

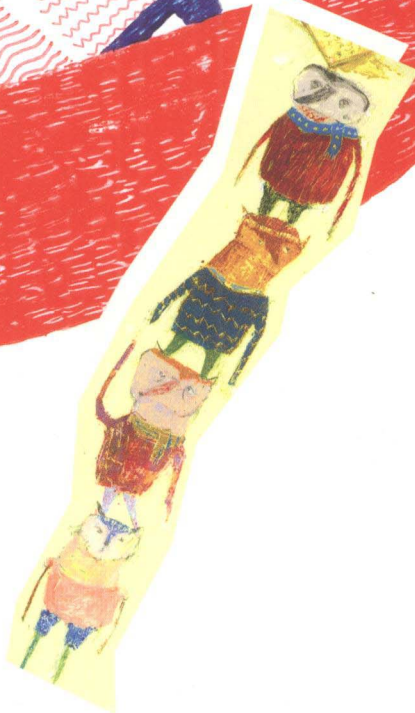
术 设 计 类

李季选著『田十』

商

长伴平窗画栏

A stylized illustration of an orange cat-like character with large, expressive eyes and a small crest on its forehead. The character is holding a long, thin sword. The illustration is done in a simple, graphic style with bold outlines and flat colors.



普通高等教育艺术设计类

『十二五』规划教材

平面设计专业

商业插画

主编 郑泓
副主编 陈璞 龚德惠 李凡璠 盛凌云



内 容 提 要

本书共5章。第1章对商业插画的概念内涵、历史演变及其特性进行概述。第2章就商业插画的应用领域进行了较为全面的分类介绍。第3章对商业插画的主要艺术风格和技法进行了梳理和分析。第4章侧重于商业插画的形式美学原理阐述,并分别对西方商业插画和中国传统插画的形式美学进行典型案例分析与应用转化研究。第5章为商业插画创作专题研究,着重对商业插画创作的设计素质、设计流程等要素和规范进行深入剖析。

本书致力于以现代商业插画发展的全貌为阐述蓝本,以最新的商业插画成果为研究素材,为有志成为一名成功插画师的学子以及插画设计的业内人士提供一本知识结构合理、题材广泛的设计指南。

本书可供高等院校艺术设计专业本科和研究生教学使用,也可供同等学力教育及广大美术爱好者使用。

图书在版编目(CIP)数据

商业插画 / 郑泓主编. — 北京: 中国水利水电出版社, 2012. 8
普通高等教育艺术设计类“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5084-9958-1

I. ①商… II. ①郑… III. ①插图(绘画)—绘画技法—高等学校—教材 IV. ①J218.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第194905号

书 名	普通高等教育艺术设计类“十二五”规划教材 商业插画
作 者	主编 郑 泓 副主编 陈 璞 龚德惠 李凡璠 盛凌云
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (发行部)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京英宇世纪信息技术有限责任公司
印 刷	北京嘉恒彩色印刷有限责任公司
规 格	210mm×285mm 16开本 8.25印张 259千字
版 次	2012年8月第1版 2012年8月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	38.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换
版权所有·侵权必究

QIANYAN 前言

插画设计事业的发展体现了社会和文化历史的积淀,在人类社会早期发展的壁画和宗教典籍插图中即显示出它是一种重要而有生命力的艺术形式。随着现代产业经济的迅速发展、材料艺术的出现以及数字技术的进步和影响,促成插画学科“改头换面”,插画领域不再是文学插图设计人员的独家俱乐部,今天的插画艺术更强调技能转换和一专多能的重要性,插画可以应用到任何领域,体现出与其他设计领域交叉的属性,如与平面设计相关的插画设计、与产品设计相关的插画设计、与环境艺术设计相关的插画设计、与服装纺织品设计相关的插画设计、与数媒设计相关的插画设计,或者其他更鲜见、多样的专业领域组合。这样的现象在社会经济发展水平较高的国家已十分普遍,其专业方向逐渐涵盖了人们生活的基本要素和文化需求的各个层面。现代的插画可能没有传统插图那么显著的位置,但是它们已经无处不在地渗透到了我们生活和办公空间的杂志架上、唱片集里、日常产品中、着装和环境装饰等各个领域,时刻提醒着自身存在的重要性。

随着中国经济的高速发展、传媒行业的日益繁荣,社会对插画的需求量越来越大,重视程度越来越高,形成了极具潜力的插画艺术人才需求市场,插画教学在设计学科中的地位也不断提高,这为高校艺术设计教育和学科的发展带来了难得的机遇。因而,需要针对国内插画专业教材建设水平偏低的现状,充分利用现有优势资源,集思广益地编著能够较为全面体现当代商业插画发展面貌,汇聚最新商业插画设计成果的高水平插画教材。

虽然成功插画师们所经历的道路各不相同,但是在初始阶段都应积累必要的基础知识和技能,如商业插画的概念内涵、历史演变及其特性;商业插画的应用领域、主要艺术风格和技法;商业插画的形式美学原理与应用;商业插画的创作方法。除了努力和天分要靠自己,以上的这些正是本书致力于奉献给插画学子以及插画业内人士的主要内容,相信读者通过深入阅读必将受益匪浅。

