



微信



微博



人美APP



天猫店

www.renmei.com.cn  
人民美术出版社网络信息平台 二维码

上架建议：设计

ISBN 978-7-102-08725-2



9 787102 087252 >  
定价：68.00 元

中国高校艺术专业技能与实践系列教材

招贴设计实践教学

POSTER DESIGN  
PRACTICE COURSE

主编 战怡红

人民美术出版社

POSTER DESIGN  
PRACTICE COURSE

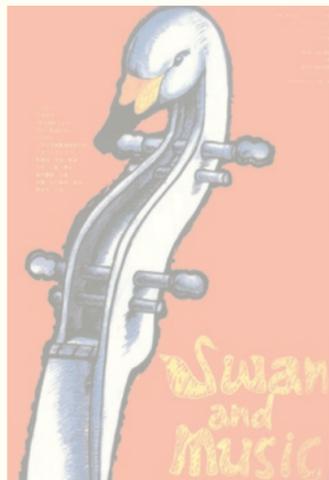
招贴是宣传活动、广告活动中使用最广泛、最方便、最快速、最经济的传播手段之一。随着全球经济的快速发展，商界、企业及政府机构等对自身形象宣传更加重视和关注，使现代的招贴设计越来越受到青睐。它不但具有传播的实用价值，还具有极高的艺术欣赏性和收藏价值。

主 编 战怡红



中国高校艺术专业技能与实践系列教材

# 招贴设计 实践教学



人民美术出版社

战怡红，吉林工程技术师范学院艺术学院视觉传达系主任、副教授。“平面设计”吉林省优秀教学团队成员，吉林省广告协会会员。近三年主持、参与省部级教科研项目10余项，设计作品多次发表于核心期刊。

教育部 财政部职业院校教师素质提高计划职教师资培养资源开发项目  
《视觉传达设计》专业职教师资培养资源开发 (VTNE087)

中国高校艺术专业技能与实践系列教材

# 招贴设计 实践教程

战怡红 主编

人民艺术出版社  
北京

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

招贴设计实践教程 / 战怡红主编. -- 2版. -- 北京:  
人民美术出版社, 2021.12  
ISBN 978-7-102-08725-2

I. ①招… II. ①战… III. ①宣传画—设计—教材  
IV. ①J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第251026号

教育部 财政部职业院校教师素质提高计划成果系列丛书  
项目牵头单位: 吉林工程技术师范学院  
项目负责人: 朴明姬

项目专家指导委员会:

主 任: 刘来泉

副主任: 王完成郭春鸣

成 员: (按姓氏笔画排列)

刁哲军 王继平 王乐夫 邓泽民 石伟平 卢双盈 汤生玲 米靖 刘正安  
刘君义 孟庆国 沈希 李仲阳 李栋学 李梦卿 吴全全 张元利 张建荣  
周泽扬 姜大源 郭杰忠 夏金星 徐流 徐朔 曹晔 崔世钢 亚兰

主 编: 战怡红 副主编: 孙剑锋 陈冠男

中国高校艺术专业技能与实践系列教材

# 招贴设计实践教程 ZHAOTIE SHEJI SHIJIAN JIAOCHENG

编辑出版 人民美术出版社

(北京市朝阳区东三环南路甲3号 邮编: 100022)

