

影像圣堂



Photoshop CS4

商业平面设计实战技法



- 全面的商业平面设计理论讲解
- 45个商业平面设计实例讲解
- 300多个设计知识点提示
- 包含书中所有实例素材源文件
- 附赠106集Photoshop CS3基础视频教学录像
- 附赠200套动作库、400套画笔库、40套形状库、150套样式库

时代印象
TIMES IMPRESSION

罗亮 曾俊蓉 编著



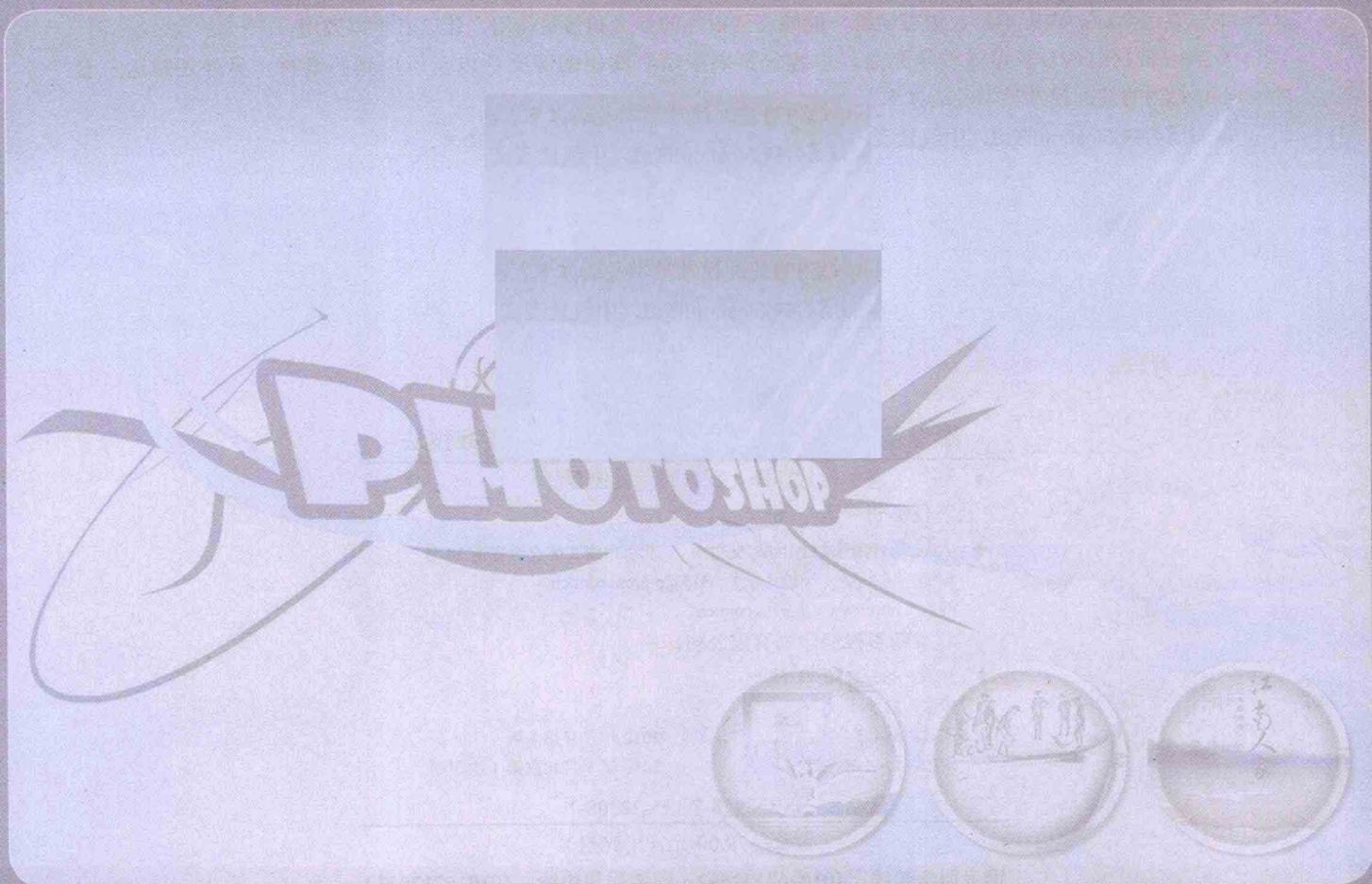
人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

影像圣堂

Photoshop CS4

商业平面设计实战技法

时代印象 罗亮 曾俊蓉 编著
TIMES IMPRESSION



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

影像圣堂Photoshop CS4商业平面设计实战技法 / 罗亮, 曾俊蓉编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2010.5
ISBN 978-7-115-22308-1

I. ①影… II. ①罗… ②曾… III. ①商业广告—平面设计: 计算机辅助设计—图形软件, Photoshop CS4
IV. ①J524.3-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第030028号

