



MEISHUZI

商品广告美术字

刘辉编著
湖南美术出版社

商品广告美术字

刘辉编著

湖南美术出版社

商品广告美术字

湖南美术出版社出版·发行（长沙市人民路61号）

封面设计：郭天民 责任编辑：郑世俊

湖南省新华书店经销 湘潭彩印厂印刷

开本：787×1092 毫米 1/24 印张：7

1995年2月第1版 1996年2月第2次印刷

印数：6001—12000册

ISBN7—5356—0711—X/J · 646 定价：8.00元

前言

近年来迅速发展起来的广告业使从事广告宣传与设计制作的人员与日俱增。在长期实践中，笔者对广告美术字的设计创作技法和特点，有一些粗浅的认识和体会，写将出来，就正于同行。

一、广告美术字的设计创意

设计广告美术字应着重强调和突出“广告”二字。这就需要在设计前充分考虑它的商业创意性。要以超前的市场经济观念对所宣传的商品做一番科学的策划和估量，充分了解商品的功能、应用范围及其特点，设计出在形式上、气韵上符合商品“精神”的文字来，从而发挥其最大限度的招示力和吸引力，向广大消费者介绍、推荐、促销此商品。在设计创作时还要力求遵循以下三个原则：（1）醒目，有较强的迎视力；（2）新颖，有刺激性，见之即可留下深刻印象；（3）美妙，累视不厌，增添喜爱之情。好的广告美术字设计能使人们对所宣传的商品产生兴趣，渴望了解和占有，从而过渡到购买的最终目的。

怎样才能有效地达到这种理想的效果呢？第一，给众多的商品大体分一分类。可根据商品的用途、性质、材料等特点规划范围。如大型工矿企业产品类，轻工产品类，农牧产品类和文化体育活动类等。然后再选择配置基本的美术字体。一般情况下，像工矿产品

类，适用的字体最好是采用严肃、庄重、规范的宋体或黑体（即便是有所美化也不可过分夸张）。这样可以体现出产品的规模和气魄，以及令人信服的质量、性能和企业的实力；轻化产品类，就要采用一些轻快、活泼、柔美、新颖的变体字，体现出产品的小巧、精致，使人感受到清新、浪漫的生活气息；农牧产品类则要尽量采用一些色调轻淡，舒缓流畅的字形，追求一种开阔自由的大自然情调，给人以美好的遐想。至于文化体育活动之类的广告，则一般可采用增大文字规格，巧用色彩对比来突出、吸引人们注意，以达到广而告之的效果。第二，在设计创作中，努力使文字的形象变化有更大的突破和创新。新产品的不断涌现，传统的几种美术字和变体字已远远满足不了社会的选择和需要。因此，新设计、新创意就势在必行。我们必须勇敢地打破传统的书写常规，朝着明快、简洁、整体、新潮的方向发展。在保持准确表达字意的原则下，努力加强笔划上的节奏感和流畅的韵律，创造出千姿百态的艺术风格，给人们以耳目一新的艺术效果。

二、广告美术字的创作技法

（一）常用美术字

目前的广告美术字，主要包括宋体、黑体、圆黑体以及加工变化而形成的变体。其中，宋体、黑体、圆黑体，易辨易认，又不失其严肃、规范的特点，因而应用相当广泛，是美术字的基础。变形美术字是在此基础上变化发展而来。变化形式主要有以下三种：

(1) 字体结构上的变化; (2) 字体形状的变化; (3) 基本笔划的变化。要想在字体的结构上有所变化, 可在部首的比例, 布白大小, 笔划上的重叠和少数笔划出格、缩格等几方面来考虑, 一般变化不可太大; 要想在字体的形状上有所变化, 就可根据字意选用扁形、长形、平行四边形, 甚至弧形、圆形、放射形等; 要想求得笔划上的变化, 那么创作的范围就更广了, 只要基本笔划稍加改变, 字体就会变形。每种变化形式都可获得不同效果的变体美术字。一般说来这类美术字的主体笔划变化都不宜太大, 而副笔才是变化的主要对象。值得注意的是笔划一定要统一, 有规律, 避免杂乱无章。

