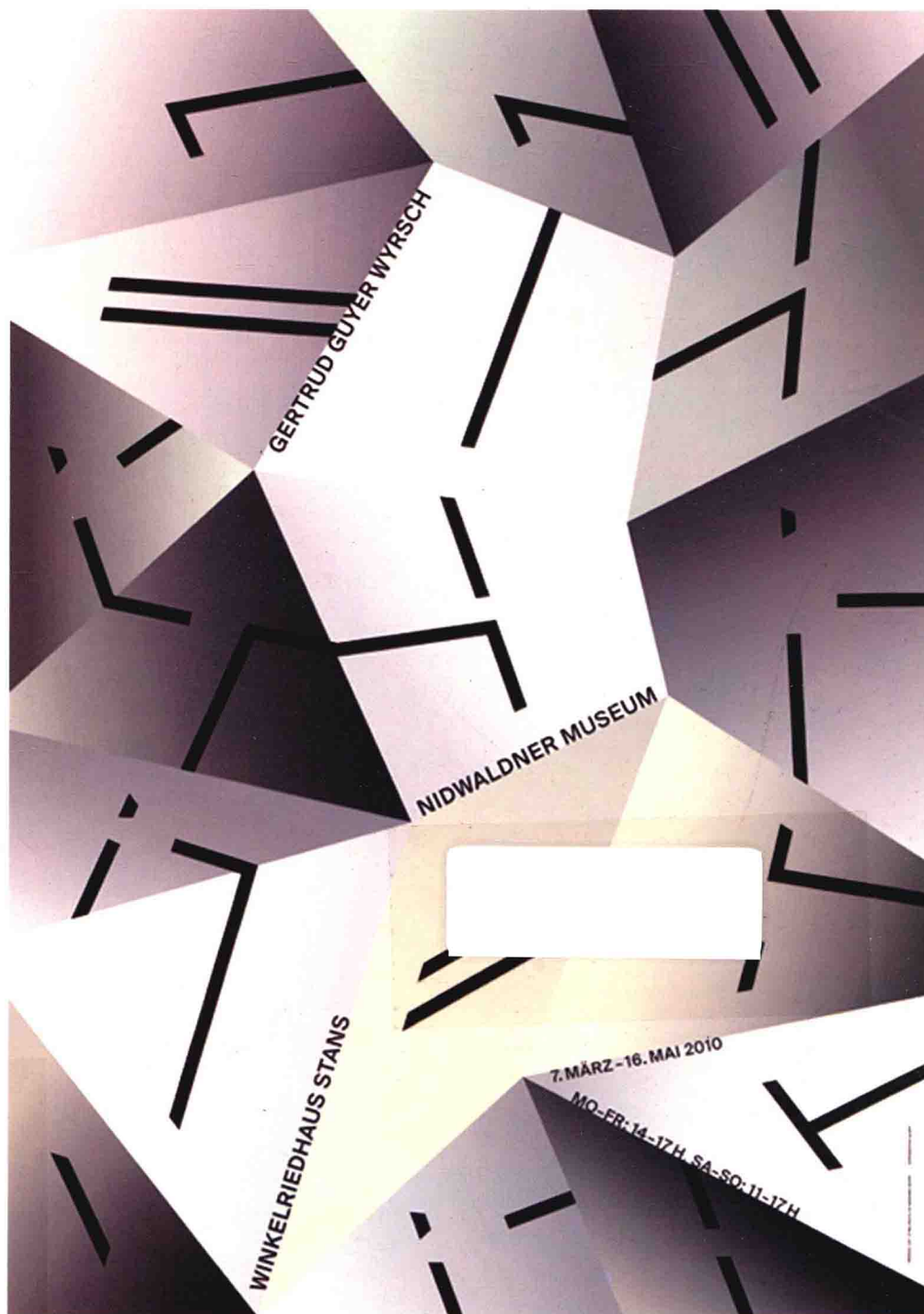


招贴设计

设计创新
与实践应用
“十二五”
规划丛书

任世忠 蒋 婧 著

丛书主编
张 伟
周长积



4

《数字摄影与实践》

《图形创意与应用》

《品牌VI设计创新与实践》

《招贴设计》

《广告创意与实践》

《POP&DM广告设计》

《商业印刷设计》

《服装缝制要领与制作》

《动漫角色设计创新与实战》

《动画运动规律及案例分析》

《设计制图》

《室内设计CAD应用》

《建筑环境综合设计与实践》

《建筑模型设计与表达》

《建筑环境快题设计表现》

《建筑装饰材料与施工应用》

《景观设计与项目实践》

《商业空间展示设计》

《主题性展示设计》

《产品设计创新与实践》

《产品模型制作》

配套课件下载地址:

