

宣传册设计

新概念
美术设计

ES

NEW CONCEPTION OF ART DESIGN

G

New Conception Of Art Design

辽宁美术出版社
刘涛 许乃学 李正军 编著

N

美术设计新概念丛书

刘 涛 许乃学 李正军 编著
辽 宁 美 术 出 版 社

宣传册设计



图书在版编目(CIP)数据

宣传册设计／刘涛，许乃学，李正军编著．—沈阳：
辽宁美术出版社，2002.3
(美术设计新概念)
ISBN 7-5314-2953-5

I. 宣… II. 刘… III. 企业—形象—宣传—手册
—设计 IV.J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 003251 号

辽宁美术出版社出版发行

(沈阳市和平区民族北街 29 号 邮政编码 110001)

辽宁省印刷技术研究所印刷

开本：889 毫米×1194 毫米 印张：3

印数：1—3000 册

2002 年 3 月第 1 版 2002 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑：张东明 责任校对：王 岩

封面设计：张东明 版式设计：张东明

全套四册定价：84.00 元

目 录

第一章 何谓宣传册	4
1. 宣传册的定义	4
2. 宣传册的视觉目的	7
3. 宣传册的设计导向	8
第二章 宣传册的设计应用	9
1. 公司、企业宣传册	9
2. 零售商宣传册	9
3. 教育文化机构宣传册	9
4. 年度报表类宣传册	9
5. 旅游与旅行的宣传册	9
第三章 宣传册设计的基本原则	18
1. 宣传册的设计理念	18
2. 宣传册的设计思路	22
3. 宣传册的设计要点	23
第四章 宣传册设计的构成要素	27
1. 图形设计	27
2. 文字设计	28
3. 色彩设计	30
第五章 宣传册的表现技法	33
1. 绘画表现性	33
2. 装饰工艺性	35
3. 材料技术性	36

第一章 何谓宣传册

1、宣传册的定义

宣传册一词,在当今经济迅猛发展的社会,虽然没有十分明确的定义,但它是以时代背景的发展而予以界定的,它是以公司、行业机构或服务而作的有计划宣传。可以帮助公司、企业商品销售,提供顾客服务项目介绍。若将某种事物或某种商品做特别说明,以集中消费者的注目,引起大众的兴趣,以及对人们进行视觉引导教育,乃称之为“宣传册子(brochure)”或“传单(leaflets)”。具体一点说它是用纸来“说话”,是“纸”的推销员。所说宣传册也就成了企业、公司行业机构的展示窗口,将自己所经营的理念推广发展做出宣传(图1—5)。

从视觉设计角度来看,宣传册中将所揭示事物的特质,诉求的对象性别、年龄层次、职业等不同阶层的人,进行分析运用视觉符号信息与纸张印刷的宣传手段,传达使用服务为目的(图6—8)。

另一方面宣传册子是以事物的特质宣传为原则进行策划与设计,并通过视觉设计手段,使人们产生认知,以激起欲望行为,注重设计者明确的重点意图,看后留下强烈的印象(图9—10)。



图1

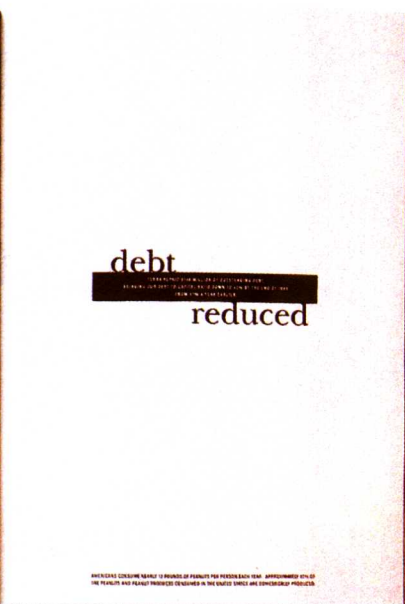
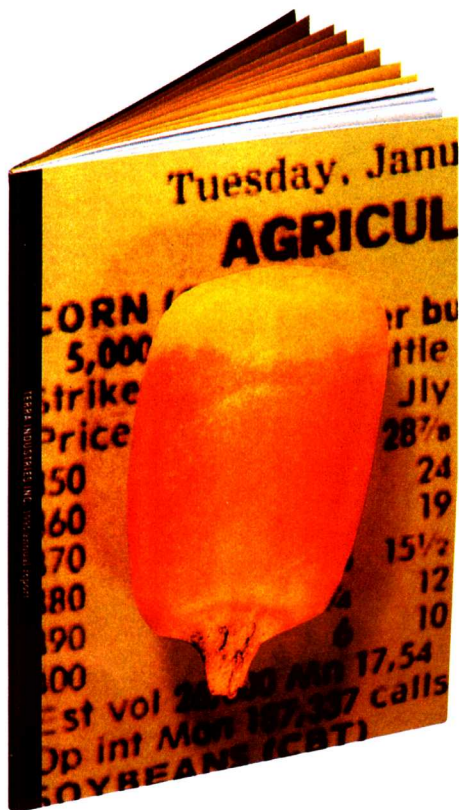


