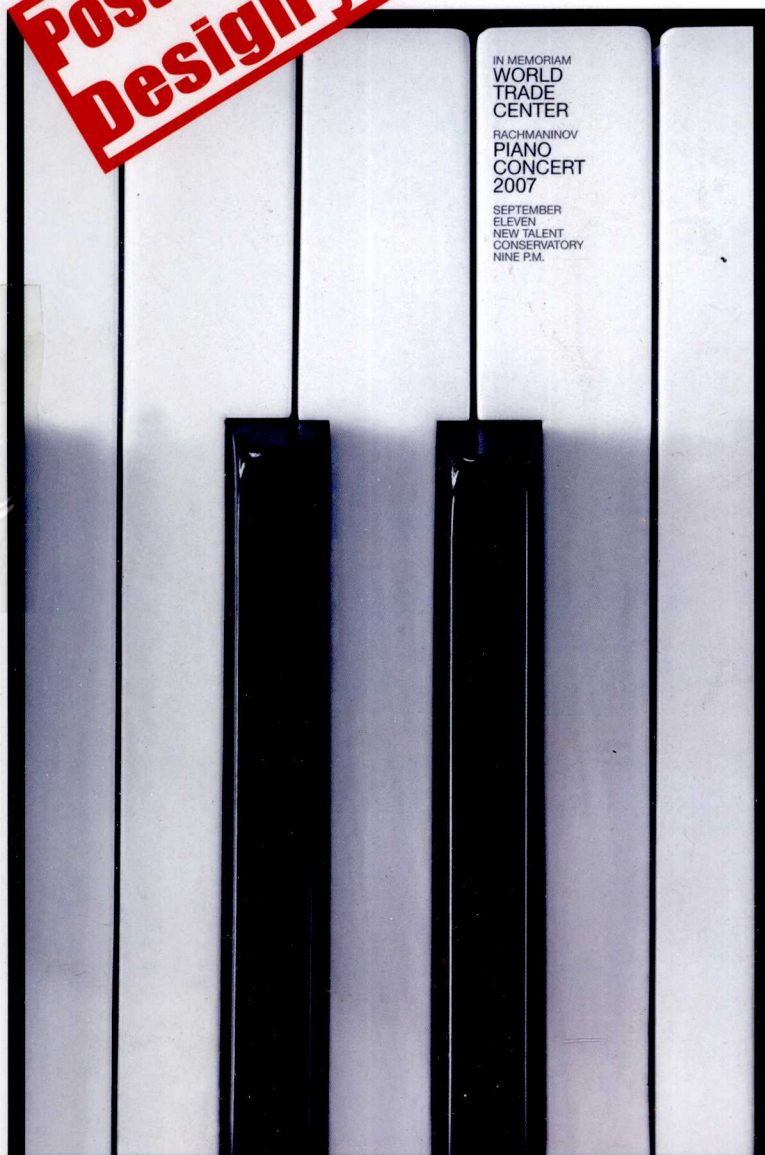


摄影 + 绘画 + 图形 + 计算机  
愉悦 + 诙谐 + 幽默  
秩序 + 和谐 + 统一

传播消息 + 提高竞争力 + 刺激需求  
要吸引 + 要艺术 + 要创意

# Poster“十一·五”高等院校艺术设计专业规划教材 Design 招贴设计

◎主编 徐 刚





“十一五” 高等院校艺术设计专业规划教材

# Poster Design 招贴设计

◎ 主编 徐 刚



河南科学技术出版社  
· 郑州 ·

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计/徐刚主编. —郑州:河南科学技术出版社, 2010.6

(“十一五”高等院校艺术设计专业规划教材)

ISBN 978-7-5349-4525-0

I. ①招… II. ①徐… 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080459号

---

出版发行:河南科学技术出版社

地址:郑州市经五路66号 邮编:450002

电话:(0371)65737028 65788633

网址:www.hnstp.cn

策划编辑:韩雅楠

责任编辑:韩雅楠

责任校对:徐小刚

美术设计:张 伟

责任印制:张 巍

印 刷:郑州友联印刷有限公司

经 销:全国新华书店

幅面尺寸:170 mm × 230 mm 印张:12.5 字数:290千字

版 次:2010年6月第1版 2010年6月第1次印刷

定 价:39.00元

---

如发现印、装质量问题,影响阅读,请与出版社联系。

# 前言

## PREFACE

自人类社会形成以来,教育对人类的政治、经济、文化,特别是对科学技术的推动和发展,是有目共睹的。科学技术的发展给人们带来了丰厚的物质基础。然而,科技作为一种资源,要转化成为可供人们使用的物质形态,则必须以设计为媒介、为载体。

