

# 《中西方百年广告设计艺术（中国分册）》

## 图书基本信息

书名：《中西方百年广告设计艺术（中国分册）》

13位ISBN编号：9787551705171

出版时间：2013-12-1

作者：霍楷

页数：135

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《中西方百年广告设计艺术（中国分册）

## 内容概要

《中西方百年广告设计艺术(中国分册)》研究的主要内容即研究20世纪中国招贴艺术的风格并进行对比分析，寻求关联性和差异性。具体表现为一是以设计事件和历史转型为横断面，研究20世纪中国招贴各个阶段发展的艺术特点；二是以具体人物为着眼点研究招贴发展不同时期的代表画家；三是以代表作、风格流派和跨地域招贴为典型案例来研究不同招贴作品的差异风格；四是以多样化手段为载体分阶段进行研究各时期招贴风格的关联性和差异性。

# 《中西方百年广告设计艺术（中国分病

## 作者简介

霍楷，鲁迅美术学院视觉传达设计系硕士毕业，东北大学艺术学院教师，东北大学艺术学院老师，东三小青年设计百杰称号。

## 书籍目录

### 目录

#### 第1章月份牌广告的起源及发展

##### 1.1月份牌广告的概念及背景

###### 1.1.1月份牌广告的概念

###### 1.1.2月份牌广告的背景

##### 1.2月份牌广告起源说

###### 1.2.1华英月份牌起源说

###### 1.2.2《二十四孝图》起源说

###### 1.2.3《沪景开彩图》起源说

##### 1.3清末民初月份牌广告艺术风格

###### 1.3.1平面装饰画面

###### 1.3.2表现道德礼仪

###### 1.3.3记录生活情节

###### 1.3.4传达象征寓意

##### 1.4清末民初月份牌广告题材

###### 1.4.1国画题材

###### 1.4.2年画题材

###### 1.4.3神话传说及历史故事题材

###### 1.4.4古装仕女题材

##### 1.5清末民初月份牌广告形式

###### 1.5.1古典图表式

###### 1.5.2古典绘画式

##### 1.6清末民初月份牌广告特点

###### 1.6.1民俗性

###### 1.6.2古画风

###### 1.6.3朴实感

##### 1.7清末民初月份牌广告按法

###### 1.7.1平涂技法

###### 1.7.2白描技法

###### 1.7.3装饰技法

#### 第2章早期洋广告的传入及本土化过程

##### 2.1洋广告的入侵

##### 2.2洋广告的艺术特点

###### 2.2.1东洋广告的艺术特点

###### 2.2.2西洋广告的艺术特点

##### 2.3洋老广告的技法分析

###### 2.3.1东洋老广告技法

###### 2.3.2西洋老广告技法

##### 2.4洋广告的本土化

###### 2.4.1洋广告的风格传入

###### 2.4.2洋广告的融合发展

#### 第3章20世纪初老广告的艺术风格

##### 3.120世纪初月份牌广告面貌

###### 3.1.1强化主体面貌

###### 3.1.2强化立体面貌

###### 3.1.3“ 组装嫁接 ” 模式

###### 3.1.4娇柔妩媚形象

- 3.1.5继承吉画遗风
- 3.220世纪初月份牌广告选题
  - 3.2.1历史故事及神话传说
  - 3.2.2简化的古装美女选题
  - 3.2.3风景题材
- 3.320世纪初月份牌广告形式
  - 3.3.1以图为主体形式的确立
  - 3.3.2古今形式的转换
- 3.420世纪初月份牌广告特点
  - 3.4.1边框风格的确立
  - 3.4.2中西风格的矛盾性
  - 3.4.3新旧风格的过渡性
- 3.520世纪初月份牌广告技法
  - 3.5.1中西融合技法
  - 3.5.2框架分割与镶嵌装饰技法
- 3.620世纪初月份牌广告代表人物及艺术风格
  - 3.6.1代表人物周慕桥
  - 3.6.2艺术风格
- 第4章20世纪20年代老广告艺术风格
  - 4.120世纪20年代月份牌广告面貌
    - 4.1.1初显时尚面貌
    - 4.1.2局部细节刻绘
    - 4.1.3点缀装饰布局
    - 4.1.4结构镶嵌装点
    - 4.1.5边框装饰衬托
  - 4.220世纪20年代月份牌广告选题
    - 4.2.1古装人物题材
    - 4.2.2时装女性题材
    - 4.2.3水彩风景题材
    - 4.2.4传统文化题材
    - 4.2.5欧式风格题材
  - 4.320世纪20年代月份牌形式
    - 4.3.1新时代赋予月份牌新的形式
    - 4.3.2场景的转换和技术的革新赋予月份牌新的形式
  - 4.420世纪20年代月份牌广告特点
    - 4.4.1羞涩感
    - 4.4.2时代性
    - 4.4.3衬托性
    - 4.4.4创新性
    - 4.4.5融合性
    - 4.4.6真实性
  - 4.520世纪20年代月份牌广告技法
    - 4.5.1擦彩技法
    - 4.5.2白描技法
    - 4.5.3油彩渲染
  - 4.620世纪20年代月份牌广告代表人物及艺术风格
    - 4.6.1代表人物
    - 4.6.2艺术风格
- 第5章20世纪30年代老广告艺术风格

