

视觉创意赢利丛书

商业DM

数码模板精粹

◎——— 青岛天智文化传播有限公司/编著 ———◎



800多种 **PSD** 格式的商业DM数码模板
全部附带电子文档，实用高效
设计师不可多得的DM实战参考
商家难求的DM促销宝典

第
2
辑



附赠DVD

福建科学技术出版社

视觉创意赢利丛书

商业

DM

数码模板精粹

青岛天智文化传播有限公司/编著

第2辑



附赠DVD

福建科学技术出版社

FUJIAN SCIENCE & TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE



图书在版编目 (CIP) 数据

商业 DM 数码模板精粹 . 第 2 辑 / 青岛天智文化传播有限
公司编著 . - 福州 : 福建科学技术出版社 , 2008.9
(视觉创意赢利丛书)
ISBN 978-7-5335-3178-2

I . 商… II . 青… III . 商业广告 - 计算机辅助设计
IV . J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 130427 号

书 名 商业 DM 数码模板精粹 第 2 辑
视觉创意赢利丛书
编 著 青岛天智文化传播有限公司
出版发行 福建科学技术出版社 (福州市东水路 76 号 , 邮编 350001)
网 址 www.fjstp.com
经 销 各地新华书店
印 刷 福建彩色印刷有限公司
开 本 889mm × 1194mm 1/24
印 张 5
图 文 120 码
版 次 2008 年 9 月 第 1 版
印 次 2008 年 9 月 第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5335-3178-2
定 价 50.00 元 (附赠 DVD)

书中如有印装质量问题 , 可直接向本社调换





前言

在这竞争日益激烈的商业社会，DM广告无所不在。许多商家开始认识到它的重要作用，对设计要求也越来越讲究。然而，DM广告通常成本预算低、设计时间紧，商家若找专业设计公司设计，费用与时间上难以达成一致，通常只好临时请人操刀制作，这自然很难达到预想的效果。许多商家虽明知不可长期如此，可是面对眼前的困境，也只能一次次地将就了。结果大量劣质设计作品充斥消费者视野。

与此同时，DM的创作形式，也因数码相机、电脑、喷绘仪的普及和成本不断降低发生了巨大的变化：由马克笔手写配插图的手绘形式，逐渐过渡到由数码照片借助电脑设计，再由喷绘公司出图的现代模式。

面对DM广告设计市场的现状，我们深感到有必要为设计师们提供一套合适的DM素材。通过提供设计思路新颖、风格多样的DM广告模板样例，帮助设计师在最短时间内设计出高质量的、提高销售业绩的DM广告。在此想法的驱使下，我们编写了这套《商业DM数码模板精粹》。

本书提供了800多种商业DM广告设计模板，并且全部提供分层的电子文件。这些DM广告模板结合了最新的流行趋势和表现手法，视觉效果新颖，通用性很强，很容易直接使用，让工作效率倍增！

对于设计师和企业营销企划人员而言，这是一本“有用的”实战型参考书！

编 者

2008年8月8日



目 录

目 录

DM 使用技巧部分

使用本书的诀窍	2
又快又好的设计思路	2
如何获得良好的数码照片	3
文字的字体很重要	7

DM 模板样例部分

超市、商场	10
食品	54
服装、服饰	84
数码产品	101
其他	108

DM 使用技巧部分



使用本书的诀窍

为了让您在短时间内掌握本书的使用方法，
请仔细阅读这部分内容。

使用技巧部分：主要介绍与DM广告设计有关的诀窍，掌握这些诀窍，有助于设计师在短时间内掌握DM广告设计的方法。有的设计师常常会有这样的感觉：学了很多设计理论，看了很多设计作品，却无法在实际工作中应用。下面内容帮助设计师解决这样的难题。

记住这些图标！将大大提高您的工作效率

◎ 主题

◎ 设计要点



该模板的文件编号

模板样例部分：主要展示了200多款优秀的DM广告，每款DM广告都配有风格文字描述。

又快又好的设计思路

如何在短时间内完成设计，
又能获得良好的设计效果呢？

半天、三小时甚至两小时，完成一次宣传活动所有的DM广告设计任务，是DM广告设计师经常的工作期限。设计师既要配合其他部门的工作，又要照顾到制作周期，所以留给设计的时间总是很短。其实，功夫在平时！只要你善于总结和积累成功的经验，就会从容地做好DM广告设计。

