



SHANG YE CHA HUA JI FA

商业插画技法

程显峰 编著



辽宁美术出版社

J5
135



辽宁美术出版社

程显峰 编著



商业插画技法

图书在版编目 (CIP) 数据

商业插画技法 / 程显峰编著. — 沈阳: 辽宁美术出版社, 2001.1

ISBN 7-5314-2655-2

I. 商… II. 程… III. 装饰美术—插图—技法 (美术) IV. J218.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 81114 号

辽宁美术出版社出版

(沈阳市和平区民族北街 29 号 邮政编码 110001)

沈阳新华印刷厂印刷 辽宁省新华书店发行

开本: 889 × 1194 毫米 1/16 印张: 4

印数: 1—3000 册

2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 谢茉莉 责任校对: 范云鹏

封面设计: 范云鹏 版式设计: 范云鹏

定价: 30.00 元

序

商业插画是目前国内高等美术院校设计学科普遍重视的学科领域。无论是在传统绘画艺术发展的历史轨迹里，还是在信息时代复合媒体为人们开阔的崭新视野中，其独具的艺术表现风格和视觉传达魅力是其它艺术门类所无法替代的。在高校设计教学体系中，它既是重要的专业基础训练课，又是专业设计课中经常涉及的内容，在社会应用领域，它既属于各类媒体中广大受众喜闻乐见的通俗视觉接受形式，又铺就了无数绘画、设计大师得以成功的重要途径之一。

显峰在鲁美就读的后期，正值设计教学经受电脑时代的正面冲击所形成的传统手绘方式和电脑介入设计的磨合阶段。在某种意义上看这是他们这一代人的偏得，其积极方面的意义可从本书的编著视点中略见一斑。

学生时代的显峰其专业素质的雏形是有一定层次的。现在他已在总结自己的教学经验和评价自己学生的作品了。对蓬勃发展的中国设计教育来说，本书的面世真是叫人从内心感到高兴的事情。

鲁迅美术学院装潢艺术（视觉传达）
设计系主任、教授



2000.12.1

目 录

概述	1
一、商业插画的定义及分类	1
1-1 定义	1
1-2 分类	2
二、商业插画的工具及材料	4
2-1 传统工具	4
2-2 现代工具	7
三、商业插画的设计及表现	8
3-1 目的性明确	8
3-2 设计思维	9
3-3 形式美的因素	9
3-4 商业插画的表现	10
四、商业插画的步骤及范例	12
五、商业插画欣赏	13

商业插画技法

概述

古人云：“一幅画胜过千字文”。这句话给人一个启示，特别是对于设计师。因为在各种资讯飞速发展的今天，在市场经济的大潮下，快速的信息传递速度及寸土寸金的媒体位置，不可能让一些长篇累读的文章占据了传播的主要位置，而应该让简练的图形及文字来迅速传达商业信息。另外，由于现在各种各样的商业活动已日趋国际化，每个国家在语言上都有自己的母语。这样，一些进口商品的包装、广告和标识等能在图形上与消费者进行沟通。商业插画正符合了这样的时代要求。即，非语言传播，它适应国际化，而且讲究效率、节约时间、准确传达信息，商业插画绘制的过程简单，而且易于大众接受，是视觉传达的一种有效手段之一。

一、商业插画的定义及分类

1-1 定义

按字表意解释，即：依附在与商业活动有关的印刷品及物品中的图画。也可称作商业插图或商业绘画。商业插画与绘画作品二者之间既有联系又有区别，联系是指：商业插画所采用的一些技法和创作方式是在绘画作品的基础之上，大量吸收了国画、版画、油画等画种的精华。区别是指：商业插画强调“商业性”，是为商业活动服务的；绘画作品强调“思想性”。大多数商业插画是与文字配合的，并以设计作品的形象出现，我们因此得出了一个这样的结论：商业插画是以传达商业、商品信息为目的，是一种视觉传播方式，是以商品和物质为主。而绘画作品不是为商业服务的。另外，由于现代生活节奏的加快，大多数人没有时间去美术馆、画廊去细细欣赏、品味。但许多人每天接触到大量的商业物品，如一些印刷品、网络信息、影视及路牌等等。在这些商业物品中就包含了大量的插画。

但随着各种科学技术的不断进步，插画也不仅仅局限于印刷品中，在一些影视作品中，如：影视片头、电视广告等；在网络信息中，如：网页设计、电子邮件等。凡是与商业讯息相关的图画，也都可以称做商业插画。（图1）



图1

1-2 分类

商业插画从不同的角度来讲有着不同的分类。可由表现形式分类、传播媒介分类,还可由表现技法分类等等。

1-2·1 表现形式分类

“写实类”:是如实描绘事物的形态特征,但不同于摄影,它更有提炼、取舍和概括的灵活空间,使你通过艺术家的眼睛发现平常物体及其瞬间的动人之处。一般还分为“写实”、“超写实”或“幻境写实”等几种方式。(图2)

“超自然类”:是充分发挥想象,描绘自然界中不可能存在的事物及空间。是源于生活高于生活的集中体现,是有目的地强调某些重点,传达思想,引导人们对事物的重新分析和认识。也是从“解构——重构”这么一个过程。经过再思索、再创造才能将日常生活中所蕴藏的美源源不断地表现出来。艺术观念不是一成不变的,艺术是我们生活的升华,是对生活的一个合理的解释,艺术观念不是镜子似地“反映”生活,而必须对现实生活的生活素材予以“变形处理”,艺术中的反规范精神就体现在设计者对现实对象的有意“歪曲”。(图3)

1-2·2 传播媒介分类

物质类:

是看得见摸得着的,并且事实存在的物质,并非虚拟的现实。其中包括:报纸、杂志、包装、平面广告、书籍装帧、企业用品等。

报纸:是传媒最有效手段之一,并且传递信息的时效性强。随着市场经济不断的发展,报纸上的广告也逐渐增多,“通栏”、“半版”、“整版”——广告的面积不断增大。这样插画也就跃然其上。给充满文字的报纸带来了活泼、清新、自然的画面。使之图文并茂,让人的眼睛得到了调节。

杂志:是周期性的印刷出版物。与报纸相比,杂志的印刷质量要好的多,特别是现在一些时尚的杂志。这样插画的作用就发挥的更大了,单页插画、文中插画、题图、尾花等,通过轻松的线条,随意的技法渗透出一丝丝对生活的体会,充满了人情味。

包装:商品包装是一项应用范围广、种类繁多的商业设计。每一个企业对其都非常重视。一个企业的成败与否与商品销售有着直接的联系,而包装设计对产品销售起着决定性作用。所以说包装设计不但应该艺术化,而且还应该有传递信息的功能,即具有实用性。(图4)



图2



图3



图4

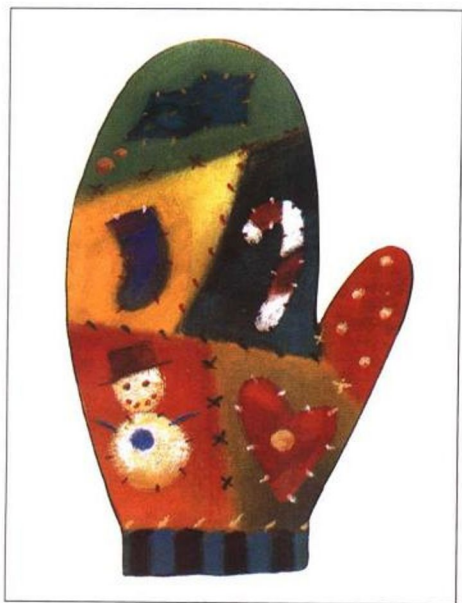


图 5

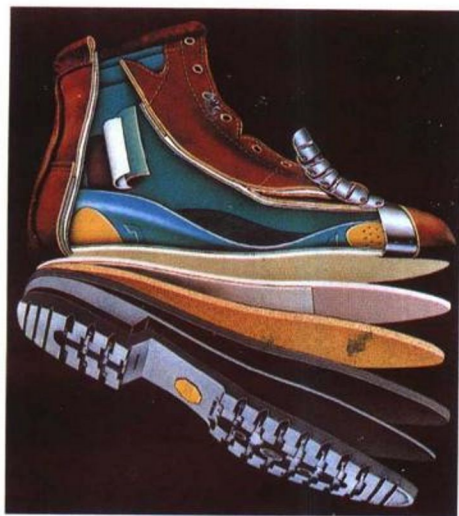


图 6

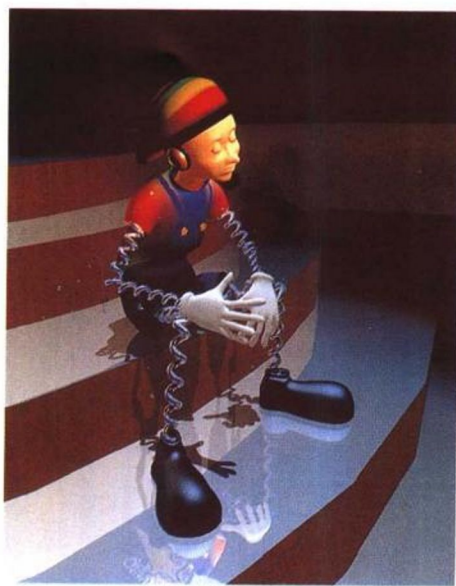


图 7

商品包装是由商标、图形、色彩、文字四要素构成，每个要素对商品都具有视觉作用，其中图形部分可以采用许多表现手段，插画是其中重要的一种方式。

书籍装帧：书籍是一种文化消费品。书籍中的插画属于商业插画的一种。书籍装帧与书籍中的插画本身的特点是具有一定的“书卷气”。插画与书籍的关系是密不可分的，不简简单单是书籍的图解，更能把书中的内容用视觉形象升华，给人以充分的视觉感受，使人体体会到二者独具的特色。

儿童书籍插画对于儿童读物来说占着举足轻重的位置。插图对于儿童来说是非常重要的。因为儿童认识的字较少，特别是一些启蒙的儿童读物。其中的文字大多数是为孩子家长使用的，是指导家长教育孩子的一个说明，也是对读物内容的一个解释。儿童自己只能靠插图来认知自然、科学与社会等；儿童只能以这些非语言传播来进行学习与认知。而且儿童书籍插画的设计风格也是卡通化的、写实性的居多，且颜色多鲜艳、明快。这样符合儿童心理。（图5）

广告：也可以叫做招贴或海报，国内也称做宣传画。由于广告媒体的不断更新及发展，平面广告的形式已多元化，即除了原有的招贴以外，现在还有灯箱、路牌、巨幅广告等。

广告的含义，即广而告之，是国内外视觉传播的重要手段之一。其构成主要以文字和图形为主，有一部分平面广告是以插画为图形，因为插画可以根据你的想法进行自由发挥，进行丰富的变化，以达到传递信息的作用。（图6）

企业用品：由于市场经济的不断深入，使企业形象设计变得越来越重要。企业文化的逐步提高，让企业对市场及对内部的一些用品种类增多，样式不断翻新。比如：信封、信纸、名片、企业宣传册、年报、年历、贺卡等等。插画在这些企业用品中占有一席之地。