<http://www.renmei.com.cn>

发行部: (010) 67517602

网购部: (010) 67517743

责任编辑 陈 林

再版编辑 沙海龙

封面设计 王 珏

责任校对 白劲光 冉 博

责任印制 宋正伟

制 版 朝花制版中心

印 刷 雅迪云印(天津)科技有限公司

经 销 全国新华书店

版 次: 2017年12月 第1版

2021年12月 第2版

印 次: 2021年12月 第1次印刷

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 8

印 数: 6001—9000册

ISBN 978-7-102-08725-2

定 价: 68.00元

如有印装质量问题影响阅读, 请与我社联系调换。(010) 67517812

版权所有 翻印必究

中国高校艺术专业技能与实践系列教材

# 招贴设计 实践教程

战怡红 主编

# 目 录

## 第一单元 了解招贴

模块一 招贴的概念 / 2

模块二 招贴的分类 / 3

一、公益招贴 / 3

二、商业招贴 / 4

三、文化招贴 / 6

模块三 招贴的特性 / 7

一、大尺寸的创作空间 / 7

二、强烈的视觉冲击力 / 7

三、卓越的创意表现 / 8

模块四 招贴的功能 / 9

一、传递信息的功能 / 9

二、促进销售的功能 / 10

三、引导行为的功能 / 11

训练项目 / 12

## 第二单元 认识招贴

模块一 招贴设计的流程 / 14

一、招贴主题的确定 / 14

二、招贴资料的收集 / 14

三、招贴资料的整理 / 14

四、招贴创意的产生 / 15

五、招贴方案的确定 / 16

六、招贴方案的完善 / 16

模块二 招贴设计的构成元素 / 17

一、招贴的标题 / 17

二、招贴的广告语 / 18

三、招贴的文案 / 19

四、招贴的图形(商标、插图) / 20

五、招贴的广告主 / 22

模块三 招贴设计的基本构成要素 / 23

一、图形在招贴设计中的应用原则与方法 / 23

二、文字在招贴设计中的应用原则与方法 / 28

