

全国高等院校艺术设计专业课程实验教材

招贴设计

孟庆红 胡俊涛 / 编著

F O S T E R

D E S I G N



中国
建筑
工业
出版社

招贴设计

孟庆红

胡俊涛

编著

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计 / 孟庆红, 胡俊涛编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2018.12

全国高等院校艺术设计专业课程实验教材

ISBN 978-7-112-22861-4

I. ①招… II. ①孟… ②胡… 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(2018)第242781号

本书内容主要包括招贴设计的历史、起源, 不同历史阶段具有影响力的招贴风格与流派, 招贴设计的特征、分类, 招贴设计的创意表现等几个方面的内容, 重点讲述了招贴设计的创意思维特征和艺术表现, 并结合大量实际案例分析招贴设计的图形、色彩、文字、版式等设计表现方法, 希望能给读者一些启发和思考。本书适用于视觉传达设计等艺术设计类专业师生学习使用, 也适用于相关专业爱好者阅读。

责任编辑: 唐旭 张华

责任校对: 张颖

全国高等院校艺术设计专业课程实验教材

招贴设计

孟庆红 胡俊涛 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京海淀三里河路9号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京锋尚制版有限公司制版

北京君升印刷有限公司印刷

*

开本: 787×1092毫米 1/16 印张: 9½ 字数: 216千字

2018年12月第一版 2018年12月第一次印刷

定价: 38.00元

ISBN 978-7-112-22861-4

(32859)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

作者简介

孟庆红：1995年毕业于苏州大学艺术学院，2007年获硕士学位。河南大学艺术学院视觉传达设计系副教授，河南省美术家协会会员，主要从事平面设计的教学与研究工作。

胡俊涛：1991年毕业于苏州大学设计学院，2008年河南大学美术学硕士，河南大学艺术学院视觉传达设计系副教授。主要研究方向为平面设计和民间美术。出版有《设计色彩》、《图形创意》、《中国民间美术概论》等教材。

前言

目录

招贴是视觉传达设计最重要的媒介，也是最富有艺术性的载体。风格多样的招贴设计是平面设计艺术中一道靓丽的景观，记录着社会与人文、设计与艺术、印刷与技术演进的脉络，具有独特的文献价值与审美意义。

招贴设计具备视觉传达设计主要的基本要素，从其包含的内容来看，分为图形、文字、色彩的创意编排与艺术表达。同时，在平面设计专业教学中有着重要的地位，是标志设计、字体设计、色彩设计、编排设计的总和。所以，在视觉传达设计教育中，招贴设计课程有着不可替代的作用。

本书概括介绍了招贴设计的历史、起源；不同历史阶段具有影响力的招贴风格与流派以及招贴设计的特征、分类。重点讲述了招贴设计的创意思维特征、艺术表达；并结合大量实际案例，分析了招贴设计的图形、色彩、文字、版式等设计表现方法。希望对从事视觉传达设计专业的学生以及喜爱招贴设计的人士有所启迪和帮助。

本书内容来源于我们的平面广告课程讲稿和平时所收集、整理的素材，其中第1~3章由胡俊涛撰写；第4~6章由孟庆红撰写。由于相关专业知识庞大，在编写过程中，尽可能将专业基础知识系统化，并进行归纳整理和总结，力求通过详细、精准、直观的讲解，达到行之有效、系统完整地表述招贴设计。由于时间原因与篇幅有限，疏漏在所难免，不足之处还请各位专家学者批评指正！

目 录

第1章

招贴设计概述

- | | | |
|-------|----------|-----|
| 1.1 | 招贴设计的概念 | 002 |
| 1.2 | 招贴设计的分类 | 003 |
| 1.2.1 | 社会公共招贴 | 003 |
| 1.2.2 | 商业招贴 | 004 |
| 1.2.3 | 艺术招贴 | 004 |
| 1.3 | 招贴设计的特征 | 005 |
| 1.3.1 | 强烈的视觉冲击力 | 005 |
| 1.3.2 | 简洁化的构图 | 006 |
| 1.3.3 | 个性化的表现 | 006 |
| 1.3.4 | 卓越的创意性 | 007 |
| 1.4 | 招贴设计的功能 | 007 |
| 1.4.1 | 传达信息 | 008 |
| 1.4.2 | 加速竞争 | 008 |
| 1.4.3 | 促进需求 | 009 |
| 1.4.4 | 审美愉悦 | 009 |

