

第1章 绪 论

本章要点：

- 1.了解广告历史及演变过程
- 2.掌握广告的分类
- 3.理解广告设计的四大要素
- 4.了解平面广告设计软件及如何学习这些软件
- 5.了解平面广告设计流程

广告是一种信息输出，广告发布人通过广告媒介向信息接收者传输产品（广义上的产品，包括物理产品和服务产品）信息，广告的字面意思是广而告之，广告发布者希望接收信息的人越多越好，因为这样产品的影响面将会很大。从上面的定义中也可看出广告的四大要素包括广告发布人、接收广告人群、广告发布的媒介及广告内容，这四个元素缺一不可。

1.1 广告的历史及演变

1.1.1 中国广告的发展史

当人类社会存在产品交换时代开始，就出现了产品介绍、产品推介等原始广告活动，随着人类社会的不断发展，社会上的产品服务也越来越多，广告发展也日益旺盛，广告活动的形式及发布的媒介也不断发展变化，依据广告发展的特点及中国历史发展，可把中国的广告发展划分为三个阶段：古代广告、近代广告及现代广告。

汉代郑玄在《周记·地官·司市》注解中说“通物曰商，居卖物曰贾”，“商”指流动交易的行商，“贾”指定点交易的坐贾，两者是古代商业的两种基本形态，与这相适应的两种广告有市声和招幌。市声是采用口头叫卖，借助押韵语言或乐器伴奏来吸引顾客的关注。招幌是招牌和幌子的全称，招牌是指店铺户外标志，包括店铺名称、字号等牌、匾、额及壁等。幌子是一种放置在店铺外显眼位置的旗子。

我国古代隋唐时期，商品经济快速发展，广告也得到很大的发展，广告类型增加，广告载体更加丰富，应用范围更加广泛，广告的艺术水平也更加高超。在唐代，僧侣把需要售出的商品名目串联起来形成唱词并用动听的声音唱出来以招徕顾客，这种说唱广告形式基本上与多种演出形式融合为一体的表演广告在唐代很流行。

世界上最早的印刷广告是北宋白兔捣药图（见图 1-1），由于在宋代出现了活字印刷术，印刷广告的历史也由此展开。另外宋代商品交易持续兴盛，广告水平整体提高，进入成熟期。



图 1-1 白兔捣药图印刷广告

商贩有时为了推销商品，在吆喝的基础上使用不同的响器增加感染力，货郎和卖花商贩是叫卖的能手，他们叫卖的词押韵，被编为《货郎儿》《卖花声》和《叫声》等曲牌和词牌。

明代书籍广告出现了书首广告、书尾广告及新书预告广告等新形式。书首广告主要用于促销图书，开创了广告的先河。但明代时期广告的进展主要在于对联广告，它是运用对联文体格式创作合仄押韵的广告词以吸引顾客，丰富和完善了中国古代广告的种类。

清代形成了各地区富有的特色区域经济，造就了具有地方特色和文化特色的中国古代广告。其中，北京地区广告内容形式和制作技巧都非常讲究，招牌和幌子发展到了极致。市声广告中的叫声词篇幅较长，流畅壮观，对联广告完善，在不同行业已经形成固定的广告语，并有达官贵

人题写招牌、撰写商业对联。

中国的近现代时期（1840—1949）的广告是从近代印刷技术的发展和报纸的产生开始的，此时报刊广告开始兴盛，其中的代表中，一类是教会报纸《察世俗每月统纪传》，一类是商业报纸《广州记录报》（英文商报）、《遐迩贯珍》及《申报》（中文）。随后出现了月份牌和日历等形式的印刷广告，这类广告注重美的图画和设计来吸引人。

