



高等院校艺术设计类“十二五”规划教材

总主编 刘维亚 马新宇 周勇 罗兵

# 招贴设计

主编 靳晓晓 祝士伟

POSTER

DESIGN

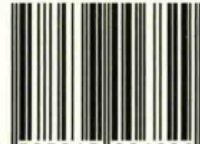


中国海洋大学出版社  
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS

责任编辑/王积庆  
装帧设计/邱腾腾  
终审/韩玉堂

中国高教图书网 [www.gaojiaobook.com](http://www.gaojiaobook.com)  
发行电话 021-51085016

ISBN 978-7-5670-0682-9



9 787567 006829 >

定价：45.00元





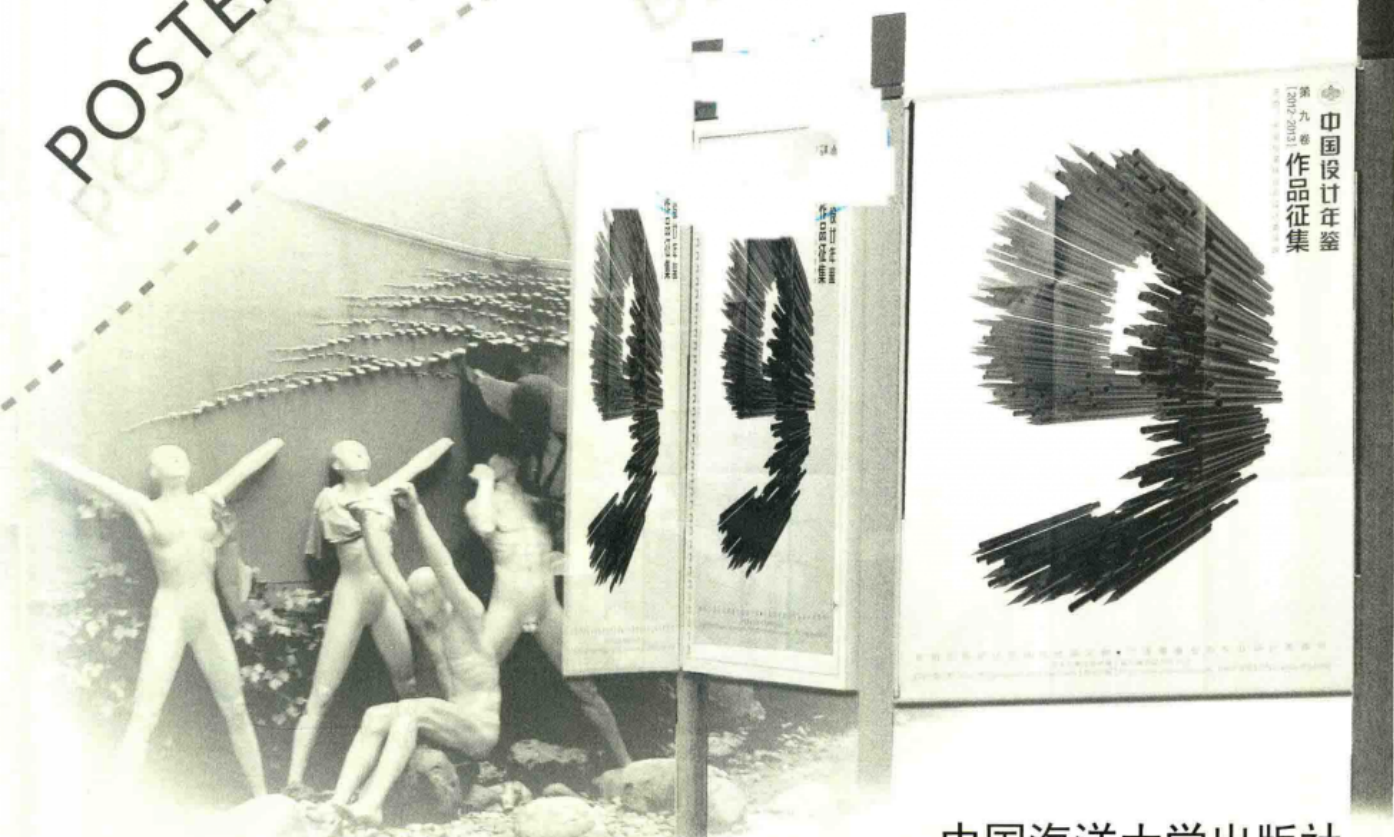
高等院校艺术设计类“十二五”规划教材

总主编

# 招贴设计

主 编 靳晓晓 祝士伟  
副主编 沈名杰 宋艳菊

POSTER  
DESIGN



中国海洋大学出版社  
· 青岛 ·



图书在版编目(CIP)数据

招贴设计 / 靳晓晓, 祝士伟主编. — 青岛: 中国海洋大学出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-5670-0682-9

