

刘时燕 编著

Part. 2

广告设计之

招贴

[Dd] 设计丛书

DIVINE design

陕西人民美术出版社

part.2

招贴

DIVINE design

→ 15

图书在版编目(CIP)数据

广告设计之招贴/刘时燕编著. —西安: 陕西
人民美术出版社, 2003.8

(Dd设计丛书)

ISBN7-5368-1690-1

I. 广... II. 刘... III. 广告—宣传画—设计
IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第057001号

广告设计之招贴

GUANGGAO SHEJI ZHI ZHAOTIE

刘时燕 编著

陕西人民美术出版社出版发行

(西安市北大街131号)

新华书店经销 西安新华印刷厂印刷

889×1194毫米 32开本 4.5印张 20千字

2003年8月第1版 2003年8月第1次印刷

印数: 1-3000

ISBN7-5368-1690-1/J · 1336

定价: 28.00元



设计是时髦的词，设计是流行的事。什么都可以拿来设计一番，什么都必须设计一番。因此，就有了那么多的设计要做，也就有了那么多要做设计的人，所以得有更多的学习设计的人去前仆后继。

都说，现在是 e 时代。我说，它首先得是 d 时代，没有 d，e 得了吗？科技是生产力，设计也是生产力！

西安美术学院副院长



[Dd]设计丛书 编辑委员会

DIVINE design

主 任：郭线庐

副 主 任：彭程

主 编：彭程 刘西莉

执行主编：陈青

委 员：(按姓氏笔画排列)

史 刚 刘时燕 刘 沛

吴林桦 李荣伟 李望平

李路葵 张 浩 周维娜

赵 战 柯建军 高 民

高晋民 黄向东 阎 评

郭 杰

目录

第4阶

进步.....64

案例

- 1.经典招贴赏析[p.64] <a. 非洲人权系列招贴/b. 冈特·兰堡的精彩世界/c. 冈特·兰堡的书籍世界/d. 兰尼·索曼斯的表现风格/e. 白木彰的生活招贴/f. 福岛治的和平招贴/
2. 优秀招贴欣赏[p.74]

第3阶

跑步.....36

技巧

- 1.招贴的创意手法[p.36] <a. 联想与想像/b. 比喻与象征/c. 借代与拟人/d. 夸张与变形/e. 诙谐与幽默/f. 形象的置换/g. 空间与空白/
- 2.招贴的表现手法[p.48] <a. 具象型招贴/b. 抽象型招贴/c. 文字型招贴/d. 综合型招贴/
- 3.招贴的表现技法[p.54] <a. 计算机手法/b. 摄影手法/c. 绘画表现/d. 混合技法/
- 4.招贴的创作程序[p.62] <a. 了解需求/b. 确定主题/c. 创意构思/d. 绘制草图/e. 制作正稿/f. 印前修正/g. 交付印刷/

第2阶

漫步.....10

概论

- 1.招贴的分类[p.10] <a. 商业招贴/b. 公益招贴/c. 文化艺术招贴/d. 系列招贴/e. 主题型招贴创作活动/
- 2.招贴的创意[p.18] <a. 吸引读者/产生共鸣/b. 古为今用 洋为中用 c. 破除规矩/推陈出新/
- 3.招贴的构成要素[p.20] <a. 招贴的大小/b. 招贴的主题/c. 招贴的标语/d. 招贴的文案/e. 招贴的插图/f. 招贴的广告主/
- 4.招贴构成要素解析[p.28] <a. 招贴的色彩设计/b. 招贴的图形语言/c. 招贴的文字设计/d. 招贴的编排设计/
- 5.招贴的时代特征[p.35]

第1阶

起步.....1

- 导言 1.招贴设计的历史[p.1] <a. 招贴的概念/b. 招贴的起源/c. 招贴的发展/
- 2.招贴的特征及功能[p.7] <a. 强烈的视觉冲击力/b. 独具匠心的创意/c. 准确地传达信息/d. 广博的社会内容/

1. 招贴设计的历史

岁月流转，时光飞逝，世间万物瞬息万变。

在漫长的人类历史进程中，文明与文化同步前进。文化，引导着人类进入健康文明的理想境界；文化，影响着人类的社会生活。招贴设计，作为人类社会文化中重要的视觉表现形式之一，与我们的社会历史环境、文化生活息息相关。

