



# 第1章

## 商业插画概述

## 1.1 关于商业插画

现代社会的发展，使插画已从过去狭义的概念（只限于画和图）变为广义的概念，“插画”就是我们平常所看到的各种报纸、杂志、图书里，在文字间所加插的图画。在拉丁文中，插画是“照亮”的意思，它是用以提升文字的趣味性，使文字部分能更生动、更具象地浮现在读者眼前。而在现今各种出版物中，插画的重要性早已远远地超过这个“照亮”文字的陪衬地位。它不但能突出主题的思想，而且还会增强艺术的感染力。

插画，作为现代设计的一种重要的视觉传达形式，以其直观的形象性、真实的生活感和美的感染力，在现代设计中占有特定的地位，已广泛应用于现代设计的多个领域，涉及文化活动、社会公共事业、商业活动、影视文化等方面。

商业插画指具有商业目的，并被应用于商业领域的插图形式。其使用寿命短暂，当一个商品或企业进行更新换代时，此插画即宣告消亡。从这个角度来说，似乎商业插画的夙命有点悲壮，但从另一个角度来说，商业插画在短暂的时间里所迸发的光辉是艺术绘画所不能比拟的，因为商业插画是借助广告渠道进行传播的，覆盖面很广，社会关注度比艺术绘画高出许多倍。

商业插画具有以下特征。

### 1. 艺术审美性

社会大众对于商业插画这种艺术形式更乐于接受，很重要的原因是它们所反映的

内容、所选用的题材非常贴近普通百姓的生活。它不像其他一些艺术及绘画形式曲高和寡，从如何欣赏的角度就要求观看者具备一定的美学和艺术修养基础，同时作品里蕴含的艺术审美价值在时空上追求经典和永久性，在这一点上商业插画艺术的“平民化”更加深入人心。不管是传统插画，还是数码插画，表现在作品画面中的都是具有极强视觉冲击力和符合美学规律的形式组合。数码插画虽然是一种新的插画形式，但是就其创造活动本质来说，跟传统的插画没有太大的区别，只不过实现的手段和传播媒介不同罢了，创作思维所受的限制比以前少了。有些人认为数码插画过多地依赖于设计手段和数码技术，抹杀了插画本身的艺术性特质。这是一种艺术偏见和对新艺术形式的曲解，插画艺术性的本质在于形式的多样性和与众不同的想象力及最终独特而绚烂的视觉形象，这一点不会改变，同时也是其真正的生命力所在。

### 2. 时代性

插画艺术的发展始终是与时代的前进亦步亦趋的，这在整个插画艺术的发展历程中清晰可见。商业插画的时代性可以表现在两个方面。首先，表现在实现技术上。早期所见的插画多是以木刻版画的形式，纸的发明和印刷技术的提高给了插画一个全新的发展和繁荣的机会，而20世纪数码技术的出现和广泛应用，则给了插画一个革命性的发展机遇。时代的进步、科技的发展，在商业插画的创意、制作、传播途径及功能延伸上都打上了烙印。

其次，表现在插画所反映的内容和审美价值上。纵观中西方传统的插画艺术及数码商业插画，流淌在其中的美学精神是一脉相承的，且对于美学主题的探索是一直不变的追求。但是随着时代与历史文化的变迁，所呈现的内容和形式也千变万化。例如，中国传统的插画，所反映的多是当时社会的生活状态及审美标准，包括文学作品里的一些场景。现代插画包含了上述部分内容，常见的是一些优美、温馨的画面。还有一些抽象的、具有未来感的作品，特别是一些新锐插画家的作品，从中可以看出不同时代的审美内容和审美观念。但有一点是毋庸置疑的，即美学随着时代的进步是一个不断发展的概念，特别是大众化的艺术形式。

商业插画担当了这样的艺术角色，一方面它所传达和流露的审美价值始终跟随社会大众的美学潮流，要满足他们的精神世界和感观消费需求，同时还要引导和创造社会的审美趋势。大众审美和消费文化的重要特点就是不断地变化、求新求异，所以插画艺术作为这样一个载体所反映的恰恰是各个时代的审美情趣。

### 3. 专业化

插画艺术的专业化是随着插画本身的发展所形成的，也是社会分工的必然结果。这种专业化首先表现在商业插画艺术的独立性上。插画早期几乎全部出现在书籍当中，那时的插画也就特指书籍插画，它有很强的依附性，内容和形式都比较单一。但是随着技术的发展，人们的审美需求在扩大，插画的应用已大大超过了原先的范畴。目前，插画的应用从日常的书籍到广告、包装、影视宣

