

二十一世纪设计家丛书

商业插画

张雪 编著

BUSINESS
ILLUSTRATION

ART DESIGN SERIES

西南师范大学出版社

二十一世纪设计家丛书

商业 插画

张雪 编著

BUSINESS
ILLUSTRATION

西南师范大学出版社

商业 插画

21世纪设计家丛书

商业插画 张 雪 编著

出版、发行：西南师范大学出版社 （重庆 北碚 400715）

责任编辑：王正端 柏 松	封面设计：周琮凯 版式设计：王正端	经 销：新华书店 制版印刷：四川省印刷制版中心
		开本：787×1092 1/16 印张：10.25 字数：30千 插画：55页 版次：1998年6月 第1版 印次：1998年6月 第1次印刷 印数：1~10000 书号：ISBN 7-5621-1753-5/J·97 定价：65.00元

序

我们面对一个设计的时代，大到城市环境，小到身边的日常用品，从无到有都始于设计，设计的事物比比皆是。设计伴随着科学技术和人类文明的不断发展，被广泛用于社会的各个方面，已成为现代物质与精神文明生活之必需。

设计这种利用知识、智慧密集型的创造活动满足着日益增长的物质与精神生活的需要，正在改变着社会，推动社会的进步与发展。设计对开发产品，诱导消费，提高商品竞争力，改变人们的生活方式、生活结构，创造新的生活环境和企业的发展起着重要的推进作用。尤其在信息社会，设计将信息转化为商品价值，为推动社会发展作出贡献，因此，设计越来越受到世界各国的重视，人们已经意识到设计是进步与革新的重要组成部分。80年代以来设计已成为投资的重点，设计教育成为许多经济发达国家的基本国策，受到高度的重视。

设计是整个人类物质文明与精神文明的结晶，是一个国家科学与文化发展的重要标志，它不仅创造着今天，也规划着明天。

20世纪已接近尾声，21世纪正快步向我们走来，新世纪的曙光已依稀可见，我们正处在人类历史上最伟大的第四次科学技术革命的前夜，历史和未来将在此交汇。

21世纪，设计具有重大的历史使命，未来的时代将是决策的竞争，是技术与人的素质的竞争，是将以设计决定胜负的时代。

专门研究发展趋势的美国未来学家约翰·奈斯比特在其新著《亚洲大趋势》中强调，21世纪将回归到龙的世纪，他认为中国将成为一个世界强国。这将是一个前所未有的崛起。面对时代运转潮流的机遇与挑战，走向21世纪的中国，要更好地参与国际竞争并使之尽早成为一个新的世界强国，必将需要大量高素质的设计人才，要求设计教育的崛起和更大的发展。

当前国内设计教育和设计产业的迅速发展呼唤着设计理论的引导。恩格斯说过，一个民族如果没有理论思维，就不能立于世界民族之林。同样，如果现代设计人才缺乏较高的专业理论素养，不能用专业理论来指导设计实践，自觉地去把握设计的固有规律与

发展趋势，真正发挥设计的特殊功能，从一种自发的设计行为转化为自觉的创造性劳动，就决不可能设计出具有价值的作品。为顺应时代发展的需要，传播现代设计理论，更好地培育适应21世纪社会发展需要的艺术设计人才，我们特地编辑了装潢设计与环境设计两套系列丛书。

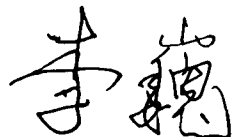
现代设计是一门新兴的、自成体系的学科，是20世纪工业和商品经济高度发展中，科学、经济和艺术结合的产物，是工业社会与现代生活的产物，是人类社会进入现代社会的标志。作为一门新兴的学科，在其发展过程中已形成了自身较完善的理论体系。本丛书按照编辑主题，作者们结合设计教学和实践的探索与思考，力求向读者介绍当代设计领域的最新成果，即设计的新思维、新观念、新理论、新技巧和新作品，以期能帮助读者开阔视野，把握未来设计的发展趋势，提高理论素质，更好地迎接21世纪的到来。

本丛书主要是为我国设计院校设计专业的学生和在职的年轻设计师们编写的，他们将是下个世纪中国设计领域的主力军，是中国设计界的未来与希望。我们衷心地期望有更多的设计教育界和设计界的朋友们来做这一工作，共同推动我国设计教育的发展。

本丛书的编写力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性、实用性于一体，观点明确，深入浅出，图文结合，可读性、可操作性强，可作教材参考及自学之用。