三、色彩在招贴设计中的应用原则与方法 / 33

训练项目: 招贴版面编排的综合设计 / 39

### 第三单元 掌握招贴

#### 模块一 招贴设计的表现手法 / 42

- 一、摄影风格表现手法 / 42
- 二、插画风格表现手法 / 44
- 三、数码技术风格表现手法 / 46
- 四、文字编排风格表现手法 / 47

#### 模块二 招贴的创意设计 / 48

- 一、招贴创意的原则 / 49
- 二、招贴创意的表现 / 54

#### 模块三 招贴的构图设计 / 56

- 一、构图的形式法则 / 56
- 二、常见的构图形式 / 60

#### 模块四 招贴的版面设计 / 63

- 一、版面设计的基本原则 / 63
- 二、视觉流程 / 65
- 三、版式设计中的空间运用 / 71

#### 模块五 招贴的印刷发布 / 72

- 一、招贴的常用纸张 / 72
- 二、招贴的常见尺寸 / 73
- 三、招贴的印刷发布 / 73

训练项目：以“和谐”为主题进行招贴设计 / 74

### 第四单元 招贴经典作品赏析

#### 模块一 公益性招贴赏析 / 76

#### 模块二 商业性招贴赏析 / 86

### 第五单元 项目实践

- 一、文字的大小 / 94
- 二、文字的类型 / 94
- 三、文字的编排 / 94
- 四、文字的层次 / 95

训练项目：以文字为主要构成元素的招贴练习 / 96

#### 模块二 感受图形之美 / 97

- 一、图形的氛围与风格的营造 / 97
- 二、图形的排列方式 / 97

训练项目：以图形为主要构成元素的招贴练习 / 98

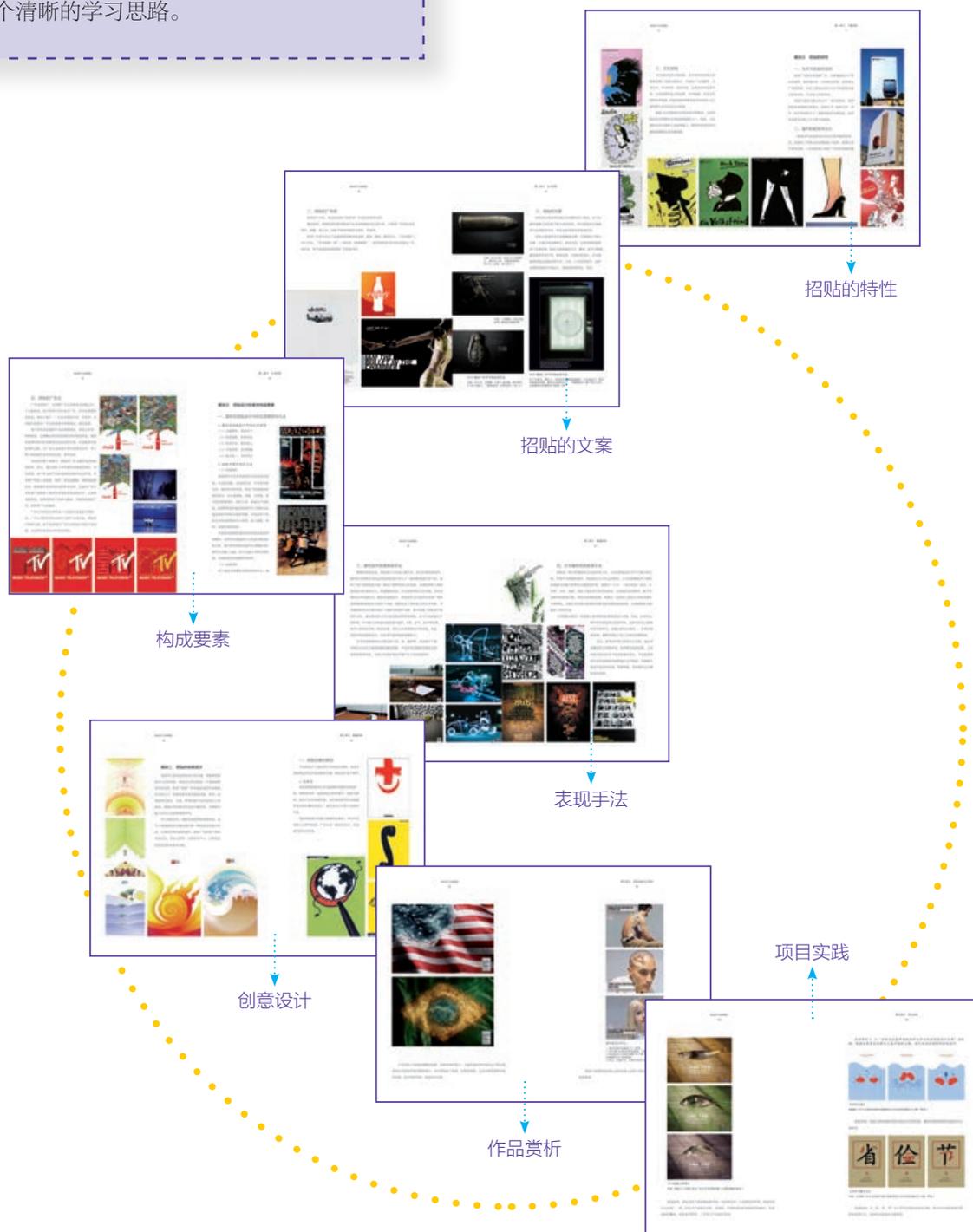
#### 模块三 品尝色彩之味 / 99

训练项目：以色彩为主要构成元素的招贴练习 / 100

#### 模块四 学生优秀招贴设计作品赏析 / 101

# 本书导读

书分为五个单元，从了解、认识和掌握招贴，到作品赏析及项目实践，分别讲解了招贴的特性、构成元素、设计流程、表达手法、创意设计等，为日后从事招贴设计工作者，提供了一个清晰的学习思路。



