

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

# 插图艺术设计

王洪瑞 鲁彦娟 主编



清华大学出版社

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

# 插图艺术设计

王洪瑞 鲁彦娟 主编



清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

“插图设计”既是高等艺术院校非常重要的专业课程,也是广告艺术设计从业人员必须学习掌握的知识技能。本书以四个儿童文学文本设计插图为主线,结合中外插图设计的演变与发展,按照设计流程介绍插图、插图设计、插图技法、人物造型设计方法、绘制草图、插图配色、表现风格、商业插图等基本知识。

本书既适用于高等院校艺术设计专业的教学,也可以作为文化创意企业和广告艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材,对于广大插图艺术设计、动画自学者也是一本必备的基础训练指导手册。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

插图艺术设计/王洪瑞,鲁彦娟主编.--北京:清华大学出版社,2015

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

ISBN 978-7-302-37001-7

I. ①插… II. ①王… ②鲁… III. ①插图(绘画)—设计—高等学校—教材 IV. ①J218.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 139534 号

责任编辑:张 弛

封面设计:李子慕

责任校对:刘 静

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:北京嘉实印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:11.75 字 数:295 千字

版 次:2015 年 4 月第 1 版 印 次:2015 年 4 月第 1 次印刷

印 数:1~2000

定 价:49.00 元

# 编 审 委 员 会

**主 任：**牟惟仲

**副主任：**(排名不分先后)

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 宋承敏 | 冀俊杰 | 张昌连 | 田卫平 | 腾祥东 | 张振甫 |
| 林 征 | 帅志清 | 李大军 | 梁玉清 | 鲁彦娟 | 王利民 |
| 吕一中 | 张建国 | 王 松 | 车亚军 | 王黎明 | 田小梅 |

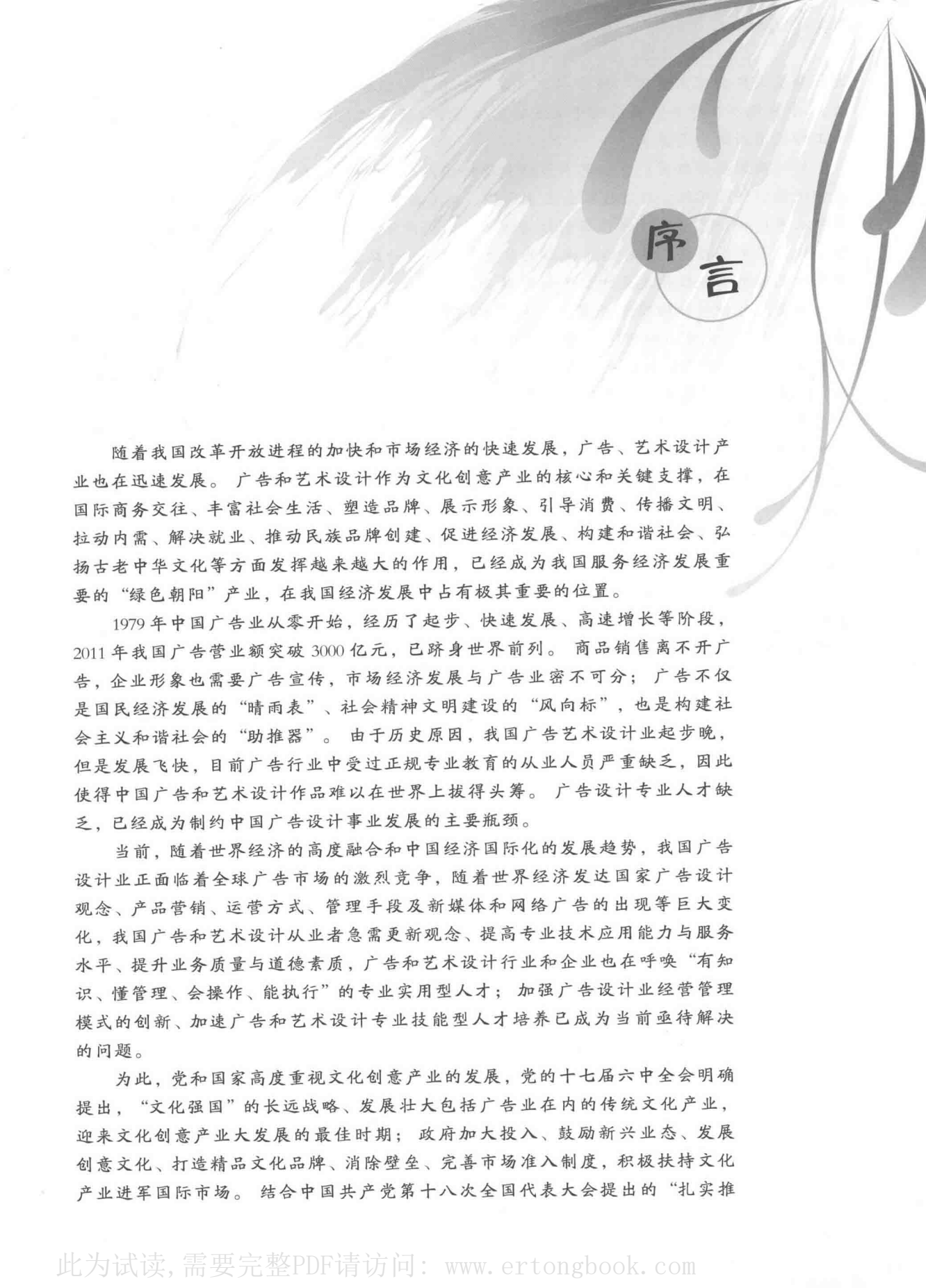
**委 员：**(排名不分先后)