下面是我们总结的DM广告设计的思维方法。常用此法，会让您的DM广告设计提高质量和效率。

DM广告设计的CIPD思维法

四个字母分别代表以下含义：

C——consider 思考判断

I——idea 创意发散

P——plan 风格草案

D——design 实施设计



CIPD的具体做法

C——思考判断：阅读、理解所有关于产品信息和宣传活动规则文案，判断、总结最关键的信息点，从中归纳出DM广告设计应该表现的信息重点。

I——创意发散：围绕信息重点进行发散思维，寻找尽可能的创意思路和方法，并遴选确定一个最合适的创意。最终要以创意是否表达了重点信息为衡量标准。

P——风格草案：寻找表现创意最合适的设计风格，考虑色彩、构图、图像、图案、字体等处理手法，形成若干设计草图，选择其中最合适的一个。此过程应以设计风格与创意是否相符合为衡量标准。



如何获得良好的数码照片

D——实施设计：实施设计草图，最终形成DM广告。这个过程需要对每一个设计元素进行细化，有许多深入的工作需要在此进行。最后应以设计草案要求的效果为目标进行比较。

CIPD 思维法具体使用案例

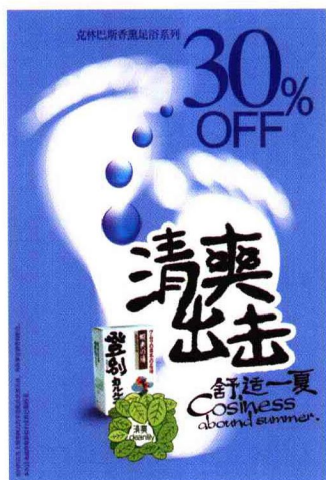
我们以“清爽出击”这款DM广告为例，说明一下使用CIPD思维法的具体操作方式。

C——思考判断：这是一个足浴产品夏季推出的30%折扣优惠活动招贴，其关键点：一是DM广告设计风格同产品属性一致，使消费者看到DM广告后能准确得知产品品牌；二是能够直观地表现足浴产品带给消费者“清爽”的感觉。

I——创意发散：因为产品的功能是足浴保健，所以用与足浴有关的形象表现这次促销活动，相信会有比较直接的告知效果。另外，DM广告色彩要清新、爽洁。

P——风格草案：由于DM广告设计风格最好与本产品的包装风格相统一，所以应该好好研究一下产品包装。产品包装上现有的书法字体和色彩都反映了产品特色，同时也有日式设计风格。这两种关键元素可以作为DM广告设计的主要表现元素。在DM广告设计草稿上可以很直观地表现出产品的独特风格。另外，为了表现产品足浴的功效特性，设计师用面积较大的脚印图形结合产品包装和“清爽出击30%OFF”的字样，即使不细看也能把活动的主旨传达得八九不离十。

D——实施设计：设计师在细节处理上把脚印的色彩设计为白色，并且作虚化，减少了画面的生硬感，增添了几分轻盈；在包装盒下方添加了一丛绿叶，丰富了画面色彩，也使DM广告设计更加精致。蓝色水珠能够把画面中间的标题、产品包装和右上角的产品优惠信息关联起来，这种处理起到了引导消费者视觉的关键作用。



如何获得良好的数码照片

一张好照片顶一千句话！

如何令照片更加吸引人？

数码相机的应用与普及，使DM广告的创作方式发生了巨大变化，原来需要花费很长时间去画的东西，现在很快就可以拍到。比如菜肴，直观的照片能让消费者放心，使DM广告的吸引力倍增。DM广告设计师早已认识到：精彩的照片对于DM广告的设计效果起到决定性的作用！

DM广告作为经营性的促销工具，往往受到预算限制，如果设计师能够掌握一些摄影知识，自己能够拍摄符合作品需要的照片，无疑会降低成本并增加作品的感染力，提高工作效率。下面介绍几种可以快速提高拍摄水平的诀窍。