第2章

招贴设计的历史与发展

- | | | |
|-------|---------------|-----|
| 2.1 | 招贴的起源 | 012 |
| 2.1.1 | 萌芽期 | 012 |
| 2.1.2 | 演变期 | 012 |
| 2.2 | 现代招贴的发展与风格的形成 | 014 |

2.2.1	现代招贴的出现	014
2.2.2	“新艺术”运动时期的招贴	017
2.3	现代招贴的繁盛时期	019
2.3.1	“装饰艺术”运动与招贴设计	020
2.3.2	表现主义与招贴设计	022
2.3.3	立体主义与招贴设计	024
2.3.4	达达主义与招贴设计	024
2.3.5	未来主义与招贴设计	025
2.3.6	风格派与招贴设计	025
2.3.7	构成主义运动与招贴设计	026
2.3.8	包豪斯与招贴设计	027
2.3.9	超现实主义与招贴设计	028
2.4	现代招贴的成熟时期	029
2.4.1	瑞士风格与招贴设计	029
2.4.2	波普艺术与招贴设计	031
2.4.3	后现代主义与招贴设计	032
2.4.4	“嬉皮士”与招贴设计	033
2.4.5	具有独特设计风格的 国家	034

第3章

招贴设计的视觉语言

3.1	招贴设计的图形运用	041
3.1.1	图形的概念与功能	041
3.1.2	图形的传达优势	042
3.1.3	图形的表现风格	044
3.1.4	图形创意的表现方法	048
3.1.5	图形创意的构成形式	050
3.2	招贴设计中的文字表现	054
3.2.1	字体设计的原则	054
3.2.2	字体设计的类型	055
3.2.3	字体设计的表现技法	057

3.3	招贴设计的色彩表达	060
3.3.1	色彩的基本属性	060
3.3.2	色彩在招贴设计中的作用	061
3.3.3	色彩在招贴设计中的情感性表达	062
3.3.4	色彩在招贴设计中的运用技巧	063
3.4	招贴设计的构成形式	064
3.4.1	文字的布局方式	065
3.4.2	招贴设计的结构类型	067
3.4.3	招贴设计的构图样式	068

第4章

招贴创意的视觉表现

4.1	创意思维的概念及创意思维模式	077
4.1.1	联想与想象	080
4.1.2	逆向思维	083
4.1.3	发散思维	085
4.2	招贴创意的特征	087
4.2.1	独创性	088
4.2.2	文化性	088
4.2.3	制约性	090
4.3	招贴创意的过程	094
4.3.1	创意表现过程	094
4.3.2	提高创意能力的途径与方法	097

第5章

招贴设计的视觉流程与文案表达

5.1	视觉信息的传播	102
5.1.1	版面编排的原则	102
5.1.2	版面编排的形式与美感	106

5.2	招贴画面的视觉流程	115
5.2.1	视觉流程规律	115
5.2.2	视觉流程的形式	117
5.3	招贴文案的表达	122
5.3.1	招贴文案创作前的准备	122
5.3.2	招贴文案的创作要点	124

第6章

招贴设计的程序与案例赏析

6.1	招贴设计的程序	130
6.1.1	调研与分析	130
6.1.2	定位与创意	131
6.1.3	制作与表现	132
6.2	国内外招贴设计案例赏析	132

参考文献

第1章

招贴设计 概述

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12

本章要点

1. 招贴设计的概念。
2. 招贴在社会活动、公益活动、商业和文化活动中的重要性。

1.1 招贴设计的概念

“招”是引起注意的一种方式，“贴”就是张贴。招贴，按字面的意思可以解释为“为了引起人们的注意而进行张贴”。招贴的英文对应词是“poster”，在《牛津英汉大词典》中的释义为“展示在公共场所的告示（placard displayed in public place）”；中国大百科全书出版社出版的《不列颠百科全书》对招贴的解释为作为通告或广告而公开展示的印刷图画。招贴在我国也称作海报或宣传画，据说清朝时期有洋人以海船载洋货于我国沿海码头停泊，为了推销其商品而四处张贴广告告示，当地居民由此称其为“海报（poster）”，这种称谓慢慢叫开，一直延续至今。

