

创意小百科

第三种人杂志社 编 著

广告设计速查手册

上海人民美术出版社

创意小百科

广告设计速查手册



上海人民美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

广告设计速查手册 / 贺欣浩著. — 上海: 上海人民
美术出版社, 2006

ISBN 7-5322-4853-4

I. 创... II. 贺... III. 广告—设计—手册
IV. J524.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 050606 号

创意小百科

广告设计速查手册

编 著: 第三种人杂志社 贺欣浩

责任编辑: 姚宏翔

英文编辑: 成一琳

封面设计: 张 璎

版式设计: 周 瑾 徐 灏

作品整理: 曹 静 鲁 勇 李丽娜 唐小洁

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海市长乐路 672 弄 33 号)

印 刷: 上海中华印刷有限公司

开 本: 889 × 1194 1/40 8 印张

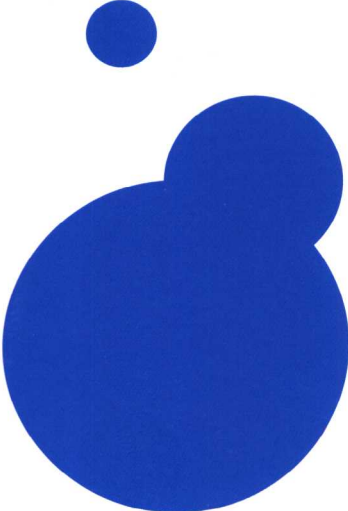
版 次: 2006 年 6 月第 1 版

印 次: 2006 年 6 月第 1 次

印 数: 0001—4250

书 号: ISBN 7-5322-4853-4/J · 4325

定 价: 48.00 元



前言/Preface

这是一本创意广告设计手册，汇集了国外优秀创意作品，内容幽默新颖，是广告创意人不可或缺参考书。

在这本篇幅有限的小册子中，包含了大量经过精心挑选的图片资料，围绕富有创意的主题，从不同的角度，不同的表现风格和方式，尽可能地做到全面地展示宣传册，并配有业界资深创意人的点评。该手册内容涉及创意商业海报、公益广告、户外广告、艺术性广告、美术院校学生作品等几大类。

该手册既适用于大专院校的广告学专业师生，也适用于从事广告创意设计的业界人士。这些经典的广告实例，给读者留有广阔的想象空间，希望能为广大从事和喜爱设计的人员提供参考、借鉴，并能够激发出属于您的富有创意的设计灵感。

编者

■ 商业平面广告 *Commercial Print*

食品/药品 *Foodstuff and Leechdom* 8 汽车 *Automobile* 56 日用品 *Daily Necessities* 100
 电器产品 *Electrical* 150 服饰 *Costumes* 174 媒体/机构 *Media, Organizations* 188
 旅游/休闲 *Tourism, Leisure* 214 航空公司 *Airlines* 228 餐饮 *Restaurant* 232
 教育/健身 *Education, Fitness* 236 制造/运输 *Manufacturing, Transport* 240
 宠物用品 *Pet Supplies* 244

■ 公益类广告 *Public service*

禁烟 *No Smoking* 248 生态环境保护 *Ecological, Environment* 254 个人安全 *Safe* 262
 和平 *Peace* 268 红十字会 *Red Cross* 270

