

吴建华
编著



高等职业教育·艺术设计教材

招贴设计

高等职业教育·艺术设计教材

招 贴 设 计

(本教材可供本科艺术设计专业选用)

● 吴建华 编著

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计 / 吴建华编著. —北京: 中国轻工业出版社,
2008.3

高等职业教育·艺术设计教材

ISBN 978-7-5019-3984-8

I. 招… II. 吴… III. 宣传画—设计—高等学校:
技术学校—教材 IV. J218.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 043675 号

责任编辑: 王抗生 孙 千 戚 雪

策划编辑: 王抗生

责任终审: 孟寿萱

封面设计: 蓝先琳

版式设计: 郭文慧

责任校对: 燕 杰

责任监印: 张 可

*

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京国彩印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2008 年 3 月第 1 版第 5 次印刷

开 本: 889×1194 1/16 印张: 9.5

字 数: 230 千字

书 号: ISBN 978-7-5019-3984-8/J·217

定 价: 42.00 元

读者服务部邮购热线电话: 010-65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010-85119845 65128898 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

80275J4C105ZBW

高等职业教育·艺术设计教材

编审委员会

顾问：李宗尧（中国高等职业技术教育研究会会长）
袁 晓（北京市职教成教教材领导小组办公室）

委员：王国伦 王国全 王抗生
许之敏 刘伟平 刘境奇
吕美立 汤重熹 邱承德
李 巍 杨乾钊 张芷岷
张 星 张 楠 徐 雯
彭 亮 蓝先琳 潘吾华

本书主审：蓝先琳 许之敏

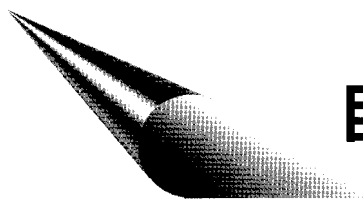
出版说明

本系列教材于2001年9月经教育部中国高等职业技术教育研究会组织专家评估,被列为专家推荐教材。

本教材是在中国高等职业技术教育研究会指导下,由全国15个省市自治区、30余所高职院校参与策划、审稿、编写工作,使该教材具有一定广泛性,适合全国各地区高职院校使用,同时可供本科艺术设计专业选用。

现将参与本套教材编写工作的院校列后:

西北建筑工程学院	辽宁经济职业技术学院工艺美术分院
西安建筑科技大学	杭州职业技术学院
苏州工艺美术职业技术学院	广西柳州职业技术学院
广东轻工职业技术学院	金陵职业技术学院
深圳职业技术学院	徐州建筑职业技术学院
广东顺德职业技术学院	江汉大学
广州番禺职业技术学院	昆明大学
广州成人教育学院	广东省肇庆学院
广州大学艺术与设计学院	北京市财贸管理干部学院
北京西城经济科学大学	洛阳大学
北京朝阳社区学院	北京工商大学传播艺术学院
北京职业教育集团	清华大学美术学院
天津职业大学	中央美术学院
西安美术学院成人教育学院	北京服装学院
四川教育学院	四川大学纺织服装学院
宁波职业技术学院	西北纺织工学院服装学院
北京轻工职业技术学院	四川美术学院成人教育学院



目 录

概述	(1)
一、招贴的基本概念	(7)
二、招贴设计在视觉传达设计中的作用	(12)
三、招贴设计的分类	(15)
四、招贴设计与相关专业课程	(21)
作业与思考题	(26)
第一章 中外招贴简史	(27)
第一节 招贴的起源	(27)
一、“英国工艺美术运动”与招贴	(27)
二、“新艺术运动”与招贴	(28)
三、“装饰艺术运动”与招贴	(31)
第二节 招贴的发展	(32)
一、20世纪设计教育对招贴的影响	(32)
二、现代科学技术对招贴的影响	(35)
三、西方绘画艺术对招贴的影响	(36)
第三节 世界招贴的风格与流派	(39)
一、欧洲的招贴风格与流派	(39)
二、美国的招贴风格与流派	(44)
三、日本的招贴风格与流派	(46)
四、中国的招贴风格与流派	(46)
作业与思考题	(51)
第二章 招贴设计的图形构成形式	(52)
第一节 图形在招贴设计中的基本概念与作用	(52)
一、图形的概念	(52)
二、图文同源	(53)
三、图形在招贴设计中的影响	(54)
第二节 图形的基本分类	(55)
一、具象图形	(56)
二、装饰图形	(56)
三、抽象图形	(58)
四、漫画、卡通图形	(59)
五、标志图形	(61)
第三节 图形视觉效果处理	(63)
一、虚实相生	(63)
二、错觉的运用	(64)
三、正形与负形	(67)
四、置换	(71)

