

平面设计基础教程系列丛书

# 招贴设计教程

郝军 孟祥斌 编著



中国纺织出版社

NON  
THE  
COL  
LIE  
S  
H  
NEE  
J  
A  
O  
C  
H  
E  
N  
G

平面设计基础教程系列丛书

# 招贴设计教程

ZHAOTIESHEJIEJIAOCHENG

郝军 孟祥斌 编著

## 图书在版编目(CIP)数据

招贴设计教程 / 郝军, 孟祥斌编著. —北京: 中国纺织出版社, 2005.9

(平面设计基础教程系列丛书)

ISBN 7 - 5064 - 3162 - 9/J · 0171

I. 招… II. ①郝… ②孟… III. 宣传画—设计—专业学校—教材 IV. J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第047974号

策划编辑: 谢婕妤 魏大韬

责任编辑: 王力凡

特约编辑: 智慧

责任校对: 陈红

责任设计: 由炳达 谢婕妤

责任印制: 刘强

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街6号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: [faxing@c-textilep.com](mailto:faxing@c-textilep.com)

北京利丰雅高长城印刷有限公司制版印刷 各地新华书店经销

2005年9月第1版第1次印刷

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 7

字数: 72千字 印数: 1—5000 定价: 32.00元

(凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社市场营销部调换)

随着我国市场经济的繁荣和社会文明的发展,艺术设计得到社会广泛的重视,高水平的设计人才成为社会上炙手可热的焦点。为此,不少院校都增设了平面设计专业,加大对艺术设计人才培养的力度。然而,在艺术设计教学的课程建设和教学体系中,教材是人才培养的重要环节。系统的专业教材建设和编写水平的提高,直接影响了教学质量和办学水平。为了解决这个问题,一些活跃在艺术设计教学第一线的中、青年教师,以多年的教学经验,组织并编写了这套“平面设计基础教程系列丛书”。它涵盖了平面设计专业的主要课程,如标志设计、字体设计、招贴设计、CI设计、结构素描等内容。整套教材的编写体系科学完整,内容简明扼要,形式丰富多彩,既有系统的基础理论,又有具体的实践案例,适合专业教学和广大立志要自学成才的读者使用。这套书的编辑出版将会促进艺术设计专业教学和设计艺术的发展。

现代平面设计在它一百多年来的形成和发展历史过程中,伴随科技现代化、产业信息化、经济国际化的社会发展趋势,在设计理念、设计方法和设计技术等方面经历了各种变化,形成现今蓬勃发展的态势。18~19世纪,以欧洲为中心的工业革命促进了设计艺术的理念更新,包豪斯的科学与艺术相结合的现代主义设计理论为艺术设计的发展奠定了坚实的基础。而信息革命和数字化技术的发展,深刻地改变了社会结构和社会形态。一个以知识经济为主导的非物质社会正在形成,这必然为艺术设计的发展提供新的视野和广阔的发展空间。同时,艺术设计将承载历史的使命并以独特的方式,开发人类崭新的生活领域。

目前,世界的政治、经济、文化正在走向国际一体化,“地球村”正在逐步形成,在这个发展过程中,民族和地域文化不可避免地受到影响,或在沉溺中消亡,或在交融中强大,这是世界各国面对的现实问题。有5000年历史文明和博大精深文化积淀的中华民族,在近百余年来经历了生死存亡的战火洗礼,又经过几十年励精图治、与时俱进的经济改革,取得了世人瞩目的成就。政治的稳定、经济的繁荣和社会的发展,必将为中国艺术设计的发展提供深远的空间和无穷的动力。中国古老的文明曾经创造了人类辉煌,在现代化的进程中所焕发的无限生机必将创造新的辉煌。而东、西方文化艺术的跨时空的碰撞与交融,必然产生和释放出巨大的社会能量,汇成人类社会发展的强大洪流。希望这套丛书的出版能为这股洪流注入一定的能量。

