

普通高等教育广告学
『十三五』规划教材

招贴设计

蔡颖君 孙德波 主编

ZHAOTIE SHEJI



化学工业出版社

普通高等教育广告学
『十三五』规划教材

招贴设计

蔡颖君 孙德波 主编

ZHAOTIE SHEJI



化学工业出版社

·北京·

本书系统介绍了招贴设计的知识要点,全书从招贴设计概述、招贴设计构成要素表现、招贴设计创意方法及过程、招贴设计赏析四个部分详细介绍了招贴设计的相关内容。以延续经典、面向未来为指导思想,既介绍经过多年沉淀、已规范化的教学内容,同时也注重创新,纳入新的教学成果和探索性的内容。本书注重招贴设计的新思维、新观念、新知识和新技巧,以培养用视觉形象准确传达信息的创新能力。

本书可作为高等院校广告设计、平面设计、视觉传达等相关专业学生的教材,也可供相关人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计 / 蔡颖君, 孙德波主编. —北京: 化学工业出版社, 2016.8

普通高等教育广告学“十三五”规划教材

ISBN 978-7-122-27504-2

I. ①招… II. ①蔡…②孙… III. ①宣传画—设计—高等学校—教材 IV. ①J218.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 149802 号

责任编辑: 郝英华

装帧设计: 史利平

责任校对: 王素芹

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 北京方嘉彩色印刷有限责任公司

710mm×1000mm 1/16 印张11 字数210千字 2016年9月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 49.00元

版权所有 违者必究

前言



招贴设计表现广泛，题材多样而全面。它具有广告宣传性和商业性，可以在媒体上刊登播放，且大部分张贴于人们易于见到的地方，其广告性色彩极其浓厚。招贴海报相比别的种类广告而言，具有非常大的优势。它的画面吸引人，艺术表现力丰富，能够使人们不知不觉中受到潜移默化的影响。一个好招贴要能够做到尺寸大、远视强、艺术性高、语言上简明扼要、形式上新颖。为了能以某种特殊的方式把匆忙的行人变成自己的观众，招贴应重视解决随着时间变化而产生的种种问题，每次都要选择新的观点和话题，引人入胜，敏锐巧妙且有深度。准确设计使其具有联想效应。一幅感性的海报作品，其艺术语言要完美、文雅，标志形象要设计精确。即使在多媒体迅猛发展的今天，招贴仍在影响着人们的思想、意识、行为和生活。

招贴设计是广告设计、视觉传达、艺术设计等相关专业的重要课程之一。本书是对招贴设计在专业教学中进行的一次全新思考，它主要体现在招贴内容与艺术表现形式上，更体现在设计思维方法、教学观念上。本书的目的主要有两个：第一，培养学生认识和熟悉当前招贴设计的一般流程和诸多注意事项；第二，培养学生的创造性思维能力，为招贴设计行业输出更优秀的设计者。因此，在本书编写过程中，注重突出设计创新，精心收集不同风格的设计作品，希望开拓学生的视野、启迪学生的创造力：采用了较完整的设计理论和案例图片，深入浅出地、启发性地、借鉴性地引导学生进入招贴设计领域，启发学生的设计灵感并开拓其潜在的思维能力，拓宽其设计视野。

本书系统完整地讲解了招贴设计的基本概念、招贴的功能、招贴的种类和特点、招贴设计的风格及流派、中西方招贴设计的对比、招贴设计的构成要素

表现、招贴设计的创意方法及优秀设计欣赏。本着精益求精的态度，高标准，严要求进行本书内容的搜集与编写。

本书的完成得益于本人对设计的热爱，得益于老师和同学们的帮助。本书由蔡颖君、孙德波主编，乔磊、李雪萍副主编，范丽娜、郭小鹏、王丽、刘峰、和钰、解品芳、冷敏参编。

本书配套的电子课件及涉及的相关素材可免费提供给采用本书作为教材的院校使用，如有需要，请发邮件至 cipedu@163.com 索取。

鉴于水平有限，书中不足之处在所难免，欢迎广大读者不吝赐教。

编 者

2016年6月

目 录



第一章 招贴设计概述

1

第一节 招贴设计的含义	1
一、招贴设计概念	1
二、招贴设计风格	9
第二节 招贴设计的历史	12
一、西方招贴设计起源及发展	12
二、中国招贴设计起源及发展	24
三、中西方海报差异分析	27