五、逆向比例·····	(72)
作业与思考题·····	(74)
第三章 招贴设计中的文字应用 ·····	(75)
第一节 招贴设计中的文字·····	(75)
一、拉丁文字与招贴·····	(75)
二、象形文字与招贴·····	(76)
第二节 招贴设计中的字体与图形·····	(79)
一、以图形为主的招贴设计·····	(79)
二、以字体为主的招贴设计·····	(82)
第三节 招贴设计中的字体·····	(84)
一、对称式·····	(84)
二、对角线式·····	(87)
三、散点式·····	(88)
四、招贴与字体设计·····	(89)
作业与思考题·····	(94)
第四章 招贴设计中的色彩应用 ·····	(95)
第一节 招贴设计中色彩的作用·····	(95)
一、引起注意·····	(95)
二、画面生动·····	(97)
三、方便导读·····	(99)
四、表现真实·····	(100)
第二节 招贴设计中的色彩关系·····	(103)
一、色彩与心理的关系·····	(103)
二、色彩的对比关系·····	(105)
三、色彩的调和关系·····	(105)
四、色彩中的企业形象·····	(108)
作业与思考题·····	(110)
第五章 招贴设计的表现方法与程序 ·····	(111)
第一节 招贴的创意·····	(111)
一、公益招贴的创意·····	(111)
二、商业招贴的创意·····	(112)
第二节 招贴表现方法·····	(114)
一、综合设计基础表现方法·····	(114)
二、招贴的制作·····	(122)
三、运用现代科学技术完成招贴的表现方法·····	(128)
第三节 招贴设计的程序·····	(131)
一、明确主题·····	(131)
二、市场调研·····	(135)
三、归纳分析·····	(136)
四、确定方法·····	(138)
作业与思考题·····	(144)
后记 ·····	(145)
参考文献 ·····	(146)

概 述

我们的生活空间，正在被越来越多的信息所包围，这些信息通过各种形式的媒体来传播。无论是坐在家里，或是在挤车上班的途中，我们每个人通过眼睛、耳朵……自觉或不自觉地完成广告的接受者，广告的内容巧妙地通过一些人们喜爱的活动形式成为人们日常生活的一部分。“酒香不怕巷子深”渐渐地成了过时的观念。

30年前就有一种说法，“招贴已经不再是广告宣传的主要媒体了”。时下，除了报纸、电台、电视、杂志四大媒体以外，互联网等新媒体不断涌现，然而世界范围内的各类招贴设计展越办越多、越办越大，每年招贴的



法国街头的大减价招贴



圣诞节后法国巴黎街头的减价广告



阿姆斯特丹市区的一座广告塔。[荷兰] 1946



在广州天河广场的“可口可乐”广告



招贴在德国街头的广告柱上随处可见

制作数量不但没有减少反而越发的增加了。经济全球化给企业带来的活力便是印刷品大量增加的一大原因。

古代中国、古埃及和西亚的文字发明,是人类信息传达文明史的第一次革命。据说目前仍保存在伦敦博物馆中,世界上现存最早的一张招贴,是英国军队在埃及古城底比斯遗址发现的一份3000年前的寻人文字招贴,招贴大意是用一个金币悬赏捉拿“逃跑的奴隶”。

作为媒体的一种形式,招贴具有可复制和可传播性,它的可复制性有赖于印刷术的出现。8世纪前后我国产生了雕版印刷,宋仁宗庆历年间(1041~1048)毕昇发明了活字印刷术。北宋时代,山东济南刘家功夫针铺的招贴印刷用铜版制成。铜版四寸见方,上面雕刻“济南刘家功夫针铺”字样,中间是白兔持杵捣药的插图,左右有八字为:“认门前白兔儿为记”。下部是说明商品质地和销售办法的七行二十八字。这是一张被称为我国最早的具有商标价值和招贴广告作用的作品。