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 梁 露 | 崔德群 | 金 光 | 吴慧涵 | 崔晓文 | 鲍东梅 |
| 翟绿绮 | 吴晓慧 | 温丽华 | 吴晓赞 | 朱 磊 | 赵 红 |
| 马继兴 | 白 波 | 赵盼超 | 田 园 | 姚 欣 | 王 洋 |
| 吕林雪 | 王洪瑞 | 许舒云 | 孙 薇 | 赵 妍 | 胡海权 |
| 温 智 | 逢京海 | 吴 琳 | 李 冰 | 李 鑫 | 刘菲菲 |
| 何海燕 | 张 戈 | 曲 欣 | 李 卓 | 李笑宇 | 刘 剑 |
| 刘 晨 | 李连璧 | 孟红霞 | 陈晓群 | 张 燕 | 阮英爽 |
| 王桂霞 | 刘 琨 | 杨 林 | 顾 静 | 林 立 | 罗佩华 |

**总 编：**李大军

**副总编：**梁 露 鲁彦娟 吴晓慧 金 光 温丽华 翟绿绮

**专家组：**田卫平 梁 露 崔德群 崔晓文 华秋岳 梁玉清



# 序言

随着我国改革开放进程的加快和市场经济的快速发展,广告、艺术设计产业也在迅速发展。广告和艺术设计作为文化创意产业的核心和关键支撑,在国际商务交往、丰富社会生活、塑造品牌、展示形象、引导消费、传播文明、拉动内需、解决就业、推动民族品牌创建、促进经济发展、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥越来越大的作用,已经成为我国服务经济发展重要的“绿色朝阳”产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

1979年中国广告业从零开始,经历了起步、快速发展、高速增长等阶段,2011年我国广告营业额突破3000亿元,已跻身世界前列。商品销售离不开广告,企业形象也需要广告宣传,市场经济发展与广告业密不可分;广告不仅是国民经济发展的“晴雨表”、社会精神文明建设的“风向标”,也是构建社会主义和谐社会的“助推器”。由于历史原因,我国广告艺术设计业起步晚,但是发展飞快,目前广告行业中受过正规专业教育的从业人员严重缺乏,因此使得中国广告和艺术设计作品难以在世界上拔得头筹。广告设计专业人才缺乏,已经成为制约中国广告设计事业发展的主要瓶颈。

当前,随着世界经济的高度融合和中国经济国际化的发展趋势,我国广告设计业正面临着全球广告市场的激烈竞争,随着世界经济发达国家广告设计观念、产品营销、运营方式、管理手段及新媒体和网络广告的出现等巨大变化,我国广告和艺术设计从业者急需更新观念、提高专业技术应用能力与服务水平、提升业务质量与道德素质,广告和艺术设计行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才;加强广告设计业经营管理模式的创新、加速广告和艺术设计专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

