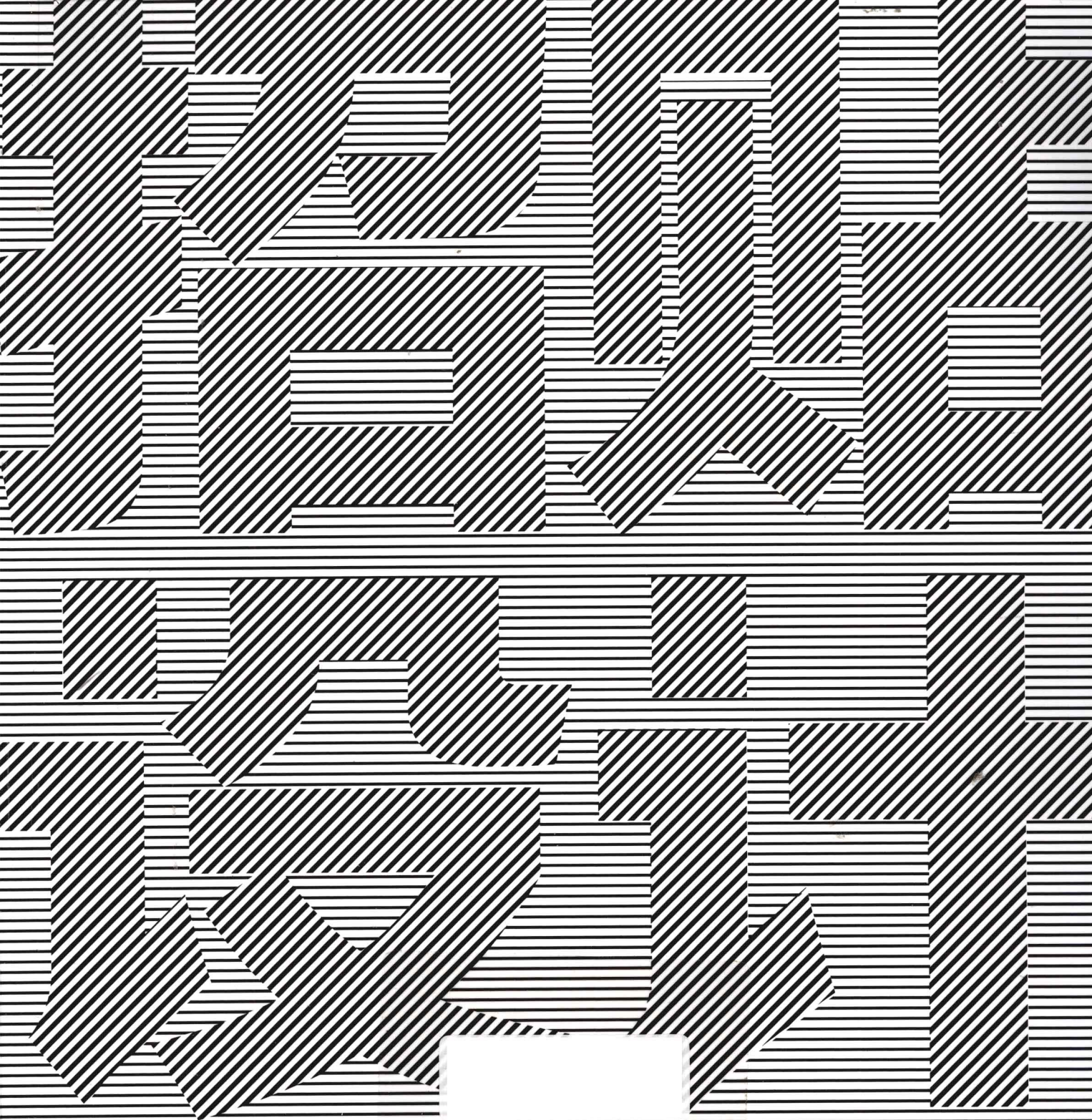




高等教育“十二五”全国规划教材 / 视觉传达专业系列教材

主编 / 肖勇

招贴设计

人民美术出版社

高等教育“十二五”全国规划教材/视觉传达专业系列教材

主编 / 肖勇

人民美術出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

招贴设计 / 肖勇主编. -- 北京: 人民美术出版社,
2011
视觉传达专业系列教材
ISBN 978-7-102-05659-3
I. ①招… II. ①肖… 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 (2011) 第 139418 号

招贴设计

出 版 / 人 民 美 术 出 版 社
地 址 / 北京北总布胡同 32 号 100735
网 址 / www.renmei.com.cn
电 话 / 艺术教育编辑部: (010)65122581 65232191
发行部: (010)65252847 65593332 邮购部: 65229381
主 编 / 肖 勇
编辑组员 / 文玮升
王雅琳
郑茜米
张凤佼
王 亮
陈 锴
责任编辑 / 王 远
封面设计 / 王雅琳
文玮升
郑茜米
责任校对 / 文 娅
责任印制 / 赵 丹
印 刷 / 北京宝峰印刷有限公司
经 销 / 人 民 美 术 出 版 社
2011 年 9 月 第 1 版 第 1 次印刷
开 本 / 210 毫米 × 285 毫米 1 / 16 印 张: 8
印 数 / 0001-3000 册
ISBN 978-7-102-05659-3
定 价 / 38.00 元

版权所有 侵权必究
如有印装质量问题, 请与我社联系调换

参考书目

《一生所学》/ 施德明 / 2008
《国际平面设计师一百单八将》/ 何见平 / 2006
《肖勇招贴设计教程》/ 肖勇 / 2006
《招贴设计》/ 林家阳 / 2008
《招贴设计基础》/ 王亚非 / 2008

总序

肇始于20世纪初的五四新文化运动，在中国教育界积极引入西方先进的思想体系，形成现代的教育理念。这次运动涉及范围之广，不仅撼动了中国文化的基石——语言文字的基础，引起汉语拼音和简化字的变革，而且对于中国传统艺术教育和创作都带来极大的冲击。刘海粟、徐悲鸿、林风眠等一批文化艺术改革的先驱者通过引入西法，并以自身的艺术实践力图变革中国的传统艺术，致使中国画坛创作的题材、流派以及艺术教育模式均发生了巨大的变革。

