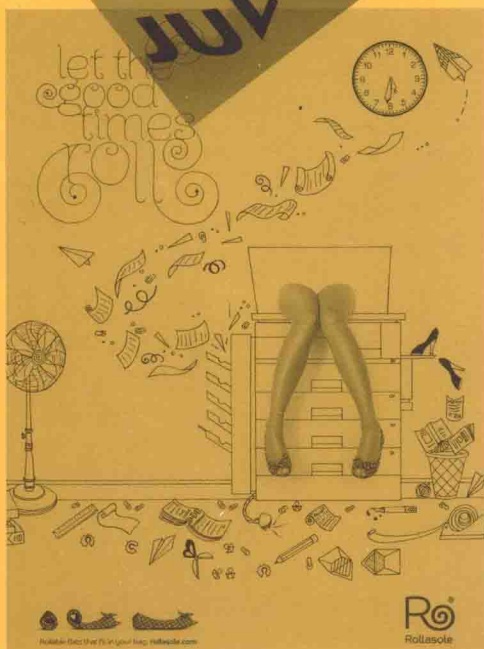




招贴设计

POSTER DESIGN

牛学 / 编著



- ✳ 如何做——基础知识-教学实例-课后练习，
构筑完整的知识体系
- ✳ 附加值——近期国际优秀招贴案例分析与解
读、大师作品赏析，为读者提供多层次信息
- ✳ 告诉你——招贴是一种宣传手段、一种推广方
式、一种文化现象。



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS





招贴设计

POSTER
DESIGN

牛学 / 编著

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-50856028

E-mail: editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计/牛学编著. —北京：中国青年出版社，2015.6

中国高等院校“十二五”视觉传达精品课程规划教材

ISBN 978-7-5153-3327-4

I. ①招… II. ①牛… III. ①宣传画—设计—高等学校—教材 IV. ①J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第101532号

中国高等院校“十二五”视觉传达精品课程规划教材

招贴设计

牛学 / 编著

出版发行：中国青年出版社

地 址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电 话：(010) 50856188 / 50856199

传 真：(010) 50856111

企 划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

策划编辑：张 军

责任编辑：张 军

助理编辑：杨昕宇 张君娜

封面设计：DIT_design

封面制作：郭广建

印 刷：北京时尚印佳彩色印刷有限公司

开 本：787 x 1092 1/16

印 张：6

版 次：2015年6月北京第1版

印 次：2015年6月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5153-3327-4

定 价：49.80元

本书如有印装质量问题，请与本社联系

电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

投稿邮箱：author@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：<http://www.cypmedia.com>

如同摄影一样，招贴艺术也曾被人预言，随着科技的进步、技术的发展，新的媒体会取而代之，它将退出历史舞台。然而，在百年后的今天，我们看到的是它与新媒体的交融与互补，优秀的招贴作品以其卓越的表现力和国际性的图形语言跨越了时代和地域的鸿沟。作为传播手段和艺术表现结合体的招贴，在人们的日常生活中具有极为重要的作用和影响。因此，招贴设计的教学在21世纪的高等教育中也凸显其重要性。

在本书中，我想带给大家招贴艺术发展的清晰脉络与设计理念，从而帮助大家快速了解和掌握招贴设计的设计方法。全书共分9章，Chapter 01介绍了招贴的起源与发展过程；Chapter 02分门别类地介绍了招贴的功能特征；Chapter 03着重讲述招贴设计的构成要素；Chapter 04和Chapter 05讲述了招贴设计的创意与表现；在Chapter 06和Chapter 07中结合具有代表性的招贴作品着重分析了招贴设计中的图形表现方法和版式布局；Chapter 08细述了招贴设计的原则与创作程序；Chapter 09给大家展现了当今优秀的招贴设计作品。这些内容为艺术类专业学生学习招贴设计以及其他专业的学生选修本课程提供了广阔的视角和多样的选择，也为热爱招贴艺术而又缺乏特定专业知识指导的读者们提供了参考。

