

平面广告

设计手册 孙芳 编著

用心配色，用心设计，带领读者走进视觉艺术的殿堂！

清华大学出版社



写给设计师的书

平面广告

设计手册 孙芳 编著

清华大学出版社
北京



内容简介

本书是一本全面介绍平面设计的图书，知识易懂、案例易学、动手实践、发散思维。

本书从学习平面设计的基础知识入手，循序渐进地为读者呈现一个个精彩实用的知识和技巧。本书共分为7章，内容分别为平面广告设计的原理、平面广告设计的基础知识、平面广告设计的基础色、平面广告设计的构图、平面广告设计的行业分类、平面广告设计的视觉印象和平面广告设计秘籍。同时，在本书第4~6章的每章节后面还安排了具体的“设计实战”，详细为读者分析了一个完整的综合设计思路、扩展等。并且在多个章节中安排了案例解析、设计技巧、配色方案、设计欣赏、设计实战、设计秘籍等经典模块，丰富本书内容的同时，也增强了实用性。

本书内容丰富、案例精彩、版式设计新颖，适合平面设计师、广告设计师、初级读者学习使用，也可以用作大中专院校平面设计专业以及平面设计培训机构的教材，同时也非常适合喜爱平面设计的读者朋友作为参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

平面广告设计手册 / 孙芳编著. — 北京：清华大学出版社，2016

(写给设计师的书)

ISBN 978-7-302-43999-8

I. ①平… II. ①孙… III. ①广告—平面设计—手册 IV. ①J524.3-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第126580号

责任编辑：陈冬梅

封面设计：杨玉兰

责任校对：吴春华

责任印制：王静怡

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

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：190mm×260mm 印 张：13.75 字 数：331千字

版 次：2016年7月第1版 印 次：2016年7月第1次印刷

印 数：1~3000

定 价：59.80元

产品编号：067246-01



本书是笔者对从事平面设计工作多年所做的一个总结，以让读者少走弯路、寻找设计捷径为目的。书中包含了平面设计必学的基础知识及经典技巧。身处设计行业，你一定要知道，光说不练假把式，因此本书不仅有理论、有精彩的案例赏析，还有大量的模块启发你的大脑，

提升你的设计能力。

希望读者看完本书以后，不只会说：“我看完了，挺好的，作品好看，分析也挺好的。”这不是笔者编写本书的目的。我们希望读者会说：“本书给我更多的是思路的启发，让我的思维更开阔，学会了举一反三，知识通过消化吸收变成了自己的。”这才是笔者编写本书的初衷。

本书共分7章，具体安排如下

- 第1章** 平面广告设计的原理，主要介绍平面广告设计的概念、应用领域、媒介、点线面、四项原则、六项法则，是最简单、最基础的原理部分。
- 第2章** 平面广告设计的基础知识，包括平面广告设计的图形、文字、色彩、版式和表现手法。
- 第3章** 平面广告设计的基础色，从红、橙、黄、绿、青、蓝、紫、黑、白、灰10种颜色，逐一分析讲解每种色彩在平面设计中的应用规律。
- 第4章** 平面广告设计的构图，其中包括9种不同的经典构图模式。
- 第5章** 平面广告设计的行业分类，其中包括10种不同行业的平面设计的详解。
- 第6章** 平面广告设计的视觉印象，包括13种不同的视觉印象。
- 第7章** 平面广告设计秘籍，精选15个设计秘籍，让读者轻松愉快地学完最后的部分。本章也是对前面章节知识点的巩固和理解，需要读者开动脑筋去思考。



