

国际广告设计精品教程：广告设计基础（第2版）



[国际广告设计精品教程：广告设计基础（第2版）_下载链接1](#)

著者:[英] 肯·伯坦肖, [英] 尼克·马洪, [英] 尼洛琳·巴尔福特 著

[国际广告设计精品教程：广告设计基础（第2版）_下载链接1](#)

标签

评论

物流给力啊 东西不错

内容简而易懂，适合初学者学习

送人的，朋友很喜欢，不错

不错，包装好，物流快

还不错。凑合看。耐克

书粗略的看了下，内容还是可以的。

卖家服务态度好 物流也快 书很实用 特好用 很感谢 还会再来

书不错，推荐购买，给个好评。

东西收到了 非常满意

很实用，案例很详细，不错

好书，值得好好KanW

印刷装订很好，阅读舒适。

还不错 送给朋友的

不错！

很棒哦

看着很厚 其实比较小的一本书 内容较为新颖 值得翻翻

好

very good, will come back again

价格实惠.....

所谓广告设计是指从创意到制作的这个中间过程。广告设计是广告的主题、创意、语言文字、形象、衬托等五个要素构成的组合安排。广告设计的最终目的就是通过广告来达到吸引眼球的目的。Impact(冲击力)

从视觉表现的角度来衡量，视觉效果是吸引读者并用他们自己的语言来传达产品的利益点，一则成功的平面广告在画面上应该有非常强的吸引力，彩色的科学运用、合理搭配，图片的准确运用并且有吸引力。Information(信息内容)

一则成功的平面广告是通过简单清晰和明了的信息内容准确传递利益要点。广告信息内容要能够系统化的融合消费者的需求点、利益点和支持点等沟通要素。

Image(品牌形象)

从品牌的定位策略高度来衡量，一则成功的平面广告画面应该符合稳定、统一的品牌个性和符合品牌定位策略；在同一宣传主题下面的不同广告版本，其创作表现的风格和整体表现应该能够保持一致和连贯性。广告设计包括所有的广告形式：二维广告，三维广告，媒体广告，展示广告等等诸多广告形式。路牌广告

路牌从其开始发展到今天，其媒体特征始终是一致的。它的特点是设立在闹市地段，地段越好，行人也就越多，因而广告所产生的效应也越强。因此路牌的特定环境是马路，其对象是在动态中的行人，所以路牌画面多以图文的形式出现，画面醒目，文字精炼，

使人一看就懂，具有印象捕捉快的视觉效应。现今路牌广告的发展趋势是逐渐采用电脑设计打印（或电脑直接印刷），其画面醒目逼真，立体感强，再现了商品的魅力，对树立商品（品牌）的都市形象最具功效，且张贴调换方便。所用材料也有防雨、防晒功能。

霓虹灯广告

霓虹灯是户外广告中灯光类广告的主要形式之一，它的媒体特点是利用新科技、新手段、新材料，在表现形式上以光、色彩、动态等特点来吸引观众的注意，从而提高信息的接受率。霓虹灯广告一般都设置在城市的至高点、大楼屋顶和商店门面等醒目的位置上。它不仅白天起到路牌广告、招牌广告的作用，夜间更以其鲜艳夺目的色彩，起到点缀城市夜景的作用。

公共交通类广告

公共交通类广告如车船广告是户外广告中用得比较多的一种媒体，其传递信息的作用是不容忽视的。广告主可以借助这类广告向公众反复传递信息，因此它是一种高频率的流动广告媒介。特别是公共交通工具往返于市中心的主要街道，在车辆两侧或车头车尾上做广告，覆盖面广，广告效应尤其强烈。这类户外广告大多还是采用传统的油漆绘画形式，结合部分电脑打印裱贴的方法。

灯箱广告

灯箱广告、灯柱、塔柱广告、街头钟广告和候车亭广告的媒体特征都是利用灯光把灯片、招贴纸、柔性材料照亮，形成单面、双面、三面或四面的灯光广告。这种广告外形美观，画面简洁，视觉效果好。

[国际广告设计精品教程：广告设计基础（第2版）_下载链接1](#)

书评

[国际广告设计精品教程：广告设计基础（第2版）_下载链接1](#)