

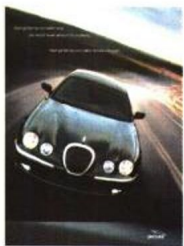
摄影与设计

PHOTOGRAPHY & DESIGN

国际知名品牌汽车摩托车广告创意



湖北美术出版社



摄影与设计

P H O T O G R A P H Y & D E S I G N

国际知名品牌汽车摩托车广告创意

主编 彭年生 范汉成

湖北美术出版社

图书在版编目 (CIP)数据

国际知名品牌汽车摩托车广告创意 梁巍编.

- 武汉: 湖北美术出版社, 2002.7

(摄影与设计 彭年生 范汉成主编)

I. 国... II. 梁... III. ①汽车-商业广告-世界
- 图集②摩托车-商业广告-世界-图集
IV. J534.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第076351号

国际知名品牌汽车摩托车广告创意

作品选编 梁 巍

创意点评 黄一璜 吕枫韵

责任编辑 彭年生

资料翻译 曾 静

整体设计 彭年生

责任印制 李国新

出版发行 湖北美术出版社

地 址 武汉市武昌区黄鹤路75号

邮政编码 430077

电 话 (027)86785529 86787105

版 次 2002年7月第1版

2002年7月第1次印刷

开 本 889mm×1194mm 1/32

印 张 5

印 数 1-5000册

制 作 武汉大海岸设计制作有限公司

印 刷 精一印刷(深圳)有限公司

书 号 ISBN7-5394-1193-7 J·1074

定 价 (全套10册 共300元) 本册30元

《摄影与设计》丛书在编纂过程中,因时间紧,部分选用稿件无法与作者取得联系,在此表示歉意,欢迎作者与我们联系,将按国家稿酬标准付酬和赠送样书。

前言

画/龙/点/睛/与/含/沙/射/影

黄一璜

摄影的意义之一在于信息的传递。一如史前时期洞穴居民在洞壁上留下的画像，尽管年代久远，但对生活在今天的我们而言依然具有难以估量的意义——哪怕是最单纯、最质朴的岩画或者石刻图像仍旧散发着他们淡淡的未尝不是浓烈的生命活动的信息！

显然，图像信息建立之后的传递与接受，就在人类视觉的一瞥中得以实现。它似乎不仅能超越时代、民族、人种的条条界限，而且也能穿透思维、语言、文化的重重屏障。优秀的商业广告设计者莫不深谙此道。在日常的设计中，他们/她们尽情地挥洒自己的聪明才智，既尊重又充分享用着摄影图像的千姿百态，借重电脑与专用软件的鬼斧神工，实现着自己的奇思妙想。

事实上，在今天的平面商业广告中，除了纯粹的文字广告外，更多的则是图文并茂的视觉表达。而此“图”既可是绘画（具象、抽象、夸张、变形）的图形，亦可是摄影的图像。换句话讲就是做什么“东西”的广告不能不出现这个“东西”，如何出现这个“东西”呢？人所共知无非有两种可能：绘画和摄影。然而在160多年前摄影还没问世时，一直是绘画不弃重任，担当着顶梁柱的作用；摄影术的发明逐步改变了这一面貌。眼下，大多数平面商业广告是由摄影担纲来完



成广告主体直面受众的。放眼望去，今天的平面商业广告设计中摄影及其影像元素的应用几乎可以说是无处不在，其作用早已是有目共睹。

摄影与设计的关系犹如画龙点睛。商业摄影图片的质量优劣对商业广告设计乃至对推销商（产）品的成功与否都起着决定性的作用。无论是哪一类消费者，往往会或多或少地受平面商业广告的影响，以决定自己的购买意向。因为影像的力量最具震撼力，也最容易打动消费者。假若说一则广告的整体是“龙”，其主体影像是“睛”，那么巧妙的设计就如同神笔一“点”，否则，盘“龙”何以能腾空出世？