非物质类：

现在包括：影视动画、网页设计、多媒体、通讯等。

影视动画：由于科技的进步，电视的普及。商家通过电波媒体的影视广告来促进销售，这样使电视广告成为行销的重要武器。在影视动画中也逐渐渗透了一些二维或三维的商业插画作品。使其成为商业广告重要表现方式之一。（图7）

网页设计：在这个信息时代的背景下。网络使地球变得越来越小，人与人之间的交流手段也日渐丰富。每张网页上的小图标，无论静态的还是动态的，都能体现出一份

“人情味”，透着一份温馨、一丝幽默。商业插画增加了网页的趣味性，使数字化的世界里充满了艺术气息。（图8）

以上这些媒介是数字化、信息化的产品。它们是非物质的，是受到数字化处理的。控制声音信号和影像的自然动态，全部可以加以数字化处理，随时加以储存、输送、克隆、修改与编辑。

二、商业插画的工具及材料

“工欲善其事，必先利其器。”商业插画所涉及的工具和材料非常丰富，这就决定了最终的表现方式和效果。而且每一种工具及材料都具有自己的特点。手绘工具在效果上与计算机比较有着自身的优势及特点。首先在肌理变化上，手绘工具更能描绘出原始的美、朴素的美。另外，我们在纸上或画布上可以进行各种拓印、粘贴、转印、刮划等手段。而且笔与纸的接触让人感到更直接、更明了。这些工具与材料之间有许多种搭配。通过笔、颜料、纸的不断组合及技法的变化，可以产生出变化万千的画面效果。（图9）

随着计算机的出现及普及，数字化的网络也越来越密集，计算机设计也由刚开始的辅助设计变成今日的“主角”。设计师及插画师手中的笔都被鼠标替代，拿笔的时间都被鼠标所占有。现在商业插画的工具也越来越丰富了，因此，插画的工具也可以归纳为：传统工具与现代工具两类。

2-1 传统工具

可以按笔、颜料、纸及其他工具分类。在其它的插画专著中对工具介绍的较为详细，这里只简单的介绍常用的一些工具。

笔

铅笔：是最常用的一种工具之一。铅笔的主要构成材料是杉木杆和石墨。笔芯的主要构成材料是石墨和黏土。石墨是一种固体物质，具有金属光泽。石墨与黏土的混和比例决定了铅笔的硬度，笔杆上的末端标有硬度或浓度的型号。H——6 H表示依次硬度，HB表示中性，B——8B表示依次浓度。（图10）

铅笔使用方便且表现力极强，利用橡皮，也非常便于修改。结合纸的使用和橡皮擦法上的一些技法，它的变化则更加丰富多彩。

彩色铅笔：与铅笔的结构相同，只是在笔芯上有色彩



图8

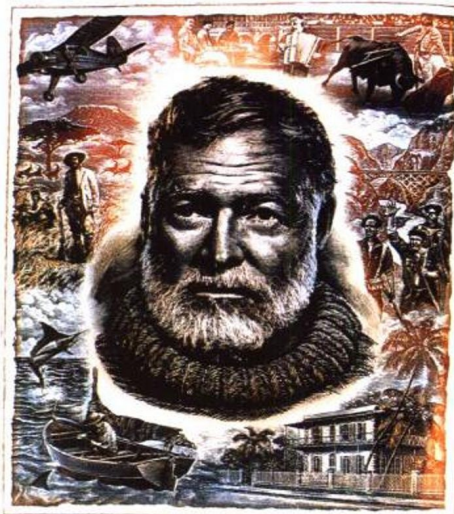


图9

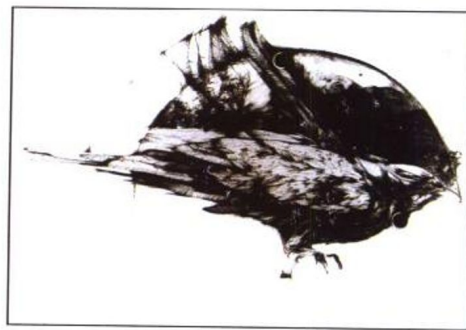


图10

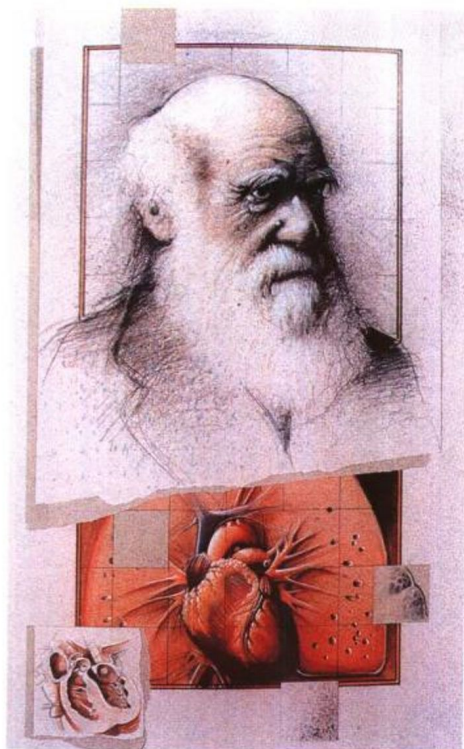


图 11

变化，笔芯材料由染料、蜡、树脂等材料组成。彩色铅笔使用画纸要求表面不能过于光滑，否则，彩色铅笔不易附着在纸上。另外，还有一种水融彩色铅笔。根据造型的变化画在纸面上以后，可以用蘸有清水的毛笔进行晕染，其效果类似水彩。（图11）

