

ART

高等院校设计艺术专业教材
GAODENG YUANXIAO SHEJI YISHU ZHUANYE JIAOCAI

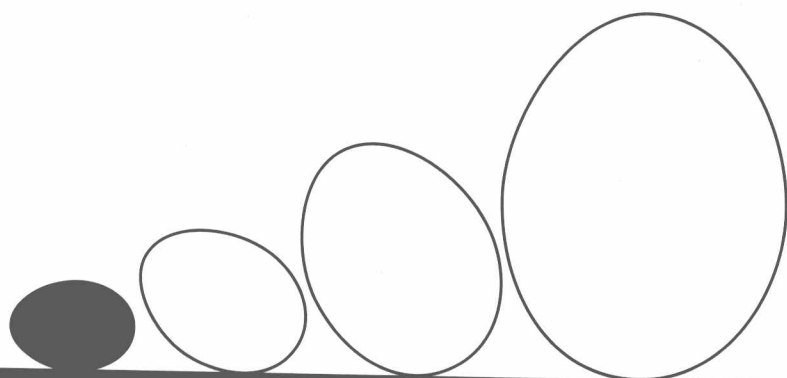
招贴设计

Poster Design

主编 张立

湖南大学出版社





ART 高等院校设计艺术专业教材

招贴设计

宁波市鄞州区图书馆藏
主编：张立书

副主编：仇坤 张建松 韩晓梅 高京 刘斌 肖英隼

参编：窦嫣 赵文丽 王岚 高小雨 孟祥斌 赵盛媛



YZL10890068285

湖南大学出版社

内容简介

从招贴的概论出发,介绍了招贴设计的构成要素、设计流程、表现技法,以及在此基础上对招贴设计进行了深层探索。并以大量的实例穿插其中,力求做到理论与实践相结合、全面阐述与介绍招贴设计的相关知识。

高等院校艺术设计专业教材,亦可供招贴设计爱好者作参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计/张立主编.——长沙:湖南大学出版社,2010.8

(高等院校艺术设计专业教材)

ISBN 978-7-81113-825-2

I. ①设... II. ①张... III. ①宣传画—设计—高等学校—教材

IV. ①J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第160229号

高等院校设计艺术专业教材

招贴设计

Zhaotie Sheji

主 编:张 立

责任编辑:张美利

责任印制:陈 燕

出版发行:湖南大学出版社

责任校对:全 健

社 址:湖南·长沙·岳麓山

邮 编:410082

电 话:0731-88821691(发行部),88821641(编辑室),88821006(出版部)

传 真:0731-88649312(发行部),88822264(总编室)

电子邮箱:zhangwenstudio@163.com

网 址:<http://press.hnu.cn>

印 装:湖南亚光投资实业有限公司

开本:889×1194 16开 印张:8

字数:179千

版次:2010年8月第1版 印次:2010年8月第1次印刷

印数:1~5 000册

书号:ISBN 978-7-81113-825-2/J·190

定价:38.00元

ART

D E S I G N



作者简介

张立，1963 年生于天津，1988 年毕业于天津美术学院装潢系。现任天津工业大学艺术与服装学院视觉传达设计系主任，教授、硕士生导师，中国包装联合会设计委员会全国委员，天津包装协会设计委员会副秘书长。

曾编写《服装展示设计》（“十一五”国家规划教材）、《展示设计》（“十五”部委级规划教材）、《包装设计》、《平面设计新观念》、《色彩应试》、《标志设计基础》、《标志设计》、《平面构成设计》等书。主要设计作品有：第八届全国运动会邮票、小型张、首日封，天津工业大学校标，北京世界妇女大会招贴，国际老年人年邮资明信片。在《北方美术》、《装饰》、《包装工程》、《亚洲社科》等期刊发表专业论文近 30 余篇。04 年科研“高等学校艺术设计自学考试量化标准研究”获得天津市教学成果一等奖。



高等院校艺术设计专业教材

编委会（按姓氏笔画排列）

王庆彬 王安霞 丰明高 王家民
田卫平 田 鲁 刘文金 朱和平
邬烈炎 何人可 肖 飞 张小纲
张 立 陈飞虎 张夫也 李中杨
吴天麟 李向伟 陈 杰 何 洁
谷彦彬 汪 清 陈鸿俊 何 辉
陈 新 邵 璐 李 巍 周 旭
范迎春 孟宪文 赵江洪 洪 琪
凌士义 钱正坤 殷会利 黄淑娟
焦成根 廖少华