然而，摄影及其影像元素并非简单地被挪用到平面商业广告设计之中的，需要设计师睿智的安排。这种安排的前提首先是有符合其设计思路和产品定位的影像，抑或是按照设计思路去摄取影像，不管孰先孰后，广告主体的影像总会在广告中“唱”主角，或者直露地挑逗，热烈地煽情，奔放地宣泄；或者含蓄地勾引，温柔地诱惑，浪漫地暗示……总而言之，广告的诉求归根结底总是指向广告主体的推销，但决不会喧宾夺主。比如我们常常能看到香车美女的广告，但真要是人们在看完一则卖车的广告后还将目光停留在车旁的美女身上，这则推销新车的广告设计能算是成功的吗？

其实，不论设计师在商业广告中采用何种叙事技巧或方法：描写、联想、对话、造型、夸张、幽默、暗寓来输出广告主体的影像信息，其叙事结构都离不开典型叙事。目的不外乎一个：以视觉刺激你我意识深处的神经元，挑起大家对广告主体的占有欲望。

好的商业广告设计不排除雅俗并用，而且能和受众情欲互通，极具传染性。这当然得益于影像的直接和间接作用。它既能使人们对某辆新车怦然心动，对某种食品垂涎欲滴，对某架相机爱不释手；也能使人们对某款首饰梦寐以求，对某套时装日思夜想，对某处景点心神向往。面对这样的影像诱惑和刺激，你我怎么能不生“病”？大家的手又怎可能不伸向自己的钱袋？《诗经·小雅》中有：“为鬼为蜮，则不可得。”唐白居易也留有诗曰：“含沙射人影，虽病人不知。”蜮又名射工、射影，相传为一居于水中的怪物，听到人声，以气为矢，因激水，或含沙以射人，被射中的人皮肤发疮，中影者亦病。后人称以阴谋中伤他人为“含沙射影”。现代商业广告设计者虽不好称为“阴谋家”，但每有佳作，总屡现机巧，或可成为：“含沙射影”的现代版的别一注脚吧！

以其独到品质，赢得至尊地位



BMW汽车广告之一

■ 虽只是一个车头的局部特写，却在蓝中透紫的色调选择和完全对称的构图安排上匠心独运：这色调既典雅华贵，更直接与“宝马”车标志中两块扇形的宝蓝色相呼应，从而凸现标志中另两块扇形的牙白色；而结构上的对称又在冷色调的烘托下，揭示出其稳重、至尊的豪华名车品质。

新型宝马7系列 勾画未来豪华座车蓝图



BMW汽车广告之二

■ 背景处理得如国画大写意般梦幻，配合清晰前置的车体，加之浪漫的紫蓝色调，营造出宝马车尊贵、优雅、精致的气质与风范。

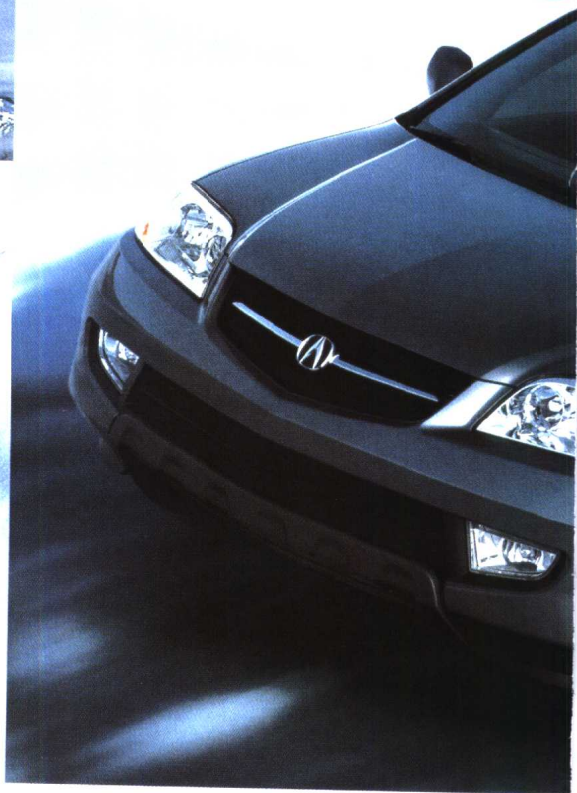


登峰造极 宝马当先

WHERE.



