

Billboard

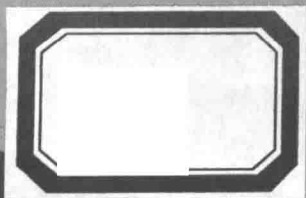
▶ Design & Make

招牌设计 与制作

——户外广告制作实战

中国建筑工业出版社

杜中来 杜鹃 编著



—20



THE DESIGN AND MAKING
OF SIGNBOARD

招牌设计与制作

——户外广告制作实战

杜中来 杜 鹃 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

招牌设计与制作——户外广告制作实战/杜中来, 杜鹃
编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2004

ISBN 7-112-05789-2

I. 招... II. ①杜... ②杜... III. ①招牌—设计
②招牌—制作 IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 027764 号

这是一本融做字技术与汉字文化于一体的书。书中内容分为软件和硬件两部分叙述介绍。软件部分讲述招牌语言、文字以及广告制作的软件。硬件部分主要讲述招牌、牌匾、灯箱、铜字、有机玻璃字、丝网印刷、玻璃钢字、喷绘、雕刻、热传印、霓虹灯和荧光显示屏等的制作。书中还对电脑刻绘、雕刻、喷绘等设备的性能和使用, 以及数码相机、扫描仪等高科技产品在招牌制作中的应用作了详细介绍。

书中介绍了招牌制作的传统工艺和现代工艺。另附有 100 多种新型广告材料表; 彩页部分以大量店面招牌实例, 介绍招牌和店面装潢的组合。

本书可供从事招牌设计、制作以及广告、装潢、美术、摄影、书法的各界读者参考。

* * *

责任编辑: 李晓陶 王雁宾

责任设计: 彭路路

责任校对: 王 莉

招牌设计与制作 ——户外广告制作实战

杜中来 杜 鹃 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

新华书店经销

制版: 北京嘉泰利德公司制作

印刷: 北京建筑工业印刷厂

*

开本: 787 × 1092 毫米 1/16

印张: 11¼ 字数: 240 千字

版次: 2004 年 4 月第一版

印次: 2004 年 4 月第一次印刷

印数: 1—2,500 册

定价: 38.00 元

ISBN 7-112-05789-2

J·33(11428)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

原山西省省委书记，省长胡富国同志亲手给笔者题写店名：『飞龙字业』

飞龙字业

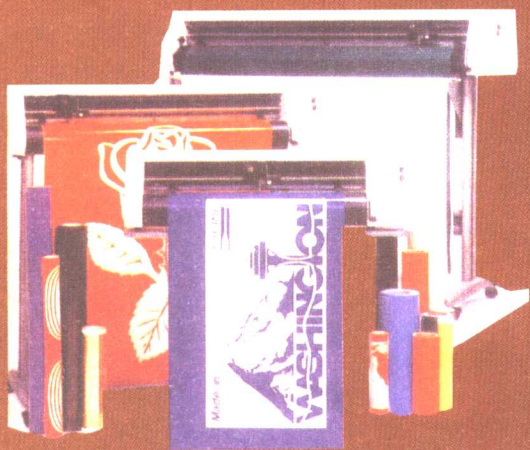
胡富国

2012/10

光机电一体化照片实物



计算机



刻字机



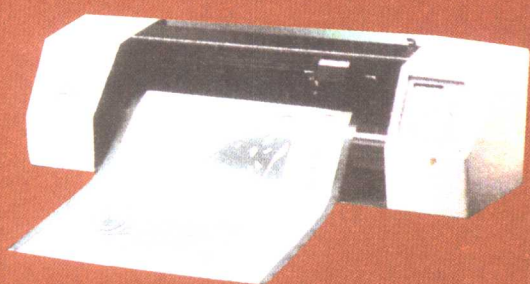
(a)



(b)