招贴是广告最古老和最主要的形式，具有可传播和可复制的特点，它以文字、图像等语言为表达手法，传达社会文化或商业活动等方面的信息。这种形式逐渐演变成了现代广告中使用频繁、广泛、便利、快捷、经济的方式之一。它属于户外广告，分布于各影剧院、展览会所、商业中心、车站、码头、机场、公园等公共场所。由于招贴多是设在人流量比较大的地方，人们对它的注意力多是一瞬间，所以在国外招贴又被称为“瞬间的街头艺术”。也有学者把招贴定义为“一种具有可复制性和可传播性，以图形文字等平面设计表现手段，传递商业、文化和其他方面信息的视觉传递媒体”。

可见，对招贴的定义或解释是多种多样的，没有一个统一的概念界定，很难有一个“标准”的定义或解释。因为招贴与绘画艺术、摄影、传播学、大众文化和社会生活等都拥有着紧密的联系，它广泛地涉及政治、经济、文化和社会生活各个领域。朱国勤在其著作《现代招贴艺术史》一书中指出：“招贴的发展始终和社会的经济、政治和文化等方面的发展紧密联系在一起。”招贴的功能决定了它只能追随社会流行文化的变迁而变迁，它的风格和美学特征总是反映着特定历史发展阶段中的社会大众的审美趣味。当然，它同时也受到当时各种文学艺术及其创作思想的或大或小的影响。

招贴广告多为印刷广告，在平面设计领域影响面最大、学术性最强、历史最为悠久。如今，广告业发展日新月异，新的理论、新的观念、新的制作技术、新的传播手段、新的媒体形式不断涌现，招贴设计以其独特的艺术风格、简洁的表现、快速的传递、强烈的视觉冲击依然独具魅力，深入到人们的生活、工作、娱乐、商业、文化各个方面，确立了其不可替代的地位。招贴设



图1-1 旅游海报 (Burkhard Mangold, 瑞士, 1916年)

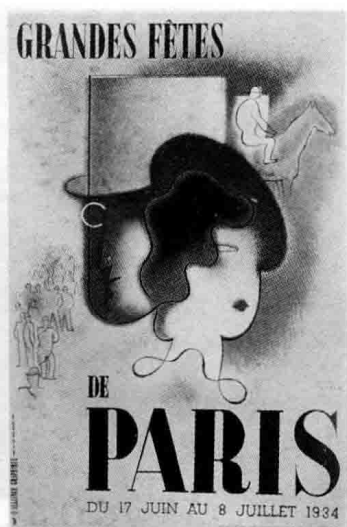


图1-2 《巴黎》戏剧海报 (Jean Carlu, 法国, 1934年)

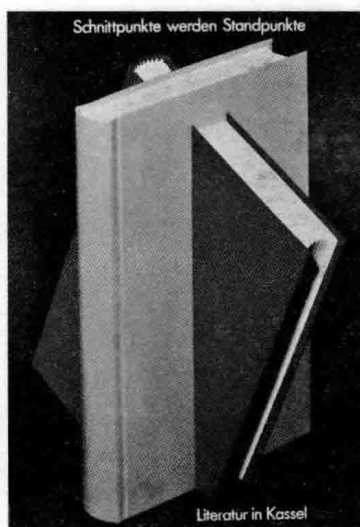


图1-3 《交点、立场》(冈特·兰堡, 德国, 1987年)

计的发展推动着一批又一批设计师用国际化的语言表达民族的个性和人民的生活愿景，用启发与灵感缩短了彼此的距离。几乎世界上所有知名的视觉设计院校都把招贴设计，作为平面设计最主要的学习内容（图1-1~图1-4）。

1.2 招贴设计的分类

招贴并不局限于一般意义的广告，根据使用目的、服务对象及主题内容各异，其分类方法多种多样。从招贴艺术传达信息的性质方面，招贴可分为社会公共招贴、商业招贴和艺术招贴。商业招贴是以营利为目的的，社会公共招贴和艺术招贴是非商业性的招贴。

1.2.1 社会公共招贴

通常意义上，我们也称公共招贴为公益招贴，它是以社会公益性问题及服务性广告为题材的招贴，具有一定的思想性和教育意义。包括政党宣传、社会公德、社会福利、劳动保护、交通安全、环境保护、征兵工作、反对战争、献血、纳税、戒烟、禁毒、防火、防盗、计划生育、保护妇女儿童权益等。

