

第4章

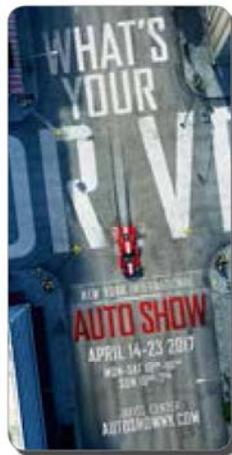
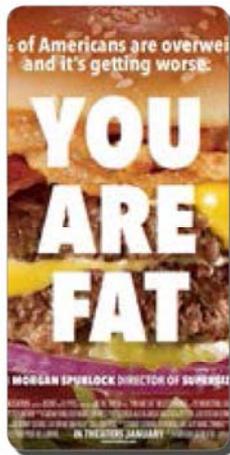
平面广告的构图与编排

学习目标

平面广告的构图和编排能够为其中包含的元素找到自己的位置，使其产生各种各样的视觉效果；中心排版能够突出主体元素；对称排版能够表达两个不同的空间；对角构图能够带给消费者一定的视觉冲击感。

赏析要点

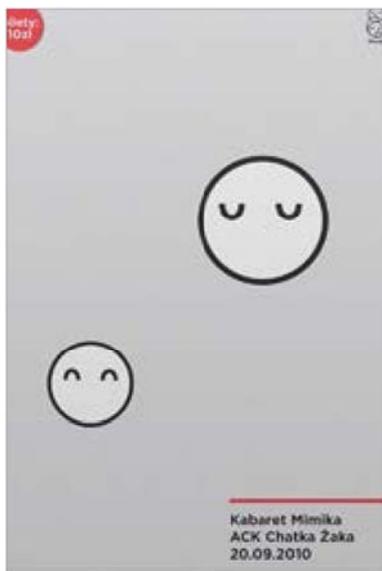
突出主体
对角线构图
曲线构图
横线构图
图片式
自由式
中轴式
三角形编排
斜向分割



4.1

平面广告的构图方式

“构图”是一个造型艺术术语，即绘画时根据题材和主题思想的要求，把想要表现的形象适当地组织起来，以构成一个协调、完整的画面。它是造型艺术表达作品内容并获得艺术感染力的重要手段。平面设计往往版面很大，可操作的地方也很多，所以更需要合理地构图，让画面呈现出我们想要的效果。



4.1.1 突出主体

品牌若想隆重推出一些产品，设计师在设计时就要尽可能地在画面中将这此产品加以突出，同时必须舍弃一些次要的、烦琐的元素，并利用构图来实现，比如要让产品在整个画面的中间位置展示，让主体充满画面，或是让背景更简洁。



