

全国中等职业技术学校商品经营专业教材

商业实用美术

商业实用美术

中国轻工业出版社



全国中等职业技术学校商品经营专业教材

商业实用美术

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

本书根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《商业实用美术教学大纲》编写,是中等职业技术学校商品经营专业的必修课教材。本书系统地介绍了平面构成设计、美术字和色彩图案等必备的基础知识,以及商业广告的版面编排设计和商业橱窗展示陈列设计等专业知识,同时还新增了剪纸方法的内容。本书也可作为职业培训教材及自学用书。

本书由南京市商业技工学校金晓枫主编,南京市高级技术学校孙立新、南京市港口职业学校陈磊参加编写;湖南轻工业高等专科学校谢琪审稿。

图书在版编目(CIP)数据

商业实用美术/金晓枫编. —北京:中国劳动社会保障出版社,2001

全国中等职业技术学校商品经营专业教材

ISBN 7-5045-3216-9

I. 商… II. 金… III. 商业—工艺美术—专业学校—教材

IV. J524

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 035188 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出 版 人:唐云岐

*

北京印刷三厂印刷 新华书店经销

890 毫米 × 1240 毫米 32 开本 5 印张 2 彩插页 153 千字

2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

印数: 3000 册

定价:12.00 元

读者服务部电话:64929211

发行部电话:64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>



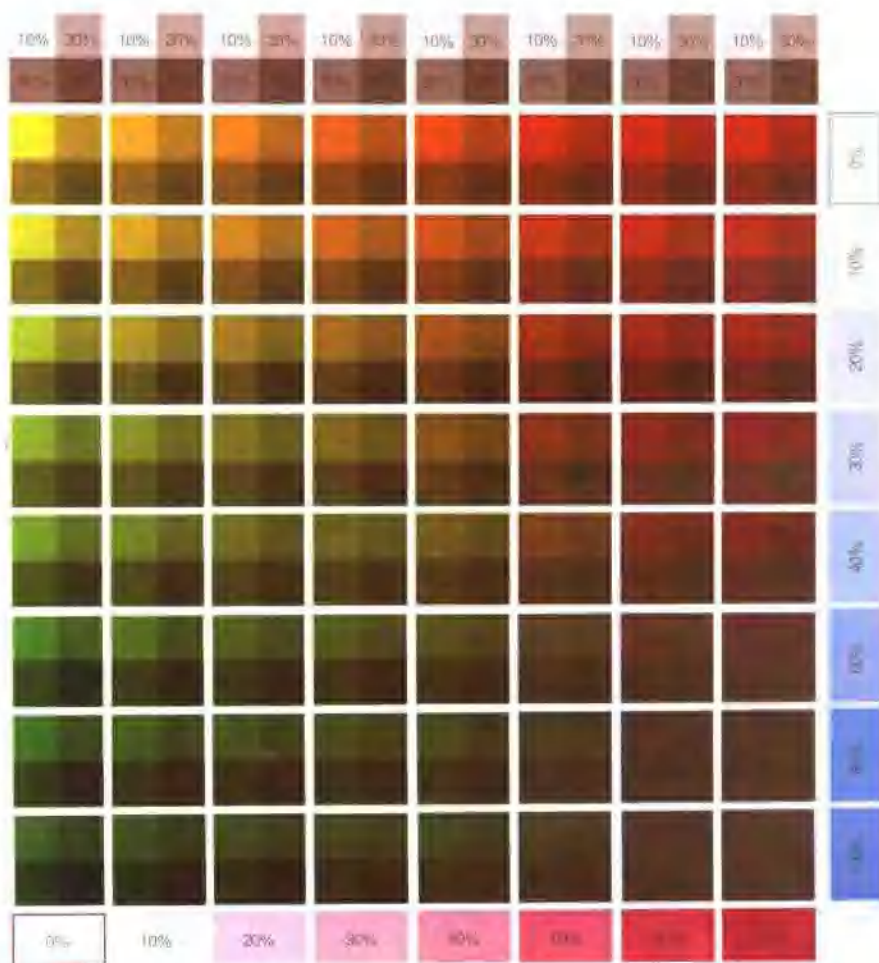
彩图 1



彩图 2



彩图 3



彩图 4



彩图 5



彩图 6



彩图 10



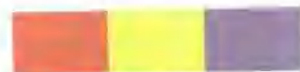
彩图 7



彩图 11



彩图 8



彩图 12



彩图 9

9A237/53



彩图 13

说 明

为适应技工学校调整专业设置、培养第三产业专业技能人才的需要，我们于1994年组织编写了商品经营、中式烹调、饭店服务三个专业的教材。这批教材的出版，对促进技工学校三产专业教学质量的提高起到了积极的作用。但是，随着对时的推移，教材的部分内容业已陈旧。2000—2001年，我们根据劳动和社会保障部培训就业司制定的商品经营、烹饪、饭店服务专业教学计划与教学大纲，组织编写（修订）了相应的中等职业技术学校教材。