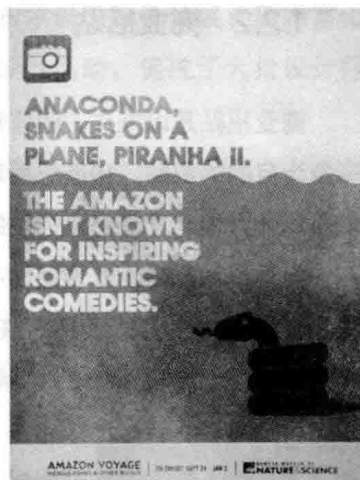


图1-4 亚马逊旅游安全警示招贴 (Carmichael Lynch, 巴西, 2012年)

公益招贴，公益是性质，广告是手段，更多的是考虑生态环境的保持、固有文化的传承、对社会丑恶现象的反思等问题。不计名利地参与解决各种社会问题，关注人类生存发展的方方面面。培养人们的社会公德意识，提高全社会的文化素养，潜移默化地影响和引导人们，逐渐转化为人们身体力行的表现，提高整个民族的文化素质（图1-5、图1-6）。



图1-5 关爱空巢老人公益海报

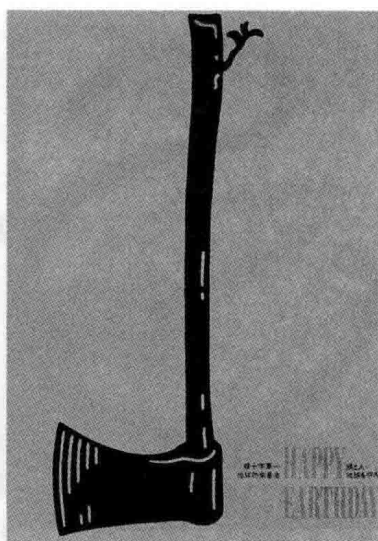


图1-6 关注环境公益海报（福田繁雄，日本）

1.2.2 商业招贴

商业招贴是以推广、销售特定的商品和服务项目，满足消费者需求，提升公司、集团或企业形象为目的的招贴。19世纪后期，工业革命在欧洲兴起，人口的增长、消费能力的提升和经济的发展均大大地刺激了商业招贴的蓬勃发展。随着市场经济的发展，商业招贴的应用越来越广泛。

商业招贴是商业宣传活动中不可或缺的组成部分，它宣传的范畴很广，包括了各种商品的宣传和促销，树立企业形象；旅游观光、商业活动、交通、保险等服务方面的宣传；以及音乐、舞蹈、电影、戏剧、文化娱乐、科技文教、新闻出版、各种会展、体育竞技、运动会等（图1-7、图1-8）。

1.2.3 艺术招贴

艺术招贴是指以招贴的形式来传达纯艺术创新观念的艺术作品，有着高品位的艺术性和文化性。这类招贴的设计形式和表现手法非常自由，选题也十分自由，可以体现艺术家

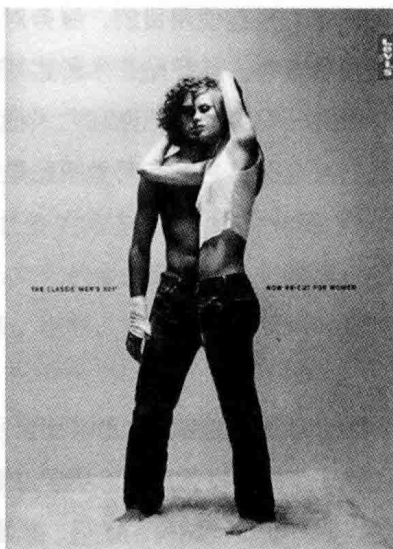


图1-7 Levi's牛仔裤宣传招贴

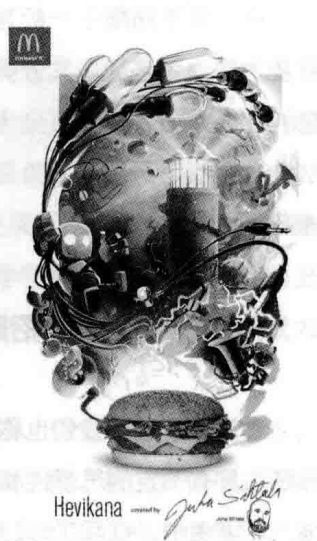


图1-8 麦当劳商业宣传招贴

强烈的个人风格,更注重情感的表达(图1-9、图1-10)。

艺术招贴包括各类绘画展、设计展、摄影展等。新的观念和技术也不断地应用在艺术招贴设计中,设计师在招贴设计中寻求着创造性的艺术表达,给人们带来缤纷多彩、个性丰富的视觉宝藏。艺术招贴不仅体现了设计师独特的思考,也传达了时代的信息,体现了社会的文化,受到很多



