

Principles of Poster Design



招贴设计 原理

◎主 编 房晓溪 李杰臣 林子杰

◎副主编 袁品均 张琳

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

014000747

J218.1
10



Postmodern Design of Principles



招贴设计 原理

J218.1

10

◎主编 房晓溪 李杰臣 林子杰

◎副主编 袁品均 张琳



北航

C1687552

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容简介

招贴设计是通过图形、色彩、字体以及肌理等构成元素,结合思维方式、情感抒发、视觉效果等艺术传达形式,在一定的构图方式、版式编排和形式法则下创作出具有美感的平面广告形式。招贴的信息传达不是被动的,应当发挥自身的能动性,以新奇悦目的画面引起受众的注意,进而劝服、引导受众,实现广告的功能。招贴设计有它独特的艺术语言,同时又与其他姊妹艺术相关联,招贴设计在广告教学、平面设计等各个领域都有广泛的应用。本书遵循理论联系实际的原则,共分为6章,对招贴设计概论、熟悉招贴设计中的构成要素、招贴设计中的艺术传达形式、招贴设计中常用的构图方式、招贴设计必须遵守的形式法则、版式编排在招贴设计中的重要性等方面进行了较系统、详尽地论述。论述中结合了国际、国内广告设计精品对招贴设计进行诠释,具有代表性;同时也使用了不少针对性强的设计作品为范例,让读者在招贴设计训练中有样可依,使其对招贴设计知识有详尽的认识和理解,在实践中可以创造性地应用招贴设计。本书可作为高等艺术院校艺术设计类专业用书,也可作为艺术设计工作者和艺术爱好者的自学参考书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计原理 / 房晓溪, 李杰臣, 林子杰主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2013.9

ISBN 978-7-5640-8255-0

I. ①招… II. ①房… ②李… ③林… 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(2013)第194366号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(总编室) 6844990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京天颖印刷有限公司

