

中外招贴创意设计丛书 / 柳林 主编

创意漫游

CREATIVITY OVERVIEW

城市旅游

柳林 李娜 编著

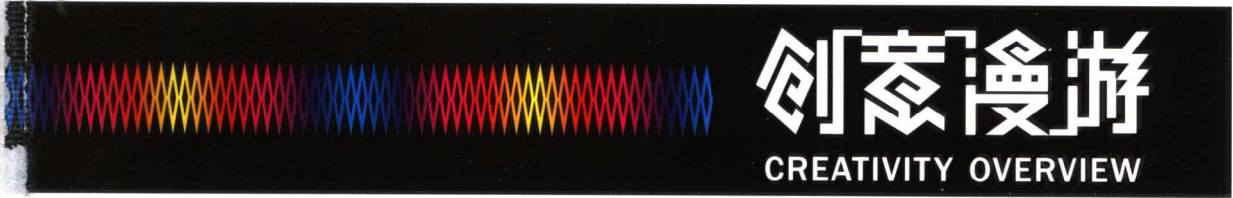


WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

中外招贴创意设计丛书 / 主编 柳林

柳林 李娜 编著



创意漫游

CREATIVITY OVERVIEW

城市旅游

武汉大学出版社

图书版编目(CIP)数据

创意漫游. 城市旅游/柳林, 李娜编著. —武汉: 武汉大学出版社, 2006. 5

(中外招贴创意设计丛书/柳林主编)

ISBN 7-307-05014-5

I. 创... II. ①柳...②李... III. ①宣传画—作品集—世界—现代②宣传画—艺术评论—世界—现代
IV. J238.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第038704号

责任编辑: 任翔

装帧设计: 柳林 涂驰

版式设计: 柳林

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn)

网址: www.wdp.whu.edu.cn)

印刷: 武汉精一印刷有限公司

开本: 787×1092 1/16 印张: 6 字数: 180千字

版次: 2006年5月第1版 2006年5月第1次印刷

ISBN 7-307-05014-5/J·74

定价: 28.00元

■ 序言

在平面设计领域里,招贴设计通常被视为衡量一个图形设计师艺术水平高低的重要方面,最能体现设计师的个人风格特点。在世界上诸多的平面设计艺术表现形式中,往往以招贴海报的展览和竞赛居多,其规模 and 影响也最大。世界范围内公认的设计艺术权威大赛包括:波兰华沙设计艺术双年展、芬兰赫尔辛基国际海报双年展、法国肖蒙国际招贴海报艺术节、美国科罗拉多设计艺术双年展和日本富山国际招贴海报三年展等。近几年来,在我国已成功举办了杭州中国国际海报双年展、宁波国际海报双年展,以及以“互动”、“全国环保宣传画”、“苏州印象”、“上海世博会”等为主题的招贴设计大赛,对我国的平面设计教育和招贴设计事业的发展起到了推动作用。

如今的宣传媒介越来越多样化,招贴的首席宣传地位已不复存在。但是招贴并没有被否定,也不存在着新与旧或是与非的学术问题。招贴仍然是一门无法取代的艺术,它是文化的,又是社会经济发展不可缺少的作品。在社会与文化、生产与消费之间,招贴具有的许多优点却是其他媒体无法替代的。随着时间的推移,作为人类文化记录的招贴仍会存在,并将永远保持下来。直至今今天,几乎世界上所有知名的艺术设计院校都把招贴作为视觉设计的最重要的学习内容。这足以看出招贴海报对整个世界文明及其发展的巨大影响作用。

招贴创意是平面设计专业创造性、思维性设计活动。它通过图形、文字、色彩等视觉元素,启发学生的思维能力,培养学生对创意内涵的发掘,提高学生审美意识和素养。鉴于学习设计者查阅时的需要,我们按招贴表现的内容不同,分类编撰了这套招贴创意设计丛书。