■ 艺术广告 *Art*

艺术演出 *Artistic Performance* 274 艺术展览 *Artistic Display* 280

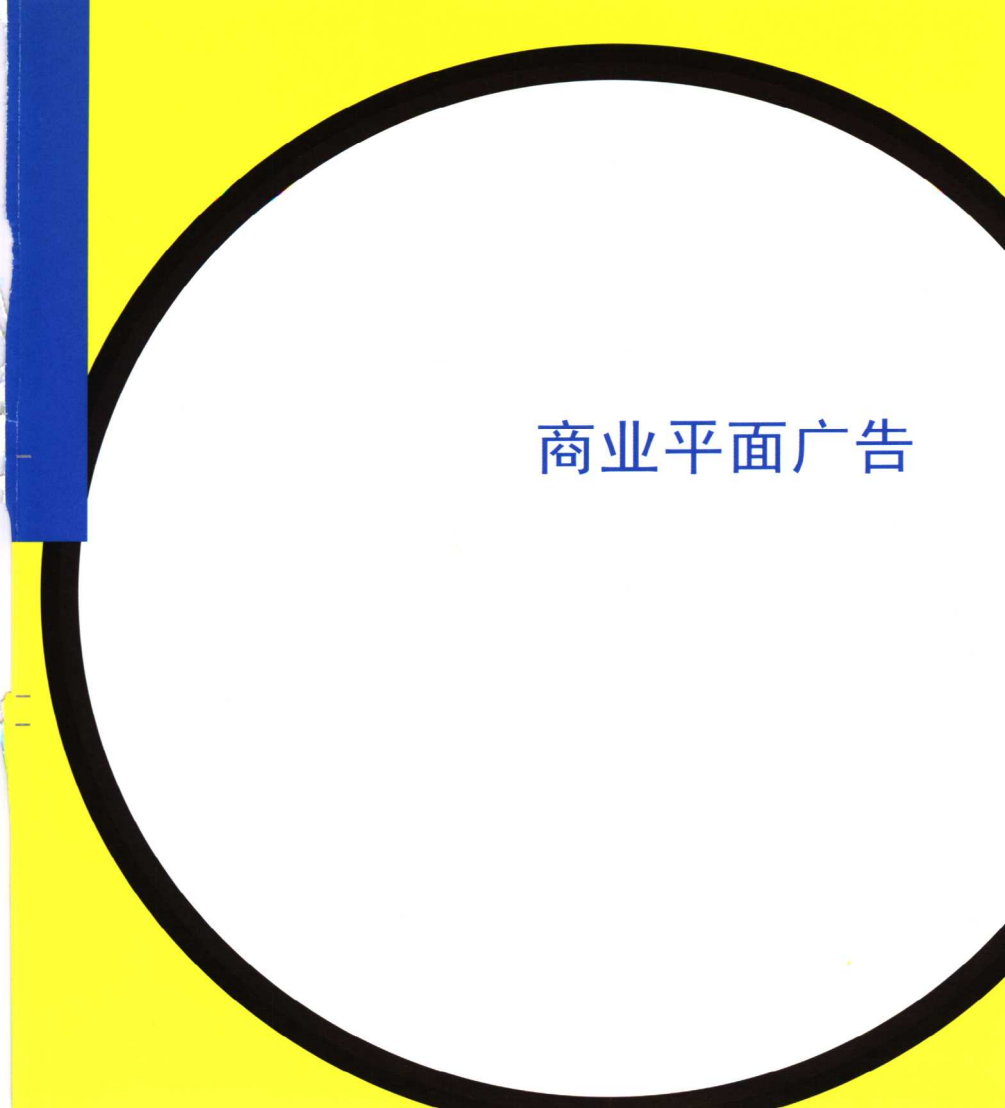
■ 艺术院校学生作品 *Student*

汽车 *Automobile* 288 反对战争 *Oppose the War* 292 服饰 *Costumes* 294
 艺术演出 *Artistic Performance* 296

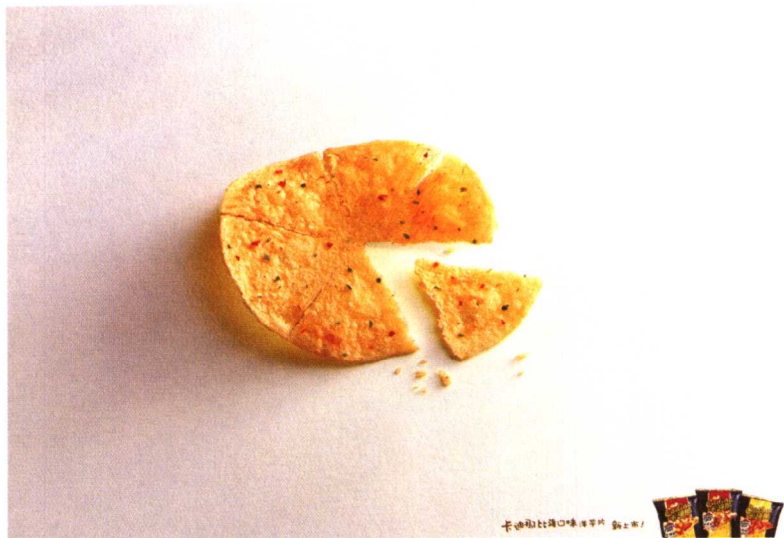
■ 户外广告 *Outdoor*

服饰 *Costumes* 302 电器 *Electrical* 306 汽车 *Automobile* 308 日用品 *Daily Necessities* 310
 休闲 *Leisure* 312 超级市场 *Supermarket* 314 食品/药品 *Foodstuff and Leechdom* 316
 机构 *Organizations* 318

Commercial print
Advertisement



商业平面广告



客户: Cadina Potato Chips 广告公司: JWT Taiwan

点评: 粗看还以为又是说明新品比萨, 其实是比萨口味的薯片。



客户: Strong Beer 广告公司: Foote Cone & Belding Sin

点评: 热情的招待招呼您尽情畅饮斯里兰卡最强的啤酒, 因为它的酒精含量低, 不至于多喝几杯就会让您醉得神智不清。

Coca-Cola

© 1997 The Coca-Cola Company. All rights reserved.