编著本书的作者均系浙江理工大学艺术与设计学院长期从事插画教学的一线教师。主编郑泓负责教材纲目的规划、组织实施、审稿以及部分章节的编写工作,副主编陈璞、龚德惠、李凡璠、盛凌云参与前期规划和部分章节的编写工作。其中,第1、2、5章由陈璞、龚德惠合作编写,第3章主要由李凡璠编写,陈璞负责其中3.2节的编写,第4章中的4.1、4.2节由郑泓编写,来思渊参与其中部分插图的绘制工作,4.3节由盛凌

云编写。另外，李小汾参与了书稿审阅工作，杨柳参与了教材图片素材的收集和书稿整合工作。

本书在编写过程中，得到浙江理工大学毛宗种老师的帮助，以及房妹妹、黄丹丹、赵良、温馨、赵一、黄兆淮同学的协助。感谢中国水利水电出版社王艳燕编辑对本书的支持和帮助，感谢中国水利水电出版社领导把书稿纳入出版计划。

由于我国的商业插画设计还处于初期发展阶段，相应的理论研究尚不成熟，实践经验和成果相对薄弱，作者在书中引用了大量国外优秀插画作品资料，在此对这些作品的作者表示衷心的感谢。书中对有些概念范畴的阐释界定、观点的诠释或有偏颇不足之处，恳请广大读者批评指正。

郑泓

2012年5月

MULU 目 录

前言

第1章 商业插画概述

1.1 插画的概念	1
1.1.1 插图与插画	1
1.1.2 商业插画	2
1.2 插画的发展历程	2
1.2.1 中外传统插画的起源与发展	2
1.2.2 中外商业插画的兴起与发展	6
1.3 商业插画的特性	10
1.3.1 实用性和制约性	10
1.3.2 审美性和趣味性	10
1.3.3 直观性和大众化	10
1.3.4 商业插画的时效性和经济性	10
1.3.5 商业插画的创造性和多元化	11
本章小结	11
复习思考题	11

第2章 商业插画的应用分类

2.1 读物类插画	13
2.1.1 书籍插画	13
2.1.2 杂志类插画	17
2.1.3 报纸插画	18
2.1.4 漫画类插画和连环画	18
2.2 视觉传达类插画	20
2.2.1 招贴广告中的插画	20
2.2.2 品牌形象设计中的插画	21
2.2.3 包装中的插画	23
2.3 空间类插画	24
2.3.1 公共空间中的插画	24

2.3.2 居室空间中的插画	25
2.4 服装及纺织品类插画	26
2.4.1 服装中的插画	26
2.4.2 纺织品中的插画	26
2.5 产品装饰类插画	26
2.6 新媒体类插画	27
2.6.1 影视作品中的插画	27
2.6.2 游戏软件中的插画	28
2.6.3 网页中的插画	28
本章小结	29
复习思考题	30

第3章 商业插画的艺术表现

3.1 商业插画的表现技法	31
3.1.1 手绘表现技法	31
3.1.2 数字绘画表现技法	37
3.1.3 综合媒体表现技法	38
3.2 商业插画中文字的艺术表现	39
3.2.1 字体设计和编排的原则	40
3.2.2 字体的设计	41
3.2.3 插画和文字的编排关系	43
3.3 商业插画的风格类型	44
本章小结	48
复习思考题	48

第4章 商业插画审美的形式法则与应用研究

4.1 商业插画审美的形式法则	49
4.1.1 商业插画审美形式的基础语汇：点、线、面	49
4.1.2 商业插画审美形式的基础语汇：黑、白、灰	57
4.1.3 商业插画审美形式的基础语汇：色彩	58
4.1.4 商业插画审美形式的物性载体：空间	64
4.1.5 商业插画审美形式的组织原则	67
4.2 西方商业插画作品审美形式法则的应用	68
4.2.1 西方商业插画作品审美形式研习	68
4.2.2 西方商业插画与绘画艺术	76
4.3 中国传统插画审美分析及应用	84
4.3.1 广义的传统插画	84
4.3.2 传统插画的审美分析方法	85
4.3.3 传统插画在现代商业插画中的应用训练	88

本章小结	98
复习思考题	98

第5章 商业插画创作专题研究

5.1 商业插画创作的基本能力介绍	99
5.1.1 商业插画的图形创意	99
5.1.2 商业插画作者具备的素质	108
5.2 商业插画创作流程与代表案例	111
5.2.1 商业插画的创作流程	111
5.2.2 商业插画创作流程的代表案例	112
本章小结	122
复习思考题	122
参考文献	123

