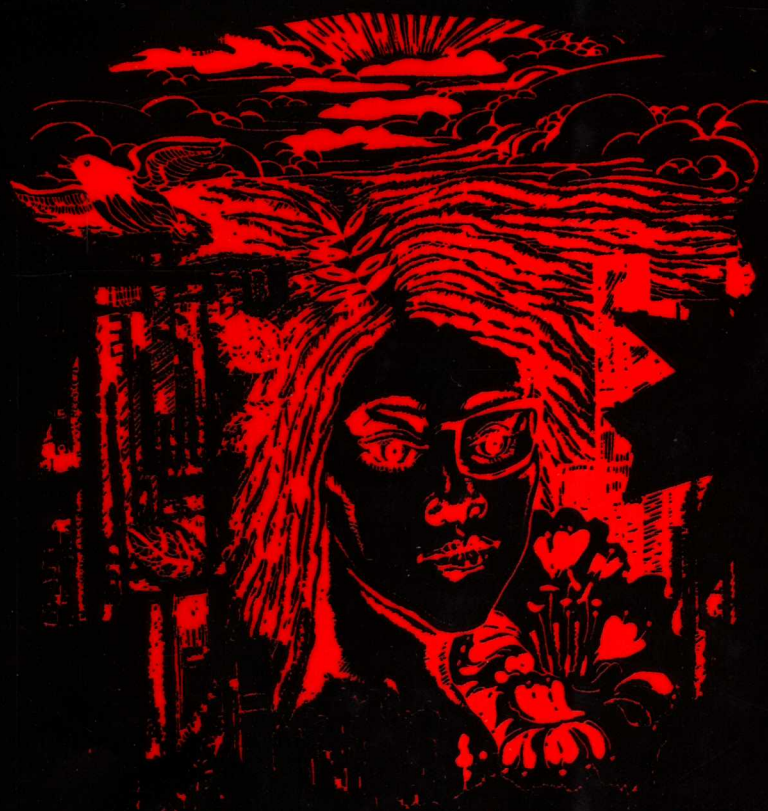


艺术设计（广告、动画、影视）书系

# 商业美术插画教程

舒怡 编著



中国传媒大学出版社

# 商业美术插画教程

舒 怡 编著



中国传媒大学出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

商业美术插画教程/舒怡编著. —北京:中国传媒大学出版社,  
2005.5

ISBN 7-81085-493-3

I. 商… II. 舒… III. 商业—工艺美术—插图—技法(美  
术)—教材 IV. J524

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 047956 号

**商业美术插画教程**

---

编 著 舒 怡  
责任编辑 欣 雯  
策 划 程 平  
装帧设计 舒 怡  
出 版 人 蔡 翔

---

出版发行 中国传媒大学出版社(原北京广播学院出版社)  
北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编 100024  
电话: 010-65450532 65450528 传真: 010-65779405  
<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

---

印 刷 北京中科印刷有限公司  
开 本 889×1194mm 1/16  
印 张 6  
版 次 2005年6月第1版 2005年6月第1次印刷

---

书 号 ISBN 7-81085-493-3/K·304 定 价: 39.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

# 前言

插画教学在国内已经发展一些年了，已形成一套较为完整的教学大纲。可以说插画艺术经历了前些年的低谷之后，在数字技术的推动下和市场繁荣的刺激下，这个专业迅速商业化，呈现出了崭新的面貌与活力。

在课程中，插画原有的书籍功能将不会被作为重点，而其原来比较边缘的功能，像影视动画脚本、漫画等形式则要占一定的比例。因为它们在当代商业美术中发展很快。我们的课程要求同学们具备较好的写实功底，同时也鼓励同学们积极尝试多种样式的风格，发挥创造想像力。现在市场传播迅速快捷，信息量庞杂，只有简明、醒目、清晰的传达才能取得较好的传播效果，观者接受起来才比较轻松自然、不费力气。书刊杂志媒体上的插画可能要求更为细腻、精美的制作，因为读者能有时间去仔细地浏览；而报纸、路牌、宣传单等媒介就需要特别留意抓住观者的“一分钟”注意力。针对青少年受众的媒体，在创意上也需要更多地加入时尚潮流的新鲜花样，创造出青春动感、活力四射的风格。

商业美术插画课程的教学重点在于引导学生多角度地思考问题，使自己的创作最符合商业设计的原则。如何使设计适应社会的变化和发展，使新观念、新技术手段快速反映到教学实践当中，这是设计教学的一个难点。因此教师既要研究设计专业科系的创作规律和艺术规律，还要引进最新的信息与知识，了解市场对技术人才的需求，并结合恰当的方法教授给学生。