- 5.120世纪30年代月份牌广告状况
  - 5.1.1局部刻画展示
  - 5.1.2单体刻画表现
  - 5.1.3群体刻画表现
  - 5.1.4系列刻画表现
  - 5.1.5满底绘图表现
  - 5.1.6宣传纪念并举
- 5.220世纪30年代月份牌广告选题
  - 5.2.1旗袍女郎
  - 5.2.2生活一角
  - 5.2.3明星美女
  - 5.2.4传统题材
  - 5.2.5欧式装饰题材
  - 5.2.6风景题材
  - 5.2.7无广告类题材
- 5.320世纪30年代月份牌形式
  - 5.3.1形式的主体化和灵活性
  - 5.3.2形式的多样化和时尚性
- 5.420世纪30年代月份牌广告特点
  - 5.4.1时髦摩登流露
  - 5.4.2都市情调彰显
  - 5.4.3简约风格表现
  - 5.4.4生活情调渲染
  - 5.4.5创意多样展示
  - 5.4.6灵活装饰表现
- 5.520世纪30年代月份牌广告技法
  - 5.5.1擦彩技法
  - 5.5.2墨彩结合技法
- 5.620世纪30年代月份牌广告代表人物及艺术风格
  - 5.6.1代表人物
  - 5.6.2艺术风格
- 5.7月份牌广告的爱国情结和民族气节
  - 5.7.1爱国情结
  - 5.7.2民族气节
- 第6章抗日战争和解放战争时期老广告状况
  - 6.1抗日战争时期月份牌广告状况
  - 6.2抗日战争时期月份牌广告选题
    - 6.2.1抗战题材
    - 6.2.2其他题材
  - 6.3抗日战争和解放战争时期月份牌形式
  - 6.4抗日战争和解放战争时期月份牌广告的特点
    - 6.4.1爱国情结
    - 6.4.2夹缝中生存
  - 6.5抗日战争和解放战争时期稚英画室
  - 6.6月份牌广告的衰亡
    - 6.6.1月份牌的衰亡趋势
    - 6.6.2月份牌的衰落原因
- 第7章月份牌广告画法研究
  - 7.1月份牌广告工具

- 7.1.1 炭精粉
- 7.1.2 颜料
- 7.1.3 纸
- 7.1.4 笔
- 7.2 月份牌广告的表现
  - 7.2.1 头部的表现
  - 7.2.2 衣服的表现
  - 7.2.3 背景的表现
  - 7.2.4 美工设计
- 7.3 月份牌广告绘制过程
  - 7.3.1 素描稿
  - 7.3.2 色彩稿
  - 7.3.3 透图
  - 7.3.4 擦炭精粉
  - 7.3.5 赋色
  - 7.3.6 调整与修补
- 第8章 新中国初期宣传画艺术
  - 8.1 新中国初期宣传画状况
    - 8.1.1 来自苏联和波兰的影响巨大
    - 8.1.2 国内政治转型期的舆论宣传需要
    - 8.1.3 画家主体创作风格的变更
    - 8.1.4 促进建设社会主义经济跃进发展
  - 8.2 新中国初期宣传画选题
    - 8.2.1 抗美援朝选题
    - 8.2.2 解放台湾选题
    - 8.2.3 反帝题材
    - 8.2.4 国庆选题
    - 8.2.5 土地改革选题
    - 8.2.6 “大跃进”与人民公社选题
    - 8.2.7 工业生产选题
    - 8.2.8 农业生产选题
    - 8.2.9 科学技术选题
    - 8.2.10 幸福生活选题
    - 8.2.11 民主选举选题
  - 8.3 新中国宣传画形式
    - 8.3.1 图画文字主次对比构图形式
    - 8.3.2 突出个体动势力度表现
    - 8.3.3 突出群体积极向上团结奋进
    - 8.3.4 画面情节与说教科普结合
    - 8.3.5 填充装饰点缀结合
  - 8.4 新中国宣传画特点
    - 8.4.1 风格过渡
    - 8.4.2 视觉表现力强
    - 8.4.3 大众舆论性强
    - 8.4.4 主题思想性强
    - 8.4.5 政治性强
    - 8.4.6 欣欣向荣
    - 8.4.7 题材广泛
    - 8.4.8 百花齐放、百家争鸣