I. ①招… II. ①靳… ②祝… 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(2014)第140931号

|       |                                                                  |                   |
|-------|------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 出版发行  | 中国海洋大学出版社                                                        |                   |
| 社 址   | 青岛市香港东路23号                                                       | 邮政编码 266071       |
| 出 版 人 | 杨立敏                                                              |                   |
| 网 址   | <a href="http://www.ouc-press.com">http://www.ouc-press.com</a>  |                   |
| 电子信箱  | <a href="mailto:tushubianjibu@126.com">tushubianjibu@126.com</a> |                   |
| 订购电话  | 021-51085016                                                     |                   |
| 责任编辑  | 王积庆                                                              | 电 话 0532-85902349 |
| 印 制   | 上海盛通时代印刷有限公司                                                     |                   |
| 版 次   | 2014年8月第1版                                                       |                   |
| 印 次   | 2014年8月第1次印刷                                                     |                   |
| 成品尺寸  | 210 mm×270 mm                                                    |                   |
| 印 张   | 7                                                                |                   |
| 字 数   | 185 千                                                            |                   |
| 定 价   | 45.00 元                                                          |                   |

# 总序

## PROLOG

现代设计以科学、技术、文化、艺术、市场诸元素构建了独有的特质。它被科学催生、发展、升级、丰富。人们用技术使设计物化、精致并具备功能；以文化使设计具有灵魂、品质与趣味；将艺术赋予设计容貌、精神和情绪；借市场为设计提供着陆的终端及价值。

现代设计对个性化无止境地追求及探索，也启迪了科学发现的路径，加快了技术升级的频率。特别对品位与形式创新的执著追求，使时尚文化艺术风生潮起、澎湃不息。现代设计在顺应市场需求、迎合受众群体的品牌推广过程中，也在推销设计者的创意作品及理念，从而形成市场的营销理念，引领消费。

现代设计是借助科学技术手段，向服务对象推销创意规划设计的系统行为。要使创意设计形成产业化，就需要一批素质优秀的创意团队。目前根据产业发展对这方面具有高规格综合能力的人才需求，对高校教育对应专业的教学模式、教学内容、教学方法提出了新的挑战。为此依据教育部艺术设计专业相关课改精神，组织相关的教育学者及行业专家编写艺术设计教材系列丛书，为更好地培养现代设计创意人才提供必要的条件。

此套教材强调理论与实践相结合、教育与产业相结合、教法与经典案例剖析相结合。采用启发式的教学模式，使初学者了解并掌握设计创意全过程中的关键要素，也对专业设计人员具有一定的启迪作用。学习者通过了解艺术设计相关课程的概念、历史、发展脉络、构成要素、创意策略、表现手法、专业特点、设计流程、创意呈现效果，并借鉴典型案例的创作经验，反复地尝试体验，逐渐形成自己具有个性化的设计。设计的实现需要新材料、新技术、新工艺、新设备等去完成，这样就要求学习者在反复实践中了解材料功能及选择、制作工艺设定、图形及型体制作规范、设计流程品质体系等，获得成品最终效果。由此可见，重视实践环节教学是艺术设计专业高等教育培养高技能人才的关键。

本套教育部重点专业建设项目配套系列教材，注重艺术设计专业教育规律，展现与产业结合培养应用型人才的理念，突出知识体系中理论与技能紧密融合的特色，形成创意思维可教、原创设计可行的路径。其中部分教材，框架搭建合理，内容选择富有时代感，知识介绍清晰，案例分析到位，文图配合相互增色，实践环节设计富有创意，在同类教材中独具特色。

期待本套教材在艺术设计领域应用型人才培养过程中发挥出独特的作用。

刘维亚 马新宇

2014年3月



# 前言

## PREFACE

招贴以其强烈、简洁、直观的艺术特点成为现代社会传达信息和交流信息的重要方式，在艺术设计中扮演着重要的角色。招贴的设计理念、表现手段较之其他广告媒介更具典型性，已演变为独特的视觉媒介，成为视觉传达设计的主要艺术形式。招贴设计是一门综合性很强的学科，是对基础课程知识的综合应用，是专业技能知识综合呈现的载体，是培养平面设计人才和广告设计师必备的职业能力核心课程，在专业课程中占有重要的地位。

本教材注重培养和提高学生的审美修养，培养学生的创意思维，训练其在招贴文字、图形以及版式设计过程中的信息搜集与处理、分析与解决问题的能力。本书主要包括招贴概述、招贴设计元素（图形/文字/色彩/版式）的分类训练、招贴创意思维的训练、招贴设计流程的综合训练、经典作品赏析等内容，采用循序渐进的课程结构设计，最终实现学生对招贴设计的创意思维、表现手法，以及招贴设计流程达到较完整的认知。

在招贴设计元素的分类训练阶段，注重培养学生形象思维与理性思维的有机结合，引领学生完成创意凝练、图形表现、版式修正等内容的学习，训练其对招贴设计元素的应用表现能力。在综合训练阶段，以招贴的设计流程作为引导，系统而全面地完成招贴设计实训项目课题训练，使学生具备招贴设计定位的把握能力和独立完成招贴设计的专业设计实践能力。

本教材在内容编写方面采用图文并茂的形式，引用了大量国内外经典招贴设计作品，并附有设计案例解析，极大地丰富了教材的内容，增强了教材的实用性，同时也提高了学生的艺术鉴赏能力。