天津美术学院艺术设计学院副院长、教授

<b>第一章 招贴广告的回顾及特点</b> .....	001
1.1 我国招贴广告的历史回顾.....	001
1.2 招贴的教学与研究.....	002
1.3 招贴的特点及类别.....	004
1.3.1 招贴的特点.....	005
1.3.2 招贴的类别.....	009
<b>第二章 招贴的构成元素</b> .....	015
2.1 招贴的色彩.....	015
2.1.1 招贴色彩的主要特点.....	016
2.1.2 色彩语言的组成.....	019
2.1.3 招贴色彩的应用.....	022
2.2 招贴的图形.....	022
2.2.1 图形的物质.....	023
2.2.2 图形的准确性.....	023
2.2.3 图形的个性化.....	024
2.2.4 图形的内涵.....	024
2.2.5 图形的美感特征.....	024
2.2.6 图形的表现形式.....	025
2.2.7 图形的表现技法.....	025
2.3 招贴的编排.....	028
2.3.1 招贴编排的意义.....	028
2.3.2 招贴编排的原则.....	029
2.3.3 招贴编排的形式法则.....	030
2.4 招贴字体的应用.....	033
2.4.1 字体的风格.....	033
2.4.2 招贴中常用的字体.....	033
2.5 招贴的文案.....	036
2.5.1 招贴文案的界定.....	036
2.5.2 招贴文案的内容.....	037
<b>第三章 招贴的创意及定位</b> .....	039
3.1 招贴的创意.....	039
3.1.1 创意是为实现某种目的的手段.....	039
3.1.2 创意是一种效应.....	040
3.1.3 创意是一种沟通.....	041
3.1.4 创意是一个卖点.....	041

3.1.5	创意体现思维	·042
3.2	招贴的设计定位	·045
3.2.1	主题定位	·046
3.2.2	品牌定位	·046
3.2.3	功能定位	·046
3.2.4	受众定位	·047
3.2.5	地区定位	·047
3.2.6	市场定位	·047
3.2.7	情感定位	·047
3.2.8	概念定位	·048
3.2.9	理念定位	·048
3.3	招贴的视觉中心	·049
<b>第四章</b>	<b>招贴和标志</b>	·051
4.1	标志的类别	·051
4.2	标志在招贴中的表现	·051
4.2.1	主体表现	·052
4.2.2	客体表现	·052
4.2.3	变体表现	·052
4.2.4	重复表现	·052
4.2.5	简化表现	·052
<b>第五章</b>	<b>招贴的表现方法及设计步骤</b>	·054
5.1	招贴的表现方法及艺术风格	·054
5.1.1	招贴的表现方法	·054
5.1.2	招贴的艺术风格	·058
5.2	招贴的设计步骤	·059
5.2.1	确定类别和表达内容	·059
5.2.2	社会调查与市场调研	·059
5.2.3	制定计划	·059
5.2.4	创意构思	·059
5.2.5	选择元素符号	·059
5.2.6	确定最佳方案	·060
5.2.7	制作与完善	·060
	作品欣赏	·061
	后    记	·105

# 第一章 招贴广告的回顾及特点

## 1.1 我国招贴广告的历史回顾

招贴广告最早是伴随着商业活动产生的。从原始社会以物易物的简单交易活动，到逐步转向以货币作为媒介的产品交易，一直到经济市场雏形的基本形成，这中间经历了相当长的历史时期。专门从事贸易的阶层和商贾，为了牟取利润，深谙用各种手段招徕顾客的重要性。不论是口头叫卖还是店铺招牌、封泥记号（类似今天的品牌标志），都是当时广泛应用的促销手段和工具。

