

前 言

我们不再生活在一个封闭的环境中,开放的世界正在提供让人目不暇接的丰富信息。不论技术将来走向如何,时至今日,平面媒介依然是我们获取信息的重要渠道。为了更好地表达信息的内容,并令读者享受到阅读的快乐,平面设计已深深地参与到现代生活中,并成为其中不可缺少的艺术设计活动。以此为契机,中国的现代设计教育正以前所未有的速度发展,几乎所有招收艺术设计类的院校,都设有平面设计专业。同时,设计实践也在国内外取得了骄人的成绩。在这一背景下,这套丛书既是对当今平面设计的分析与总结,以供大家学习和思考,也力图在设计实践介绍一整套设计的方法,以期为具体的设计项目服务。

《平面设计案例分析》丛书分为封面设计、版式设计、广告设计、包装设计、招贴设计共计五个方面的内容。丛书选择了当今世界具有代表性的设计作品进行归纳剖析,为读者提供完整的设计介绍。与案例的彩图相对应的是手绘的草图,寥寥数笔简要地提示了设计中的重点,也增强了说明文字的可读性。通过案例的分析可以举一反三,体现了丛书的实用性,为读者提供了一套可供操作的范本。

丛书的作者都在大专院校任教,长期从事本专业的教学与设计,大多具有硕士以上学历。我们希望本丛书的出版能为专业人士的学习与工作带来一定的帮助。

易 晓

2004年5月于北京

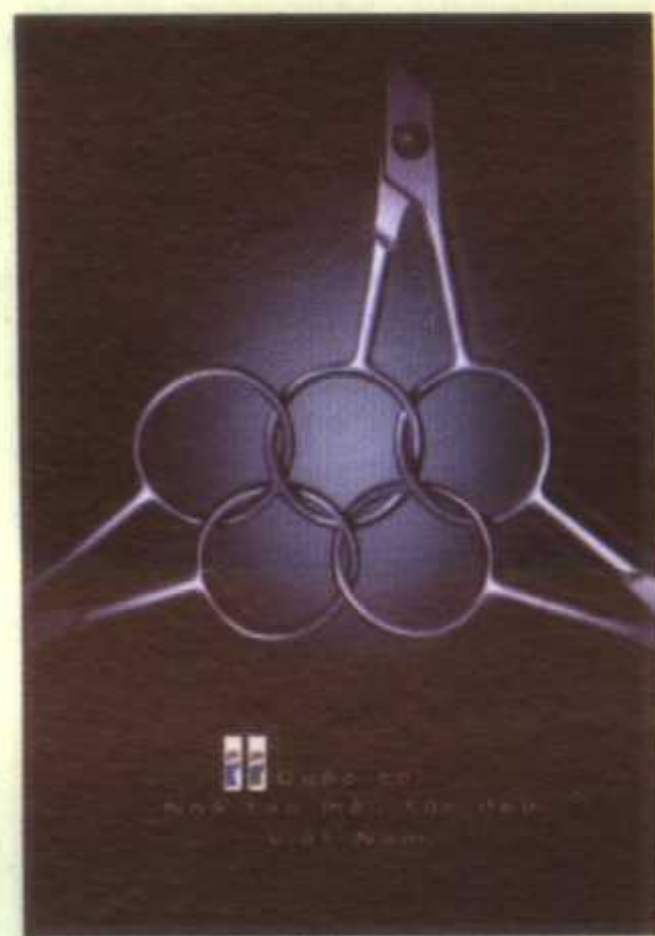
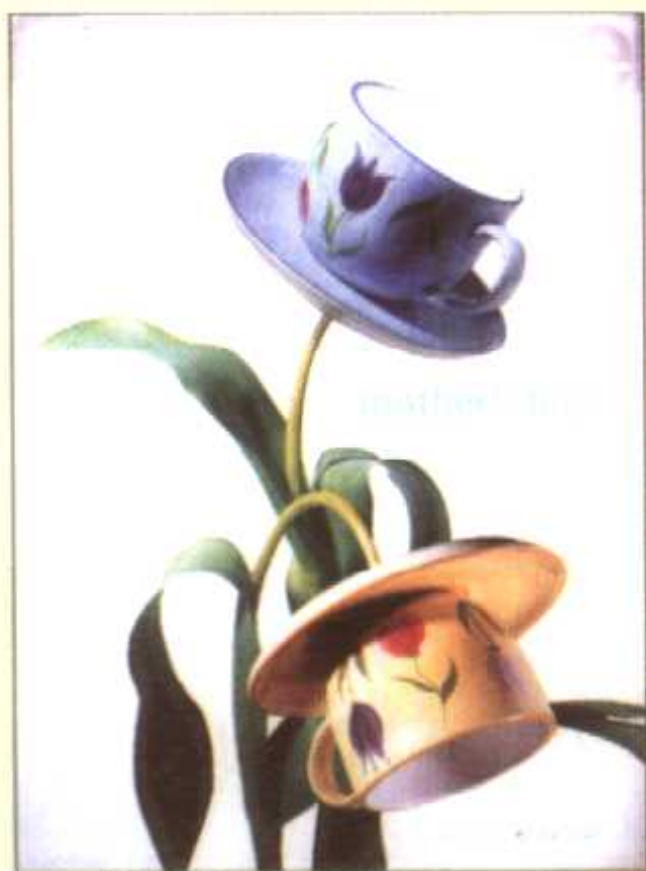
广告设计的创意

广告涉及的领域非常广泛,从事广告业需要具备市场学、消费心理学等交叉科学的相关知识。

广告设计的种类繁多,如:影视广告、报纸广告、广播广告、体育赞助广告、路牌广告、霓虹灯广告、橱窗广告、杂志广告、招贴广告、灯箱广告、公益广告、“CIS”设计等。其中影视广告在世界范围内影响最大,效果最好,占有所有广告费的将近一半。随着计算机的普及,又新添了一个更具活力、发展前途更广阔的新类别——互联网广告。

尽管广告设计的种类和形式多种多样,但平面设计仍是主要的设计形式之一。本书精心挑选了许多平面广告的范例,加注少许文字,力图说明广告设计的基本要素。

在任何设计中,创意都是绝对重要的,在广告设计中也是如此。创意好可以以较少的投入获得较大的效益,否则事倍功半,甚至适得其反。创造性思维就成了人才培养的决定性因素。形象的创造在现代广告设计中尤为重要。经历了几个世纪

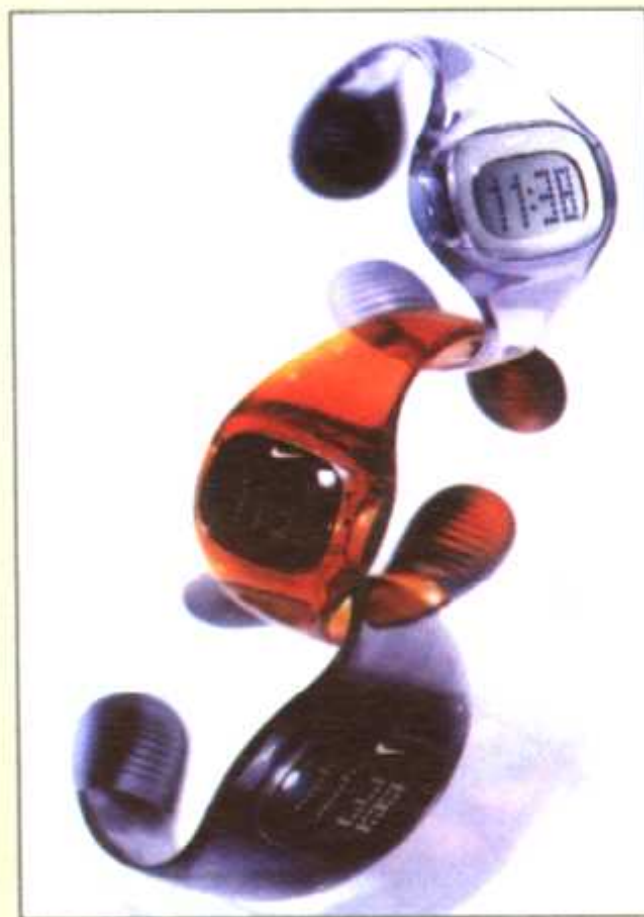


的写实,受到现代艺术的影响,人们已开始不满足于一般形似,那些富于想象力和新颖的创意、各种幽默以及生动有趣的造型以及奇妙的组合,更能引起大众的关注,这就不仅仅限于现成的形象资料而需要创造形象,即现代广告设计必须比以往任何时候都要更加重视广告设计的创意思维。这一点可能成为现代广告设计最显著的特点。

它之所以不同于过去,是训练创意思维的能力,创造形象的能力,洞察形式美的能力。在竞争日渐激烈的商战中,广告的优劣与创意能力的培养有重大关系。

在现代设计中,第一是观念,第二是创意,第三是审美及技能。在本书精心挑选的这些实例中,我们可以体会到蕴含其中的奇妙创意和艺术魅力。

我们只有积淀更深厚的文化底蕴,积累更广博的知识,提高对生活的洞察力,经过一定严格的设计训练,才能不断创造出优秀的广告设计作品来。

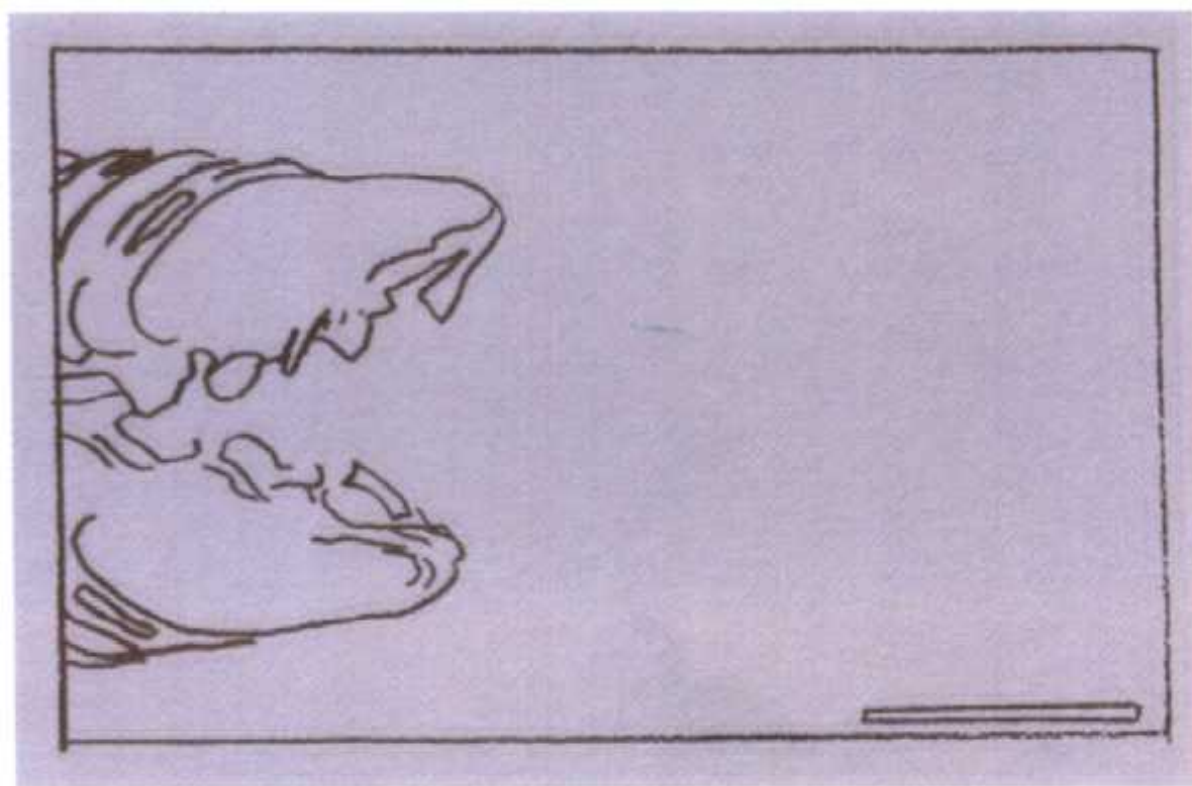




ADIDAS PREDATOR NORT&SPORT

阿迪达斯运动鞋

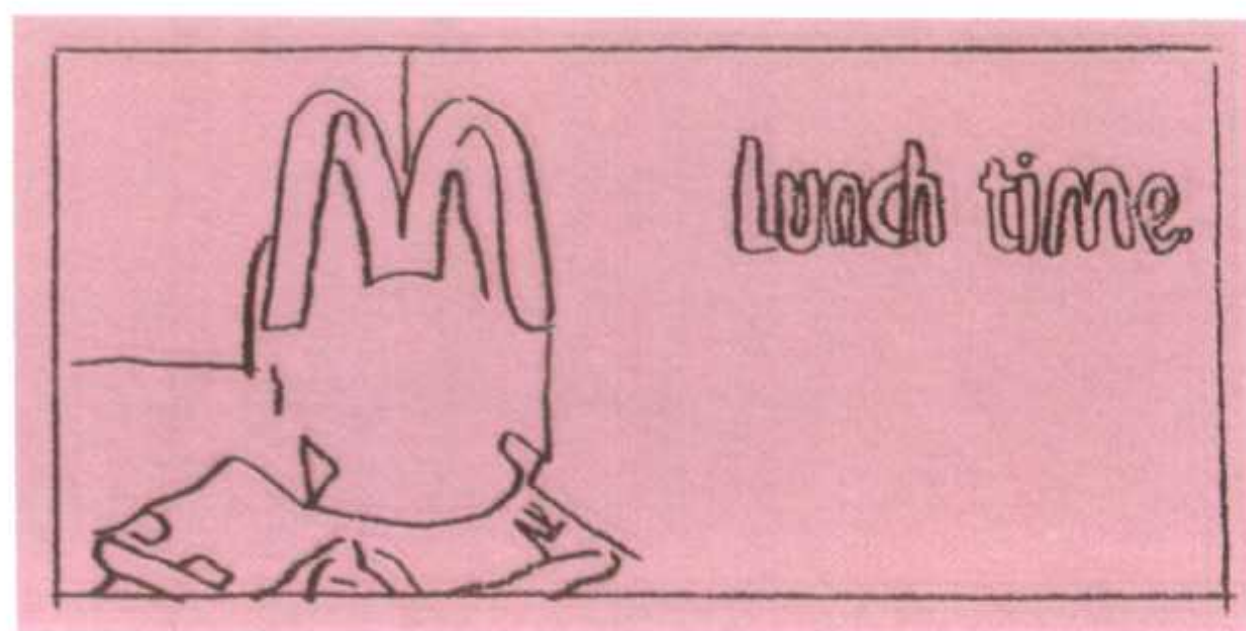
阿迪达斯是世界著名体育用品的生产厂商及体育赞助商。将一对该品牌的运动鞋的鞋底反向相对并露出一半，形成酷似鲨鱼张开的大嘴，给人以十分勇猛的感觉，形象新奇而富有想象力。

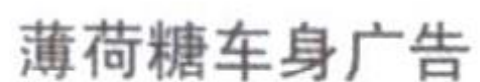




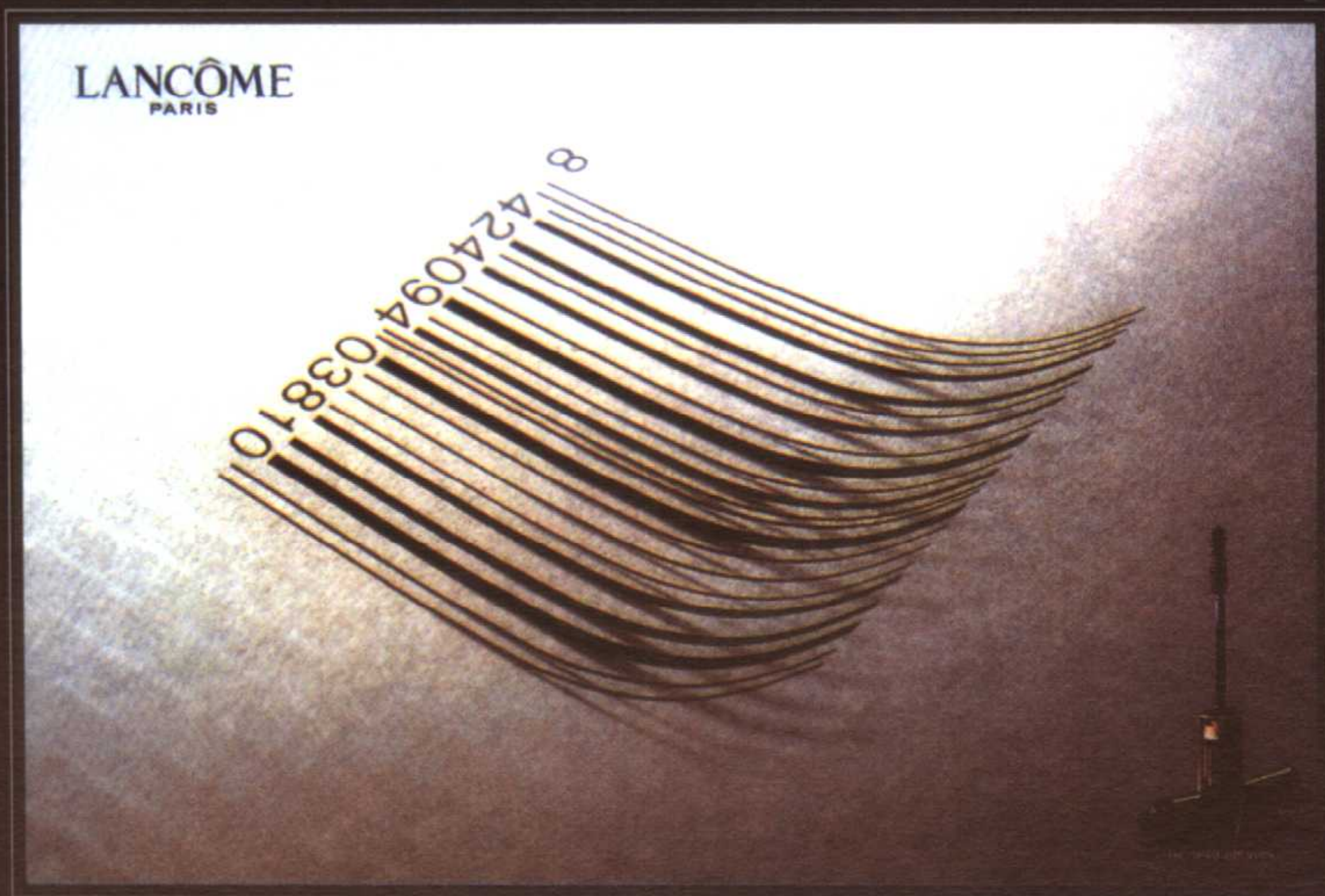
麦当劳午餐

这是世界著名麦当劳快餐店的广告。由于它的主要顾客群是年轻人，故广告由画面简单醒目的一个书包和几本书构成，黄色书包背带用“M”造型，非同一般地将麦当劳的标志醒目地显示出来。



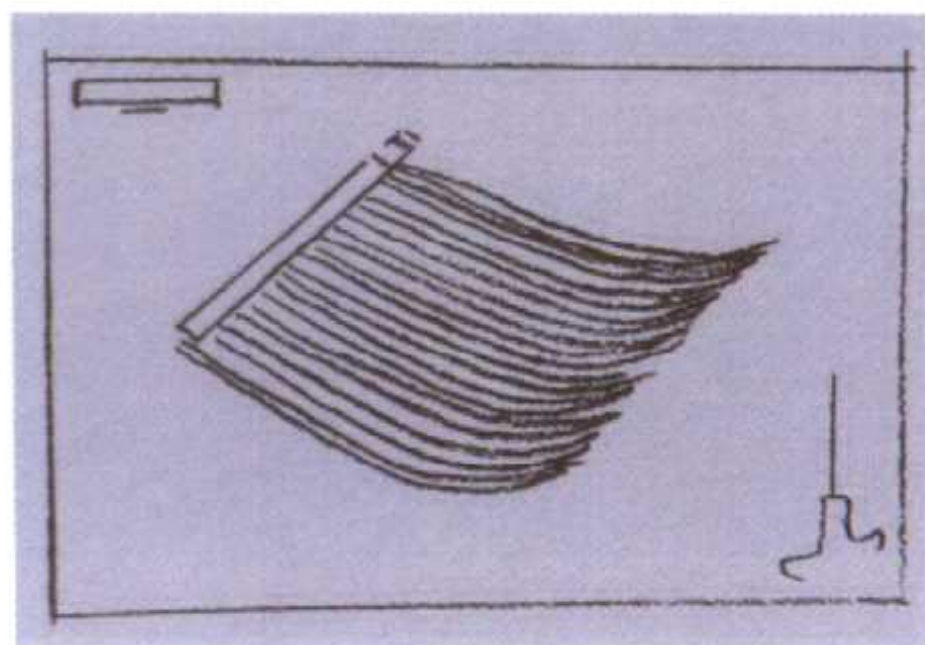


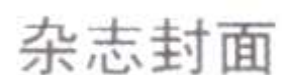
A line drawing of a bus with a person sitting inside, labeled "Bus". The drawing is simple, showing the outline of the bus and the figure of a person seated within. The word "Bus" is written in a simple, blocky font below the drawing.



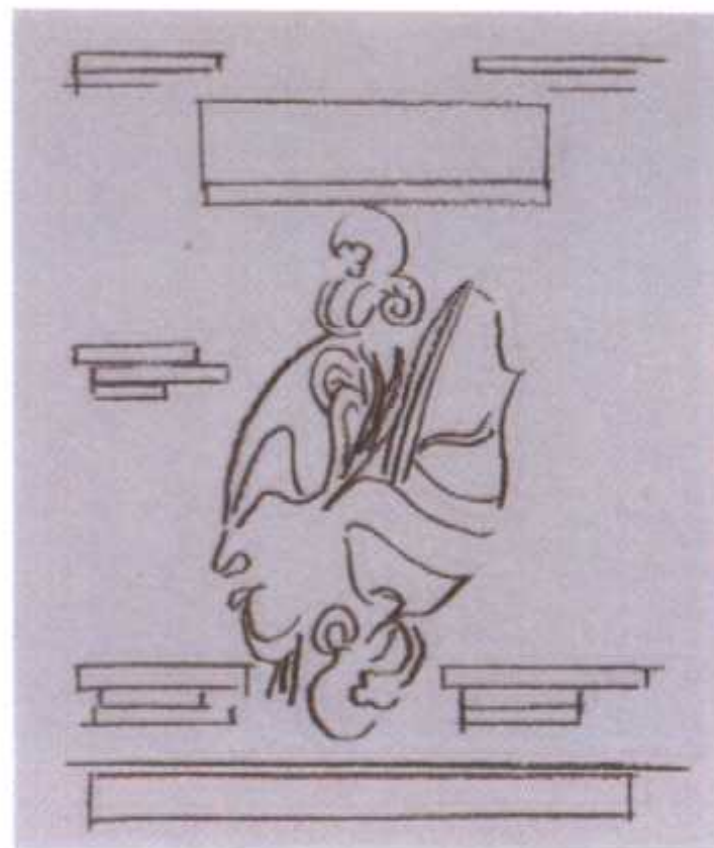
兰寇睫毛膏

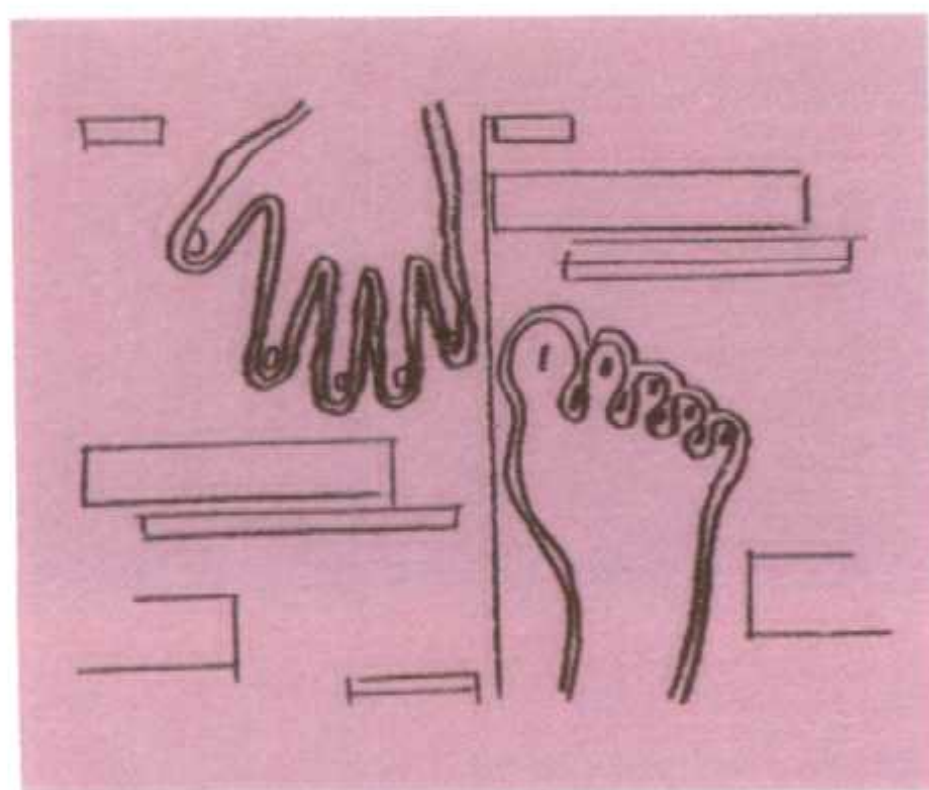
此广告形象地展现出产品的功能和使用后的效果，利用条形码的条纹，使其像睫毛前端卷起的样子，来推广兰寇睫毛膏。这种构思新颖巧妙，以条形码作为主要形象也有此商品有信誉保证的意味。





德国权威的《世界设计杂志》刊登了介绍中国设计家的专页，并以陈放的作品作为封面。这是以中国的皮影艺术为母体设计的一张扑克牌。中国戏曲的形象一正一倒结合得非常完美，既有现代意识又有强烈的民族特色。





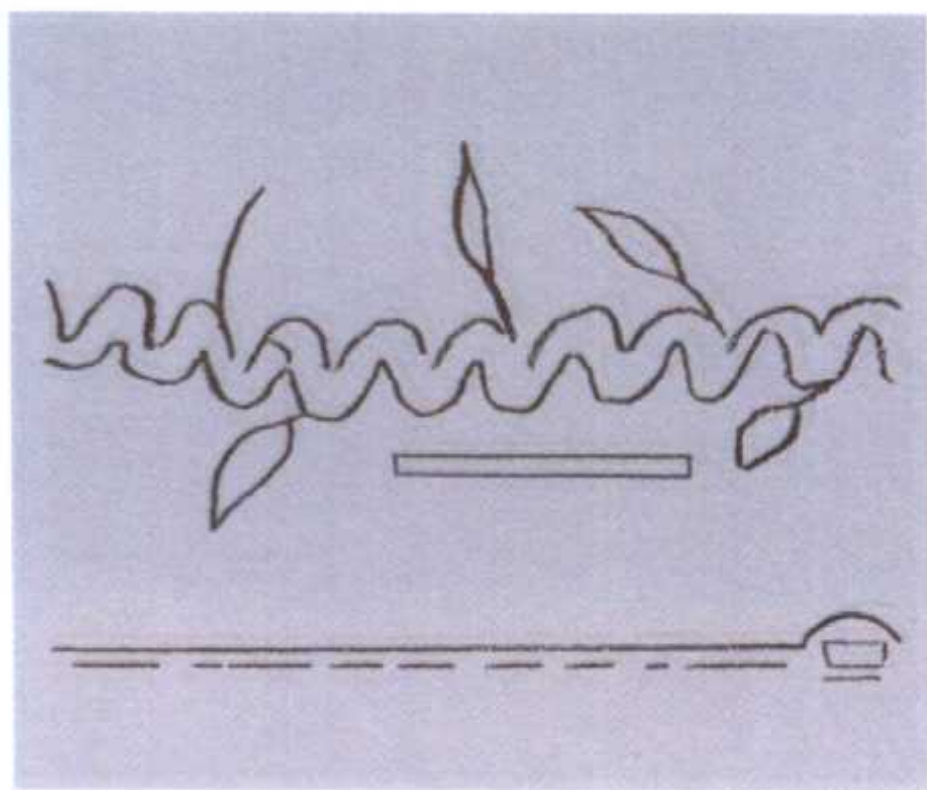
17909IP 电话

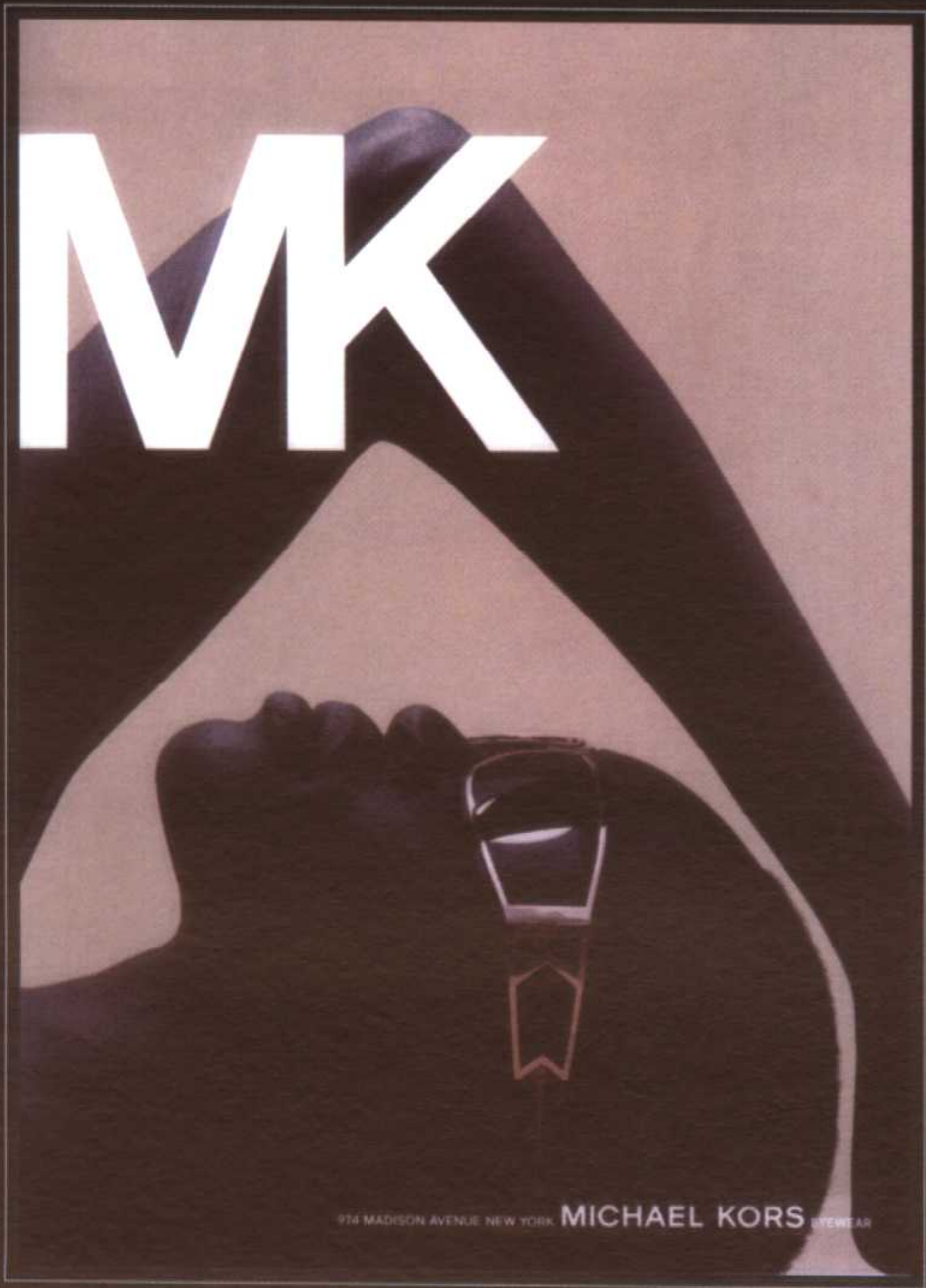
中国网通推出的IP主叫业务广告中，画面勾勒出简洁的手和脚的形象来说明使用的方便和快捷。通过少打号码，来表现手指减少了负担；只需拨打1000即可受理此项业务，不需要再亲自到营业厅去办理手续，以表现少跑路，脚也因此少受累。