开 本 / 185mm×260mm 1/16

印 张 / 9

字 数 / 219千字

印 次 / 2013年9月第1版 2013年9月第1次印刷

印 数 / 1500册

定 价 / 55.00元

责任编辑 / 杨 倩

执行编辑 / 牛戈飞

责任校对 / 杨 露

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

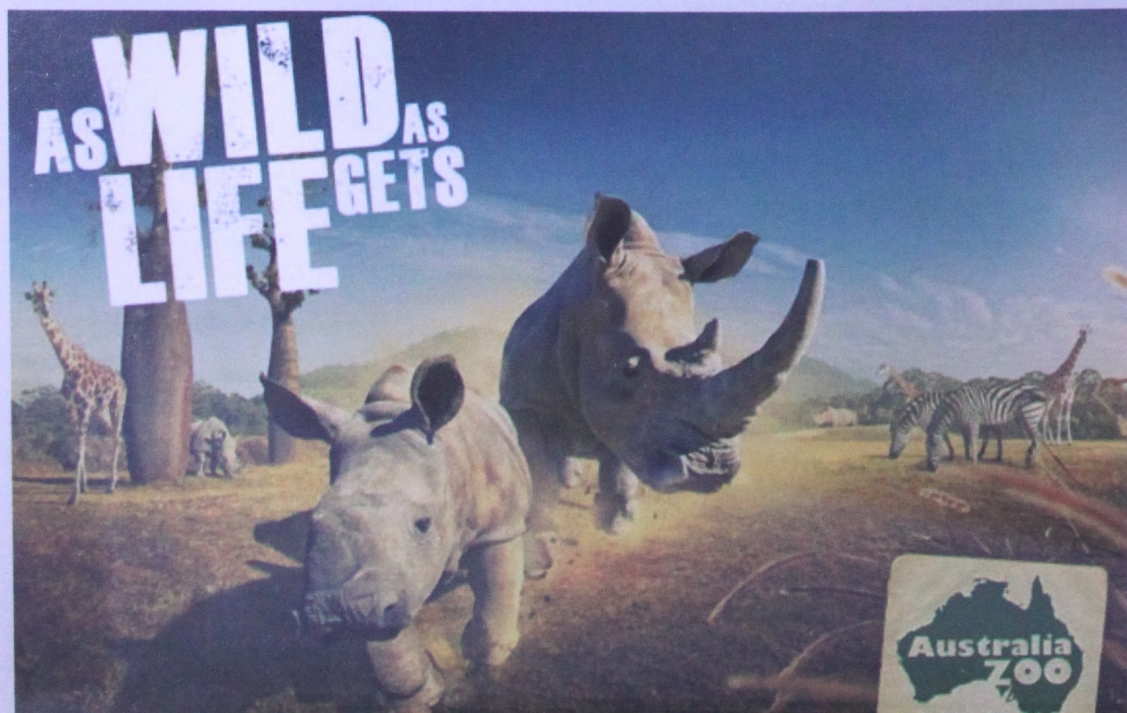
前言

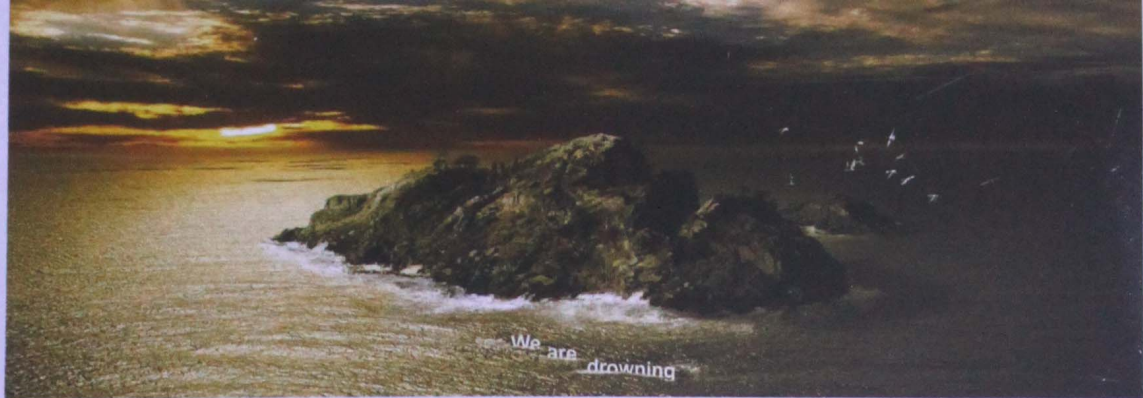
招贴 (Poster) 是一种张贴在公共场合传递信息, 以达到宣传目的的传播形式, 是最为古老的广告形式之一。招贴设计则是一种以“视觉”作为传播媒介的艺术表现形式, 最早起源于三千多年前, 因而能在一定程度上反映出不同历史阶段的社会经济水平与人文风貌, 展现出艺术文化的发展与变迁。招贴设计是现代广告与艺术设计领域的专业学科, 是步入艺术行业的一门重要课程。要学好招贴设计, 读者需掌握其基本原理, 学会运用现代感的设计理论和表现形式, 从主观世界入手把握招贴设计的创造规律, 从而提高自身的艺术实践能力和综合素质修养。本书以能力教育为核心, 重在培养读者的创新思维、创造能力和动手能力。书中精选了大量国际、国内优秀的招贴设计作品, 尽量以全新的画面和图例突出招贴设计教学的特点。本书在注重理论分析的同时兼顾了实际应用价值, 改革了传统的招贴设计教学内容, 突出了现代招贴设计能力与专业素养的训练, 具有较强的时代感、可操作性和实效性。

根据内容编排, 本书共分为6个章节, 分别从不同角度对招贴设计的相关知识进行了循序渐进的讲解。

第1章为招贴设计概论, 主要讲解了招贴设计的特点、传播规律、分类、印刷制版等基础概念, 让读者对招贴设计有个大致的了解, 为以后的学习奠定基础。

为了让读者对招贴设计中的构成要素有一定了解, 编者在第2章中对招贴设计中的图形元素、色彩元素、文字元素、肌理语言这4大构成元素做了深入的阐述与讲解, 从而帮助读者进一步理解与把握各构成元素在招贴设计中的实际运用和编排手法。





第3章主要讲解了招贴设计中常见的艺术传达形式，将利用思维方式传达、利用情感抒发、按照画面视觉效果传达这3个方面作为切入点，通过分析不同的传达形式让读者逐步熟稔并掌握上述艺术编排手法。

第4~6章是本书最重要的部分，分别介绍了招贴设计中常见的构图方式、必须遵守的形式法则，以及版式编排在招贴设计中的重要性，并将这3个要点分为3个独立的章节进行详细讲解。在构图方式上，通过对一些常见的构图手法进行分析，让读者能够在设计过程中打造出个性化的招贴设计。从画面的形式美感入手，帮助读者了解一些设计中必须遵守的形式法则，使其能创作出更具美感的设计作品。从常规的版式编排方式出发，循序渐进地剖析与讲解了多种不同的版面布局手法，以填补读者在版面编排思路上的缺失。

在内容编排上，除了基础知识外，在章节中设置了“案例解析”和“课后实践”内容。“案例解析”内容是呼应上文知识点，赏析一个经典案例，给出文字说明、作品版面分析和图版率分析。从构成方式、创新特点等方面，点评和分析设计思路，起到画龙点睛的作用。“课后实践”则根据整章知识内容，安排一个实训项目，虽不讲解如何操作，但会把操作思路、前后效果对比、思路点评结合在一起，让读者看完后能融会贯通。

本书在注重理论分析的同时兼顾了实际的应用实践，图文并茂的编排形式不仅提升了书籍内容的生动性，也能让读者更为直观地了解不同招贴设计的最终呈现效果，更为快速地掌握招贴的基本原理与设计方法，以期在较短的时间内学好招贴设计，并能创作出具有较高水准的优秀作品。

为了便于读者学习，本书配备了电子教案，读者可登录出版社官方网站 www.bitpress.com.cn 按分类下载。也可以登录 www.epubhome.com 获取相关教学视频、查看更多精彩图片和丰富的资讯。

由于编写时间紧迫，编者水平有限，书中缺点和错误之处在所难免，敬请广大读者批评指正

编者
2013年7月

招贴设计概论

1.1	招贴设计概述.....	2
1.1.1	什么是招贴设计.....	2
1.1.2	招贴设计的特点分析.....	3
1.2	招贴设计需明确传播规律.....	6
1.2.1	明确传递对象.....	6
1.2.2	明确传递信息.....	7
1.2.3	明确述求方式.....	7
1.3	招贴设计的分类.....	8
1.3.1	商业招贴.....	8
1.3.2	公益招贴.....	9
1.3.3	文化招贴.....	9
1.4	招贴设计的印刷制版.....	10
1.4.1	确定印刷方式.....	10
1.4.2	确定纸张.....	12



熟悉招贴设计中的构成要素

2.1	招贴设计中的图形元素	14
2.1.1	了解图形的基本分类.....	14
	案例解析：巧用图形组合打造简约的招贴设计.....	19
2.1.2	图形的特殊表现方式.....	20
	案例解析：利用特殊图形设计妙趣横生的招贴作品	25
2.2	招贴设计中的色彩元素	26
2.2.1	色彩在招贴设计中的重要性.....	26
	案例解析：打造充满活力的招贴海报.....	29
2.2.2	色彩的情感表达	30
2.2.3	必须掌握的配色法则.....	32
	案例解析：给人以冰冷、神秘之感的音乐招贴海报	34
2.3	招贴设计中的字体元素	35
2.3.1	文字编排的基本原则.....	35
	案例解析：文字清晰易读的招贴海报设计	37



2.3.2 注意字体间的合理搭配	38
2.4 招贴设计中的肌理语言	40
案例解析：表意明确的电影招贴设计	41
课后实践：如何利用基本的构成原则 制作视觉分明的招贴设计	42