CMYK 97,94,71,64 RGB 6,13,31
CMYK 81,56,34,0 RGB 59,109,144



CMYK 64,58,82,14 RGB 106,100,64
CMYK 99,100,47,10 RGB 34,36,95

思路赏析

这是Mokoto品牌的平面广告设计，在追求优雅、历史感的同时，又有一些创新，因为香水品牌不仅要有经典款，还要不断推出一些新款来获得大众认可。

配色赏析

该广告整体色调为暗色调，用深蓝色勾勒一种隐秘、深沉的景象。而蓝色和绿色搭配使用，能互相协调，使整个空间有了层次感，不显得单一。

结构赏析

该平面广告设计整体上以背景来烘托产品，几乎超过2/3的版面都是背景区域，由于色调和构图比例协调，让消费者将视线放到了产品上。

设计思考

我们都知道，香水的特别在于气味，不同的气味需要用不同的植物来调和，所以该广告设计将所用原料进行呈现，对于大众理解香水既有很好的提示作用，又可对设计画面进行装饰。



	CMYK 97,100,62,35	RGB 29,17,65
	CMYK 70,76,0,0	RGB 109,78,172
	CMYK 31,53,0,0	RGB 192,139,195

○ 同类赏析

这款美容护肤精油品牌以紫色为主色调，营造了一种少女般梦幻的意境，用水的形态作为画面修饰，更能与女性客户产生共鸣，以赢得女性青睐。

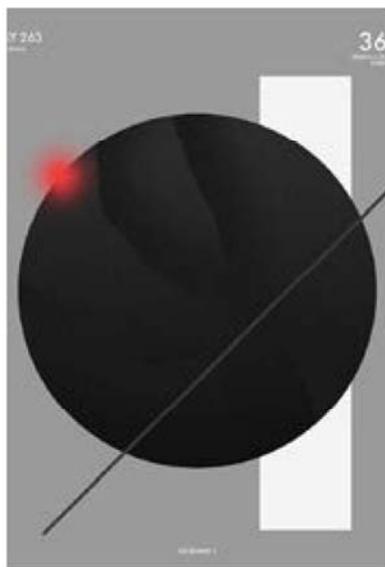


	CMYK 5,27,89,0	RGB 253,200,6
	CMYK 1,89,99,0	RGB 245,56,0

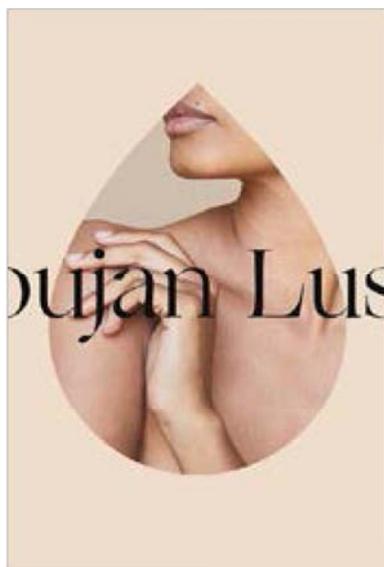
○ 同类赏析

以黄色为纯色背景，将可乐产品设计成望远镜的形状，造型既可爱，又有一定的科技感，能够吸引年轻人的注意。同时，红黄色搭配也让作品十分亮眼。

○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



4.1.2 对角线构图

对角线构图，即把主体安排在画面的对角线上，以获得立体感、延伸感和运动感，在平面设计中被广泛使用。沿对角线展示的线条可以是直线，也可以是曲线、折线或物体的边缘，只要整体延伸方向与画面对角线方向接近，就可以视为对角线构图。



CMYK 6,49,93,0 RGB 243,155,3
CMYK 91,58,66,18 RGB 3,88,85



CMYK 11,32,63,0 RGB 237,189,107
CMYK 44,72,100,6 RGB 161,90,10

思路赏析

这是杜奇饭店的VI设计，以乐器为元素，增添了广告的艺术气息，也让餐厅显得高端、大气。其采用对角线构图，能够将重要元素重点展示。

配色赏析

背景颜色简单，能够清晰凸显小圆号与咖啡杯。黄色与蓝绿色搭配在一起，画面显得高端、大气，极具时尚感，并且颜色呈块状展示，不会显得杂乱。

结构赏析

从对角线出发，利用小圆号的造型，创造了一种延伸感，并引导了消费者的视线，让消费者将注意力集中在随之出现的咖啡杯上，整体构图简单、清晰。

设计思考

选择将泼洒状态的咖啡杯呈现在画面中，增添了一种律动美，没有多余的元素，更能清晰展示杯壁上的品牌标志。画面干净、简洁，增强了信息的传递。



	CMYK 93,90,85,78	RGB 1,0,5
	CMYK 81,82,0,0	RGB 85,55,185
	CMYK 45,0,95,0	RGB 164,220,0

同类赏析

这是PLAY CITY游戏的平面广告设计，通过对角线构图将两个主色调进行划分，有明显的对比，既有趣味性，又将游戏信息清晰地展示出来。



	CMYK 93,88,89,80	RGB 0,0,0
	CMYK 26,100,100,0	RGB 203,0,4

同类赏析

这是阿玛尼彩妆的展示推广广告，以红色和黑色为主色调，是该品牌的经典色调。以对角线为准，由无数条红线进行交叉，烘托了魅惑的意境。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