本书能够顺利出版离不开中国美术学院、武汉工商学院和中国青年出版社的大力支持，特别是在本书的编写过程中得到了中国美术学院的设计艺术学院、图书馆、实验中心和武汉工商学院的艺术与设计学院、教务部、科研部、图书馆等单位的支持与帮助，在此一并表示感谢。

编者



前言

PREFACE

目录

CONTENTS



01

招贴的起源与发展

1.1 招贴的定义	8
1.2 招贴的起源	10
1.3 招贴的发展	11
1.3.1 早期的招贴	11
1.3.2 现代招贴的发展	12
课后练习	18



02

招贴的功能特征与分类

2.1 招贴的功能	20
2.1.1 传达信息	20
2.1.2 商业促销	21
2.1.3 文化传播	22

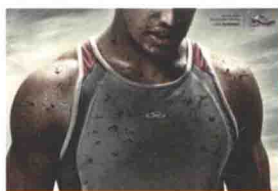
2.1.4 艺术审美	22
2.2 招贴的特征	23
2.2.1 画面大	23
2.2.2 远视强	23
2.2.3 内容广	23
2.2.4 兼具性	24
2.2.5 重复性	24
2.2.6 低成本	24
2.3 招贴的分类	24
2.3.1 公益招贴	24
2.3.2 文化招贴	26
2.3.3 商业招贴	26
课后练习	27



03

招贴设计的构成要素

3.1 图形	30
3.1.1 图形的含义与功能	30
3.1.2 图形的具象与抽象表现	31
3.1.3 图形设计的原则	32
3.2 文字	33
3.2.1 文案设计	34
3.2.2 文字设计	34
3.3 色彩	37
3.3.1 色彩的作用	37
3.3.2 招贴色彩的运用	38
课后练习	38



04

招贴设计的创意

4.1 联想	40
4.2 对比	41
4.3 夸张	41
4.4 象征	42
4.5 隐喻	42
4.6 幽默	43
4.7 讽刺	44
4.8 拟人	45
4.9 悬念	47
4.10 特殊形态的招贴	47
课后练习	48



05

招贴设计的表现方法

5.1 手绘表现	50
5.2 摄影表现	52
5.3 计算机表现	54
5.4 综合表现	56
课后练习	57



06

招贴设计的图形表现

6.1 重复与变异	60
6.2 正负形	61
6.3 同构	63
6.4 置换	63
6.5 重构	64
6.6 矛盾空间	65
6.7 剪影	66
6.8 异影	66
6.9 错视	66
6.10 立体化	69
6.11 平面化	69
课后练习	70



07

招贴设计的版式布局

7.1 招贴设计的版面构成	72
7.1.1 平稳式构成	72
7.1.2 动感式构成	72
7.1.3 韵律式构成	74
7.2 招贴设计的版面视觉表现	75
7.2.1 版面率	75

7.2.2 跳跃率	76
7.2.3 视觉度	76
7.3 招贴设计的兴趣中心营造	78
7.3.1 明暗关系	78
7.3.2 面积关系	78
7.3.3 色彩关系	78
7.3.4 疏密关系	78
7.3.5 特异关系	78
7.3.6 综合运用	80
课后练习	80



8.1 招贴设计的原则	82
8.1.1 创意性原则	82
8.1.2 传播性原则	82
8.1.3 文化性原则	82
8.1.4 艺术性原则	82
8.2 招贴设计创作与发布	84
8.2.1 创作程序	84
8.2.2 招贴的印刷	85
8.2.3 招贴的发布	86
课后练习	86



9.1 公益类	88
9.2 文化类	91
9.3 商业类	93
后记	96
参考文献	96



招贴设计

POSTER
DESIGN

牛学 / 编著

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-50856028

E-mail: editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计/牛学编著. —北京: 中国青年出版社, 2015. 6