造纸和制墨等生产技术出现后，雕版印刷术也应运而生了。宋庆历年间（公元 1041 ~ 1048 年），毕昇首创活字印刷，使印刷技术有了突破性的发展。造纸术和印刷技术的发展也极大地丰富了广告宣传的形式和手段。例如现存最早的印刷广告——北宋时期的“济南刘家功夫针铺”的广告铜版（图 1-1），构图严谨庄重，主次分明，图文并茂，中间为“玉兔捣药”商标和店址，内文、广告语融为一体，既有商标图形和店址，还有详细的广告文案；它一纸多用，既是仿单、包装纸，又是招贴传单，是一幅相当完整的古代平面设计作品。

明清时期，虽然印刷技术有了显著的提高，由最早的泥活字发展到铜活字和铅活字，接着又产生了四色以内的套色印刷，但印刷广告从内容到形式并未远离旧有的模式，基本上是因袭旧制。图 1-2 是一张清末的中药店“仿单”，广告元素完备，双色印刷，主次分明，既是广告，又是包装纸。

但是，随着时间的推移和时代的变迁，招贴已彻头彻尾地成了全社会的大众宣传工具。1840年之后，外国殖民主义入侵，同时也把西方文化带进了中国，民族商业在受到冲击挤压的同时，商贾们的经营理念也发生了改变。这一时期的商业招贴，既有浓厚的传统色彩，又受到西方文化的影响。招贴以多样性走向市场，最明显的就是“月份牌”年画以招贴的形式大量涌现，成为世人喜闻乐见的一种媒介（图 1-3）。

这期间也涌现出一批如杭稚英、金梅生、李慕白等设计绘制“月份牌”年画的高手。而且此时的招贴已不再是商贸活动的专利，而是在更广泛的层面上得到了应用，如电影招贴、戏剧演出招贴、公益活动和



图 1-1 宋代济南刘家功夫针铺的印刷广告



图 1-2 清代中药店仿单





图 1-3 月份牌年画招贴



图 1-4 八千里路云和月 电影招贴



图 1-5 怒吼吧，中国 木刻宣传画 李桦



图 1-6 木刻家杨可扬先生在解放战争时期创作的宣传画



图 1-7 学习鲁迅先生斗争精神 木刻宣传画 郭钧

型会展招贴等。我国早期的电影招贴在风格上很明显还是受着“月份牌”年画的影响，招贴中充满年画的元素符号是当时的一大特点（图 1-4）。

在抗日战争和解放战争时期，政治招贴更是一种强有力的宣传工具。一些具有民族正义感和爱国之心的画家，如著名的画家古元、华君武、李桦等，为鼓舞士气，激励中国人民奋勇抗敌，创作了一批力作。解放后很多画家仍活跃在招贴设计的舞台上，创作的内容和表现方法也更加丰富多样（图 1-5 ~ 图 1-7）。

新中国成立后，公益活动日趋繁荣，招贴的主题也异彩纷呈。体育比赛、文艺演出、重要节日、会议会展、文明倡导等均成了招贴的创作主题。改革开放之后，由于市场竞争机制的逐步完善，对外交流活动的日趋频繁，招贴这种艺术形式也有了更好的发展机遇和空间。

我国加入 WTO 以后，全方位的国际交往前景已成大势。本土创作的招贴要想生存，必须在量和质上有更大的突破。设计者任重而道远，应该做好立足本土、接轨世界的充分准备。

## 1.2 招贴的教学与研究

在我国，招贴和绘画长期以来在专业分工上没有明确的界限，所以招贴的创作在很大程度上由专业画家承担，必然绘画味道很强。除了极少数作品用中国画表现外，大部分作品都是用木刻、水粉、油画



或装饰绘画等形式表现。总之，凡是有一定造型能力和表现能力的专业或业余画家均可参与招贴创作。后来，摄影艺术的加盟使招贴的表现能力得以加强，但这种表现形式还不是主流。

新中国成立至 20 世纪 60 年代，人们能见到的招贴多是前苏联和波兰等极少数国家的设计作品，尤其是波兰招贴，因受其地域、传统和文化背景的影响，创意新颖，风格鲜明，个性突出，简洁浪漫（图 1-8）。

