

尚艺堂工作室 曾祥辉 编著

Photoshop

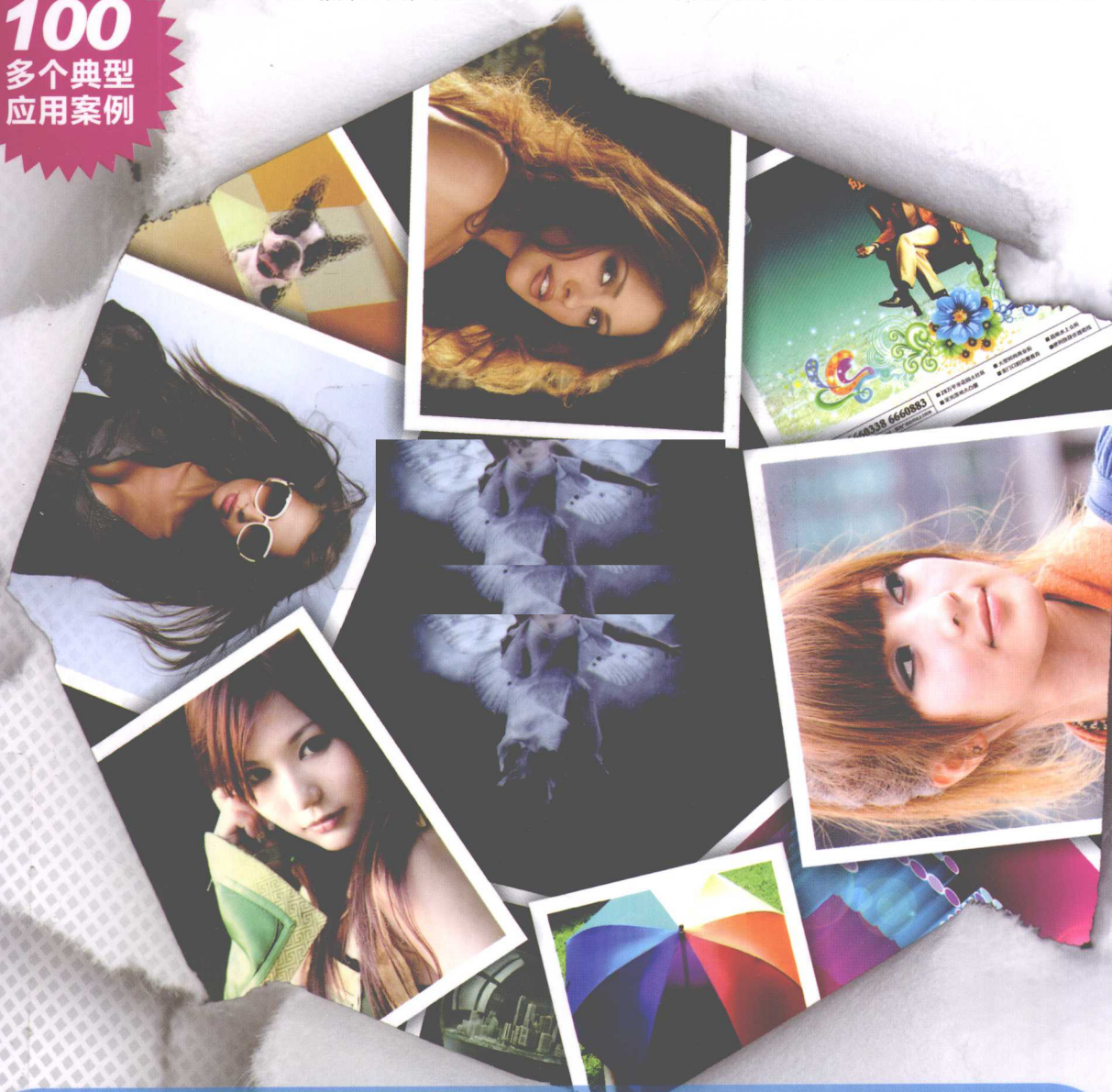
CS4

图像处理与广告设计实务

100

多个典型
应用案例

- 内容充实，全书共**5**大篇**19**章
- 讲解深入，**40**个常用工具+**3**大PS核心功能
- 技术全面，覆盖**4**大项应用领域
- 来自实战，**7**大类广告设计技巧和技能详解



DVD
ROM

全程同步多媒体语音视频教学超过**5**个小时
全面掌握**Photoshop CS4**图像处理技术精粹
快速提升**广告设计行业**知识和**印前色彩管理**技能



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

Photoshop

CS4

图像处理与广告设计实务

尚艺堂工作室 曾祥辉 编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS4图像处理与广告设计实务 / 曾祥辉编
著. — 北京: 人民邮电出版社, 2010.7
ISBN 978-7-115-22909-0

