

封面背后

大事

《纽约客》

2005年9月19日刊

“椭圆形办公室里的水灾”

最佳封面第一名

(1)

今年获奖的最佳封面和最佳新闻类封面,集合了过去一年中世界各地发生的大事。最佳封面第一名的《纽约客》“椭圆形办公室里的水灾”反映了美国政府在卡特里娜飓风救灾行动中缺乏同情心并且漫不经心。绘制者巴利·比利特(Barry Blitt)把椭圆办公室置于暴雨之中。当办公室慢慢被洪水淹没,政府无能引起的国家公愤也在读者看到画面的会意一笑后爆发。

《经济学人》

2006年7月8日-14日刊

“火箭人”朝鲜领导人金正日

最佳封面第三名

最佳新闻类封面第三名

最佳封面标题

(2)

封面的题目是“‘火箭人’朝鲜领导人金正日”。《经济学人》杂志这样说:“这次的火箭发射将在美国、韩国、日本、中国和

俄罗斯在为停止朝鲜核试验而做的外交努力上炸开一个难以修补的洞。”担心金正日的“烟火表演”会使维持该地区和平的所有努力灰飞烟灭。封面把金正日设计成为一个升入空中的危险的“火箭人”,虽然《经济学人》一向被认为是本严肃的杂志,但对世界大事经常持有一种玩世不恭的冷嘲热讽态度。

冷眼

《纽约客》

2006年2月27日刊

“小心你的靠山”布什、切尼造型

最佳新闻类封面第一名

(3)

杂志在电影《断背山》即将上映前出版。以总统布什和副总统切尼为造型的漫画“小心你的靠山”,表现了副总统切尼的可以遭至大祸的自鸣得意和笨拙的总统布什对他的无能为力。

《滚石》

2006年5月4日刊

带着个笨蛋帽坐在板凳上的布什总统

最佳新闻类封面第三名

(4)

这个封面在美国历史上最关键的时刻,说出了极为刺激的且在很多人心里隐

藏许久的问题:“布什是美国历史上最糟糕的总统吗?”混杂了尖锐的讽刺和幽默。而且伴随着美国最权威的历史学家之一希安·威兰兹对此的冷静评价,触发了一场激烈的政治争论,使这封面变成美国杂志历史上最具纪念意义和最影响力的封面。

《纽约客》

2006年3月20日刊

天桥上骨感女模和胖乎乎的女观众

最佳时尚类封面并列第二

(5)

捕捉什么是时尚的,并加以阐释,这是很多时尚杂志最本质的工作。《纽约客》可能不是那种告诉你应该穿什么衣服、什么鞋子的杂志,但是会表明它对时尚的兴趣。这个封面,“天桥上的骨感女模和台下的胖乎乎女观众”告诉你,在天桥上看到的形象,只不过是虚无飘渺的梦、幻境和丰富的想象力。

人物

《芭莎》

2006年1月刊

穿绿裙子的茱丽安·摩尔

最佳明星类封面并列第一

(6)

和很多时尚造型一样,这张茱丽安·摩尔的封面照也具有很好的视觉效果,而它的成功之处在于打破了所有所谓的“杂志封面规则”。首先,一般来说,从不会有人觉得摩尔是报摊上可以“大获全胜”的封面人物。再就是她的半边脸被头发遮挡住了,她的笑容也不那么灿烂。还有,她的裙子和封面字体都是绿色,而绿色的封面通常不会有好的销量。但是,这本封面的绿色却打败了其他所有颜色。和2005年1月的《芭莎》相比,这本杂志的报摊销量增加了10%。试想,如果《芭莎》做过封面调查,遵循了所谓的封面“规则”,这个封面还会出现吗?这也说明了一本成功的封面的规则就是没有规则。

《纽约客》

2006年7月3日-10日期

海滩上的斯嘉丽·约翰逊和伍迪·爱伦

最佳明星类封面并列第二

(7)

这个封面用了一个俗气的海滩作背景,这是《纽约客》年度“夏日刊”开的一个玩笑。两个人物是最具偶像气质的大导演伍迪·爱伦和好莱坞明星斯嘉丽·约翰逊。斯嘉丽穿着50年代设计师设计的泳衣,摆着极具诱惑的姿势,表示她经常在电影中出现的50年代风潮已经来临了。

而伍迪,是完全不同的装束,他拒绝其他任何服装,只挑了古典的且有点小家子气的灯心绒长裤和粗花呢西服。天呐,这可是他在夏日海滩上的一天呢。

《首映》

2006年7/8月刊

叼着鱼钩的斯蒂夫·卡瑞尔

最佳明星类封面并列第二

(8)

