

OVERVIEW OF POSTER DESIGN

招贴广告概述





STOP
HUMAN
TRAFFICKING



什么是广告？

- 是指商品经营者或者服务机构承担相应费用，通过一定媒介和形式直接或间接地介绍自己所推销的商品或者所提供的服务的商业广告。

——《中华人民共和国广告法》

- 1、“广告是以付费的方式，通过一定的媒介，向一定的人，传达一定的信息，以期达到一定目的的有责任的传播活动。”

——《现代广告专业知识》

- 2、“有偿的、有责任的传播活动叫广告。”

——国内广告界人士意见的基础上确定

- 3、“广告是由可识别的倡议者用公开付费的方式对产品或服务或某项行为的设想，进行的非人员性的介绍。”

——美国市场学会为广告定义

- 4、“广告是由法人或个人向多数对象传播信息的活动。”

——日本《广告小辞典》

什么是广告？



是传播信息的手段 广告的内容是宣传商品

什么是广告？

Theodore Melfi

周迅

Lawrence Sher

“用巧妙的方式告诉别人：这东西值得注意！”。

它像一座桥梁，把产品、服务或理念“翻译”成人们能听懂、感兴趣的信息，最终影响人的选择或行动。

以 iPhone 11 Pro 拍摄

苹果影片 ©

看看新设备的故事 ©

中文名称“招贴”二字按其字义解释，

“招”是招引注意，“贴”是张贴，即“为招引注意而进行张贴”。

一种展示形式，展示于公共场所的告示或张贴于墙面、木板的印刷广告。又称海报或宣传画。



英文：
招贴的英文为 poster 。
词根 “post” 有木柱的
的含义， 因此poster意为
张贴在柱子上的告示。

招贴的目的是：为了引人注目。

招贴的方式是：公开张贴，分布于各处街道、影院、商业区、公交站、楼顶、路边等地。

招贴户外广告

一种贴在户外公共场所的印刷广告，通常运用大幅纸张、布料、塑料材质制成。内容简洁醒目，目的快速让人注意传递信息。

当今的内涵

在当今时代，虽然广播、电视、多媒体移动端等方式多种多样，但是招贴设计独有的大尺寸的画面、**强烈的视觉冲击力**、卓越的创意构思，形成了一种具有可复制性和可传播性，以图形、文字、色彩、动态开式等手段传递信息的独特的设计方式。