为此,党和国家高度重视文化创意产业的发展,党的十七届六中全会明确提出,“文化强国”的长远战略、发展壮大包括广告业在内的传统文化产业,迎来文化创意产业大发展的最佳时期;政府加大投入、鼓励新兴业态、发展创意文化、打造精品文化品牌、消除壁垒、完善市场准入制度,积极扶持文化产业进军国际市场。结合中国共产党第十八次全国代表大会提出的“扎实推

进社会主义文化强国建设”的号召，国家“十二五”规划纲要明确提出促进广告业健康发展。中央经济工作会议提出稳中求进的总体思路，强调扩大内需，发展实体经济，对做好广告工作提出新的更高要求。

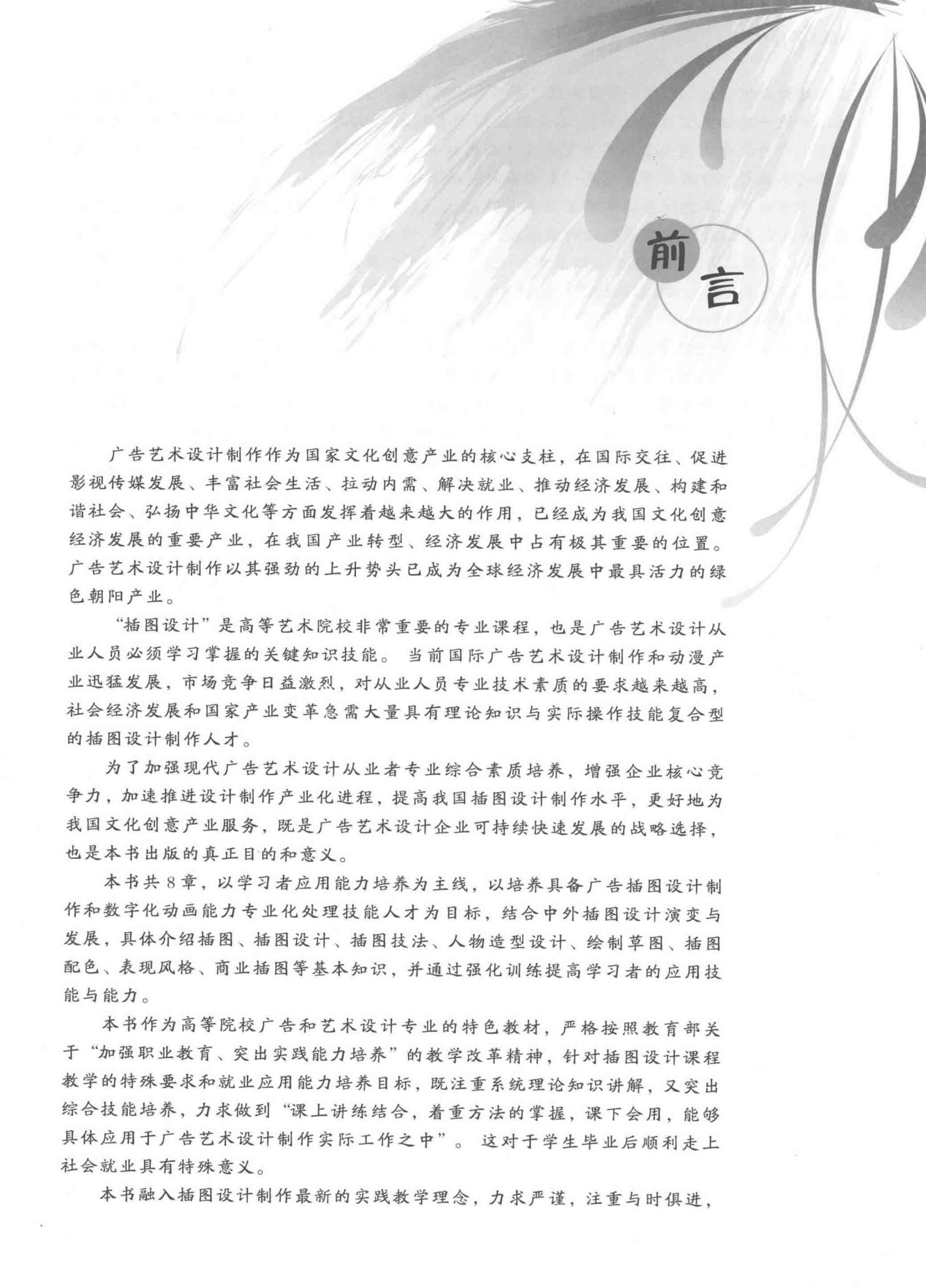
针对我国高等教育广告和艺术设计专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题，为适应社会就业急需、满足日益增长的文化创意市场需求，我们组织多年从事广告和艺术设计教学与创作实践活动的国内知名专家教授及广告设计企业精英共同精心编撰了本套教材，旨在迅速提高大学生和广告设计从业者的专业技能素质，更好地服务于我国已经形成规模化发展的文化创意事业。