色粉笔：是由颜料粉与阿拉伯胶及少量的水等构成。色粉笔基本上分：硬质色粉笔和软质色粉笔两种类型。（图12）

喷笔：是以不同层次的喷样及晕调来表现的一种画笔，是插画的重要表现手段之一。喷笔可分为单控式和双控式两种。作为小型的插画，以双控式喷笔为主要工具，而且应有固定气源（空气压缩机等）支持。喷笔的使用较其它的笔类相对复杂一些，技巧性也较强。控制好力道和喷距是首要的任务。另外，喷笔的结构比较复杂。由于喷绘专著很多，这里就不作过多的介绍。

毛笔：是我国传统的绘画和书写工具。我国毛笔的种类繁多。主要有：硬毫、软毫、兼毫三大类。硬毫有紫毫、狼毫、山马毫等，其性能为坚挺、劲健、硬度强、弹性足，但出水慢、变化多；软毫是用羊毫、兔毫等，其特点：吸水量大、出水慢、变化多；兼毫是用羊毫和其它硬毫合制而成的一种毛笔，主要有：鸡狼毫、紫羊毫等，其性能柔中有刚，软硬适中。

我国的毛笔在传统的绘画、书法中具有极其丰富的表现力。我国历代画家运用毛笔所绘制的绘画作品是世界最有魅力、最具特色的画种之一。毛笔的表现力极强，所画出的线条刚柔相济、劲挺流畅、变化丰富，成为中国艺术独特的审美。由于毛笔丰富的表现力，我们应继承传统技法，在现代插画中加以合理利用，绘制出富有民族特色的插画作品。

颜料

彩色墨水（透明水色）：分为瓶装及册装两种，颜料色彩鲜艳、透明、无颗粒，色彩渗透力强。这样对纸的要求相对高一些。色彩的浓淡纯度是用水份的多少来控制的。由于透明颜料没有遮盖力，色彩的微妙关系是用多层次的着色与晕染来表现的。

水彩：分为块状色及管装色，性质是半透明，色彩鲜艳，颗粒细，画面渗透力强。相对来说覆盖力弱，色彩的变化与水份的多少有很大关系。

水粉：也称广告色。大致可分为管装色、瓶装色或袋

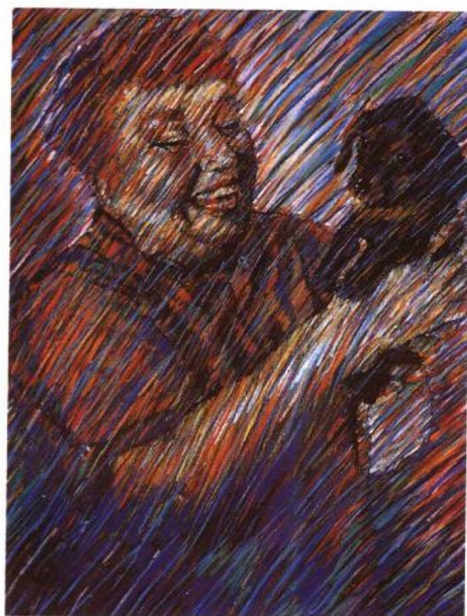


图 12

装色三种。管装色颗粒相对细一些, 适合描绘精细的画面。瓶装色、袋装色适合大面积运作, 且袋装色需加少量树脂胶与水调和。水粉色的色质纯正、色彩鲜明、不透明、覆盖力较强。

丙烯: 是20世纪中期发展起来的新颜料。其风格, 即具有水彩的轻盈及渗透力强的特点, 又具有水粉色和油画色浑厚及覆盖力强的特点。而且干后富有弹性并耐水, 其颜色鲜艳持久, 一般用水或专用的稀释剂调和即可。其颜料具有干燥快的特点, 所以用时注意层次之间的连接及过渡。(图13)

油画色: 油彩类, 以管装为主, 稀释剂为松节油或专用调色油。颜色干燥较慢, 覆盖力强, 厚画薄画均可。

国画色: 分为管装、瓶装及袋装等几种。国画色多以矿物质及动植物制剂作为颜料, 如: 朱砂、藤黄等。

墨: 墨在我国有着悠久的历史, 早在周朝时期, 我国已经开始制墨了。前人用墨和烟墨把文字写在甲骨文上以进行社交活动。至汉代已经在中国普遍使用。墨主要分松烟和油烟两大类。

纸

绘图纸: 纸质细, 稍吸水, 适用各种水性颜料。

素描纸: 纸质略粗, 稍吸水, 适用铅笔及水性颜料。

水彩纸: 分手工纸与机制纸两种。手工纸是手工制作的水彩画纸, 其重量比机制纸要重, 质地更有弹性, 纸面有肌理, 吸水性强, 适宜渲染。机制纸的纸面上有均匀的肌理, 吸水性较强。

白纸板: 纸面平滑, 稍吸水, 适用各类水性颜料。

玻璃卡纸: 纸质光滑, 吸水性差, 其性能适合做刮划技法表现。

有色纸: 有进口和国产之分, 种类繁多, 颜色各异, 而且纸面带有浅纹肌理, 可利用其自身颜色做相应的技法变化。另外, 用其做纸塑和纸立体, 可产生另一种风格。(图14)

宣纸: 我国各地盛产宣纸, 按原料分为: 棉料、皮料、草料三大类。按幅面大小分为: 三尺、四尺、五尺等。按纸的厚薄加工又分为: 单宣、夹宣、三层夹、蝉翼等。宣纸也分生宣和熟宣, 生宣纸有极强的吸水功能和渗透力。