呈现给读者的这套招贴创意设计丛书,从最初的“旅游招贴”设想,到“创意漫游”丛书的出版,是由武汉大学出版社酝酿、策划到作者们分类收集、整理资料等共同努力的结果。在编撰的过程中,我们舍弃了房地产、体育及纯商业招贴,原因是这类书籍已经较多。根据教学和实际运用方面的考虑,从《城市旅游》、《文化追寻》、《形象推广》、《影视戏剧》、《关爱行动》、《人与自然》、《战争与和平》、《会展视觉》、《安全地带》这九个方面进行了分类编撰和赏析。我们希望读者通过本丛书,不仅可以享受到艺术设计的视觉盛宴,而且在点评的引领下,了解招贴创作的背景和意图,领会设计者的创意思维方式及表现手法。作品的创意设计点评中若有不妥之处,敬请不吝指正。

本丛书所选作品主要来源于相关图书和资料,在此我们对这些设计师无私的援助表示由衷的谢意,是您们的这些优秀作品才促成了本丛书的完成。我们希望丛书的面世对促进行业内的交流和学习起到铺垫作用,同时对提高我国招贴设计水平有一些启发意义。因为当手头有了更多、更方便的资料时,才会有好的创意;只有扩宽视野,才能使思维变得敏捷。如果这套丛书能达到以上目的,那是我们最大的满足和欣慰。

柳 林

二〇〇六年四月

城市图语

罗马纪念性建筑，埃及的亚历山大庞贝神柱，古巴比伦空中花园，法国巴黎凯旋门，日本富士山樱花，中国北京故宫等，这是这些城市在人们心目中的大致印象。城市形象体现在内部公众和外部公众对该城市的内在综合实力、外显活力和未来发展前景的总体综合评价，是城市内在素质和文化内涵在城市外部形态上的直观反映，是该城市有别于其他城市的深刻印象。这种评价包括城市的政治、经济、社会、教育、科学、文化、生态、环保等内容。公众对一个城市的评价，就是城市形象。从某种意义上说，城市形象是支撑城市发展的精神支柱，其作用是使公众一目了然地掌握城市的特征与信息，并产生认同感。

“上有天堂，下有苏杭。”苏州是全国闻名的美丽的旅游城市，为保持文化古城的风貌，在苏州老城区内，市政府规定不能盖高楼大厦，最高只能盖六层楼房，而且屋顶统一设计，乌瓦白墙，整洁有序，古色古香。城区内河流纵横交错，小桥流水。河边是绿化带，岸旁装上彩灯，夜间灯光流水相映，十分美丽。北京到处都是立交桥，密度之大超乎想像。山色妩媚，海景激荡，大连人还是喜欢维持一种略带些舒缓的生活，就像火车站前面依旧保留的有轨电车，丁零当啷地沿着铺好的铁轨朝前开去，有时还会伴随一声沉闷的汽笛。这是这些城市留给旅游者最直接的印象。

随着社会的不断发展，人们生活观念也发生了转变，人们工作的目的不再仅仅为了生存，也是为了提升生活的品质。这就意味着一种新的生活——休闲时代的来临。休闲时代呼唤城市以旅游为中心的功能的发挥，而其他各个功能对于城市旅游中心功能既是一种加强，也是一种基础和条件。因为旅游业是现代城市休闲生活中的一个主导产业，旅游消费能形成强大的拉动力，促进各行各业的发展，从而带动城市的经济发展。大量旅游者的来访和城市市民的大量出游，使人们开拓了眼界，提高了生活质量。从某种程度上说，旅游生活方式是城市生活方式的一个潮流，代表着城市发展的方向，又进一步促进了开放和交流，促进了城市



埃及的亚历山大庞贝神柱



古巴比伦空中花园

总体面貌的改变。

旅游业的宣传推广离不开旅游招贴。当今大众虽然可以通过电视、广播、报纸、杂志、网络等多种广告媒体来了解所向往的目的地,但那些媒体始终不能取代旅游招贴,这是由旅游招贴所具有的特征与功能所决定的。大尺寸的画面、强烈的视觉冲击力、卓越的创意给旅游者传递丰富的信息。它以其独特的方式出现在各种公共场合,远距离就能吸引社会公众的注意力,在一张纸上反映着如此丰富的思想内涵,并迅速而有效地传达具有各地特征的信息。如1916年瑞士推出的旅游海报“Burkhard Mangold”,包括一组瑞士冬季旅游胜地Davos的海报,共五张,列举了不同季节的娱乐项目,并拼出“Davos”的字样。插图的风格相对早期的海报来说更加抽象,将简洁的字体放大到整个画面的手法在过去也不多见。正如日本著名设计家田中一光先生所说的那样,海报传达信息简单明了,能瞬间扣住人心、留下印象,而且搬运简单,无论何时何地都不必借用机器设备就能观赏。

