



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

丛书主编 谭浩强

高等院校计算机应用技术规划教材

应用型教材系列

平面广告设计 (第2版)

高文胜 编著

根据“中国高等院校计算机基础教育课程体系”组织编写



清华大学出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

丛书主编 谭浩强

高等院校计算机应用技术规划教材

应用型教材系列

平面广告设计 (第2版)

高文胜 编著

责任编辑
李 芳
陈 敏
李 开
王 敏
陈 敏
陈 敏

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是“高等院校计算机应用技术规划教材”之一。全书结合具体实例,在 Photoshop CS2、Illustrator CS、PageMaker 6.5 三大软件操作基础之上,用美术设计理论完成广告的实际设计,使读者熟练掌握广告五大媒体的设计。本书是作者总结实践教学经验而成,系统地将美术理论与软件操作相结合。全书层次清晰,图文并茂,贴近读者,并配有综合练习,不仅可作为高等院校的选修教材,也可作为高职高专教材或相关培训班的辅导教材。其特点是:入门快,广告设计实用性强;系统性、理论与实际结合性强;内容丰富,学习目标明确,针对性强。学生学习后可使其设计作品的品位和审美能力都有大幅度的提高。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

平面广告设计/高文胜编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2008.7

(高等院校计算机应用技术规划教材/谭浩强主编)

ISBN 978-7-302-17368-7

I. 平… II. 高… III. 广告—平面设计:计算机辅助设计—高等学校—教材

IV. J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 054734 号

责任编辑:谢琛 李玮琪

责任校对:白蕾

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京市世界知识印刷厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:23 彩 插:12 字 数:547 千字

版 次:2008 年 7 月第 2 版

印 次:2008 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:35.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:027972-01

编辑委员会

《高等院校计算机应用技术规划教材》

主 任 谭浩强
副 主 任 焦金生 陈 明 丁桂芝

委 员 王智广 孔令德 刘 星 刘荫铭
安志远 安淑芝 孙 慧 李文英
李叶紫 李 琳 李雁翎 宋 红
陈 强 邵丽萍 尚晓航 张 玲
侯冬梅 郝 玲 赵丰年 秦建中
莫治雄 袁 玫 訾秀玲 薛淑斌
谢树煜 谢 琛

序

《高等院校计算机应用技术规划教材》

进入 21 世纪,计算机成为人类常用的现代工具,每一个有文化的人都应当了解计算机,学会使用计算机来处理各种的事务。

学习计算机知识有两种不同的方法:一种是侧重理论知识的学习,从原理入手,注重理论和概念;另一种是侧重于应用的学习,从实际入手,注重掌握其应用的方法和技能。不同的人应根据其具体情况选择不同的学习方法。对多数人来说,计算机是作为一种工具来使用的,应当以应用为目的、以应用为出发点。对于应用性人才来说,显然应当采用后一种学习方法,根据当前和今后的需要,选择学习的内容,围绕应用进行学习。

学习计算机应用知识,并不排斥学习必要的基础理论知识,要处理好这二者的关系。在学习过程中,有两种不同的学习模式:一种是金字塔模型,亦称为建筑模型,强调基础宽厚,先系统学习理论知识,打好基础以后再联系实际应用;另一种是生物模型,植物并不是先长好树根再长树干,长好树干才长树冠,而是树根、树干和树冠同步生长的。对计算机应用性人才教育来说,应该采用生物模型,随着应用的发展,不断学习和扩展有关的理论知识,而不是孤立地、无目的地学习理论知识。

传统的理论课程采用以下的三部曲:提出概念—解释概念—举例说明,这适合前面第一种侧重知识的学习方法。对于侧重应用的学习者,我们提倡新的三部曲:提出问题—解决问题—归纳分析。传统的方法是:先理论后实际,先抽象后具体,先一般后个别。我们采用的方法是:从实际到理论,从具体到抽象,从个别到一般,从零散到系统。实践证明这种方法是行之有效的,减少了初学者在学习上的困难。这种教学方法更适合于应用型人才。

检查学习好坏的标准,不是“知道不知道”,而是“会用不会用”,学习的目的主要在于应用。因此希望读者一定要重视实践环节,多上机练习,千万不要满足于“上课能听懂、教材能看懂”。有些问题,别人讲半天也不明白,自己一上机就清楚了。教材中有些实践性比较强的内容,不一定在课堂上由老师讲授,而可以指定学生通过上机掌握这些内容。这样做可以培养学生的自学能力,启发学生的求知欲望。

