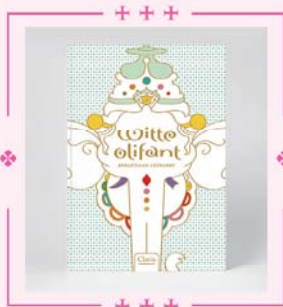
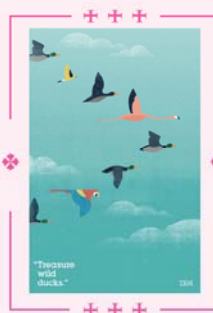
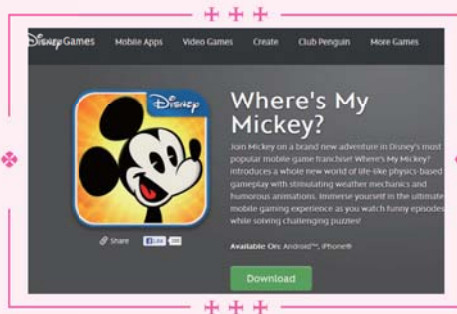


第3章

插画类型与色彩

插画设计应用的类型非常广泛，包括儿童插画、书籍出版插画、平面广告插画、商业海报插画、商品包装插画、游戏插画、影视插画等各个领域。不同行业可以根据不同的需要与特征来设计出符合自己需要的插画。通过插画，我们可以了解到一个企业的经营性质；一场电影的主旨内涵；甚至一款游戏的风格个性等。

所以说，插画的作用与魅力是非常巨大的。只要运用得当，会给使用者带来意想不到的收获与惊喜。





3.1 儿童插画

儿童插画，顾名思义，就是针对儿童的，多用在儿童杂志、书籍以及一些儿童用品上。比如封面、书籍内页、产品包装、宣传海报等。为了吸引儿童注意力，一般颜色较为鲜艳，画面生动有趣。造型或简约，或可爱，或怪异，场景也会比较儿童化。通过多于文字的画来给孩子讲述故事，一些画得很好、优秀的儿童插画大人也很喜欢看。

儿童插画是一个充满奇想与创意的世界，每个人都可以借由自己的彩笔尽情发挥个人独特的想象力。所以在进行设计时，一定要站在儿童的角度来看待问题，从儿童的视角出发，这样才会与儿童心理、兴趣爱好以及感知能力相吻合。

特点：

- ◆ 画面充满活力与动感。
- ◆ 用色一般都较为鲜艳活泼，凸显出儿童的童真与童趣。
- ◆ 具有很强的故事性与情感互动性。
- ◆ 以插画图案作为画面的展示主图，营造出极强的视觉冲击力。



3.1.1

可爱活泼的儿童插画设计

在我们的印象中，所有儿童都是开朗活泼、纯真好动的。所以在对儿童插画进行设计时，可以以儿童的视角看待事物与问题，这样不仅可以使插画吸引更多儿童的注意力，同时也会给家长带去美的享受。在与孩子的互动中，增强亲密感。



设计理念：这是 Pegah 牛奶系列的包装设计。画面将超萌的卡通插画作为整个包装的展示主图，直接表明了产品的口味，同时给人

以活泼好动的视觉体验。

色彩点评：整体以草莓的红色作为主色调，凸显出产品的天然与健康。底部白色的运用，将图案清楚地凸现出来。少量蓝色的点缀，在与红色的鲜明对比中，增强了画面的稳定性。

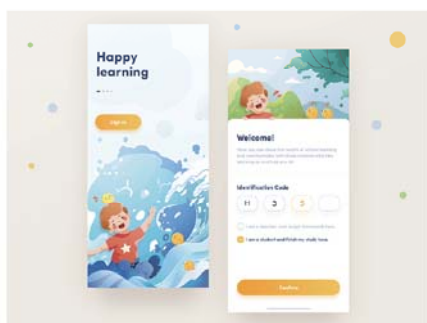
背景中各种卡通元素的添加，丰富了画面的细节设计感与立体层次感，给人以直观的视觉印象。

