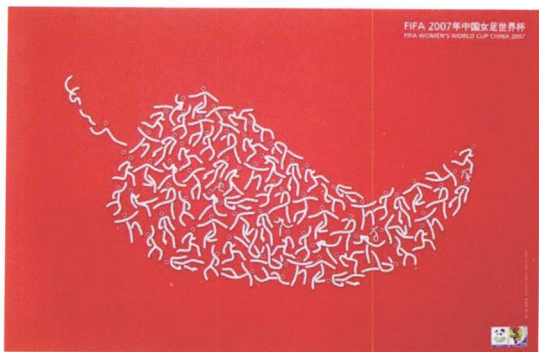


图1-17

案例2 往届奥运会招贴作品(图1-18至图1-23)

这些作品不仅反映出了举办城市和国家的特色和风采,更是通过招贴传达出“相互理解、友谊长久、团结一致和公平竞争”的奥林匹克精神。



图1-18



图1-19



图 1-20

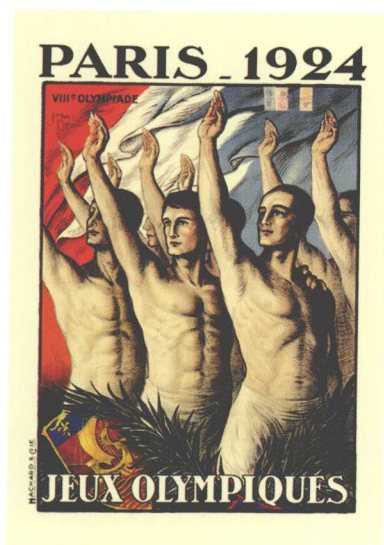


图 1-21



图 1-22

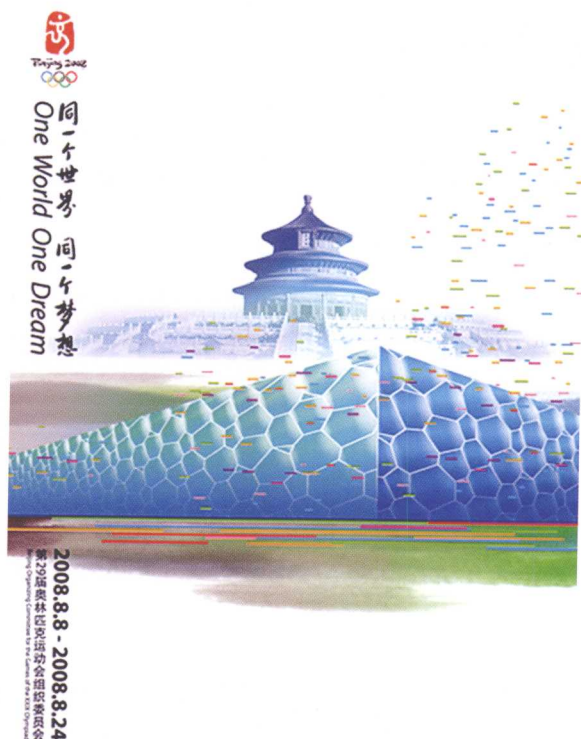


图 1-23

2. 主题艺术招贴

主题艺术招贴虽然也是文化活动的宣传与推广，但与社会公共招贴不同的是，它是为更为专业的艺术设计类活动服务的，如各种绘画展、设计展的宣传招贴以及主题招贴设计大赛等（图1-24至图1-31）。相比其他类型的招贴设计，艺术招贴更为自由，更加注重主观意识和个人风格的表达，尤其是主题艺术招贴设计大赛，对设计的原创性及艺术性要求极高。



图 1-24

ΠΕΚΙΝΟ — ΑΘΗΝΑ
Σύγχρονη Κινεζική Τέχνη

BEIJING — ATHENS
Contemporary Art from China

CURATOR: XIN DONG CHENG
COOPERATORS: MAGDA BALTOYANNI SOPHIA HINIADOU - CAMBANIS

at **TECHNOPOLIS** of the City of Athens
12 May — 26 May 2008
Opening: Monday, 12 May 2008 at 20:00

PARTICIPATING ARTISTS
Chang Zhen • Chen Weiming • Chang Zupeng • Fang Liban • Fang Zhongli •
Gao Wei • Huang Hao • Li Luming • Li Jie • Li Shao • Liu Tianmin • Liu Zhenhua •
Lu Hao • Luo Brothers • Ma Liuming • Mao Xuhai • Pan Dabai • Qi Zhong •
Shao Fan • Shi Jianmin • Shi Jueping • Shi Xinying • Song Yanyang •
Tang Zhipeng • Wang Guangyi • Wang Gongxin • Wang Zhen • Wang Mingde •
Wu Minghong • Xue Song • Yan Lei • Yang Shaoxin • Yang Qian •
Yin Zhaoyang • Yin Mingxin • Zhan Wang • Zhang Peili • Zeng Hao •
Zhang Bin • Zhu Wei