03

招贴设计中的艺术传达形式

3.1 巧用思维方式传达招贴信息	44
3.1.1 直接表现	44
3.1.2 间接表现	45
3.1.3 比喻象征	46
3.1.4 联想暗示	47
3.1.5 系列展示	48
案例解析：富有表现力的平面招贴设计	49
3.2 利用情感抒发传达视觉信息	50
3.2.1 对比表现	50
3.2.2 合理夸张	52
3.2.3 幽默风趣	53
3.2.4 明星效应	54
3.2.5 问答形式	55
3.2.6 设置悬念	56
3.2.7 以情托物	57
3.2.8 神奇迷幻	58
案例解析：促进味觉的美食招贴设计	59
3.3 按照画面视觉效果进行艺术传达	60
3.3.1 增强画面视觉冲击力	60
3.3.2 使画面更具空间感	62
案例解析：打造富有空间感的艺术招贴效果	65
课后实践：如何利用艺术传达形式美化招贴	66



04

招贴设计中常用的构图方式

4.1 掌握常用的构图方式	68
4.1.1 常规式平视构图方式	68
4.1.2 建立准确的透视关系	69
案例解析：带有空间延伸感的广告招贴	71
4.1.3 形与形的适应式构图	72
案例解析：对比明显的公益宣传招贴设计	75
4.2 讲究多样性的重复式构图	76
4.2.1 形象重复式构图	76
4.2.2 近似形象重复	77
案例解析：明确心理暗示的广告招贴设计	78
4.3 招贴构图需明确层次关系	79
4.3.1 大小层级	79
4.3.2 近似形象层级	80
4.3.3 形象重叠层级	81
案例解析：画面丰富的电影宣传招贴设计	82
4.4 特殊构图方式打造另类的招贴氛围	83
4.4.1 打破时空的构图	83
4.4.2 黄金分割式构图	84
4.4.3 九宫格式构图	84
案例解析：别具创意的环境宣传招贴设计	85
课后实践：如何利用排版方式制作精美海报	86

招贴设计必须遵守的形式法则

5.1 简洁也是一种美	88
5.1.1 保持画面的单纯性	88
案例解析：打造简洁大方的电影招贴效果	91
5.1.2 合理利用空白空间	92
5.2 构成形式美的基本准则	93
5.2.1 对比与调和	93

05

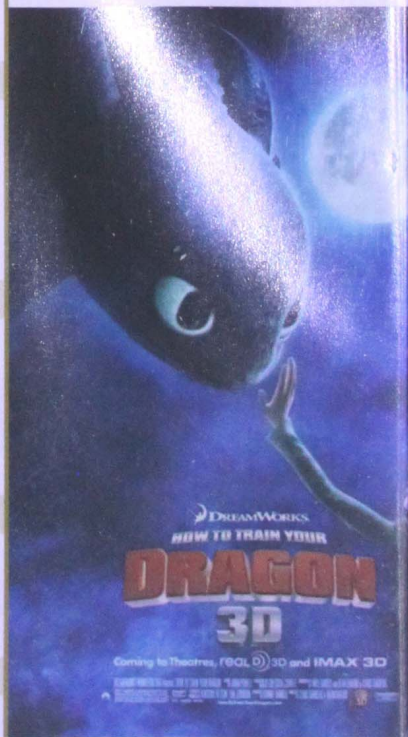


5.2.2 节奏与韵律	95
5.2.3 对称与均衡	97
5.2.4 变化与统一	98
案例解析：具有律动美的艺术类招贴设计	100
5.2.5 虚实与留白	101
5.2.6 渐变与光影	102
5.2.7 趣味与独创	103
5.2.8 艺术与装饰	104
案例解析：给人无限遐想的饮料类招贴设计	105
课后实践：如何利用简洁方式制作时尚招贴	106

版式编排在招贴设计中的重要性

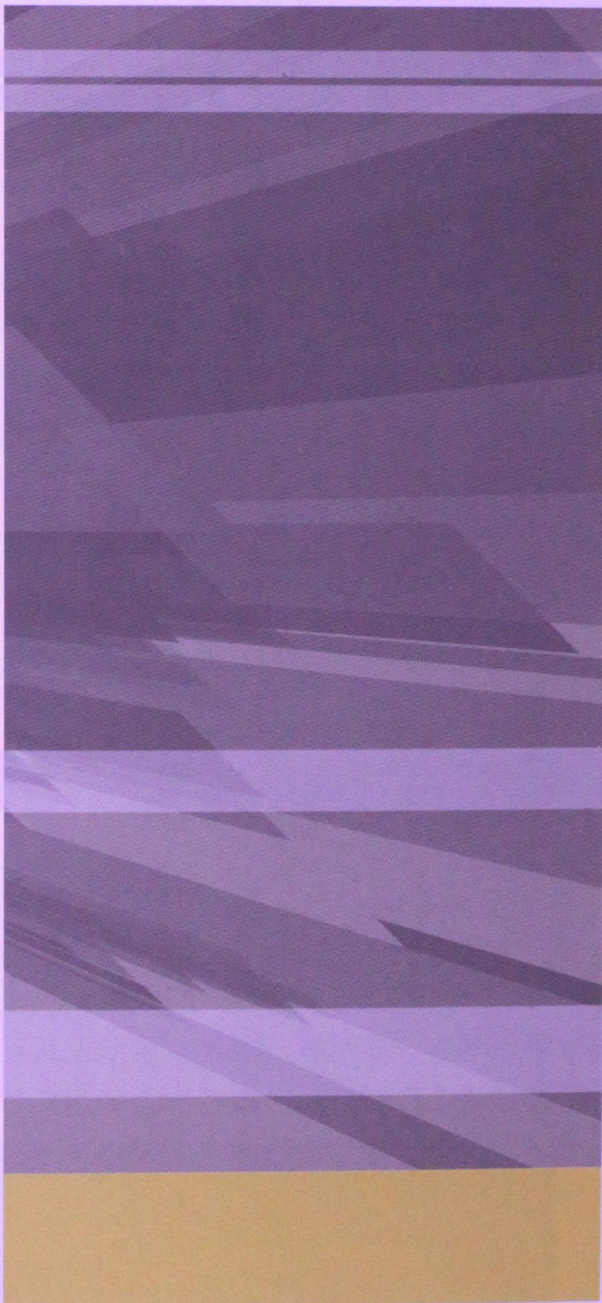
6.1 版面的常规构成样式	108
6.1.1 满版式	108
6.1.2 标准式	109
6.1.3 对角式	110
案例解析：注重编排的动物园招贴设计	111
6.1.4 分割式	112
6.1.5 留白式	115
案例解析：打造主题突出的招贴海报设计	116
6.2 给人特殊印象的几何式版面布局	117
6.2.1 三角式	117
6.2.2 十字式	119
6.2.3 曲线式	120
案例解析：给人以稳健之感的招贴设计作品	122
6.3 带有一定方向感的版面构成	123
6.3.1 倾斜式	123
6.3.2 交叉式	124
6.3.3 发射式	125
案例解析：打造动静皆宜的芭蕾舞团招贴设计	127
6.4 较为丰富的版面构成样式	128
6.4.1 重叠式	128
6.4.2 聚集式	129
6.4.3 分散式	130
案例解析：打造疏密有致的招贴海报设计	132
6.4.4 自由式	133
6.4.5 引导式	133
6.4.6 组合式	134
案例解析：引人注目的电影招贴海报设计	135
课后实践：如何利用版式编排制作新颖的招贴海报	136