设计不仅是使科学技术物化的载体,更是使科学技术商品化的载体。同时,设计作为经济发展的战略,作为提高商品附加值的方法,在当今中国得到了广泛的重视。设计既然在经济生活中的地位如此重要,那么,作为培养优秀设计人才的重要环节——艺术设计教育,就不能不为我们所关注、研究。

设计专业的教学目标,是培养具有独立个性、创造精神的设计人才,使其具有敏锐的洞察力、丰富的想象力、果断的决策力,在掌握先进的视觉传达工具和技术的基础上,注重提高文化素养、审美品位和艺术鉴赏力。有鉴于此,设计系的课程设置、教学内容与方式都力求富有特点,突出设计教育的科学性和教育方式的开放性,并在教学实践中不断予以发展充实。

招贴是广告的重要表现形式之一,招贴设计是平面设计专业的主干课程。本书以理论与图片相结合的方式,讲述了招贴的一般知识、招贴设计所应遵循的一般规律,在图片选择上,尽可能容纳中外各种表现手法的最新代表作,以使读者从中获益。

本书共分6章。其中第1章由王静编写,第2章、第3章由徐刚编写,第4章、第6章由张迎春编写,第5章(5.1)由耿沛甲、曹晓明编写,第5章(5.2)由李葛韦编写。

限于编者水平,书中疏漏和欠妥之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

编 者

2010年1月



# 目 录

## CONTENTS

### 第 1 章

招贴设计概述  
001

### 第 2 章

招贴设计的视觉构成要素  
043

### 第 3 章

招贴设计的构成形式  
065

### 第 4 章

招贴设计的表现形式  
102

### 第 5 章

招贴创意的思维形式与表现手法  
134

### 第 6 章

招贴的设计程序与常用设计软件解析  
172

### 参考文献

191

# 第 1 章 招贴设计概述

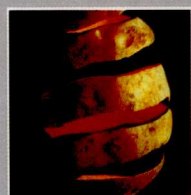
001

## 1.1 招贴概念及分类



002

## 1.2 招贴设计史概要



013

## 1.3 招贴的功能与特征



034



# 1.1

## 招贴概念及分类

### 1.1.1 招贴概念

“招贴”按其字义解释,“招”是指引起注意,“贴”是张贴,即“为引起注意而进行张贴”。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(Placard displayed in a public place)。

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,它是户外广告的主要形式,广告最古老的形式之一(图 1.1)。

图 1.1 国外街头招贴广告实景







图 1.2 形形色色的招贴

也有人根据 poster 的词根结构及掌故来剖析招贴的词义,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。

在我国,招贴又称“海报”或“宣传画”。“海报”,这个名字源于海洋运输。据说在我国清代,有外国人海运货船在我国沿海码头停泊,并将 poster 贴于码头沿街醒目处以促销其货物,沿海市民就称这种“poster”为海报,这种称谓慢慢叫开,并一直延续至今。

由此,我们可以看出,招贴属于户外广告的一种形式,张贴于街道、影剧院、展览会、商业区、车站、码头、公园等公共场所。

由于招贴多是设在人流量比较大的地方,人们对它的注意力大都是一瞬间,所以,在国外,招贴又被称为“瞬间的街头艺术”。招贴兼具设计性和绘画性,广泛应用于各类展示会、运动会、音乐会、研讨会、影视、演艺、影像、商品、时装、旅游或其他专题性领域,面向的对象是室外和远距离的人们,其设计要求是新颖、简洁、时尚、远视力强(图 1.2)。