服务热线

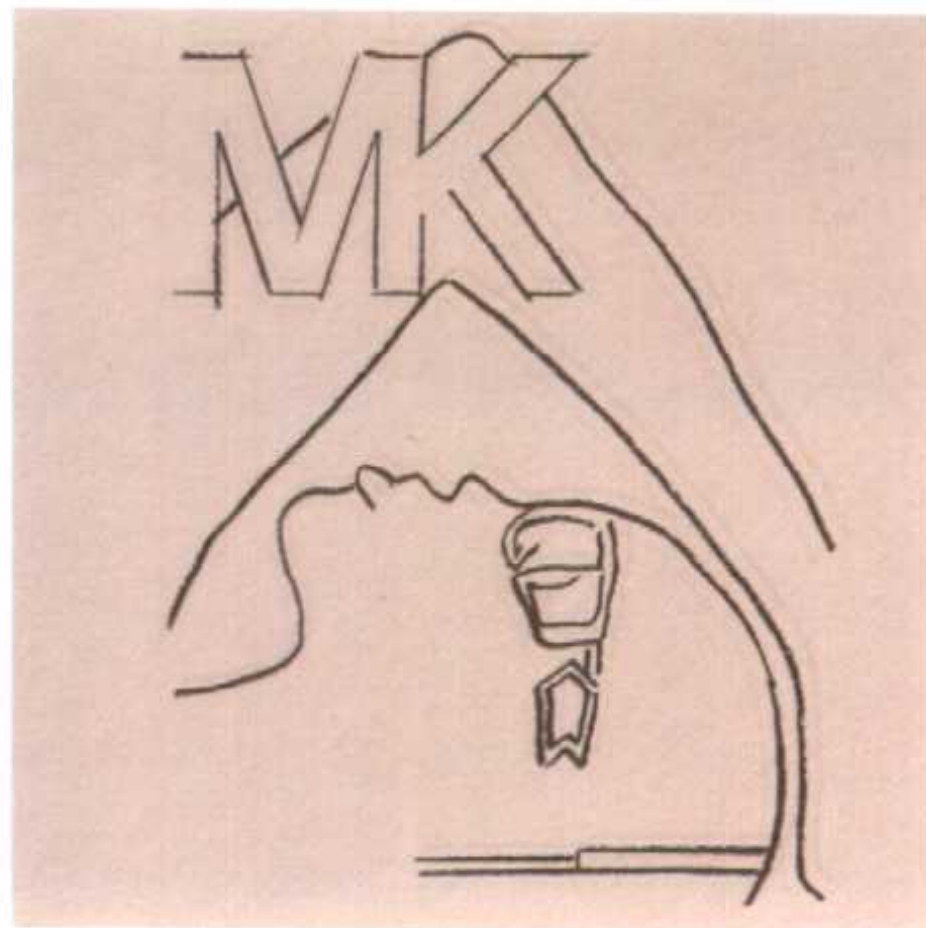
厂家的竞争手段之一是优质的服务，新飞的服务命名为“绿色通道”，保持绿色通道的快捷畅通，用心感动消费者，就是新飞服务的宗旨。画面用一根绿色的电话线，上面长着嫩叶，表达其服务热线的快捷、热心，售后服务有持久的保证，增强了品牌在消费者心目中的亲和力。





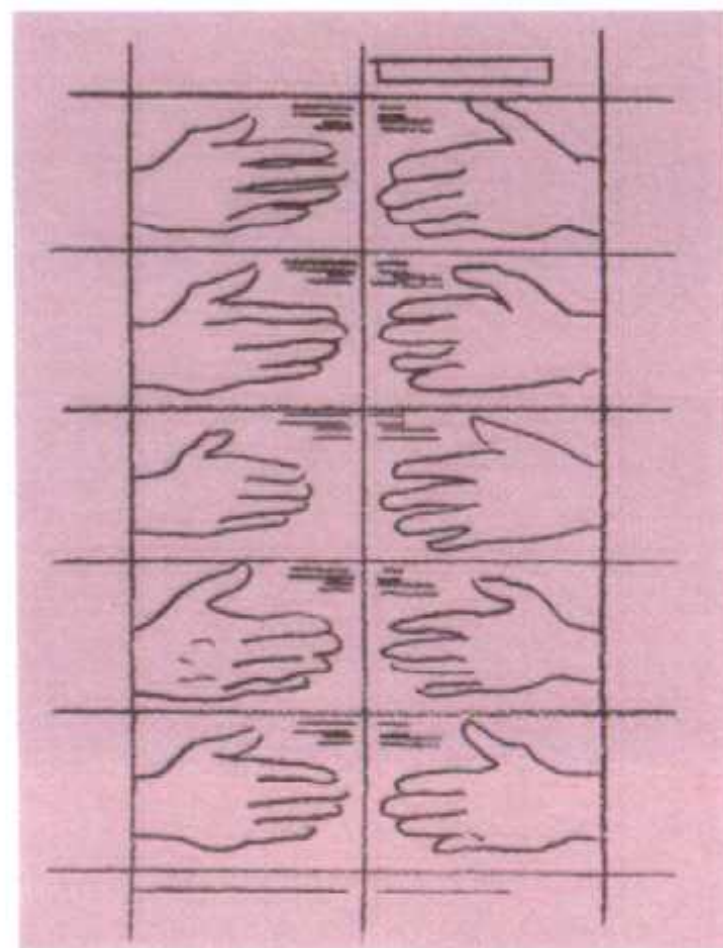
MK 眼镜

Michael Kors 品牌的墨镜广告以黑人的形象和动作为衬托，突出了产品，品牌的缩写字体与黑人的肤色形成鲜明的对比，形式感很强，引人注目。





这套邮票的设计非常独特，以不同的手形将要握手的姿态设计成一套邮票，而且分别在手心和手掌上面写着诸如“好运”、“祝贺”、“成功”等手写字体，在邮票设计中是很少见的。

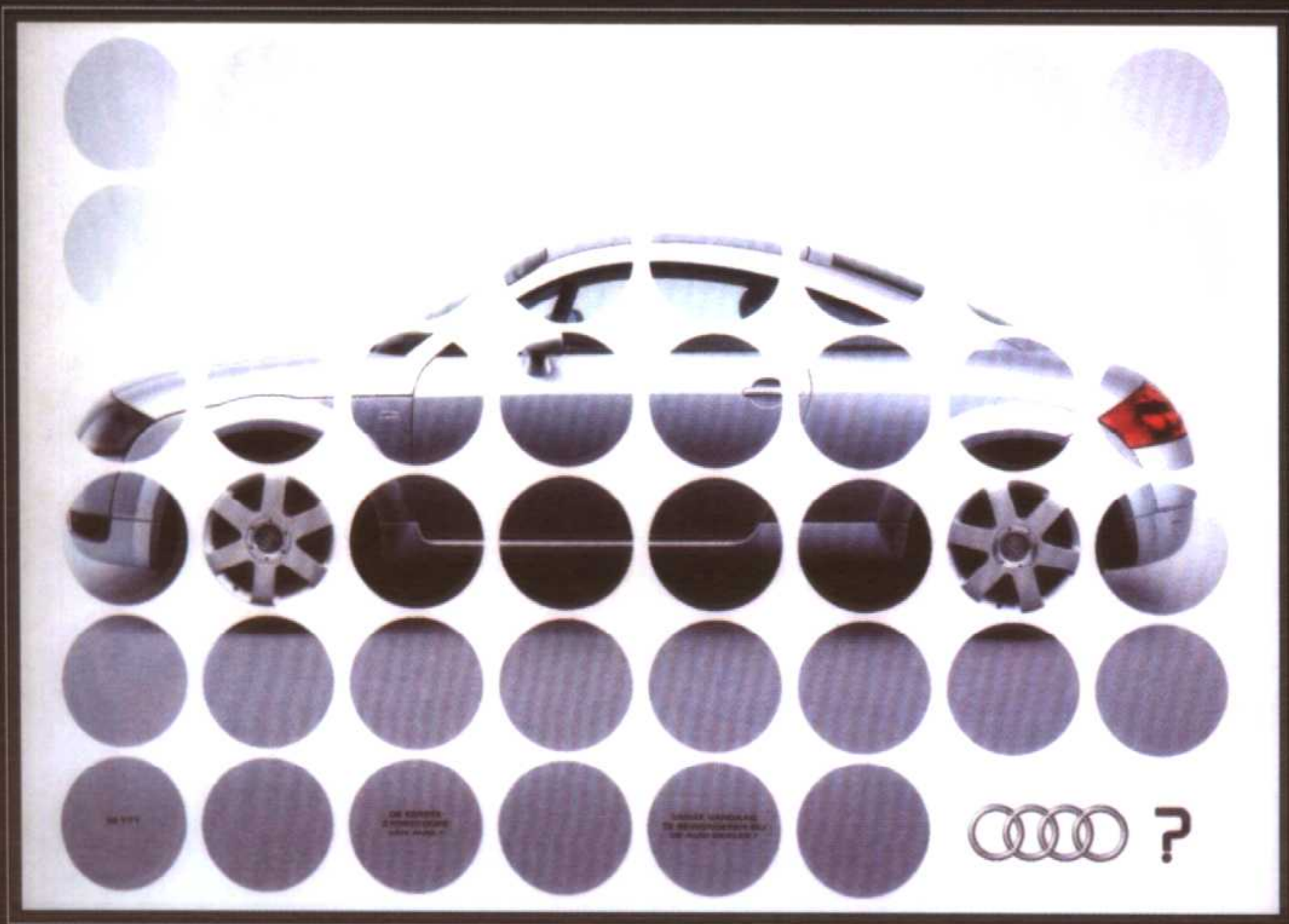




宽屏彩电

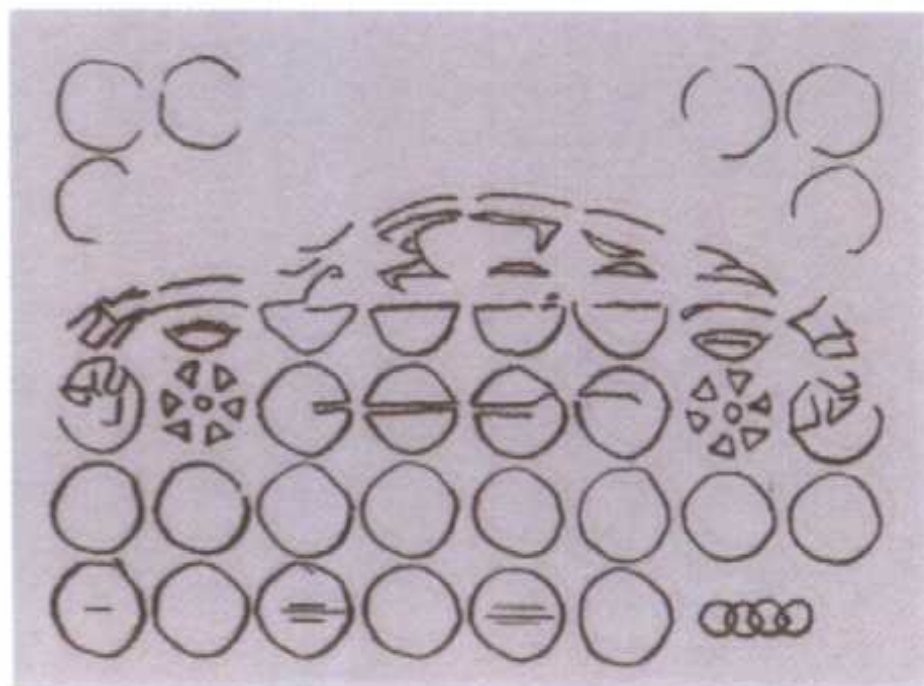
一个眼睛向外斜视男孩面部的特写，两只眼睛之间一行英文提示：请看宽屏幕彩色电视。用幽默的形象语言说明宽屏幕的特点。这是韩国设计家的作品，曾荣获戛纳国际广告节平面广告设计的银奖。





奥迪汽车

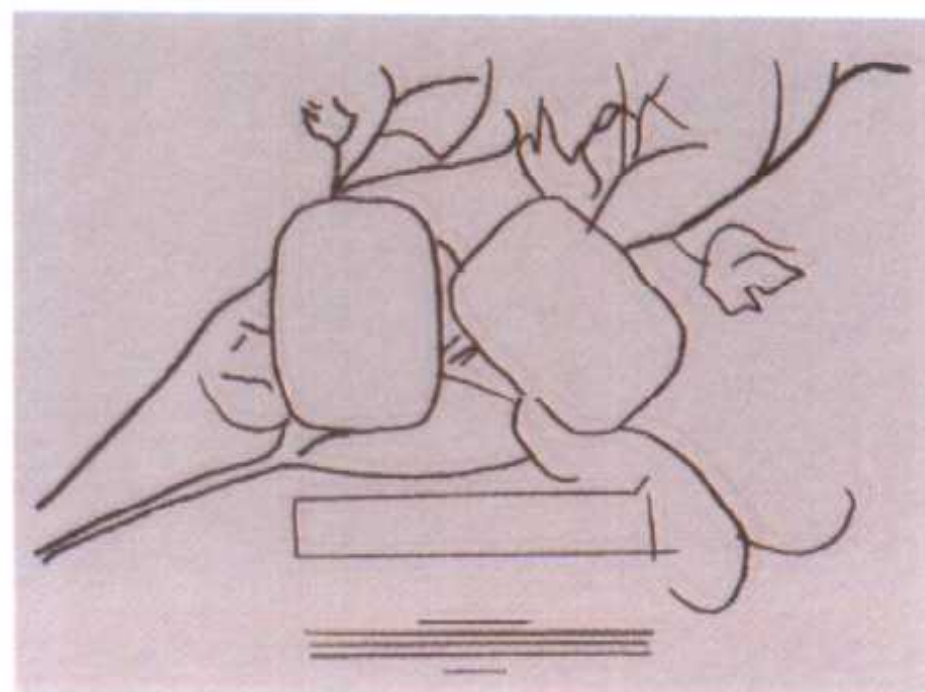
奥迪汽车的标志是四个套着的圆环，这一广告以圆形图案为底纹，透过镂空的圆可以看到奥迪车的新颖造型，轮子的圆形嵌在圆形图案中，也是一款独特的广告设计。

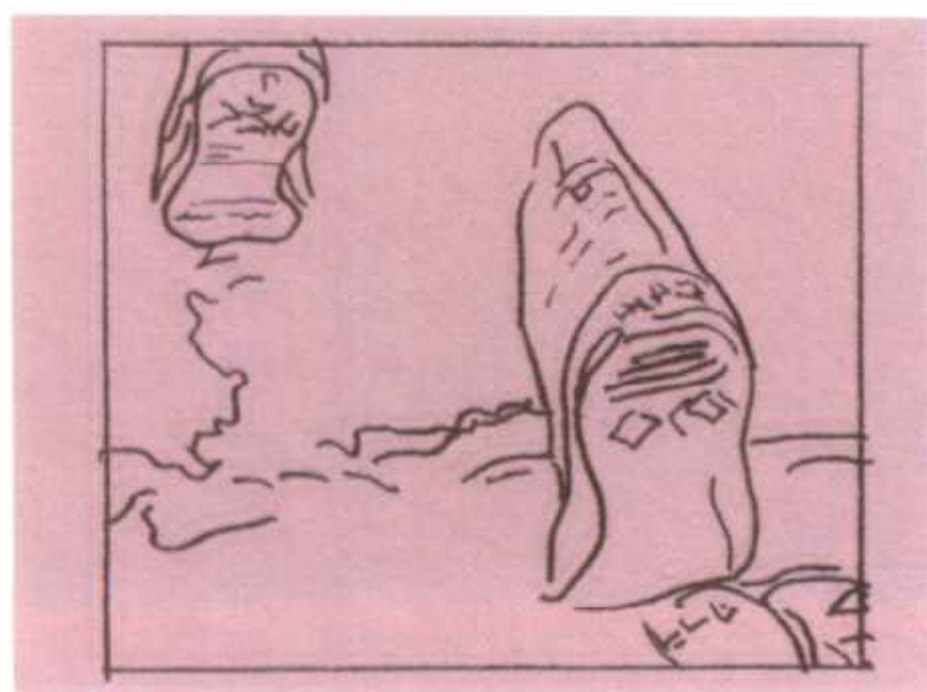




KOSE 化妆品

轻与重的感觉是常用的手法。以植物轻柔的枝藤衬托商品的贵重，是很成功的轻与重的对比。





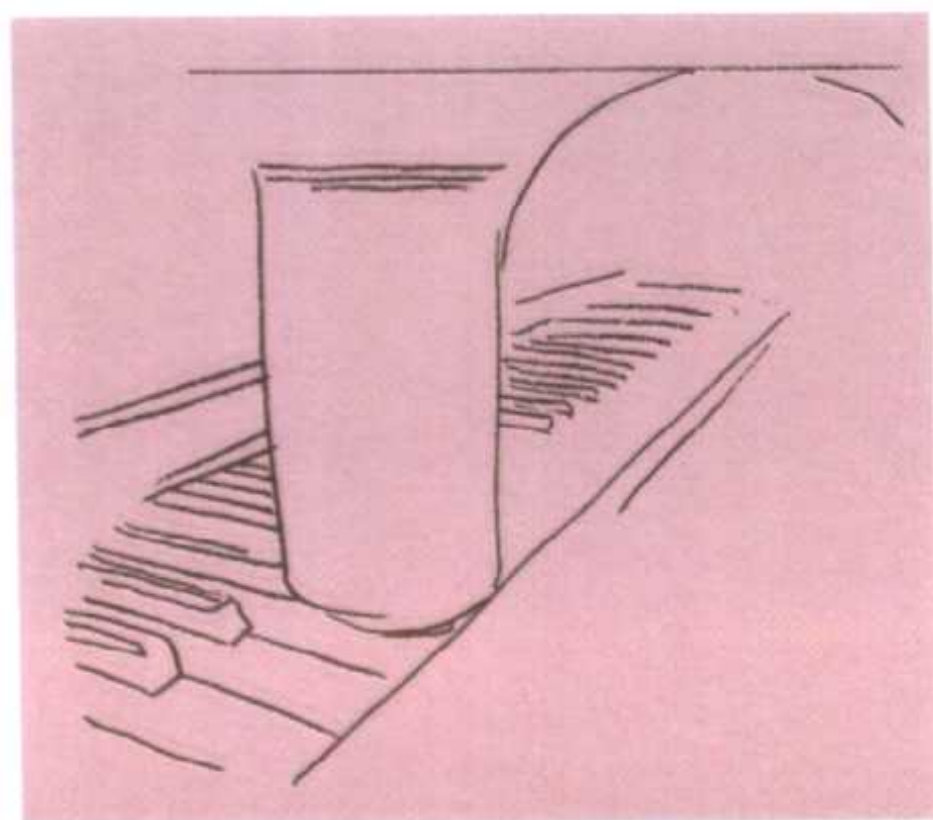
运动鞋

虚与实的手法是常用的，运动鞋在大地上奔跑，穿鞋的腿却消失了，虚得耐人寻味。这是全明星运动鞋的广告。



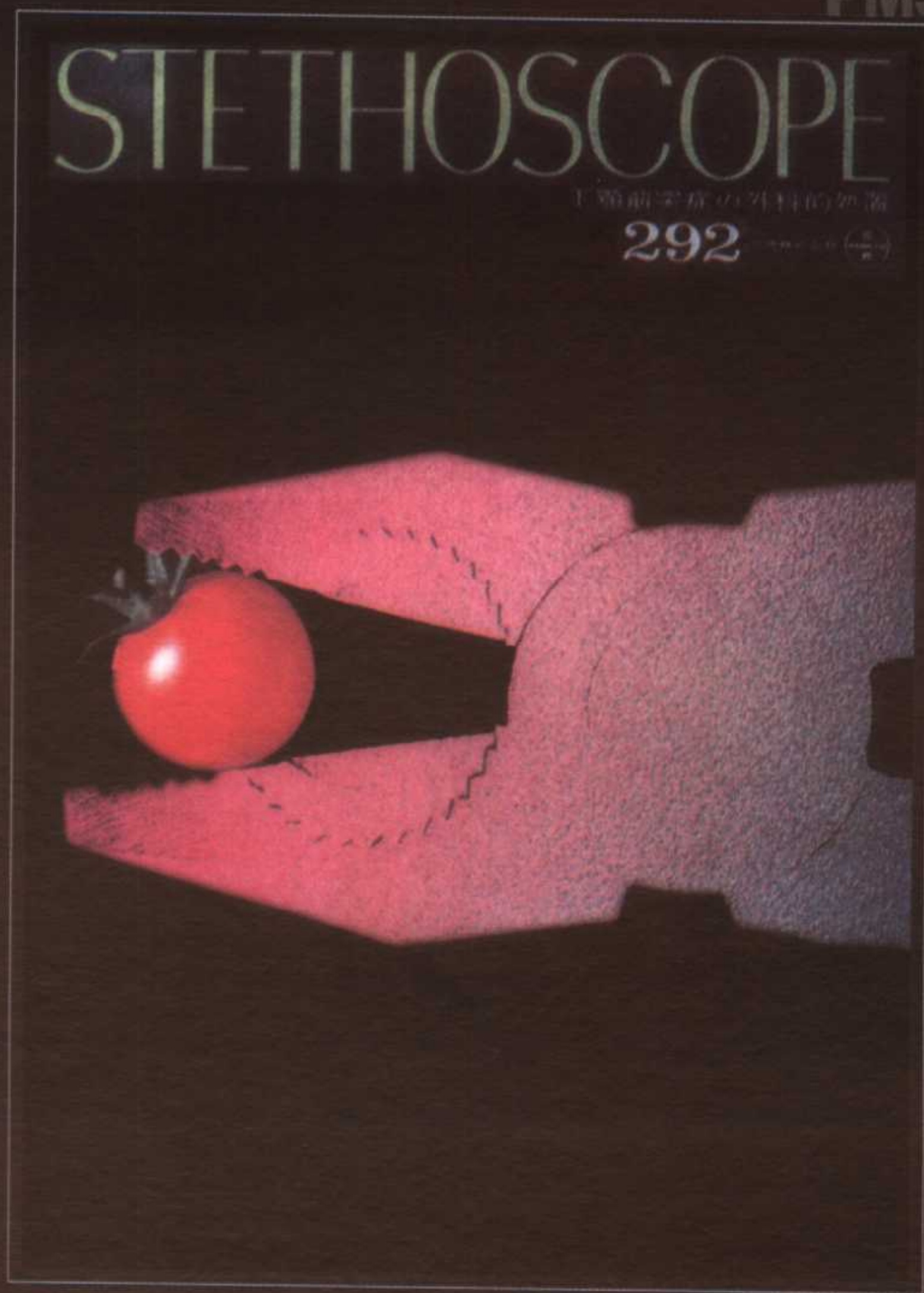
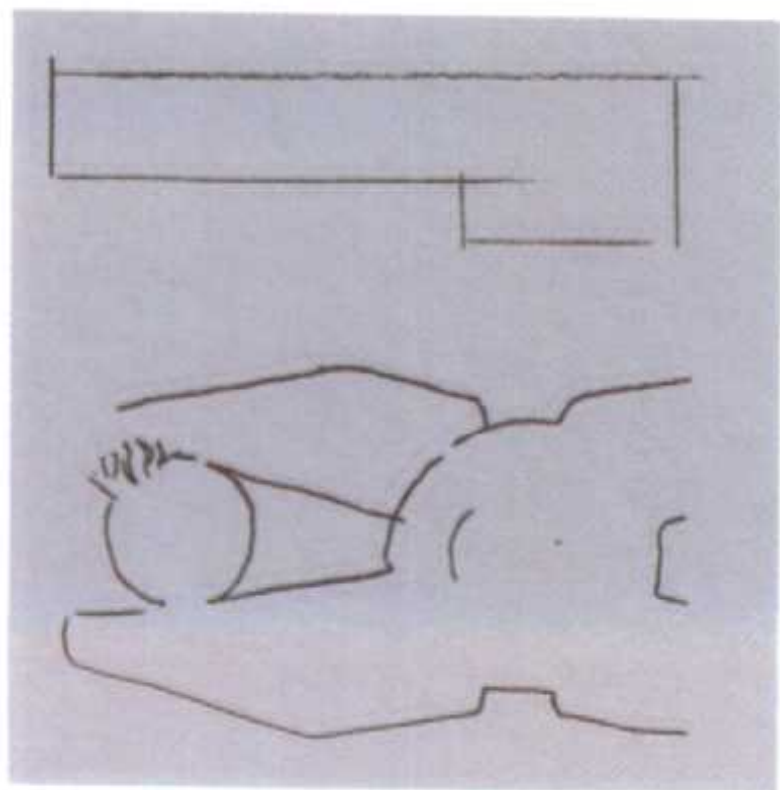
清凉的可乐

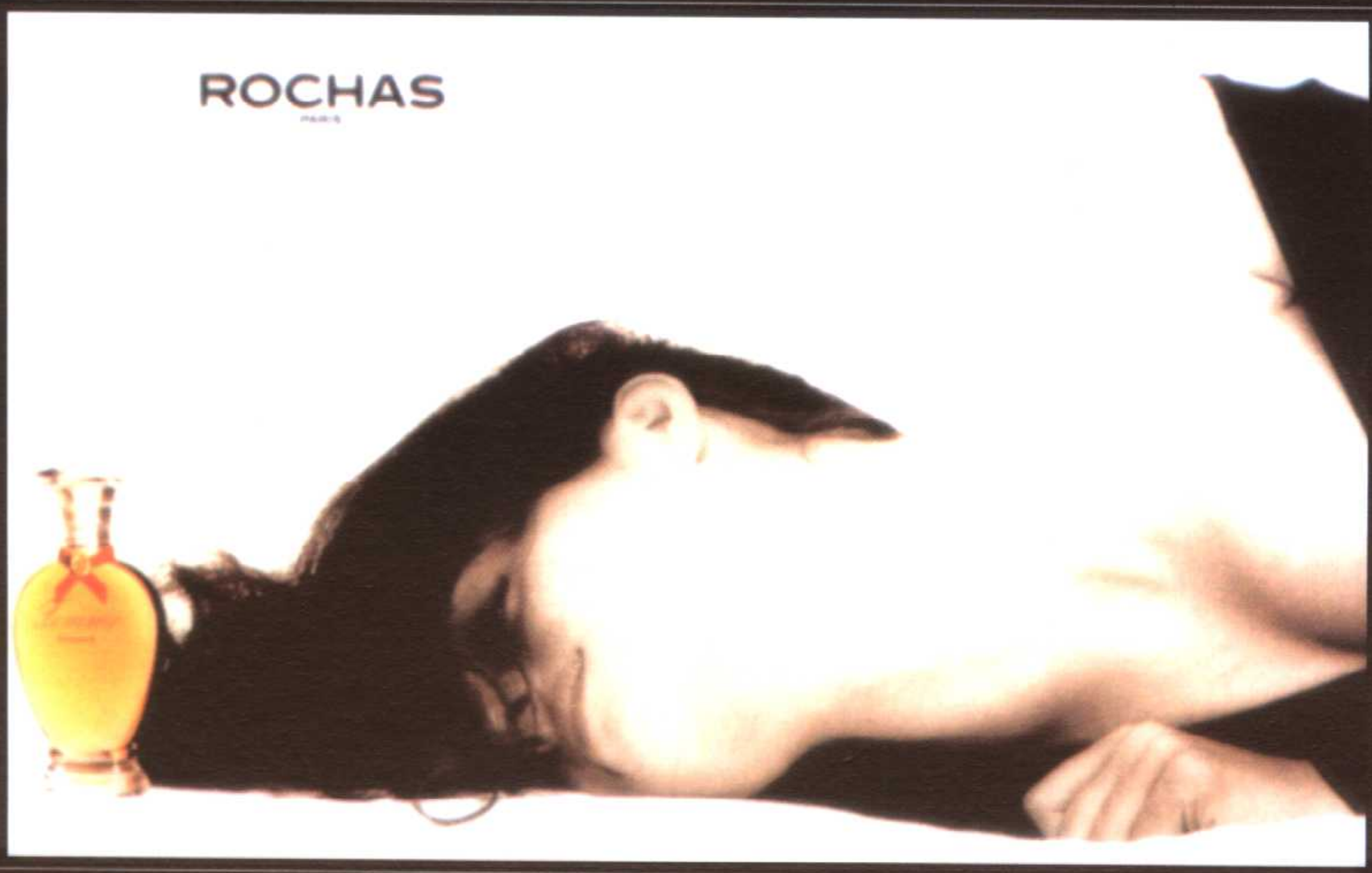
比喻的手法需要恰如其分，
饮用“可口可乐”就像在月光下
听着钢琴曲一样宁静、清新，画
面富有诗意和乐感。



校形手术

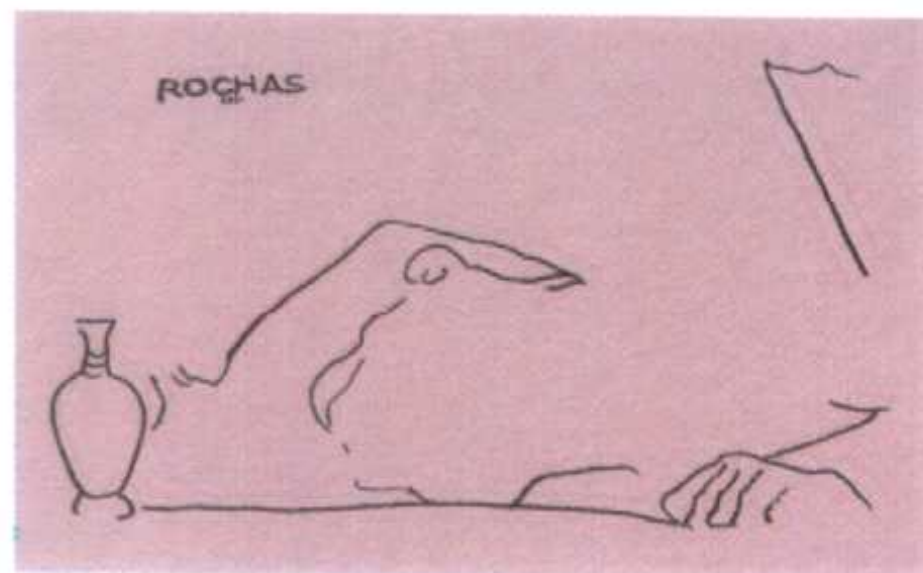
治疗下颌突出的医疗广告很难用具体形象说明，该广告用了一把钳子夹着果子，钳子的“下颌”突出，比喻下颌突出症的外科手术处置，夹着果子给人一种美好，无须忍受巨大疼痛之感，恰当地说明了广告的内容。

