

●美术工具书●美术工具书●美术工具书●美术工具书●美术工具书●美术工具书●美术工具书●美术工具书

广告设计构图

蒋 瑛 编

浙江人民美术出版社

(浙)新登字 2 号

广告设计构图

浙江人民美术出版社出版·发行

(杭州市体育场路 347 号)

全国各地新华书店经销

浙江富阳美术印刷有限公司印刷

1998 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

开本: 787×1092 1/24 印张: 6.5

印数: 0,001—5,000

ISBN 7-5340-0818-2/J·731

定价: 11.00 元

广告设计构图

蒋 瑛 编

浙江人民美术出版社

目 录

广告构图要素	3-7
标题型构图	8-18
标准型构图	19-27
左边型构图	28-34
左右型构图	35-42
字母图示型构图	43-46
上下横跨型构图	47-52
自由型构图	53-60
反常型构图	61-68
指示型构图	69-74

75-80	条块型构图
81-86	倾向型构图
87-93	中轴型构图
94-106	文字型构图
107-113	字图型构图
114-125	倾斜型构图
126-135	圆图型构图
136-147	全图型构图
148-152	重复型构图
153-156	渐变型构图

一个高水平的广告必须具备下列三种要素：一、简明；二、写实；三、与受众的关系，其中以简明最为重要，一件简明的广告能自成一体，不但诱导受众去看，而且还能吸引他去阅读广告的全部内容。这就要求广告画面的构图必须充分调动各种艺术手段，出奇制胜，要有醒目的标题、生动有趣的内文，不论色彩和字体，或是空白的处理，或前后高低的呼应，都要在构图中作适当比例安排。

一、广告造型的构成

插图

报纸或广告杂志的插图必须明确广告的主题并具有强烈个性，使主题与表现技巧浑然一体，才能发挥有力的广告效果。

插图设计必须注意：

- ① 吸引受众注意广告版面的视觉效果。
- ② 传达广告内容给受众理解的阅读效果。
- ③ 获取心理反应，把视线引至文案的诱导效果。

- 1、 钢笔画：又称黑白画，是以线条或点面而绘成的黑白绘画。黑白画多印于纸质较粗的广告媒介物上，如报纸广告。
- 2、 色彩画：又分广告色和水彩等几种，适用于印刷精美的广告媒介物，如海报、封面、或其他小册子。
- 3、 摄影照片：可分为黑白照片和彩色照片两种。前者多应用于杂志和报纸广告；后者则比较生动逼真，容易引起受众的注意，适用于精美小册子和封面。
- 4、 油彩画：一般是用作户外广告牌或其他巨型的商业绘画。

商标

在广告的构图设计里，商标并不单是广告版面的一个装饰物。因为在广告素材中，商标的造型是最单纯的，是在一瞬间最容易认知的视觉形象，商标具有点的集中效果，适合于印象、记忆、联想，在广告效果上是最能引起注目与记忆的。

优秀的商标设计，应符合以下几个原则：

- ① 简明易认：不论是图案或文字式样，应符合易读、易记、一目了然的要求。
- ② 内容的配合：不管是图案的涵义还是色彩的象征，必须与主题相配合。
- ③ 独创一格：不论是图案或文字，应具备独一无二的特点。
- ④ 具永久性：商标要经得起时间的考验，不管是十年或五十年后，商标的造型仍应有毫无逊色的感觉。

商品名

商品名和一般名称不同的地方是商品名不仅要和其他商品有所区别，同时还会经常被使用于印刷媒体与广告媒体，因此商品名必须更强有力、更普通、更广泛、更确实地被大众认识。商品名应该是使用的代表，是传统的象征，它可以刺激消费大众的购买欲望，促进产品的销售。

在造型上，商品名须具有一定的发音和字形，便于让消费大众叫唤、书写，同时还要给大众留下良好的印象。商品名的意思虽然和内容要有关联，然而在原则上，它的发音和字形是支配视听觉效果的重要因素。

轮廓

轮廓的使命是：

- ① 明确区分自己的广告和其他广告。
- ② 迅速捕捉受众的视线。
- ③ 控制受众目光，使不至移视其他广告。
- ④ 反复使用统一形象的轮廓，可加强广告版面的重复印象。
- ⑤ 配合其他要素增加视觉传达效果。