在组织编写新的商品经营专业教材的过程中，充分考虑了我国经济建设、社会发展以及科技进步对劳动者素质的要求，参照了相关的国家职业标准（中级）规定的工作内容、技能要求和知识水平，使整套教材具有较强的职业针对性；注重传授知识与培养技能相结合，根据提高学生全面素质和综合职业能力的实际需要，确定教材内容，增强了教材的适用性和实践性；力求做到教材概念准确、表达清楚、循序渐进、通俗易懂，具有科学性和可读性。我们相信新的商品经营专业教材的出版，会更好地适应中等职业技术学校的教学需要，为在21世纪培养出更多的高素质技能人才发挥应有的作用。

这次教材的编写、审稿工作得到北京、天津、黑龙江、江苏、福建、河南、湖南、广东等省、市劳动保障厅（局）及有关学校的大力支持，编审人员付出了辛勤的劳动，在此一并表示衷心的感谢。

劳动和社会保障部教材办公室

2001年3月

目 录

第一章 概述	(1)
§ 1—1 商业文明的象征	(1)
§ 1—2 商业艺术的起源和发展	(4)
复习思考题	(6)
第二章 平面构成设计基础	(7)
§ 2—1 平面构成设计的形式美法则	(7)
§ 2—2 平面构成设计的元素形象——点、线、面、形	(12)
§ 2—3 平面构成设计的骨式与表现形式	(16)
复习思考题	(22)
第三章 美术字基础	(23)
§ 3—1 汉字的基本字体及书写方法	(23)
§ 3—2 美术字的装饰与变化	(30)
§ 3—3 拉丁字母与数字的书写	(38)
复习思考题	(43)
第四章 色彩基础	(44)
§ 4—1 色彩基础知识	(44)
§ 4—2 色彩的对比、调和与搭配	(47)
§ 4—3 色彩的感觉与感情作用	(51)
复习思考题	(55)
第五章 图案基础	(57)
§ 5—1 图案的写生与变化	(57)
§ 5—2 单独式图案	(63)
§ 5—3 连续式图案	(66)
复习思考题	(70)

第六章 剪纸基础	(71)
§ 6—1 剪纸的基本制作方法	(71)
§ 6—2 常用图形的剪制方法	(78)
复习思考题	(85)
第七章 商业广告设计基础	(86)
§ 7—1 商业广告基本知识	(86)
§ 7—2 广告版面的编排设计	(92)
§ 7—3 手绘 POP 广告的制作	(101)
复习思考题	(106)
第八章 商品包装设计基础	(107)
§ 8—1 商品包装的作用与设计要求	(107)
§ 8—2 商品包装的主要设计类型	(110)
复习思考题	(114)
第九章 商品展示陈列设计	(115)
§ 9—1 商品展示陈列的原则与作用	(115)
§ 9—2 商品展示陈列的基本方法	(117)
§ 9—3 商业橱窗的展示设计与布置	(127)
§ 9—4 商业环境的布局	(135)
§ 9—5 商业环境的照明	(138)
复习思考题	(142)
第十章 企业识别系统	(143)
§ 10—1 企业识别系统(CI)简介	(143)
§ 10—2 CI 的视觉识别设计与应用	(145)
复习思考题	(153)
参考书目	(154)