在本教材的编写过程中，长沙师范学院吴利锋老师提供了很多案例作品和有益的建议，还得到了印刷包装设计行业大师刘维亚、马新宇教授、行业内专家的悉心指导以及相关兄弟院校的大力支持。在此深表感谢，书中有不妥之处，还望专家和读者给予批评指正。

编者

2014年3月

# 教学导引

## 一、教材适用范围

本教材适用于高等院校艺术设计专业师生，是相关课程的教学参考用书，也是社会相关设计师培训的针对性教材。

## 二、教材学习目标

- 1.了解招贴设计流程、设计特点、设计内容及设计程序。
- 2.熟悉不同类型招贴的风格特征及表现方法。
- 3.掌握招贴设计的创意方法和技术重点，使学生的设计有据可查、有的放矢。
- 4.培养学生系统、全面、创新的设计能力，使学生明确招贴设计的最终学习目标，即以满足信息的准确传达和受众的审美需求为基本出发点。

## 三、教学过程参考

- 1.资料收集。
- 2.作业循序渐进。
- 3.作业完成与反馈。

## 四、教材建议实施方法

- 1.课堂演示。
- 2.案例讲解。
- 3.分组互动。
- 4.作业评判。

# 建议课时数

总课时：64

| 章 节 | 内 容         | 课 时 |
|-----|-------------|-----|
| 第一章 | 招贴的基本概念     | 8   |
| 第二章 | 招贴设计的构成元素   | 16  |
| 第三章 | 招贴的设计（创意）思维 | 16  |
| 第四章 | 招贴设计流程      | 16  |
| 第五章 | 中外经典招贴设计赏析  | 8   |

# 目录

## CONTENTS

### 第一章 招贴的基本概念.....001

|                            |  |
|----------------------------|--|
| 第一节 招贴的定义与特征.....001       |  |
| 1.1 招贴的定义.....001          |  |
| 1.2 招贴的媒体特征.....001        |  |
| 第二节 招贴的分类与功能.....003       |  |
| 2.1 招贴的分类.....003          |  |
| 2.2 招贴的功能.....009          |  |
| 第三节 招贴的历史演变.....011        |  |
| 3.1 招贴的产生与前期发展.....012     |  |
| 3.2 现代艺术运动与招贴的演变.....013   |  |
| 3.3 第二次世界大战之后的招贴风格.....016 |  |

### 第二章 招贴设计的构成元素.....020

|                        |  |
|------------------------|--|
| 第一节 招贴的图形.....020      |  |
| 1.1 招贴的图形分类.....020    |  |
| 1.2 图形创意的表现方法.....022  |  |
| 第二节 招贴的文字.....028      |  |
| 2.1 文字要素的构成与功能.....028 |  |
| 2.2 文字内容的设计原则.....031  |  |
| 2.3 文字图形化的设计方法.....034 |  |
| 第三节 招贴的色彩.....037      |  |
| 3.1 色彩与视知觉.....037     |  |
| 3.2 色彩在招贴中的作用.....038  |  |
| 3.3 招贴色彩的应用技巧.....042  |  |
| 第四节 招贴的版式.....046      |  |
| 4.1 版式的形式美法则.....046   |  |
| 4.2 招贴设计的版式类型.....050  |  |
| 4.3 招贴的编排设计原则.....055  |  |

### 第三章 招贴的设计(创意)思维.....060

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| 第一节 招贴创意设计的准则.....060       |  |
| 1.1 强调信息传达——广告性和认知性.....060 |  |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1.2 强调视觉表现——生动性和简洁性.....061 |  |
| 1.3 强调设计新奇——创新性和个性.....062  |  |
| 1.4 强调审美效果——艺术性和文化性.....063 |  |
| 第二节 招贴设计的思维模式.....064       |  |
| 2.1 发散思维.....064            |  |
| 2.2 逆向思维.....065            |  |
| 2.3 求异思维.....065            |  |
| 2.4 突变思维.....067            |  |
| 2.5 重组思维.....067            |  |
| 第三节 招贴设计中视觉语言的修辞方法.....068  |  |
| 3.1 比喻.....068              |  |
| 3.2 拟人.....069              |  |
| 3.3 联想.....069              |  |
| 3.4 象征.....071              |  |
| 3.5 夸张.....071              |  |
| 3.6 诙谐与幽默.....072           |  |
| 3.7 对比与衬托.....073           |  |

### 第四章 招贴设计流程.....074

|                       |  |
|-----------------------|--|
| 第一节 主题的确立.....074     |  |
| 第二节 设计调查与市场调研.....074 |  |
| 2.1 设计调查的意义.....074   |  |
| 2.2 设计调查的内容.....075   |  |
| 2.3 设计调查的方法.....076   |  |
| 第三节 设计的定位与策划.....076  |  |
| 3.1 风格定位.....076      |  |
| 3.2 语义定位.....079      |  |
| 第四节 素材的搜集与整理.....080  |  |
| 4.1 同质性.....080       |  |
| 4.2 可塑性.....081       |  |
| 4.3 催化性.....081       |  |



|     |          |     |
|-----|----------|-----|
| 第五节 | 创意的激发与形成 | 081 |
| 5.1 | 选择切入点    | 081 |
| 5.2 | 概念的可视化   | 085 |
| 5.3 | 确定设计方案   | 086 |
| 第六节 | 设计的表现与深化 | 087 |
| 6.1 | 设计元素的整合  | 087 |
| 6.2 | 版式的优化    | 090 |
| 6.3 | 完稿的制作    | 092 |