新中国的艺术教育最初完全建立在苏联模式基础上，它的优点在于有了系统的教学体系、完备的教育理念和专门培养艺术创作人才的专业教材，在中国艺术教育史上第一次形成全国统一、规范、规模化的人才培养机制；但它的不足，也在于仍然固守学院式专业教育。

国家改革开放以来，中国的艺术教育再一次面临新的变革，随着文化产业的日趋繁荣，艺术教育不只针对专业创作人员，培养专业画家，更多地是培养具有一定艺术素养的应用型人才。就像传统的耳提面命、师授徒习、私塾式的教育模式无法适应大规模产业化人才培养的需要一样，多年一贯制的学院式人才培养模式同样制约了创意产业发展的广度与深度，这其中，艺术教育教材的创新不足与规模过小的问题尤显突出，艺术教育教材的同质化、地域化现状远远滞后于艺术与设计教育市场迅速增长的需求，越来越影响艺术教育的健康发展。

人民美术出版社，作为新中国成立后第一个国家级美术专业出版机构，近年来顺应时代的要求，在广泛调研的基础上，聚集了全国各地艺术院校的专家学者，共同组建了艺术教育专家委员会，力图打造一批新型的具有系统性、实用性、前瞻性、示范性的艺术教育教材。内容涵盖传统的造型艺术、艺术设计以及新兴的动漫、游戏、新媒体等学科，而且从理论到实践全面辐射艺术与设计的各个领域与层面。

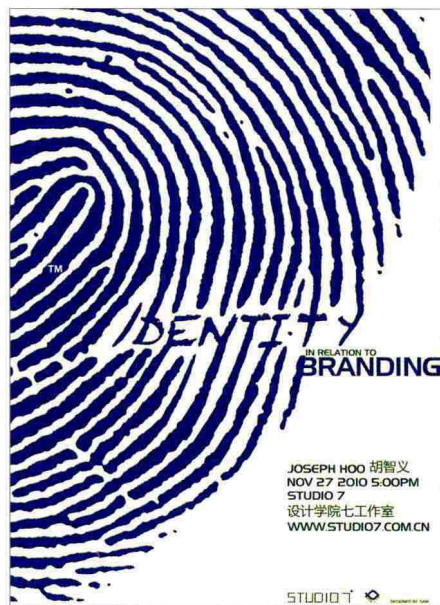
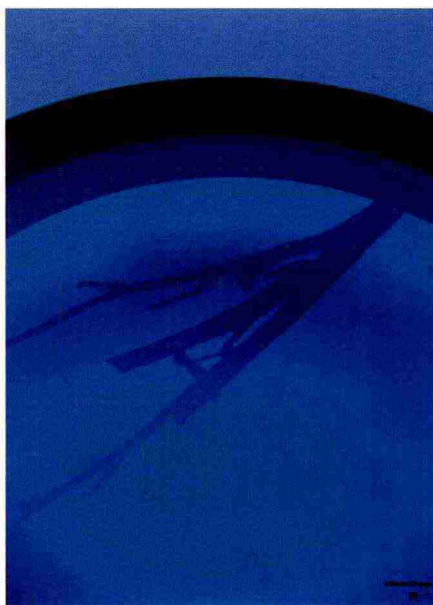
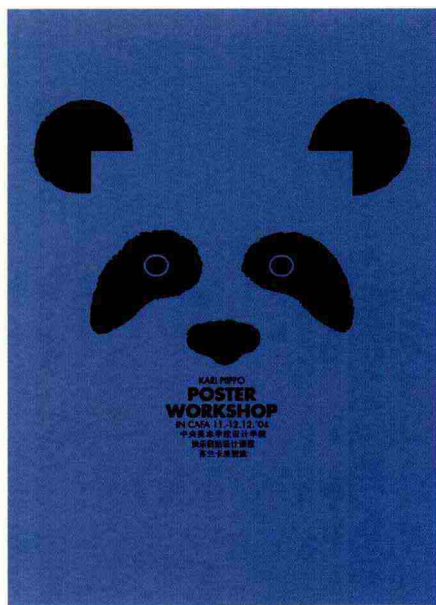
这批教材的作者均为一线教师，他们中很多人不仅是长期从事艺术教育的专家、教授、院系领导，而且多年坚持艺术与设计实践不辍，他们既是教育家，也是艺术家、设计家，这样深厚的专业基础为本套教材的撰写一变传统教材的纸上谈兵，提供了更加丰富全面的资讯、更加高屋建瓴的教学理念，使艺术与设计实践更加契合的经验——本套教材也因此呈现出不同寻常的活力。

希望本套教材的出版能够适应新时代的需求，推动国内艺术教育的变革，促使学院式教学与科研得以跃进式的发展，并且以此为国家催生、储备新型的人才群体——我们将努力打造符合国家“十二五”教育发展纲要的精品示范性教材，这项工作长期的，也是人民美术出版社的出版宗旨所追求的。

