

版式设计精品艺术丛书

招贴设计创意工坊

ZHAOTIE SHEJI CHUANGYI GONGFANG



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西南师范大学出版社
XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE

版式设计精品艺术丛书

招贴设计创意工坊

穆旭龙 编著



西南师范大学出版社
国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计创意工坊 / 穆旭龙编著. -- 重庆 : 西南
师范大学出版社, 2015.12

(版式设计精品艺术丛书)

ISBN 978-7-5621-7662-6

I. ①招… II. ①穆… III. ①宣传画-设计 IV.
①J218.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 243712 号

版式设计精品艺术丛书

招贴设计创意工坊

穆旭龙 编著

责任编辑：王 煤

装帧设计：梅木子

出版发行：西南师范大学出版社

地址：中国·重庆·西南大学校内

邮编：400715

网址：www.xscbs.com

经 销：新华书店

制 版：重庆海阔特数码分色彩印有限公司

印 刷：重庆康豪彩印有限公司

开 本：889mm×1194mm 1/16

印 张：8

字 数：170千字

版 次：2016年1月第1版

印 次：2016年1月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5621-7662-6

定 价：46.00元

序

设计，是一门强调“以人为本”的学科，是一种把计划、规划、设想通过视觉形式传达出来的活动过程，几乎渗透了我们生活的方方面面。对设计师而言，从产生创意到实现创意的这一过程，是其设计能力的体现，而对这种能力的培养则不容置疑地成为设计教育的主要目的。

正如《道德经》中所云：“合抱之木，生于毫末；九层之台，起于累土；千里之行，始于足下。”培育人才是设计产业壮大的前提，设计教育的质量决定着我国的设计现状、设计水平及未来发展。

教育是设计的基础，编写设计教材又是设计教育的基础。为此，结合当今时代的需求，基于培养现代的高层次设计人才的目的，几位有着多年设计教学和实践经验的教师筹划编写了“版式设计精品艺术丛书”这套教材。教材的编写需要把握以下几个基本原则，即强调传统人文观念、设计美学与现代艺术表现形式相结合，尊重“模仿、审美、创新”等基本教育过程中的规律，理论与实践并重。

这套教材立足于实际教学，着眼于行业发展，凸显设计领域的前瞻性，具有一定的时代特征和时尚导向性，力求最大限度开阔读者的视野，同时提高读者的理论水平和实践能力。特别值得强调的是，这套教材具有以下两大特点。

(1)在实用基础上体现创新能力的培养。这套教材在确保内容全面、系统的前提下,将视觉传达设计相关知识点进行整合和浓缩,并结合实例、图片进行由浅入深的介绍,重点难点突出,能够较好地满足本学科教学要求并符合学生的认知特点。同时,为确保学生知识、能力和素质的全面培养,教材在编写中渗透了创新能力培养和训练,并密切结合相关领域的新知识点和新内容,与时俱进。

(2)在专业训练的基础上体现普适性。这套教材覆盖了视觉传达设计专业领域的大多数内容,集理论教学和实践训练于一体,重视对学生实际操作能力的

训练和培养,具有较强的专业性。同时,每本书的内容循序渐进,图文并茂,语言生动简练,通俗易懂,可以兼顾不同层次的需求,既有利于专业教学,又有利于学生学习兴趣的提高。

总之,这套教材对基础理论和专业设计进行了较为系统的阐述,内容全面且严谨,可作为普通高等院校相关专业的教材,也可作为专业人士的参考用书和自学用书。

希望这套教材的出版能在推动设计与创意的学术交流、促进设计人才培养方面起到抛砖引玉的作用,以求为我国的设计产业发展尽绵薄之力。

辽宁省设计学专业教指委副主任委员
沈阳建筑大学设计艺术学院副院长

冼宁

自序

著名设计师杰·都柏林(Jay Doblin)在晚年曾说过这样一段话：“我们基本上可以将设计师划分为两类：直升机式和自动贩卖机式。天空中的直升机绕着景观盘旋，可放大细节，聚焦特写，亦可退回远处博览全景。而自动贩卖机，待你将硬币投入其中，它叮里咣啷地、缓慢地、呆滞地将你想要的商品吐出来，且这些商品往往后一个较前一个的表面更脏些。”

