

摄影与设计

PHOTOGRAPHY & DESIGN

国际知名品牌服装内衣广告创意



湖北美术出版社



P H O T O G R A P H Y & D E S I G N

摄影与设计

国际知名品牌服装内衣广告创意

主编 彭年生 范汉成

湖北美术出版社

图书在版编目 (CIP)数据

国际知名品牌服装内衣广告创意 / 曾静编.

-武汉: 湖北美术出版社 2001.12

(摄影与设计 / 彭年生 范汉成主编)

I 国... II. 曾... III. ①服装-商业广告-设计-世界-图集

②服装-商业广告-设计-世界-图集 IV. J534.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第083685号

国际知名品牌服装内衣广告创意

作品选编 曾 静

创意点评 石锦华

责任编辑 彭年生

资料翻译 曾 静

整体设计 彭年生

责任印制 李国新

出版发行 湖北美术出版社

地 址 武汉市武昌区黄鹤路75号

邮政编码 430077

电 话 (027)86785529 86787105

版 次 2002年2月第1版

2002年2月第1次印刷

开 本 889mm × 1194mm 1/32

印 张 5

印 数 1-5000册

制 作 武汉大海岸设计制作有限公司

印 刷 精一印刷(深圳)有限公司

书 号 ISBN7-5394-1193-7/J · 1074

定 价 (全套10册 共300元) 本册30元

《摄影与设计》丛书在编撰过程中,因时间紧,部分选用稿件无法与作者取得联系,在此表示歉意。欢迎作者与我们联系,将按国家稿酬标准付酬和赠送样书。

前言

点/燃/欲/望/的/影/像

黄一璜

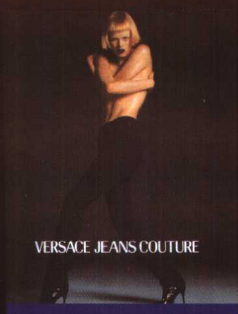
广告总是在做打动人的文章。如今商业广告中的平面影像，早就不再只是作为推销商品用了，它已更多地着眼于推销一种生活方式，灌输一种生活理念，激发人们内心深处潜藏的渴求——对高品质的物质与精神生活享受的欲望，从而在点燃他们/她们或多或少所共有的这种欲望的同时，创造出一波接一波的时尚潮流。

年复一年，日复一日，只要人们的商业活动没有停止，商业广告就会排山倒海般地充斥着世间的一切传媒。于是，广告中的影像信息便随时随地包围着你，无论你愿意与否，那些有情有调、震撼人心的影像广告都会死死拽住你的视线、侵入你的脑海，它的影响力甚至远远超过了商品本身！

广告影像何以有这般魔力？

这当然离不开广告的摄影和设计，首先是得益于摄影和设计者们深谙影像的观看。观看，谁人不会？只要你能看——无论是摄影师、设计师或者一群特定的观众，还是任何一位过路者。但是，你从中看到了什么？感受到了什么？影像里的“东西”对你又意味着什么？这种“东西”与你是至关重要的吗？

语言、文字的不同通常会妨碍人们的交流，而图形影像的观看则超越了国



籍、种族、性别、宗教信仰乃至其他一切现实社会中的主要因素，它是人类共有的本能。因而，影像的传播就肩负了其他媒体无法取代的影响力。但是，人们对所见事物的解释却可能大相径庭。换言之，在人类理性思维的层面上，影像可以任人诠释。它或可是真实生活的再现，或可被视作一种象征符号。而象征符号的意味，无疑会因为人们的教育背景、文化传统、生活习惯等众多因素的不同相应出现各种各样的差异。此外，还反映在情感层面……任何影像都以或隐或显的情感语言传达着一定的信息——它总会让人感觉到其中“暗示”着什么“东西”。

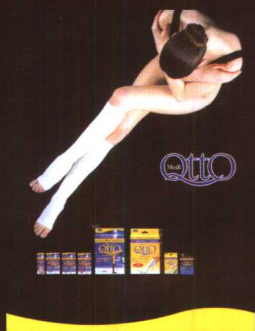
尽管人们对“象征”的认识有别，但幸运的是人类在情感这个较深的层面上往往存在着较大的一致性！好的摄影者和设计者定会牢牢抓住这种一致性，他们倾心竭力，巧妙地“晓之以理，动之以情”——透过广告影像向人们调情、煽情。