谨以此序感谢所有与人民美术出版社共同努力的艺术教育工作者！



中国美术出版总社 社长
人民美术出版社 社长



一、招贴的概念

1.1 什么是招贴 _002

1.2 招贴的历史 _004

1. 中国招贴简史 _004

2. 欧美招贴简史 _004

知识拓展 _005

现代招贴之父

—— 朱尔斯·谢雷特

法国新美术运动

包豪斯

1.3 设计实训 _006

招贴的认识

招贴作品分析训练

旧招贴再设计

二、招贴的功能与分类

2.1 招贴的功能与分类 _008

1. 招贴的功能 _008

2. 招贴的分类 _008

商业招贴

文化招贴

公益招贴

2.2 设计实训 _010

招贴作品分类训练

商业类型招贴设计训练

公益类型招贴设计训练

三、招贴设计的视觉元素

3.1 图形 _012

1. 图形的表现手法 _012

摄影手法

插图手法

经典案例 _013

冈特·兰堡

金特·凯泽

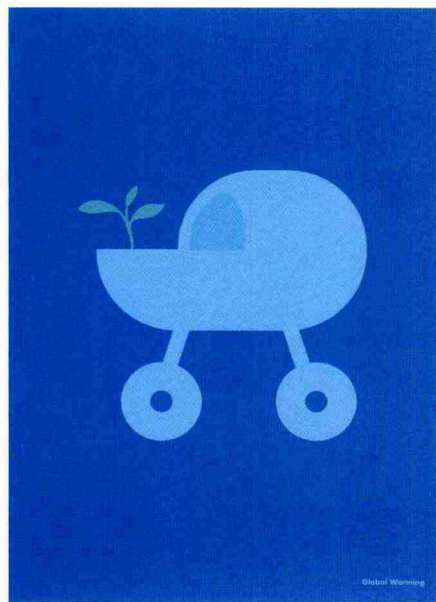
2. 图形的处理 _014

同构 / 正负 / 共生 / 剪影

复合 / 无理 / 仿形 / 增殖

经典案例

福田繁雄



知识拓展 _016

图形处理手法

3.2 文字 _018

1. 文字的编排 _018

文字的布局关系

文字与图形的关系

文字编排的形式

经典案例 _018

杉浦康平

克劳斯·海瑟

学生作品案例 _020

《卡里·碧波设计师日记》

招贴设计

2. 文字设计 _022

字体设计原则

字体表现方式

学生案例浅析 _023

《Rook》《F6》

学生作品案例 _024

《信息设计讲座招贴》

3.3 色彩 _026

1. 色彩的功能 _026

案例浅析

《Marry Christmas》

《Chernobyl 20 Years After》

2. 色彩的象征性 _027

3. 色彩的情感性 _028

色彩的情感象征

以色传神

知识拓展 _028

色彩模式的区分

学生作品案例 _029

《我的复苏》

3.4 设计实训 _030

图形表现手法训练

字体表现手法训练

色彩表现手法训练

四、招贴设计的创意表现

4.1 招贴的创意设计 _032

1. 招贴创意的概念 _032

2. 招贴的创意过程 _032

分析与认识

观察与发现

联想与发散

组合与创作

案例浅析 _033

环保主题招贴设计

3. 招贴的创意思维特点 _034

跳跃性

发散性

原创性

综合性

经典案例 _034