<http://www.waterpub.com.cn/softdown>



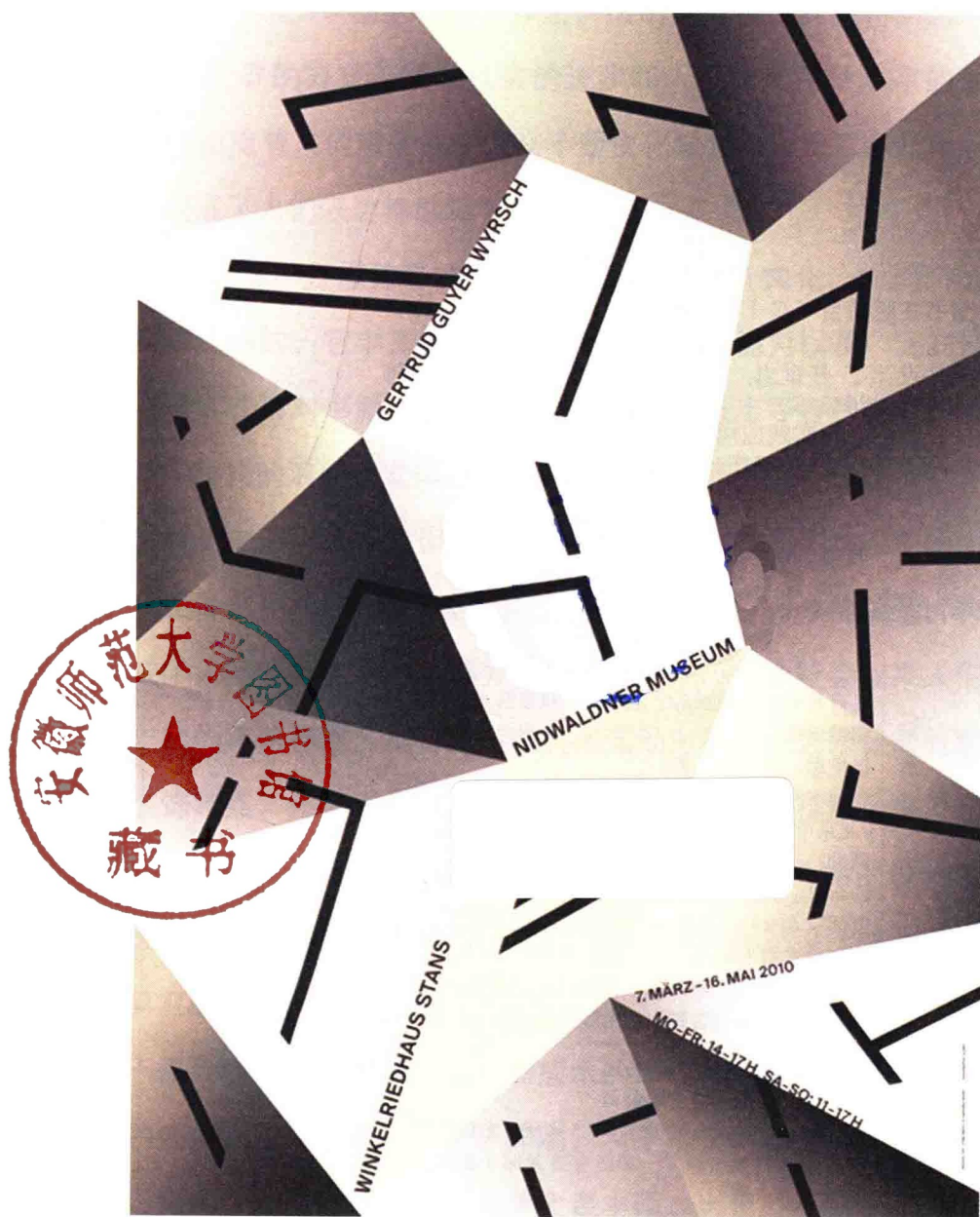
中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

设计创新与实践应用

“十二五”规划丛书

招贴设计

任世忠 蒋 婧 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本教材以理论为先导,以大量图片说明为特色,同时辅以深入的作品说明,学生可在轻松愉快的学习中领悟招贴设计的真谛。教材通过招贴设计概论、招贴设计的创意、招贴的艺术表现、招贴设计中的文字及版式、招贴设计的程序、经典招贴解读及赏析6个单元依序展开对招贴设计的认识、理解和创作。整体框架设置由理论到实践,由整体到局部。

本教材既可作为高等院校设计学类相关专业、视觉传达、平面设计等专业教材使用,又可作为从事相关专业工作设计者的参考用书。

配套课件下载地址: <http://www.waterpub.com.cn/softdown>

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计 / 任世忠, 蒋婧著. — 北京: 中国水利水电出版社, 2015. 5
(设计创新与实践应用“十二五”规划丛书)
ISBN 978-7-5170-3154-3

I. ①招… II. ①任… ②蒋… 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095821号

书 名	设计创新与实践应用“十二五”规划丛书 招贴设计
作 者	任世忠 蒋 婧 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (发行部)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京时代澄宇科技有限公司
印 刷	北京印匠彩色印刷有限公司
规 格	210mm×285mm 16开本 7.5印张 170千字
版 次	2015年5月第1版 2015年5月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	32.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换

| 前言

招贴，按其字义解释，“招”为招引、注意，“贴”为张贴，总体即为“张贴出来招人注意”。由此可见招贴在公共场合起到的广泛宣传作用。招贴设计发展的历史由来已久，早在19世纪下半叶开始，招贴设计就以其独特的艺术形式改变了人们认识世界的方式。随着社会的进步和人们生活水平的提高，招贴设计的风格也随着人们审美的变化在不断变化着。而今日，多元化的审美方式已让招贴变成了人们表达情感最丰富的平台。

招贴设计不同于其他广告媒体形式，受到经济、社会、文化、时间、场所、受众等各种因素的制约，它丰富的表现力、强大的说服能力以及广泛的传播范围决定了招贴设计在面对书籍、电视、广告、报纸、杂志等各种媒体的挑战时，依然能够站在时代的浪尖，发挥自己独特的宣传魅力。

招贴设计的发展历史源远流长，但真正走入大众视线，切实影响人们的生活方式则要从现代设计开始算起。现代设计与工业化生产密不可分的关系，决定着招贴设计变成了人类生产生活的一部分，也不断融入了工业社会以来人们不断推陈出新的丰富的审美标准。不管是工艺美术运动时期、新艺术运动时期独特的招贴上的装饰特点，还是现代主义设计严谨、理性的招贴排版风格，还是进入后现代主义时期直至今日人们多元化的审美方式，不拘一格的设计特色，都没有把招贴设计限制在同一种艺术标准中，反而使得招贴设计成为引领时代设计特色最前卫的艺术设计形式。

招贴设计既不需要像书籍杂志那样需要高成本的印刷，也不需要像电视广告那样经过复杂的处理，它易于设计，便于印刷，利于接收的特性决定了它在现代设计的百年历史中，发展得最成熟，成果也最丰硕。也正是招贴设计这样独特的艺术魅力，成了各个卓越的设计师争相进行思想表现的载体。威廉·莫