图1-9 《格拉普斯作品展》招贴



图1-10 柏林爵士音乐会招贴(全特·凯泽)

艺术家和设计家的追捧,成为现代招贴设计的新风尚。如著名的华沙招贴双年展、法国肖蒙国际海报展、芬兰拉赫第海报双年展、墨西哥招贴双年展、捷克布尔诺国际设计展、日本富山国际海报展、莫斯科Golden Bee国际双年展等世界顶级的招贴设计活动,促进了大批设计师的成长。

1.3 招贴设计的特征

由于信息传递的具体环境、对象和目标不同,招贴设计应具备以下特征。

1.3.1 强烈的视觉冲击力

招贴广告分布的范围特别广泛,主要张贴在城市的大型广告牌、文化娱乐场所、商场内外、公共汽车候车亭、车站的候车大厅等,各种适宜人们目光所到达之处,都会有招贴出现。这种街头广告艺术的性质,特别注重远距离的视觉效果,决定了招贴必须以大尺寸的画面传达信息。数码打印技术的发展,使招贴不再受到篇幅的限制,从城市到农村我们随处可见大型户外招贴。招贴这种不同于其他广告的特性,要求招贴设计必须具有更为强烈的视觉冲击力,以使人们在瞬间就能引起注意,并达到迅速、准确、有效地传达信息的目的(图1-11、图1-12)。



图1-11 Legend of Blade 概念海报

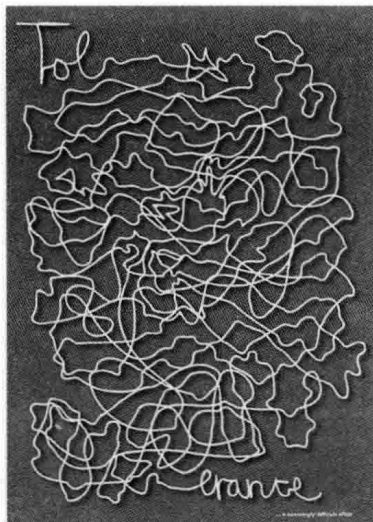


图1-12 “宽容”火花海报设计
(Daniel Kobert, 德国, 2018年)

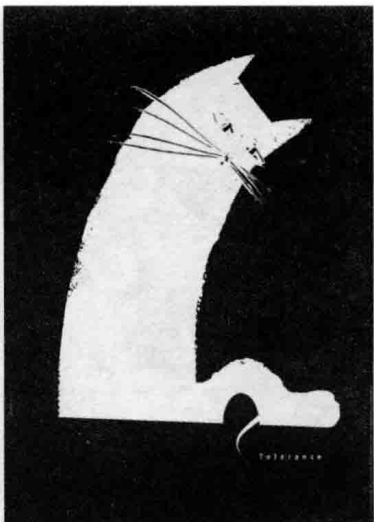


图1-13 “宽容”火花海报设计
(Sebastian Kubica, 德国, 2018年)

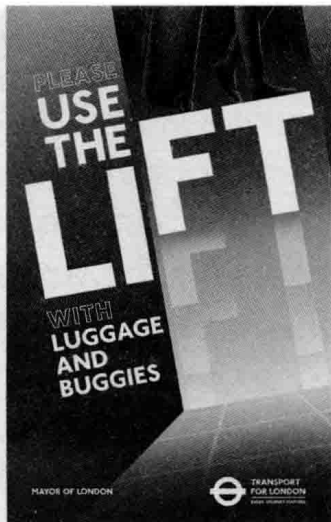


图1-14 伦敦交通安全宣传海报
(La Boca)

1.3.2 简洁化的构图

随着现代社会生活节奏的加快,使得人们对街头招贴广告目光停留的时间更为短暂,迫使招贴画面中的图形、文字必须高度概括、准确、简洁,色彩应强调刺激力度,对比强烈,和谐统一,注重画面的空间运用和信息的简化,遵循构图简洁、主题突出、简明扼要、焦点明确的规律(图1-13、图1-14)。