20世纪第一次世界大战结束后,德国著名建筑家,设计理论家沃尔特·格罗佩斯在德国创立了世界上第一所现代设计学校——包豪斯。包豪斯的设计教育受荷兰风格派和俄国构成主义运动的影响,并对欧美设计教育产生了深远的影响,同时也确立了现代招贴的地位。

20世纪,英国汽车工业的发展使其汽车数量在1919~1929年的10年里,由600万辆激增至3200万辆。汽车工业的高速发展促进了汽车文化的发展,汽车的使用改变了人们的生活习惯,加快了经济的竞争,招贴广告也随着经济发展而繁荣。

与此同时,极其讲究实用的美国人,从一开始就没有被传统的欧洲维多利亚装饰风格所束缚,他们的招贴表现出强烈的商业功利主义倾向,重



中国北宋年间济南刘家功夫针铺的标志



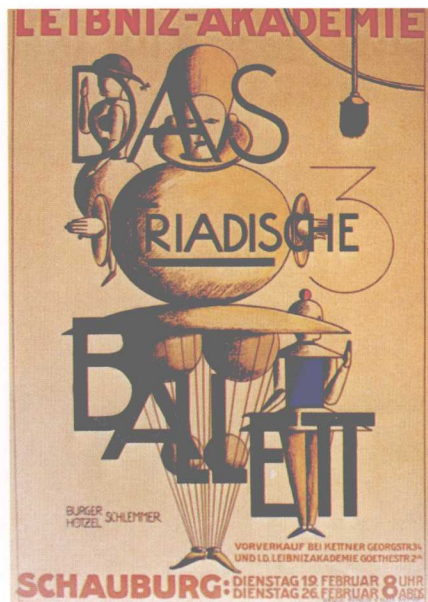
法国蓬皮杜中心导向牌 吕迪·鲍尔设计



冬季滑雪招贴 [法国]



朱斯特·施密特 1922

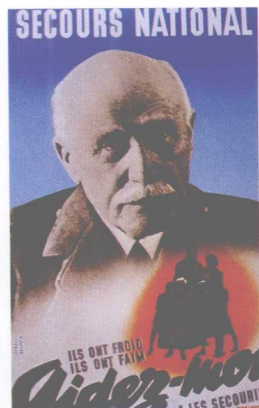


[德国] Ballett 1922

视商品视觉信息的传达,表现手法既有写实或自然主义的,又有抽象或象征主义的。可以说,美国自第一次世界大战后就奠定了世界头号招贴广告大国的基础。

20世纪30年代末,为逃避纳粹迫害的许多包豪斯学院师生,如招贴导师拜尔等移居美国后,绘制了大量的反纳粹题材的招贴,促进了美国以及欧洲许多国家反战、热爱和平题材招贴的艺术水准的提高。这期间,苏联反战、热爱和平题材的招贴也有了极大发展。

战后一段时间更是以和平题材的招贴为多见。随着和平时代的到来,世界发生了根本变化,人们开始重建家园,听听音乐、喝喝啤酒、看看电影,招贴恢复了往日的面貌。到20世纪50年代,招贴又开始高度重视商业功利作用,专业广告设计师的队伍越来越壮大,这个时期招贴除采用已经惯用的写实主义绘画形式以外,平面剪贴、漫画卡通、超现实主义风格



