

摄影与设计

PHOTOGRAPHY & DESIGN

国际知名旅游酒店塑身广告创意



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

国际知名旅游酒店塑身广告创意

主编 彭年生 范汉成

湖北美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际知名旅游酒店塑身广告创意 白维纯编.

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. ①国... II. ①白... III. ①旅游酒店 广告—设计—世界—图集

I. J534.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第027314号

国际知名旅游酒店塑身广告创意

作品选编 白维纯等

创意点评 黄又璜 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 武汉市武昌区黄鹄路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。换句话说讲就是做什么“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。

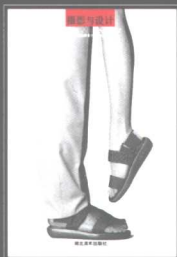
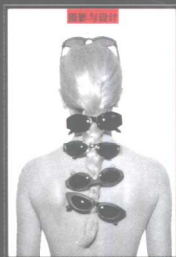
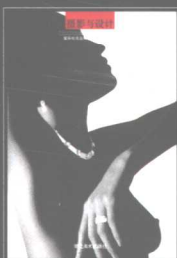
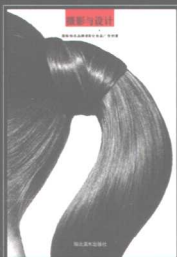
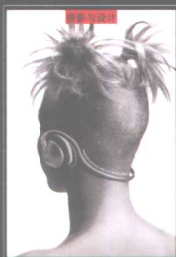
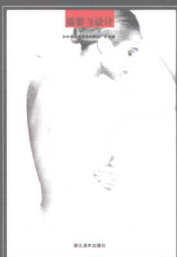
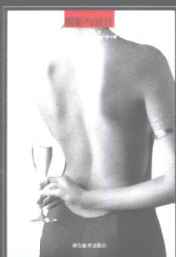
摄影与设计的关系犹如画龙点睛。商业摄影图片的质量优劣对商业广告设计乃至对推销商（产）品的成功与否都起着决定性的作用。无论是哪一类消费者，往往会或多或少地受平面商业广告的影响，以决定自己的购买意向。因为影像的力量最具震撼力，也最容易打动消费者。假若说一则广告的整体是“龙”，其主体影像是“睛”，那么巧妙的设计就如同神笔一“点”，否则，盘“龙”何以能腾空出世？

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、暗喻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！

《摄影与设计》丛书



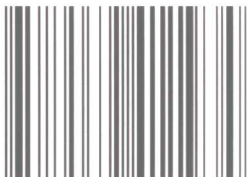


主 编 彭年生
范汉成
作品选编 白维纯
创意点评 黄又璜
吕枫韵
资料翻译 曾 静
整体设计 彭年生

《摄影与设计》丛书

国际知名品牌箱包皮鞋广告创意
国际知名品牌珠宝手表广告创意
国际知名品牌家用电器广告创意
国际知名旅游酒店塑身广告创意
国际知名品牌服装内衣广告创意
国际知名品牌烟酒食品广告创意
国际知名品牌香水护肤霜广告创意
国际知名品牌美容化妆品广告创意
国际知名品牌汽车摩托车广告创意
国际知名手机眼镜照相机广告创意