在浩瀚的历史长河中，纵观文化发展的脉络，可以探究出招贴设计深层次的文化内涵。

a. 招贴的概念

■■■■■

招贴是广告设计中的重要表现形式之一，在公共广告媒介中占有很重要的位置。

招，指打手势，用公开的方式叫人来。贴，即粘贴。

招贴，又称海报、宣传画，英文称作 Poster，是一种张贴在公共场合，传递信息，以达到宣传目的的印刷广告形式。

招贴能够大量复制，时常出现在人流量大，人口密集的地方，具有时效性强、信息传递快等特点。

招贴的画幅远远大于报纸广告和杂志广告，因此具有很强的视觉吸引力，是大众喜闻乐见的艺术形式。当今社会，招贴以它包罗万象的表现内容及形式，独具特色的魅力，逐渐成为一个相对独立的设计艺术种类。

b. 招贴的起源

■■■■■



• 世界上最早的印刷广告
济南刘家功夫针铺铜版广告

在设计发展史上，最早有据可查的招贴是以告示的形式出现的。据文史记载，公元前三千年，在埃及古城底比斯的废墟中，发现了一张莎草纸，写着愿悬金质硬币以酬赏追捕一名逃跑的奴隶 shem（赛姆）的内容。

在我国，随着造纸术、印刷术的发明，世界上最早的印刷广告出现了。在中国历史博物馆收藏着一枚北宋时期“济南刘家功夫针铺”的四寸见方的铜版雕刻，内容有关刘家功夫针铺的白兔商标及产品质量、做工等宣传文字。这则广告通过铜版印刷工艺完成，能够大量复制，比西方印刷广告早三百多年。



• 江苏桃花坞木版年画 有镇宅辟邪含义的《钟馗》两幅 • 天津杨柳青木版年画 有镇宅辟邪含义的《钟馗》两幅

印刷术的巨大成功,使雕版彩色套印成为现实,它是水印木刻的前身,由此推动了民间木版年画的发展。年画源于魏晋南北朝,到明朝达到了登峰造极的地步,清朝晚期,形成了江苏桃花坞、天津杨柳青、山东潍坊等不同风格的木版年画。从现代设计观念论,木版年画、木版插图、民间剪纸等艺术形式,除了满足审美的欣赏外,也是传达民间生活“辟邪纳福、欢乐喜庆”等情绪的一种招贴设计。我国的彩色套印比欧洲早了一百多年。

在此之后的数百年间,人类文明随着科技的发展不断进步。

13世纪,印刷术传入西方;15世纪,德国人古腾堡研制成活版印

刷。印刷工艺的产生刺激了印刷图形设计的萌芽和发展。19世纪,产业革命引发了各类发明创造。造纸机、印刷机的出现,使高效率、大批量印刷成为现实。照相机的发明,刺激了摄影技术的发展。摄影的产生,对于招贴设计有着无比重大的意义。当今,摄影已成为招贴设计的重要表现方法之一。