I. ①P… II. ①曾… III. ①图形软件, Photoshop
CS4 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第080600号

内 容 提 要

本书是作者多年积累的行业经验的倾囊相授。在全面讲解 Photoshop 软件操作的同时,对广告设计中的包装定位、设计原则、配色技巧、制作流程、制作工艺及印前处理必备知识等也提供了充分的参考经验和解决方案。全书共分5篇19章,第1篇为第1~2章,介绍了广告设计常识及 Photoshop 的基础知识;第2篇为第3~7章,从常用工具入手,详细讲解了 Photoshop 常用的基本功能;第3篇为第8~11章,介绍了 Photoshop 核心技术——图层功能;第4篇为第12~15章,讲解了 Photoshop 在图像处理方面的具体应用;第5篇为第16~19章,介绍了广告公司的人员架构、业务流程、创意方法和设计师所应掌握的构图、色彩方面的基础知识,以及各种设计类别的不同要求、设计原则,完稿和输出印刷等印前处理知识。本书附带1张DVD教学光盘,包括书中所有实例的素材图像、PSD 分层图及视频教学。

本书内容丰富实用,图文并茂,具有很强的实战性和指导性。不仅适合作为广大图形图像爱好者的学习用书,也可作为平面广告设计人员的参考用书,还可作为平面设计培训班的教材。

Photoshop CS4 图像处理与广告设计实务

- ◆ 编 著 尚艺堂工作室 曾祥辉
责任编辑 郭发明
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京天宇星印刷厂印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 26.5
字数: 956千字
印数: 1—4 000册
- 2010年7月第1版
2010年7月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-22909-0

定价: 88.00元(附光盘)

读者服务热线: (010)67132692 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前言

对于想要从事广告设计的人, Photoshop 是必须掌握的工具软件, 但是, 仅仅会机械地使用 Photoshop 是远远不够的。实际工作中, 也许大多数时候不会用到那么多华丽的特效, 如单纯地调整一张印刷品中所使用照片的明暗度, 即使是这样简单的一个处理, 除了要从技术层面完成操作外, 还要求设计师能准确判断这张照片的精度是否能满足印刷的要求, 以便最终确保印刷成品的质量。

这就是说:

掌握设计软件 + 必要的专业知识 = 合格的设计人员

本书正是基于这个培养要求来精心设计学习课程, 全面讲解了 Photoshop 的各项功能和广告设计中的具体应用, 以及设计师必须掌握的行业经验和专业知识。

在软件教学方面, 本书从实用的角度, 根据 Photoshop 功能的常用程度, 以“小实例 + 大案例”的方式进行讲解, 具有易上手、易懂的特点。

在从业经验方面, 集中介绍了广告设计师应该了解的行业内幕、工作流程和必须掌握的专业设计知识, 有很强的指导作用。

为了使读者更有效地把握广告设计实际工作中的要领, 本书采用人物对话的形式, 尝试将从业者的一些经验和心得分享给读者, 使读者体会到其中的精要。

本书共分为 19 章, 具体内容如下。

第 1 章 介绍广告公司分类和 Photoshop 的应用领域。

第 2 章 介绍 Photoshop 的基础操作。

第 3 ~ 6 章 讲解工具的使用及基本常用功能。

第 7 章 讲解调板的功能和使用。

第 8 章 通过广告实战案例讲解图层的功能。

第 9 章 详细讲解图层功能。

第 10 章 讲解通道的功能及应用。

第 11 章 介绍其他重要的常用功能。

第 12 章 讲解图像颜色调整功能。

第 13 章 介绍选取技术和抠图技法。

第 14 章 介绍滤镜及相应特效设计。

第 15 章 介绍照片处理和图像合成技法。

第 16 章 介绍广告公司工作流程和设计基础。

第 17 章 讲解不同设计类别的相关知识和设计要领。

第 18 章 介绍色彩管理方面的知识。

第 19 章 介绍印前处理知识。

本书选取的案例实用性和针对性强, 结合基础知识与实际操作步骤进行讲解, 帮助读者更有效地掌握平面广告设计知识。通过本书的学习, 可以让读者全方位地掌握 Photoshop 的应用, 并且学习到丰富的行业经验, 从而快速成长为广告设计人员。

本书由尚艺堂工作室的曾祥辉主编, 同时参与编写的还有李国玺、刘强、周正洋、戴昊宸、刘燕等, 感谢所有参与人员为本书的付出。如果在学习过程中发现问题, 或有更好的建议, 可以与本书策划编辑郭发明联系交流(电子邮箱 guofaming@ptpress.com.cn)。