里斯、彼得·贝伦斯、朱丽斯·谢烈特、福田繁雄、霍尔格·马蒂斯、刚特·兰堡、雷蒙德·罗维等各个领域的建筑家、产品设计师、平面设计师都在招贴设计领域有过非凡的成就。纵观每年在国际上举办的各类招贴设计展，如波兰华沙国际海报双年展、芬兰拉赫蒂国际海报双年展、墨西哥国际广告展等赛事，我们更可以感受到招贴设计在现代信息社会的重要地位以及对人们产生的深刻影响。

招贴设计作为一种视觉传达的载体，也最能体现出平面设计的形式特征。招贴设计对图形创意、图形语言的精妙处理，对字体设计易读与可读的高要求视觉判断，以及对版式设计的独特把握，都在考验着设计师对宣传信息进行艺术化处理过程中的视觉表现功底。所以，作为艺术设计专业的学生，尤其是作为平面设计方向的学生，学习招贴设计不仅有利于快速认识平面设计的形式特征，也是接触其他设计形式之前最好的试金石和最有效的学习方法。

本教材是设计创新与实践应用“十二五”规划丛书之一，也是面向高校艺术设计专业学生的一本专业指导教材。为了让学生真正领悟到招贴设计的内涵和招贴设计的设计方法，本教材以大量的图片说明为特色，同时辅以深入的作品说明，让学生在轻松愉快的学习中慢慢领悟招贴设计的真谛。本教材通过招贴设计概论、招贴设计的创意、招贴的艺术表现、招贴设计中的文字及版式、招贴设计的程序、经典招贴解读及赏析6个板块以此展开对招贴设计的认识、理解和创作。整体框架设置由理论到实践，由整体到局部。先从整体上对招贴设计有一个概括把握，接着从招贴设计的创意、艺术表现、文字及版式、设计程序等方面，对招贴设计作细节解读，最后，通过东西方14个国家的近四十位著名设计师的经典作品分析，完成对招贴设计的深入巩固。编者旨在通过本教材的学习，让学生深入了解招贴设计的方方面面，以便指导自己的设计实践活动。

由于水平和掌握的资料所限，书中不足之处还望得到各方专家和同仁的批评指正，共同推动设计教育的发展。

作者

2014年冬

| 目 录

前言

单元 1 招贴设计概论	001
1.1 招贴设计的概念	001
1.2 招贴设计的起源与发展	002
1.3 招贴设计的现状	007
1.4 招贴设计的意义	008
1.5 本章小结	009
单元 2 招贴设计的创意	010
2.1 什么是创意	010
2.2 创意思维的过程	011
2.3 本章小结	032
单元 3 招贴的艺术表现	033
3.1 招贴设计的构成要素	033
3.2 招贴元素的创新	052
3.3 本章小结	057
单元 4 招贴设计中的文字及版式	058
4.1 招贴设计中文字的使用	058
4.2 招贴设计的版式	065
4.3 版式设计的创新	069
4.4 本章小结	071
单元 5 招贴设计的程序	072
5.1 招贴设计各部分简介	072
5.2 调研与定位	073
5.3 材料收集与分析	076
5.4 素材表现	080
5.5 突破模式	085
5.6 本章小结	092
单元 6 经典招贴解读及赏析	093
6.1 西方经典招贴解读及赏析	093
6.2 东方经典招贴解读及赏析	102
6.3 本章小结	112
参考文献	113
后记	114

单元1 招贴设计概论

1.1 招贴设计的概念

1.1.1 什么是平面设计

Graphic Design, 从装潢设计到平面设计, 再到视觉传达, 经历了数次命名变更, 每一次变更都是对其定义与作用的深入思考。“平面设计”这个词正式成为国际设计术语, 是第二次世界大战之后, 它主要指在平面空间中的设计活动, 其内容是限定在二维的空间范畴之中的, 其核心目的在于传达信息。在过去, 平面设计主要指手工绘制的海报、图案和印刷品的设计, 如包装设计、书籍设计、标志设计、字体设计、VI 设计等, 随着媒体和技术的不断更新, 现在的平面设计更延伸出了新媒体领域的具有互动性质的设计, 如网页设计、用户界面设计、界面设计、交互设计等。

对平面设计的讨论, 应该关注它的两大特征, 一个特征是平面艺术, 在最初的平面艺术创作活动中, 就存在图画、文字、版式等艺术内容, 后来又涉及到了木刻、石刻、腐蚀版、丝网印等多种艺术形式, 发展到现在, 又出现了与电脑紧密相关的数码艺术。从中国的甲骨文到两河流域的楔形文字, 从公元前 1500 年出现的埃及草纸书到大量的墓穴壁画, 人们总会尝试用图文结合的方式, 来记录、表达某一事件或某种观点, 因此, 平面设计与艺术无法分割, 它始终包含一种艺术创作的行为。而平面设计的另一大特征, 就是印刷发行。平面设计与印刷有着极其密切的关系, 当作品通过印刷技术而得以批量生产的时候, 设计就与单张的, 不可复制的艺术作品产生了区别, 更重要的是, 印刷技术使得大量的设计作品被广泛的传播, 使普通人也能够有机会接触艺术、欣赏艺术, 使得这种艺术形式具备了“民主”的进步意义。因此, 尽管早期的平面艺术形式也具备平面设计的各个元素, 但仍不能称为严格意义上的平面设计, 真正的平面设计的开端, 应该是从印刷作品开始的。

1.1.2 什么是招贴设计

在印刷类的现代平面设计中, 有一个重要的分支, 就是本书所要探讨的招贴设计。招贴, 即海报, 是平面设计的一个重要载体, 以印刷为主要形式, 集合了文案、字体、图

画、版式、色彩、印刷技术等多重要素，具有传递信息、传播文化的功能。随着商业和印刷技术的发展，从 20 世纪开始，招贴作为独特的艺术形式，见证了政治、经济以及意识形态的变迁，成为了人类历史上重要的视觉文献。尽管随着媒体技术的不断发展，招贴的传播速度与广度较之电子媒介处于劣势，但其特殊的艺术性与趣味性，依旧会在诸如艺术、音乐、戏剧、教育、展馆等特殊的领域，继续闪烁着耀眼的光芒。

