第一图书网, tushu007.com

<<平面广告艺术>>

图书基本信息

书名：<<平面广告艺术>>

13位ISBN编号：9787810190305

10位ISBN编号：781019030X

出版时间：1990-03

出版时间：中国美术学院出版社

作者：季阳

页数：224

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

《平面广告艺术》内容简介：当今世界，国际市场竞争剧烈，广告作为促进销售的手段，如何根据商品的性质、市场的特点、经营的目标，运用不同的策略，选择不同的媒体，采取不同的设计，是一项专门的广告学科。

<<平面广告艺术>>

书籍目录

平面广告的沿革广告程序（一）广告策划(1)市场调研／(2)确定主题／(3)媒体选择／(4)预算和发布日期（二）广告设计(1)撰写文稿／(2)创意插图／(3)广告制作（三）效果测定视觉传达要素（一）图形视觉传达要素(1)插图／(2)商标／(3)商品名／(4)奖徽／(5)轮廓线（二）文稿视觉传达要素(1)标题／(2)说明文／(3)标语／(4)其它（三）色彩视觉传达要素编排设计（一）编排设计的意义（二）编排设计的功能(1)准确传达／(2)强化形象／(3)加深记忆／(4)推动销售／(5)扩大销售（三）编排设计的“三定”(1)定位／(2)定向／(3)定点（四）编排设计的原则(1)创意独特／(2)简明易懂／(3)情感动人／(4)真实可信（五）编排设计的顺序（六）编排设计的法则(1)最佳视域与视觉流程／(2)对比与极限／(3)调和与统一／(4)反复与律动(5)平面美与刻、版结（七）编排设计的类型(1)标题型／(2)标准型／(3)偏心型／（4）文稿型／(5)重叠型／(6)自由型／(7)分散型／(8)逆反型／(9)纵条型／(10)指示型／(11)交叉型／(12)中轴型／(13)纵轴型／(14)字图型／(15)倾斜型／(16圆球型／(17)S字型／(18)满图型／(19)重复型／(20)集锦型印刷工艺与制版稿 凸版印刷（一）凸版印刷的概况(1)凸版印刷的原理／(2)凸版印刷的特征／(3)凸版印刷的局限／(4)凸版印刷的工艺流程（二）凸版制版稿的绘制(1)规矩线／(2)出血线／(3)画中线／(4)阴翻阳和阳翻阴／(5)对称画面画1／2，或左右对翻／（6）放大与缩小／(7)分色线／(8)阴、阳文／(9)保护线／(10)电化铝线／(11)平网线和深浅网线／(12)多色网线／(13)凹凸部分／(14)高光平版印刷（一）平版印刷的概况(1)平版印刷的化学原理／(2)平版印刷的特征／(3)平版印刷的局限／(4)平版印刷的工艺流程（二）平版制版稿的绘制(1)层次淡画面／(2)食品或儿童玩具画面／(3)对称画面／(4)画面用色／(5)产品形象／(6)照片喷绘／(7)画稿喷绘四版印刷(1)凹版印刷的特征／(2)凹版印刷的局限报纸广告设计（一）报纸广告的商业价值（二）报纸广告的特征和局限报纸广告的特征(1)广泛性／(2)快速性／(3)经济性／(4)重复性／(5)信誉性／(6)可读性／(7)方便性／(8)消息性报纸广告的局限……杂志广告设计宣传卡设计宣传卡的局限封面设计内页编排封底设计

章节摘录

版权页：插图：色彩是由色相、明度、彩度三者构成的，均系单色三要素。
色相，指单色的种类：红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等的相貌。
明度，指单色的明暗度。
彩度，指单色色相的鲜艳度或强弱度。
当色彩的色相、明度、彩度出现变动时，就是色彩的对比。
色差大，对比强；色差弱，对比弱；色差恰当，对比也恰当。
平面广告上的色彩，称作设计色彩。
它虽与油画家的用色，在色彩学原理上相仿，但目的迥异。
广告色彩受产品、成本、市场、广告主、消费者、印刷、纸张等各种因素的制约，而油画家则是随心所欲地自我发挥。
广告用色需注意：（A）充分表现产品或企业的个性特征和功能，如化妆品适于中间色，滋补品适于暖色或热色，水果适于黄、橙、红，药品适于白色、冷色、中间色，百贷适于流行色。
（B）表现画面的总体要均衡、照应，表现产品主题要和背景成对比。
（C）适合产品消费市场的审美流。
色彩是丰富的，人们的心理更为丰富。
由色彩引起的感情波澜，与人们的文化、职业、爱好、年龄、性别、城乡、地域、信仰、风俗等紧密相关，因此需要针对性的研究，力求使广告色彩与消费市场合拍，即“入乡随俗”。
如：伊朗的产品不能用蓝色，他们把此色看作悲哀；拉美国家的产品不能用紫色，他们把此色看作死亡；埃及和叙利亚的的产品不能用绿色，因为此色是他们的国色……当今世界，人类对色彩的研究，发展到了建立“国际流行色协会”，我国于1981年二月创立了中国丝绸流行色协会。
作为以视觉传达的平面）"告，理应密切注视流行色（FASHION COLOUR）的趋势，从而使广告色彩积极引导消费、推动生产。

编辑推荐

《平面广告艺术》是由中国美术学院出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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