ISBN 7-5394-1193-7



9 787539 411934 >

ISBN 7-5394-1193-7/J · 1074/8

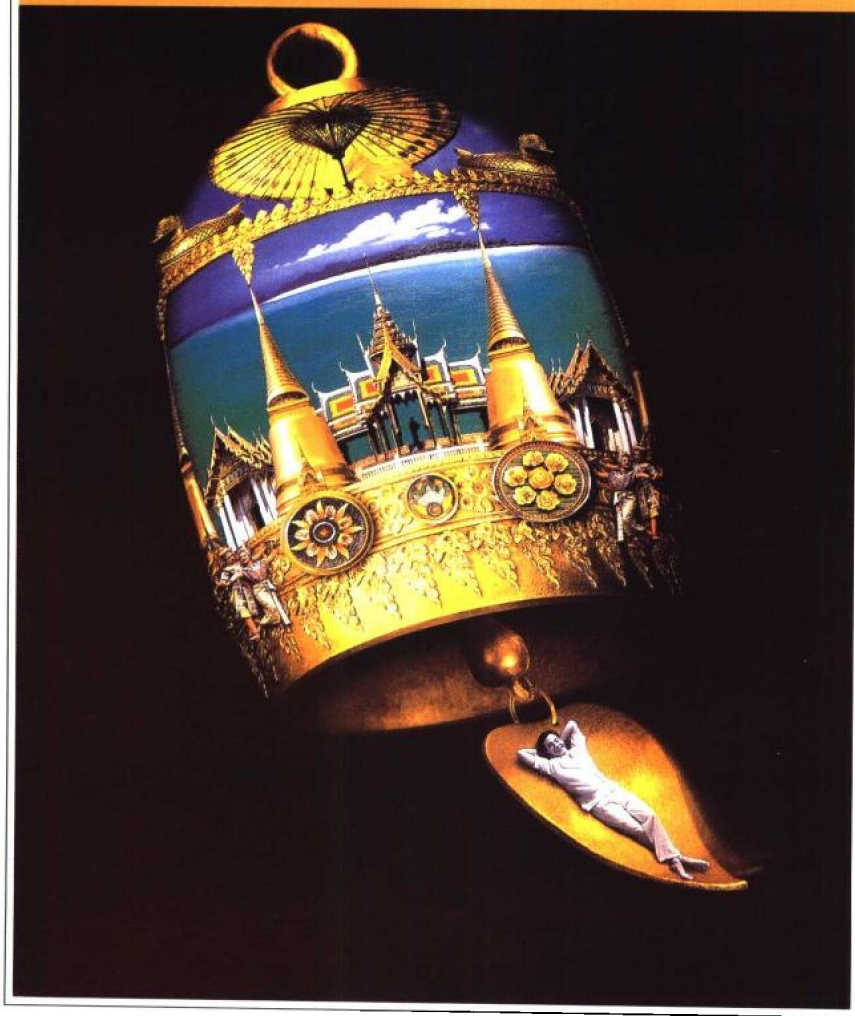
定价: (共10册 300元)本册30元



泰国旅游广告之一

■ 以别致的泰国木勺为主要的视觉载体，勺把上三头泰国大象款款走来，勺中一湾湛蓝的海水，两叶皮筏，还有那座落沙滩上的金色佛塔，现代化的旅游饭店、五彩斑斓的沙滩椅，三位神采飞扬、顺激流而下的潜水者与河上满载果蔬的小船，热带鱼，海星和漂浮的泰国国花形成强烈的曲直、动静、黄蓝对比，精美的菜肴则如宝石一般嵌于勺壁上，使独具特色的泰国古老文化、灿烂风光和美味佳肴通过巧妙生动的构图凝练成一幅魅力四射的泰国之旅画卷。

