

CorelDRAW

平面设计应用案例教程

(第二版)

由全国各大**重点院校优秀教师**共同编创,聘请国内知名美术学院教授担任主编,编委会成员均为国内各大美术高校艺术设计相关专业教授。

汪洋/编著

在**设计、图形、数字艺术**相得益彰的基础上,汇集了国内外先进的艺术设计教学理念,优秀教师的教学心得,体现了较高的教学水平。

为艺术设计专业学生提供的一套专业、实用、符合学校课程设计的**理想教材**,实现了技术与艺术,理论与案例的完美结合。



光盘内容主要为本书实例所用到的**素材及效果文件**。



高等院校数字艺术设计系列教材

CorelDRAW

平面设计应用案例教程

(第二版)

汪洋/编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书通过平面设计应用中的各种典型实例介绍了 CorelDRAW 的各项功能,对相关行业的必备知识和产品制作流程也作了细致的讲解,强调了技巧的掌握。

本书的案例涵盖海报、企业形象、书籍装帧、插画、产品造型、网页设计等。每个实例都严格遵循创作思路、设计要求和设计步骤等结构设计,并在每章后面都设置了课后练习,以激发读者的创作思维,让读者在熟悉软件功能的同时,掌握一定的设计方法和设计规则,并很快地投入到工作实践中去。

本书可作为高等院校的视觉传达、动画设计、工业品外观设计等艺术设计相关专业的教材,也可作为平面设计人员的参考用书。

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

CorelDRAW 平面设计应用案例教程(第二版)/汪洋 编著. —北京:清华大学出版社,2010.6

(高等院校数字艺术设计系列教材)

ISBN 978-7-302-22414-3

I. C… II. 汪… III. 图形软件, CorelDRAW—高等学校—教材 IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 063965 号

责任编辑:于天文

封面设计:ANTONIONI

版式设计:康 博

责任校对:胡雁翎

责任印制:何 芊

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:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:210×285 印 张:25.5 字 数:920 千字

附光盘 1 张

版 次:2010 年 6 月第 2 版

印 次:2010 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:50.00 元

产品编号:035594-01

主 编:

潘鲁生 山东工艺美术学院院长、教授、博士

副主编:

顾群业 山东工艺美术学院艺术与科学研究中心主任、副教授

高等院校数字艺术设计系列教材编委会

编委会主任:

何 洁 清华大学美术学院副院长、教授

编委会成员（按姓氏笔画排序）:

马 刚 中央美术学院设计学院副院长、教授

马 泉 清华大学美术学院装潢艺术设计系主任、副教授

王传东 山东工艺美术学院数字艺术与传媒学院院长、教授

田少煦 深圳大学艺术与设计学院 教授

许 平 中央美术学院设计学院副院长、教授、博士

李一凡 北京印刷学院设计艺术学院院长、教授

张培利 中国美术学院新媒体艺术系主任、教授

董占军 山东工艺美术学院教务处处长、教授、博士

潘鲁生 山东工艺美术学院院长、教授、博士

**推动艺术设计教育发展，普及
计算机辅助设计应用。**

丛书序

数字技术与设计艺术

(一)

20世纪90年代,随着数字技术的发展,电脑的普及,网络的扩展,人们迎来了“信息时代”,也称为“数字时代”或者“e时代”。信息时代,社会是一个“基于提供服务和非物质产品的社会”,数字化、非物质化、虚拟化是这一社会的显著特征。

数字化的计算机图形图像技术发展也为艺术设计带来了新的语境,它的介入改变了原先传统的设计方式,使设计艺术的非物质化趋势成为现实。马克·迪亚尼在《非物质性主导》中提到目前社会变化中的设计的改造与被改造、创建与被创建,基于一个制造和生产物质产品的社会向一个基于服务的经济型社会(以非物质产品为主)的转变。在非物质社会中设计的内涵和外延都得到了扩展,成为过去单方向发展的科学技术与人文文化之间的交融聚合的领域。其主要特征表现在设计内容的艺术化、个人化、多元化和设计手段的虚拟化、无纸化两个方面。

1、设计内容的艺术化、个人化、多元化发展。

新的社会形态中,设计艺术的形式内容发生了很大的变化。数字技术的发展为设计艺术创作提供了新的创作方式和设计语言,人们的一切艺术想象几乎都可变为现实,这大大提高了设计师创作的自由度。无可置疑,计算机是一个高效、便捷的实用工具,是实现设计意图的有效手段。这样的背景下,设计艺术的重心已经不再是某种有形的物质产品,而是逐渐脱离物质层面向精神层面靠拢。设计从静态的、理性的、单一的、物质的创造向动态的、感性的、复合的、非物质的创造转变。艺术的本质体现为自由的创造,非物质设计的发展使得过去功能性较强的设计艺术特质中艺术的成分越来越多,设计内容变得越来越艺术化。