现在学生的资讯和信息优势非常发达，很多最新的东西都是先从十几、二十岁的年轻人那里先开始流行的。这几年的大学生，生于生活好转的20世纪80年代，长在物质丰裕的90年代，接收的是21世纪的科班教育，从小观看的是日本的动画片、漫画书，玩的是电子游戏，交的是网友，是一个头脑敏捷、反应迅速、敢于怀疑的群体。在课程当中，他们涌现出来的创新求异精神和自由表达的独特观念，是非常值得提倡的。所以，商业美术插画课不仅仅是一门学习技巧的课，更是鼓励学生们展示个性、探索视觉语言、尝试独立思考、体现设计潜力的一个成长阶梯。

同学们很多都已经会操作电脑，已经会运用一些图形软件。作为主要讲解设计意识、创作规律的设计专业课，目前主要要求同学们运用手绘制作的手段完成练习和创作。手绘制作可以使学生熟悉纸张、工具和材料，而且可以在宿舍或画室完成作业；部分拥有个人电脑的同学，也可以尝试运用图形软件绘制完成作品，因为将来同学们在实践中创作插画主要使用的是电脑平台和电子化手段。但是目前我们还不可能有大量的时间让全体同学在电脑操作水平尚不很熟练的情况下，广泛地用电脑来完成绘画。在授课当中，老师会就电脑工具的绘图特殊效果和相关功能做一个大概的介绍，告诉同学们在将来的工作中哪些部分可以利用电脑来提高效率。因此，本课程中最重要的还是商业美术插画设计的造型基础和表现思想。

最为理想的情况是，能够和某些商业企业或文化出版公司达成合作，在老师的带领之下完成一些项目，这样的一个过程会使学生对这门设计课体会更深，理解更到位。

# 目 录

前 言	1
第一章 概论	1
第一节 商业美术插画的概念	1
一、插图、插画、商业美术插画	1
二、商业美术插画的分类	3
书籍杂志类插画、广告类插画、卡通类插画、游戏类插画、 科幻类插画、漫画类插画、图表说明类插画	
三、商业美术插画的特征	12
限制性、传达性、目的性、商业性、审美情趣性	
第二节 商业美术插画与社会发展	13
一、插画的历史演变	13
中国插画艺术的历史发展、西方插画艺术的历史发展	
二、当代商业美术插画的发展概况	20
三、传统的继承与借鉴	21
第二章 商业美术插画基础训练	22
第一节 商业美术插画的图形语言	22
一、点、线、面造型元素研究	22
二、图形设计造型风格	22
具象造型、意象造型、抽象造型	
三、图形设计形式美法则	25
图形设计的变形原理、图形设计的构图法则	

## 第二节 商业美术插画的创意构思 28

### 一、图形创意思维方法 28

逆向思维、跳跃思维、置换思维、聚合思维、发散思维

### 二、创意构思艺术表现 31

唯美抒情、时尚娱乐、拟人化、反透视、矛盾空间、

反常识、夸张对比、幽默诙谐、象征隐喻、超现实幻想、悬念刺激、

超写实具象

## 第三章 商业美术插画创作 39

### 第一节 数字化手段与手绘技术 39

#### 一、数字化手段 39

硬件、软件、外接设备

#### 二、手绘技术 41

彩色铅笔、钢笔、色彩平涂归画、转印拼贴、色粉笔、油画棒、

线描、版画、水彩、水粉、丙烯、油画

#### 三、数码插画设计 54

矢量插图、电脑合成图像、CG 插画

### 第二节 商业美术插画创作训练 58

#### 一、设计定位与素材整理 58

#### 二、商业美术插画创作训练进程 58

创作选题、讨论脚本、修改小稿、制作完成

## 附录 商业美术插画作品欣赏 61

### 附录 I 学生习作欣赏 61

### 附录 II 当代国外商业美术插画欣赏 82

### 附录 III 文学艺术插画精选 87

## 后记 90

## 第一章 概论

作为视觉信息载体的图像通过大众媒介来传播，被广泛运用于广告、招贴、书籍、报纸、杂志、包装、展示等领域，英语称这类图像中静态的插画形式为“illustration”。在高度信息化的当今社会，设计领域的插画概念已经越来越宽泛，随着商业性的加强，被统称为“商业美术插画”。它指把传达的内容予以视觉化和图形化，使之成为有效的信息传播（见图 1.1—1.2）。