改革开放之后，国内的各艺术院校在教学上赋予招贴设计新的理念



图 1-8 波兰招贴

波兰招贴内容丰富，形式多样，创意新颖，个性鲜明。虽然这几幅是早期作品，但今天看起来仍有许多值得大家研究和借鉴的东西。

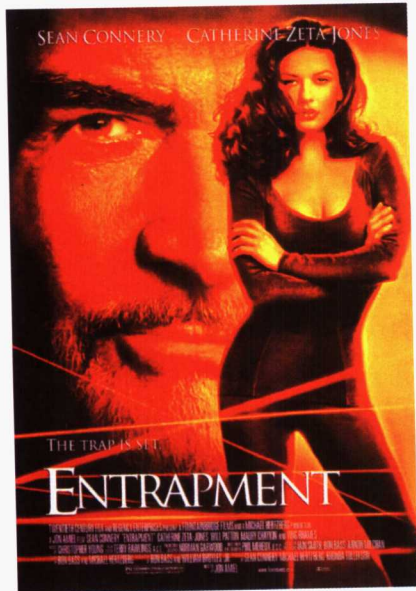
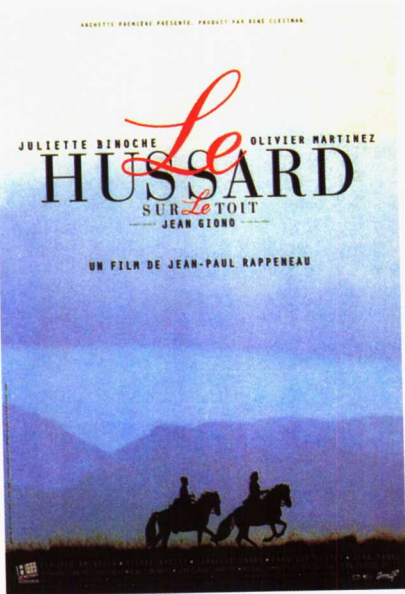


图 1-9 国外电影招贴

这几幅国外电影招贴在艺术风格上与我国的电影海报完全不同。这是由于地域文化、民族特色和审美角度不同所形成的。

和定位，并积极融入国际大家庭，发达国家的招贴设计理论与成功经验通过各种渠道源源不断地涌入我国（图 1-9）。

“请进来，走出去”的想法使招贴在理论研究和设计实践上均得到了促进与发展，许多有关理论研究的专著和文章为招贴设计开创了新局面。各种主题的招贴无处不在，相互竞争。今天，招贴设计的理论研究逐步向纵深发展，设计实践也延伸向更宽泛的领域。设计者对设计学、传播学、心理学、社会学、市场学、创意理论、定位理论以及有关法律法规等全方位的学习与研究，使原本对招贴只限于造型艺术范畴的认识得到了全面的深化，从而招贴设计成为一门地地道道的交叉学科。求新、求变已成为当代设计者的共识。当然，与许多发达国家相比，我国的现代招贴设计还有许多问题值得思考和探索，而这正给设计者们留下了广阔的研究课题和展示空间。

### 1.3 招贴的特点及类别

谈起招贴，人们往往很自然地将其与广告联系起来，这不无道理。从广义上讲，在概念、特点与功能方面，广告和招贴很难区别。招贴确实是广告范畴中的一种传媒手段和工具，它最早大都表现出了强烈的商业色彩和赢利目的，商家借助它宣传商品，树立信誉，以赢得市场，获取利益。然而，招贴并不是广告的全部，它仅仅是一个重要的分支。随

随着社会生活的不断丰富和发展,招贴设计无论是在内容上还是在主题上都已远远超出了商业范畴,对于一切应该宣传、值得宣传的内容,招贴均具备承载能力。严格地说,招贴是从广告中派生出来的一种平面设计形式和视觉传达工具。