(二) 装饰美术字

在当今广告美术字中, 真正唱主角的应该是装饰美术字。只要在符合文字结构的前提下, 可以充分发挥个人丰富的想象力和创造力, 合理地夸张, 准确地提炼和概括、重新组织字形。其主要表现形式也可分为三种。(1) 象形装饰: 就是用事物的形象组成装饰字体的全部(或部分)笔划, 使其字画一致。这类设计, 由于巧借了事物的具体形象, 所以具有亲切、美妙、回味的感觉。若处理得好, 就不难激发起人们对这一事物的理解和“思念”之情, 使广告产生出妙不可言的效应。(2) 会意装饰: 即用象征字意的典型图像装饰文字。这类设计, 重在强调其意义, 美化其形象, 给人留下深刻印象。(3) 结合装饰: 即用事物形象与文字笔划共同组成字体。这类设计, 有较强的突破性和创意性, 同样能给人以深刻的印象和美感。

此外, 还有一些装饰效果很好的方法。比如, 可以用不同大小、轻重、疏密的“点”来描绘文字的平面、立体、黑白和虚实关系。也可以用各种线条构成的图案、花纹来装饰文字的本体和背景。也可以用块面来分割来装饰字体。

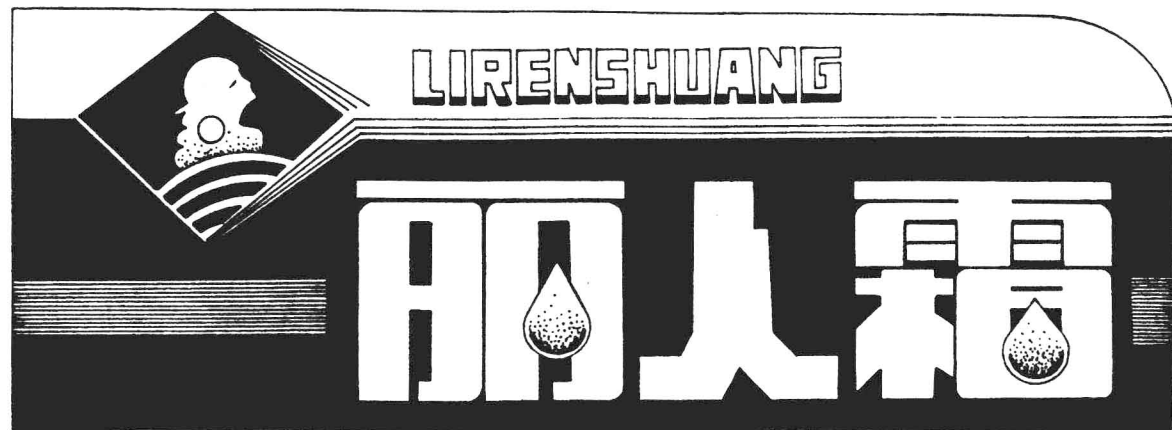
（三）美术字的配合

在广告设计中,需考虑的因素很多,最重要的是美术字与其它设计条件的配合,做到美术字、图案、构图及色彩的统一。构图上要注意主从、呼应关系;色彩上要注意明暗、冷暖关系;文字之间(汉字与拼音字母或外文)要注意动、静、起、伏的关系。总之,配合要力求巧妙,动静有致,简洁明快,符合广告装潢形式美的规律。

