

出自国内资深平面设计专家之手，集艺术、技术与智慧于一体



郭蔓蔓 / 编著

CAN DO! Learn Photoshop CS3 the right way

Photoshop CS3 平面广告设计

从入门 到精通

Ps 精彩演绎

不同广告主题和类型的典型商业案例，使读者在实践中累积专业功力，灵活应对不同工作需求

Ps 全面解析

各类平面广告作品从创意和构思的产生，到具体的实施和制作，再到最终成品输出的全流程

Ps 完美整合

平面广告的设计原则、行业经验和实战技法，以及软件应用技巧，培养和提升读者的综合能力

随书附赠超值光盘内含

1. 本书所有实例的素材和最终效果文件
2. 100分钟Photoshop CS3基础视频教学



中国青年出版社
中国青年电子出版社
<http://www.21books.com> <http://www.cqchina.com>





CAN DO! Learn Photoshop CS3 the right way

Photoshop CS3 平面广告设计

郭蔓蔓 / 编著



 中国青年出版社
中国青年电子出版社
<http://www.21books.com> <http://www.cqchina.com>

 中青雄狮

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-59521255

E-mail: law@cypmedia.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS3平面广告设计从入门到精通 / 郭蔓蔓编著. —北京：中国青年出版社，2008

ISBN 978-7-5006-8511-1

I.P.. II.郭... III.广告—平面设计：计算机辅助设计—图形软件，Photoshop CS3 IV.J524.3-39

中国版本图书馆CIP数据核字（2008）第172888号

Photoshop CS3平面广告设计从入门到精通

郭蔓蔓 编著

出版发行：中国青年出版社

地 址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电 话：(010) 59521188 / 59521189

传 真：(010) 59521111

企 划：中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：肖 辉 王丽锋 郑 荃

封面制作：穆珊娜

印 刷：北京瑞禾彩色印刷有限公司

开 本：787×1092 1/16

印 张：25.75

版 次：2009年1月北京第1版

印 次：2009年1月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5006-8511-1

定 价：75.00元（附赠1CD）

本书如有印装质量等问题，请与本社联系 电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.21books.com

软件介绍



Adobe公司推出的Photoshop CS3是当前专业数字图像处理领域的先锋软件，它以其领先的数字艺术理念、可扩展的开发性以及强大的兼容能力，广泛应用于电脑美术设计、数码摄影、出版印刷等诸多领域。与以往的版本相比，Photoshop CS3更加简洁的操作界面、改进的Bridge/Camera Raw功能、新增的快速选取/优化边缘、智能滤镜、仿制源面板以及黑白调整命令等，使得设计者的工作流程更为高效和灵活。

写作意图



随着社会经济的发展，广告的作用越来越大，人们的日常生活也越来越离不开广告。广告设计在广告业的发展中扮演着重要角色，在提高企业品牌形象、促进产品销售中起着积极作用，它通过富有创意的艺术手段和表现形式，将各种精炼的信息传递给消费者，从而刺激消费、开拓市场。作为一名优秀的平面广告设计师，除了需要熟练掌握软件的操作技能、具有新颖独特的设计理念和创意思维外，还要具备丰富的行业知识和经验，因此平面广告设计可谓是一个对从业者的综合素质要求极高的行业。

为了引导平面广告设计的初学者尽快入行，并帮助广大从业人员提高职业技能，从而轻松地胜任平面设计师的工作，提升职场竞争力，本书作者将自己多年积累的行业实战经验进行总结，精心编写成这本汇集众多实战技法的参考书籍，希望能够为读者的学习提供有益的参考和帮助。

内容导读



本书由国内资深平面设计专家完全针对平面广告设计的行业应用需求而编写，以平面广告的设计流程为线索，由浅入深地讲解了平面广告设计基础知识、平面广告中的色彩搭配、图形在平面广告中的重要作用、平面广告的构图与文字编排、平面广告的特效合成技法、平面广告设计实战技法、作品的输出和印刷等各个环节的相关知识，完整展现了一