图 1.1 杂志封面插画

### 第一节 商业美术插画的概念

#### 一、插图、插画、商业美术插画

一听到插图这个词，我们会自然地联想到小说、诗歌、文章中的文配图，插图最早是紧密地同书籍联系在一起的。五四新文化运动以来，鲁迅先生把书籍中使用的图画称为“插图”，这一称呼沿用至今。插图在《现代汉语词典》中定义为：“插在文字中间帮助说明内容的图画，包括科学性的和艺术性的。”这一解释界定了插图主要适用于以文字为信息载体的传播媒介中。

而近现代插图的运用范围无论从形式、风格还是题材、内容，都有了不小的拓展。除了像以往一样应用于各类印刷品以外，还展现在商业广告、工业产品、影视制作、体育竞赛、文化宣传、电脑网络等诸多的领域。例如：广告画、品牌形象吉祥物、影视片头、游戏角色、动画、漫画等。不仅有静态的形式，和动态结合得也很好。插图的概念已经变得越来越宽泛，为了和摄影插图和抽象图形、纹样区别开，有人用“插画”来概括有具体形象和绘画表现形式的插图。

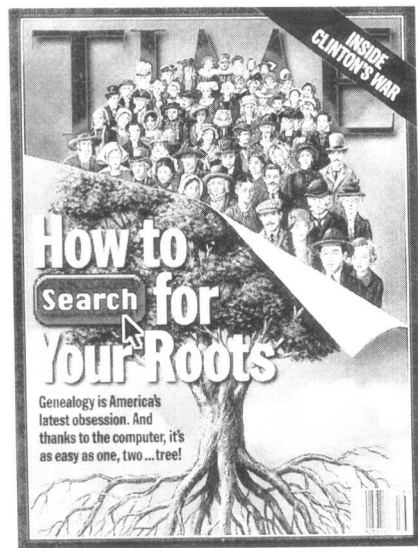


图 1.2 招贴插画



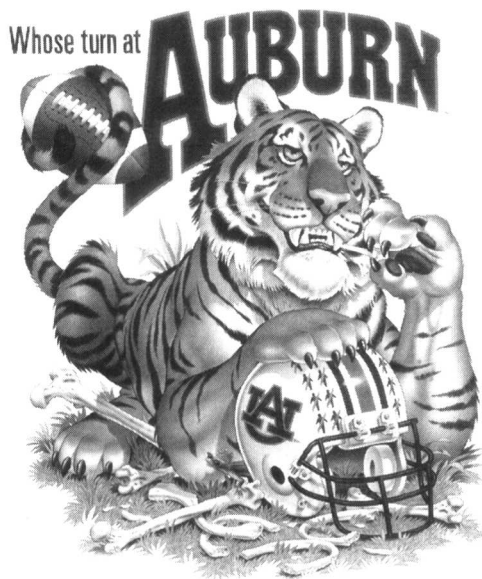


图 1.3 现代插画

从现代设计观念来审视，插画作为视觉传达的方式，作为信息传播的手段，它主要是运用图像对所表达的思想内容做出艺术的解释。在插画的应用当中，它既要求具有较强的艺术感染力，又要求具备实用的功能性。不光是要欣赏艺术美、造型美，更重要的是传达商业文化信息，目的是为商业活动服务。因此“商业美术插画”的概念更符合它共有的商业精神与艺术特质，被人们日益广泛地使用。商业美术插画以商业活动当中的应用为主，传递信息，宣传理念，用视觉形象激发影响人的行动和思想。它主要采用美术绘画的手法，以手绘和电脑辅助工具为手段。随着信息化时代的到来，商业美术插画越来越多地承担了传播信息的功能，和文字传播相辅相成（见图 1.3—1.6）。

社会经济的飞速发展，物质文明的高度发达，人们精神生活的日益丰富与欣赏品味的提高，使得商业美术插画的应用范围越来越广，市场需求越来越大。多年以来，多姿多彩的各种摄影照片居于设计视觉表现的主导地位，摄影艺术的真实性是其他艺术形式不可比拟的，但绘画手法在自由构想与创造力发挥上亦具有独特的优势。这种优势主要在于其美的艺术语言。它能美化设计版面，丰富设计主题的情趣，更成为商业文化和竞争的一种手段。无论是精美的包装、出奇制胜的广告，还是各种让人眼花缭乱的杂志书刊，到处都有它的踪影。商业美术插画造型有写实、夸张、装饰、象征等等各种风格和手法，展现出多样化的时尚潮流。商业美术