第二章 招贴设计构成要素表现

31

第一节 招贴中的文字设计表现	31
一、招贴设计中的文字设计	33
二、招贴设计中文字的表现力	38
三、字体招贴设计欣赏	44
第二节 招贴设计中的图形设计	49
一、招贴中图形的表现力	49
二、图形设计的表现形式	51
三、插画在招贴设计中的表现	56
四、图案在招贴设计中的表现	60
五、摄影在招贴设计中的表现	65
六、图形招贴设计欣赏	71
第三节 招贴中的色彩设计	79
一、色彩的美感	79
二、色彩的象征性与表现力	81

目录



三、流行色与常用色	83
四、招贴中色彩设计的原则	85
五、色彩招贴设计欣赏	88
第四节 招贴中的版式设计	90
一、版式设计的艺术性与逻辑性	90
二、排版设计的图文结构一体性	94
三、排版设计的个性化	103
四、无印良品招贴版式设计赏析	113

第三章 招贴设计创意方法及过程

115

第一节 招贴设计创意方法	115
一、招贴设计的创意表现	115
二、招贴设计的创造性思维	125
三、招贴设计创意的原则与方法	128
四、招贴设计创意与印刷工艺表现	132
第二节 招贴设计的创作过程	134
一、设计定位	134
二、创意构思与设计草图	136
三、确定方案	138
四、制作成形	138
五、总结	139

第四章 招贴设计赏析

142

第一节 公益类招贴设计赏析	142
一、公益海报及其现状分析	142
二、公益海报的主题分类	143
三、公益海报的创意	153



目录

四、公益海报的价值体现	155
第二节 文化类招贴设计赏析	156
一、文化类海报现状	156
二、文化类海报的分类	156
三、文化类海报的设计特征	158
第三节 商业类招贴设计赏析	162
一、商业招贴	162
二、商业招贴的起源和发展	162
三、商业招贴的表现技法	163
四、商业招贴的优点和作用	165
参考文献	168



第一章

招贴设计概述

第一节 招贴设计的含义

一、招贴设计概念

1. 招贴的定义

招贴，又名海报或宣传画。招贴按其字义解释，“招”是指吸引注意，“贴”是张贴，即“为吸引注意而进行纸张广告招贴”。招贴的英文名字叫“poster”，通常是指可以以单张的形式来进行张贴的广告，在牛津英语词典里意指展示于公共场所的告示(Placard displayed in a public place)。在伦敦国际教科书出版公司出版的广告词典里，poster意指张贴于纸板、墙、大木板或车辆上的印刷广告，或以其他方式展示的印刷广告，是最古老的广告形式之一，也是最古老的商业大众传播形式之一。它走在平面设计的最前面，在全世界都被广泛使用。也有人根据poster的词根结构及典故来剖析招贴的词义，认为poster是从“post”转用而来，“post”词义为柱子，故poster是指所有张贴于柱子上的告示。招贴在国内的名字叫海报，但没有一本中文词典对海报一词作过专门解释，据传说我国清朝时期有洋人以海船载洋货于我国沿海码头停泊，并将其张贴于码头沿街各醒目处，以促销其船货，沿海市民称这种poster为海报。依此而发展，以后凡是类似海报目的及其他有传递消息作用的张贴物都称为海报（图1-1、图1-2）。

