

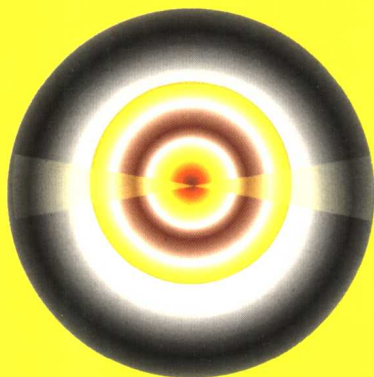
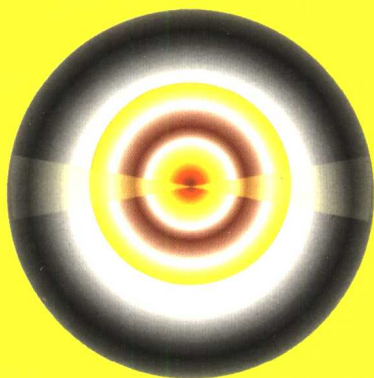
ADVERTISEMENT GRAPHIC IDEA

COMPREHENSIVE THINKING · GRAPHIC DESIGN

# 广告图形创意

综合联想·创意图形

马泉 著



湖北美术出版社

ADVERTISEMENT GRAPHIC IDEA  
COMPREHENSIVE THINKING · GRAPHIC DESIGN

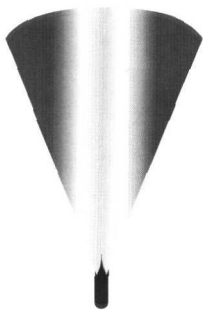
# 广告图形创意

综合联想·创意图形

马泉 著



A1080350



湖北美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广告图形创意 / 马泉编著.  
—武汉: 湖北美术出版社, 2002.12  
ISBN 7-5394-1314-X

I. 广…  
II. 马…  
III. 广告-图案-设计  
IV. J534  
中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第092557号

意

©马泉 编著.

出版发行: 湖北美术出版社  
地 址: 武汉市武昌黄鹤路75号  
邮政编码: 430077  
电 话: (027)86787105  
印 刷: 武汉精一印刷有限公司  
版 次: 2003年1月第1版  
2003年1月第1次印刷  
开 本: 889mm × 1194mm 1/32  
印 张: 4  
印 数: 4000册

ISBN 7-5394-1314-X/J · 1154

定 价: 26元

## 序

英国心理学家培因说：“我们必须承认有一种倾向于创造及发明的能力，这种能力由于认出自然界内相距很远的两种事物是同一现象，因此凡是对这一事件的知识立刻可以完全移用于那一件，并构成一个新的启发神智的观念集体。富兰克林认出实验室内的电与雷是同一件东西，结果就可以应用来自蓄电瓶的道理去解释空中雷电现象了。在科学里，在美术创作里，大多数都需要创造者有能够不管两件事物多么远，多么伪装，多么会使人误认，都可以由相似的联想找到相似的能力。”

本书作者深感这种能力在美术与艺术设计里的重要性，并认为优秀的艺术创意几乎都是源于这种能力的产物，并且这种能力永远不会过时。为此，作者搜集了世界最新的百余幅广告图形案例和部分学生教学案例，阐述并分析了它们的创意原理，对训练学生的想像思维与广告创意能力非常有益。同时，本书也阐明艺术的设计思维实际是一种人生观和世界观，艺术设计永恒的方向与创意由人性的美好情感、精神和情操所指示。

科学家和艺术家经常生活在令人不可捉摸的境地，在他们的思维中，常常存在无界：时空无界，万物无界，知识无界。艺术的自由、直觉、想像和情感正处在这种无界状态中。

清华大学美术学院教授、副院长

刘巨德

2002年5月27日

让我们共创中国广告设计的未来.....