第1章 商业插画概述

● 本章概述

本章主要阐述以下几个问题：①“插画”是在“插图”基础上演进而来的概念，从内涵、外延范围与传播媒介等方面对“插图”进行了扩充，是“插图”的历史发展与延续；②中外传统插画都经历了漫长的发展过程，不同时期的优秀作品对丰富人们的精神文化生活起着重要作用；③19世纪末20世纪初，印刷技术与商业经济的发展推动了西方传统插图向现代商业插画转型，20世纪西方的商业插画经历了蓬勃发展、遭遇挑战与衰退的起伏历程，20世纪初期中国商业插画经历了短暂的繁荣期，21世纪数字时代的新技术、新审美以及文化创意产业的发展推动了中外商业插画艺术的重生与发展；④商业插画与其他艺术门类的区别在于，它具有实用性、制约性、审美性、趣味性、直观性、创造性等多重属性。

● 学习重点

本章学习重在明确插画和商业插画的概念以及插画与插图的关联和区别，并基本了解国内外商业插画的主要发展过程和我国商业插画的现状，最后通过对商业插画特性的学习，加深对商业插画的认知。

1.1 插画的概念

1.1.1 插图与插画

目前，“插图”与“插画”这两个词汇不断被人们并行、交替使用，比如现代《辞海》中说：插图，指插附在书刊中的图画，印在正文中间或插页方式，对正文内容起补充说明或艺术欣赏作用，又名“插画”，将“插图”与“插画”当做同一概念来解释。中英文词典中，“插图”与“插画”对应的皆为“illustration”这一单词，充分体现了这两个词汇的同义性与紧密关联。当前关于“插图”与“插画”的具体划分标准业界仍然存在着很大争议，更多的是将二者作为一组近义词来使用。

严格地说，“插画”是“插图”的历史发展与延续，是对人们熟悉的“插图”艺术从内涵、外延范围与传播媒介等方面都进行了扩充的新概念词汇。

（1）“插画”的内涵在“插图”的基础上有了新的扩充。“插图”是插在文字中间用以说明文字内容的图画，对文字内容作形象的说明，以加强作品的感染力和书刊版式的活泼性，是一种运用图形语言对文字所表达的思想内容作出解释的艺术形式，是对文字进行补充说明的附图，是依附于文本，依托于报纸杂志、书籍刊物等纸质媒介而存在的图绘语言。插画，是依据所传递信息的内容，运用各种视觉表现手段进行创作的、具有独特艺术表现力与感染力的、依托现代传播媒介进行发布的视觉图像作品，是一种以艺术性的图像解释、传递一定的思想内容，进行视觉信息传播的图像语言。它不仅

可以对文字进行解释和补充,将文本转化为生动的图像,还可以直接、明朗地传递各种信息,同时具有精神启发性与艺术感染力,它既具有“图”的说明性与信息传播性,具有信息传达的功能,同时又有“画”的艺术性与表达性,表现出创作者的世界观、人生观、艺术表现能力与技巧,具有较强的、独立的艺术审美功能,是实用性 with 艺术审美性相结合的图像语言。

(2)“插画”是在传播媒介、存在形式与应用领域上对“插图”的扩充。“插图”主要以传统纸质印刷品的形式进行传播,以纸面印刷插图的形式存在,多用在书籍、报纸、杂志、海报、册页等纸质印刷物上。而现代插画除了以上述传统印刷媒介进行传播之外,主要通过商品等实物媒体以及网络、数字媒介等电子媒介进行传播,以实物商品装饰图像、空间形态中的图像、数字虚拟形象等形式存在,随着商品经济的发展,现代插画的商业应用领域在不断拓宽,已经通过在视觉传达、产品、服装纺织、环境空间、影视动画广告游戏新媒体等设计领域的渗透触及人类生活的每一个角落。

(3)“插画”是在创作技法、手段与风格语言上对“插图”的扩充。插图主要以传统手绘的方式进行创作,而插画采用的表现形式、技巧与风格融入了更加丰富多元的元素,随着印刷技术的发展演变,电脑桌面排版系统成为印刷行业普遍采用的主要制版方式,数字网络与读图时代的来临带来了CG(数字图像)艺术的蓬勃发展,电脑图形处理软件的庞大功能使插画师可以根据需要灵活地将手绘、数字绘画、摄影、实物媒介拼贴等多种手法并行使用,插画媒介材料、创作技法、手段以及画面美学风格的丰富变化前所未有,不断为人们提供全新的视觉感受与视觉冲击。

鉴于概念词汇的替换使用容易导致读者在阅读过程中产生混淆与理解障碍,同时也为了保证行文的一致性 with 一致性,本书后续章节中将一致使用“插画”这一概念词汇进行陈述。

1.1.2 商业插画

广义地讲,与商业领域密切结合、与商业活动和商品相关的插画统称为商业插画,此类插画主要是应委托方要求,创作出生动且具有感染力的插画图像,使创作对象具有鲜明的个性特色,实现商业诉求目的。商业插画是商业设计中的重要组成部分,它在艺术界和设计界自由地跨界游走,既具有明确的目的性,以视觉图像的形式传递商业信息,同时又具有独立的艺术审美价值,可以快速吸引消费者的注意力,激发诱导消费行为。

1.2 插画的发展历程

插画在人类发展历史中的作用是毋庸置疑的,在摄影技术诞生之前,插画不断记录着人类的发展,对丰富人们的精神文化生活发挥着不可替代的作用,在艺术发展历史长河中,插画伴随着人类文明的发展经历了漫长的演进历程。