瞧瞧我们周围的平面商业广告，在各种各样的产品形象定位里，那极其逼真的影像、极富诱惑的色彩，那不容置疑的光影、不拘一格的造型，那令人心动的场景、令人陶醉的表情，那浸透浪漫的寓意……让我们不禁产生绵绵的想象和联想，一切看上去似乎都那么简单，其实一点都不简单。它们合情合理或者出人意料，但却一定循着情感的线索；图片可能已经不是最初的“原始”状态，并且可能仅仅只是平面广告中的一种视觉语言，一旦被置于坐标方格、设计空间、广告语、字体、色彩等氛围之中，各种元素构成的整体将表现出广告所需要的特征，它烘托出我们想要的生活。

好的摄影广告设计，就是这样一个极为有限却又相当开放的空间里制造情调，诱惑我们、打动我们，屡战屡胜。

征稿

ZhengGao



为了促进广告设计艺术的发展和交流，展示我国平面设计家、世界平面设计家的优秀作品，我社拟出版《中国广告设计新作点评》丛书、《国际广告设计新作点评》丛书。现诚征稿源，稿件要求：

1、作品内容必须是符合《中国广告法》的各类商业广告、企业形象广告和社会公益广告，创作手法不限。

2、作品为8寸规格的彩色或黑白照片，也可是彩色反转片或CD—ROM光盘，并随光盘附彩色打印稿一份，每张图片文件量24M以上，文件存储成TIF格式图片。

3、凡投稿件须随作品附文案和创意说明一份。

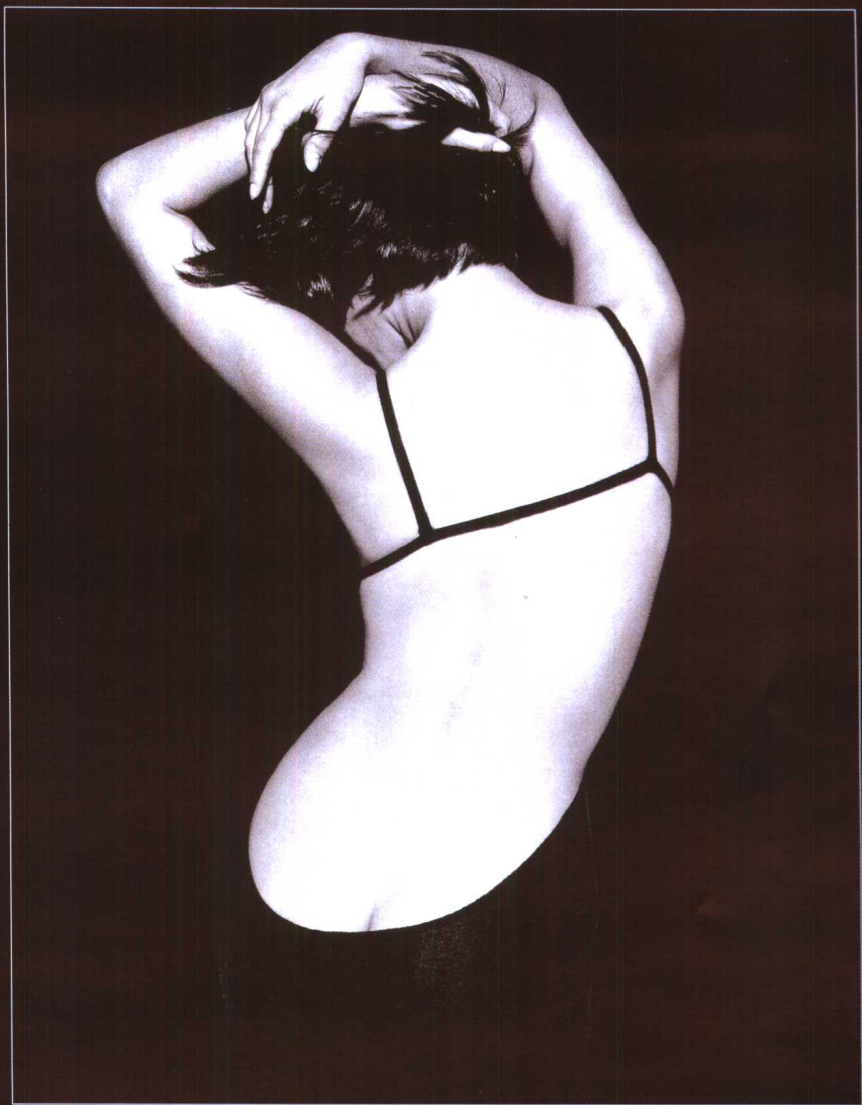
4、作品稿件须标明作者姓名、单位、地址、邮编、电话。

5、所投稿件一律不退还。

6、稿件一经采用，将按国家稿酬标准付酬或赠送样书。

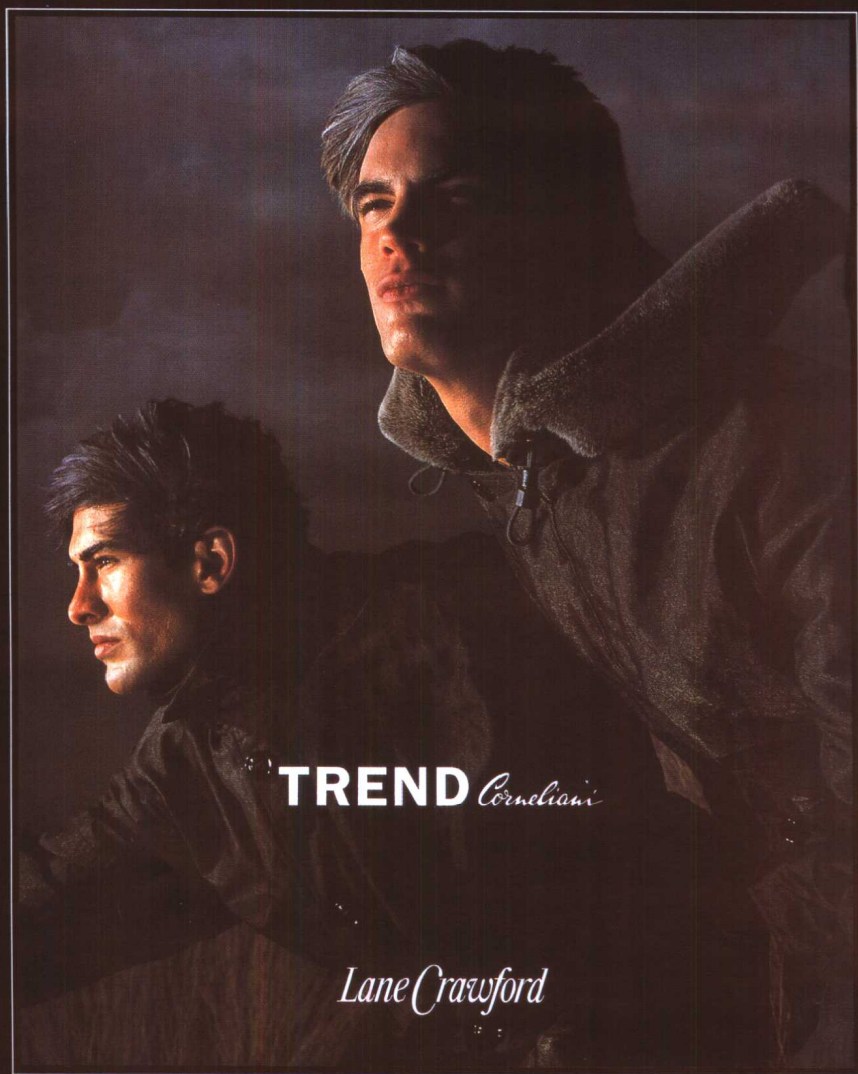
7、投稿地址：中国武汉武昌黄鹤路75号湖北美术出版社《摄影与设计》编辑部收，邮政编码：430077

