

现代广告设计系列

Modern Advertisement Design Series

商业·路牌 广告设计

Commercial Guideboard
Advertisement Design

陈明 伟力 晓添 编著

辽宁美术出版社





现代广告设计系列

Modern Advertisement Design Series

商业·路牌
广告设计

Commercial Guideboard
Advertisement Design

陈明 伟力 晓添 编著

辽宁美术出版社



图书在版编目 (C I P) 数据

商业·路牌广告设计 / 陈明等编著. -- 沈阳: 辽宁
美术出版社, 2014.5

(现代广告设计系列)

ISBN 978-7-5314-6149-4

I. ①商… II. ①陈… III. ①商业广告-设计 IV.
①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第089849号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳市鑫四方印刷包装有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 9

字 数: 90千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东 李 彤

封面设计: 范文南 洪小冬 苍晓东

版式设计: 霜 日

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6149-4

定 价: 68.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http: //www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227



现代广告设计系列

Modern Advertisement Design Series

商业·路牌 广告设计

Commercial Guideboard
Advertisement Design

陈明 伟力 晓添 编著

辽宁美术出版社



图书在版编目 (C I P) 数据

商业·路牌广告设计 / 陈明等编著. — 沈阳: 辽宁
美术出版社, 2014.5

(现代广告设计系列)

ISBN 978-7-5314-6149-4

I. ①商… II. ①陈… III. ①商业广告—设计 IV.
①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第089849号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳市鑫四方印刷包装有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 9

字 数: 90千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东 李 彤

封面设计: 范文南 洪小冬 苍晓东

版式设计: 霜 日

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6149-4

定 价: 68.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http: //www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

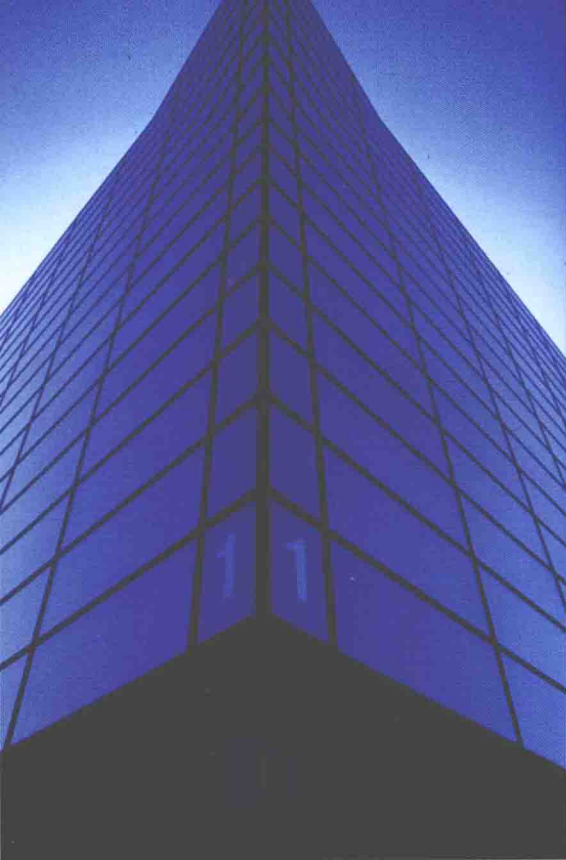
商业·路牌广告设计



编著

● 陈明伟 力晓添

● 辽宁美术出版社



序

商业·路牌广告，亦即为海报（商业海报），这对于每位游览街市的人们来讲并不是陌生的。商业广告是以传递信息为主要目的。简短的广告语和明确的中心画面。具有造型简括、突出、色彩醒目等特点。大都经过复制，位于街头，广场，及公共场所。

商业广告作为现代设计家族的成员，从它诞生的开始，一直伴随着促进市场消费，推动经济发展，活跃市场景观，都有着一种非常的特殊贡献，同时仅以商业·路牌广告的创作，设计水平也在逐步的提高，表达形式多姿多彩，不拘一格。如今，世界各国日新月异的商业广告艺术集成，已经成为反映社会经济，文化水平进步的重要侧面；广告所起到的视觉传播效应有着人们在生活中密不可分的重要作用。在此，从所编辑的这部资料里，我们可以窥见到广告创意的不同视点，不同的表现手法以及不同的材料，不同的主体造型运用，给我们从事广告业的人们以不同的启迪和感悟。

商业广告艺术是时代和社会经济的产物。国家、社会经济形态、民俗、地域环境的不同而各有区别，因而从广告创意视点和表现方式也就各有差异。欧洲的环境、民俗、建筑不同于东方国家，因而欧洲的路牌设计也就有别于其它国家商业设计表现。我国属多民族集成的国家，民俗性所带来的差异从表现视觉上有非常不同的画面色彩，造型感官差异。中国在色彩上喜欢红色、黄色，这也是几千年的文化传统延续至今。商业、路牌广告其表面是一种图像的设计、色彩、文字的表现，其实在广告立意上隐喻着一种精神文化，中国有着几千年的文化历史长河，而从商业宣传上融汇了一种精神文化特点。如同近年来的茶室、餐楼、旅游佳地、传统的行人街，到外都有东方文化的显著特点。现代社会经济和科学的发展是相互合一的一个整体。科学的发明、发展带来了经济的繁荣，同时也带来了商业、广告业的兴旺发达。原始的广告，由木牌手工刻字雕刻而成，而今，材料科学有了极快的飞跃发展。雕刻已改为电子激光技术，木牌则更多的以优质纤维、防雨布、金属、铜铝、玻璃、化工等室外材料制成。从观赏，长久使用都成为了广告家族中新的生命血液。软体广告、环境材质广告、立体（多媒体）广告更是光彩夺目巧夺天工。美的展现，是寻求信息的人们最迅捷的注意视点。它从商业消费的引导过程中，潜移默化的作用于人们深层欲望及意识之中。对于人们的影响，比其它文艺方式具有更为深刻的渗透力和强迫性。可以预言，在即将到来的信息化时代和社会生活中，商业·广告艺术的精神灌输作用会更大更强。