第一单元

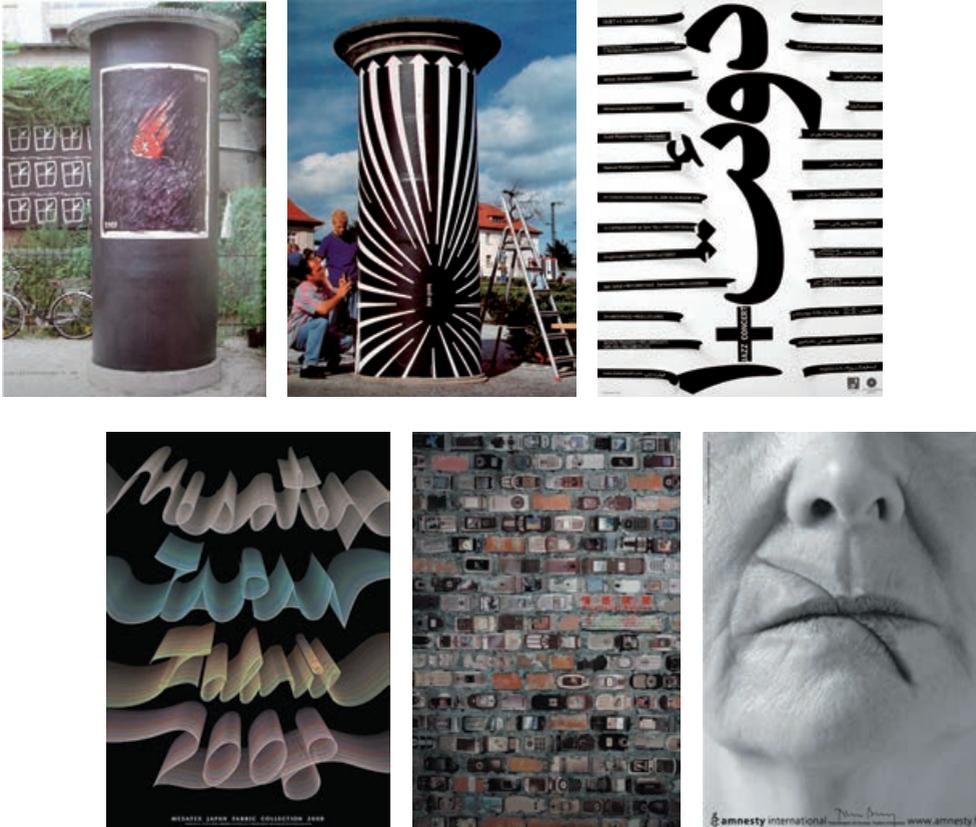
# 了解招帖

## 模块一 招贴的概念

招贴 (poster), 又名“海报”“宣传画”。按字义解释:“招”指引来、招引;“贴”指张贴、粘贴。简单来说,招贴就是为张贴于街头或公共场所来引人注意,以达到宣传目的的文字、图画。

招贴是宣传活动、广告活动中使用最广泛、最方便、最快速、最经济的传播手段之一。随着世界经济的快速发展,商界、企业及政府机构等对自身形象宣传的重视和关注,创造性的设计越来越受到青睐,使现代的招贴设计不但具有传播的实用价值,而且,还具有极高的艺术欣赏性和收藏性。

招贴设计做为高校艺术设计专业的主要课程之一,与其他设计类课程一样,最重要的是要有一个创意。好的创意,能恰当地点破主题,传递有效的信息。一幅具有高超技巧而没有创意的招贴,是不会拥有生命力的。

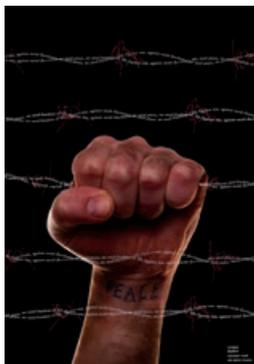
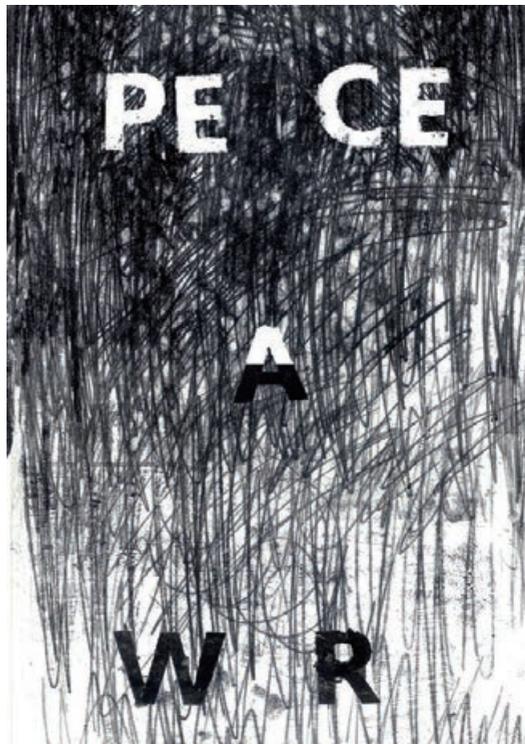