招贴不属于纯粹绘画艺术,而属大众传媒体系,其目标针对并凸显大众化和平民化。有时它也采用相对抽象的艺术形式,但绝不等同于康定斯基的抽象绘画;它往往利用不同手段把形象真实化,细腻化,又绝不是古典主义绘画的翻版。今天,虽然某些招贴作品出现了一些“唯美”的现象,然而,它们还是遵循招贴设计的原则与轨迹表述了一定的理念或创意思维模式,其个性仍然是十分鲜明突出的。共性是个性的基础,个性是共性中的提纯,招贴也是如此。

### 1.3.1 招贴的特点

招贴与其他造型艺术有很多共同之处。首先,它要用形象化的表现语言面对受众,沟通思想;其次,它要选择必要的艺术形式传情达意,加深受众的印象,同时表现出画面的美感;再次,它要充分调动色彩要素表现形体,打造声势,深化主题等等。也就是说,无论是招贴,还是其他造型艺术,都必须从文学艺术的主根中汲取营养,进而完善自己。可以肯定地说,一切艺术形式,如文学、戏剧、舞蹈、音乐、民间艺术等等,都能在招贴中得以融会和体现。

当然,作为一种独特的、有生命力的传媒形式,招贴会根据自身的功利原则和存在价值,确定自己的许多特点。

#### 1.3.1.1 准确地传递信息

任何内容的招贴设计,设计者首先要解决好“说什么”的问题。一幅好的招贴作品要做到言之有物,切忌空谈,应给受众一个完整清晰的概念(图1-10)。

#### 1.3.1.2 目标针对性

不同的主题会有不同的受众层面。设计者应处理好“对谁说”的问题。有了针对性,招贴设计才能达到目的(图1-11)。

#### 1.3.1.3 时效性

时效性是招贴设计能否奏效的关键。它一方面是指招贴应尽可能在极短

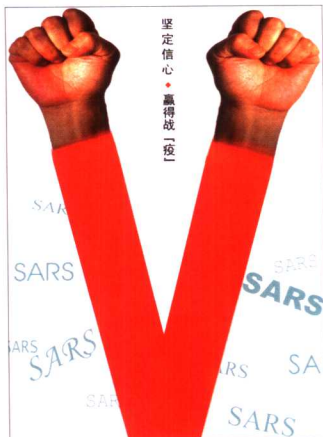


图1-10 坚定信心赢得战役

这幅作品传递信息准确,视觉冲击力极强,表明了人们战胜病魔的力量和信心。

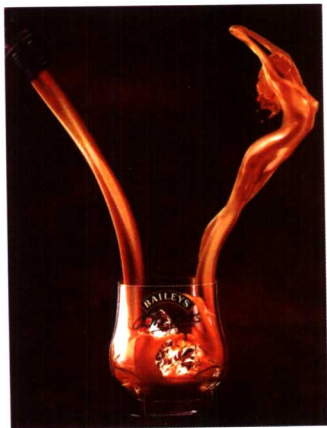


图1-11 酒类招贴

这两幅招贴上都有一个优美的女人身体,一个隐现在晶莹剔透的玻璃瓶中,另一个则随倒入的酒冲出杯外。人美、酒香,商品宣传的针对性一目了然。

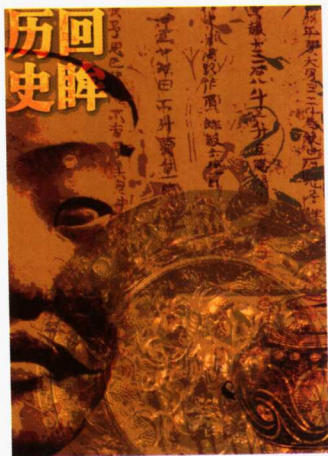


图1-12 画面似乎把观者引进了时间隧道

的时间里引起受众的注意和理解,另一方面是指“何时说”才能事半功倍,获取成功(图1-12)。

#### 1.3.1.4 地域性

在不同地域,招贴面对的受众必定有所差别。因此,地域性是招贴设计必须关注的另一焦点。“何地”也是设计者应考虑的重要方面之一(图1-13)。

当然,某些不同地区优秀的艺术形式完全可以打破疆域界限,例如在我国南方的越剧,北方人同样喜欢;而北方的地方戏,同样会博得南方人的喝彩。

#### 1.3.1.5 设计空间的有限性

招贴的设计空间是有限的,再加上它瞬间性(指它的信息在瞬间就被受众浏览并接收)的局限,一般在设计中的信息量上应做到少而精。图形、文字、语言尽量简练、单纯,避免由于受众视线和注意力的分散