传品、卡通等，功能也不仅仅是对文字的还原与解释，而是拥有独特视觉语言的一种全新的艺术形式。有了以计算机技术为中心的众多新科技的支撑，插画从构思、制作、传播及最后大众接受与欣赏，都有一套完整而不同于以前的媒介和渠道，特别是互联网技术的出现，使插画的传播克服了时间和空间上的众多限制。另外，在插画艺术发展较好的国家和地区，其更是作为一种成熟的产业来发展，同时可以带动相关的产业，对国家和社会的经济发展起到很大的推动作用。例如，在美国、日本、韩国，插画艺术是创意产业的重要组成部分之一，每年创造的收益在GDP中的占比较高。

除此之外，插画艺术在应用过程中，与诸多领域的技术和手段相结合，呈现越来越专业化的趋势，这也是社会分工提出的要求。我们日常见到的书籍插画、广告插画、动漫影视插画等商业插画形式，由于其所服务的行业之间有明显区别，这对插画绘制者提出了很高的技能和职业素养等方面的要求。一方面插画行业内的激烈竞争必然导致彼此之间的专业区分，同时插画本身的发展决定了所涵盖的应用领域越来越宽广，势必要求有不同专业知识的插画设计者来满足需求。

商业插画在大多数广告中比文案占据更多的位置，它在促销商品上与文案有同等重要的作用。在某些招贴广告中，插画甚至比文案更重要。商业插画在广告中的主要功能包括吸注功能、看读功能和诱导功能。吸注功能主要是指吸引消费者的注意。假设消费者从心理上对一切广告都感到厌烦，而在

无意看广告时突然看到了插画，精彩的插画使消费者忘掉了他不看广告的初衷，从而达到宣传的目的。插画的看读功能则主要指快速、有效地传达招贴广告的内容。好的商业插画应是简洁明了、便于读者抓住重点的插画。国外曾有广告插画家通过“藏文法”来测试广告插画的表达能力，即把广告的正文和标题等掩盖起来，让读者只见插画，看其能否了解广告所要表达的内容。好的插画往往有3秒钟见效的力量。商业插画的诱导功能则是指抓住消费者的心理反应，把视线引至文案。好的商业插画应能将广告内容与消费者自身的实际联系起来，插画本身应使消费者感兴趣，画面要有足够的力量促使消费者产生进一步了解有关该产品的细节内容的欲望，诱使消费者的视线从插图转向文案。

商业插画有一定的规则，它必须具备以下3个要素。

(1) 直接传达消费需求。表达商品信息要直接，因为消费者不会花时间去理解绘画的含义。由于人们的消费习惯有一定的持续性，在琳琅满目的购物环境里，如果消费者在3秒钟之内没有看到或没有被广告插画所吸引，恐怕他将在今后一年或几年的时间内都不会购买此商品了。

(2) 符合大众审美品位。假设消费者看到了插画，但对画面的色彩、构图或形象产生逆反心理，也会导致消费者不再关注该产品的后果。商业插画作品的艺术性太强，受众看不懂，而商业插画作品太低俗，受众又瞧不上，所以符合大众审美品位是商业插画必备的要求。

(3) 运用夸张手法强化商品特性。在

消费者的注目下，商业插画作品进入第三关——和周边的商品比较。如果插画没有强化和夸张商品的特性，被淹没在商品的海洋，那也不会引起关注。在超市里经常见到顾客挑挑拣拣、拿起又放下商品的情景，所以直到购买行为发生之后，一幅商业插画才算成功通过测试。

## 1.2 发现与收集

插画的创作来源于生活，从生活中“发现插画”，让学生从人物、动物、植物、建筑物、物品和色彩提炼中发现插画、感受插画、创作插画，并收集与插画相关的资料。

(1) 人物插画。插画以人物为题材，容易与消费者相投合，因为人物形象最能表现出可爱感与亲切感，人物形象的想象性创造空间是非常大的。首先，造形比例是重点，生活中成年人的头身比为1:7或1:7.5，儿童的头身比一般为1:4左右，而卡通人物的头身常以1:2或1:1的大头形态出现，这样的比例可以充分利用头部来再现形象的神态。人物的面部表情是焦点，因此描绘眼睛非常重要。其次，运用夸张变形的手法不会给人以不自然或不舒服的感觉，反而能够使人发笑，让人产生好感，整体形象更明朗，给人印象更深。

(2) 动物插画。动物作为卡通形象的历史已相当久远，在现实生活中，有不少动物成了人们的宠物，这些动物作为卡通形象更受到公众的欢迎。在创作动物形象时，必须十分重视创造性，注重形象的“拟人化”手法。例如，动物与人类的差别之一，就是表