电 话：027-86792583



CHANEL内衣广告

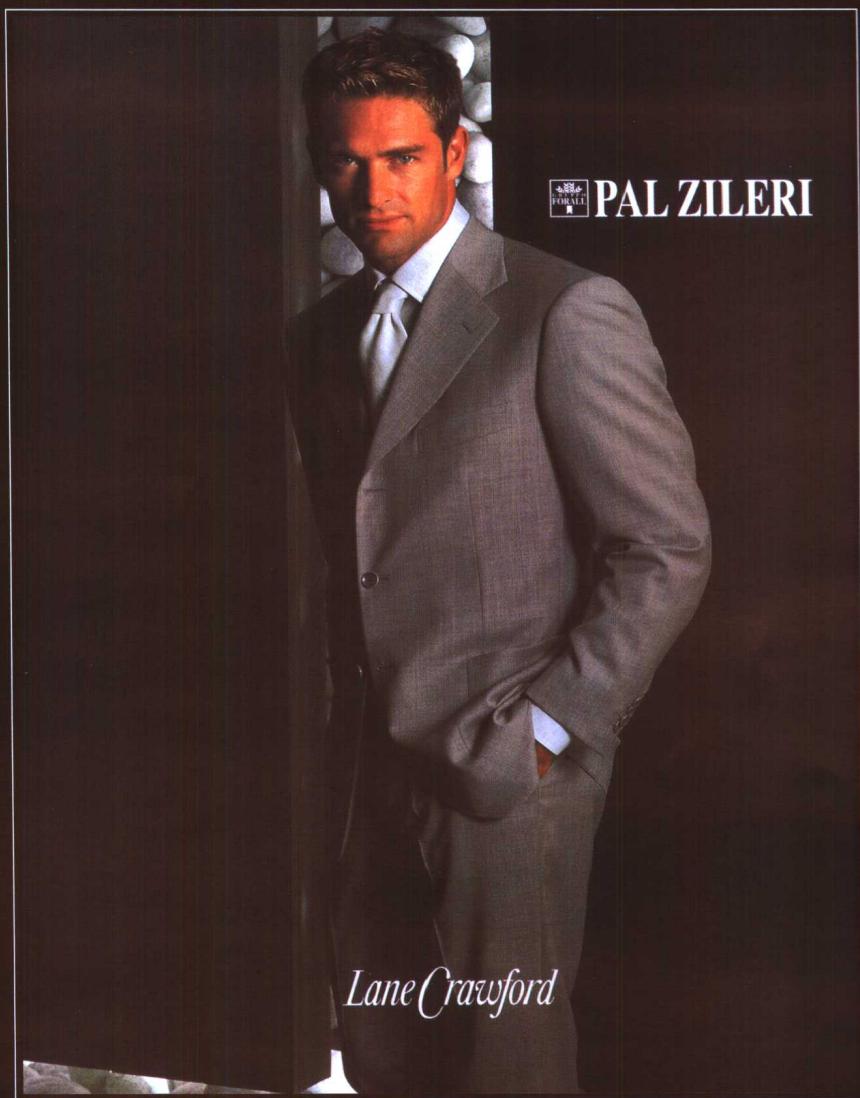
■ 黑与白两极色的强烈对比，突现了肌肤的光洁如玉；
模特儿夸张、有节奏的舞蹈动态，将其形体的曲线美展示
无遗。