施德明

知识拓展 _035

施德明的设计习惯

4. 招贴的创意延展 _036

在材料范围延展招贴的创意

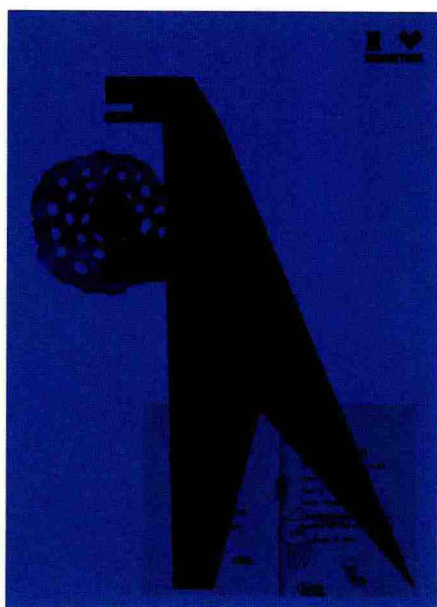
在时空范围延展招贴的创意

案例浅析 _036

《请不要将绿色耗尽》

学生作品案例 _037

《Water is Life》



4.2 设计实训 _040

图形男女

画面的节奏感训练

离开纸面的招贴设计训练

《因为是免费的吗?》

3. 插画技法招贴工作坊 _062

工作坊创作过程

学生感言

学生作品案例 _063

《迎接未来的小孩》

《按摩椅商业推广招贴》

《一种对话——明信片再设计》

《丹麦无言工作坊招贴设计》

《图形报招贴设计》

《WHO WILL BE THE NEXT?》

《我是谁?》

五、招贴案例解读

5.1 名家作品赏析 _042

丹·雷辛格 _042

芬·尼嘉德 _044

卡里·碧波 _046

尼古拉斯·特罗斯勒 _048

5.2 招贴设计工作坊 _050

1. 切尔诺贝利招贴工作坊 _050

案例浅析 _051

《Don't Worry Be Happy》

2. “无尽的游戏”工作坊 _056

工作坊创作过程

学生感言

案例浅析 _056

《信》

学生作品案例 _057

5.3 中央美术学院师生作品赏析 _066

1. 教师作品赏析 _066

肖勇

蒋华

何君

吴帆

中央美术学院奥运艺术

研究中心

2. 学生作品赏析 _076

《方位寻找时的隐藏情绪》

《“中文字体设计”讲座招贴》

《我和母亲》

《“文字与工艺”系列招贴》

《I Love Monster》

《信息设计课程招贴》

《“复苏”系列招贴》

5.4 设计实训 _100

综合训练：对话

综合训练：公众人物

综合训练：情绪

六、附录

1. 设计大赛和展览推荐 _102

2. 设计网站推荐 _103

3. 设计名家介绍 _104

4. 设计名校推荐 _105

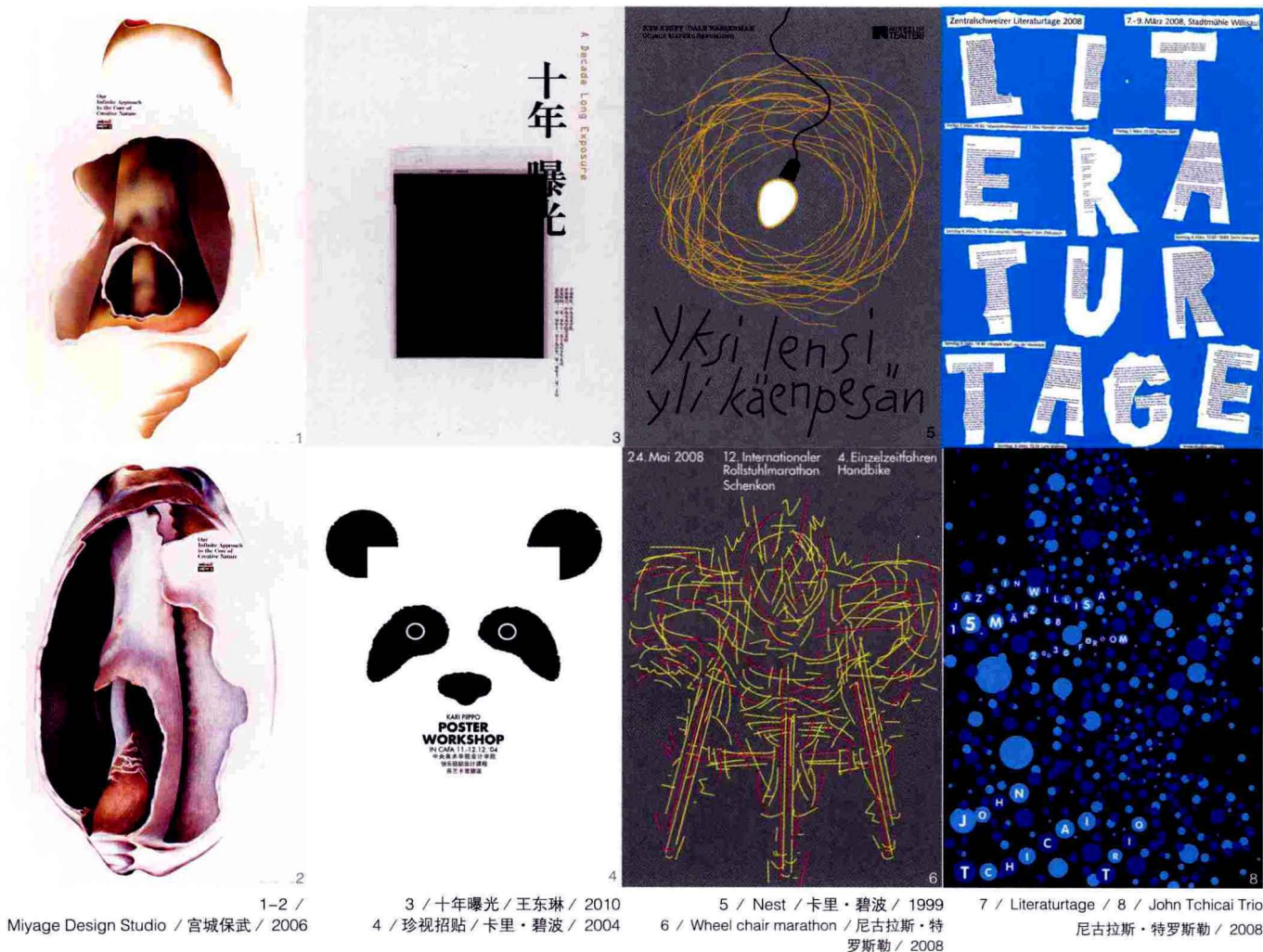
招贴的概念

现代招贴能否获得成功的最关键因素是它是否能在瞬间抓住观者

1. 什么是招贴 002
2. 招贴的历史 004
3. 设计实训 006

1.1 什么是招贴

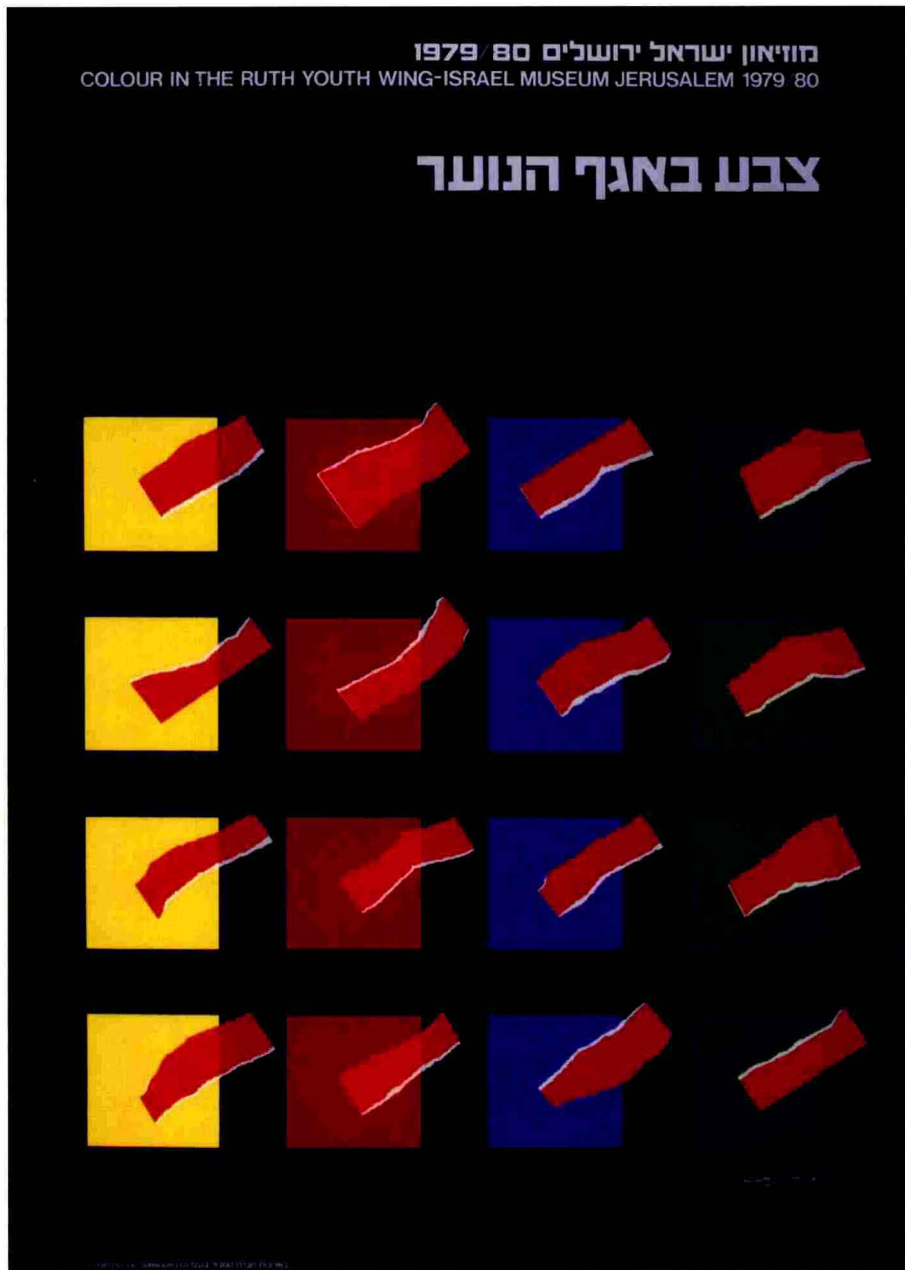
招贴，按字面的意思可以解释为“为了引起人们的注意而进行张贴”。将两字并置不难得出以下推论：“招”是引起注意的一种方式，“贴”就是张贴。