图片来源: Veer图库 www.veer.com

视觉强烈
强烈的视觉冲击

创意新奇

图形创意的新奇趣味





图1

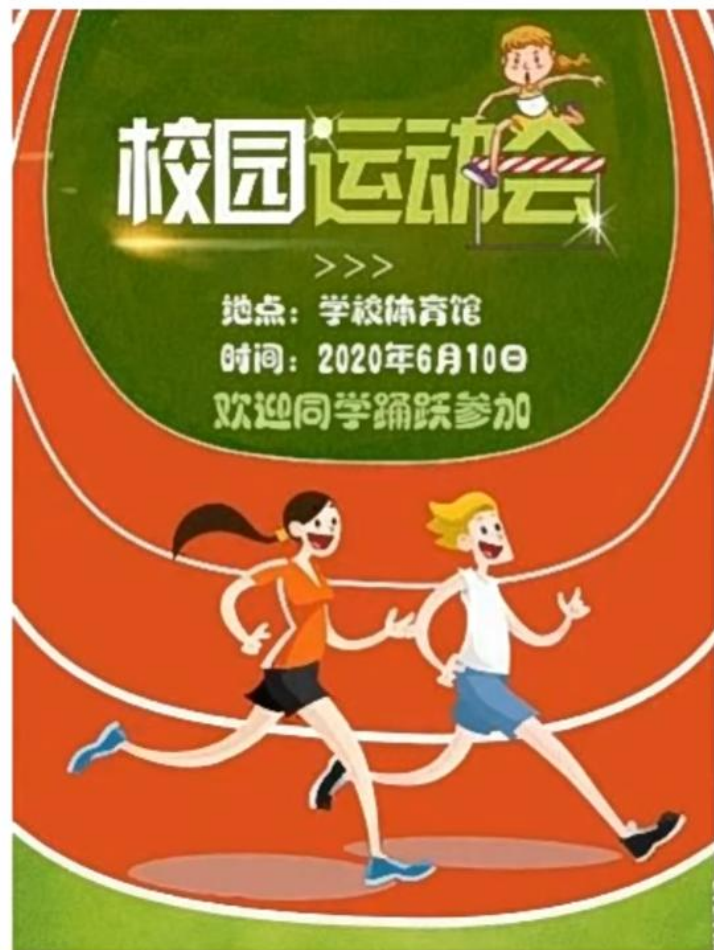


图2



招贴画三要素



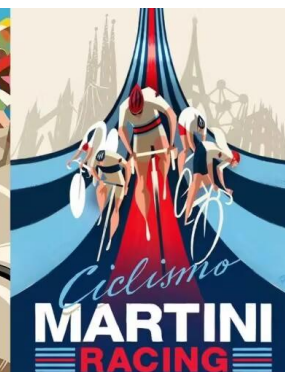
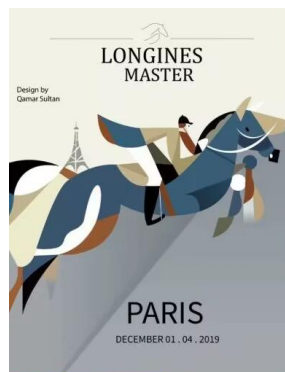
色彩



图形



文字



招贴的起源：世上最早的招贴是埃及的一张寻人文字广告。

20x25cm,内容是追捕一个逃跑的奴隶，广告主以金币酬赏，这张3000年前写在“沙草纸上的招贴，现存英国伦敦博物馆。



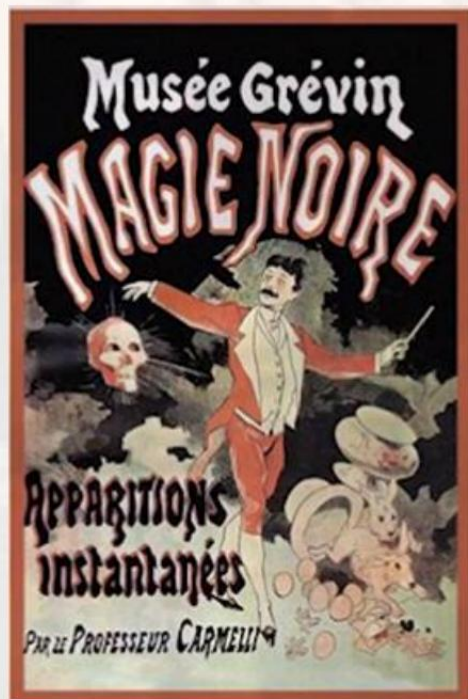
招贴的起源:

中国最早的印刷招贴出现于宋朝（11世纪），山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告，画面图文结合，通过雕刻铜板印工艺完成，是世上最早的印刷广告，比英国的印刷广告早400左右,现存于中国历史博物馆。