其他工具

调色盒、笔洗、海绵、美工刀、剪刀、胶水等。



图 13



图 14

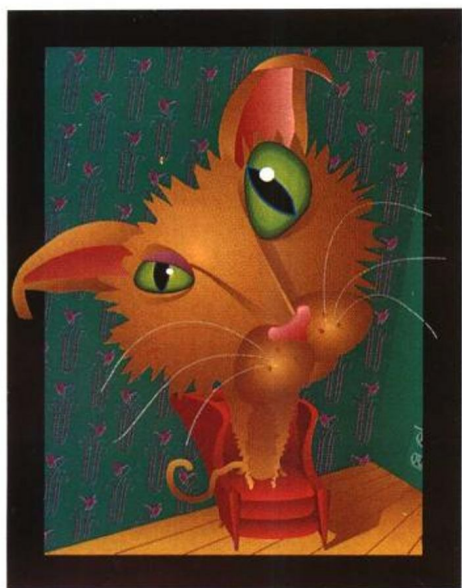


图 15

2-2 现代工具

现代工具的这个提法是针对计算机(电脑)来说的,因为计算机在设计领域的应用后,使设计工具也打破了原有的格局,也改变了许多观念,它自身的许多优势给设计师带来了方便及增加了工作效率。

计算机:

是大型的计算器,是一种根据人的操作指令进行自行处理的计算器,也可以称做电脑。它是由硬件及软件两部分构成。硬件部分是指:主板、内存、显示器、键盘等物理构件,而软件部分是指逻辑的运算程序,根据其使用功能可分为:图形类、图像类、工具类、教学类、财务类、文字处理类等多种类型。

在商业插画的设计领域所使用的图形图像软件非常多,其中可按二维和三维分类。二维软件: Photoshop、Illustrator、Goreldraw 等软件。

Photoshop: 是 Adobe 公司推出的具有强大功能的平面图像处理软件,作为世界标准的图像解决方案, Adobe Photoshop 公司一直以其强大的功能而被广泛应用,并且倍受世人瞩目。最近 Adobe 公司新推出的 Photoshop 6.0 重新定义了图像处理软件的内涵,它集成的矢量绘图工具拓宽了您的设计空间。现在您能将可编辑的矢量外形及文本合并到图像中,并将这些与分辨率无关的图形、文本与图像数据一起输出。其中内容层、图层样式、文本变形控制及其它富于创新的功能为您的设计提供了新的艺术空间。(图15)



图 16

Illustrator: 是 Adobe 公司推出的强大的矢量绘图软件,是绘制商业插画优秀软件之一。在 Adobe Illustrator 9.0 中将其原来强大的矢量绘图功能赋予到 Web 设计中,使之能制作完美的 Web 图形,并且具有文件更小、下载更快等优点。

Goreldraw: 是高级绘图软件包之一。利用它可创建准确的图形,绘制精美的商业插画作品,并且广泛应用于图案设计、广告设计、出版印刷、教学演示等多种领域。(图16)

三维软件: 3D studio MAX 等软件。

3D studio MAX 是 Autodesk 公司的主流产品。Autodesk 公司 1995 年进入中国。1996 年 3D studio MAX 在中国正式发售。3D studio MAX 是优秀的三维软件之一,具有较好的开放性和兼容性,并且具有上千种软件插

入模块扩展其功能。3D studio MAX 不但可以应用在商业插画中,还可以应用在建筑设计、国防科技、影视动画、医学研究、工业造型、事故分析等许多领域。(图17)

三、商业插画的设计及表现

3-1 目的性明确

在高度发展的市场经济社会中,商业设计(如:广告、包装等)已经成为经济的发展、商品的促销和引导人们消费的一种必需的传播手段。而商业插画就是紧紧围绕着这些重要的商业活动,来展现自己的风采;以自身的丰富变化及绽放的灵感来吸引人们的视线,来关注商品、消费商品。因此,我们先明确商业插画的目的性。首先应对商业插画的基本概念、方法以及对各种传播媒介有了充分了解的前提下,才能与商业设计融为一体。发挥商品有力的诉求效果,明确商业插画设计的目的性准确与否将决定了商业插画对商品起到的作用,对商品营销策略产生的影响。这就是建立在商品与消费者之间的桥梁。商业插画就是广告重要的一部分,是广告的视觉形象部分,其目的主要是通过各种手段来传播商品信息,同时还能让消费者了解商品优势及特性。

其次,在商业插画传播正确的商品信息的同时,还应注意其针对的目标对象,即目标市场。一个目标市场,是指一类人或一组人,他们具有相同的性格、兴趣和爱好,或面对着共同的问题,他们具有怎样的能力购买某一产品或服务,什么样的媒体形式可以将有关商业信息直接传递给这一组人的媒介手段。经过认真的调查和分析后,我们才能有的放矢,才能根据其喜好进行设计。举一个简单的例子:现在的儿童市场上,有一种“米奇”的服饰品牌,其来源可以追溯到美国的迪斯尼动画片中的一个角色——米老鼠。恰恰这个形象,正好符合了儿童的口味。儿童们非常喜欢使用带有米老鼠形象的服装、帽子、鞋、背包等等。随之而来的就是无限的商机,这里除了包含有商业运作的成份以外,米老鼠的卡通形象的成功设计有很大因素,而且也是一个经典的插画作品,因为它经得住时间的推敲,而且影响了几代人。这可以说明好的商业插画,其目的性也非常明确,它的商业价值和艺术价值的潜力也是无限的。

(图18)