1.2 招贴设计的起源与发展

任何一种艺术形式的发展，都离不开技术、经济与意识形态的推动。我们不妨从这三个方面入手，以较为全面的视域，梳理招贴设计的起源与发展。

1.2.1 技术对招贴设计的影响

前文中提到，平面设计的一大特征就是印刷发行，作为平面设计一部分的招贴设计，自然与印刷息息相关，印刷技术的进步，不仅影响着招贴设计的发行数量、发行速度，更影响着招贴设计的制作精度与画面风格。传统的印刷技术有四种，分别是凸版印刷、凹版印刷、平版印刷和孔版印刷。而新兴的数码印刷技术，也以其独特的优势，颠覆了印刷行业的发展。

凸版是最早出现的印刷方法，早在隋代，中国便利用木版雕刻发明了凸版印刷术。凸版印刷的原理是在木板或泥板的平面上雕刻，将不需要印制的部分刻掉，需要的文字、图案保留为凸起部分，然后用布在凸起部位拓墨，再将纸敷到上面，施以压力，得到印刷内容。由于这样直接的印刷原理，因此刻板的画面、文字必须是反的，就像中国的印章，需要经验丰富的工匠才能完成。手工雕版的风格与工匠或艺术家的技术和印版的材质有很大的关系，木版、泥版由于材质较软，不适于刻画得过于精细，反倒会体现出一种粗犷有力的艺术气质，后期的铅版、锌版、树脂版则大大提升了画面的细致程度，活字印刷术、机械轮转机和照相感光技术的出现，使得凸版印刷的效率得以大大地提高。现在，招贴上的一些特殊工艺，如烫金、烫银、压凸、成型等，依然会使用凸版印刷。

凹版的印刷工艺与凸版刚好相反，是将需要印制的图案和文字在平版的表面刻下去，然后用黏稠的油墨填满凹槽，再把平版表面擦拭干净，使用一定的压力，使纸张吸附到凹槽中的油墨。早期最普遍的凹版是铜版，因为铜版较软，可以刻画出非常细致的画面，又由于其制版成本和技术较高，不易被仿制，因此凹版印刷常被用来印制货币、证券、邮票、证书等精细、正式的印刷品，用凹版印刷技术印制的招贴，可以达到近似于货币的精美图案。凹版印刷的另一好处是，它的承印物范围较广，可以在纸、塑料薄膜、布匹等材质上实现印刷活动。但由于它的制版成本较高、时间较长，因此不适于小批量印刷，这对于凹版印刷的发展，也有一定的限制作用。

平版印刷的制版工艺较之凸版印刷和凹版印刷有了很大的改善，1798 年，作曲家塞纳菲尔德无意中发现了写于石板上的油性墨迹不能被水洗掉的现象，通过一再试验，终于发明了平版印刷的

原理：水油相斥。制版时，使需印制的图文部分吸收油墨而抗水分，不需印制的部分吸收水分而抗油墨，从而实现印刷。平版印刷是一种间接印刷工艺，它先将图像转印到橡皮滚筒上，再由橡皮滚筒转印到纸上，这样经过两次反转，图像仍可以保持正向，因此，平版印刷的制版与印刷成品的图像方向一致，这就大大降低了制版的难度。平版印刷由于制版便宜，成本低，速度快，图像精准度高，使招贴作品得以更为迅速、广泛的传播。时至今日，平版印刷仍是制作招贴的主流印刷方式之一。

孔版印刷也是起源于亚洲，早在 500 年前后，中国和日本就开始使用孔版印刷，至 16 世纪，欧洲也开始使用此项技术。孔版印刷的原理是利用纺织物、金属片等各种材质，在上面雕刻镂空的孔洞，再将承印物放至孔洞下方，用刮板在版面上刮压油墨，于是，有孔洞的部分，油墨就渗透至承印物上，没有孔洞的部分，承印物则表现为空白，以此实现图文的转印。目前，孔版印刷主要指的是丝网印刷，并运用感光材料制作孔洞。它的优势是油墨堆叠厚重，色彩饱和鲜丽，并且，由于承印物与版面并无直接接触，因此几乎可以转印在所有材质上，包括弧面上。但丝网印刷的局限在于它的印刷速度慢，印刷精度有限，因此，更适合小批量，并且追求独特风格的招贴设计，比如 20 世纪 60 年代的波普艺术家，就十分喜爱用丝网印刷技术创作招贴。

到了 20 世纪 80 年代，电脑的普及带来了印刷行业的技术革新，数码印刷正在以迅猛的趋势，占据着商务印刷领域。桌面出版的方式，使得设计、制版与印刷行业日益细分，设计师不再担任制版的任务，可以有更多的精力投入到市场调研、形象策划、方案研究等环节，工作更加纯粹，设计师的个人素养和风格也就在招贴设计中体现得更加真切。此外，数码印刷直接由电子样稿以数码的形式输入到印刷机器，省略了制版过程，大大地节省了时间与工序，在要求精准、快捷的小批量商务招贴中，占据着很大的优势。

1.2.2 政治、经济对招贴设计的影响

可以说，经济是推动人类社会发展的巨大车轮，在人类的文明史中，占据了不可撼动的地位，它深刻地影响着政治形态，引导着文化的走向，而招贴设计这一与商业、社会无法分割的艺术形式，足以体现出人类政治、经济的发展历程。随着东西方经济的交替兴衰，招贴设计也出现了此起彼伏的发展态势。

在遥远的农耕时代，当人们开始使用图形与文字进行记录与表达，招贴的各个要素就已经具备。宗教与统治阶级利用图文结合的形式来记录丰功伟绩，实现与神灵的沟通，巩固统治地位，如古代埃及的纸草书，欧洲的手抄圣经，均可被视为是招贴设计的雏形。当时的招贴，更多的发挥着政治、宗教功能，以手绘的形式制作，版式紧密丰富，又相对统一，刻画生动，具备一定的装饰效果。这可谓是招贴设计的萌芽阶段。