编者

2010 年 6 月



第一篇 基础操作篇

第1章 广告设计常识及常用设计软件 ··· 11

- 1.1 广告公司的分类 ··· 11
 - 1.1.1 广告代理公司 ··· 11
 - 1.1.2 广告策划公司 ··· 11
 - 1.1.3 广告设计公司 ··· 12
 - 1.1.4 广告制作公司 ··· 12
 - 1.1.5 广告媒体公司 ··· 12
 - 1.1.6 综合性广告公司 ··· 13
- 1.2 Photoshop的应用领域 ··· 13
 - 1.2.1 数码快印公司 ··· 13
 - 1.2.2 包装设计公司 ··· 13
 - 1.2.3 印刷厂 ··· 14
 - 1.2.4 网络公司和UI设计 ··· 14
 - 1.2.5 建筑及装饰公司 ··· 14
 - 1.2.6 摄影工作室和影楼 ··· 15
 - 1.2.7 影视动画公司 ··· 15

第2章 Photoshop图像处理基础知识···· 17

- 2.1 Photoshop的界面构成 ··· 17
 - 2.1.1 标题栏 ··· 18
 - 2.1.2 菜单栏 ··· 19
 - 2.1.3 选项栏 ··· 21
 - 2.1.4 工具箱 ··· 21
 - 2.1.5 文件标签 ··· 22
 - 2.1.6 工作区 ··· 22
 - 2.1.7 调板区 ··· 23
- 2.2 必知必会的操作和技巧 ··· 24
 - 2.2.1 打开/关闭/新建/
保存图像文件 ··· 24
 - 2.2.2 放大/缩小/平移显示图像 ··· 25
 - 2.2.3 裁切/旋转/变换图像 ··· 25
 - 2.2.4 设置前景色/背景色/选择颜色 ··· 25
 - 2.2.5 建立简单的选区/填色 ··· 26
 - 2.2.6 RGB模式和CMYK模式 ··· 26
 - 2.2.7 输入文字 ··· 27
 - 2.2.8 调整图像的整体明暗度 ··· 27

第二篇 工具使用篇

第3章 基本常用工具 ····· 29

- 3.1 必须认识的基本元素——图层 ··· 29
- 3.2 移动工具 ··· 30
- 3.3 选区创建工具 ··· 31
- 3.4 前景色与背景色的设置 ··· 33
 - 3.4.1 前景色与背景色的特点 ··· 33
 - 3.4.2 设置前景色和背景色的3种方式 ··· 33



- 3.5 选区创建的方法 ··· 38
 - 3.5.1 配合<Shift>键创建选区 ··· 38
 - 3.5.2 以鼠标单击为起点创建选区 ··· 39
- 3.6 选区的加、减、相交操作 ··· 39
- 3.7 单行选框工具和单列选框工具 ··· 41
- 3.8 套索工具、多边形套索工具和
磁性套索工具 ··· 42
- 3.9 快速选择工具和魔棒工具 ··· 47
- 3.10 裁剪工具 ··· 51

第4章 修饰工具与绘画工具 ····· 53

- 4.1 污点修复画笔工具 ··· 53
- 4.2 修复画笔工具 ··· 54
- 4.3 修补工具 ··· 56
- 4.4 红眼工具 ··· 57
- 4.5 画笔工具 ··· 58
- 4.6 铅笔工具 ··· 62
- 4.7 颜色替换工具 ··· 62
- 4.8 仿制图章工具 ··· 63
- 4.9 图案图章工具 ··· 65
- 4.10 历史记录画笔工具 ··· 67
- 4.11 历史记录艺术画笔工具 ··· 67
- 4.12 橡皮擦工具 ··· 68
- 4.13 背景橡皮擦工具 ··· 69
- 4.14 魔术橡皮擦工具 ··· 70
- 4.15 渐变工具 ··· 71
 - 4.15.1 编辑渐变色 ··· 71
 - 4.15.2 渐变填充类型 ··· 78
 - 4.15.3 杂色渐变 ··· 79
- 4.16 油漆桶工具 ··· 79
- 4.17 模糊工具和锐化工具 ··· 83
- 4.18 涂抹工具 ··· 83
- 4.19 减淡工具、加深工具和海绵工具 ··· 85

第5章 路径与文字工具组 ····· 87

- 5.1 钢笔工具组 ··· 87

5.1.1 钢笔工具	87
实例练习——狮子头像	87
实例练习——抠图	93
5.1.2 自由钢笔工具	96
5.1.3 添加锚点工具、删除锚点工具 和转换点工具	98
5.1.4 路径选择工具和直接选择工具	99
5.2 矩形工具组	101
5.3 文字工具组	104