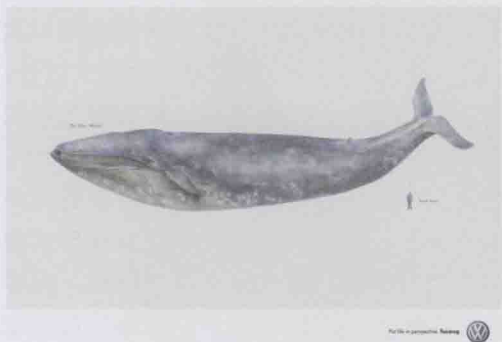


图1-1 大众招贴海报



图1-2 LEXUS招贴海报

占据众多宣传媒体首位的海报，早在19世纪末，就已出尽风头。海报这一媒体



处于纯粹艺术、文化和商业的交叉点上，在其长达一个世纪的发展中，被认为是一种极具弹性的媒体，可以适应不同的审美变化。数百年来，海报以其独特的角度记录了人类文明发展的曲线。海报是指单张纸形式、可张贴的广告印刷品，用作告示或广告，因此具有传播信息和带有特殊刺激的特点。所谓“特殊刺激”是指能诱导路人成为它的观众，并在短暂瞬间产生：刺激、传达、印象三个步骤。“刺激”是让观众注意它，“传达”是把它要说的话很快地传达过去，而“印象”是它对所说的事件形成一个深刻的概念。无论是促销一种产品、宣布一个事件或传达一种情感，海报都能尽快地抓住路人的视线，非常准确地传达它所要表达的信息。所以海报广告有独特的发展优势，通常都以软性感化方式进行，易于社会大众在心理上被其意念所感化。海报在如今的信息时代，也得到了前所未有的发展，不管是在材质、印刷方式还是内容形式上，海报早已不仅仅是商业性的专用招贴物了。而且通过现代高科技等手段所设计的海报，更具视觉冲击力，更能吸引人们的眼球。日本知名设计师福田繁雄曾说“招贴海报是人类智慧和文化的象征”。海报以其新颖美观和简单易懂的传达方式对我们的生活和价值观产生了深远的影响。以其独特的高功能性、传播性等特点，发展到今日历久弥新，受到人们的广泛认同。

随着宣传媒介越来越多样化，招贴的首席宣传效用地位已被夺去。但是，随着20世纪80年代以后电子制版的出现，招贴设计师吸收了新兴技术，创造了比以往任何时候都更引人注目的表现语言。招贴具有的许多优点是其他任何媒介无法替代的，直到今天，几乎世界上所有知名的视觉设计院校都把招贴设计作为视觉设计的最主要的学习内容。这是因为，招贴是视觉传达的重要表现形式之一，它具备了视觉设计的绝大多数基本要素，它的设计表现技法比其他媒介更广、更全面，更适合作为基础学习的内容，学生有了招贴设计的基础，再进行其他媒介设计的学习要容易和有效率得多。

招贴属于户外广告，分布于街道、影（剧）院、展览会、商业区、机场、码头、车站、公园等公共场所，在国外被称为“瞬间”的街头艺术。因而它不是捧在手上的设计而是要张贴在热闹的场所，受到周围环境和各种因素的干扰，所以必须以大画面及突出的形象和色彩展现在人们面前。为了使人们留下印象，除了面积大以外，招贴设计还要充分体现定位设计的原理。以突出的图形、商标，对比鲜明的色彩或大面积的空白的高艺术形式来夺人眼球，如图1-3所示。

从招贴的整体来看，包括了商业和非商业方面的种种广告，招贴广告的针对性很强。在商业招贴中主要以具有艺术表现力的摄影、造型写实的绘画和漫画形式较多，给受众留下真实感人的画面和富有幽默情绪的感受。而非商业性的招贴，内容广泛、形式多样，艺术表现力也很丰富。在文化艺术类的招贴画中，根据广告的主题类型，可以发挥充分的想象力，尽情施展艺术手段。有许多追求形式美的画家都积极投身到招贴画的设计中，并且在设计中运用自己的绘画语言，设计出许多风格迥异、形式多样的招贴画，如图1-4所示。



图1-3 招贴海报作品集合



图1-4 可乐招贴海报



2. 招贴的功能

旧时的海报的作用仅仅局限在职业性的戏剧演出时使用。而现如今的海报功能变得更加齐全,随着能够承载海报的主体的数量增加,戏剧、文艺演出、比赛、电影、销售等,都可以张贴海报来进行宣传。例如在销售活动中它可以向广大的受众介绍一个物品的优点,从而激起消费者购买的欲望,使产品的销量增高。当然海报内容也从最初的单文字变成了图文并茂,设计感愈加的强烈,如图1-5、图1-6所示。