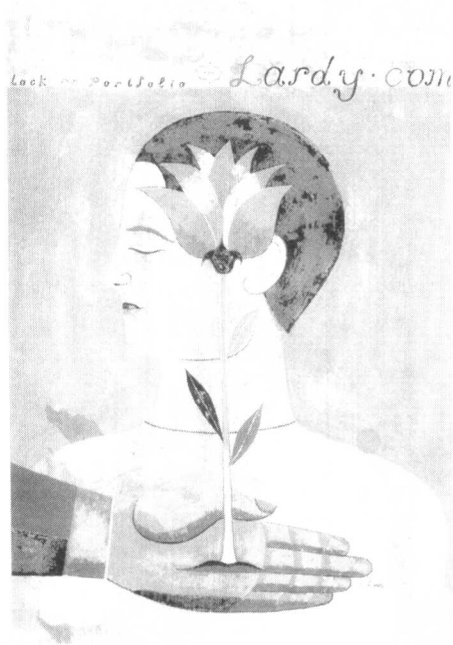


图 1.4 现代插画



图 1.5 杂志插画

插画技巧也在不断推陈出新,运用不同的工具材料,或水彩、油画和版画,或卡通漫画,或是电脑图像制作……精彩纷呈、琳琅满目,把现代插画艺术的视觉美感带到了更加奇异神妙的境界。

商业美术插画专业课程这些年一直也是美术设计教育中平面、书籍、装潢、包装等专业的重要课程。近几年来,随着各种新媒体的不断开发与应用,商业美术插画的一些元素被赋予一种动态的运动和变化,形成许多新的视觉效果。例如:在视频多媒体领域,FLASH 等软件的应用使个人制作动画成为轻松的可能,而且使用三维软件还可以模拟出非常真实的场景与形象,这些手段拓展了插画发展的新方向,给人们带来视觉的新体验。

所以说,商业美术插画的概念随着社会经济文化的发展与变迁,被赋予新的含义,呈现出新的风格与面貌。

## 二、商业美术插画的分类

根据其特点与应用的不同,商业美术插画过去大致划分为书籍类插画和广告类插画两大类。书籍类插画的营养来自于古典的、现代的、传统的、等方方面面的影响和启发。商业广告类插画则是服务于商品营销,它的目的在于推动商品和服务的销售和宣传。

企业吉祥物和游戏角色设定是近些年经济、文化、娱乐活动新形势对商业美术插画产生的新需要。企业形象的品牌传播和大型活动的规模推广,开始流行使用亲和力强、卡通吉祥物作为形象代言人。迅猛发展的互动游戏角色及场景设计需要大量插画美工从事设计创意工作。数字电脑手段的推进也提供了更有效率的技术平台和手段。因此,这两种新兴的插画形式逐渐从边缘走向流行。

科幻类插画借助于数字平台在国内已然兴起,但是,国外的科幻插画已经达到惊人的产量和水平,功力深厚的大师层出不穷,无论是意识还是制作都领先于国内的发展。漫画的艺术表现形式深受青少年的喜爱和推崇,无论是日韩漫画,还是欧美风格,还是从蔡志忠到朱德庸,再到几米,每一次流行都能刷新人们的视觉,产生广泛的社会影响。还有一种漫画是以幽默讽刺的手法描绘明星名人和社会事件,特征夸张,形象生动,具有独特的艺术生命力。