TREND *Corneliani*

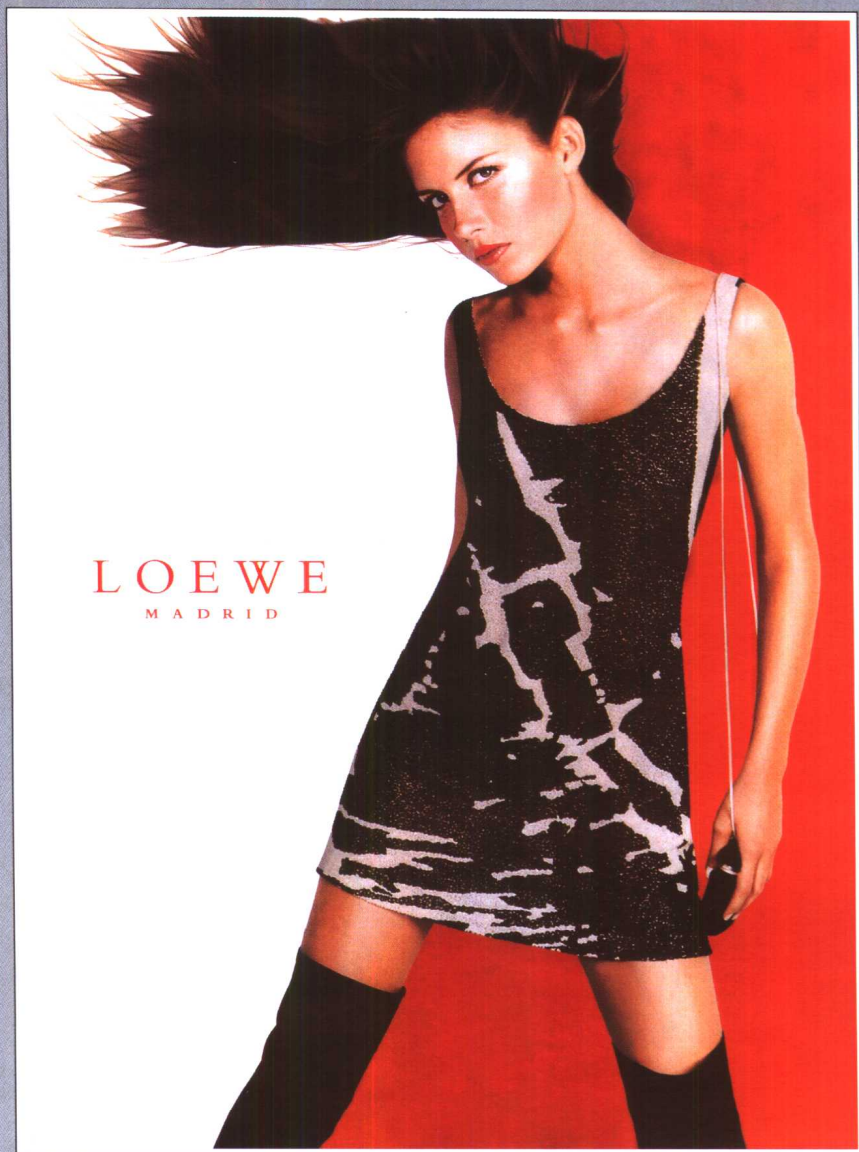
Lane Crawford

LANE CRAWFORD时装广告之一

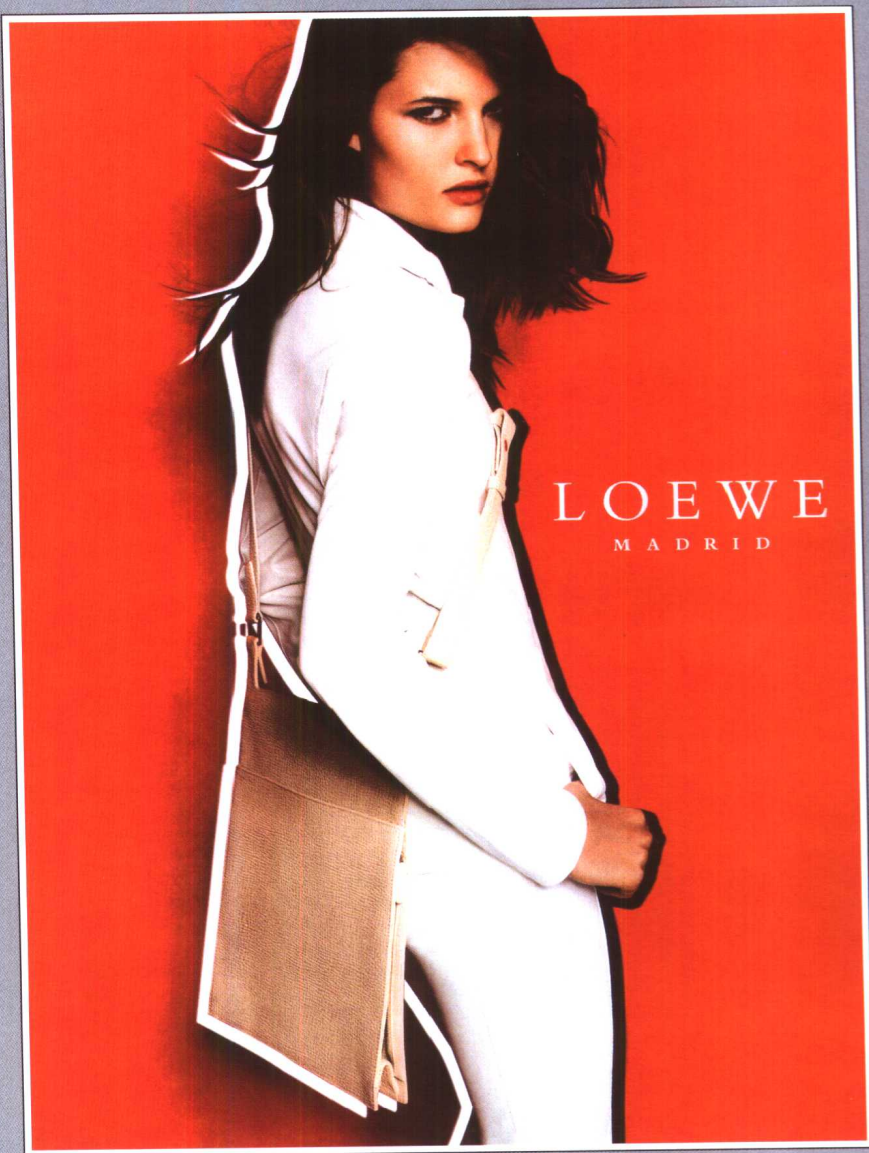


LANE CRAWFORD时装广告之二

■ 表现力、运动，是揭示男性阳刚之美的奏效方法之一。画面中，男性刚毅的面孔，粗犷的服饰，前倾的身姿都较好地表现了这一点。