第一次世界大战后前苏联的招贴 反战招贴 [法国] 1943 汽车轮胎招贴 [美国] 1916



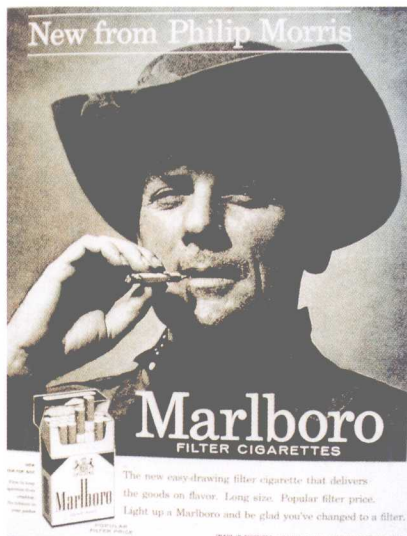
前苏联招贴 1943



前苏联招贴 1941

反战招贴 [意大利] 1936

前苏联反战招贴 1942



万宝路香烟招贴 [美国] 1954

等表现形式用得也很多。

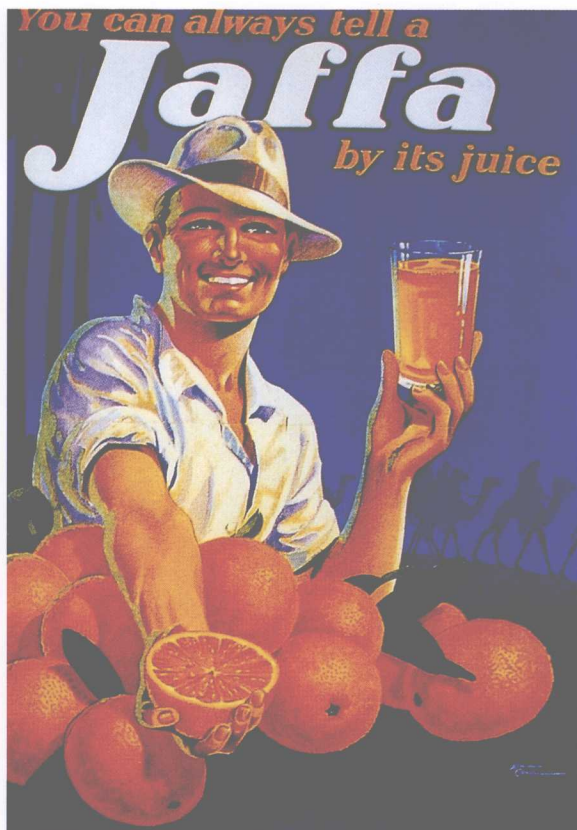
50年代,世界经济得以快速增长,电视媒体开辟了传播业新领域,专业设计队伍逐渐形成。尤其到50年代后期,摄影制版技术迅速发展起来,商业摄影的极其方便、逼真的特点,使之成为广告业一种越来越重要的手段。图文编排在这一时期的招贴中也被提到相当的高度,文字与图形一样成为招贴制版中重要的角色。

60年代,是20世纪最丰富多彩的十年。“甲壳虫”、“嬉皮士”摇滚与反叛,贴在公寓墙上的招贴比贴在大街上的还多,这种招贴大都是传播某种社会观念,而不是商品信息。新的广告理念是“只有与众不同的广告,才有与众不同的产品”。对招贴作品想像力、创造性的要求越来越高。

在20世纪70年代,人们不再满足于单纯的对大量印刷彩色照片的真实还原,计算机技术给招贴在艺术性的表现方面带来了更广阔的空间,这时,招贴设计中个人手段与摄影和计算机的合二为一。以往高性能的印刷还原技术使得招贴设计过于偏重对照片的依赖,现在随着电子技术的尖端化,招贴设计构思中原本因技术原因而无法完成的各种各样的幻想成为可能。相反,手工创作的丝网印刷的海报由于具有高度的手工技术性反而成



日内瓦国际汽车拉力赛招贴 [瑞士] FONTANET 1946



橘子招贴 [英国] 1955

了成本很高的印刷品。20 世纪 80 年代, 招贴设计依赖电子制作技术, 使种种逼真画面成为可能, 设计家的想像力成为创作的第一要素, 逼真的摄影只成了一种素材。

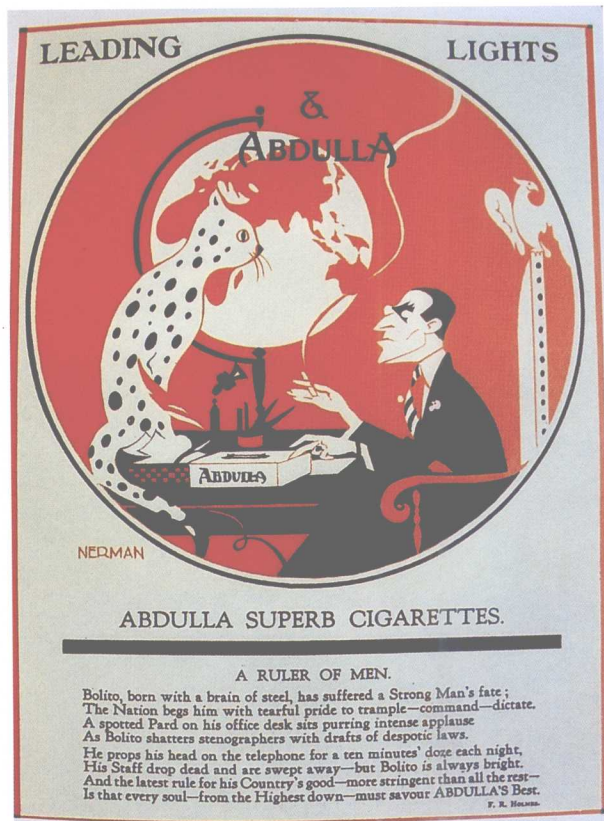
90 年代以来, 随着经济全球一体化, 世界范围内的招贴广告交流愈来愈频繁。自 1964 年“华沙招贴广告双年展”之后, 1979 年美国科罗拉多国际海报艺术双年展、芬兰拉赫蒂国际广告双年展、捷克布尔诺国际设计双年展、莫斯科国际广告双年展、墨西哥国际广告双年展、慕尼黑利特法斯国际广告双年展、日本富山国际广告三年展、法国肖蒙国际招贴广告艺术节……接踵而来。