作为设计专业的从教者，我们要像直升机那样，了解整个设计行业更广阔的发展图景、风速、上升和下降的气流，更广阔的设计生存环境，以及所需到达的最终目的地。我们需要生活的磨砺，像直升机的飞行员那样，经过多年训练，历经多次飞行，遇事更游刃有余，更能捕捉设计的本质，还

可以深刻理解与行业互相关联的接触点和相关利益者的范围。而相比之下，自动贩卖机的“工作流程”则更被动、更晦暗。我们要努力成为直升机式的教育传播者，要有长远规划和忧患意识。每年高校设计专业的毕业生总数达到天文数字，就业态势堪忧，供大于求的情况下，该为学生提供怎样的教育？该培养什么样的学生？这些问题都值得我们思索。从教者可能不必是经验多么完备的航行者，不必是多么知名的设计师，但一定是努力传播优秀设计文化的先行者。我们需要以向学生传播优质的设计文化与品位为“底线”，助力创意产业的健康发展。

时至今日，或许有人认为招贴设计这门课程已经过时了。在大数据、云存储、微信、微博等“碎片化”的阅读时代，在广告分众化传播的

当下，招贴设计作为广告行业最“原始”的传播媒介，它如何分得一杯羹？招贴设计在当下的设计专业教学中还有多大的意义？

中国美术学院院长许江教授曾经讲过这样一个故事：“一位哲学家不肯装电灯。趁他出门，家里人装了电灯。他回来后，非常生气，不许开灯。一阵风吹来，蜡烛被吹灭，滚到了地上，他趴在地上找蜡烛。这时，他太太‘啪’的一下拉亮了电灯。他发现蜡烛就在脚边。他捡起蜡烛，若有所思地说：‘原来电灯有如此妙用，可以帮我找到蜡烛。’”这个故事说明了什么？它告诉我们，科学技术的使命在于，重新点亮我们心头的人文之灯。所以，无论是网媒还是纸媒，都是依赖最基本的设计原则，科技往往是最核心、最弥足珍贵的存在，我们需要电灯，需要蜡烛，更需要努力促进传统媒体和新型媒体的融合发展。

“招贴是平面艺术的女王。”^①招贴是这个时代的缩影，它能使你停下脚步观看，进而引发思索，也能让你发笑、坐立不安或感激涕零；招贴是大众文化，是资本增值的工具，是作用于人的外力，是人文科学和戏剧的综合体；它是创意的流露，是信息的载体，是产品

销售的利器。总而言之，招贴很有趣。虽然在网络媒体的狂轰滥炸下，招贴设计已经游离于主流媒体之外，但是，请不要忽视，它正是构建我们灿烂的现代文明中的重要部分。作为高等艺术院校设计专业的必修课，招贴设计仍然具有经久不衰的独特魅力。毫不夸张地说，招贴设计几乎解决了平面设计中遇到的所有问题，是一门综合性平面设计课程。招贴设计师创作了大量成功的海报，这不但推动了经济的繁荣发展，也向世人推广了文化理念、政治思潮、道德制度。频繁的国际交流，会诱发设计师的反思，有助于其探索新的趋势，找寻新的创意碰撞点。其实，这一切都是招贴所焕发的无穷魅力。