## 写在后面

平面设计和广告设计，从某种角度来说，实际上是视觉图形语言的设计。纵观设计的发展史，其实就是视觉语言方式的探索和创新的历史。从古至今，图形一直是人类文化发展过程的载体，就是进入21世纪的今天，社会各学科领域的发展，对图形符号的需求，也是只增不减。这说明，一方面文化信息不断向更加纵深、更加广泛、更加多元方向发展；另一方面，人类处理信息的手段反而更加趋向简洁，而图形语言则是综合表达逻辑信息和信息传达的最佳表现形式之一。它也是国际间文化交流的使者，是企业文化的载体，是广告传达的手段，更是人类文明发展史中不可缺少的重要组成要素。因此，对图形创意思维的方式和表现形式等的探索和研究就显得十分重要了。

很早就想写一本关于广告图形创意方面的小书，尽管在数十年的图形创意教学和设计实践中积累了一些素材和经验，也发表了一些相关的学术论文，可每每动笔之时，又觉得尚有许多问题有待探讨，不敢误人子弟。毕竟设计、教学和出书不是一回事，

以至于屡屡对出版社违约，不能按时交稿。因此，我要感谢出版社！

我还要感谢我的学生们。是他们的努力，才使得我的教学研究有了不断的提高。本书里也选用了一部分学生在此课题课上的作业，由于他们大多已经毕业，有很多作业很难对应上姓名，在这里就一并表示感谢了。也感谢那些著名设计师们，有了他们的作品，本书的很多论点才有了生气，谢谢他们！

自1987年毕业任教以来，虽一直兢兢业业，不敢怠慢教学工作和设计，但总觉得没有什么成绩可以报答老师，很是惭愧。如果这本小书对同行能有一定的启发作用，那是老师们谆谆教诲的结果。为此，我要感谢我的老师们，特别是刘巨德老师、班主任钟蜀行老师的培养，以及全系同仁们一直以来无私的帮助！

感谢湖北美术出版社！感谢各位读者！

恰逢母亲节之际，谨用这本小书献给我的母亲！

马 泉

2002年5月27 于北京



# ART AND SCIENCE 艺术与科学

International Exhibition and Global Symposium 国际作品展暨学术研讨会  
90<sup>th</sup> Anniversary of Tsinghua University ■ 庆祝清华大学建校九十周年

展览地点: 北京中国美术馆 ■ 展览时间: 2001.5.31 - 2001.6.17 ■ 研讨地点: 清华大学主楼报告厅 ■ 研讨时间: 2001.6.1 - 2001.6.2  
Exhibition National Museum of Fine Art ■ May 31-June 17, 2001 ■ Symposium: Main Meeting Hall in Tsinghua University ■ June 1-June 2, 2001



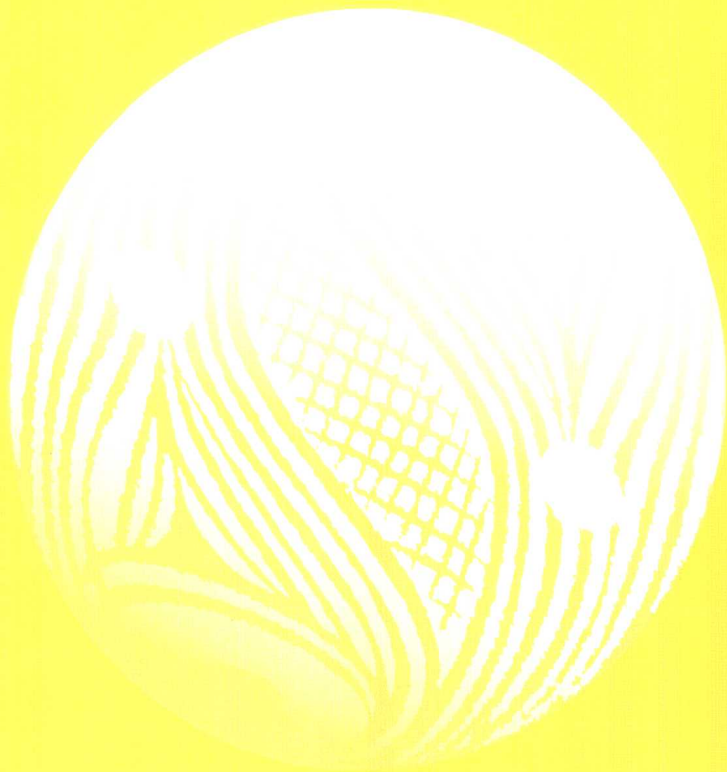




# ART AND SCIENCE 艺术与科学

International Exhibition and Global Symposium 国际作品展暨学术研讨会  
90<sup>th</sup> Anniversary of Tsinghua University ■ 庆祝清华大学建校九十周年