本套系列教材作为高等教育广告和艺术设计专业的特色教材，坚持以科学发展观为统领，力求严谨，注重与时俱进；在吸收国内外广告和艺术设计界权威专家学者最新科研成果的基础上，融入广告设计运营与管理的最新实践教学理念；依照广告设计的基本过程和规律，根据广告业发展的新形势和新特点，全面贯彻国家新近颁布实施的广告法律、法规和行业管理规定；按照广告和艺术设计企业对用人的需求模式，结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求；注重校企结合、贴近行业企业业务实际，强化理论与实践的紧密结合；注重管理方法、运作能力、实践技能与岗位应用的培养训练，并注重教学内容和教材结构的创新。

本套系列教材包括《中国工艺美术史》、《色彩》、《中外美术作品鉴赏》、《素描》、《广告学概论》、《广告设计》、《广告摄影》、《广告法律法规》、《字体设计》、《版式设计》、《包装设计》、《标志设计》、《招贴设计》、《会展设计》、《书籍装帧设计》等书。本系列教材的出版，对帮助学生尽快熟悉广告设计操作规程与业务管理、对帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

教材编委会

2014年4月



# 前言

广告艺术设计制作作为国家文化创意产业的核心支柱,在国际交往、促进影视传媒发展、丰富社会生活、拉动内需、解决就业、推动经济发展、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国文化创意经济发展的重要产业,在我国产业转型、经济发展中占有极其重要的位置。广告艺术设计制作以其强劲的上升势头已成为全球经济发展中最具活力的绿色朝阳产业。

“插图设计”是高等艺术院校非常重要的专业课程,也是广告艺术设计从业人员必须学习掌握的关键知识技能。当前国际广告艺术设计制作和动漫产业迅猛发展,市场竞争日益激烈,对从业人员专业技术素质的要求越来越高,社会经济发展和国家产业变革急需大量具有理论知识与实际操作技能复合型的插图设计制作人才。

为了加强现代广告艺术设计从业者专业综合素质培养,增强企业核心竞争力,加速推进设计制作产业化进程,提高我国插图设计制作水平,更好地为我国文化创意产业服务,既是广告艺术设计企业可持续快速发展的战略选择,也是本书出版的真正目的和意义。

本书共8章,以学习者应用能力培养为主线,以培养具备广告插图设计制作和数字化动画能力专业化处理技能人才为目标,结合中外插图设计演变与发展,具体介绍插图、插图设计、插图技法、人物造型设计、绘制草图、插图配色、表现风格、商业插图等基本知识,并通过强化训练提高学习者的应用技能与能力。

本书作为高等院校广告和艺术设计专业的特色教材,严格按照教育部关于“加强职业教育、突出实践能力培养”的教学改革精神,针对插图设计课程教学的特殊要求和就业应用能力培养目标,既注重系统理论知识讲解,又突出综合技能培养,力求做到“课上讲练结合,着重方法的掌握,课下会用,能够具体应用于广告艺术设计制作实际工作之中”。这对于学生毕业后顺利走上社会就业具有特殊意义。

本书融入插图设计制作最新的实践教学理念,力求严谨,注重与时俱进,

具有结构合理、知识系统、图文并茂、通俗易懂的特点,突出科学性、艺术性、可读性,并采用新颖统一的格式化体例设计。本书既适用于本科及高职高专院校艺术设计专业的教学,也可以作为文化创意企业和广告艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材,对于广大插图艺术设计、动画自学者也是一本必备的基础训练指导手册。

本书由李大军进行总体方案策划并具体组织,王洪瑞和鲁彦娟担任主编,王洪瑞统改全稿,由具有丰富教学和实践经验的梁露教授审订。作者编写分工:牟惟仲(序言),鲁彦娟(第一章、第二章),侯绪恩(第三章),王洪瑞(第四章~第六章),金光、吕林雪(第七章),何海燕(第八章),侯绪恩、赵妍(附录);华燕萍进行文字修改和版式调整,李晓新负责教学课件制作。