诀窍一 精彩的构图

构图可以理解为画面的经营，大多数设计师都有这样的体会，这里不多作解释。以下着重介绍几种容易得到好效果的构图方法。

1. 黄金分割法

黄金分割，是大家经常提起的最美的分割比例。在摄影时，把主体物放置在画面的黄金分割点上，一般来讲照片会比较好看、耐看。



使用黄金分割构图法的照片



主体落在纵横方向大约三分之一处

2. 对角线的动感

这种方法能得到比较有动感的照片，避免画面呆板，经常用于风景、人物等拍摄中。具体做法是将主体物沿着取景框一角到对角的方向排列。



没使用对角线构图法的照片



使用对角线构图法的照片

3. 精简、精简、再精简

在拍摄构思阶段，要审视画面，去除可有可无的东西。有时候我们希望得到丰富的画面，安排了一些陪衬物或者选择了一些背景，当这些附属物说明不了问题的时候，就意味着应该去除。在产品 and 人物照片中尤其应该注重构图的精简。



精简前的照片



精简后的照片

只要您掌握了以上三种方法，照片的构图就一定不会差。这三种方法实际应用时经常结合在一起使用，只要您试着多用、多拍、多想，是很容易突破构图这一难关的！

当然，构图的方法还有很多种，不只局限于这三种，赶快拿起相机多多尝试吧！



诀窍二 到户外去!利用阳光!

尽量在阳光充足的地方拍照。充足的阳光能使物体显示更多的细节,拍摄的照片看上去层次丰富,更加逼真。一般来讲,在阳光下拍出来的照片色彩也更加饱和。



室内灯光拍摄效果



室外阳光拍摄效果

但是,在强烈阳光直射下,拍出的照片反差太大,画面会显得过于生硬,所以最好使用漫射光。可以利用白布把直射光变成漫射光。有条件的话,在被摄物的阴影位置放一块白色反光板(或白毛巾、白纸等),并调整到合适位置,让被摄物的背光面获得适当的反光。



直射阳光加反光板的照片,尽管暗部获得了充足的补光,但显得过于生硬



漫射阳光加反光板的照片(使用了上图的布光方法),画面效果很好

诀窍三 正确使用白平衡避免偏色!

照片偏色常常因为光源的色温不同造成。比如,在荧光灯下拍的照片偏蓝,而白炽灯下拍的照片发黄。数码相机都带有自动矫正白平衡的功能,常用的方法是把白平衡设置为自动挡状态,这样就能基本避免照片偏色。如果环境光比较杂乱,使用手动白平衡功能拍摄的照片效果会更好些。

虽然正确地使用白平衡可以使照片看上去不偏色,但是,如果可能,还是尽量用阳光作光源,这样最能保证照片色彩自然逼真。



正确的白平衡效果



错误的白平衡效果

诀窍四 保证照片的清晰度

您完全不必换更好的相机,就可以拍出清晰的照片。请记住以下四点:

- ① 拿稳相机;
- ② 选择适当的感光度;
- ③ 使用三脚架;
- ④ 调整到较高的分辨率。



(1)大多数发虚的照片是因为拍摄者没有拿稳照相机！因为大部分数码相机机身轻巧，在拍摄时手臂很容易抖动，造成照片发虚。所以拍照时尽量将照相机靠近身体，用双手擎着照相机。即使相机具有LCD取景方式，拍摄时也要尽量两脚分开站稳，两臂紧贴在身体上，两只手共同把持照相机。如果方便的话，靠在稳定的墙体、柱子或家具上，这样虽然姿势不太潇洒，但能拍出我们想要的清晰照片，非常值得！

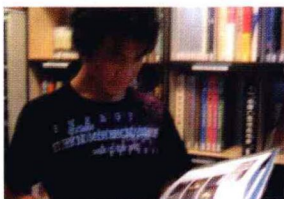


错误的拍摄姿势

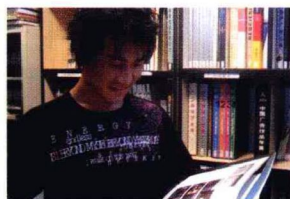


正确的拍摄姿势

(2)当光线过暗时，如果您的数码相机选择的是像ISO50这样的低感光度，快门的速度会较慢，容易造成照片发虚。设置较高的感光度试试，也许会好些。如果设置了最高的感光度，拍出的照片仍然发虚，就要考虑使用闪光灯或三脚架了。需要注意的是：使用高感光度拍出的照片一般噪点干扰较大。