中国高等院校“十二五”视觉传达精品课程规划教材

ISBN 978-7-5153-3327-4

I. ①招… II. ①牛… III. ①宣传画—设计—高等学校—教材 IV. ①J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第101532号

中国高等院校“十二五”视觉传达精品课程规划教材

招贴设计

牛学 / 编著

出版发行:  中国青年出版社

地 址: 北京市东四十二条21号

邮政编码: 100708

电 话: (010) 50856188 / 50856199

传 真: (010) 50856111

企 划: 北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

策划编辑: 张 军

责任编辑: 张 军

助理编辑: 杨昕宇 张君娜

封面设计: DIT_design

封面制作: 郭广建

印 刷: 北京时尚印佳彩色印刷有限公司

开 本: 787 x 1092 1/16

印 张: 6

版 次: 2015年6月北京第1版

印 次: 2015年6月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5153-3327-4

定 价: 49.80元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系

电话: (010) 59521188 / 59521189

读者来信: reader@cypmedia.com

投稿邮箱: author@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站: <http://www.cypmedia.com>

如同摄影一样，招贴艺术也曾被人预言，随着科技的进步、技术的发展，新的媒体会取而代之，它将退出历史舞台。然而，在百年后的今天，我们看到的是它与新媒体的交融与互补，优秀的招贴作品以其卓越的表现力和国际性的图形语言跨越了时代和地域的鸿沟。作为传播手段和艺术表现结合体的招贴，在人们的日常生活中具有极为重要的作用和影响。因此，招贴设计的教学在21世纪的高等教育中也凸显其重要性。

在本书中，我想带给大家招贴艺术发展的清晰脉络与设计理念，从而帮助大家快速了解和掌握招贴设计的设计方法。全书共分9章，Chapter 01介绍了招贴的起源与发展过程；Chapter 02分门别类地介绍了招贴的功能特征；Chapter 03着重讲述招贴设计的构成要素；Chapter 04和Chapter 05讲述了招贴设计的创意与表现；在Chapter 06和Chapter 07中结合具有代表性的招贴作品着重分析了招贴设计中的图形表现方法和版式布局；Chapter 08细述了招贴设计的原则与创作程序；Chapter 09给大家展现了当今优秀的招贴设计作品。这些内容为艺术类专业学生学习招贴设计以及其他专业的学生选修本课程提供了广阔的视角和多样的选择，也为热爱招贴艺术而又缺乏特定专业知识指导的读者们提供了参考。

本书能够顺利出版离不开中国美术学院、武汉工商学院和中国青年出版社的大力支持，特别是在本书的编写过程中得到了中国美术学院的设计艺术学院、图书馆、实验中心和武汉工商学院的艺术与设计学院、教务部、科研部、图书馆等单位的支持与帮助，在此一并表示感谢。

编者



前言

PREFACE

目录

CONTENTS



01

招贴的起源与发展

1.1 招贴的定义	8
1.2 招贴的起源	10
1.3 招贴的发展	11
1.3.1 早期的招贴	11
1.3.2 现代招贴的发展	12
课后练习	18



02

招贴的功能特征与分类

2.1 招贴的功能	20
2.1.1 传达信息	20
2.1.2 商业促销	21
2.1.3 文化传播	22

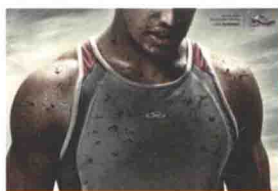
2.1.4 艺术审美	22
2.2 招贴的特征	23
2.2.1 画面大	23
2.2.2 远视强	23
2.2.3 内容广	23
2.2.4 兼具性	24
2.2.5 重复性	24
2.2.6 低成本	24
2.3 招贴的分类	24
2.3.1 公益招贴	24
2.3.2 文化招贴	26
2.3.3 商业招贴	26
课后练习	27



03

招贴设计的构成要素

3.1 图形	30
3.1.1 图形的含义与功能	30
3.1.2 图形的具象与抽象表现	31
3.1.3 图形设计的原则	32
3.2 文字	33
3.2.1 文案设计	34
3.2.2 文字设计	34
3.3 色彩	37
3.3.1 色彩的作用	37
3.3.2 招贴色彩的运用	38
课后练习	38



04

招贴设计的创意

4.1 联想	40
4.2 对比	41
4.3 夸张	41
4.4 象征	42
4.5 隐喻	42
4.6 幽默	43
4.7 讽刺	44
4.8 拟人	45
4.9 悬念	47
4.10 特殊形态的招贴	47
课后练习	48



