

## 《我和我的快递》——数不清的辛劳，永恒的精神

在当今的社会，快递已经成为了我们生活中不可分割的一部分，它给我们带来了极大地便利。《我和我的快递》是由京东物流在 2020. 11. 11 推行的一系列广告海报，此海报是引出京东物流系列故事的主旨海报。它体现了快递小哥以飞快地速度和优质的服务，将一个个快递送到千家万户。

**批注【金1】：**开头概述一下海报的内容、艺术特征和宣传目的。

《我和我的快递》的色彩以暖色调红黄为主，是一种正能量体现。图像并配以轻快的字体给人带来亲切感，海报中有着浓浓的中国特色和元素 - 中国红，黄土地的颜色以及快递小哥那憨厚的脸庞，淳朴的笑容。《我和我的快递》这一海报的创作是参考并借鉴了体现出“伟大的中国”的电影《我和我的祖国》与《我和我的家乡》。这两部电影通过讲述中国老百姓们平凡的故事，体现出“中国精神”。《我和我的快递》及一系列京东物流故事的海报讲述了快递小哥和普通老百姓的平凡故事。快递小哥的“快递精神”，也是一种“中国精神”的体现。两者相辅相成。

**批注【金2】：**A+

每个普通百姓与快递的故事也是民众日益提高的生活水平的写照。（小人物与大时代；以普通人的视角讲述宏大的家国题材）

关于此海报的布局，首先，观者通常会第一眼注意到快递小哥。他的位置被设计在了中间偏下，并以醒目的中国红出现在大家面前，海报的主题在瞬间就被体现出来。接着，观者便会注意到快递小哥上面的几个大字“我和我的快递”，这个位置更加突出了其下的快递小哥。纵观整个海报，其布局是由上至下，从远到近来安排的，这种层次感更加突出了快递小哥。他从远处驾着“摩的”驶来，行进在道路上，体现出了马上送货到家的感觉，突出了高产高效的中国精神、快递精神。

**批注【金3】：**要与“京东物流”产生联系

对于《我和我的快递》而言，各个图像也进一步体现了主题。近景中，快递小哥的淳朴笑容使双眼眯成了一条缝和憨厚的脸庞体现出了中国人的形象，一脸富有正能量的笑容表达一种乐于为家家户户服务的品格。快递小哥身边伴随着羊、鸡、狗、猪等家畜，这进一步体现了中国的文化，这些家畜和中国的十二生肖联系着，动物们欢快的表情，烘托出期待并欢迎快递小哥的到来。画面远方的高楼大厦与中部散落的房子和田里穿插交错的道路交织在一起，更加突出快递小哥的身影遍布城市和乡村，为千家万户带来了便利。而且，远处的城市与近处的农田形成了鲜明的对比，突出了无论在哪里，快递小哥都会将您所期待的物品送来。

**批注【金4】：**不构成对比关系

日益缩小的城乡距离；社会主义新农村

**批注【金5】：**不要忘记回扣“京东物流”，这一广告是为京东物流的品牌形象做宣传的。（优质的服务、迅捷的速度）

除去了布局与图像特点，海报的整体配色也是独具特点。快递小哥一身打扮以及一车的货物都用中国红描绘出来。第一，这表现了京东本身的主题色。第二，这呈现了中国的“福

色”，红色是中国的象征，中国的国旗是红色的，过年过节，家家户户的各种装饰是红色的。红色还代表了老百姓的日子过得红红火火，红色还是喜悦的象征。快递小哥们为了老百姓红红火火的日子，有着那份不畏艰难、继续向前、不回头的精神。除此之外，周围的农田也是运用了暖色的基调，橙色与黄色。这营造了一个秋天下的黄昏，秋天这一季节点出了广告海报的发布时间背景，也就是双 11。秋天作为一个季节也是丰收的时候，这代表了快递的服务是不可缺少的。总体而言，前面的橙红与后面的淡黄组合成一种非常富有正能量的氛围。这不但给观者一种舒适的感觉，还体现了中国的主题色，反映了一个繁荣的社会。

最后，文体的风格也非常的独特。“我和我的快递”的字模拟了楷体字体，但又有着自己的风格，他给观者带来一种轻快飘逸的感觉。这柔和的字体使人放松、愉快。再加上，快递小哥送快递的场景也是额外放松的。而且，第一个“我”和“快递”字体相对来说更大，这烘托出了客户与快递的关联，进一步点明了海报的目的。海报的上端点名了发起者与时间。海报的底端指明了额外信息的来源 - 通过官方微博，向网友们征集和分享 11.11 快递的故事。通过普通老百姓的故事，来体现出京东物流深入每家每户，更深一层的含义说明了我们的祖国越来越兴旺，老百姓的生活越来越方便。