随着经济的发展, 市场由卖方市场转变为买方市场。招贴作为广告媒体的表现形式之一, 不再只作为单纯而孤立的推销手段, 而成为市场营销组合之中的有机一环。“招贴作为现代市场营销战略中的一部分而发挥作用”, 这一科学的观念来自美国, 以后发展到欧洲、日本及其他经济发达国家, 进而向更大范围的国家 and 地区发展。

本书将从广告招贴入手, 着重研究构成招贴设计所涉及的通用要素——图形、文字、色彩之间的三大关系。



水型口香糖招贴 [英国] 1951



ABDULLA 香烟招贴 [英国]



欧洲复兴计划招贴 1957



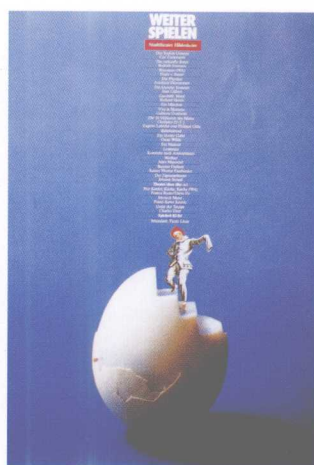
关于社会问题的招贴 [德国] 冈特·兰堡 1979



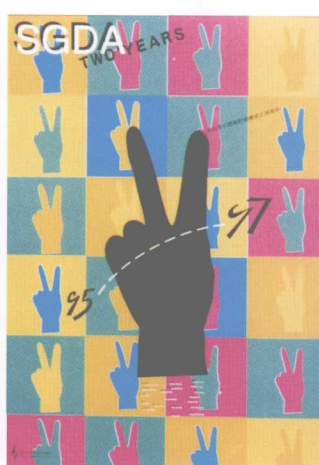
政治招贴 [德国] 冈特·兰堡 1986



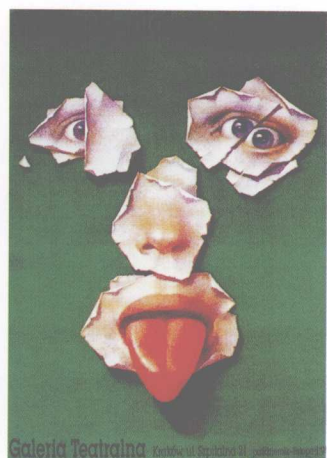
《胜利》 陈放 1998



《继续》 霍尔戈·马蒂斯
[德国] 1983



深圳平面设计协会两周年招贴
曾军 1997

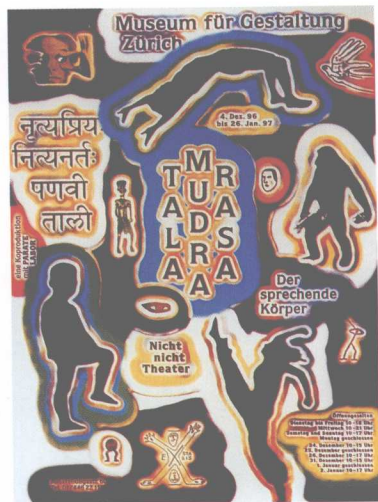


Wieslaw Walkuski 戏剧招贴

一、招贴的基本概念

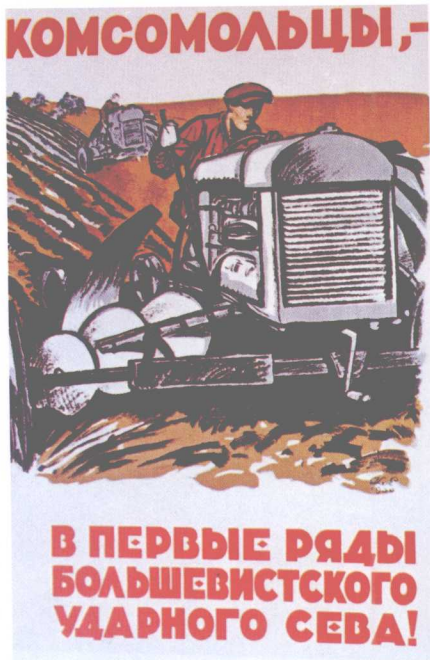
（一）招贴与海报与宣传画

招者，举起来吸引别人看；贴者，到处张贴。海，说明范围很大；报，是发布，告诉大家。招贴、海报，原本是指在一个相当大的范围内（街头巷口）张贴的大量复制的纸质印刷视觉广告，以告诉大家某一个事情。我们中国的所谓宣传画实际就是招贴、海报。只是在新中国成立至改革开放这30多年中，宣传画只被赋予政治性、政策性，具有“政府教育人民”的功能，因此，许多平面设计师，都误认为招贴、海报与宣传画是两回事。殊不知他们只是同一事物在不同时代和不同政治氛围下的称呼。