19世纪中晚期,现代招贴设计随着历史的演进逐渐产生并形成规模。



• 郑曼陀 旗袍美女
中国山东烟公司



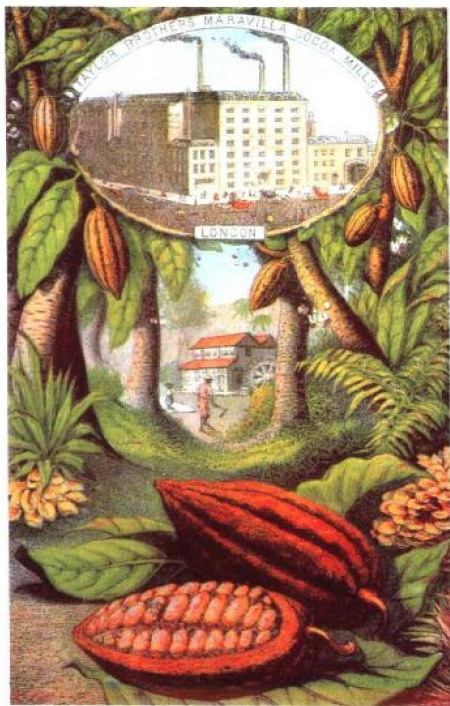
• 谢之光 湖亭美女
永备牌电筒电池

c. 招贴的发展

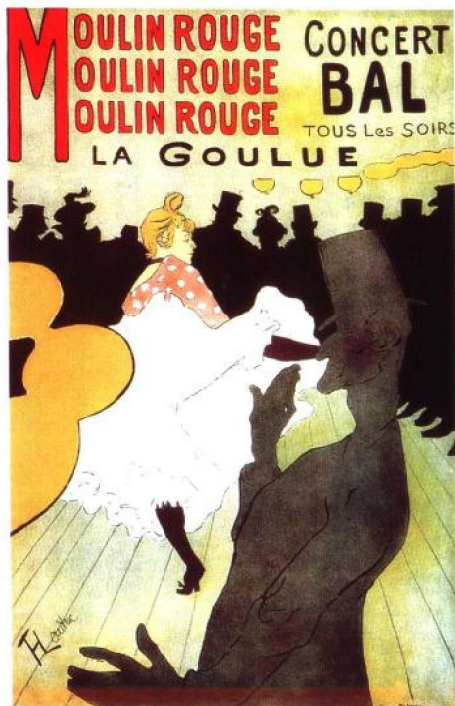
19世纪后半叶，工业革命刚刚起步，新兴的工业家开辟出越来越多的市场后，开始推销他们的产品，一方面巩固自己的市场，另一方面使自己的产品更为人所熟知。这个阶段是现代招贴设计产生并发展的重要时期。

1866年，法国画家，著名设计师吉斯·查雷特（Jules Cheret）在巴黎自己的印刷厂设计制作了第一张彩色石版招贴，这幅作品标志着现代招贴的诞生。

查雷特是一位勤奋、多产的设计师，他一生创作了数以千计的招贴作品，题材涉及社会生活的各个方面，印数多达二十多万张，对社会产生了深远的影响，被誉为“现代招贴之父”，他是世界招贴史上的第一位大师。



• TAYLOR兄弟公司可可广告 / 1870



• 查雷特《MOULIN ROUGE》音乐会招贴 / 1891

由于招贴兼有设计与绘画的特点，并具有很强的轰动效应，因此，一些著名的画家和设计师，如夏尔丹、马奈、波纳尔、劳特累克、克里姆特、珂勒惠支、蒙克等纷纷加盟，创作了大量题材广泛、内容深刻、极具影响力的招贴作品，在当时形成了许多风格流派，对招贴设计的发展起到了积极的推动作用。

以德国大师鲁西安·波恩哈特为代表的海报风格，以挪威画家蒙克、德国画家珂勒惠支、艾米·诺尔德等为代表的表现主义风格，以康定斯基、马列维奇、罗德钦柯为代表的构成主义，以达利、恩斯特、约翰·米罗等为代表的超现实主义风格，以蒙德里安、杜斯伯格、莱克、奥德为代表的风格派，此外还有立体主义风格、未来主义风格等等，对招贴的设计及发展影响颇大，现代招贴设计也因此出现了空前繁荣的景象。

在林立的风格流派中，德国的包豪斯对现代设计产生了深远的影响。1919年，德国建筑师威廉·格罗佩斯创立包豪斯建筑学院，聚集了一大批杰出的艺术家、设计师，如保罗·克利、康定斯基、莫霍里·纳吉、赫伯特·拜耶、朱斯特·史密斯等大师，综合了立体派、达达派、构成主义、超现实主义等各种流派的新观念，把在绘画、色彩、平面、立体、摄影、印刷、材料等方面的研究成果引入教学与设计中，使包豪斯的平面设计和招贴设计面貌焕然一新，形成了独特的风格，在当时的设计界起到了承前启后的作用。



- 原苏联政治招贴
- 美国轮胎招贴

在第一次世界大战和第二次世界大战期间，招贴设计在各国都产生了非常重要的作用。

在战争的刺激下，世界各参战国政府都把招贴作为最主要的大众传播媒介。战争期间，招贴在宣传“政治纲领”、“保密防谍”、“征兵募捐”、“节约物资”、“推广产品”、“促进生产”、“鼓舞士气”等方面起到了团结人民、教育人民、打击敌人的有力作用，并带动了战后商业招贴的飞速发展。