图2



图3

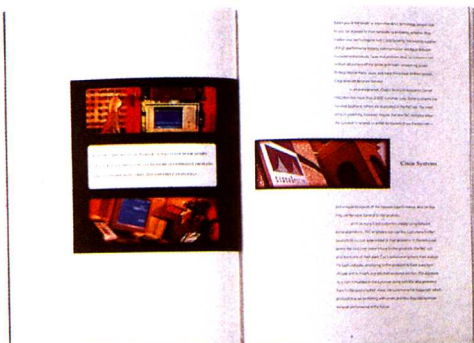
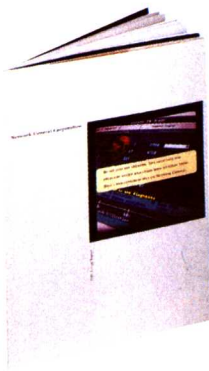


图4

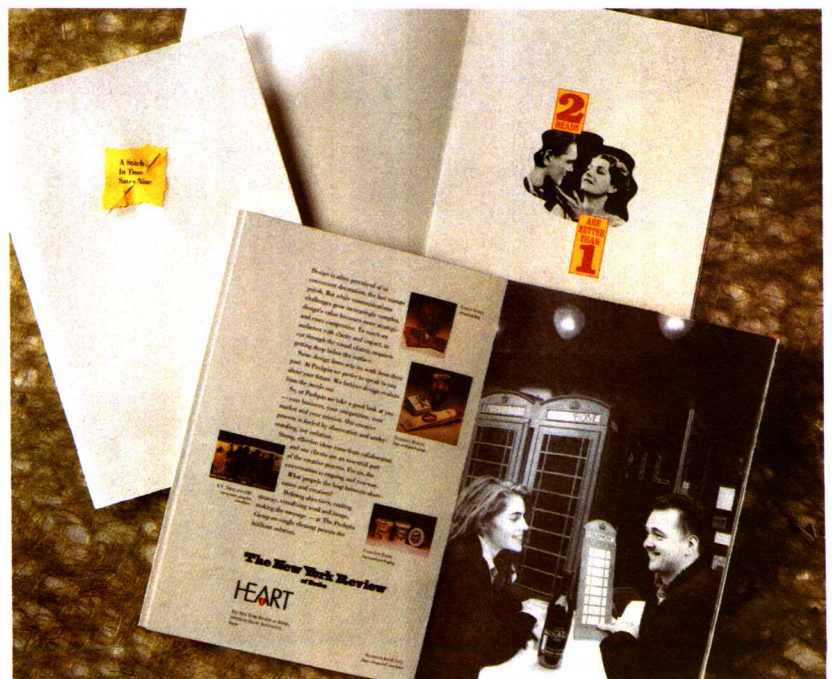


图5



图 7

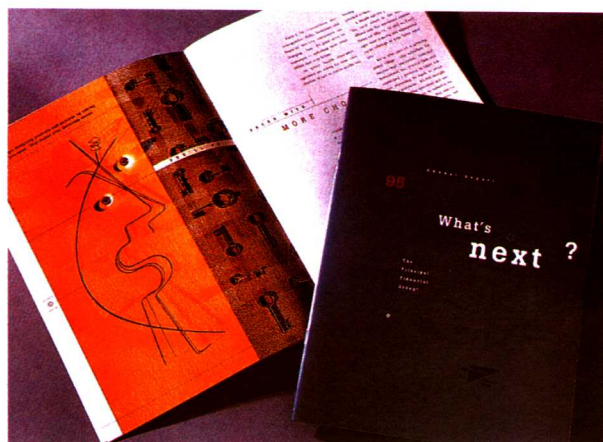


图 6

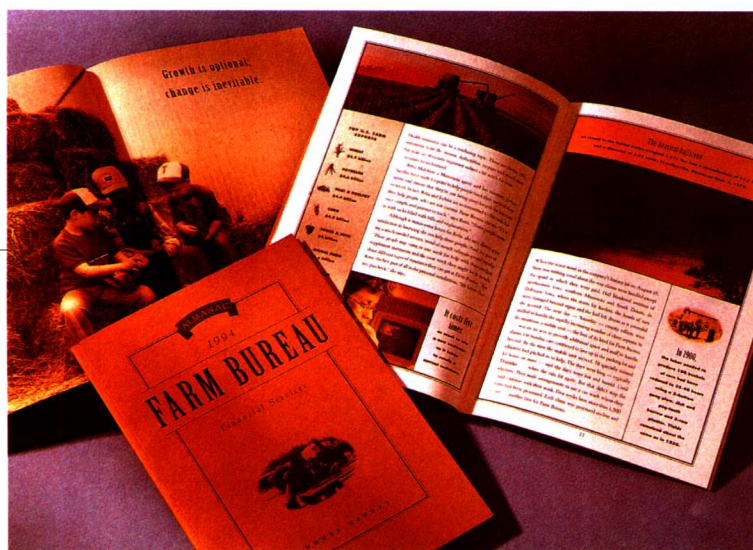


图 8



图 9



图 10



图 11



图 12



图 13

2、宣传册的视觉目的

宣传册的用途非常广泛，却用费低廉，讯息传递快，容易发挥其灵活性，加强顾客对此事物的关心，有助于提高公司各行业的形象宣传。能充分利用纸品材料、设计及印刷工艺的使用，让读者对企业机构及事物的状况、效果和设计思路方法上提供良好形象，觉得这是一个可以信赖的实例，同时透过具体可视符号创意设计，取得期待成功的理想效果（图 11—13）。

3、宣传册的设计导向