内 容 提 要

本书从“实际应用”的角度出发,以工作中的案例为主,全面介绍了Photoshop CS4在商业平面设计中的应用以及制作商业作品的方法和技巧。

全书共分7章,包括平面设计的相关知识、VI设计、报刊杂志广告设计、网页设计、画册与DM单设计、包装设计和户外广告设计,并详细介绍了每个案例的制作流程,同时还融入了作者总结出来的制作技巧和工作经验。

本书案例全面,内容丰富,语言简练,能够起到很好的参考和借鉴作用,让读者学以致用。

本书附带1张DVD多媒体教学光盘,内容包括书中所有案例的源文件以及所用到的素材,另外还赠送一套Photoshop CS3的基础视频教学及动作库、画笔库等设计资源。

本书适合Photoshop的初、中级读者阅读,尤其适合对平面创作感兴趣的读者。

影像圣堂 Photoshop CS4 商业平面设计实战技法

- ◆ 编 著 时代印象 罗 亮 曾俊蓉
责任编辑 孟 飞
- ◆ 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>
北京精彩雅恒印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 880×1230 1/16
印张: 21.5
字数: 564千字
印数: 1—4 000册
- 2010年5月第1版
2010年5月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-22308-1

定价: 79.00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

前言

Photoshop CS4是Adobe公司推出的一款应用非常广泛的平面设计软件,其功能非常强大,命令和参数也相对比较繁多,单独通过命令讲解很难做到融会贯通。本书则将教程和商业实例有机地结合在一起,通过全面的理论讲解和45个针对性很强的商业案例,帮助读者掌握命令以及平面设计的专业技法。

要提升商业作品的制作水平,首先要学会欣赏,培养自己的美感,学会临摹,能够借他人的经验和优点为己所用;然后就是多做练习,这样才能深入了解每个知识点的内在含义。

基于上述思想,我们编写了这本书,希望能够带给读者耳目一新的感觉,能够指导读者在商业作品表现上更上一层楼。

阅读本书,读者不仅可以了解到商业平面作品的设计方法,还能了解到如何制作具有真实美感的作品。

本书由专业平面设计师罗亮先生倾情打造,九江职业技术学院的曾俊蓉老师也参与了本书的部分编写工作。全书共分7章,有45个精美案例,各章主要内容介绍如下。

第1章详细介绍了平面设计的相关知识,其中包括平面设计的概念与特征、平面设计元素创意技法、平面设计创意表现技法以及印刷常识。

第2章是VI设计,详细讲解了VI设计的基本原则、VI设计的基本方法和VI系统中的基本元素,其中包括一套完整的VI系统设计,分别是标志设计、办公用品设计和公共用品设计。

第3章是报刊杂志广告设计,详细讲解了海报的类型、海报设计的常用技法和报纸广告版面的运用,其中包括3个完整的案例,分别是企业海报设计、单色报版设计和彩色报版设计。

第4章是网页设计,详细讲解了网页的类型、网页设计的版式构成与设计,以及网页设计的特点与用色,其中包括企业网站设计、教育网站设计、娱乐网站设计和女性网站设计。

第5章是画册与DM单设计,详细讲解了画册的类型、画册与DM单的设计元素以及画册与DM单设计的常用表现手法,其中包括画册封面与内页设计、三折页广告设计和单页广告设计。

第6章是包装设计,详细讲解了包装设计的要求、包装的分类和常见包装的设计方法,其中包括食品类包装设计、饮品类包装设计、生活用品类包装设计和酒类包装设计。

第7章是户外广告设计,其中包括X展架、易拉宝设计和户外海报设计。

本书附带1张DVD多媒体教学光盘,内容包括书中所有案例的源文件以及所用到的素材,另外还赠送一套Photoshop CS3的基础视频教学及动作库、画笔库等设计资源。

学习技术的过程中难免会碰到一些难解的问题,我们衷心地希望能够为广大读者提供力所能及的阅读服务,尽可能地帮助大家解决一些实际问题。如果大家在学习过程中需要我们的支持,请致信sdyx_press@126.com,或访问www.sdyx.cc网站联系我们。时代印象将一如既往地坚持为读者开发各类高品质图书,希望大家能够多多支持我们的工作,您的支持将是我们前进的动力。



1.1 平面设计理论知识	2
1.1.1 平面设计的概念与特征	2
1. 平面设计的概念	2
2. 平面设计的特征	2
1.1.2 平面设计之路	2
1.1.3 平面设计的基本构图方式	2
1. 点、线、面	2
2. 渐变	3
3. 重复	3
4. 近似	4
5. 骨骼	4
6. 发射	4
7. 特异	5
1.1.4 平面设计的流程	5
1.2 平面设计元素创意技法	6
1.2.1 用色创意	6
1. 基本配色——强烈	7
2. 基本配色——丰富	7
3. 基本配色——浪漫	8
4. 基本配色——奔放	8
5. 基本配色——土性	8
6. 基本配色——友善	8
1.2.2 文字创意设计常用技法	8
1. 文字的可读性	8
2. 赋予文字个性	8
3. 在视觉上体现美感	9
4. 富于创造性	9
1.2.3 文字的组合	9
1.2.4 常用版式结构	9
1. 骨骼型	9
2. 满版型	10
3. 上下分割型	10