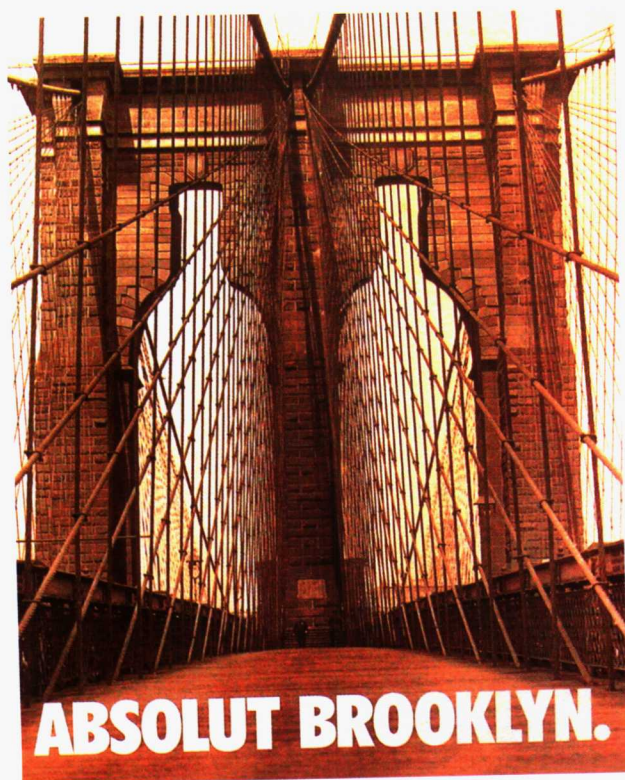


图1-13 招贴的地域性表现

由于题材不同,创意的切入点和表现形式各有特点,这两幅招贴明显地体现了这一点。

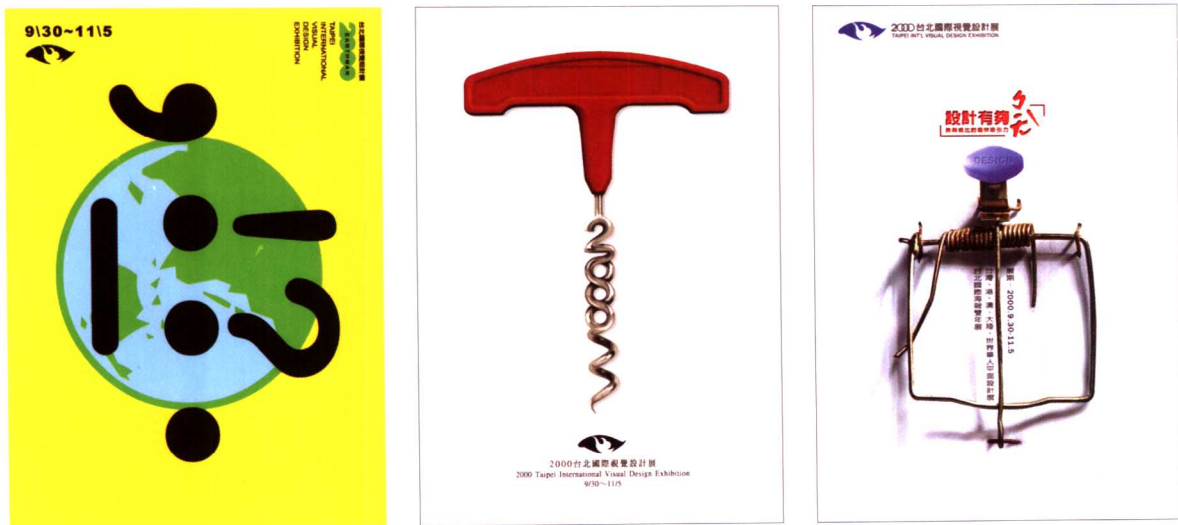


图 1-14 台北国际视觉设计展招贴

这三幅作品是一个系列招贴设计。图形简练而富有新意，简约而不简单，联想空间很丰富，给受众留下深刻印象。

而影响招贴的效果（图 1-14）。

### 1.3.1.6 刺激视觉，贴近心理

刺激视觉，贴近心理是招贴又一突出特点。刺激视觉，招贴才会产生感召力和诱惑力；贴近心理，招贴才会打动人们的情和意，进而才能实现与受众心灵的沟通与共鸣。言之有理、言之有情是设计者万不可忽视的（图 1-15）。

### 1.3.1.7 主题决定权的归属性

关于主题内容的决定权，很多艺术形式都能体现出个人的意志和行为。而招贴则不然，尤其一些指定的公益活动招贴和商品招贴，在主题确定上设计者很少有个人自主权，也就是说许多这种招贴的主题均来自于社会和企业。

### 1.3.1.8 外部空间的广泛性

绘画艺术作品只限于室内陈列和欣赏，在户外几乎看不到它的存在。而招贴是户外环境宣传品，必须走向广泛的外部空间。

### 1.3.1.9 表现元素的综合性

构成招贴的元素，如图形、文案、口号等，极具综合性特色，体现



图 1-15