## 模块二 招贴的分类

### 一、公益招贴

公益招贴是由国家、各地政府、媒体、公益性机构等为公益事业而设计的招贴。它不以经济效益为目的，而是在人类社会生活中，就人们共同的利益向公众传达某种社会文明或道德观念。它关注的是社会热点问题，揭露社会的不和谐点，反映人们的意识形态，期望得到大众的认可、共鸣，具有极强的号召力和震撼力。

公益招贴的特点是大众化、通俗化。它以直观的图形、醒目的标题将抽象的观念形象化，将深奥的主旨明晰化，深受观者的欢迎。它从社会现实出发，取材于现实社会，反映的内容与人们息息相关，涉及到人类社会生活的环境问题、生态问题、和谐社会问题、社会公德问题、公共安全问题、医药、文体、教育问题等人们关注的热门话题。从某种意义上说，一个地区、一个城市或一个国家公益招贴的水平，体现了与之相匹配的精神文明建设水平和文化价值的追求，影响着人们的思想意识和行为方式。



## 二、商业招贴

商业招贴是指以获取经济利益为目的的一种宣传形式，也称为营利性招贴。商业招贴通过向消费者介绍商品来传达商业信息，传播企业文化，以便引起人们对产品的关心和注意，从而促进销售，达到推销商品的目的。因此，商业招贴可以看成是商业社会中能够为企业带来经济价值的重要载体。

无论是直接的商品宣传，还是间接的品牌形象宣传，商业招贴的商业性决定了其形式、目的都是围绕着经济效益而产生的。当一个新产品进入市场之前或处于初期阶段，可以通过商业招贴的形式对产品的品牌和商业服务等方面信息进行宣传。优秀的商业招贴可以带领商品迅速占领市场，树立良好的品牌形象，这也是近年来扩大企业宣传的一种行之有效的方法。



The New Beetle 新甲壳虫 经典



第一单元 了解招贴

5



虫 经典非只在既往 时尚不限于当下



The New Beetle 新甲壳虫 经典非只在既往 时尚不限于当下



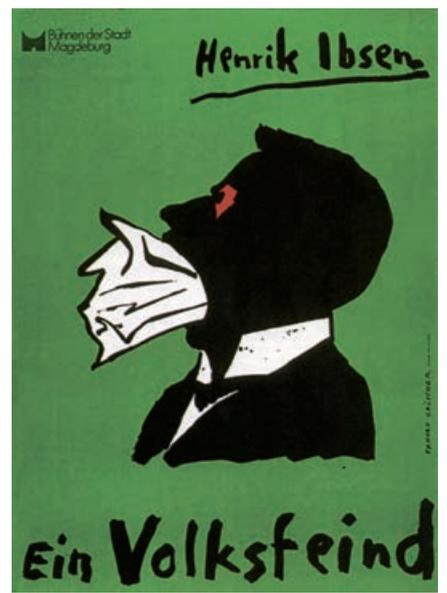


### 三、文化招贴

文化招贴也称文体招贴，是为某种活动或文化现象的推广而进行的设计。它涵盖了文化教育、文学艺术、科学技术、体育活动、民族民俗等众多内容。它所反映的是不同民族、不同地域、不同文化的特色和现象，并通过独特的视觉语言传递给人们，影响着人们生活的方方面面。