展览地点: 北京中国美术馆 ■ 展览时间: 2001.5.31 - 2001.6.17 ■ 研讨地点: 清华大学主楼报告厅 ■ 研讨时间: 2001.6.1 - 2001.6.2  
Exhibition: National Museum of fine Art ■ May 31-June 17, 2001 ■ Symposium: Main Meeting Hall in Tsinghua University ■ June 1-June 2, 2001

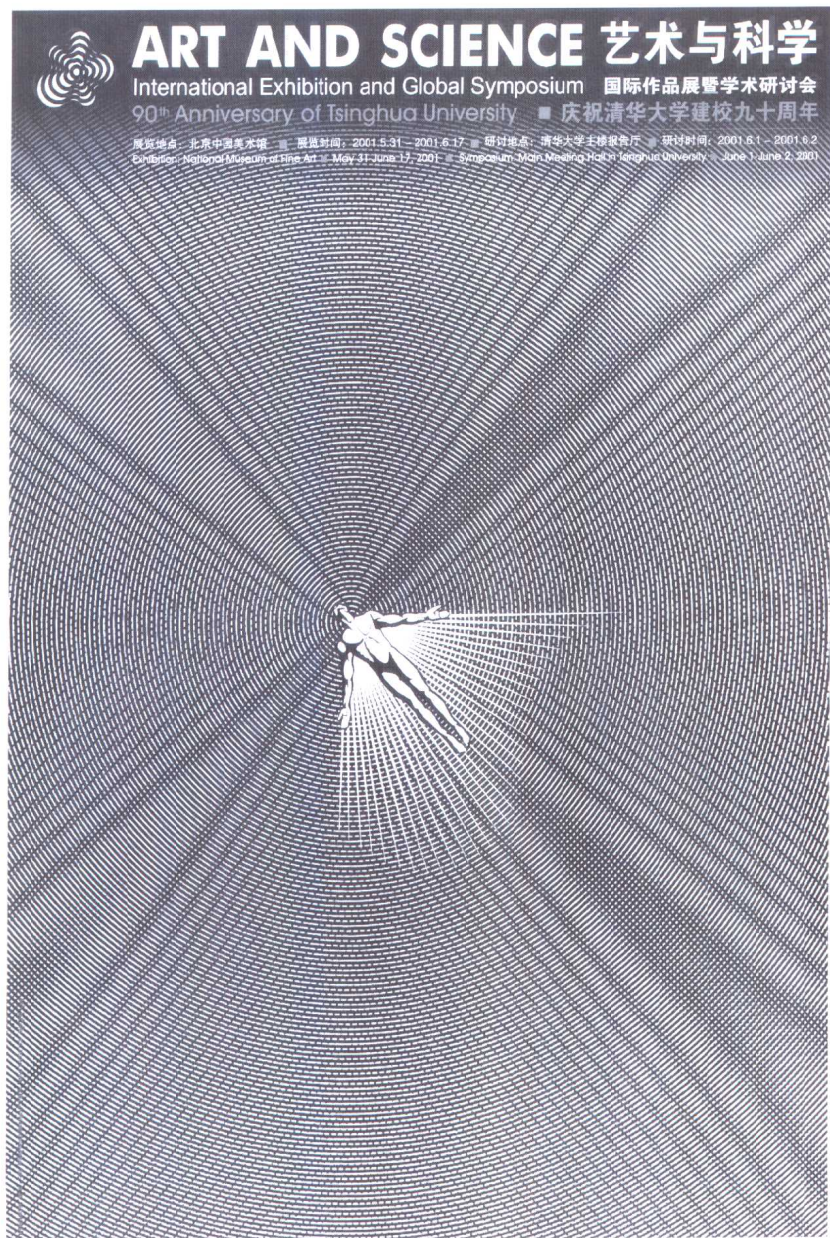




# ART AND SCIENCE 艺术与科学

International Exhibition and Global Symposium 国际作品展览暨学术研讨会  
90<sup>th</sup> Anniversary of Tsinghua University ■ 庆祝清华大学建校九十周年