数码相机

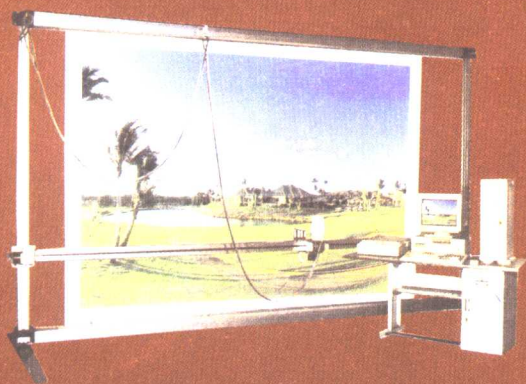
喷绘机实物



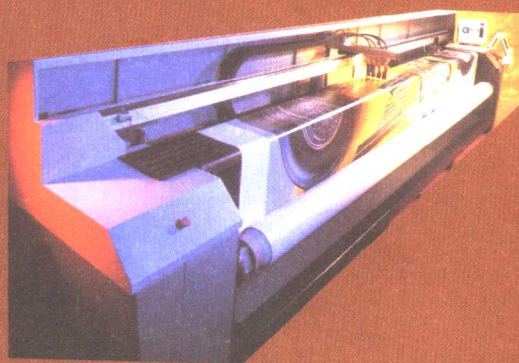
(a)小型 A4幅



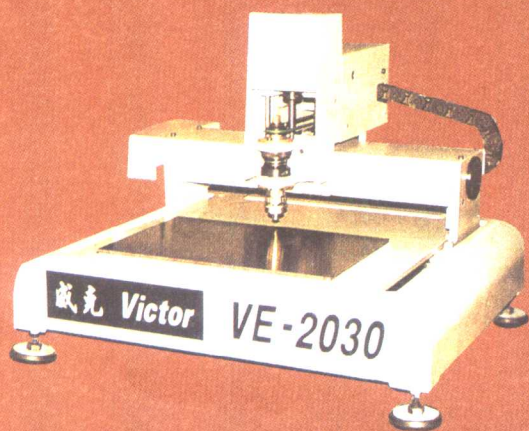
(b)中型 幅宽1.2~1.4m 长任意



(c)大型 幅宽1.4~5m 长任意



(d)巨型 幅宽5m



(a)

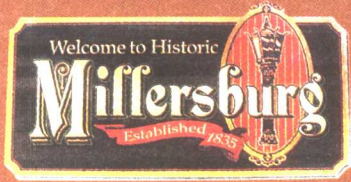


(b)

雕刻机



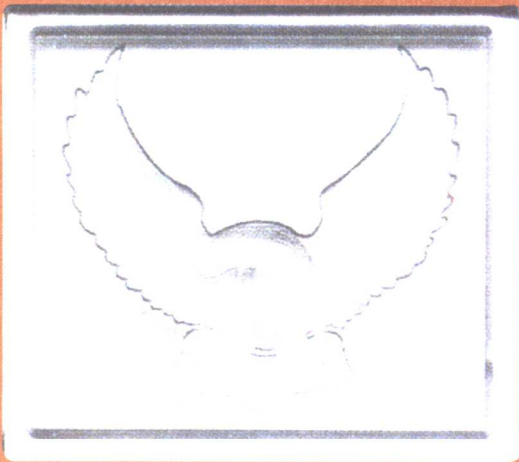
热转印机



木材三维雕刻



阴阳金属雕刻



浮雕

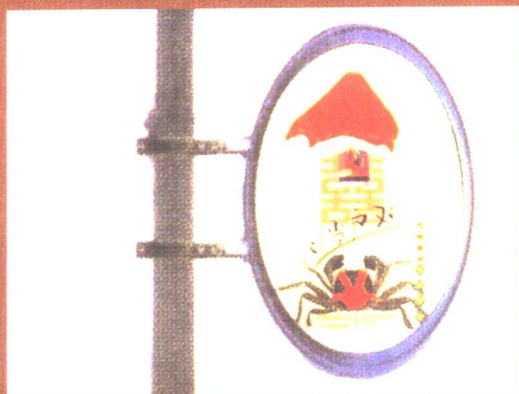


有机玻璃三维雕刻

路牌灯箱样品(18幅)