自在飞翔



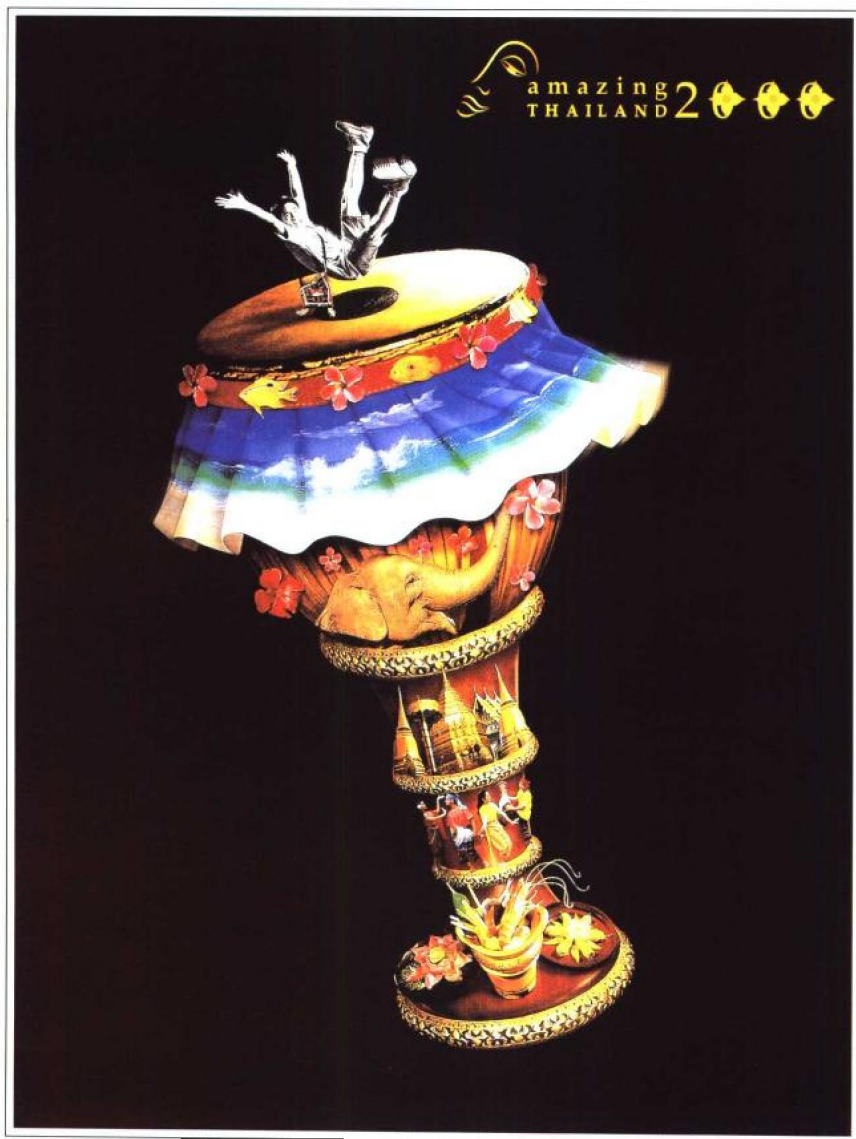
泰国旅游广告之二

■ 极富泰国佛教文化特点的大钟上，金碧辉煌且对称的尖顶建筑与静谧的碧海蓝天相趣，钟铃的金色叶片上悠然自得地躺着一位旅游者，宛若置身仙境一般。



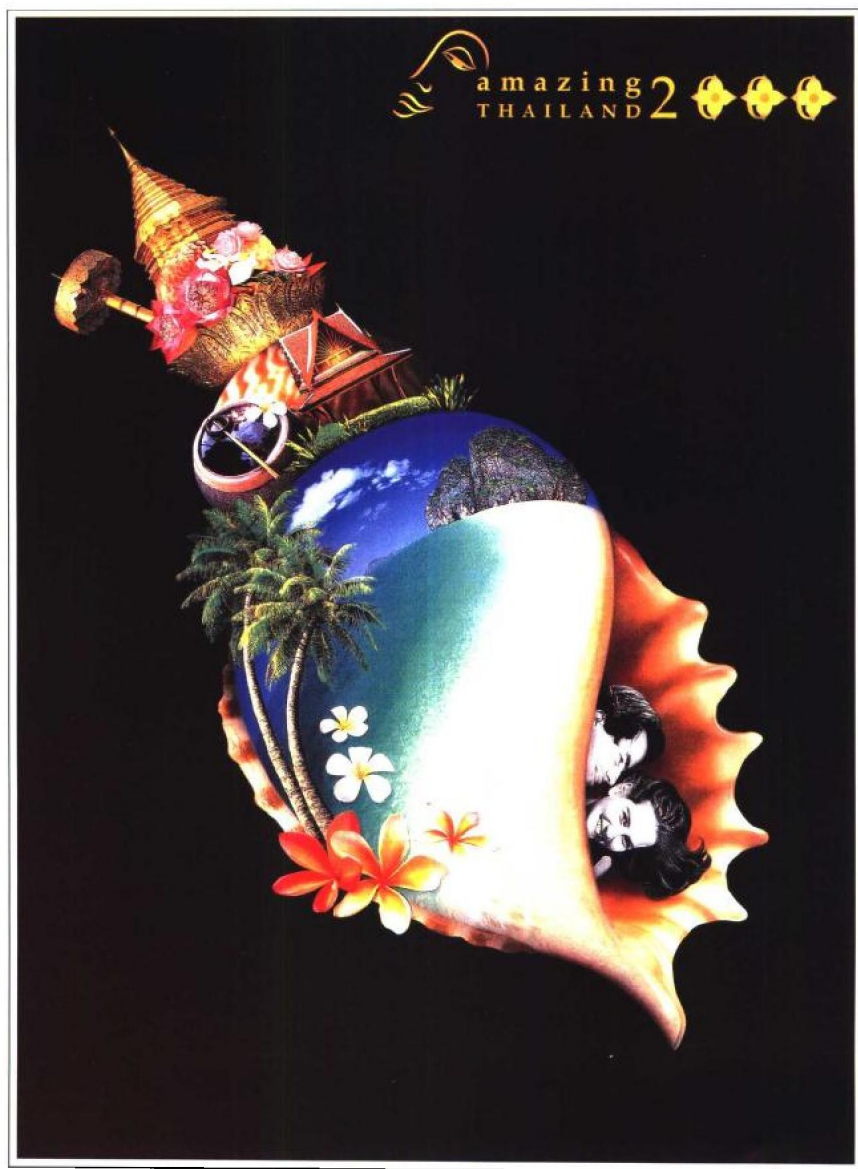
泰国旅游广告之三

采用极为大胆的构图形式，将一张女性笑脸的局部置于画面正上方顶端，嘴边勺中盛着一朵绽放的粉莲与画面下端拼嵌在碗壁上莲花瓣盛放美食的盘碟遥相呼应：既似顺勺而下的琼浆，又如碗中升腾而起的香气中漂浮的金佛像，佛塔进一步强化了泰国饮食文化中的佛教色彩，一顿丰盛的斋餐，一定能让你获得心满意足的感受。



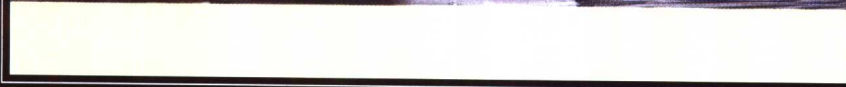
泰国旅游广告之四

象皮鼓上被鼓点震起的游客何以会快乐无比？有蓝天、碧海、沙滩、大象、佛塔、歌舞与美食相伴，哪一位游客又能不高兴开怀？



泰国旅游广告之五

饱览过泰国的天然美景和独具特色的泰式建筑，再品尝一顿佳肴美味，在椰树送来的微风和海涛声中，蜗居在海螺里的情侣，伴着阵阵香气袭人的花香相拥而眠，梦乡之旅一定充满着温馨与浪漫。



