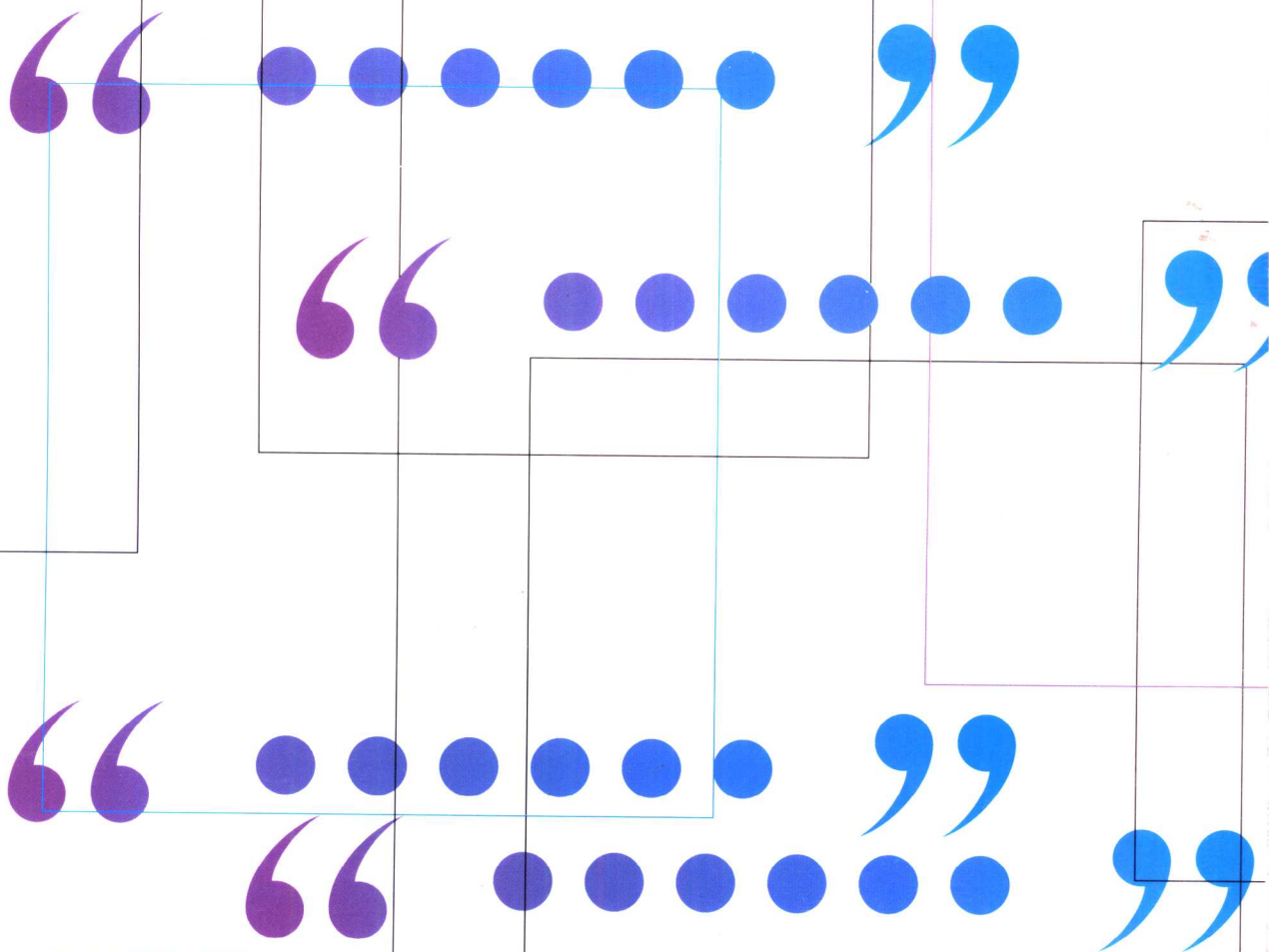


视觉传达设计基础教程

传媒广告

UAL COMMUNICATION DESIGN ADVERTISING

朱珺 编著



中国美术学院出版社

责任编辑：朱 奇

装帧设计：朱 珺

责任出版：葛炜光

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒广告 / 朱珺编著. — 杭州: 中国美术学院出版社, 2004.3