全新的技术手段不仅给人们带来了全新的思维空间和视觉空间,也带来了新的感官需求和心理需求。一方面,在数字技术的支撑下,设计师创作的自由度大大提高;另一方面,人们的需求也变得越来越个人化、多元化。以人为本,服务需求的设计艺术必然会不断地满足和创造人们个人化、多元化的需求,这将促使设计艺术的面貌会走向多元化、个人化。

2、设计手段的虚拟化、无纸化趋势。

数字化浪潮对设计艺术影响最为明显的是设计手段的虚拟化和无纸化。数字技术的发展,使一切信息可以数字化,数码统一信息也逐渐由可能变为现实。这种情况下,形状、构图、色彩、线条和质地等设计要素数字化后也变成了虚拟的数码编号,设计师可以通过计算机对数字信息的进行处理,模拟出设计构思的结果,并可在虚拟的环境下反复修改。设计的整个过程完成了无纸化的操作,大大提高设计效率的同时也节省了资源。

非物质设计的发展,既表现了数字技术对传统艺术创作方式的冲击,也是科技与艺术的完美结合的体现。从传统的物质设计过渡到非物质设计,不仅反映了技术的发展,也反映并满足了人们对于多元化生活方式的渴求。

(二)

数字化时代,创意经济、文化产业、数字影像、体验时代成为使用最为频繁的关键词。计算机技术的进步推动了数字影像技术的飞速发展,以图形开发和图像处理为基础的可视化技术的应用成果借助大众媒体、互联

网等手段得以广泛传播, DV、flash、电子杂志、动画、网络游戏日益成为新生代生活中不可缺少的一部分。这样的背景下, 数字设计艺术作为新的艺术门类, 正在以新产业主体的形象逐渐进入我们的视野。

从广义上讲, 数字设计艺术泛指使用数字、信息技术制作的各种形式的有独立审美价值的艺术作品, 以具有交互性和使用网络媒体为基本特征, 包括: 录像及互动装置、虚拟现实、网络艺术、多媒体、电脑动画、影视广告、网络游戏、CG静帧、DV(数字视频)、数字摄影以及数字音乐等。从经济的角度讲, 数字艺术颇具市场潜力。数字艺术的诞生和发展为视讯内容的传播打开了大门, 其表现手法越来越多样化, 内容也越来越丰富多彩。现在, 一切由电脑技术制作的媒体文化, 都可归属于数字设计艺术的范畴。内容丰富的数字设计艺术, 这种以新技术催生的艺术形式组成了数字创意产业的主体。

根据国际数据公司(IDC)公布的统计数据, 早在2003年, 我国网络游戏市场的规模已经达到13.2亿元人民币, 而到2007年, 这个数据更将达到67亿元人民币。但据国家新闻出版总署2005年1月24日的统计, 我国当年数字创意和CG、游戏人才缺口在1.5万人左右, 预计未来3至5年内数字艺术产业将成为我国支柱产业之一, 人才缺口更将达60万人左右。一方面, 巨大的数字创意产业商机面前, 凸显出了数字设计人才的巨大缺口; 另一方面, 目前我国数字艺术人才培养两极分化严重, 兼通艺术与电脑技术的复合型人才严重不足, 这种现象已成为制约我国数字创意产业快速发展的关键因素。

(三)

工欲善其事, 必先利其器。要想成为一名合格的艺术设计者, 熟练掌握相关软件是进入艺术设计领域的技能基础。为了培养适应社会需求的数字艺术设计人才, 在编委会各位专家的指导下, 山东工艺美术学院组织一批有志于这方面研究的设计专业教师和具有实践经验的一线设计师, 编写了这套教材, 合理的作者团队结构, 使这套教材能够紧密结合教学实际, 讲解知识深入浅出, 注重理论与实践的结合, 引导学生独立思考, 激发学生的创造性和积极性, 形成其特色鲜明的一面。