海报是一张充满信息情报的载体,作为世界各国人士之间交流的旅游海报,具有设计上独特的手法和情感。优秀的旅游招贴作品可以跨越国界传播,可以通过简单的制作方法表达出旅游景点的魅力,从而传达给旅客一种明确的信息。好的招贴会给人一种身临其境的感觉,能激发人们去被介绍的旅游景点游玩的强烈冲动。

设计者在设计一幅旅游招贴时的主要思路,体现在作品的意境、感情和思想上。只有先感动自己,才有可能打动大众。旅游招贴是有针对性的,一张旅游招贴只能展现某一个或几个

旅游景点,并不能囊括所有的旅游区。要针对旅游景点来定位,在定位的过程中,首先要充分了解该宣传地区或景点的风俗、民情、文化等特征。如表现我国城市旅游的特征:上海是发展中的世界大都市;西安所具有的是古京城文化特色;海滨城市大连舒适的生活环境使人们向往;红色旅游景区瑞金、井冈山、遵义等“红色故都”留下了革命者艰辛的足迹。在宣传这些景点或区域时,需要把这些特点充分地展示在海报上,让旅客能够充分了解所要到达的目的地。在一张旅游招贴的版面中,视觉的构成元素有很多,要考虑到主次标题的位置、背景颜色、图片的选择或图形色及位置摆放、留白、视觉中心等,把不同的元素进行有机结合,使之能够传达给旅客最准确的信息。

另外,旅游招贴与其他招贴不同的是,旅游招贴要体现出一定的地域特色,表现出当地的风土人情。本书中收录的几幅苏州



苏州印象

印象海报，就很好地体现了中国古典园林的文化特征。还有的运用了水墨画、古建筑等元素，表现出苏杭一带秀丽清新的景点特色。而另一系列展现国外热带风情的海报，色彩浓重、图形夸张，充分表现出当地开放、热情的民风，给喜爱这种气氛的旅游者指明了方向。前世界旅游组织主席阿瑟霍洛德认为：“我们必须尽一切努力把旅游维持在最高文化水准和精神水准上，我们必须把旅游组织起来，使它不仅成为不错的经营，而且成为一个创造更加文明、更加和平的世界的良机。”这确是一既适用于国际旅游，同样适用于我国各地旅游发展的真知灼见。在人们旅游观念的不断升华中，旅游招贴的设计也将会不断地注入新的文化和内涵，使之成为旅游业中永不枯萎的常青树。



重庆印象



■ 无锡印象

采用无锡的传统戏曲、工艺美术等元素向大家展示了无锡悠久的历史和文化。鲜艳的红色象征着无锡人民的热情。

■ 城市印象 / 李佳

以城市建设的工具和花环相连，来体现城市建设给城市带来花一样生机和活力。



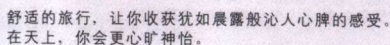
■ 城市印象 / 吴晓冬

在高楼大厦上植树造林，可以改善被污染的城市环境。



■ 荷兰至爪哇航线海报 / Munetsugu Satomi (荷兰)