全国高等院校计算机基础教育研究会历来倡导计算机基础教育必须坚持

面向应用的正确方向,要求构建以应用为中心的课程体系,大力推广新的教学三部曲,这是十分重要的指导思想,这些思想在《中国高等院校计算机基础课程》中作了充分的说明。本丛书完全符合并积极贯彻全国高等院校计算机基础教育研究会的指导思想,按照《中国高等院校计算机基础教育课程体系》组织编写。

这套《高等院校计算机应用技术规划教材》是根据广大应用型本科和高职高专院校的迫切需要而精心组织的,其中包括 4 个系列:

(1) 基础教材系列。该系列主要涵盖了计算机公共基础课程的教材。

(2) 应用型教材系列。适合作为培养应用性人才的本科院校和基础较好、要求较高的高职高专学校的主干教材。

(3) 实用技术教材系列。针对应用型院校和高职高专院校所需掌握的技能技术编写的教材。

(4) 实训教材系列。应用型本科院校和高职高专院校都可以选用这类实训教材。其特点是侧重实践环节,通过实践(而不是通过理论讲授)去获取知识,掌握应用。这是教学改革的一个重要方面。

本套教材是从 1999 年开始出版的,根据教学的需要和读者的意见,几年来多次修改完善,选题不断扩展,内容日益丰富,先后出版了 60 多种教材和参考书,范围包括计算机专业和非计算机专业的教材和参考书;必修课教材、选修课教材和自学参考的教材。不同专业可以从中选择所需要的部分。

为了保证教材的质量,我们遴选了有丰富教学经验的高校优秀教师分别作为本丛书各教材的作者,这些老师长期从事计算机的教学工作,对应用型的教学特点有较多的研究和实践经验。由于指导思想明确、作者水平较高,教材针对性强,质量较高,本丛书问世 7 年来,愈来愈得到各校师生的欢迎和好评,至今已发行了 240 多万册,是国内应用型高校的主流教材之一。2006 年被教育部评为普通高等教育“十一五”国家级规划教材,向全国推荐。

由于我国的计算机应用技术教育正在蓬勃发展,许多问题有待深入讨论,新的经验也会层出不穷,我们会根据需要不断丰富本丛书的内容,扩充丛书的选题,以满足各校教学的需要。

本丛书肯定会有不足之处,请专家和读者不吝指正。

全国高等院校计算机基础教育研究会会长
《高等院校计算机应用技术规划教材》主编

谭浩强

2008 年 5 月 1 日于北京清华园

前言

提

起 Adobe 公司熟悉作图软件的人可能无人不知,其产品 Photoshop、Illustrator 和 PageMaker 更是闻名。本书面向实际应用,综合运用 Photoshop、Illustrator 和 PageMaker 的各项功能,以完全实例的方式阐述了在广告领域中的具体应用,同时介绍了相关领域的设计常识。

全书以广告设计理念为基础,运用 Photoshop CS2、Illustrator CS 和 PageMaker 进行图像处理,可使读者的理论、操作及设计技巧大大提高,具有很强的实用性和可操作性。

全书先简要介绍了基本操作,然后以实际的广告公司设计任务为背景,通过大量的广告制作实例,系统介绍了招贴广告、报纸广告、样本广告、户外广告、POP 广告的基本知识和设计方法。

全书共分 16 章,分别从平面广告和 POP 广告设计效果图后期处理表现及其他领域中的应用等方面解读,基本涵盖了实际工作中常见问题的解决方法。全书精心组织了近 80 个实际典型案例,具有较大的学习、参考和借鉴价值。

本书配合具体实例,在作图中学习软件,在学习软件中了解广告设计,增强学生的学习兴趣,加强教学效果。各章的主要内容如下:

第 1 章介绍平面广告设计的概念、作用及对广告设计人员的要求。

第 2 章概括介绍 Photoshop CS2 中文版的功能、应用特点和常用操作。

第 3 章结合实例介绍 Photoshop CS2 工具箱的绘图功能及综合运用。

第 4 章介绍 Photoshop CS2 滤镜的使用方法、特殊效果和应用。

第 5 章介绍 Photoshop CS2 在招贴广告设计中的应用,以及设计的要素、起源、概念、分类和意义。

第 6 章介绍 Photoshop CS2 在户外广告设计中的应用,以及设计的基本要求、要素、创意和构思。

第 7 章概括介绍 Illustrator CS 中文版的功能、应用特点和常用操作。

第 8 章结合实例介绍 Illustrator CS 工具箱中 24 种工具绘图功能及综合运用。

第 9 章结合实例介绍 Illustrator CS 在基础图案设计中的应用,以及图案的概述、要求、色彩和构成形式。

第 10 章结合实例介绍 Illustrator CS 在 POP 广告设计中的应用,以及概念、特点、设计要求和制作过程。

第 11 章介绍 PageMaker 6.5C 中文版的基本功能、应用特点,以及菜单命令、工具面板、控制面板操作。

第 12 章结合实例介绍 PageMaker 6.5C 的 14 种工具面板绘制图形及综合运用。

第 13 章介绍 PageMaker 6.5C 的文字图像排版应用、图像操作应用和图文混排应用。

第 14 章介绍 PageMaker 6.5C 在书籍装帧设计中的应用,以及书籍分类、封面设计、装订形式、书籍扉页、书籍正文和护封设计。

第 15 章结合实例介绍 Illustrator CS 与 PageMaker 6.5C 结合设计报纸广告,以及报纸广告的发展趋势展望、种类、构成要素、创意、特点和设计要素。

第 16 章结合实例介绍 Photoshop CS2 与 Illustrator CS 结合设计样本广告,以及样本广告的意义、范围、功能特点和制作过程。

作者在广告设计领域积累了多年的实践经验,潜心钻研各种软件的使用技巧、使用等方法,并应用于教学中。通过案例的操作,能够使读者在设计方法上得到提高,在设计理念上也有较大的进步。

例如,在用 Photoshop CS2 软件进行图片处理的过程中,其文字效果比较模糊,通过 Illustrator CS 对文字进行编辑,然后调入 Photoshop CS2,将文字与图片合成,可以达到更好的视觉效果。PageMaker 6.5C 在图书排版上功能较强大,而在图形绘画上就不是强项了,通过 Illustrator CS 的绘画功能与其连接,就会在最短的时间内获得更好的效果,从而提高效率。作者在书中将这些体会系统地总结了出来,以帮助读者学习更多的知识。衷心希望广大读者能有所收获。

本书在编写过程中,得到了浩强创作室谭浩强教授和丁桂芝教授的帮助,在此表示衷心的感谢。

本书由高文胜编著,在编写过程中参考了大量资料,其中部分被列在附录中。书稿完成后,丁力、高文艳、李湘逸、王维、武琅等帮助阅读过全部或部分书稿,并对书稿提出了修改意见和建议。在此,一并表示衷心的感谢。

由于时间仓促且作者水平有限,书中难免有错误和不妥之处,敬请广大读者提出宝贵意见和建议。

作者
2008 年 4 月

目录

第1章 平面广告设计概述	1
1.1 广告的概念	1
1.2 广告的媒体	1
1.2.1 广告媒体种类	2
1.2.2 广告媒体介绍	2
1.2.3 广告的内容分类	5
1.3 广告的作用	6
1.4 广告设计人员要求	7
1.5 问题与思考	8
第2章 Photoshop CS2 中文版功能概述	9
2.1 常用菜单命令	9
2.1.1 图像调整	9
2.1.2 自定义键盘快捷键	10
2.1.3 透视变换命令	11
2.2 常用工具箱命令	11
2.2.1 沿路径排列文字	11
2.2.2 颜色替换工具	12
2.2.3 路径工具	12
2.3 控制面板	13
2.3.1 图层复合	13
2.3.2 【直方图】面板	14
2.3.3 多级图层	15
2.3.4 镜头模糊	15
2.3.5 滤镜库	16
2.3.6 在图像文档窗口中显示和使用参考标尺	16

2.3.7 绘制新图像制定画布	18
2.4 Photoshop CS2 的色彩模式	21
2.5 放大与缩小显示图像	24
2.6 问题与思考	25

第3章 Photoshop CS2 中文版工具箱

3.1 工具介绍	26
3.1.1 绘图工具	26
3.1.2 图形工具	27
3.1.3 选框工具	30
3.1.4 钢笔路径工具	32
3.1.5 图像编辑工具	33
3.1.6 图像效果工具	40
3.1.7 调和工具	46
3.1.8 应用工具	49
3.2 工具箱工具的综合运用	50
3.2.1 运用移动、减淡和模糊工具制作效果	50
3.2.2 运用吸管、套索和图章工具制作效果	52
3.2.3 运用选框、魔棒和文字工具制作效果	53
3.2.4 运用【路径工具】抠图的方法处理图像	54
3.2.5 运用【仿制图章工具】处理图像	56
3.3 工具箱综合练习	57