A / 追逐记忆

广告是商业传播信息的一种非常好的方式。人的头脑可以产生丰富的思维，同时也具有良好的记忆功能，在迅速发展的现代社会里，攒动的过路行人，都是匆匆忙忙地度过着时间的每一刻钟。广告如何能够占据头脑空间，首先应该是广告从业者所思考的一个重要课题：首先



S H A N G Y E
L U P A I

GUANGGAOSHEJI

一、我们要研究现代人的喜好和生活方式；其二、要研究广告中心图画内容的简括性，文案的别具心裁，以及色彩、造型的创意个性化，当你创意广告真的用心良苦了那么回报给你的将会是一个“成功”的回答。“记忆”需要的是抹不掉的痕，优秀的作品要给人们很不同的感觉；这种来自原始性感觉无论是甜蜜的，快乐的，苦涩的……应该讲都是一种视觉冲击力而使你得到这种感受，有了这种深刻的感受就等于你获得了——记忆。明快的表现方式，简括语言，幽默感所产生的画面情趣，鲜明的色彩……这种意念的集成，是一种综合的表现手段，可以在人们紧张的生活中，给你一份愉悦情感，给你一份美味快餐，这就是一种传播记忆的最佳方式所得。让人们珍爱广告，让广告成为人们生活中必备的精神文化，商业文化的食粮。

B / 创意——形象

广告是一种语汇，广告要与生活中的人进行多方位的交流。商业·路牌广告多以平面创意为表达内容方式的一种展现，但从国际之间近年来的广告创意中则是立体物象与平面创意共同施展能力，进而占据市场空间。有如：美国快餐店中的麦当劳、肯德基，钟表店中的“劳力士”，儿童购物店中的白雪公主等等，都是以传神的写实人物雕塑来创造一种代言广告。这种形体是一种可视的、亲切的、无法忘怀的形象。留给人一种深刻的记忆、它的生命力不是在表面；而是一种商业血脉，人们见到了它就知其名、闻其声了。形象语言的塑造无疑说是一种真正的艺术行为，单以这种雕塑作品进入博物馆，展览会不能说它是一尊优秀的艺术佳作。因为最初当我们造就这尊形象之时就已灌注了它终生服务于“商业”这个血脉之中，因而形象、形态广告是广告业家族中一位很有魅力的新成员。这种形象、形态广告多位于商业街、小型广场及大型超市地段。

C / 三维——空间广告

广告形式是根据环境、地域的不同而产生不同的创意思维。三维空间广告，其意就在于此，大型路牌、广告多设于高速公路、旅游地区、机场等地，广告远视范围比较开阔。具有可视性，多角度范围空间等优点，但同时又不能与步行街广告相同，可以慢慢地品尝其味。在行驶的车上观看广告，就需要广告的多视觉能够留给人记忆和方便观察等优点，因而这种三维空间广告设计在体积造形上要有体态的创意性并且又要有合理的户外坚固性，防风、防雨等多方面的思考（近年来多采用网带设计，及三面一体的路牌广告），这样可以方便车来车往，前后都能得到观赏，广告从而起到了它的最大能力的展示功能。

D / 趣味性——广告

假日旅游，漫步于商业步行街，或是到咖啡屋、茶室、啤酒屋、西餐店等游玩。那么另一种即有装饰环境，又可以宣传产品的趣味性广告比比皆是。这种广告语言多是小巧玲珑，非常具有工艺品那种欣赏，耐人寻味，在景观环境整体中使人忘记了它是一份商业路牌广告。而更多的记住了“它”是一种独特魅力，使之久不能忘记的艺术佳作。

这种广告特别注意产品的宣传应在整体环境的制约下展现，要融于环境之中，材料选用要得当。图像要有趣味幽默情调，而主题立意隐在“美”的情感之中，给心情好的游人以良好心态去品味它。有时还会以此作为拍照留影的背景，珍藏在影集之中。这样的广告与其说是商业宣传品，不如说是环境美的标志。它的存在不是强迫让人们接受它；而是去自觉的接近它，使之成为一种空间美，一种持久的记忆……

广告是时代的骄子，广告是商业的血脉，广告是“美”的象征，广告是多媒体的总和。

商业·路牌广告，是以实战创意展现给读者，它更亲近于生活，亲近于时代；是我们行走路上均能见到的一份份广告艺术作品。它的存在，会使我们不感到陌生。因为环境、广告，及人们的日常生活紧密的相连在一起。是时代的商业形象，我们应该很好珍视它，使其得到发展。在这些成功的作品里，我们可以深思，广告人所追寻的路径是一条通向“美”的长河，一条辛勤的艺术之路、一条通往科技之路。为此我们将更多的观注它，并启望它，更健康的成长。