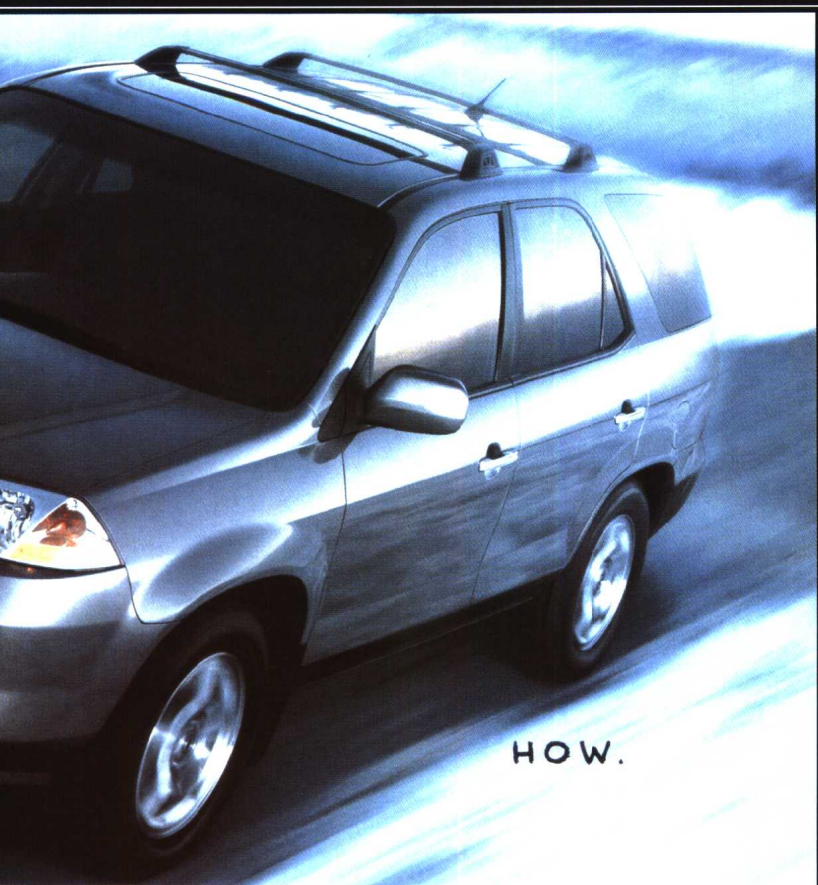
WHY.



Introducing Acura MDX. We saw the path of least resistance. Then took a sharp left. The 240-horsepower MDX was designed with one true goal. To deliver more. More power, performance, comfort and flexibility than just about any other luxury SUV in its class. So, if you're combing snowy backroads in Bix-Kenwood, you won't just enjoy features like a leather-appointed interior, 7 passengers