## 8.5 新中国宣传画表现手法

### 8.5.1 擦笔水彩画技法

### 8.5.2 平涂线描与装饰

### 8.5.3 广告画手法

### 8.5.4 写实绘画

### 8.5.5 写意手法

### 8.5.6 系列表现

### 8.5.7 摄影、绘画蒙太奇表现手法

## 第9章 “文化大革命”时期宣传画艺术

### 9.1 “文化大革命”时期宣传画状况

#### 9.1.1 以政治运动为中心

#### 9.1.2 模式化塑造领袖及工农兵形象

### 9.2 “文化大革命”时期宣传画选题

#### 9.2.1 领袖人物选题

#### 9.2.2 工农兵、红卫兵选题

#### 9.2.3 “文化大革命”——阶级斗争选题

#### 9.2.4 生活选题

#### 9.2.5 不爱红装爱武装——女性选题

#### 9.2.6 军民鱼水情选题

#### 9.2.7 第三世界大团结选题

#### 9.2.8 工业学大庆、农业学大寨选题

#### 9.2.9 知识青年上山下乡选题

### 9.3 “文化大革命”时期宣传画形式

#### 9.3.1 强化张力与视觉冲击

#### 9.3.2 固定的图式和范式

#### 9.3.3 色彩与政治

#### 9.3.4 人物造型被赋予强烈情感表达

### 9.4 “文化大革命”时期宣传画特点

#### 9.4.1 高大全、红光亮

#### 9.4.2 艺术风格趋于单一

#### 9.4.3 热情温暖的表情捕捉

#### 9.4.4 狂热与激情的岁月

#### 9.4.5 针对性强

#### 9.4.6 毛主席语录凸显个人崇拜

#### 9.4.7 政治特征凸显

### 9.5 “文化大革命”时期宣传画技法

#### 9.5.1 广告画技法

#### 9.5.2 版画手法

#### 9.5.3 写实绘画手法

#### 9.5.4 蒙太奇组合嫁接手法

#### 9.5.5 线描手法

#### 9.5.6 年画手法

#### 9.5.7 水墨写意手法

### 9.6 “文化大革命”宣传画的衰落

## 第10章 改革开放后广告设计

### 10.1 改革开放后广告设计状况

#### 10.1.1 政治宣传画的结束与设计新风的开始

#### 10.1.2 西方现代设计思想传入

#### 10.1.3 电脑辅助设计普及提升



## 10.2改革开放后广告设计选题

### 10.2.1生育选题

### 10.2.2绿色环保选题

### 10.2.3文体活动选题（文体活动、文艺事件等）

### 10.2.4重大事件政策选题（港澳回归、突发事件等）

### 10.2.5新人培养选题

### 10.2.6社会生产生活选题

### 10.2.7卫生健康选题

### 10.2.8精神文明选题

### 10.2.9时代新风选题

### 10.2.10女性与儿童选题

### 10.2.11科学与文化选题

## 10.3改革开放后广告设计形式

### 10.3.1打破“样板化”与自由个性形式的探索

### 10.3.2抽象与构成形式的探索

### 10.3.3传承传统与借鉴现代设计形式

### 10.3.4新世纪广告设计新形式

## 10.4改革开放后广告设计特点

### 10.4.1突破与创新

### 10.4.2改革开放新时尚

### 10.4.3跟进时代多元发展

### 10.4.4设计形式趋于理性

## 10.5改革开放后广告设计技法

### 10.5.1综合绘画

### 10.5.2传统年画风格表现

### 10.5.3装饰图案表现

### 10.5.4平面图形构成表现

### 10.5.5卡通与动画表现

### 10.5.6摄影技术的广泛应用

### 10.5.7计算机辅助设计为主

## 10.6现代艺术设计教育与广告设计

### 中国老广告发展线索及设计风格演变

### 后序

### 参考文献

# 《中西方百年广告设计艺术（中国分病

## 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：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)