

扫一扫进入 **微课云课堂**



平面设计制作**标准教程**

Photoshop CC
+Illustrator CC

微课版

互联网 + 数字艺术教育研究院 策划

朱兆曦 孔翠 杨东宇 主编

- ◎ **互联网 + 教材:** 以纸质图书 + 在线课程的方式呈现, 全视频“微课云课堂”作支撑
- ◎ **教程特点:** 精心挑选设计公司的商业案例, 深入分析软件功能和技巧, 详解操作步骤和技法
- ◎ **配套资源丰富:** 提供“微课视频 + 案例素材 + 效果文件 + PPT 课件 + 教学大纲”等优质的线下学习资料

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

平面设计制作**标准教程**

Photoshop CC
+Illustrator CC

微课版

互联网 + 数字艺术教育研究院 策划

朱兆曦 孔翠 杨东宇 主编

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

平面设计制作标准教程 : Photoshop CC+
Illustrator CC : 微课版 / 朱兆曦, 孔翠, 杨东宇主编
· 北京 : 人民邮电出版社, 2016.3
ISBN 978-7-115-41705-3

I. ①平… II. ①朱… ②孔… ③杨… III. ①平面设
计—图形软件—教材 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第031063号

内 容 提 要

Photoshop 和 Illustrator 是当今流行的图像处理软件和矢量图形设计软件, 被广泛应用于平面设计、包装装潢、彩色出版等诸多领域。本书根据本科院校教师和学生的实际需求, 以平面设计的典型应用为主线, 通过多个精彩实用的案例, 全面细致地讲解如何利用 Photoshop 和 Illustrator 来完成专业的平面设计项目, 使学生能够在掌握软件功能和制作技巧的基础上, 启发设计灵感, 开拓设计思路, 提高设计能力。

本书适合作为高等院校数字媒体艺术专业课程的教材, 也可供 Photoshop 和 Illustrator 的初学者及有一定平面设计经验的读者阅读。

◆ 主 编 朱兆曦 孔 翠 杨东宇

责任编辑 邹文波

执行编辑 税梦玲

责任印制 彭志环

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市海波印务有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16 彩插: 2

印张: 19 2016年3月第1版

字数: 519千字 2016年3月河北第1次印刷

定价: 45.00 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

编写目的

Photoshop 和 Illustrator 自推出之日起就深受图形图像爱好者和平面设计人员的喜爱，是当今流行的图像处理和矢量图形设计软件，被广泛应用于平面设计、包装装潢、彩色出版等诸多领域。为了帮助读者更好地利用 Photoshop 和 Illustrator 的优势，出色地完成平面设计作品，人民邮电出版社充分发挥在线教育方面的技术优势、内容优势、人才优势，潜心研究，为读者提供一种“纸质图书+在线课程”相配套，全方位学习 After Effects 软件的解决方案。读者可根据个人需求，利用图书和“微课云课堂”平台上的在线课程进行碎片化、移动化的学习，以便快速全面地掌握 Photoshop 和 Illustrator 软件以及与二者相关联的其他软件。

平台支撑

“微课云课堂”目前包含近 50000 个微课视频，在资源展现上分为“微课云”“云课堂”这两种形式。“微课云”是该平台中所有微课的集中展示区，用户可按需选择；“云课堂”是在现有微课云的基础上，为用户组建的推荐课程群，用户可以在“云课堂”中按推荐的课程进行系统化学习，或者将“微课云”中的内容进行自由组合，定制符合自己需求的课程。



◇ “微课云课堂”主要特点

微课资源海量，持续不断更新：“微课云课堂”充分利用了出版社在信息技术领域的优势，以人民邮电出版社 60 多年的发展积累为基础，将资源经过分类、整理、加工以及微课化之后提供给用户。

资源精心分类，方便自主学习：“微课云课堂”相当于一个庞大的微课视频资源库，按照门类进行一级和二级分类，以及难度等级分类，不同专业、不同层次的用户均可以在平台中搜索自己需要或者感兴趣的内容资源。