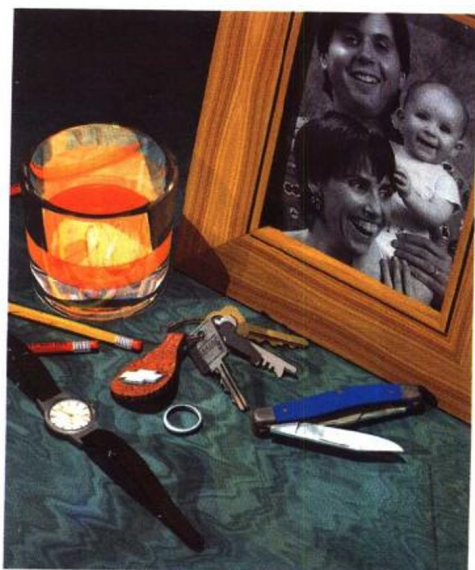


图 17

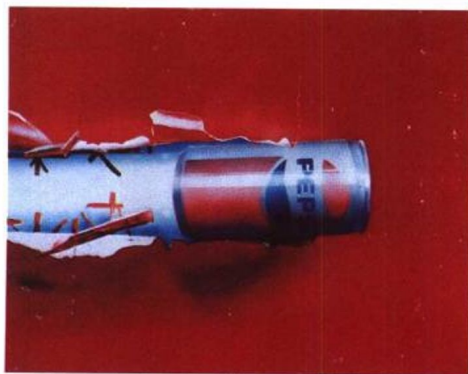


图 18

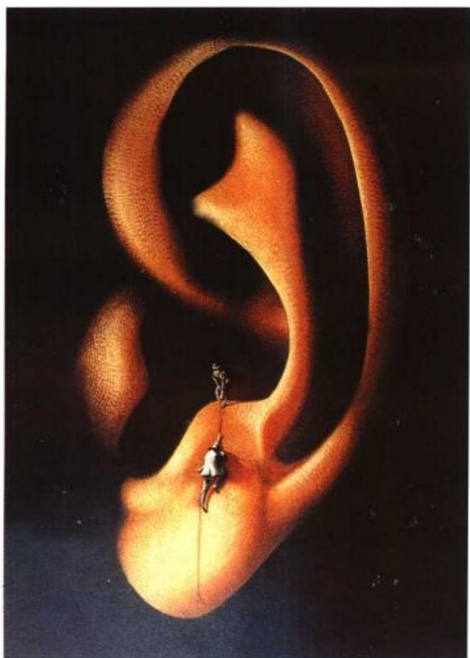


图 19

3-2 设计思维

设计思维也可以称做创造性思维和视觉思维。就是用创造性方法解决问题的思维方式。设计思维是一种高水平的复合思维形式,是在已有的知识和经验(包括技法)基础上进行的思维,是能动的思维,并且有明确的目的性。商业插画就是为商品积极主动的解决问题,寻找答案,并且利用独创性的思维方式,从画面中表现出正确的答案。它不但对设计的结果有极大的影响,而且首先也反映在不同的设计思想和设计的过程中。设计思维是一种观念,一种进步的观念,是在画商业插画过程中的出发点和指导思想,是在宏观上控制着最佳方案的思维方法。它自始至终都以整体制约着全部的内容及画面。并不是循规蹈矩、墨守陈规,而是不断的变化、不断的推陈出新,即——创新。不但包括在思想上创新,同时也包括在技法上。这样在画面效果上,才能给人耳目一新的感受。加上具有新颖构思的设计,这样才能吸引消费者,使消费者关注商品,对商品产生兴趣,随之产生购买欲。这是一个复杂的过程,其中的每个环节都应考虑周到。(图19)

3-3 形式美的因素

“内容决定形式”这是一个不变的主题。在商业插画中,一切也是依照着这个原则进行。那么,我们怎样来理解形式美呢?黑格尔曾提出:“美的要素可分为两种。一种是内在的,即——内容;另一种是外在的,是内容借以体现出意蕴和特征的东西。”休谟认为,形式美是“感觉的美”,“不是事物的性质,而是完全属于感觉。”美学家哈齐生则把“人工制造的各种形式、人物形状、科学定理”,列为“本原美”,即事物本身的某种性质,令人感到美。从以上这些观点,可以总结出形式美是一切事物美的外在的集中体现。(图20)

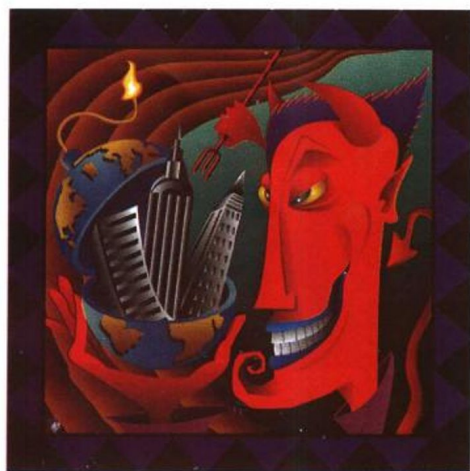


图 20

形式美可以说应是一种形式,它是多样性的。在商业插画中所体现的更充分。因为是工具、材料、技法、色彩及设计思维决定了它的多样性。我们可以把形式美分为两类。一类是有序的美,一类是无序的美(打破常规的美)。

按照表现形式分:

①. 平衡:在任何绘画、雕塑及设计作品中都离不开平衡。平衡是指在一个画面中,把两种或两种以上的形象或构成要素,均衡的分布在画面上的状态。

单纯的物理性对称是一种平衡,这种平衡我们称之为绝对平衡。这种平衡在我国传统的建筑格局及一些传统纹

样中可以发现,它给人一种庄严、稳定、牢固的视觉感受。另一种非物理性平衡,我们可以称之为相对平衡。这种平衡是根据人们的视觉心理总结出来的,是我们在画面上追求平衡的一种重要手段。