3. 招贴的种类

海报按其应用不同大致可以分为商业海报、文化海报、政治海报和公益海报等,不同类型的海报表达出不同的含义,起到其各自的作用。而不同类型的海报也都处处可见,如图1-7~图1-9所示。

4. 招贴的特点

海报设计的特点包括它的广告宣传性和商业性等,为了吸引更多的人加入活动,海报可以在媒体上刊登、播放,但大部分是张贴于人们易于见到的地方。其广告性色彩极其浓厚。海报相比别的种类的广告而言,有着非常大的优势,它的画面吸引人,艺术的表现力丰富,能够对人们起到潜移默化的影响。一个好的海报应包括尺寸大、远视强、艺术性高、语言简明扼要等特点,还要做到形式上新颖且亮眼。为了能以某种特殊的方式把匆忙的行人变成自己的观众,海报招贴应重视随着时间变化而产生的不足,每次都要选择新的观点和话题,要引人入胜,敏锐、巧妙和有深度。要准确设计具有联想效应、带有感性的

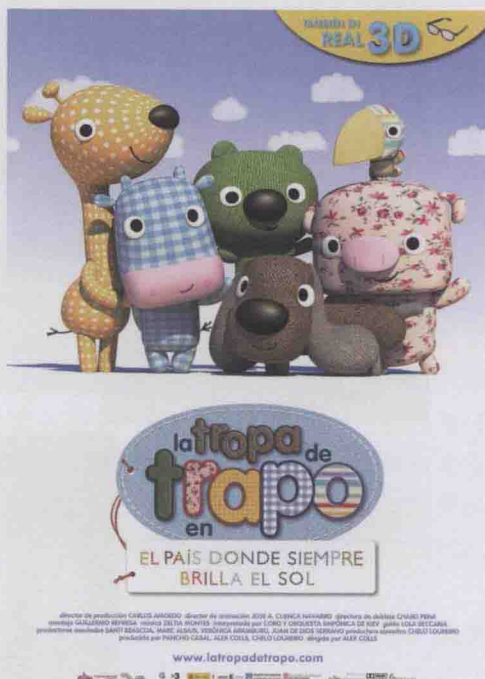


图1-5 动画片《TROPA》海报

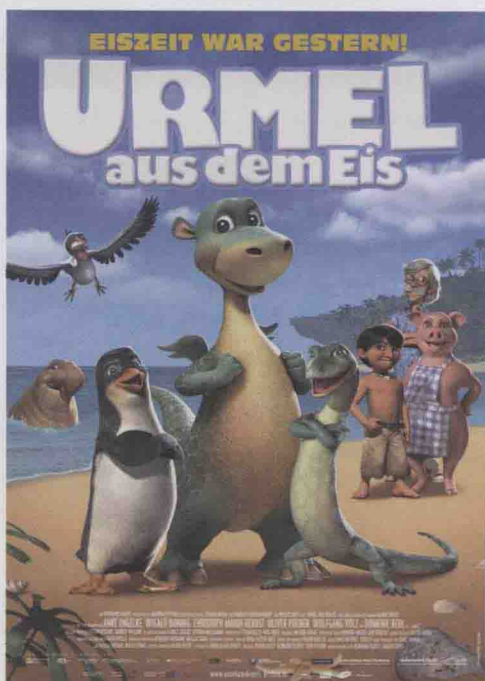