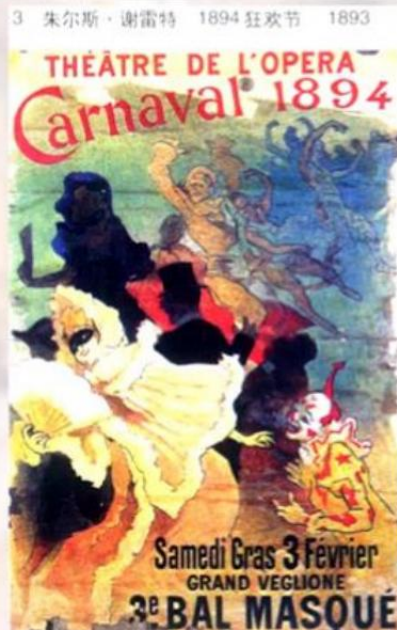
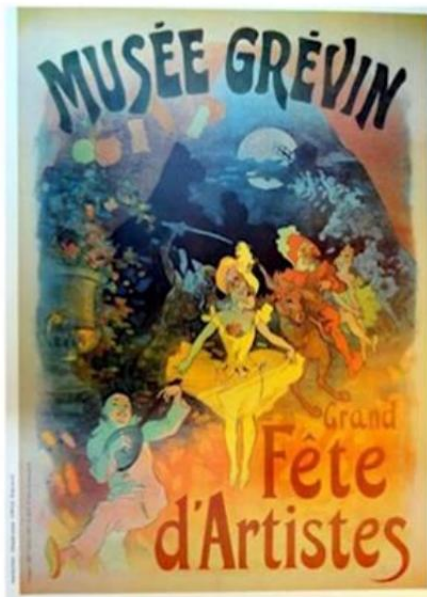
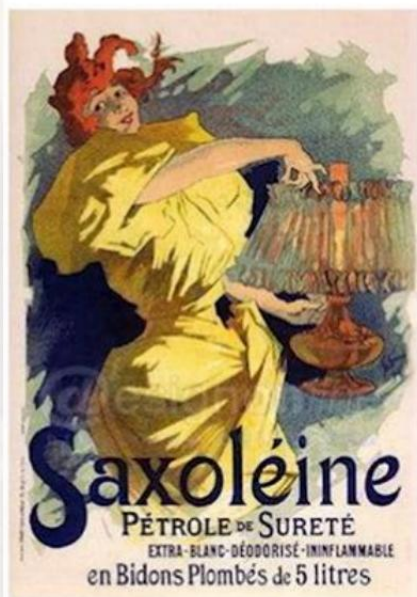