本书特色如下

◎ 轻鉴赏，重实践。鉴赏类书籍只能看，看完自己还是设计不好，本书则不同，增加了多个动手的模块，让读者边看边学边练。

◎ 章节合理，易吸收。第1~3章主要讲解平面设计的基本知识，第4~6章介绍构图、行业分类、色彩的视觉印象等，最后一章以轻松的方式介绍15个设计秘籍。

◎ 设计师编写，写给设计师看。针对性强，而且了解读者的需求。

◎ 模块超丰富。案例解析、设计技巧、配色方案、设计欣赏、设计实战、设计秘籍在本书中都能找到，一次性满足读者的求知欲。

◎ 本书是系列书中的一本。在本系列书中读者不仅能系统地学习平面设计，而且还有更多的设计专业内容供读者选择。

希望本书通过对知识的归纳总结、趣味的模块讲解，能够打开读者的思路，避免一味地照搬书本内容，推动读者自觉多做尝试、多理解，增强动脑、动手的能力。希望通过本书，激发读者的学习兴趣，开启设计的大门，帮助你迈出第一步，圆你一个设计师的梦！

本书由孙芳编著，其他参与编写的人员还有柳美余、苏晴、郑鹊、李木子、矫雪、胡娟、马鑫铭、王萍、董辅川、杨建超、马啸、孙雅娜、李路、于燕香、丁仁雯、张建霞、马扬、王铁成、崔英迪、高歌等。

由于时间仓促，加之编者水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，敬请广大读者批评和指正。

编 者

目录

第1章 CHAPTER1 01 平面广告设计的原理

1.1 平面广告设计的概念	2	1.3.6 户外广告	8
1.2 平面广告设计的应用领域	3	1.3.7 杂志	9
1.2.1 标识设计	3	1.3.8 海报	9
1.2.2 VI 设计	3	1.3.9 电台	9
1.2.3 海报设计	4	1.4 平面广告设计的点、线、面	10
1.2.4 包装设计	4	1.4.1 点	10
1.2.5 名片设计	5	1.4.2 线	10
1.2.6 画册设计	5	1.4.3 面	11
1.2.7 封面设计	6	1.5 平面广告设计的原则	11
1.2.8 卡片设计	6	1.5.1 实用性原则	11
1.3 平面广告设计的媒介	7	1.5.2 商业性原则	12
1.3.1 电视	7	1.5.3 趣味性原则	12
1.3.2 媒体	7	1.5.4 艺术性原则	13
1.3.3 报纸	7	1.6 平面广告设计的法则	14
1.3.4 互联网	8	1.6.1 形式美法则	14
1.3.5 墙体	8	1.6.2 平衡法则	14
		1.6.3 视觉法则	15
		1.6.4 以小见大法则	15
		1.6.5 联想法则	16
		1.6.6 直接展示法则	16



第2章

17 CHAPTER2

平面广告设计的基础知识

2.1 平面广告设计的图形	18
2.1.1 直接表达方式	18
2.1.2 间接表达方式	18
2.2 平面广告设计中的文字	19
2.2.1 手写体	19
2.2.2 印刷体	19
2.3 平面广告设计中的色彩	20
2.3.1 色相、明度、纯度	21
2.3.2 主色、辅助色、点缀色	22
2.3.3 邻近色、对比色	23
2.3.4 色彩混合	24
2.3.5 色彩与平面广告设计的 关系	25
2.3.6 常用色彩搭配	26
2.4 平面广告设计的版式	27
2.4.1 标准式	27
2.4.2 定位式	27
2.4.3 倾斜式	28
2.4.4 中轴式	28
2.4.5 文字式	29
2.4.6 图片式	29
2.4.7 自由式	30
2.4.8 背景式	30

2.4.9 水平式	31
2.4.10 引导式	31
2.5 平面广告设计的表现手法	32
2.5.1 夸张手法	32
2.5.2 对比手法	32
2.5.3 比喻手法	33
2.5.4 趣味手法	33
2.5.5 烘托手法	34
2.5.6 抽象手法	34

第3章

35 CHAPTER3

平面广告设计的基础色

3.1 红	36
3.1.1 认识红色	36
3.1.2 洋红 & 胭脂红	37
3.1.3 玫瑰红 & 朱红	37
3.1.4 鲜红 & 山茶红	38
3.1.5 浅玫瑰红 & 火鹤红	38
3.1.6 鲑红 & 壳黄红	39
3.1.7 浅粉红 & 勃艮第酒红	39
3.1.8 威尼斯红 & 宝石红	40
3.1.9 灰玫红 & 优品紫红	40
3.2 橙	41
3.2.1 认识橙色	41
3.2.2 橘色 & 柿子橙	42
3.2.3 橙色 & 阳橙	42