06



第1章

招贴设计概论



■ 招贴设计概述

■ 招贴设计需明确传播规律

■ 招贴设计的分类

■ 招贴设计的印刷制版

1.1 招贴设计概述

招贴设计是平面设计中的一个重要门类，也是广告设计中的一种重要表现形式。招贴设计是将画面中的图形、文字语言、色彩等元素结合，将设计师的思想表达出来并传递给观众：图形语言简单明了，文字语言极具说服力，两者在画面中完美结合，给人留下深刻的心理印象。

招贴设计作为一种无声的、独具魅力的艺术表现形式，一直伴随着人类文明和经济的发展，具有悠久的发展历史。作为视觉传达的重要表现形式，招贴设计被广泛地应用到各个领域。设计师将情感很好地融入到招贴设计之中，以其新颖的创意表现和独具风格的画面语言，吸引和打动观众，有效地传递信息。

随着现代高新科技的发展，新技术和新设计理念的不断结合，招贴设计的视觉语言表现也越来越多元化。如图1-1所示，这是一张时装节招贴，画面中用极其简洁的图形元素与文字相结合，利用干净大气的版面制造出设计感强烈的画面风格：高纯度的橙色背景十分醒目，夺人眼球，极大地吸引了观众的注意力。



图1-1 时装节招贴

1.1.1 什么是招贴设计

从字面意思理解，“招”是指引起注意，“贴”是指张贴，所以“招贴”就有了为引起关注而进行张贴的意思。招贴又被称为海报，属于户外广告，常分布于街道、商业区、机场、车站、影院等一些公共场所。招贴设计是以鲜明夺目的色彩、概括有力的图形符号、号

召感知力强的文字以及构思新奇的创意进行表现的一种平面设计形式，用于信息传播，达到感染人心的目的。如图1-2和图1-3所示，这两幅都是公益海报招贴，采用比较写实的画面来暗喻环境污染可能给人们的生存所带来的直接威胁，发人深省。



图1-2 公益招贴(1)



图1-3 公益招贴(2)

1.1.2 招贴设计的特点分析

概括来讲,因为招贴设计张贴在公共场所,所以相对于其他的广告媒体,它的画面篇幅普遍较大、视觉冲击力强,而且所需的成本相对来说较低,这是招贴设计最主要的特点及优势。在这里让我们从广告性、时效性、文化性、美学性以及原创性这五方面来对招贴设计的特点进行详细的分析介绍。

1. 广告性

招贴大多被张贴于户外的公共场所,为了引人注目,招贴的画面不但比一般的平面广告大,而且画面中通常以突出的图形和文字以及强烈的色彩等来增强画面的表现力,使其具有很强的说服力,有针对性地对目标对象进行心理暗示,达到广而告之的目的。

如图1-4和图1-5所示,这两幅图都是商业

招贴,前者是用产品实物的重构合成,在画面中形成直观的形体,给人真实感;后者是用卡通形象和漫画的形式来表现,诙谐幽默的画面语言给人留下深刻的印象。如图1-6所示,这是一则公益宣传招贴,海报中将建筑物图形化,简单明了的画面语言让人一目了然,便于宣传和推广。

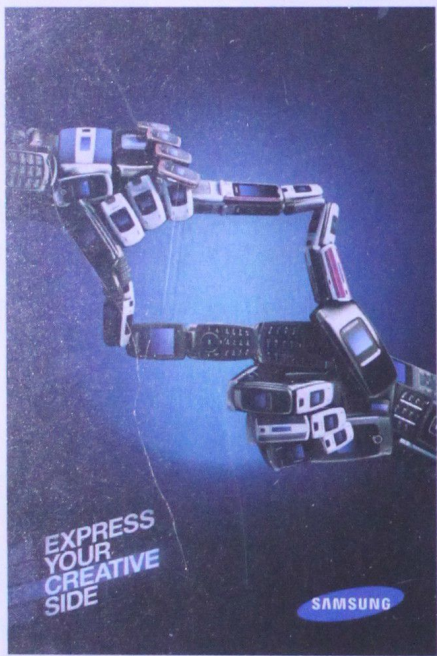


图1-4 广告招贴(1)