ACURA汽车广告

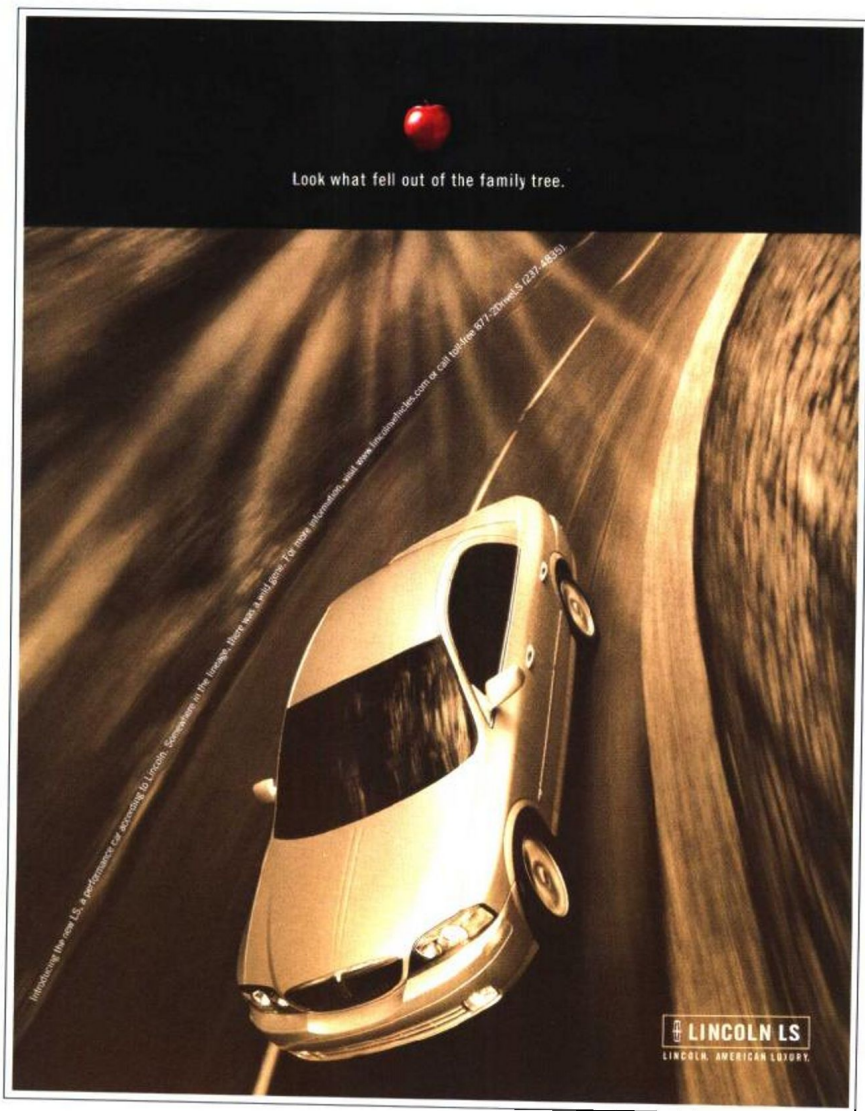
■ Where, Why, How三个问题，三种景象。这是哪儿？雪山。雪地上为什么有歪歪扭扭的痕迹？汽车打滑。咋样？ACURA可以在冰天雪地里“健步如飞”，其良好的驱动、控制性能已不言而喻。



HOW.

capability or even an available Acura/Bose® Music System with in-dash 6-disc CD changer. You'll have the ability to tackle almost any terrain, thanks to our revolutionary VTM-4™ electronic 4-wheel drive system. So you can wander right along with your imagination. Where to next?

Taking the SUV to a place it's never been before.  **ACURA**



LINCOLN LS汽车广告

棕色调极易勾起人们怀旧的情愫。可是极具动感的影像语言和极为大胆的构图形式，又分明在告诉人们眼前这款老牌名车的不同凡响。广告词非同寻常地化作了路面上的一条“分道线”，简洁而流畅。别忘了，更别误会了影像之外、正上方的那枚红苹果和广告词。Family tree是“系谱”、“系谱图”的意思，因此这句话说的是：这是“林肯”车系中结出的又一硕果。