视觉传达设计基础教程

ISBN 7-81083-308-1

I. 传... II. 朱... III. 广告—设计—教材
IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 019447 号

传媒广告 朱珺编著

出版发行 中国美术学院出版社

地 址 中国杭州南山路 218 号 邮政编码 310002

经 销 全国新华书店

制 作 杭州东印制版有限公司

印 刷 浙江广育报业印务有限公司

版 次 2005 年 1 月第 1 版

印 次 2005 年 1 月第 1 次印刷

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 4.5

印 数 0001—3000

ISBN 7-81083-308-1/J · 294

定 价 22.00 元

视觉传达设计基础教程

● **传 媒 广 告**

目录 contents

- 一. 引
- 二. 商业平面广告的定义 4
- 三. 商业平面广告的功能 5
- 四. 商业平面广告的媒体
 - 1. 报纸广告 6
 - 2. 杂志广告 8
 - 3. 户外广告 10
 - 4. 售点广告 20
 - 5. 直邮广告 22
- 五. 成功的商业平面广告的标准 24
- 六. 商业平面广告的创作过程
 - 1. 调查阶段 26
 - 2. 分析阶段 27
 - 3. 创意阶段 28
 - 4. 制作阶段 29
- 七. 商业平面广告的创意类型
 - 1. 报导型 58
 - 2. 联想型 60
 - 3. 幽默型 62
 - 4. 情感型 64
 - 5. 悬念型 65
- 八. 商业平面广告的发布形式
 - 1. 单件发布 66
 - 2. 系列发布 68

广告业是世界上最有力量的产业之一，特别是在目前这个信息化和市场化时代，在经济高度发达的背景下，广告越来越担当起了桥梁的作用。它既能为宣传的对象带来利益，也能为公众提供新鲜及时的信息。现在，无论是在家中，还是在路上，我们都被各种各样形形色色的广告包围着。

正是因为广告在市场中所占有的重要位置，使得广告设计成为视觉传达设计专业本科学习中必修的一门专业课程，也是这个专业的主要课程之一。作为设计类院校，广告设计这门专业课程的教授与学习是有别于其他文科的广告专业的。相对而言在设计院校的授课中除了要注重市场以外，更要关心整个广告的创意与视觉效果。在市场分析的基础上，如何准确而有力地传达广告中的信息，使用怎样的视觉语言来表述，从设计师的角度出发，如何更好地将自己的工作与市场部、客户服务部联系起来，产生更有效的结果，这将贯穿整个设计过程，也是我们在学习过程中必须时刻铭记和注意的问题。

广告设计是综合了平面设计中的多种基础课程的一门课程，如摄影、编排、字体设计、图形、文案等等。如同其他的设计一样，广告设计也没有固定模式可以追寻，有的只是一些大的原则。本书将竭力从广告设计的各个方面来分析设计中的关键。但是，从课本中所能掌握的仅仅是技法，如何将这些技法恰到好处地发挥出来，还需要大家不断地实践，增强对生活的感悟。

本书中的部分广告是作者在欧洲交流学习中现场拍摄的，为保证其真实性，故而对一些作品的环境及作品表面并未多加处理，以便读者更多地从环境中去了解广告。

中国国家工商行政管理局为广告作的定义是：“广告是以付费的方式，通过一定的媒介，向一定的人，传达一定的信息，以助达到一定目的的有负责任的信息传播活动。”为了便于记忆此定义可以缩称为“有偿的、有负责任的信息传播活动叫广告。”

美国市场学会为广告作的定义是：“广告是由可识别的倡议者用公开付费的方式对产品或服务或某次行为的设想，进行的非人类性的介绍。”

过去曾有过更简捷的广告定义，即：“印刷的推销术”。鉴于现代广告媒体的拓展，人们在印刷的推销术之后加上了“或播映”。需要说明的是，本书所述的内容专指前者。

①



②



① CONTREX 牌饮料广告

② 德国埃森海报博物馆中早期的海报印刷机器

现在常常听人说,“你不宣传一下,别人怎么知道。”而“酒香不怕巷子深”这样的话,也最多不过是自己安慰自己一下的缓兵之计。可见广告在商品社会中所起的作用已不容忽视。就其在经济活动中所担任的角色来看,商业广告主要具有传达功能和经济功能这两大功能。