图1-6 动画片《URMEL AUS DEMEIS》海报



海报，其艺术语言要完美、文雅，标志形象要设计精确。如图1-10～图1-13所示。



图1-7 房产类海报设计

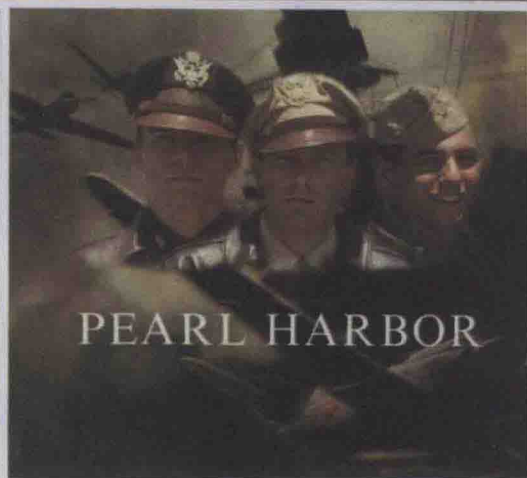
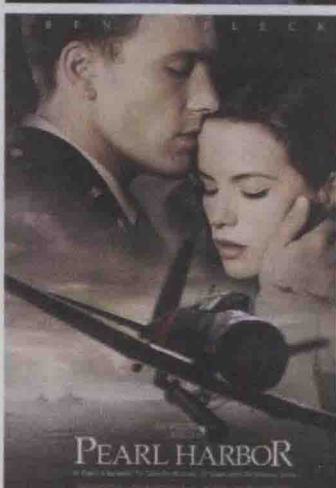
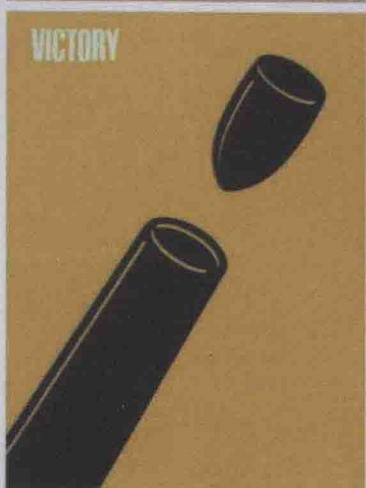
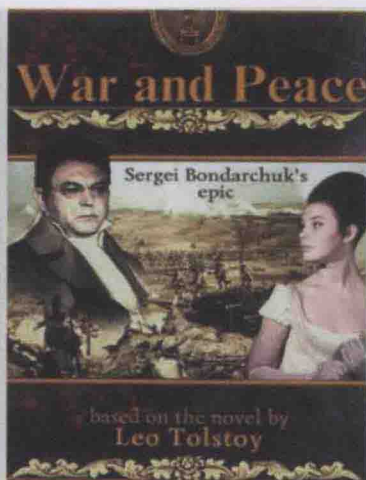
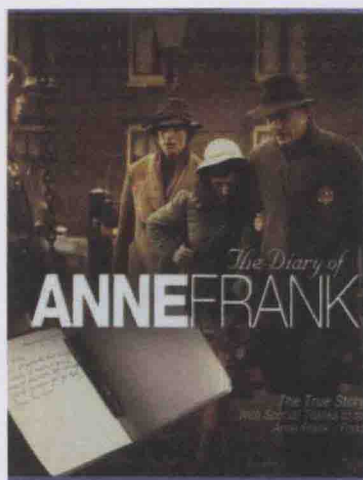


图 1-8 和平类海报设计

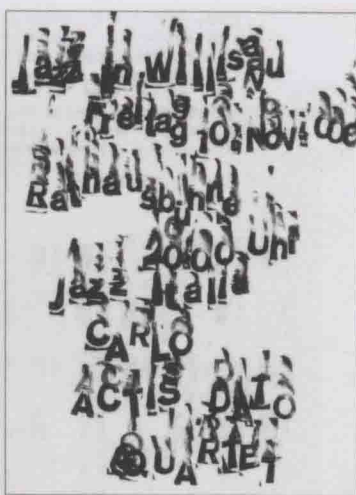


图1-6 爵士音乐会海报

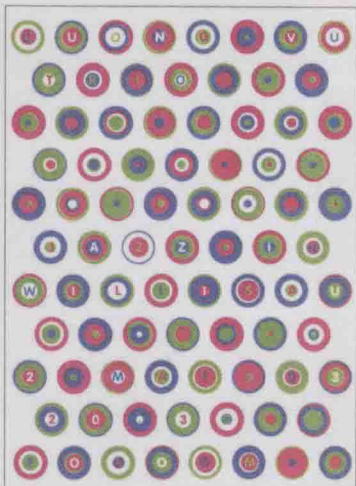
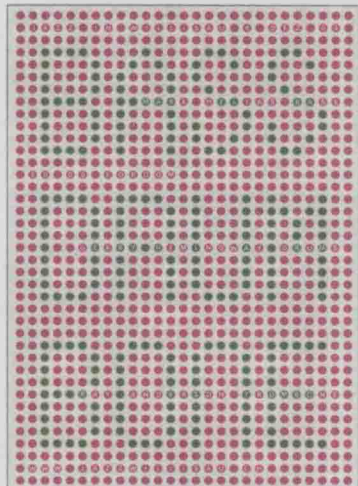