3.2.4 橘红 & 热带橙	43	3.5.4 群青 & 石青色	58
3.2.5 橙黄 & 杏黄	43	3.5.5 青绿色 & 青蓝色	58
3.2.6 米色 & 驼色	44	3.5.6 瓷青 & 淡青色	59
3.2.7 琥珀色 & 咖啡	44	3.5.7 白青色 & 青灰色	59
3.2.8 蜂蜜色 & 沙棕色	45	3.5.8 水青色 & 藏青	60
3.2.9 巧克力色 & 重褐色	45	3.5.9 清漾青 & 浅葱色	60
3.3 黄	46	3.6 蓝	61
3.3.1 认识黄色	46	3.6.1 认识蓝色	61
3.3.2 黄 & 铬黄	47	3.6.2 蓝色 & 天蓝色	62
3.3.3 金 & 香蕉黄	47	3.6.3 蔚蓝色 & 普鲁士蓝	62
3.3.4 鲜黄 & 月光黄	48	3.6.4 矢车菊蓝 & 深蓝	63
3.3.5 柠檬黄 & 万寿菊黄	48	3.6.5 道奇蓝 & 宝石蓝	63
3.3.6 香槟黄 & 奶黄	49	3.6.6 午夜蓝 & 皇室蓝	64
3.3.7 土著黄 & 黄褐	49	3.6.7 浓蓝色 & 蓝黑色	64
3.3.8 卡其黄 & 含羞草黄	50	3.6.8 爱丽丝蓝 & 水晶蓝	65
3.3.9 芥末黄 & 灰菊色	50	3.6.9 孔雀蓝 & 水墨蓝	65
3.4 绿	51	3.7 紫	66
3.4.1 认识绿色	51	3.7.1 认识紫色	66
3.4.2 黄绿 & 苹果绿	52	3.7.2 紫 & 淡紫色	67
3.4.3 墨绿 & 叶绿	52	3.7.3 靛青色 & 紫藤	67
3.4.4 草绿 & 苔藓绿	53	3.7.4 木槿紫 & 藕荷色	68
3.4.5 芥末绿 & 橄榄绿	53	3.7.5 丁香紫 & 水晶紫	68
3.4.6 枯叶绿 & 碧绿	54	3.7.6 矿紫 & 三色堇紫	69
3.4.7 绿松石绿 & 青瓷绿	54	3.7.7 锦葵紫 & 淡紫丁香	69
3.4.8 孔雀石绿 & 铬绿	55	3.7.8 浅灰紫 & 江户紫	70
3.4.9 孔雀绿 & 钴绿	55	3.7.9 蝴蝶花紫 & 蔷薇紫	70
3.5 青	56	3.8 黑、白、灰	71
3.5.1 认识青色	56	3.8.1 认识黑、白、灰	71
3.5.2 青 & 铁青	57	3.8.2 白 & 月光白	72
3.5.3 深青 & 天青色	57	3.8.3 雪白 & 象牙白	72