4.1.3 曲线构图

曲线构图是一种常见的构图方式，与直线相比曲线能够表现出柔美、多变、流动的感觉，就像音乐一样，有韵律、有节奏。大多数运用曲线构图的画面，都比较协调、优美。



CMYK 54,0,25,0 RGB 121,209,210
 CMYK 94,74,55,20 RGB 15,67,89



CMYK 71,20,44,0 RGB 72,165,157
 CMYK 35,74,65,0 RGB 183,95,83

思路赏析

这是一款彩妆品牌的平面广告设计，设计师另辟蹊径，不从具体的产品入手，而从抽象的概念出发，抓住彩妆的“彩”，从形到色，形成一种彩妆意象。

配色赏析

既然是彩妆品牌的色彩搭配，自然要保证颜色的丰富，不能让人觉得艳俗。用蓝色、青色、灰色、红棕色层层排列，能让人感受到一种晕染之美。

结构赏析

通过曲线构图的方式来模拟彩妆产品划过人脸的轨迹，会让消费者产生一种熟悉的感觉，可以想象自己正在使用眉笔、粉刷、口红，传递出美妙的心情。

设计思考

画面中没有任何品牌推出的彩妆产品，只有颜色层叠搭配，仅在画面中间印有品牌的文字标志，这样的设计既简单又复杂，是一种在简洁中蕴含复杂的美。



	CMYK 49,26,100,0	RGB 153,168,25
	CMYK 8,20,28,0	RGB 239,213,186
	CMYK 18,34,78,0	RGB 223,179,70

同类赏析

这是越南传统有机稻米的宣传插画，描绘了一位妇女正在梯田上享用米饭，整个外观是一粒米的形状，其中蜿蜒的梯田赋予了画面独特的空间感。



	CMYK 78,51,74,9	RGB 66,108,84
	CMYK 23,25,56,0	RGB 212,193,127

同类赏析

该平面广告以有规律线条来构成指纹的形象，既能最大限度地体现创意，也能与设计主题结合起来，通过曲线的流动能够清晰地看到指纹的纹路。

其他欣赏



其他欣赏



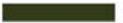
其他欣赏



4.1.4 横线构图

常见的横线构图是由多条横线组合构成的，设计师通过横线构图能够将作品营造出宁静、宽广的意境，有时利用自然景观，如地平线、水平线也能构图。单一横线容易割裂画面，所以设计构图中一般不用一条横线从画面正中穿过，除非设计主体在横线上。



	CMYK 79,65,100,46	RGB 50,60,25
	CMYK 12,18,49,0	RGB 236,213,145

	CMYK 48,68,90,9	RGB 148,94,50
	CMYK 54,55,90,6	RGB 136,114,56

思路赏析

这是某款除虫剂的平面广告，画面需对除虫剂的功能进行展示，所以需要一些特殊的手法或构图来表达主题，即让房屋远离虫害。

配色赏析

为了展示一个自然、户外的空间，画面整体以绿色为主，用不同层次的绿来表现远近和具体的自然景观。如浅绿是草地，朦胧的绿色代表远山。

结构赏析

以悬空的界线划分，使整个画面被划分为两个区域，即房屋区域和草坪区域。这样的横向构图，能给人留下直观的印象，让人直接从构图中就能明白广告表达的主题。

设计思考

该除虫剂广告的广告语是“将蚂蚁和蟑螂赶出你的房子”，用房屋悬空在草地的意象来表示房屋的干净，因为蚂蚁和蟑螂多是隐藏在草地中的。



	CMYK 0,58,17,0	RGB 251,143,167
	CMYK 0,0,0,0	RGB 255,255,255
	CMYK 3,48,72,0	RGB 249,160,76
	CMYK 20,79,60,0	RGB 213,85,86

○ 同类赏析

这款马卡龙的平面广告，将不同颜色、不同口味的马卡龙有规律地横向排列，能够向消费者全面展示产品，并且不会显得杂乱。



	CMYK 5,15,75,0	RGB 255,223,76
	CMYK 39,2,23,0	RGB 170,220,211
	CMYK 5,90,100,0	RGB 239,55,5
	CMYK 49,7,100,0	RGB 152,198,4