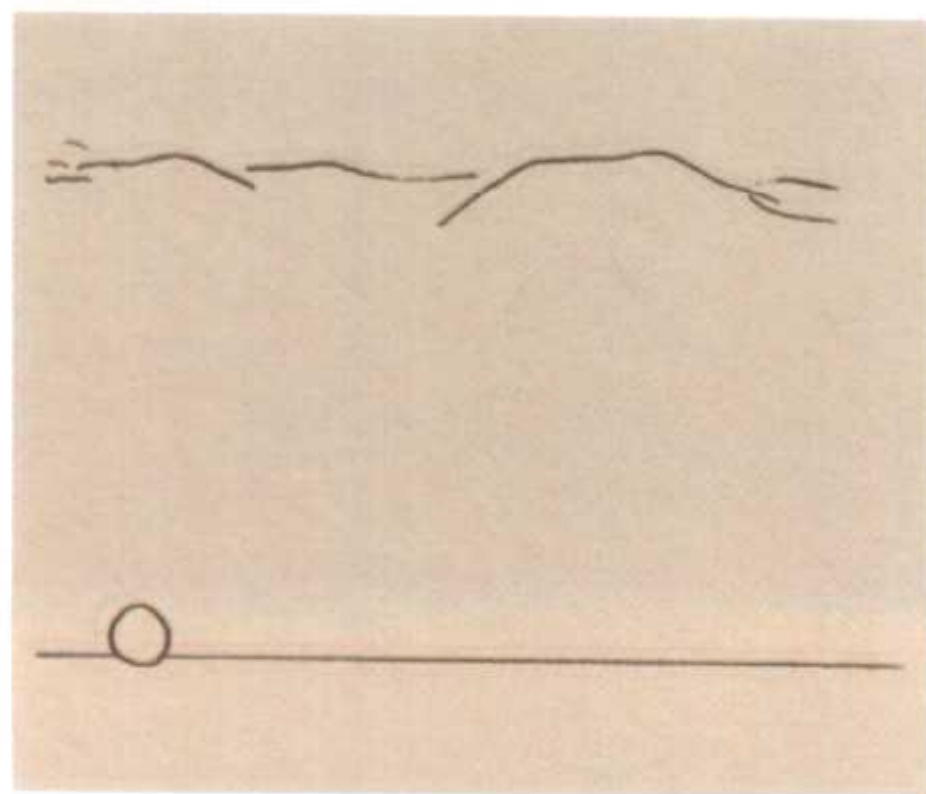




香水瓶

视线引导也颇具特色，目光引导人们注意香水瓶的方向似乎鼻子也闻到了香味，另外，作品构图方式也很特别。



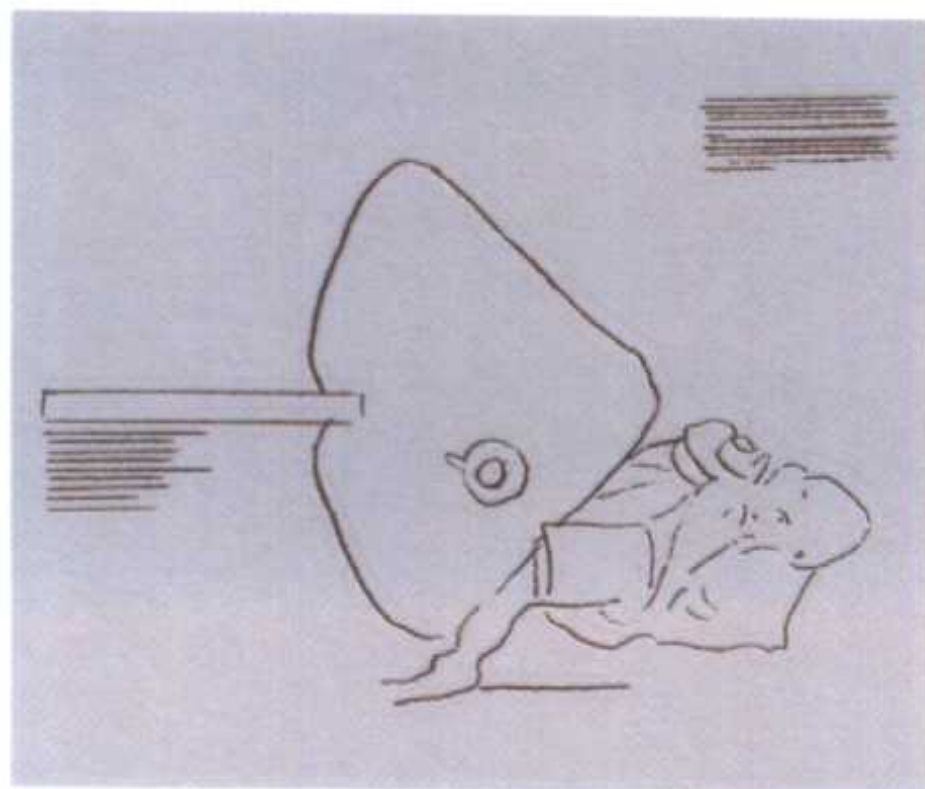


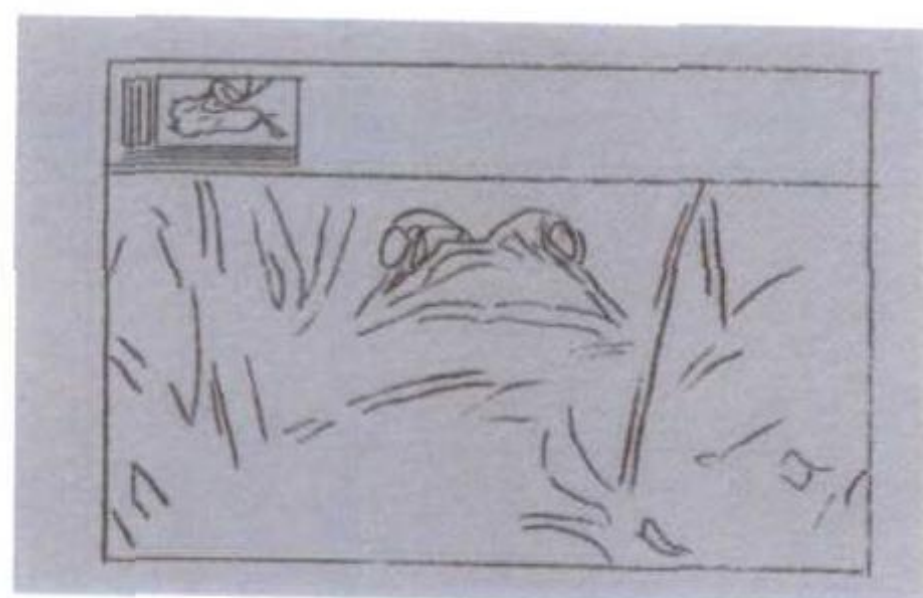
苏州旅游是“2002苏州印象海报展”获金奖的作品《苏之“苏”》。它取材于繁体“苏”字天然蕴含的鱼米元素，以鱼作山，米作水，用实物摄影技法将视觉效果表达得惟妙惟肖，将鱼米之乡与湖光山色融为一体，其浩如烟海的气派赋予作品以强烈的时代气息。



餐桌

在人们不常见的角度观察事物，即从特殊视点观察事物会使人产生新奇的美感。这是一幅餐桌的广告，四张桌子又可拼成完整的圆桌，是一款成功的家具设计。广告的手法也是新颖的。





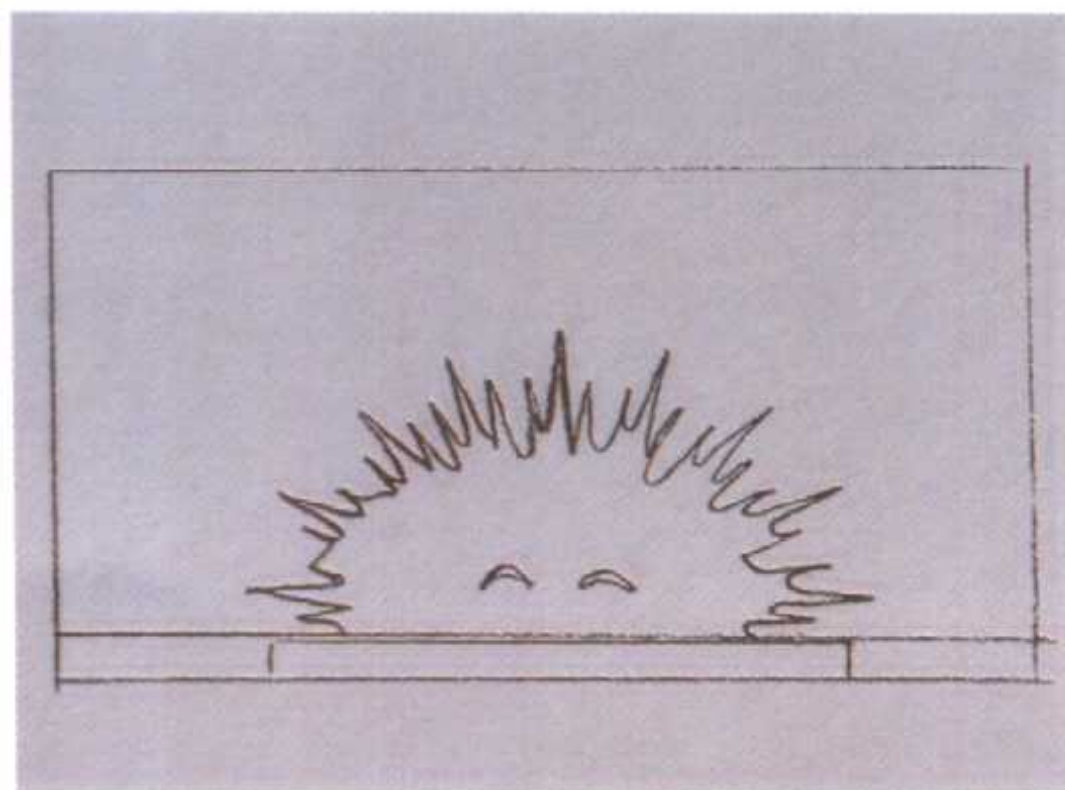
登山鞋

广告画面以一个绿草丛生的沼泽为背景,一只青蛙为主角,写着“到那里去”的文字。说明登山鞋的优良性能,可以踏过各种高山草地,舒适耐用。



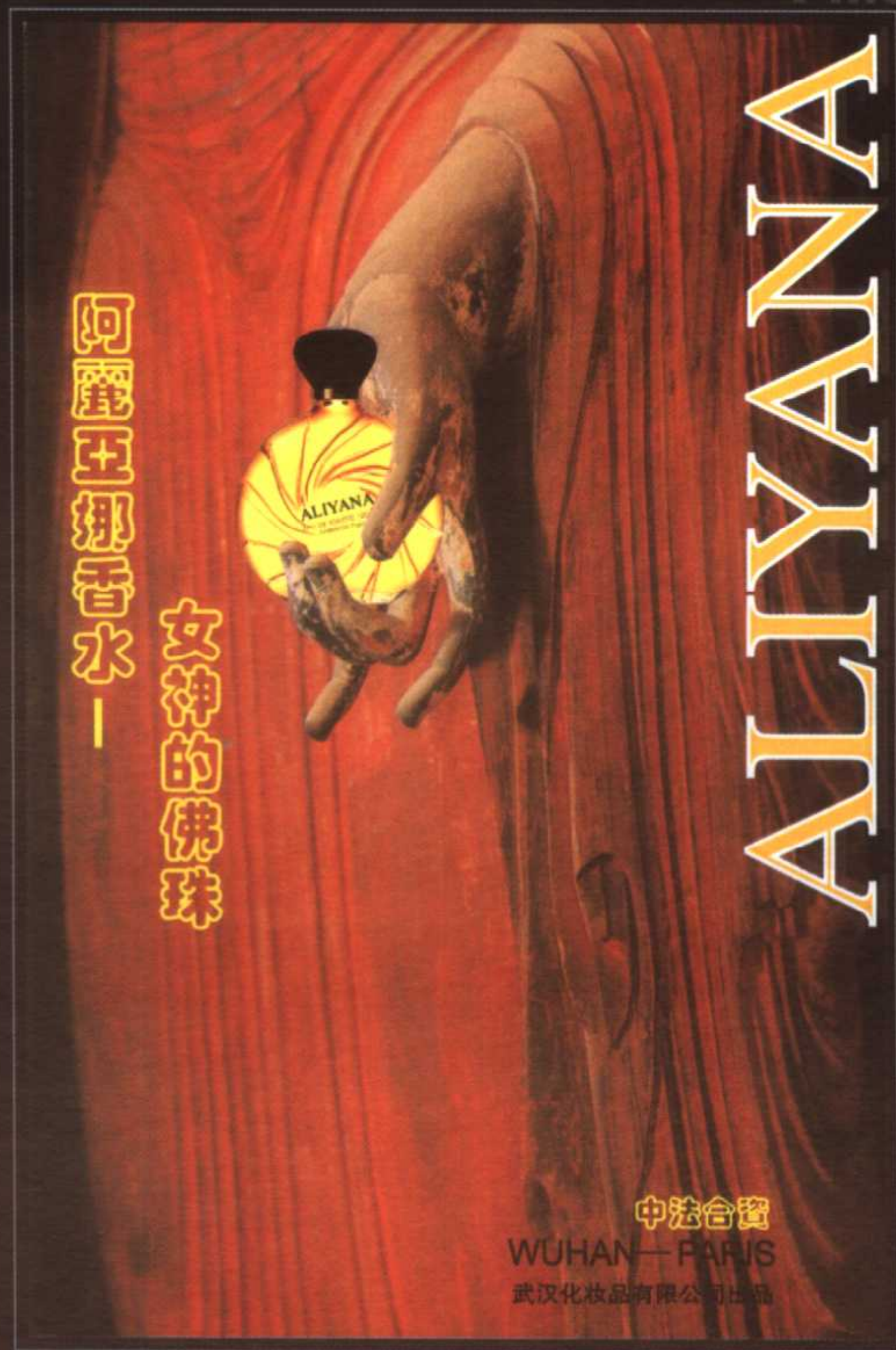
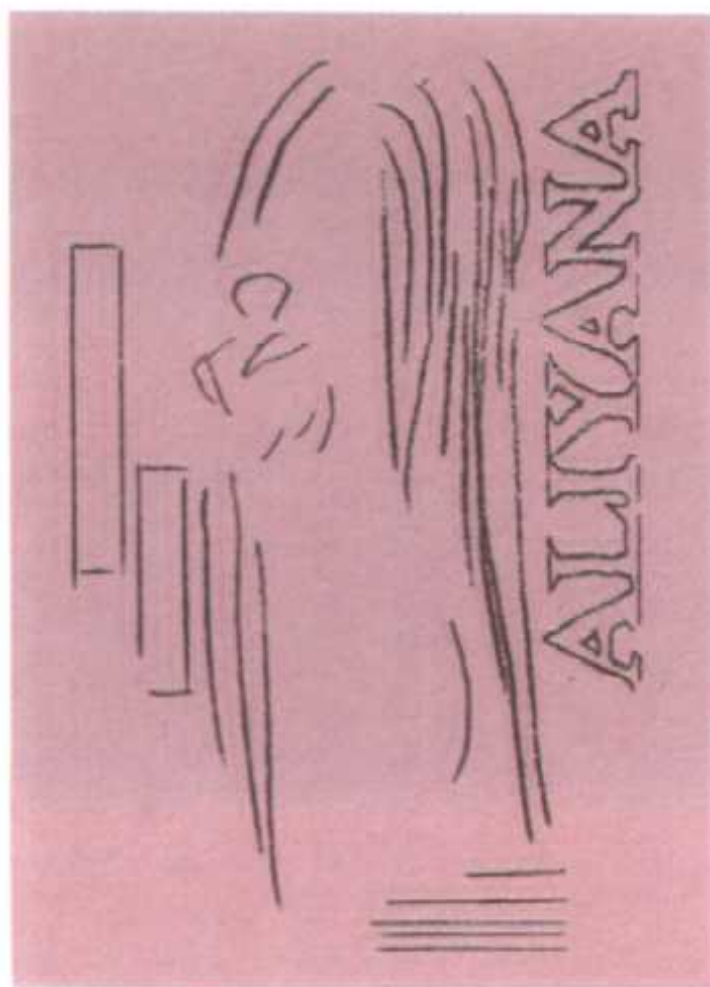
凡尔赛宫

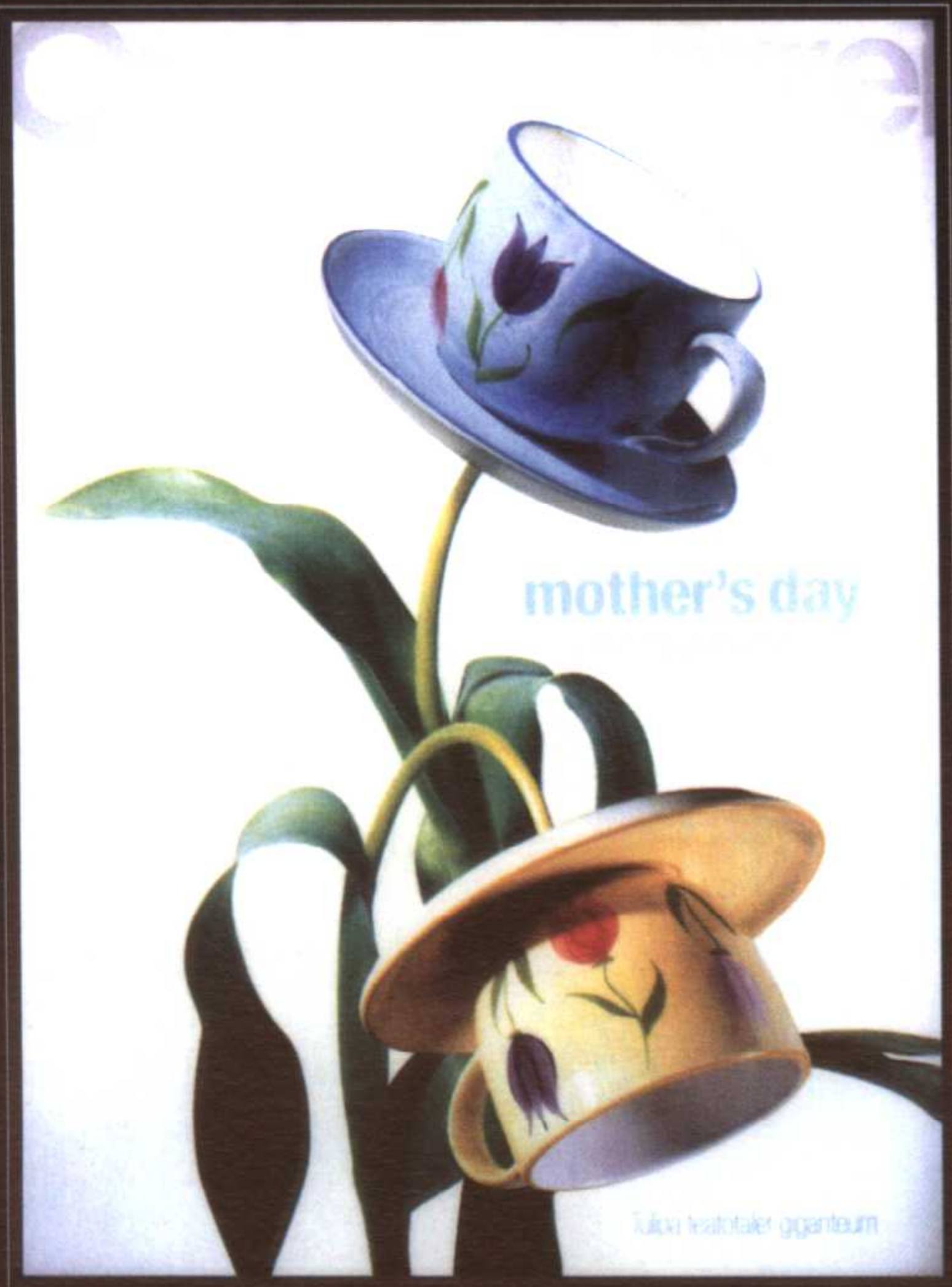
太阳的形象在凡尔赛宫到处可见，选择用半个阿波罗的脸庞形象显示出现代艺术的特征，代表了凡尔赛宫的视觉形象，用在如信封、信纸、手提袋、宣传材料、新闻报道、海报、导游册等上，宣传凡尔赛宫的视觉形象。



香水

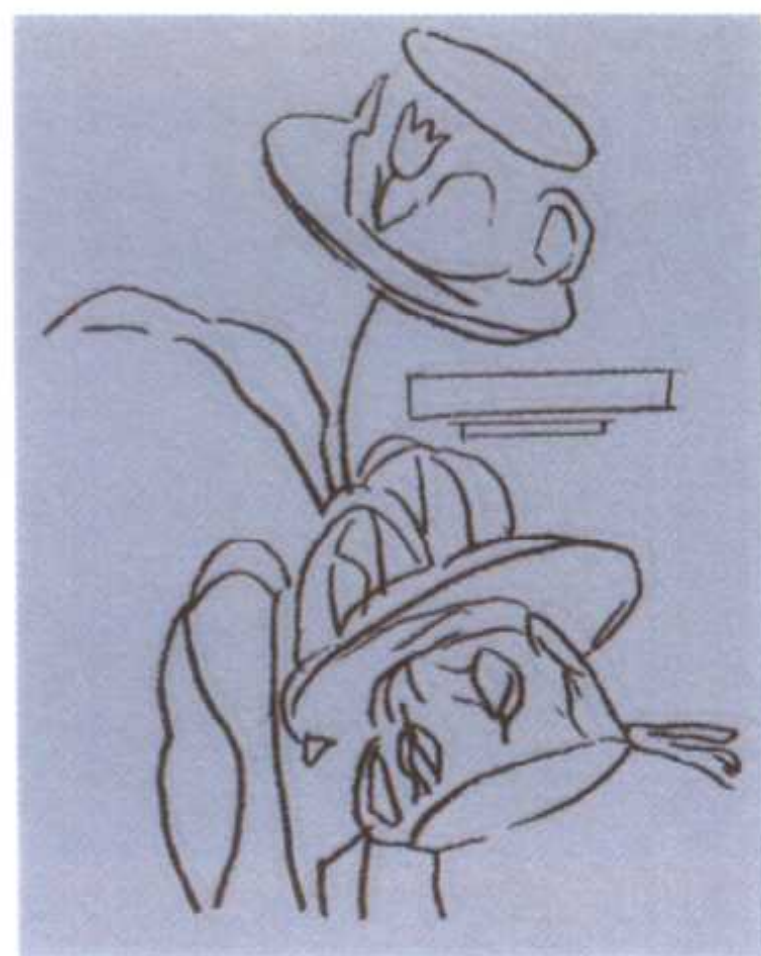
阿丽亚娜香水的广告拍摄以东方佛像的手和衣纹的特写与现代西方的时髦化妆品相结合，形成古与今、中与外的强烈形象撞击。手中的香水瓶正如广告语中所述女神的佛珠，将商品和背景形象合理地联系在一起。





茶杯

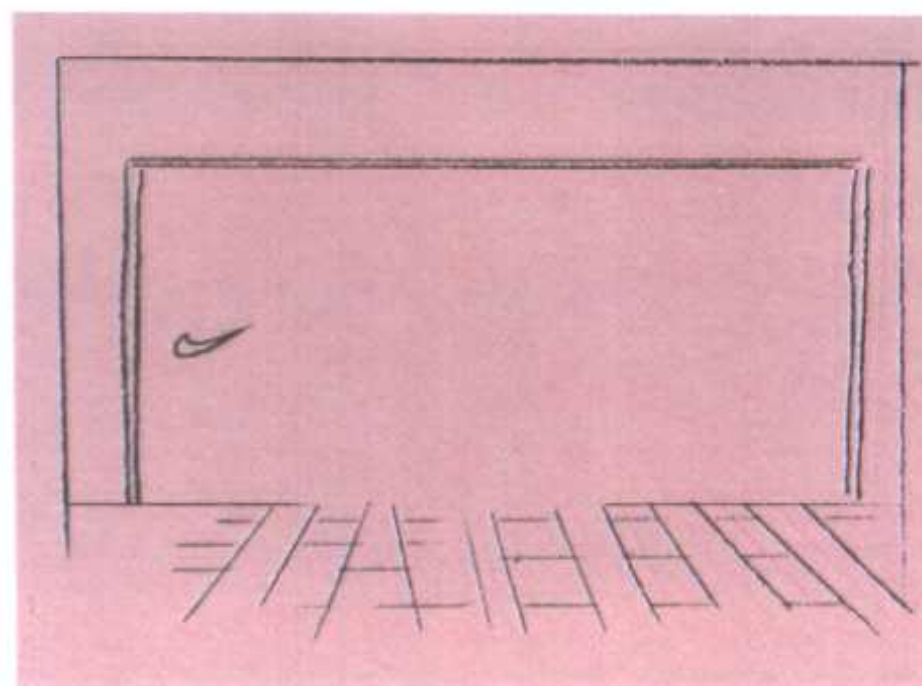
将茶杯设计成花朵，配以枝叶，为母亲节祝福，是宣扬陶瓷玻璃制品的好主意，并有牢固的包装，是上佳的馈赠礼品。

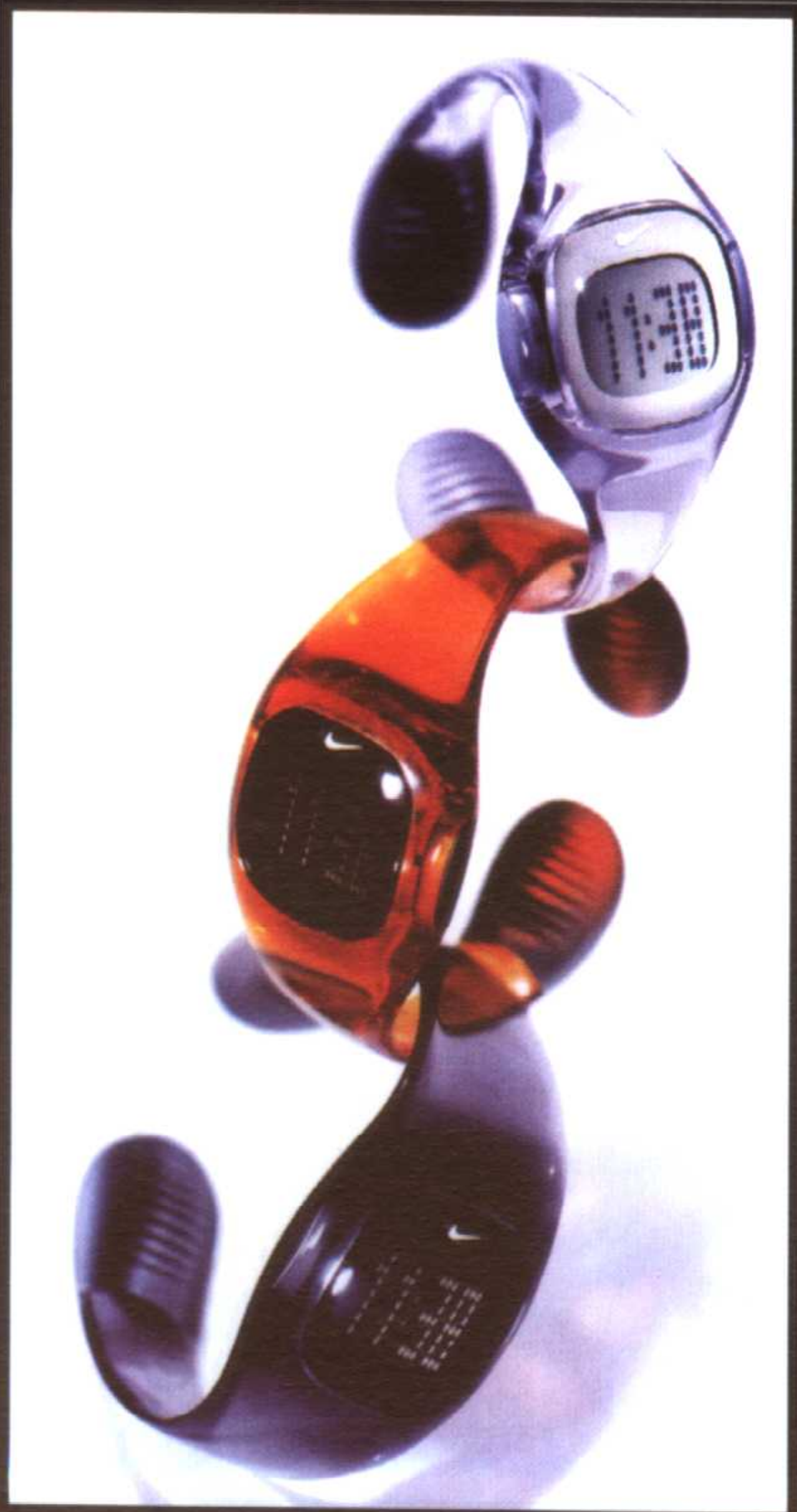




耐克品牌

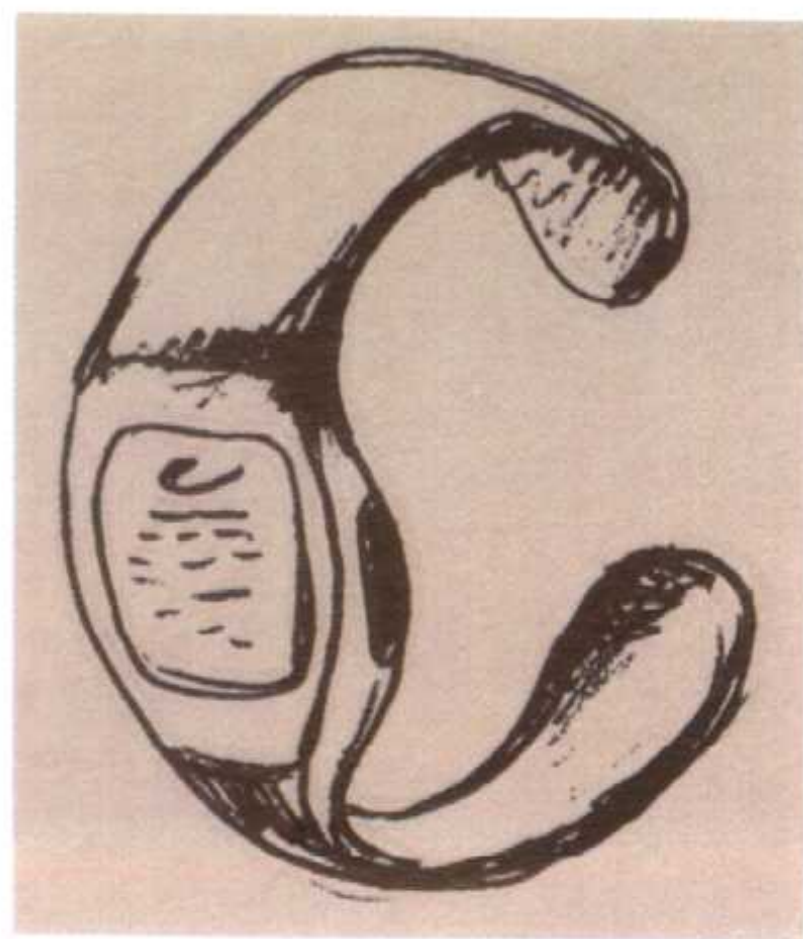
在砖墙上画上门来充当孩子们踢足球的球门，是许多成年人儿时愉快而兴奋的记忆。广告中这个小守门员牢牢将足球抱在手中，在同一视平线上耐克标志的出现，道出了广告的用心。





手表

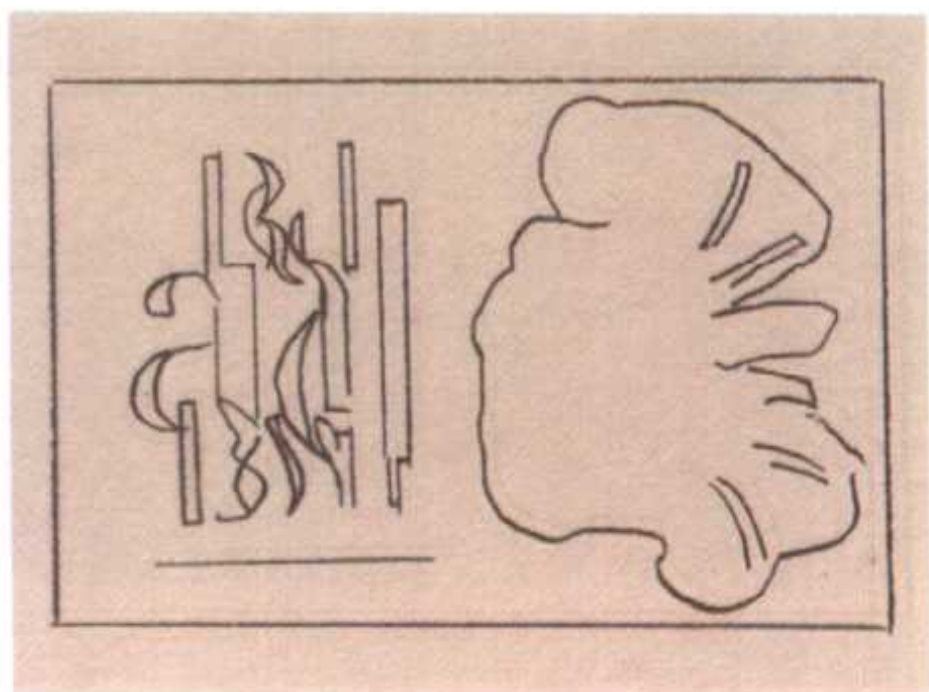
新型手表，做工精密，方便佩带，一目了然，准确传达了这些重要的信息，是广告成功之所在。成功的商业摄影能够充分表达商品信息，增加感染力，也是一件艺术摄影作品。