嗨！收拾好行囊，一起开启招贴设计的旅程吧！

鲁迅美术学院 穆旭龙

^① 招贴设计大师雷克斯·德莱文斯基的经典语录。

目 录

第一章 招贴设计概述 / 001

- 什么是招贴设计 / 001
- 追根溯源,招贴发展掠影 / 001
- 招贴设计风格 / 008
- 招贴的基础知识 / 014
- 拓展训练 / 024

第二章 招贴创意设计方法论 / 025

- 给我一个想法,我就可以撬动地球 / 025
- 招贴设计的创意原则 / 025
- 招贴创意的表现手法 / 026
- 创意的思维方法 / 035
- 创意过程及实施方法 / 036
- 拓展训练 / 042

第三章 招贴设计的视觉表现 / 043

招贴设计的视觉元素 / 043

招贴设计的表现手法 / 068

拓展训练 / 074

第四章 招贴设计工作坊 / 075

文化类招贴设计工作坊 / 076

环保类招贴设计工作坊 / 096

商业类招贴设计工作坊 / 111

拓展训练 / 118

后记 / 119

参考文献 / 120

第一章

招贴设计概述

本章知识目标

1. 了解招贴设计的概念与起源。
2. 了解中西方招贴设计的发展历程，掌握各个时期的招贴设计风格。
3. 分析实际案例，了解并掌握招贴设计的分类与功能。
4. 通过阅读招贴设计的历史、浏览大师的作品，初步了解画面的组织形式，为之后的学习做准备。

什么是招贴设计

招贴,英文名字即“poster”,又称海报。“招”,引起注意之意;“贴”是张贴,即“为招引注意而进行张贴”,招贴是附着于墙面用于宣传的印刷品。在《牛津英语词典》里,招贴指展示于公共场所的告示(Placard displayed in a public place)。在伦敦国际教科书出版公司

出版的广告词典里,poster 意指张贴于纸板、墙、大木板或车辆上的印刷广告,或以其他方式展示的印刷广告,它是户外广告的主要形式,是广告最古老的形式之一。(图 1-1~图 1-3)

招贴通常包括文本和图形两种元素,当然,有的时候招贴可能只是图形或只是文本。招贴富含丰富的信息量,以吸引人的设计手法提醒人们对传达内容的关注。招贴设计,就是围绕着图形、图像和广告信息为主要元素而从事的设计活动。(图 1-4~图 1-7)

追根溯源,招贴发展掠影

中国招贴发展简史

中国最早的招贴出现于宋朝,是山东济南刘家功夫针铺的一张铜版印刷广告——《白兔记》。铜板四寸见方,画面图文并茂,通过雕刻凹版印刷工艺完成,上面雕有



图 1-1 纽约时代广场的路牌广告



图 1-2 东京都传统工艺品展海报



图 1-3 搜狐畅游全国招聘海报



图 1-4 奇特的视角 UCCA“启想”儿童工作坊招贴

“济南刘家功夫针铺”字样,中间是白兔抱铁杵捣药的插图,右边四字为“认门前白”,左边四字为“兔儿为记”,下面是说明产品质地和销售办法的七行二十八个字。《白兔记》现藏于中国历史博物馆,它是我国出现得最早的一张印刷招贴,比英国的印刷广告早 400 年左右,对研究、探索中国招贴的发展历史具有极高的学术参考价值,是中国招贴发展史上的艺术珍品。(图 1-8)