轮廓在构图中的构成作用是控制受众的视野范围。假如轮廓的造型强度适当，不断刺激受众的眼睛，可以防止视线移看邻近的广告。构图设计应该注重轮廓的作用，诱导视线移至内部主题，因此，就一般而言，轮廓应不具备任何抵抗性，以曲线线条为佳。

二、广告内容的构成

标题

标题是表现广告主题的短文，是报纸、杂志广告为了吸引受众的注意，将有关广告的观念或商品的特征等，以简洁的文字来表现。

设计广告标题的要领是：

- ① 标题是广告文的主题，也是文字的一部分，必须放在构图中能够最快被注目的位置。
- ② 按设计目的，标题可以反复被使用于每次的广告或只用一次。
- ③ 标题不一定是一句完整的句子，例如“可口可乐”等不完全的语句表现，或是“东宝”等只有一二个字的词语。
- ④ 标题的作用是吸引受众阅读本文。
- ⑤ 标题必须配合插图的造型需要，放在最注目的位置，作为受众的视觉引导。
- ⑥ 标题字体一般用较大号的字体，作点和线的编排。

色彩

在决定采用色彩广告之前，应考虑以下几点：

- ① 色彩与商品的配合：不论是兴奋的暖色或素静的冷色，应配合商品的内容为准。夏令用品的广告，可采用红、橙、黄等暖色，给人以一种温暖的感觉。假如是夏令用品的广告，最好采用青、绿、紫、蓝等冷色，带给人们一种凉爽的感觉。一般而言，鲜明的色彩多用在巨型商品如机器、家具等广告上。柔和的色彩可用在小型商品如化妆、珠宝、儿童用品的广告上。
- ② 色彩的注目性：明亮的色彩比较易见，暖色和高纯度的色彩比较易见。最注目的色彩是红色和橙色，深蓝色和紫色的注目程度最少。但色彩和底色配合适当，便会产生对比作用，因而增加了色彩的注目性。例如黑底色配上黄色字，红底色配绿色字，红底色配白色字等都产生了良好的对比作用。

说明文

广告的文字除了主要说明文外,还有上述所谈的标题、标语、商品名、公司名、地址、电话、价格等。在设计构图中,文字具有两种意义:

- ① 单指广告说明文。
- ② 除了说明文外,包括其他所有要读的全部广告文字。

文字的主要表现手段:

- ① 必须是简洁而平易的日常用语或文章。
- ② 说明文必须具有真实性。
- ③ 能够引人注目的句子与文章。
- ④ 具有个性特点的文章。

标语

标语必须易读好记并具有加强商品名印象的功能,广告标语用于吸引受众注意,加强商品印象。标语多采用完整短句或对句形式,是顺口而易记的一种“文章商标”,反复使用于广告中可成为广告语的“语言标志”。

标语的广告效果必须反复使用才能发挥,因此标语的选择必须注意下列各点:

- ① 适合反复使用。
- ② 容易记忆。
- ③ 有新鲜感的句子。
- ④ 有韵味的表现。
- ⑤ 通俗而有现代感与时代感。

标题和标语是完全不同性质的文字:

- ① 标语可放在广告构图中的任何位置,不过若是放在画面的主题位置就可代替标题使用。
- ② 标语必须反复使用才能成为“文章的商标”或“语言的标志”。
- ③ 标语必须是意思完整的句子。

④ 标语是“印象广告”的重要文字要素。

⑤ 标语可放在商品名、公司名等合成文字的上面，商标的上下方或是外框里则以反白字设计。

公司名

具有良好印象的公司名，必须考虑下列各要点：

- ① 名称的意义、字义相关而内容好。
- ② 用字的种类及造型富美感、认知度高的字体。
- ③ 读音的感觉，好念好听，容易记忆。
- ④ 名称的联想，必须是美好的。
- ⑤ 名称的独特性，易识别。

一般广告构图设计如报纸、杂志广告、海报、传单等，公司名都编排在篇幅的下方等次要的位置，或者排在商品名的下面，也可和商标一起设计。为了整个版面的需要，符合化繁为简的原则，公司地址、电话号码等其他要素，可以安排在公司名下方或左右，以求画面的简洁统一与整齐美观。

