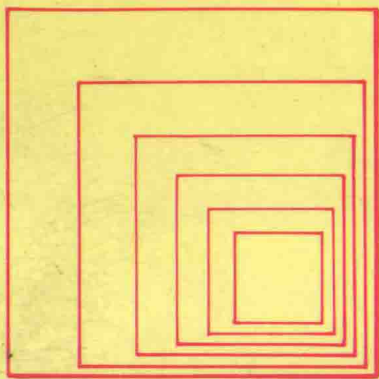


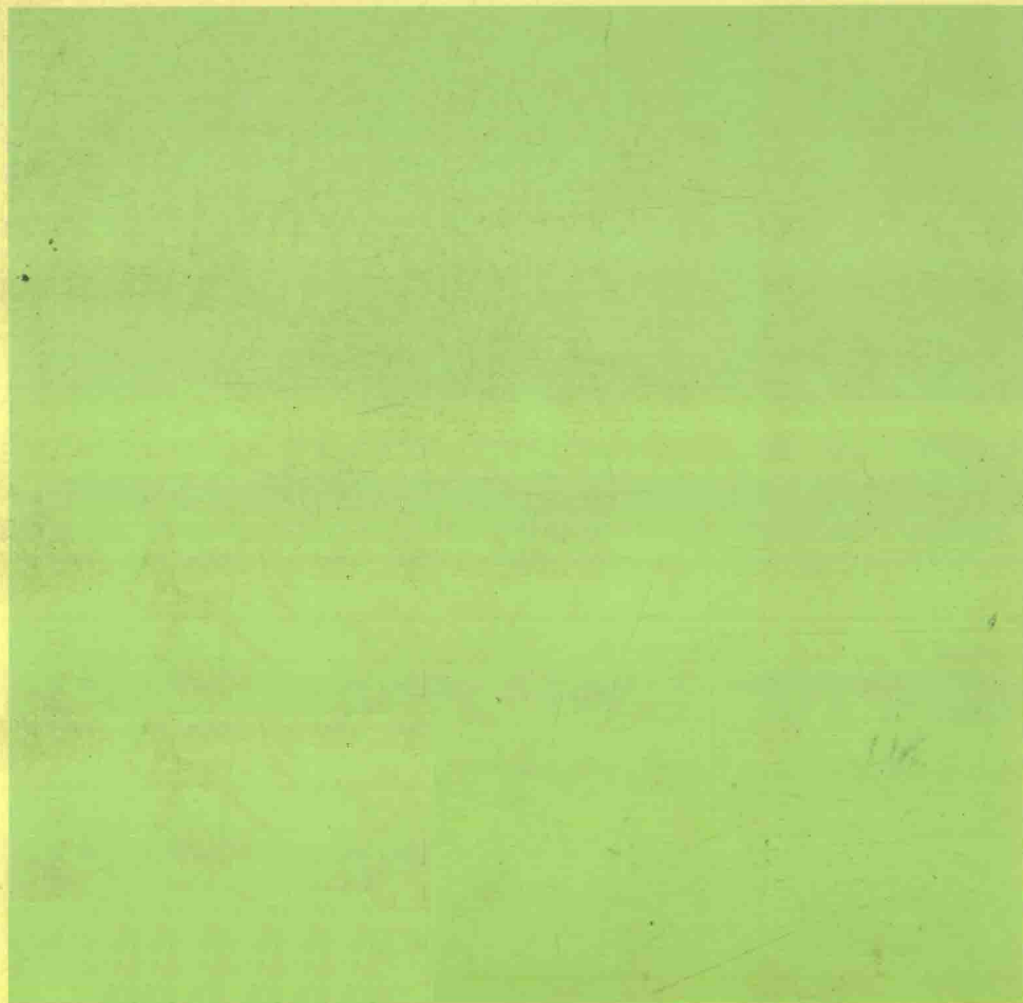


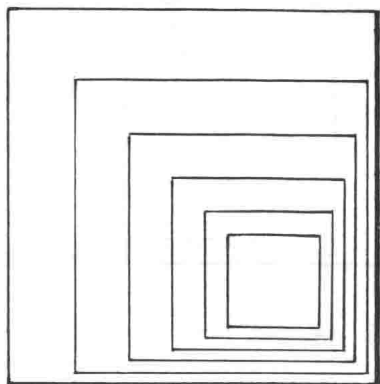
—視覺傳達與情報美術—

平面廣告設計

Graphic design

何耀宗 編著



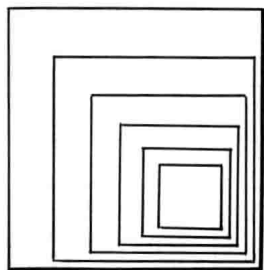


— 視覺傳達與情報美術 —

平面廣告設計

Graphic design

何耀宗 編著

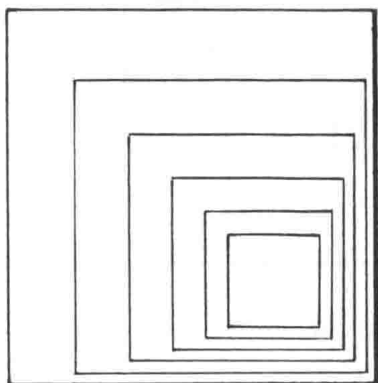


平面廣告設計目錄

序 言	6
平面廣告設計簡史——	
● 最原始的平面設計—「洞窟壁画」與「文字招牌」	14
● 「印刷術」是平面設計的原動力	14
● 「博覽會」與「戰爭海報」啟發現代設計思想	16
● 「包浩斯造形理論」與「現代繪画」的影響	18
● 「設計家」與「設計政策」的確立	18
平面廣告設計的構成要素——(一)屬於造形的構成要素	24
● 插 圖	24
● 商 標	28
● 商品名	34
● 輪 廓	38
(二)屬於內容的構成要素	42
● 標 題	42
● 標 語	44
● 說明文	46
● 公司名	50
平面廣告設計的編排技術——	
● 編排的意義及目的	54
● 平面設計的編排注意事項	56
● 編排的順序	58
● 編排的基礎與方法	60

報紙 ● 雜誌廣告設計——(一)媒體特徵與廣告版面·····	76
● 報紙廣告的特徵·····	76
● 報紙廣告的種類及版面計算法·····	78