由于我们学识疏浅，掌握的资料有限，加之写作时间仓促，丛书中缺点、错误在所难免，希望能得到批评指正，以便今后修订与完善。

谨将此丛书献给世纪之交的年轻的设计师和未来的设计师们！



1996年4月

丛书编审委员会委员

主 编：李 巍

马一平	(四川美术学院	副院长	教授)
罗 力	(四川美术学院	副院长	副教授)
宋乃庆	(西南师范大学出版社	社长	教授)
黄宗贤	(西南师范大学美术学院	副院长	教授)
郝大鹏	(四川美术学院装环系	系主任	副教授)
杨仁敏	(四川美术学院装环系	副系主任	副教授)
李 巍	(四川美术学院装环系		教授)
夏镜湖	(四川美术学院装环系		教授)
樊文江	(西安美术学院设计系		教授)
王国伦	(中央工艺美术学院装潢系	系主任	副教授)
孙晴义	(中国美术学院装潢系		教授)
应梦燕	(广州美术学院设计系		副教授)
孙 明	(鲁迅美术学院装潢系	系主任	教授)
尹 淮	(重庆市建筑设计院		高级建筑师)



作者简介

张雪生于1963年。1978年考入四川美院附中，1981年毕业，同年考入四川美院工艺系装潢专业，1985年毕业，获学士学位，毕业后分配在国营重庆无线电厂担任设计工作，1992年回校任教，现为四川美院装潢环境艺术系讲师。

张雪



前言

在现代设计领域中，商业插画可以说是最具有表现意味的，它与绘画艺术有着亲近的血缘关系。商业插画的许多表现技法都是借鉴了绘画艺术的表现技法。商业插画与绘画艺术的联姻使得前者无论是在表现技法多样性的探求，或是在设计主题表现的深度和广度方面，都有了长足的进展，展示出更加独特的艺术魅力，从而更具表现力。从某种意义上讲，绘画艺术成了基础学科，商业插画成了应用学科。纵观商业插画发展的历史，我们可以看到它在当今人们的生活中，占有相当重要的位置，它虽然不可能取代绘画艺术，但其应用范围却在不断扩大。例如，一幅关于奥运会或世界杯的插画，其影响面之广，可以大大超过许多绘画大师作品，这是不容争辩的事实，这种现象非常值得我们去研究。

时代的列车把我们带上了信息高速公路，世界在变小，我们已经置身于设计的时代，人们的日常生活中充满了各种商业信息。可以说，我们已经离不开商业插画了。面对这一现实，设计师应当对商业插画的诸多问题加以深入的思考和研究，使其更好地为社会服务。

国外的商业插画发展迅速，已成为一门十分成熟的应用艺术。与之比较我们还有相当的距离，不仅缺少有一定规模的专业商业插画设计师队伍，也缺少具有影响力的专业设计机构。商业插画的重要作用尚未受到人们的重视，至今国内尚未出版过商业插画年鉴，这方面的研究专著与译著也如凤毛麟角。

本书精选了国外一些最新的商业插画精品，介绍给自由设计师和未来的设计师，以期能起到启迪借鉴、开阔视野的作用，从而推动我国商业插画艺术的发展。笔者根据自己的认识编著了这本书，由于水平有限、资料匮乏和时间仓促，书中难免有错漏，希广大读者指正。

商	业
插	画

二十一世纪设计家丛书

ISBN 7-5621-1753-5



9 787562 117537 >

ISBN 7-5621-1753-5 / J · 97
定价: 65.00元



目 录

前言

1 第一章 商业插画的概念及演化

1 第一节 插画的定义

1 第二节 插画的历史演变

8 第三节 插画的应用领域

31 第二章 商业插画的功能与作用

31 第一节 商业插画的界定

35 第二节 商业插画的诉求功能

37 第三章 商业插画的审美特征

37 第一节 目的性与制约性

37 第二节 实用性与通俗性

39 第三节 形象性与直观性

39 第四节 审美性与趣味性

39 第五节 创造性与艺术想象

41 第六节 多样化、多元化

43 第四章 商业插画的形式

47 第五章 商业插画的表現手法

47 第一节 写实表现手法

70 第二节 抽象表现手法





73 第三节 幽默表现手法

77 第四节 综合表现手法

81 第五节 立体插画

85 第六章 商业插画的设计准则

85 第一节 主题明确

86 第二节 创意独特

86 第三节 真实可信

86 第四节 感染共鸣

87 第五节 图文一致

91 第七章 商业插画的创意表现

91 第一节 卓越的创意是商业
插画的生命力

91 第二节 插画创意能力的培养

92 第三节 商业插画的艺术表现

113 图 版

151 参考书目

153 后 记



第一章 商业插画的概念及演化

第一节 插画的定义

插画是一种艺术形式,是为了达到某种目的的一种视觉化的造形表现,大多配合文字与图片,透过非语言的直观形象完成心与心交流的传达目的。作为文字的辅助要素对文字具体的内容作说明。