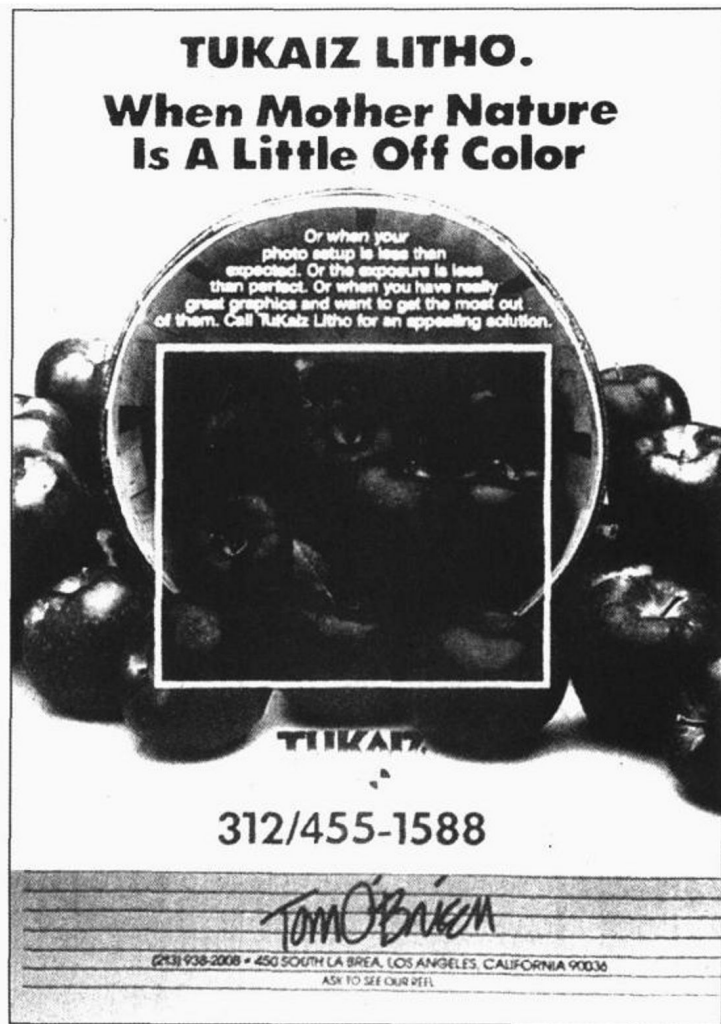
公司名的书体，有用书法、照排字，及美术字设计。无论是哪一种字体设计的公司名，都可称为“合成文字”、“标准字体”。公司名的合成文字设计和商品名一样，须注意企业形象的独特性格表现。

广告设计构图虽然也需要采用艺术创作的某些方法和手段，但由于广告设计的任务在于传递商品信息，说服消费者，达到推销商品的目的，因而实用便成为其中最重要的课题。当今的时代在激剧地变化，而广告则可以看作这个激剧变化时代的典型例证。本书在编辑过程中，浙江中亚广告艺术中心提供了大量的图例及汇编工作，在此深表感谢。

标题型构图

标题在先，接着是图片、广告文与商标字体。

广告设计犹如造房子，其结构好否，要看材料来决定。对设计人员来说，材料就是广告文。有很多广告文，须将标题放在图片的上端，让观者先看到，以作为图片的序言，这时就需用“标题型”的构图方式来设计，旨在使图片被看到之前，让人先注意其标题，而将广告文放在最适当的地方。



TUKAIZ LITHO.

**When Mother Nature
Is A Little Off Color**

Or when your photo setup is less than expected. Or the exposure is less than perfect. Or when you have really great graphics and want to get the most out of them. Call Tukaiz Litho for an appealing solution.

