

<<中国老广告设计>>

图书基本信息

书名：<<中国老广告设计>>

13位ISBN编号：9787502457563

10位ISBN编号：7502457569

出版时间：2011-10

出版时间：冶金工业出版社

作者：王亚非,霍楷 主编

页数：139

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国老广告设计>>

内容概要

《普通高等教育“十二五”规划教材：中国老广告设计》以中国老广告设计的发展进程为纵向线索，以每一时期艺术风格研究为横向线索，着重分析、归纳与总结每一时期中国老广告设计的面貌、选题、形式、特点、表现手法、代表人物及艺术风格等问题，通过综合对比来研究中国老广告设计的艺术价值、商业价值、学术价值和文化价值。

《普通高等教育“十二五”规划教材：中国老广告设计》可作为高等院校艺术设计类、广告设计类专业本科生、硕士生的教学用书，也可供广告设计领域相关设计人员与研究人员阅读参考。

<<中国老广告设计>>

书籍目录

1 中国老广告概况1.1 月份牌广告概念的界定及演绎1.2 月份牌广告出现的时代背景1.2.1 国际背景1.2.2 国内背景1.3 月份牌广告形成的原因1.3.1 经济结构转变1.3.2 政治体制变革1.3.3 中西文化融合1.3.4 思想观念变迁1.3.5 生活方式转变1.3.6 近代艺术教育的影响1.4 月份牌广告的特点1.4.1 表现手法独特1.4.2 题材广泛1.4.3 迎合当时大众美学1.4.4 引领社会时尚1.5 月份牌广告形成的影响因素1.5.1 传统年画的影响1.5.2 中国画手法的影响1.5.3 西洋绘画的影响1.5.4 印刷技术的影响1.5.5 照相技术的影响1.6 月份牌广告的功能和作用1.6.1 商业推广1.6.2 实用性强1.6.3 推动社会进步1.6.4 文化传承与创新2 中国老广告的起源及早期发展2.1 月份牌广告的起源说2.1.1 华英月份牌起源说2.1.2 二十四孝图月份牌起源说2.1.3 沪景开彩图月份牌起源说2.2 清末民初月份牌广告的艺术风格2.2.1 平面装饰画面2.2.2 表现道德礼仪2.2.3 记录生活情节2.2.4 传达象征寓意2.3 清末民初月份牌广告的题材2.3.1 国画题材2.3.2 年画题材2.3.3 神话传说及历史故事题材2.3.4 古装仕女题材2.4 清末民初月份牌广告的形式2.4.1 古典图表式2.4.2 古典绘画式2.5 清末民初月份牌广告的特点2.5.1 民俗性2.5.2 古画风2.5.3 朴实感2.6 清末民初月份牌广告的表现技法2.6.1 平涂技法2.6.2 白描技法2.6.3 装饰技法3 早期洋广告的传入及本土化过程3.1 早期洋广告的入侵3.2 早期洋广告的艺术特点3.2.1 东洋广告的艺术特点3.2.2 西洋广告的艺术特点3.3 早期洋广告的表现技法分析3.3.1 东洋广告的表现技法分析4 20世纪10年代的中国老广告5 20世纪20年代的中国老广告6 20世纪30年代的中国老广告7 抗日战争和解放战争时期的中国老广告8 中国老广告画法研究9 中国老广告名家

章节摘录

版权页：插图：关于擦炭精粉刻画月份牌女性的头部，《上海月份牌年画技法》中有这样的记载：“用尖细的铅笔把轮廓仔细地修正之后，就可以动手擦炭精粉了，画面上可覆一张白纸，只留出要擦的部分以保持画面整洁。

擦炭精粉的程序是从细部入手，局部解决，而且要利用擦笔尚新尚尖之时，先擦眼睛、鼻孔等部分，擦好眼睛后，再从五官及面颊、额部的明暗交界线擦起，再擦额部、面颊的块面以及头颈、头发等部位。

”由此可见，头像擦炭精粉这一步骤是一个精益求精的过程，虽然和素描有异曲同工之处，但是过程不尽相同。

头像擦炭精粉，要求月份牌画家们注意面部的立体感、轮廓、结构和质感的控制；炭精粉的薄厚要恰到好处，要与以后着色时的肤色润泽效果相融合；炭精粉要均匀细腻、过渡柔和，这些基础性工作将为着色奠定决定性的基础。

8.2.1.3 头像的着色月份牌女性头像的着色是深入表现的关键。

月份牌画家们习惯一只手内拿两支笔，一支用来上色彩，另一支为清水笔，在着色后将色彩边缘拖匀吸净，避免斑痕，因此，吸和染的技法表现是极为常见的，这与国画中的晕染技法相一致。

一般来说，不同的面部部位表现不同，眼睛的处理注重生动、透明表现，彰显含情脉脉的灵动效果，富于神采；眉毛一般画得含混一些，要有轻重变化；眼皮采用红润的肉色较多；鼻头要有油脂的光亮感，鼻孔则为暗红色而非黑色；嘴唇红润，但其轮廓需轻柔变化而非死板；牙齿采用极淡的暖色，使之洁白如玉；头发要表现出结构感和明暗感，纹理清晰，额前和鬓边的秀发松散轻拂、松紧结合，头发与面部相接之处应具有柔和的层次感，过渡自然、柔和。

图8-1所示为金梅生的中国华成烟公司月份牌，图8-2所示为杭稚英的无广告类月份牌。

<<中国老广告设计>>

编辑推荐

《中国老广告设计》是普通高等教育“十二五”规划教材之一。

<<中国老广告设计>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>