总主编 朱和平

参编院校

清华大学	西安工程大学	吉首大学
江南大学	哈尔滨师范大学	湖南科技职院
合肥工业大学	深圳职业技术学院	湖南涉外经济学院
福州大学	湖南大学	湖南城市学院
浙江工业大学	湖南工业大学	中原工学院
南京林业大学	中南林业科技大学	西安理工大学
河南工业大学	长沙理工大学	天津工业大学
浙江林业大学	湘潭大学	天津城市建设学院
内蒙古师范大学	南华大学	天津理工大学

总序

ZONGXU

世界现当代历史发展表明：一个不重视设计发展的民族是没有希望的民族。因为设计与经济的发展是息息相关的，在很大程度上，设计状况是经济状况的折射！今天，中国经济的持续快速发展，表明了中国设计的发展已具有了一定的基础，并预示着美好的前景！

中国的现代设计教育，在经历了二十多年的发展之后，已步入了一个十分关键的时期。这是因为：一方面，我们对西方的设计教育已经历了因袭、学习、撷取等环节和过程，正面临着选择适合我们民族心理、民族文化和民族生活的新的设计之路；另一方面，西方发达国家现代设计教育体系的构建和完善，其内在规律和外部规律的具体内涵，需要我们结合本民族的存在时空去学习和把握。正因为如此，今天中国的设计教育任重而道远，在设计教育十分关键或者说是转型时期，作为培养高层次设计人才摇篮的高等院校，人才培养的质量固然取决于办学理念和思路，但具体落实还是在教学上。众所周知，教学质量的高低取决于教和学两个方面的互动。对于教师而言，是个人的才（智力）、学（知识）、识（见解）和敬业精神；对于学生来说，是学习态度、方法和个人的悟性。师生之间，能够沟通或者说可以获得某种互补的应该是教材。所以，中外教育，不论是素质教育还是精英教育，都十分重视教材建设。

目前国内设计艺术教材，可谓汗牛充栋，但仍不尽如人意。主要表现在：一是没有体现设计教育的本质特征；二是对于设计和美术的联系与区别含混不清；三是缺乏时代性和前瞻性；四是理论阐述与实践的操作缺乏有机联系。正是基于这种认识，清华大学、江南大学、湖南工业大学、浙江工业大学等院校的有关专

业教学人员共同发起，由湖南大学出版社组织了全国近三十所院校设计专业的专家、学者编撰出版了一套“高等院校艺术设计基础教材”，品种近30种。该套教材自2004年秋季推出以后，在高校和社会反响良好。于是在2005年春，大家又提出编撰“高等院校艺术设计专业教材”的设想，很快得到原参编院校和另外一些使用院校的响应，并先后两次召开了主编会议，确定了编撰宗旨、原则和具体编写细则。按照大家达成的共识，本套专业教材的宗旨是：兼顾设计专业多元化与专业化并存的特点，体现设计专业实用性的要求，既注重设计技法的传承，又旨在培养学生的创造意识和能力。在内容上，本套教材努力实现以下特色：

第一，围绕设计的本质、含义和特征，力求设计与艺术、设计与技术、设计与美术有机融合，试图克服长期以来设计教育忽视新材料、新技术，游移于美术范畴的弊端。

第二，坚持理论的指导性，注重设计理论的总结、提炼和升华，避免设计专业教材只是介绍技法表现的情况。

第三，在体现设计发展进程中技法传承性的同时，将重点置于对技法本体内容的阐释和技法创新的探索上。因为设计的创造性不能停留在对设计技法表现掌握的层面上，极富创造力的设计，本身就包含了技法的创新，往往也预示着新技法的出现。

参与本套教材撰写的大多是在专业设计领域卓有成就、具有丰富教学经验的专家和学者，但限于设计所根植的时代、社会的不断变迁，以及设计本身创造性、创新性的本质要求，本套教材是否达到了预期的编撰目的和要求，只有通过广大教师和学生使用以后，才能有一个初步的结果。因此，我们期待着设计界同仁和师生的批评指正，以便随时进行完善和修订。