第4章 Photoshop CS2 中文版滤镜使用

4.1 【风格化】滤镜	59
4.2 【画笔描边】滤镜	63
4.3 【模糊】滤镜	68
4.4 【扭曲】滤镜	70
4.5 【锐化】滤镜	75
4.6 【视频】滤镜	77
4.7 【素描】滤镜	78
4.8 【纹理】滤镜	86
4.9 【像素化】滤镜	89
4.10 【渲染】滤镜	92
4.11 【艺术效果】滤镜	94

4.12	【杂色】滤镜	102
4.13	【其他】滤镜	104
4.14	滤镜综合练习	106
第5章 Photoshop CS2 中文版招贴广告设计		107
5.1	招贴广告的起源	107
5.2	招贴广告的概念	108
5.3	招贴广告分类	108
5.4	招贴广告设计的意义	110
5.5	招贴广告设计的要素	111
5.6	招贴广告设计的程序	113
5.6.1	市场环境分析	113
5.6.2	定位	113
5.6.3	创意	113
5.6.4	标题	114
5.6.5	正文	115
5.6.6	广告语	116
5.6.7	品牌名和企业名	116
5.6.8	商标	117
5.6.9	插图	117
5.6.10	色彩	117
5.6.11	编排与制作	119
5.7	招贴广告设计的案例	120
5.7.1	“圣象地板”招贴广告	120
5.7.2	“聚友”招贴广告	123
5.7.3	“安诺系列文具”招贴广告	126
5.7.4	“枫尚”招贴广告	128
5.8	招贴广告设计练习	130
第6章 Photoshop CS2 中文版户外广告设计		131
6.1	概述	131
6.2	形式特征和分类	132
6.3	设计基本要求	134
6.4	设计要素	136
6.5	设计创意与构思	138

6.6	户外广告市场的未来趋势	140
6.7	户外广告设计案例	141
6.7.1	“埃索润滑油”灯箱广告	141
6.7.2	“食为天”路牌广告设计	144
6.7.3	“空中篮球公园”灯箱广告	145
6.7.4	“中国网 宽天下”路牌广告	148
6.8	户外广告设计练习	150
	第7章 Illustrator CS 中文版功能基本概况	151
7.1	基础工具	151
7.1.1	变形效果	151
7.1.2	符号工具	152
7.1.3	图表工具	155
7.1.4	极坐标工具	156
7.1.5	闪耀工具	157
7.1.6	切片工具	158
7.2	常用控制面板	160
7.2.1	【符号】面板	160
7.2.2	【修整】面板	161
7.3	网页设计功能	161
7.3.1	网页的动态数据驱动图形	161
7.3.2	精彩的网页设计效果	162
7.3.3	强大的 Macromedia Flash(SWF)输出	163
7.4	其他功能	163
7.5	问题与思考	165
	第8章 Illustrator CS 中文版工具箱绘制图形	166
8.1	工具箱介绍	166
8.1.1	【选择工具】的使用	166
8.1.2	【绘图工具】的使用	168
8.1.3	【造型工具】的使用	172
8.1.4	混合工具	175
8.1.5	文本工具	177
8.2	工具箱工具综合分析	178
8.2.1	对象选取使用方法	178

8.2.2	【剪刀工具】和【美工刀工具】的使用方法	179
8.2.3	【隐藏】/【锁定】对象命令的使用方法	180
8.2.4	【滴管工具】和【油漆桶工具】的单色填充	181
8.3	工具箱综合练习	182
	第9章 Illustrator CS 中文版基础图案设计	183
9.1	图案概述	183
9.2	图案设计要求	184
9.3	图案设计的形式美表现	184
9.4	图案设计与色彩	185
9.5	图案的构成形式	187
9.6	图案设计案例	189
9.6.1	单独式图案	189
9.6.2	适合式图案	190
9.6.3	二方连续图案	191
9.6.4	四方连续图案	192
9.7	图案设计练习	194
	第10章 Illustrator CS 中文版 POP 广告设计	195
10.1	POP 广告的发展及其起因	195
10.2	POP 广告的概念	195
10.3	POP 广告的类型	196
10.4	POP 广告的功能	197
10.5	POP 广告的设计造型	198
10.6	POP 广告设计要求与制作过程	201
10.7	POP 广告发展趋势	202
10.8	POP 广告设计案例	203
10.8.1	悬挂 POP 广告吊旗	203
10.8.2	悬挂 POP 广告吊牌	204
10.8.3	柜台展示卡 POP 广告	205
10.8.4	地面货架式 POP 广告	206
10.9	POP 广告设计练习	208