LOEWE时装广告之一



LOEWE时装广告之二

■ 青春、美貌，引无数英雄竞折腰。设计师敢于用色，大胆想象，将人物置入火红的背景之中，在黑、白、红三色的强烈对比下，更加突出了模特儿颀长的形体和娇美的面孔。



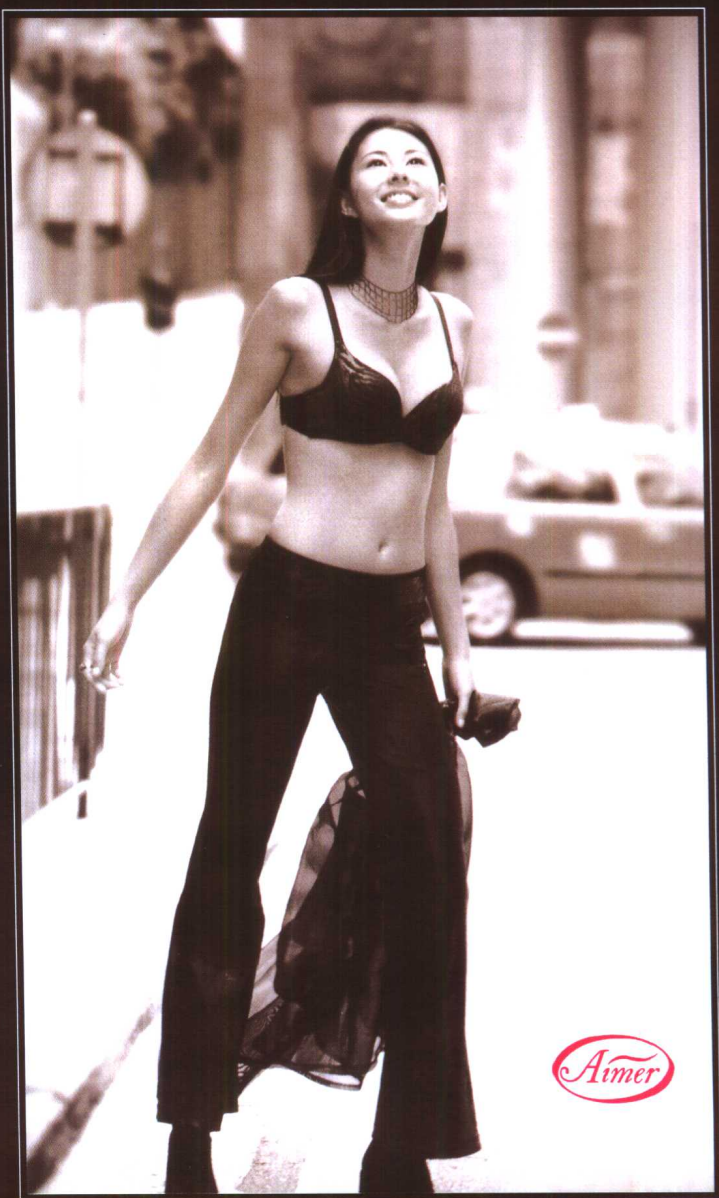
YVES SAINT LAURENT 时装广告

■ 在诸多的服饰语言设计中，黑色代表高贵、神秘。年轻的模特儿身着黑色的、细条纹的套装，更显高雅、卓尔不群。