二战（1945年）以后，世界经济开始复苏，并进入日益繁荣的阶段，随着商品经济在世界范围内的大发展，需要广告促进商品竞争和流通，因而带来了招贴设计的黄金时代。

历史的车轮永不停步，当今，随着科学技术的高速发展，计算机时代的到来，对招贴设计具有划时代的意义。电脑使劳动生产率成千倍地提高，各种各样先进的材料和制作手段，也使招贴设计进入了一个超时空的领域。

招贴设计驶入了蓬勃发展的黄金海岸，世界许多国家纷纷涌现出了一批著名的设计师。

如瑞士风格的代表人物艾米尔·鲁德、艾明·霍夫曼、巴尔默等。

波兰招贴的代表人物特拉伯可夫斯基、H·托马斯维奇等。

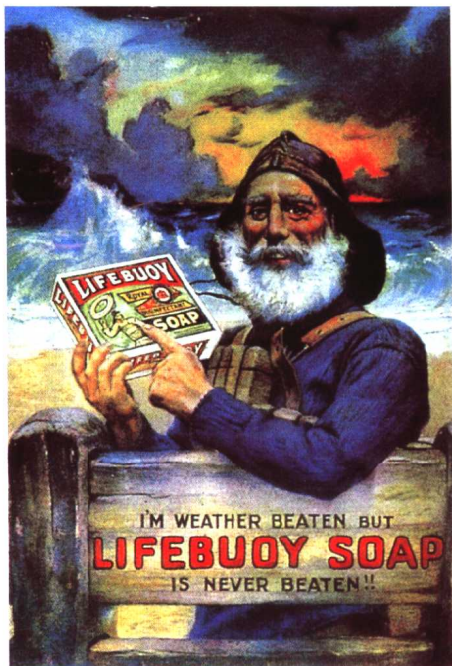
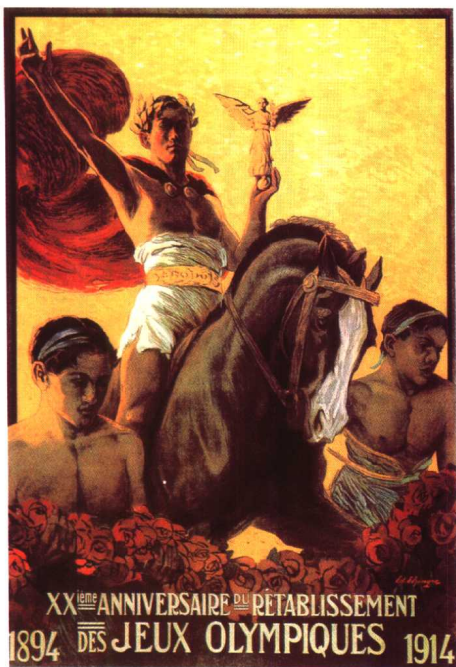
德国卓越的设计大师金特·凯瑟、冈特·兰堡、拉姆博、凡·德·山德等。

美国艺术家、设计师杜桑、蒙德里安、拜耶，招贴设计大师兰德、贝斯、兰尼·索曼斯等。

日本设计大师龟仓雄策、福田繁雄、田中一光、五十岚威畅、永井一正、青叶益辉等。

他们的招贴设计都继承了本民族的特点，并融入了国际艺术设计的现代理念。这些不同国家、民族和地区的设计，体现出不同的风格特征，这些作品不仅反映出大师们卓越的设计智慧，也展示了设计师们的艺术天才。

他们引领着招贴设计的时代潮流。



- 奥林匹克20周年纪念招贴 / 瑞士 / 1914 (上左)
- LIFEBOUY 香皂 / 英国 (上右)
- 京苏联政治招贴《前进! 胜券在握》/ 1941 (下左)
- 我国政治招贴《打倒帝国主义》/ 1919 (下右)

