

• DESIGN •

全国高等院校设计类“十三五”规划教材

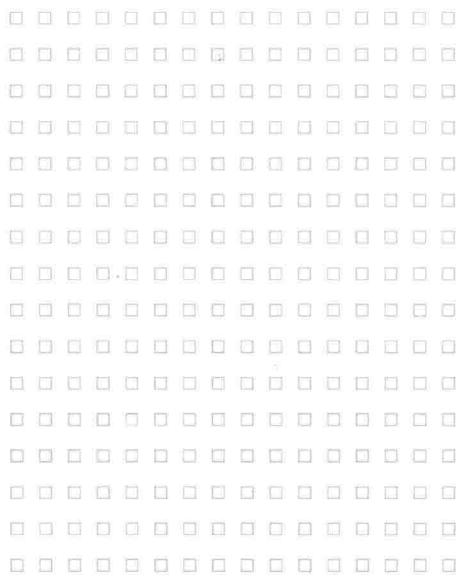
- 学术顾问 陈汗青 潘长学
- 丛书主编 罗高生
- 丛书副主编 王 娜 姚 湘



插画设计及应用

Chahua Sheji ji Yingyong

张颖华 冯 波 廖丰丰 刘洪艳 主编



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

- 学术顾问 陈汗青 潘长
- 丛书主编 罗高生
- 丛书副主编 王娜 姚湘

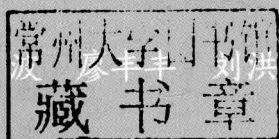


全国高等院校设计类“十三五”规划教材

插画设计及应用

Chahua Sheji ji Yingyong

张颖华 冯



刘洪艳 主编



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP) 数据

插画设计及应用 / 张颖华等主编. — 武汉 : 华中科技大学出版社, 2017.6

ISBN 978-7-5680-2942-1

I. ①插… II. ①张… III. ①插图 (绘画) — 绘画技法 IV. ①J218.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 126897 号

插画设计及应用

Chahua Sheji ji Yingyong

张颖华 冯 波 廖丰丰 刘洪艳 主编

策划编辑: 张 毅 江 畅

责任编辑: 刘 静

封面设计: 原色设计

责任监印: 朱 玢

出版发行: 华中科技大学出版社 (中国·武汉) 电话: (027) 81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编: 430223

录 排: 武汉正风天下文化发展有限公司

印 刷: 武汉科源印刷设计有限公司

开 本: 880 mm × 1230 mm 1/16

印 张: 7

字 数: 184 千字

版 次: 2017 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 50.00 元



华中出版

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

编 委 会

学术顾问: 陈汗青 潘长学

丛书主编: 罗高生

丛书副主编: 王 娜 姚 湘

编委 (按姓名拼音排序):

- 邓卫斌 湖北工业大学工业设计学院副院长
耿慧勇 哈尔滨理工大学艺术学院动画系主任
何风梅 东莞职业技术学院艺术设计系主任
贺锋林 广州大学松田学院艺术与传媒系主任
胡晓阳 浙江传媒学院设计艺术学院院长
黄海波 常州大学艺术学院副院长
李超英 广东南方职业学院信息技术系应用艺术教研室主任
李向阳 广东农工商职业技术学院艺术系主任
陆序彦 湖南人文科技学院美术与设计学院副院长
毛春义 武汉设计工程学院副院长
欧阳慧 武汉设计工程学院视觉传达设计系主任
蒲 军 武汉设计工程学院环境设计学院副院长
施俊天 浙江师范大学美术学院副院长
汪 清 四川师范大学影视与传媒学院副院长
王 中 湖北汽车工业学院工业设计系主任
王华斌 华南理工大学设计学院工业设计系主任
王立俊 湖北经济学院法商学院副院长
王佩之 湖南农业大学体育艺术学院产品设计系主任
吴 昊 安徽商贸职业技术学院艺术设计系主任
熊青珍 广东财经大学艺术与设计学院产品设计系主任
熊应军 广东财经大学华商学院艺术设计系主任
徐 军 常州艺术高等职业学校艺术设计系主任
徐 茵 常州工学院艺术与设计学院副院长
许元森 大连海洋大学艺术与传媒学院副院长
鄢 莉 广东技术师范学院工业设计系主任
杨汝全 仲恺农业工程学院何香凝艺术设计学院产品设计系主任
姚金贵 华东交通大学理工学院美术学院院长
叶德辉 桂林电子科技大学艺术与设计学院副院长
郁舒兰 南京林业大学家居与工业设计学院副院长
周 剑 新余学院艺术学院副院长

