

工商美術叢書



商業漫畫角色



林 叢編著・萬里書店出版

商 業 漫 畫 角 色

林 叢編著

出 版 者：萬 里 書 店 有 限 公 司

香港鯉魚涌芬尼街2號D

電話總機：5-647511~4

承 印 者：海 聲 印 刷 廠

柴灣新安街四號15樓B座

定 價：港 幣 三 十 元

版權所有*不准翻印

(一九八五年三月版)

目次

前 言.....	1
一、關於商業漫畫角色.....	13
1. 商業漫畫角色的作用.....	14
2. 漫畫在廣告的應用.....	16
3. 商業角色與繪畫題材的差別.....	19
4. 漫畫角色的優點.....	20
5. 優勝於商業演角.....	21
二、商業角色創作發端.....	23
1. 不同目的的兩種角色.....	24
2. 效能性的創立時機.....	27
三、成為商業角色的必要條件.....	33
1. 商業角色的起碼要求.....	34
2. 親切感.....	35
3. 獨創性.....	36
4. 設計方針.....	38
5. 角色名稱.....	39
四、製定商業角色的技術原則.....	43
1. 題材選擇.....	44
2. 角色比例.....	53
3. 具象的角色.....	55
4. 半具象的角色.....	56
5. 角色的姿勢.....	58
6. 服裝與飾物.....	60
7. 誇 張.....	63
8. 簡潔化.....	65
9. 角色的改型.....	67
五、商業角色的各方面運用.....	69
1. 不同的宣傳媒介的使用問題.....	70
2. 導買點廣告.....	77
3. 贈品和小玩意.....	79
4. 商品包裝.....	80

5. 小商店的角色.....	82
6. 漫畫名角作商業角色.....	84
7. 商業角色商品化.....	86
六、商業角色應用數例.....	89
1. 不二家的點頭女和點頭仔.....	90
2. 朝日啤酒的霍布先生.....	94
3. 松下電器的魔術大叔.....	98
4. 辛托利的托利大叔.....	101
5. 桃屋的教平.....	104
6. 三菱重工的河狸.....	107
商業漫畫角色專輯.....	113
商業漫畫角色原畫.....	114
影像媒介.....	120
印刷媒介.....	122
店 頭.....	129
贈品、商品.....	132



前言

商業漫畫角色，是象徵商號或商品的漫畫性人、動物乃至非生命物，並有一定名稱的角色，它是商號與消費者密切相交通的恆久性親善大使，又是商號、商品的最受人歡迎的宣傳員。它替公司、商品鐫刻深深的形象於消費者頭腦中，它一身兼備商標、牌子、畫面模特兒、宣傳推銷等多方面的職能，近來它的商業宣傳廣告地位越來越受人重視。

本書介紹商業漫畫角色的概念、運用、構成方針、條件、技術處理原則以及商業諸領域的實施。取材來自日本，因為日本使用商業漫畫角色十分普遍。雖然本地商業情況、生活習慣、價值觀念與日本有所不同，但他們的經驗仍然可以引為借鑑。

本港目前使用商業漫畫角色的還很少，電視廣告中出現的可數的若干例，不需編著者饒舌，所以本書宗旨在於引入，而非細緻的討論、評價及具體技術處理。輯錄圖例較多，所謂耳聞不如目睹也。有些（例如報紙廣告）是原版輯錄的，其內當然有許多日文。為讓讀者理解角色情態設計所由，撮其一兩廣告語譯出，附於圖說明之末。



目次

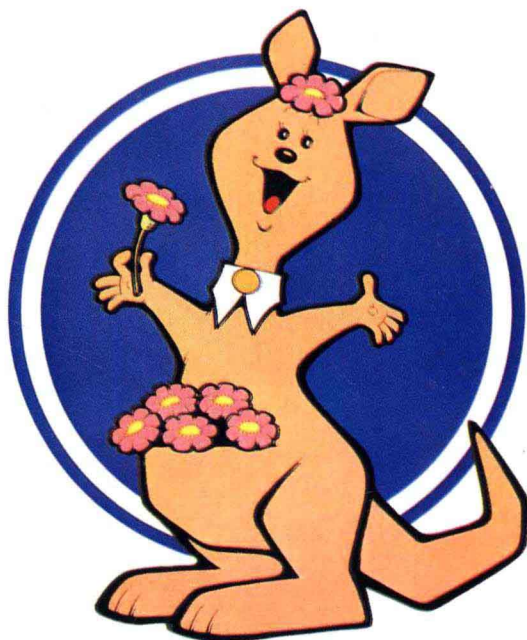
前 言.....	1
一、關於商業漫畫角色.....	13
1. 商業漫畫角色的作用.....	14
2. 漫畫在廣告的應用.....	16
3. 商業角色與繪畫題材的差別.....	19
4. 漫畫角色的優點.....	20
5. 優勝於商業演角.....	21
二、商業角色創作發端.....	23
1. 不同目的的兩種角色.....	24
2. 效能性的創立時機.....	27
三、成為商業角色的必要條件.....	33
1. 商業角色的起碼要求.....	34
2. 親切感.....	35
3. 獨創性.....	36
4. 設計方針.....	38
5. 角色名稱.....	39
四、製定商業角色的技術原則.....	43
1. 題材選擇.....	44
2. 角色比例.....	53
3. 具象的角色.....	55
4. 半具象的角色.....	56
5. 角色的姿勢.....	58
6. 服裝與飾物.....	60
7. 誇 張.....	63
8. 簡潔化.....	65
9. 角色的改型.....	67
五、商業角色的各方面運用.....	69
1. 不同的宣傳媒介的使用問題.....	70
2. 導買點廣告.....	77
3. 贈品和小玩意.....	79
4. 商品包裝.....	80