在国外,招贴的大小标准尺寸。按英制标准,最基本的一种尺寸是30in(英寸,1in=25.4mm,因习惯沿用。下同)×20in(762mm×508mm),相当于国内对开纸大小,依照这一基本标准尺寸,又发展出其他标准尺寸:30in×40in(762mm×1016mm)、60in×40in(1524mm×1016mm)、60in×120in(1524mm×3048mm)、10in×6.8in(254mm×172.72mm)和10in×20in(254mm×508mm)。大尺寸是由多张纸拼贴而成,例如最大标准尺寸120in×240in(3048mm×6096mm)是由48张30in×20in(762mm×508mm)的纸拼贴而成的,相当于我国24张全开纸大小。专门吸引步行者看的招贴一般贴在商业区公共汽车候车亭和高速公路区域,并以60in×40in(1524mm×1016mm)大小的招贴为多。而设在公共信息墙和广告信息场所的招贴(如伦敦地铁站的墙上)以30in×20in(762mm×508mm)的招贴和30in×40in(762mm×1016mm)的招贴为多(图1.3)。

图 1.3 用不同规格比例设计的电影《集结号》海报





招贴多数是用制版印刷方式制成,通常在公共场所和商店内外张贴。当然,也有一些出于临时性目的的招贴,不用印刷,只以手绘完成,此类招贴属 POP 性质,如商品临时降价优惠,通知展销会、交易会、时装表演或食品品尝会的时间及地点等。这种即兴手绘式招贴,大多用即时贴代替,有时以手绘美术字为主,有时兼有插图,且较随意、快捷,它虽不及印刷招贴构图严谨,但有相当多的优点,比如传播信息及时、成本费用低、制作简便等(图 1.4)。



图 1.4 手绘的 POP 招贴形式

随着宣传媒介的多样化,招贴的首席宣传地位曾经被夺走过。但是,20 世纪 80 年代以后电子制版的出现,使招贴设计师运用这些尖端技术创造了比以往任何时候都更引人注目的招贴设计表现语言。招贴具有的许多优点是其他任何媒介无法替代的,直至今今天,几乎世界上所有知名的视觉设计院校都把招贴设计作为视觉设计最主要的学习内容。这是因为,招贴具备了视觉设计的绝大多数基本要素,它的设计表现技法比其他媒介更广、更全面,更适合作为基础学习的内容(图 1.5)。

正因为招贴具备特有的艺术效果及美感条件,广告史上最具代表性的广告设计师,大多数都是因其在招贴设计上的突出表现而成名,从这种意义上讲,招贴设计的研究是成功广告设计师的必经之路。



图 1.5 由招贴演变的一些现代广告媒体





## 1.1.2 招贴设计分类

印刷招贴可分为公共招贴和商业招贴两大类,公共招贴以社会公益性问题为题材,例如纳税、戒烟、优生、竞选、献血、交通安全、环境保护、和平、文体活动宣传等;商业招贴则以促销商品、满足消费者需要的内容为题材。

我们生活中常见的招贴设计主要有以下几个方面:

### 1. 公益招贴

公益招贴以社会公德、社会服务、伦理道德、行为引导等人们共同关注的社会问题为题材和诉求点,以提高人们对公共问题的认识、理解,促进社会美好发展。公益招贴涉及人类生存、环境、文明、社会、政治活动等诸多方面(图1.6~图1.9)。

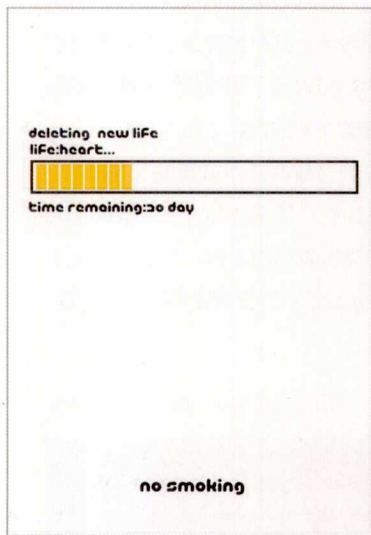


图 1.6 戒烟招贴



图 1.7 “汶川地震”赈灾招贴

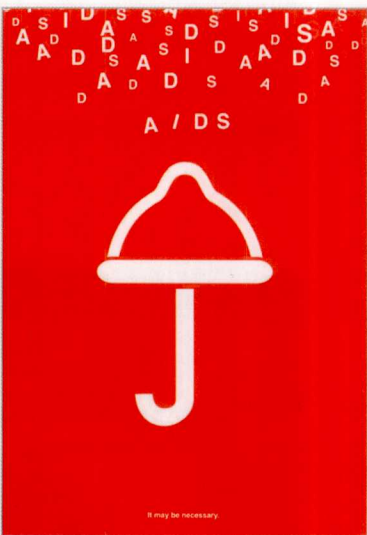


图 1.8 “预防艾滋病”招贴



图 1.9 环境保护招贴

## 2. 活动招贴

活动招贴指公告各种活动的张贴于公共场合的招贴，包括各种节日、集会、民族活动，如妇女节、儿童节、教师节、国庆节、圣诞节、狂欢节、泼水节、风筝节等的招贴（图 1.10）。