招風引蝶

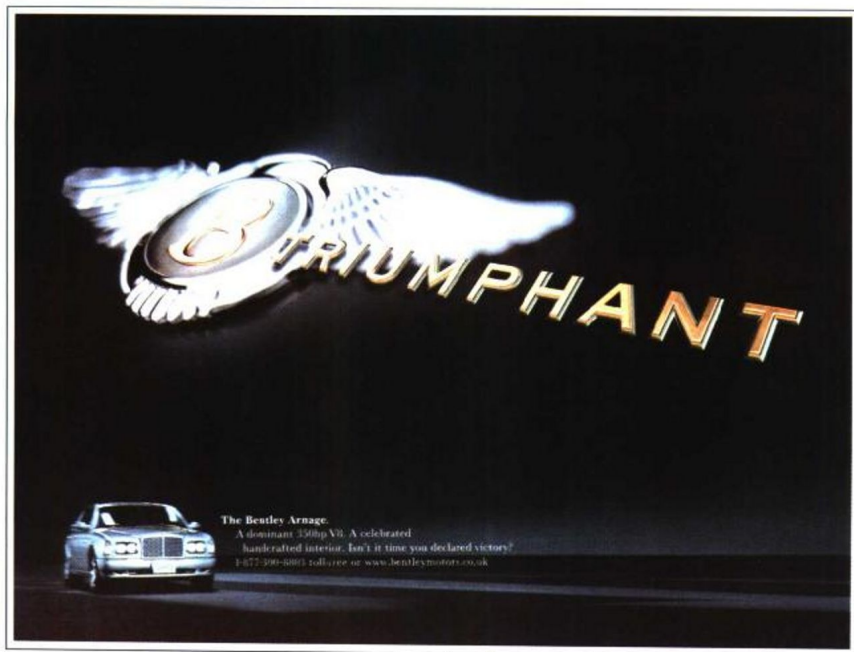
都會女子的烈燄情人 *COUPE*



Coupe

現代 COUPE

HYUNDAI COUPE 汽车广告



BENTLEY汽车广告

评 世界名车 Bentley 的车标是一只展翅飞翔的鹰及金色“B”字。黑色的背景中，虚化的车标与实焦的广告词“成功的喜悦”形成对应，既虚实相交，又形色互动，寓意了驾驭 Bentley 如鹰击长空般的成功喜悦。

IT'S NOT A FAMILY CAR. IT'S FAMILY.

THE MAZDA 626

AS MAZDA, WE BELIEVE A FAMILY CAR
HAS 4 (OR MORE) DIMENSIONS OF USEFULNESS
THAT NO OTHER TRANSPORTATION
HAS. THAT'S WHY WE DESIGNED OUR LATEST
GRADE FOUR FAMILY OF CARS. IT HAS
AMPLE ROOM FOR YOU, 7 SEATS, INTERIOR
THAT INVITES YOU TO LIVE AND FEEL.