第一章

概述

在商品经济蓬勃发展的今天，商业美术作为一种实用美术，已经渗透到商业经济活动的各个方面，且日益发挥着重要的作用。

§ 1—1 商业文明的象征

一、商业美术的基本概念和根本任务

1. 商业美术的基本概念

商业美术从字面意思来理解，就是“商业化”的美术，是美术、设计融入商业领域的广阔空间后，经过不断发展和丰富，逐步形成的一门新的、独立的学科。

商业美术就是运用不同的形式与方法，介绍商品的性能、特点、用途及注意事项等，以向消费者推荐商品或劳务为目的的一种实用美术。它包括各种商品的造型、装潢、广告、橱窗陈列，以及其他有关宣传品的设计制作等具体内容。

作为一门新的、独立的学科，商业美术广泛借助于社会学、美学、销售学、广告学、管理学、传播学、计算机和电子技术等多种学科的研究成果，使美术设计的表现形式有了全面的突破性进展。

2. 商业美术的根本任务

商业美术伴随着商品经济的发展而不断发展，

是艺术与科学技术相结合的产物，是物质与精神的统一。商业美术来自于商业，发展于商业，服务于商业。

商业美术贯穿在整个商品生产和流通分配过程中，包括生产、运输、库存、陈列、销售和使用等各个环节。它以商品生产为基础，进而推动商品生产的发展；又以消费需求为主导，促进人们的消费生活。

商业美术具有很强的社会经济意义，是一门带有浓厚大众化特色的艺术。

商业美术的根本任务是在商业经济活动中，充分运用美术、设计的理论知识和技能，结合现代科技手段，全面展现商业文化和商品美，最终达到扩大和促进商品销售的目的。

学习商业美术，要掌握民族性与时代性相结合的原则，密切关注国际、国内市场动向，充分开发和运用新材料和新工艺，勇于实践和创新，促进商业美术的发展，使其迈上一个新的台阶。

二、学习商业美术的重要性

随着商品经济的高速发展和科技的日益进步，现代商业为年轻的商业后备人才提供了更多的机遇，但同时也对人才的择取提出了更高和更全面的素质要求。一专多能、全面发展，是造就未来商业人才的重要保证。

现代商业是社会文明的窗口，也是社会美的重要组成部分。现代商业经济活动已越来越注重审美规律和美的创造性。因此，学习商业美术显得十分重要。

1. 提高审美修养，树立正确的审美观

在营销工作中，营业员每天都要以端庄的仪表和大方的举止面对广大的顾客。商业美术中有关形式美和色彩原理等知识可以帮助我们树立正确的审美观，提高我们的审美修养、审美认识和美的感受力、分辨力。

工作和生活中的美是广泛存在的。如美的服饰、美的姿态、美的行为和美的语言等。但要正确分辨何者为美，何者为不美，则需要正确的审美观加以引导。例如，在工作环境中，应当怎样体现着装美，怎样合理地搭配服饰色彩，以及怎样把握化妆的分寸和怎样体现优美的姿态等，这些都可以通过商业美术的学习，树立正确的审美观，在工作和生

活中，能按照正确的审美原则，指导我们的行动。

2. 把握美的规律，展现美的创造力

在现代商业环境中，营业员常常需要直接或间接地将商业美术的理论知识运用到实际工作中去。学习商业美术，能够使我们在工作和工作实践中，充分把握美的规律，用自己的智慧和双手，去不断地展现美和创造美。

在商业橱窗、柜台的商品陈列与展示中，运用构成设计的原理，可以帮助我们布置出合理、美观、别致而又富于创意的陈列效果，以充分展示商品的特色和审美价值。礼品包扎技巧中，则需要广泛运用造型和色彩知识，以新颖的礼品造型和精巧的花结，让顾客把一份浓情厚意带给亲友家人。绘制商品招贴，需要扎实的美术字书写和绘画表现功底，以及时传达最新的商品信息，同时美化购物环境。当营业员向广大顾客介绍、推荐商品时，则能运用色彩的基本原理和色彩的感情联想等知识，根据顾客的不同年龄、性别以及通过和顾客的简短交谈，大致判断出他们对色彩和款式的心理喜好，给他们以积极的帮助和合理的建议。通过学习商业美术，加上实践经验的不断积累，我们就能在工作中，充分展现美的表达力和创造力，更好地为广大顾客服务。