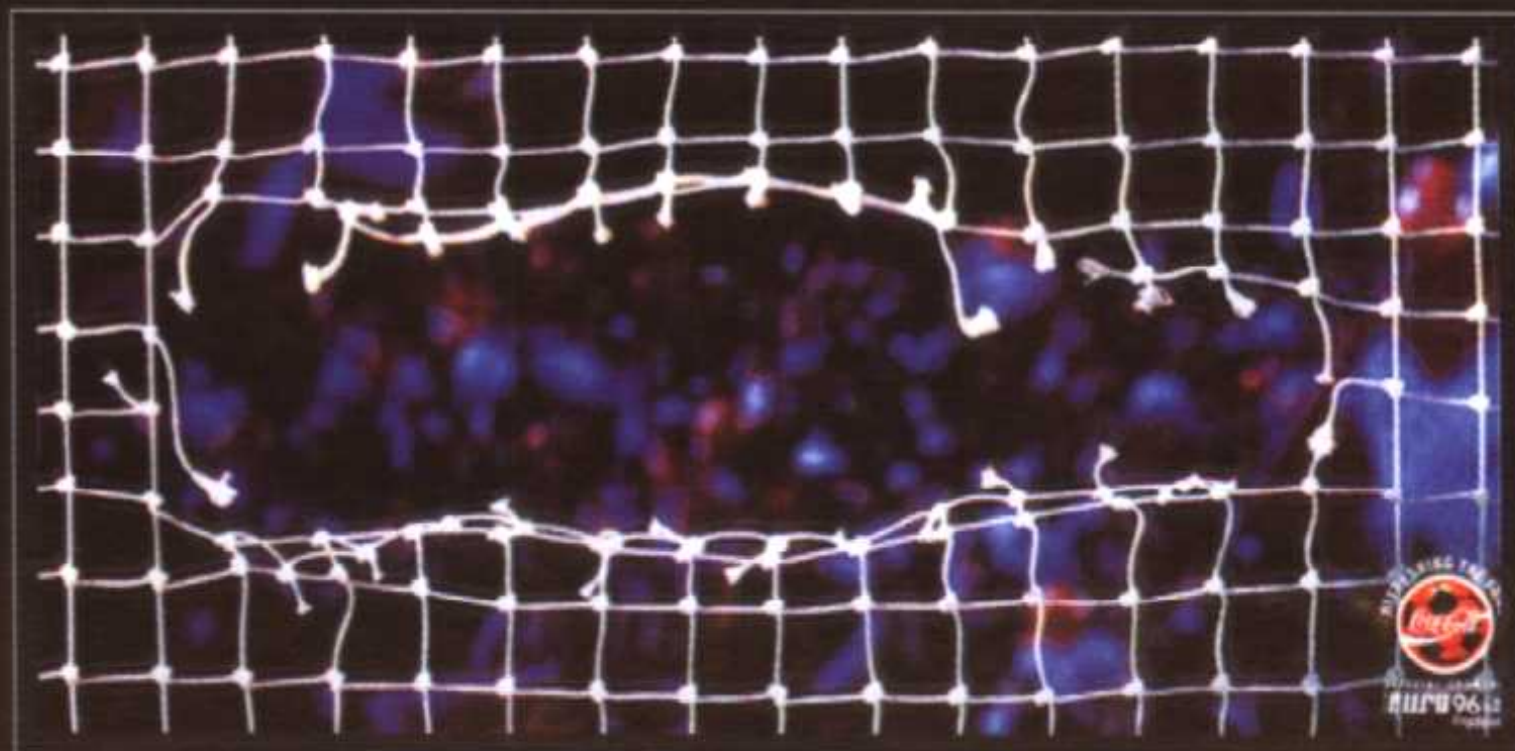




口红

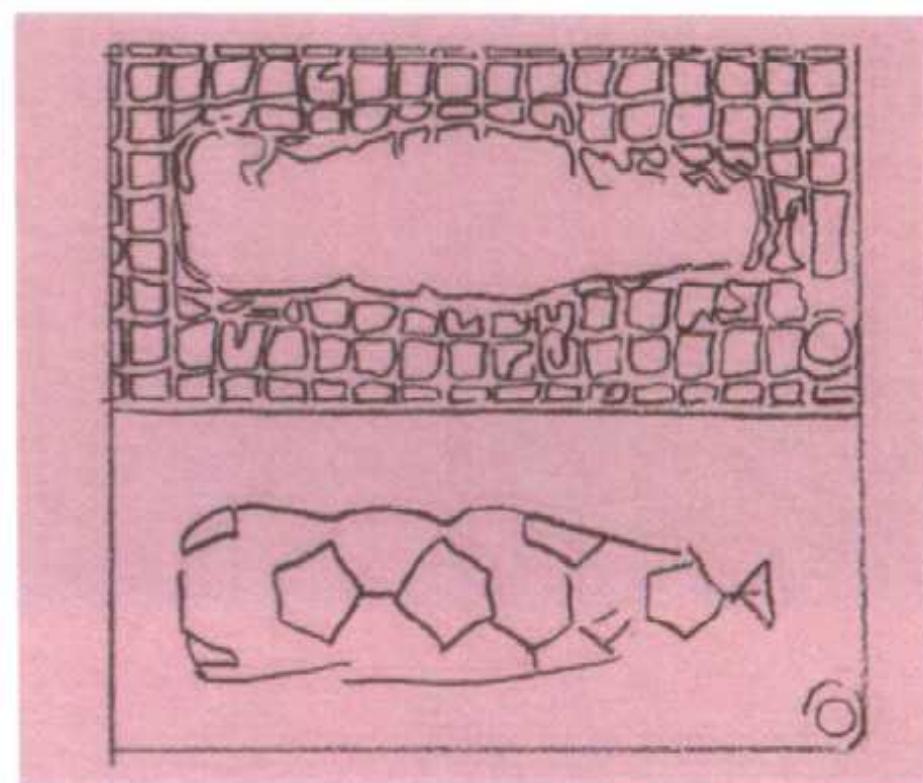
化妆品口红广告设计独到之处就是：将各色的口红摆放在一起，用红色把它们联系起来形成一个整体，旁边的文字用口红的颜色大小不一穿插排列形成美丽的图案，视觉效果显著。



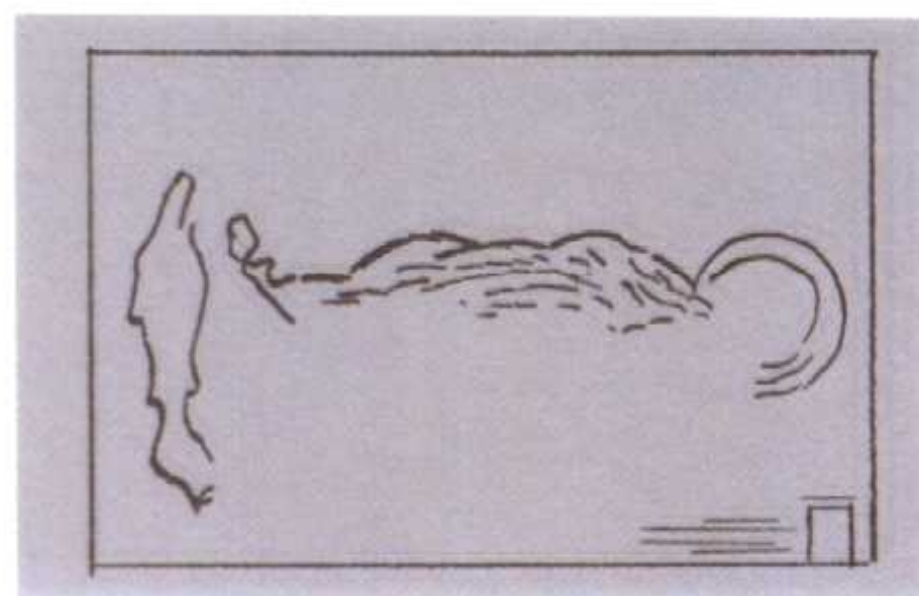


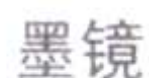
体育赞助商

将足球设计成饮料瓶型，球网破的形状也是可口可乐的瓶型，是体育赞助商的广告。可口可乐做广告实在是挖空心思，为体育事业出了不少力，同时也使人们觉得可口可乐无处不在，为厂商带来丰厚的利润。

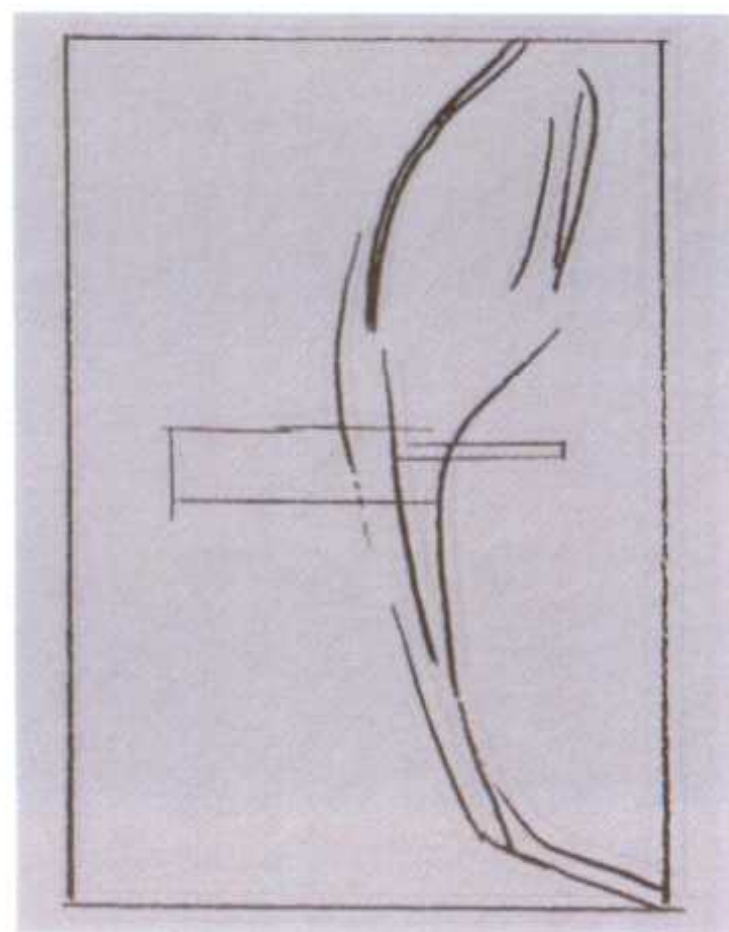


猫儿最喜欢吃鱼，什么东西
儿置新鲜的鱼儿于不顾，原
它喜欢吃的 WHISKAS 猫食，
专心地品尝着它最喜好的美
肴。



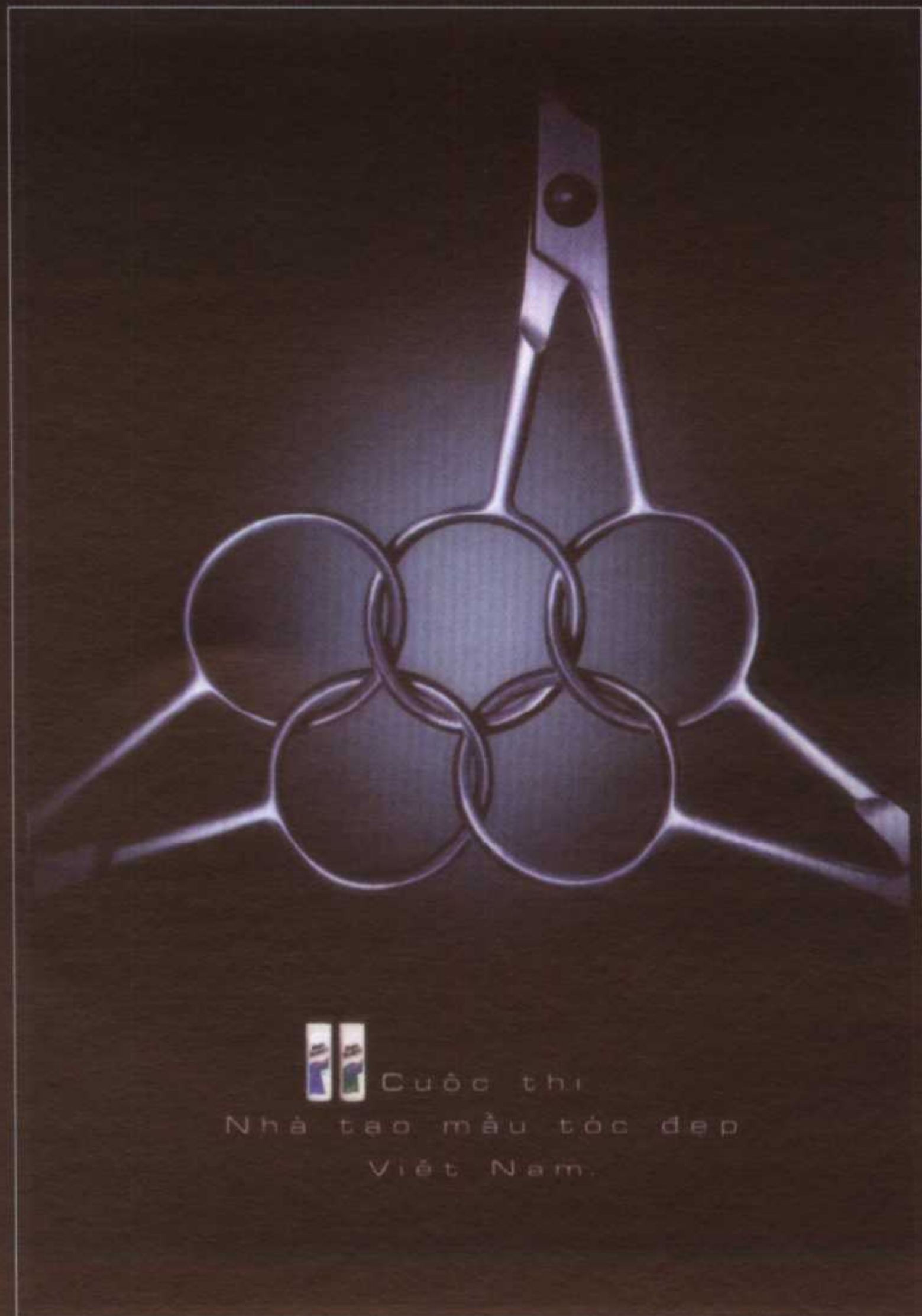
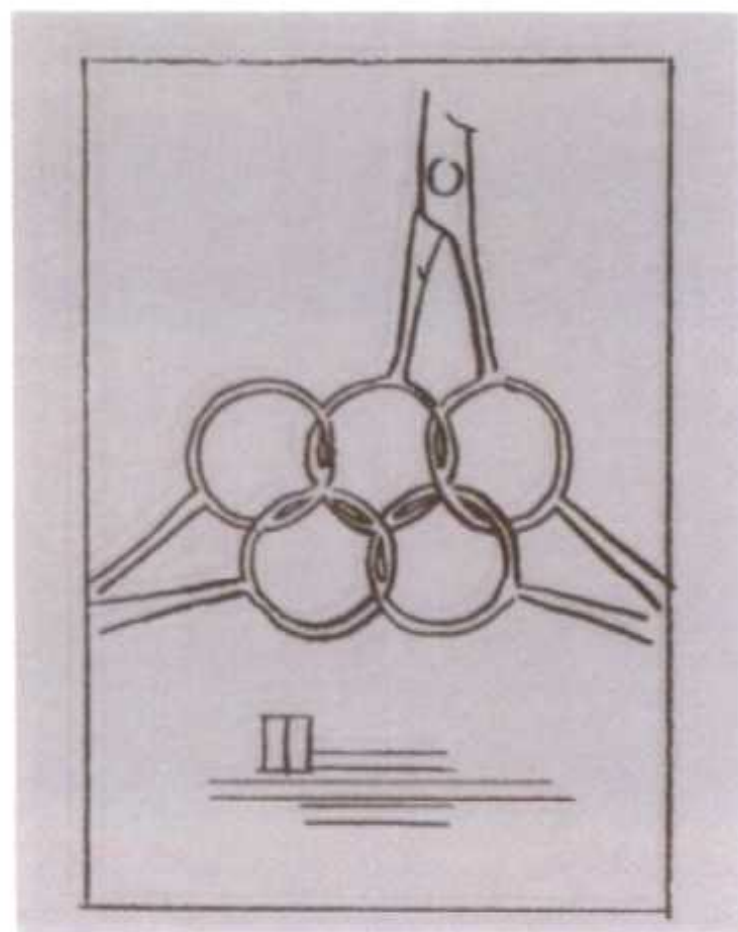


大的效果一片深蓝，宣传的墨镜偏偏又是一半，向上伸出竟然像一个上扬的蛇头，新奇的形象、新奇的表现使人产生好奇的心理，让人想弄个明白，哦！是一款墨镜，MASK 品牌。



五环剪刀

这幅广告打破传统洗发水利用美女秀发作为广告的创意，画面中的三把剪刀朝着不同方向摆放起来，而且剪刀的把手环环相扣形成奥运五环标志，形象思维的结果也很新鲜独特，居然是海飞丝洗发水的广告，同时也传达出商家是奥运会的赞助商之一的信息。



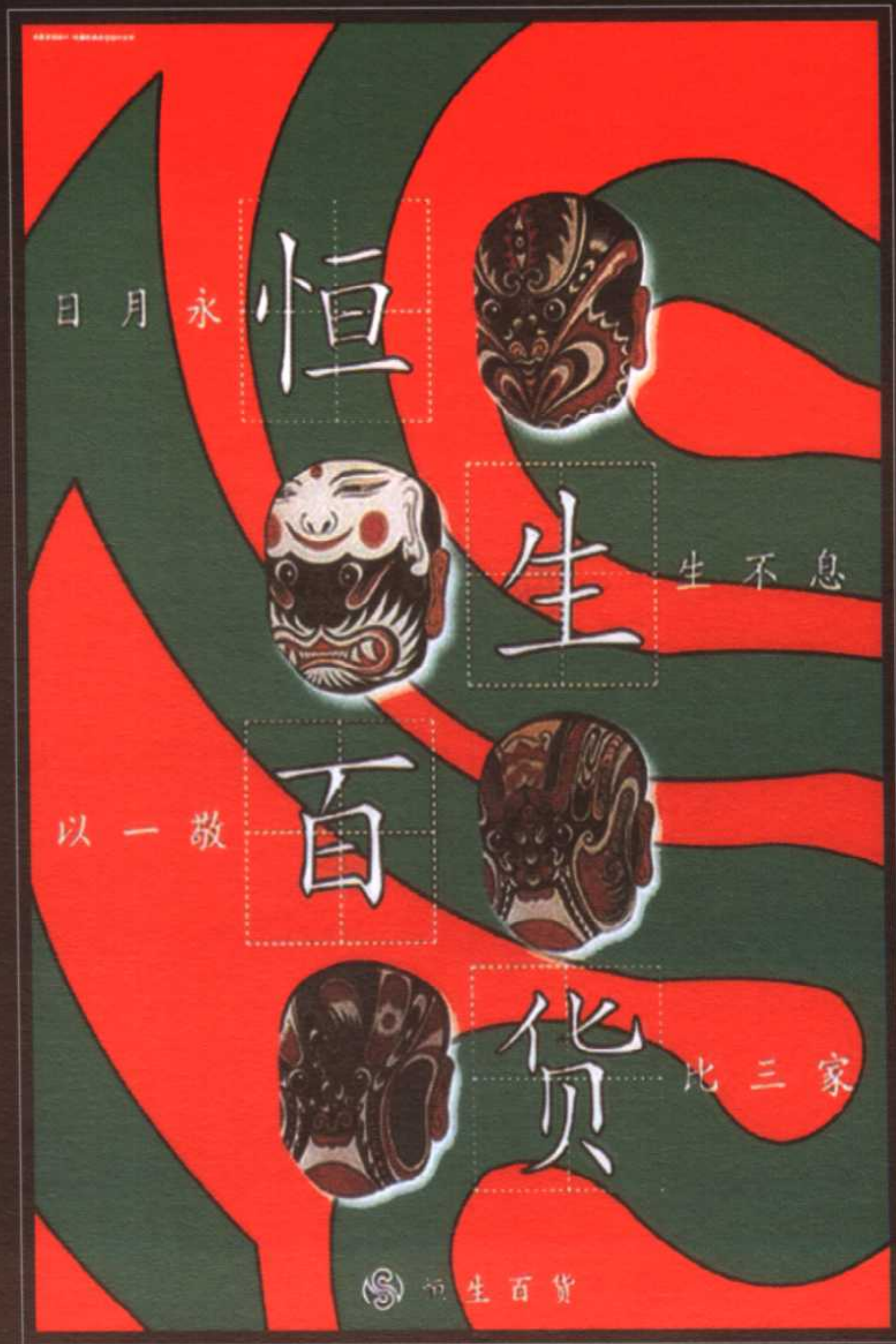
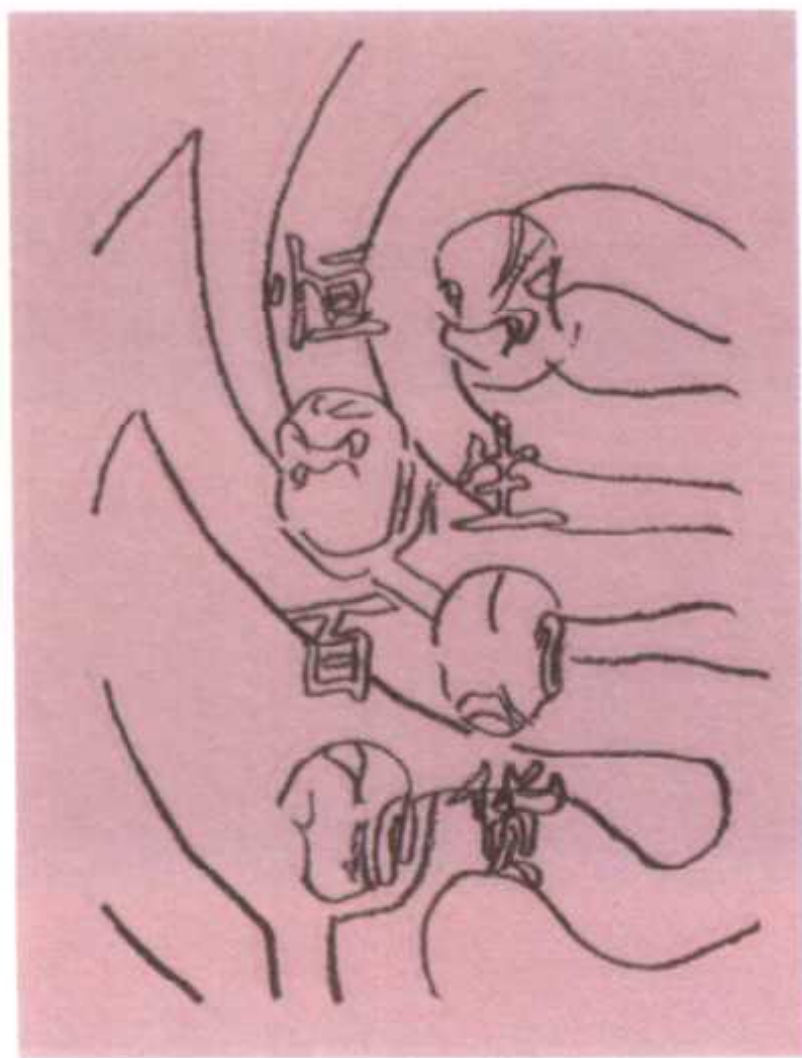


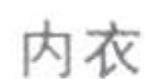
服装摄影也是一门绝活，选择好的服装和模特儿，摆好新奇而美丽的姿态，处理好灯光和照明，无数次按下快门，看看运气如何，可能有一张成功的就行了。这张广告从以上几个方面都算是不错的，右上角出现了标志形象和品牌名称。



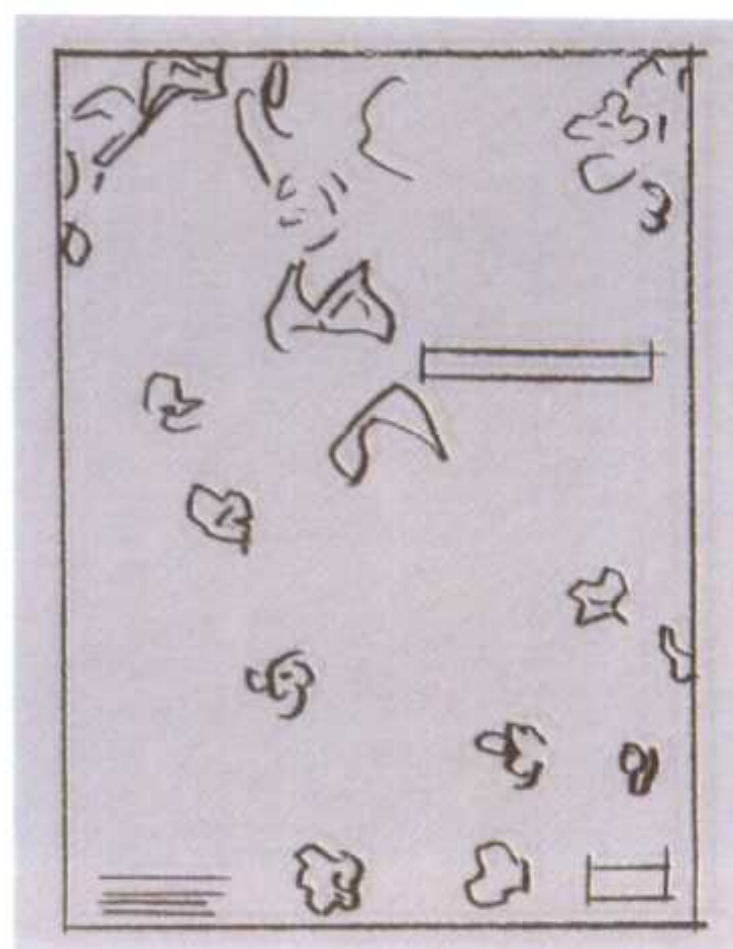
恒生百货

恒生百货是中国老字号品牌，用了四个传统京剧的脸谱，以品牌的名称衍生出四句经营理念“日月永恒、生生不息、以一敬百、货比三家”。以此宣传其经营之道，取得顾客的信任，由此获得更好的业绩。





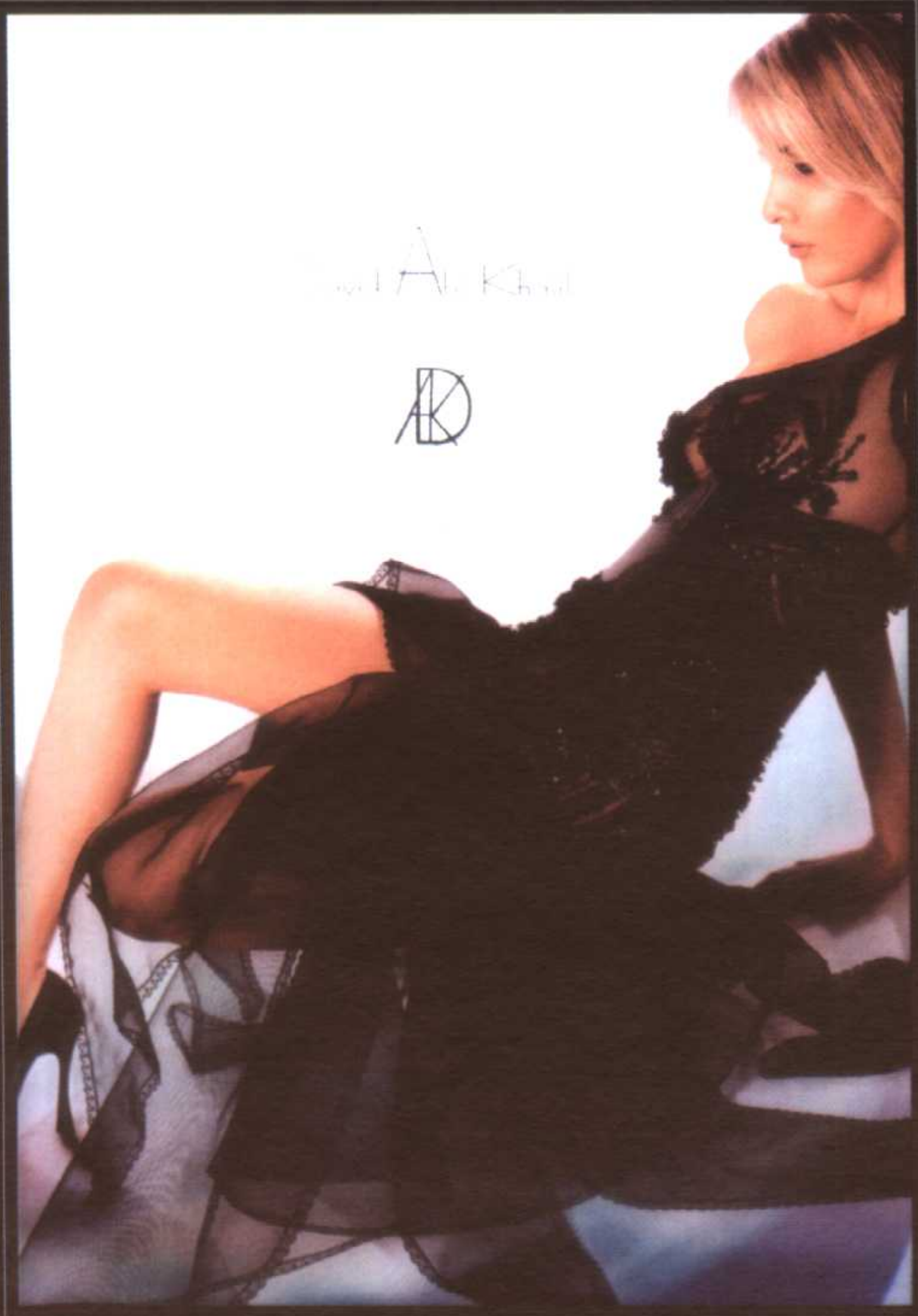
巴厘岛美丽的模特儿躺在花丛中，摄影镜头采用俯视形成特别的效果。利用“让巴厘岛拥抱你”的广告词展现出这个具有独特风情的太平洋海岛旅游胜地的魅力，拥有美丽的海水浴场，就少不了沙滩美女的身影，所以这是推介内衣广告的最佳场所。