图 1-15 招贴的视觉冲击力

强化视觉冲击力是招贴设计作品的共同追求，但采取的形式各不相同：有的用色彩的元素，有的将图形夸张错位，有的单纯洗炼，此外还有许多方法。



图 1-16 “瓶镜”吉祥

这幅设计虽构成元素较多，但处理得当，和谐统一，错落不失有致，画面静谧而不显呆板。

了一种“团队”意识，往往缺一不可（图 1 - 16）。

以上所述招贴的一些特性，是它生存和发展的基础，是该形式的鲜明个性所在。它与其他艺术形式之间的关系，只能是借鉴、启发，而不是也不可能是简单的替代和模仿，这正是招贴能独立存在并得以发展的根本原因。

### 1.3.2 招贴的类别

#### 1.3.2.1 政治招贴

此类招贴是政党、政府经常利用的宣传工具之一。一个政党的政治主张、目标、倾向、纲领、态度、方针等或政府部门的施政纲领、政策法律、承诺措施、法令规则、政绩展示、预想目标等，均可用招贴的形式进行发布和宣传，从而使抽象化的概念具体化，文字化的理念形象化，以配合其他媒体强化宣传力度，达到广而告之的目的（图 1 - 17）。

#### 1.3.2.2 文化招贴

顾名思义，这种招贴以文化内容为主线，显示着一个国家、一个地区、一个时期的文化背景、文化特征、文化现象、文化内涵等属于文化方面的昨天、今天和明天。例如，各种内容和形式的文艺演出招贴、书籍展览招贴、画展招贴、书法展招贴、民间艺术展招贴、艺术摄影展招贴、介绍传统或现代文化的招贴、专题性的学术研讨会招贴等等。文化