● 雜誌廣告的特徵·····	88
● 雜誌的種類及廣告版面·····	89
報紙 ● 雜誌廣告設計——(二)廣告效果與編排的關係·····	94
● 報紙雜誌廣告設計與廣告效果·····	94
● 廣告版面與注目效果·····	96
● 報紙雜誌廣告設計的編排·····	98
(三)彩色與套紅·····	112
● 報紙廣告的彩色印刷與套紅·····	112
● 雜誌廣告的彩色印刷·····	113
海報設計與製作——● 海報的意義·····	118
● 海報的媒體特徵·····	118
● 海報的表現技術·····	120
● 海報的設計方法與製作順序·····	124
月曆設計——● 月曆的性格·····	148
● 月曆的種類·····	148
● 月曆的構成要素·····	150
● 月曆的特徵·····	150
● 月曆的設計材料及表現條件·····	152
● 月曆的設計方法與注意事項·····	154

郵件廣告設計	● 郵件廣告的定義與媒體特徵	166
	● 郵件廣告的種類	170
	● 郵件廣告的設計與製作	174
包裝紙設計	● 包裝紙的意義與作用	184
	● 包裝紙的種類與製作方式	186
	● 包裝紙設計的製作要素	186
	● 包裝紙作品欣賞	188
POP廣告設計	● POP 廣告就是終點廣告	198
	● POP 廣告的特性	200
	● POP 廣告的使命	202
	● POP 廣告分類	204
	● POP 廣告的設計與製作	206
設計政策	● 企業風格與設計政策	216
	● 設計政策的意義與內容	217
	● 設計政策的實施辦法	218
	● 國內設計政策現況	225
後 記		230