《辞海》对“插画”的解释是:“指插附在书刊中的图画。有的印在正文中间,有的用插页方式,对正文内容起补充说明或艺术欣赏作用。”这种解释主要是针对书籍插图作出的定义,是一种狭义的定义。

由于情报时代的来临,现代社会的发展,现代插画的含义已从过去狭义的概念(只限于画和图)变为广义的概念,即文字的作图部分,包括摄影图片,绘画插图、图表,或是抽象的图形符号,均被统称为插画。

插画作为现代设计的一种重要的视觉传达形式,以其直观的形象性,真实的生活感和美的感染力,在现代设计中占有特定的地位,已广泛用于现代设计的多个领域,涉及到文化活动、社会公共事业、商业活动、影

视文化等方面,成为人们喜闻乐见的媒体形式。

第二节 插画的历史演变

一提起插画,人们总是将它与书籍联系起来,这是非常自然的。我国最早的插画是以版画形式出现的。佛教自印度传入我国,佛教美术也逐渐兴起,为宣传教义而在经书中用“变相”图解经文,因此,运用版画插图这种形式就再恰当不过了。目前史料中记载我国最早的版画作品,有唐肃宗时刊行的《陀罗尼经咒图》(图1)。刊记确切年代的则有唐懿宗咸通九年(868年)王玠为二亲敬造普施之《金刚般若经》所附的扉页画(图2)。这是一幅相当成熟的版画作品,可以推测在它之前肯定还有一段发展历史。到了宋、金、元时期书籍插画有了长足的进步。插画的应用范围扩大了,经、史、子、集四部里差不多都有插画,不少文学作品、医药书、历史地理书、考古图录书、日用百科书等书籍中都大量附有精美的插图,并出现了彩色套印的插画。明清时期,可以说是古代插画大发

第一章 商业插画的概念及演化

第一节 插画的定义

插画是一种艺术形式,是为了达到某种目的的一种视觉化的造形表现,大多配合文字与图片,透过非语言的直观形象完成心与心交流的传达目的,作为文字的辅助要素对文字具体的内容作说明。

《辞海》对“插画”的解释是:“指插附在书刊中的图画。有的印在正文中间,有的用插页方式,对正文内容起补充说明或艺术欣赏作用。”这种解释主要是针对书籍插图作出的定义,是一种狭义的定义。

由于情报时代的来临,现代社会的发展,现代插画的含义已从过去狭义的概念(只限于画和图)变为广义的概念,即文字的作图部分,包括摄影图片,绘画插图、图表,或是抽象的图形符号,均被统称为插画。

插画作为现代设计的一种重要的视觉传达形式,以其直观的形象性,真实的生活感和美的感染力,在现代设计中占有特定的地位,已广泛用于现代设计的多个领域,涉及到文化活动、社会公共事业、商业活动、影

视文化等方面,成为人们喜闻乐见的媒体形式。

第二节 插画的历史演变

一提起插画,人们总是将它与书籍联系起来,这是非常自然的。我国最早的插画是以版画形式出现的。佛教自印度传入我国,佛教美术也逐渐兴起,为宣传教义而在经书中用“变相”图解经文,因此,运用版画插图这种形式就再恰当不过了。目前史料中记载我国最早的版画作品,有唐肃宗时刊行的《陀罗尼经咒图》(图1)。刊记确切年代的则有唐懿宗咸通九年(868年)王玠为二亲敬造普施之《金刚般若经》所附的扉页画(图2)。这是一幅相当成熟的版画作品,可以推测在它之前肯定还有一段发展历史。到了宋、金、元时期书籍插画有了长足的进步。插画的应用范围扩大了,经、史、子、集四部里差不多都有插画,不少文学作品、医药书、历史地理书、考古图录书、日用百科书等书籍中都大量附有精美的插图,并出现了彩色套印的插画。明清时期,可以说是古代插画大发