这套教材分为标准教材和案例提高两类。标准教材类由大学教师参与编写, 内容包括软件和行业理论知识, 按照软件的功能进行模块化讲解, 每个模块重点讲解常用的功能和理论知识, 并配以相应精短实例练习, 在软件功能模块之后按照行业应用安排大量精彩案例便于巩固所学; 案例提高类由设计公司的一线设计师来完成, 案例采用实际商业应用作品, 并配有多媒体视频演示, 案例采用逆向思维方式, 按照实际项目流程, 讲解创意来源和方法, 以及制作流程图, 有利于读者从实际商业优秀作品中领会艺术设计的精髓。之后的配套练习, 给予读者充分的思维拓展空间。“高等院校艺术设计专业系列教材”, 在培养学生艺术设计理论素养的同时, 注重计算机技术在艺术设计中的应用。教材选择了应用较为广泛的几款软件, 紧密结合学校的专业设计和课时安排, 体现美院设计艺术特性, 侧重艺术设计基本理论知识与设计创作技能方法的结合。

本套教材适合于高校视觉传达、广告设计、包装设计、环境艺术设计、装饰设计、产品造型设计、多媒体艺术、动画等专业, 为艺术设计专业的学生提供了一套专业的、实用的, 符合学校课程设计的教材, 力图使学生在学习了艺术设计理论以后, 能够掌握先进的设计工具, 开阔自己的设计思维, 坚持实践性与技能性结合的原则, 成为符合社会需求的艺术设计人才。

这套教材凝聚了高等艺术设计院校设计教学和科研工作者的辛勤劳作和汗水, 代表了当前国内艺术设计教学尤其是数字设计教学的成果。它既是艺术设计专业教学的强有力的工具, 也是引导艺术设计专业的学习者走向艺术设计成功之路的良师益友。我们欣慰和喜悦于这么一套技术与艺术紧密结合的教材的出版, 因为它为高等艺术设计人才的培养提供了一个坚实的基础。

潘鲁生

前言

随着经济发展的全球化,人们对美的追求越来越高,平面设计与人们的工作和生活已融为一体。**CorelDRAW** 集图形设计、印刷排版、文字编辑和图形高品质输出功能于一体,广泛应用于插画绘制、企业形象识别设计、海报招贴宣传设计、产品包装设计、书籍装帧设计、工业造型设计等诸多方面。**CorelDRAW X4** 是 **Corel** 公司推出的最新版本。它不仅是一个大型矢量图形制作工具软件,而且是一个大型的工具软件包。与以前的版本相比,**CorelDRAW X4** 在操作界面、网页发布、支持的文本格式、颜色与打印等方面都有了很大的改进,增强了 **CorelDRAW** 在矢量图形领域所发挥的作用。

本书不是简单地介绍平面设计软件的各项菜单和功能,而是从使用角度出发,以实例介绍为主线,更多的是强调技巧上的应用,并对相关行业的必备知识、产品制作流程也进行了细致的讲解,将基础与创意相结合,为大多数只懂技术而缺少工作经验的设计爱好者提供了一定的创作思路和设计方法。本书内容涉及 **CorelDRAW** 各个应用领域,如海报设计、招贴设计、宣传页设计、包装设计、企业形象设计、书籍装帧设计、插画设计、产品造型设计和网页设计等。每个实例都严格遵循创作思路、设计要求和设计步骤等结构设计,并且在每章后面都有课后练习以激发读者的创作思维,让读者在熟悉软件功能的同时,能够掌握一定的设计方法和形式变化的规则,并能很快地投入到工作实践中。

本书主要内容

本书共包括 9 章,每章的主要内容如下。

第 1 章 海报设计:系统地介绍了动漫海报设计、旅游广告设计和音乐节海报设计思路和客户要求,并根据要求一步步制作出成品。

第 2 章 广告招贴设计:介绍招贴的类型,并着重介绍手机广告、品牌服饰广告和房地产广告的设计流程。

第 3 章 宣传页设计:介绍宣传页设计的基础知识,并着重介绍了汽车宣传页、水世界宣传折页、歌舞派对宣传页的设计思路和流程。

第 4 章 包装设计:介绍了包装设计的基础知识和设计流程,以及包装印刷的加工工艺,并系统地介绍了易拉罐、生活用纸包装、麦丽素包装和月饼包装等设计,以及包装的功能。