在本书编写过程中,我们参阅借鉴了大量国内外有关插图设计制作方面的最新书刊和相关网站资料,精选收录了具有典型意义的中外优秀作品,并得到业界有关专家教授的具体指导,在此对作者和专家学者致谢。为配合本书的发行使用,我们提供配套电子课件,读者可以从清华大学出版社网站(<http://www.tup.com.cn>)免费下载。因艺术设计制作产业发展快且作者水平有限,书中难免存在疏漏和不足之处,恳请同行和读者批评指正。

编 者

2014年12月

# 目 录

## 第一章 承接插图设计项目的前期准备

001

- 001 第一节 了解插图的基础知识
  - 001 一、什么是插图
  - 001 二、插图的分类
  - 011 三、插图设计的发展现状和趋势
- 013 第二节 插画师应具备的能力
  - 013 一、绘画功底
  - 014 二、想象能力
  - 016 三、色彩知识
  - 016 四、软件技能
- 016 第三节 承接项目的工作流程
  - 016 一、寻找“客户”
  - 017 二、沟通
  - 017 三、签约
  - 017 四、设计插图
  - 017 五、征询客户意见
  - 018 六、定稿

## 第二章 文化类插图设计 项目与前期准备工作

026

- 026 第一节 项目简介
  - 026 一、设计内容

|     |              |
|-----|--------------|
| 026 | 二、设计要求与定位    |
| 028 | 第二节 相关知识     |
| 028 | 一、文化类插图的特征   |
| 031 | 二、文化类插图的设计原则 |
| 044 | 第三节 设计前的准备工作 |
| 044 | 一、阅读书籍       |
| 046 | 二、调研         |
| 047 | 三、收集资料       |

### 第三章 确定绘制风格

048

|     |                |
|-----|----------------|
| 048 | 第一节 相关知识       |
| 048 | 一、插图设计的表现工具和技法 |
| 059 | 二、插图设计的表现风格    |
| 069 | 第二节 设计思路       |

### 第四章 绘制草图与线稿

072

|     |             |
|-----|-------------|
| 072 | 第一节 相关知识    |
| 072 | 一、人物造型设计    |
| 079 | 二、人物造型设计方法  |
| 081 | 三、场景设计      |
| 082 | 四、场景设计的方法   |
| 087 | 五、画面的经营     |
| 095 | 六、插图的空间表现   |
| 097 | 第二节 绘制草图与线稿 |

### 第五章 为插图上色

107

|     |          |
|-----|----------|
| 107 | 第一节 相关知识 |
| 107 | 一、画面色彩明度 |
| 107 | 二、冷色调    |
| 110 | 三、暖色调    |
| 111 | 四、色相对比   |

|     |                   |
|-----|-------------------|
| 112 | 五、纯度对比            |
| 114 | 六、插图配色原则          |
| 115 | <b>第二节 上色前的准备</b> |
| 115 | 一、设计软件安装          |
| 115 | 二、扫描线稿            |
| 116 | 三、上色              |
| 118 | 四、与编辑沟通           |
| 118 | 五、完成插图设计          |

## 第六章 商业插图设计 126

### 项目与前期准备工作

|     |                     |
|-----|---------------------|
| 126 | <b>第一节 项目简介</b>     |
| 126 | 一、设计内容              |
| 127 | 二、设计要求              |
| 127 | <b>第二节 相关知识</b>     |
| 127 | 一、认识商业插图            |
| 127 | 二、商业插图的设计要点         |
| 133 | 三、商业插图的创意表现         |
| 135 | <b>第三节 设计前的准备工作</b> |
| 135 | 一、了解广告受众            |
| 137 | 二、调研                |
| 143 | 三、收集资料              |

## 第七章 使用软件绘制插图 145

|     |                  |
|-----|------------------|
| 145 | <b>第一节 相关知识</b>  |
| 145 | 一、Illustrator 软件 |
| 145 | 二、CorelDRAW 软件   |
| 146 | 三、位图与矢量插图        |
| 151 | <b>第二节 设计步骤</b>  |
| 151 | 一、设计思路与定位        |
| 152 | 二、设计草图           |
| 152 | 三、设定文档格式         |
| 153 | 四、工作区域           |
| 153 | 五、勾画路径           |
| 154 | 六、上色             |
| 155 | <b>第三节 完成制作</b>  |