Preface 前言

幅平面广告作品从创意和构思的产生，到具体的实施和制作，再到最终成品输出的整个过程，具有很强的实战性和指导意义。

本书特点

本书集行业的宽度与专业的深度于一体，精彩演绎了不同广告主题和类型的典型商业案例，涉及海报招贴、报纸广告、DM宣传单、画册、POP售点广告和包装广告等各种极具代表性的领域，使读者在实践中累积专业功力，灵活应对不同工作需求。

同时，本书完美整合了平面广告的设计原则、行业经验和实战技法以及软件应用技巧等各种知识和技能，培养和提升读者的综合设计能力。

另外，本书还特别针对初学者的学习需求，在光盘中附赠了全套的Photoshop软件的视频教学，对于软件操作掌握得不是很熟练的读者，可以利用这部分视频教学提高软件的操作技能和应用水平，同时结合书中的实战案例进行练习，必将达到事半功倍的学习效果。

作 者

Contents 目录

Part 01

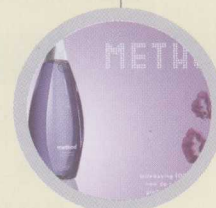
平面广告设计基础知识

Chapter 01 平面广告基础知识

01 初识平面广告	4
什么是平面广告	4
平面广告的创意	4
国外优秀平面广告赏析	6
02 平面广告的类型	8
了解平面广告的类型	8
了解各类型平面广告的特点	10
了解平面广告投放市场的环境	11

Chapter 02 平面设计软件

01 三大平面设计软件	14
矢量绘图先锋软件——Illustrator	14
排版达人矢量绘图软件——CorelDRAW	16
强大的图像处理软件——Photoshop	17
三大平面设计软件制作的平面作品赏析	18
02 定制设计师需要的工作界面	20
拆分和关闭不常使用的面板	20
切换不同的显示模式显示平面作品	21
自定义有利于操作的工作界面	22
03 了解工具箱	24
熟悉工具箱中的工具	24
显示隐藏的工具	24
平面设计中常用工具的使用	25
04 了解平面作品中的图层关系	27
平面作品中的图层类型	27
在设计中掌握图层的基本操作方法	28
了解便于管理图层的图层组	30



Contents 目录

Part 02

设计前的准备工作

Chapter 03 平面广告中的色彩搭配

01 色彩的基础知识	34
什么是色彩	34
光与色的关系	35
身体和色彩的关系	36
平面广告中的流行色	37
02 了解颜色填充	39
用于填充颜色的油漆桶工具	39
在指定范围内进行图案填充	40
渐变填充的方式	42
自定义渐变填充	42
03 Photoshop 中的颜色调整	44
Photoshop 中的颜色模式	44
颜色模式之间的转换	45
基础修复与调色	47
改变作品的整体色调	48
使用调整图层调色	49
调整图层与调整命令的区别	50
04 平面广告与色彩搭配	52
平面广告中的色彩意向特征	52
渐变填充在杂志内页背景中的应用	53
突出色彩对比的招贴广告	54
杂志广告中的留白艺术	55

Chapter 04 图形在平面广告中的重要作用

01 图形的含义	58
标志和符号学	58
涵义、象征和符号	59
图形中的明喻	61



Contents 目录

02 绘制图形的路径	62
绘制路径	62
路径面板	62
钢笔工具的运用	63
改变路径的形状	64
描边路径	65
填充路径	65
填充像素、路径与形状的关系	66
路径与选区的相互转换	67
03 图形在平面广告中的应用	70
剪影式图形在 DM 单中的应用	70
纪实性图形在画册中的应用	71
系列图形在杂志封面中的应用	71
蒙太奇图形在海报招贴中的应用	72

Chapter 05 平面广告的构图与文字编排

01 构图的形式	74
排版	74
页面设计	75
黄金分割	75
对称式构图	76
文字的对齐方式	77
图文并茂编排方式	77
不规则编排	78
02 创建选区进行抠图	79
了解基本选区工具	79
智能选择工具详解	81
使用选区限定构图范围	82
03 文字的编辑	84
了解文字面板	84
段落文字的排版	85
蒙版文字	86
制作变形文字	88
随路径舞动的路径文字	90