1923年1月23日，中国第一座广播电台在上海开播，广播广告开始出现，霓虹灯广告在20世纪三四十年代的上海已经相当普遍，交通广告及橱窗广告也迅速得到了发展。

新中国成立后到十一届三中全会，中国广告发展迟缓，广告几近销声匿迹，广告业务处于低谷。1979年年初，《天津日报》中第一次出现了蓝天牙膏，《文汇报》也第一次出现了雷达表的外商广告。另外20世纪70～80年代，广播电视上开始出现广告，这时期中国广告营业额总量为700万元，随后以40%的幅度上升，到了90年代，中央电视台广告实行招标，表现疯狂，做广告的业主也得到了丰厚的回报，如今广告已经进入中国百姓的日常生活，并越来越对人们的购买行为、生活方式产生较大的影响。广告也开始注重感性与理性的结合，注重运用策略，如选择媒体、优选发布时间等，但一些广告缺少真实性、缺乏创意和忽视广告效果的评估等问题需要尽快解决。

总的来说，中国古代商品广告起源于旧石器晚期，于夏商周至春秋战国奠定了招幌、市声等基本形式，在秦汉至隋唐经历曲折发展后到宋代得到了整体提升，元明清时期趋完备。其发展特点是商品广告是商家促进商品销售而采用的自发性宣传行为，广告主与广告发布者多为同一主体，且具有涉及行业越来越广的趋势。

1.1.2 国外广告的发展史

古代广告的发生和发展于古希腊时期城邦国家之间。当时以经商和航海著称的地中海沿岸各民族创建了人类历史“最原始的广告”。近代广告是在西方工业革命之后所爆发的大规

模殖民运动时期从英国开始的。

依据各个历史时期的广告技术水平，可以把国外广告业发展大致分为以下四个时期。

第一个时期：从广告产生至公元1450年，德国人古登堡发明金属活字印刷前，为原始广告期。这一时期以口头叫卖为主要传播媒介，逐渐向文字商标转变。

第二个时期：1450年—1850年，世界广告孕育期，金属活字印刷发明后，为印刷广告的发展提供了条件，开创了广告新纪元。早在1610年，英国就出现了世界上最早的广告代理店，1622年，第一份英文报纸《第日新闻》在伦敦出版，出现了报纸广告。

第三个时期：1850年—1920年，是世界近代广告向现代广告的过渡期，由于新技术的广泛应用，世界广告成多样化发展趋势，世界广告中心从英国移向了美国。这时期，美国费城成立了第一家广告公司，广告业务逐渐形成一个行业。1869年，费城爱益父子公司成立了第一家具有现代意义的广告公司。

第四个时期：从1920年以后至今，世界广告进入了划时代的发展阶段。1920年11月2日，第一家正式注册营运的美国西屋电器公司开办了KDKA广播电台，以报道美国总统竞选开始了电台商业广告的经营。1922年WEAF商业广告广播。

1.2 平面广告的分类

1.2.1 根据传播媒介分类

1. 杂志广告

以比较流行杂志为载体，在杂志上的封面，封里，内页上加载广告图片及广告文字内容。广告大小一般尺寸为8K、16K、32K。对于杂志广告，是平面广告之中比较好制作的。此类广告一般特点是具有专业性。

2. 报纸广告

以传统的报纸为媒体，在报纸上刊登适宜大小的文字或文字加图片形式的广告，此类广告一般适合于展销、展览、劳务、庆祝、航运、通知等，有区域特色，具有读者面广，层次多等特点。

3. 书籍广告

书籍广告内容主要包括函套、护封、封面、环衬、扉页、内页等。其中内容包含：目录、版权页、页码和书眉、版式设计、内页插图。另外要注意书籍的准确定位，例如古典书籍设计应简洁、大气、庄重、典雅，加强书卷气；文艺书籍设计应富于变化，多样性强；理论专著设计应层次分明、有严谨的秩序感；计算机图书设计应实用性、针对性，体现出科技感、现代感等等。