第11章 PageMaker 6.5C 中文版功能基本概况 209

11.1 菜单命令	210
11.1.1 【文件】菜单	210
11.1.2 【编辑】菜单	215
11.1.3 【版面】菜单	220
11.1.4 【文字】菜单	222
11.1.5 【工具】菜单	223
11.2 工具面板	235
11.2.1 【图层】面板	235
11.2.2 【超链接】面板	237
11.2.3 【颜色】面板	237
11.2.4 【脚本】面板	240
11.2.5 【主页】面板	240
11.2.6 【资料库】面板	243
11.2.7 【排式】面板	243
11.3 控制面板	244
11.3.1 【对象】控制面板	244
11.3.2 【段落】控制面板	245
11.3.3 【线条】控制面板	246
11.3.4 多个对象控制面板	246
11.3.5 【群组对象】控制面板	246
11.3.6 【图像】控制面板	247
11.3.7 【文本】控制面板	247
11.3.8 【文本块】控制面板	248
11.3.9 【图形】控制面板	249
11.4 快捷键大全	250
11.5 问题与思考	253

第12章 PageMaker 6.5C 中文版工具箱绘制图形 254

12.1 工具箱简介	254
12.2 工具箱工具综合运用	260
12.2.1 选择工具与群组锁定	260
12.2.2 图文框创建与编辑	260
12.2.3 相册效果制作	262

12.3	工具箱综合练习	264
第13章 PageMaker 6.5C 中文版文字图像排版应用 265		
13.1	文字排版应用	265
13.1.1	文字基本操作	265
13.1.2	文字自动排文	267
13.1.3	文字和段落编辑	269
13.1.4	格式化文本编辑	272
13.1.5	合成字符与强调	273
13.1.6	拼写检查编辑	274
13.1.7	缩排与制表位编辑	275
13.1.8	文章编辑与文章编辑器	276
13.1.9	文字与背景编辑	277
13.2	图像操作应用	278
13.2.1	导出图像操作	278
13.2.2	置入图像操作	281
13.2.3	剪切图像操作	282
13.2.4	控制图像操作	283
13.2.5	图像遮色操作	283
13.3	图文混排应用	284
13.4	图文混排综合练习	289
第14章 PageMaker 6.5C 中文版书籍装帧设计 290		
14.1	概述	290
14.1.1	书籍装帧艺术与发展历史	290
14.1.2	书籍装帧艺术与现代设计的创新	291
14.2	书籍分类	291
14.3	封面设计	293
14.3.1	封面设计简介	293
14.3.2	封面的功能	294
14.3.3	封面的设计	295
14.4	装订形式	299
14.4.1	平装装订	299
14.4.2	精装装订	299
14.4.3	活页装订	300

14.4.4	散装装订	300
14.5	书籍扉页	300
14.6	书籍正文	303
14.7	书籍护封设计	305
14.8	书籍装帧案例	307
14.8.1	《香港之旅》封面	307
14.8.2	《中国脸谱》封面	309
14.8.3	《煮酒论三国》封面	309
14.8.4	《历代中国画选》封面	311
14.9	书籍装帧练习	312
第15章 Illustrator CS 与 PageMaker 6.5C 中文版		
结合设计报纸广告		313
15.1	报纸广告发展趋势展望	313
15.2	报纸广告的种类	313
15.3	报纸广告的构成要素	315
15.4	报纸广告语句的创意	316
15.5	报纸广告自身特点	317
15.6	报纸广告设计要素	319
15.7	报纸广告创意设计	320
15.8	报纸广告的开型、版位和计价	324
15.9	报纸广告案例	325
15.9.1	报纸“中国邮政”半版广告	325
15.9.2	报纸“房地产”1/4 版广告	327
15.9.3	报纸“今晚汽车”整版广告	328
15.9.4	报纸 15 半通栏广告	329
15.10	报纸广告练习	331
第16章 Photoshop CS2 与 Illustrator CS 中文版		
结合设计样本广告		332
16.1	样本广告设计概述	332
16.2	样本广告设计的功能特点	334
16.3	样本广告设计制作过程	336
16.3.1	样本广告封面设计要求	336
16.3.2	样本广告内页编排	337

16.3.3	开本纸张及工艺制作	337
16.3.4	样本广告流程	338
16.4	样本广告设计创意战略	338
16.5	样本广告设计要点	340
16.6	样本广告案例	341
16.6.1	单页“雅美达”样本广告	341
16.6.2	单页“爱丽舍”样本广告	343
16.6.3	对折“三味舒屋”样本广告	344
16.6.4	两折“馨苑装饰”样本广告	346
16.7	样本广告练习	348
▶ 参考文献		349
▶ 附录 A 彩图		351
▶ 附录 B 案例		363
▶ 附录 C 学生作品		372