②. 重复:能表现一种有秩序的视觉形象,并由相同形状的等距排列形成,无论是向两个方向、四个方向延伸,还是自我循环,都是最简单也是最基本的节律,是一种统一的简单重复。整体上可以给人一种井然有序的感受。由于画面构成的要素和组合方式不同时,会产生不同的感受。在相同的形象做等间隔的重复排列时,便产生平淡、乏味的感觉,在不规则也毫无章法的反复排列中,也会产生视觉混乱而画面没有秩序的感觉,所以应该进行一些趣味的、适度的小变化在重复的方法中是必要的。

③. 韵律:表现一种协调的秩序,让人感到一种柔和而优雅的美。多以流线造型来展现自然的流畅舒展,或高低渐次排列等造型。造型的韵律与音乐中的韵律是一样的感觉,从中我们可以感受到韵律的本质:也就是有规则的或无规则的反复更替或是周期性的变化,这些都可以产生韵律。(图21)

④. 对比与调和:对比,也就是形象之间的不同和色彩之间的差异。这种差异是多方面的,有形象的大小对比、曲直对比、长短对比、空间对比和疏密对比等,有色彩的明度对比、纯度对比、色相对比、面积对比和冷暖对比等。调和,就是在对比中,找出统一因素,使各个形象之间具有一定联系。增加一致性,给人一种感觉完美的效果。使画面调和的要素很多,如在形状、颜色、气氛、方向等都具有这样的功能。但是好的作品往往是对比与调和的统一结合体。(图22)

⑤. 装饰:是对形象的合理修饰,是围绕主体形象做出的一些有序的变化,增加主体形象美感,使其变化丰富。

⑥. 特异:就是处在有序的设计群体中,有个别异质性的形象,会突出地显现出来,并破坏局部范围的规律,使这个局部显得很特殊,因此而引起观者的注意。这种方式在商业插画中应用可增加画面的冲击力,而且容易突出重点。

3-4 商业插画的表现

商业插画的表现技法种类繁多,表现方式丰富。这里我们就不能一一进行叙述,只简单的记述常用的几种:

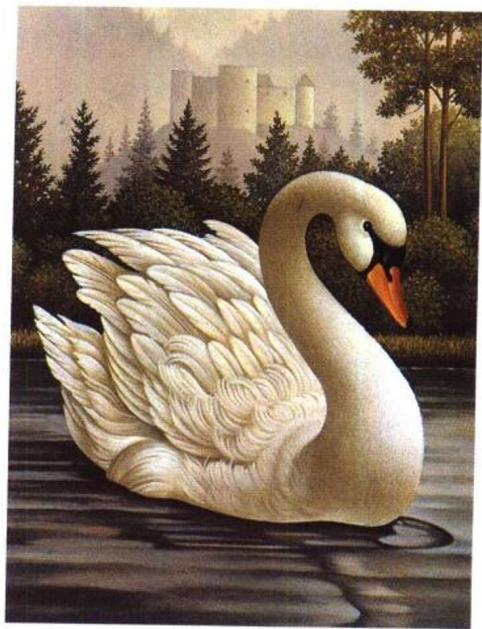


图 21



图 22

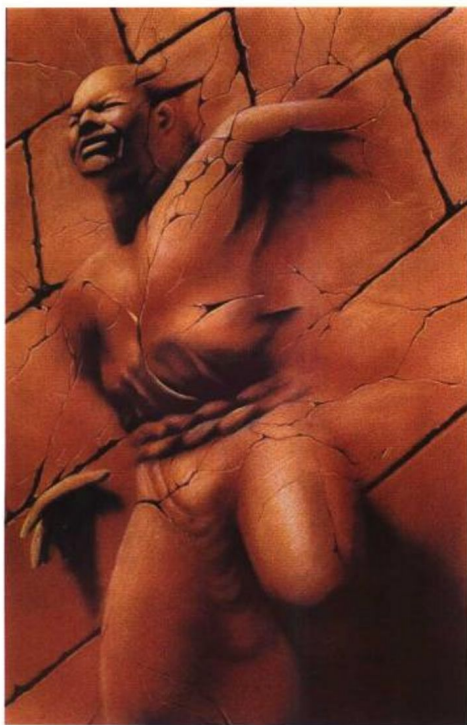


图 23

①. 素描：

是商业插画的一种最基本的表现方式，是一切造型的基础，也是一门独立的造型艺术。它作为商业插画的一种表现形式，给人以单纯、质朴的感觉，它可以用线来表现，可以用面来表现，可以具象表现，也可以抽象表现。总之，素描的表现力也是富有变化的。虽然它的画面颜色单纯，但往往是这种单一的颜色，它正是以此来营造一种很直接、很原始的感受。对于现在的商业插画领域与以前相比较，出现了许多新工具、新技巧的新生代插画。素描类的插画却在它们面前，显得超凡脱俗、独树一帜。也许有人会认为这是一种怀旧的心态或是落伍的一种表现。我认为每种工具和每种技巧都有它们的表现特点和生存方式。

②. 平涂：

是商业插画最常用、最基本的一种表现方式，它的操作方法简便、效果直接，易学易用。一般都是以线稿为依据，然后填色勾线。最常用的颜料是水粉色（广告色）。

③. 喷绘：

是现代商业插画的一种重要的表现形式，是近几十年国内外设计家广泛使用的工具之一。它依靠喷笔及一些其它辅助工具进行绘制，可以产生很丰富的效果，可以进行写实表现、超然表现、装饰表现等手法。喷绘是根据喷笔喷出的晕调、喷样来进行变化，结合一些手绘工具来进行描绘，在描绘的过程中可以根据所要表现的对象结合相应的技法来进行合理表现。（图23）