图 1.10 2010 年上海世博会招贴





### 3. 体育招贴

体育招贴以它鲜明、准确、凝聚、集中、动感、强烈的视觉艺术效果为广大观众所喜闻乐见，它张扬的是体育文化和崇高的奥林匹克体育精神，能给予人们心灵上的震撼和精神上的激励与鼓舞。现代体育招贴设计充满青春朝气、活力强劲，视觉传达力强，幅面大（图 1.11、图 1.12）。



图 1.11 2008 年北京奥运会招贴



图 1.12 2010 年温哥华冬奥会招贴



#### 4. 电影招贴

电影招贴是最具文化底蕴的广告,设计手法集文学、电影、美术、新闻传播、视觉设计于一体。电影招贴设计必须有相当的艺术感染力,要调动形象、色彩、构图等因素形成强烈的视觉效果;它的画面应有较集中的视觉中心,力求新颖、单纯;还应具有独特的艺术风格和设计特点(图 1.13)。



图 1.13 电影招贴设计

## 5. 文化、演艺招贴

文化、演艺类招贴包括绘画展、设计展、摄影展,音乐会、演唱会等活动的招贴。招贴设计不受任何条件的限制,注重主观意识、个人风格和情感的表达,注重作品的绘画性和艺术性(图 1.14 ~ 图 1.17)。

图 1.14 CC 综合艺术展



图 1.15 佛教文化招贴(台湾)



图 1.16 MTV 音乐频道招贴

图 1.17 荷兰国家芭蕾舞团演出招贴



## 6. 商业招贴

商业招贴的功能：一是宣传特定产品和服务项目的销售；二是宣传和提升企业、集团、公司的统一形象。这类招贴是当前市场经济社会广告的主流。商业招贴包括商品的宣传及展销、树立企业形象、观光旅游、交易会、出版、邮电、交通、保险等方面的招贴（图 1.18 ~ 图 1.21）。

图 1.18 诺基亚音乐手机招贴



图 1.19 大众甲壳虫汽车广告招贴

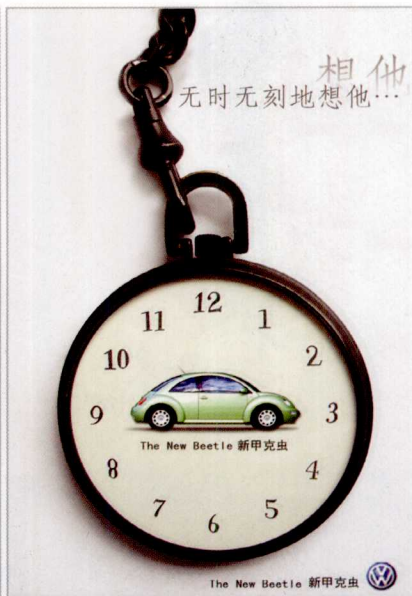


图 1.20 张家界风景区旅游招贴

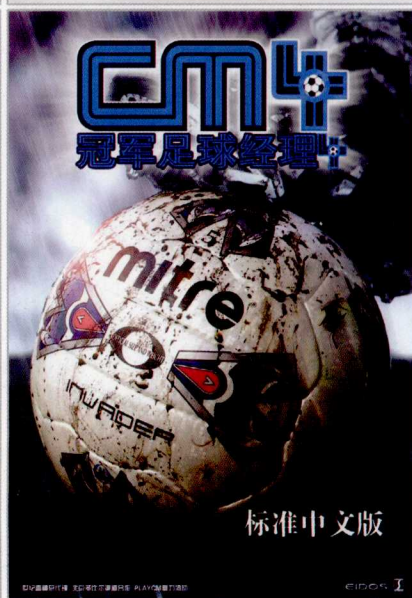


图 1.21 电脑游戏出版招贴