1.2.1 中外传统插画的起源与发展

1. 埃及插画的起源

埃及是插画历史发展很悠久的国度,早在公元前3100年的第一王朝时期开始到公元394年埃及沦为罗马的殖民地,在这段时期内,埃及很多雕刻和草纸文书(被称为“埃及文书”)上都带有精美的插图,埃及人相信来生,相信死后的人会进入另外一个世界,所以很多死者在入葬时会用纸草书写的《死亡书》陪葬。大部分的《死亡书》都附有表现逝者和神灵会面场景的插图,和文字交相辉映,布局精美、装饰味浓郁,如图1-1所示。

2. 欧洲插画的兴起与发展

欧洲插画的兴起缘于宗教传播的需要。公元395年,罗马帝国分解成东罗马和西罗马两个部分,世界历史进入中世纪,原来一直受到帝国打压的教会成为了欧洲的中心,而宣扬教义的载体就是各种精致的手抄本《圣经》和福音著作,其特征就是广泛采用精美的插画、装饰字体,色彩绚烂(图1-2)。罗马时期的书籍只有简单的阅读功能,而中世纪的抄本已具备了装饰、象征、崇拜等功能。

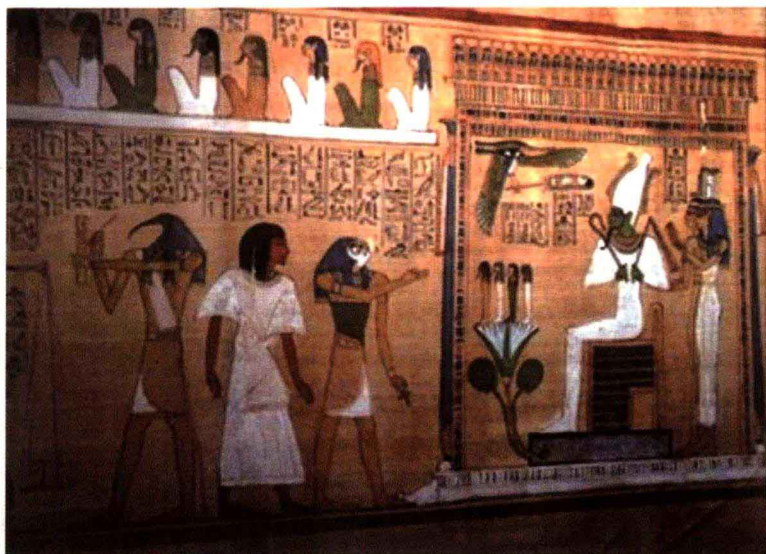


图1-1 《埃及死亡书》(佚名 埃及)

许多传教士倾其一生在阴暗的地下室里绘制书写羊皮手抄本。现存世最早的抄本之一《梵蒂冈维吉尔》是基督教初期的诗集，全书有6页是全页的罗马式插画。公元8世纪时，西班牙传教士比修斯画了以水彩为基础的《启示录》，不仅色彩鲜明，而且首次出现解释文字的插画。1265年的《杜斯启示录》有100页，每页都有插画，插画简明，具有很强的说明效能。当时的插画除了反映宗教外还开始引入日常生活内容，1300年左右出版的《奥密斯比诗篇》就是其中的一例。14世纪末到15世纪初来自荷兰的林堡兄弟主持手抄本作坊，除宗教主题以外，他们还设计各种年历，每页都配以精美的插画。

文艺复兴时期，欧洲很多知名画家也从事了插画创作，如德国丢勒为《启示录》(图1-3)、汉斯·霍尔拜因为名著《愚人颂》创作了一系列家喻户晓的书籍插画。此后欧洲的书籍插画一直坚持文艺复兴时期插画创作的传统，以木刻版画与铜版画为主，强调造型的明晰以及线条的精细严谨，画风细腻精谨，书籍环衬插图与花式字体插图变化多端。

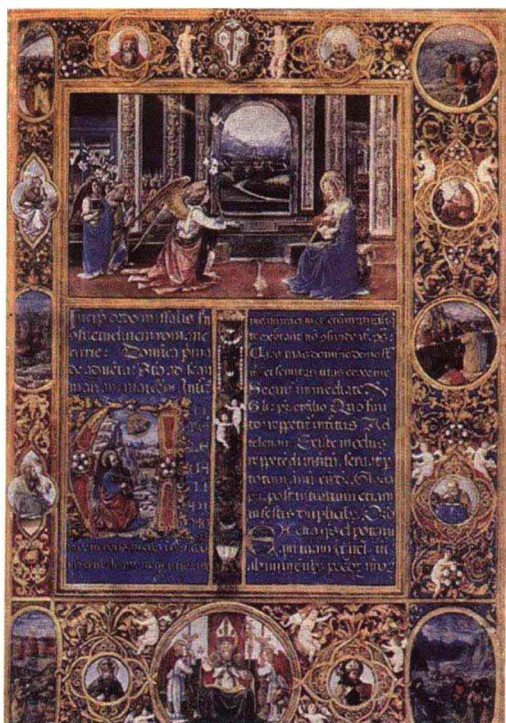


图1-2 中世纪书籍插画(佚名 意大利)