海报中以巨型海轮为主题物，从一个侧面反映了那个时代的交通飞速发展，从而也带动了旅游业的发展。





■ 冲绳旅游

作品采用幽默的漫画来表现冲浪的乐趣。

■ 滑雪旅游

把雪山的美景嵌入滑雪眼镜中，充分展现出海报所要表现的内容。

東京発
'98年11月~'99年5月
11月→5月
年末年始掲載

LOOK JTB

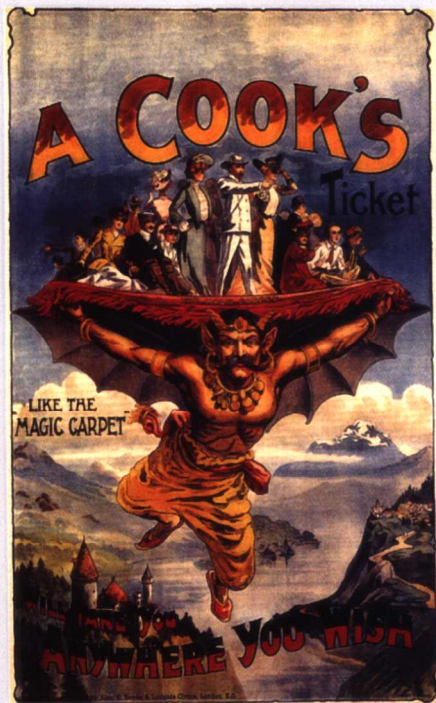
SKI SNOWBOARD
カナダ・アメリカ・ヨーロッパ

88,000円~151,000円
ウィスラー5日グレートキナルコース 11~5月期

ウィスラーではスノボやモーグルなど選べる
無料レッスン付き！
好評の航空会社限定利用コースを
日本航空を中心に増設！
ツェルマットとグリニッチ、ヨーロッパにもゲレンデが広がります。

いつも旅の定番形。ルックJTB

30
周年



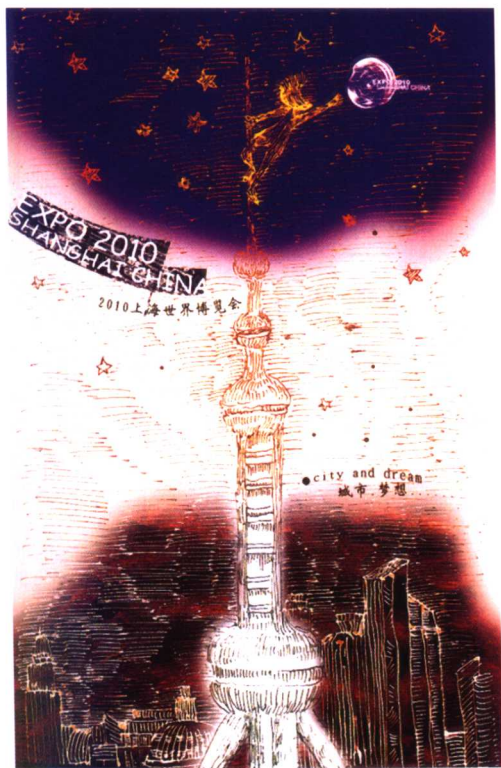
■ 旅游海报 / Alex Sutton(英国)

这是一张插图精美的旅游业海报。它不仅代表了当时海报的极高水准，也从另一个侧面反映了当时交通运输业的蓬勃发展，正如海报中的广告语所说：“就像魔毯一样，带你去任何地方”。