图 1-5 胜利 陈放

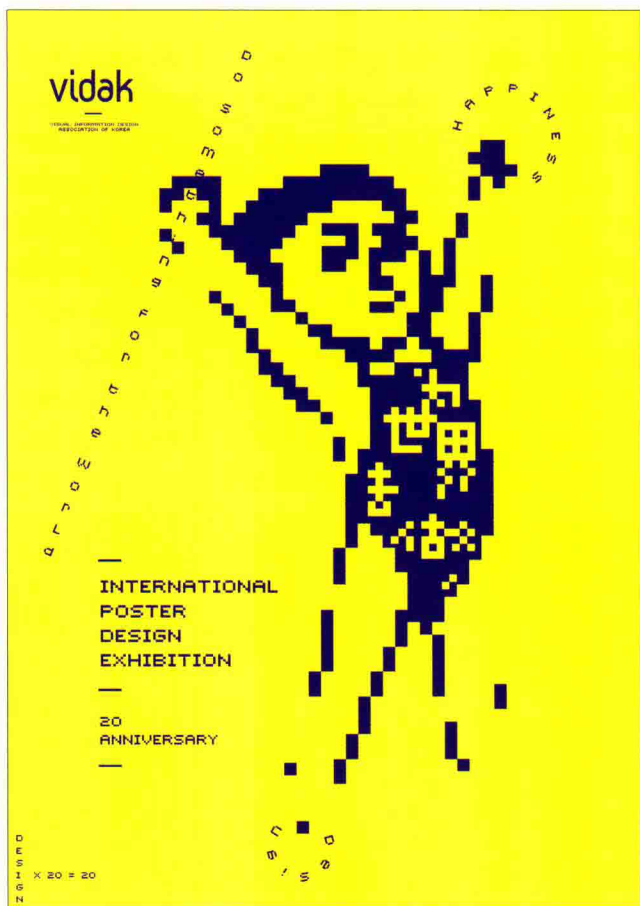


图 1-6 Do something for the world 张通

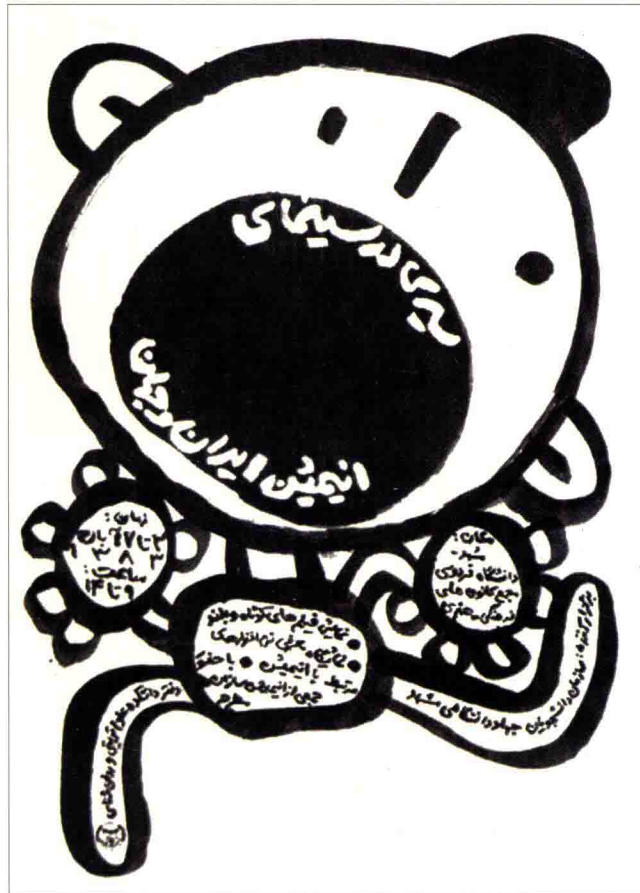


图 1-8 济南刘家功夫针铺印刷广告



图 1-7 为某动画节创作的海报 Iman Raad

在全面抗战前的中国旧上海,广告公司林立,形成了一支设计队伍。当时的商品广告以香烟广告最为突出,月份牌、画报形式的宣传广告几乎深入到千家万户。中国近代的商业性广告大都是外国资本主义商业侵略中国的产物,外国资本家在中国出资绘制宣传画,向中国倾销商品,这成为中国近代广告的开端。(图 1-9~图 1-11)

“太阳最红,毛主席最亲!”新

中国成立后,由于政治运动和社会发展的需要,招贴画受到党和政府的重视,张贴于公共场所,人们生活“在红色海洋”之中。在政治招贴画、电影海报、体育招贴等方面,全国各地涌现出一批优秀的艺术作品和有影响力的设计家。(图 1-12、图 1-13)