图1-10 果汁广告

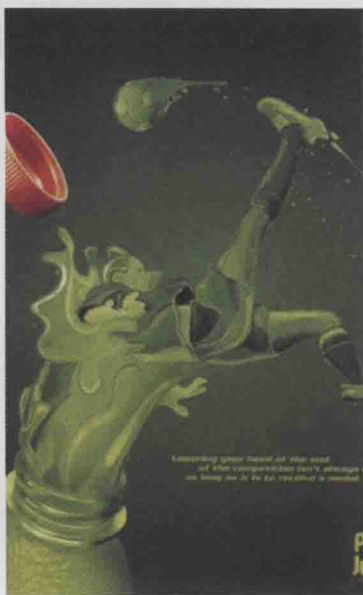


图1-11 雅致风格房产类海报

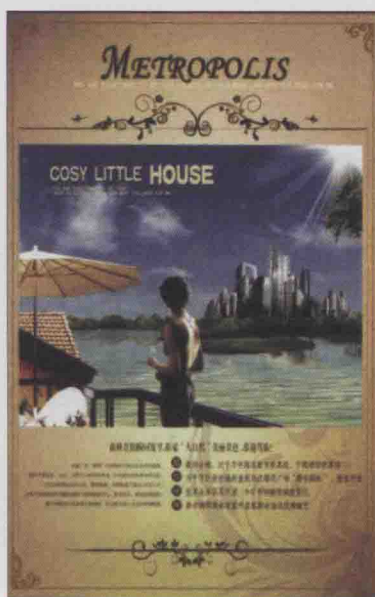




图 1-12 视觉冲击类海报



图 1-13 突出特征的夸张类海报设计

二、招贴设计风格

1. 招贴设计的风格

海报设计的风格多种多样，包括波普风格、哥特风格、巴洛克风格、扁平化风格、简约风格等。

波普风格（Pop Art，港台也称“普普风”）代表20世纪60年代工业设计追求形式上的异化及娱乐化的表现主义倾向，波普风格反映了力图表现自我，追求标新立异的心理。波普风格追求大众化的通俗的趣味，并大胆采用艳俗的色彩。波普风格最有代表性的艺术家是安迪·沃霍（Andy Warhol），他创作的玛丽莲·梦露、毛泽东、绝对伏特加等作品，至今仍广为流行。

哥特式（Gothic）原本是指源自20世纪的一种建筑风格，很快哥特式建筑风格便影响到整个欧洲，而且反映在绘画、雕刻、装饰艺术、海报上，形成一种被誉为国际哥特风格的艺术形态。哥特风格主要表现为“锐角三角形”的高耸轮廓，这种轮廓深深地影响了平面视觉艺术。

巴洛克风格海报以浪漫主义的精神作为形式设计的出发点，以反古典主义的严肃、拘谨、偏重于理性的形式，赋予了更为亲切和柔性的效果。巴洛克风格虽然脱胎于文艺复兴时期的艺术形成，但却有其独特的风格特点。它摒弃了古典主义艺术上的刚劲、挺拔、肃穆、古板的遗风，追求宏伟、生动、热情、奔放的艺术效果。

扁平化海报设计的核心是：去除冗余、厚重和繁杂的装饰效果。而具体表现在去掉了多余的透视、纹理、渐变以及能做出3D效果的元素，这样可以让海报“信息”本身重新作为核心被凸显出来。同时在设计元素上，则强调了抽象、极简和符号化。

简约风格海报就是简单而有品位的海报设计。这种品味体现在设计上的细节的