随着人们对精神生活需求的不断提高，文化招贴成为宣传精神文明的重要载体之一。因此，文化招贴无论在数量上还是质量上，都具有很高的学术研究价值和艺术审美价值。



### 模块三 招贴的特性

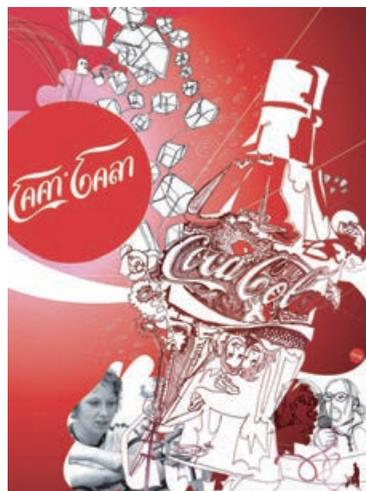
#### 一、大尺寸的创作空间

招贴广告的分布范围广泛，大多被张贴于户外公共场所，如商场内外、公共候车亭等。这种街头广告的性质，决定了招贴必须以大尺寸的画面来进行信息传达，以引起人们的关注。

画面中通常以醒目的文字、突出的图形、强烈的色彩来增强其表现力。画面尺寸一般有全开、对开、四开等多种尺寸，随着科技的不断发展，近年来甚至出现了尺寸更大的招贴。

#### 二、强烈的视觉冲击力

一般美术作品或者设计作品大部分被放在室内，而招贴广告则大部分被张贴于室外。随着生活节奏的加快，人们浏览街头招贴广告的时间越来越





短，要想留住消费者的注意力，在短时间快速识别、解读信息内容，招贴设计必须要有极强的视觉效果。画面中的图形、文字、色彩要从整体设计出发，构成完整、明确的信息要素。图形、文字必须高度概括、准确，色彩要有强烈的视觉刺激力度，瞬间抓住人的眼球，留下深刻印象，从而快速、准确地传达信息。

### 三、卓越的创意表现

创意就是要具备出奇的“点子”，和与众不同的想法。一幅拥有好想法的招贴画能够打破常规，以全新的眼光和视角来看待问题。德国设计师赫尔姆特·朗格曾说过：“一张好的招贴是吸引人、有创意、有效并且简洁的。”创意是招贴创作的灵魂，它能使招贴的诉求重点明确、主题突出并且具有深刻的内涵。对招贴创作而言，卓越的创意有利于塑造独特的视觉形象，有助于扩大招贴表现的力度和深度，使招贴作品产生强烈的感染力和说服力。好的创意通过新颖的形式快速传递信息，传达商品内容，说服消费者，从而达到促进销售的目的。

美国的广告专家大卫·奥格威指出：“招贴内容如果没有卓越的创意，注定是要失败的。”如果创意不能吸引观者的注意力，就注定招贴的存在如同“昙花一现”，缺乏长久的生命力。

创意是无限的，优秀的创意可以根据任何主题内容、任何题材进行多样、灵活的变化，能用巧妙的手法直接有效地传达主题。

创意是设计的灵魂，彰显个性的构思、出奇制胜的表现，使招贴作品具有旺盛的生命力。因此，创意在招贴设计中发挥着巨大作用，已受到越来越多的人重视。

## 模块四 招贴的功能

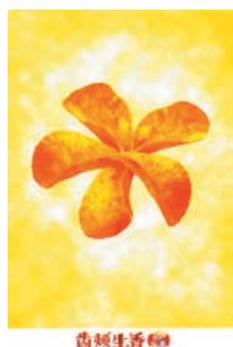
招贴作为一种传播媒介，其自身具有的许多优点，是其他任何媒介无法替代的。它能快速、有效地传播某信息或观念，以获得良好的诉求效果。它因为具有特殊的美感条件，还肩负着提升大众审美品位的重任，它在一定程度上还改变着公众的思想和价值观念，影响着大众的行为和生活方式。