改革开放以后,随着经济的复苏与发展,琳琅满目的各色商品丰富着人们的物质文化生活,市场也

由卖方市场变为买方市场,招贴设计也作为市场营销中的一部分发挥着重要的作用。20 世纪 80 年代,我国引入西方的市场学,国外的新思维、新理念大量涌入中国。在西方的现代主义、后现代主义艺术思潮与我国璀璨的历史文明的相互交融、互补的背景下,我国逐渐建立起自己的设计队伍。在当代的招贴设计中,我们很欣喜地看到中国设计的国际发声,中



图 1-9 民国月份牌 广生行化妆品 杭穉英



图 1-10 民国月份牌 保利他民



图 1-11 民国月份牌 阴丹士林 杭穉英



图 1-12 宣传画 做人要做这样的人 单联孝 “文革”时期



图 1-13 韩光旭创作的年画

国设计大师以及设计界的有识之士们让中国设计在国际上大放异彩,中国的招贴设计也由此“百花齐放”地繁荣发展起来。(图 1-14~图 1-17)

西方招贴发展简史

世界上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、以文字为主的寻人启事,现存于英国伦敦

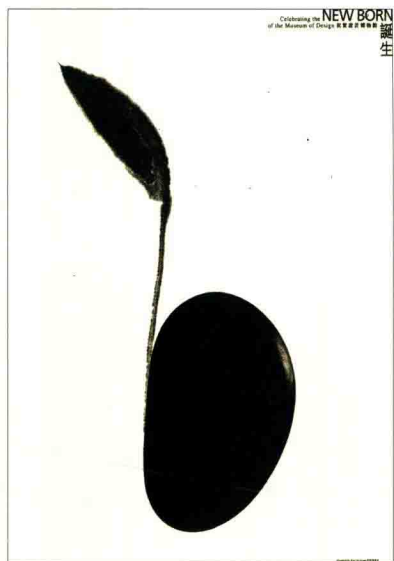


图 1-14 诞生 靳埭强

博物馆。这张招贴的用纸是由尼罗河上游的芦苇类植物——纸莎草精制而成的,招贴的主要内容是悬赏金币捉拿“逃跑的奴隶”。

中国的印刷术于 7 世纪传入欧洲,西方活字印刷术的发明人——德国人约翰内斯·古登堡(Johannes Gutenberg)1450 年前后发明西方活字印刷术后,国外才出现第一张通过印刷手段制作的招贴。威廉·凯克斯(Wilhelm Kykers)首先采用印刷工艺制成招贴,并张贴于伦敦大街和教堂门口,向牧师

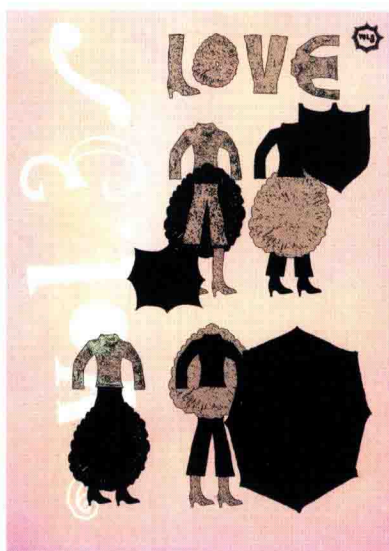


图 1-15 “Vol.3”时装品牌系列推广海报(概念方案) 刘治治

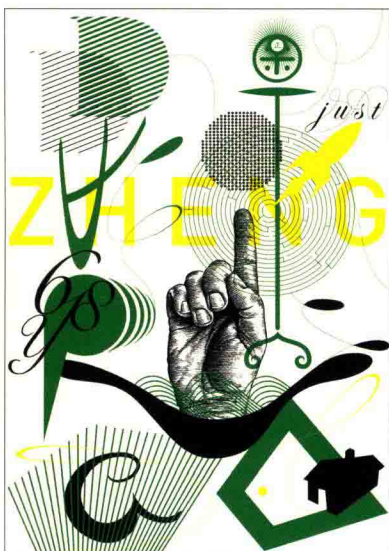


图 1-17 ZHENG 苗小勇

出售复活节用的教规书籍。从此,印刷形式的招贴开始流行起来。根据美国 *Advertising Design* 一书记载,15 世纪时,招贴是除了口头宣传外的唯一广告形式。