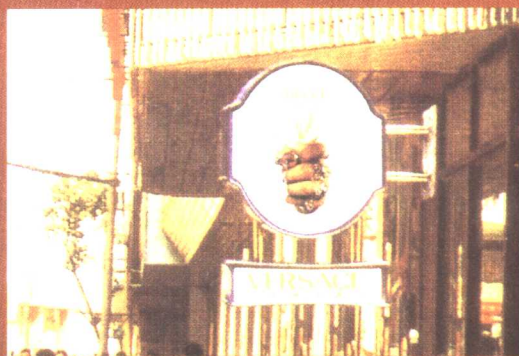
悬挂式圆形灯箱



悬挂欧式灯箱



悬挂欧式灯箱



悬挂式小灯笼形灯箱



立杆式花色椭圆形灯箱



立杆式凸形长方形灯箱



高杆长方形单叉灯箱



灯笼形高杆双叉灯箱



欧式立杆形灯箱



悬挂式长方形大圆角灯箱



立杆式镜框形灯箱



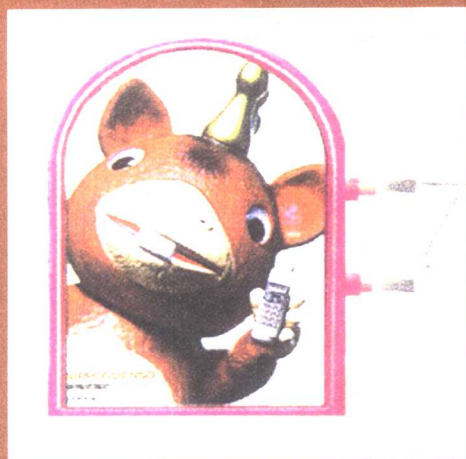
悬挂式大圆角长方形灯箱



落地式路牌灯箱



悬挂式椭圆形灯箱



悬挂式拱形灯箱(I)



悬挂式拱形灯箱(II)



悬挂式方结圆形灯箱



悬挂式大圆角正方形灯箱

目 录

1 绪论	1	5 招牌与装潢的关系	51
2 招牌琐谈	7	5.1 建筑装潢	51
2.1 以言曰召	7	5.2 美术装潢	51
2.2 以手曰招	8	5.3 室外部分	52
2.3 竹牌的发展	9	5.4 室内部分	52
2.4 传统工艺	10	5.5 门头面板装修	53
2.5 现代制作	11	6 牌匾制作	55
2.6 招牌语言杂谈	11	6.1 牌匾设计	55
2.7 商业楹联	14	6.2 木牌制作	56
2.8 招牌文字编排	16	6.3 金属牌制作	57
2.9 招牌色彩	16	6.4 灯箱布牌匾	58
2.10 招牌种类	17	6.5 框架制作	60
3 电脑及光、机、电一体机	18	6.6 灯箱布安装	62
3.1 光、机、电一体机	18	6.7 现场安装	62
3.2 电脑	19	7 条幅制作	63
3.3 刻字机的技术指标	20	7.1 工具制作	63
3.4 扫描仪	21	7.2 印剂配制	63
3.5 数码相机	22	7.3 条幅设置	65
3.6 雕刻机	23	7.4 刻制印版	66
3.7 喷绘机	25	7.5 条幅施印	67
3.8 热转印机	26	7.6 常见毛病	68
4 刻绘系统软件	29	7.7 吊白规律	68
4.1 汉字部分	29	8 巨幔及巨型字书写	70
4.2 图库部分	33	8.1 美术字体原理及书写	70
4.3 文泰刻绘系统要求	37	8.2 书法字体的特点	75
4.4 刻绘操作界面	37	8.3 巨幔印制	79

9 立体字制作	82	12.3 灯箱布版面	95
9.1 铁字	82	12.4 灯箱结构	95
9.2 铜字	83	12.5 灯箱照明	96
9.3 苯板字	84	12.6 用电常识	96
9.4 玻璃钢字	85	12.7 灯箱安装	97
9.5 钛金字	85	13 丝网印刷与感光制版	98
9.6 立体字的安装	86	13.1 丝网印刷特点	98
10 即时贴字	87	13.2 丝网印刷在招牌方面的 应用	99
10.1 即时贴纸	87	13.3 丝网感光制版	100
10.2 刻字机	87	14 霓虹灯制作	102
10.3 转移	88	14.1 霓虹灯发光原理	102
10.4 手工刻制	88	14.2 霓虹灯制作材料	103
11 展版制作	90	14.3 霓虹灯控制电器设备	105
11.1 展版材料	90	14.4 霓虹灯文字图形设计	105
11.2 版面设计	91	14.5 霓虹灯制作	106
11.3 版面制作	91	14.6 现场安装	107
11.4 喷绘版面	92	15 其他	108
11.5 版面组装	92	16 招牌制作行业经营初涉	112
12 灯箱制作	93	17 招牌设计制作广告材料 一览表	116
12.1 有机玻璃灯箱	93	招牌设计实例	119
12.2 灯箱片灯箱	94		