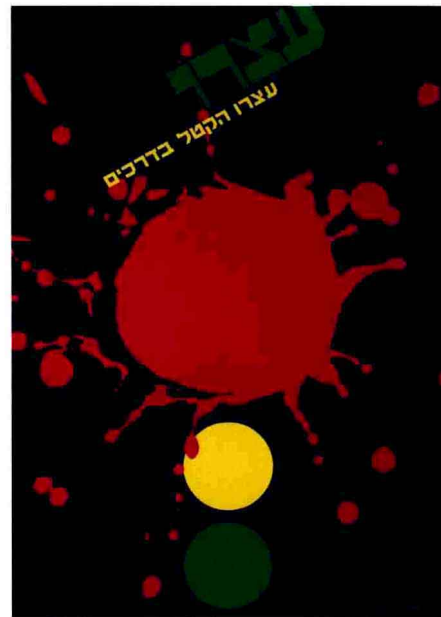
招贴在英文里面叫做“poster”，英语词典里的意思是指展示于公共场所的告示(Placard displayed in a public place)。也有根据“poster”的字面意思来解析招贴的词义的，认为“poster”是通过“post”转变来的，“post”词义为柱子，故所有张贴于柱子上的告示即“poster”。广告最古老和最主要的形式即是招贴，这种形式也演变成了现代广告中使用频

繁、广泛、便利、快捷、经济的方式之一。随着全球经济的迅速发展，越来越多的企业意识到提升自身形象和宣传的重要性，加之艺术领域对于创意设计重视程度逐年提高，使得现代的招贴设计在具有传播实用价值的同时，还具有极高的艺术欣赏和收藏价值。招贴设计和其他设计一样，其灵魂是有一个优秀的创意作为核心支撑设计本身。一个优秀

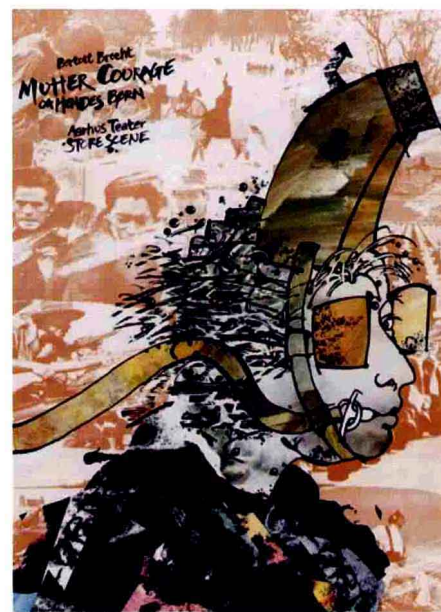
的创意，能用巧妙的手法直接有效地传达主题，并且引人入胜。招贴的生命和灵魂在于创意，它能使招贴的主题突出，并具有深刻的内涵。现代招贴能否获得成功的最关键因素是它是否能在瞬间抓住观者的眼球，令人产生思想上的共鸣，从而迅速准确地传达信息。



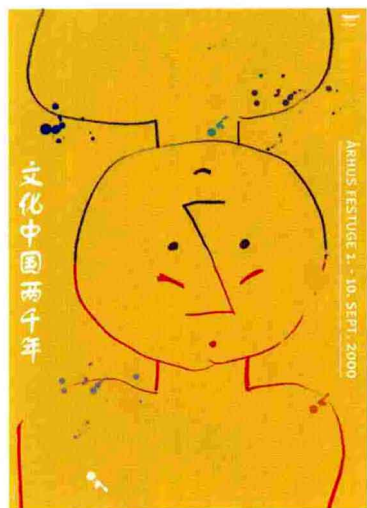
以色列美术馆招贴 / 丹·雷辛格 / 1979



停止路面事故 / 丹·雷辛格 / 1995



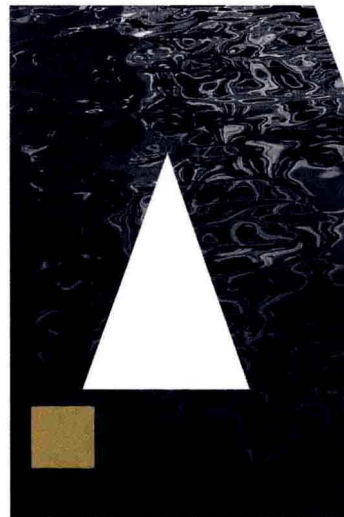
Mutter Courage / 芬·尼嘉德 / 1984



Aarhus Festival Week / 芬·尼嘉德 / 2000



luavAA / 莱昂纳多·索罗里 / 2003



luavAA / 莱昂纳多·索罗里 / 2005

1.2 招贴的历史

现代招贴设计的艺术表现形式源于绘画、摄影等多种表现形式，因此对于各个艺术流派的认识就显得格外重要，但是招贴最初的渊源要追溯到古代，在这里，让我们从招贴最初的状态讲起。