第八章 插图常用透视原理 157

|     |     |      |
|-----|-----|------|
| 157 | 第一节 | 一点透视 |
| 160 | 第二节 | 两点透视 |
| 163 | 第三节 | 三点透视 |
| 165 | 第四节 | 散点透视 |

附录 1 手绘插图的基础工具 169

附录 2 插图的肌理表现与设计案例 171

参考文献 174

## 承接插图设计项目的前期准备

学习要点  
及目标

- (1) 了解插图的分类;
- (2) 了解插画师应具备的专业能力;
- (3) 了解承接插图设计项目的工作流程。

### 第一节 了解插图的基础知识

#### 一、什么是插图

在 20 世纪上半叶,插图的概念仅限于书籍插图。《辞海》对插图的概念做了以下表述:“插图亦称‘插画’,指插附在书刊中的图画。有的印在正文中间,有的用插页方式,对正文内容起补充说明或艺术欣赏作用。”词典中对于插图概念的解释,都是建立在文学性书籍中的“图画”这一传统的基点之上。但随着社会发展,插图的概念变得更加宽泛。插图成为一种更为广泛的信息传播、反映视觉文化的工具。

汇集当代插图艺术发展呈现的种种样式与手法,我们可以将插图的概念广义的理解为:插图是一种以图像方式向人们传达信息的艺术。

#### 二、插图的分类

插图艺术从某种意义上讲,与绘画艺术有一些关联性。如果绘画艺术被称为基础学科,插图艺术则可看作应用学科。纵观国内外插图发展的历史,其应用范围在不断扩大。特别是在信息技术高速发展的今天,人们的日常生活中充满了各式各样的商业信息,插图已成为现实社会中不可替代的信息传递形式。

插图艺术具有丰富多彩的形式,只要存在信息交流,就会有插图的使用。从应用领域的角度进行分类,插图的类别主要有:文化类插图、艺术类插图、影视类插图、商业类插图、数字类插图。

## 1. 文化类插图

文化类插图多是为儿童读物、小说、散文、诗歌、传记、故事、历史、科技等书籍设计的配图,包括为书籍封面、封底和正文设计的插画。图 1-1~图 1-6 为不同书籍中的插图设计。



图 1-1 《藏族民间故事》(陈雅丹)



图 1-2 《上海》书籍封面



图 1-3 《睡美人》(美国,阿瑟·拉克艾姆)

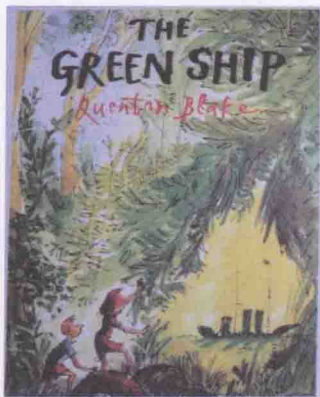


图 1-4 《绿舟》(英国,昆廷·布莱克)

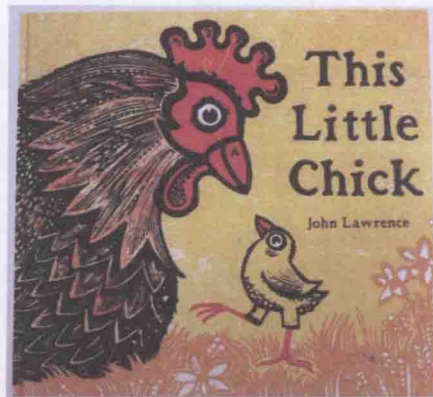


图 1-5 《这只小鸡》(约翰·劳伦斯)

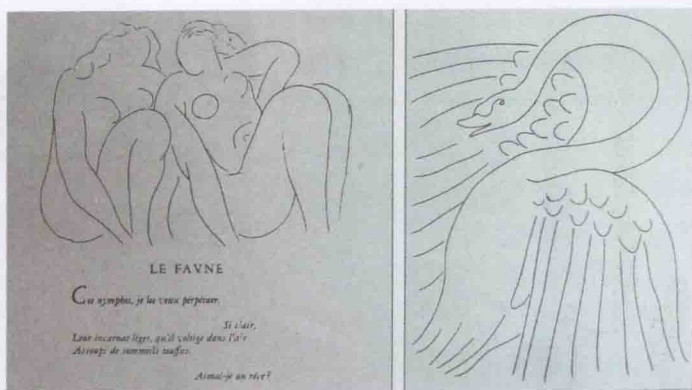


图 1-6 《马拉梅诗集》(马蒂斯)