PREFACE

序言



当前，在产业结构深度调整、服务型经济迅速壮大的背景下，社会对设计人才素质和结构的需求发生了一系列变化，并对设计人才的培养模式提出了新的挑战。向应用型、职业型教育转型，是顺应经济发展方式转变的趋势之一。《现代职业教育体系建设规划（2014—2020年）》和《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》强调要推动一批普通本科高校向应用技术型高校转型。教材是课堂教学之本，是师生互动的主要依据，是展开教学活动的基础，也是保障和提高教学质量的必要条件。《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》明确要求“加强实验室、校内外实习基地、课程教材等基本建设”。教材在提高设计类专业人才培养质量中起着重要的作用。无论是专业结构、人才培养模式，还是课程转型、教学方法改革，都离不开教材这个载体。

应用型本科院校的设计类专业教材建设相对滞后，不能满足地方社会经济发展和行业对高素质设计人才的需求。对于如何开发、建设设计类专业的应用型教材，我们进行了一些探索。传统的教材建设与应用型、复合型设计人才培养的需求有很大出入，最主要的表现集中在以下两个方面。一是教材的知识更新慢，不能体现设计领域的时代特征，造成理论和实践脱节。应用型本科院校的设计专业设置，大都对接地方社会经济产业链，也可以说属于应用型设计类专业。培养学生的动手能力、实践能力、应用能力理应是教学的重要目标，反映在教材中，不可或缺的是大篇幅的实践教学环节，但是传统教材恰恰重理论、轻实践。传统的教材编写模式脱离了应用型本科院校学生对教材的真实需求，不能适应校企合作的人才培养模式。二是含有设计类专业实践环节的教材数量少、质量差。在专业性较强的领域，或者是伴随着社会经济发展而兴起的新办课程，教材种类少，质量差，缺少配套教学资源，有的甚至在教材方面还是空白的，极大地阻碍了应用型设计人才培养质量的提高。

该系列教材基于应用型本科院校培养目标要求来建立新的理论教学体系和实践教学体系以及学生所应具备的相关能力培养体系，构建能力训练模块，加强学生的基本实践能力与操作技能、专业技术应用能力与专业技能、综合实践能力与综合技能的培

养。该系列教材坚持了实效性、实用性、实时性和实情性特点，有意简化烦琐的理论知识，采用实践课题的形式将专业知识融入到一个个实践课题中。课题安排由浅入深，从简单到综合；训练内容尽力契合我国设计类学生的实际情况，注重实际运用，避免空洞的理论介绍；书中安排了大量的案例分析，利于学生吸收并转化成设计能力；从课题设置、案例分析到参考案例，做到分类整合、相互促进；既注重原创性，也注重系统性。该系列教材强调学生在实践中学，教师在实践中教，师生在实践与交互中教学相长，高校与企业市场中协同发展。该系列教材更强调教师的责任感，使学生增强学习的兴趣与就业、创业的能动性，激发学生不断进取的欲望，为设计教学提供了一个开放与发展的教学载体。笔者仅以上述文字与本系列教材的作者、读者商榷与共勉。

国艺术专业学位研究生教育指导委员会委员
全国工程硕士专业学位教指委工业设计协作组副组长
上海视觉艺术学院副院长 / 二级教授 / 博士生导师



2017年4月

PREFACE

前言

插画是一门古老的艺术，被广泛应用于出版、商业美术等各个领域。本书编者在编写过程中以理论结合实践为出发点，将理论学习和实践方法相融合，将插画设计向创意思维的延伸作为本书的编写内核，希望本书能成为读者打开插画设计大门的一把钥匙。