昏暗条件下选择低感光度，曝光时间较长，不易拿稳相机



选择高感光度，曝光时间短，易拿稳相机

(3)专业的商业摄影师即使在户外光照很好的情况下，也使用三脚架来稳定照相机。使用三脚架，即使拍摄夜景，只要小心操作，也能得到清晰的照片。如果有条件，尽量多使用三脚架。



使用三脚架，能拍到清晰的夜景照片

(4)如果您确认相机没有抖动，拍摄现场的光照又很好，但拍出来的照片却发虚，可能是分辨率设置得太低。所以最好在拍摄前把分辨率设置到最佳状态，以获得最大的文件量，为后期的图片处理留有余地。



高分辨率的照片，很清晰，可以放大使用

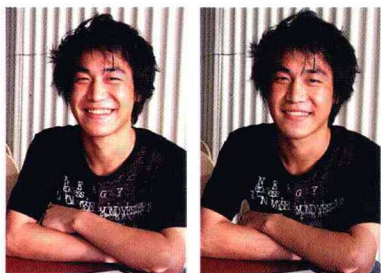


低分辨率的照片，放大后发虚，使用受局限



诀窍五 获取生动的表情

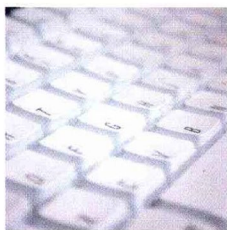
在进行人像拍摄时，一般要喊“预备1、2、3”之类的话。记住：喊“1”的时候就按快门，因为这时被拍对象的表情最放松，也最自然。另外，抓拍也是获得生动表情的有效方法之一。总之，多拍一些，然后选择表情自然或有趣的照片。



数到“1”时拍到的照片 数到“3”时拍到的照片

诀窍六 尝试新的拍摄角度

经常尝试你不常采用的拍摄角度，这样就会大大扩展你的视野，也许你会看到平常不敢想像的美丽画面！



用小角度拍到的照片



用大角度拍到的照片



小贴士

不要过分依赖后期调整

目前尽管用电脑调整照片的亮度、偏色非常方便，如果拍摄条件允许，还是一次性得到上好的照片为佳。一张好的照片有着丰富的层次与色彩，每次用电脑调整，照片都会损失细节。所以，尽量一次性拍到好照片！不要过分依赖电脑！

数码相机拍摄前的检查

1. 电量——是否充足？
2. 存储器——是否带上？
3. 分辨率——当前设置够大吗？
4. 白平衡——与环境光源相符合吗？
5. 感光度——适度吗？



文字的字体很重要

字体的性格

每种字体都有自己的性格，比如：宋体比较传统、黑体正统而权威、细倩体纤弱雅致……

选择合适的字体，特别是标题字体，能够与DM广告图片合理搭配，使DM广告画面看上去更加和谐统一。

如果您的DM广告设计任务很紧，没有时间斟酌使用何种字体，可参考以下建议，将会事半功倍。

标题：选用灰度较高（笔画比较粗）的字体，容易突出视觉中心。

字体可以采用粗细搭配、大小搭配和放大的处理手法（关于标题处理技巧下面有专题）。

正文：选用灰度较小、笔画均匀、结构整齐的非手写字体。一般来讲，正文字体比较小，整齐的字体编排有助于顾客识别。



让标题富有动感

DM广告的主要目的是吸引顾客的注意力,其中最突出的文字就是标题了,所以标题的设计一定要有很强的视觉冲击力!一般来讲,标题设计花费的时间约是整个DM广告设计工作量的四分之一。经过精心设计的标题在DM广告画面中起到点睛的作用,多花一些时间很值得!