WITH THE SUPPORT OF THE EMBASSY OF GREECE IN CHINA

策展人：程东成
合作方：MAGDA BALTOYANNI SOPHIA HINIADOU - CAMBANIS

开幕典礼：2008年5月12日晚8:00（周一）
展览日期：2008年5月12日—2008年5月26日
展览地点：希腊TECHNOPOLIS国家当代艺术中心

参展艺术家
常昊、常伟立、陈文奇、方力群、方正浩、高伟、黄浩、李博、李山、
林其高、刘建华、卢昊、罗伟兄弟、马立明、毛旭辉、潘大白、祁忠、
邵凡、史建敏、史决平、史新影、宋彦阳、
唐志鹏、王广毅、王公鑫、王震、王明德、
吴明红、徐松、颜磊、杨少欣、杨千、杨绍鑫、杨倩、
尹昭阳、尹明鑫、展王、张培力、曾浩、
张斌、庄伟、朱伟

本展览与希腊驻华使馆共同合作

图1-25

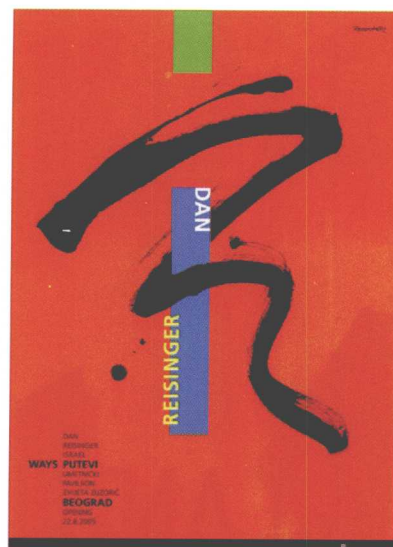


图1-27

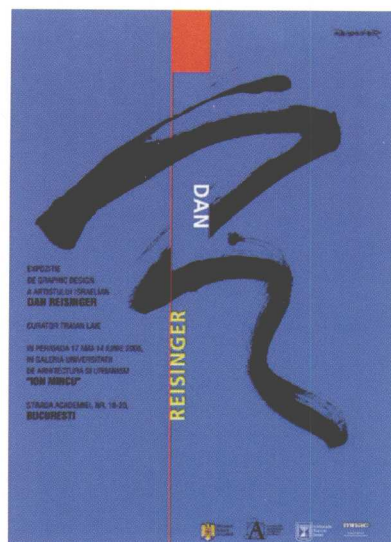


图1-28

渡那國際藝術中心
FERRY INTERNATIONAL ART CENTRE

融 FUSION
A Collaborative Travelling Exhibition by Yulin Wang, Paul S. Nielsen, Ming Zhu, Xiaoheng Li & Jian Cui

王育林
保羅·尼爾森
朱明
李曉恆
崔見

開幕：五月二十五日（星期五）（開幕酒會）
展期：二零八年五月二十五日至六月十六日

地點：渡那國際藝術中心
北京朝陽區安泰里北苑三期安泰酒樓ART21國際藝術園K1013

MAY 25 - JUNE 16 / 2008
BEIJING
SUNDAY MAY 25 - 2008 PM

FERRY INTERNATIONAL ART CENTRE
DE - 0000, FERRY INTERNATIONAL ART GARDEN
AN WEI BEIYUAN BEIYUAN JIE CHANG
CHAOYANG DISTRICT, BEIJING, CHINA

Exhibition curated by Joanne Marion (Canada) & Dong Xia Wu (China)
展覽策劃：馬安娜（加拿大） 武東霞（中國）