多终端自适应，碎片化移动化：绝大部分微课时长不超过十分钟，可以满足读者碎片化学习的需要；平台支持多终端自适应显示，除了在 PC 端使用外，用户还可以在移动端随心所欲地进行学习。

◇ “微课云课堂”使用方法

扫描封面上的二维码或者直接登录“微课云课堂”(www.ryweike.com)→用手机号码注册→在用户中心输入本书激活码(75576210)，将本书包含的微课资源添加到个人账户，获取永久在线观看本课程微课视频的权限。

此外，购买本书的读者还将获得一年期价值 168 元的 VIP 会员资格，可免费学习 50000 微课视频。

FOREWORDS

内容特点

本书以平面设计的典型应用为主线,通过多个精彩实用的案例,全面系统地讲解如何利用 Photoshop 和 Illustrator 来完成专业平面设计项目的方法。

商业案例:精心挑选来自平面设计公司的商业案例,对 Photoshop 和 Illustrator 结合使用的方法和技巧进行了深入的分析,并融入实战经验和相关知识,详细地讲解了案例的操作步骤和技法,力求使读者在掌握软件功能和制作技巧的基础上,能够开拓设计思路、提高设计能力。

课后习题:为帮助读者巩固所学知识,拓展读者的实际应用能力,设置了难度略为提升的课后习题。

学时安排

本书的参考学时为 58 学时,讲授环节为 36 学时,实训环节为 22 学时。各章的参考学时参见以下学时分配表。

章 节	课 程 内 容	学 时 分 配	
		讲 授	实 训
第 1 章	平面设计概述	1	
第 2 章	设计软件的基础知识	2	
第 3 章	标志设计	2	2
第 4 章	卡片设计	3	2
第 5 章	UI 设计	3	2
第 6 章	书籍装帧设计	3	2
第 7 章	唱片封面设计	3	2
第 8 章	宣传单设计	3	2
第 9 章	广告设计	3	2
第 10 章	招贴设计	3	2
第 11 章	宣传册设计	3	2
第 12 章	杂志设计	3	2
第 13 章	包装设计	4	2
课 时 总 计		36	22

资源下载

为方便读者线下学习及教学,本书提供书中所有案例的微课视频、基本素材和效果文件,以及教学大纲、PPT 课件、教学教案等资料,用户可通过扫描封面二维码进入课程界面进行下载。

致 谢

本书由互联网+数字艺术教育研究院策划,由朱兆曦、孔翠、杨东宇任主编,相关专业制作公司的设计师为本书提供了很多精彩的商业案例,在此表示感谢。

编 者

2015 年 10 月

第 1 章 平面设计概述	1	2.2 分辨率	14
1.1 平面设计的概念	2	2.2.1 图像分辨率	14
1.2 平面设计的流程	2	2.2.2 屏幕分辨率	14
1.2.1 项目制定	2	2.2.3 输出分辨率	14
1.2.2 需求调研	2	2.3 色彩模式	14
1.2.3 概念探索	2	2.3.1 CMYK 模式	15
1.2.4 协议签订	2	2.3.2 RGB 模式	15
1.2.5 提案讨论	2	2.3.3 灰度模式	16
1.2.6 完善提案	2	2.3.4 Lab 模式	16
1.2.7 项目验收	2	2.4 文件格式	17
1.2.8 后期制作	3	2.4.1 TIF (TIFF) 格式	17
1.3 平面设计的项目	3	2.4.2 PSD 格式	17
1.3.1 广告设计	3	2.4.3 AI 格式	18
1.3.2 书籍设计	3	2.4.4 JPEG 格式	18
1.3.3 刊物设计	4	2.4.5 EPS 格式	18
1.3.4 包装设计	4	2.5 页面设置	18
1.3.5 网页设计	5	2.5.1 在 Photoshop 中设置页面	18
1.3.6 标志设计	6	2.5.2 在 Illustrator 中设置页面	19
1.3.7 VI 设计	6	2.6 图片大小	20
1.4 平面设计的要素	7	2.6.1 在 Photoshop 中调整图像大小	20
1.4.1 图形	7	2.6.2 在 Illustrator 中调整图像大小	21
1.4.2 文字	8	2.7 出血	22
1.4.3 色彩	8	2.7.1 在 Photoshop 中设置出血	22
1.5 平面设计的常用尺寸	8	2.7.2 在 Illustrator 中设置出血	23
1.6 平面设计的应用软件	10	2.8 文字转换	25
1.6.1 Adobe Photoshop	10	2.8.1 在 Photoshop 中转换文字	25
1.6.2 Adobe Illustrator	10	2.8.2 在 Illustrator 中转换文字	25
1.6.3 Adobe InDesign	11	2.9 印前检查	25
第 2 章 设计软件基础知识	12	2.10 小样	26
2.1 位图和矢量图	13	2.10.1 带出血的小样	26
2.1.1 位图	13	2.10.2 成品尺寸的小样	27
2.1.2 矢量图	13	第 3 章 标志设计	29
		3.1 节能环保标志设计	30