4. 海报

海报设计的特点是画面大、远视效果强、艺术性高。其内容可分为：文化类、公益类、

商品类。设计要求为注重设计三要素、新颖创意、文字简洁、鲜明。

5. 包装设计

包装设计从不同的角度有不同的分类,以形态分为:包装、内包装、外包装三种。以材料分为纸、纸箱、木箱、陶瓷、玻璃容器、塑料膜、布袋、金属、天然材料等包装。以设计角度分为工业包装和商业包装。包装形式分为密封式、抽屉式、手提式、手提袋。

6. 宣传卡设计

宣传卡设计(邮件广告、直邮广告)具有:针对性、独立性。设计选材:纸张(铜版纸、卡纸、玻璃纸等),开本(32K、24K、16K、8K),折叠:平行折、垂直折。根据宣传卡的用途不同,可以分为三类:宣传卡片(传单、折页、明信片、贺年卡、企业介绍卡、推销信等)用于提示、活动介绍、企业宣传等;样本(各种册子、产品目录、企业刊物、画册等)用于展示产品;内容(前言、厂长或经理致辞、各部门介绍、各种产品介绍、成果介绍、未来展望和介绍服务等)。

1.2.2 根据广告的目的和性质分类

1. 产品广告

产品广告指向消费者介绍产品的特性,直接推销产品,目的是打开销路、提高市场占有率的广告。

2. 公共关系广告

公共关系广告指以树立组织良好社会形象为目的,使社会公众对组织增加信心,以树立组织声誉的广告。

1.2.3 根据广告内容分类

1. 商业广告

商业广告是广告中最常见的形式,是广告学理论研究的重点对象。商业广告以推销商品为目的,是向消费者提供商品信息为主的广告。

2. 文化广告

以传播科学、文化、教育、体育、新闻出版等为内容的广告。

3. 社会广告

社会广告指提供社会服务的广告。例如:社会福利、医疗保健、社会保险以及征婚、寻人、挂失、招聘工作、住房调换等。

4. 政府公告

政府公告指政府部门发布的公告,也具有广告的作用。例如:公安、交通、法院、财政、

税务、工商、卫生等部门发布的公告性信息。

1.3 平面广告的要害

1.3.1 色彩

色彩是眼睛受光刺激所引起的感觉。它存在于生活中的每一个角落，也是我们每天会使用的生活语言。色彩在平面广告作品中有一种快速传达理念以及想法的作用。尤其是户外平面广告由于受周围环境的影响，分散注意力的因素很多，色彩鲜明的平面广告是能够与公众以及消费者的心理反应密切相关的。如红色、橙色、黄色能给人以甜、酸、温热的感觉，一般用于像小食品、暖色系服装或儿童日用品等。其次像蓝色、紫色、墨绿色等颜色能给人以苦涩、干辣、坚硬的感觉，故此类颜色更多会用在酱菜、茶叶、药品、五金类产品等平面广告的设计上。

1.3.2 图形

图形可以理解为除了摄影以外的图和形，它具有直观、可信、生动、鲜明、通用、形象传播准确等特性。图形能够吸引受众的注意力，激发其阅读兴趣，它给人的视觉印象有时甚至超过文字。图形做得好坏也是平面广告中检验设计者创作立意和视角是否独特的重要标准。图形可分为具象图形、抽象图形和装饰图形。在广告设计中运用图形时要注意以下两个方面：

- 图形要简练，数量不宜多。
- 单个图形要突出重点。

1.3.3 文字

平面广告中的文字能起到画龙点睛的作用。好的文字的点、线、面排列和布局能够为平面广告增色，也是成功的平面广告不可缺少的一部分。广告中的文字可以起到说明、指引及画龙点睛的作用，比如，已辞世的香港广告才子朱家鼎为铁达时手表创作的经典作品：不在乎天长地久，只在乎曾经拥有。让人们在体验手表精准、高贵品质的同时，也通过朗朗上口的广告文字给人一种浪漫真挚的情怀。