显而易见，无论是图像摆放的位置还是整体的配色与文字，它们之间都引起了强烈的共鸣。红色、暖色的运用、快递小哥的形象、中国书法的出现和十二生肖中的小动物们，都体现了海报的特点和中国文化的特色，从而使观者体会到了“我和我的快递”的“快递精神”、“中国精神”。

字数：1441

**批注【金6】：**收获与希望  
温暖与热情  
这样的配色对于宣传此次微博话题活动有什么作用？

**批注【金7】：**文字

**批注【金8】：**点出来，可以讲得更明确。

**批注【金9】：**总体分析很出色，结构清晰，语言流畅，艺术特征把握全面。但在分析时不要忘记海报的主要宣传目的，不能泛泛地讨论快递业。

## 《我和我的快递》海报分析

该文本是京东物流在双十一发布的活动海报，以使用过他们产品的网友作为针对的阅读群体，向广大用户征集他们与京东快递的故事，并且实现一定的推广作用。海报的排版、色彩、图像内容、文字内容都安排得当，画面精致活泼，喜迎用户参加活动并增加产品使用率。

海报采用了突出中心内容的排版，将采用大字号的毛笔体标题“我和我的快递”竖排版放置在海报中间靠上的位置，这也是画面中最主要、最能表现海报核心内容。这样的设计能让读者在第一时间看到活动标题，了解海报主题。而在标题的正下方，设计者添加了一个画风夸张，看上去憨态可掬、画风夸张有趣的快递小哥卡通形象，不仅平衡了海报视觉上的“重量”，还刺激了读者的感官，紧紧吸引其注意力。等到画面调动起读者对活动的兴趣与积极性后，才用海报底部的小字简单介绍活动，鼓励读者参加。

色彩方面上，海报选择橘色作为主色调，成功调动起了消费者的积极情绪，起到为公司营造一种甜蜜温馨的品牌形象，以及推广公司的活动、服务的作用。橘色被誉为最温暖的暖色，给人一种活泼、热情、欢乐的视觉体验。这样美丽动人而极具暗示性的颜色会让用户在回想自己与快递之间故事时，更倾向于唤起美好的回忆，淡忘之前可能发生过的不愉快。不仅如此，在色彩的情绪暗示下，用户在上文分享自己的故事时，也更乐于讲述真情流露、积极正面的故事，与商家的意图不谋而合。

文字内容相对较为简单，设计者似乎是有意识地减少了大段文字说明的出现，只添加了必要的海报标题、品牌名称、活动时间以及活动指引。这样巧妙的“留白”减少了读者阅读时产生的厌烦的情绪，也省去了参加活动的要求、限制，留出了更多发挥的空间。另一方面，活动主题所使用的“我和我的XX”的格式，与海报发布前不久火爆上映的《我和我的家乡》类似，能够引发读者向二者之间产生合理联想，加深其对本次海报的印象，并调动起他们对于活动的兴趣以及参加活动的积极性。最后，海报底部的小字起到了结尾点题之用。“微博搜索#我和我的快递#，并@京东物流 分享你的 11.11 快递故事”向读者揭示了海报的最终目的，也将完成阅读的读者推向活动，达到海报设计最根本的目的。

图像内容是海报传递自己思想理念最为重要的工具之一，这次活动海报的设计者也很好地抓住、利用了这一点。这副海报的画风别具一格，增加其趣味性，恰到好处地引起了读者的注意。相比于采用写实的风格，海报上所使用的略微有些夸张的卡通画风，更加博人眼球、丰富有趣。这种互联网所流行的漫画风格，也更好地适应了当今语境。除此之外，图像内容