Contents 目录

使用文本框进行快速排版	90
04 平面广告中的构图和文字编排	92
报纸广告中的常规构图	92
杂志广告中的拼接式构图	93
DM 单中大磅字编排方式	94

Chapter 06 平面广告的特效合成运用

01 蒙版特效合成法	96
蒙版的类型与创建方式	96
使用图层蒙版进行无边缝合成	97
02 通道高级合成	100
了解通道面板	100
在通道中抠取图像	101
单通道应用图像合成	103
多通道应用图像合成	103
03 滤镜特效合成	107
了解滤镜菜单	107
使用多个滤镜应用特效	108
04 平面广告中的特效合成应用	112
电影海报中的特效合成应用	113
户外广告中的夸张特效应用	113
极具创意的杂志特效广告	114

Part 03

平面广告设计实战

Chapter 07 海报设计

01 海报的种类	118
02 海报纸张的类型	119
03 海报中的覆膜技术	120
04 打印机海报——小身材，大感觉	121



Contents 目录

05 电影海报——散落在空中的花瓣 133

06 促销海报——夏日，多点惊喜 147

Chapter 08 报纸广告设计

01 报纸广告的版面分布 166

02 报纸广告的拼版 167

03 报纸广告的套红技术 168

04 房产广告——典雅的欧式风情 169

05 紫郡寝具广告——在山与泉中熟睡 184

Chapter 09 杂志广告设计

01 杂志开本 198

02 杂志和杂志广告的关系 199

03 杂志广告的印刷颜色 200

04 汽车广告——缤纷惬意的生活 201

05 笔记本广告——激情四溢 213

Chapter 10 DM 单和画册设计

01 DM 单的常用折法 234

02 画册的开本 235

03 DM 单和画册的纸张选择 236

04 音乐会 DM 单——黑暗中的精灵 237

05 人物写真——不平凡的艺术人生 250

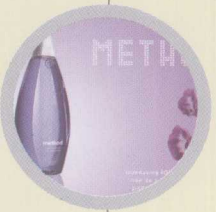
Chapter 11 售点广告设计

01 现代的促销方式 274

02 售点广告的种类 276

03 售点广告的作用 278

04 促销台历——永发 10 周年盛世 281



Contents 目录

05 饮吧展架——喝出自己的味道	293
------------------------	-----

Chapter 12 户外广告设计

01 户外广告的类型	314
02 户外广告中的喷绘和写真	315
03 户外广告成本的核算	316
04 手机广告——清晰画面由你掌控	317
05 泡泡糖广告——开启童年的回忆	332

Chapter 13 包装设计

01 包装的材质	344
02 包装中的四色印刷	345
03 包装的烫金、烫银效果	346
04 伏特加包装——蝴蝶飞舞的世界	347
05 巧克力酱包装——就这样爱上了	357

Part 04

设计作品的输出

Chapter 14 设计作品的设置与输出

01 输出分辨率	378
分辨率的设置与修改	378
分辨率给平面设计带来的误区	379
02 图像大小与画布大小	380
了解当前图像大小	380
等比例更改 DM 单的尺寸	380
修改杂志广告的画布大小	381
03 储存格式	382
保存素材文件的格式	382



Contents 目录

设置作品适合的输出格式	383
保留图层的文件格式	384
存储为 Web 和设备所用格式	385

Chapter 15 设计作品的印刷

01 印刷前打印小样	388
了解图片包	388
打印和预览	389
调整设计作品的方向	390
02 印刷工艺	392
平面广告的平版印刷	392
神奇的丝网印刷	393
03 后期加工	394
上光油	394
模切和打孔	395
起凸和压凹	396
04 印刷与后期加工的综合运用	397
质感	397
印刷品的增值	398