4. 左右分割型	10
5. 中轴型	10
6. 曲线型	10
7. 倾斜型	11
8. 对称型	11

1.3 平面设计创意表现技法	11
1.3.1 直接展示法	11
1.3.2 突出特征法	11
1.3.3 对比衬托法	11
1.3.4 合理夸张法	12
1.3.5 以小见大法	12
1.3.6 运用联想法	12
1.3.7 富于幽默法	12
1.3.8 借用比喻法	12
1.3.9 以情托物法	13
1.3.10 悬念安排法	13
1.3.11 选择偶像法	13
1.3.12 谐趣模仿法	13
1.3.13 神奇迷幻法	14
1.3.14 连续系列法	14
1.4 印刷常识	14
1.4.1 字符	14
1. 字体	14
2. 字号	14
3. 版面设计与排版规格	15
1.4.2 纸张	15
1. 纸张的构成	15
2. 纸张的规格	15



2.1 VI设计的相关知识	18
2.1.1 VI设计的定义	18
2.1.2 VI设计的基本原则	18

2.1.3 VI设计的基本方法	18
2.1.4 VI设计的基本程序	18
2.1.5 企业名称的设计规范	18
2.1.6 企业Logo的定位	18
2.2 VI设计中标准色及辅助要素设计	19
2.2.1 标准色设计	19
2.2.2 辅助要素设计	19
2.3 VI系统视觉基本要素设计	19
2.3.1 企业标志	19
2.3.2 企业标准字	20
2.3.3 企业命名或更名	20
2.3.4 标准字制图法	20
Effect01 标志设计	20
Step 1 制作标志外轮廓	21
Step 2 制作内部图案	23
Step 3 制作核心图案	26
Step 4 为标志添加特效	28
Step 5 制作内光圈	30
Step 6 制作光晕特效	32
Effect02 VI之办公用品系统设计	34
Step 1 名片设计	36
1. 制作皮革背景	36
2. 制作撕裂效果	37
3. 制作前景光束特效	38
4. 制作背景光束特效	39
5. 完善皮革背景	40
6. 添加标志和文字特效	42
Step 2 VI手册之名片设计	45
1. 制作拉丝背景	45
2. 制作背景门	46
3. 制作页眉	47
4. 完善VI手册界面	49
Effect03 VI之公共关系赠品设计	50
Step 1 手提袋刀模设计	53
1. 新建参考线	53
2. 设计手提袋正面区域	53
3. 制作网格线	54
4. 制作手提袋背面区域	56
5. 制作手提袋侧面区域	56
6. 制作刀线	57
7. 制作绳孔	58
8. 添加尺寸标注和文字说明	58
Step 2 立体手提袋设计	59
1. 制作光影轮廓	59
2. 制作手提袋侧面效果	60
3. 制作手提袋正面效果	61
4. 制作手提袋右侧面效果	61

5. 制作手提袋背面效果	62
6. 制作绳子	63
Step 3 VI手册之手提袋设计	65

Chapter03 报刊杂志广告设计

67



3.1 海报设计必备知识	68
3.1.1 海报概述	68
3.1.2 海报的特点	68
1. 尺寸大	68
2. 远视强	68
3. 艺术性高	68
3.1.3 海报的分类	68
1. 公益海报	68
2. 商业海报	69
3. 电影海报	69
4. 文化海报	69
5. 招商海报	69
6. 展览海报	70
7. 店内海报	70
3.1.4 海报设计表现技法	70
1. 直接展示法	70
2. 突出特征法	71
3. 以情托物法	71
4. 悬念安排法	71
5. 以小见大法	71
6. 运用联想法	72
7. 对比衬托法	72
8. 合理夸张法	72
3.2 报版设计必备知识	73
3.2.1 报纸广告的特征	73
3.2.2 报纸相关知识	73
3.2.3 报纸广告的版面类型	73
1. 报花广告	73
2. 报眼广告	74