第 5 章 企业形象设计:介绍了企业形象设计的相关知识,并详细介绍了纯净水标志设计和 VI 设计的设计过程。

第 6 章 书籍装帧设计:介绍了书籍装帧相关的基础知识,并详细介绍了封面杂志设计、SMOKE 封面设计的制作过程。

第 7 章 插画设计:介绍了插画在商业中的应用,并着重讲解了故事类书籍插画、少女心灵插画等绘制的详细过程。

第 8 章 产品造型设计:介绍了产品造型的设计思路和设计原理等,着重讲解了赛车模型和 MP4 模型的设计。

第 9 章 网站首页效果图设计:介绍了网页的相关知识,详细介绍了农场网页设计、摄影天地网页设计的详细制作过程。

本书实例丰富,涵盖了大量的基础知识和制作技巧,具有很强的实用性。为方便读者学习,本书还附赠一张多媒体教学光盘,是书中部分精彩实例的制作演示,读者可以配合本书的实例学习使用。

由于编者水平有限,书中的不足和错误之处在所难免,敬请专家和读者给予批评与指正。

编者

2010 年 1 月

目 录

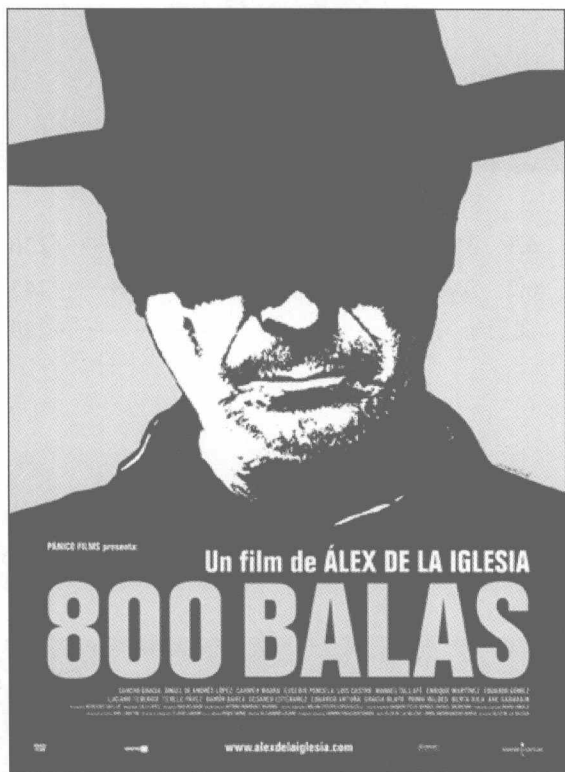
CorelDRAW平面设计应用案例教程(第二版)