图1-26

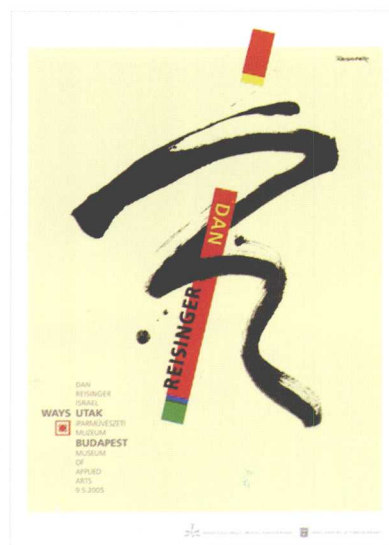


图1-29

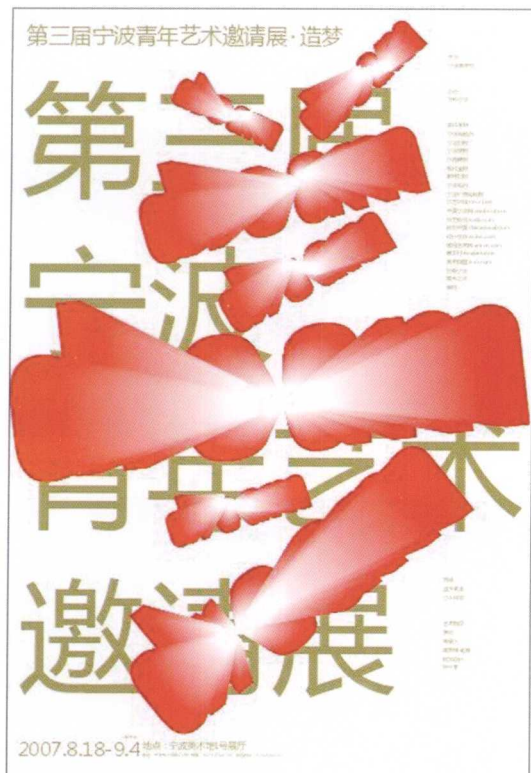


图 1-30



图 1-31

除了国际著名的招贴赛事如法国肖蒙国际海报节、墨西哥海报双年展、芬兰赫尔辛基国际海报双年展、华沙国际海报设计双年展、日本富山国际海报三年展外，中国的宁波国际海报双年展和中国国际海报双年展也日渐受到国际设计师的关注。主题招贴设计大赛往往给出既定的关键主题词，设计者可以据此自由发挥自己的想法与感受，表达某个观念。中央美术学院谭平教授认为艺术招贴类似于艺术创作，占据着设计皇冠的位置。设计师可以充分表达个人的独特想法，呈现招贴的独特面貌。平面设计者能够赢得人们的赞誉，往往是因为他们在艺术招贴设计中形成了自己独特的视觉语言和设计风格。

案例1: 《社会能量——当代荷兰交流设计》(图 1-32)

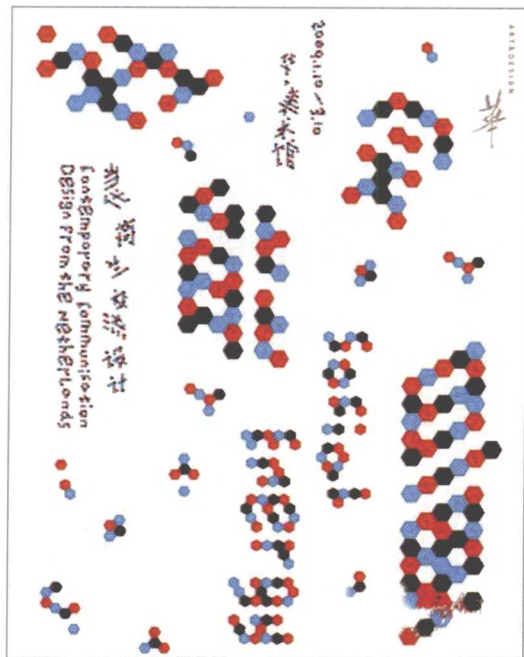


图 1-32

本作品是以字体设计取胜的设计展艺术招贴，六边形的蜂巢造型组成了所有的文字信息，艺术性强，引人注目。

案例2 “龙形天下”创意设计大赛

作品一: 《龙·筷子》(图 1-33);

作品二: 《天坛龙》(图 1-34);

作品三: 《古越龙山》(图 1-35)。

获奖作品的设计者根据既定的主题，围绕“龙”元素进行创意，龙与筷子、龙与天坛、龙与酒葫芦，通过图形创意巧妙结合，中国元素与中国文化跃然纸上，从不同的角度和视野反映出了“龙形天下”这一主题。



图 1-33



图1-34



图1-35

二、商业招贴

商业招贴是一种由商品经营者或服务提供者承担费用，通过招贴这一平面媒介形式直接或间接地介绍所推销的商品或提供的服务的广告。商业招贴设计属于广告设计范畴，在很大程度上它们并非为艺术生产，而有其实际宣传用途和利益实现目的（图1-36、图1-37）。

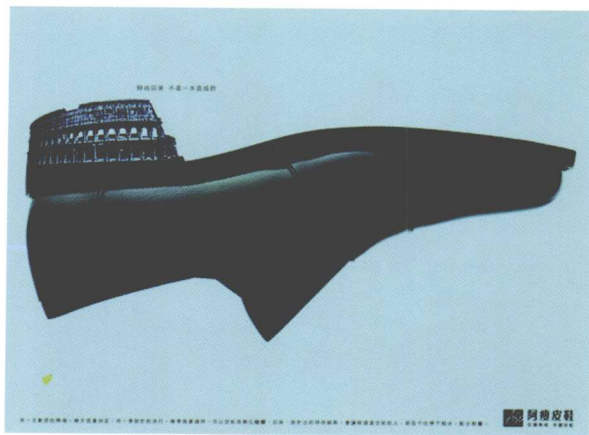


图1-36



图1-37

商业招贴由于在树立企业形象和扩大社会影响力方面起到较大作用，所以被越来越多的商家所重视。商业招贴与企业的市场目标密切相关，它必须历经市场调查、总体策划、确定主题、开发创意和艺术表现等过程，尤其前期的市场调查和定位是商业招贴所特有的程序法则。商业招贴从一开始就充满了实用主义的商业气息。但是社会审美趣味的普遍标准往往随着时代的变迁而改变，随着当代社会消费者的教育背景和对生活品质追求的提升，商业招贴的设计不仅仅停留在对信息的获取阶段，还进一步扩展到包含文化内涵和审美情趣的需要。现代商业招贴设计不仅用于商业消费，还承载着时代审美的社会意义，是社会文