（四）外文美术字

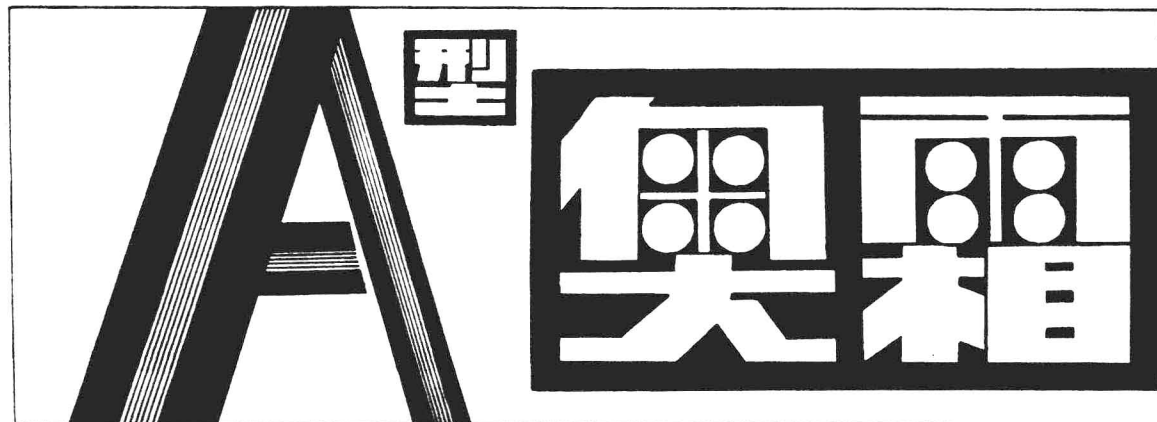
外文美术字是出口商品包装装潢设计的重要因素之一。近年来进出口商品日益增多,国际化、标准化的包装装潢在我们的生活中日趋广泛。有不少设计,形象非常优美,在整个广告画面中有很强的装饰效果。特别是中、外文搭配使用,其艺术效果更加明显。我们在实际工作中要本着“洋为中用”的原则,完全可以融入我们民族的风格及特点,在保持其基本原形的基础上,发挥我们的创造力,写出更加美丽的字体来。

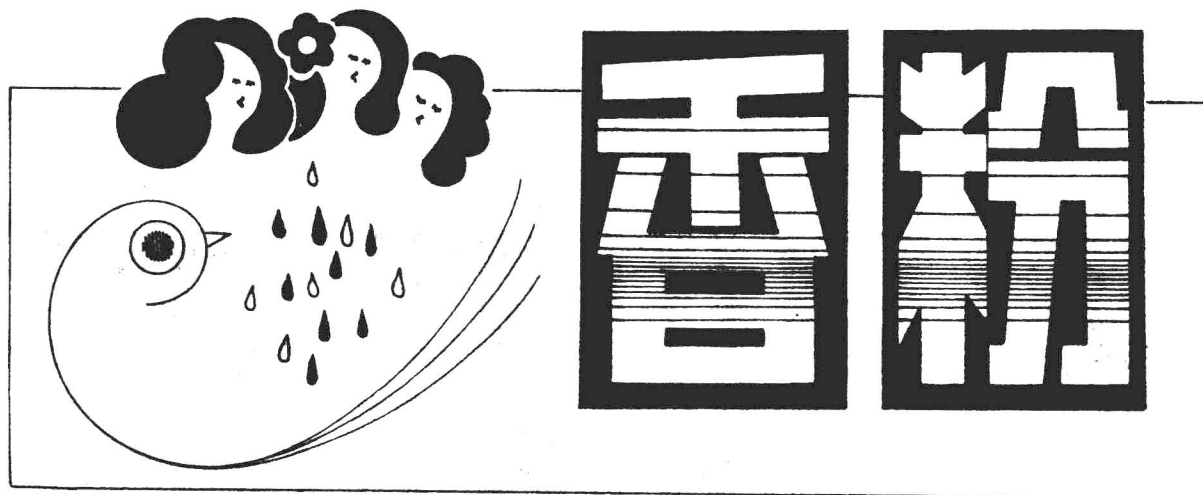
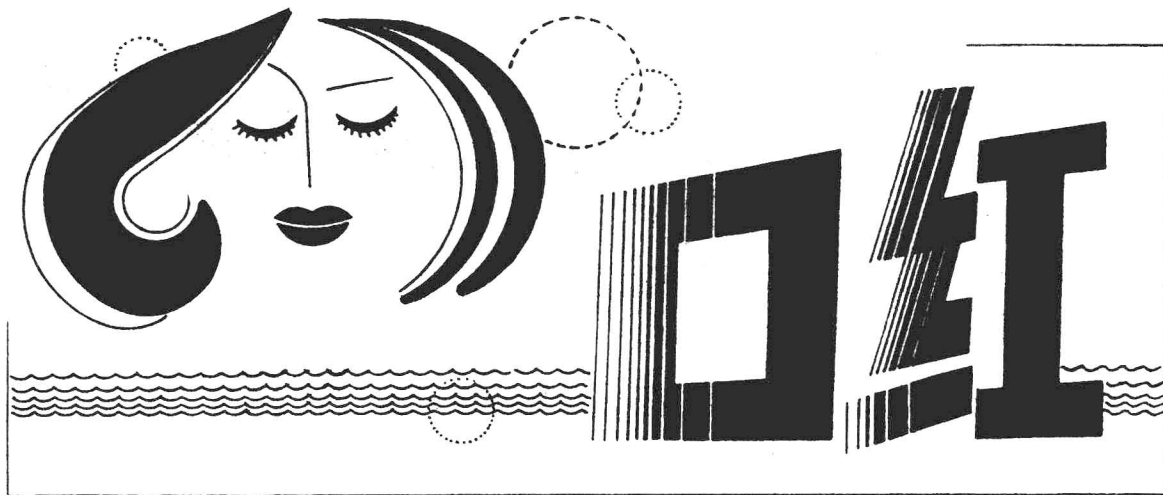
刘辉 1995年元月