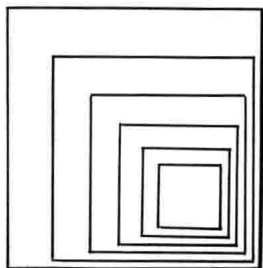


— 視覺傳達與情報美術 —

平面廣告設計

Graphic design

何耀宗 編著



平面廣告設計目錄

序 言	6
-----	---

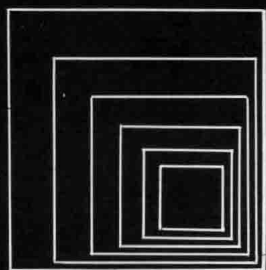
平面廣告設計簡史	● 最原始的平面設計—「洞窟壁画」與「文字招牌」	14
	● 「印刷術」是平面設計的原動力	14
	● 「博覽會」與「戰爭海報」啟發現代設計思想	16
	● 「包浩斯造形理論」與「現代繪畫」的影響	18
	● 「設計家」與「設計政策」的確立	18

平面廣告設計的構成要素	(一) 屬於造形的構成要素	24
	● 插 圖	24
	● 商 標	28
	● 商品名	34
	● 輪 廓	38
	(二) 屬於內容的構成要素	42
	● 標 題	42
	● 標 語	44
	● 說明文	46
	● 公司名	50

平面廣告設計的編排技術	● 編排的意義及目的	54
	● 平面設計的編排注意事項	56
	● 編排的順序	58
	● 編排的基礎與方法	60

報紙 ● 雜誌廣告設計——	(一)媒體特徵與廣告版面·····	76
	● 報紙廣告的特徵·····	76
	● 報紙廣告的種類及版面計算法·····	78
	● 雜誌廣告的特徵·····	88
	● 雜誌的種類及廣告版面·····	89
報紙 ● 雜誌廣告設計——	(二)廣告效果與編排的關係·····	94
	● 報紙雜誌廣告設計與廣告效果·····	94
	● 廣告版面與注目效果·····	96
	● 報紙雜誌廣告設計的編排·····	98
	(三)彩色與套紅·····	112
	● 報紙廣告的彩色印刷與套紅·····	112
	● 雜誌廣告的彩色印刷·····	113
海報設計與製作——	● 海報的意義·····	118
	● 海報的媒體特徵·····	118
	● 海報的表現技術·····	120
	● 海報的設計方法與製作順序·····	124
月曆設計——	● 月曆的性格·····	148
	● 月曆的種類·····	148
	● 月曆的構成要素·····	150
	● 月曆的特徵·····	150
	● 月曆的設計材料及表現條件·····	152
	● 月曆的設計方法與注意事項·····	154

郵件廣告設計	● 郵件廣告的定義與媒體特徵	166
	● 郵件廣告的種類	170
	● 郵件廣告的設計與製作	174
包裝紙設計	● 包裝紙的意義與作用	184
	● 包裝紙的種類與製作方式	186
	● 包裝紙設計的製作要素	186
	● 包裝紙作品欣賞	188
POP廣告設計	● POP 廣告就是終點廣告	198
	● POP 廣告的特性	200
	● POP 廣告的使命	202
	● POP 廣告分類	204
	● POP 廣告的設計與製作	206
設計政策	● 企業風格與設計政策	216
	● 設計政策的意義與內容	217
	● 設計政策的實施辦法	218
	● 國內設計政策現況	225
後 記		230



序 言

序 言

一個人想要向另外一人傳達消息，最快而又方便的方法就是「語言」。如「大家都在等你，盡快回來」、「明天再商量好嗎？」、「我喜歡你」等，都是最簡單明瞭又直接的方式。除了語言外，也有點頭、招手、書信、口信等其他的傳達方法。

不過，假如不是一個人向另外一人，而是一個人要向很多人，或是一羣大眾表示意見時，最典型的方法就是報紙、雜誌、海報、傳單、電視、廣播、電影等，透過一種「媒體」的傳達方法，這就是所謂的「大量傳達」，或叫做「大眾傳播」也就是一般講的「廣告宣傳」。

大量傳達的方法有透過語言和聲音的「聽覺傳達」；如廣播、廣告歌曲、口頭宣傳、演講等。另一種是利用文字與圖形的「視覺傳達」；如報紙、雜誌、海報、傳單等印刷物廣告。此外，電視與電影是透過電波傳達「視覺」與「聽覺」廣告的「綜合傳達」。