《首映》的封面做了所有的杂志封面想做的:有一个合适的人物(充满诱惑的斯蒂夫·卡瑞尔),清晰并且颜色鲜艳的封面文字,这可以在报摊上引人注目并迅速流传。这是《首映》杂志的第一个喜剧刊。卡瑞尔嘴里叼着个鱼钩,被完美地“活捉”。封面很好地展现了一个具有很大粉丝群却很少有不良报道的演员。照片具有创造力并且很好玩,是一个喜剧刊最好的选择。封面文字的颜色明朗,并且有夏天的气味,很好读。

《W》

2005年11月刊

白色上装的凯特莫斯

最佳时尚类封面并列第二

(9)

2005年秋天,凯特·莫斯吸毒的照片上了无数小报的封面。很多大牌都突然取

消了和她的合约。而《W》杂志却让凯特上了11月份的封面。金色的妆容,CK的优雅裙子。《W》的这个决定是很有影响力也很有先见之明的。在喧嚣之后,凯特迎来了她事业的黄金期。

《国家地理》

2005年11月刊

沙滩上倒立的冲绳老爷爷

最佳服务类封面并列第三

(10)

2005年11月的《国家地理》封面讲的是长寿的故事。封面模特是冲绳的一个84岁的叫做 Fumiyasu Yamakawa 的老人。他正在那霸的海滩上做每日的瑜伽课程。他以前是个职员,退休之后,就教年轻一代怎样生活更健康、更长寿,并且证明了在接近100岁时还可以保持生机。他长寿的运动是跑步、游泳、每天做瑜伽。冲绳的一个传统的长寿秘诀是“ikigai”,意思就是要活得有意义。摄影师花了3个星期来拍摄这个长寿的故事。在他要离开冲绳的前一晚,他碰到这个老人,而这张封面照片是他打包好行李去机场的前十分钟拍的。

创意

《时代周刊》

2006年7月17日刊

“牛仔外交战略的终结”装饰着美国总统标记的超大牛仔帽

最佳创意类封面第一名

(11)

这个封面,开启了美国对布什总统外交政策的大讨论。一个全白的背景中,超大的牛仔帽吞没了标记着美国总统印章的穿衣者。漫画形象地描绘了布什政府盲目且理想化的单边主义政策。该杂志封面一上市,就在全美的博客空间、平面媒体、电视和广播中引发了轰动,白宫发言人甚至在每周例行发言中被问及这个封面,还被问是否布什时代真的结束了。《时代周刊》封面暗示了杂志对国家政治生活有着不可低估的影响力。

《I.D.》

2006年3/4月刊

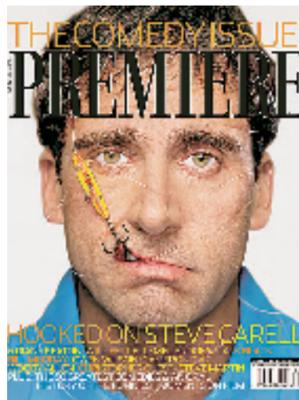
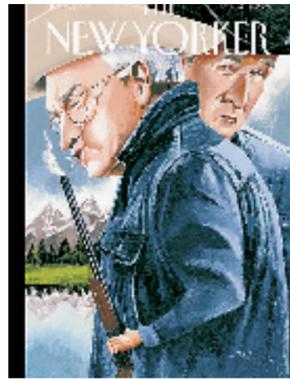
“设计与信仰”,酷似 iPod 的装置变成十字架项链

最佳创意类封面第二名

(12)

这个封面把时尚文化的影响变成视觉语言。告诉读者创造时尚崇拜物品的设计师们,往往被称为宗教信仰的重塑者,只要他们有源源不断的创造力,就会被人们奉为神灵般的人物。

文 / 本报记者 金丹丹



下沙财富商圈都尚国际购物中心隆重招商

都尚国际购物中心即将隆重登场,本购物中心是由香港云景国际贸易公司投资,由一休整合营销传播广告有限公司全案策划。本购物中心位于杭州市下沙高教园区高沙商业城,占地15000平方米,地理位置优越,商业气氛浓厚,大学城现有15万在读学生,12万本地居民,人口密集,是未来聚焦新都财富的中心地带,是商家必争之地。

本购物中心现已对外全面招商、招租、招聘,希有识之士加盟本购物广场,共创辉煌。

加盟项目:
手机、珠宝、首饰、数码产品、通讯器材、眼镜、钟表、音像书刊、大小家电、摩托车/助动车、床上用品、品牌鞋服、运动鞋服、大众鞋服、中、西式餐饮、美容美发、儿童乐园、大型电玩、高档皮具、高档彩妆、票务办理、食品、百货、中式面点、西式糕点、熟食、水产、精肉、蔬菜水果、茶叶、洋参、蜂蜜等。

地址: 杭州市下沙镇高沙商业街文渊大厦
电话: 0571-86575666 / 86733793/86731122

| | | | |
|-----|------|------|------|
| (1) | (2) | (3) | (4) |
| (5) | (6) | (7) | (8) |
| (9) | (10) | (11) | (12) |