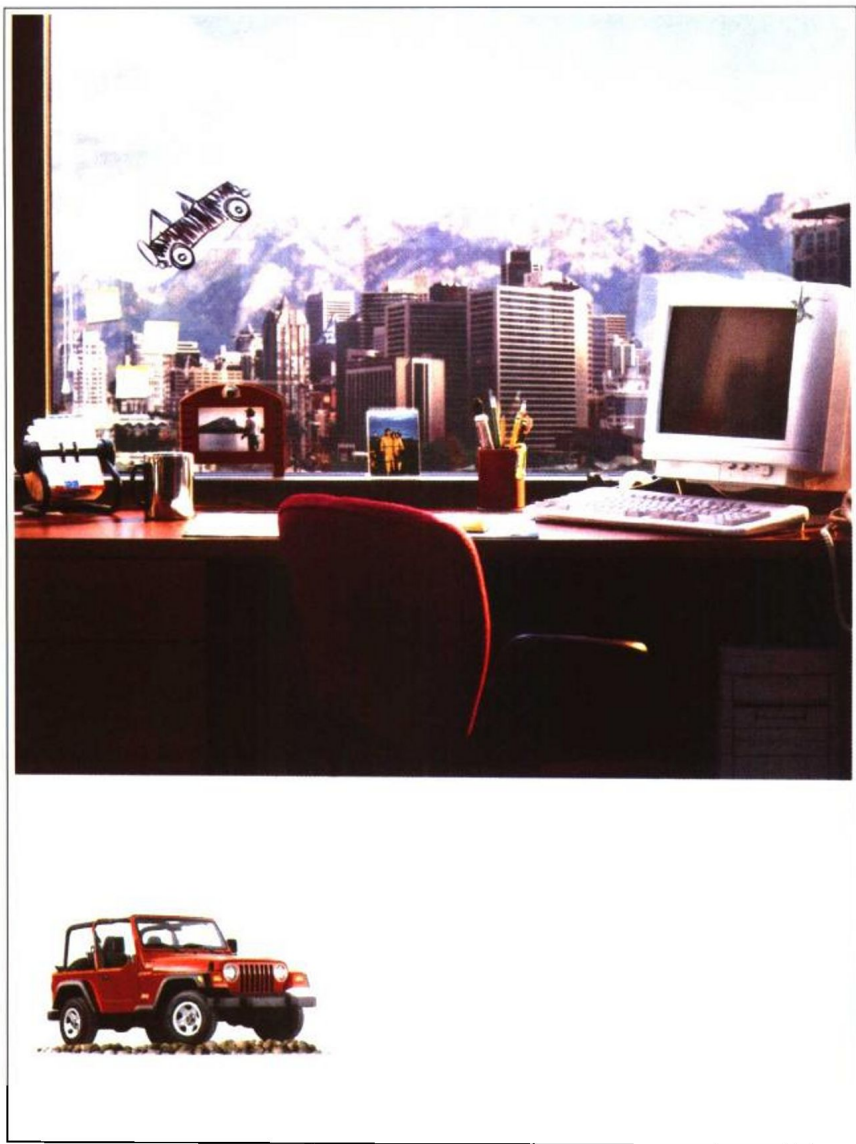
AND BECAUSE THE ADVANCED, FUEL-
EFFECTIVE, 4-CYLINDER ENGINE AND 4-PERFECTLY
BALANCED SUSPENSION GIVE YOU EXCEP-
TIONAL POWER AND CONTROL, YOU'LL
FEEL A NEW SENSE OF CONFIDENCE ON THE
ROAD. A SENSE OF CONFIDENCE YOU'LL
APPRECIATE, ESPECIALLY WHEN YOU'RE

CARRYING PEOPLE AND LOADS. THERE'S ROOM
FOR ALL THIS IN THE WORLD OF "KANGAROO
LOADING." WITH THE MAZDA 626, A
CONCEPT BEST APPRECIATED BY SPENDING
WHOLE DAYS IN THIS FINEST FAMILY VEHICLE.
COME SEE THE MAZDA 626.

YOU, MAKE THE WHOLE FAMILY. THAT WAY,
THEY'LL "THINK" THEY HAVE A PART IN YOUR
OWN. FOR MORE INFORMATION, CALL
TOLL FREE 1-800-848-0031.

mazda
IT JUST FEELS RIGHT

MAZDA汽车广告



JEEP汽车广告

从办公室望出去，蓝天白云、崇山峻岭，一辆徒手写意的吉普车依窗外的山势画在宽大的玻璃上，与办公室内置放在桌子上的物件遥相呼应，无处不显示主人喜爱旅游驱车越野、纵情山水的豪放个性。

美国克莱斯勒 傲视世界车坛



CHRYSLER汽车广告

■ 四款新车集中一处展示，根据不同的消费要求，有不同的功能、车型可供选择。



美国克莱斯勒汽车



汽车广告

■ 黑背景下，通红的岩浆顺着蜿蜒的山脉喷涌而下，又似一条苏醒的巨龙，衬托着前置的汽车，形成强烈的视觉对比，引人突生无尽的遐想。