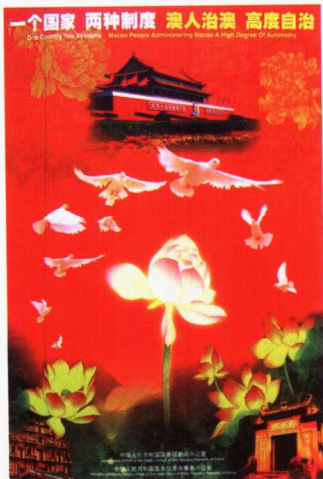
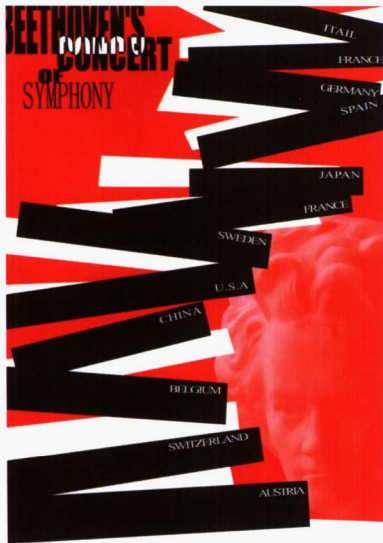


图 1-17 澳门回归招贴

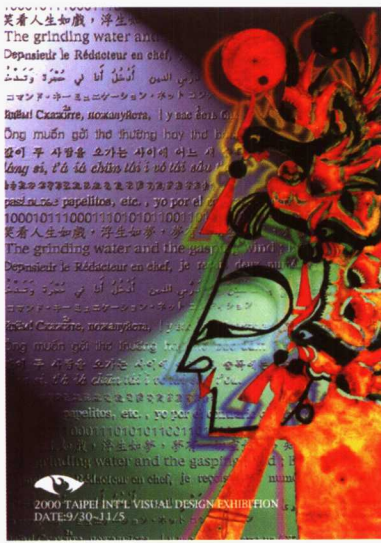
香港和澳门回归祖国，全国各族人民尽情欢呼。这三幅招贴设计从不同角度，记载和传递了这令人振奋的历史时刻。



音乐会招贴



国外招贴



台北国际视觉设计展招贴

图1-18 文化招贴

招贴传递着丰富的文化信息，震撼着人们的心灵，陶冶了人们的情操，蕴藏着无穷的知识，当然也激发着无数人的参与热情（图1-18）。

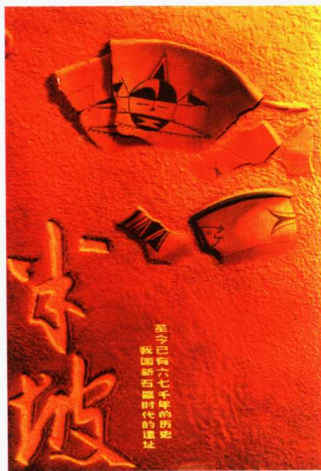


图1-19 “半坡”旅游招贴 贾歌舒  
面对这幅旅游招贴，历史的文化气息会向你扑面而来。

### 1.3.2.3 旅游招贴

人们面对历史遗迹，可温故知新，开拓眼界，增长知识；人们拥抱大自然，可神清气爽。而旅游招贴可以充当一个无声的导游员，从点（一个局部的景点）或面（更广泛的景观景区）上宣传。旅游招贴图文并茂，直观可亲，引人入胜。这类招贴特点鲜明、个性突出、简繁由之，不仅是一种宣传品，亦是具有收藏价值的纪念品（图1-19）。

### 1.3.2.4 社会公益招贴

社会公益招贴内容广泛，涉及人类社会生活的方方面面，诸如环境保护、社会公德、群体利益等等。该类招贴一般没有经济色彩，不以赢利为目的，仅以号召参与或树立理念为宗旨。它既可以作为进行正面宣传的媒介，也可以作为揭露和制止反面行为的媒介。因为它的受众层面非常广泛，因此大众化、通俗化是它的特点。这类招贴切忌表述晦涩、费解或在理念上产生歧义（图1-20）。

### 1.3.2.5 概念性招贴

概念是人们在社会实践中总结和概括出来的一种具有普遍意义的抽