Coca-Cola

© 1997 The Coca-Cola Company. All rights reserved.



Coca-Cola



客户: McCann IRELAND

点评:

画面将水上乐园的设施转换到了可乐中,指出可口可乐与运动健身如影随形,凸显出可乐的诱惑让你忍不住投身其中。

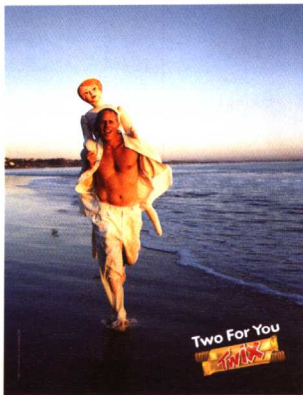
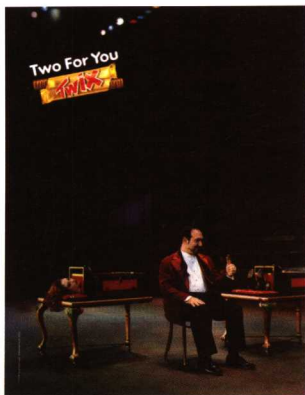
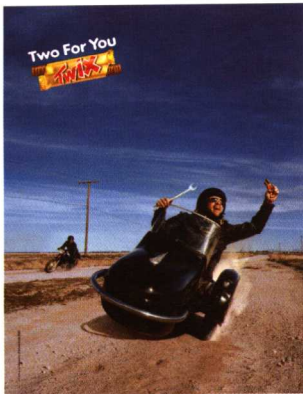


客户: Perrier Vittel France 艺术指导: Thierry Chiumino, Stephanie Foucault

点评:

此组广告巧妙地将产品和图形结合在一起。不同的表情、手势说明了不同的人群都喜欢喝这种饮料。



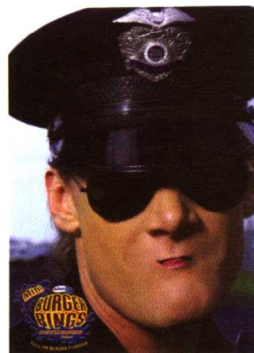
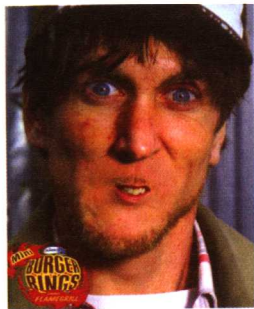
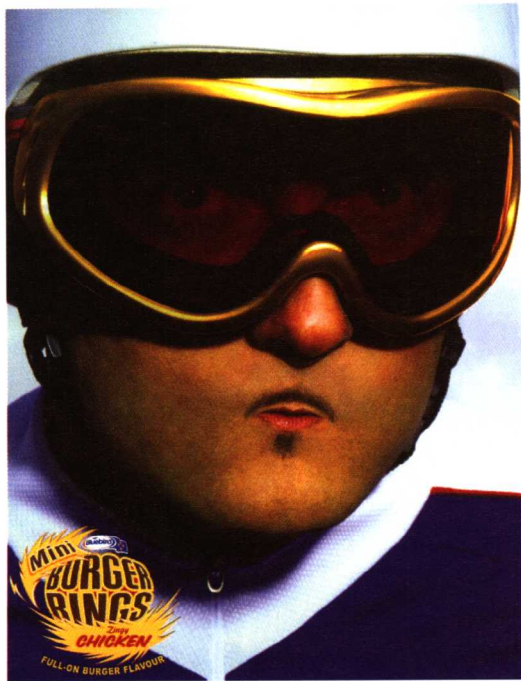


点评：该系列的广告非常幽默，画面中的主人公为了多吃一根巧克力棒，情愿抛下助手和伴侣。从侧面表现出它的美味诱人。



客户: McCann INDIA

点评: 广告语“纯粹的吸引力”, 画面中父子两人仰望天空, 一颗“红星”恰似流星闪过, 广告寓意该糖果不同一般, 非常吸引人。



客户: Gppd,am Fielder 艺术指导: Emmanuel Boughneres, Josh Moore

点评: 飞行员、卡车司机和警察三篇中,滑稽可笑的是他们超乎常理的小嘴巴。一般而言产品都是越大越好,多多益善,而这个产品却不在这些问题上做文章,转而表现独特的美味。我们只知道有越撑越大的道理,没想到的是这则广告反过来表现,奇异的小嘴巴表明了这款小薯条惹的祸,经常吃它的人竟然嘴巴也变小了,让人忍不住笑起来。