电影海报

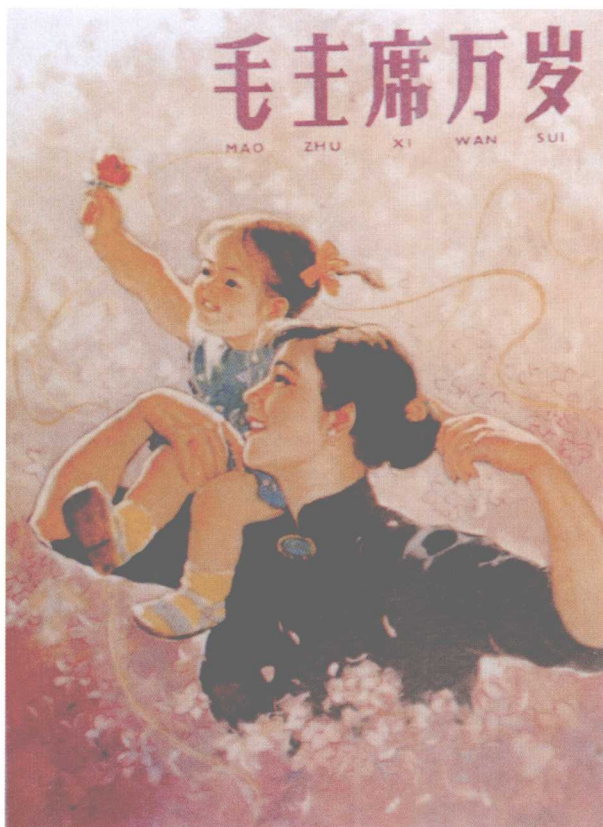
[瑞士] 雷夫·施瑞福戈 1996



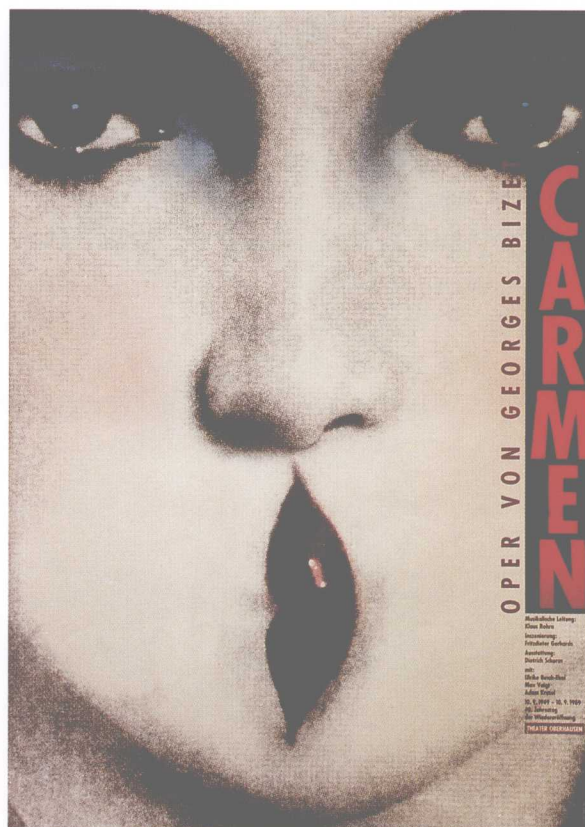
前苏联战后恢复生产的招贴



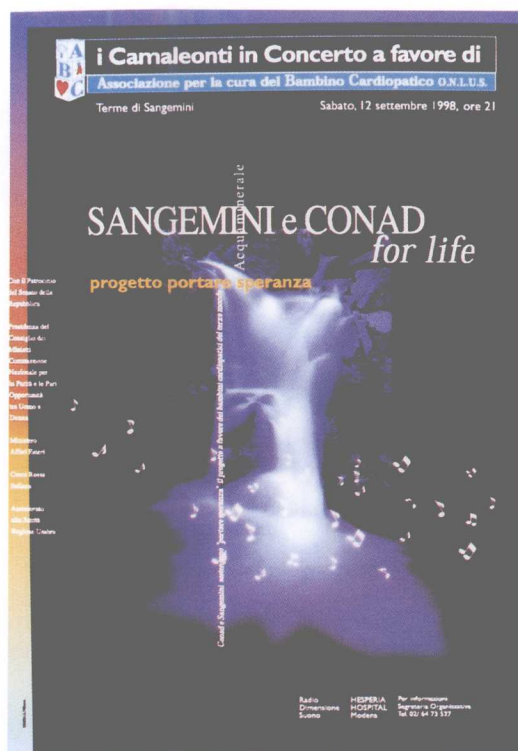
德国街头广告柱



建国后招贴 哈琼文 1959



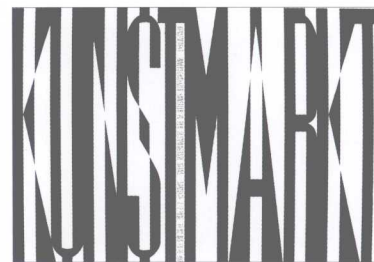
《卡门》戏剧招贴 [德国] 霍尔戈·马蒂斯 1989



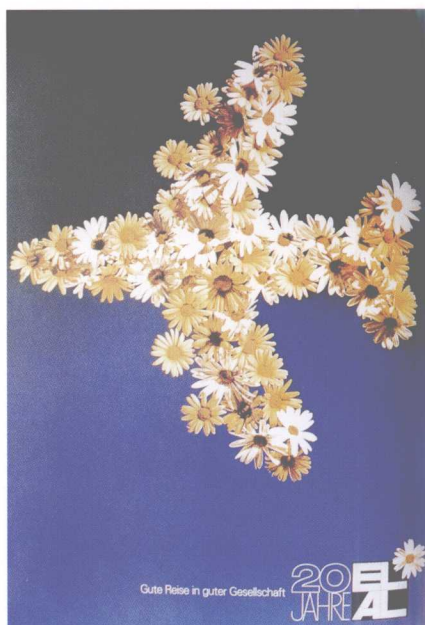