>>>> > > 高等院校数字艺术设计系列教材

第 1 章

海报设计

1



- 1.1 动漫海报设计 4
- 1.2 旅游广告设计 14
- 1.3 音乐节海报设计 22
- 课后练习 42

第 2 章

广告招贴设计

43

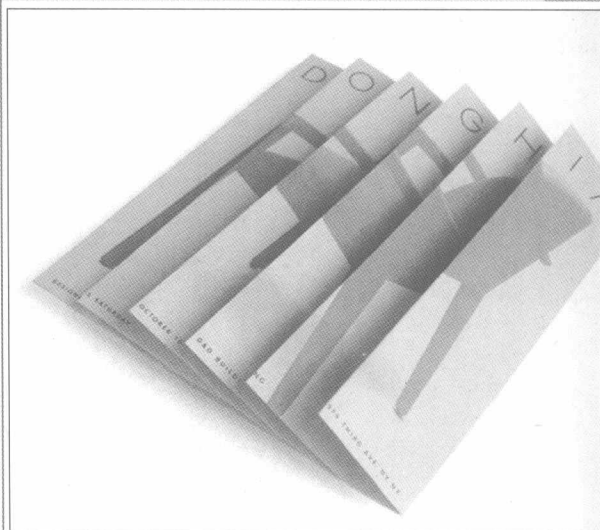


- 2.1 手机广告设计 46
- 2.2 品牌服饰广告设计 54
- 2.3 房地产广告设计 68
- 课后练习 90

第 3 章

宣传页设计

91



- 3.1 汽车宣传页设计 94
- 3.2 水世界宣传折页设计 109
- 3.3 歌舞派对宣传页设计 125
- 课后练习 145

第4章

包装设计

147

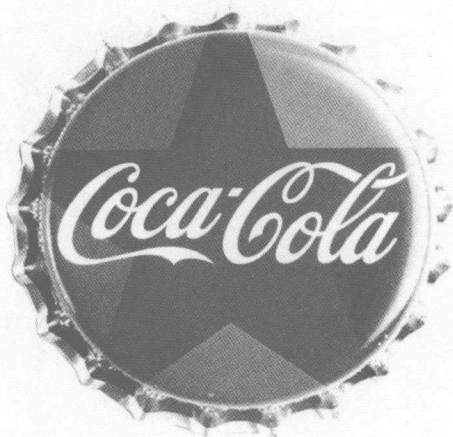


- 4.1 萌柳橙汁 152
- 4.2 生活用纸包装设计 165
- 4.3 麦丽素包装设计 177
- 4.4 月饼包装设计 191
- 课后练习 198

第5章

企业形象设计

199



- 5.1 纯净水标志设计 202
- 5.2 VI设计 214
- 课后练习 229

第6章

书籍装帧设计

233



- 6.1 封面杂志设计 236
- 6.2 SMOKE封面杂志设计 245
- 课后练习 259

第7章

插画设计

261



- 7.1 故事类书籍插画 264
- 7.2 插画少女心灵 276
- 7.3 故事类少女插画设计 288
- 7.4 静谧的夜 308
- 课后练习 320

第 8 章

产品造型设计

321

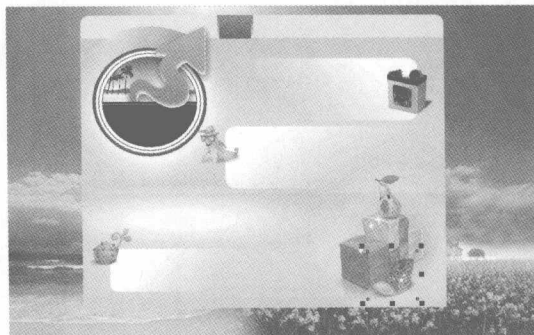


- 8.1 赛车模型设计 324
- 8.2 MP4模型设计 345
- 课后练习 359

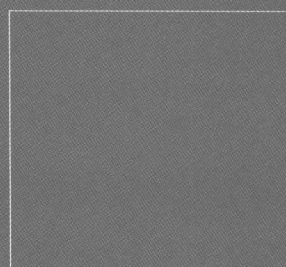
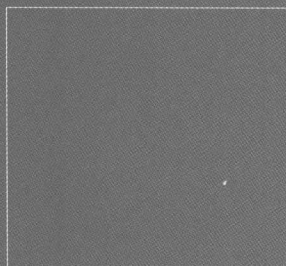
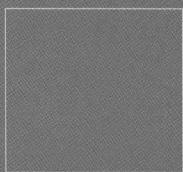
第 9 章

网站首页效果图设计

361



- 9.1 农场网站设计 364
- 9.2 摄影天地 377
- 课后练习 395



- 1.1 动漫海报设计
- 1.2 旅游广告设计
- 1.3 音乐节海报设计

海报设计 第1章

关于海报

海报的英文为 Post, 原来是从“贴于柱上”的 Post 转用而来, 凡张贴于柱上的告示皆可称为 Poster。就设计名词来讲, “海报”可以定义为“一种平面形式的广告招贴媒体”, 或“张贴的大幅印刷广告物”。

海报距今已有一百多年的历史, 是一种张贴于公共场所的户外平面印刷广告, 它主要分为商业海报和社会公益海报两大类型。虽然海报艺术随着信息时代的到来而面临来自报纸、杂志、电视等媒体的冲击, 但不断求异创新的公益海报艺术所显示出的高文化含量和在视觉表现上的独特艺术魅力, 仍旧使其处于广告宣传媒体的重要地位。而以纯经济利益为目的的商业海报, 由于针对产品目标受众的局限性, 无法摆脱激烈的市场竞争和经济操纵, 过分注重物质层面的商业价值, 从而忽略了精神层面的文化价值和艺术价值, 难以获得长久的生命力。在信息时代的今天, 许多企业都纷纷与公益海报联姻, 以此作为塑造企业自身形象的媒体窗口。商业海报的运作也因此更注重文化性、艺术性, 借以缩短同公益海报在文化上的差距, 进而提高其亲和力和美誉度。

由于海报是制作简单且又传统的广告媒体, 所以应用的场所非常广泛。若按照海报使用的目的和性质, 大致可以分为下列几种。

◎ 海报的种类

1. 商业性海报

企业为了传达商业信息, 达到促销的目的所印制的海报, 称为商业性海报。也就是广告商品或企业形象的海报。若以广告商品为主, 通常海报会以该商品为表现的主题, 例如百货公司的化妆品海报、药厂的药品海报等。