1、传达功能

企业以广告为媒介,向市场和消费者传达商品或者服务的信息,促使消费者对商品或所提供的服务有足够的了解,并产生好感,从而激发购买行为,最终完成促销。

商业广告通过图形、色彩和文字来传达信息。

2、经济功能

经济功能是商业广告的最终功能。商业广告从其产生开始就是为了获取更多的经济回报,它在产供销的整个经济活动中所起的作用促进了产品的流通和销售,它的信息流通功能是和经济活动紧密联系的。好的广告能有效地指导消费,同时能引导生产,对市场、企业都有巨大的作用。



一只即将倒空的水瓶和一条在透明得几乎不存在的鱼缸中自由呼吸游弋的热带鱼。设计者围绕产品的水质纯净的特征来展开创意,蓝色的透明色调无疑更进一步地强调了广告中的叙述点。

法国第戎街头饮料广告

媒体是传播和扩大信息的手段。广告媒体是指协助广告主,为其提供信息发布平台的载体,也是发布广告的形式。广告的媒体有很多种,它是随着社会和经济的发展、科技的进步而不断变化发展的。从早期的叫卖、彩车、招牌、幌子、灯笼、“三明治人”到现在的纸上传媒和电子媒体,新兴的广告媒体被广泛地应用。其中平面类的广告媒体主要有:报纸广告、杂志广告、户外广告、售点广告、直邮广告。这些媒体各有各的特点,各有各的优势,了解了各自的不同,才能在广告传播中进行更合理的选择,达到更有效的成果。下面就分别对这几类媒体作简单的分析。

报纸广告

报纸广告为大众媒体,它具有坚实的读者忠诚度,传播频率高。在特定区域内覆盖率高、覆盖面广,有较强的说服力。

各种报纸占据了不同的时段和不同的受众群体。按时间段来分,有时报、日报、周报、旬报以及早报、晚报等;按内容分,有综合类报纸和专业报纸的区别。在英国,已有超过1000家这样的报纸在广大的范围内使用。在中国,据2000年统计,全国已有兼营广告业务的报社2226家,全年广告营业额达146.47亿元,占全国广告经营额的24%。

然而报纸也存在着局限性,如存放时间短,注意度差,印刷质量受限。鉴于这些实际存在的条件,目前的报纸在平面设计中需要注意以下几点:一是图形要简洁而单纯,不宜用过于复杂的图形;二是不宜采用大面积重色的底图;三是要把最重要的信息放在第一位,使消费者能在第一时间内接受到信息。

例如右页中的两组系列报纸广告,均采用了单色印刷工艺,主图形相对比较简单而又突出,总是放在画面上较为突出的地方,而且占据较大的面积,画面中同样看不到大面积的色彩效果。

① MOON PIE 食品系列广告

② DEAFSA 南美助聋协会广告

1

Health Snack?



**SURE, IF YOU
RUN WHILE
YOU EAT.**

INGREDIENTS:



Yes!

Daily Allowance of



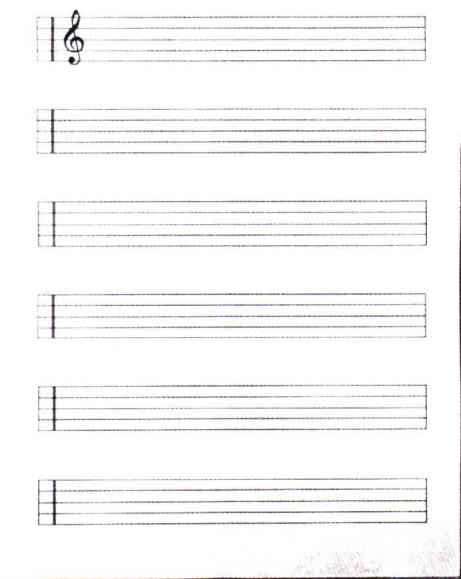
**NOTHING
AT ALL**

Mini Moon-Pies



**FOR THOSE WHO
PREFER THEIR
PRESERVATIVES
IN SMALL DOSES.**

2



DEAF AWARENESS WEEK
21-29 September 1997

Text: © 1996 we started thinking to South Africa's four million deaf people. Tel: (021) 485 1664. TTY: (021) 485 9664. DEAFSA



DEAF AWARENESS WEEK
21-29 September 1997

Call the DEAFSA helpline for more information. We look forward to hearing from you. Tel: (021) 485 1664. TTY: (021) 485 9664. DEAFSA