情不显露。但是卡通形象可以通过拟人化手法赋予动物具有如人类一样的笑容，使动物形象具有人情味。运用人们生活中所熟知的动物作为插画主体更容易被人们所接受。

(3) 物品插画。物品插画是动物拟人化在商品领域中的扩展，拟人化的物品给人以亲切感。个性化的造型能加深人们对商品的直接印象。商品拟人化的构思大致分为两类：第一类为完全拟人化，即夸张物品，运用物品本身的特征和造型结构作拟人化的表现；第二类为半拟人化，即在物品上另加上与商品无关的手、足、头等作为拟人化的特征元素。以上两种拟人化的塑造手法使物品富有人情味和个性化。通过动画形式，强调物品特征，其动作、言语与商品直接联系起来，宣传效果较为明显。

(4) 色彩提炼。色彩研究权威机构（如潘通）每年都会发布流行色。这些色彩是被精挑细选打造出来的。插画家对色彩都有自己独特且敏锐的理解，当人们欣赏他们的插画时，最先总会被色彩所吸引。那些真正经受得住时间考验的经典作品，那些提炼出来的颜色，都是将美丽的色彩在创作插画中进行体现。

选一张自己喜欢的画作或照片，提取其中有代表性的5个颜色，根据原画或照片中各个颜色的比例，以色块的形式表现原画的感觉，最后，脱离原画，利用提取出的5个颜色，重新组合，通过设置不同颜色的比例和位置，创作新的插画。

插画家经常为视觉传达设计师绘制插图或直接为杂志、报纸等媒体配图。他们一般是职业插图画家或自由艺术家，像摄影师一

样，具有各自的表现题材和绘画风格。对新形式、新工具的职业敏感和渴望，他们中的很多人开始采用计算机图形设计工具软件创作插图，从而使他们的创作才思得到了更大的施展。无论简洁还是繁复绵密，无论传统媒介效果（如油画、水彩、版画风格）还是数字图形，无穷无尽的新变化、新趣味，都可以更方便、更快捷地完成。

### 练习一 发现与收集练习

作业要求：以人物、动物、植物、建筑物、物品、色彩提炼为主题，采用拍摄或其他方式，收集与本次课题——插画设计相关的图片与资料，整理、归纳好后在图片中进行插画设计。

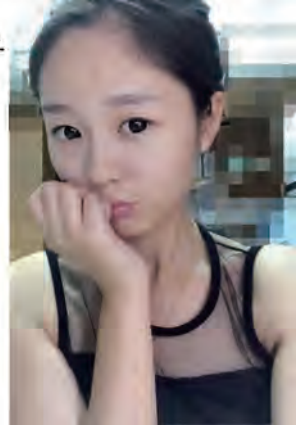
作业数量：15~20幅。

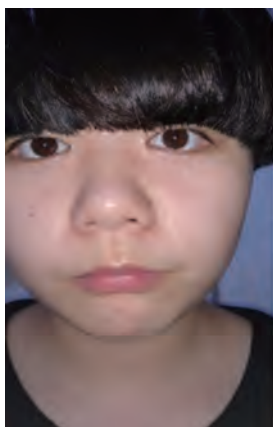
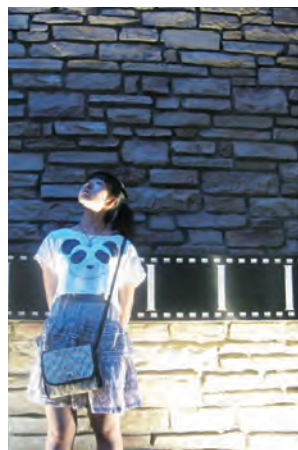
建议课时：课后进行资料收集，在课堂上用4课时让学生针对自己收集的资料进行再设计并讲解，教师进行集体点评。

作业提示：插画设计的收集是为了让学生在进入课程学习时，对商业插画课程所涉及的内容进行主动关注。同时，可以使学生养成在生活中发现、收集、整理资料的专业学习习惯。课堂上将学生收集的资料进行集体展示，让学生观摩。学生针对自己收集的资料进行讲解，教师进行集体点评。希望通过以下目的：关注插画不同的表现形式和展现技法；关注插画在不同的媒介中应用的效果；学会对资料进行筛选、梳理、归类，养成日常注意积累的习惯，建立自己的“插画资料库”。