第6章 辅助工具 115

6.1 网页美工利器—— 切片工具和切片选择工具	115
6.2 分秒抓住颜色—— 吸管工具和颜色取样器工具	117
6.3 心中有数——标尺工具	119
6.4 事后提醒——注释工具	121
6.5 多个对象好帮手——计数工具	122
6.6 轻松制作三维效果——3D工具组	122
6.7 抓手工具和视图旋转工具	124
6.8 自由观察——缩放工具	125

第7章 浮动调板 127

7.1 精彩三维效果——3D调板	127
7.2 秘密档案——测量记录调板	131
7.3 图像观察定位——导航器调板	131
7.4 GIF动画利器——动画调板	131
7.5 高效率帮手——动作调板	139
7.6 文本调整利器——段落调板	141
7.7 智能复制——仿制源调板	141
7.8 使用起来顺手——工具预设调板	143
7.9 随时撤销操作——历史记录调板	143
7.10 建立精确的选区——路径调板	144
7.11 颜色预设——色板调板	145
7.12 合成的秘密——图层复合调板	146
7.13 图像侦测——信息调板	147
7.14 千变万化——颜色调板	148
7.15 中间调调整——直方图调板	149
7.16 文字编辑——字符调板	150

第三篇 核心技术篇

第8章 熟悉图层操作 155

8.1 填充渐变色	155
8.2 创建剪贴蒙版	156
8.3 置入矢量对象	156
8.4 使用素材图像	158

8.5 添加图层样式	160
8.6 使用图层蒙版	162
8.7 绘制矢量圆角矩形	163
8.8 置入LOGO和标准字	164
8.9 添加文字内容	165
8.10 复制图层样式	166
8.11 绘制颜色条	168
8.12 添加其他内容	169

第9章 图层功能详解 171

9.1 创建图层	171
9.2 创建图层组	172
9.3 选择图层	173
9.4 修改图层名称和颜色	173
9.5 调整图层顺序	173
9.6 复制图层	173
9.7 删除图层	174
9.8 链接图层	174
9.9 锁定图层	174
9.10 图层混合模式	174
9.11 图层不透明度	183
9.12 图层样式	184
9.13 样式调板	194
9.14 图层蒙版	194
9.15 调整边缘（蒙版边缘）	202
9.16 对齐图层	203
9.17 合并/盖印图层	205
9.18 智能对象	205
9.19 智能滤镜	209
9.20 调整图层	210

第10章 更上层楼——通道应用 213

10.1 颜色通道	213
10.1.1 练习一	213
10.1.2 练习二	215
10.2 Alpha通道	215
10.3 专色通道	217
10.4 通道调板操作详解	218

第11章 小功能高效率—— 一些非常重要的功能 219

11.1 自由变换图像—— 得到三维效果贴图	219
11.1.1 自由变换练习	219
11.1.2 参数详解	223
11.2 画笔设置——特殊效果表现	224
11.2.1 画笔高级设置练习	224
11.2.2 自然笔触画笔练习	227
11.2.3 参数详解	228



11.3	自动处理图像——轻松高效率	232
11.3.1	练习实例	232
11.3.2	创建快捷批处理	233
11.3.3	裁剪并修齐照片	234
11.3.4	Photomerge	234
11.4	页面设置	235
11.5	打印	235
11.6	内容识别比例—— 保护重要视觉元素	238
11.7	再次变换命令	239
11.8	自动对齐图层/自动混合图层	240
11.9	转换图像模式	241
11.10	图像大小	241
11.11	画布大小	242
11.12	创建图层——轻松搞定图层分离	244
11.13	智能滤镜	245
11.14	选区修改	246
11.15	扩大选取/选取相似	247
11.16	变换选区	247
11.17	创建参考线	247

第四篇 图像处理应用篇

第12章 图像调色

249

12.1	亮度/对比度	249
12.2	色阶	249
12.3	曲线	251
12.4	曝光度	255
12.5	自然饱和度	255
12.6	色相/饱和度	256
12.7	色彩平衡	257
12.8	黑白	257
12.9	照片滤镜	258
12.10	通道混合器	259
12.11	反相	259
12.12	色调分离	260
12.13	阈值	260
12.14	渐变映射	260
12.15	可选颜色	261
12.16	阴影/高光	261
12.17	变化	262
12.18	去色	263
12.19	匹配颜色	264
12.20	替换颜色	264
12.21	色调均化	266