CAN DO! Learn Photoshop CS3 the right way

Photoshop CS3 平面广告设计

郭蔓蔓 / 编著

从入门
到精通



中国青年出版社
中国青年电子出版社
<http://www.21books.com> <http://www.cqchina.com>



中青雄狮

Part 01

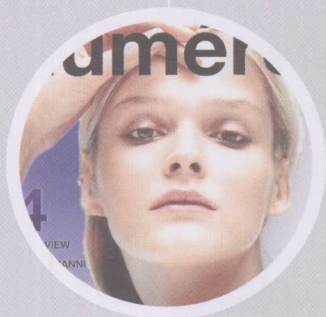
平面广告设计基础知识

在学习平面广告设计时，基础知识的学习是非常重要的，掌握好基础才能对平面广告有更进一步深入的了解。基础知识的学习包括：掌握什么叫平面广告，平面广告的类型、特点、投放市场的环境，用于平面设计的软件，以及对Photoshop软件工具箱和图层的了解等。通过这些基础知识的学习带领读者入门平面广告设计。

Chapter 01 平面广告基础知识

Chapter 02 平面设计软件





Chapter 01

平面广告基础知识

01 初识平面广告

02 平面广告的类型

广告伴随着商品生产和交换的出现而产生。随着信息时代的到来,经济的飞速发展,广告得以空前繁荣。平面广告作为广告宣传的主力军,以其价格便宜、发布灵活、信息传递迅速的优势成为众多行业主要的宣传手段。

什么是平面广告

在我们的日常生活中随时都有可能接触到广告信息,翻开报纸、打开电视、网上冲浪,处处都会看到广告,可以说它已经渗透到我们生活的方方面面。从专业的角度来看,平面广告的定义是根据广告主的要求,在二维空间里把商品、劳务、讯息等信息以图片、文字等形式,按照形式美法则进行创意组合并赋予一定的想象和色彩,制作成形象化、秩序化的广告视觉载体。



户外广告



报纸广告



杂志广告



包装广告

平面广告创意

创意是一种思想、意境、意愿的创造与创新,是一种别于常规的想法和思路,其本质是创造、创新。有时创意是一句经典的广告词、一幅冲击力强的画面、一个特殊的角度,有时是一种观念或一个概念,有时是文字的变化和排列的穿插。

平面广告创意是指根据收集的广告资料和设计师的生活经验,在二维空间里运用想象、联想、夸张、比喻等手法,创造出最能体现广告主题的视觉形象。

辅助教学

好的创意必须具备独创、新奇、简洁和准确的特征。创意来源于生活,来源于知识的积累和实践。

辅助教学

对文字进行创意表现时,可用字形、字意或字音来创意,或者将文字图形化。

平面广告的创意是一个过程,是在积累基础上的超越和升华,创意其实并不神秘,它源于生活的观察和积累,在实践中产生。

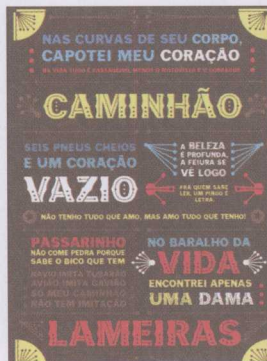
图形和文字是表现创意的载体,文字语言和广告图形是平面广告创意得以实施的手法。文字的创意主要是利用文字的造型、表音、表意的功能,采用变形、装饰、添加、寓意等表现形式,充分发挥想象力。下面左侧两幅图中利用字“形”来进行创意,将文字人性化,使画面更加具有吸引力。下面右侧两幅图中将文字处理成立体,并使用透视拉伸制造动感。



创意文字广告



立体文字广告



文字创意排版广告



装饰文字广告

图形是区别于文字语言的一种更直观、更易于记忆的视觉传播语言,可在瞬间将广告的信息传递给人们,因此要求平面广告图形要有震撼力和说服力,突出广告对象或产品独有的特征,以激起消费者对产品的兴趣。

如下左图所示的 CD 包装利用 CD 光盘外形配以夸张的图形,吸引人的眼球。如下右图所示的站台广告极富想象力,用图形很好地传达了广告的内容,让人过目不忘。



CD 包装广告



公益广告