## 第五章 中外经典招贴设计赏析 093

|     |          |     |
|-----|----------|-----|
| 第一节 | 国外招贴设计赏析 | 093 |
|-----|----------|-----|

|     |                    |     |
|-----|--------------------|-----|
| 1.1 | 德国招贴——理性与感性的统一     | 093 |
| 1.2 | 美国招贴——功能与艺术的结合     | 095 |
| 1.3 | 波兰招贴——荒诞不羁的创意      | 097 |
| 1.4 | 日本招贴——美学与东方哲学的完美体现 | 098 |
| 第二节 | 中国招贴设计赏析           | 100 |
| 2.1 | 传统元素符号的解构与创新       | 100 |
| 2.2 | 虚实相生的留白构图          | 101 |
| 2.3 | 东西方文化的交融           | 102 |

## 参考文献 104

# 第一章

## 招贴的基本概念

### 第一节 招贴的定义与特征

#### 1.1 招贴的定义

招贴亦称为“招贴广告”“海报”“宣传画”，属于视觉传达设计的艺术形式之一。招贴是一种展示于公共空间的平面广告（多为印刷品），是一种用于推动事件或产品的媒介。招贴设计的目的包括通知、公告、宣传等，指将特定信息通过招贴的形式传达给受众的一种设计活动或过程。它是最古老的广告表现形式之一。招贴的英文名字叫“poster”。招贴按其文字义解释，“招”是指引注意，“贴”是张贴，即为“招引注意而进行张贴”。

招贴也被称为“瞬间”的街头艺术，可以被张贴在街道、影剧院、展览会、商业闹区、车站、码头、公园、学校等公共场所，是一种以传达信息为目的，以印刷媒介为主体，以张贴悬挂为形式的广告。

招贴是一种文化，是人类在社会活动中的自然创造。伴随着时代的不断变迁，招贴以不同的技术形式和视觉效果，给人类留下了丰厚的文化遗产。招贴是一门艺术，主要由图形、色彩、文字三部分组成，文字和图形是它的主要语言形式，广告与宣传是它的基本功能（图1-1-1、图1-1-2）。

#### 1.2 招贴的媒体特征

招贴是现代广告中使用最频繁、最广泛、最便利、最快捷和最经济的传播手段之一。作为一种视觉传达艺术，招贴具有的许多优点其他媒介所无法替代的。如今广告业发展日新月异，新的观念、新的制作技术与传播手段层出不穷，但招贴的设计理念、表

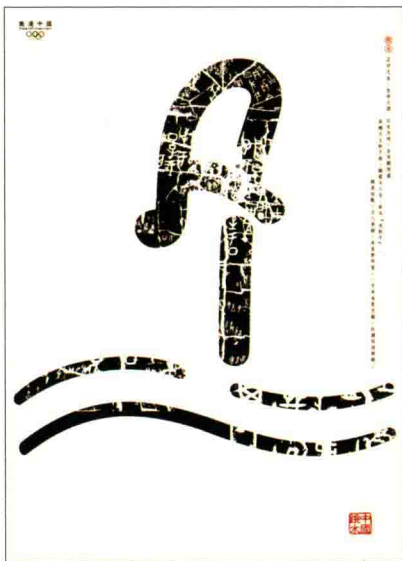


图1-1-1 奥运中国（跳水篇）

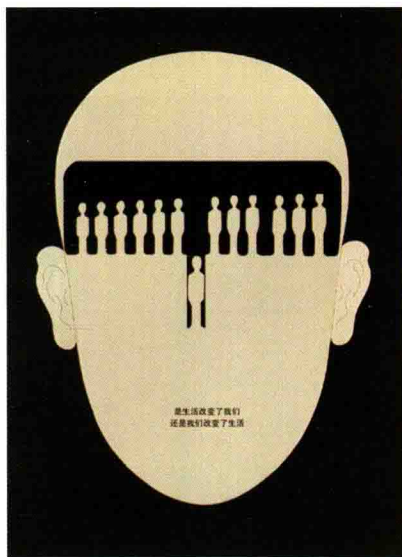


图1-1-2 改变 靳晓晓



现手段、形式特点较之其他广告媒介更具典型性，依然在艺术设计领域里施展着独特魅力。

### 1.2.1 具有较强的吸引力

招贴是一种应用非常广泛的户外广告，通常被张贴在人流量较大的公共场所。招贴的画幅通常比报纸广告、杂志广告的面积大，广告诉求明确，且图形视觉冲击力强，可以在短时间内远距离传达诉求信息内容。为了给来去匆忙的人们留下深刻的视觉印象，除了尺寸大之外，招贴设计还要充分体现定位设计的原理，可以通过创造性的图形语言以及对比强烈的色彩或简练的视觉流程，突出标题、图形或商标信息，使招贴在远距离范围内也可以成为视觉焦点，体现其典型的广告特征（图1-1-3、图1-1-4）。