随意摆放的文字，对产品进行了很好的宣传与推广。同时让画面氛围又浓了几分。

RGB=177,30,70 CMYK=24,98,66,0

RGB=0,25,168 CMYK=100,93,8,0

RGB=195,208,67 CMYK=35,88,0



这是一款儿童线上课程学习的 App 注册设计。画面将冲浪插画作为注册界面的展示主图，通过比喻手法说明儿童将要开启快乐的学习之旅，让画面充满童趣与动感。学习界面顶部插画的添加，打破了单纯文字的枯燥与乏味，迎合儿童的学习心理与兴趣爱好。整体以蓝色作为主色调，在不同明度的变换中，凸显出儿童学习的快乐，同时也赋予了画面一定的稳定性。

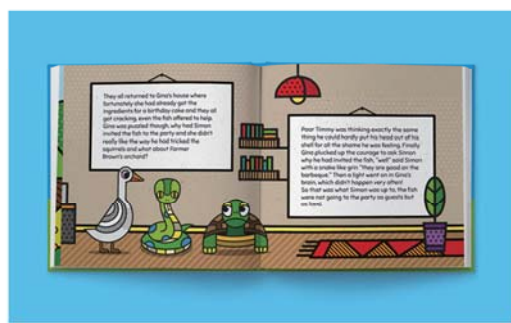


RGB=185,218,237 CMYK=37,4,7,0

RGB=125,156,210 CMYK=61,33,4,0

RGB=168,185,99 CMYK=45,18,74,0

RGB=203,121,93 CMYK=13,64,61,0



这是 Mike Karolos 的儿童书籍设计。画面将各种动物的插画图案作为整个页面的展示主图，而且在其他元素的衬托下，让整个故事场景瞬间丰满立体起来，为儿童营造了一个舒适的阅读和想象空间。将文字以白色矩形为载体呈现，十分醒目。在少量红色与绿色的对比中，为画面增添了满满的活泼与动感。



RGB=193,182,160 CMYK=27,28,37,0

RGB=168,204,62 CMYK=49,1,94,0

RGB=168,16,24 CMYK=19,100,100,1

RGB=232,156,35 CMYK=0,50,92,0

3.1.2

儿童插画的设计技巧——将插画图案作为展示主图

相对于文字来说,图画对儿童具有更强的吸引力。所以在对儿童插画进行设计时,可以将图案作为整体的展示主图。这样不仅可以吸引更多儿童的注意力,增强宣传与推广力度;同时也可以帮助儿童更好地理解文字内容。



这是 Cook In A Book 系列幼儿烹饪学习的书籍设计。画面将实物简单抽象化,以插画的形式进行呈现,给儿童以直观的视觉冲击,极具创意感与趣味性。

将圆形作为披萨的呈现载体,以通俗的方式将信息进行直接的传播,可以将儿童的注意力全部集中于此。

以蓝色作为背景主色调,在与其他颜色的鲜明对比中,为画面增添了活跃与动感。



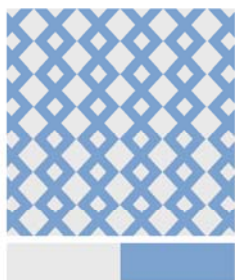
这是匈牙利语字母表的书籍内页设计。整个内页采用左右分割的构图方式,将插画图案在右侧呈现,给儿童以直观的视觉印象。

