

# 招贴广告设计

招贴广告的发展史

招贴广告插图的创意设计

插图的视觉语言概念

插图的视觉语言的相对性

招贴广告的标题设计

招贴设计的分类 视觉语言的意象表达

视觉语言的意象表达

视觉语言表达创意的方式

色彩语言表现的形式

# 第一章

## 招贴设计基础

# 招贴的基本概念

## 招贴的定义

招贴（poster）也称“海报”“宣传画”，是一种张贴在公共场合，传递信息，以达到宣传目的的印刷广告形式。



其特点是：信息传递快，传播途径广，时效长，可连续张贴，大量复制。

# 招贴广告的特征和功能

尽管各个民族的许多设计大师都在招贴设计这一领域施展着自己的个性和才华。但招贴的设计语言仍具有很多的共性和特点。如**新奇、简洁、夸张、冲突、直率、冲击力**，这些特征将帮助我们更深入的了解和学习招贴设计。



**(1) 强烈的视觉冲击力**



**(2) 独具匠心的创意**



**(3) 准确地传达信息**



**(4) 广博的社会内容**

## 招贴的构成要素

招贴是广告的媒体形式之一，因此，必须具备

- 主题
- 标语
- 插图
- 文案
- 广告主

这五大基本要素。

## 按主题分类

➤ (1) 商业招贴

➤ (2) 公益招贴

➤ (3) 主题创作(文化艺术)招贴

## 按形式分类

(1) 具象型招贴

(2) 抽象型招贴

(3) 文字型招贴

(4) 综合型招贴



(法国) 萨维那 / 马吉牛肉汤料

# 招贴的创意

## 1，讲话留一半

作品的妙处在于给观众留下联想的空间，所以你要点到即止。

## 2，极力夸大微小的事物

把狗屎说成圣物或把圣物当成狗屎，那样你一定了不起。

## 3，改变事物属性

你把坚硬的建筑变成冰淇淋一样软化，这样做肯定是对的。

## 4，替换元素

你把镜子里的自己换成小狗的脸，一定有人会笑你。

## 5，形与意的演变

《狗尾草》集子里有许多这样的短片：两个人拥抱变成了树，小狗过来又变成了人，也许你能变成其他的。

## 6，同构与巧合

利用外型的相似，将两者合二为一，狗尾巴上长着狗尾草就是同构与巧合。

## 7，颠倒角色，逆反思维

小朋友在教育他的父母：“这么大的人了还吵架？不如跟我去幼儿园！”

## 8，黑白不分

我问你：“斑马到底是白马长着黑条纹还是黑马长了白条纹？”