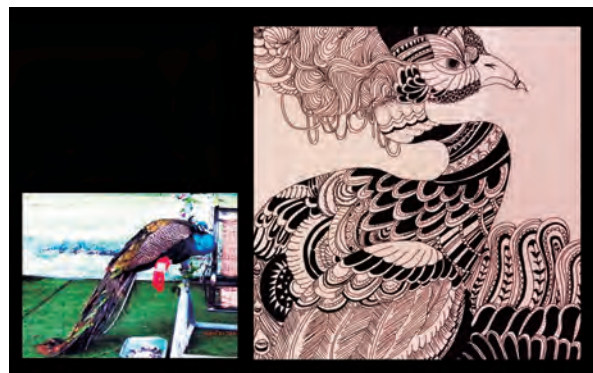
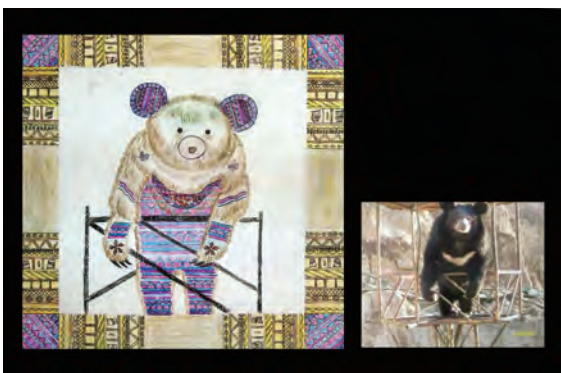


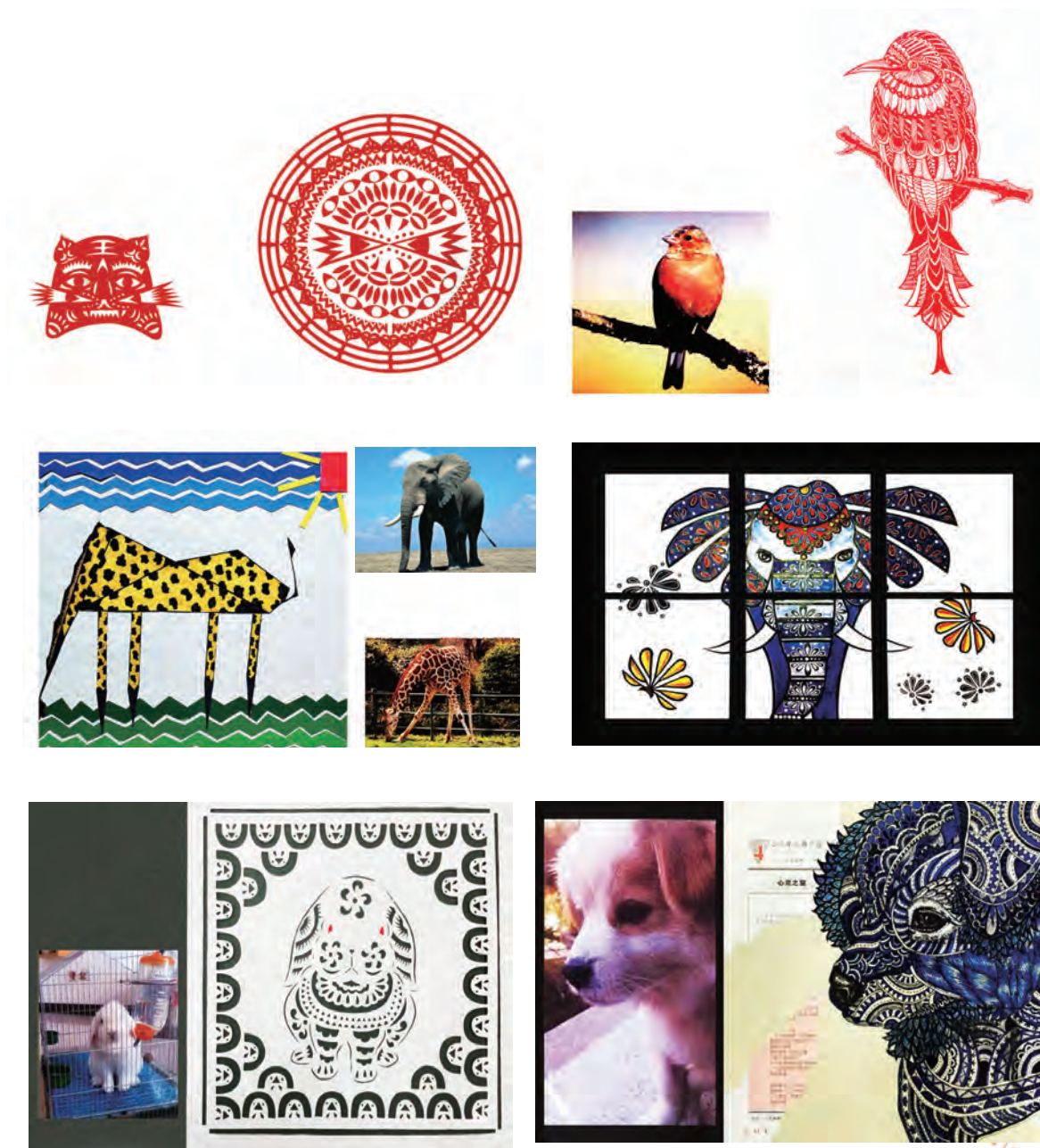
发现与收集——人物插画





发现与收集——动物插画





发现与收集——植物插画