绪 论

这是一本教人做字的专业书。因为设计、制作商业及公益内容的各类户外广告招牌，以制作招牌“字”为主要形式，所以取书名为“招牌设计与制作”，做字行业习惯叫“字业”。

“字业”是在新的经济形势下，在高科技、新材料、新观念、新工艺条件下，适应现代市场需要产生的一个新兴行业。即所谓由广告业、户内外广告业派生的一个主要支系。

如果说目前形形色色的商业视觉传媒系统是“字业”理论基础的软件部分，那么，本书可理解为商业视觉传媒系统的硬件、终端。

书中内容分两部分，软件和硬件部分。

软件部分主要介绍招牌语言、文字，光、机、电一体机等设备的性能，招牌制作方面的一些想法和看法。硬件部分主要介绍招牌制作工艺、新型广告材料的性能和应用以及一些鲜为人知的化学配方。书中每节、每章都是一个零部件，理解后可举一反三，组装成任意规模、形式的广告字牌。书中就招牌语言、文字及招牌的制作方面，笔者做了最大的努力。内容着重于实用性，避免冗长的论述和空洞的理论。

孙子兵法：“所谓善战者，胜于易胜者也。”

笔者在制作实践中，由于工作需要，注重于有关方面书籍的收集。发现户外广告类书籍，理论居多；实用美术类书籍，资料居多。在有关户内外广告——所谓商业视觉传媒制作方面，尚属空白。大多广告书籍，理论洋洋，涉及制作，只字不见。在有关制牌业应用高科技设备如电脑、光、机、电一体机的介绍，也属凤毛麟角，分散见诸于一些电脑方面的书籍，且是只言片语，与制作无关。

电脑广告制作软件方面，刻绘等内容更是真空。有关书籍被捆绑在软件的销售方面，很不利于此项技术的传播应用，即便是有，也只是从电脑专业角度去讲解。

浏览国内广告杂志市场，也很难买到有关制作方面的资料。

笔者曾和一位专业画家闲聊，他风度翩翩，儒雅斯文，早年毕业于南京艺专，在国内颇有名气。他兼作版画，但他苦于不会制版，而常求于他人。当我很随便地告诉他一种制版的方法后，他对我讲了一件事：他的一个朋友为他制版，当一次他偶然问到制版方法，他的朋友脸色骤变，望着他说：“你学这有

什么用!”当时弄的画家满脸尴尬,如鲠在喉,斯文扫地。隔行如隔山,天机不可泄漏。

本书的目的,就是要泄漏天机,让这一行业技术大白天下。其实,无非一些雕虫小技。不过苦于行业隔绝,没有资料可寻,这也是本书写作的原委之一。

进入现代商业都市,纵观高品位的购物环境,商业建筑空间内外,各种广告宣传字牌,姹紫嫣红,绚丽多彩。从随风飘扬的柔性纺织品材料到金光熠熠的金属钛金材料,无不展示现代商业广告的巨大魅力。悬挂在高层建筑上数千平方米的巨型幔幅,更是争奇斗艳,其内容之大,信息之多,令任何印刷机器都望洋兴叹。就连在公路上行驶的公共汽车,也不甘寂寞,鸣着喇叭,披红挂绿,为车身广告覆盖。