1.3.4 版式

在平面广告设计中，版面的编排是很重要的。所谓版式设计，就是在版面上将有限的视觉元素进行有机地排列整合，它使各种视觉要素和谐地出现在同一个版面上互相衬托、互相呼应，把广告内容强有力地传达给受众，引起受众的兴趣和注意，达到销售商品或建立知名度的目的。这就好比一个厨师，在他的面前已经准备好所有的原料，只有通过他的精心烹制

才能做出色香味俱全的菜品。版面设计本身并不是目的，设计是为了将信息更好地传播给客户的手段。设计师若自我陶醉在个人风格以及与主题不相符的字体、颜色当中，就往往会造成设计平庸或设计失败。

在编排平面广告版式时要注意让广告版式简洁生动，目的直观；简约不简单，注意留白，考虑装饰性；主次分明，突出主题，有独创性。

1.4 平面广告设计软件介绍

PhotoShop 是常见的图像处理软件，也是目前市场上平面广告设计的主流软件，是设计者学习平面广告设计必须熟练掌握的软件。它具备图像扫描、编辑修改、图像制作及广告创意的功能，集图像输入功能和输出功能于一体，是众多电脑工作者，平面设计者以及美术工作者的好工具软件。CorelDRAW 一般做矢量图时才用到，比如做平面广告中的 logo，另外在做广告版式的排版也可以用这个软件。Illustrator 相对矢量专业性更强，界面更美观；CorelDRAW 的功能更全面，其实功能都是很强大的。

1.5 如何学习平面设计

要想学好平面设计软件，读者首先必须对平面设计发生兴趣，是从心里真心想学的，而不是单纯地为了找一份工作。另外学习的过程是艰苦的，在有兴趣的基础上，才能更主动地去学，并在以后的工作中体会出工作的乐趣。学好软件的基本工具，这就比如树的根基，只有根基够稳，才能长得越茂盛。这个过程是很枯燥的，但是却是必须要熟练掌握的。懂得各个工作的用途、怎样操作以及各个工具之间的结合使用。

在会的基础上，才能谈设计。多模仿别人的作品。基础懂了之后，要多加练习，学习别人的作品，并照做。这是个积累的过程。多学多练才会进步，这就到了第二层进阶。要做到，一看到别人的作品，就能知道用了哪些工具，它是怎么样做出来的。

模仿不是关键，更深的层次是创新，要有自己的创新，不能永远照搬别人的，那样永远进步不了。要有自己的思想，自己的设计风格，自己的构思。另外，真正的设计要有一位好的老师，这个老师不见得一定是人，也可以是网上的视频，也可能书，还可能是学校。要学习他的实战经验，学习怎样做别人需要的设计，比如用于商业用途的广告怎么表现主题，又比如人物怎么修饰更完美。

要培养自己的设计灵感，这个灵感不是与生俱来的，而是通过不断学习积累起来的。可以在平时收藏一些优秀的作品、一些喜欢的素材，保存在一个文件夹里，积少成多，平时多翻看，就会得到启发，产生灵感。

1.6 平面广告的设计流程

首先要定位广告设计的五要素，即广告文案（标语、正文、口号）、图形、色彩、商家信息（商

标、地址、电话等)、意境,这五个元素缺一不可。完成上述工作后,下一步就是开始设计与制作了,如果制作出来的广告达不到预期的效果,用户不满意只能淘汰。在设计时要做好色彩的搭配,确定主色调,一个好的广告作品在颜色搭配上可以让观众眼前一亮。当然好的意境在广告制作中的表现将是把人带入升华阶段。

平面广告的设计流程主要包括以下几个方面:

- 接受广告设计任务。
- 根据战略确定广告主题。
- 理解广告主题。
- 领会广告文案、图形、色彩、商家信息及意境。
- 创意构思。
- 制作初稿,客户审定。
- 制作正稿,电脑喷绘。

电子工业出版社版权所有
盗版必究