图2



图3

1477年，英国出现了最早的印刷广告，作者是威廉·卡克斯通。但17世纪的法国曾有一条法令，禁止未经允许张贴传单。到1761年，法国国王路易十五规定，告示牌的平板，为安全起见，必须固定在墙上，这就是后来招贴板、广告牌的雏形。值得一提的是法国人朱西斯·瑟勒尔(1836年~1933年)于1858年印制出了第一张彩色石印图样，当时的石印技术已发展到每小时可印刷1万个印张。瑟勒尔本人精通传统的绘画技法，他将这些技法运用在招贴画的创作中，其内容是一些马戏团广告、商品广告等等，并使之有一种大众化口语的感觉。他为自己的作品选择了新的位置——街道。一种崭新的艺术形式诞生了，这引起了无数理论家与艺术评论家的注意。有人把瑟勒尔称为装饰艺术运

动的一个重要源头。

19世纪90年代是广告招贴画繁荣的顶峰：贴在墙上的招贴画常被盗走；许多广告招贴画可以上画展到巴黎展出；著名的画家如毕加索、马奈、劳特累克、贝纳尔等都参与广告招贴画的创作，他们都以自己的画笔为招贴画史添上了辉煌的色彩。进入本世纪以后，广告插画渐渐与整个商业美术合流。商品经济进一步发展，科学技术不断进步，商业插画的形式和风格逐渐确立，载体也不断地增加。新的商业观念、销售观念，促使商家和消费者都更加注重产品的附加值——审美价值。60年代以后，CI战略的兴起，使商业插画更有了用武之地。于是，除了在传统的载体中见到商业插画之外，商业插画已经被广泛地用到招贴海报、产品介绍、商品