SuSanna Vallebona [意大利] 1998



《小河西》 [奥地利] 西格·拉摩瑟 1997



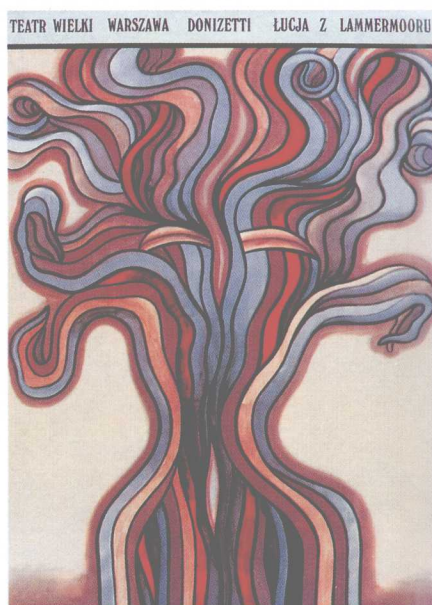
瑞士中部艺术家作品展 [瑞士] 米克



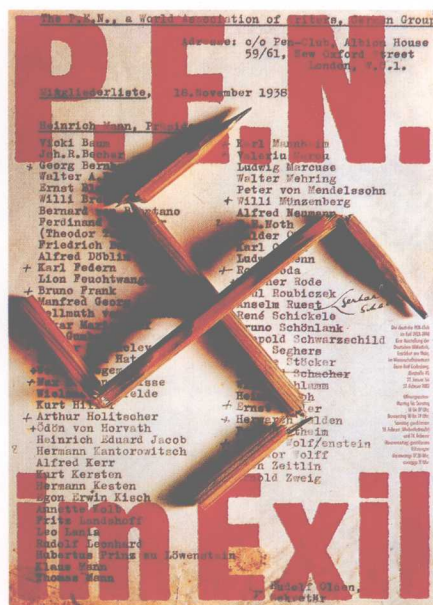
20 世纪 90 年代以色列航空公司招贴
[瑞士] 卢迪·古宁



世界犹太学生同盟招贴 1968



戏剧招贴 [德国] J·列尼查

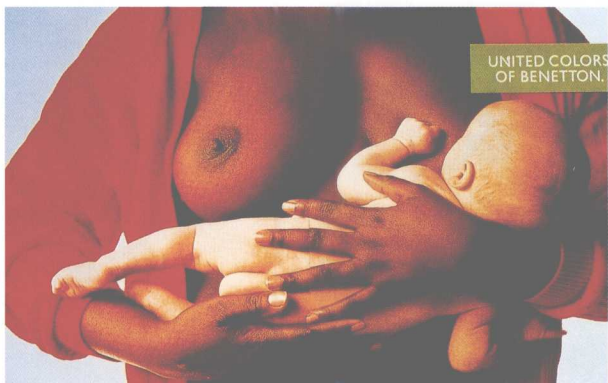


纪念国际笔会在希特勒时期被迫流亡海外的招贴
[德国] 冈特·兰堡 1983