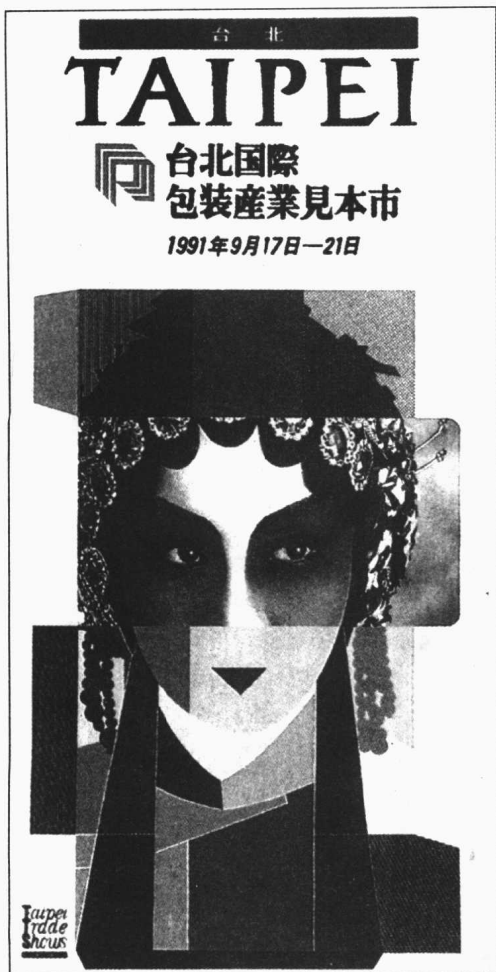
TUKAIZ

312/455-1588

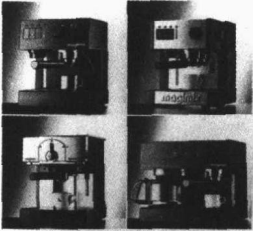
Tom O'Brien

(213) 938-2008 • 450 SOUTH LA BREA, LOS ANGELES, CALIFORNIA 90036

ASK TO SEE OUR REEL



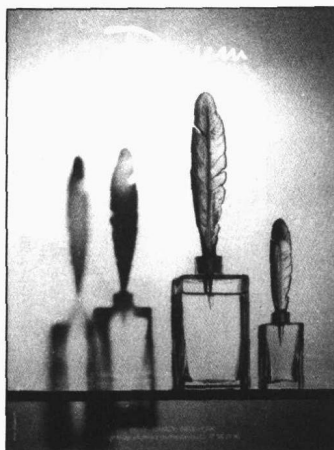
Magimix.
Un appétit de perfection.



SIMPLY
BASIC
RUBBER
EFFICIENT

magimix

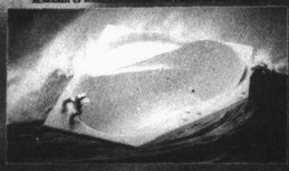
Remuez Automate 3 - Égoutteur Express - 8000 Moulinet - Ébouillant à Pression 3
Service Clientèle - 2 rue Paul Signac - 92000 Nanterre Cedex - Tél. 01 42 98 98 98



Kinedo

C'est bon pour le dos

Les "Prêts-à-manger" Kinedo associent l'air et l'eau pour soulager votre dos de tous ses maux. Relaxant et tonifiant, Kinedo est l'air de votre bain.



LE PLUS À PARTIR DE
8000 F

Kinedo

RENDEZ-VOUS VOS SEULES DE VOTRE INSTALLATEUR.
Les modèles Kinedo sont installés en salle d'eau positionnés chez les grossistes en sanitaire.

SETIMA, 21 AVENUE S. - VOIE ANTOINE - 13705 LA CROIX CEDEX

**UN MIELE, C'EST COMME LE RECORDMAN
DU 100 METRES QUI GAGNERAIT LE MARATHON.**



Dans sa quête vers la perfection, Miele a créé le plus bon des électro-ménagers, le performance aquarino.

Exemple pour un lavage plus rapide, un tout plus doux pour vos vêtements, une consommation d'eau et d'énergie plus réduite. Le lavage et le séchage sont réalisés en 100 minutes, sans interruption. Le lavage et le séchage sont réalisés en 100 minutes, sans interruption. Le lavage et le séchage sont réalisés en 100 minutes, sans interruption.