1. 中国招贴简史

据国内考古历史记载，我国最早出现的一张印刷招贴比英国印刷家威廉·凯克斯创制的印刷招贴还要早 400 年。如下图所示的中国招贴是 11 世纪（我国宋朝）山东济南刘家功夫针铺的一张广告物，其印刷用铜板陈列在中国历史博物馆（现中国国家博物馆）内。

2. 欧美招贴简史

萌芽

由英国军队在埃及古城底比斯遗址发现的一份 3000 年前的文字招贴是世界上最早的一张招贴广告。这种造价昂贵的纸由尼罗河上游的一种芦苇植物——“纸莎草”精致而成。招贴的内容是：招贴主愿意悬赏一个金币捉拿逃跑的奴隶。此招贴现存于英国伦敦博物馆。在中国

的印刷术于中世纪传入欧洲以及德国的古登堡在 1450 年发明活字印刷后，国外才出现第一张通过印刷手段制作的招贴。印刷招贴的流行源于英国印刷家威廉·凯克斯以向牧师兜售复活节用的教规书籍为目的制作印刷招贴，并将其张贴于伦敦大街和教堂门口的这一举动。据 *Advertising Design*（美国）记载，15 世纪时，招贴是除了口头宣传外的唯一广告形式。

发展

17 世纪的欧洲工业化使印刷成本大为降低，印刷广告进入快速发展时期。由于分工细化，招贴设计成为独立的创造性专业。18 世纪，随着字体在比例、美感、平衡上的日趋完善，许多适合招贴印刷的新字体产生。另外，数百种学科的符号系统的出现，为现代招贴的产生奠定

了新的语言形式的基础。19 世纪，随着印刷机、造纸机的出现，印刷效率大幅提高。在摄影术及彩色石印技术产生的基础上，招贴逐渐成为大众传媒的主要媒介。

20 世纪招贴广告因图形设计师的出现及介入，更加注意商业功能。受中立派、未来派、分割派、构成派、超级现实主义和表现主义的影响，招贴的表现形式变化较大。招贴广告是现代市场营销战略中的一部分，这个明确的观点首先产生于美国，继而发展至世界的其他地区。中国在 20 世纪 80 年代引入西方市场学及 90 年代对包括招贴在内的各种广告形式的市场营销观念有了初步认识之后，正待进一步将其吸收、消化和完善。



山东济南刘家功夫针铺的一张广告物 / 宋朝



月份牌宣传画

知识拓展

现代招贴之父——朱尔斯·谢雷特

1866年，第一张彩色的平版招贴在法国巴黎的朱尔斯·谢雷特（Jules Cheret, 1836—1932）自己的印刷厂诞生，象征着现代招贴广告的产生。谢雷特从1866年到19世纪末，共创作出了涉及戏剧、煤油、电影新星、摩登美女等多样题材的一千多幅招贴作品。他在1889年获得了国际招贴展览的金奖，被法国政府授予了荣誉勋章。在谢雷特逝世后，尼斯城开办了收藏其作品的“谢雷特展览馆”。谢雷特被后人誉为“现代招贴之父”。

法国新美术运动

1881年，出版自由的新法规在法国的公布，使法国街头成为招贴的海洋，招贴被人们当作美术作品来欣赏。当时，谢雷特、格拉赛、劳特累克、史太林、马查等人是法国新美术运动的主要人物，创造了许多极具影响力的招贴，特别是劳特累克，他的招贴画在当时被公认为是世界一流的作品。新美术运动招贴的一个显著特征是这一时期的招贴看上去就像是一幅幅美术作品，其最大贡献则是使招贴在视读普及率上达到了最顶峰。

包豪斯

一战结束后，格罗佩斯在德国创立了世界上第一所现代设计学校——包豪斯，并使现代招贴设计走上一条正确发展的道路。拜尔作为包豪斯招贴设计的导师，推崇功能主义和构成主义，在招贴上几乎全部采用无饰线字体，并利用垂直线形式的构图，形成拜尔式包豪斯招贴设计风格。虽然包豪斯在纳粹党的迫害下于1933年解体，但它的设计教学体系及招贴设计思想影响了全球招贴设计界，具有极为重要的历史意义。



红磨坊 / 朱尔斯·谢雷特 / 1890



巴黎蒙马特爱丽舍音乐厅招贴 / 朱尔斯·谢雷特 / 1891



Plakat Jesus / 尼古拉斯·特罗斯勒 / 2007



戏剧潜入皮肤之下 / 霍尔格·马蒂斯 / 1994

1.3 设计实训

1.

招贴的认识

总结本章所学内容，并结合自身经历，分小组讨论自己对于招贴设计的认识和看法。鼓励学生展示自己之前做过的招贴设计作品，并详细阐释作品设计的思路 and 过程。

具体要求

1. 每个小组 5—8 人，鼓励小组每一位成员都要发表见解；
2. 小组讨论结束后，每组选派一位代表将本组的讨论内容分享给其他同学。

2.

招贴作品分析训练

选择两位自己喜欢的招贴设计师，试着分析他们的设计风格 and 手法，并从他们的招贴作品中选择两幅，结合之前的分析，具体阐述他们是如何在招贴设计作品的画面中体现自己的风格与想法的。

具体要求

1. 两位设计师的选择必须具有差异化，两者设计风格不宜太接近；
2. 在阐述过程中，须逻辑清晰地列举出设计师的风格特点，必要时可以配合图片举例说明；
3. 字数不少于 600 字。

3.