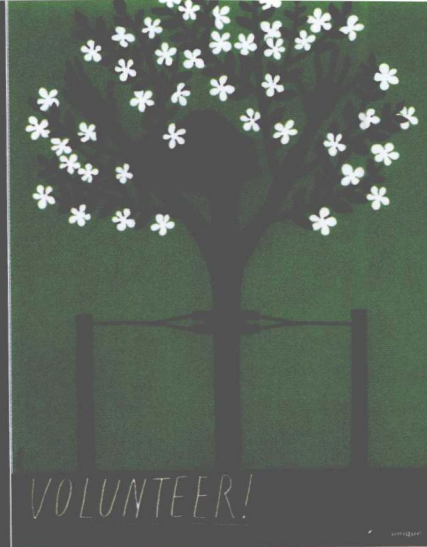
朱和平

2006年7月10日



1 概论	1
1.1 招贴设计的历史及风格流派	3
【设计案例 1】	9
1.2 招贴的分类及功能特征	16
【设计案例 2】	18
2 招贴的构成要素	25
2.1 图形要素	26
【设计案例 3】	28
2.2 色彩要素	30
2.3 文字要素	35
2.4 编排要素	39
【设计案例 4】	49
3 招贴的设计流程	51
3.1 设计前的调研	52
3.2 制定方案	54
【设计案例 5】	60
3.3 草图构思	62
3.4 选择视觉元素	63
3.5 确定最佳方案	64
3.6 调整与完善	65
【设计案例 6】	66
4 招贴设计的表现技法	67
4.1 基本编排与构图	68
【设计案例 7】	77
【设计案例 8】	80
4.2 技法的表现	81
【设计案例 9】	84
【设计案例 10】	84

4.3 艺术感染力	86
4.4 图形规律的运用	89
5 招贴设计的深层探索	95
5.1 精度问题	96
5.2 广度问题	101
5.3 角度问题	105
【设计案例 11】	106
后记	116



1

概 论

招贴(poster)是人类智慧和社会发展的象征。从19世纪下半叶起,招贴就以其独特的“魔力”在众多的宣传媒体中确立了它设计之王的地位。由于招贴在社会上所产生的巨大影响,以及它所兼有的绘画与设计的特性,使得许多富有才华的艺术家和设计师纷纷参与到招贴设计的队伍中来,他们将绘画和设计的各种风格互相融合,把多种表现形式、手段及技法综合运用,使招贴呈现出风格迥异、精彩纷呈的多元化发展格局。他们的作品既传达了某种观念或信息,又提升了艺术品位和价值,同时也使招贴成为具有艺术价值的收藏品。

随着社会的发展和进步,招贴已不再受某种特定风格流派的约束。东西方文化日益频繁的交流 and 融合,以及现代科技、文化、艺术给招贴带来的新观念,使招贴设计在注重信息传达功能的同时,更为注重风格的发展和设计创意。现在,招贴设计艺术凭借其独特的创作手法,已经演变成为一种全新的艺术形式,它能表现出十分丰富的主题和多样化风格,其属性和纯艺术之间的界定也变得越来越模糊。通过招贴的发展历史可以得知该作品所代表和反映的时代;通过了解它所传递出的设计观念、运用手法、表现形式、审美情趣等,可以感受到作品的深层文化底蕴,并由此可以探究社会经济、政治、文化、艺术与招贴的密切关系,了解招贴的起源、发展和风格流派的形成。

回顾和研究招贴的历史有助于我们从历史的角度去审视和借鉴前人的设计方法和经验教训,让传统招贴更好地为现代招贴服务,做到两者和谐有机的统一;更有助于我们在优秀的文化传统和现代文明基础上运用现代设计理念和表现形式来设计更好的招贴作品。

招贴按其字面意思解释,“招”是指招引注意,“贴”是张贴,即为“招引注意而进行张贴”。招贴的英文名字叫“poster”,在牛津英语词典里意指展示于公共场所的告示。在伦敦国际教科书出版公司出版的广告词典里,poster意指张贴于纸板、墙、大木板或车辆上的印刷广告,或以其他方式展示的印刷广告,是户外广告的主要形式。也有人根据poster的词根结构来剖析招贴的词义,认为poster是从“post”转用而来,“post”词义为柱子,故poster是指所有张贴于柱子上的告示。

招贴在国内还有一个名字叫“海报”,没有一本中文词典对“海报”一词作过专门解释,但据说在我国清朝时期有外国人以海船载其货于我国沿海码头停泊,并将poster张贴于码头沿街各醒目处,以促销其船货,沿海市民称这种poster为海报。依此而发展,以后凡是具有类似海报目的及其他有传递消息作用的张贴物都称之为“海报”。