商业美术插画作为视觉传达的表现形式,它不是孤立存在的,而是和许多设计与艺术形式融合在一起。商业美术插画事业日益庞杂的风格体系涉及不少门类与学科,博采众长,不拘一



图 1.6 现代插画



图 1.7 书籍插画



图 1.8 杂志时尚插画



图 1.9 社会人文图书插画



图 1.10 儿童读物插画



图 1.11 科学技术图书插画

格,推陈出新,这是当代插画的定位与宗旨。我们概括一下,可以分为书籍杂志类、广告类、卡通类、游戏类、科幻类、漫画类、图表说明类等七大类插画。

## 1. 书籍杂志类插画

书籍杂志类插画既可以在封面与封底设计中使用插画,还可以在内页和文字中穿插图画。分为书籍类插画和杂志类插画(见图 1.7—1.8)。

### A. 书籍类插画

书籍类插画泛指书籍出版物中为主体内容作图解的插画。其中大量使用的是文学艺术类插画,也有很大一部分是科学技术类的。

文学艺术类插画在书籍中具有补充、强调、装饰等功能,能形象地体现作品的主题与内容,文学性插画对文字的诱导很强,和文字阅读相辅相成。它的表现方式可以很自由,具象、抽象、写意都可以,在传情达意的同时又不失其独立观赏性。文学艺术类插画的作用主要体现在装饰的功能性上,用来美化装帧页面,形象地表现内容风格,提高阅读趣味。它可以简单地分为社会人文类插画和儿童读物类插画(见图 1.9—1.10)。

社会人文类插画的创作要求具有丰富多彩的生活阅历和感情积累,具备良好的艺术修养和文学功底,才能游刃有余地驾驭艺术形式上的美和思想表现的深度。

儿童读物类插画作为文学艺术类插画的一种,因其阅读的特点使得插画的用量很大,它的创作需要结合儿童天真纯洁的心理、年龄特点,采取生动活泼、通俗易懂、游戏趣味、人格化的方法来吸引儿童欣赏的兴趣,启发他们的心智。

科学技术类插画常常以说明为主,它的要求是明确、规范、形象、易于理解,需要将描绘对象及意图清晰地表现出来,例如:地形地貌、工具材料、生物科目,设备设施等等,描绘这样的插画需要具备较强的理解力和一定的专业知识(见图 1.11)。

## B. 杂志类插画

杂志类插画依据风格的不同可分为时尚类杂志插画，文学类杂志插画，新闻类杂志插画，专业性杂志插画（见图 1.12—1.14）。

时尚类的杂志是消费娱乐信息观念的体现，通常绘图风格轻松愉快，线条简洁流畅，色彩流行明快，注重设计的精致典雅、活泼跳跃，富于可爱的青春活力。

文学类杂志优美抒情，带有故事情节，通过插画设计师的想象和创作再现作品的意境，要求具有较强的艺术观赏性。

新闻类杂志的插画创作需要寓意深刻，思想性强，反映生活状态或社会事件准确到位，表达主题耐人寻味。根据创作对象的不同有时庄重大方，有时生动有趣。

专业性杂志的插画表现需要强化专业特点，严谨、周详、贴切，充分地调动专业知识和生活经验为杂志内容锦上添花。



图 1.12 杂志插画

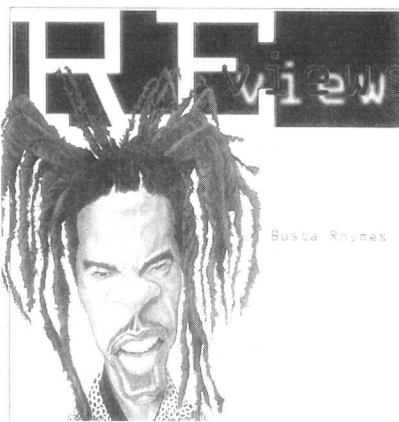


图 1.13 杂志插画

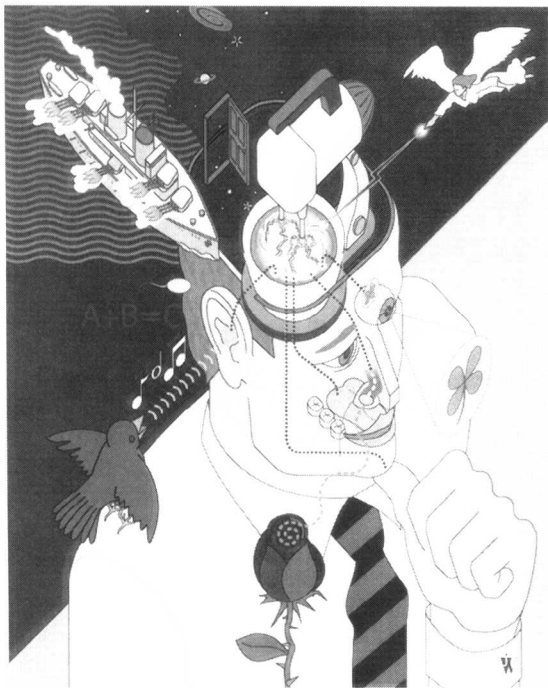


图 1.14 杂志插画

## 2. 广告类插画

广告类插画服务的对象主要是报纸、杂志、产品包装、企业宣传品等媒介形式。这类插画的特性在于醒目生动、以传达商业和产品的信息为主。插图在现代广告设计中已经成为重要的视觉要素，它对塑造品牌形象和企业形象起着重要的作用。广告插图的宗旨在于服从商品经济社会的需要，有明确的促进商品推销的目的，这是广告插图与书籍插图的很大区别。