经历了黑暗、落后的中世纪，到了文艺复兴时期，政治趋于稳定，经济、文化状况有

了较大的改善，对宗教的需求和对教育的复兴，促使了招贴设计的进一步发展。由于对信仰的虔诚和政治给予的安定空间，手绘的教义、插图，达到了空前的辉煌，绚丽豪华的装饰图案，变幻莫测的版式结构和庄严典雅的字体，夸张繁复的首字母，极大地激发了招贴的艺术价值。

文艺复兴时期，绘画上发现了透视技法，这使得招贴在画面的处理上更加生动逼真，在题材上，也不仅仅单纯的表现神灵，而更多的关注了人的生活。意大利的威尼斯是当时最为繁华的商业港口，来自世界各地的商人均在此进行贸易活动，商业的交流促进了招贴设计的发展，来自德国、法国的工匠把先进的印刷技术带到威尼斯，开办厂房，大量适于印刷的字体、版式、商标和篆刻技术被发明并应用。此外，促使招贴发展的另一个原因是海外殖民的兴盛，随着哥伦布发现新大陆、麦哲伦环绕地球，欧洲对海外殖民的渴望达到鼎盛，一旦发现新的版图，便实行殖民统治。在殖民的过程中，传教工作必不可少，对宣传品的需求也大大增加，考虑到其他民族对欧洲文字的不熟悉，所以招贴采取用图画解释教义，配合少量文字说明的形式。这一阶段，可以算作招贴设计的探索阶段。

18—19 世纪，工业革命为欧洲的经济带来了质的飞跃。新能源的启用，促进了生产力的发展，批量生产使得大众市场迅速形成，大量的商品需要包装与宣传，从而促使商业招贴大为兴盛。它的主要特征有三点：其一，行业不断细分，字体设计、版式设计、插画设计、制版、印刷，不再是一个人一手包办，促成了设计专业化的趋势。其二，对工业化的崇尚，促使无衬线字体被发明与应用，摄影技术的发明，颠覆了招贴设计中图像的表现方式，字体与图像的发展极大地改变了招贴设计的面貌，为 20 世纪的平面设计奠定了重要的基础。其三，19 世纪中期木版雕刻的兴盛使招贴设计的字体与版式丰富多彩，19 世纪 70 年代后彩色石板印刷技术使彩色招贴不再是权贵专享，而是走向街头，走进千家万户，真正成为有力的信息传播媒介。

进入 20 世纪，招贴设计的需求量与日俱增，达到了空前发展的程度，经济、政治、科技对招贴设计的影响是不可忽视的。20 世纪初期，欧洲，尤其是设计发展的中心——英国，延续着工业革命和维多利亚时期的发达与富足，商业与艺术共同繁荣，招贴设计也呈现平和、装饰、繁复的风格面貌。20 世纪 20 年代之后，招贴设计被作为民主化的政治手段得到普及。由于战后经济的强盛，美国的设计风格也极大地影响着世界各个国家，呈现出浓厚的国际主义风貌。此时的亚洲国家——尤其是日本，也得到了迅速的发展，在糅合了东西方的设计特色后，形成了独特的招贴设计语言，令人耳目一新。直至 20 世纪 80 年代，电脑的普及与应用革新了招贴设计的手段，美国由于领先的电脑技术而取代英国，正式成为了世界的设计中心，网络的出现，促进了招贴设计在全世界范围内的相互影响与积极交流。

1.2.3 艺术思潮对招贴设计的影响

不仅是招贴设计，纵观艺术史的发展，每一个时期总会呈现出相对统一的艺术面貌与风格，这种相似性与当时的艺术理念与思潮不可分割。对艺术风格的追求，总是出现盘旋上升，此起彼伏的

状态,因此对艺术思潮的了解,不仅能够帮助分辨每一时期作品的艺术体征,更可以深层次的解读作品的精神面貌与艺术追求,招贴设计,自然也包括其中。

1.2.3.1 工业革命期间的实用主义

1760—1840 年的工业革命时期,由于人们将更多的精力投入到生产技术的革新中,招贴设计体现出一种实用主义的风格。在这一阶段,字体设计出现了大繁荣,为了使招贴广告能够更加的醒目,设计师开始简化衬线,加粗笔画,增加字体宽度,使字体呈现一种强烈的现代气息,直至 1816 年,威廉·卡斯隆发明了无衬线字体——当时命名为“双线英国埃及体”,为 20 世纪的招贴字体奠定了重要的基础,最终发展为现代设计中最重要字体形式。这一时期的招贴设计,并没有专业的设计师从事创作,而是由印刷公司与广告主协商定稿的,因此版面呈现字体、纹样、插图都紧密排列成方正版面的态势,长单词成为版面的主导,较短的单词需要配合长单词的尺寸被拉长或纵横排列,较为主要的标语,通常选择大号或粗壮的字体,以产生醒目的效果。这一时期虽然设备与技术简陋,但仍出现了大量优秀的作品。

1.2.3.2 维多利亚风格的招贴设计

亚历山大丽娜·维多利亚是英国历史上执政时间最长的女王,她在位时间长达三个世纪——19 世纪 30 年代至 20 世纪初,第一次世界大战爆发之前,这段时间英国工业发达、社会安定、文化繁荣,因此被称为“维多利亚时期”,由于此时的艺术呈现出阶段性的特殊的风貌,因此也引申出了艺术与设计上的“维多利亚风格”。

维多利亚风格的招贴设计,一大显著特点是对中世纪哥特风格的推崇。由于当时知识分子对哥特时期的道德、信仰的崇拜与向往,致使哥特风格在建筑、绘画、平面设计界迅速流行。出于对实用主义和工业化的抗争,招贴设计在题材上出现了以中世纪和古典神话为中心的倾向,在形式上追求浪漫主义、繁琐的装饰性与异国风情,同时也表现出复杂的矛盾与折中倾向。