本书共分为 6 章，分别为插画概论、插画设计的类别、插画的应用、不同风格的插画及其表现方法、插画创意的设计准则、插画师应具备的素质。每一章都对插画设计进行了系统的理论分析，并安排了大量的插画案例和作品赏析，使读者在学习理论的同时可以欣赏优秀的作品，了解不同插画大师的作品，开阔眼界，丰富知识体系。本书在“不同风格的插画及其表现方法”一章中进行了插画设计案例步骤的具体讲解，为读者呈现完整的设计思路和表现方法。通过对本书的学习，读者可以在插画认识、插画表现、插画创意方面获得提升。

本书由张颖华、冯波、廖丰丰、刘洪艳主编，吴钰、邱一丹、戚芷芸等同学参与编写和整理工作。

由于编者水平有限，书中难免有疏漏之处，希望广大专家、读者批评指正。

编 者



CONTENTS

目录

01	第 1 章 插画概论	/1
	1.1 插画设计综述	/2
	1.2 插画的发展史	/9
02	第 2 章 插画设计的类别	/23
	2.1 根据表现形式分类	/24
	2.2 根据应用领域分类	/27
03	第 3 章 插画的应用	/35
	3.1 插画在出版物上的具体应用	/36
	3.2 插画在商业宣传中的具体应用	/40
	3.3 插画在商业形象与包装设计中的具体应用	/44
	3.4 插画在影视多媒体中的具体应用	/46
	3.5 插画在游戏设计中的应用	/47
04	第 4 章 不同风格的插画及其表现手法	/49
	4.1 欧美风格插画及其表现方法	/50
	4.2 日韩风格插画及其表现方法	/56
	4.3 中国传统风格插画及其表现方法	/63
	4.4 其他表现形式的插画概述	/68



05

第 5 章 插画创意的设计准则

/75

5.1 明确的设计主题

/76

5.2 独特的创意思路

/80

5.3 巧妙的情感诉求

/83

5.4 合理的艺术表现

/86

06

第 6 章 插画师应具备的素质

/91

6.1 扎实的绘画功底

/92

6.2 系统的设计知识

/93

6.3 良好的文学素养

/96

6.4 敏锐的观察力

/98

6.5 丰富的想象力

/100

6.6 熟练的软件水平

/103

参考文献

/104

第 *1* 章

插画概论

1.1

插画设计综述

1.1.1 插画的定义

“插画”在拉丁文中有“照亮”的意思，插画可以使文字的含义更加明确、清晰。在辞海中，“插画”指插附在书中的图画，有印在正文中间的，也有在插页应用的，对正文起补充说明或欣赏艺术的作用。它有三重含义：一是插图，图解；二是例证，实例；三是举例说明。

由于插画既具有强调、宣传文章的效果，又有营造视觉感受的功能，所以现代插画在社会各个领域中被广泛应用。插画能通过非语言的直观形象达到交流的目的，对文字具体的内容做辅助说明，并通过造型表现来让文字内容视觉化。如匈牙利平面设计师和插画家 Levente Szabo 为 2016 年英国电影学院大奖创作的系列海报，这次设计的主题是探讨电影的体验在屏幕界限内和我们的想象范围内是如何产生的。（图 1-1、图 1-2）



图1-1 欧美插画(一)([匈牙利]Levente Szabo)

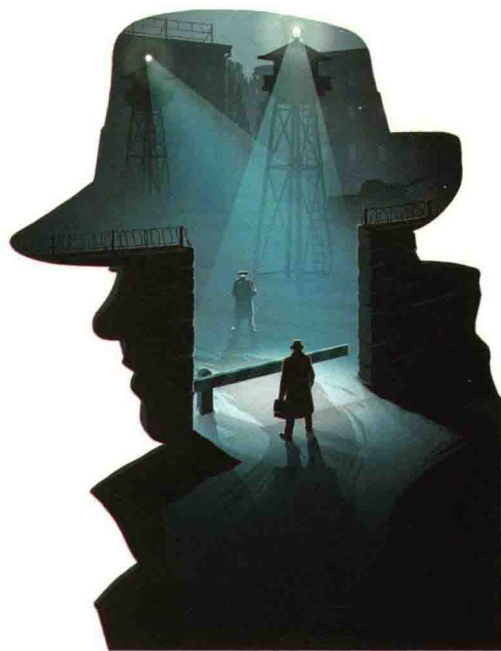


图1-2 欧美插画(二)([匈牙利]Levente Szabo)