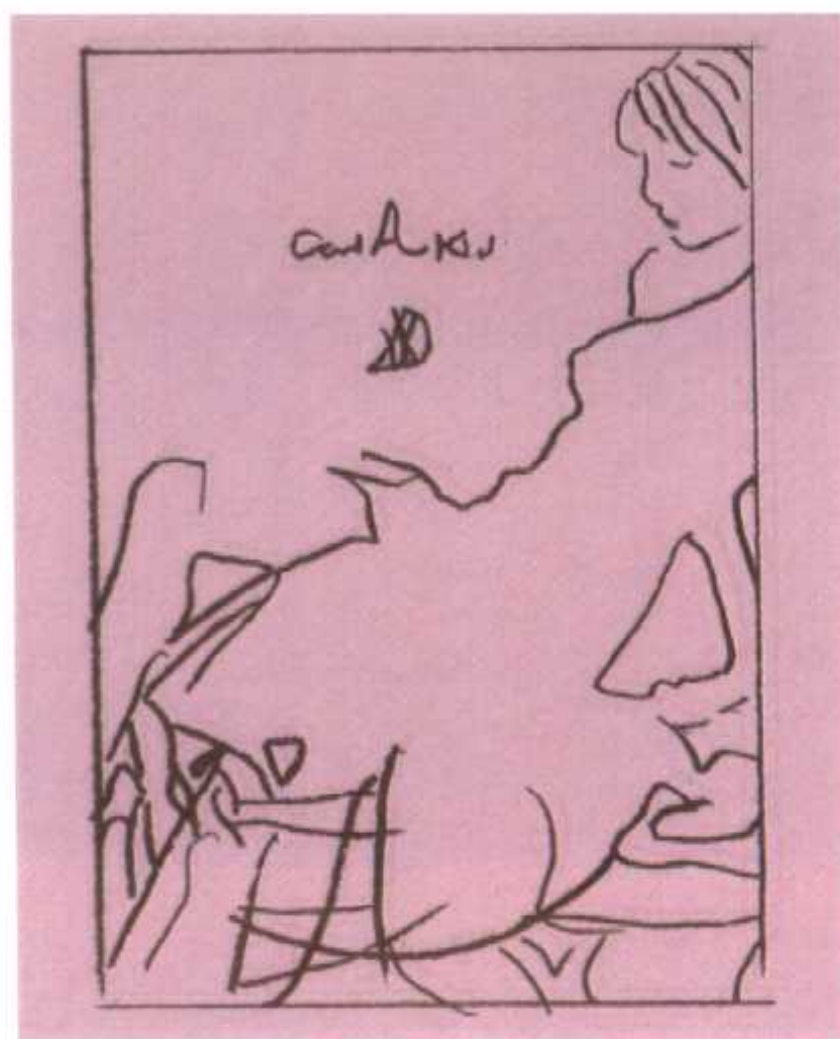


康师傅品牌的食品在中国几乎是家喻户晓，各种不同品种的食面遍布各个摊点。一只雄鸡披着一袋香菇炖鸡面的外衣神气地漫步，颇有些滑稽趣味。



服装

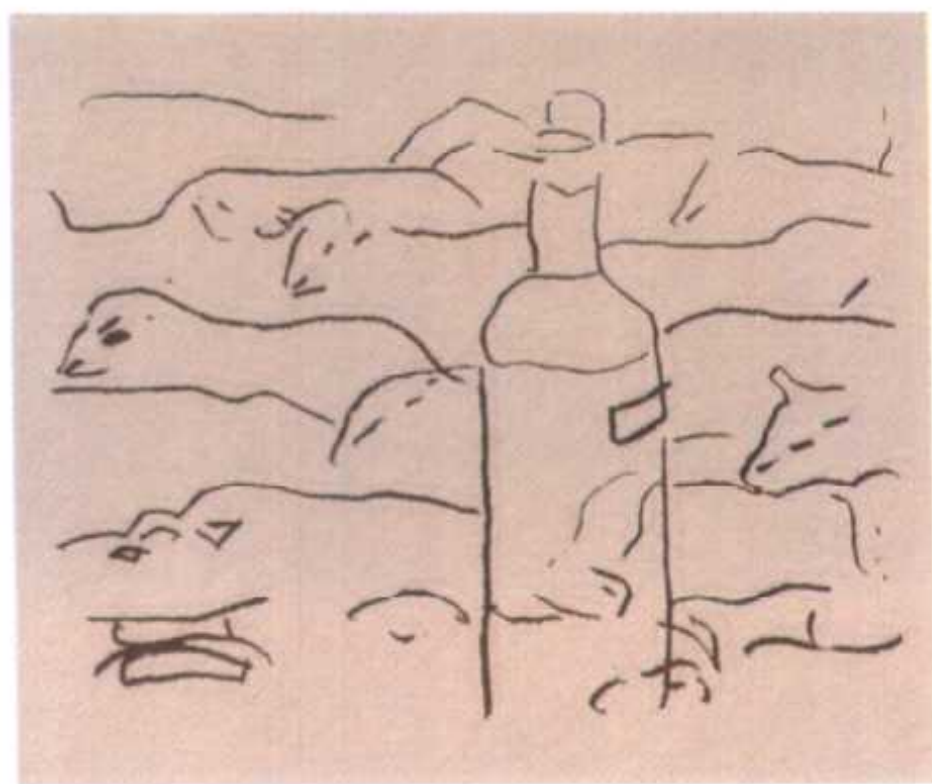
DAK 的服装品牌在欧洲是比较知名的，广告的拍摄也是成功的，模特儿坐着的姿态舒展，服装轻柔，色彩端庄，款式华贵，构图独到，宣传效果显著。





烈性酒

在羊群中出现披着羊皮的狼，是古老的童话故事。在一堆羊中幻想出一只不怀好意的狼，或许也只有在品尝过这种酒以后才会出现。这种特异的幻想既表现酒的品牌又说明酒的浓烈。

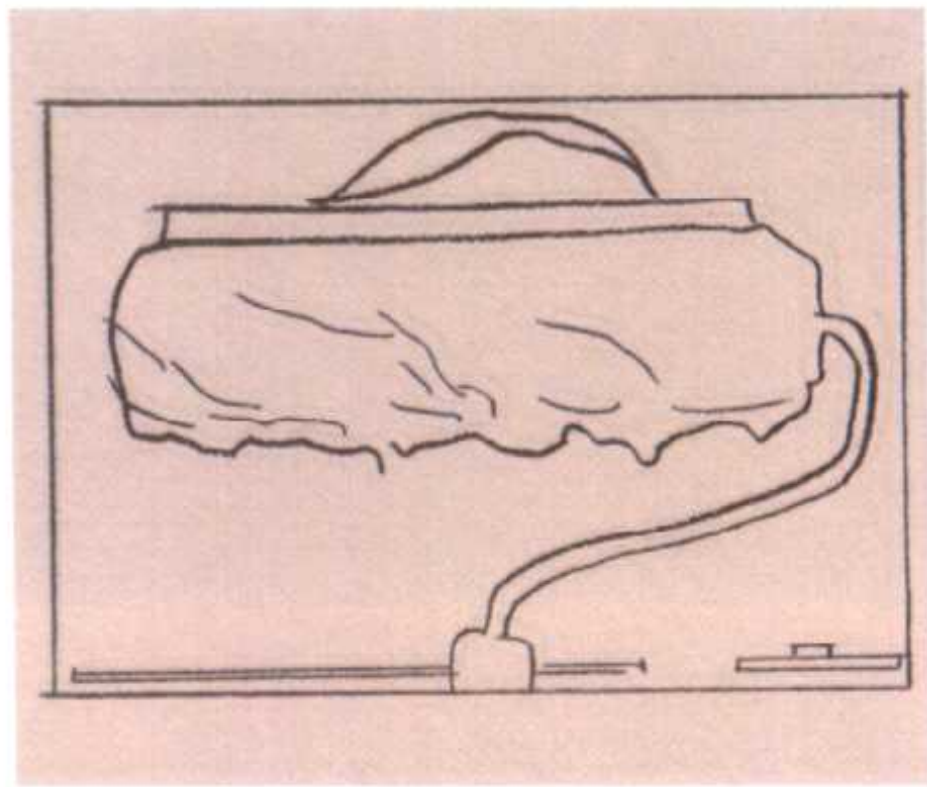




Top
havaianas 11 new colors

油漆

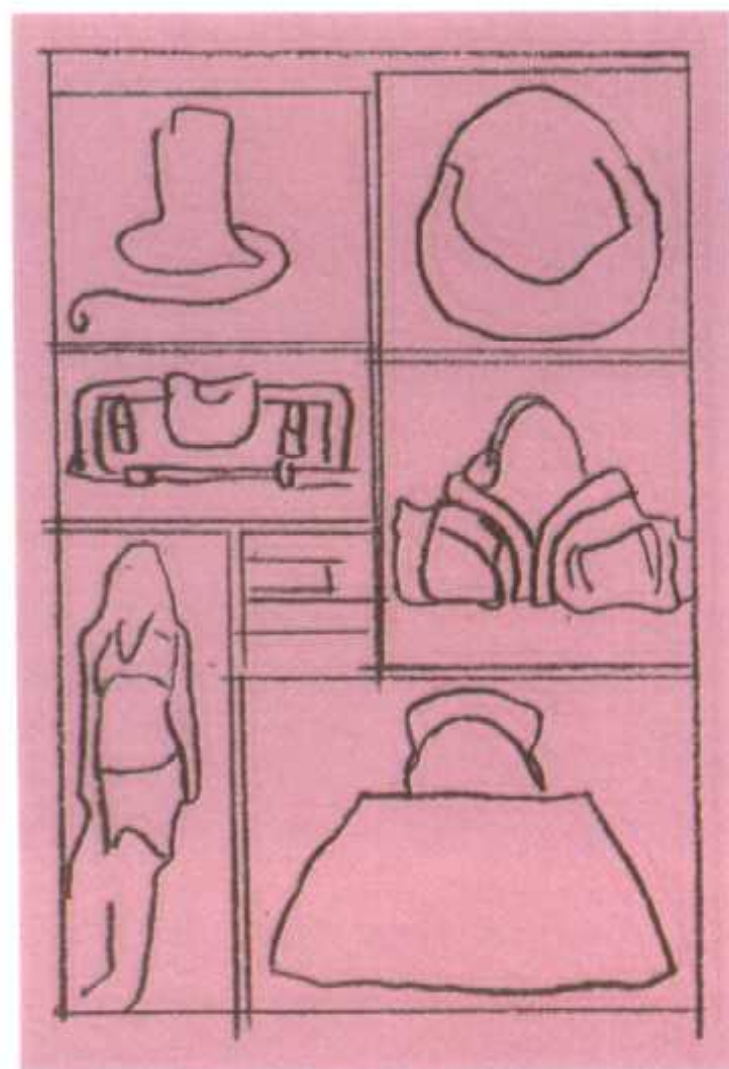
这是一则油漆广告。滚筒上色彩分明地涂抹着各色鲜艳的油漆，如果人们觉得用这样的滚筒粉刷墙面似乎看起来不合理，那只是因为有人在这里开了一个玩笑，表现Havaianas品牌推出的新型油漆漆旧如新。





提包

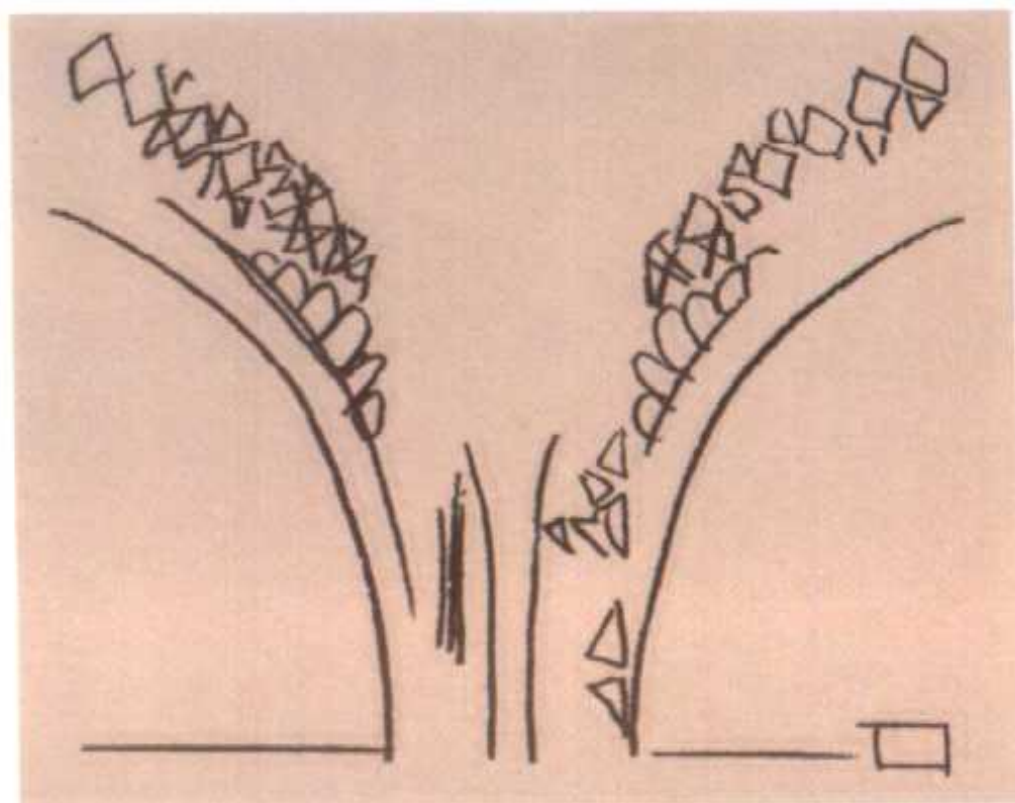
各种时髦的提包是女士们必备的服饰，而且根据不同服装的穿着而改变，需求量是可观的，最重要的是时尚和搭配，这里列举了许多款式供顾客选购，根据编号查找说明，而且还配有模特儿的表演。





蕾丝内裤

这是“Rose 内衣”广告，图中分明是巴黎埃菲尔铁塔下向上仰视拍下的铁塔一角的照片，下面却放着法国“蕾丝”公司的标志，推销其蕾丝内裤。再看铁塔一角才意识到可以联想到内裤的形状，也只有法国人才开得起这种玩笑，从熟悉的事物中找到新奇。





de La Cour

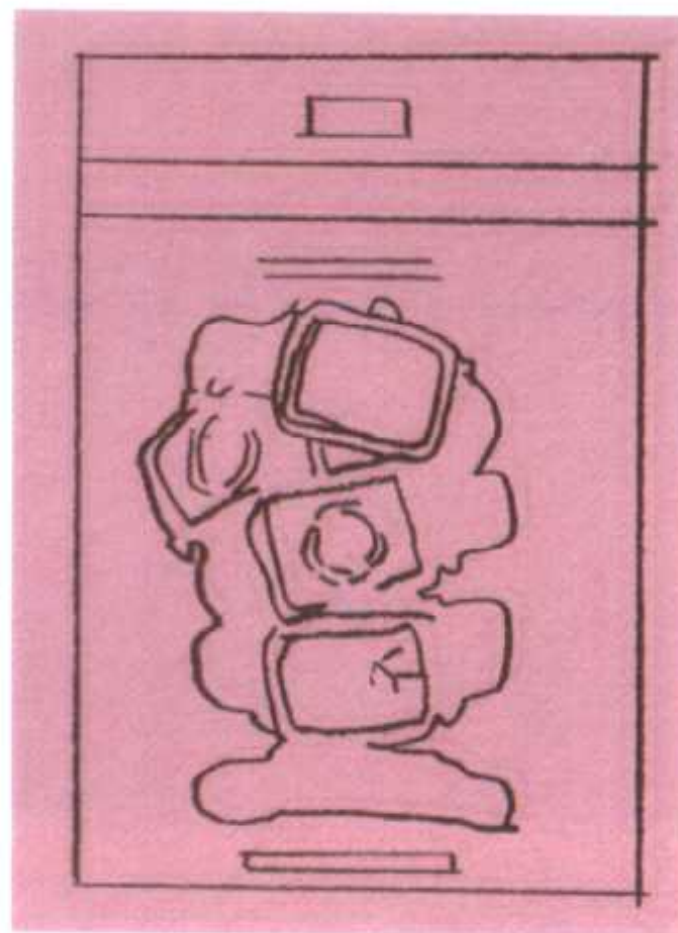
GENEVE



delacour@delacour.ch

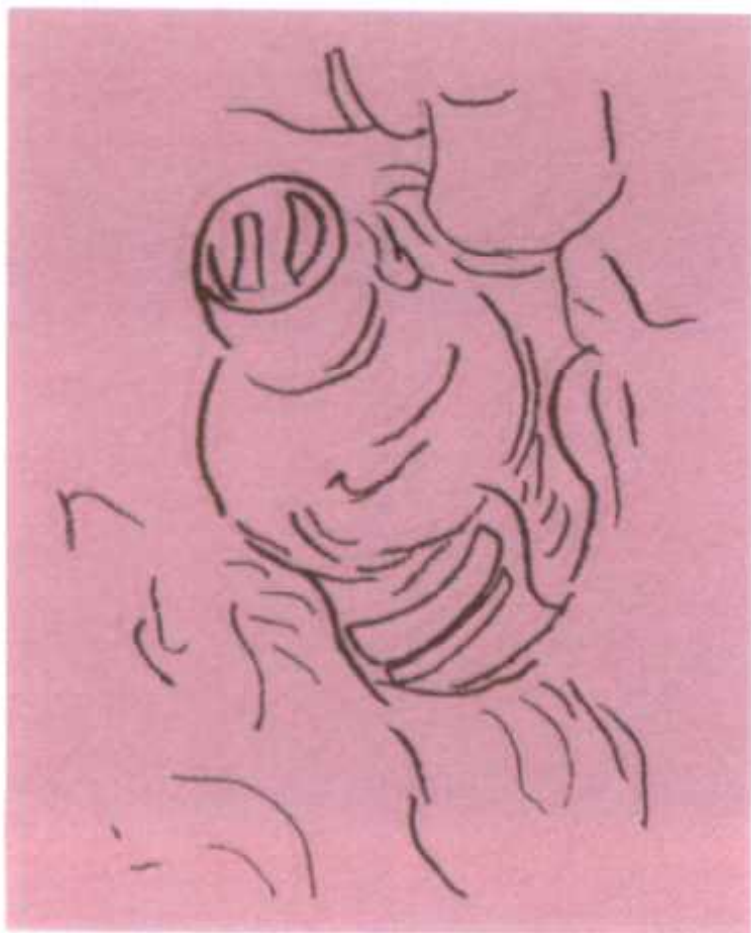
表

这一款手表设计新颖，把标识时间的数字放大形成图案，将一般设计在外圈的数码放在中间，长方形的四角形成圆角，而且有多种颜色及真皮表带可供选择，这些都是成功的商业摄影给我们展现的。



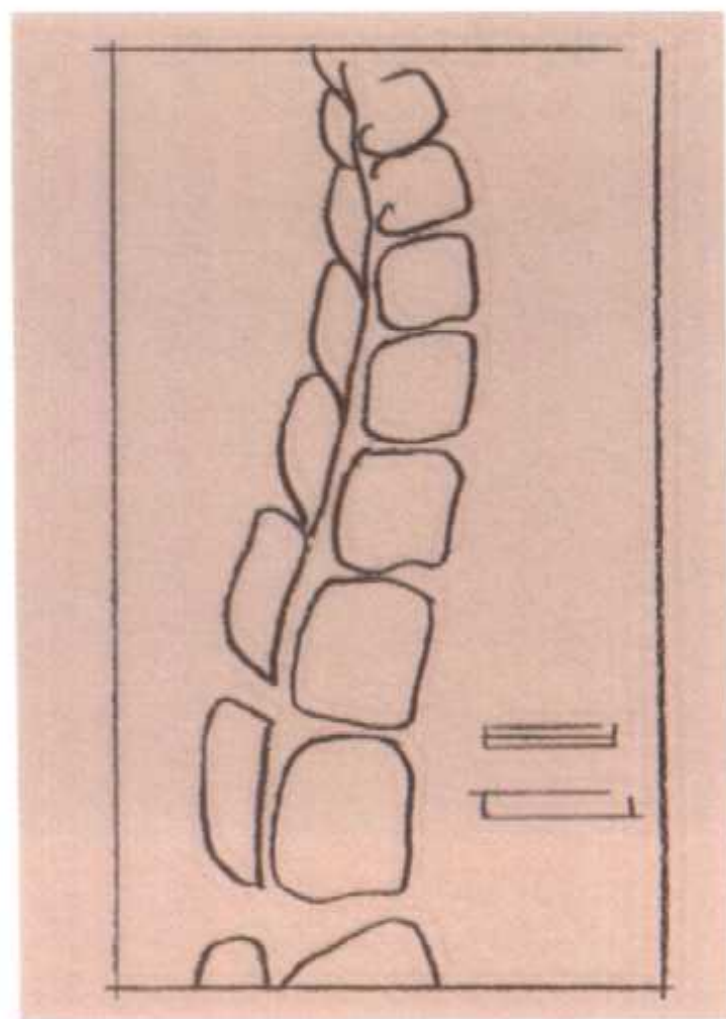
怡宝矿泉水

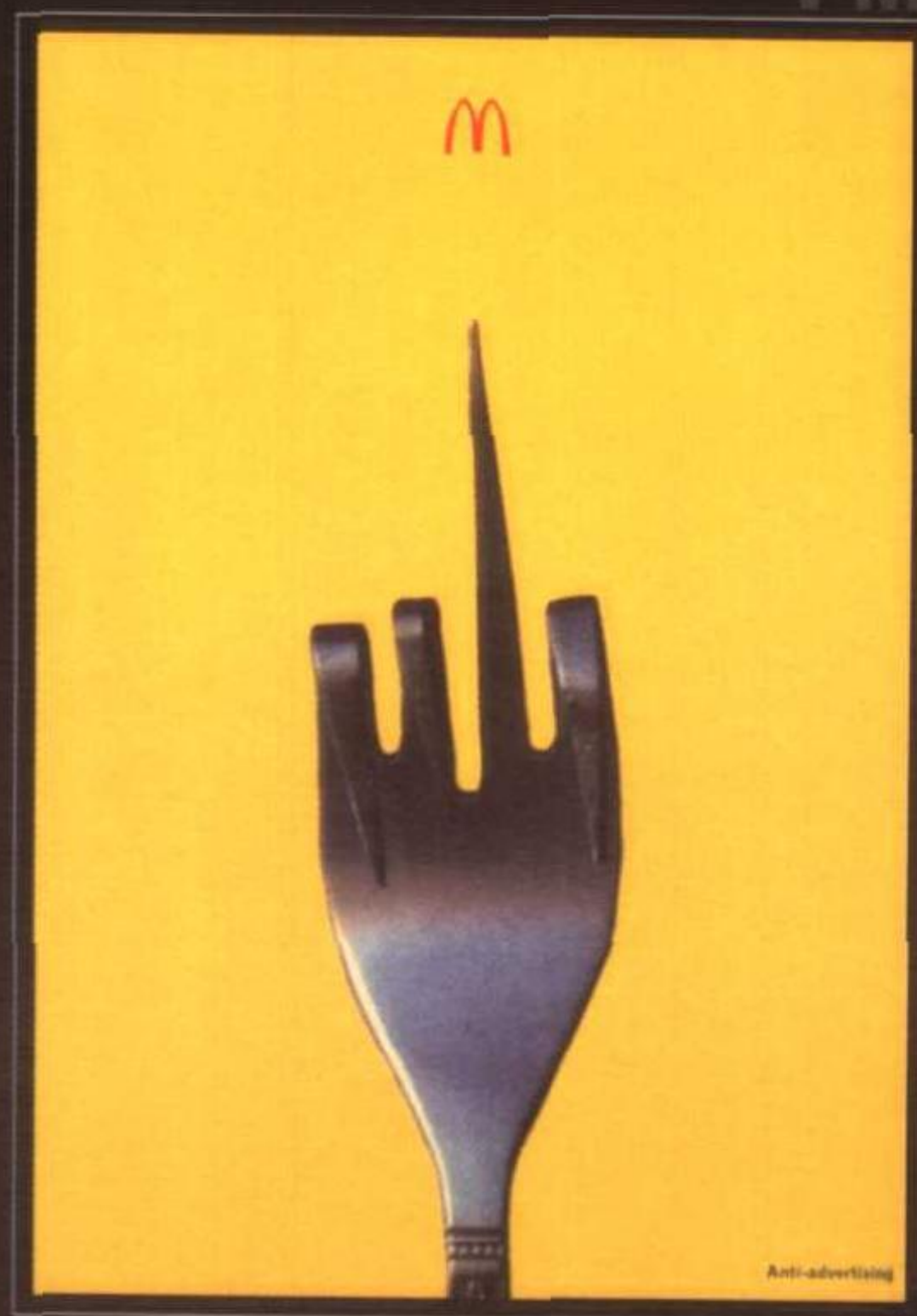
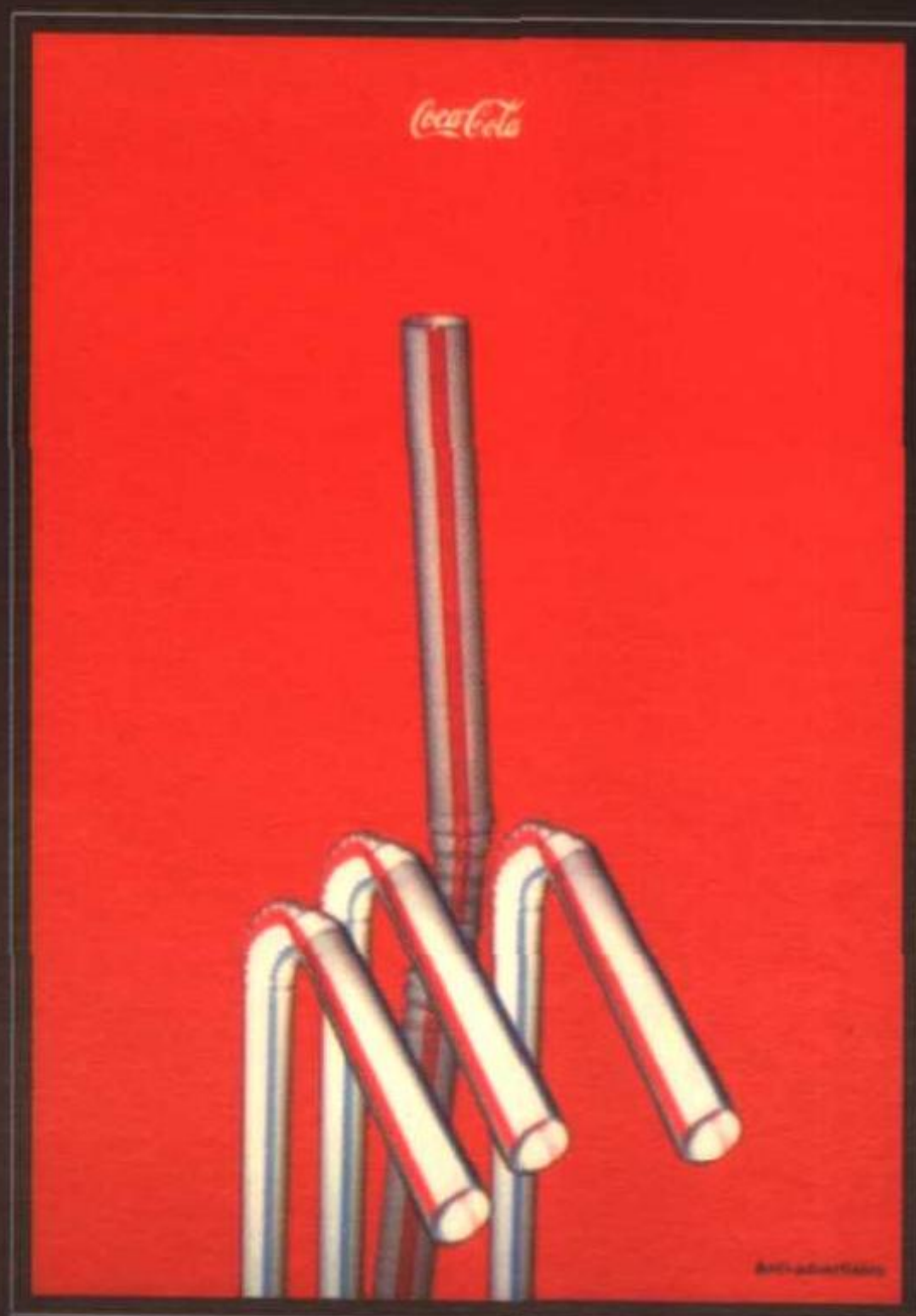
这幅广告采用的是一般常用的摄影表现手法，在高质量的照片中，消费者可以非常容易地辨认出产品的品牌、内容，并且为了烘托矿泉水的纯净冰凉，在摄影中也增加了冰块、水珠等，非常适合张贴在炎热夏日的街头巷尾。





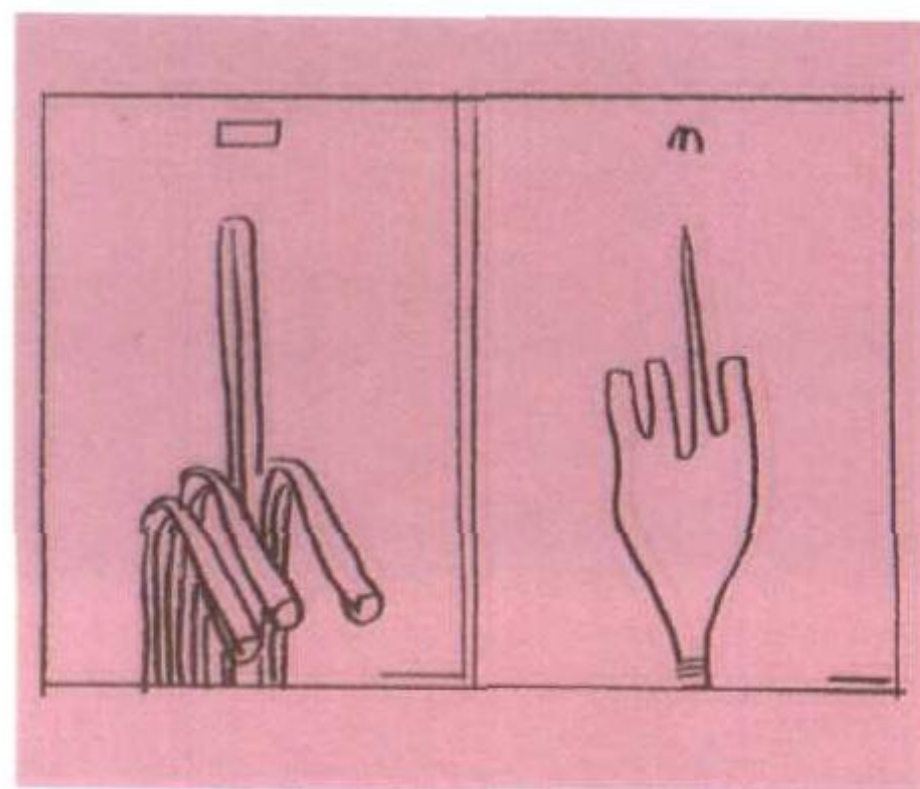
画面深色的背景衬托出一条像脊椎的白骨，再仔细看看每一块都是坐椅，连接着的是椅背，将这些椅子按“S”形排列起来，就像一根脊椎骨，因为“坐”必然与脊椎联系起来。这是UVA 康复研究中心的医疗讲座的广告，想法绝妙。