三、商业文明的象征

商业美术的发展，体现着时代的特色，更展示出一个国家、一个民族、一个企业的商业文化发展水平和精神风貌，是现代商业文明的标志。

当我们走进繁华的商场、超市时，各式新颖的店面、店堂设计，富有创意的橱窗陈列，绚丽多彩的灯光效果和印刷精美的广告印刷品等，都营造出优美的购物环境和氛围，给人们在消费的同时带来美的享受。

闹市中心与商业街，更是大型户外商品宣传的天地。各种条幅广告、霓虹灯广告、车身广告、电脑喷绘、电子媒体广告和电视屏幕显示墙等，琳琅满目、井然有序，给人们带来了现代商业的气息。

就是在您的家里，编排、设计精美的电视广告画面和身边的各种印刷精致的商品包装，也不断地传递着商品信息，引导着您的消费，让您足不出户，就知天下商业行情。

这一切都充分显示出现代商业美术日新月异的发展趋势和多姿多彩

的动人魅力。

商业文明是时代的要求，也是时代赋予现代商业美术的重任。促进和加强商业文明的建设，是每一位商业工作者义不容辞的神圣职责。商业美术的发展，不仅为现代商业文明增添了绚丽的色彩，更重要的是，商业美术作为现代商业文化的重要内容，已成为现代商业文明的鲜明标志和显著象征。

§ 1—2 商业美术的起源和发展

一、商业美术的起源

商业美术属于工艺美术的范畴，也是实用美术。作为商业广告的重要表现形式，商业美术与商业广告一样，是商品经济发展的产物。在商业经济活动中，它起着宣传和传播商品、劳务、服务以及商业信息的作用。由于商业美术是随着人类社会商品生产和商品交换的出现而产生的，因此，它也随着社会生产力的不断提高和商品经济的不断发展，逐步成熟和完善。

二、我国商业美术发展简况

早在原始社会，人们的生产和生活水平都是非常低下的，在温饱还得不到充分保障的情况下，几乎没有什么剩余的物品，因而那时也基本上没有较为像样的物品交易。步入奴隶社会后，社会生产力得到了发展，出现了以交换为目的商品生产。尤其是在殷商时代，不仅出现了我国最早的文字——甲骨文，农作物品种也多了，人们已会用多种谷物酿酒。手工业已能铸造出非常精美的青铜器，社会分工也越来越细。当时，奴隶主们都占有大批被称为“百工”的奴隶从事手工业劳动。正是因为有了一定规模的商品生产和商品交换，商业美术也才伴随着原始商业广告的产生而有了萌芽。在商品交易场合，人们开始在等待交换的商品上或插或挂上标识物，以引人注意和易于识别，这种原始的宣传手法后来逐步演变成幌子、招牌等多种商品宣传形式。

春秋战国时期是我国历史由奴隶制到封建制的过渡时期。战国时期以后，我国步入封建社会，并一直延续了 2000 多年。

战国、秦、汉时期，铁制工具普遍在农业和手工业生产部门使用，

社会已进入铁器时代，社会生产力进一步得到提高。特别是与人们生活联系密切的、工艺性较强的各种手工业，如纺织业、皮革业、制陶业和漆器业等，普遍有了发展，商业美术中更多地体现了文字性和图案性的特点。

到了唐代，商业贸易的范围更加扩大，朝廷掌百工技巧之政的少府监，从各地挑选身强体壮的能工巧匠，从事手工业生产。民营手工业也出现了繁荣景象，形成了名目繁多的“行”，即行会组织。据史料记载，当时的京城长安东市有二百二十行之多。与此同时，服务行业也出现了欣欣向荣的景象。大街小巷、饭店、酒家、茶坊、驿站生意兴隆。各种幌子、门匾、招牌以及悬挂实物的商业宣传形式各显其能。尤其是幌子逐渐演变为酒店专用的酒旗，形成了这一时期商业美术的鲜明特色。唐代诗人张籍的诗《江南行》曰：“长干午日沽春酒，高高酒旗悬江口”。宋代，把酒旗称之为“望子”。幌子的盛行，充分说明了当时的人们对商业美术的实质已有了一定的认识，对材料、设计以及色彩的驾驭能力有了较大的提高。