绘画和图表等视觉造型多用于图解文字、装饰文案以及补充文章，这些艺术形式均可称为插画，它能把文字形象地表现出来。插画有极高的创作度，创造表现可具象可抽象。插画的优点在于可以呈现出摄影时无法拍摄到的影像。

插画有各式各样的表现形式，如人物的、写实的、黑白的、彩色的、运用材料的、摄影的、软件制作的，只要能够形成“图形”，就可以运用于插画制作。（图 1-3~图 1-6）



图1-3 动漫插画



图1-4 写实插画《武则天》(吕梦姮)



图1-5 肖像插画《孩童》(邱一丹)



图1-6 卡通插画《乐高玩具》

早期, 插画在文学出版物、辞书、图鉴等中用于搭配文字、提供辅助, 多用于“解释说明”, 在绘画中有着不可估量的作用。随着印刷科技、摄影技术与计算机技术的进步, 插画不仅可以为文学出版物、图鉴等做配图, 还可以成为广告、出版等设计的一种表现方式。

插图以其直观的形象、真实的生活感和美的感染力成为现代设计的一种重要视觉传达方式, 在现代设计中占有重要的地位。现代插画广泛应用于广告、杂志、说明书、海报、书籍、包装等平面作品中, 也广泛应用于文化活动、社会公共事业、商业活动、影视文化等领域, 成为很受人们欢迎的一种媒体形式。(图 1-7~ 图 1-9)



图1-7 商业插画(一)([芬兰]Brett King)



图1-8 商业插画(二)([芬兰]Brett King)



图1-9 商业插画(三)([芬兰]Brett King)

1.1.2 插画与纯绘画的区别

插画与纯绘画的区别在于，插画的形式多样化，所使用的媒体及工具种类更多，以及创作意图与制作的过程不同；共同点在于，都可以表达创作者的思想感情。若插画的艺术表现和个人风格都很强烈，或是绘画的技法性很浓，那么两者就更为接近甚至难以区分了。

插画与纯绘画最大的不同体现在创作意图与制作的过程上。

纯绘画的创作意图侧重于创作者自我内心的情感需求，其艺术作品往往是感情的宣泄和表达，重在呈现。而插画的创作大多以文字为基础，侧重于传达文字内容大意，插画往往强调作品主题、营造气氛，具有指示、解读、美化以及吸引读者、补充文字不能表达到的意思等种种作用。插画创作重在沟通，创作插画时必须站在受众的角度上考虑作品的内容和形式是否能被接受，是否能达到成功沟通的目的。

在制作过程方面，纯绘画由情感来引导艺术创作，创作可以随创作者的灵感、意念、兴致的改变而改变，随着绘画的情景不同，构想也有所创新。创作者在进行绘画创作时，往往不会急于提前设定目标和条件，甚至是作品的理想蓝图；相反，必须先考虑到图片的诉求目标，制作过程中要严谨、仔细地按照步骤进行，即使为追求更高层次的效果而改变构想，也不会超越原定的大目标。从现代设计观念的角度来看，插画有视觉传达和信息传播两种作用，主要是运用图像来反映所要表达的思想内容。（图1-10）



图1-10 广告插画——脉动广告设计方案

插画具有较强的艺术感染力和实用的功能性，在人们欣赏艺术美、造型美的同时，向人们传达商业文化信息，为商业活动服务，在符合商业精神与艺术特质的前提下，利用视觉形象使人们行动并思考。

1.1.3 插画的常见形式

插画设计采用的载体有多种，遍布生活的方方面面。按常见的平面表现，插画大致可划分为书籍插画、报纸杂志插画、广告插画、卡通及漫画插画四种形式。

1. 书籍插画

书籍是具有商品属性的文化商品。书籍插画是插画设计的基本形式，从属于书籍，用于完善文字，一般来说不能离开书籍而独立存在。如文学艺术类插画包括诗歌、散文、小说等作品中的插画，是以文学语言为媒介建立艺术形象的艺术，以象征的艺术手