CONTENT

3.1.1 制作标志	30	7.1.2 制作唱片封面	132
3.1.2 制作标志立体效果	36	7.1.3 制作唱片封底和侧面	138
3.2 课后习题——茗香清茶有限公司标志设计	40	7.2 专辑 CD 唱片封面设计	143
第 4 章 卡片设计	41	7.2.1 制作唱片封面底图	144
4.1 产品宣传卡设计	42	7.2.2 制作唱片封面	146
4.1.1 制作背景图	42	7.2.3 制作唱片封底和侧面	152
4.1.2 制作宣传卡正面	46	7.3 课后习题——钢琴 CD 封面设计	158
4.1.3 制作宣传卡反面	53	第 8 章 宣传单设计	159
4.2 音乐会门票设计	60	8.1 咖啡宣传单设计	160
4.2.1 添加参考线	60	8.1.1 制作背景底图	160
4.2.2 制作背景效果	61	8.1.2 导入图片并制作标题文字	162
4.2.3 添加门票信息	66	8.1.3 添加宣传语	163
4.2.4 制作副券	70	8.1.4 添加其他相关信息	166
4.3 课后习题——饭店优惠卡设计	73	8.1.5 制作标志图形	167
第 5 章 UI 设计	74	8.2 家具宣传单设计	168
5.1 APP 旅游设计	75	8.2.1 制作背景底图	169
5.1.1 制作 APP 旅游界面	75	8.2.2 添加并编辑标题文字	171
5.1.2 制作 APP 旅游登录界面	80	8.2.3 制作会话框和标志	173
5.1.3 制作 APP 旅游网页广告	84	8.2.4 添加其他相关信息	175
5.2 课后习题——手机界面设计	92	8.3 课后习题——MP3 宣传单设计	178
第 6 章 书籍装帧设计	93	第 9 章 广告设计	179
6.1 儿童成长书籍封面设计	94	9.1 洋酒广告设计	180
6.1.1 制作背景效果	94	9.1.1 制作广告背景图	180
6.1.2 制作封面效果	96	9.1.2 制作广告语	183
6.1.3 制作封底和书脊效果	102	9.2 房地产广告设计	186
6.1.4 制作封面立体效果	104	9.2.1 制作背景图	186
6.2 爱情解说书籍封面设计	108	9.2.2 添加并编辑网格	187
6.2.1 制作封面效果	108	9.2.3 制作标志图形	189
6.2.2 制作封底和书脊效果	114	9.2.4 添加宣传性文字	191
6.2.3 制作封面海报	116	9.3 课后习题——电脑促销广告设计	196
6.3 课后习题——鉴赏书籍封面设计	125	第 10 章 招贴设计	197
第 7 章 唱片封面设计	126	10.1 促销招贴设计	198
7.1 CD 唱片封面设计	127	10.1.1 制作宣传语	198
7.1.1 制作唱片封面底图	127	10.1.2 添加产品图片	202