AIMER内衣广告之一

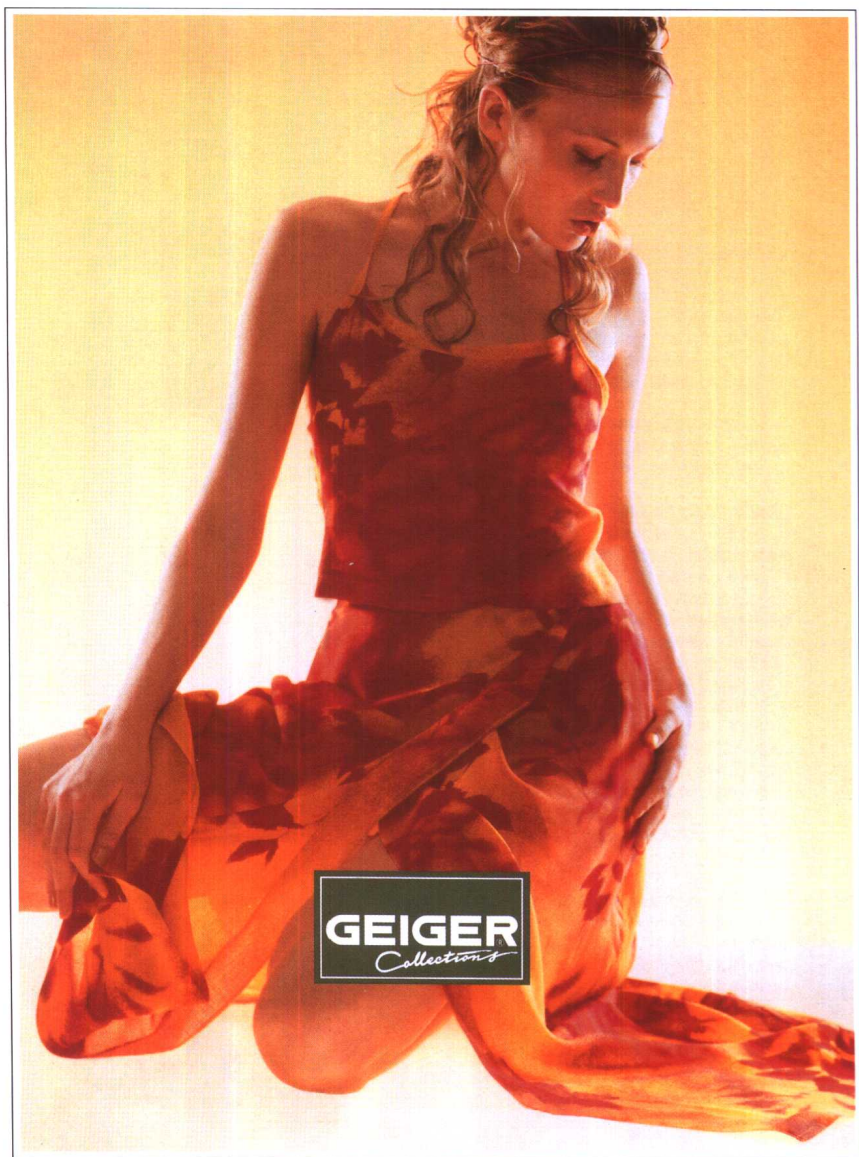


AIMER内衣广告之二

■ 利用侧逆光，将女性娇美的形体展示无遗。合体的内衣，更能衬托女性身形的丰满与厚实。



GEIGER时装广告之一



GEIGER时装广告之二

■ 柔和的色彩，轻薄的面料，加之服饰语言新颖又富浪漫情调，恰好地表现了模特的妩媚与多情，也呈现了服饰的个性品质。