12.22	自动色调	266
12.23	自动对比度	266
12.24	自动颜色	266

第13章 抠图

267

13.1	色彩范围	267
13.2	利用通道抠图	268
13.3	抽出	272

第14章 滤镜与特效设计

275

14.1	滤镜使用规则	275
14.2	滤镜库	275
14.3	液化	275
14.4	消失点	278
14.4.1	练习一	278
14.4.2	练习二	281
14.4.3	练习三	282
14.5	风格化滤镜组	285
14.5.1	查找边缘	285
14.5.2	等高线	285
14.5.3	风	285
14.5.4	浮雕效果	285
14.5.5	扩散	286
14.5.6	拼贴	286
14.5.7	曝光过度	286
14.5.8	凸出	286
14.5.9	照亮边缘	287
14.6	画笔描边滤镜组	287
14.6.1	成角的线条	287
14.6.2	墨水轮廓	287
14.6.3	喷溅	287
14.6.4	喷色描边	288
14.6.5	强化的边缘	288
14.6.6	深色线条	288
14.6.7	烟灰墨	288
14.6.8	阴影线	288
14.7	模糊滤镜组	289
14.7.1	表面模糊	289
14.7.2	动感模糊	289
14.7.3	方框模糊	289
14.7.4	高斯模糊	289
14.7.5	进一步模糊	290
14.7.6	径向模糊	290
14.7.7	镜头模糊	290
14.7.8	模糊	291
14.7.9	平均	291
14.7.10	特殊模糊	291
14.7.11	形状模糊	291
14.8	扭曲滤镜组	291

第15章 照片处理 317



15.7.1 使用图层蒙版磨皮美容	326
15.7.2 使用计算功能磨皮美容	330
15.8 老照片效果	332
15.9 合成户外广告牌	334
15.9.1 处理白天效果	335
15.9.2 处理夜景效果	338

第五篇 广告设计实务篇

第16章 广告公司工作流程及设计基础 ... 343

16.1 公司架构及人员构成	343
16.2 业务流程	344
16.3 创意方法	345
16.4 设计基础之颜色	346
16.5 设计基础之版式	351
16.6 设计基础之字体	354
16.7 设计基础之字距	360
16.8 设计基础之文字对齐方式	361
16.9 设计基础之留白	362

第17章 设计类别详解 363

17.1 VI设计	363
17.1.1 VI设计四个阶段	363
17.1.2 VI设计实例	367
17.2 报纸广告	368
17.2.1 主题	368
17.2.2 内容	369
17.2.3 创意方法	369
17.2.4 操作流程	369
17.2.5 设计要领	369
17.2.6 报纸广告的分类和规格	369
17.2.7 报纸广告实例	371
17.2.8 转换为CMYK全彩版	384
17.2.9 转换为黑白版和套红版	388
17.3 画册(样本)设计	390
17.3.1 页数	390
17.3.2 开本	390
17.3.3 印刷材料	391
17.3.4 装订方式	391
17.3.5 画册设计流程	391
17.3.6 精度要求	392
17.4 海报设计	392
17.4.1 稿件精度	392
17.4.2 创作步骤	394
17.5 户外广告设计	394
17.5.1 形式	394
17.5.2 户外广告的精度要求	395

17.6 售点POP	396
17.6.1 POP海报、吊旗	397
17.6.2 门店招牌	397
17.6.3 端架	397
17.6.4 堆头造型、围挡	398
17.6.5 促销台	398
17.6.6 太阳伞	398
17.6.7 易拉宝、X展架	398
17.7 喷绘、写真输出	399
17.7.1 喷绘材料	399
17.7.2 写真材料	399

第18章 电脑印前色彩管理 401

18.1 三原色	401
18.2 RGB模式	401
18.3 CMYK模式	401
18.4 Lab模式	402
18.5 Lab、RGB、CMYK之间的关系 ...	402
18.6 色彩空间	402
18.6.1 不同的色彩空间	403
18.6.2 常用RGB色彩空间	403
18.6.3 CMYK色彩空间	403
18.7 色彩管理	403
18.7.1 Photoshop工作空间的 色彩设置	404
18.7.2 ICC文件	404
18.7.3 载入ICC配置文件	406

第19章 其他印前处理必备知识 407

19.1 扫描与数字分色	407
19.1.1 扫描	407
19.1.2 数字分色	410
19.2 专色	412
19.3 图像偏色调整	416
19.4 印刷与排版	420
19.4.1 纸张材料	420
19.4.2 开数规格	420
19.4.3 出血	422
19.4.4 印前工作流程	423
19.4.5 印前设计的注意事项	423
19.4.6 印后工艺	423