CONTENT

10.1.3	制作搜索栏	207	12.2.1	置入并编辑图片	254
10.1.4	添加其他信息	208	12.2.2	制作标签图形	256
10.1.5	制作宣传主体部分	210	12.2.3	添加介绍文字	258
10.2	汽车招贴设计	214	12.3	化妆品栏目设计	259
10.2.1	制作背景效果	215	12.3.1	置入并编辑图片	260
10.2.2	制作汽车阴影	216	12.3.2	添加栏目内容	262
10.2.3	制作宣传语	219	12.4	课后习题——时尚女人栏目设计	264
10.2.4	制作标签	220	第 13 章 包装设计	265	
10.2.5	添加其他信息	222	13.1	雪糕包装设计	266
10.3	课后习题——汉堡招贴设计	227	13.1.1	绘制兔子耳朵	266
第 11 章 宣传册设计	228		13.1.2	绘制兔子眼睛	268
11.1	旅游宣传册封面设计	229	13.1.3	绘制鼻子和嘴巴	269
11.1.1	制作宣传册封面底图	229	13.1.4	绘制糖球	271
11.1.2	添加标题文字和装饰图形	232	13.1.5	绘制手形	273
11.1.3	添加并编辑图片	234	13.1.6	绘制标志和领结	273
11.1.4	制作封底效果	236	13.1.7	绘制背景和包装	275
11.2	旅游宣传册内页 1	237	13.1.8	添加阴影和高光	277
11.3	旅游宣传册内页 2	242	13.1.9	添加图形和文字	280
11.4	课后习题——旅游宣传册内页 3	247	13.2	奶粉包装设计	281
第 12 章 杂志设计	248		13.2.1	绘制包装主体部分	282
12.1	杂志封面设计	249	13.2.2	绘制狮子图形	285
12.1.1	制作封面底图	249	13.2.3	添加标签和其他信息	288
12.1.2	制作杂志栏目	251	13.2.4	制作包装立体效果	291
12.2	服饰栏目设计	254	13.3	课后习题——茶叶包装设计	295

Photoshop CC + Illustrator CC

Chapter

1

第1章 平面设计概述

本章主要介绍平面设计的基础知识，其中包括平面设计的概念、工作流程、项目、基本要素、常用尺寸和应用软件等内容。作为一个平面设计师，只有对平面设计的基础知识进行全面的了解和掌握，才能更好地完成平面设计的创意和设计制作任务。

课堂学习目标

- 了解平面设计的概念和流程
- 了解平面设计的项目和要素
- 掌握平面设计的常用尺寸和应用软件



1.1 平面设计的概念

1922年,美国人威廉·阿迪逊·德威金斯最早提出和使用了“平面设计(Graphic Design)”一词。20世纪70年代,设计艺术得到了充分的发展,“平面设计”成为国际设计界认可的术语。

平面设计是一个包含经济学、信息学、心理学和设计学等领域的创造性视觉艺术学科。它通过二维空间进行表现,通过图形、文字、色彩等元素的编排和设计来进行视觉沟通与信息传达。平面设计师可以利用专业知识和技术来完成创作计划。

1.2 平面设计的流程

平面设计的流程是一个有明确目标、有正确理念、有负责态度、有周密计划、有清晰步骤、有具体方法的工作过程,好的设计作品都是在科学的工作流程中产生的。

1.2.1 项目制定

客户根据设计项目的需求和目标,首先准备好项目相关文本和图片资料,包括公司介绍、项目描述、基本要求等,然后与设计师会面,就设计项目初步沟通,达成共识。

1.2.2 需求调研

根据客户提出的设计构想和要求,运用客户提供的项目背景信息和资料,对客户的设计需求进行分析,并对客户同行业或同类型的设计产品进行市场调研。客户与设计师确认调研分析结果。

1.2.3 概念探索

根据已经做好的分析和调研,组织设计团队,完成项目的设计概念。通常设计师会提供三个以上的设计概念,和客户沟通概念方向。根据客户的选择与反馈,确定一个明确的项目设计概念和目标。

1.2.4 协议签订

就设计概念和目标达成共识后,双方确认设计的具体细节、设计报价和完成时间,并签订《设计协议书》,客户支付项目预付款,设计工作正式展开。

1.2.5 提案讨论

设计师团队根据前期的市场调研和客户需求,结合双方设计概念讨论的意见,开始设计方案的策划、设计和制作工作。一般要完成三个设计方案,提交给客户选择,并与客户开会讨论提案,客户根据提案作品,提出修改建议。