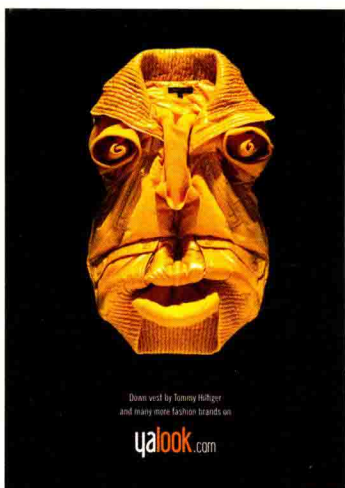


图1-1-3 Tommy Hilfiger品牌服装 招贴广告



图1-1-4 自卫 福田繁雄（日本）

### 1.2.2 具有较强的传播优势

招贴通过鲜明而富有创意的图形语言，在短暂的时间内产生“刺激”“传达”“印象”三个步骤，使观众对海报的内容形成深刻的印象。无论是宣传某种理念或是推销某种产品，招贴都需要尽快抓住行人的视线，高效、准确地传达所承载的信息，需要具有较强的视觉冲击力和传达效果（图1-1-5）。

另外，招贴是一种非常经济的广告表现形式。招贴广告以印刷为主，其制作成本相对低廉，可以被大量印刷和广泛张贴，用较低的广告成本即可获得良好的宣传效果。因此电影宣传广告中，招贴是我们经常能看到的形式（图1-1-6）。



图1-1-5 Bimbo方便面 招贴广告

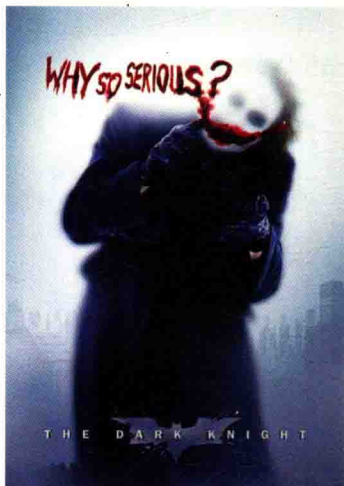


图1-1-6 《黑暗骑士》电影海报

### 1.2.3 具有较高的艺术性

现代的招贴设计不仅具有较强的传播实用价值,还具备极高的艺术欣赏性和收藏价值。招贴是视觉传达的重要媒介之一,招贴内容广泛、形式多样、图文并茂、构图简洁,具有极强的视觉感染力。招贴强调创意与视觉表现,可以充分利用点、线、面、图形、文字、色彩等



图1-1-7 Nimm Platz 霍格尔·马蒂斯 (德国)

设计元素,具有较强的艺术表现力。招贴借助纯粹的艺术手段塑造极富创意的视觉画面,用感化的方式说服并感染受众,更容易被受众接受。现代招贴已形成了多元化格局,兼有绘画和设计的特点,且印刷精美,拥有多种表现形式,有的已成为极具收藏价值的艺术品,具有极高的艺术性(图1-1-7、图1-1-8)。



图1-1-8 为费舍尔出版社设计的招贴 冈特·兰堡 (德国)

## 第二节 招贴的分类与功能

### 2.1 招贴的分类

招贴的内容很宽泛,整体而言,可以将招贴分为商业招贴和非商业招贴两大类。按照服务领域和组合形式又可以将招贴分成不同的类型。

#### 2.1.1 从服务领域来划分

按照服务领域可以将招贴分成公益招贴、文化招贴和商业招贴。公益类招贴是指非营利性的公共社会问题研究类招贴;文化类招贴指以某种形象或理念为主题,以活动宣传为目的的平面广告设计研究类招

贴;商业类招贴是指以促销盈利为目的的平面广告设计研究类招贴。

##### (1) 公益招贴

公益招贴是指一些非商业性质的,以公共利益宣传为主题的招贴,目的是宣传社会规范和社会道德观念,宣传主流的精神价值观,支持或倡导某种社会事业和社会风尚,通过某种观念的传达,呼吁公众关注某一社会问题,增进公众对社会公共问题的认知和了解,以此来唤醒人们的公益意识,促进社会、经济、自然的可持续发展。公益招贴作为社会文化的一种特殊传播形式,是现代公益信息传达和交流的重



要方式，为社会公益事业的发展起到了举足轻重的作用。公益招贴的内容和主题应是社会公众关注的热点或焦点，常见的公益招贴主题有：生态环保、保护资源、政治宣传、爱心慈善、戒烟、交通安全、和平与反战、关注社会等（图1-2-1至图1-2-3）。