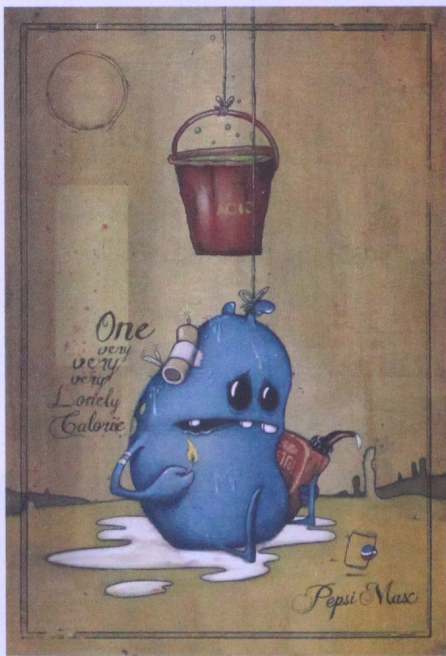


图1-5 广告招贴(2)

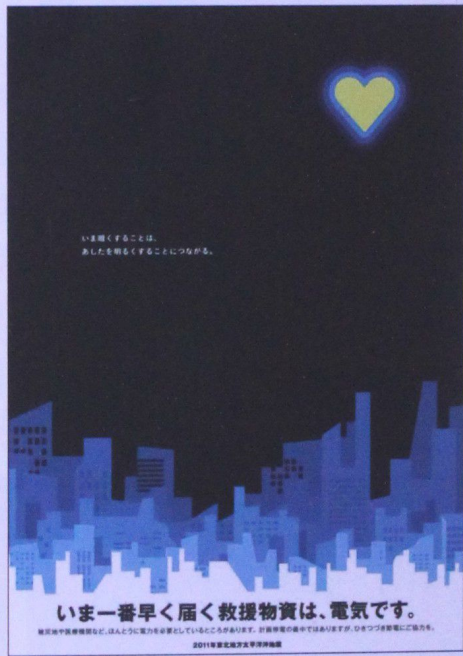


图1-6 公益招贴

2. 时效性

信息内容的传递是招贴最基本也是最重要的功能。营利性招贴主要传达的是商品的功能、特性、质量及用途等方面的信息,让观众对商品和企业品牌有大概的了解和区别;非营利性招贴主要传递的信息是关于社会道德观念、文化内容等方面的。所有的招贴设计都真实地反映了整个社会的经济、文化、政治等各方面的

情况,这是招贴设计所具有的时效性。

如图1-7和图1-8所示,两幅作品分别是展览会和电影节的招贴设计,它们所反映的都是精神文化方面的内容信息。如图1-9所示是一张关爱残疾人的公益招贴,在提倡人们对残疾人给予更多关爱和帮助的同时,也从侧面反映了残疾人群体亟须帮助的社会信息。



图1-7 展览招贴

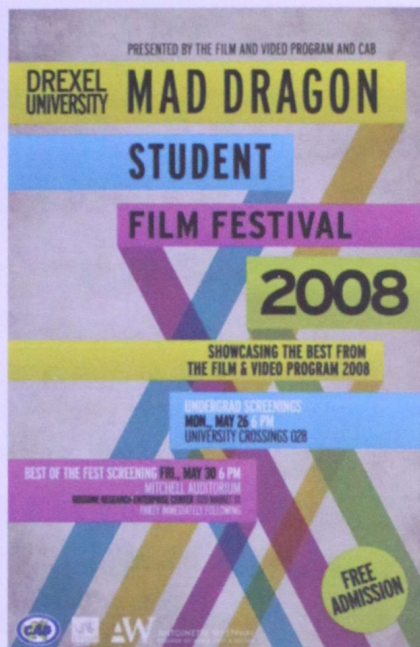


图1-8 电影节招贴

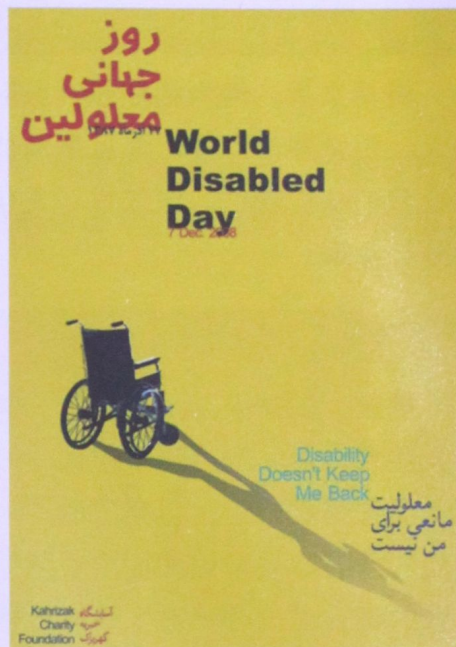


图1-9 公益招贴

3. 文化性

招贴设计是一门独立的视觉语言。设计师结合观众的喜好，以自己的绘画设计方式作出不同风格且形式各异的招贴画，展示出不同国家、不同地域的艺术家对生活的理解和态度，具有很强的地域文化特征；但它又是世界性的，传播不会受地域限制，因为它是最直接、最生动、最容易记忆的无声的图形化语言

向人们传达深刻的思想。

如图1-10~图1-12所示，这三张招贴海报的画面效果都十分突出和抢眼，视觉震撼力极强。从画面的表现形式上可以看出三张海报采用了不同的表现手段，极具设计师的个人风格，同时也展现了不同的地域文化特色。