2. 招贴的特征及功能

尽管各个民族的许多设计大师都在招贴设计这一领域施展着自己的个性与才华,但招贴的设计语言仍具有很多的共性和特点,如新奇、简洁、夸张、冲突、直率、冲击力,这些特征将帮助我们更深入地了解招贴设计。

a. 强烈的视觉冲击力



今天的世界已进入信息时代,我们每天都要主动或被动地接受数以千计的信息,不论人们身在何处,都会淹没在广告及各种信息的海洋中。招贴,就是这无数信息中的一个。在这样浩瀚的信息海洋中,要想被识别出来,必须具有强烈的视觉冲击力。

招贴被张贴在人流涌动的公共场合,它的时效性强,画幅比一般报纸、杂志广告大一些,因此,在远处就能引起大家注意,而招贴的目的正是在短时间内远距离传递信息和意念。因此,增强视觉冲击力,吸引人们的视觉注意是招贴设计首先要做到的。

人们对于新鲜的、奇特的、刺激的事物都会存好奇心,抓住这些特点进行构思设计,从表达内容和形式上共同来创造视觉冲击力。

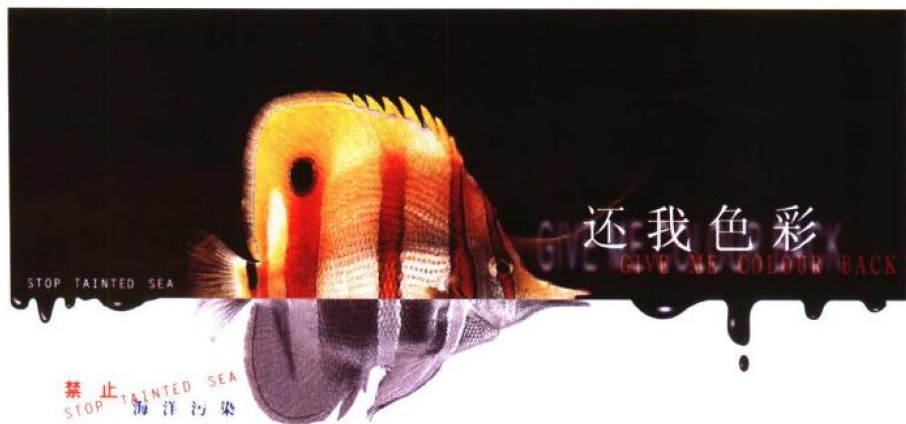
b. 独具匠心的创意



创意是设计的灵魂,彰显个性的构思,出奇制胜的表现,能够使招贴作品具有生命力。“大众化”的构思是招贴创意的天敌,独辟蹊径的构思才有品位。

创意的同时又是打破与创新的过程,旧有的观念和规矩是导致作品陈旧的原因,在不断的否定与创造中,才能创出新的风格。

一切创造都不能有条条框框,当新的风格形成,逐渐被大家所接受时,它又成为更新的风格的绊脚石。不破则不立,现代招贴设计,在有破有立中循序向前。



• 史纲：《还我色彩》

c. 准确地传达信息

信息已成为大众生活中司空见惯的内容，因此大家对信息的热情取决于信息本身。人的视觉停留在一则信息上的时间为三秒钟，如果三秒钟不能了解信息，就会放弃阅读。作为提示性信息传播媒介的招贴设计，必须在短时间内吸引读者，并准确地传达信息，不能有误。

传达信息是招贴创作的目的，信息传达得是否准确，也是检验招贴作品成功与否的标准。

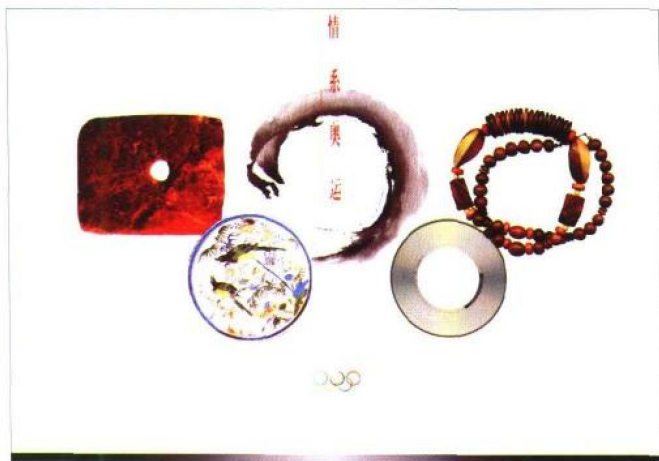
招贴设计中表现的信息一定要真实、可信、健康、有效，不能传递虚假信息，不能无中生有。