5. 小商店的角色.....	82
6. 漫畫名角作商業角色.....	84
7. 商業角色商品化.....	86
六、商業角色應用數例.....	89
1. 不二家的點頭女和點頭仔.....	90
2. 朝日啤酒的霍布先生.....	94
3. 松下電器的魔術大叔.....	98
4. 辛托利的托利大叔.....	101
5. 桃屋的教平.....	104
6. 三菱重工的河狸.....	107
商業漫畫角色專輯.....	113
商業漫畫角色原畫.....	114
影像媒介.....	120
印刷媒介.....	122
店 頭.....	129
贈品、商品.....	132

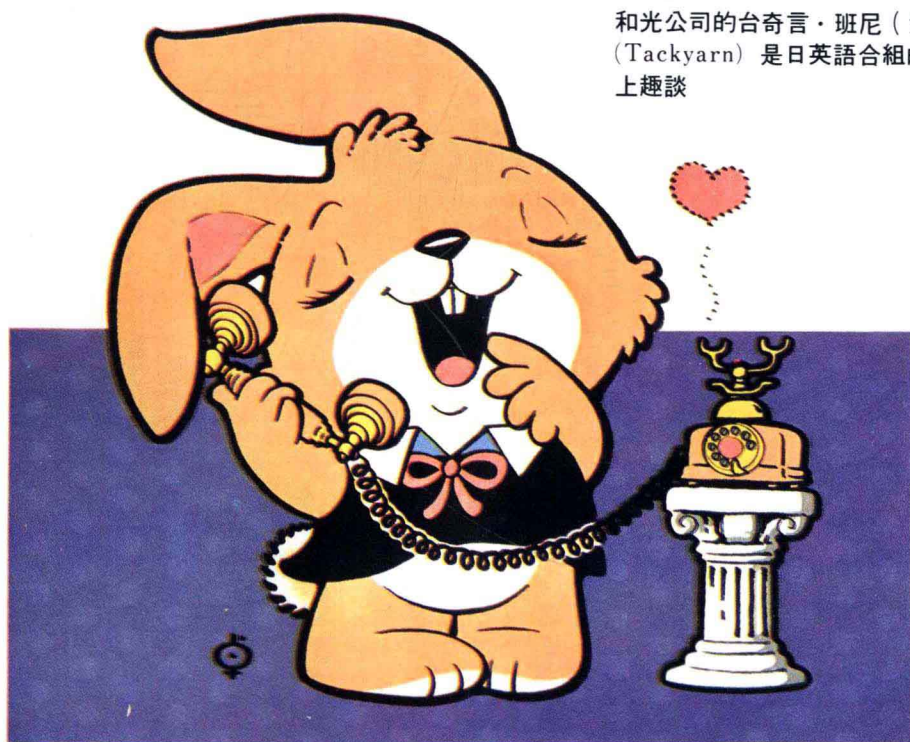




新日本摔角的安東



郵政省簡易保險局的簡易保險與津貼的漫畫角色袋鼠君



和光公司的台奇言·班尼（兔）：台奇言（Tackyarn）是日英語合組的名稱，指桌上趣談



↑ 尤加利公司的台奇言·查布（企鹅）

↓ 壹伍公司的台奇言·碧美（女孩）





↑ 東京燃氣公司的店頭假人燃氣仔



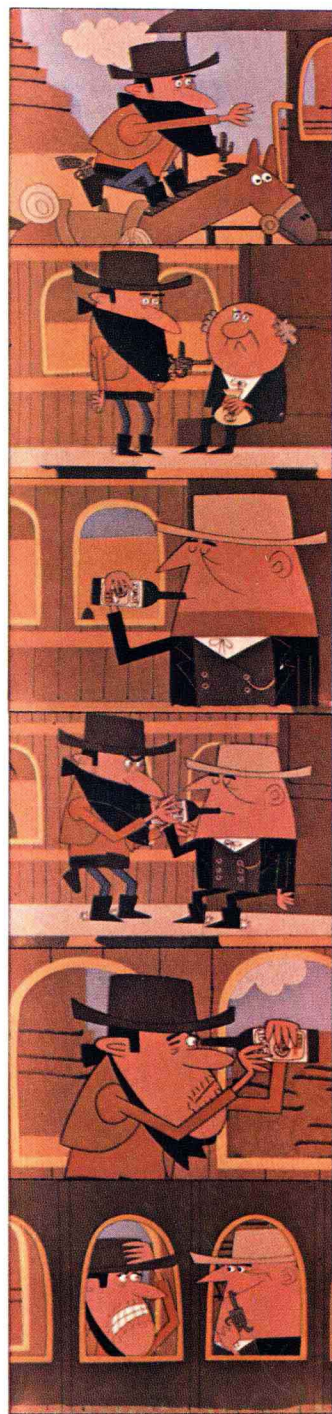