④. 纸立体：

是根据各种色纸及肌理纸等其他纸类的自身特点，用切、割、拉、伸、剪贴等方法进行科学合理的艺术加工后制成纸浮雕式的商业插画。制作这种商业插画时，纸的种类及数量必须有保证，这样才能在色彩上、质感上进行变化，并增强它的表现力。因为这种纸插画是立体的，所以在纸的加工上必须依据表现的对象进行相应的折法和切割。（图24）

⑤. 电脑平面表现：

是现在商业插画重要的二维表现方式，可以根据不同软件和设计需要对插画进行不同的处理。在绘制时可以充分发挥电脑的优势，如：可以不断的进行背景尝试，可以很方便的更换插画的色调，可以给某些区域加上色彩肌理，可以随时返回绘制插画的历史记录等等许多的电脑操作方式。由于电脑的输入设备和输出设备的不断拓展，如：扫

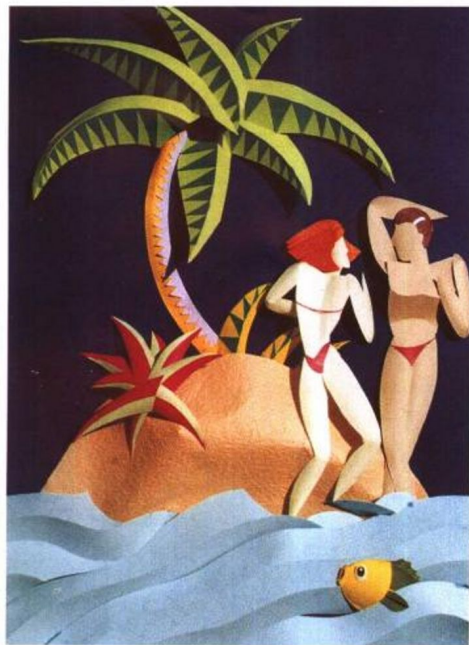


图 24

描仪、数码相机和打印机等，可以利用这些设备进行很复杂的商业插画绘制，使绘制的程序简便。（图25）

⑥. 电脑三维表现：

是利用电脑的三维软件来进行商业插画绘制，可以充分发挥设计思维，进行三维设计，拓展你的三维空间，意想不到的虚拟现实及真实的场景等，如：烟雾、气效、金属质感、石材质感、光感等等。

电脑三维软件比较适合表现超然的商业插画设计，可以把画面表现的非常逼真。而且可以点燃你非凡的创造力，并且发挥你的想象空间。



图 25

四、商业插画的步骤及范例

有人曾经提出这样一个观点：“画什么比怎样画更重要。”我很赞同这句话。它为最后的画面设计提出了一个重要的问题，而且突出了设计构思，因为在中国画中也讲究“意在笔先”的道理。这都符合设计的重要前提——构思。做任何事情应成竹在胸后开始着手去做，方能达到事半功倍的效果。在下面的这个商业插画范例中就是加强了画前的构思，经过了深思熟虑后，决定了这幅手绘商业插画的选题，它是以可口可乐易拉罐作为描绘对象，力求尽可能的以写实性描绘。同时在构图上做一点变化，使原本相同的静物，产生合理的对比，从中我们可以体会到东西方文化与生活的区别及联系。

步骤一：

根据静物的大小，安排其构图。先用拷贝纸（硫酸纸）把画好的线稿拷贝到裱好的画纸上。然后用软型板把易拉罐罐身边上的字体遮挡上。用型板刀将其刻出。

以圆形型板作遮挡，用喷笔喷出易拉罐的罐口和罐底，颜料用深蓝加大红（颜料：水粉色，以下颜料同上）调出。第一遍喷洒时要清淡。只要勾勒出其造型即可，以其结构为主，围绕结构线进行刻画。（图26）

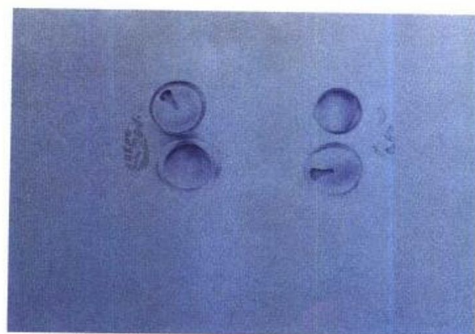


图 26

步骤二：

用圆形型板做遮挡，对罐口和罐底做合理遮盖，以深蓝加大红加少许黑，进行喷洒。运作时控制好喷笔的力道。对处于背光处的暗部进行重点晕喷，对凸凹圆滑的缓面处予以缓慢过渡，使其具有纵深感。

在易拉罐的罐身处，用喷笔以大红的纯颜色对其施喷。第一遍要薄薄喷洒，注意其叠加的结构变化，顺其纹理进

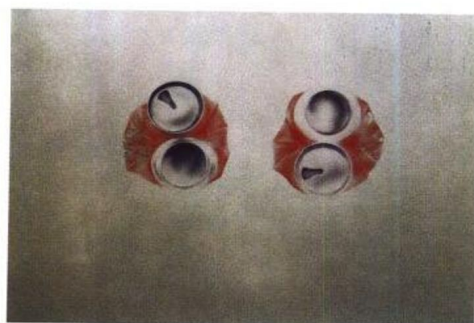


图 27