处理标题有以下五个诀窍:①原创美术字;②不同字体穿插搭配;③字体大小穿插搭配;④中英文穿插搭配;⑤不同色彩变化(如图例)。



英文、中文字体大小穿插,
英文字立体化



变化的色彩使标题更充满雅趣



手写美术字,中英文大小字穿插搭配



原创美术字,
现代感极强



在中文字体基础上变化
而成的字体,浪漫、精妙



原创英文美术字,趣味性十足

每种字体都有自己的风格,善用它们
简练、清晰、方正、规整而有秩序

每种字体都有自己的风格,善用它们
柔和、清晰、柔中带刚、秩序感强

每种字体都有自己的风格,善用它们
刚中有柔、略带变化

每种字体都有自己的风格,善用它们
自然有力、韵律感强、富于变化

每种字体都有自己的风格,善用它们
轻盈、洒脱、流畅、艺术感强

每种字体都有自己的风格,善用它们
稳重、扎实、刚柔相济、古韵雅风

字体使用禁忌:

1. 字体变化太多,杂乱无章。
2. 字体不恰当地使用了特殊效果,导致识别不清。
3. 正文使用了不适合的字体,看起来很累。

DM 模板样例部分

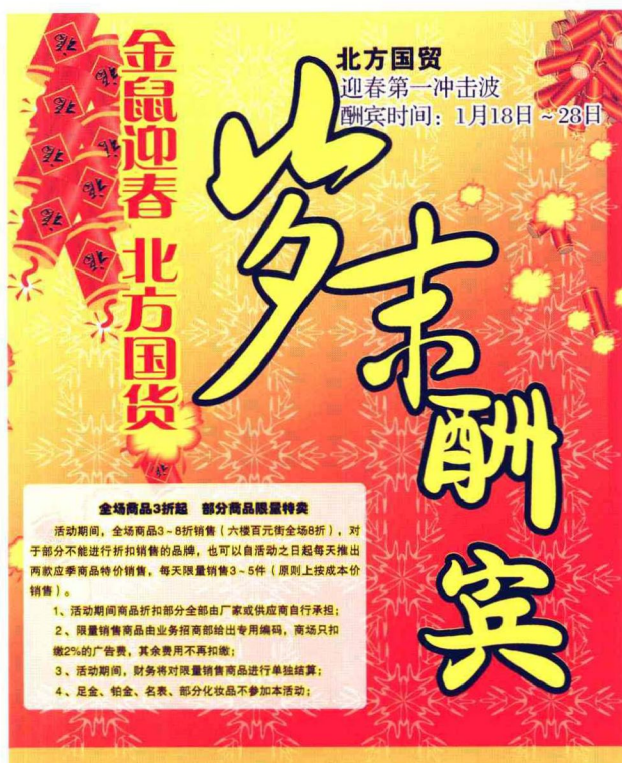




- ◎ 主 题：购物节百盛连锁超市促销宣传
- ◎ 设计要点：画面的整体色彩体现喜庆的节日气氛，丰富多样的物品和促销说明文字是组成画面的重要元素



- ◎ 主 题：爱客家连锁超市促销宣传
- ◎ 设计要点：灵活运用设计语言，利用艺术字体和卡通图共同体现年货的丰富多样



003

- ◎ 主题：北方国贸超市酬宾活动宣传
- ◎ 设计要点：新年放鞭炮，毛笔写春联，所以鞭炮和广告语书法字体是体现中国传统节日的重要元素



004

- ◎ 主题：利民超市促销活动宣传
- ◎ 设计要点：注重中国传统图案的运用和色彩搭配



Disk

005

汇利商场
HULI SHANGCHANG

迎金猪 送现金120元

(购满300元)

活动时间: 2月5日~10日

购满28元以上者, 送面条1包或洗衣粉1包。
购满68元以上者, 送洗洁精1瓶或牙膏1包。
购满300元以上者, 送现金120元。

热线电话: 66626538

- ◎ 主 题: 汇利商场活动宣传
- ◎ 设计要点: 醒目的广告标题字, 变幻的光影效果, 象征喜庆的大红底色, 完美地表现了主题

Disk

006

百盛连锁超市

新年开门红

活动日期
1月12日~2月1日

恭贺新禧

节节高

六楼百花街酬宾送礼

活动期间, 在六楼百花街同一柜组累计购物满500元(现金部分)(2008年12月21日~2009年1月7日之间消费部分都可重复累计)的顾客, 可获赠贵柜组获赠价值50元礼品一份; 12月24日、25日、26日期间, 每天前30名光临六楼百花街的顾客将免费获赠精美礼品一份; 12月24日、25日、26日每天9:30~10:30, 六楼百花街购物区全部6折

- ◎ 主 题: 百盛连锁超市新年酬宾活动宣传
- ◎ 设计要点: 用醒目的标题和中国结表现节日气氛