宣传册的设计要有良好的设计内容,来满足多样化的要求。让不同层次的人们适合宣传册的技能效用。选择良好的时机参与展示会、纪念活动结合季节或节庆日,使人们看到这些宣传册,犹如亲身在公司或企业工厂参观一样。所以设计宣传册时,其内容必须详尽、设计要素必须要实际,注意文案编排可读性,版面构图有独特性,色彩设计协调性、印刷方式的先进性等都必须有针对性的策划宣传(图14—17)。



图 14



图 15



图 16

第二章 宣传册的设计应用

宣传册的设计应用范围十分广泛,随时随地都可以接触到。而每一个宣传册所传达的内容却又都有其不同的目的与表现方式,并以其结合公司、行业机构内容发挥设计者的想象创意,让社会大众了解宣传册的本质。现将宣传册的设计应用分别归纳如下:

1、公司、企业宣传册

多用于公司、企业的消费宣传。内容以公司的形象与功能来充分叙述公司的产品、业务范围,对外活动参与社会回馈,对内组织管理、经营教育。通过视觉化的传达形式了解该公司是以何种理念制造什么产品来识别公司的形象。同时注重人们对此公司的看法、要求和消费心理的分析,以便使用视觉设计语言提高设计宣传册的内容,以寻求公司与社会大众情感上的沟通(图18—22)。

2、零售商宣传册

是以各行业分别的宣传包括服装、装饰品、家具、日用百货、五金用具等行业。通常采用带有设计趣味多样化来表现各行业的特点。在宣传设计的基本规定虽然相似,但因项目行业的不同用途有别,所以设计的思路也应该不同(图23—27)。