图 1.15 广告插画



图 1.16 广告插画

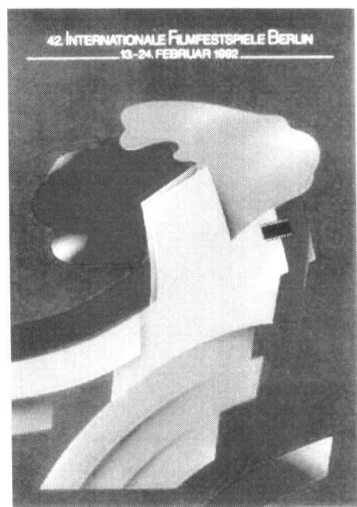


图 1.17 广告插画

运用绘画的艺术形式将广告内容的传达予以视觉化,这是一种直观形象的视觉语言。作为一种表现手段,插图在广告等商业设计中占有特定的位置。它用图形和色彩来表达思想,和文案表现互相呼应。广告作品要提高视觉效果,画面的吸引力是不可忽略的因素。优秀的插图能大大地增强广告诉求力和提升文化品位(见图 1.15—1.17)。

广告插图必须具备的机能和作用:

- (1) 对目标消费群体的诉求机能。广告插图应能创造明确的风格特征,以吻合目标消费者的需求心理,把目标消费者从消费大众中选择出来,进行有针对性的诉求。
- (2) 吸引观众注意力的视觉作用。表情达意的图像具有良好的视觉冲击力,能获得比文字更高的被注意值。强烈的视觉形象产生一种强迫阅读和记忆的传播效果,给人留下明确深刻的印象。生动易懂的直观形象会从心理上把消费者很快地推向广告的商品。
- (3) 传达广告内容使人理解的阅读效果。把广告信息形象化地予以准确表达,使消费者立刻对广告对象有所了解,获得相关联的广告信息,才是理想的传达效果。
- (4) 引导观众浏览文案的诱导效果——插图是构成广告版面的主要视觉要素,它可以引导人们的视线流,因此,需要加强广告版面编排与插画设计的诱导性。
- (5) 展示生动具体的品牌和企业形象——独特的插图有利于某品牌形象鲜明地区别于其他同类商品,从而加强该品牌的竞争力和销售地位,并且具有使广告让消费者信服的作用。

广告与包装作为联系商品和消费者的桥梁,意在通过文字、色彩与图形的有机结合,使观者过目难忘并获得一种视觉的印象,从而加速信息的传达。为了达到这一目的,设计师除了借助各种艺术形式与手法,还要在谙熟经济规律与市场状况的基础上精心构思、大胆创意。插画创作一方面要生动形象、感性直观,另一方面又要精炼概括、意味深长,将信息准确有效地传达给目标消费者。在创作过程中不可忘记广告插画的商业性原则:激发受众兴趣,诱导消费动机,促成消费行动。

广告插画的形式探索要契合现代人多元的心理需求和审美情趣。在当前信息与广告过剩的情况下,一个广告设计要想脱颖而出

出,就必须在满足人们衣食住行的物质需求之外,适应人的更高层次的心理、情感、审美需求。过于平淡的广告容易让人对产品和服务产生平庸一般的印象。设计成功的广告插画首先应是简洁明确的,这样才能使观者在不经意地浏览广告画面时,留下印象。最佳的广告插图应该通过轻松阅读原则来吸引消费者的注意,使观者一眼看去就能领会创作者想要传达的意念。广告插图设计还要力求在形象特征上富于个性,在表现方法上勇于创新、独树一帜,使主题鲜明,想象奇特,感染力强。

### 3. 卡通类插画

卡通形象具有拟人化的亲和效果,在商业设计中多用作企业或政府公益活动的吉祥物形象设计。用于企业VI设计之中的卡通吉祥物,根据企业整体形象策划的需要,选择能够体现企业精神和理念的动物、人物等,设计成可爱的卡通形象,方便识别,易于记忆、传播。现代社会,不是知名度很高的名人或超级美女,一般形象很难引起人们的重视,而那些无需很高代价的、经过艺术加工处理的可爱卡通,色彩鲜艳、造型变异夸张,反而能给人以耳目一新的感受。成功的设计本身也是一个成功的商业符号,具有无形资产的品牌价值。特定的吉祥物常常会伴随企业的成长与发展而使用若干年,为人们所熟悉和认知。大型政府公益活动也常常使用特定的吉祥物,其中著名的例子就是奥运会和亚运会,每个吉祥物都有自己的名字和象征意义,常常是一个国家观念与文化的代表。