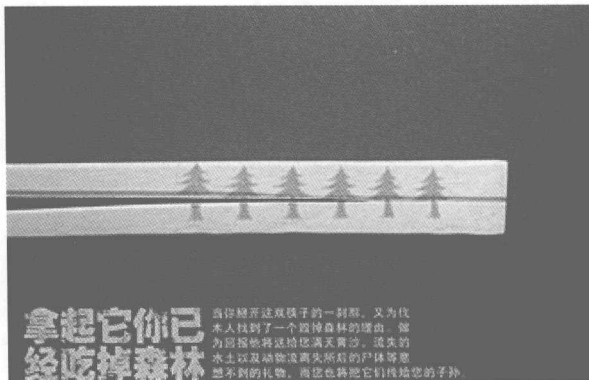
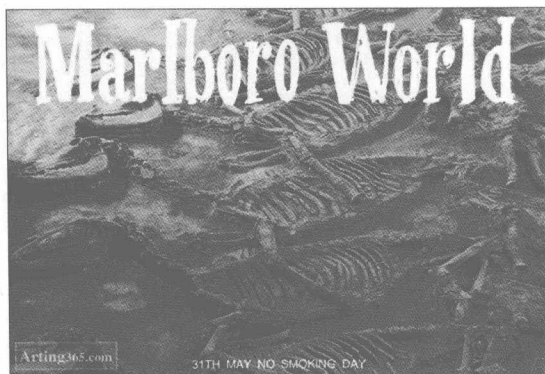
2. 观光性海报

旅行社或航空公司以国际旅行或地方名胜观光为宣传目的的海报, 称为观光性海报。观光性海报通常以当地的风景区或民间节庆与习俗为表现的主题, 比较强调地方性的特色。

3. 公益性海报

以有关公共利益为宣传目的的海报, 称为公益性海报。例如禁烟、防癌、防火、关爱老人等海报。

面临“信息技术全球共享”的时代, 公益海报艺术的文化内涵会不断地延展, 文化特质也更加突出。电脑图形设计所创造的前所未有的高精度、高效率, 以及丰富而全新的视觉表现效果, 为公益海报设计师提供了一种超乎想象的创意空间和丰富的艺术表现形式, 并使其成为一种新的作业标准, 促使公益海报艺术走向更为广阔的前景。



4. 政治性海报

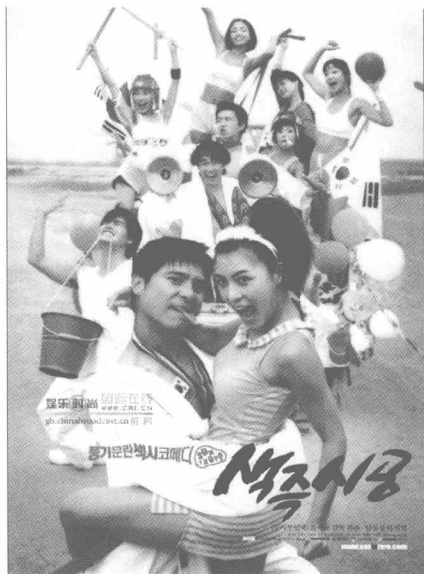
具有政治目的的海报, 称为政治性海报。例如政令宣传或战时鼓舞士气的海报等。

5. 教育性海报

具有推行社会教育目的的海报, 称为教育性海报。例如节育、优生、垃圾处理等海报。

6. 文化性海报

例如电影、戏剧、音乐、展会等的海报。
从广告媒体的角度来看,海报具有以下几点特征。



◎ 海报的特性

1. 张贴位置可以自由选择

自由选择是指在指定的张贴地点或场所,而非四处乱贴,例如人口比较集中的地点,或出入较频繁的场所,同时,在张贴的位置上也需选取适当的高度。

2. 借助色彩和面积来达成醒目的效果

海报的大小,一般以纸张的完全利用为原则,通常有全开、对开、四开、六开等,可根据使用目的和张贴场所决定其大小。例如文化海报,我国通常使用对开较多,大型电器用品、化妆品的海报,也以对开居多,而药品海报则以小于四开比较常见。至于色彩方面,以达到吸引别人的注意为主要目的。因此,其大小、色彩的使用可随意设计,具有相当的弹性。

3. 张贴时间长,具有重复的宣传效果

海报印制的张数虽然不及报纸多,但是一张海报张贴出去之后,具有持续性的广告效果。除了同一个人可能重复地看到同一张海报之外,不同的人在不同的时间内看到同一张海报的可能性则更大。

4. 可以在同一地方连续张贴数张海报

海报与其他广告媒体最大的不同点是,海报可以在同一地方张贴数张,以加强视觉效果,给人深刻的印象。而且连续张贴的海报更能产生热闹的气氛,影响观众的情绪。因此,海报的设计,必须要考虑其连续张贴数张时的视觉效果。