将字母在左侧页面呈现,再与插画的结合,一方面增强了儿童学习的趣味性;另一方面将信息进行直接的传播。

以橘色和绿色作为主调,将版面内容清楚地凸现出来。同时在不同颜色的对比中,增强画面的活跃感。

配色方案

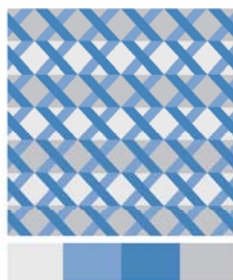
双色配色



三色配色



四色配色



儿童插画设计赏析



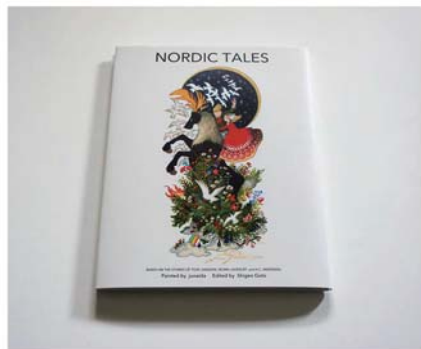
3.2 书籍出版插画

书籍出版插画，就是在书籍封面、内页、腰封等相关的部位，将插画图案作为展示主图。无论是纸质书籍还是电子书籍，插画的添加，不仅增强了整体的阅读性与理解性；同时也具有强大的吸引力，打破了文字的单调与乏味。

插画图案的添加是为了帮助受众更好地理解文字内容，增强画面的活跃感与趣味性，所以进行相应的设计时，要从整体的内容与风格出发。特别是现在快速更新换代的社会，最好让受众一看到图案，瞬间就知道书籍的主要内容与范围。这样不仅可以为受众节省时间，同时也有利于书籍的宣传与推广。

特点：

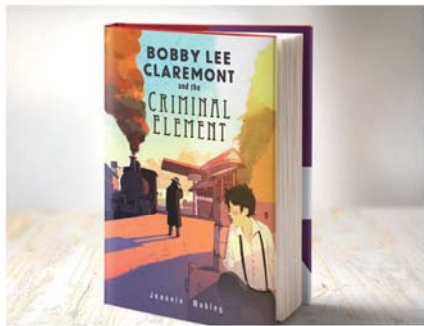
- ◆ 将多种元素进行巧妙结合。
- ◆ 用色既可清新亮丽，也可活泼热情。
- ◆ 具有较强的故事性以及情感。
- ◆ 版式灵活多变，整体和谐统一。



3.2.1

故事感十足的书藉出版插画设计

将书籍中的主人公或者主要形象，以插画的形式作为展示主图进行呈现，可以极大地增强整个画面的故事性。这样可以给受众以强烈的视觉代入感，对书籍具有积极的宣传与推广作用。



设计理念：这是西班牙 Oriol Vidal 的书藉封面设计。画面将书籍中的故事场景以插画的形式呈现，给受众以直观的视觉印象与故事

感，使其印象深刻。

色彩点评：整体以浅色作为主色调，在不同纯度的对比中，营造了浓浓的故事氛围。而少量深色的点缀，则增强了画面的稳定性。

以简单的元素勾勒出完整的故事，特别是人物的添加，让画面充满了情感。徐徐冒出的浓烟，为平静的画面增添了些许动感。

在顶部呈现的文字，将信息进行直接的传播，具有积极的宣传作用。

RGB=228,153,90 CMYK=1,51,66,0

RGB=178,231,226 CMYK=43,0,20,0

RGB=48,45,41 CMYK=78,76,79,55



这是NORDIC TALES的书藉内页设计。画面将插画立体书籍作为各种风景的呈现载体，极具创意。而且不同姿态的插画人物，为画面增添了动感与活跃等，给受众以直观的视觉印象。蓝色的海洋，紫色的地面，绿色的草地，鲜明的颜色对比，打破了画面的单调与乏味。在书脊位置呈现的文字，将信息进行直接的传播，丰富了整体的细节部分。



RGB=213,213,215 CMYK=19,14,13,0

RGB=87,111,153 CMYK=77,55,26,0

RGB=95,93,147 CMYK=73,68,21,0

RGB=83,83,35 CMYK=71,60,100,28



这是 Hanseatic Bank 的银行年报画册设计。画面将插画图案作为左侧页面的展示主图，以夸张手法增添了创意感与趣味性，给受众以直观的视觉印象。以红色作为主色调，在不同纯度的变换中，增强了画面的层次感与稳定性。右侧主次分明的文字，将信息进行直接的传播。而且适当留白的运用，为受众营造了一个良好的阅读空间。