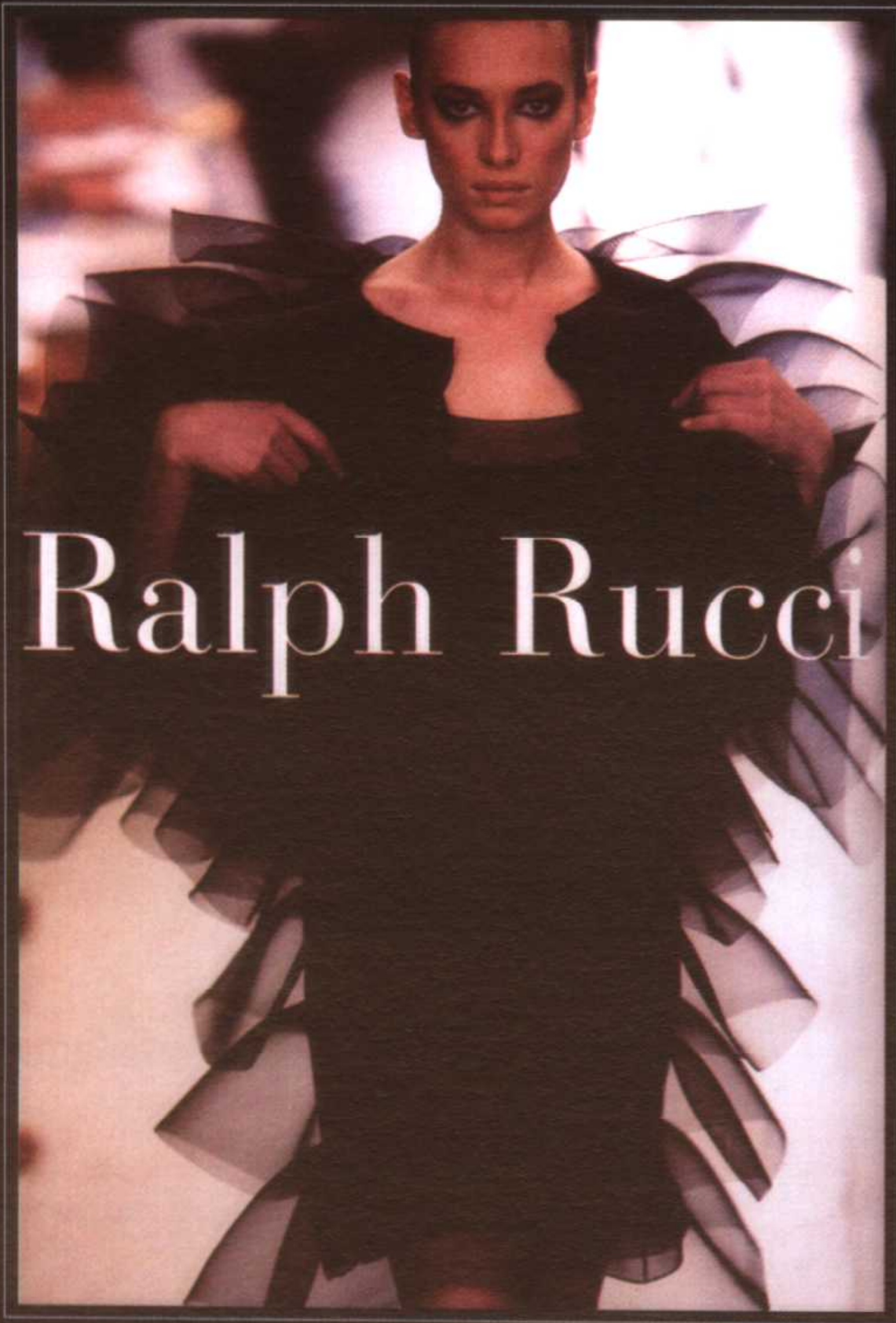




可乐和麦当劳

这一系列广告的目的是反对消费可乐和麦当劳的广告，西方人用手伸出中指示意是坏的意思，将吸管和叉子做出这种“手”恰是一个代表可口可乐，一个代表麦当劳，可能是因为这两种消费都会对健康带来一定的副作用的原因。





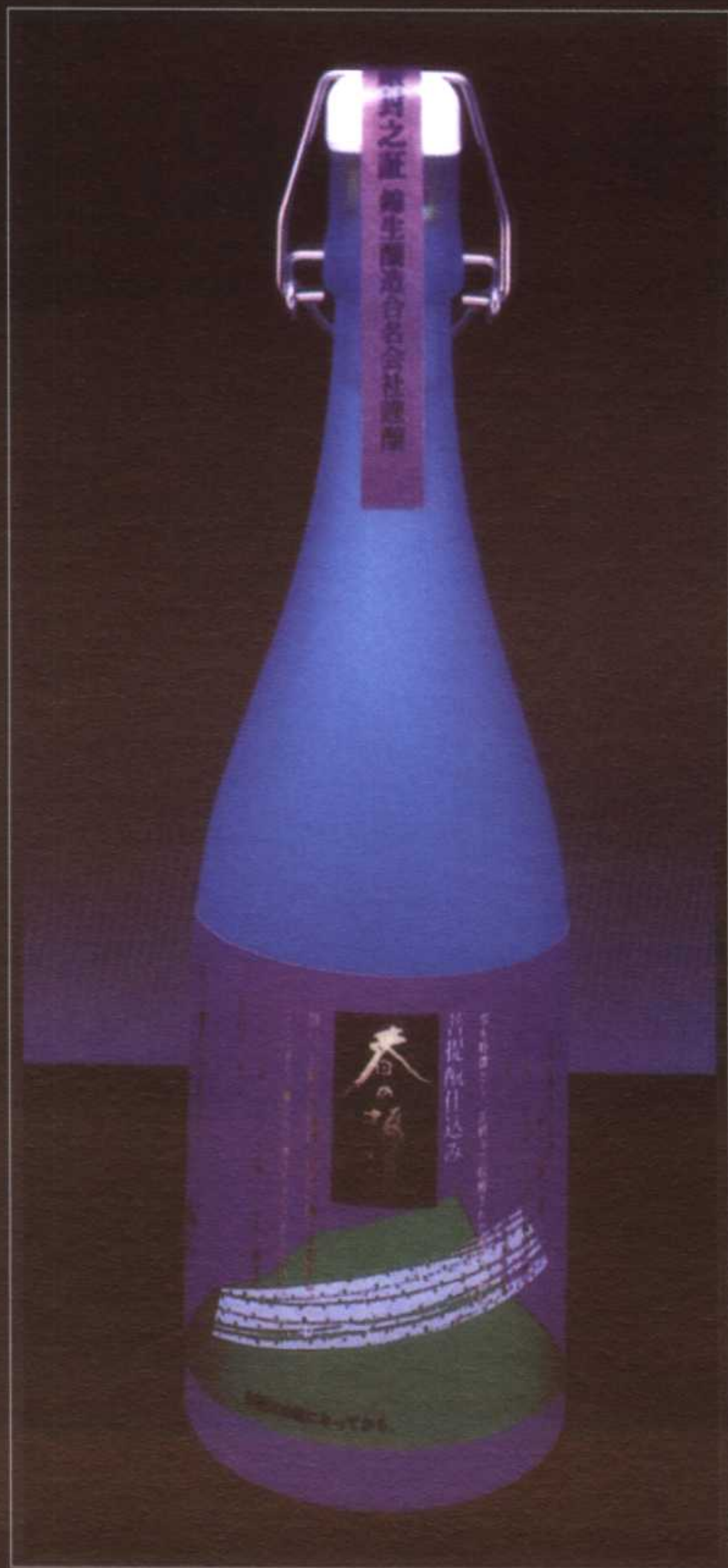
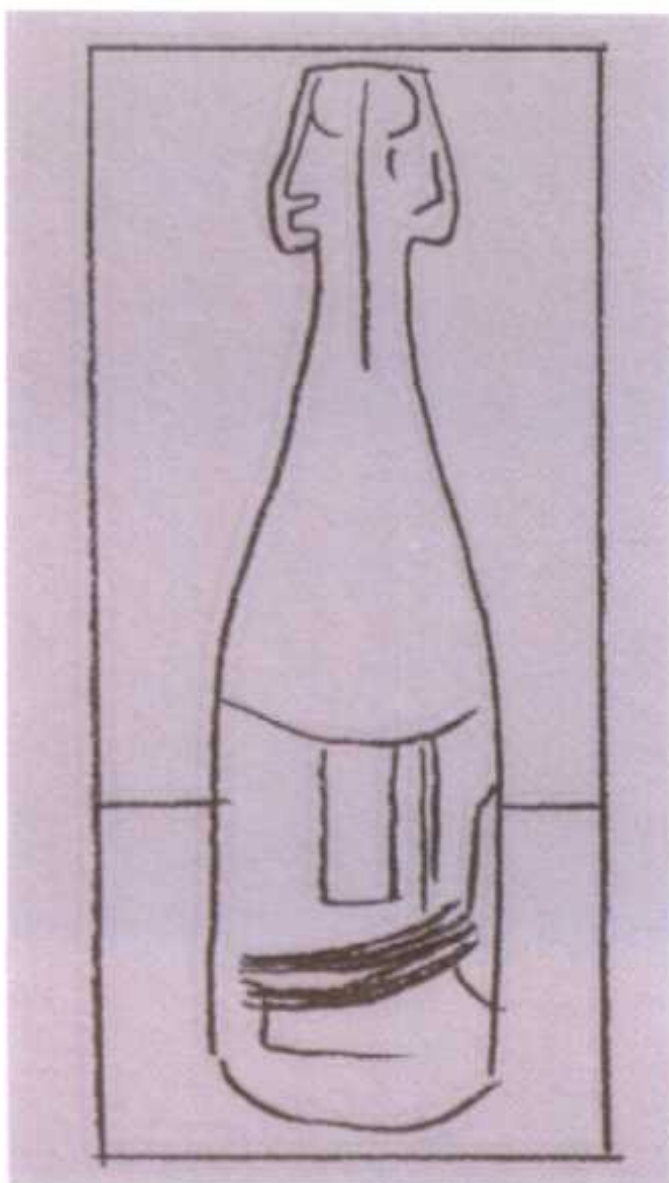
服装

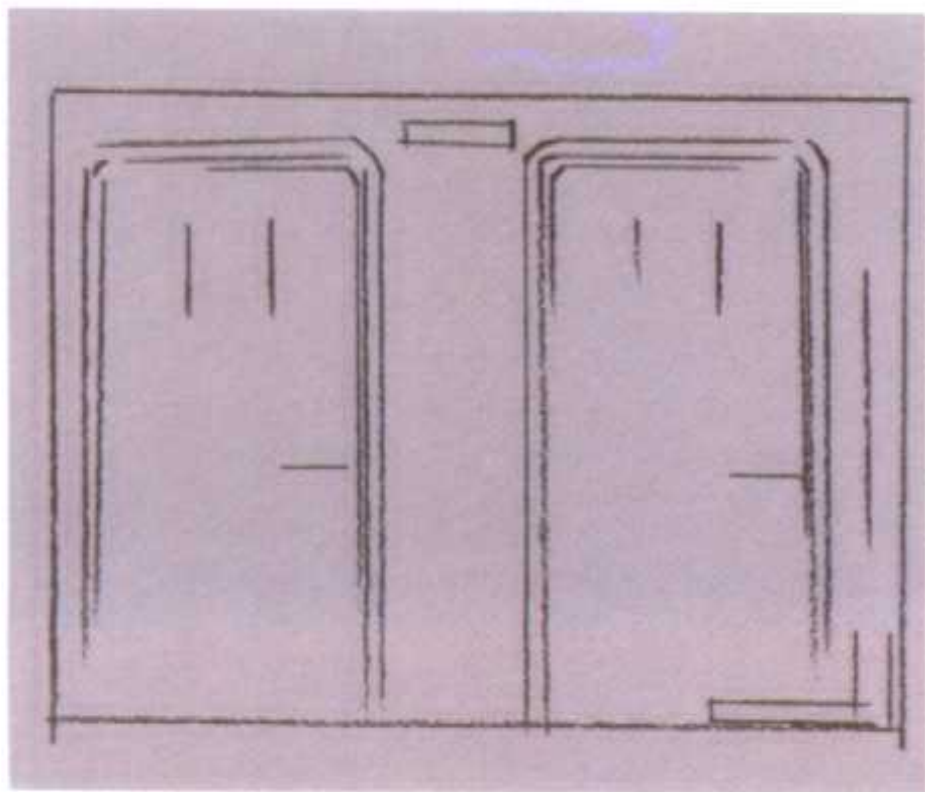
这同样是一款服装的广告。深色的服装款式奇特，簇拥着轻盈的透明叶片，华贵而庄重，特别突出了中间硕大反差强烈的字体：Ralph Rucci。



日本酒

一个酒瓶的包装，瓶型稳重，瓶盖的开启方便并有印着品牌字样的封条，是一种礼品低度酒，瓶贴与瓶子的色彩协调，瓶贴的设计也十分简洁，几个色块意思表达得已经很充分。





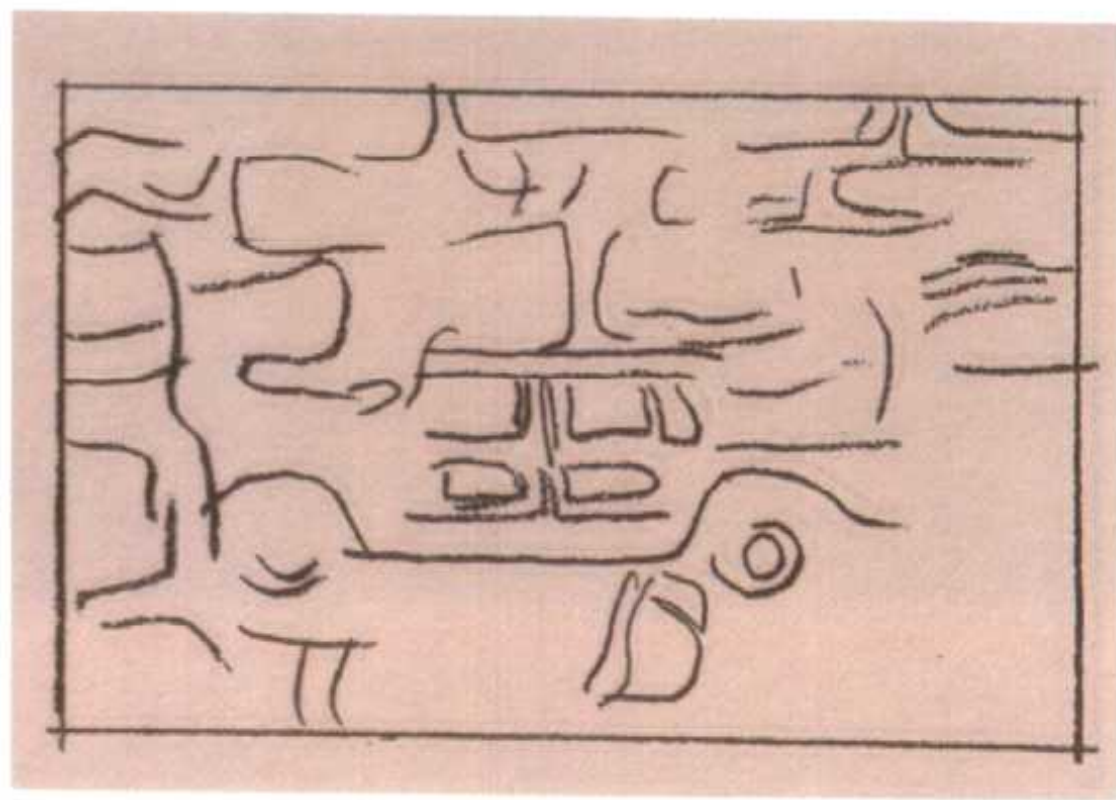
厕所清香剂

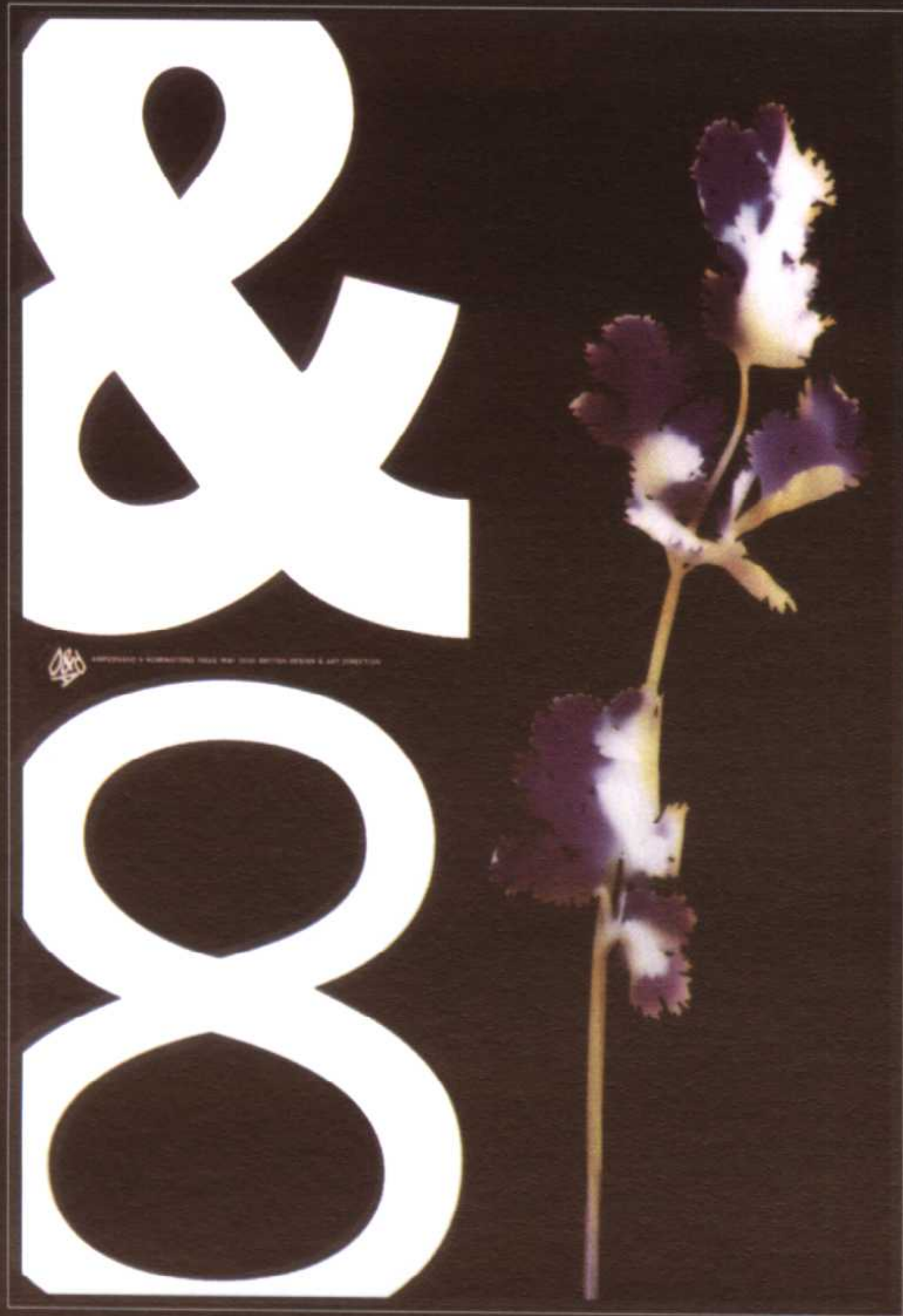
这是一则幽默的广告，利用男女两个卫生间门上的指示标识来做文章。左边的标识框内是空的，而右边框内却是标识女性的符号抱向标识男性的符号，这时在图的右下角出现了男用清香剂的小瓶，是非常有趣的奇特设计。



两用车

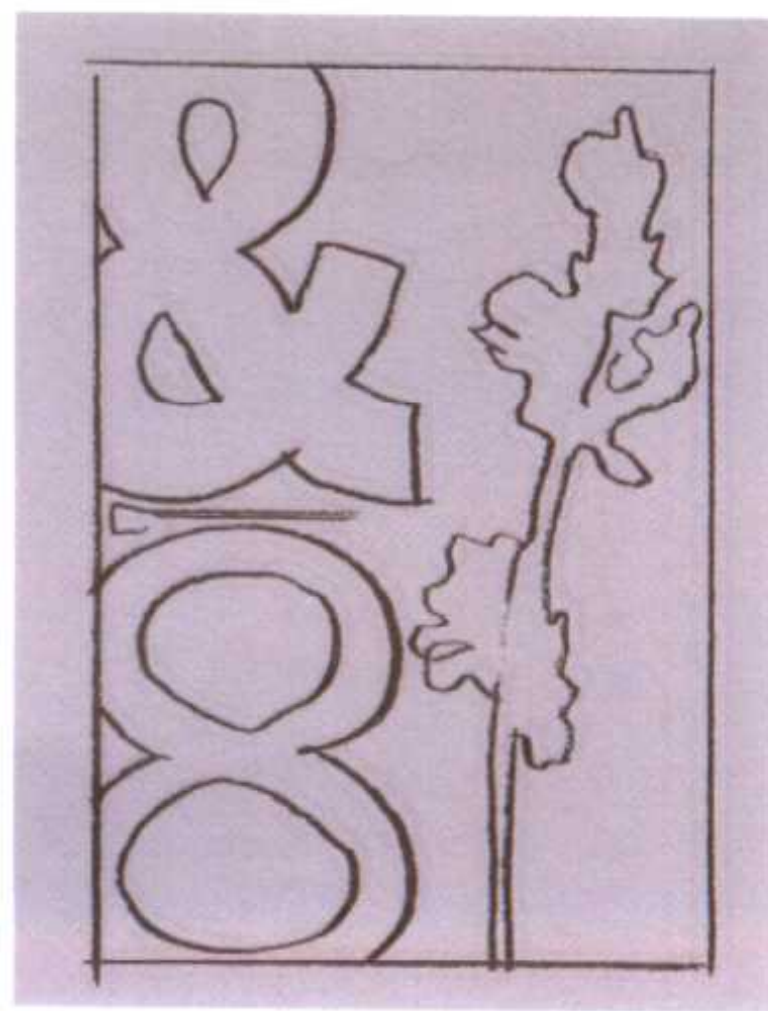
在一堆被压成铁块的汽车堆中存在一辆居然完好的两用车，使人感到蹊跷，杂乱无章的铁块与完好的车形成鲜明的质地对比，一定要追究这到底是什么牌子的车？广告的旁边清楚地写着“HUMMER”。

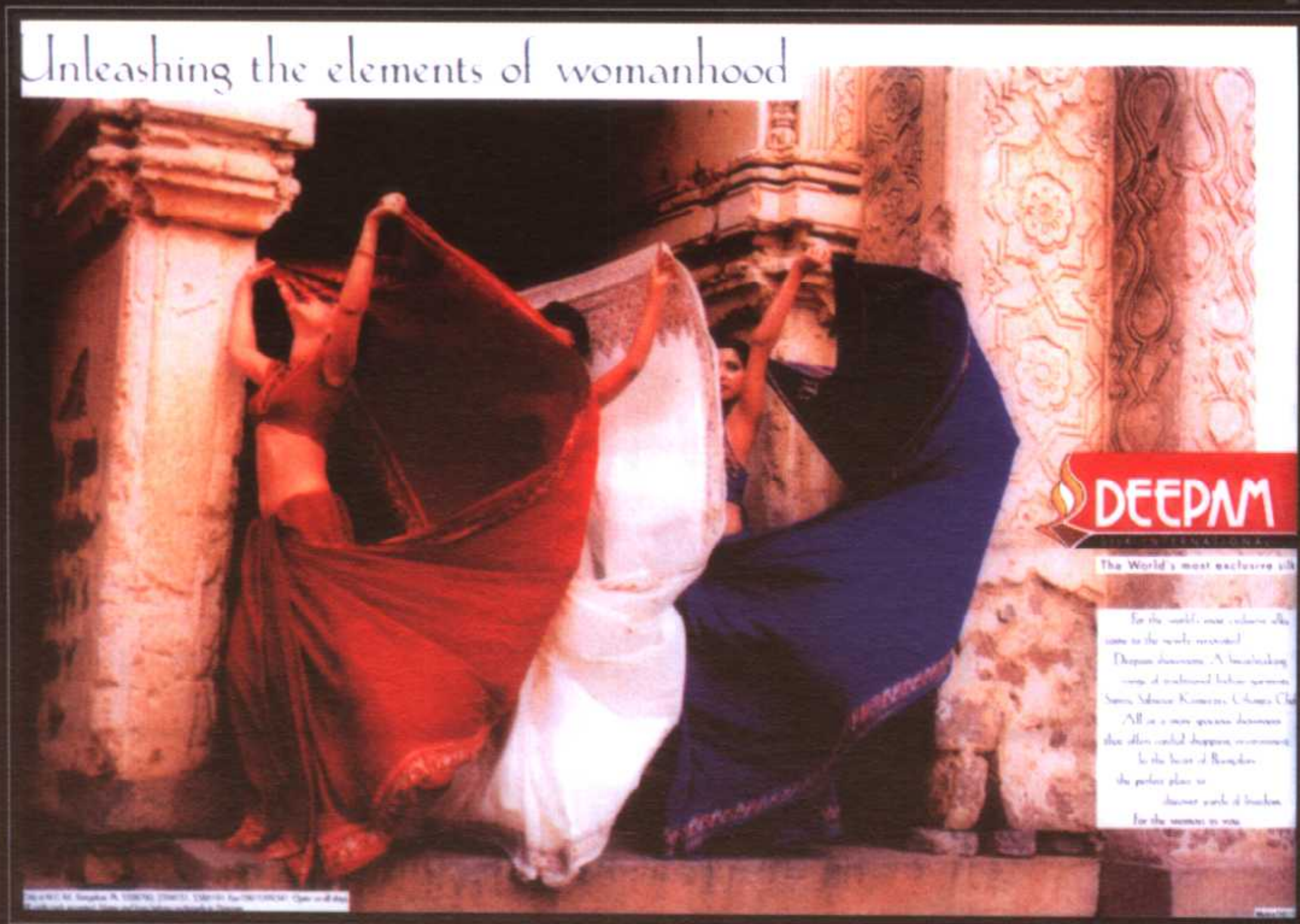




设计展览

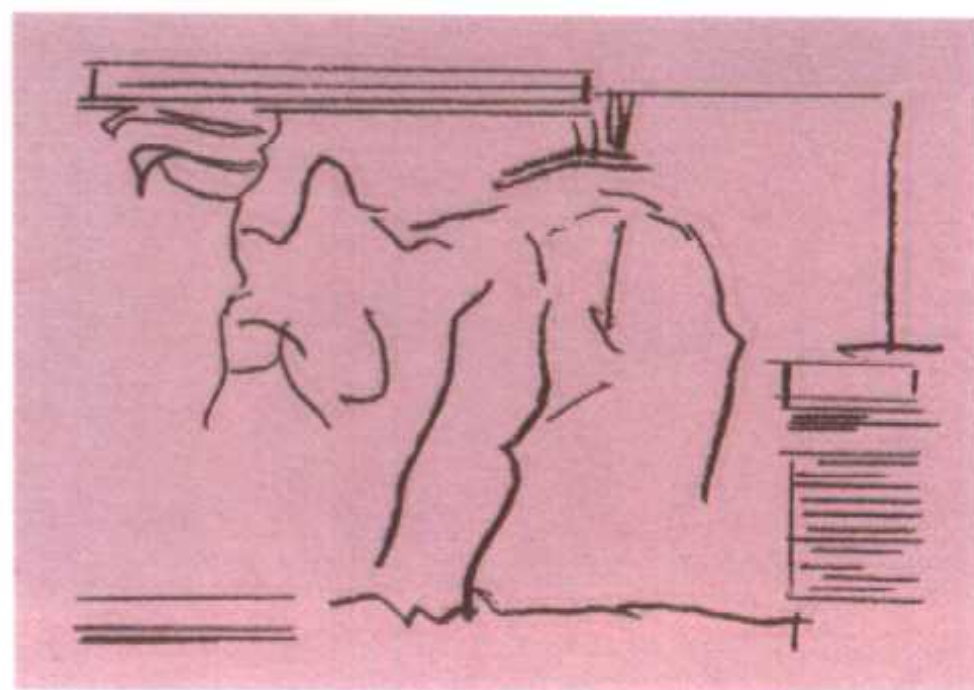
这是一个设计展的册页，是有关花卉方面的书籍，统一的设计是左边一个大大的 & 号和集的序号数字，占了几乎一半的篇幅，右边是表示内容的图片，这一集的花草优雅，色彩高贵，与粗大的白字形成鲜明的对比，引人注目。





印度服装

这是多次获国际奖的印度摄影家的作品。它以古建筑为背景，展示了印度民族服饰的魅力，舒展的长裙迎风飞舞，使人、服饰和古建筑高度和谐，将服饰 DEEPAM 品牌宣扬得更具艺术感染力。

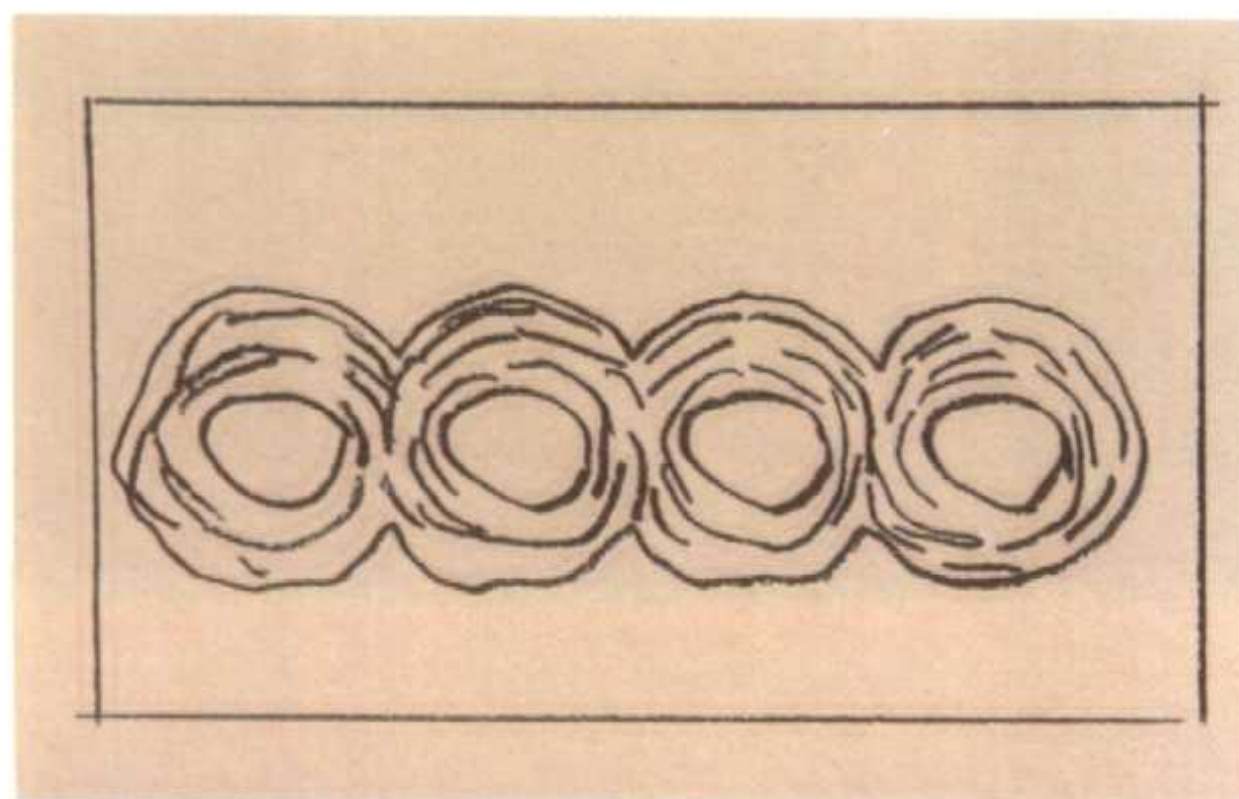
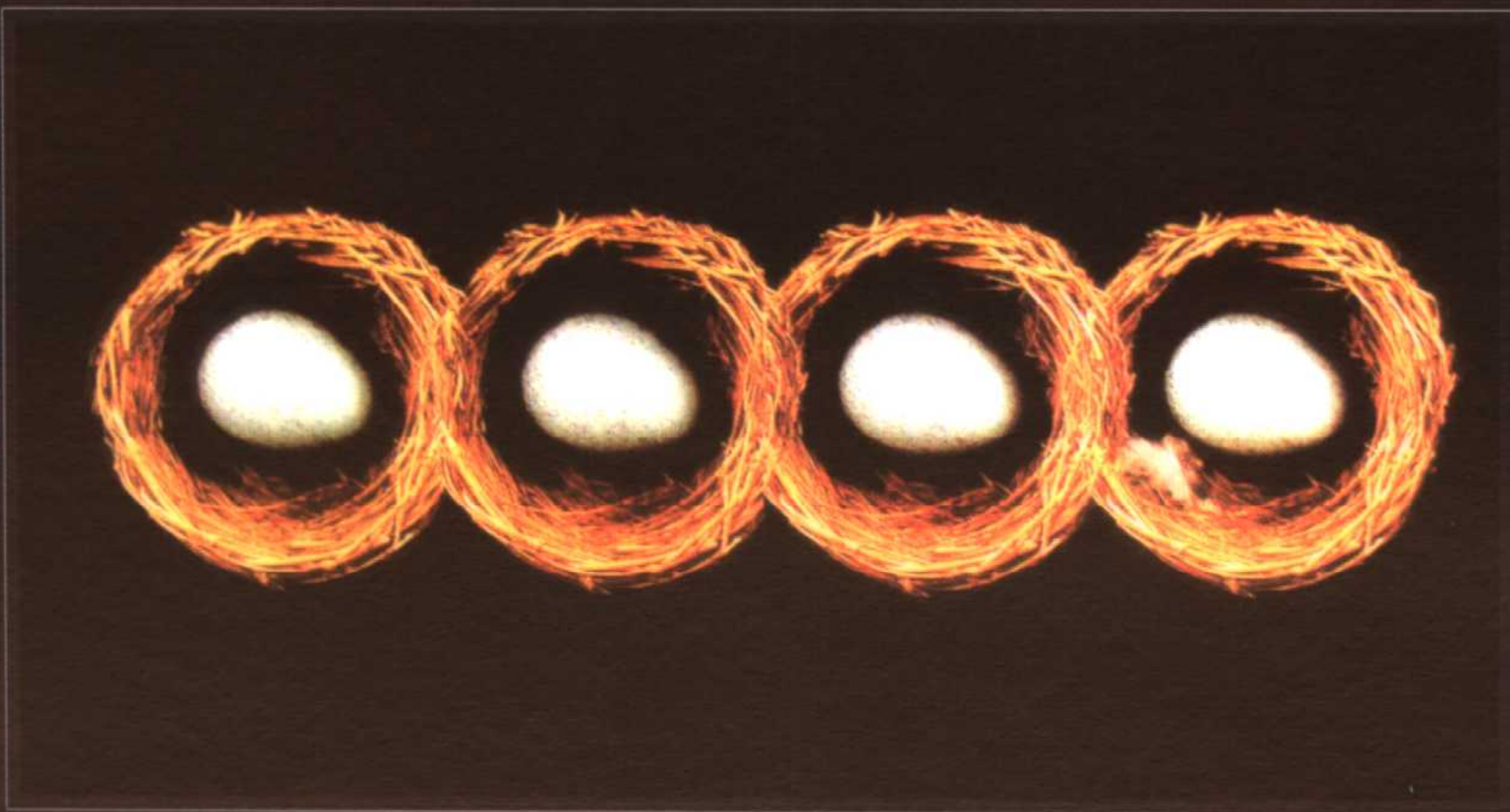