1.2.3.3 工艺美术运动中的招贴设计

工艺美术运动起源于 19 世纪下半叶的英国,至 20 世纪初期结束。由于工业革命带来的批量生产,大量的新生产品设计丑陋,缺乏美感。此外,维多利亚风格的后期,矫揉繁琐之风致使设计水准大幅降低,于是激发了艺术家与设计师想要改变设计现状的愿望。工艺美术运动从建筑、产品设计也延伸到了书籍、平面设计,代表人物则是艺术家、诗人威廉·莫里斯,他以克姆斯哥特出版社为平面设计的大本营,发行了工艺美术运动中登峰造极的平面设计作品。

工艺美术运动的设计风格有几个特点:崇尚中世纪美学价值与哥特设计形式,反对矫揉造作的维多利亚风格;主张向自然学习,喜爱使用自然花草图案和东方装饰艺术;注重设计的实用性和民主性,认为设计作品应该具有良好的信息传达功能,应该适合大众,朴

实、真诚。这些主张极大的影响着招贴设计的风格面貌，招贴设计中，减少了维多利亚时期的繁复装饰，版式变的简练、明确，注重首字母的装饰。金体字（Golden）被创立，字体设计上更注重古典主义的比例与审美，卷草等自然形态的底纹大量被运用，为当时的平面设计带来一股清新的风气。但由于这个运动的复旧特性，企图恢复手工艺，阻止工业化进程的退步思想，并没有成为现代平面设计的真正起点，如图 1.2.1、图 1.2.2 所示。

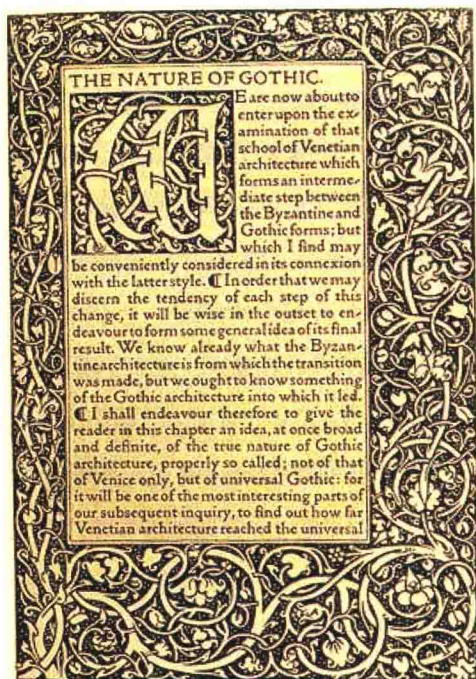


图 1.2.1 《The Nature of Gothic》

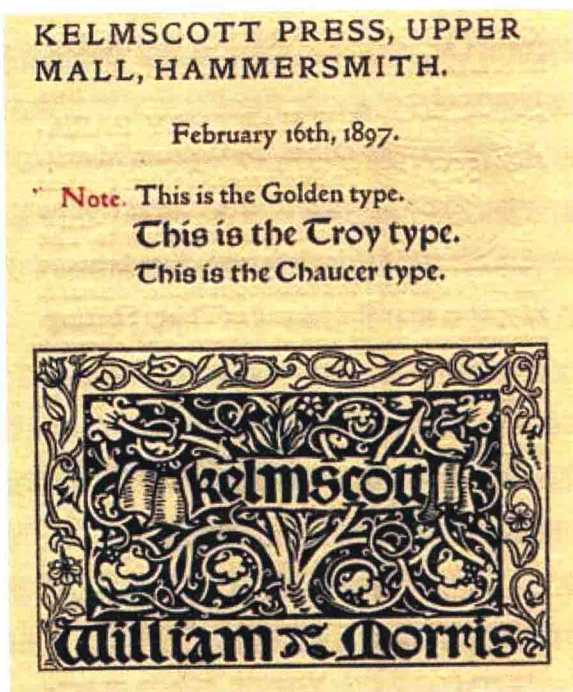


图 1.2.2 《Type faces》

1.2.3.4 新艺术运动对招贴设计的影响

与工艺美术运动相互交叠着，19 世纪末至 20 世纪初，新艺术运动席卷欧美大陆，它几乎波及了所有的设计领域：建筑、家具、产品、首饰、服装与平面。从这场运动的宗旨来看，它与工艺美术运动有很大的相似之处：都在反对矫揉造作的维多利亚风格；都主张向自然学习，汲取自然形态；都崇尚手工艺，反对机械化；都受到东方艺术的强烈影响。但是这两个运动的区别在于：工艺美术运动推崇哥特风格及中世纪的审美标准，而新艺术运动则选择放弃传统，更加彻底的以自然风格作为创作的依据。

新艺术运动用自己独特的创作理念，带给招贴设计新的面貌。首先，新艺术运动的自然主义倾向，使设计师在创作招贴时，十分强调曲线与有机形态的运用，这些装饰图形大多来自于植物或动物，也为这种风格带来了“面条风格”或“蚯蚓风格”的有趣绰号；其次，新艺术运动受到来自东方，尤其是日本浮世绘的影响，改变了维多利亚时期大量阴影和立体图形的运用，更多的使用单线平涂的形式，使招贴的画面呈现出清新自然的风貌；第三，由于商业的发展与促进，商业招贴的需求大幅上升，为了追求传达效果，很多设计师放大了海报的尺寸，其中画面人物的尺寸接近真人的

比例,这使得巨幅海报的视觉冲击力大大增强,并且人物生动、真实,甚至引领了社会的时尚走向。还有很重要的一点,新艺术运动对“历史主义”的大胆否定,从精神内涵层面,奠定了接下来现代主义运动的基础。但由于这场运动的设计手法依旧无法脱离装饰性的、手工艺的,因此依然是陈旧的、落后的,同样无法真正引领现代设计的开端,而是作为新旧交替的产物而存在。

1.2.3.5 现代主义运动对招贴设计的影响

在19世纪之前的每个世纪之交,都仅仅是纪元的交替,平面设计的更迭也不过限于形式而已。但工业化的发展导致欧美资产阶级的兴起,致使整个资本主义国家社会结构的巨大改变,因此,20世纪初,艺术界、建筑界和设计界产生了影响力波及全世界的重大变革,这个变革比之前所有变化都来得更激烈,更彻底,更迅猛,这就是“现代主义运动”。现代主义运动从建筑设计开始,逐步波及到平面设计领域,它不仅使平面设计从形式上发生了变化,更重要的是,它认可工业化、机械化的发展,真正确立了为大众而设计的理念,使招贴更加适合大众的审美、阅读与批量生产。