1.2.6 完善提案

根据提案会议的讨论内容和修改意见,设计师团队对客户基本满意的方案进行修改调整,进一步完善整体设计,并提交客户进行确认;等客户再次反馈意见后,设计师再次对客户提出的细节修改进行更细致的调整,使方案顺利完成。

1.2.7 项目验收

在设计项目完成后,和客户一起对完成的设计项目进行验收,并由客户在设计合格确认书上签字。客

户按协议书规定支付项目设计余款,设计方将项目制作文件提交客户,整个设计项目执行完成。

1.2.8 后期制作

在设计项目完成后,客户可能需要设计方进行设计项目的印刷包装等后期制作工作。如果设计方承接了后期制作工作,需要和客户签订详细的后期制作合同,并执行好后期的制作工作,给客户id提供满意的印刷和包装成品。

1.3 平面设计的项目

目前常见的平面设计项目,可以归纳为七大类:广告设计、书籍设计、刊物设计、包装设计、网页设计、标志设计、VI设计。

1.3.1 广告设计

现代社会中,信息传递的速度日益加快,传播方式多种多样。广告凭借着各种信息传递媒介充满了人们日常生活的方方面面,已成为社会生活中不可缺少的一部分。与此同时,广告艺术也凭借着异彩纷呈的表现形式、丰富多彩的内容信息及快捷便利的传播条件,强有力地冲击着我们的视听神经。

广告的英语译文为 Advertisement,最早从拉丁文 Adverture 演化而来,其含义是“吸引人注意”。通俗意义上讲,广告即广而告之。不仅如此,广告还同时包含两方面的含义:从广义上讲是指向公众通知某一件事并最终达到广而告之的目的;从狭义上讲,广告主要指营利性的广告,即广告主为了某种特定的需要,通过一定形式的媒介,耗费一定的费用,公开而广泛地向公众传递某种信息并最终从中获利的宣传手段。

广告设计是指通过图像、文字、色彩、版面、图形等视觉元素,结合广告媒体的使用特征构成的艺术表现形式,是为了实现传达广告目的和意图的艺术创意设计。

平面广告类别主要包括有 DM(Direct Mail,又称“快讯商品广告”)广告、POP(Point of Purchase,又称“店头陈设”)广告、杂志广告、报纸广告、招贴广告、网络广告和户外广告等。广告设计的效果如图 1-1 所示。

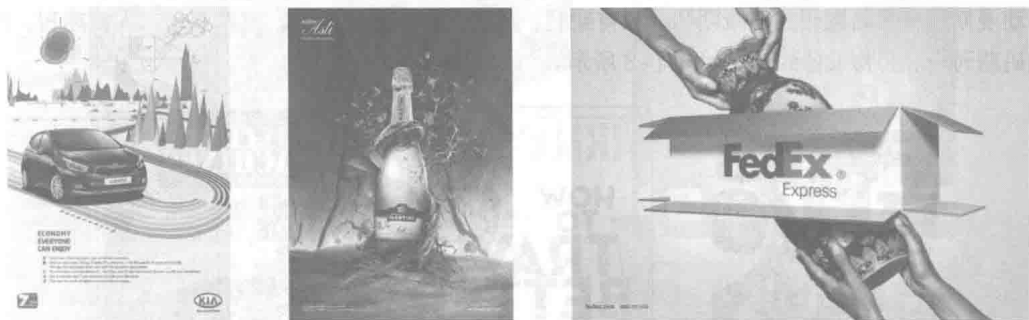


图 1-1

1.3.2 书籍设计

书籍是人类思想交流、知识传播、经验宣传、文化积累的重要依托,承载着古今中外的智慧结晶,而书籍设计的艺术领域更是丰富多彩。

书籍设计(Book Design)又称书籍装帧设计,是指书籍的整体策划及造型设计。策划和设计过程包含

了印前、印中、印后对书的形态与传达效果的分析。书籍设计的内容很多,包括开本、封面、扉页、字体、版面、插图、护封、纸张、印刷、装订和材料的艺术设计,属于平面设计范畴。