人们赞誉说:形形色色的广告字牌是城市一道靓丽的风景线,此话千真万确。我们已置身于一个商业广告时代,走进一个字的艺术海洋之中,中国汉字,无处不在。

广告有个最基本的原则,就是离不开文字这个要素。一切文字表达形式都是文字的载体,载体通过文字发布各种信息。

“字业”,是以商业广告字牌制作为目的,同时也是对汉字的认识、研究和弘扬。

在设计制作字牌过程中,我们深刻地体会到:中华文字源远流长。秦篆汉隶,魏晋楷书,我们现在沿用的就是楷书。纵横几千年的汉字,历朝历代,独领风骚,尽显辉煌,像一条历史长河,把我们辉煌的中华文化,源源不断地延续到现代。但是,在中国历史上,汉字却从来没有像今天这样在社会得到酣畅淋漓的应用,从来没有像今天这样璀璨夺目。

“字号”又叫牌号,泛指招牌。就字面语言来说,也是商业文化的一种形式。从老字号的招牌语言来看,业已形成一种汉字浓缩语言。注意老字号的汉字采用:礼、诚、福、和、德、祥、吉、宏、信、义、利、茂等具有一定深刻含义的汉字,从某种程度反映了中华民族的传统礼仪道德。

招牌还涉及到知识产权问题。我们知道,字号和商标有着割舍不断的关系,涉及到国际公法和国家法律。《中华人民共和国商标法》第三条规定:“经商标局核准注册的商标为注册商标,包括商标、服务商标和集体商标、证明商标;商标注册人享有商标专用权,受法律保护”。商标和字号相得益彰,缺一不可。可见,“字号”一词,决非寻常。

现代商家大都设有企业策划部,从事企业的商业广告运作,企业识别系统即是企业策划部的经典。视觉识别系统是企业策划部的主要工作,主要体现在商业标识和广告的设计制作、安装、更换以及商品定期广告的设计和制作。

一个成功的视觉系统——招牌,是商家实力的体现。招牌是把双刃剑,具有广告和装饰的双重功能,从装饰来看,是画龙点睛;从商业来看,是打造商业信誉。招牌字面的意义,是品牌战略的确立,是知识产权的打造过程。

随着高科技对汉字系统的科学化、艺术化处理,使汉文字的使用价值和使

用空间进入到一个全新的时代。招牌设计、制作也走向高科技化。

汉字进入电脑，曾使金发碧眼的西方人为之瞠目结舌，大伤脑筋。他们认为：复杂多变的汉字毫无规律，根本无法进入电脑。而“五笔”的发明人王永民先生，不仅解决了这个难题，又搞成“汉字数码”输入法。不仅为汉语言在电脑中的应用，也为汉字进入网络时代提供了优越的条件，当然，为招牌设计制作也提供了必要的条件。

笔者在应用电脑过程中，注意到软件开发界，对广告方面汉字应用及广告设计制作方面软件的开发研究所做的孜孜不倦的努力。

书法，即写字的方法。汉字的书法艺术，纵横几千年，不断演变积累，流传至今，充实丰富了传统中华文化。在招牌设计制作中，书法字应用极多，必不可少，书法字有鲜明的汉字文化特征，是传统文化的优秀部分，是招牌应用文字的主要资源之一。

我们看到，数千年来汉字的书法演变，是随着社会的发展需要和书写工具的变化而变革的。

“说文解字”说“汉兴有草书”是指章草，章草的出现，是为了抄写速度的加快。宋代，毕升发明活版印刷，是为了加快文化和信息的传播。在历史发展过程中，急剧的社会变革，近代西方的先进工具，都在向落后的书写方法和传统方式提出挑战。铅笔、钢笔、印刷、简化字、注音字母、汉语拼音，直至激光打印机、复印机的出现，都是为了满足社会快速发展和实用的需要。艺术只是文字实用过程中产生的一种重要的副产品，占主导地位的还是社会应用。可见，社会的发展前进，实用性和速度是一个非常重要的因素。文化也是如此，必须适应人类社会快速发展的需要。

这里顺便一提的是，有关传统书法，即毛笔字进入电脑，引发书法界不同意见的一段插曲。秦朝大将蒙恬路过浙江湖州，发明毛笔，是谓湖笔，所以毛笔应该是蒙恬的专利。

近年来，书法从单纯欣赏的艺术殿堂中走出来，进入电脑字库，走入一个科学的艺术环境之中，为社会服务。对此，一些书法家持不同意见，认为电脑书写毛笔字有失于毛笔字的传统，并在有关媒体著文进行口诛笔伐，进行论战。