3.8.4 10% 亮灰 & 50% 灰 73

3.8.5 80% 炭灰 & 黑 73



平面广告设计的构图

4.1 和谐 75

4.2 对称 78

4.3 对比 81

4.4 平衡 84

4.5 比例 87

4.6 重心 90

4.7 韵律 93

4.8 视点 96

4.9 垂直 99

4.10 设计实战：平面广告

构图设计 102

4.10.1 平面广告构图设计

说明 102

4.10.2 平面广告构图设计

分析 103



平面广告设计的行业分类

5.1 食品平面广告设计 106

5.1.1 趣味风格的广告设计 107

5.1.2 可爱风格的食物广告

设计 108

5.2 烟酒平面广告设计 110

5.2.1 简约风格的烟酒广告

设计 111

5.2.2 奢华风格的烟酒广告

设计 112

5.3 化妆品平面广告设计 114

5.3.1 偶像型的化妆品广告

设计 115

5.3.2 产品展示型的化妆品

广告设计 116

5.4 服饰平面广告设计 118

5.4.1 写实风格的服饰广告

设计 119

5.4.2 创意风格的服饰广告

设计 120

5.5 电子产品平面广告设计 122

5.5.1 夸张风格的电子产品

广告设计 123

5.5.2 科技化风格的电子产品

广告设计 124

5.6 奢侈品平面广告设计 126

5.6.1 古典风格的奢侈品

广告设计 127

5.6.2 高端风格的奢侈品

广告设计 128

5.7 汽车平面广告设计 130

5.7.1 恢宏大气风格的汽车

广告设计 131



5.7.2 风趣个性的汽车广告	设计	132
5.8 房地产平面广告设计		134
5.8.1 雅致风格的房地产广告	设计	135
5.8.2 尊贵风格的房地产广告	设计	136
5.9 教育类平面广告设计		138
5.9.1 插画风格的教育广告	设计	139
5.9.2 简洁风格的教育广告	设计	140
5.10 旅游平面广告设计		142
5.10.1 清晰自然风格的旅游	广告设计	143
5.10.2 矢量风格的旅游	广告设计	144
5.11 设计实战：多口味糖果广告		
设计流程解析		146
5.11.1 多口味糖果广告设计	说明	146
5.11.2 多口味糖果广告设计	分析	147



平面广告设计的 视觉印象

6.1 安全	150
---------------------	------------

6.2	清新	153
6.3	环保	156
6.4	科技	159
6.5	凉爽	162
6.6	美味	165
6.7	热情	168
6.8	高端	171
6.9	朴实	174
6.10	浪漫	177
6.11	坚硬	180
6.12	纯净	183
6.13	复古	186
6.14	设计实战：化妆品广告色彩的视觉印象	189
6.14.1	化妆品广告色彩设计说明	189
6.14.2	化妆品广告色彩设计分析	190