本書所要談的內容就是，屬於視覺傳達的平面廣告範圍，本來「Graphic design」翻譯為「平面設計」、「印刷設計」或稱為「圖形設計」，本書採用「平面廣告設計」的名稱，並非對 Graphic design 的另一譯名，而是站在立體與平面兩大廣告媒體的分法，強調屬於平面形式的廣告設計而自定的名稱。本書的內容包括報紙、雜誌廣告、海報、月曆、廣告函件、包裝紙以及店面的購買時點廣告、設計政策等的平面設計方法，以及對於這些平面廣告媒體的理論介紹。

傳達情報又美化環境
的戶外廣告。(瑞士蘇
黎世美術館的海報)



本來透過印刷、廣播、電視為媒介的大眾傳播，小從個人家庭大至社會國家，活動範圍迅速而廣範，是開創人類美好生活與將來的一個重要齒輪。不過最近的一部分大眾傳播常因欠正常的現象而引起傳達不正確的社會問題，如不良印刷物與報紙廣告的「視覺污染」，低級趣味與打打殺殺的「電視廣播噪音」。這種現象不僅國內如此，近年來美國日本也都為不良大眾傳播影響家庭社會風尚而傷腦筋。加拿大的馬克魯范教授曾提出「媒體價值轉變論」成為世界的話題，我國陳立夫先生也曾公開指出，糾正並正確大眾傳播的具體意見。

無論是聽覺或視覺，正確的傳達本來就是很難的工作，何況又不是一對一的談話，而是負有社會教育責任的大眾傳播，決不是一件簡單的事情。這也是廣告設計人的課題與責任。

大眾傳播工作的有力助手，就是廣告宣傳的平面設計，包括報紙、雜誌廣告設計、海報、月曆、廣告函件、等印刷設計與製作以及包裝紙、店面購買時點廣告物設計。這些美術設計，具有一種共同特點，那就是；(一)製作上都要經過印刷的工程，(二)印刷前的原稿製作過程大多要依靠攝影與繪畫的表現技術。從事平面廣告設計除了熟練美術設計的一般技法外，研究印刷、攝影以及繪畫技法等也非常重要。

平面廣告設計是大眾傳播的表現手段，也是平面設計家的重要任務。一位優秀的平面設計家，除了盡全能力表現他的技術外，必須要有正確而明快的傳達觀念，以及改善視覺環境，提高美感生活的抱負與責任。日常生活裏，在車上、在店面、在街頭常常可看到令人不禁驚呀的美麗印刷廣告，但是身為情報時代的美術設計人，切不可被其美麗外觀所迷惑，因為一件成功的廣告設計必須同時具備有效的傳達功能，這個廣告媒體的本來宣傳機能必須和優異技法與格調高尚的美術表現兼顧一致，始能稱得上是真正成功的平面廣告設計。

三星照戶



中國民俗年画，不僅是我國純民間的傳統藝術，從現代設計觀點來看，也屬傳達民間生活、思想、社會、文化等情報的一種「早期的平面設計」。

non è la più piccola né la più leggera

Perché non ci interessava farla così.
 Ci interessava che potesse girare come un libro
 (per girare verso chi la porta).
 Che stesse agevolmente in una mano.
 In una borsa, in una borsetta, su un tavolo.
 Ci interessava che fosse scrivente
 (e la scrittura esige certe dimensioni).
 Che stampasse nitida e bene.
 Che fosse rapida e silenziosa, precisa e solida.
 Che fosse portatile (quel tanto che basta a seguirvi dappertutto).
 E bella quel tanto che le consente di essere funzionale.
 Per di più ci è rimasta molto bella.

Olivetti Divisumma 18

calcolatrice elettronica, portatile e scrivente

Pena intenzionalmente provocata.
 Tante commissioni e tante
 prove di non trasferibilità in.
 Il lungo, faticoso, impegnativo
 alla realizzazione,
 in natura committenti di professionalità.
 E quella, che nel design molto speciale,
 molto divertente.
 E fatto di gusto e ragione.
 La sua bellezza è stata il mondo.
 Soffre con un soffio.