05

招贴设计的表现方法

5.1 手绘表现	50
5.2 摄影表现	52
5.3 计算机表现	54
5.4 综合表现	56
课后练习	57



06

招贴设计的图形表现

6.1 重复与变异	60
6.2 正负形	61
6.3 同构	63
6.4 置换	63
6.5 重构	64
6.6 矛盾空间	65
6.7 剪影	66
6.8 异影	66
6.9 错视	66
6.10 立体化	69
6.11 平面化	69
课后练习	70



07

招贴设计的版式布局

7.1 招贴设计的版面构成	72
7.1.1 平稳式构成	72
7.1.2 动感式构成	72
7.1.3 韵律式构成	74
7.2 招贴设计的版面视觉表现	75
7.2.1 版面率	75

7.2.2 跳跃率	76
7.2.3 视觉度	76
7.3 招贴设计的兴趣中心营造	78
7.3.1 明暗关系	78
7.3.2 面积关系	78
7.3.3 色彩关系	78
7.3.4 疏密关系	78
7.3.5 特异关系	78
7.3.6 综合运用	80
课后练习	80



8.1 招贴设计的原则	82
8.1.1 创意性原则	82
8.1.2 传播性原则	82
8.1.3 文化性原则	82
8.1.4 艺术性原则	82
8.2 招贴设计创作与发布	84
8.2.1 创作程序	84
8.2.2 招贴的印刷	85
8.2.3 招贴的发布	86
课后练习	86



9.1 公益类	88
9.2 文化类	91
9.3 商业类	93
后记	96
参考文献	96

01 CHAPTER

招贴的起源与 发展



招贴是在广播和电视尚未发明或发展初期阶段最迅捷、最直接的传播媒介，招贴的风格随不同地域、不同经济文化背景各具特色，呈现出万千风貌。招贴设计是平面设计类别中极具表现力的一个种类，设计师可以像艺术家一样去展示纯粹的内心世界，也可以通过它来表达自己的设计观念。在互联网普及的今天，招贴作为市场营销的一种广告形式跨界到移动互联、电子商务等领域，在其表现形式和发布载体等方面都有了进一步的创新和发展。

1.1 招贴的定义

招贴，从中文字面意思上可以理解为：“招”是指引起观者注意，“贴”指张贴，招贴即为“为引起人们的注意而进行的张贴”。招贴的英文是“poster”，英文词典里的解释是指在公共场所展示的告示（Placard displayed in a public place），也可以从“poster”的词根结构来解释其含义。“poster”是通过“post”转变来的，“post”的词义为柱子，因此“poster”指的就是张贴于柱子上的告示，如图1-1、图1-2所示。招贴是广告最古老、最主要的表现形式。随着社会的发展，招贴这种表现形式也逐渐演变成现代广告中使用最广泛、频繁、经济、快捷、便利的方式之一。

招贴的定义有广义和狭义之分，广义的招贴是指凡是有“张贴广告而告

之”作用的都可称之为招贴。随着社会的进步和科技的发展，招贴的“张贴”形式和“张贴”载体也有了新的发展和变化，如利用照明设备强化展示效果、利用电子设备作为终端的展示载体等等，如图1-3、图1-4所示。狭义招贴是指以经营为目的的商业广告，称之为商业招贴广告。商业招贴广告是一种传统有效的大众传播手段，以盈利为目的，带有明显的经济效益性，其内容是推销产品、劳务和消费观念，并通过一定的媒介和形式来完成。图1-5是可口可乐制作于1890年的招贴广告，主题为一位穿着精美衣服的女子在饮用可乐。桌面上的卡片写着：“家庭办公室，可口可乐公司亚特兰大分行：芝加哥、费城、洛杉矶、达拉斯。”