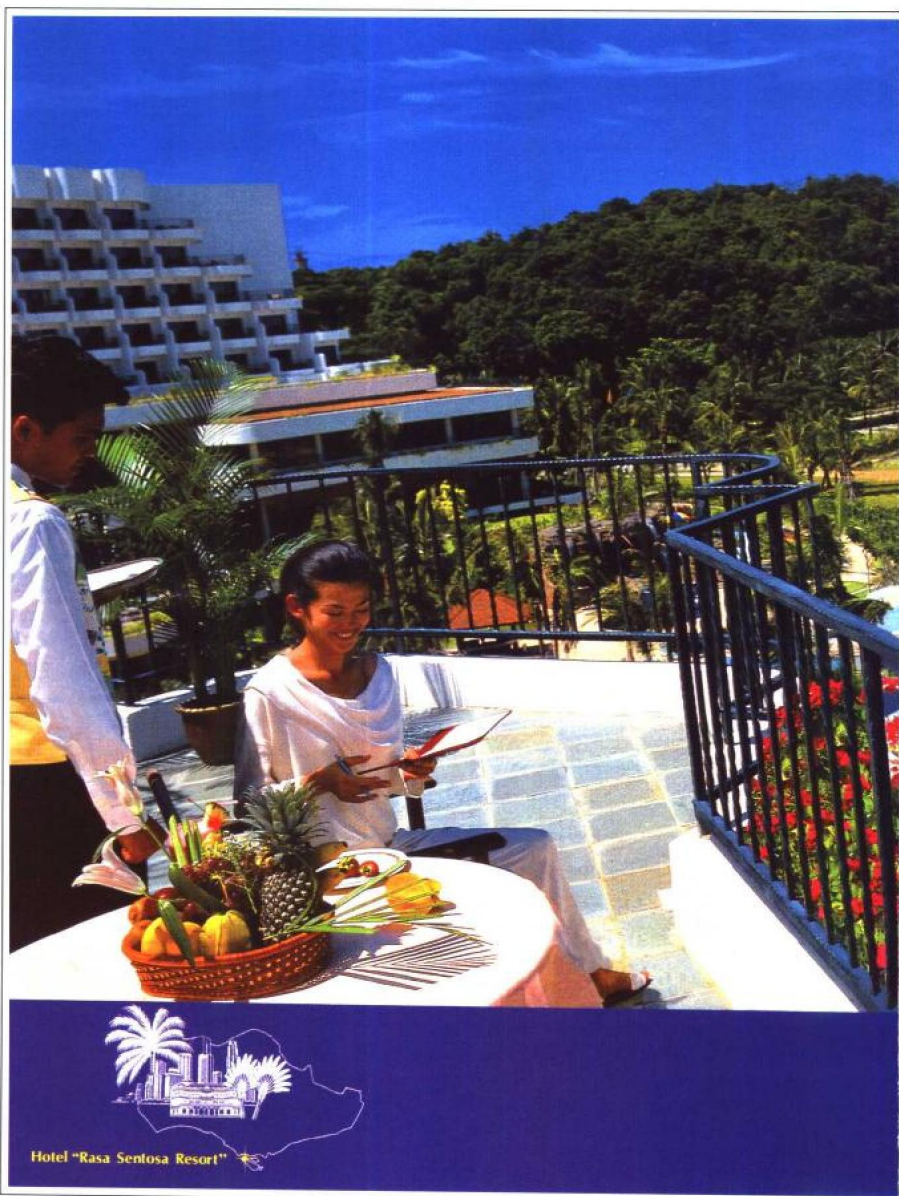
■ 以泰国自然景观与佛塔、菜肴及民族歌舞等极其巧妙地构成华丽的泰国国王和王后的头饰，可谓匠心独运。

艳丽异彩 欢乐满载

EXOTIC
Thailand



泰国旅游广告之七



新加坡旅游广告之一

阳光、蓝天、碧水、鲜果、红花、绿树……每一天的好心情，都是从早餐开始。



Live
it up!

Fira livet i mångfaldens Singapore.

Öppna dina sinnen. Njut av lokala frestelser i gathörnet, skäm bort dig på Orchard Road. Kom närmare paradiset på exotiska öar och umgås med lekfulla delfiner. Ett café blir en teater-

scen, ge dig hän. Dramatiska vyer från Singapores högsta hotell. Ta för dig av det mångkulturella överflödet och släpp loss i nöjesnatten. Kom till Singapore och känn pulsen. Livet är nu!

新加坡旅游广告之二