现代主义运动对招贴设计的影响主要有两次巨变,第一次巨变是20世纪初到第二次世界大战前后,在此期间的艺术风格称为“经典现代主义”,它创立了一种简明、朴素的设计美学,主张用简单的直线、去装饰性来表现民主主义的思想,大量几何图形和无衬线字体的应用,具备非常鲜明的时代气息。第二次巨变是20世纪60年代,以“波普运动”作为始端的风格转变,在这个转变中,个人主义被极端的放大,设计作品注重设计师个人风格的表达,其评判标准也呈现多元化,并出现了多个流派百家争鸣的状态,比如招贴设计在表现形式上受立体主义、达达主义影响很大,在艺术表现上,尤其是插画的设计,受到超现实主义影响颇深,而在思想观念上,更多地倾向于未来主义等。

006

007

1.3 招贴设计的现状

20世纪80年代起,招贴设计的手段发生了巨大的变化,电脑被广泛地运用到设计领域,而平面领域成为数码技术推广的源头,招贴设计的地位随着媒介的发展而逐步提升,设计行业愈发专业和细化。90年代,招贴设计出现了两个重要主题,其一就是绿色环保题材的大量涌现。环保议题可追溯于60年代的嬉皮主义与反工业化的态度,80年代的政治运动将环境问题真正提上议程,从而促使了设计层面对环保题材的关注,如水资源的合理利用,拒绝过度砍伐森林,禁止猎杀珍稀动物,反对皮草,减少工业污染等,这些题材在招贴设计教学和社会公益招贴广告中被大量涉及。第二个重要的主题就是新技术的发展。电脑、网络、信息技术的发展,被称为是人类历史上的第二次工业革命,它彻底地改变了招贴设计的制作、印刷与承载形式,设计师逐步摆脱了手绘招贴的复杂工序,软件的

操作已逐步替代了绘画的技法，成为招贴制作的主要手段，如同好莱坞的大片一样，复杂的、精细的、梦幻的图像在技术层面的难度逐步减少，设计师可以有更多的精力投入创意，关注创作理念，而制作的周期也大大减少了。

就招贴设计而言，新世纪的招贴形式已不再仅限于纸质、布质的静态形式，更出现了电子广告位、互动广告位等动态形式，招贴已经更多的与网络技术连接，跨界呈现，以更人性化、更多方位的交流手段扩充招贴的展示内容，这里面仍旧包含着传统的招贴元素：字体、图像、版式，也涉及了很多新生的因素：动画、视频、互动性等，可以说，招贴设计的颠覆性革命，是从现在开始的，因此，不难预测，21 世纪，技术将重新构筑我们的招贴世界。

1.4 招贴设计的意义

1.4.1 政府需求

招贴设计并不是最初就带有浓重的商业味道，而是源于人们在社会生活中沟通信息的需要，所以，最初的招贴设计，是以“社会广告”的形式出现的，比如中国商周时期的“诰书”、战国时期的“令”、汉朝的“诏书”、官府的“批、判、志”等，均为古代政府向世人传达信息的方式，也就形成了广义上的招贴雏形。据资料显示，最早的招贴可以追溯到公元前 1000 年，古埃及捉拿逃犯的广告，现存于大英博物馆内。

再来看现代的政治招贴，以美国为例，每一轮总统大选，竞选者都会投入上亿美元的宣传费用，其中招贴占有很大比例，尤其在网络还不是很普及的地区，或是针对不经常使用网络的人群，招贴的宣传力量不可小觑。

1.4.2 产品需求

封建社会的经济迅速发展，为了更好地宣传自己的产品，将价格、性能等基本信息告知他人，商业性的招贴设计应运而生。据记载，北宋时期的济南刘家功夫针铺，就设立了“白兔捣药”的招贴，利用铜板雕刻印制而成，是最早利用印刷技术制作的广告，现存于中国历史博物馆内。这幅招贴图文并茂，含有招贴的各个元素：

标题——“企业名称”，即“济南刘家功夫针铺”。

商标——白兔捣药图，提醒人们认清门前“白兔捣药”的品牌标志。

正文——“收买上等钢条，造功夫细针，不误宅院使用”，意思是说刘家功夫针采用上等的钢条为材质，并经过精心打造，好用耐用。这段文字不仅说明了经营项目，还宣传了其品质的上乘。

附文——“客转为贩，别有加饶，请记白”，意思是如果顾客大量批发，转手贩卖的话，可以享受优惠的价格。这段文字表明了店主的经营方法和优惠政策。

从案例可以看出，招贴设计的商业性也是历史悠久，随着商业和印刷技术的发展而大为兴盛。当今社会中，商业广告更是比比皆是，已经成为商家门必不可少的宣传媒介。

1.4.3 城市需求

招贴之所称之为“招贴”，自然是需要张贴于城市的各个角落的，尤其是人员密集、繁华的商业街区，招贴的广告位更是火爆抢手的媒体。出色的招贴不仅可以承载政治、商业、公益的信息，也可以妆点城市的街头，成为一道有趣、亮丽的风景线。

为了规范招贴的应用，城市通常会设立专有的广告位。在中国，以平面的海报栏或内设灯箱的广告位较为常见，适合放置在建筑的墙体上；在欧美国家，则有许多立体的柱型广告位，更适于设立在街角路边，方便各个角度的路人观看。