招贴设计在传播信息的同时还传播了精神意识，它改变着公众的审美、思想和价值观念，影响着大众的行为和生活方式。因此，招贴设计应倡导一种积极向上的生活态度。

d. 广博的社会内容

招贴设计体现广博的社会生活，内容广泛，包罗万象。

一般的平面广告适宜商业类、文教类，表现公共社会生活有限，而招贴的适应范围较广泛。它能够表现政治动向、国家政策、大型运动、安全运输、防灾防毒、储蓄、福利、纳税、资源、旅游交通、服务、社会风尚等社会生活中的多方面内容。



• 李路葵 史纲 黄向东
《情系奥运》



• 黄向东
《城市让生活更美好》

1. 招贴的分类

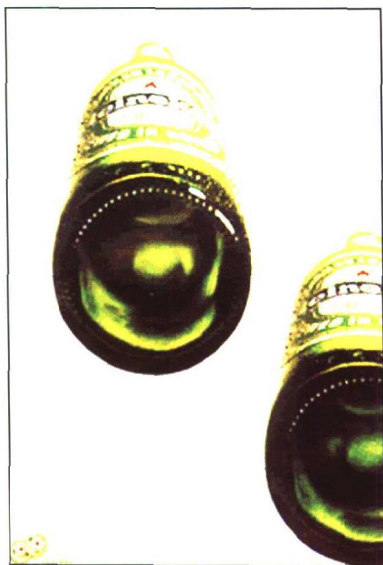
招贴作品的分类方式很多,从使用角度上可分为商业招贴和公共文化招贴;从表现技法上分,可以有绘画型和计算机特技处理型招贴;从创作形式上,可分为单幅招贴和系列招贴;各方因各种缘由组织的各种主题型招贴创作活动……

a. 商业招贴

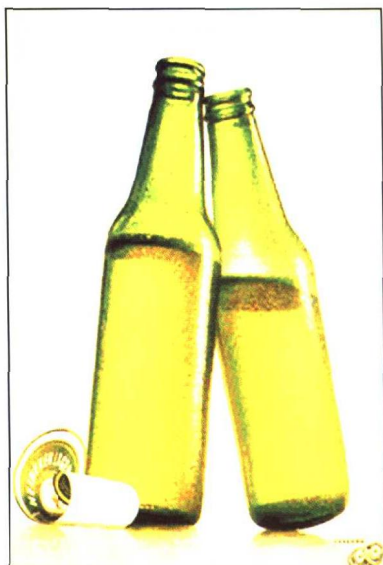
商业招贴是以行销、盈利为目的的广告。通过对商品特点的突出表现,引起消费者兴趣,激发购买欲望,从而达到促进销售的目的。

- 王稼樛 黄放 《新一代极品水蜜西瓜》
- 柯建军 《人人求长寿 长寿505》
(下右)
- 吴亮男 《NOKIA 生活无限精彩》
(下左)





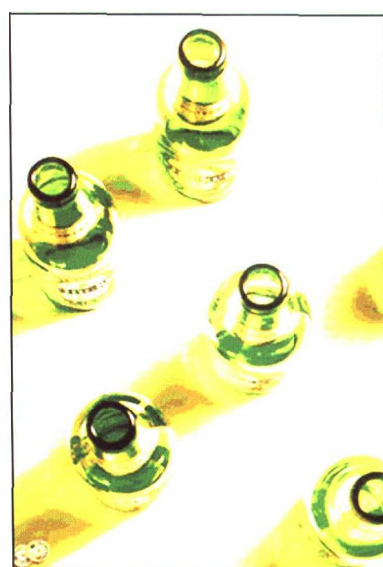
- 视觉中国 海尼根系列招贴—友谊篇
《有些人你只是和他一杯到底，
有些人却是一辈子到底》



- 视觉中国 海尼根系列招贴—友谊篇
《够交情，就不用表面功夫》



- 视觉中国 海尼根系列招贴—友谊篇
《对味才能对位》



- 视觉中国 海尼根系列招贴—友谊篇
《酒虽然空了，心却是满的》