■ 重庆印象

一只穿高跟鞋的女士的脚和右下角的“棒棒”作为设计元素，采用幽默的隐喻手法把传统与时尚相结合，来表现重庆的城市特点。



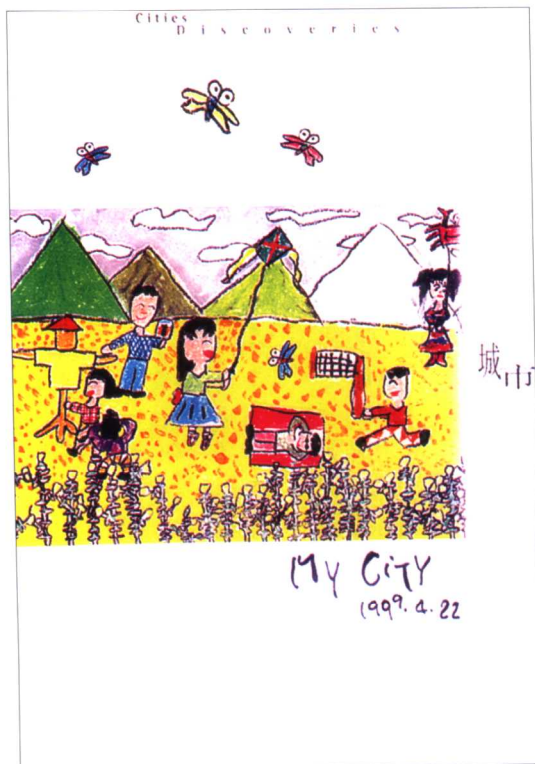


■ 上海印象 / 方舒彦

上海的夜晚，像梦境一样美好。

■ 好山好水我的家

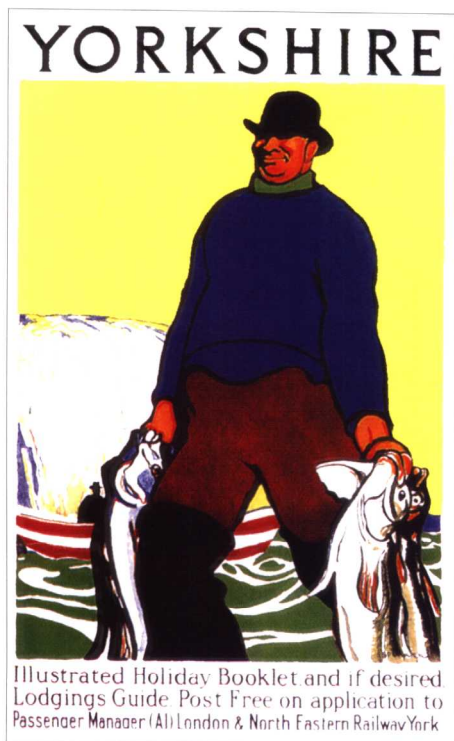
招贴采用儿童画的形式来追忆童年的家。





■ 重庆印象

招贴中的图形采用近大远小的透视效果，产生一种视觉张力，再加上黑、红颜色的搭配，具有强烈的视觉效果，突出重庆火辣辣的特点。



■ 伦敦及东北铁路公司海报 / E.A.Cox (英国)

经过20世纪20年代第一次世界大战后的经济恢复阶段，伦敦及东北铁路公司发行了一系列海报，鼓励国内的旅游者乘坐火车穿行大不列颠。

■ 澳门博物馆

招贴中众多元素叠加着排列，体现出澳门博物馆的博大和神秘。



■ 上海印象

用电路图描绘城市形象，体现上海信息的发达和高科技的发展。

江南印象

水

江南水乡自有它水的风韵与灵秀 /
这里，民居毗邻，依水而建 /
隔水相望，颇具灵动与亲切感 /
远远的水中央 /
长长的竹篙搁置一旁 /
守护着水乡的宁静 /



张呈军 2008年

江南印象

船

江南水乡是精致而细腻的 /
静静泊着的乌篷 /
是它最传神的点缀 /
显示一种闲适与安逸下的把玩 /
闭了眼睛 /
仿佛身着蓝印花布衣裤的女子便站在船头 /
自远远的那端穿過小橋靈靈而來…… /



张呈军 2008年

■ 江南印象系列招贴 / 孙明海 张呈军

系列招贴以江南典型的特色“水”、“船”、“桥”、“居”为主题，运用简洁概括的象征形态，水墨的表现手法，描绘出恬静、秀美的江南水乡的特色。

江南印象

江南印象

幽幽的巷道两旁参差着古旧的木質老屋、
殘缺的雕花和斑駁的油漆、
掩半開的木門、縫隙間飄了出來作滄桑舞蹈、
千年的風塵使蕭瑟隙間飄了出來作滄桑舞蹈、
不禁讓人緬懷歷史、
探詢那深深庭院裏的故事、

居



繪畫：沈永昌 書法：沈永昌

橋

江南橋梁多以青石構造、
或作拱形，或作梁式，或拱梁結合、
千姿百態，各具風采、
這裏的橋梁還伴有、
眾多歷史故事、民間傳說、
可以說、
江南的每座橋梁、
都是一件可以讓人細心觀賞的藝術品、



繪畫：沈永昌 書法：沈永昌