3.半通栏广告	74
4.单通栏广告	74
5.双通栏广告	74
6.半版广告	75
7.整版广告	75
8.跨版广告	75
3.2.4 报纸广告的版面运用	76
1.让眼球首先被吸引——营造版面视觉冲击波	76
2.刻画报纸“生动表情”——视觉美感的形成	76
3.以视线流畅为出发点	77
——减轻视觉的生理和心理压力	77
Effect01 企业海报设计	78
1.一致原则	78
2.关联原则	78
3.重复原则	78
4.延续性原则	79
5.背景原则	79
6.对称协调原则	79
7.不对称协调原则	79
8.颜色协调原则	79
9.数值协调原则	80
10.形状及位置协调原则	80
Step 1 制作麻布背景	81
Step 2 制作湖面特效	83
Step 3 合成树林	86
Step 4 合成别墅	88
Step 5 制作红锦鲤	89
Effect02 单色报版设计	91
Step 1 制作金属拉丝背景	92
Step 2 制作太空舱	95
Step 3 汽车合成	100
Effect03 彩色报版设计	100
1.版面主色调	100
2.发挥对比组合的功效	100
3.把握好用色的“度”	100
4.色彩搭配的和谐美	100
5.形成流动与强势	101
Step 1 制作群山背景	101
Step 2 制作门框	104
Step 3 制作天使	106
Step 4 制作大雁	108
Step 5 制作棉花特效	109



4.1 网页界面设计必备知识	112
4.1.1 网页设计的种类	112
1.信息查询类	112
2.大众媒体类	112
3.宣传窗口类	113
4.电子商务类	113
5.交流平台类	113
6.网络社区类	113
4.1.2 图形图像设计	114
4.1.3 色彩的基本知识	114
1.色相	114
2.明度	114
3.纯度	114
4.相近色	115
5.互补色	115
6.暖色	115
7.冷色	115
8.色彩均衡	115
4.1.4 文字编排设计	115
4.1.5 版式构成与设计	116
1.水平分割	116
2.垂直分割	116
4.1.6 动画设计	117
4.2 网页设计的特点与用色	117
4.2.1 网页设计的特点	117
1.布局简单	117
2.中心定位	117
3.有节制地使用3D效果	118
4.柔和与自然的背景色	118

5.颜色鲜亮的背景色(要谨慎使用)	118
6.可爱的图标(要谨慎使用)	118
7.有许多留白	118
8.重要文字要大于一般文字	118
4.2.2 网页设计的用色	119
4.3 网页的版式结构	120
4.3.1 骨骼型	120
4.3.2 满版型	121
4.3.3 分割型	121
4.3.4 中轴型	121
4.3.5 曲线型	121
4.3.6 倾斜型	121
4.3.7 对称型	122
4.3.8 焦点型	122
4.3.9 三角型	122
4.3.10 自由型	122
Effect01 企业网站设计	123
Step 1 界面分割	124
Step 2 设计背景框架	124
Step 3 Logo设计	125
Step 4 设计企业名称	128
Step 5 设计辅助背景	129
Step 6 设计分割线	131
Step 7 设计导航栏	132
Step 8 合成产品图像	135
Step 9 设计文章界面	137
Effect02 教育网站设计	138
1.基本原则	138
2.设计要素	138
Step 1 背景设计与界面划分	138
Step 2 Logo设计	140
Step 3 设计导航栏	141
Step 4 设计登录框	142
Step 5 设计新闻中心	144
Step 6 设计人气排行栏	145
Step 7 设计博客地带	145
Step 8 完善界面	147
Step 9 设计底部导航栏	147
Effect03 女性网站设计	148
Step 1 设计整体背景	149
Step 2 设计左侧立体背景	149
Step 3 Logo设计	152
Step 4 设计登录框	154
Step 5 设计商品分类栏	155
Step 6 设计在线咨询栏	155
Step 7 设计导航栏	156
Step 8 设置界面中心	158



5.1 画册和DM单设计必备知识	162
5.1.1 画册与DM单的概念	162
5.1.2 画册分类	162
1.形象画册	162
2.产品画册	162
3.宣传画册	162
4.年报画册	162
5.折页画册	163
5.2 画册与DM单的设计元素	163
5.2.1 概念元素	163
5.2.2 视觉元素	163
5.2.3 关系元素	163
5.2.4 实用元素	163
5.3 画册与DM单设计的常用表现手法	164
5.3.1 渐变	164
5.3.2 重复	164
5.3.3 分割	164
5.3.4 排列	164
5.3.5 平衡	165
5.3.6 密集	165
5.3.7 空间	165
5.3.8 肌理	165
5.3.9 特异	165
5.3.10 发射	166
5.3.11 对比	166
5.3.12 骨骼	166
5.3.13 近似	166
Effect01 画册封面设计	167
Step 1 画册封面设计	167
1.背景合成	167

2.文案设计	170
3.产品合成	173
Step 2 画册封底设计	173
Step 3 立体画册设计	174
Effect02 画册内页设计	176
1.画册设计的前期工作	176
2.版式设计	176
3.美术设计	176
Step 1 内页平面图设计	177
1.版面分割	177
2.右内页设计	178
3.左内页设计	184
Step 2 立体展示效果设计	184
1.绘制立体模型	184
2.加入内页	188
Effect03 三折页广告设计	189
Step 1 背景设计	190
Step 2 大版合成	193
Step 3 椅子合成	195
Step 4 二胡合成	198
Step 5 马琴合成	201
Step 6 笛子和琵琶合成	201
Step 7 调整整体色调	203
Step 8 主题文字设计	204
Effect04 单页广告设计	207
Step 1 设计棉布背景	209
Step 2 设计红酒杯	210
Step 3 设计文案	218