1.1

招贴设计的历史及风格流派

1.1.1 国外招贴设计的起源与发展

(1) 远古时期的告示牌

远古图形是为了巫术或生产、生活的目的而诞生的原始艺术，它积淀了人类的历史，也间接地起到了传递信息、宣传告知的作用。彩陶纹样为增加器物之美而存在，远古岩画以巫术为目的而蕴涵神奇力量，象形文字意味着图像符号向文字符号的转变，它们将处于混杂状况的自然提炼成有规律的表现形式。在千百年中，随时代演化成固定的表现程式，变成可以分解、可以组合的元素，为以后招贴的进化和发展奠定了基础。

古埃及的某个小镇火山爆发，小镇瞬间被淹没，后来人们在其遗址中找到了一张古老的招贴。这是迄今为止发现的世界最早的一张招贴，目前保存于英国伦敦博物馆。此招贴其实是一则寻人广告，内容为悬赏捉拿一个在逃的奴隶，写在一张精制草纸上，纸幅尺寸为20cm × 25cm。

(2) 产业革命以后的发展

19世纪中叶，工业革命引发了一系列的创造与发明，机械化大生产的结果之一是急需用广告促进商品的流通，这对招贴的发展起到了很大的推动作用，同时使设计师有了更为广阔的表现空间与设计前景。1803年和1811年，英国先后发明了造纸机和高速印刷机，其典型的特点是效率高与成本低，此外由于工艺的进步使印刷尺寸也有了很大改观，这些都促进了招贴设计的转型。1826年，法国人涅普斯成功制作了第一张摄影图像。1830年，英国画家夏普研制出分色套印的彩色石版画，其特点是视觉传达效果明显，逼真而又富有绘画性，使源于古希腊的“石印”在19世纪得到了空前的发展。1835年，英国画家塔尔博特制作显微照片获得成功。摄影技术的发明和发展，对招贴产生了重大的影响。摄影已发展成为现代招贴设计主要的表现形式之一。1860年，大版面印刷机问世，大尺寸的招贴开始出现在街头、广场等公众场所，其强大的远视效果、独特的审美表现、到位的布局安置，给观众留下了深刻的印象。1881年，法国巴黎的杂志印刷首次采用照相制版工艺，使印刷质量有了质的飞跃。招贴作为大众传播最主要的媒介之一，在促进销售、宣传知识、唤醒公众意识等方面发挥了很大的作用。综上所述，这些重要因素都为现代招贴的视觉语言形式奠定了坚实的基础，预示着招贴设计的一个全新时期的到来。

(3) 包豪斯对现代设计的影响

德国伟大的设计思想家、著名建筑师格罗庇乌斯是包豪斯的奠基人，他在1919年创立了包豪斯国立建筑学校。包豪斯是现代设计运动的发源地，它的重要贡献是提出了艺术与技术的统一，认为设计的目的是人而不是产品本身，设计必须遵循自然与客观的法则。一大批杰出的设计师、艺术家、画家加盟该校，从事教学和创作，掀起了一场轰轰烈烈的包豪斯运动。它开创的现代设计风格和教育体系影响到平面设计、工业设计、建筑设计等众多领域，奠定了现代设计教育的基础，其影响超越了时代和国界。

瓦西里·康定斯基、保罗·克利、约翰内斯·伊顿等著名画家、设计师综合各种风格流派的新观念，把设计、绘画等多方面的研究成果引入到教学实践和设计创作之中，使包豪斯的设计面貌焕然一新、引领潮流，形成了自己独特的风格。

包豪斯第一代学生，赫伯特·拜耶是著名的奥裔美籍设计师，毕业后从事印刷设计教学与创作工作。他比较注重字体和意象的结合，最大的贡献是创造了具有包豪斯风格的无衬线体字，这种字体后来被广泛地运用到设计中，具有识别性强、