段来丰富文字语言所表达的内容。(图 1-11、图 1-12)

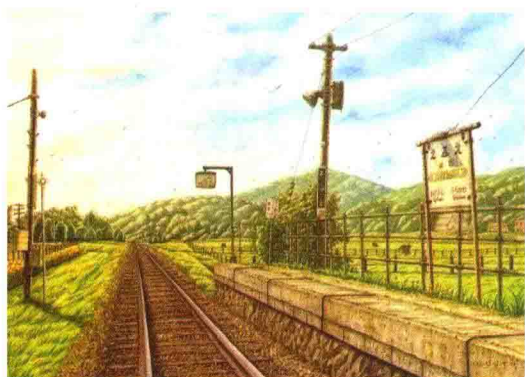


图1-11 风景插画(一)([日本]松本忠)



图1-12 风景插画(二)([日本]松本忠)

2. 报纸杂志插画

报纸杂志插画较追求冲击性的视觉效果，具有时尚大胆的造型、独特别致的风格、亲切近人的气质。不同类别的报纸杂志，其插画也有区别。本着审美与实用相统一的原则，报纸杂志插画倾向于使用线条，形态清晰明快，制作方便。(图 1-13、图 1-14)

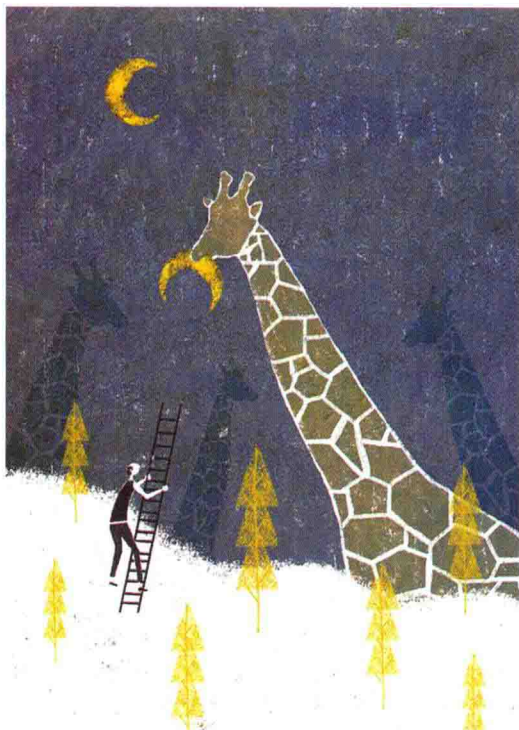


图1-13 报纸杂志插画(一)([日本]Akira Kusaka)



图1-14 报纸杂志插画(二)([日本]Akira Kusaka)

3. 广告插画

广告插画在这个媒体广告爆炸的时代随处可见。插画对商品的作用主要包括吸引消费者、快速有效地传达商品内容，以及诱导消费者。广告插画作为视觉语言具有通用性，能不分国界地将信息传给受众。同时它具有趣味性，可以引起人们的好感，激发人们的热情。包装与广告上的插画，比起文字更能让人们耳目一新，可以使人们从琳琅满目的商品中很快挑选出自己所要购买的产品，在一定程度上起到了品牌的标识作用，更

有利于销售商品、广告宣传、美化产品包装，有利于加强消费者对产品的认知。广告插画能更加准确、感人地把视觉言语传播给大众，能与大众进行沟通，达到最终的商业目的。（图 1-15~图 1-18）



图1-15 创意商业插画(一)(Coolest Dreams)



图1-16 创意商业插画(二)(Coolest Dreams)