3、教育文化机构宣传册

以教育而定的宣传册,强调教育机构的智能性、教育研究的方向和类别。另外利用教育印象与教育方法、生活方式等吸引学生,提升学生与教师的交流沟通。注重教学环境的宣传,在教学设备及学校的地点、交通等方面对教育有什么样的影响加以说明(图28—32)。

4、年度报表类宣传册

以题材而定的宣传册多以健康或非盈利机构、保险业、通讯娱乐、交通、计算机等行业的宣传。在这些行业中因为有它们自己的法规、特性严肃的限制及行业要求不同,使设计者的创造能力在视觉方面受到束缚,反而更能激发设计者的严谨和智敏的设计感性,突出设计想法,唤起大家的共鸣。设计者将产品、服务、抽象化的视觉表现,通过图文清晰地传达给大众(图33—42)。

5、旅游与旅行的宣传册

是以宣传旅游行业的内容为主。人们希望看到名胜古迹,对自然地域、风土人情、语言文化等方面的认识,并通过视觉化的图片文字进行设计宣传,真实可靠地介绍旅游景观和旅行图的信息,从而激发人们旅游的兴趣(图43—45)。

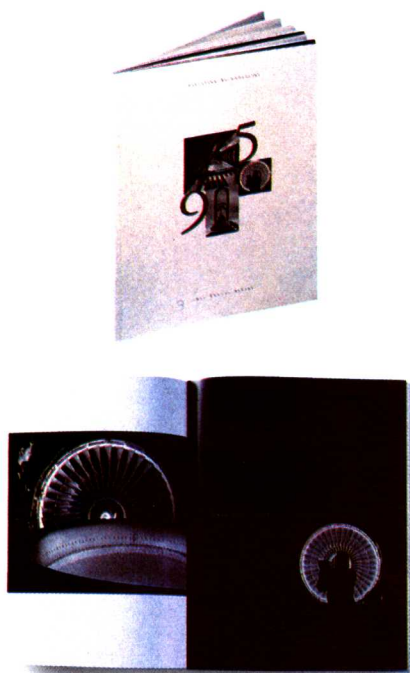


图 17



图 18



图 19





图 23