根据法国历史学家马克思·盖洛(Max Gallo)所述:“二百多年来,招贴已经出现在世界上的各个角落。在视觉上它是引人注目的,它以吸引路人的注意为目的,使我们认识到政治的观点、去参加特殊的事件或者活动,或鼓励我们去购买特定的产品与服务。”现代招贴,可以追溯到 19 世纪中期。首先,印刷产业可以完美地印刷彩色平版印刷品,将大规模地生产廉价图像变为可能。其次,像法国这样的国家,已经废除了对于公共空间所持有的严格的政府审查制度,这样就

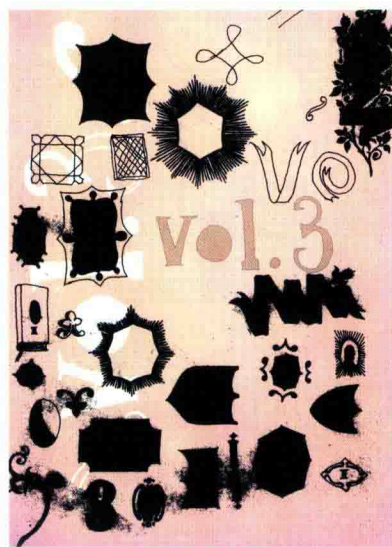


图 1-16 “Vol.3”时装品牌系列推广海报(概念方案) 刘治治

推动了招贴在公共领域的大幅度发展,于是,巴黎街道变成了一个当代人所谓的“穷人的画廊”。最后,广告商推出了大量的消费品广告,加之城市街区里人们对物质文化的不断追求,这都促使招贴海报风靡全球。(图 1-18~图 1-21)

招贴设计研究专家约翰·巴尼柯特(John Barnicoat)说:“在近一百多年里,招贴设计已经被公认为一种重要的艺术形式,吸引各个层

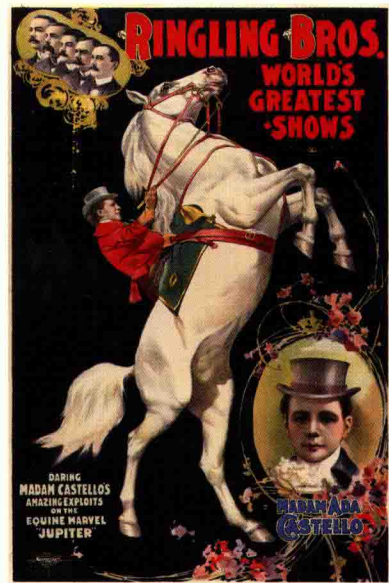


图 1-18 林林兄弟马戏团海报
艾达城堡夫人和她的马朱庇特 1899



图 1-21 消毒牛奶 斯坦林

面的艺术家参与创作,从画家劳特雷克到参与剧院海报创作的穆夏,还有那些商业领域的设计师们。”招贴设计深受新艺术运动、象征主义、立体主义、装饰艺术运动、简约正统的包豪斯设计、超现实主义、表现主义和 19 世纪 60 年代看似戏谑而语无伦次的嬉皮士海报、后现代主义思潮等的影响,其表现形式日趋多元化。

当代西方招贴设计,更多地加入了商业元素,为市场服务。国际招贴设计展正推动着招贴在表现形式上的创新,内容多样的设计工



图 1-19 可口可乐广告
19 世纪 90 年代



图 1-22 阿方斯·穆夏设计的招贴
新艺术运动时期

作坊每天都在世界各地轮番上演,各个国家形成了自己独有的招贴设计风格,新颖的招贴设计表现形式丰富了人们的生活。(图 1-22~图 1-27)