展览地点：北京中国美术馆 展览时间：2001.5.31—2001.6.17 研讨地点：清华大学主楼报告厅 研讨时间：2001.6.1—2001.6.2  
Exhibition: National Museum of Fine Art 展览时间: May 31-June 17, 2001 研讨地点: Tsinghua Main Meeting Hall 研讨时间: June 1-June 2, 2001

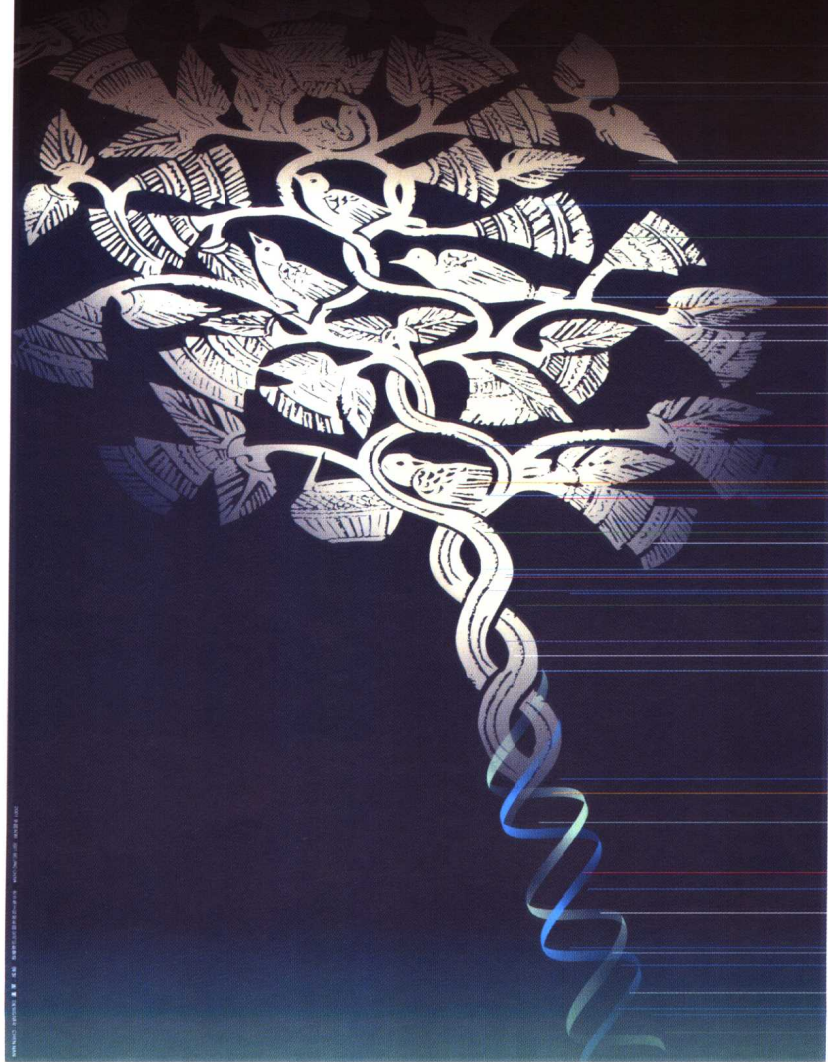




# ART AND SCIENCE 艺术与科学

International Exhibition and Global Symposium 国际作品展览学术研讨会  
90<sup>th</sup> Anniversary of Tsinghua University ■ 庆祝清华大学建校九十周年

展览地点: 北京中国美术馆 ■ 展览时间: 2001.5.31 - 2001.6.17 ■ 研讨地点: 清华大学主楼报告厅 ■ 研讨时间: 2001.6.1 - 2001.6.2  
Exhibition: National Museum of Fine Art ■ May 31-June 17, 2001 ■ Symposium: Main Meeting Hall in Tsinghua University ■ June 1-June 2, 2001