公益招贴内涵丰富且主题鲜明，传播着精神文明，引导着社会舆论，支配着公众的思想意识和行为

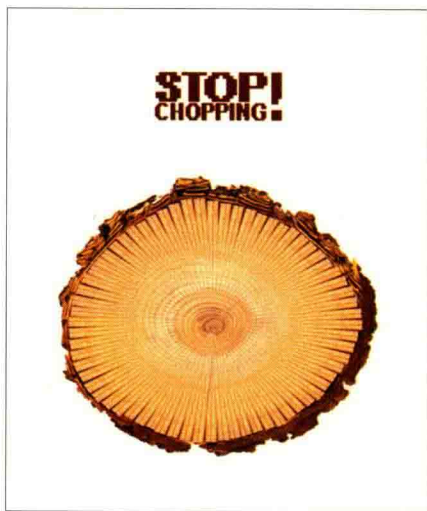


图1-2-1 “禁止砍伐”公益招贴



图1-2-2 胜利的代价 陈放



图1-2-3 城市环境 杨干峰

方式，推动着社会公益事业的迅速发展。公益招贴有以下几个特点。

① 非营利性。公益招贴以人与社会、人与自然的和谐发展为宗旨，以社会保护与群体素养提升为目的，促进社会的发展。公益招贴属于非营利性质的，主要是向公众传达有关信息、认识和观念。

② 观念性。公益招贴诉求的是观念，以某一观念的传播促使公众自省，并关注某一社会性问题，规范行为并身体力行形成良好的社会风尚。它的传播是精神形态的观念，而不是物质形态的商品。公益广告的创作要准确把握所表现主题的特点，深刻揭示事实的本质，让表现的主题一目了然。公益广告的观念性和倡导性需要我们以正面宣传为主，应以倡导的方式，与公众进行平等的交流，不能居高临下摆出教育者的架势。

③ 受众的广泛性。公益招贴不同于商业招贴，它不是为某个企业的产品树立形象、打造知名度，而是为社会大众谋利，为公众切身利益服务的广告，具有广泛的受众群体。设计者需要站在社会公众的角度去挖掘创意，要针对社会公众的特点和心态，反映公众的意愿和呼声，反映普遍关注的社会问题，其受众范



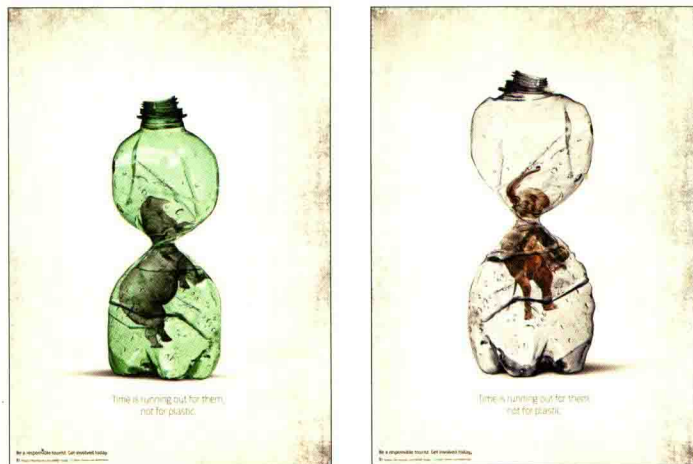


图1-2-4 WWF世界自然基金会公益招贴广告 佚名

围越大越好，以期待尽可能多的公众目光。

公益招贴的创作除了要遵循一般广告的创作原则，还要体现公益广告的个性原则，即要把思想性和艺术性有效地统一起来，让公众产生共鸣，从而达到公益招贴的宣传作用。

如图1-2-4所示，该系列招贴以扭曲的塑料瓶和动物作为主体图形，表达了“时间可以带走生命，却带不走塑料”的招贴主题，以提醒大家注意垃圾分类，不可随意丢弃塑料瓶的环保意识。该招贴没有受众的限制，不以商业营利为目的，传达了当下公众所关注的环保问题。公益招贴的意义本质上在于符合公众的根本利益，因此，要运用一切广告艺术手段，强化主题，使公益广告传播的观念触动灵魂，将招贴的主题思想升华为一种价值理念，变成一种人生观、价值观。

## （2）文化招贴

文化招贴是指用于服务项目、展会信息、艺术主题、体育赛事等文化活动的推广宣传为主题内容的招贴，具体包括文化娱乐、学术讲座、新闻出版、节日庆典、体育比赛、展览会等主题内容，其主要功能是通过媒体来传播信息（图1-2-5至图1-2-7）。文化招贴作为现代设计文化和观念的传播者，能有效传达人类精神文化领域的视觉符号，在创意中注入文化理念，传达出设计文化的视觉语义和生命力。

不同于公益招贴的社会责任感，也不同于商业招

贴的商业目的和功利性，文化招贴在设计方式、表现形式上相对比较自由，是最能张扬个性的招贴设计形式。文化招贴常常采用轻松愉悦的图形和创意，吸引受众的注意力。信息时代的多元化设计领域可以为文化招贴的创作提供更为广阔的艺术想象空间和肥沃的创作土壤。但不同的文化活动都有各自不同的特点，设计师需要深入了解展览和活动的內容，才能选用准确的设计元素，创作出创意独特、符合主题的文化招贴设计作品。