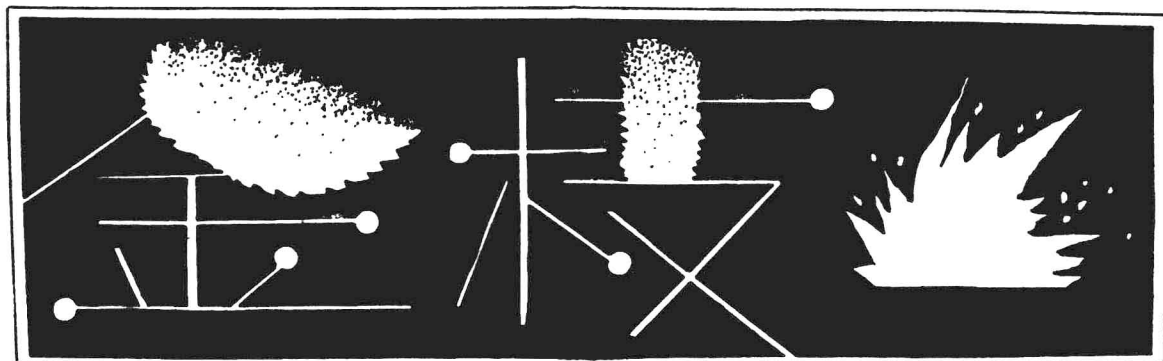
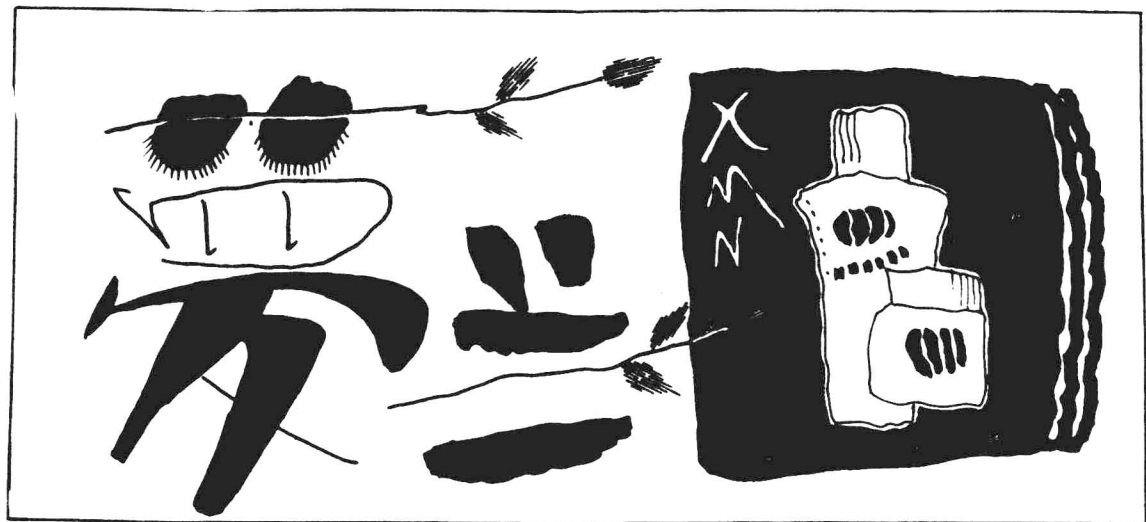












WUKELAN 力士