卡通形象还经常出现在招贴、包装、宣传卡、装帧等设计当中,起到生动活泼、逗人喜爱的效果。在商业运用中,经常会大量复制或根据需要广泛推广卡通形象,有很多延伸的使用范围,比如拍摄成形象片、喷绘到车体上等等(见图1.18—1.21)。

卡通类插画的设计要点:

- (1) 定位准确。根据用户的需要选择特定的对象进行卡通造型设计。
- (2) 表现到位。赋予吉祥物可爱、独特的性格,视觉上要美观、生动、有趣。
- (3) 受众欢迎。根据受众的接受程度和普遍审美经验,遵循卡通变形夸张的规律,创造符合大多数人欣赏口味的作品。
- (4) 风格统一。系列化、家族化的卡通形象要注意整体的和谐与统一。

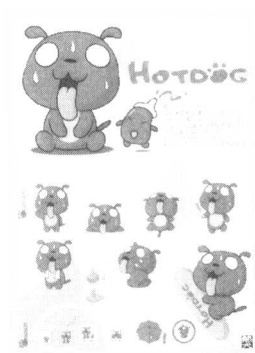


图 1.18 卡通类插画



图 1.19 卡通类插画

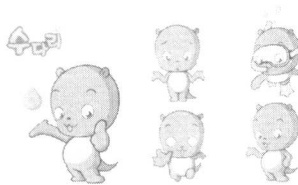


图 1.20 卡通类插画



图 1.21 卡通类插画

## 4. 游戏类插画



图 1.22 游戏角色人物



图 1.23 游戏角色造型



图 1.24 游戏角色人物



图 1.25 游戏角色插画

精美的游戏壁纸是青少年喜爱收集的对象，而精彩的游戏角色设计则可以给游戏玩家提供美好的视觉享受和想象空间。游戏角色人物及场景大多采用电脑软件绘制而成，所以设计师仅仅有平面软件的功底还不够，还必须通晓三维软件技术，并且同时具备较深厚的美术素养和科幻想像力，才能准确驾驭创作内涵。游戏插画在短短几年的时间中风格各异、流派纷呈，体现出CG艺术的魔力（见图1.22—1.25）。

游戏类插画中大量的是人物角色设定，通过设计师美工的画笔再现游戏的人物和精神，很多都是古装历史人物或侠客设计，动感飘逸，超凡脱俗，精美绝伦，是意境美和商业性的统一。

游戏类插画对设计师的创作要求：

- (1) 设计师要基本功扎实、全面，美术功底深厚，懂得人体运动规律和造型知识。
- (2) 注重生活积累，对事物有独特的领悟感知力，具有较强的观察力，表现细致、深入。
- (3) 对创作充满激情，富于想像力和创造精神。
- (4) 对主题的商业性有较深的认识，能用艺术性去提升作品的商业价值。
- (5) 擅长角色人物肖像及心理的刻画，使创作对象典型而富有深度。



图 1.26 科幻类插画

## 5. 科幻类插画

科幻类插画是根据科幻小说创作的有关奇异幻想和神灵鬼怪的插画作品，常用超现实的梦幻般的细腻表现方法，在欧美比较流行，通常以中古或类似中古的时代或者未来世界为背景，表现在幻想世界中发生的传奇故事。前者往往带有古代神话的影子，比如黑暗之神降下灾祸，英雄挺身而出，解救世界，或外星生物来犯等等，这种情节在科幻插画中最为常见。科幻插画的创作需要极强的想象能力和写实描绘功底，通常视觉表现风格强烈鲜明、神秘奇幻。科幻插画设计师因其幻想的特长，常被电影公司邀请去设计场景、人物和服装，担任影视剧的美术指导（见图 1.26—1.28）。

科幻类插画的创作特点：

- (1) 主题常常是虚拟时空或超自然想象的灵异世界，描绘紧张、冲突的戏剧性场面。
- (2) 强调视觉感官刺激性，画面使用强烈的色彩与形式对比，造成奔放的动感与气势。
- (3) 追求真实的细节表现，刻画生动、具体、精致，构图严谨、饱满，具有张力。
- (4) 营造神秘莫测的幻境景象和想象世界，怪兽、魔法、武士，充满不可思议的力量。