杂志广告

杂志广告给受众的记忆更加深刻、持久，信息量相对较大，印刷质量较高，持续阅读率高，主题突出，说服力强。按出版时间分，有周刊、半月刊、月刊、双月刊和季刊；按内容分，有综合类杂志、专业杂志；按受众范围分，有大众杂志、青年杂志、妇女杂志、老年杂志、儿童杂志和特殊行业杂志。在形式上，杂志广告也有较多的变化，有插页广告、跨页广告、立体广告、连续广告、折页广告等。

杂志广告的设计可充分发挥它的优势，可在广告的图形和色彩上做较大的发挥，利用图文并茂的视觉效果来吸引消费者，引起好感，并可用详细动人的文案来打动消费者。

杂志的局限性是周期较慢，难以吸引受众持续关注。此外，杂志的售价相较于报纸偏高，故而受众范围相对较小，受众群相对专门化。

①



① TARGET 电器广告

② 苹果电脑广告

③ 眼镜广告

④ 保险公司广告

②
③



②

Kazuo Kawasaki
masunaga
KQDA



③



AETNA
BUILT FOR RETIREMENTS
MAKES FOR LIFE

The average vacation lasts two weeks.
The average retirement lasts nearly twenty years.

Which do you spend more time planning?



④

户外广告

这里所说的户外广告是指在户外阅读的广告形式。户外广告的时效长,篇幅大,容易引起受众注意。户外广告形式多样,其中平面类的主要有大型户外广告、路牌广告、海报柱广告、挂幅广告和墙体广告,其他还有各种三维立体表现的,选择的范围比较大。户外广告一般面积较大,但因为有转瞬即逝的特点,对信息的深入较难把握。因此,在设计中首先要求户外广告具有强烈的视觉冲击力,使经过的路人一眼就能看到并且记住。精致、细腻不是户外广告追求的目标,强烈刺激才是保证其发挥作用的前提。其次版面上的信息不宜过多,在有限的时间中,尽量用简短、单纯的标题加上少量的文案以及简明的图形说明信息即可。第三,要善于利用周围的环境,把握广告与环境的视觉差。最后,不同的排列方式和张贴方法也可以为户外广告营造一定的气氛。

当然,其局限性是容易被损坏。

- ① 法国街头户外广告的安装
- ② 意大利罗马街头户外大型广告
- ③ 法国第戎街头关于食品与家具的户外大型广告

①



2



3



路牌广告

路牌广告是指安装在道路两边的大幅面广告，以灯箱广告居多。这些广告位一般聚集在繁华、热闹且人流量较大的地段，而安装点也多选择人群可聚集地点，如各个公交车站、火车站、地铁口等等。