1.4.4 消费者需求

招贴设计可以提升品牌的信任度，提高产品的知名度，并为消费者提供信息指导。每一幅商业招贴，都是一则产品的广告，它会传达产品的性能与功效，让消费者在选购商品的时候有所依据。比如我们需要买洗发水，如果最近头发很痒，有头屑，就会根据看过的招贴广告，选择海飞丝、清扬等有去屑功效的洗发水；如果想要强韧发根，滋养发梢，可以选择潘婷、力士等滋养品牌；如果需要专业护理，可以选择沙宣、施华寇等专业度更高的产品。这些信息并不一定全部是招贴广告所传递给我们的，但是，招贴的效用，尤其是张贴在购买场所的招贴广告效用是不可忽视的。

008

009

1.5 本章小结

1.5.1 知识点提炼

本章介绍了招贴设计的概念、意义，并对其起源、发展及现状做了概括性的说明。可以说，招贴设计的发展是人类技术、经济与意识形态共同作用的结果。电子媒介的迅猛发展为招贴设计带来了新的形式，更带来了新的秩序与规则，我们需要在现有的知识构架上，不断更新自己的认知，才能跟上时代发展的步伐。

1.5.2 课后任务

- (1) 试分析技术的发展给招贴设计带来了怎样的变化。
- (2) 总结招贴设计在新媒体中的应用。
- (3) 尝试创作一幅“维多利亚风格”的招贴设计。

单元2 招贴设计的创意

2.1 什么是创意

如果我们提问：对于招贴设计来说，什么最重要？一定有非常多的人会选择：创意。的确，可以说每个热爱招贴的人，都是从热爱创意开始的。那么创意又来源于哪里呢？它究竟可不可以被训练呢？

图 2.1.1（一）和图 2.1.1（二）是梅赛德斯－奔驰以色列分部在 2011 年推出的三幅招贴广告，主题为“左脑与右脑”。通过这三幅图，能够很清晰地看到，我们的左右脑分工非常明确，左脑负责与逻辑、运算等跟理性有关的事务，而右脑负责与创造、情绪等跟感性有关的事务。左脑是以语言处理信息、控制知识、判断力、思考力，因此被称为“知性脑”；右脑控制着自律神经与宇宙波动共振，由于是图像脑，因此造型、创造能力优越，被称为“艺术脑”，左右脑的充分利用，通常才会产生一个融洽的大脑。

创意是传统的叛逆，是打破常规的哲学，是破旧立新的创造，是具有新颖性和创造性的想法。表面看起来，创意是与我们的右脑紧密相连的，因为右脑极富感受力，富有想象、创新的能力，但实质上，能够应用于招贴设计的创意与左右脑都不可分割，因为设计中的创意，需要在新奇的基础上寻求合理性，在强调感性表达的背后寻求理性的支撑。



图 2.1.1（一）梅赛德斯左右脑

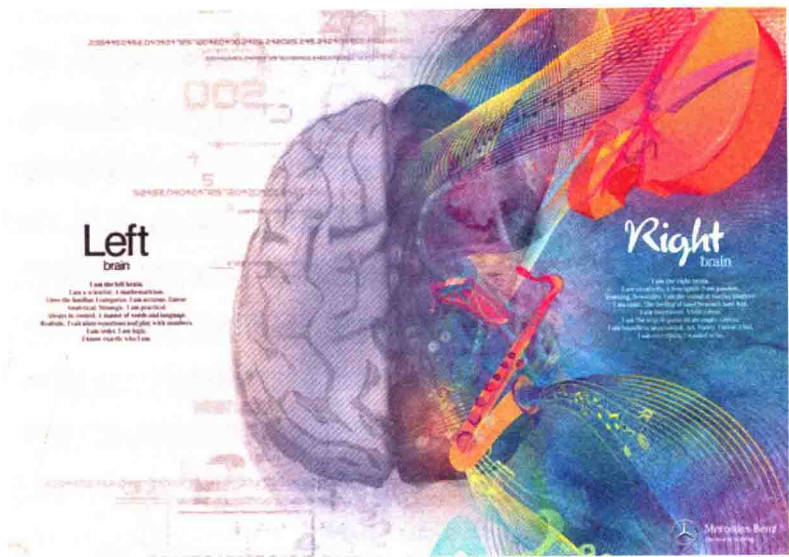
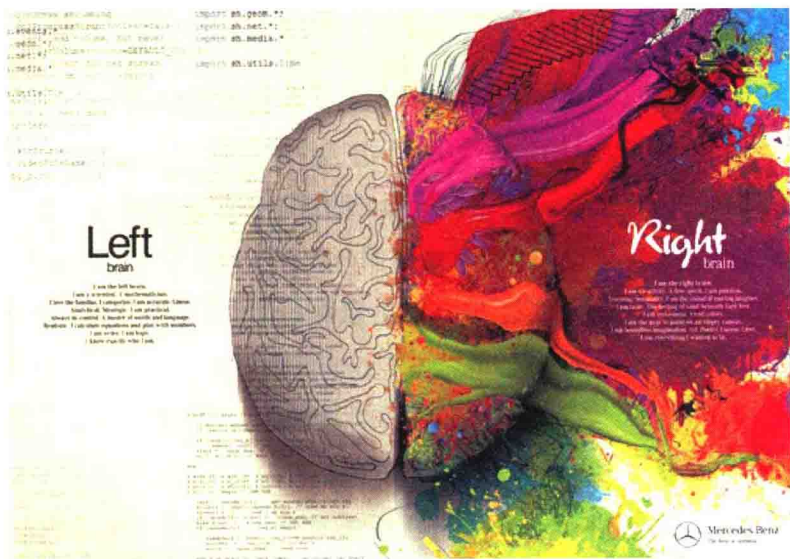


图 2.1.1 (二) 梅赛德斯左右脑

2.2 创意思维的过程

创意思维的过程是复杂的，因人而异的。对有些人而言，创意需要良好的环境或气氛，可能在听音乐、看电影或跑步、洗澡的时候更容易产生好的创意，而对有些人而言，就需要集中精神，通过对材料的整理、分析、归纳、排除等系统的步骤，最终得出合理的创意。但对于专业的设计从业人员，一个项目的日程安排通常是非常紧凑的，它不允许我们以守株待兔的态度将时间白白荒废，因此，我们需要借助一些积极的方法，激发灵感，主动寻求创意方案。