随着经济的发展和社会的进步，政府、企业、各种社会团体和个人都

纷纷利用招贴来为宣传活动造势，为商品和品牌提升知名度，加之艺术领域对于创意设计重视程度的逐年提升，使得现代的招贴设计兼具了传播信息的实用价值和艺术欣赏的收藏价值。著名艺术家毕加索于1901年创作了《蓝色小屋》的绘画作品，作品的背景中出现了一幅图卢兹·罗特列克的招贴作品《May Milton》，它是图卢兹·罗特列克于1895年创作的，由此可见，招贴在那个年代已经具有实用和收藏的双重价值，如图1-6、图1-7所示。



图1-1 德国国立斯图加特造型艺术学院内的招贴柱



图1-2 深圳华侨城创意园内的招贴柱



图1-3 上海地铁站里的灯箱广告

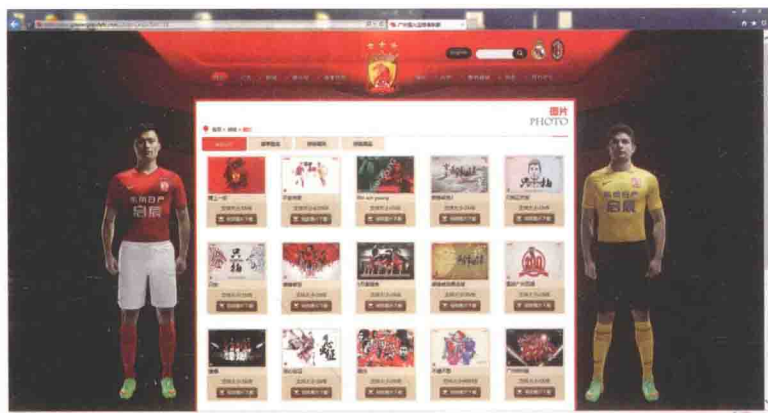


图1-4 广州恒大足球俱乐部官方网站上发布的海报



图1-5 可口可乐制作于1890年的招贴广告



图1-6 毕加索1901年创作的绘画作品《蓝色小屋》

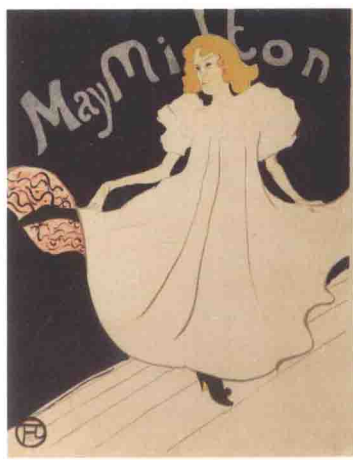


图1-7 图卢兹·罗特列克1895年创作的招贴作品《May Milton》

1.2 招贴的起源

世界上最早的招贴出现在埃及，是一张寻人的文字招贴广告，其内容是广告主以金币悬赏追捕一名逃跑的奴隶。这张3000年前写在“莎草纸”上的招贴尺寸为20cm×25cm，现存于英国伦敦博物馆。我国最早的招贴出现于11世纪的宋朝，它是以铜版雕刻工艺，印刷在四寸见方的纸张上的广告，招贴采用图文结合的方法，传递出山东济南刘家功夫针铺有关产

品的质地和销售办法等信息。此招贴是迄今为止世界上发现最早的印刷广告，现存于中国历史博物馆，如图1-8所示。

我国的传统年画也属于古代招贴的一种形式。年画这种艺术形式在满足审美的需求之外，也是传达民间生活、传递“辟邪纳福、欢乐吉庆”等情感的一种招贴设计。年画源于魏晋南北朝时期，明朝时达到顶峰。随着年画的不断发展，形成了江苏桃花坞、天津杨柳青、山东潍坊杨家埠、

河南朱仙镇等不同风格的木版年画，如图1-9至图1-12所示。年画的巨大成功取决于我国古代印刷术的发达，我国的彩色套印技术比欧洲早了一百多年。时至今日，我国很多地方仍然保留了贴年画的传统习俗。



图1-8 山东济南刘家功夫针铺的印刷招贴广告



图1-9 桃花坞年画木版刻稿



图1-10 天津杨柳青年画



图1-11 山东潍坊杨家埠年画



图1-12 河南朱仙镇年画