图1-3 《启示录》书籍插画 (阿尔布雷希特·丢勒 德国)

值得一提的是，印刷术的发展对传统书籍插画发展的重要意义。文艺复兴以来欧洲经济快速发展，大学增多，有文化的中产阶级日益庞大，对书籍的巨大需求推动了印刷技术的发展，1400年左右，欧洲出现了最早的木版印刷，1450~1455年德国古腾堡发明了金属活字印刷术，之后1796年奥地利人发明了石版印刷，到19世纪末的四色印刷又推动了插画的彩色逼真的进程，至此印刷技术的重大突破极大地推动了书籍出版业的发展，也使插画的表现形式变得多样，获得了更多的受众。

19世纪初至20世纪，西方国家迎来了书籍插图的黄金鼎盛时期。英国维多利亚女王时期的印刷出版业十分繁荣，带动了书籍出版物插画的发展，尤其是儿童读物市场的壮大催生了很多优秀的文学插画，作品大多浪漫典雅、幽默趣味，如凯特·格林纳威（Kate Greenaway）的画面富有诗意、风格优雅，塑造出活泼生动、浪漫天真的童真世界，如图1-4所示。伦道夫·卡德科特（Randolph Caldecott）擅长将动物拟人化处理，插画幽默、趣味性强，如图1-5所示。



图1-4 儿童书籍插画（凯特·格林纳威 英国）

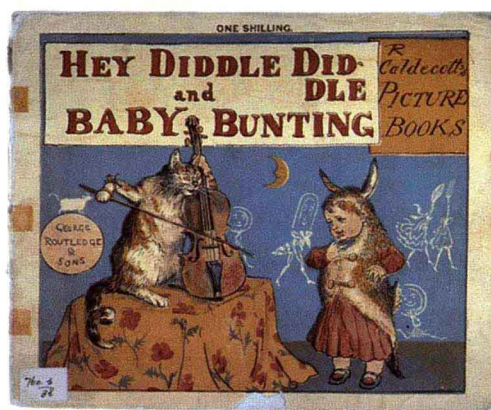


图1-5 儿童书籍插画（伦道夫·卡德科特 英国）

1890~1940年，美国商业出版公司推动了书籍插画的发展，进入美国插画的黄金时代，如哈泼家族印刷出版公司出版的插画读本以及Harper's weekly、Haper Bazar等杂志，采用了非常精美的插画，培养出了如Howard Pyle 和Charles Dana Gibson等一批影响美国乃至欧洲插画设计的插画艺术家，从对英国维多利亚时期插画风格的模仿中走出来，逐渐形成以讽刺漫画与现实主义风格插画为主的独立面貌，如图1-6和图1-7所示。

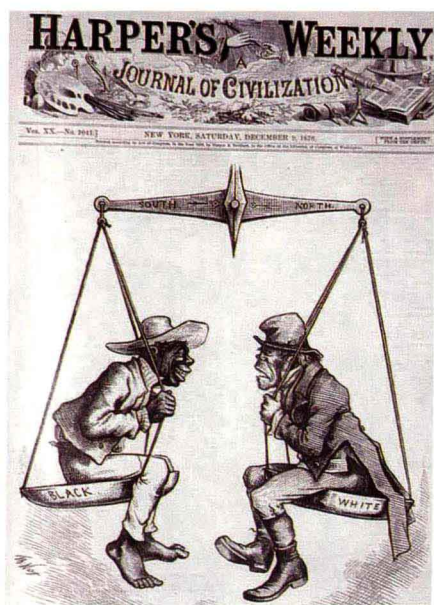


图1-6 美国Harper's Weekly杂志封面插画（查尔斯·丹纳·吉普森 美国）



图1-7 书籍插画（霍华德·派尔 美国）

3. 中国传统插画的兴起与发展

中国插画有悠久的历史传统,古代书籍中的插图被称为“相”,《汉书·艺文志》中有《孔子图人图法》2卷,此为孔子的画像。《隋书·经籍志》礼类中有《周孔图》14卷。中国的古书中多有插画的出现,据考查,较早的雕版印刷插画在唐代已流行,1900年在敦煌发现的唐咸通九年(868年)的《金刚经》扉页释迦牟尼说法图是我国现存的最早雕版印刷的插画作品,比欧洲版画出现至少早500年,图中人物众多、刻画细腻、线条流畅,可见当时插画作品已发展到较高的水平(图1-8)。除此之外,唐代传世的插画作品还有《大圣毗沙门天王图》、《救苦观世音图》、《千佛像》等,刻画十分精美。到宋、金、元时,插画应用范围扩大,经、史、子、集皆有插画,文学作品、日用百科、医药地理等书籍也有插画,还使用了彩色套印技术。明代的插画更是得到了空前的发展,小说、曲剧层出不穷,由此诞生了一大批经典的书籍插画作品,如《西厢记》(图1-9)、《水浒传》、《琵琶行》、《牡丹亭》、《金瓶梅》等,唐伯虎、任长渭等著名的文人艺术家都参与了插画创作。清代民间版画发展迅速,石印印刷术开始运用,“回回书”中的插画广泛流传等因素都促进了插画的普及。