RGB=116,66,81 CMYK=55,84,60,12

RGB=228,132,122 CMYK=0,62,43,0

3.2.2

书籍出版插画的设计技巧——适当留白增强阅读性

过于丰满和复杂的画面，不仅信息传达有限，而且会给受众的阅读带去不便。因此在进行插画设计时可以适当地留白，这样不仅可使画面具有呼吸顺畅之感，同时也可为受众营造了一个良好的阅读和想象空间。



这是 Afroditi 的自然类书籍封面设计。画面将不同形态的植物作为封面的展示主图，直接表明了书籍的内容范围，给受众以直观的视觉印象。

以绿色作为背景主色调，将插画图案清楚地凸现出来。特别是少量红色的点缀，为封面增添了一抹亮丽的色彩。

将文字直接在图案上方呈现，增加了画面的层次感。而周围适当留白的运用，则为受众营造了一个良好的阅读空间。



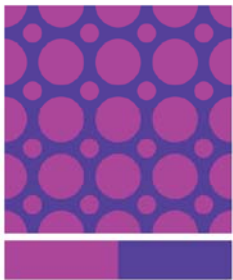
这是一本书籍的封面设计。画面采用放射型的构图方式，将文字从左至右以放射的方式呈现。在与中间虚线的配合下，让简单的马路跃然纸上，极具创意感。

以反方向骑自行车的插画人物及不同的造型，丰富了整体的细节设计感。同时上下两端大面积留白的运用，增强了整体的可阅读性，将信息直接传播。

黄色背景的运用，为画面增添了活力与动感。黑色的点缀，则增强了画面的稳定性。

配色方案

双色配色



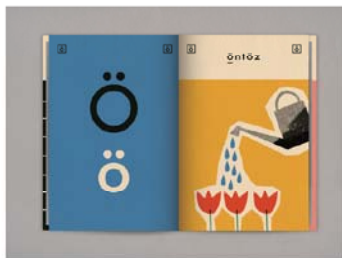
三色配色



四色配色



书籍出版插画赏析



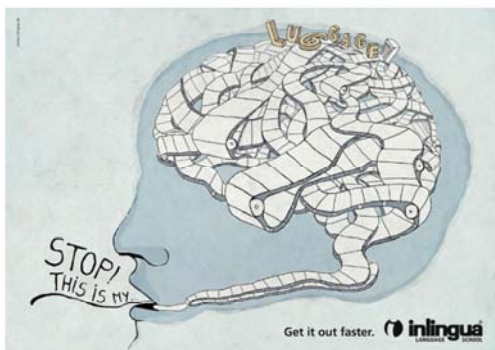
3.3 平面广告插画

随着社会的迅速发展,插画的运用范围越来越广泛,除了书籍出版等之外,平面广告中也可以运用插画。特别是一些需要凸显产品特性与功能的广告,可以采用插画的形式,以夸张手法进行呈现。这样不仅可以增强画面的趣味性,而且可以为受众带去美的享受与视觉冲击,使其产生深刻印象。

在平面广告中运用插画,要从产品的实际情况出发。在完整传达产品功效的基础上,提升整体的创意感与趣味性。

特点:

- ◆ 具有鲜明的商业特性,极具宣传效果。
- ◆ 运用夸张手法,极具视觉冲击力。
- ◆ 表现形式多种多样,具有一定的趣味性。
- ◆ 具有较强的创意感。



3.3.1

创意十足的平面广告插画设计

平面广告就其形式而言，它只是传播信息的一种方式，是广告主与受众间的媒介，其结果是为了达到一定的商业经济目的。所以在进行设计时，可以运用一些极具创意的形式，将产品特性直接凸现出来，增强画面的趣味性，进而刺激受众进行消费。