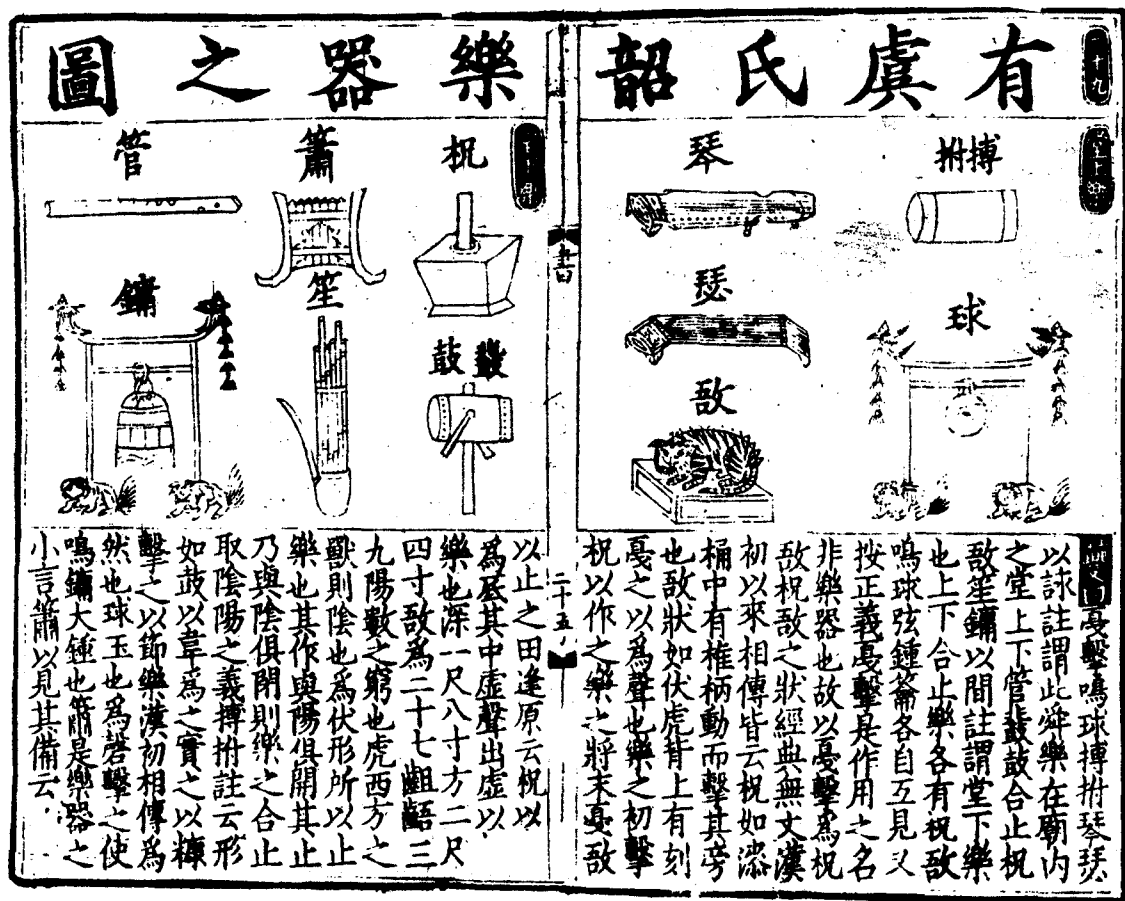


图4

包装、报刊杂志上。

社会发展到今天, 插画更是被广泛地用于社会的各个领域。技法和媒体越来越丰富, 除了丰富版面、增强读者的阅读兴趣等表现功能外, 它还扩展了我们的视觉领域, 把肉眼的极限, 即我们日常生活中看不到的世界展现出来, 使我们幻想的东西视觉化; 把现实中根本不存在的想象中的东西, 予以视觉表现, 使抽象的思想、观念具象化(图5~图8)。插画扩展了我们的视野, 丰富了我们的头脑, 给我们以无限的想象空间, 开阔了我们的心智。插画从图形入手, 让图形说话, 用造型传达其信息, 以强烈的视觉冲击力打动观者的心, 引起观者的联想和刺激观者的

想象, 让观者在审美的过程中接受和处理所传递的信息。这就是插画为什么越来越广泛地被运用于社会各个领域的根本原因。值得注意的是, 插画在商品经济时代, 对经济的发展起着推波助澜的作用; 反过来商品经济也给予插画设计的发展以巨大的推动。插画从它诞生的母体——书籍之外, 找到了巨大的生存空间。书籍作为插画主要的载体已经成为历史, 更为丰富的载体随着技术的进步、社会的需要而不断涌现, 这些媒体在商业领域里扮演着重要的角色, 插画也更多地为商业活动服务。可以说, 插画进入了商业插画时代。

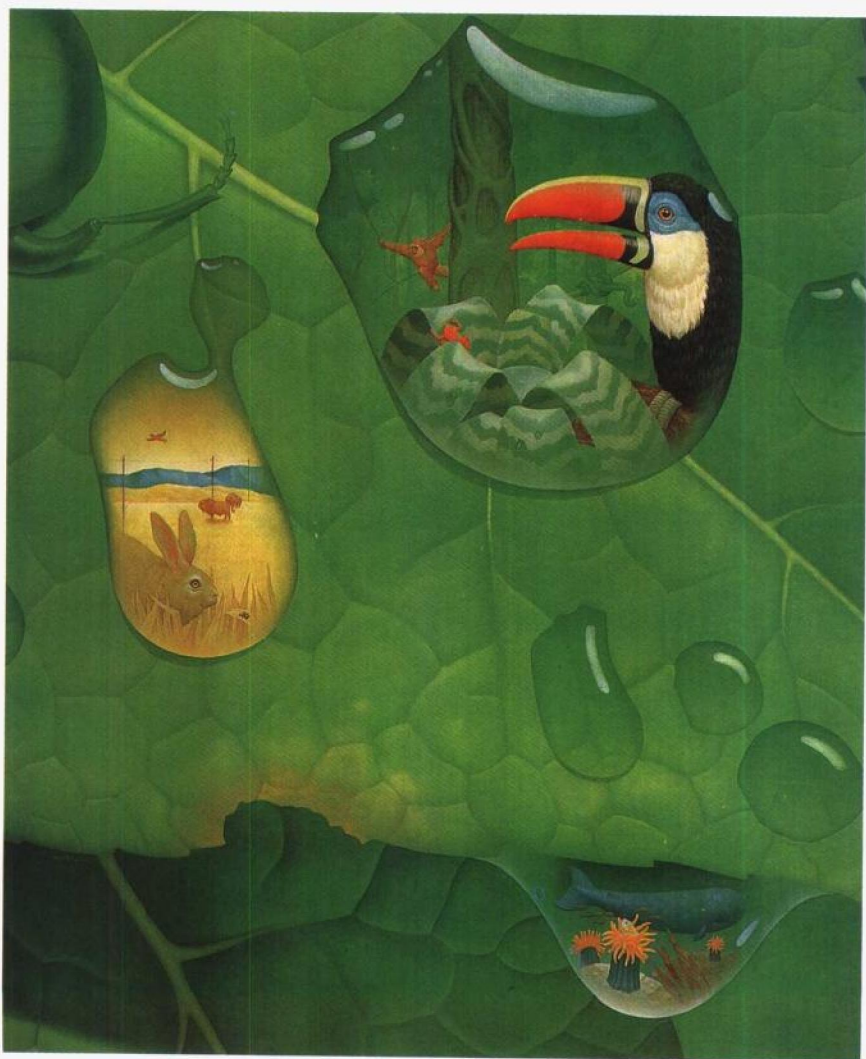


图5



图6



图7