ONLY 品牌服装

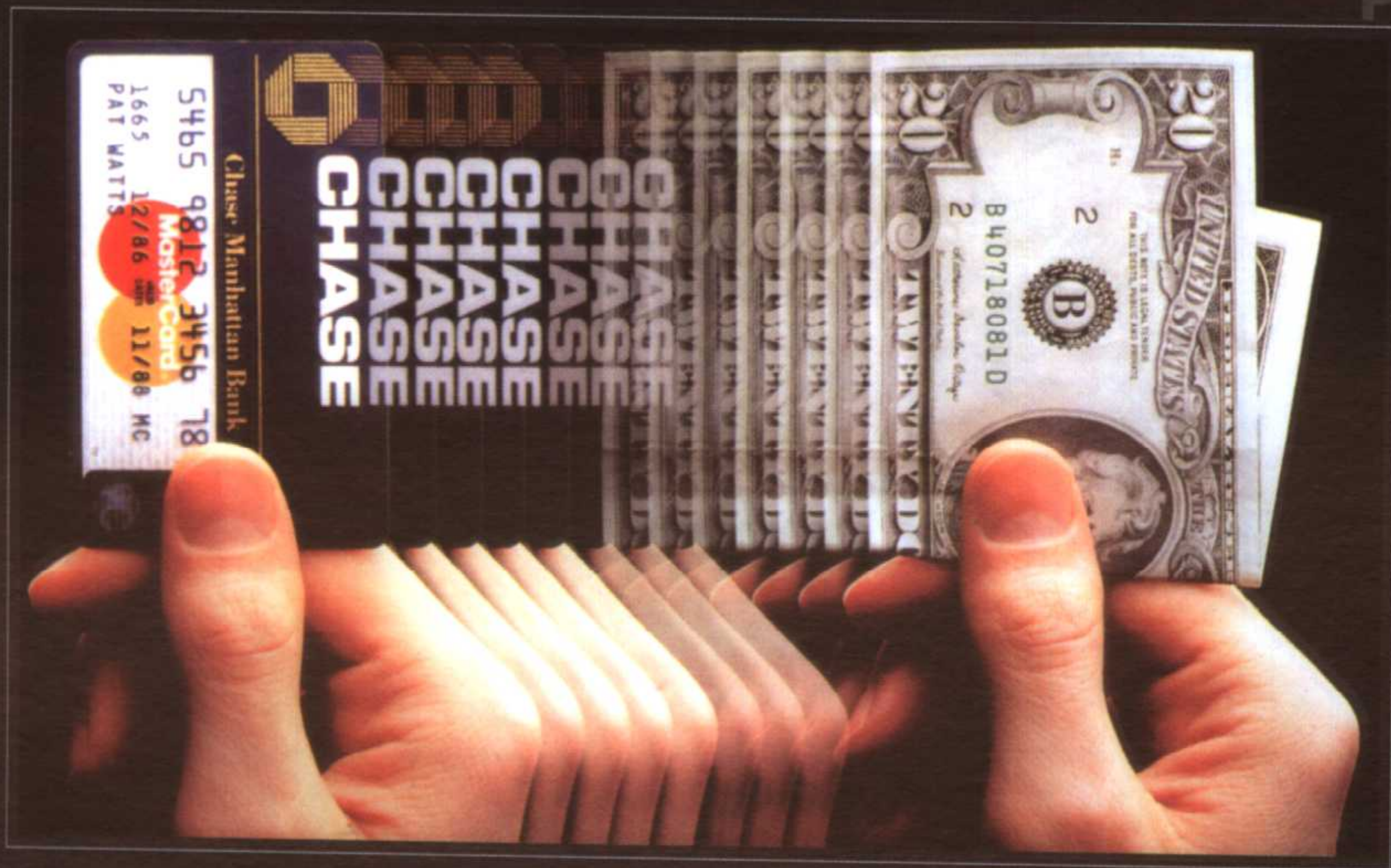
这也是一幅绝好的摄影作品。印度的模特儿穿着美丽的民族服饰，顶着日光，取得了强烈的逆光效果，使服装色彩更加艳丽以宣传其 ONLY 的品牌。





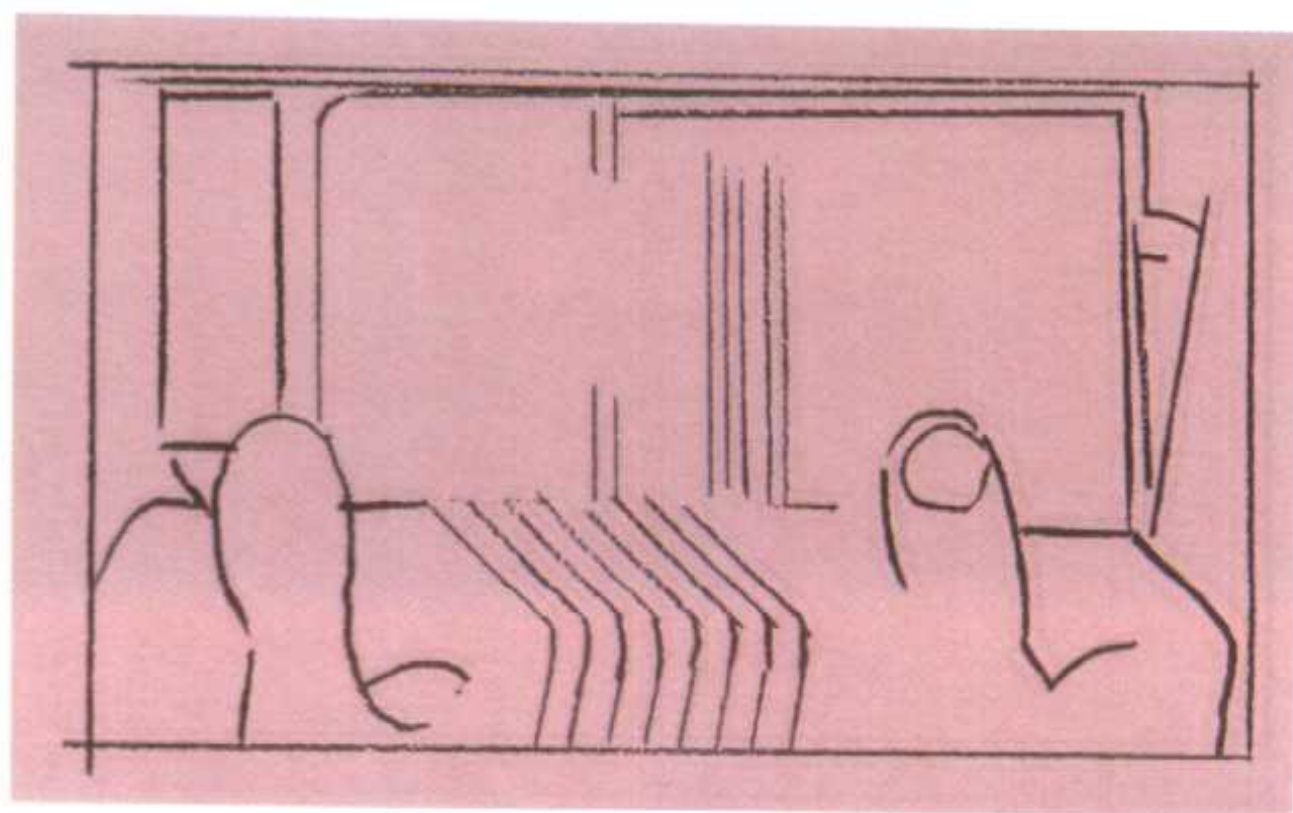
奥迪车

奥迪汽车标志的四个套环是人们熟知的，将四个草木编制的鸟窝放在一起正好也像是奥迪汽车的四个套环，里边放着四个蛋，寓意奥迪汽车的舒适和安全。



信用卡

这则广告利用渐变的设计语言形式，将信用卡逐渐变成钱的过程做了摄影的处理，直观地传达出信用卡安全、方便、快捷的概念。





虎酒

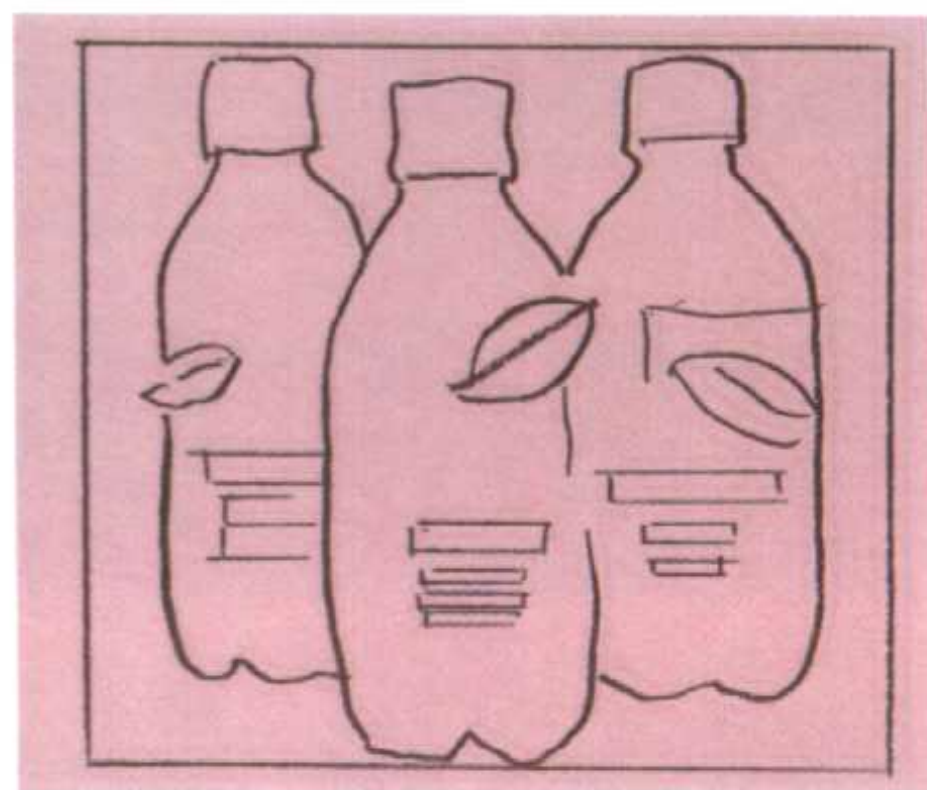
这则广告将酒瓶贴上的老虎放大拟人化地抱着这种酒，将推广广告的主角由人改为动物，也是一种新奇的手法，老虎本身的形象就会引起人的警觉，老虎的威风又会使人敬畏，也可以有眼球效应。





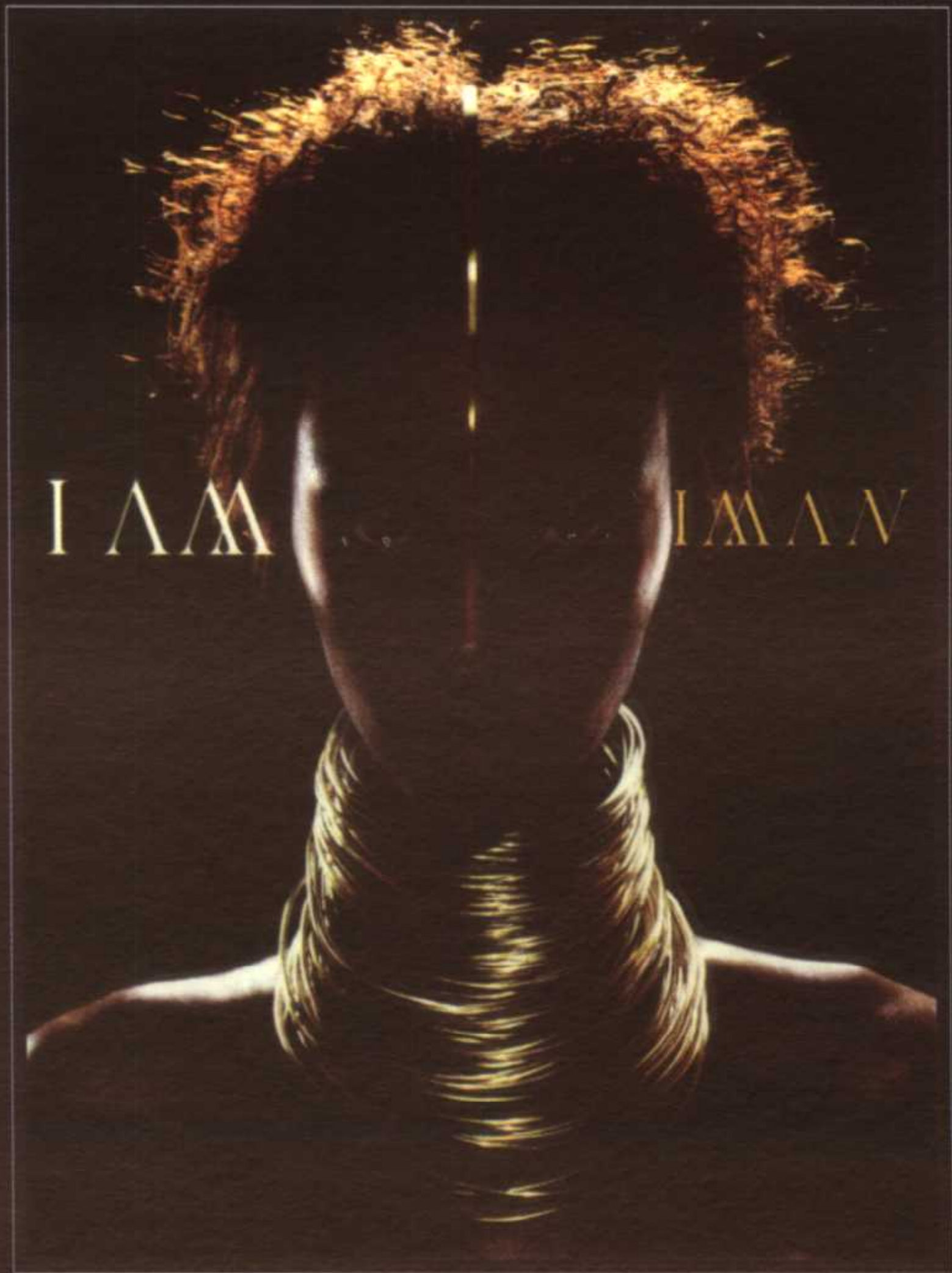
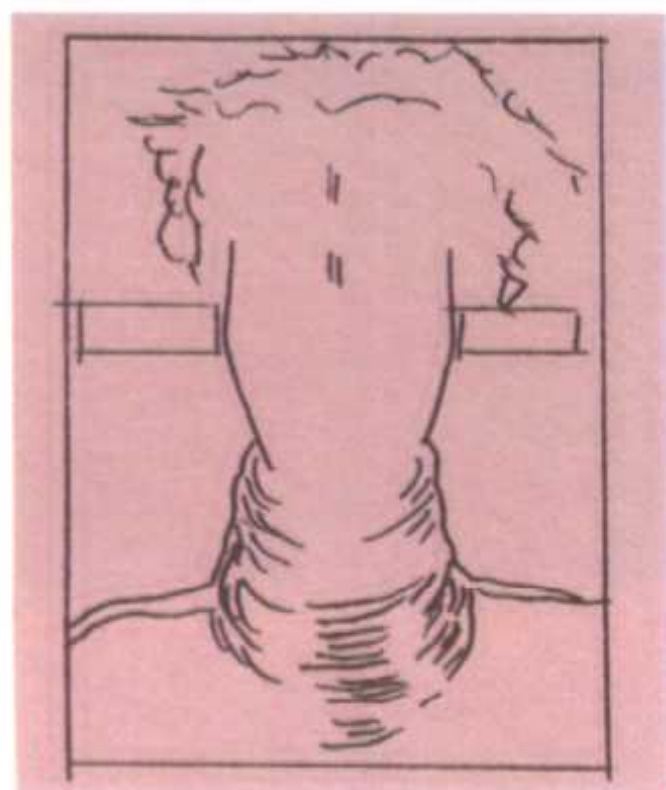
橘汁

橘汁是阿根廷一家小型公司的产品。该公司通过它的家庭配送服务提供一天两次的新鲜浓缩橘汁。为了强调这一配送体系,创意地为摄影图片里黄橙橙的橘汁加了绿叶,以此突出了该产品的新鲜可口。

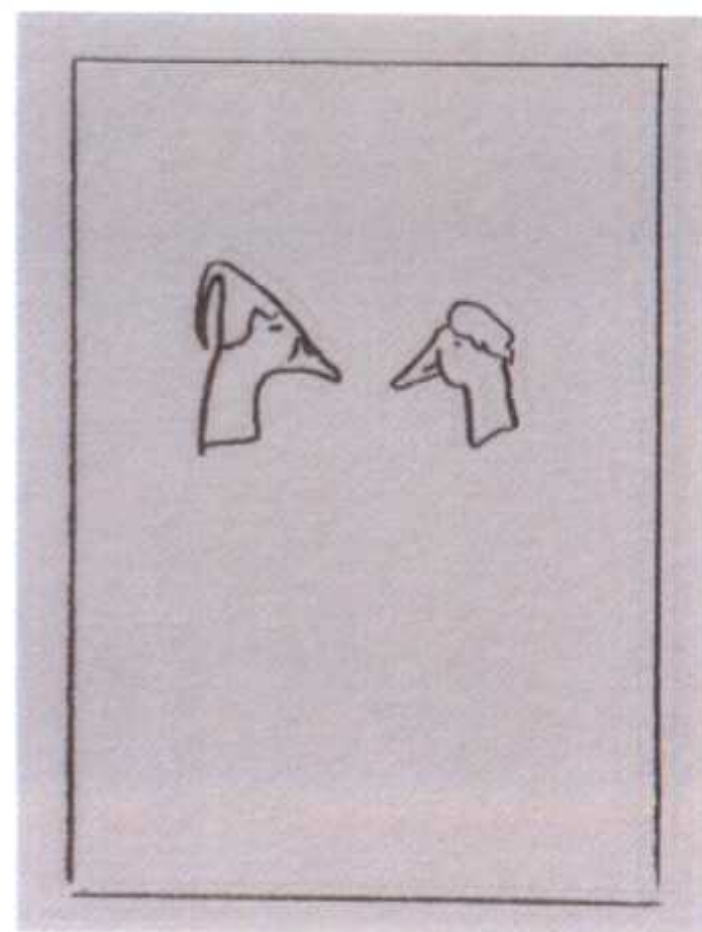


颈饰

非洲的一个种族以女士脖子长为美，不断地往她们颈项上添加金属项圈以拉长脖子。看到的画面光线很暗，只有项圈发出闪亮的光辉，加上品牌文字，达到突显重点的效果。

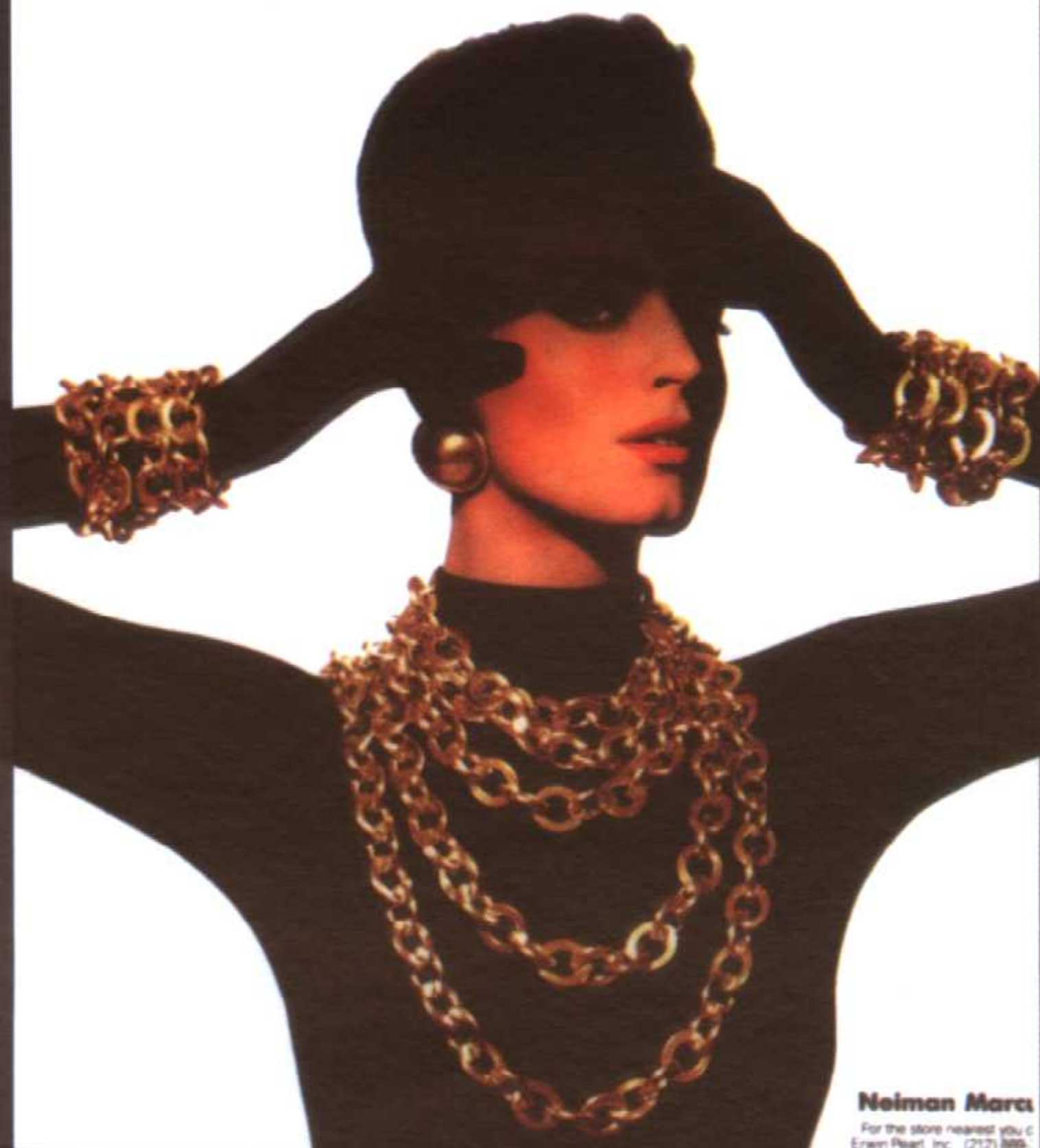


鸭绒被广告十分温馨和有趣。画面中将两只可爱的小鸭子放在鸭绒被中，它们很舒适、很暖和地伸出头来互相观望，轻松自然地表现出产品的品质。画面中鸭绒被的深蓝色，两只小鸭的白色和红色，使整幅画面的色彩对比鲜明跳跃。



ERWIN PEARL

FROM THE AWARD-WINNING DESIGNER OF FINE JEWELRY COMES THE VERY BEST OF SALONNA JEWELRY.

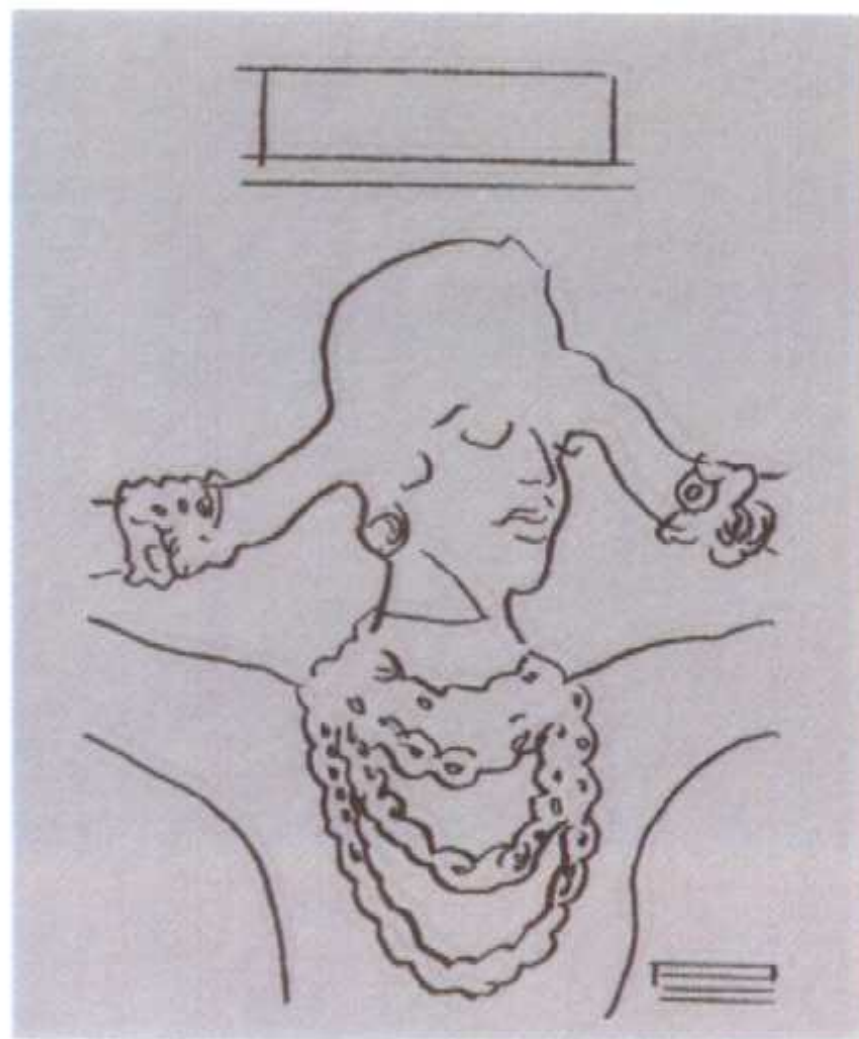


Neiman Marcus

For the store nearest you call
Erwin Reed, Inc. (212) 399-

首饰

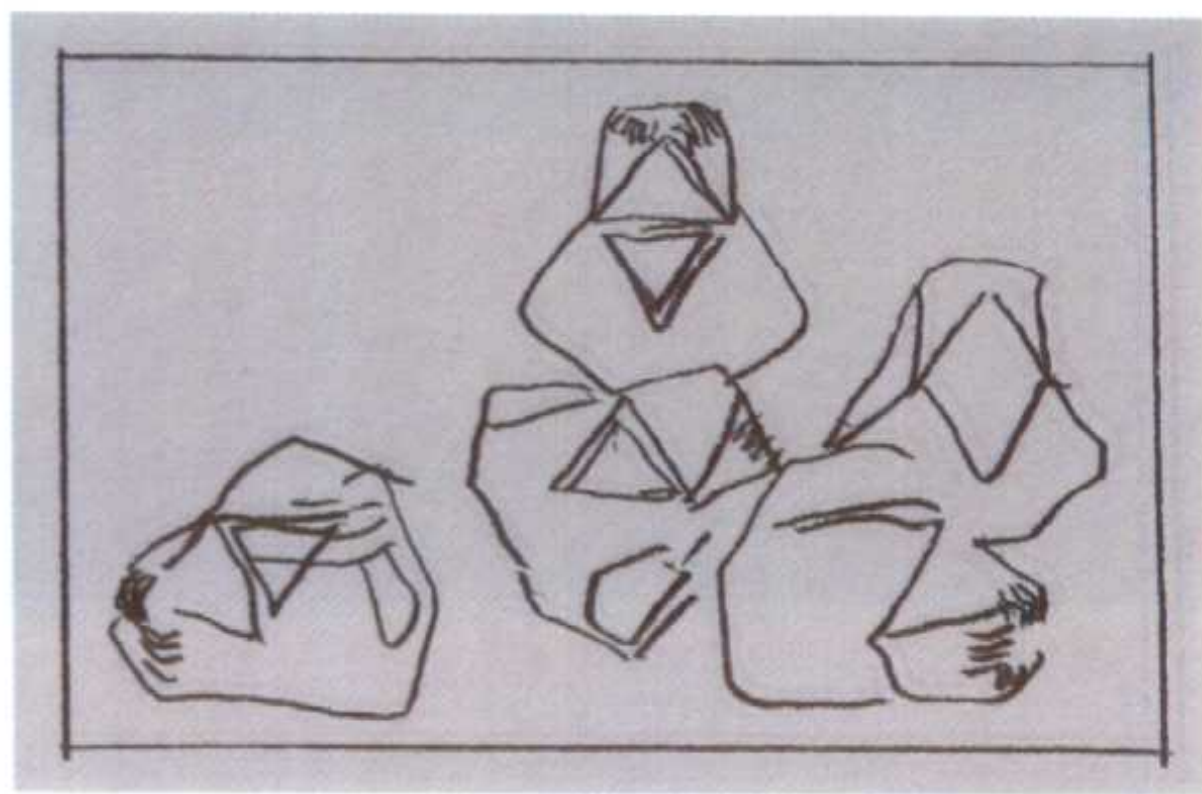
这幅广告通过白色的背景、黑色的服装衬托出挂满胸前和手腕的金饰，其对比强烈，线条优美，构图得当，模特儿的神情也很自然，头顶上的文字突出了品牌。