设计理念：这是 bio & bio 纯天然果汁饮料的广告设计。画面将产品与幼儿喝奶的场景相结合，通过简单的插画，极具创意地凸显

了产品特性，给受众以极强的视觉冲击。

色彩点评：整体以浅色作为背景主色调，将版面内容清楚地呈现出来。特别是水果本色的运用，为单调的背景增添了活力与动感。

将人物头部替换成水果，直接表明了产品的口味。而笑脸的添加，则凸显出企业真诚的服务态度。

手写文字的运用，既将信息进行了直接的传播，又增强了画面的趣味性与细节感，极具宣传效果。

RGB=226,223,204 CMYK=13,12,22,0

RGB=197,169,71 CMYK=25,36,84,0

RGB=118,156,84 CMYK=67,25,85,0



这是 Reebok 体育俱乐部的广告设计。画面将手带拳击手套但却身穿礼服的人物插画作为展示主图，以极具创意的方式表明了该俱乐部的特点，给受众以直观的视觉印象。以青色作为背景主色调，将插画图案清楚地凸现出来。而少量红色的点缀，则凸显出带给人的激情与活力。右侧简单的文字，将信息进行直接传达，同时增强了整体的细节设计感。



RGB=137,181,190 CMYK=58,16,27,0

RGB=19,19,19 CMYK=89,84,84,75

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=210,89,42 CMYK=5,79,88,0



这是土耳其 Barkod 家具定制系列的广告设计。画面采用中心型的构图方式，将插画图案在中间位置呈现，独特的人物造型与家具投影，以异影的方式直接表明了企业的经营性质，极具创意感与趣味性。浅色背景的运用，将插画清楚地凸现出来，特别是少量深色的点缀，增强了整个画面的稳定性。简单的文字，将信息进行了直接的传播。



RGB=239,222,209 CMYK=4,16,17,0

RGB=164,117,79 CMYK=37,61,74,0

3.3.2

平面广告的设计技巧——直接表明产品特性

平面广告最主要的目的就是盈利，所以在进行设计时要直接表明产品特性。这样不仅可以为受众节省阅读思考和选择的时间，同时对产品的宣传也有积极的推动作用。



这是 Mateus 的早餐系列创意广告设计。画面以简笔画构成的早餐闹钟作为展示主图，极具创意感地表明了广告的宣传主题，给受众以直观的视觉印象。

以橙色作为背景主色调，在不同明度的变化中，将插画清楚地凸现出来。同时食物本身颜色的点缀，极大地刺激了受众的味蕾。

在右下角的标志文字，对品牌具有积极的宣传与推广作用。



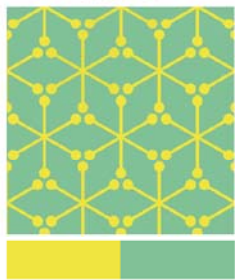
这是星巴克咖啡的创意广告设计。画面将踢足球的插画人物作为展示主图，以守门员被喝星巴克咖啡人物吸引的场景，凸显出产品的强大诱惑力，极具创意感与趣味性。

以浅色作为背景主色调，人物鲜艳服饰颜色的对比运用，为画面增添了满满的活力与动感，使人印象深刻。

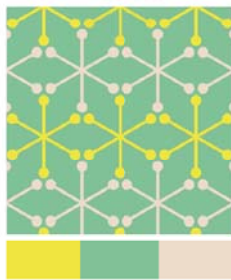
在右下角的标志文字，既对品牌具有积极的宣传与推广作用，又丰富了画面细节设计。

配色方案

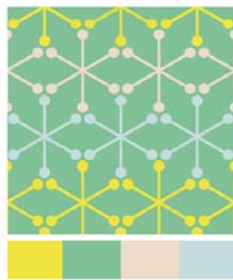
双色配色



三色配色



四色配色



平面广告插画设计赏析



3.4 商业海报插画

商业海报，总体来说属于广告的一种，其功能与特性也与广告类似。而商业海报插画，就是将海报中的主图以插画的形式呈现出来。或者说，在具体的实物周围，添加各种简笔插画，以丰富整体的设计细节感。