图1-8 《金刚经》扉页释迦牟尼说法图(佚名 唐)

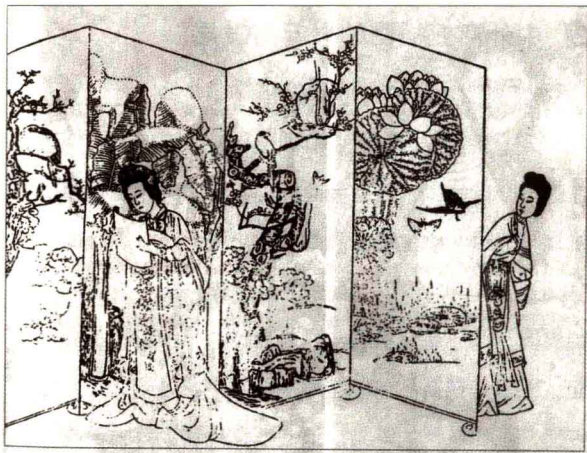


图1-9 《西厢记》插页(陈洪绶 明)

从20世纪初开始,近代中国的插画创作与新文化运动一起推进,鲁迅、闻一多等文学家对当时插画创作的发展起到了极大的推动作用,鲁迅发起的“新版画”运动旨在倡导国人学习西方版画的表现形式,继承和发扬中国木版画的优良传统,将二者融会贯通,创造新的版画语言,在这次运动中鲁迅尤其重视版画艺术的重要应用形式——书籍插画在开启读者文学想象力与理解力上的巨大作用。他指出,插画不但有趣,而且有益,书籍中的插画不仅可以装饰书籍增加读者的阅读兴趣,还能弥补文学之不足,因此他亲自引进、编辑、设计出版了《比亚兹莱画选》、《新俄画选》、《路谷虹儿画选》等国外优秀的插画作品集。在良好的创作环境下,丰子恺、华君武、叶浅予、张乐平、张光宇、丁聪、廖冰兄等艺术家创作了一大批优秀的书籍插画,虽然当时的插画创作主要只有线描漫画和木刻版画这两种表现手法,但插画艺术家们的作品风貌丰富多样,其中张乐平擅长于以漫画形式创作针砭时弊的插画作品,(如图1-10所示的“三毛”系列作品之《人非草木》),张光宇擅长于将中国传统木版画中的线条艺术与西方装饰图案的创作手法相结合,形成具有强烈装饰风格的插画作品,如《神笔马良》、《孔雀公主》等作品。

新中国成立后,插画的重要表现形式——时称“连环画”,作为一种独立的艺术形式蓬勃发展起来,1951年由人民美术出版社创办了第一个全国性的连环画刊物《连环画报》,成为展示连环画创作成果的核心舞台,如尤劲东的《人到中年》、李全武与徐勇民的《月牙儿》、卢延光的《长生殿》与《昆仑奴传奇》、吴冠英的《约翰·克里斯多夫》、李云明的《红与黑》、刘继卣的《大闹天宫》等作品灵活运用中国水墨画、工笔画、油画、水彩、黑白素描、白描线条、木版年画等手法,形象生动、情节塑造扣人心弦、画面精致,深受广大读者喜爱。

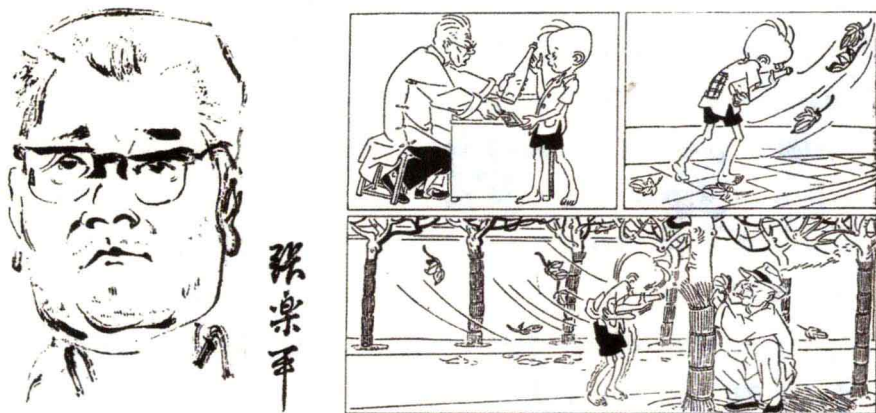


图1-10 《人非草木》和张乐平自画像（张乐平 中国）

1.2.2 中外商业插画的兴起与发展

1. 西方商业插画的兴起与发展

20世纪，是西方传统插画向现代商业插画转型的世纪，在这一个世纪中，西方商业插画经历了兴起、发展、遭遇挑战与衰退、重生与发展的起伏历程。

19世纪末20世纪初，随着商品经济的发展，应商品推销的需要，西方商业插画与广告设计、平面设计一起开始兴起，尤其是在商品包装与海报招贴中，插画在商业信息的传递、画面气氛的渲染、消费情绪的调动等方面都起着主导作用。