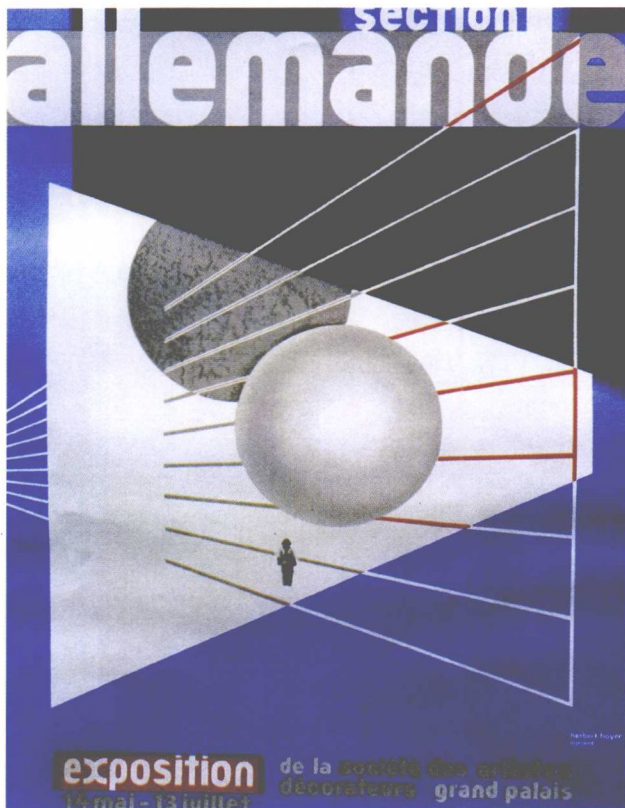
传播信息有效的特点。图1-1是赫伯特·拜耶1929年为德国Grand Palais艺术展的招贴设计，其强烈的视觉元素，斜插的印刷字体，简洁及高度概括的图形特性，点、线、面的合理布置与分割的空间，水平线、垂直线、斜线等组成的“静中有动”的构图，非对称平衡的形式以及画面中构成主义、超现实主义潜在的因素，是拜耶的包豪斯招贴设计的典型风格。

包豪斯时期的关键核心人物莫霍里·纳吉是匈牙利构成主义风格派的推崇者，也是著名的思想家和设计家。他对众多艺术及相关领域进行了深入的探索与研究，并把研究成果转化成招贴设计的创造性因素，成功地对现代印刷字体进行重新创造和运用。他熟知摄影的

角度、特技和暗房的制作、电影的蒙太奇手段等。他的观点是“构思是设计的本质”，而制作是第二位的。他认为通过构思产生创造性的照相造型，能够产生幻想、幽默和超越时空的意象。同时他还注重空间的比例分割、色彩的对比协调等，把文字和图形进行创造性组合，以求达到准确传递信息的目的。

施密特是德国设计家，从包豪斯学校毕业后从事印刷设计的教学工作并从事招贴的设计创作。他的作品综合了风格派、构成主义、达达派的特点，特别注重文字在招贴中的重要作用，并在图文结合方面具有独到的艺术见解。

图1-1



(4) 计算机时代的今天

进入21世纪以来,计算机在平面设计中得到了广泛的应用,新的科技革命——信息时代的到来使得广告媒体、传播手段、制作技术以及设计理念不断更新,这一切不仅为招贴设计师开辟了更为广阔的表现空间,同时也引发了设计的内涵与外延的巨大变化。一方面,人们对设计所蕴涵的意义认识越来越深刻,需要创作更高水平的作品,另一方面,对设计方法、工具的运用更加快速、熟练、方便。这两个方面都要求设计师具备越来越高的设计水平,同时使辅助于计算机的交叉设计有了更广阔的发展空间。

另外,计算机的普遍应用标志着人类已经进入信息时代,现代设计中的诸多问题从理性的角度大多可以得到解决,但如果这种理性知识的取得仅依赖于传统的方式,不仅在数量上会受到限制,速度也会十分缓慢,而通过网络这个庞大的信息系统,人们可以轻而易举地获取各种理性知识。从某种程度上讲,这不仅是信息时代发展的产物,也是人类社会发展的必然要求。这些因素使招贴设计变得异常的富有生机,并使招贴设计事半功倍。

1.1.2 中国招贴设计的起源与发展

(1) 早期的印刷招贴

早在中国春秋战国时期,招贴广告就已出现。实物陈列、叫卖兜售等都是早期广告的载体雏形。当时酒店、药铺就有“悬葫芦”、“悬帜”作为象征标志的招贴广告,也有用手绘书写张贴在店铺外或城门附近的告示。现存中国最早的招贴是11世纪(宋朝)山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告(图1-2),内容是有关产品的材质和销售方法,画面图文结合,并通过雕刻铜版印刷工艺完成。它是迄今为止发现的世界上最早的印刷广告,比英国的印刷广告要早400年左右,现存于中国历史博物馆。