○ 同类赏析

FRUNA品牌为了推广这款可爱的小食品，用天蓝和淡黄两种颜色作为背景色，并用横向构图方式使颜色对比更直接。

○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



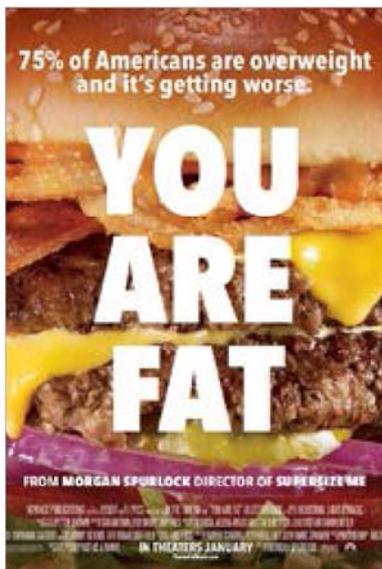
○ 其他欣赏 ○



4.2

平面广告设计的常见版式

版式即版面格式，具体指的是留白处理、正文字体、图片位置以及其他设计元素的排法。版式设计就是版面的编排设计，在一定比例的画面中对平面设计的结构层次、插图等方面进行既艺术又合理的处理。平面广告的版式设计是一种设计语言，设计师需要了解以下几种常见的版面设计。



4.2.1 图片式

图片式是较为简单的版式结构，在平面设计中运用的频率较高，是很多设计师的首选。这种构图方式就是在一幅图片来占据整个版面，不留空白空间，利用版面的每一部分，在图片适当位置传递推广信息。



CMYK 63,31,29,46
RGB 107,156,173

CMYK 51,23,22,0
RGB 140,177,193



CMYK 83,46,44,0
RGB 32,121,137

CMYK 19,9,14,0
RGB 215,224,221

思路赏析

这是某酒店的网页宣传图片，画面总体以简洁为主，并在此基础上有所侧重，图片中没有展示酒店的整体风貌，而是通过宽阔的视野和优美的景色来加深客户的印象。

配色赏析

整个设计以蓝色和白色作为主要搭配的色彩，非常清新、自然，给人一种舒服自在、无拘无束的氛围感，以吸引更多消费者来酒店度过闲暇时光。

结构赏析

图片式版面设计主要以图片传递信息，文字在图片中间偏上位置显示，两者之间互不干扰，且都能清晰呈现。

设计思考

通过对酒店游泳池的艺术表现来管中窥豹，将酒店整体形象呈现在消费者面前，波光粼粼的水面，衬托着酒店的标志，一切都是那么简单，充满美的意境。



	CMYK 86,77,56,24	RGB 51,62,82
	CMYK 40,22,32,0	RGB 168,184,174
	CMYK 0,30,17,0	RGB 255,203,197

同类赏析

这是某品牌手霜的平面广告，由于面向女性用户，设计师从美入手，让整个版面都变成创作的基础空间，通过整体绘画给消费者带来直观感受。



	CMYK 46,39,100,0	RGB 162,150,28
	CMYK 21,0,5,0	RGB 211,241,249
	CMYK 51,61,87,7	RGB 142,106,58

同类赏析

奔驰推出的宣传海报，以野外图景作为宣传点，将奔驰的品牌精神寓于图景中，正如奔驰的追求：要做就做最好的，不惧任何挑战。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



4.2.2 自由式

自由式排版没有规律性，设计师可以根据自己的创意进行版面编排，这样整个画面都会显得生动、轻快。自由式排版的优点在于能让设计师打开思路，不受版面的限制，可以更好地表达自己的思想感情。