← 松下電器彩色電視利用奧林匹克機會的雜誌廣告的魔術大叔



↑ 松下電器彩色電視配合“紅變綠”調整宣傳的印刷媒介的角色新形象



← 桃屋食品公司的店頭海報的教平先生



↑ 辛托利的托利大叔電視動畫



↑小西六櫻花菲林的店頭標誌貼紙



↑荷里活的小女子角色大招牌



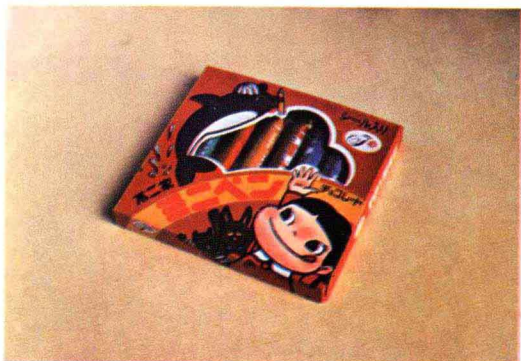
↑利用休息日鐵閘的住友信託銀行的明天先生廣告

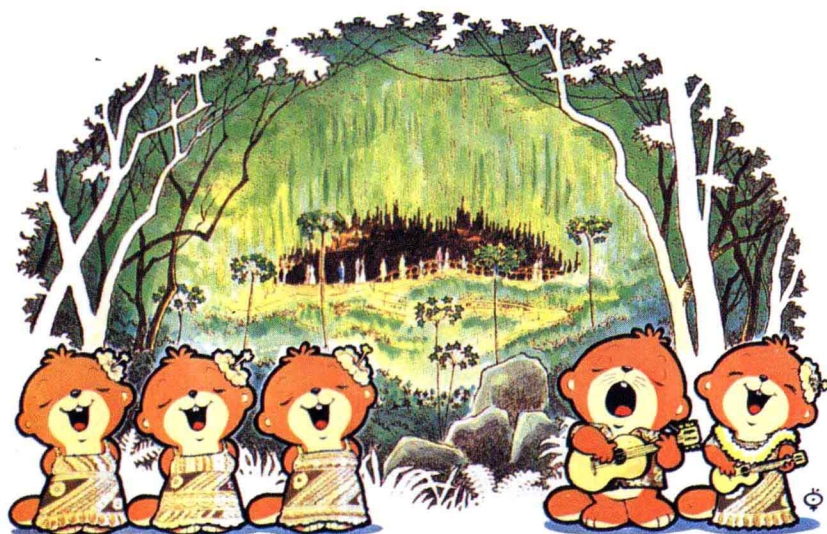


←以托利大叔為形象的牙籤筒



不二家食品公司的點頭女的包裝





↑河狸宣傳日曆中夏威夷頁畫

↓河狸空調機公司的導買點廣告、宣傳、贈品





商業漫畫角色，本是建立企業、商品的特徵形象、擴大宣傳影響力的角色，但角色走紅時，本身就具備市場價值，故而經商品化而應用於各色商品中



云南工学院图书馆

中文藏书章



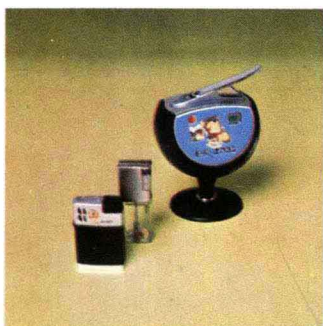
煙灰盅



杯形花瓶



咖啡壺



火機



鋼尺

河狸的若干用具贈品



台奇言碧美和查布商品化的圍裙、手帕、圍巾、領巾