图 1-2

(2) 近代的月份牌招贴

月份牌招贴广告最早是以年画的形式发行的。19世纪末,随着经济的发展,中国的一些沿海城市已经出现了月份牌广告年历,当时的日历一般都印在画面两边。到了20世纪20年代初,为了展示商品的方便以及更好地阅读信息,日历逐渐移到画面下端。画面的左右两边都留出来用以宣传商品。到20年代中期,两边的商品介绍被花边所替代,并逐渐扩展到四周。20年代后期,装饰花边异常盛行,使招贴显得特别高贵精美。同时,月份牌年画在装裱方面也有了长足的发展。有些讲究的作品仿照国画的装裱形式在上下两端加画轴,以方便悬挂。也有的采用西方的装饰方式,在画幅的边缘镶上铜边或铁条。到了30年代,花边逐渐减少,日历也随之逐渐减少;再到后来,由于商品宣传力度扩大,

图 1-3 (左)

图 1-4 (中)

图 1-5 (右)

商家已经不满足于只在年终岁末赠送月份牌广告,而是希望随时随地都能发行,这样,画面上的年历便逐渐被舍弃了。自然而然地,月份牌广告开始成为一般意义上的招贴广告。如“天聚福”烟行广告(图 1-3)、20 世纪 20~40 年代“仁丹”广告(图 1-4)、谢之光在 20 年代为海灯牌香烟设计的海报(图 1-5)。

中国近代的月份牌广告年画的发行方式以赠送为主。虽然月份牌广告年画在很多店



铺里也有销售,但当时的老百姓一般无须付钱,只要你买两盒英美烟草公司的纸烟,就可以凭烟盒内附装的赠券换取一张月份牌广告年画。

另外很多大商场都实行“购物一元,获赠广告一张,多购多赠”的办法发送这种招贴广告年画,目的是借此促进销售。鉴于月份牌广告年画明显的宣传效果,20 世纪二三十年代,许多洋行都对月份牌招贴广告十分重视,后来,许多民族企业家也开始青睐这种新的广告宣传形式。这使月份牌招贴广告成为近代中国最具传播效应的印刷广告形式之一。如杭稚英设计的“华东”烟草广告(图 1-6)、“全福”香烟广告(图 1-7)。

图 1-6 (左)

图 1-7 (右)



在招贴繁荣鼎盛时期,出现了如杭稚英、倪耕野、郑曼陀、谢之光、金梅生、周慕桥、关蕙农等一大批月份牌招贴广告的设计名家。

(3) 新中国成立后的宣传画

新中国成立后的 30 年里,中国社会经历了多次政治运动。每一次的运动从开始到结束都需要作广泛宣传,而宣传的最重要的一个形式就是采用通俗易懂的宣传画。新中国成立后相当长一段时间里,在中国的政治舞台上,政治宣传画扮演了极其重要的角色,即使数十年后,许多作品仍具有强大的感染力和冲击力。如徐维

豹、瞿元根“深入开展比学赶帮超群众运动”(图1-8)、单连孝“做人要做这样的人”(图1-9)。



图 1-8

政治宣传画主要是以绘画创作为主,创作手法丰富多彩、多种多样,可以是油画、国画,也可以是年画、水粉画、版画。新中国成立后,由于国家政策的影响与干涉,要求艺术为工农兵服务,艺术家们无论是出于自愿还是迫于形势,大多参与为政治运动做宣传的创作。有的怀着满腔热情、不计名利投身到艺术创作中,有的更是把创作当做一项政治任务来完成。可以这样讲,政治宣传画是我国特定时期、特定条件下的产物,它记录和表现了当时的经济、政治、文化等现象,是历史的折射与记载。

“文革”时期的宣传画题材,绝大多数是反映“无产阶级文化大革命”的运动、歌颂伟大领袖毛主席、反映工农兵的伟大形象,因而宣传画的色彩大都是“红、光、亮”,形象上是“高、大、全”。如《大力支援农业》《黄河儿女》《中国人民解放军是毛主席亲自缔造》等,几乎每张宣传画都是“万岁不离口、语录不离手”,这些作品的时代烙印和特征相当鲜明。那时的人们与宣传画形影不离、朝夕相

伴,宣传画给人们留下了极深的印象。如“学好弄通无产阶级专政的理论”(图1-10)、“毛主席万岁”(图1-11)、“毛主席语录”(图1-12)、“一定要解放台湾”(图1-13)。



图 1-9

学好弄通无产阶级专政的理论



图1-10