CMYK 99,92,68,58 RGB 4,22,40
 CMYK 94,78,50,15 RGB 23,66,96



CMYK 90,72,12,0 RGB 36,83,159
 CMYK 17,90,75,0 RGB 218,55,59

思路赏析

这幅百事可乐的推广图片，以自然、随意为排版原则，通过情境式的表达来展示主题内容。色彩选择也以简单为主，没有多余的色彩。

配色赏析

以百事可乐的经典颜色——蓝色和红色为主要色调，以深蓝色作为背景色，突出人物形象。然后以红蓝两个叠加的圆形标志来凸显企业。

结构赏析

没有规律的自由式版面设计，主要元素在画面正中，品牌标志在右下方，两者结合很好地展示出品牌要表达的含义，也能加深消费者对品牌的印象。

设计思考

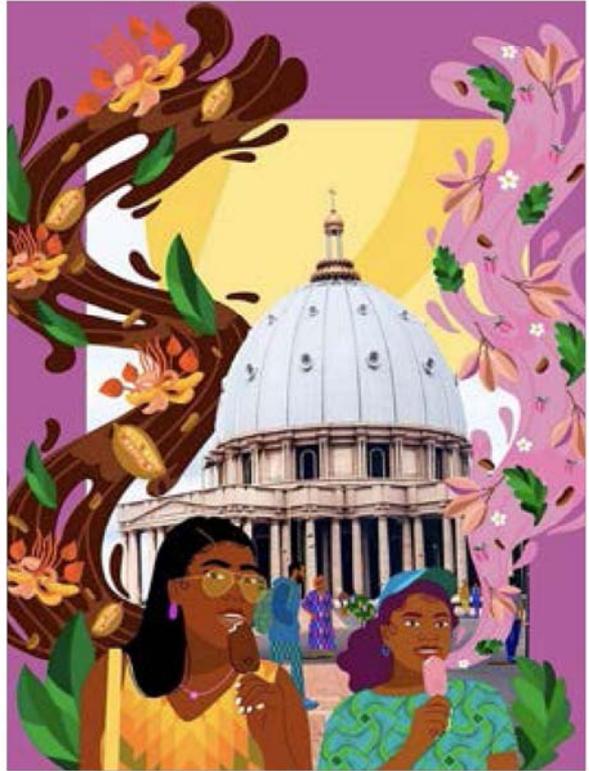
用中心人物形象展现一种快乐、愉悦的情绪，然后用冲击性的动作感染消费者，进而将百事可乐的企业形象与开放、追求快乐联系在一起。



	CMYK 88,73,99,66	RGB 13,32,10
	CMYK 3,71,88,0	RGB 245,109,33
	CMYK 51,29,86,0	RGB 146,163,69

同类赏析

该平面广告为了展示食物产品的美味和原材料，设计师通过一种律动的方式为食材赋予了生命，使“鲜活”跃然纸上。

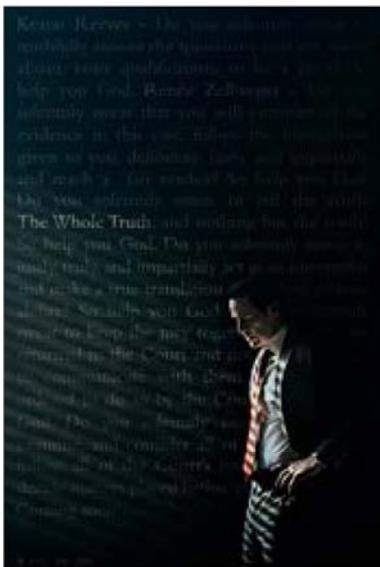


	CMYK 61,90,100,56	RGB 73,24,10
	CMYK 82,45,100,6	RGB 51,117,53
	CMYK 5,11,49,0	RGB 253,232,149
	CMYK 19,50,10,0	RGB 215,151,185

同类赏析

这是西班牙“想象的快乐”数字展览平面广告设计，在宣传品牌冰激凌的同时为玛格南的女性筹集资金，现实与卡通元素杂糅，展现出世界的多彩。

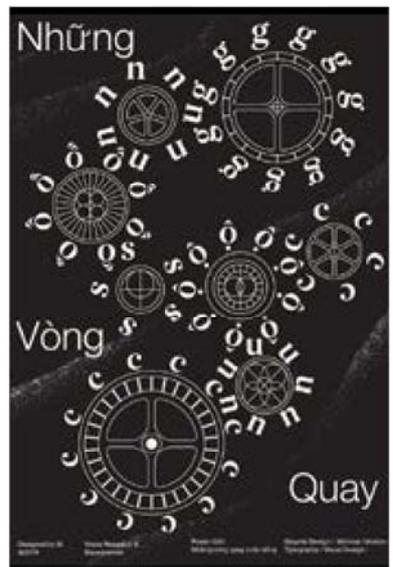
其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