【相关链接】

1. 现代招贴艺术之父——朱尔斯·谢雷特

1866 年,朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret)在由他自己开设的、位于法国巴黎的平版印刷工作室中制作出了第一张彩色的平版招贴,标志着现代招贴的诞生。他一生创作了 1000 多幅广告作品,这些作品题材广泛,戏剧、煤油、电影新星、摩登女郎等应有尽有。1889 年,谢雷特获得了国际招贴展览的金奖。他被后人誉为“现代招贴之父”。(图 1-28~图 1-29)



图 1-20 Pears 香皂广告 1900

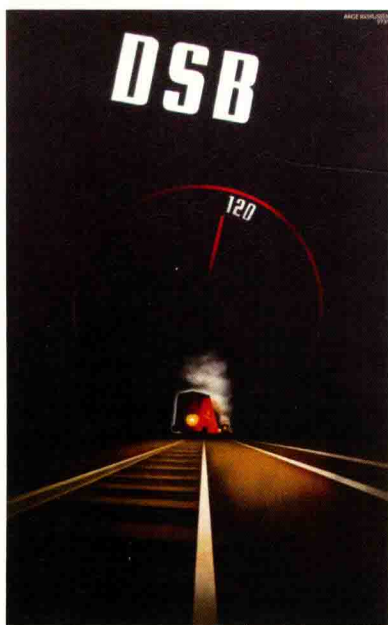


图 1-23 现代主义风格 丹麦国家铁路局招贴 埃格·瑞斯缪森 1937

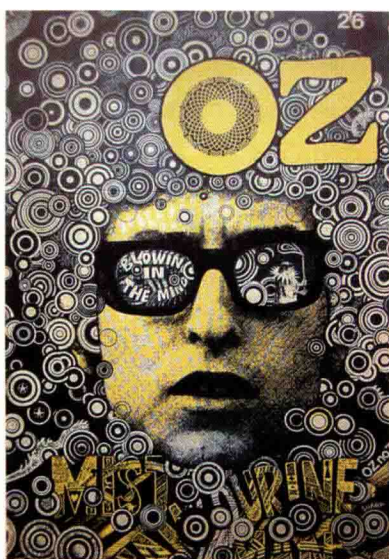


图 1-24 迷幻主义风格 鼓手先生 马丁·夏普 1967

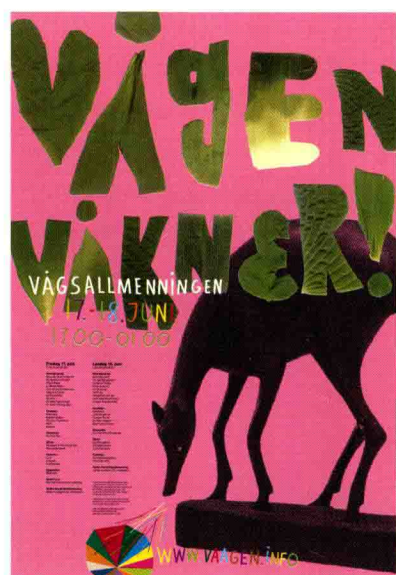


图 1-25 为 Vagen vakner 设计的文化招贴 Yokoland 2005

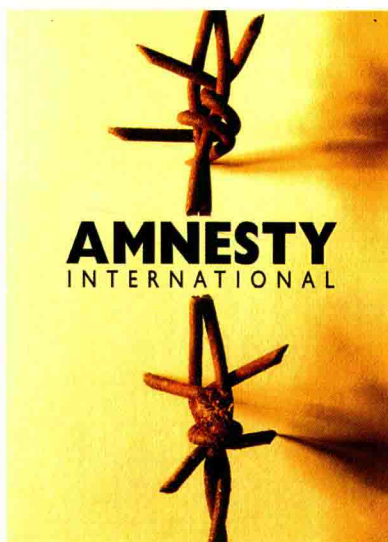


图 1-26 雷又西的招贴

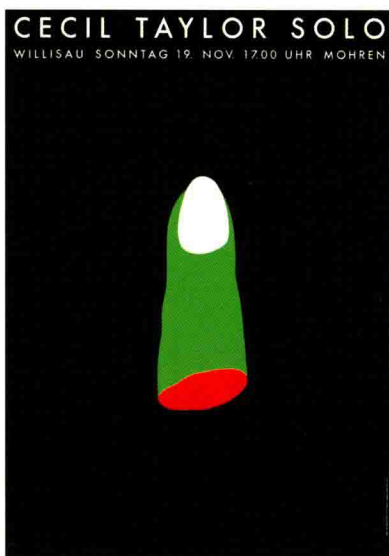


图 1-27 瑟素·泰莱独奏海报 尼古拉斯·卓思乐 1989



图 1-28 朱尔斯·谢雷特的作品



图 1-29 朱尔斯·谢雷特的作品

2. 图卢兹·劳特雷克

图卢兹·劳特雷克 (Henri de Toulouse Lautrec) 是绘画性招贴的代表人物,也是招贴发展史上举足轻重的人物。他受到西方印象派和日本浮世绘平涂色彩的影响,其作品采用平面化的造型、粗犷的线条、漫画意味的人物造型,强调大色块的对比和戏剧化的冲突,并以巴黎世俗风情为题材,这些元素都



图 1-30 红磨坊 图卢兹·劳特雷克 1891