◎ 优秀海报欣赏



1.1 动漫海报设计

创作思路：动漫作为新兴的文化产业，通过市面上大量的推广，促使各种图书、影碟得到了热销。所以，动漫宣传海报的作用也就凸显了出来。我们在设计海报时，要根据所做动漫的主题进行相应的设计，从而起到良好的宣传效果。

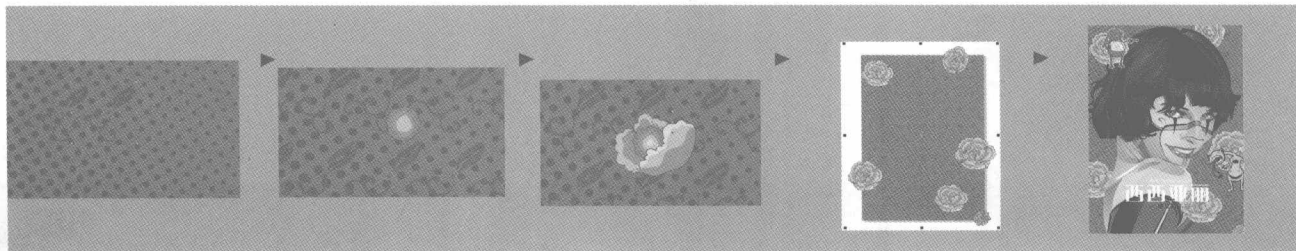
◎ 设计要求

设计内容	○ 动漫海报设计
客户要求	○ 尺寸为 210mm × 297mm。要求突出企业信息内容，画面要有冲击力
最终效果	○ 光盘：动漫海报设计

◎ 设计步骤

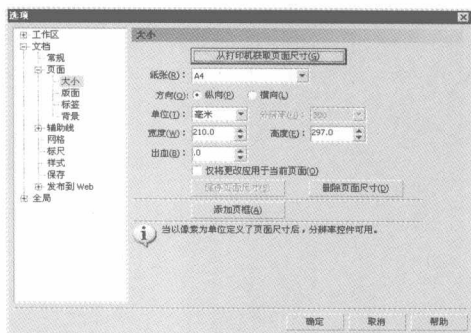


最终效果



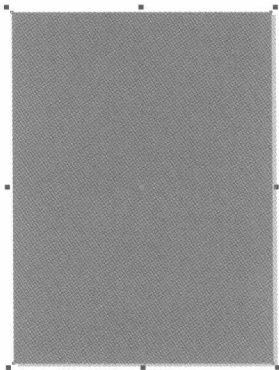
◎ 新建文档并重新设置页面大小

- 01** 执行“文件”|“新建”命令(或按键【Ctrl+N】快捷键),新建一个空白文档。执行“版面”|“页设置”命令,弹出“选项”对话框,选择“页面”|“大小”命令,设置好文档大小为210mm×297mm,文档的页面大小包括了出血的区域。

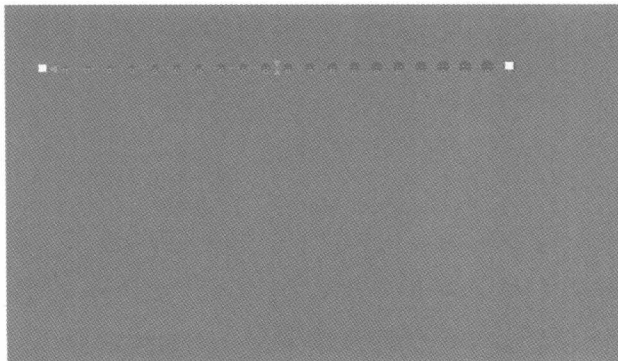


◎ 设置边框轮廓

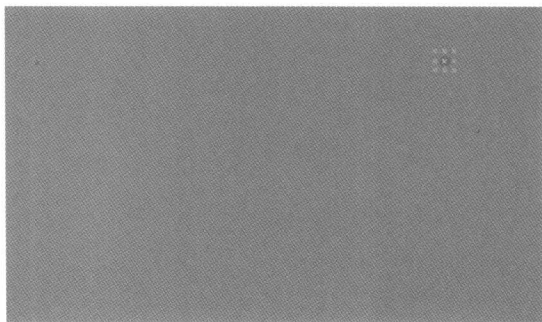
- 02** 双击工具箱中的“矩形工具”,这时在页面上会出现一个与页面大小相同的矩形框,按快捷键【Shift+F11】,打开“均匀填充”对话框,设置颜色参数为(R:2, G:171, B:157)后,单击“确定”按钮。在调色板的“透明色”按钮上单击鼠标右键,取消外框的颜色。