图1-10 电影节招贴

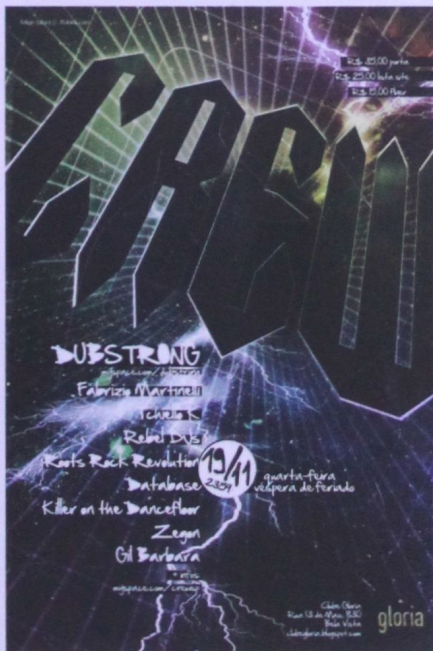


图1-11 字体招贴

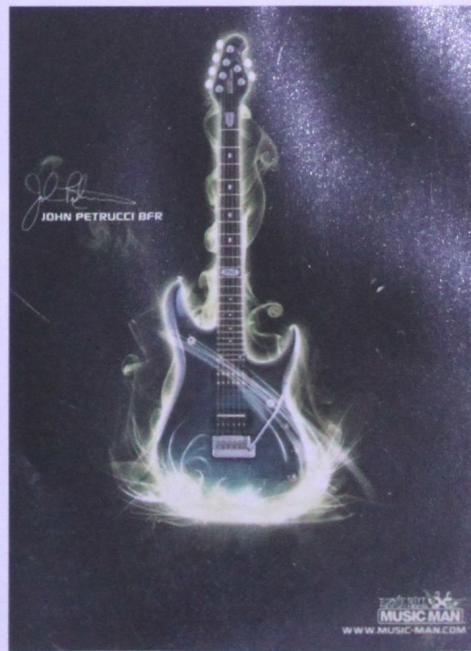


图1-12 音乐招贴

4. 美学性

招贴设计通过设计师的完美构思和创意,以画面构图、文字、图形以及色彩的完美结合,表现出很高的艺术价值和审美价值,引起观众的审美共鸣,强化观众对于招贴内容的记忆。如图1-13所示,这是一则音乐节招贴,画面中运用立体的文字和图形使画面具有三维

的立体空间感,使画面层次变得丰富,让人产生联想。如图1-14所示的招贴则是利用画面的切割让人对其产生联想,增加画面语言的表现力。如图1-15所示的字体招贴则是利用丰富的色块叠加,让画面五彩缤纷,吸引观众的眼球。

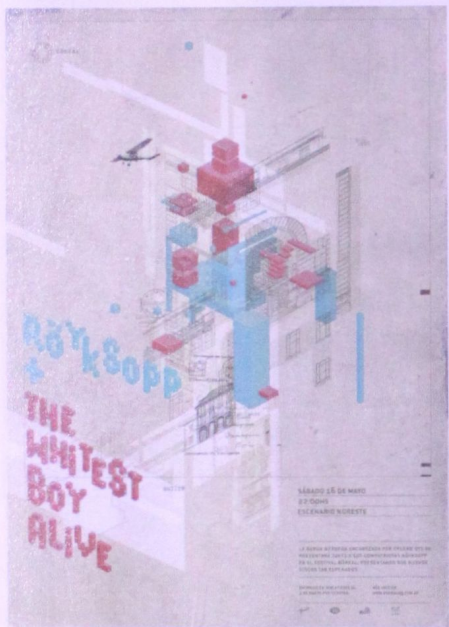


图1-13 音乐节招贴



图1-14 海报招贴

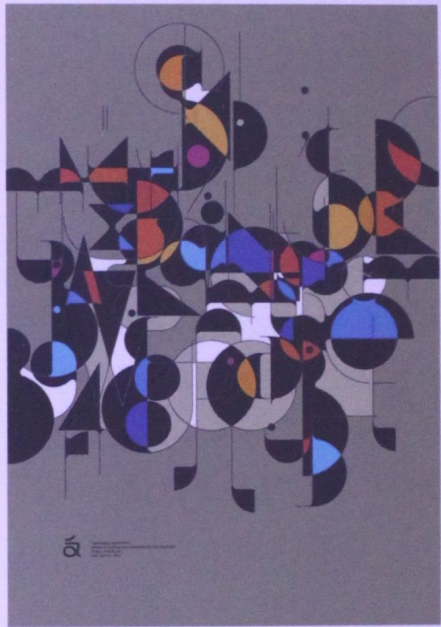


图1-15 字体招贴

5. 原创性

招贴设计中都带有设计师个人独特的设计构思和风格表现,而不同国家和地区的设计师对于生活的理解和态度又各不相同,这就直接促使招贴设计最后的表现形式更加多元化,使其成为一门独具特色的艺术形式,具有很高的

原创艺术价值。

如图1-16~图1-18所示的三幅招贴设计,表达的主题内容不同,风格也各异,都具有各自明显的特色,也是对设计师情感的完美表达,让人印象深刻。

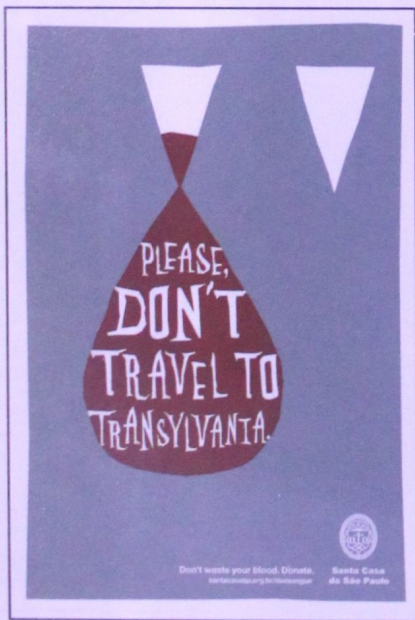


图1-16 公益招贴



图1-17 海报招贴 (1)



图1-18 海报招贴 (2)

1.2 招贴设计需明确传播规律

招贴设计具有准确、真实地传递信息的作用。要想让招贴设计带来最好的广告效益,必须明确招贴设计的传播规律,把握好宣传的分寸,对于市场和消费者等具体的现实情况加以考虑,在力求真实的同时,使其具有较高的艺术价值。

招贴设计要想达到最佳的广告宣传目的,必须明确招贴设计所针对的对象群体,以及所要表达的信息内容,并采用最佳的述求方式,才能让观众更容易接受,从而留下直接的心理印象。

如图1-19所示的公益招贴设计所示,一棵被砍倒的大树压倒了标志里的熊猫,暗示森林的砍伐直接导致了野生动物不能生存的严重环境问题,画面语言直接明了,让人一目了然。



图1-19 公益招贴

1.2.1 明确传递对象

招贴设计必须明确的是传递对象。传递对象就是广告招贴所针对的广大受众。只有明确了受众群体的年龄、性别、职业、兴趣等,才能有针对性地制定设计方案,以求最大限度地激发受众群体的熟悉度,促使他们对产品产生