图1-11 19世纪美国商业插画（佚名 美国）

19世纪末，在美国，广告插画开始兴起，主要以写实性绘画为主，美化商品形象（图1-11），同时也涌现出了一批像诺曼·诺科威尔（Norman Rockwell）这样的优秀职业插画家，为各种商业杂志报刊创作封面插画（图

1-12），吸引读者关注。在欧洲，商业广告的主要形式是张贴在路牌与看板上的海报（也称招贴），为满足马戏团、歌舞剧表演以及酒馆咖啡馆、游乐场等娱乐场所商业宣传的需要，海报主要以大尺幅的插画为重心，通过画面情境的塑造强化宣传对象的感染力。这一时期法国的海报插画发展迅猛，成果辉煌，1840年开始，法国的彩色石版与丝网版印刷技术的突破性发展、色彩的丰富为插画创作的发展提供了更加自由的空间，明艳饱满的色彩效果大大增强了插画创作的艺术性与欣赏性，如法国朱利斯·谢列特（Jules Cheret）新艺术风格海报中的插画（图1-13），造型概括，色彩明艳，画面充满动感、浪漫，成为当时欧美商业插画创作竞相模仿的范本。

20世纪初，欧洲各国的商业插画在经济发展与现代艺术的推动下取得了突飞猛进的发展，经济的发展、商品市场的繁荣与商品销售的需要为商业插画的创作提供了广阔市场，商业插画的预订源源不断，同时现代艺术的演进为商业插画的创作提供了新颖的创作技巧、观念、表现形式与风格语言，大大提高了商业插画的艺术性与欣赏性，如英国比亚兹莱新艺术风格的插画，法国格拉谢特设计的展览海报插画（图1-14）、穆夏为香烟公司设计的海报插画（图1-15）、劳特雷克为酒馆和演出活动设计的海报插画（图1-16），深受大众喜爱，为商业机构赢得了巨大的商业利润。



图1-12 商业插画(诺曼·诺科威尔 美国)



图1-13 新艺术风格海报插画(朱利斯·谢列特 法国)



图1-14 展览海报插画(格拉谢特 法国)

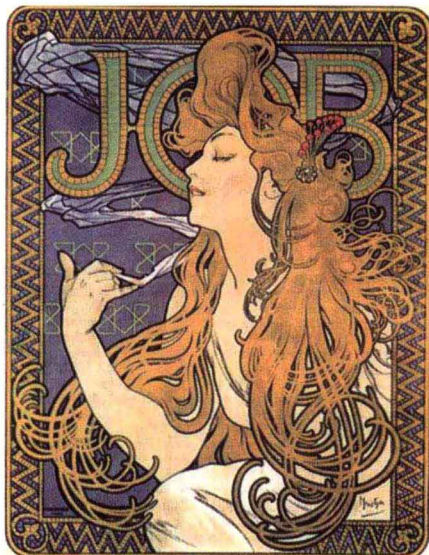


图1-15 约伯牌香烟海报插画(穆夏 法国)



图1-16 海报插画(亨利·德·图卢兹-劳特雷克 法国)

20世纪20年代前后,欧洲兴起了以海报为中心的“图画现代主义”平面设计运动,商业海报与政治海报都以插画为核心,极力塑造简明扼要、准确鲜明地表达主题内容的视觉图像,如美国詹姆斯·弗莱格设计的征兵海报(图1-17)、法国卡桑德尔的商业宣传海报(图1-18),插画创作将现代艺术的手法巧妙地加以采用,艺术性、装饰审美性增强,视觉效果良好。50年代开始,商业插画逐渐在唱片封套等商品包装中普遍应用,直至70年代,西方商业插画在包装、广告、海报、书籍设计等方面崭露头角,与商品经济一起进入了黄金发展时期。

20世纪80年代,摄影艺术作品在真实叙事与描述、画面的精致性等方面具有绝对优势,备受西方商业广告与杂志的青睐,逐渐取代了商业插画。90年代,数字技术的出现对传统手绘又形成了极大挑战,以手绘与传统印刷工艺相结合的商业插画再次受到强大冲击,进入了衰退期。