关于书籍的分类,有许多种方法,标准不同,分类也就不同。一般而言,我们按书籍的内容涉及的范围来分类,可分为文学艺术类、少儿动漫类、生活休闲类、人文科学类、科学技术类、经营管理类、医疗教育类等。书籍设计的效果如图 1-2 所示。



图 1-2

1.3.3 刊物设计

作为定期出版物,刊物是指经过装订、带有封面的期刊,同时刊物也是大众类印刷媒体之一。这种媒体形式最早出现在德国,但在当时,期刊与报纸并无太大区别。随着科技发展和生活水平的不断提高,期刊开始与报纸越来越不一样,其内容也越偏重专题、质量、深度,而非时效性。

期刊的读者群体有其特定性和固定性,所以,期刊媒体对特定的人群更具有针对性,例如进行专业性较强的行业信息交流。正是由于这种特点,期刊内容的传播效率相对比较精准。同时,由于期刊大多为月刊和半月刊,注重内容质量的打造,所以比报纸的保存时间要长很多。

在设计期刊时所依据的规格主要是参照其样本和开本进行版面划分,设计的艺术风格、设计元素和设计色彩都要和刊物本身的定位相呼应。由于期刊一般会选用质量较好的纸张进行印刷,所以,图片印刷质量高、细腻光滑,画面图像的印刷工艺精美、还原效果好、视觉形象清晰。

期刊类媒体分为消费者期刊杂志、专业性期刊、行业性期刊杂志等不同类别。具体包括财经期刊、IT 期刊、动漫期刊、家居期刊、健康期刊、教育期刊、旅游期刊、美食期刊、汽车期刊、人物期刊、时尚期刊、数码期刊等。刊物设计的效果如图 1-3 所示。

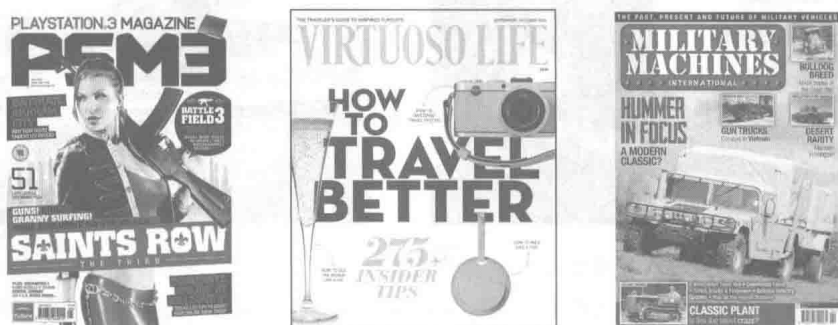


图 1-3

1.3.4 包装设计

包装设计是艺术设计与科学技术相结合的设计,是技术、艺术、设计、材料、经济、管理、心理、市

场等多功能综合要素的体现,是多学科融会贯通的一门综合学科。

包装设计的广义概念,是指包装的整体策划工程,其主要内容包括包装方法的设计、包装材料的设计、视觉传达设计、包装机械的设计与应用、包装试验、包装成本的设计及包装的管理等。

包装设计的狭义概念,是指选用适合商品的包装材料,运用巧妙的制造工艺手段,为商品进行的容器结构功能化设计和形象化视觉造型设计,使之具备整合容纳、保护产品、方便储运、优化形象、传达属性和促进销售之功能。

包装设计按商品内容分类,可以分为日用品包装、食品包装、烟酒包装、化妆品包装、医药包装、文体包装、工艺品包装、化学品包装、五金家电包装、纺织品包装、儿童玩具包装、土特产包装等。包装设计的效果如图 1-4 所示。



图 1-4

1.3.5 网页设计

网页设计是指根据网站所要表达的主旨,将网站信息进行整合归纳后,进行的版面编排和美化设计。通过网页设计,让网页信息更有条理,页面更具有美感,从而提高网页的信息传达和阅读效率。网页设计者要掌握平面设计的基础理论和设计技巧,熟悉网页配色、网站风格、网页制作技术等网页设计知识,创造出符合项目设计需求的艺术化和人性化的网页。