Miele

11 PRIX SANS EL PRE

Dior



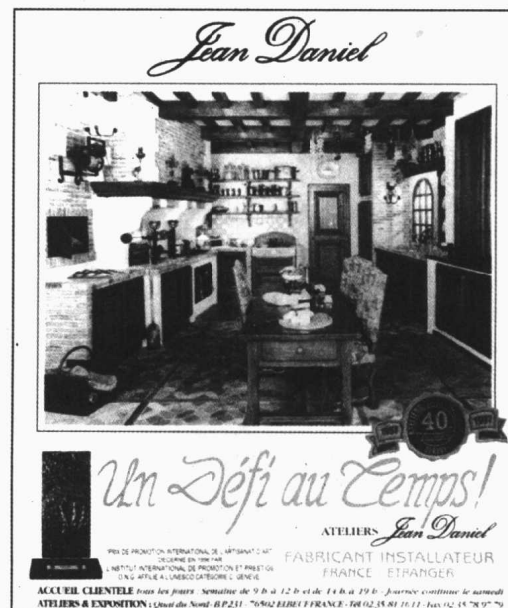
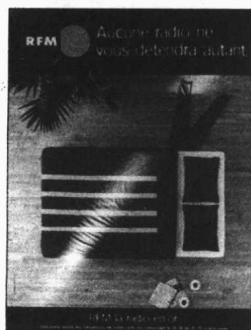
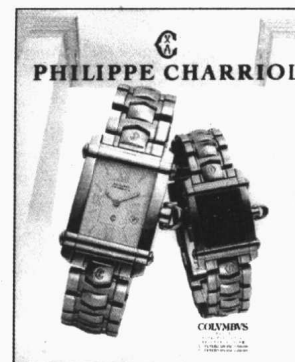
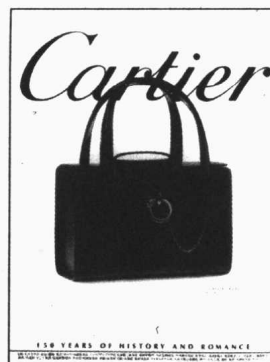
Christian Dior

LA TERRE Cuite CATALANE À L'ANCIENNE



San Genís

CENTRAL SAN GENÍS S.A.
P.O. BOX 271 - 08100 GIRONA - BARCELONA, SPAIN
Tel. 34 1 400 0000



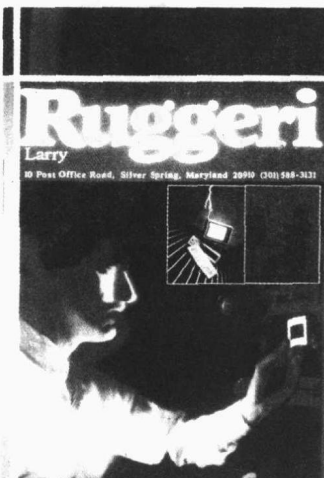
Our 83 catalogue is filled with more new decorating ideas than you can ever imagine. And it's free.



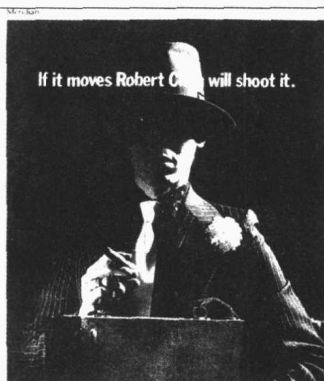
Open up your new TV catalogue and please consult for the most exciting decorating opportunities in print. The first step is to design your own room. Remember, the first step is to design your own room. Remember, the first step is to design your own room. Remember, the first step is to design your own room.

IKEA
International Kitchenware
and Furniture Store

© 1991 IKEA Corporation of North America



30 Post Office Road, Silver Spring, Maryland 20910 (301) 588-3122



If it moves Robert Chua will shoot it.

Robert Chua has been in the TV business in Hong Kong since it started.

He's shot television variety shows, thousands of commercials in Hong Kong and all over the world, documentaries, major audio-visual productions, stage plays, international sports events, and even weddings and birthday parties.

He pioneered the production of TV commercials on videotape in Hong Kong.

He was the first production house in the world to shoot a TV commercial in China.

And he's renowned for getting your job done on time and on budget.

Working with the facilities at RCTV or with portable videotape equipment or on film, he'll take almost any job and treat it like the most important production of the year.

No matter how big or small, your needs will be met.

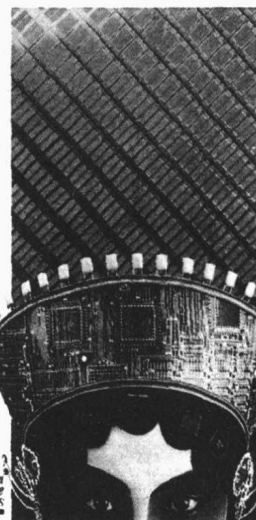
Not only will he shoot anything that moves, but he'll do it perfectly as well. **ROBERT CHUA PRODUCTIONS**

Robert Chua Productions, Hong Kong, China

台北
TAIPEI

**International
Electronics Show**

October 7-13, 1991



Taipei
Trade
Show

