

<<商业插画/实用美工丛书>>

图书基本信息

书名：<<商业插画/实用美工丛书>>

13位ISBN编号：9787531807490

10位ISBN编号：7531807491

出版时间：2000-3-1

出版时间：黑龙江美术出版社

作者：李琼,王柳春

页数：48

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>

## 内容概要

《商业插画》集国内外包装产品、广告招贴、杂志报纸等广告媒体中的精美插图约350余幅。

章节摘录

书摘

## 媒体关注与评论

书评插画又称插图(Illustration),可以说它是一种深受人们喜欢的绘画种类。

通常人们提到插图时,首先联想到的是书籍、杂志上那一幅幅充满文学色彩与浪漫气息的插画作品,而往往忽视了商品包装与商品广告中的那些令人欢愉的插画。

所以,为了更好的将在产品中应用的插画作品从插画的大环境中区别出来,人们将“商业”二字冠在了插画前面,突出了其商业性;而书籍、杂志中的插画,则称之为文学插画。

虽然人们对插画进行了细分化,但书籍亦是商品,而某些产品又具有一定的文化性,这种交融是很难细细分解的。

总而言之,无论文学插画还是商业插画,它们都属于视觉传播领域中的一员。

插画是与印刷密不可分的,印刷术发明后,插图也就随其诞生了。

我国现存最早的印刷书籍《金刚经》为唐朝咸通九年,也就是公元868年印制的,其卷首刻有佛祖释迦牟尼佛讲法图,刻工精美,印刷清晰,这足以证明当时我国插画绘制印刷水平世界领先。

而现存最早的商业插画印在北宋时期山东济南刘家功夫针铺的一张包装纸上,其上印有“认门前白兔为记”等字样,并印有一个白兔插图表明品牌。

同时,一些古老的商业插画至今我们仍能时常看到,那就是“年画”与“门神”,虽然我国在插画史上有着辉煌的一页,而在漫长封建社会里是被视为“雕虫小技”没有得到发展。

相反,西方国家用我们流传过去的印刷术,在插画的创新完善方面不断的发展,并随着工业革命的兴起,印刷技术的革新,使插画广泛的应用到商业当中。

第二次世界大战之后,西方各国工业高速发展,商品经济更加繁荣,从而更加促进商品视觉传播设计水平的快速提升,同样插画也日益扩大应用范围,表现形式也更加多姿多彩。

当今时代,商业插画表现形式千变万化,各种流派百花齐放,又由于新技术的不断开发与应用,使得商业插画犹如彩虹更加娇艳。

我国当代优秀的文学插图画家很多,但做为专职商业插图画家却是凤毛麟角,很多都是由从事平面设计或视觉传播设计专业的设计师兼做商业插画作者。

由于诸多原因,我国商业插画在一定程度上与国外尚存一些差距,所幸近几年来,国内诸多美术院校广泛开展了商业插画课程,着力培养出一大批精英人材,并在国内经济发达地域开设了多家专业商业插画公司,这标志着中国商业插画更加灿烂、更加辉煌的时刻即将到来。

商业插画的创作单靠工具设备的先进是远远不够的,因为商业插画具有独特的视觉传播力,只有精巧的构思与新奇的创意才能实现商业插画的最终效果。

商业插画是通过商品传播给受众的,它服务于商品,对商品起到美观、说明、广告、宣传、解析等多方面作用。

商业插画可以作为视觉语言,不分地域、不分国界的将信息传给群众,可以和音乐一样有着广泛的共通性;同时它可以激发人们的热情,使受众产生对商品的好感,加深对商品的认知度,这就是插画的趣味性;看到包装与广告上的插画,可以使群众很快从琳琅满目的商品中选择出自己所要购买的产品,在一定程度上起到了品牌与标识的作用,同时也具有一定的产品说明功能,这可以说商业插画具有识别性。

商业插画之所以冠上“商业”二字,那就是它所具有独特的商业性。

商业插画服务于商品,有利于商品的销售,有利于广告宣传的传播,有利于产品包装的美化,有利于消费者对产品的认知。

这些特性构成了商业插画的多元化形象,想要把它变为图形视觉语言传播开来,则要求设计师或专业插图画家,不但要有精采的表现技法,更重要的是具有敏锐的商业观察力、丰富多采的想象力和新颖奇特独出心裁的创造力,通过这些能力才能把更加准确、更加感人的视觉言语传播给受众,才能与受众产生情感沟通,达到最终的商业目标。

本书中精选了一些国内国外的优秀商业插画,它们来源于产品的包装、广告招贴、杂志广告、说明书样本以及产品商标品牌和部分参考书等,我们力求将一些优秀的创意和起凡的表现技法介绍给大家,在这些插画中,我们可以看到各式各样的表现风格,既有写实风格,又有抽象风格、现代主义风格

、儿童卡通漫画式风格等等。

从绘画种类中看有油画、丙烯画、水墨画、水彩画、水粉画、粉笔画、喷绘以及最新的电脑平面绘画和电脑三维立体画等等。

特别是电脑及其辅助设备的应用大大提高了商业插画的制作水平与制作时速，并可以提高制版速度和印刷的质量。

同时电脑三维画在影视广告中的运用，也将商业插画带到了全新的领域，在人类器官五觉中实现了视觉与听觉的享受。

希望随着科学技术的不断发展，真正能使商业插画实现视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉的传播，这虽然看似荒唐，但科学进步的能量是人类无法估量的，也许在不远的将来既会实现，届时商业插画这门艺术将会是多么的流光溢彩。

本书能得以出版，首先要感谢黑龙江美术出版社，感谢责任编辑先生，并感谢为本书做过许多工作的朋友们。

同时也要感谢本书中那些非凡的插图画家们，感谢他们将美带给了我们。

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>