根据网页的不同属性,可将网页分为商业性网页、综合性网页、娱乐性网页、文化性网页、行业性网页、区域性网页等类型。网页设计的效果如图 1-5 所示。



图 1-5

1.3.6 标志设计

标志是具有象征意义的视觉符号。它借助图形和文字的巧妙设计组合,艺术地传递出某种信息,表达某种特殊的含义。标志设计是指将具体的事物和抽象的精神通过特定的图形和符号固定下来,使人们在看到标志设计的同时,自然地产生联想,从而对企业产生认同。对于一个企业而言,标志渗透到了企业运营的各个环节,例如日常经营活动、广告宣传、对外交流、文化建设等。作为企业的无形资产,它的价值随同企业的增值不断累积。

标志按功能分类,可以分为政府标志、机构标志、城市标志、商业标志、纪念标志、文化标志、环境标志、交通标志等。标志设计的效果如图 1-6 所示。



图 1-6

1.3.7 VI 设计

VI (Visual Identity) 即企业视觉识别,是指以建立企业的理念识别为基础,将企业理念、企业使命、企业价值观经营概念变为静态的具体识别符号,并进行具体化、视觉化的传播。企业视觉识别具体指通过各种媒体将企业形象广告、标志、产品包装等有计划地传递给社会公众,树立企业整体统一的识别形象。

VI 是 CI 中项目最多、层面最广、效果最直接的向社会传递信息的部分,最具有传播力和感染力,也最容易被公众所接受,短期内获得的影响也最明显。社会公众可以一目了然地掌握企业的信息,产生认同感,进而达到企业识别的目的。成功的 VI 设计能使企业及产品在市场中获得较强的竞争力。

VI 主要由两大部分组成,即基础识别部分和应用识别部分。其中,基础识别部分主要包括企业标志设计、标准字体与印刷专用字体设计、色彩系统设计、辅助图形、品牌角色(吉祥物)等。应用识别部分包括办公系统、标识系统、广告系统、旗帜系统、服饰系统、交通系列、展示系统等。VI 设计效果如图 1-7 所示。

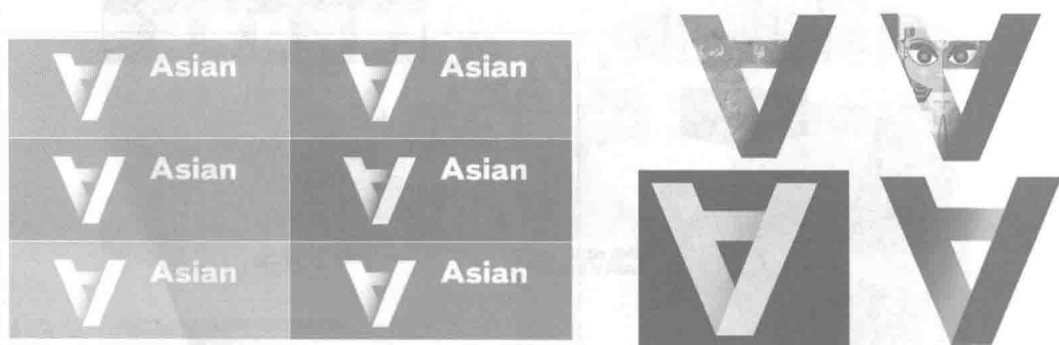


图 1-7



图 1-7 (续)

1.4 平面设计的要素

平面设计作品的基本要素主要包括图形、文字及色彩 3 个要素,这 3 个要素的组合组成了一组完整的平面设计作品。每个要素在平面设计作品中都起到了举足轻重的作用,3 个要素之间的相互影响和各种不同变化都会使平面设计作品产生更加丰富的视觉效果。

1.4.1 图形

通常,人们在欣赏一个平面设计作品的时候,首先注意到的是图片,其次是标题,最后才是正文。如果说标题和正文作为符号化的文字受地域和语言背景限制的话,那么图形信息的传递则不受国家、民族、种族语言的限制,它是一种通行于世界的语言,具有广泛的传播性。因此,图形创意策划的选择直接关系到平面设计的成败。图形的设计也是整个设计内容最直观的体现,它最大限度地表现了作品的主题和内涵,效果如图 1-8 所示。