图1-17 海报插画（詹姆斯·弗莱格 美国）

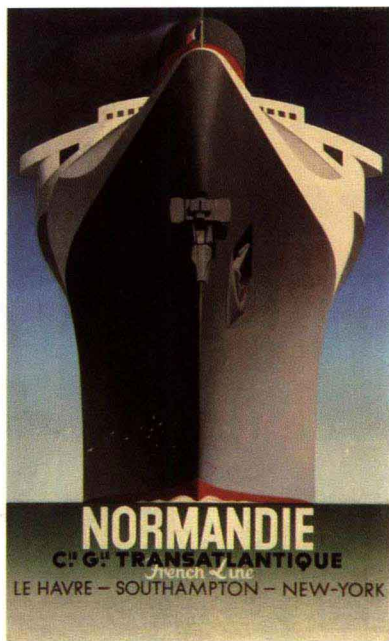


图1-18 商业宣传海报插画（卡桑德尔 法国）

21世纪,数字网络时代来临,适应了新的市场需要与技术要求的商业插画师在创作中开始大量运用数字技术成果,商业插画获得重生,焕发出新的生机,成为新兴的时尚图像语言。互联网的连接,使得世界各国传统的民族文化、现代流行文化的交流与传播更加迅捷与频繁,使得各种艺术思想、艺术设计技巧、审美观念的碰撞加剧,商业插画风格与表现形式的丰富多元性前所未有。

20世纪80年代以来,经历了摄影图片一统天下的大众消费者开始对这种曾经对插画带来巨大冲击的精细影像产生审美倦怠,对自由多变的插画产生了更强烈的审美期待与需求。

适应了大众消费需求变化的商业插画,在出版物领域之外,广泛地向包装广告、环境艺术、服装、纺织品、产品、新媒体等领域渗透,成为创意文化产业中的重要分支,成为一种提升大众生活品质的时尚潮流,成为目前最活跃、最具时尚流行特质的视觉元素。

2. 中国商业插画的兴起与现状

中国商业插画的雏形最早可以追溯到11世纪的北宋时期,北宋济南刘家功夫针铺印刷广告铜版上白兔抱杵捣药的标志图形(图1-19)已经具有了明确的传播信息的商业插画特质。宋元到明清时期,中国印刷出版业迅速发展,物品包装、店面招幌上频繁出现以印制或者缝制的插画图像宣传商品的形式。此外,清末民初以来备受大众喜爱的木版年画(图1-20)也是中国早期商业插画的一种重要表现形式,它



图1-19 刘家功夫针铺标志（佚名 北宋）

的创作题材广泛,造型夸张,色彩明艳,富于装饰趣味。民国初期,20世纪20年代,随着西方商业文化渐入中国,一种中国特有的商业插画——“月份牌”开始在上海诞生,“月份牌”成为当时广为流行的广告插画,取代旧有的木版年画,成为时髦与流行的象征(图1-21),郑曼陀、杭穉英、李慕白等一批优秀的商业插画艺术家纷纷在上海成立工作室,主要为洋行、香烟公司、百货公司、香水香皂等日用品、服装纺织品、食品、药品等国外商业机构或商品创作包装与广告插画,以时装美女、仕女、戏曲故事、日常生活等题材为主,以中国传统工笔绘画、擦笔晕染与水彩相结合的表现手法,将西方明暗造型的写实手法与中国木版年画、工笔绘画的用色特点相结合,人物造型丰腴细腻,色彩明丽鲜亮,画面浪漫唯美,同时体现出新时代的都市时尚生活精神,备受中国城乡大众消费者的喜爱,从民国初期到新中国成立前,以“月份牌”为主导的商业插画发展到了前所未有的高度,经历了一次短暂的繁荣期。新中国成立后到70年代,插画创作主要集中在政治宣传画与书籍出版插画等领域,计划经济的体制遏制了商业插画的生长与发展,商业插画经历了漫长的停滞困顿期。直至改革开放后,随着商品经济的兴起与发展,商业设计的概念逐渐被人们所认知,插画创作与商品以及商业宣传的结合成为风尚,催生了商业插画的再次繁荣,现代商业插画重新迈入了正常的发展轨道,插画从此不仅仅局限于文学以及意识形态内容的表现,其定义、意义、应用与存在形式被逐渐放大。



图1-20 中国民间木版年画（佚名 清）



图1-21 月份牌（杭穉英 民国）

21世纪的今天,中国经济的迅猛发展和13亿人民艺术消费力的快速增长,商业插画迎来了良好的发展态势。其一,商业插画应用范围的扩大拓宽了市场需求,除读物类插画之外,企业形象宣传、产品包装、招贴广告、吉祥物设计和新兴的影视媒体等都对插画有相应的需求。其二,政府对推进插动漫产业与创意文化产业的重视,必将推动商业插画的迅速发展。新华社北京7月14日电:国务院办公厅日前转发了财政部、教育部、科技部、信息产业部、商务部、文化部、税务总局、工商工商行政管理总局、广播电视局、新闻出版总署等10部门《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》为我国动漫产业注入发展动力。杭州市政府成功地举办中国国际动漫节,在全国率先出台了一系列鼓励和扶持动漫游戏产业发展的政策,并率先在全国制定了动漫游戏产业发展“十一五”规划,作为动漫产业与创意文化产业中核心组成部分的商业插画迎来良好的市场发展空间。其三,插画教育在国内的普及将迅速提升商业插画的创作水准,促进创作与市场的良性互动,近年来为顺应市场的需求我国很多艺术与设计院校如北京电影学院、中国传媒大学、南京艺术学院、浙江理工大学等校都相继开设了插画专业。此外,商业插画师的认证体系也在酝酿之中,将为规范商业插画职业创作行为进一步提供保障。