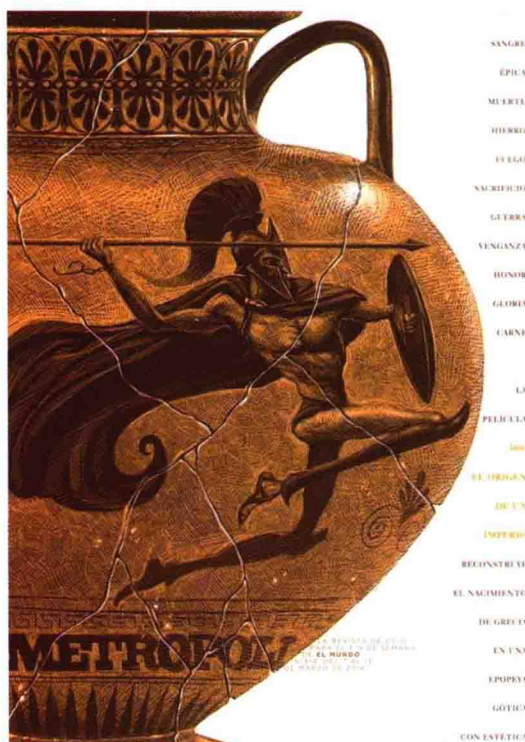


图1-17 创意商业插画(一)([西班牙]
Ricardo Martinez)

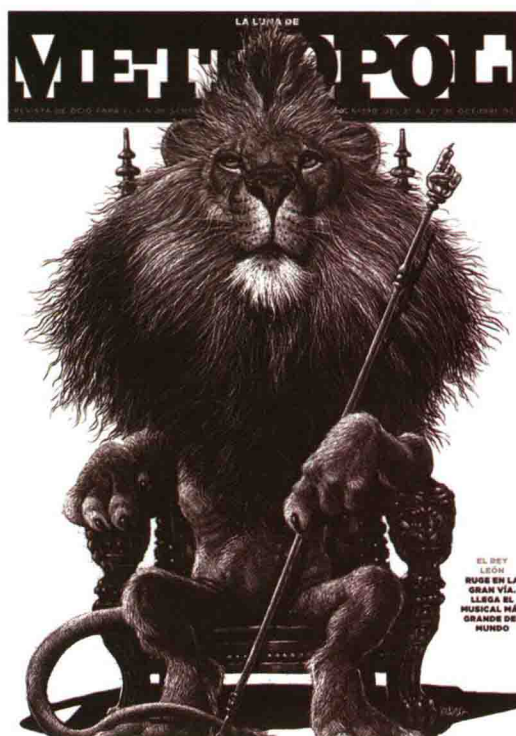


图1-18 创意商业插画(二)([西班牙]
Ricardo Martinez)

4. 卡通及漫画插画

卡通及漫画插画有趣、吸引人，可以得到人们更多的注意力，使信息可以有效地传递。

卡通及漫画插画给人以亲切感。这种风格的插画造型富有个性化，趣味性较强，可以加深人们对商品的直接印象，适合调节气氛、拉近距离，受到广泛欢迎。卡通及漫画插画的风格会因受众的不同而不同，例如传统卡通及漫画插画更加吸引成年人，Q版卡通及漫画插画则更容易为低龄读者所喜爱。（图1-19~图1-22）



图1-19 故事插画(一)([西班牙]Cristian Robles)



图1-20 故事插画(二)([西班牙]Cristian Robles)

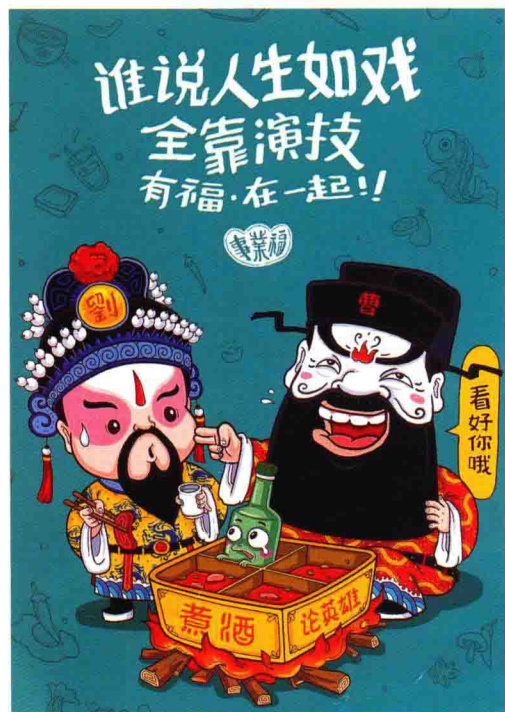


图1-21 趣味插画



图1-22 大四喜品牌宣传形象插画