图1-2-5 中国国际广告会展招贴 王鹏

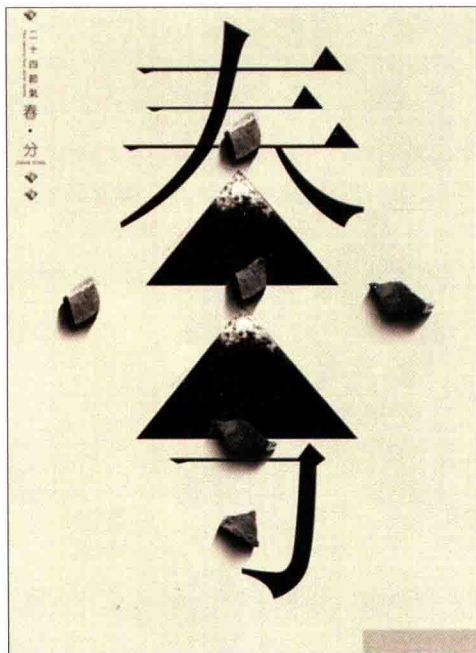


图1-2-6 二十四节气之春分 吴强

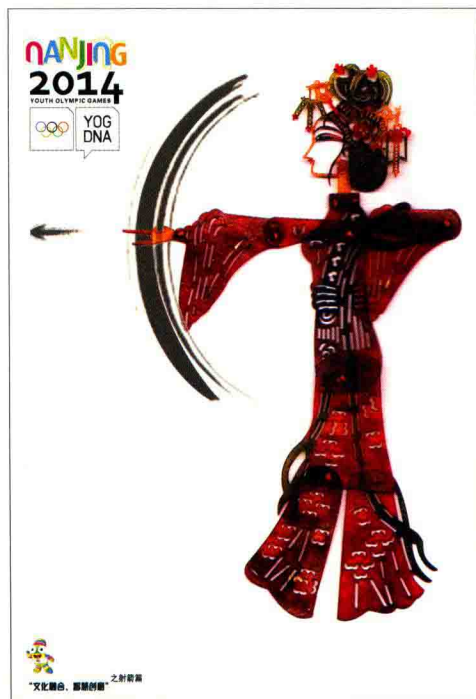


图1-2-7 “文化融合、智慧创意”之射箭篇 吴利锋

### (3) 商业招贴

商业招贴是指商品经营者或服务提供者承担费用，通过一定的媒介和形式直接或间接地介绍所推销

的商品或提供的服务的招贴广告。商业招贴是以宣传推广商业活动、促销商品、满足消费者需求为主要内容的招贴，是当前社会招贴设计的主流。商业招贴在商品活动中作为一种传播载体，充当着“信息推销员”的角色，目的是把商品的信息以及品牌的形象有效地传达给消费者，以促进商品销售，提高企业和品牌知名度，获取商业利润。

商业招贴的概念是一个舶来品，源自美国，随后传播到欧洲、日本及其他经济发达国家和地区。随着经济的发展，商业招贴在各个国家都被广泛运用，成为整合营销传播的一个环节，也成为都市消费景观的构成部分。

商业招贴不同于公益招贴和文化招贴的开放自由，它是以商品促销、品牌传播以及影响消费者为目的。因此，商业招贴的设计需要充分考察商业环境、品牌目的、竞品信息、设计资料，恰当地配合产品的特点、性能和消费群体的审美需求，同时还要兼顾客户的意见和想法，根据这些综合信息去展开针对品牌或商品的招贴设计。