旧招贴再设计

请选择一张自己感兴趣的旧招贴作品，对其进行画面的再设计。再设计的招贴作品意义不一定要与原作品相一致。表现方式可以在原有的招贴基础上对画面进行改变，也可以完全打破原有画面，对其进行新的重组设计。

具体要求

1. 再设计的招贴作品必须主题明确；
2. 表现手法不限，但仅限纸面作品；
3. 招贴尺寸为 70cm x 100cm。

二

招贴的功能与分类

作为社会及观念类招贴的首要任务是传达某种信息或观念，以产生良好的社会影响力，达到特定目的

1. 招贴的功能与分类 008

2. 设计实训 010

2.1 招贴的功能与分类

招贴由于功能、服务对象、主体内容的不同，所造成的影响和结果也不一样。

本章要求了解招贴的功能性分类，由点及面，放射性地进行学习。将收集的招贴进行分类，并将每一类的作品进行横向、纵向对比研究。

1. 招贴的功能

作为商业招贴，其功能就是提升品牌形象和知名度。社会及观念类招贴的首要任务是传达某种信息或观念，以期产生良好的社会影响，或者达到特定目的。从艺术层面来讲，招贴的创作还担负着提升大众审美能力的重任。如果从社会学的角度来讲的话，作为一种传播媒体，招贴在一定程度上还改变着公众的思想和价值观，影响着公众的行为和生活方式，承担着应有的社会职责。

2. 招贴的分类

招贴，由于作用、服务对象及主题内容各异，所造成的影响和结果也各不相同。从功能上来说，招贴大体可分为商业、文化和公益三大类。

商业招贴

19 世纪后期，工业革命在欧洲兴起，人口的增长、消费能力的提升和经济的发展均大大地刺激了商业招贴的蓬勃发展。在当今的招贴设计界，美国商业招贴以数量取胜，而欧洲和日本商业招贴则凭借各自的独特风格和表现手法具有不同的审美价值。

商业招贴是使用最为广泛的一种招贴形式，它是商业宣传活动中不可或缺的组成部分，更是现代企业形象系统设计中的一个重要载体，其功能主要就是宣传企业的产品和服务项目，优化企业的形象。

文化招贴

文化招贴是社会文明的象征，它包括了艺术、展览、电影、戏剧、体育、观光等众多不同的内容。文化招贴有别于以赢利为目的的商业招贴，主要是为某种活动概念的推广而设计的。随着人们对于精神生活需求的日益增加，文化海报的数量和质量都在大幅度提高。

由于欧洲各国的戏剧、展览、音乐等文化活动繁盛，欧洲成为世界上文化招贴最丰富的地区。例如，由于法国巴黎的著名剧院在各个演出季都有不同特色的戏剧节或戏剧周活动，并且活动频率很高，因而产生了大量有关戏剧艺术的文化招贴。同时，欧洲城市大多以政府为后盾，以官方名义举办各类综合性文化节、艺术节，也更加促使了文化招贴在欧洲地区的繁盛。

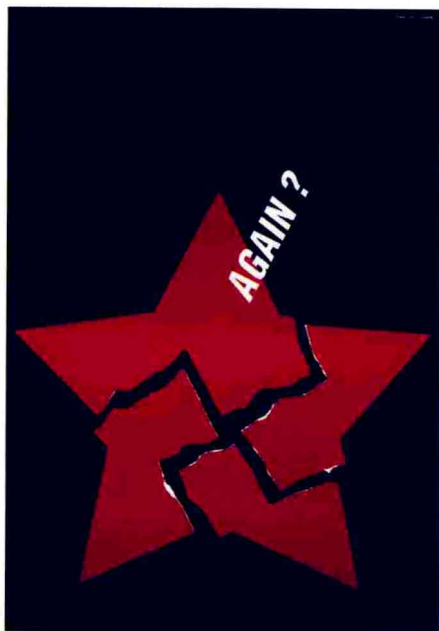
文化招贴的概念表达是运用视觉符号将抽象的文化主题具象化，通过寻求恰当有效的表现形式获得目标受众的共鸣，实现传达文化主题的功能。

公益招贴

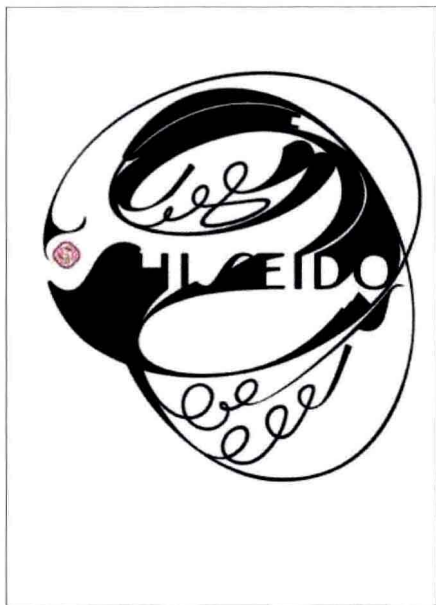
信息时代的公益海报在这个多元化的设计领域中为设计师提供了无限的创意空间，同时也成为现代设计文化和观念最有力的传播方式之一。