## 2. 艺术类插图

艺术类插图设计往往具有更加自由的表现空间,在表现形式和使用材料上都给人耳目一新的感觉,如图 1-7~图 1-10 所示。艺术类插图更注重表达作者的思想,插图设计的主题一般是社会新兴事物或对社会问题、历史文化的反思。



图 1-7 织品设计(美国,比约恩·伯格)

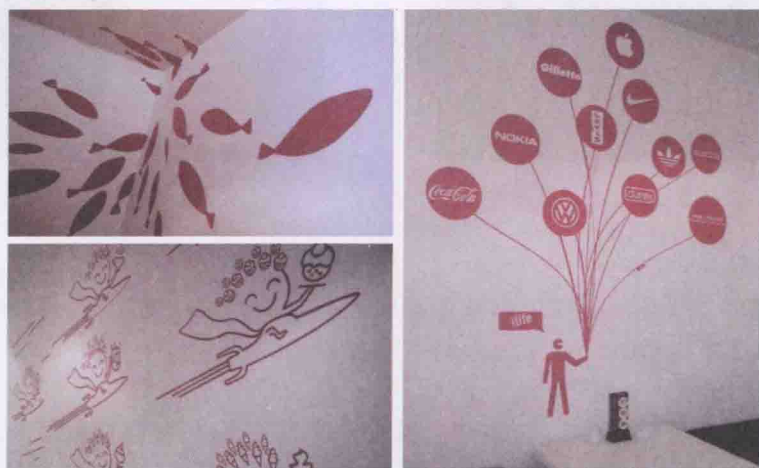


图 1-8 某店铺墙面插图(邹瑜平)



图 1-9 手工绘制吉他(美国,乔恩·伯格曼)



图 1-10 金属桶彩绘(美国,阿吉雷·瓦库)

### 3. 商业类插图

商业类插图可以细分为:招贴广告插图、产品包装插图、企业形象宣传品插图等。商业插图是一种用于商业目的的插图形式,在商业性与艺术性二者中,商业性是首要考虑的问题。图 1-11~图 1-17 为不同类别的商业插图。



图 1-11 月份牌广告插图



图 1-12 饮品公司请柬设计

### 4. 影视类插图

影视类插图是指电影、电视中出现的插画。一般在广告片中出现得较多。图 1-18 为“Volvo 汽车”电视广告插图。

### 5. 数字类插图

插图在传统概念中通常是二维的,随着现代科技的发展,传播媒介由原来的报纸、图书期刊、电视发展为以网络多媒体为代表的多元传播管道。而传播媒介的受众——人,也由原来单纯的看、读,逐渐向集感官、体验于一身的复合接受形式转变。

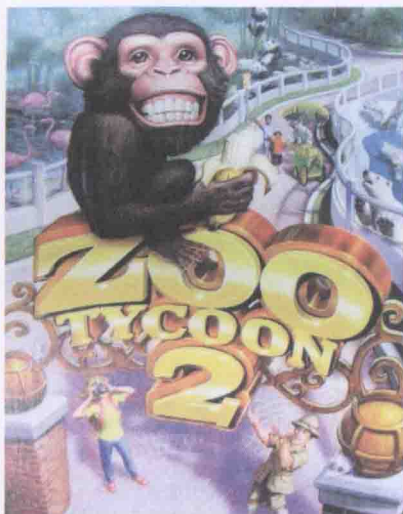


图 1-13 动物园广告插图



图 1-14 Laszlo Kubinyi 葡萄酒  
广告插图(法国)

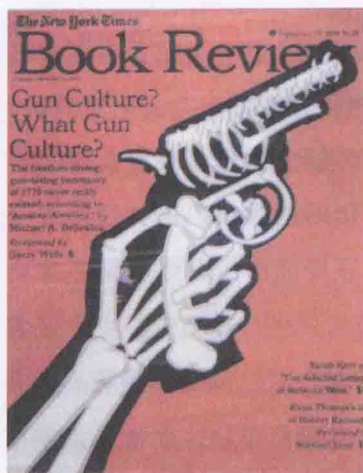


图 1-15 Book Review 报纸插图(美国)



图 1-16 “过客”平面设计作坊宣传卡



图 1-17 “萨摩旅路”包装设计(日本)