兴趣并进而购买。如图1-20~图1-22所示,这三幅分别是电影招贴、音乐招贴和广告招贴。针对不同的受众群体,电影招贴和广告招贴的画面卡通化居多,能充分调动起年龄层次较小的观众,而音乐海报则含有较强的艺术气息。

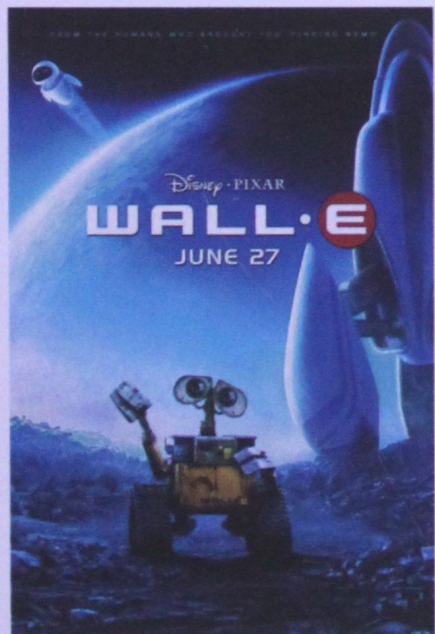


图1-20 电影招贴

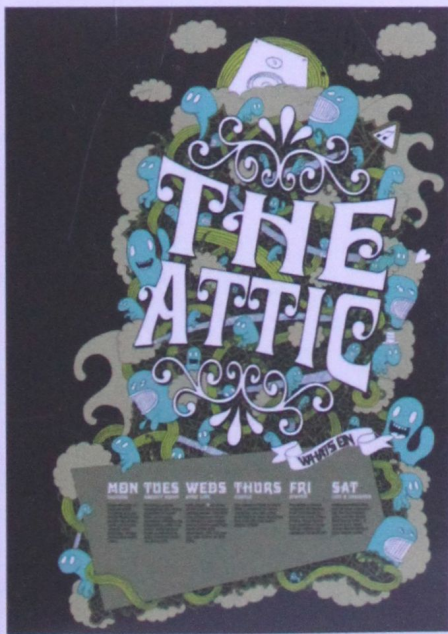


图1-21 音乐招贴

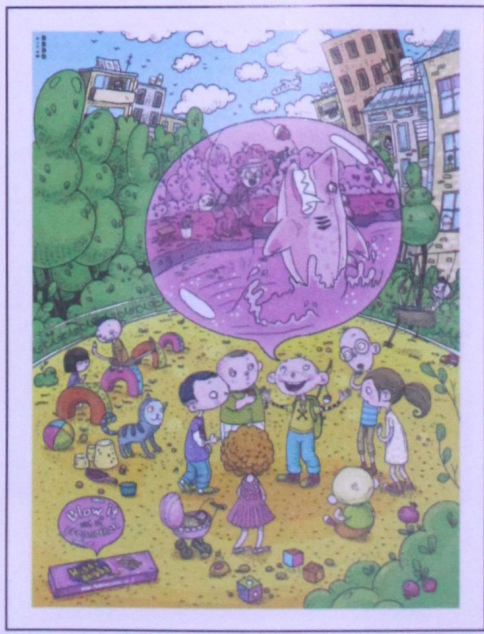


图1-22 广告招贴

1.2.2 明确传递信息

如何使招贴作品从众多的广告信息中突显出来;招贴在醒目抢眼的同时,如何让主题信息一目了然?这是招贴设计必须要关注的重要问题。在设计的过程中,要注意图形元素的合理安排,注意主次的区分,让目标集中明

确、重点突出,造型力求简洁、生动,从而激发起人们的欣赏兴趣,在情感上引发共鸣。如图1-23~图1-25所示,这三幅招贴的画面元素极其简洁,但却包含了最直接的内容信息,对于主题的表现更加直观和深刻。



图1-23 电影招贴



图1-24 广告招贴



图1-25 公益招贴

1.2.3 明确述求方式

在招贴所要传递的信息内容及传递对象都明确的前提下,要怎样让观众更容易地接收招贴所要展示和传递的广告信息,也是招贴设计中最重要的一点,只有明确述求方式,刺激观众有意识地驻足停留,使观众对招贴内容产生兴趣,才能达到更佳的宣传效果。如图1-26所

示,这则电影招贴利用人物剪影制造出黑白对比强烈的画面效果,中心的彩色蝴蝶加强画面表现;如图1-27所示,招贴中将音乐节目的标志人性化,配以可爱的图形,增加画面趣味;如图1-28所示,以卡通的表现手法对自行车比赛进行描绘,画面语言直观明了。