小型電子計算機的雜誌廣告設計。
 (義大利、好利獲得)

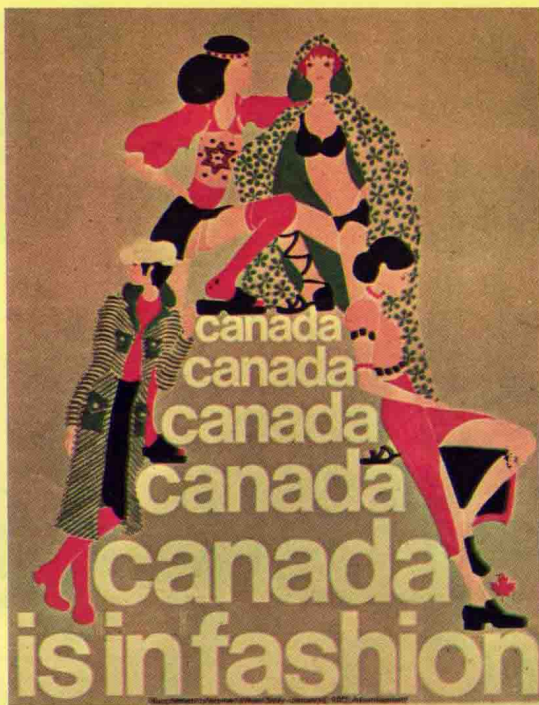
あすの幸福が研究されている。

松本 昌子

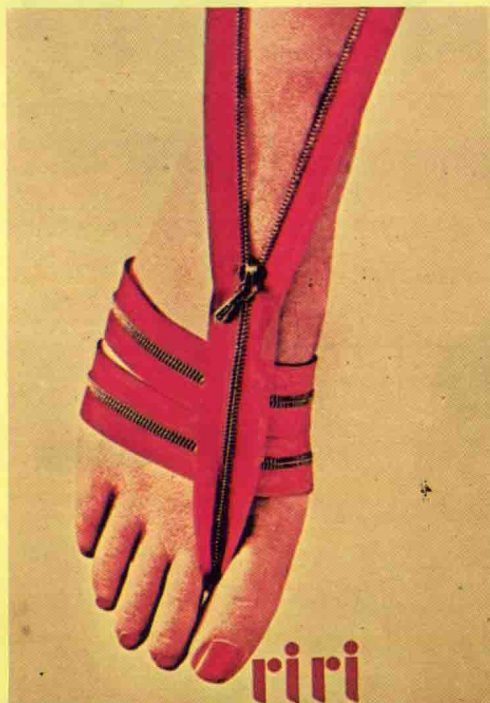
「研究明日の幸福生活」為標 設計
 的報紙企業廣告。(日本、國際電器)



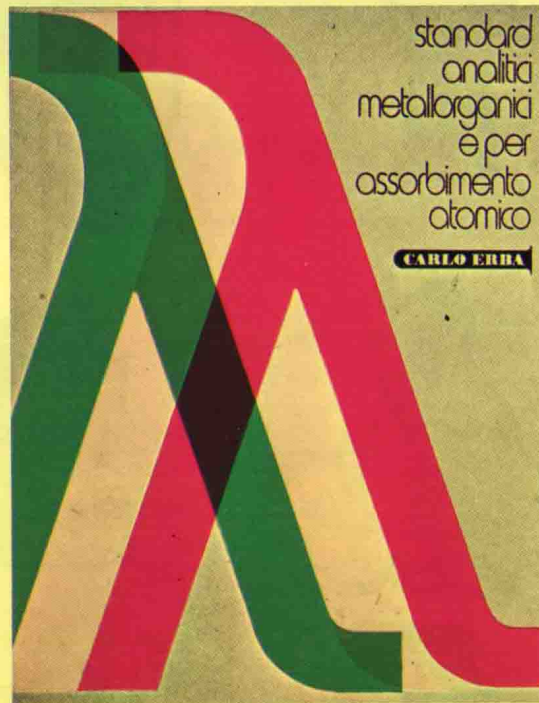
海報設計。(義大利)



時裝展示會海報設計。(加拿大)



創意十足，簡潔而有力的拉鍊海報設計。(瑞士、利利牌)



雜誌廣告設計。(義大利)