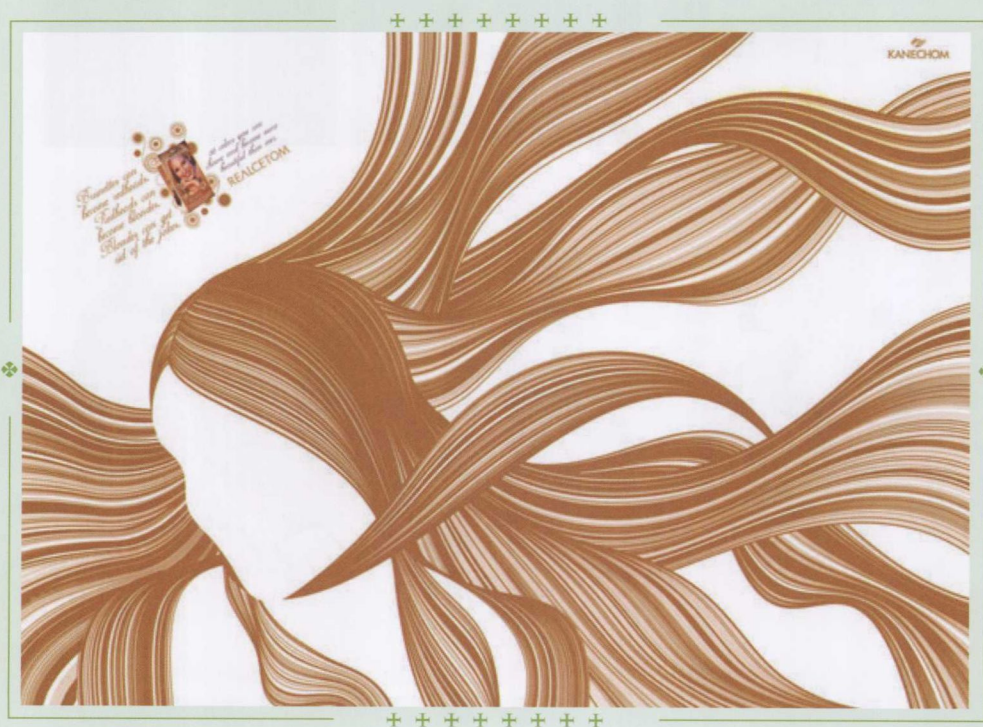
平面广告设计秘籍

7.1 轻松把握色彩的技巧	194
7.2 彰显强烈文字诉求的平面广告	
设计	195
7.3 思维创新的永恒表达	196
7.4 浅谈时代主流的广告魅力	197
7.5 画龙点睛的巧妙手法	198



7.6 怎样做到合理统一的构图形式	199
7.7 符号所带来的视觉信息	200
7.8 如何做好主题的传播	201
7.9 创造出视觉语言的形象表达	202
7.10 形神兼具的艺术感染效果	203
7.11 直击心理的平面广告设计	204

7.12 如何表现插画形式的平面广告设计	205
7.13 用细节的灵动性打动人心	206
7.14 如何巧妙地突出平面广告设计的层次感	207
7.15 带你感受一形多意、一意多形的平面广告设计	208



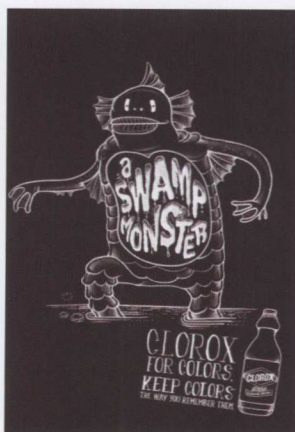
1.1

平面广告设计的概念

平面广告设计以视觉形式展现的方式，并且通过视觉形式向顾客传达广告的诉求点。从设计的角度来讲，平面广告设计包含着图形、色彩、文案、编排等要素，而且它的设计主要以简洁明快的形式瞬间抓住人心。

平面广告设计中的形状，是视觉形式的基础，通过多种元素的提炼组合而成。色彩，能够创造出平面广告的生命力，它的表现能够传达出人们内心的情感，又能调动画面的视觉感受；质感，能够强化广告感染力。质感的表现主要是通过触觉感知、强化主题内涵等，提升平面广告的价值。

平面广告是一种“无声的广告”。以无声胜有声，通过画面激发人们的思考，更具想象力和感染力。





1.2

平面广告设计的应用领域

1.2.1

标识设计

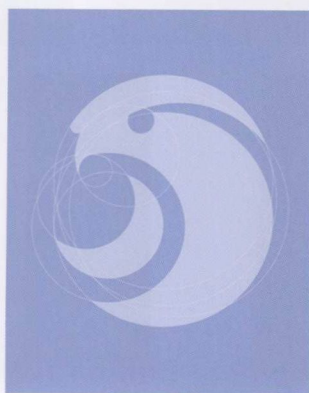
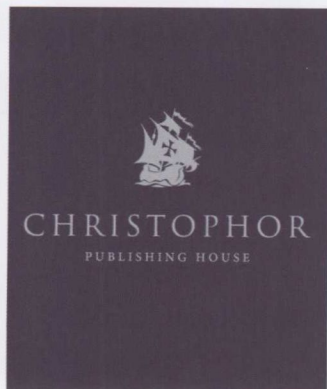
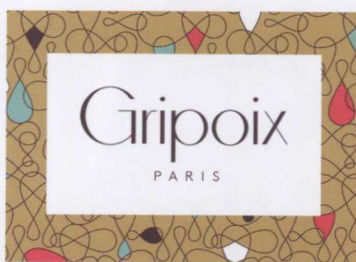
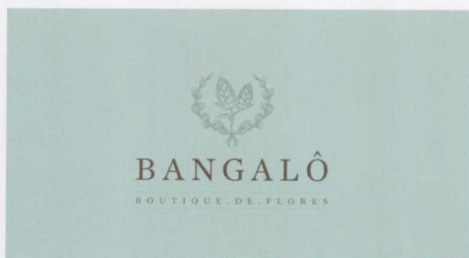
标识设计是指符号或商标设计, 又称 LOGO 设计。它是对企业或商品的内涵定位、商业信息的精简设计, 使标识更具个性化, 因此更具代表性。