其实，毛笔字进入电脑与传统书写并无矛盾，仁者见仁，智者见智。观念更新，方能承前启后。写得再好的毛笔字，挂在墙上除了供欣赏之外，又会产生什么社会效应。

文字是躯壳，内涵才是深层次的文化。只注重形式而不注重内容，是书法界的一大致命弱点。所以，研究书法应该注重从形式到内容的完美结合。

近千年来，书写工具始终在变革。而书法字从毛笔到电脑书写，是一种形式上质的飞跃，是高科技化。而招牌业当今的兴旺，与此不无关系。

张爱玲说：“写作就是发表意见。”

现在，广告制作软件字库中有丰富的汉字书法系统，除美术字体、印刷体外，还包括传统书法真、草、隶、篆、行等字体。在“字业”应用中，采撷

不尽。

英文在世界的传播，有赖于18世纪英帝国的侵略政策和全球殖民化。英文字母本身是一种记忆和识别的符号，它远非和汉字可以相互比拟。汉字象形达意，每个单字，都可表述几个意思。四个单字即可组成一句成语，每个成语里边，都有讲不完的故事。这也意味着汉字本身即含有丰富的文化内涵。而英文字母的单字表述，只是一个形与量的概念，两种不同文化的分量，毋庸讳言。

笔者在招牌制作实践中，亲眼目睹同行们以科学、严肃、认真的艺术态度从事招牌制作这项工作。而这项工作行业技术跨度之大、涉及方面之广、安全系数要求之严、劳动强度之高、艺术要求之苛刻，都是超乎寻常的。

“字业”归属商业传媒制作。但目前还是丑小鸭，没有哪方面对它认可。只有市场商家认识到，没有“字业”的存在，他们对广告宣传牌的需求，将是一筹莫展。

目前，国内制牌业在理论方面还没有形成统一的、系统的理论，还没有有关人士在制牌方面倾注精力和时间，进行研究总结。

综观国内外广告业，已涉及到社会的方方面面，广告已成为世界经济发展沟通的共同语言，一种商业营销文化。广告招牌的质和量已成为当今世界城市经济发达程度的显著标志之一。

作为广告业的一大门类，“字业”在当前经济发展中，取得了可喜的成绩。广告招牌已发展成为空间、地面、室内外立体交叉的形式。材料上，从绸缎到钛金属等最新材料的应用。制作广告素材上，有全新的广告理论和包罗万象的广告软件的支持。制作手段上，依赖于电脑和各种专门应用于字类制作的光、机、电一体机等高科技设备。从当前经济发展中可以看出，广告招牌已成为经济发展中的有机组成，是社会文明的共同部分。中国的消费者已倾向于接受广告这一客观事实，广告已融于消费者的生活，已成为消费者生活中不可缺少的部分。消费者对于广告的认知，已倾向于形式和内容的评价和欣赏，消费者已自觉或不自觉的介入了广告生活，促进了经济与文化的融合。

名不正，则言不顺。注意北京报纸及全国的广告栏目，可以看到，承揽制作广告招牌的广告，占有大量的篇幅，但都是有实无名，即无行业称呼冠名，只有业务内容。或曰装潢，或叫加工，广告和装潢是两个完全不同的概念，岂可混淆。广告制牌行业发展至今，已有十个年头，有些企业发展已初具规模，但还没有一个行业称呼，可见有关方面管理的无序。广告界的大师们、巨匠们，在津津乐道地描绘广告业的辉煌前景时，从来就没有注意到，商业空间里令消费者目不暇接、绚丽多彩的广告字牌，是一个蓝领兄弟制作的。

“字业”是在广告界的商业广告用途和实用美术界的部分传统工艺以及市场经济的需求和高科技手段引导下成长起来的。面对广告制牌业的混乱叫法，笔者起名叫：“字业”，一方面取之社会习惯叫法及其业务内容；另一方面有意识地区别于实用美术。

“字业”涉及行业业务范围，更准确，更实际，更专业。如果说大型彩色