Chapter06 包装设计

221



6.1 包装设计必备知识	222
6.1.1 包装设计概述	222
6.1.2 包装设计的要求	222
6.2 包装的分类	222
6.2.1 日用品包装	222

6.2.2 食品包装	222
6.2.3 烟酒包装	222
6.2.4 饮品包装	223
6.2.5 化妆品包装	223
6.2.6 医药保健品包装	223
6.2.7 文体包装	223
6.2.8 电器产品包装	224
6.2.9 纺织品包装	224
6.2.10 土特产包装	224
6.3 包装标志	224
Effect01 食品类包装设计	225
1.食品包装的要求	225
2.食品包装的要素	225
Step 1 展示背景设计	225
Step 2 樱桃味巧克力包装设计	226
1.制作背景	226
2.制作背景花纹	227
3.添加产品信息	227
4.制作立体效果	228
Step 3 咖啡味巧克力包装设计	230
1.制作背景	230
2.制作图案和文字信息	232
3.制作立体效果	234
Step 4 栗子味巧克力包装设计	235
1.制作背景	235
2.制作奶浪特效	235
3.制作中心画面	237
4.制作倒影	239
Step 5 整体背景设计	239
Effect02 饮品类包装设计	240
1.秉承文化特征	240
2.抓住色彩灵魂	240
Step 1 设计平面图	241
1.背景设计	241
2.制作水墨特效	242
3.图像合成	243
4.制作烟雾特效	244
5.制作文字特效	246
6.制作边框	248
7.文案设计	249
Step 2 设计立体展示图	249
1.处理衬托背景	249
2.制作包装盒立体模型	250
3.合成平面图	252
Effect03 生活用品类包装设计	253
1.包装促销与消费心理	253
2.包装促销首先促进认知	254

3. 包装促销重在心理促销	255
Step 1 设计“无磷”系列包装平面图	255
1. 设计中心图案	255
2. 产品名称设计	259
3. 中心背景设计	260
4. 制造光晕特效	262
5. 制作气泡特效	263
6. 制作肥皂特效	263
Step 2 设计“超效”系列包装平面图	269
Step 3 设计立体展示图	270
Effect04 酒类包装设计	273
1. 色彩——多色多用	273
2. 酒器——古为今用	273
Step 1 背景设计	274
Step 2 设计裂缝纸板	275
Step 3 设计正面轮廓	278
1. 色调调整	278
2. 文案设计	278
3. 印章设计	281
Step 4 设计左侧面	282
1. 制作侧面模型	282
2. 制作其他元素	283
Step 5 鼠绘酒瓶	284
1. 绘制瓶身	284
2. 绘制瓶颈底座	285
3. 制作高光特效	287
4. 绘制瓶底	288
5. 文案设计	290
Step 6 调整整体亮度和对比度	293

1. 制作背景特效	297
2. 制作卷页特效	298
3. 图像合成	301
4. 制作装饰图案	302
Step 2 易拉宝设计	303
1. 背景合成	303
2. 主打产品设计	304
Effect02 户外海报设计	306
1. 海报设计的要点	306
2. 海报招贴的种类	306
Step 1 制作椭圆球	308
Step 2 制作文字特效	310
Step 3 图像合成	314
Effect03 户外广告牌设计	315
1. 户外广告的形式	315
2. 户外广告设计的原则	316
Step 1 平面图设计	316
1. 背景设计	316
2. 制作旭日初升特效	318
3. 制作瀑布特效	320
4. 制作棋子	322
5. 图像合成	324
Step 2 立体展示效果设计	325
1. 制作模型	325
2. 图像合成	325
Effect 04 户外灯箱设计	327
Step 1 左平面设计	327
1. 制作背景	327
2. 制作卷筒报	328
Step 2 右平面设计	330

Chapter07 户外广告设计

295



Effect01 X展架和易拉宝广告设计	296
1. X展架	296
2. 易拉宝	296
Step 1 X展架设计	297

CH 01 平面设计的 相关知识



本章学习要点

平面设计的概念与特征

平面设计元素创意技法

平面设计创意表现技法

印刷常识



1.1 平面设计理论知识

1.1.1 平面设计的概念与特征

1. 平面设计的概念

设计是有目的的策划,平面设计是这些策划将要采取的形式之一。在平面设计中需要用视觉元素来传播设计师的设想和计划,用文字和图形将信息传达给观众,让观众通过这些视觉元素来了解设计师的设想和计划。

一幅视觉作品的生存底线,是看该作品是否具有感动观众的能力,是否能顺利传递出背后的信息,就像人际关系学一样,平面设计是依靠魅力来征服对象的。也就是说平面设计师担任的是多重角色,需要“知己知彼”才能设计出让客户满意的作品。