隋唐以后，出现了早期的印刷广告，明、清时期，已掌握了套色印刷的技术，使得印刷广告进一步丰富了其表现形式，出现了宣传各种商品的木板印刷品、招贴等。

经济的发展、科技的进步、文化的积淀，使得这一时期的商业美术初步表现出多样化的特点，特别是店铺的装饰、美化初步完善，为后来的发展打下了良好的基础。

从鸦片战争起，我国遭受帝国主义的侵略，逐步沦为半殖民地半封建社会。外来商品向我国大量倾销，使我国长期的封建经济和原有的手工业解体。随着外国资本家在我国的投资办厂，也使我国初生的民族资本主义，备受帝国主义的压制。在后来的百余年里，商业的范围有所扩大，商业美术也随着近代报纸的创办而步入近代发展阶段。影响较大的有《上海新报》《新闻报》等。抗日战争和解放战争时期，在中国共产党领导下的革命根据地和解放区里，《新中华报》《解放日报》等都刊登有广告，使商业美术设计进一步走向专业化。与此同时，路牌广告、橱窗广告、车身广告和霓虹灯广告等也陆续出现。但总体来说，在外来经济的作用下，这一时期商业美术的发展，是艰难的、被动的。

新中国成立后,我国昂首步入社会主义经济建设的康庄大道。20世纪50年代,我国社会主义建设进入了有计划的发展时期,经济建设快速发展,商业贸易繁荣。北京、上海、武汉、南京和广州等一些大城市,广告业有了长足的发展,商业美术在其发展过程中起到了积极的宣传作用。但在后来的一段时期内,由于极“左”思想的影响,商业美术、广告被视为资本主义的产物而陷于基本停滞的状态。

党的十一届三中全会以后,我国进入了社会主义建设的新时期。“对外开放”和“对内搞活”的经济政策,使商品生产和对外贸易迅速地发展起来。

党的十四大,确立了我国经济体制改革的总体规划是建立社会主义市场经济体制,提出第三产业的兴旺发达是现代经济的一个重要特征。我国的企业正逐步成为主动参与国内、国际市场竞争的经济实体。经济建设的突飞猛进,为我国商业美术的全面发展,开创了一个崭新的天地。

计算机与电子技术等一大批高新科技成果,已被广泛地运用到商业美术的设计和制作中来,使商业美术的表现形式有了全面的更新。同时,在研究探索和人才培养方面,也取得了重大的进展。

随着我国社会主义市场经济的高速发展,商业美术的重要作用已受到人们的普遍关注和重视。商业美术正向着法制化、科学化、艺术化的道路迈进。

复习思考题

1. 什么是商业美术?商业美术的根本任务是什么?
2. 为什么说商业美术的发展水平是商业文明的象征?
3. 为什么说我国现代商业美术的发展走进了一个崭新的天地?

第二章

平面构成设计基础

平面构成设计是由视觉、知觉反应联系起来的一种视觉语言，它以抽象的动静变化为主要表现形式，是一门有目的性的视觉创造设计艺术。现代商业营销工作人员，特别是商品营业员，通过学习和掌握平面构成设计的有关知识，可以在商业环境布置、商品陈列设计等工作中起到直接的指导作用。同时，还能有效地提高营销工作者的审美能力和艺术创造力。

§ 2—1 平面构成设计的形式美法则

平面构成设计的形式美法则，也就是设计美的法则，是点、线、面、形、色彩等要素，在一定规律、秩序的指导下，通过排列、组合而形成的视觉美感。

平面构成设计的形式美法则可概括为变化与统一、对称与均衡、节奏与比例等表现形式。

一、变化与统一

变化与统一原则是平面构成设计中形式美法则的总法则。变化可理解为不同强度的对比和矛盾的冲突；统一则可视作对比的弱化和矛盾的调和。由于在现实生活中，人们的审美活动是纷繁多样的，因而形成了构成设计艺术美的无穷变化。对立与统一、