现代招贴的产生

进入19世纪，欧洲的产业革命引发了一系列的发明创造，使印刷的材料和制作成本都大大的降低了。招贴设计也从最初的原始状态也进入了一个快速发展的时期。

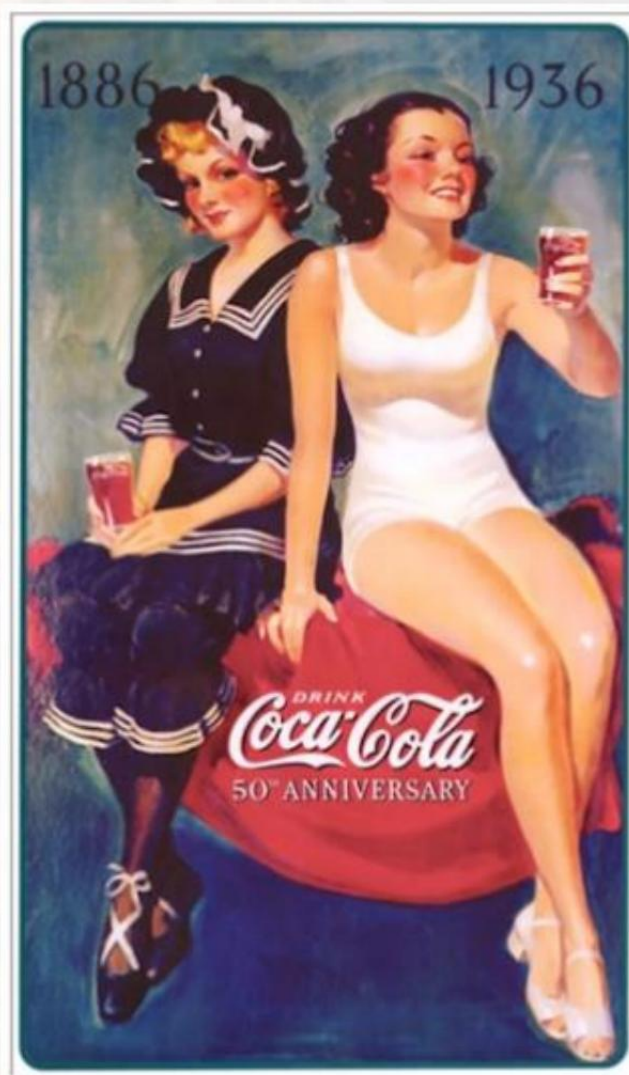


朱利斯 · 谢雷特的海报设计作品



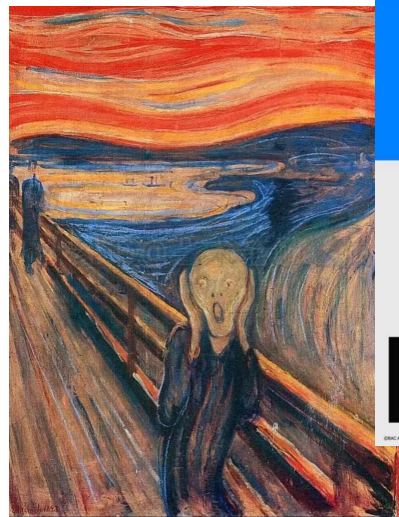
随着商业经济的发展，产品的日趋丰富。卖方市场慢慢的转化为 买方市场。在没有电视等其他媒体的 时代，海报作为一个广告的代表 形式，成为重要的推 销手段，也成为市场营销组合中的有机的一环。

现代招贴成为了现代市场营销战略的一部分，其 明确的观念首先 来自美国。二战后，慢慢发展到欧洲 日本等其他经济发达国家。



招贴设计的艺术性表达

在招贴与商品经济结合日益紧密的同时，另一方面，因其兼具绘画与设计的特点，招贴也吸引了不同流派艺术家的参与创作、表达观点，将现代的艺术形式如：构成主义、表现主义、超现实主义、包豪斯、瑞士国际平面设计主义等融入招贴设计中，从而提升了招贴设计的艺术性表达。



在此其中，波兰招贴以其独特的艺术风格享誉世界。短短不到100年的招贴设计史，波兰诞生了无数大师级的人物。招贴逐渐成为波兰最为响亮的名片，并受到政府的重视。



波兰华沙国际海报双年展



墨西哥国际海报双年展



日本富山国际海报三年展



美国科罗拉多国际海报双年展



芬兰拉赫蒂国际海报三年展



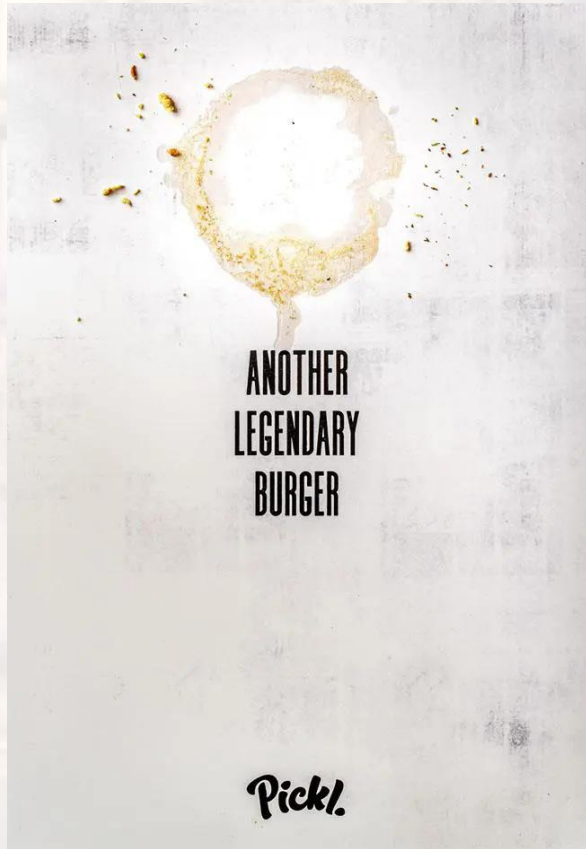
招贴设计的当代表现进入21世纪，互联网技术及移动终端的发展及普及，传统的招贴设计在满足信息传达的同时，也在不断更新艺术表现手法。