1.2.2

VI 设计

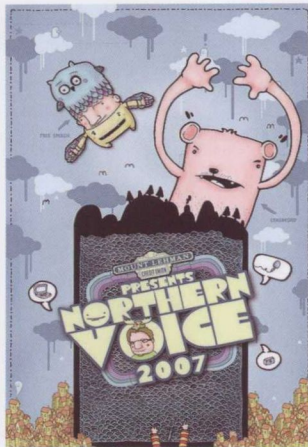
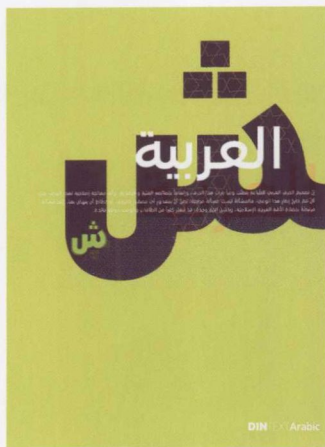
VI 设计是企业文化的视觉符号, 它采用简化、统一、组合等综合手法进行整形设计, 能够有效地树立起一个企业的良好形象。



1.2.3

海报设计

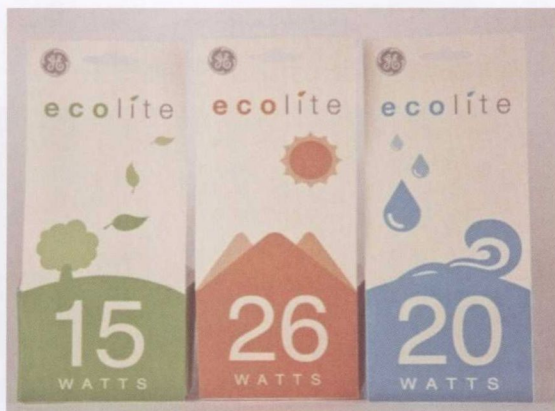
海报是以醒目的画面来吸引人们的关注，主要是以文字、色彩、图案、构图等元素来强调画面的视觉效果。海报设计通常主题非常明确、一目了然。



1.2.4

包装设计

包装设计也属于平面设计的范畴，包装设计的好坏直接影响销售额度的高低，因此它不仅具有实用性，而且具有商业性。

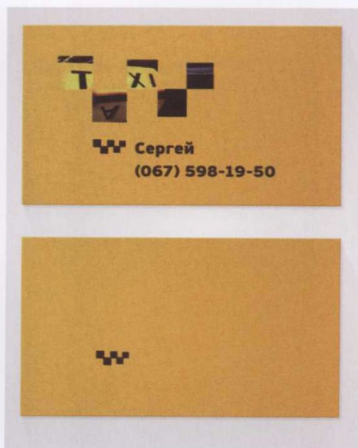




1.2.5

名片设计

名片设计主要是对个人或所在公司形象的精简介绍,设计主要以简单直接地传递信息为主,由于版面很小,所以设计的版式构图及内容选择显得比较重要。



1.2.6

画册设计

画册设计的规律与技巧具有现实意义,它以传递企业品牌形象为主要目的,加大宣传力度、展示品牌产品,从而增强品牌的传播,对产品的销售具有积极的作用。





1.2.7

封面设计

封面设计可以尝试运用大胆的想法和奇特的构图、夸张的色彩、概念的图形等技巧突出主题，创造出较为完美、富有情感、视觉冲击力很强的封面。



1.2.8

卡片设计

卡片设计多以明信片与邀请函的形式出现，因此卡片的设计多以绚丽的精彩画面为主，给人的视觉带来美的享受。