由于商业海报整体还是以盈利为主要目的，所以在进行布局构图设计时，要将产品展示作为主图，最大限度地吸引受众注意力，同时刺激其进行购买。

特点：

- ◆ 具有较强的灵活性，不同种类的海报采用不同的宣传方式。
- ◆ 以盈利为主要出发点。
- ◆ 将产品直接在画面中间呈现。
- ◆ 为了强化宣传效果，会采用夸张新奇的手法。
- ◆ 可以借助与产品特性相关的元素，与受众产生情感共鸣。



3.4.1

活跃有趣的商业海报设计

由于商业海报也是以盈利为主要目的,为了获得最大收益。所以在进行设计时,可以提升画面整体的趣味性,并以此来吸引受众的注意力。让其有一种参与感,在活跃积极的互动中进一步了解产品,从而激发其进行购买的欲望。



设计理念: 这是 Lipton 立顿奶茶的海报设计。画面以极具创意感的插画作为展示主

图,给受众以直观的视觉印象。特别是人物喝奶茶的状态,凸显出产品带给人的愉悦,趣味性十足。

色彩点评: 整体以浅色作为背景主色调,营造了很好的故事场景。特别是棕色的大熊,极大地增强了画面的稳定性。

垂涎欲滴的大熊,从侧面凸显出产品的美味,为整个画面增添了活力与动感。

在右下角呈现的产品,获得了积极的宣传效果。而主次分明的文字,则将信息进行直接的传播。

RGB=227,238,228 CMYK=16,2,14,0

RGB=48,46,46 CMYK=79,76,74,53

RGB=236,218,70 CMYK=12,14,83,0



这是奥利奥系列的海报设计。画面采用曲线型的构图方式,运用夸张手法将户外玩耍的插画图案直观地呈现出来,给人以积极有趣的视觉冲击力,同时也从侧面凸显出产品带给人的欢快与活跃。以浅色作为背景主色调,在不同明度的变化中,增强了画面的层次感。特别是少量绿色的点缀,让这种氛围又浓了几分。简单的文字,具有很好的宣传效果。



RGB=254,250,236 CMYK=0,3,10,0

RGB=232,170,110 CMYK=1,44,59,0

RGB=187,210,93 CMYK=39,4,79,0

RGB=103,182,175 CMYK=73,5,40,0



这是圣诞节的海报设计。画面采用中心型的构图方式,将插画图案在圆形水晶球内部呈现,具有很强的视觉聚拢感。各种形态的房子与人物,营造出浓浓的节日气氛。以青色作为主色调,在不同纯度的变化中,增加了画面的层次感。而少量红色的添加,让画面瞬间鲜活起来,获得了积极的宣传效果。



RGB=174,207,210 CMYK=43,8,20,0

RGB=79,119,132 CMYK=81,47,45,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=173,68,64 CMYK=27,87,76,0

3.4.2

商业海报的设计技巧——注重与受众的情感共鸣

商业海报就是让受众观看之后，进行下单与购买，从而获取收益。所以在对其设计时，除了从理性上对产品的功能与特点进行介绍与说明外，还要加强其在感性上的宣传。一是产品与受众情感产生一定的共鸣，才能最大限度地刺激其进行购买。



这是 Young Book Worms 世界读书日的海报设计。画面采用中心型的构图方式，将人物头部外观的书籍插画在中间位置呈现，直接表明多读书对受众的重要性。

以浅色作为背景主色调，在蓝色和浅粉色的过渡对比中，增强了整体的层次感与空间感。而深色的书籍，则让画面极具稳定效果。

底部简单的文字，将信息进行直接的传播，具有积极的宣传与推广作用。



这是一款汽车的宣传海报设计。画面将半圆形作为汽车行驶的路线，以夸张手法凸显出汽车的强大功效。而其周围其他插画的装饰，则丰富了整体的细节效果。

以青色作为背景主色调，深蓝色的运用，增强了画面的层次感与稳定性。而橘色和黄色的点缀，在鲜明的对比中，让画面极具活跃与动感气氛。

右上角主次分明的手写文字，让这种氛围又浓了几分，同时具有积极的宣传作用。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



商业海报插画设计赏析