图 1.27 科幻类插画

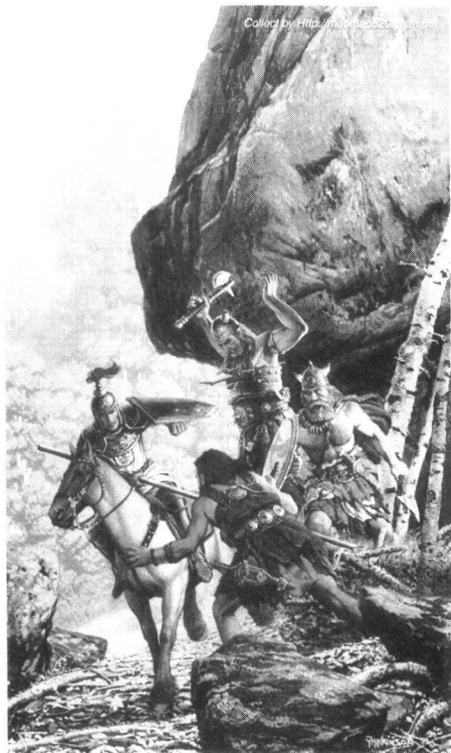


图 1.28 科幻类插画



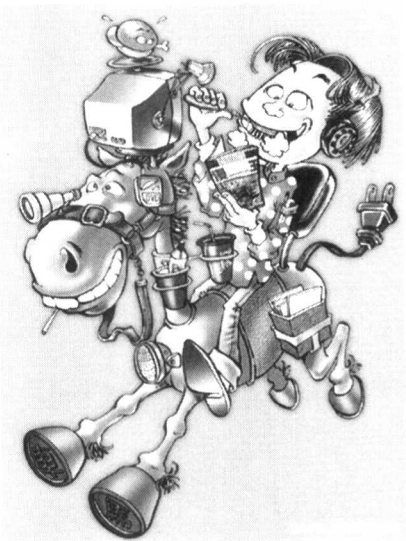


图 1.29 漫画类插画 (猫小乐)

## 6. 漫画类插画

传统意义上的漫画分为单幅、四格和连载等, 承载讽刺、幽默和叙事功能。主要以观察社会及生活为基础, 对社会上不好的现象予以揭露或采用幽默的艺术手法, 夸张地表现人物或事件, 给人留下较深的印象, 例如漫画肖像。这种艺术形式深受大众所喜爱, 老少咸宜。现代意义上的漫画概念有了很大的延伸, 漫画的功能发生了巨大变化, 出现了少女漫画、成人漫画、卡通漫画、插图绘本等形式, 并且和电影、动画结合起来成为动态的形式, 看后令人回味无穷。“漫画”是在有限的格子空间中, 以独特、敏锐的“趣味点”表达一个事件, 由紧密的故事结构搭配深入的思考模式, 主要以阅读经验丰富的成人为目标读者。“绘本”的发挥空间大, 故事内容较为丰富, 结构亦较有弹性, 适合儿童的语言沟通方式, 在绘画技法上和漫画

大致相同, 但颜色及构图上则更活泼、鲜明, 便于阅读经验少的孩童阅读了解、融入故事情境中。漫画一直是一种流行的、具有夸张和幽默感的艺术形式, 诙谐风趣。过去有《三毛流浪记》、《丁丁历险记》等脍炙人口的经典漫画作品, 而现在, 漫画作品也铺天盖地, 从《机器猫叮当》、《樱桃小丸子》、《变形金刚》、《美少女战士》到迪斯尼动画片, 应有尽有。《麦兜的故事》、《老夫子》、《向左走、向右走》等成为新漫画的一些代表作。“动漫”已经成为强调视觉冲击的“新漫画”的代名词, 延伸为一种表达方式(见图 1.29—1.30)。

漫画创作的特点:

- (1) 叙事性。根据文学性的脚本创作, 故事结构性强, 情节丰富。
- (2) 模式化。有一套现成的编绘模式和套路, 主人公通常性格鲜明、特征突出。
- (3) 多样性。选题广泛, 风格多样, 华丽美、粗犷阳刚、现实朴素、儿童稚趣、梦幻想象都可以表现。



图 1.30 漫画类插画