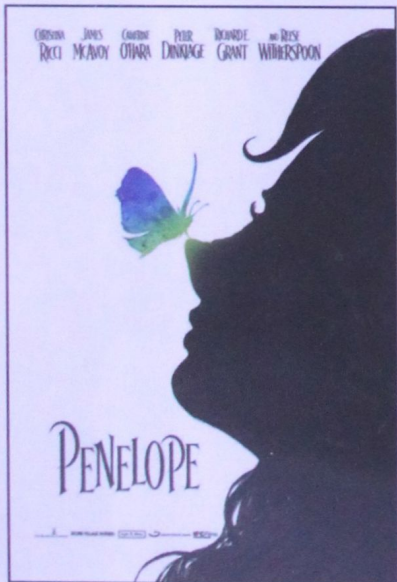


图1-26 电影招贴

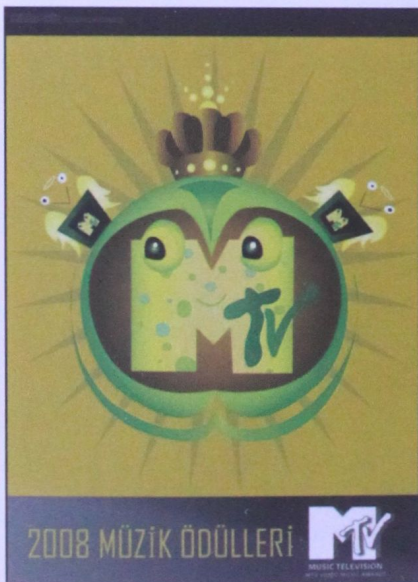


图1-27 音乐节目招贴

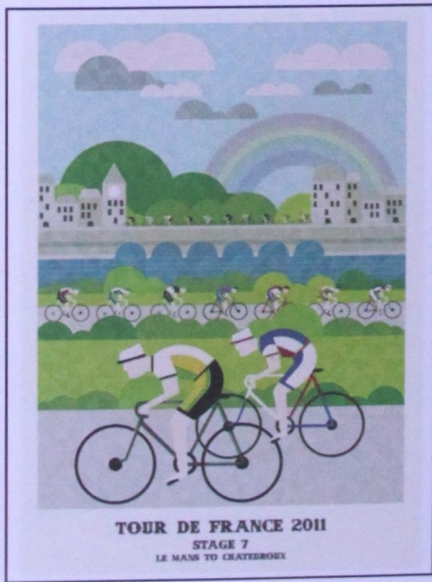


图1-28 比赛招贴

1.3 招贴设计的分类

招贴设计作为现代视觉艺术设计的主流中心,涵盖了不同的地域文化,具有丰富的多样性、强大的艺术感染力。作为平面设计的重要组成部分,招贴设计不仅是简单的构成元素的组合,还是多门知识学科的综合运用,是艺术的结晶、美学的完全展现。

按照招贴的内容、性质、功能可以将招贴设计分为商业招贴、公益招贴和文化招贴三大类。其中商业招贴又被称为营利性招贴,公益和文化招贴统称为非营利性招贴。它们包括了招贴的不同方面,各有各的特点。如图1-29所示,这是一则商业广告招贴,上下分割的版面,对品牌有突出强调的作用,从而树立正面的企业品牌形象。

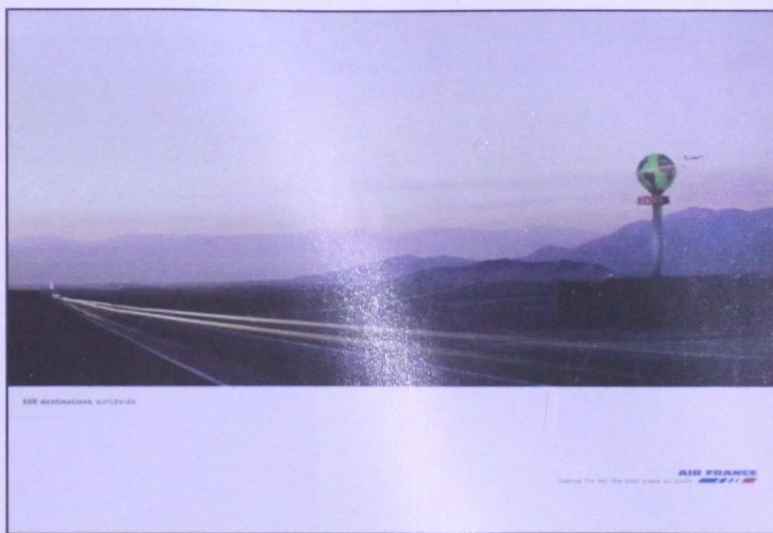


图1-29 商业招贴

1.3.1 商业招贴

商业招贴是指以介绍商业产品为内容题材,以达到促销和提高产品的知名度,同时传播企业文化而发布的广告。商业招贴更加注重的是信息快速的传递,更多的使用先进的数码技术来追求画面表现,以求能达到最好的回报率,带来经济效益。随着市场经济的蓬勃发

展,商业招贴被广泛应用,在商业广告中发挥着重要的作用。如图1-30~图1-32所示,这三幅都是广告招贴,对于商品和机构本身都有直观的描述,刺激观众的视觉感受,从而留下深刻的心理印象。

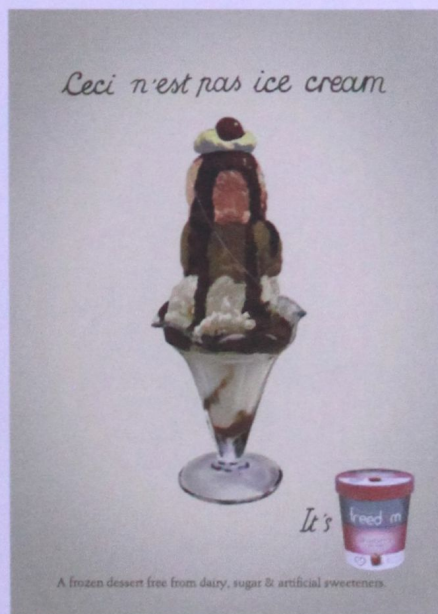


图1-30 广告招贴(1)



图1-31 广告招贴(2)

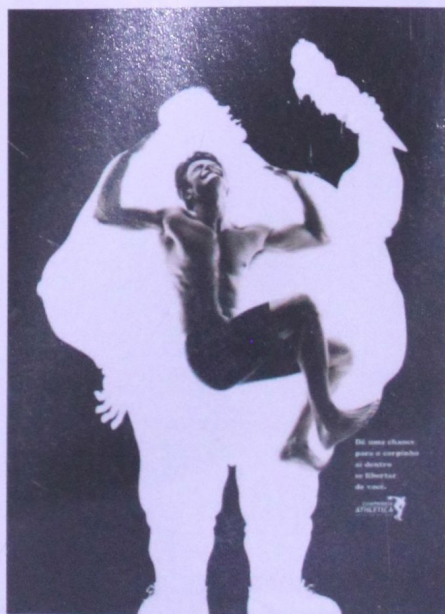


图1-32 广告招贴(3)