2. 平面设计的特征

设计是科技与艺术的结合,是商业社会的产物,在商业社会中需要艺术设计与创作理想的平衡,需要客观与克制。

设计与美术不同,因为设计既要符合审美性又要具有实用性,总之设计是一门替人设想、以人为本的艺术。

设计没有完整的概念,需要精益求精,不断完善,需要挑战自我。设计的关键在于发现,只有通过不断深入感受和体验才能设计出令人满意的作品。

1.1.2 平面设计之路

设计的学习之路有很多种,这是由设计的多元化知识结构决定的,但是不管您以前是从事何种行业,在进入设计领域之后,您以前的阅历都将影响您,而设计多元化的知识结构必将要求设计师具有多元化的知识及信息获取方式。

第1步:从点、线、面的认识开始,学习并掌握平面构成、色彩构成、立体构成和透视学等基础知识。

第2步:学会设计草图,这个步骤很重要,因为绘画是平面设计的基础。

第3步:学习传统课程,如陶艺、版画、水彩、油画、摄影、书法、国画和黑白画等,这些课程将在不同层次上加强您设计的动手能力、表现能力和审美能力,而最关键的是让您明白什么是艺术。

第4步:知道自己要设计什么。作为一名优秀的设计师,您必须了解周围的环境,了解何种设计元素最吸引人的眼球。

第5步:辨别设计的好坏。当您能设计出一定层次的作品时,您必须知道这幅作品的优劣在何处,这是迈向成熟设计师的必经之路,也是一个经验积累的过程。

1.1.3 平面设计的基本构图方式

■ **概念元素:**所谓概念元素就是不存在的元素,但在人们的意识中又能感觉到的东西。概念元素包括点、线、面。

■ **视觉元素:**视觉元素是传达设计信息的重要组成部分,包括图形的大小、形状和色彩等。

■ **关系元素:**画面中元素的组织和排列是靠关系元素来决定的。关系元素包括方向、位置、空间和重心等。

■ **实用元素:**实用元素是指设计所表达的含义、内容、设计目的及功能。

1. 点、线、面

形象是物体的外部特征,是可见的,它包括视觉元素各部分以及概念元素中的点、线、面。

在平面设计中,一组相同或相似的图形组合在一起可以获得意想不到的效果,而每一个组成单位就是一个基本形状。基本形状是一个最小的单位,利用它可以根据一定的构成原则来排列或组合成图形。图 1-1、图 1-2 和图 1-3 所示分别是点、线、面的构图效果。