招贴从主题上看可以分为下列几类：

1. 商业招贴
2. 公益招贴
3. 主题创作(文体活动) 招贴

商业招贴广告

以达到经济效益为目的的招贴形式。设计师通过招贴设计来宣传产品特征，吸引潜在消费者的注意 激发兴趣，最终达成销售的目的。通常为商品的宣传、促销等。



公益招贴

公益招贴主要用于政治公益（比如：政府的方针政策、行动纲领 法律等）、以及社会公益（环境保护、社会公德、交通安全、禁烟 禁毒、保护妇女儿童权益等）。

由于人们对于自我意识及环境问题的不断重视，公益招贴越来越成为招贴设计中不可忽视的重要门类。

巴西女性帮助中心
反家暴宣传海报
生与死



A DIFERENÇA ENTRE A VIDA
E A MORTE PODE SER UMA LIGAÇÃO.
VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER.
DENUNCIE.



使用环保车辆 在世界留下你的踪迹

LEAVE YOUR TRACE IN THE WORLD

Use eco-friendly vehicle to restore natural ecosystem.

/mpulse

主题创作(文体活动)招贴

不以营利为目的，推广文化、科技、教育、艺术、体育、新闻出版等活动，如各类展览，各类文化活动，各类竞技赛事等。





中国大学生好创意

**创意
我闪耀**
i Create i Shine



作品征集
2018/4-6

作品評審
2018/7-8

作品公開
2018/9

2018/11

2018第十届全国大学生广告艺术大赛



主办：中国高等教育学会

教育部高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会

组织：全国大学生广告艺术大赛组委会组织

承办：中国传媒大学、大广赛文化传播（北京）有限公司 战略合作伙伴：中国商务广告协会 中国网络视听节目服务协会 北京知萌咨询有限公司

CCTV CCTV 央视国际网 搜狐视频 优酷网 爱奇艺 腾讯视频 乐视TV 哔哩哔哩 央视网 中国网络电视台
















中国大学生好创意

2019第十一届
全国大学生
广告艺术大赛
创意我飞跃

4-2019
作品征集

7-8
2019
作品评审

2019
作品公示

2019
颁奖典礼

举办：全国大学生广告艺术大赛组委会
中国传媒大学
大广赛文化传媒（北京）有限公司

品牌合作媒体：爱奇艺、
特约媒体合作网站：搜狐新闻、
特约媒体合作网站：优酷、
独家社交媒体支持：微博、
特约设计媒体平台：花瓣网、
特约专业网站支持：中国广告、
央视国际媒体平台支持、央视网、
独家新闻渠道合作单位：中国、
国家宏观经济媒体支持、山

战略合作伙伴：中国商务广告协会
 中国网络视听节目服务协会
 规划宣现场决策支持：温州市瓯海区人民政府

教育网络支持、中国教育电视台
作品播出国家支持、高等教育出版社
校园网技术支持、网络场
大广赛全程图片支持、全景图片网
网研技术支持、问事网

2019 THE 11TH

NATIONAL ADVERTISING
ART DESIGN
COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