### 一、传递信息的功能

招贴最首要的功能是传达个性化的信息。传递信息是招贴最基本、最重要的功能，信息要真实、可靠，才能使观者对招贴的内容留下深刻的印象。特别是商业招贴，在传达商品信息时，要真实地反映商品的属性——规格、功能、质量等情况，要从保护消费者利益的角度出发，若传达的信息含有夸张、虚假的成分，消费者是不会产生购买行为的。

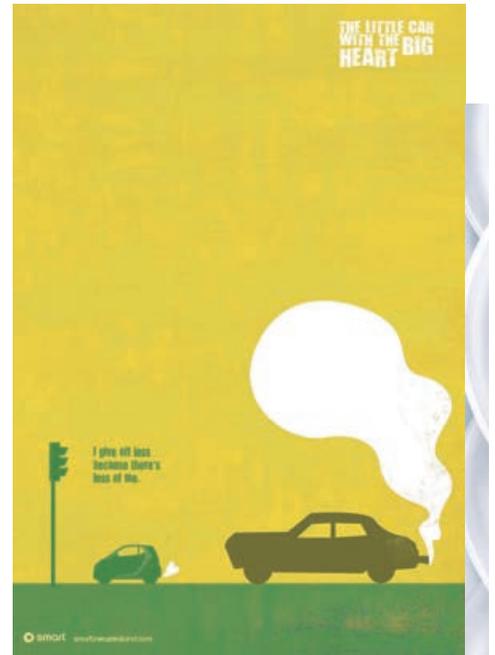
招贴作为一种有效的广告形式，可以扮演传递商品信息的角色，成为消费者和生产者之间的纽带，并以高速度及时解决各种需求及售后服务等问题，这样才能赢得消费者的信任。

招贴传递准确的信息，可以使其达到预期的广告目的。而不准确或误导性的招贴无论多么的“花枝招展”，都不会被消费者所接受，对其宣传的内容也同样抱有消极的消费态度，从而导致信息传递的失败。



## 二、促进销售的功能

由于科学技术的发展，使同类的商品在各方面之间的差异越来越小，促使企业越来越重视招贴设计在商品宣传中的重要作用。通过招贴所传递的信息可以突出商品的品质与质量的优劣，也可以用来树立良好的企业形象，提高和扩大产品的知名度，有利于产品开拓和占领市场，促进销售。



### 三、引导行为的功能

招贴设计的视觉效果和创意构思，能给观众留下深刻的印象。通过对图形、文字、色彩等要素的设计，加强视觉信息的传达，并根据人们的喜好，将传达的信息与人们所欣赏的事物联系在一起，运用形式美感强、艺术表现丰富的设计手法，诱导消费者对招贴内容的认识、了解，并给予刺激，从而让消费者按照招贴的信息内容或提示去行动，并产生购买需求和购买欲望。这其实就是招贴的引导行为功能。



## 训练项目

收集图文混排的设计案例，对它们的组合、创意、表现形式详尽分析，并进行重新组合画面的练习。

### 任务一、草图构思

1. 任务描述：对收集的案例进行分类整理、分析、研究。
2. 任务分析：规定同样的内容分别进行图文混排的练习。
3. 任务目标：以凸显审美功能、视觉功能为准则对其进行合理编排。
4. 任务评价：组合元素运用得当，主题表达准确，视觉感染力强。

### 任务二、电脑绘制

1. 任务描述：招贴尺寸设计，版面合理布局。
2. 任务分析：注意各视觉元素之间的相互关系。
3. 任务目标：绘图软件的综合运用能力。
4. 任务评价：设计稿印刷前的准备与印刷的衔接。

### 任务三、打印成型

1. 任务描述：招贴纸张尺寸及纸材的选择，印前准备完善。
2. 任务分析：印刷方式与电子文件设置的相关问题。
3. 任务目标：电子文件与成品输出的转换。
4. 任务评价：成品适合印刷、张贴。