图1-1 点构图



图1-2 线构图



图1-3 面构图

在平面设计中,点、线、面的构图方式主要有以下几种。

■ **组形**:由基本的组合来产生形与形之间的组合关系。

■ **分离**:形与形之间不接触,有一定距离。

■ **接触**:形与形之间的边缘正好相切。

■ **复叠**:形与形之间是复叠关系,由此产生上、下、前、后、左、右的空间关系。

■ **透叠**:形与形之间透明性地相互交叠,但不产生上、下、前、后、左、右的空间关系。

■ **结合**:形与形之间相互结合成新的形状。

■ **减缺**:形与形之间相互覆盖,覆盖的地方被切掉。

■ **差叠**:形与形之间相互交叠,交叠的地方产生新的形状。

■ **重合**:形与形之间相互重合,变为一体。

2. 渐变

渐变是一种效果,在自然界中可以亲身体会到,比如行驶在车道上,我们会感到树木由近到远、由大到小的渐变。渐变效果如图1-4所示。

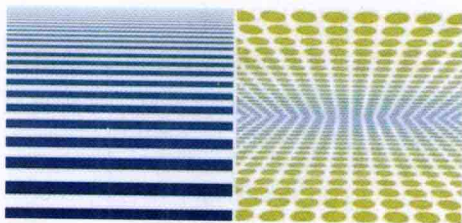


图1-4 渐变构图

渐变的类型主要有以下几种。

■ **形状渐变**:一个基本形状渐变到另一个基本形状,基本形状可以由完整渐变到残缺,也可以由简单渐变到复杂或由抽象渐变到具象。

■ **方向渐变**:基本形状在平面上进行方向渐变。

■ **位置渐变**:基本形状进行位置渐变时需用骨架作为参照,因为基本形状随着位置的渐变而产生整体变形,超出骨架的部分会被切掉。

■ **大小渐变**:基本形状由大到小的渐变进行排列,可产生远近深度及空间感。

■ **色彩渐变**:在色彩中,色相、明度、纯度都可以表现出渐变效果,而且可产生层次感。

■ **骨骼渐变**:是指骨骼有规律地变化,使基本形状在形状、大小和方向上进行变化。划分骨骼的线可以是水平线、垂直线、斜线、折线和曲线。

3. 重复

重复是指在同一设计中,相同或相似的形状出现过两次以上,如图1-5所示。重复是设计中比较常用的手法,可产生有规律的节奏感,使画面统一起来。



图1-5 重复构图



重复的类型主要有以下几种。

■ **基本形状重复**: 在构成设计中, 使用同一个基本形状来构成的图面称为基本形状重复, 这种重复在日常生活中到处可见, 如高楼上的窗户。

■ **骨骼重复**: 如果骨骼每个单位的形状和面积完全相同, 这就是一个重复骨骼, 重复骨骼是规律骨骼的一种, 也是最简单的一种。

■ **形状重复**: 形状是最常用的重复元素, 在整个构成中, 重复的形状可在大小和色彩等方面进行变动。

■ **大小重复**: 相似或相同的形状在大小上进行重复。

■ **色彩重复**: 在色彩相同的条件下, 对形状和大小进行重复。

■ **肌理重复**: 在肌理相同的条件下, 对大小和色彩进行重复。

■ **方向重复**: 将基本形状在方向上进行重复。

4. 近似

近似是指构图在形状、大小、色彩和肌理等方面具有共同的特征。近似的程度可大可小, 如果近似的程度大就会产生重复感, 如果近似程度小就会破坏画面的统一性, 如图 1-6 所示。



图1-6 近似构图

近似的种类主要有以下两种。

■ **形状近似**: 如果两个形状属同一种类, 那么它们的形状就是近似的, 如成年男性和成年女性。

■ **骨骼近似**: 骨骼可以是重复的, 但在一般情况下是近似的, 主要体现在骨骼的形状和大小上。

技巧与提示

近似与渐变的区别在于渐变的变化规律性很强, 基本形状排列得非常严谨; 而近似的变化规律性较差, 基本形状排列得比较随意。

5. 骨骼

骨骼决定了基本形状在构图中彼此的关系, 在某些时候, 骨骼也是形象的一部分, 而骨骼的变化会使整体构图发生变化, 如图 1-7 所示。

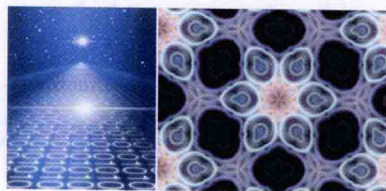


图1-7 骨骼构图

骨骼的种类主要有以下几种。

■ **规律性骨骼**: 规律性骨骼有精确严谨的骨骼线和数字关系, 基本形状按照骨骼进行排列。规律性骨骼包括重复骨骼、渐变骨骼和发射骨骼等。

■ **非规律性骨骼**: 非规律性骨骼一般没有严谨的骨骼线, 构图方式比较自由。

■ **作用性骨骼**: 作用性骨骼可使基本形状彼此之间分成各自相对独立的骨骼单位, 为形象定位准确的空间, 并且基本形状可在骨骼单位内自由改变位置和方向, 甚至越出骨骼线。

■ **非作用性骨骼**: 非作用性骨骼是一种概念性的东西, 它有助于基本形状的排列, 但不会影响它们的形状, 也不会将空间分割为相对独立的骨骼单位。

■ **重复性骨骼**: 是指骨骼线分割的空间单位在形状和大小上完全相同, 它是最有规律性的骨骼, 其基本形状按骨骼连续性进行排列。

6. 发射

发射是一种常见的自然现象, 太阳发出的光芒就属于发射。发射的方向具有很强的规律性, 发射中心是最重要的视觉焦点, 所有的形状均向中心集中, 或由中心散开, 有时可造成光学动感, 会产生爆炸的感觉, 给人以强烈的视觉效果, 如图 1-8 所示。



图1-8 发射构图

发射的种类主要有以下3种。

■ **中心点发射**: 由中心点向外或由外向内集中的发射。

■ **螺旋式发射**: 围绕一个中心点以螺旋状逐渐扩大的发射。

■ **同心式发射**: 以一个焦点为中心层层环绕的发射(如箭靶图形)。

7. 特异

特异是指构成要素在有次序的关系里, 有意违反次序, 突出少数个别的重要元素, 以打破规律性, 如图1-9所示。

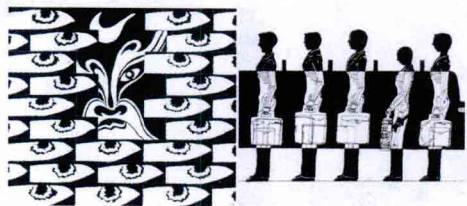


图1-9 特异构图

特异的种类主要有以下几种。

■ **形状特异**: 在许多重复或近似的基本形状中, 出现一小部分特异的形状以形成差异对比, 成为画面中的视觉焦点。

■ **大小特异**: 在相同的基本形状构成中, 只在大小上进行某些特异对比, 但应注意基本形状在大小上的特异要适中, 不能过大或太相似。

■ **色彩特异**: 在同类色彩构成中, 加入某些对比成分, 以打破单调的格局。

■ **方向特异**: 大多数基本形状在方向上保持一致, 而少数基本形状在方向上有所变化以形成特异效果。

■ **肌理特异**: 在相同的肌理质感中, 加入不同的肌理来产生特异效果。

技巧与提示

在平面设计中, 除了以上7种构图方式外, 还有对比、密集、肌理、空间、图与底、打散、韵律、分割和平衡等构图方式, 在这里就不多加讲解了, 读者可以自己摸索、练习, 这样才能设计出传神奇异的优秀作品。