Gubei water town



旅游胜地

无数文人诗意栖居的理想之所人人尽说江南
好游人只合江南老春水碧于天划船所听眠

无数文人诗意栖居的理想之所人人尽说江南好游人只合

江南老春水碧于天划船所听眠

翘角的屋檐 • 青石的小路 • 幽深的巷子

9.30
全国上映

编剧 / 严歌苓
A FENGXIAOGANG FILM
冯小刚 电影作品

芳华
YOUTH



M

H.BROTHERS

爱奇艺影业

爱奇艺影业

爱奇艺影业

爱奇艺影业

爱奇艺影业

爱奇艺影业

1. 大尺寸画面

传统的招贴设计的分布范围比较广泛，主要是在公共活动空间，比如城市中心区域的大型广告牌，广告立柱，广告橱窗，文化娱乐场所，商场内外以及各类交通工具的候车厅等。这种性质决定了招贴设计必须以大尺寸的画面进行传播。



随着多媒体的发展，招贴在个人电脑和个人移动端的应用也非常广泛，虽然尺寸方面有所限制，但是以满屏的视觉效果来锁住人们视线，并利用动态、音效等多种形式的现代招贴设计，依然起到了大尺寸、强有力的传播效果。



2. 强烈的视觉冲击力

图形简洁、明确的将麦当劳薯条的形象类比为圣诞树的形象。背景设置为深蓝色，突出了主体物的红、黄色调，对比鲜明，起到了强烈的视觉效果。

麦当劳的圣诞创意招贴

3. 深刻的创意思维

创意是招贴设计的灵魂。创意能够用一种深刻的表达方式，反应招贴设计想要表达的思想内涵，加深受众的印象，引发受众进行思考，从而更好的达到传播信息的目的。



The Pan-Pacific Committee for Environmental Poster Design Exhibition 1998

作品表现全球气温上升，企鹅甚至热的已经脱下了自己黑色的皮毛。通过“热到极致”的创意理念，深刻的反映了全球气温上升对动物造成的严重危害，使观者印象深刻。

日本设计大师U.G.佐藤的环保招贴

4. 极具形式感的画面效果

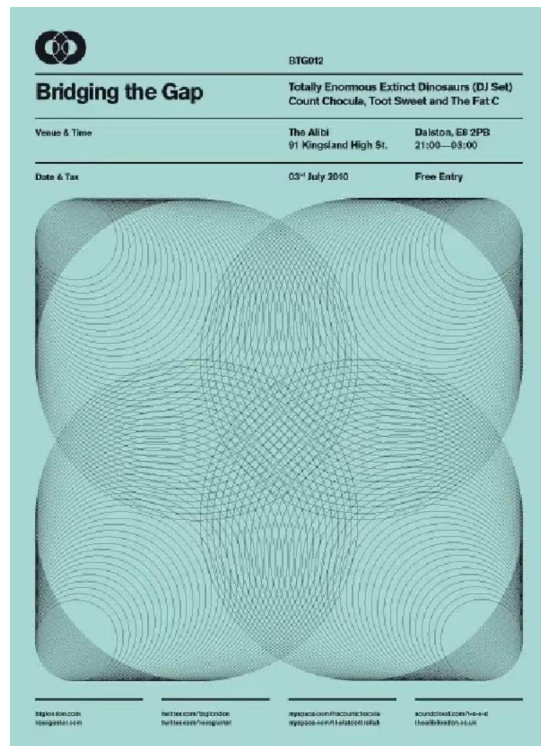
图形、文字和色彩以及它们之间的编排、动态效果是招贴设计的主要元素。因此，当我们在设计的时候，应该有效的调动招贴设计的元素，形成具有形式感的画面效果，吸引观者的注意。



作品采用线性的构图方式，将多彩的拖鞋元素组成由中心点向外放射的线状发射效果，非常具有视觉张力，令受众过目不忘。

5. 形式美感

形式美感是招贴设计最动人之处，招贴之所以 被称之为艺术作品，就是因为它所具有的美的力量。



课内外作业：

- 1.作业：从国内外的设计网站上，收集不少于50张招贴广告案例便于交流与互动。
- 2.课后作业：根据讲授的招贴广告的分类，对10张招贴广告案例进行图形、色彩、文字的分析，熟悉其共性特征及个性表达。