构成了劳特雷克作品的鲜明特色。特别是红磨坊主题,这是他一生中大部分作品的灵感来源。(图 1-30、图 1-31)

3. 新艺术运动

20 世纪初法国发生了在艺术领域里最具有影响力的一场运动——新艺术运动 (Art Nouveau)。新艺术运动主张“新”,提倡向生活学习,向自然学习。在招贴设计方面,新艺术运动多运用曲线和有机形态,选择波浪形和流动的线条,



图 1-31 图卢兹·劳特雷克设计的招贴

属于一种“曲线风格”的平面设计。新艺术运动时期,许多优秀的艺术家将心血与才思倾注于这项设计艺术的创作之中。在这些艺术家中,阿方斯·穆夏 (Alphonse Mucha)、格拉谢特 (Eugene Grasset) 等大师的作品最具有代表性。(图 1-32、图 1-33)

4. 包豪斯

成立于 1919 年的包豪斯 (Bauhaus) 设计学院,是世界上第一所完全为发展现代设计教育而建立的学院。包豪斯开创的现代设计风格和体系影响了视觉传达设计、工业设计、建筑设计等诸多领域,奠定了现代设计教育的基础。包豪斯设计采用非对称的版面形式,创造了无饰线体,形成了形式简约、高度理性和功能化的减少主义设计风格。(图 1-34、图 1-35)

5. 后现代主义

在设计风格上,后现代主义是对现代主义的教条式原则的反抗。“少即是乏味”的后现代主义,运用了装饰、拼贴、叙事式内容和折中主义。在设计中,它与追求理性、功能和简约的现代主义不同,后现代主义平面设计师偏爱一种诙谐而复杂的风格,常常借鉴或者借用许多早期的设计运动风格和元素。如图 1-36 是设计师简·范·图恩 (Jan Van Toorn) 为“人与环境 2”展览设计的招贴,嵌入了苏联构成主义者亚历山大·罗德钦科 (Alexander Rodchenko) 的作品。

招贴设计风格

各国招贴设计风格

“风格就是特质。”风格标志着一个地域所特有的文化符号特征。“二战”后,随着经济、文化和娱乐活动的复苏,招贴设计进入了全新



图 1-32 阿方斯·穆夏的作品 新艺术运动时期



图 1-33 格拉谢特的作品 新艺术运动时期