1.3.3 个性化的表现

对于处在快节奏、高效率的现代社会中的人而言,如果不是特别有新意、有趣味的新事物,很难引起人们驻足观看,人们对于高密度的信息传递和无孔不入的广告处之淡然。为了避免在招贴广告的海洋中被淹没,个性化的招贴设计是设计师不断追求的方向。同时,海报设计也是最有利于艺术表现的广告形式,个性化发挥的空间最大。“现代招贴的含义,已远远超出了应用功能的限制,而具备了多种解释的可能性,有着平行于委托题材之外的宽松解释带,设计家和画家可在其中传达信息的焦点和自我个性”(图1-15、图1-16)。



图1-15 艺术家作品宣传海报
(胜井三雄, 日本, 1991年)



图1-16 柏林爵士音乐节海报(金特·凯泽,德国)



图1-17 东京国立博物馆宣传海报



图1-18 诚品书店宣传海报

1.3.4 卓越的创意性

招贴广告要达到良好的审美效果,必须十分重视各种艺术表现手法。卓越的创意是招贴创作的灵魂,它能使招贴的诉求重点明确、主题突出并具有深刻的内涵。因此,卓越的创意可以打破人们固有的惯性,在众多的广告中有所选择,有助于开拓招贴设计表现的力度和深度,使招贴作品更富于感染力和说服力,提升视觉形象语言的表现力。卓越的创意通过富有魅力的表现形式,包括写实法、对比法、夸张法、寓言法、比喻法、卡通法、系统法、传统装饰法等。能在瞬间抓住公众的注意力,使人产生心理上的共鸣与联想,从而达到迅速、准确、有效地传达信息的目的(图1-17、图1-18)。

1.4 招贴设计的功能

随着社会经济的发展,招贴设计的功能也在不断地发展完善中,其功能是多元化的,作为商业招贴,其功能就是提升品牌形象和知名度。社会及观念类招贴的首要任务是传达某种信息或观念,以期产生良好的社会影响,或者达到特定目的。从艺术层面上来讲,招贴的创作还担负着提升大众审美能力的重任。如果从社会学的角度来讲的话,作为一种传播媒体,招贴在一定程度上还改变着公众的思想和价值观,影响着公众的行为和生活方式,承担着应有的社会职责。我们主要将其概括为以下四个功能。

1.4.1 传达信息

传达信息是招贴最基本、最重要的功能。招贴设计针对特定的受众目标,传达各种观念或诉求商品、企业等信息,有助于公共、公益事业的发展,以期达到促进销售的广告目的或者良好社会风尚的建立,带给受众大量的科学、文化、体育、艺术等方面的新知识。同时,招贴信息传播要真实、可信、健康,具有鲜明的个性,无论是在商业、政治、文化等各个方面,招贴设计的最终目标都是准确、有效地传达信息,尤其在商业宣传、商品促销方面具有着重要作用(图1-19、图1-20)。

1.4.2 加速竞争

竞争作为市场经济的一个重要特征,对于企业来说是一种挑战,也是一种动力。当今的市场是以消费者和受众为中心,以商品和企业的竞争刺激发展的经济方式,无论是商品,还是企业,它们在消费对象心目中的地位、信誉直接决定着企业的存亡与兴衰。另外,随着现代经济的逐渐繁荣和科技的进步,各企业、品牌的产品质量之间差距逐渐缩小,这就促使各企业越来越重视广告宣传方面的竞争。招贴广告作为一种大众传播媒体形式,有助于企业或品牌树立良好的市场形象,提高企业或品牌的竞争力、市场占有率,促进企业间的竞争,迅速占领目标市场,以加强人们对商品及企业的记忆、好感、信任度,巩固现有市场和不断开拓新的潜在市场(图1-21、图1-22)。



图1-19 禁烟公益海报



图1-20 台中酒厂100周年宣传海报 (Ting-Yu Chen, 2016年)

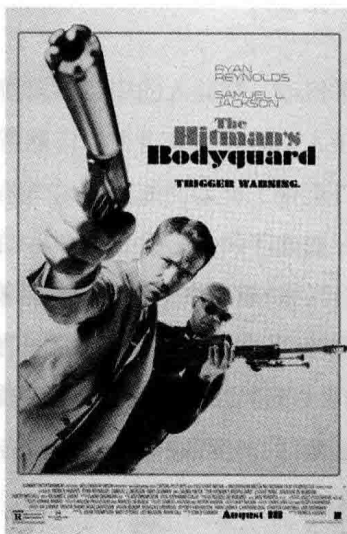


图1-21 《王牌保镖》电影招贴



图1-22 阿根廷设计机构Edite Studio招贴设计(2017年)