1.1.4 平面设计的流程

平面设计的流程主要分为以下6个步骤。

第1步: 双方进行意向沟通。

- 双方沟通确定基本意向。
- 客户提出制作基本要求, 设计方提供报价。
- 客户对设计方报价基本认可后, 应提供相关设计资料。
- 设计方可应客户要求, 免费提供部分设计, 供客户用以确定设计风格。

第2步: 确认制作。

- 双方签订协议。
- 客户提供具体资料。
- 客户支付预付款。

第3步: 方案设计。

- 根据客户意见, 设计方对设计稿进行相应调整, 客户审核确认后定稿。

- 设计方全部设计完成后, 提供给客户确认。

第4步: 制作完稿。

- 设计方设计完成并经客户确认后, 向客户提交黑白稿。
- 客户审核并校对文案内容, 确认后签字。
- 设计方根据客户校对结果对设计稿进行修正, 并出彩色喷墨稿。

- 客户再次审核, 校对色彩, 确认后签字。

- 完成制作, 出片打样, 客户确认签字。

- 印刷制作。

第5步: 交货验收。

- 客户根据合同验收, 支付余款。

- 客户档案录入。

第6步: 客服跟踪。

- 客户可通过电话或 E-mail 与设计公司联系。
- 合同完成后, 客户如需其他服务, 可另签订合同进行合作。

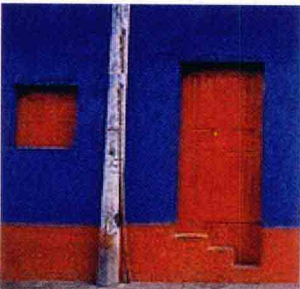
1.2 平面设计元素创意技法

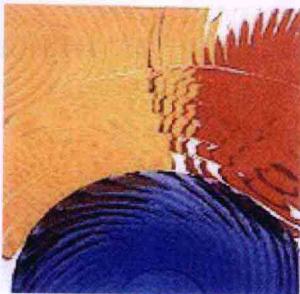
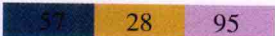
1.2.1 用色创意

很难想象一个没有色彩的世界，将会是什么样子。在平面设计中，色彩的重要性是不言而喻的，色彩不仅能焕发出人们的情感，而且可以描述人们的思想，因此在平面设计里，有见地地、适当地使用色彩是很有必要的。

在平面设计创意技法中，有创意的用色可以体现画面的重点以及传达设计主题，给人过目不忘的效果。创意用色其实讲究的是色彩搭配。表 1-1 所示为平面设计中最常见的 10 种配色的基本原则和方法。

表1-1 配色的基本原则和方法

	101 98 105 101 98 无色设计：不用彩色，只用黑色、白色、灰色		92 88 92 88 73 类比设计：在色相环上任选 3 个连续的色彩或任意的明色与暗色
	4 68 4 68 冲突设计：将一种颜色与其补色配合起来		92 44 92 44 互补设计：使用色相环上全然相反的颜色
	85 88 81 85 88 单色设计：将一个颜色与任一种颜色或与其所有的明色、暗色配合起来		17 32 26 17 32 26 中性设计：加入一种颜色的补色或黑色，使其色彩处于消失或中性化状态

	 20 57 73 分裂补色设计：将一种颜色与其补色的任一边的颜色组合起来		 92 44 原色设计：将纯原色红色、黄色、蓝色结合起来
	 53 86 20 二次色设计：将二次色绿色、紫色、橙色结合起来		 57 28 95 三次色三色设计：三次色三色设计是红橙色、黄绿色、蓝紫色或蓝绿色，黄橙色、红紫色这两种组合中的一种，并且在色相环上每个颜色彼此都有相等的距离

下面讲解在平面设计中 6 种最基本的配色方法，同时也是最基本的用色创意方法。

1. 基本配色——强烈

最有力的色彩组合在一起就形成了最刺激的色彩。在色彩世界中，红色永远是最强烈、最大胆、最极端的色彩。在平面设计中，强烈色彩可用来传达最重要的信息，并且总能吸引众人的目光，如图 1-10 所示。



图 1-10 强烈配色

2. 基本配色——丰富

要表现色彩的浓烈与富足感，可由强而有力的色彩来搭配画面。如在酒红色中加入黑色来象征法国葡萄酒的纯美与财富，如图 1-11 所示。



图 1-11 丰富配色