**批注【金1】：**也起到了宣传京东物流的作用（速度与服务）

**批注【金2】：**夸张吗？似乎不大准确

**批注【金3】：**表意不清晰

**批注【金4】：**排版布局的分析应从前景背景、中心边缘、上下左右等角度展开思考。  
位于近景-前景-中央的快递小哥和标题字显然是最醒目最突出的；那么背景和远景处的场景有何作用呢？  
这样的放置安排起到了什么作用

**批注【金5】：**红—京东的主题色  
红、金黄：温暖、热情与希望  
红枫、暖橘、金黄——时间点：深秋

**批注【金6】：**联想什么呢？此处分析较空泛。强调了个体与时代的联结，从小人物出发，讲述他们与大时代的故事。

还向大众展示了配送范围广、速度快的特征，以及快递的幸福感。

广泛的配送范围可以通过海报的背景体现——远景是城市的高楼大厦、现代建筑，后以农田作为过度，通过鸡犬牛羊的出现、建筑风格的变化，暗示读者京东快递从城市至乡村都能送达，囊括中国的每一寸土地。而配送用的摩托车车轮下扬起的尘土则暗示配送速度迅速，读者也更倾向于将该画面理解为“一溜烟”就送到了。

幸福感在快递小哥的形象上得以体现：设计者有目的地突出画面中快递小哥脸上灿烂的微笑，体现快递小哥的使命感，也暗示快递被送到身处另一座城市的亲朋好友手中的幸福感。不仅如此，其身后的各种动物也为海报营造了轻松美好的氛围。小动物们跟随在快递小哥身后，即使是在静态的画面中，读者也可以从他们定格的跑跳动作想象出他们完整的、轻快的步伐。而且它们脸上仿佛带着笑意——这是写实照片所不能展现的——一副欢迎的样子，为快递增添了其原本不曾有的人情味与温度。

综上所述，这份海报根据自身举办活动的目的，通过精心设计排版布局、色彩搭配、图像内容以及文字，悄无声息地引导读者，宣传自己的品牌理念，推广自己的服务。

字数统计：1490-134（标点数）=1356

批注【金7】：好！

城市—乡村，当今社会中逐步缩小的城乡差距。

快递——链接每时每刻

批注【金8】：这一部分分析较出彩，可以先分析图像内容再分析文字部分和色彩。

布局—局部元素内容（图像符号文字符号）—色彩、风格等的分析

批注【金9】：也是京东物流服务优质的体现

批注【金10】：为什么要营造这样的效果呢？进一步关联海报的宣传目的：宣传双11微博话题活动和宣传京东物流。

➤ 片段：

此文本是京东物流公司在双十一期间发布的一张广告海报。该海报采用漫画的风格，通过大块色彩的灵动渲染、漫画独特的笔触、远与近的结合以及有条不紊的排版，再配合上一句书法字体的主题词，生动地展现了海报中京东的快递员翻山越岭送快递的情景。海报重点构思了如何间接表达京东物流配送速度快、范围广的特点，极好地向顾客们宣传了京东物流的形象。

...

再加上飞在空中的一只鸡和电瓶车轮下扬起的尘土，在种种景物的衬托下，不仅海报下半段的气氛瞬间动态、活泼了起来，京东物流“快”的特点也被体现得恰如其分。

除此之外，画面顶端排列密集的高楼象征了远方的城市。而分列在海报中间部分的一座座小山丘、大片的农田和田地两端的矮房子，则暗示了快递小哥在从城市驶向郊区或农村的过程。其实，之前所提到的小猪、小羊、鸡也暗示了这一点。这样一组远近场景转换的寓意，显然是旨在宣传京东物流“配送范围广”的特色和优势。

...

总而言之，海报的绘者虽对京东物流“快”和“广”的特点只字未提，却凭借新颖的创意将二者全部暗喻于画中，还运用了大量手段让一幅原本暮气沉沉的海报重新绽放了生机。绘者在颜色搭配、绘画风格、远近协调、景物设计等方面均做了精挑细择，从而不仅宣传了京东物流双十一的活动，更是将公司优质的形象深深印刻在了每一位观众的心中。

➤ 片段：

接下来，图片的颜色也经过了精心的选择。图片整体选用红色、橙色、淡黄色等暖色，不仅画面统一、不杂乱，并且给读者带来了温暖的感受。暖色的使用使得受众静下心来阅读，使得阅读的时间加长。同样，乡村的风景被加上了暖色的滤镜，使得乡村更加温暖、朴实，这与中国传统文化中宁静的、鸡犬相闻的、淳朴的乡村不谋而合。最后，暖色更加彰显出温暖的人情世故，激发了“我”对于和快递故事的回忆，让快递成为了文化和感情的载体。