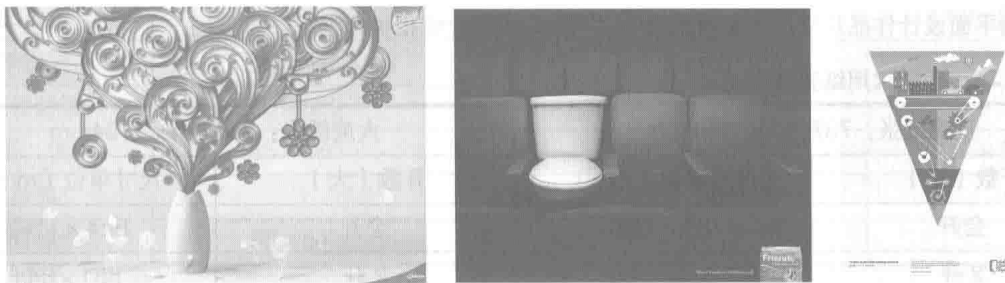


图 1-8

1.4.2 文字

文字是最基本的信息传递符号。在平面设计工作中，相对于图形而言，文字的设计安排也占有相当重要的地位，是体现内容传播功能最直接的形式。在平面设计作品中，文字的字体造型和构图编排恰当与否都直接影响到作品的诉求效果和视觉表现力，效果如图 1-9 所示。



图 1-9

1.4.3 色彩

平面设计作品给人的整体感受取决于作品画面的整体色彩。作为平面设计组成的重要因素之一，色彩的色调与搭配受宣传主题、企业形象、推广地域等因素的共同影响。因此，在平面设计中要考虑消费者对颜色的一些固定心理感受以及相关的地域文化，效果如图 1-10 所示。



图 1-10

1.5 平面设计的常用尺寸

在设计制作作品之前，平面设计师一定要了解并掌握印刷常用纸张开数和常见开本尺寸，还要熟悉使用常用的平面设计作品尺寸。下面通过表 1-1~表 1-4 来介绍相关内容。

表 1-1 印刷常用纸张开数

正度纸张：787mm × 1092mm		大度纸张：889mm × 1194mm	
开数（正）	尺寸单位（mm）	开数（大）	尺寸单位（mm）
全开	781 × 1086	全开	844 × 1162
2 开	530 × 760	2 开	581 × 844

续表

正度纸张: 787mm × 1092mm		大度纸张: 889mm × 1194mm	
开数 (正)	尺寸单位 (mm)	开数 (正)	尺寸单位 (mm)
3开	362 × 781	3开	387 × 844
4开	390 × 543	4开	422 × 581
6开	362 × 390	6开	387 × 422
8开	271 × 390	8开	290 × 422
16开	195 × 271	16开	211 × 290
32开	135 × 195	32开	211 × 145
64开	97 × 135	64开	105 × 145

表 1-2 印刷常见开本尺寸

正度开本: 787mm × 1092mm		大度开本: 889mm × 1194mm	
开数 (正)	尺寸单位 (mm)	开数 (大)	尺寸单位 (mm)
2开	520 × 740	2开	570 × 840
4开	370 × 520	4开	420 × 570
8开	260 × 370	8开	285 × 420
16开	185 × 260	16开	210 × 285
32开	185 × 130	32开	220 × 142
64开	92 × 130	64开	110 × 142

表 1-3 名片设计的常用尺寸

类别	方角 (mm)	圆角 (mm)
横版	90 × 55	85 × 54
竖版	50 × 90	54 × 85
方版	90 × 90	90 × 95

表 1-4 其他常用的设计尺寸

类别	标准尺寸 (mm)	4开 (mm)	8开 (mm)	16开 (mm)
招贴画	540 × 380			
普通宣传册				210 × 285
三折页广告				210 × 285
手提袋	400 × 285 × 80			
文件封套	220 × 305			
信纸、便条	185 × 260			210 × 285
挂旗		540 × 380	376 × 265	
IC卡	85 × 54			