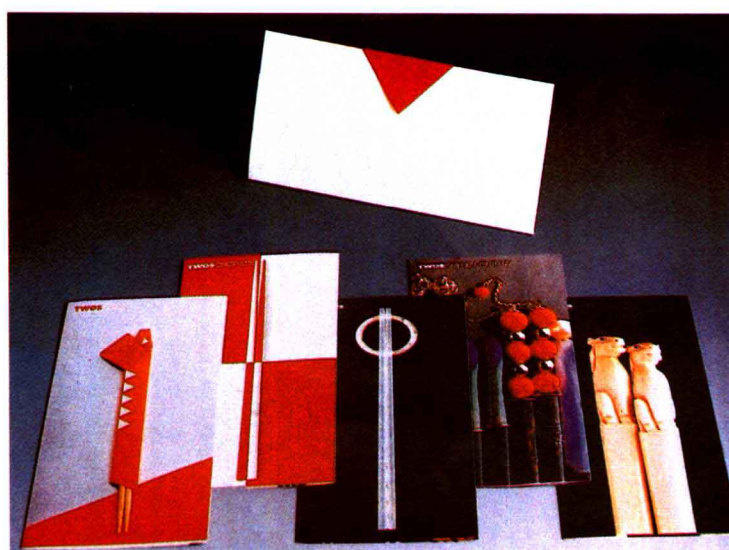


图 24



图 25



图 26

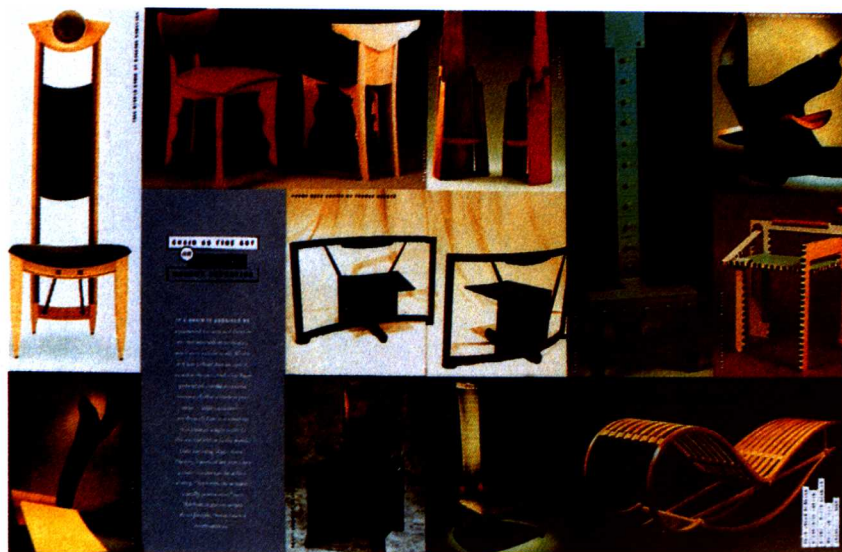


图 27



图 28



图 29

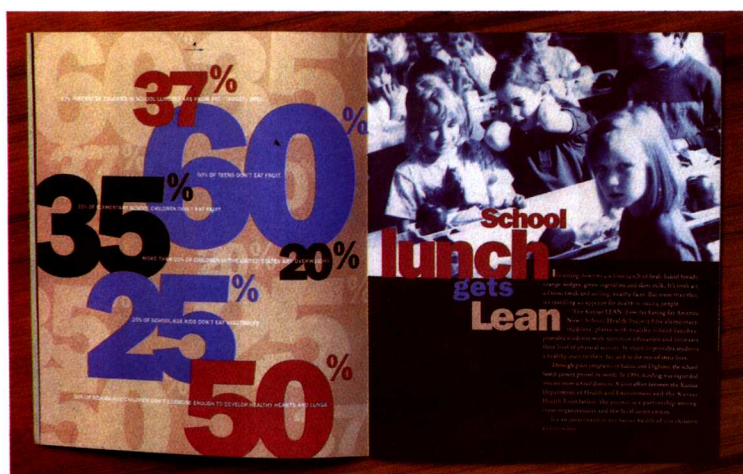


图 30

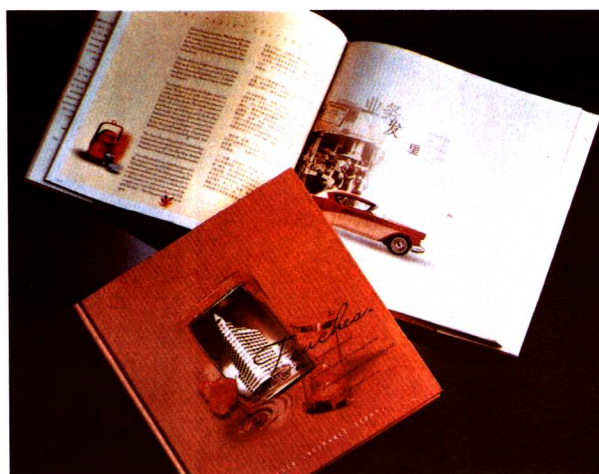


图 31



图 32

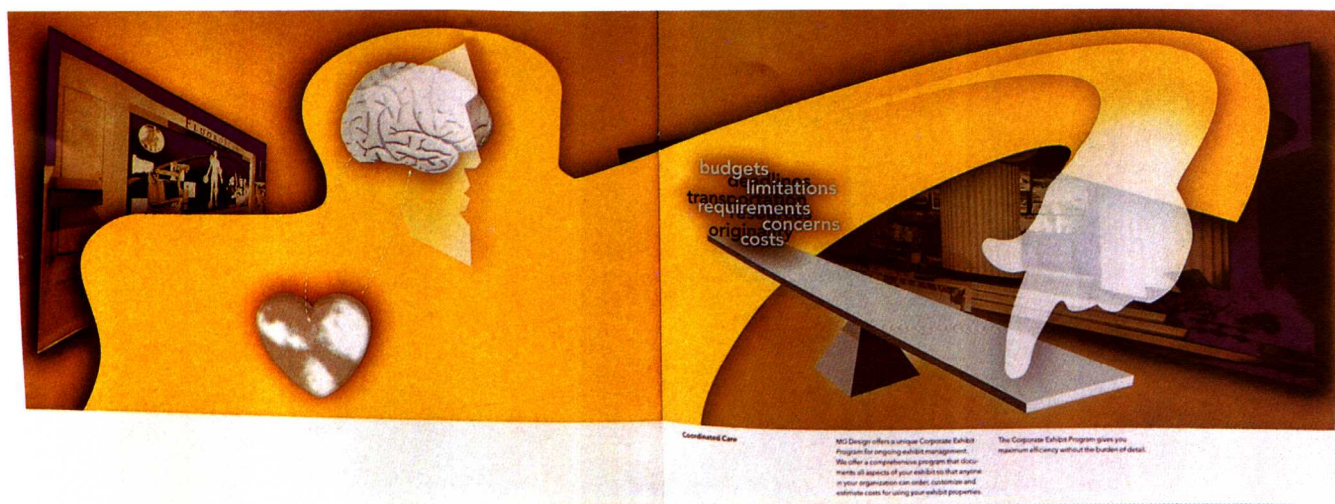