学习 Photoshop，学以致用才是最终目的。为方便将许多工作和行业经验分享给读者，本书模拟了两个人物。

小希：欲踏入广告设计行业的学习者，了解一些电脑操作知识，对设计软件和广告行业了解较少。

陈 sir：广告行业的资深从业人员，具有丰富的工作经验。

小希在陈 sir 的指导下开始了一段学习之旅。在这段旅途中，本书将逐步揭开在广告公司、设计公司中应该学习什么，掌握什么，注意什么；也会逐一剖析 Photoshop 的软件功能和使用技巧；还会完全解析广告从业人员必须掌握的行业知识。

我们的主人公小希将顺利成长起来！你呢？准备好了么？

第一篇

基础操作篇

欲从业广告这个行业，应该先学什么，后学什么，这是很多初学者的疑问。

下面由一位初学者（小希）向一位资深设计人员（陈 sir）提问，抽丝剥茧般揭开广告设计中应该掌握什么，学习之旅马上开始……



小希：陈 sir，从今天起小希就要跟随您学习了，还请多多指教！

陈 sir：没问题，小希，学习一段新知识，我们每个人都会有这样一个过程，从最初的迷茫，然后去学习，不断地了解，逐步从门外汉成长为一个行业中的能手。而我会指导你，包括 Photoshop 软件知识和作为一个广告设计师的必要技能，力求在较短的时间里，让你掌握这些东西。我也会分享我的经验，扩充你的知识和视野，最终让你成为一个可以披挂上阵独立创作的设计师。

小希：非常期待那一天能够早点到来！不过从目前来说，我真是一个彻头彻尾的门外汉，对于常用设计软件及对广告行业的一点认识都没有呢！

陈 sir：没关系！我会逐一介绍广告设计常识和常用软件的基本操作，先让你有一个初步的认识。

第1章 广告设计常识及常用设计软件

1.1 广告公司的分类

从广告公司的规模大小、业务构成及公司性质等方面来说，它们之间的差异是很大的。从规模上来说，有人员上百的跨国 4A 广告公司，也有几个人规模的私营广告工作室。

而从业务上来说，则可分为以下几类。

1.1.1 广告代理公司

这类广告公司往往是大型化和专业程度非常高的公司。广告主要为推广品牌或扩大市场占有率。一些公司委托广告公司全面代理其广告业务。广告代理公司将向广告主提供以市场调查为基础、广告策划为主导、创意为中心、媒体发布为手段，同时辅以其他促销手段的全面服务，从而达到广告主既定的市场目标。图 1-1 和图 1-2 所示为知名品牌的形象推广和产品推广案例。

广告代理公司提供的服务还包括传播效果评估、公共关系、直接促销、形象宣传等。



图1-1 喜力啤酒形象广告



图1-2 标致汽车广告

广告代理公司参与的是战略层面的决策与传播资源的整合，对企业品牌形象的树立起到了不可磨灭的作用。

1.1.2 广告策划公司

广告策划公司从策略层面服务于广告主，为广告主制订广告策略，规划广告的具体定位和广告的媒体利用。它包括广告的市场定位策划、广告的诉求语言策划、广告的媒体利用策划、广告的媒体组合策划、年度广告计划、广告的阶段策略策划、企业广告的方案策划、企业广告的原点和概念策划等。

一般来说，策划公司也常常具有广告策略、目标的执行与实施能力。

另外，常见的还有公关策划和活动策划，具体包括公关活动策划执行、论坛营销推广、产品巡展推广、促销活动策划执行、庆典活动策划、文艺晚会策划、

企业年会策划、商务会议策划布展、新闻发布会策划、新品发布会策划、时装秀策划等。图 1-3 所示为产品推广活动现场，图 1-4 所示为庆典活动现场。



图1-3 产品推广活动现场



图1-4 庆典活动现场

1.1.3 广告设计公司

广告设计公司是一个非常庞大的群体，是指以设计为公司主要经营业务的广告公司。一般来说，设计公司也与品牌推广息息相关，如 CIS 策划、VI 设计等。在商业竞争激烈的今天，许多项目的运作，例如地产项目推广、酒店推广、医院推广等，都会选择优秀的广告设计公司将全程参与形象设计及平面广告设计，以辅助其市场活动。

具体地说，设计公司将通过设计，为客户提供传播策略和创意表现，为企业建立品牌形象，提供包括标志设计、VI 设计、形象广告设计、报版设计、包装设计、画册设计、海报设计、书籍装帧设计等服务。图 1-5 和图 1-6 所示是设计公司茶楼所做的 VIS 形象的应用案例。



图1-5 茶楼形象



图1-6 茶楼宣传折页

1.1.4 广告制作公司

广告制作公司以广告工程制作为主，为广告发布、展示展览制作物料及现场安装，这是广告从策划、设计到制作的最后环节。广告制作公司往往拥有专业的广告加工设备，如大型焊接设备、雕刻设备、喷绘写真机、吸塑机等，有制作加工基地和制作安装队伍。