优秀的商业招贴既要注重产品的功能性还要注重审美价值，需要达到商业性和艺术性的完美结合，这将更能考验设计师的专业功底（图1-2-8至图1-2-10）。

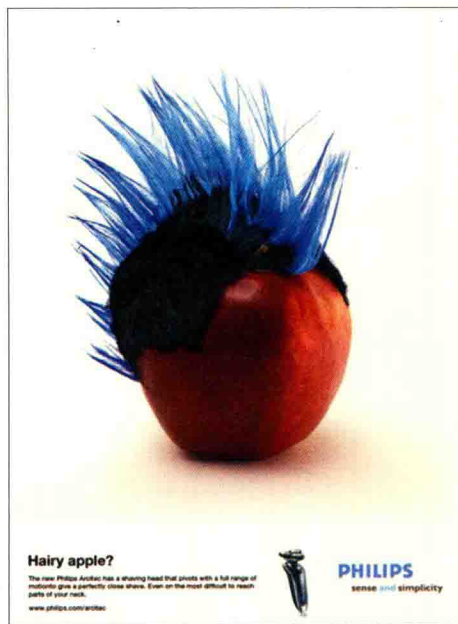


图1-2-8 飞利浦剃须刀 招贴广告



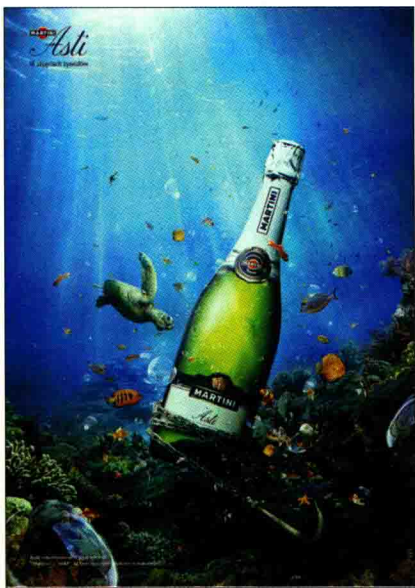


图1-2-9 Martini香槟酒 招贴广告



图1-2-10 珍宝珠棒棒糖 招贴广告

### 2.1.2 从组合形式来分

招贴按照其组合形式又可以分为单幅招贴、系列招贴和组合招贴。

#### (1) 单幅招贴

单幅招贴的内容和形式都具有完整性和独立性，可以单张独立张贴使用，能完整地传递信息，属于目前使用最为广泛的招贴形式。单幅招贴的设计更需要

注重信息的完整性和视觉传达力度，能够让受众迅速、准确并全面地了解该招贴所传达的信息内容。

#### (2) 系列招贴

系列招贴是指两幅或者两幅以上的，相互关联且表现手法和风格一致的招贴。系列招贴通过不断重复相似的画面来加强表现力度，连续张贴具有较强的视觉冲击力，能够给人们留下深刻的印象。如图1-2-11所示的《城市印象》系列招贴，在画面的色调、构图、创意风格一致的前提下，仅变换模特及头顶的建筑结构，通过不同风格的建筑体现城市的整体特征。系列招贴具有整体性和统一性，具有相同或相似的创意理念，画面的表现风格或者某一图形元素、色彩配置需要有一定的相似性和延续性，同时又要强调作品各自的个性，可以采用使系列作品某种特征保持不变，而变化其元素色彩来实现系列性效果（图1-2-12）。

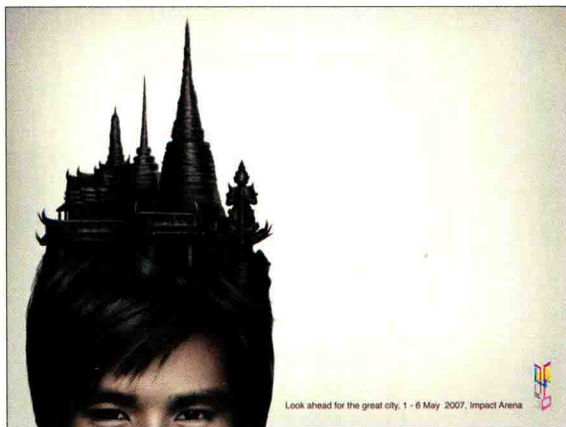


图1-2-11 城市印象系列招贴





图1-2-12 Open all winter系列创意招贴

### (3) 组合招贴

组合招贴是由多幅内容相对独立的单幅招贴拼合成更大幅面完整的招贴形式。各单幅招贴可以独立地传达信息，也可以组合在一起传达信息。多幅招贴组合在一起可以表达一个完整的概念或一个独特的想

法，富有戏剧性和情节性，更容易吸引受众的眼球。如图1-2-13所示，“谨防疲劳驾驶”组合招贴，用一个疲惫的、即将合上的眼皮来比喻疲劳驾驶的危险性，更容易引发受众的联想。

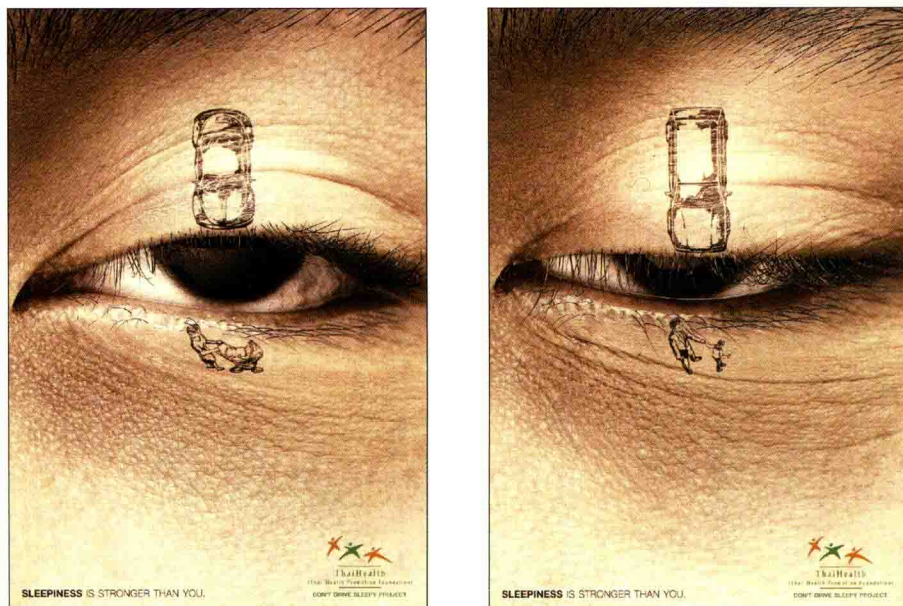


图1-2-13 “谨防疲劳驾驶”组合招贴