①

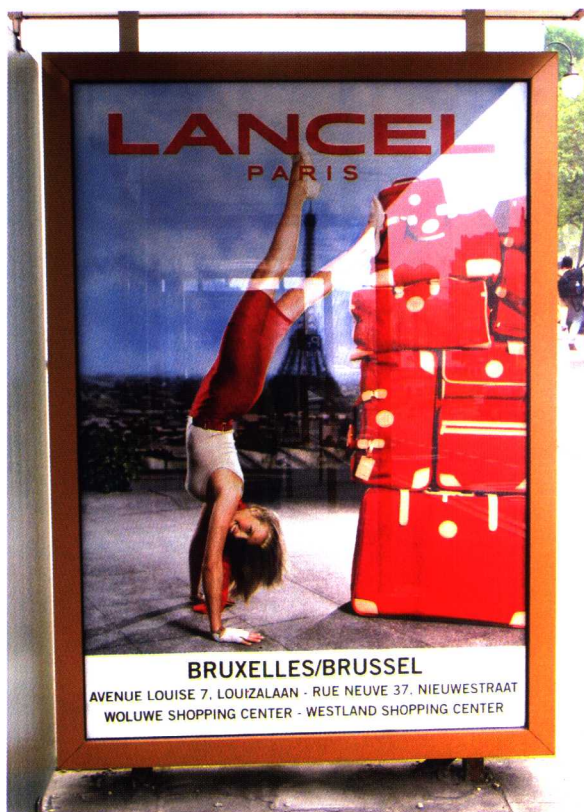


②



- ① 公益广告
- ② 女鞋广告
- ③ 箱包广告
- ④ 音乐会广告
- ⑤ 电视机广告

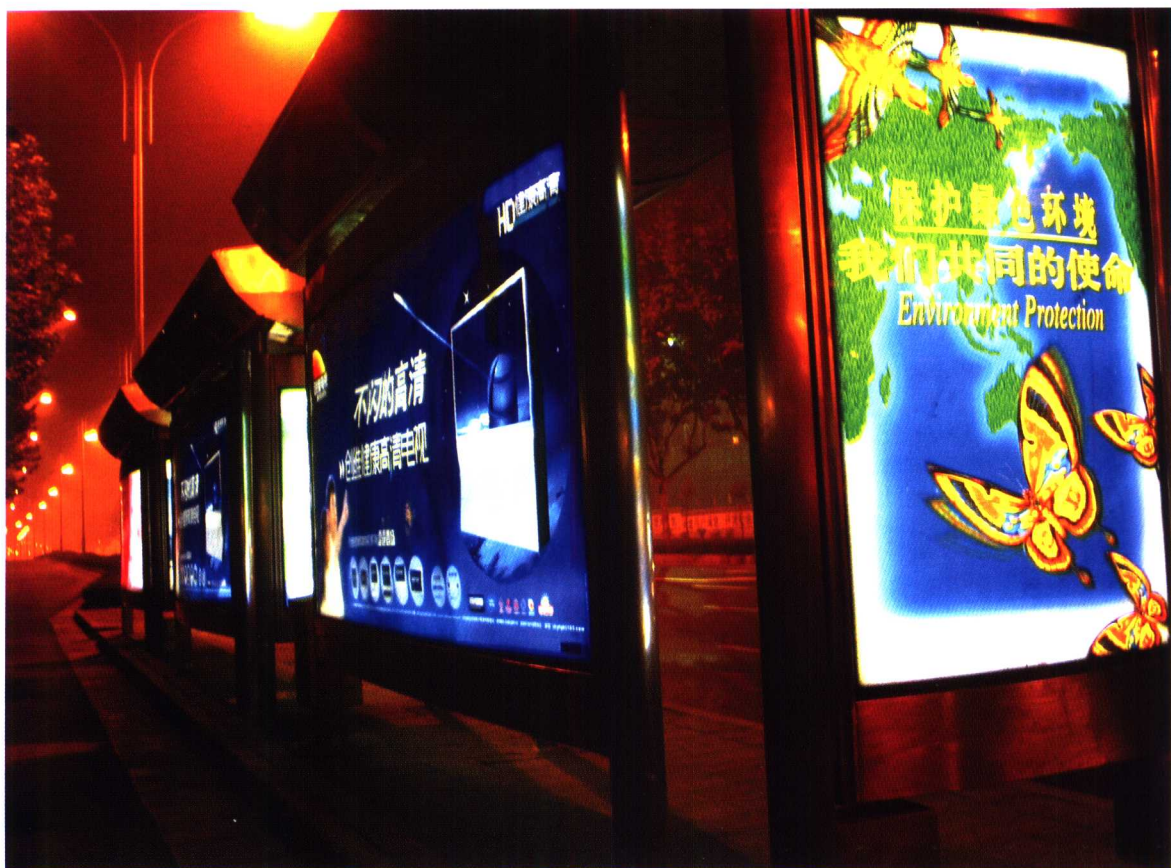
③



④



⑤



海报柱广告

海报柱广告是欧洲较为传统的一种户外广告形式，在德国尤其盛行。这是一种放置在街头的巨型圆柱体，有实体的也有空心的，在材质上有水泥的、石材的、钢材的等等；在结构上更是五花八门，有与公共设施结合的，如售报亭、厕所，也有自成一体。将海报环绕贴于海报柱的表面，形成一个立体的观看视角，使得从各个方向走过来的人群都有机会观看到海报柱上的信息。这类户外广告信息量大，观看视角广，分布区域大。可以说，海报柱也是欧洲目前不可或缺的一种公共设施。

①



②



- ① 阿姆斯特丹街头海报柱
- ② 柏林街头海报柱
- ③ 贝桑松街头海报柱
- ④ 巴黎街头海报柱
- ⑤ 纽伦堡街头海报柱
- ⑥ 莱比锡街头海报柱

③



④



⑤



⑥