广告制作涉及的具体项目有户外大型广告牌、立柱广告牌、霓虹灯工程、导视标牌、灯箱及吸塑字牌、展厅布置、条幅制作等。图 1-7 所示为广告制作公司的喷绘现场，图 1-8 所示为门店招牌安装现场。



图1-7 喷绘现场



图1-8 门店招牌安装

1.1.5 广告媒体公司

广告与受众接触必须经由一些介质，以开发、经营、代理这些介质为主营业务的公司为广告媒体公司。广告媒体的种类很多，例如传统的报纸媒体、杂志媒体、电视媒体，户外的有户外广告位媒体、城市路灯杆媒体、公交车身及站台媒体、高速路单立柱媒体，新兴的有楼宇电视媒体、公交车载电视媒体、网络媒体等。图 1-9 所示为道路旁的单立柱广告，图 1-10 所示为公交车站的站台广告。



图1-9 单立柱广告



图1-10 站台广告

1.1.6 综合性广告公司

综合性广告公司往往集代理、设计、制作、发布、媒体运营为一体，从而全面满足广告客户的各方面需求，其组织架构和职能部门设置也相应更为复杂。一般来说，区域性的本土广告公司、二三线城市的大多数广告公司及中小型广告公司，往往都属于综合性广告公司。

根据自身长年发展中积累的各种资源，往往很多公司都不会单纯只在某个领域发展，有可能设计公司会经营一些媒体，也有可能制作公司附带承接一些设计业务，因此广告公司往往都是以某个领域为主导，以复合形态综合发展。

小希：原来广告公司还有这么多分类，那么设计在广告行业中处于一种什么样的地位呢？

陈sir：广告是真正的眼球经济，发布的广告所受关注程度越高，此广告所产生的效益也就越大。因此，不管多么好的创意，或是多么完善的市场推广方案，总离不开优秀的视觉设计来表现，并传达给目标人群。设计所起的作用，就是最大程度地吸引受众注意力，以及传达出企业和产品的正面形象。因此，设计是整个广告活动中非常重要的环节。

小希：那么要成为一名合格的设计师，需要掌握哪些设计软件呢？

陈sir：要回答这个问题，需要先给你整体地介绍一下Photoshop这款软件的应用。

1.2 Photoshop的应用领域

从应用领域来分，Photoshop 主要应用于平面设计、摄影后期处理、3D 贴图绘制、效果图后期制作、CG 艺术、网络、影视动画等几大领域。除前面所提到的诸多类型的广告公司外，Photoshop 还在以下专业部门有广泛应用。

1.2.1 数码快印公司

此类公司使用数码快印设备，承接名片、卡片、宣传页、标书、菜单菜谱、酒水单、画册、海报等小批量快印及装订业务。数码快印公司的业务多针对行业内部，如其他广告公司、设计公司，除此之外，也有一些直接客户，因此常常需要先进行设计、排版，然后输出成品。

一般来说，数码快印公司对设计的专业性要求不高，主要在于对数码设备的运用。图 1-11 所示为施乐数码快印设备，图 1-12 所示为由快印设备制作完成的酒水单。



图1-11 施乐数码快印设备

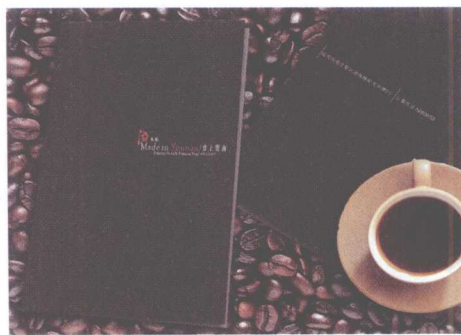


图1-12 酒水单

1.2.2 包装设计公司

包装的设计、印刷及相关配套领域是一个很庞大的产业，包装设计公司即专门为客户提供包装设计的公司。常见的包装设计类型有食品包装设计、药

品包装设计、保健品包装设计、化妆品包装设计、茶叶包装设计、酒包装设计、饮料包装设计、服装包装设计、日用品包装设计和软件包装设计等。图 1-13 和图 1-14 所示分别为月饼包装设计效果图和小食品包装设计效果图。



图1-13 月饼包装



图1-14 小食品包装

包装设计的专业性要求比较高，需要设计师具有比较强的设计能力，还要求对包装设计有较深的认识。包装设计公司的完稿师则需要熟悉平面后期制作，了解印刷流程、印刷工艺和印刷材质。