你再问我：“到底是鸡生了蛋，还是蛋生了鸡？”看来，我们谁也赢不了谁。

## 9，逻辑错误

讲真话会得罪领导，讲假话又得罪群众，领导群众都在场，这个报告该怎么讲？

## 10，蒙太奇

将多个元素，进行结合、分离、互换、错位、次序颠倒产生的结果真是太奇妙。

## 招贴的视觉语言 --- 图形

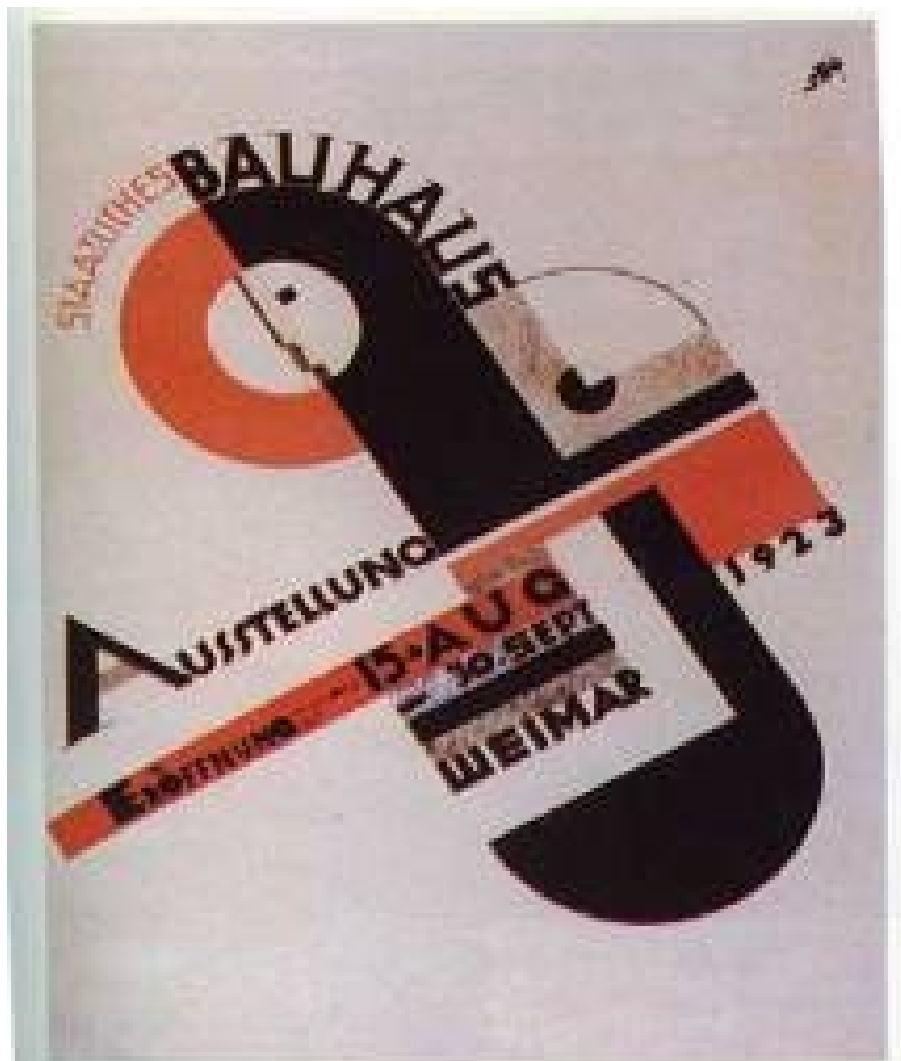
图形的视觉语言是通过形象、色彩和它们之间的组合关系来表达特定的含义的。在招贴广告插图中，设计师正是运用这些视觉要素来传达信息和意念的。

招贴是远视广告，但它具有近看的可能性。为了保证既能远观，又能近看，在制作上要精美、细致、图形作为招贴设计的主打语言，要充分体现它的魅力。

图形是传递信息的主要载体，图形的创造是有智慧含量的。在拍贴设计时，应追求**图形第一，文稿第二，让图形自己来说话，没有文字时也能瞬间表达主题这样的目标。**

图形的表现要言简意赅，舍弃不必要的细节，使其能画面背景中脱颖而出。

图形与文字，色彩的有机结合，能创造出丰富的视觉效果。



《包豪斯作品展览》 施莱姆 (1923年)

## 招贴设计的编排

编排是将 图形、色彩、文字 等基本要素，运用视觉元素的主次逻辑进行流畅的视觉流程设计。

编排是为了诱导读者更加轻松地阅读，因此必须了解受众的阅读习惯，如人们习惯从左向右看，从上向下看，先看图形后看文字等。

视觉的信息量不宜过多，在造型和构图中应避免复杂和烦琐的安排，尽量采用明确的信息符号，加快视觉认知和理解速度。。

由于受生理与心理因素的影响，人的视线在画面上浏览，有比较固定的模式可循：

先看大的，后看小的；先看彩色的，后看黑白的；先看图形，后看文字；先看对比强烈的，后看对比柔和的  
.....

在设计时应根据视觉流程规律，对应具体问题，每个规律都不相同，合理编排招贴作品中的各类元素，有效地引导阅读。

## 数条行动篇

人與新近和風裏下着——微風吹着九月——微雨潤着——這——多麼——動人的風景——吃午飯時，細雨如注——

我的麦当劳



## 思考与练习

- 招贴广告的分类具体有那几方面？
- 招贴广告的特征是什么？
- 重视市场调研才能达到其视觉传达到位的目的，用 2 个具体的案例来陈诉。