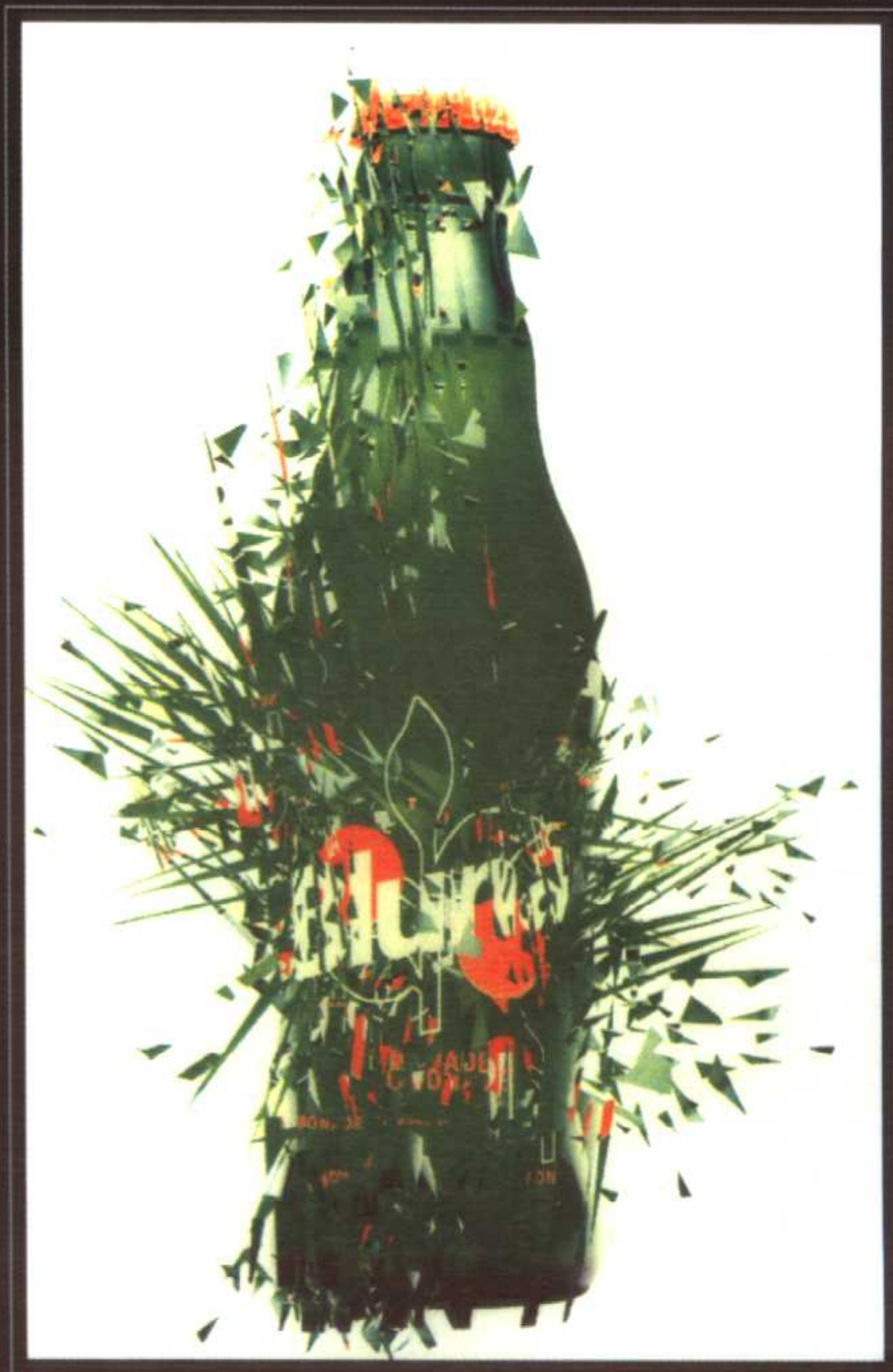
车用香水

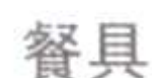
这款汽车香水适合各种款型的小汽车的内部环境。各种颜色的空气清新剂通过车前台的透明瓶子散发出来并持久留香。广告摄影是重要的表现手段，以黑色的背景衬托出造型极富个性的瓶型，很有视觉冲击力。



饮料

市面上的饮料有很多，竞争十分激烈。这一则饮料广告用了现在流行的“爆炸式”手段，使人目不暇接，示意了饮料的鲜活，蕴涵着年轻人的奔放冲动，也刺激购买欲。



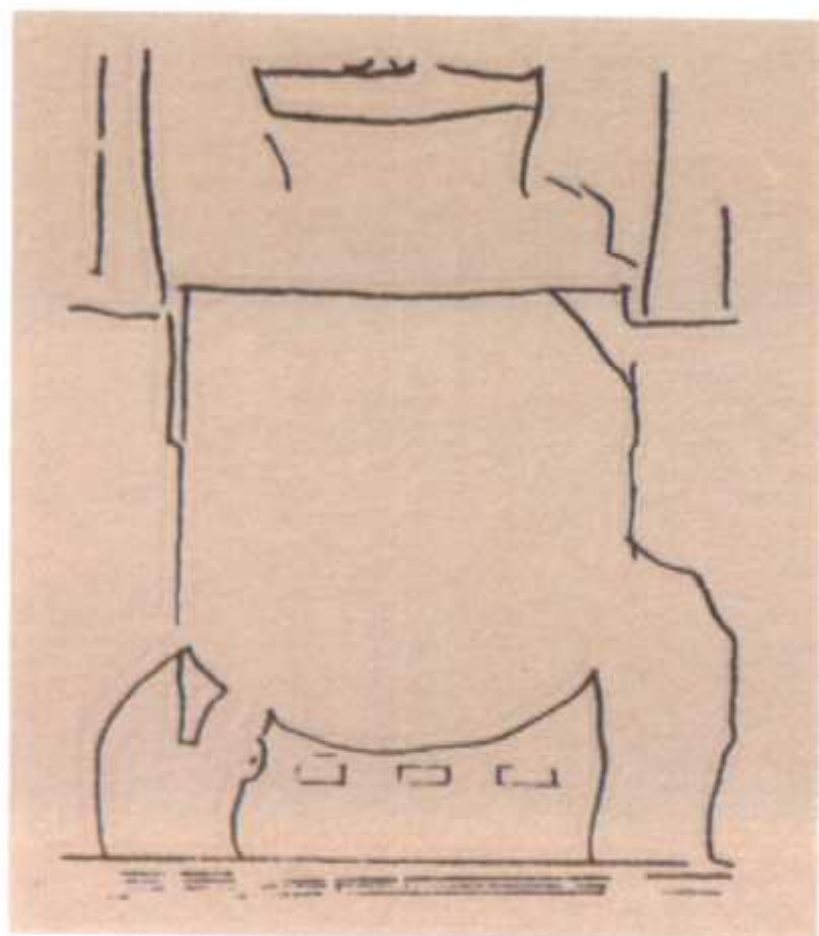


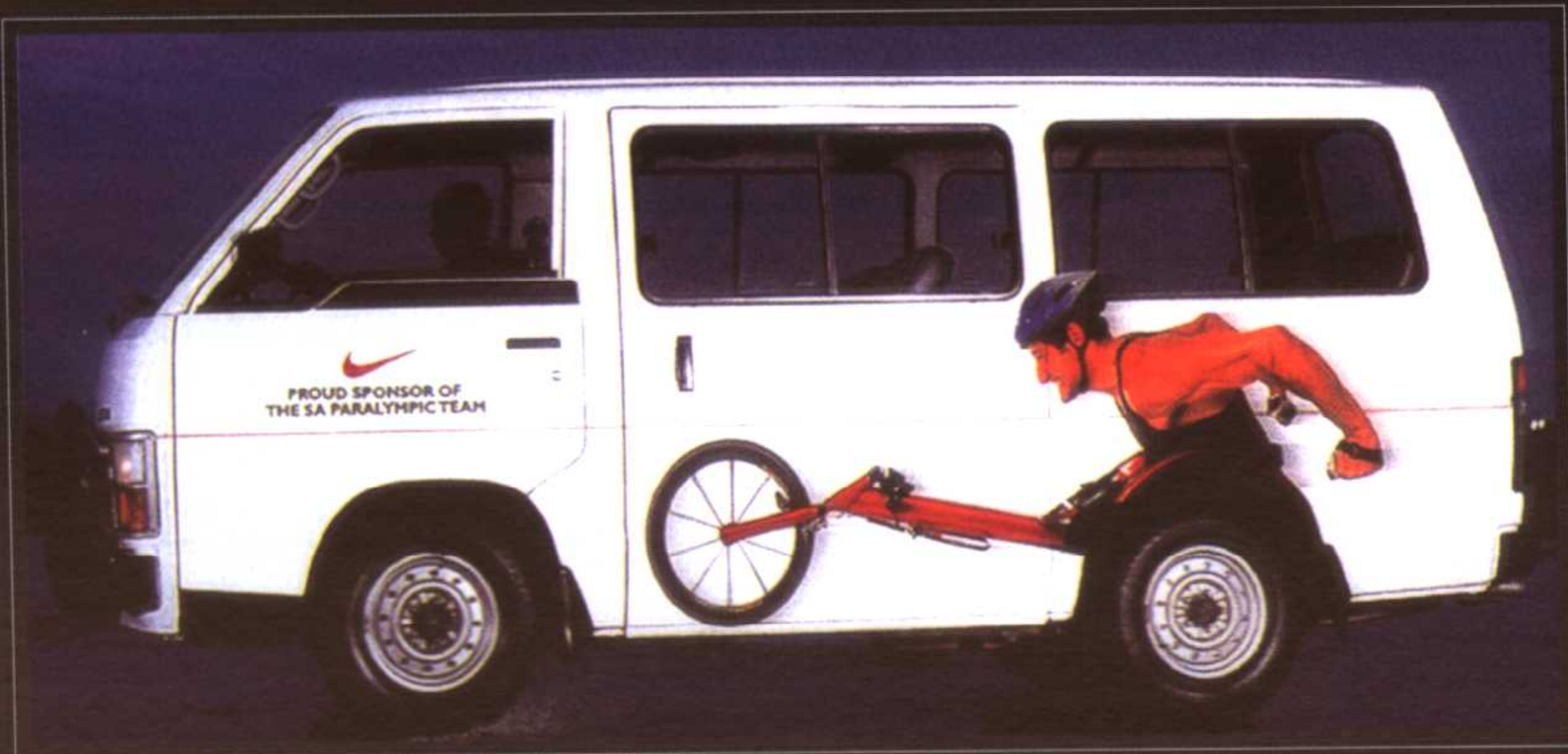
这是Dansk品牌的餐具广告。画面的对角线构图形式是利用一把叉子完成的，并且在黑色的背景上寓意深刻地写出广告语，叉子不但能让人方便地品尝到意大利面条的美味，而且还可以当作汤匙使用，真是一举两得！Dansk餐具的功能性被表现得很突出。



佳能打印机

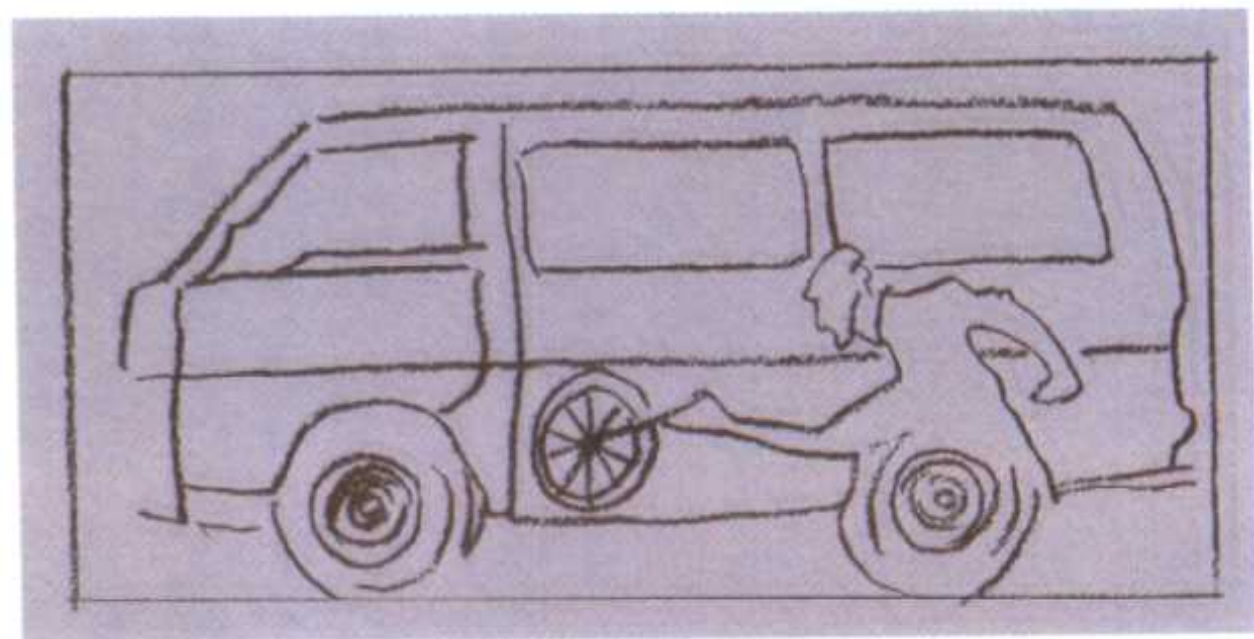
佳能打印机是较早进入中国国内市场的。广告是一台打印机打印出一幅足以乱真的彩色图片。它恰似刚出炉的真实的比萨饼，并标有不同型号、无边际打印、独立墨盒，用完一色换一色等使用者关注的问题。作品充分表现了这款打印机的优点。





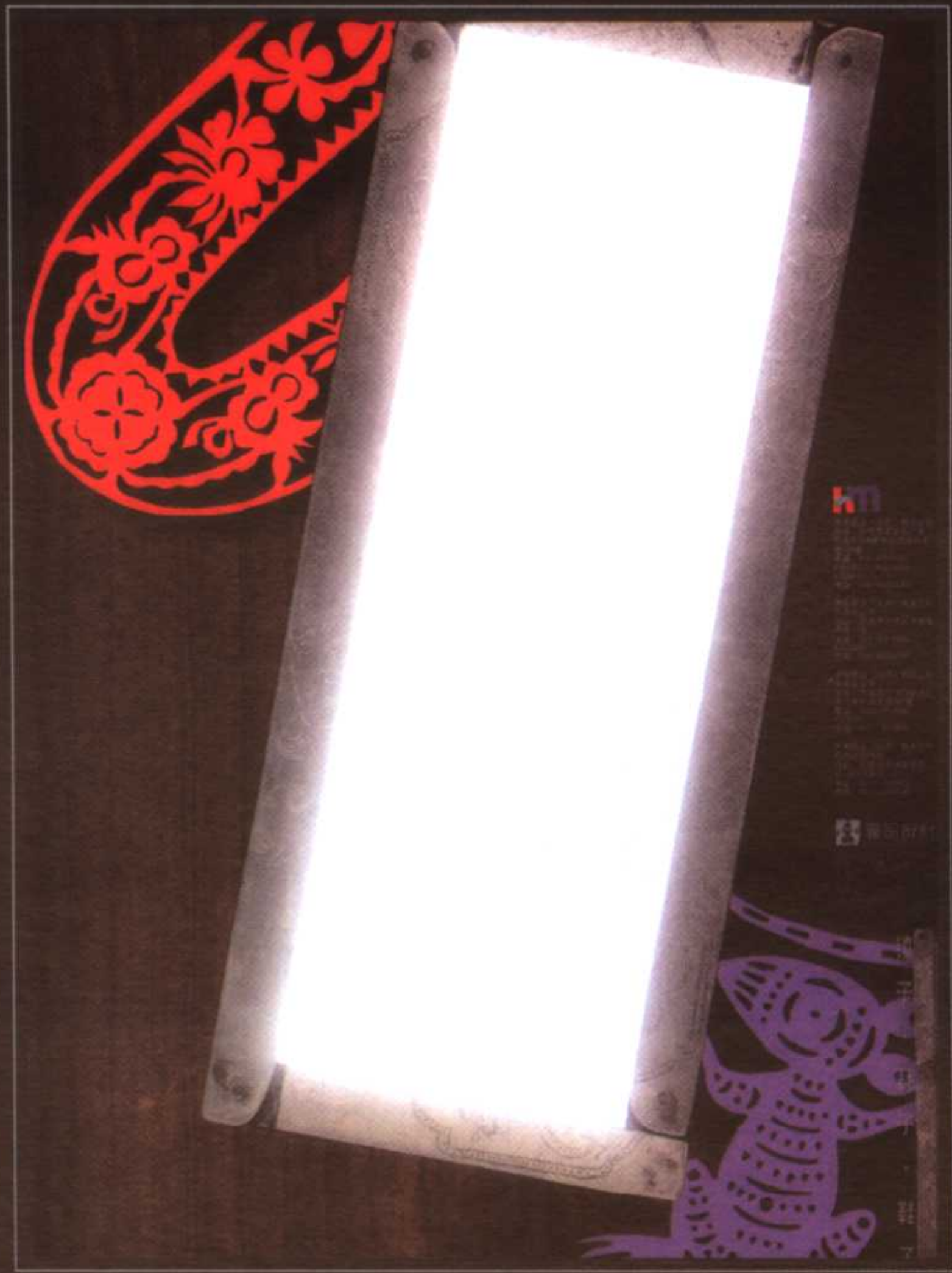
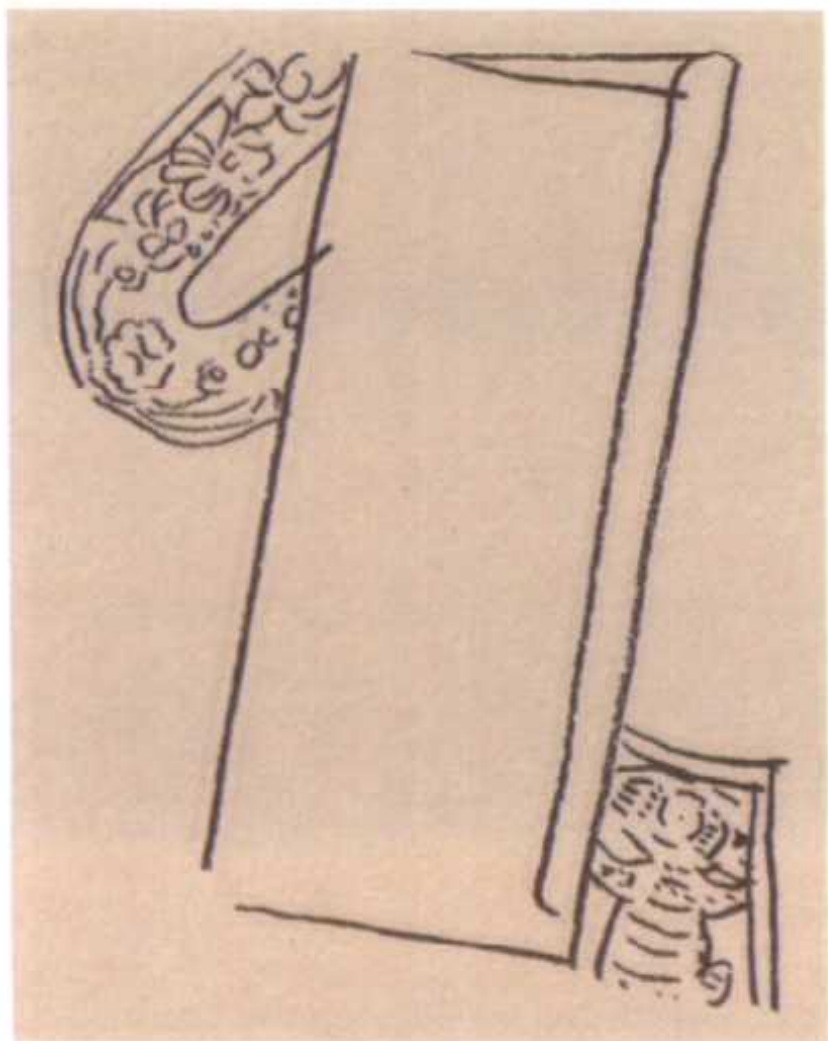
耐克赞助

这是耐克商家赞助残疾人运动会的一个车身广告。车身上的图片非常巧妙地将残疾车的车轮与汽车的车轮相吻合，同时表现出残疾人坚忍不拔、勇于拼搏的精神。也许正是这种精神激励着商家，因此赞助这项赛事是值得、感到光荣和自豪的。



纸业

这是北京协茂纸业有限公司的广告，有红色的剪纸图案和高级透明的暗花纸及白纸、剪纸和普通纸，有当然的联系又具有民族特色。“壹品设计”四个字，表达了该公司提供纸业的服务是全方位的。





本色茶

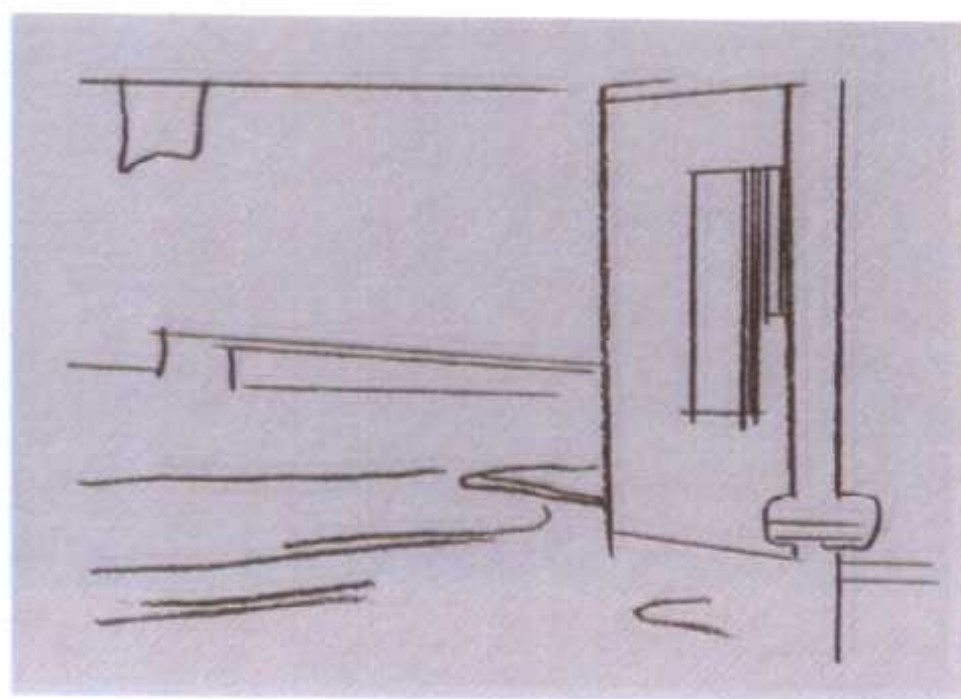
本色茶广告是以一个时髦的女郎为主要画面，她戴着一顶精致的黑色线帽和一条特殊的围巾。这个围巾的造型是一个漂亮的茶杯，手拿着茶杯，含蓄地暗示大家喝茶可以使人身体健康和容颜美丽。





后现代城

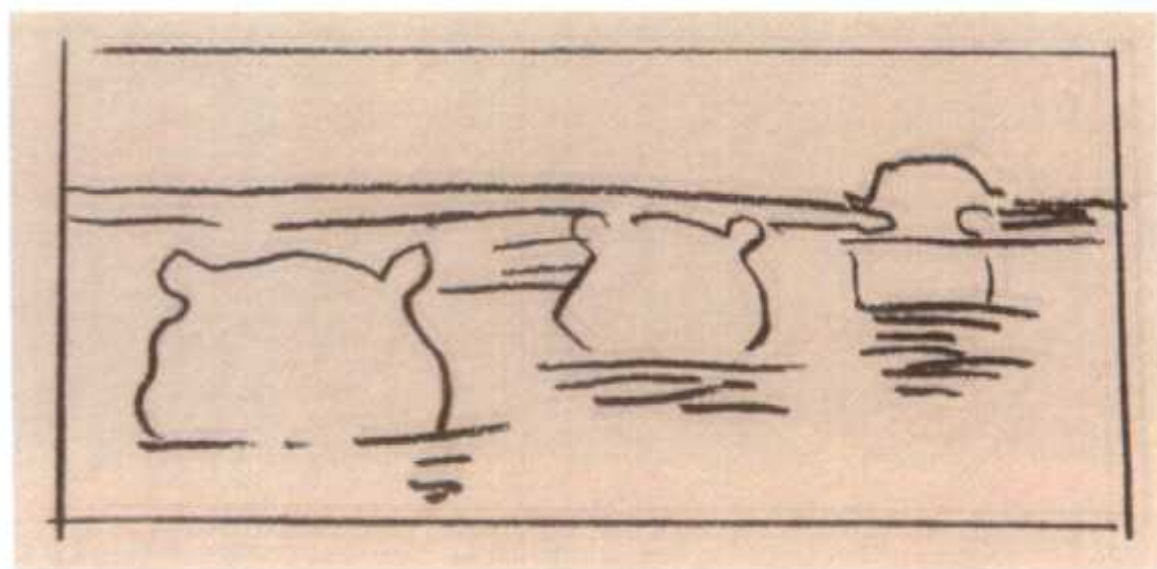
这是惟一选择的房地产的广告，映入眼帘的是运用文字来说明的广告牌，上面醒目地写道：后现代城就在现代城的后面。用这种幽默而又实在的语言道出商品房的位置，并有简单的地图和联系的电话号码。其所要传达的信息一目了然。





陆虎汽车

陆虎汽车河马篇为2002年度英国十佳海报广告奖的最佳单张海报的金奖，这是一个真正出色的广告，强有力的构想，河马头部露出水面的外形和陆虎汽车的外形成相似形，在视觉上相映成趣，令人难忘的表现和形象的同一性完美结合。

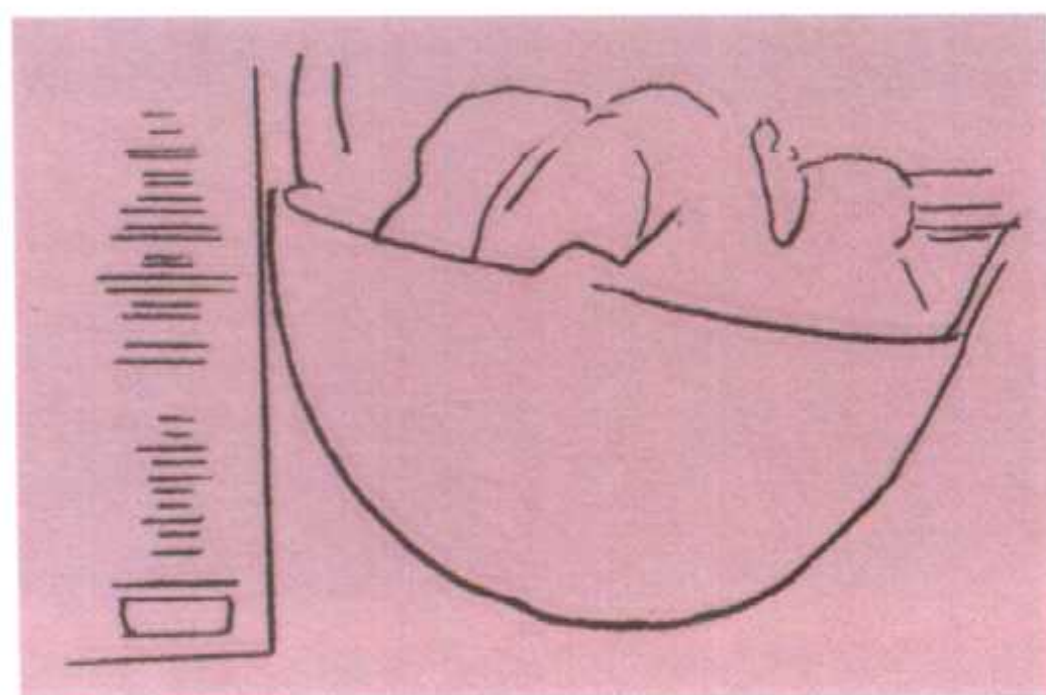


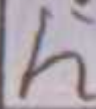




橱柜

这是美国威斯广告公司为斯麦克厨具所做的平面广告。一个大大的不锈钢汤勺，里面盛着各种海鲜，钢勺中反射出整个现代化厨房的气派、整洁、精致和完善，起到了以小见大的效果。





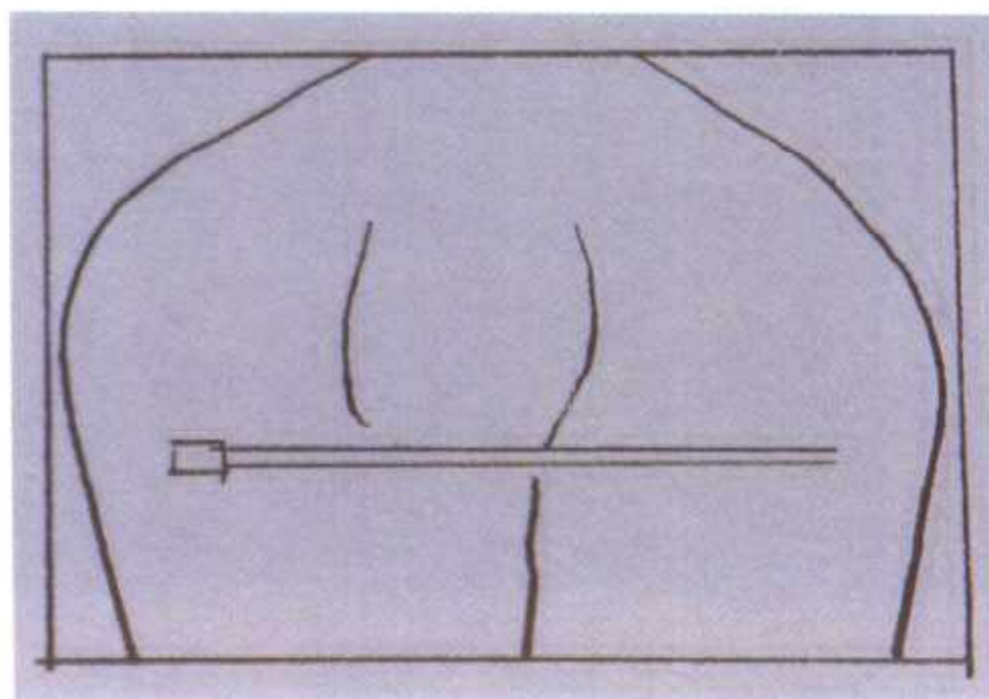
Levi's 牛仔裤

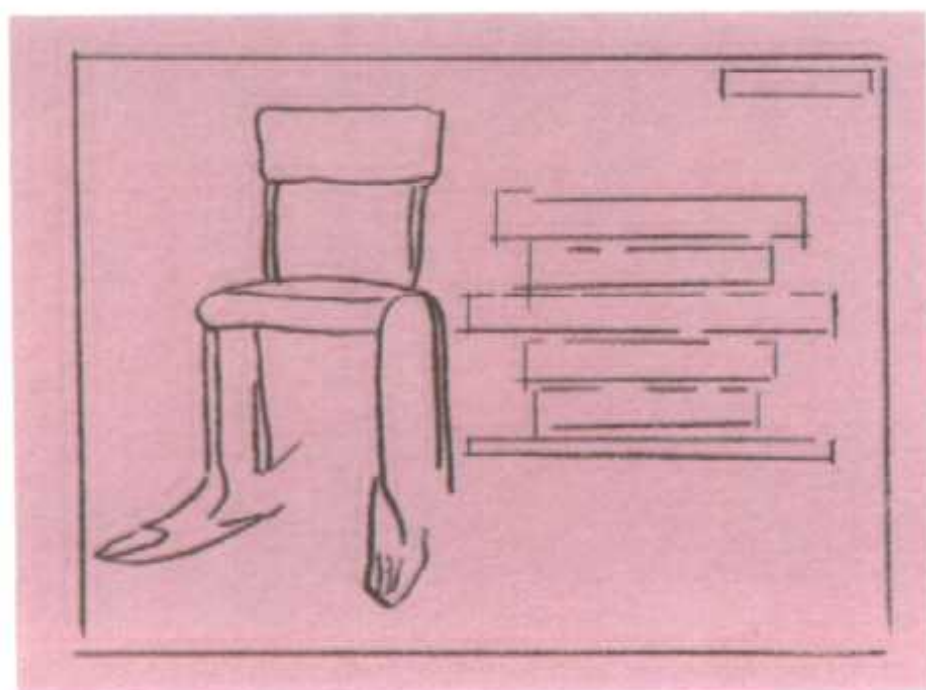
该广告是BBH广告公司为“LEVI'S”牛仔裤扩展市场,抓住年轻女性消费群体而做的一系列广告。创意以男女合穿一条牛仔裤来告诉受众,此牛仔裤男女可穿,且在女性身上一样舒适、性感无比。画面构图非常完美,情调幽雅。



卫生纸

这是一个卫生纸的广告。画面上是一个正对着的大象臀部，不要以为是为了给大象擦屁股，而是这种卫生纸添加了特殊的有机材料，对皮肤起到一定的防皱的功能。大象皮肤非常多皱褶，突出显示这种卫生纸的特色。





鞋

女式的皮鞋穿在椅子的两条前“腿”上，荒诞的形象使人思索，这种奇怪的结合也是现代艺术的一种表现手法，用在广告上是引人注目的手段。同时说明品牌和突出的优点。