1.2.3 印刷厂

印刷厂往往会提供从设计到印刷的一条龙服务，可以为客户设计画册、海报、DM 单、日历等各种印刷品。除此之外，也需要设计人员对设计公司提交的印刷文件进行印前处理，这就需要设计人员熟悉印刷流程，了解印刷工艺，并具有足够的印前知识。图 1-15 所示为印刷厂的四色印刷机，图 1-16 为印刷完成的画册和 DM 单。



图1-15 印刷设备



图1-16 印刷完成的画册和DM单

1.2.4 网络公司和UI设计

网络公司为企业、个人提供建站、维护等业务，以及相关的域名注册、网络推广、网络营销等服务。在技术方面，为网站设计界面是非常重要的环节之一，而 Photoshop 也是使用的首要软件，然后再结合 Flash、Dreamweaver 等专业软件来共同完成。网站美工人员需掌握网站设计的特殊性，并从技术层面熟悉 Web 发布的相关知识。图 1-17 所示为网站首页设计效果图。

UI 设计是近年发展较快的行业，是指对软件的人机交互界面和操作界面的整体设计。其中图形设计师完成 UI 的外观设计，即美工的部分。



图1-17 网站首页设计

1.2.5 建筑及装饰公司

建筑后期及装饰效果图的后期处理也是 Photoshop 的一大应用领域。使用 3D 软件渲染完成后，可以使用 Photoshop 对颜色进行调整，添加合成天空、花草树木、人物、交通工具等。

而对于商业空间的装饰设计而言，往往需要有较

好的审美观与良好的平面设计功底。其中店面、企业标识、企业形象等展示效果,需要设计人员具有良好的平面素养,这样才能设计出风格统一、格调高雅的装饰效果。图 1-18 所示为门店装修效果,图 1-19 所示为空间装饰设计效果。

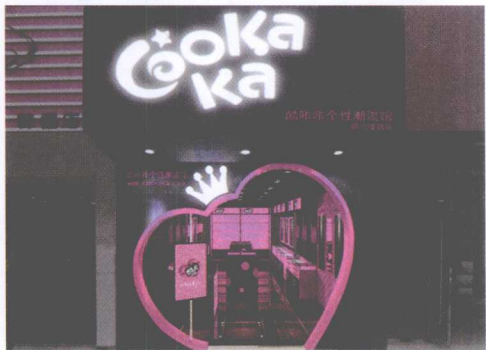


图1-18 门店装修



图1-19 空间装饰设计

1.2.6 摄影工作室和影楼

商业摄影和数码影楼是近年来发展迅猛的行业,其中商业摄影与现代广告息息相关。而在数字化时代,摄影师常常借助数码暗房技术来处理传统摄影中一些棘手的问题,比如裁剪照片、颜色校正、调整曝光度、修饰照片、创建特效等。图 1-20 所示为商业摄影中的特效处理效果。



图1-20 商业摄影

另外,相册设计和合成处理是影楼美工的重要工作。相册的设计要求精美、时尚,从而提升其档次和

附加价值,这对美工的设计能力也有一定要求。图 1-21 所示为处理后的婚纱摄影效果。

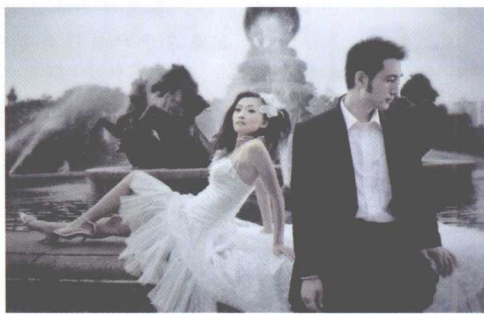


图1-21 婚纱摄影

1.2.7 影视动画公司

在影视动画行业,影片的素材加工处理都会使用到 Photoshop,例如调整颜色、修整图像。因为行业中普遍采用的影视制作软件 Premiere 和 After Effects 都由 Adobe 公司出品,彼此具有完美的兼容性,甚至可以利用 Photoshop 的蒙版功能为影片制作特效。图 1-22 所示为影视广告截图,图 1-23 所示为企业专题片的片头动画截图。



图1-22 影视广告



图1-23 片头动画

陈sir: 总之, Photoshop是立志于进入设计和数码相关行业的人必学的一款基础软件。

小希: Photoshop的功能复杂, 要怎样去学习它呢?

陈sir: 学习Photoshop, 重点在于对软件的各项功能多加以练习和应用, 从而逐渐加深理解并且掌握其规律。而在接下来的时间里, 我们不仅会对Photoshop的功能进行细致、全面的讲解, 同时我们结合练习, 在操作中体会这些功能在实际工作中的应用。首先我们要学习的是Photoshop的界面构成和一些基本操作。