#### 作者简介

马泉

1962年生于西安，  
1983年考入中央工艺美术学院  
装潢设计系，  
1987年毕业并留校任教，  
1997年赴日本研修，  
先后在日本电通广告株式会社、  
日本高千穗商科大学研修，  
现为清华大学美术学院  
装潢艺术设计系教师。

多年来，作者致力于广告  
图形创意的教学研究与设计实践，  
并针对目前国际广告创意的趋势  
进行了比较性研究，在此基础上  
形成了较有效的教学思路以及  
图形创意发想的有效途径  
和表现方法，先后在多所大专院校  
进行了相关的专题讲座和交流，取得了  
较好的教学效果。

# 目录

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一 图形设计是一种意象设计      | 001 |
| 二 想像意识是靠联想机制完成的    | 008 |
| 三 图形设计的重要性         | 016 |
| 四 综合联想、图形创意        | 022 |
| 五 综合就是创造           | 031 |
| 六 联想思维的有效途径        | 038 |
| 七 联想图形的表现          | 072 |
| 八 中国广告创意设计的现状和发展趋势 | 102 |

# 图形是信息 交流的符号

## 一 图形设计是一种意象设计



设计在一定意义上是指有针对性的表现或创造某种事物和形态时所经历的内心活动传达到外在表现形式的过程。不同类别的设计又有其不同的表现特征，而图形设计可以说是由“意”（内容、主题、客观现实世界的意义），通过复杂的心理活动、联想机制，并利用形式法则创造出可视的形象，并通过这个形象直接或间接地对“意”的内涵进行了表现或象征；而观者则通过图形的组织结构、视觉感应引发联想机制，产生心理效应，得到“意”的内涵。故我们可把此类设计称为是一种意象设计。顾名思义，就是以“意”生“象”，再以“象”表“意”。但图形决不是对“意”的简单陈述，它是一种升华和提取，是一种再创造过程。

纵观其他诸多艺术形式，有多少不是由“意”而形成的，又有多少艺术作品是没有表现或暗含“意”的，那怕给人带来的仅仅是一种视觉感受或体验，也离不开心理印象和经验的认识所形



成的某种判断力。中国的写意水墨，传统的民间艺术，现代的抽象绘画，甚至纯粹的色彩表现或形的流动等艺术作品都能说明这一点。广义来说，这也是设计这个艺术与科学结合的产物的共同特征。

图形像所有的艺术形式一样，也有着其自身的发展历史。自从有了人类，就有了人类文明的火花，这个火花就是人类开始对客观世界有所感知和认识。随着不断的谋生和对世界不断的感知，就产生了最初的人类意识，这种意识就是人开始发现人与人之间、人与自然世界之间具有某种关系，并产生了想了解 and 表达这种感受的欲望。就像刚出生不久的婴儿，面对一个新奇而又陌生的世界时所具有的本能的好奇感，以及渴望了解和表达的意识一样。于是人类漫长的文明史的序幕就被拉开了，首先出场的是用于交流的最初语言，紧跟其后的就算是图形(象形文字、记事刻板和





甲骨文)了。一个用于交流感情、互通信息、建立关系；另一个则成了认识自身、认识世界并对此加以描述的象形符号。这时，这些象形符号基本上反映的是人类对世界的初级认识和对自身生活的记录。随着文明的不断发展，到了太极图、八卦图的出现，才标志着人类认识世界和表达世界的水平提升到了一定的高度。由此图形、文字等符号也从最低层次的直接记录表现上升为高层次的表达和象征，形成了与客观世界同步的并能够表达它们的某种象征图形、概念和文字。虽然看起来这些象征图形、文字等越来越远离了客观形态的表象，但都更接近了它的本质和意义，这不能不说是人类文明发展的一大进步。同时，也标志了人类智慧的升华，进而创造了具有精神性的文化大自然及第二自然。到了这个时候，人类思维能力也有了极大的发展。在人类的意识中，再不仅仅靠知觉来认识和表达世界了，而是用心、用意识去感悟