➤ 片段：

读者视角正对小哥，一身火红的京东小哥扑面而来，车周围绕着的几只可爱的小动物与车后的滚滚浓烟给整个静态的画面带来了一种动感。其车上整齐的货物让人不禁想道，“我家快

批注【金1】：C+ 有概述意识

A- 宣传目的：了解一下此海报所涉及的活动，“分享你的快递故事”。

批注【金2】：这一活动背景应该在开头就交代好 C

批注【金3】：此处比上一段分析得好 A+B+

批注【金4】：C:这边还是色彩分析吗？“小哥”的部分应另找合适的角度展开。不要想要哪写到哪

批注【金5】：D 注意 paper1 的语体要求

递是不是要到了？”而其自带的一身红与脸上灿烂的笑容又给人喜气洋洋的感觉，勾起读者与快递的美好回忆，并乐意去分享他们的故事。

批注 [金6]: A+B+

红—京东的主题色

红-热情-笑容——京东物流优质的服务

➤ 片段:

画面中的元素整体上呈对称分布，两侧的树木与小动物左右呼应，但是又并非死板的数量以及位置的一致，而是错落分布，在整体画面平衡的基础上增添了一丝俏皮之感。快递小哥车子轮胎旁的飞起的灰尘，是插画常用的表现手法，形象地展现了图片中时间的流逝之感以及车子前进的迅速，动态的叙事更加生机勃勃，鼓舞人心。海报中元素的轮廓清晰真实，色彩明亮鲜艳，并且作为暖色的红橙黄没有突兀或冲突之感，让海报很显眼耐看。结合送快递的主题，能够成功的展现出这份快递的送达速度。大量使用的红色也能够有效的突出包裹可能承载着的快乐以及温暖。作为一个为征集故事而拟的预热海报，很巧妙地增加了人们叙事的欲望以及可以得到他人积极反馈的暗示。

批注 [金7]: 联系“快递”之“快”分析。

批注 [金8]: C-: 色彩，另起一段展开分析

批注 [金9]: 不要和颜色混在一起分析，这句应该紧承前一句。

批注 [金10]: A+B+ 很好！这是海报重要的宣传目的，应在分析过程中重点考虑。

...

文字具体的内容《我和我的快递》，采用与《我和我的祖国》，《我和我的家乡》等知名电影一样的句型，隐含了希望同这两部电影一样，通过普通人生活中点点滴滴的故事去勾勒（关注）快递的冷暖人情这种构思。

批注 [金11]: 好！

...

海报的社会背景也十分清晰：中国作为一个物流大国，而京东又是其中的代表品牌，在双11购物节到来之际，通过一个征集用户与快递之间的小故事的活动，来激起人们对快递的回忆，对过去一年的感慨，既能够温暖人心，又侧面建立了一个更加人性化的品牌形象。

批注 [金12]: 除了人性化还有吗？

...

综上所述，整个海报通过其和谐活泼的构图，鲜艳的色彩以及极具电影感的快递小哥形象，给广大读者温馨熟悉之感，并且通过《我和我的快递》等文本内容的暗示，促进了人们对于快递故事的分享欲望，从而达到提升品牌的知名度，以及为之后双11京东活动进行预热的目的。

➤ 片段:

“我和我的祖国”是一首歌和电影的名字，它是一个每一个中国人自己和国家产生连接的纽带。因此，“我和我的快递”用白色加粗字体，使文字从海报图案中跳脱出来，并且放大了第一个“我”字和“快递”，这样的目的便是拉近读者与快递之间的联系，从而使读者联想到京东物流，起到了宣传推广的作用。

批注 [金13]: 那小人物与大时代的连接是如何在这张海报当中通过“我和我的快递”这一标题体现的呢？

批注 [金14]: 关联此次微博话题活动

➤ 片段：

除了视图元素，和整体的构图，文字同样也是海报中重要的构成部分。“我和我的快递”六个大字被放置在海报中央，利用第一人称将观者自身带入了画面当中，此处并不一定指“我会作为一个快递员与快递产生交集”，更可以将“我”的概念广义地理解为使用快递服务的人与他们的**外卖故事**。结合在标题中的第一个“我”与“快递”三字被放大，在竖直位置上处于一条直线，此举将我和快递的概念强调且并列放置，加深了每个观者、每个“我”与快递的连接。

**批注 [115]：**D：既指…又指……，这样展开分析比较好。

联系海报下方的活动宣传，这一海报主题中的“我”主要还是指广大民众，呼吁他们来分享他们和快递的故事。

**批注 [116]：**很好！