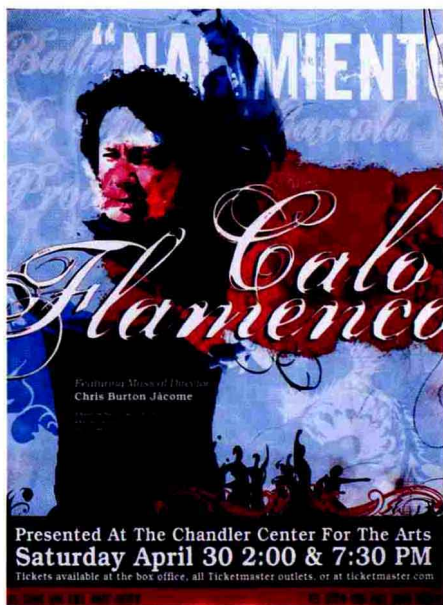
文化招贴：“达尔福尔” / 丹·雷辛格 / 2007



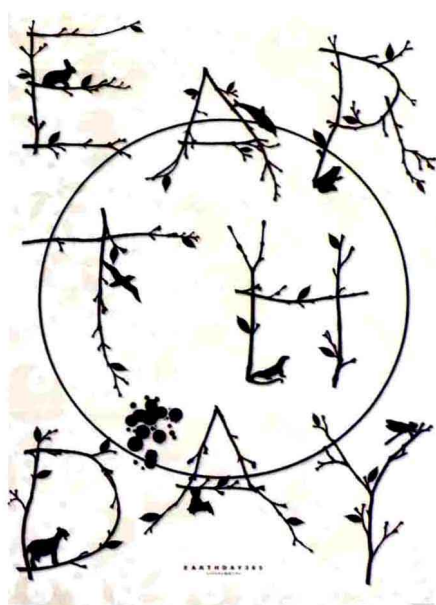
文化招贴：警告并反对新法西斯在苏联的复活 / 丹·雷辛格 / 1993



商业招贴：资生堂 / 涩谷克彦 / 2010



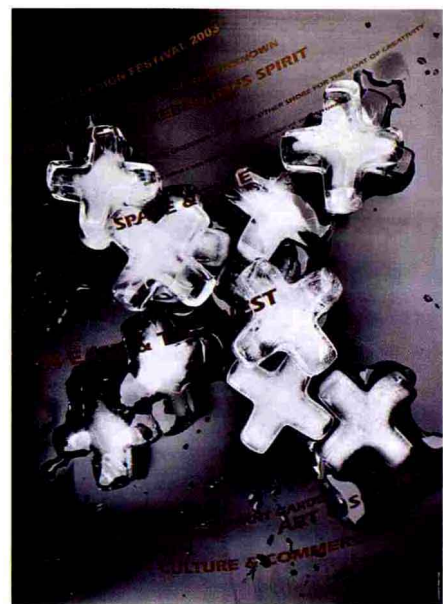
文化招贴：Calo'05 / Dvake Brian / 2006



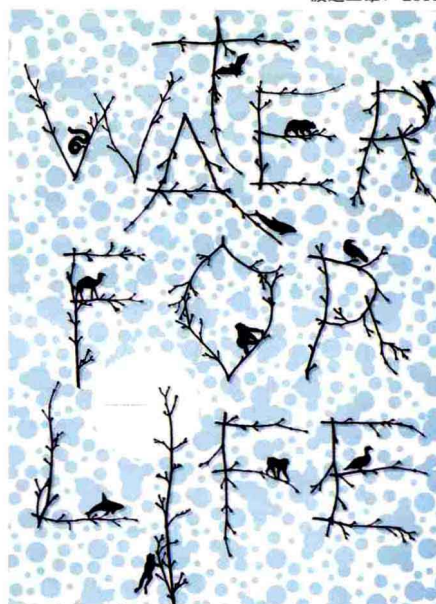
公益招贴：Mitsuo Watanabe Earth Day 365 / 渡边三雄 / 2006



商业招贴：森泽广告 / 山城隆一 / 20 世纪 80 年代早期



文化招贴：X-power Design Festival 2003 / Chao zheng / 2003



公益招贴：Mitsuo Watanabe Earth Day 365 / 渡边三雄 / 2006

公益招贴是国家或各地政府、媒体、医疗机构、公益团体为宣传精神文明建设而设计张贴的招贴，它的主题包括：环保、反战、戒烟、缉毒、扶贫、教育、交通、国防、廉政及税务等等。

公益海报的产生与社会民主政治逐步开明有密切的关系，越来越多的人考虑的不仅仅是个人得失，而是更多考虑生态环境的保持、固有文化的传承、对社会丑恶现象的反思等问题。公益招贴在配

合公益团体的相关活动方面发挥了越来越重要的作用。它以形象直观的图形、犀利的标题、易懂的含义，将枯燥费解的公益主旨表达得透彻明晰，很受普通民众的欢迎。公益招贴设计过程的核心和灵魂是传播明确观念和思想的主题，其本身就蕴含着深刻的文化内涵和哲理。国际国内的广告设计权威机构几乎每年都从文化的角度推出不同类别的社会公益性主题招贴设计大赛，让设计师在主题限定下多角度、多方位地用视觉语言

去阐释人与人、人与社会、人与自然的永恒话题，充分展现传统美德、公共伦理及社会关怀。内涵丰富而鲜明的主题招贴辅助传播精神文明，引导社会舆论，影响公众的思想意识和行为方式，推动社会公益事业迅速发展。



错误的喜剧 / 丹·雷辛格 / 1982



“十年曝光”摄影展招贴 / 王琳 / 2010

2.2 设计实训

1.

招贴作品分类训练

通过互联网寻找商业性质招贴、文化性质招贴和公益性质招贴各 10 张，并分别从三类招贴的画面元素和特点出发，详细阐述三者之间的区别与联系。

具体要求

1. 尽量收集主题多样化的招贴作品；
2. 鼓励学生大胆阐述自己的见解，并尽可能地举出招贴实例论证自己的观点；
3. 字数不少于 600 字。

2.

商业类型招贴设计训练

为你喜欢的一个商业品牌做一组招贴设计。招贴作品应该符合对象品牌气质，在设计之前，须充分了解所设计品牌的理念与特点，并在作品中有所体现。

具体要求

1. 招贴作品必须主题明确；
2. 表现手法不限，但仅限纸面作品；
3. 招贴尺寸为 70cm x 100cm。

3.

公益类型招贴设计训练

以“人与自然的关系”为线索做一组招贴设计。在设计过程中，应充分探讨由线索产生的思路，理解招贴的设计诉求，并选用最准确的视觉语言来表现。

具体要求

1. 招贴作品必须主题明确；
2. 表现手法不限，但仅限纸面作品；
3. 招贴尺寸为 70cm x 100cm。