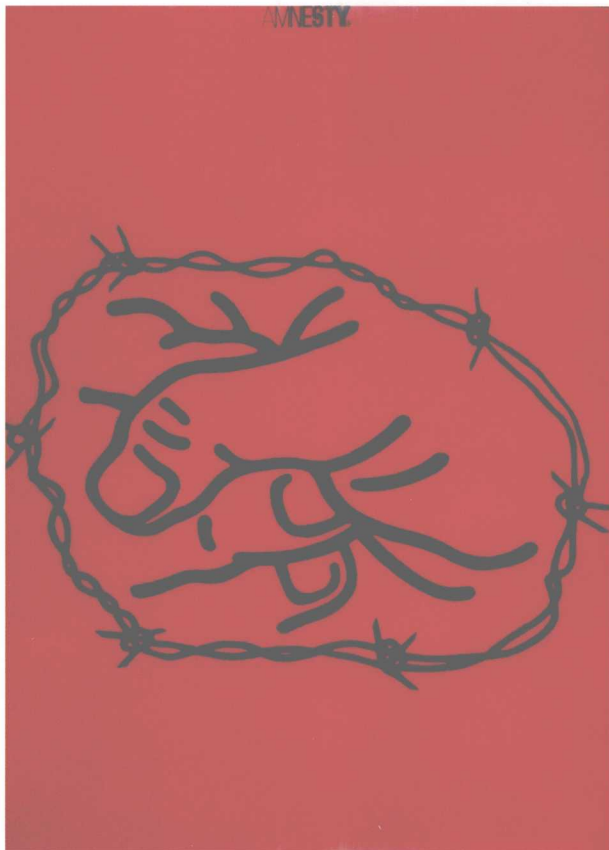
（二）构成招贴的基本要素

招贴的基本要素之一，招贴设计中的图形。设计师在设计不同类型的招贴时，一般都会选择不同的图形形式，我们大致可以将其分为“具象图形”、“装饰图形”、“抽象图形”、“漫画图形”、“标志图形”等。

基本要素之二，招贴设计中的字体。“字画同源”是指在创造文字过程中，图画和文字的关系。文字可以游离于图形，独立成为招贴的语言形式，无论是个体的汉字或是拼写文字的字母，它们都可以创造出形式丰富



贝纳通集团的招贴 [意大利]



《特赦》 [日本] 福田繁雄



柏林爵士音乐节招贴 [德国] 金特·凯泽 1987