图 33



图 34

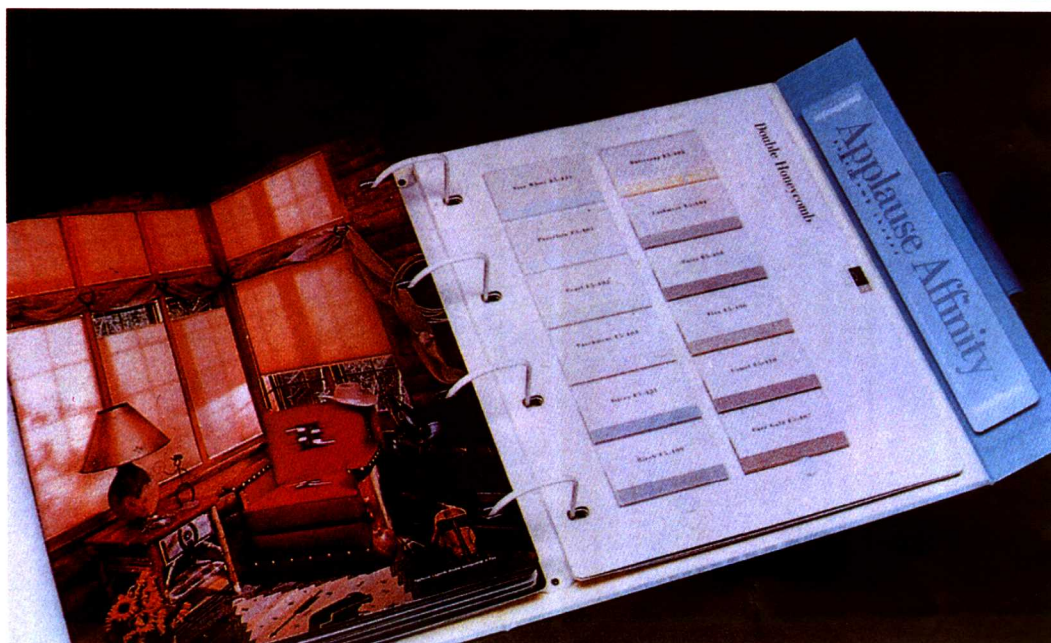


图 35

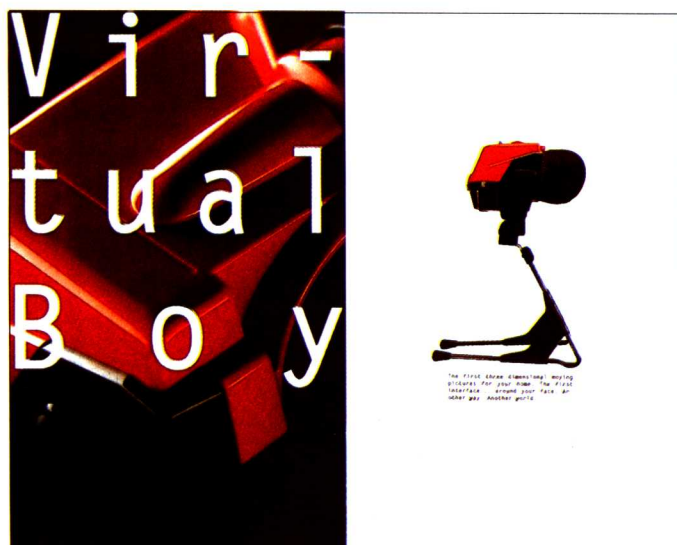


图 37

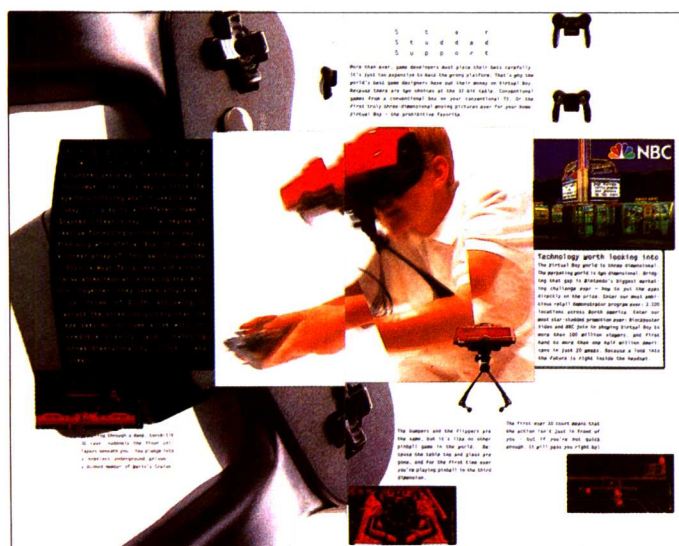


图 38



图 39

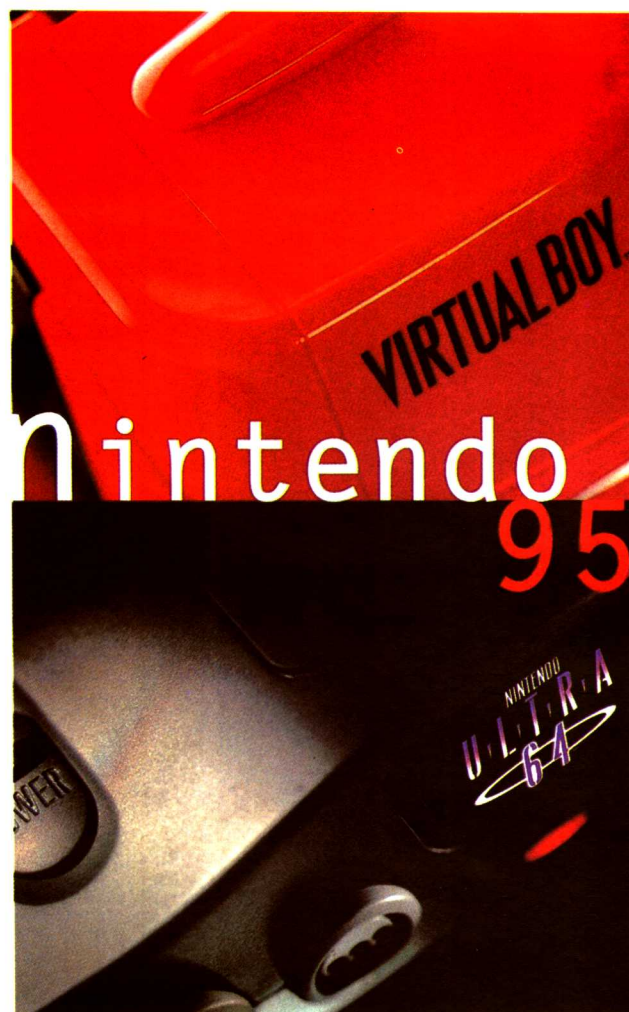


图 36



图 40



图 41



图 42