4.2.3 中轴式

中轴式版面设计就是以画面中轴线为基准，对画面中相关元素进行配置、排版，既可以围绕中轴进行排版，也可以在中轴两边进行排版，这样可以分开传递不同的信息，让大众对传递的信息一目了然。



	CMYK 45,63,70,2	RGB 160,109,82		CMYK 21,18,17,0	RGB 209,205,204
	CMYK 90,87,86,77	RGB 8,4,5		CMYK 71,69,72,33	RGB 76,67,60

思路赏析

该美容化妆品牌的平面设计以简单、直接、有效为主，首先在画面正中展示品牌标志，直接传递出企业信息，然后通过背景图案突出品牌形象。

配色赏析

设计师没有利用任何配色，只是通过人脸自然呈现的色调来侧面诠释化妆品的效果，没有艺术化的加工处理，反而能带来震撼的、真实的效果。

结构赏析

中轴式构图就像为大众展示了两幅画面，但这两幅画面又表达了同一个主题。两张不同的面孔从两个不同的方面对品牌进行诠释，能够加深大众对品牌的印象。

设计思考

设计师不以多元的设计为主体思路，以直接展示为主，这样虽没有技巧，但能增强消费者的信任度，让消费者直接被产品惊艳，更能传递出企业对产品的信心。



	CMYK 51,14,22,0	RGB 137,191,201
	CMYK 0,0,0,60	RGB 137,137,137
	CMYK 4,17,69,0	RGB 255,220,94

同类赏析

这幅平面广告画面以“两个世界的结合”为主题，通过知道人物形象来展示不同的场景，用蓝色和粉色做背景可以将两个场景自然地分开。



	CMYK 55,28,81,0	RGB 137,162,79
	CMYK 80,65,84,42	RGB 49,63,46

同类赏析

这是主打“素食主义”的品牌推广广告，为了推出各色产品，以绿色为主题色吸引素食主义者，两种绿色拼接让画面既有变化、又有层次，且不显单调。

其他欣赏



No one grows Ketchup like



4.3

平面广告的编排方式

平面广告中的设计元素各种各样，最终能呈现什么样的效果，还要看设计师如何编排。同样的文字和图片，编排的位置不同带给人的视觉感受也不同，所以设计师应该了解一些常见的编排方式，以获得自己想要的效果。



4.3.1 三角形编排

三角形编排方式就是利用三角形的特性——平稳性赋予画面一种均衡感。不过三角形也分不同的形式，有正三角形，有倒三角形，有斜三角形，形态不同，画面效果自然也不同，倒三角形和斜三角形没有正三角形那么呆板，有很强的动感。



CMYK 91,70,87,58 RGB 9,42,31
CMYK 85,76,85,64 RGB 25,32,25



CMYK 78,29,100,0 RGB 55,145,55
CMYK 19,20,73,0 RGB 225,204,89

思路赏析

该品牌朗姆酒以展示产品细节为主，不设计其他元素以避免分散消费者的注意力，并利用合理的构图，尽量展现更多信息。

配色赏析

以绿色纯色为背景，衬托同样是绿色系的朗姆酒瓶身，深浅之间可以看到画面充满了层次感，有自然清新的意境，消费者可以从平面推广广告中联想到朗姆酒清冽爽口的口感。

结构赏析

画面中的两个酒瓶交叉摆放，形成了一个倒三角形区域，延展了空间，为画面赋予了动感。比并排而列的编排方式更有设计感。

设计思考

没有多余的文字信息，以酒瓶周身信息作为宣传点，消费者可以清晰地看到品牌标志、基本的花卉图案，可以说这些花卉图案与产品制作的原料有很大的关系。



	CMYK 46,100,100,16	RGB 149,3,3
	CMYK 9,7,7,0	RGB 235,235,235
	CMYK 59,56,51,1	RGB 126,114,114

同类赏析

这款电影海报通过人物的叠加来介绍主要人物，用红色三角背景加以衬托，使画面不至于单调和无趣。



	CMYK 11,56,10,0	RGB 231,144,179
	CMYK 0,0,0,60	RGB 137,137,137

同类赏析

这是一款为了保护女性健康而设计的平面推广广告，以标志性的红丝带为主要元素，交叉的三角形展现了一种妥帖、沉稳的产品形象。

其他欣赏



4.3.2 斜向分割

斜向分割就是将画面的主要元素倾斜排列，赋予整个画面延展性和动态性，比起传统的横向或竖向排列，这种排列方式更加引人注目，所以很多设计师会利用斜向分割进行排版，使画面充满生机。



CMYK 4,29,81,0 RGB 253,198,53
 CMYK 47,94,100,19 RGB 141,40,28



CMYK 84,80,79,65 RGB 27,27,27
 CMYK 6,4,4,0 RGB 243,243,243

思路赏析

ESSENCIAL香水品牌又推出了几款新的香水，设计师除了要向大众展示几款不同的香水，还想通过氛围的塑造来展示品牌的审美与档次。

配色赏析

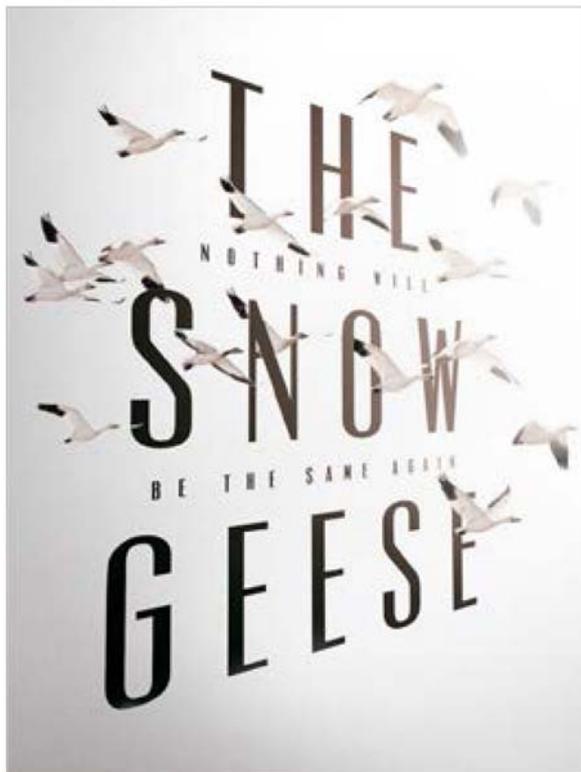
用四角黑、中间白来营造光晕效果，而产品的颜色是吸引消费者的一大因素，这样可以更好地呈现产品的不同颜色，而这4种颜色典雅、高档，没有任何突兀之感。

结构赏析

比起4款香水并排展示，这种错落有致的排列更加有趣，也更有个性。香水瓶各自生成的光影在画面中倾斜分布，既有规律又有艺术感。

设计思考

该设计的主题是“瓶与光”，用晶莹剔透的瓶身展示一种美感，能让香水的质感得到最好的呈现。透过瓶身朦胧的光感，二者合一可以共同营造一种深远的意境。



	CMYK 10,7,7,0	RGB 234,234,234
	CMYK 91,81,89,74	RGB 4,15,9
	CMYK 45,48,49,0	RGB 158,136,123

○ 同类赏析

该海报设计用一种三维的、倾斜的排版方式，让平面设计变得更加立体，文字信息与图形信息互相对应，充满简约、灵动之美。



	CMYK 50,77,85,38	RGB 94,57,41
	CMYK 43,59,65,1	RGB 166,119,91
	CMYK 74,76,74,48	RGB 58,47,45
	CMYK 25,17,17,0	RGB 201,205,206

○ 同类赏析

该彩妆品牌的产品推广广告，用丝滑的袋子作为主要元素，展示了彩妆的质地和颜色，通过一种艺术的方式表现了成熟的美。

○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○