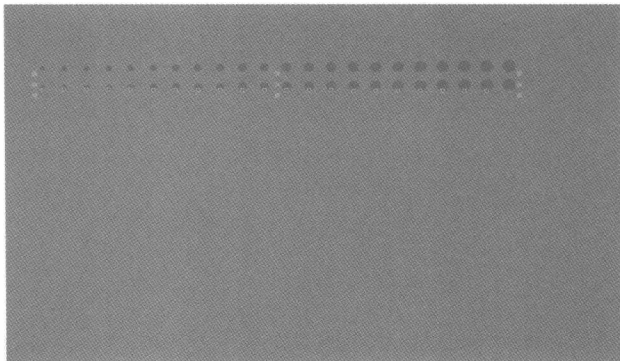
- 04** 选择工具箱中的“交互式调和工具”,从大圆向小圆拖动鼠标,对属性栏进行设置,得到如图的渐变效果。



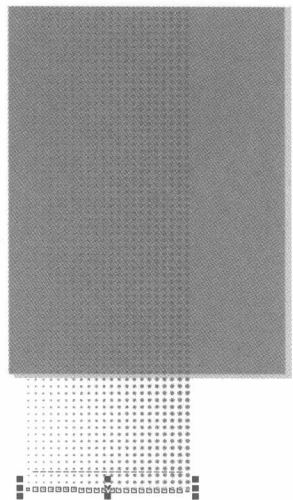
- 03** 选择工具箱中的“椭圆形工具”,按住【Ctrl】键在图像中绘制两个圆形,按快捷键【Shift+F11】,打开“均匀填充”对话框,设置颜色参数为(R:2, G:120, B:106)后,单击“确定”按钮。在调色板的“透明色”按钮上单击鼠标右键,取消外框的颜色。



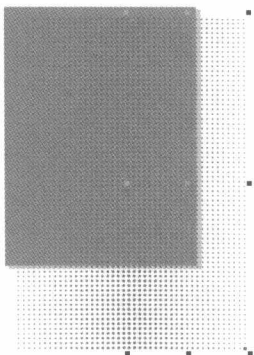
- 05** 使用工具箱中的“挑选工具”,按住【Ctrl】键使用鼠标左键向下拖动调和图形,按住鼠标左键不放同时单击鼠标右键,然后释放鼠标左键,以复制一排调和图形。



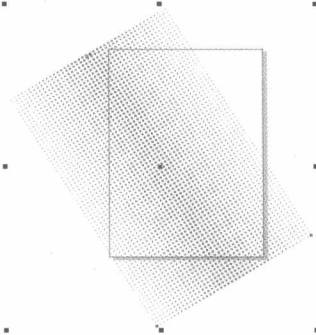
- 06** 按快捷键【Ctrl+D】执行“再制”操作，按快捷键数次，得到如图所示的效果。



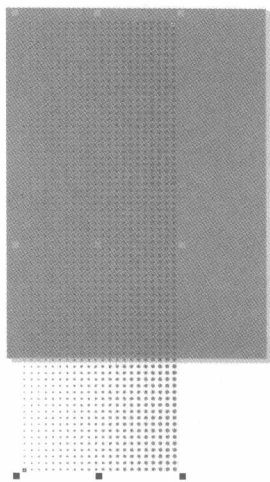
- 08** 使用工具箱中的“挑选工具”选中线段，按小键盘上的【+】键以复制图形，再按住【Ctrl】键用鼠标左键向右拖动控制框左边中间的控制点，水平镜像图像并向右适当移动。



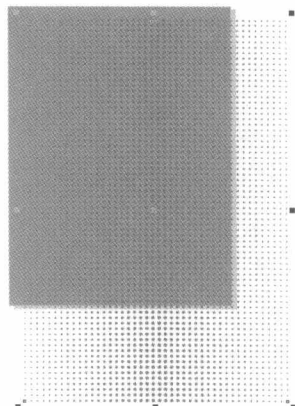
- 10** 执行“效果”|“图框精确剪裁”|“放置在容器中”命令，此时的光标呈“黑箭头”状态，将箭头指向矩形选框中单击使图形置入。在置入的图形上单击鼠标右键，从弹出的快捷菜单中选择“编辑内容”命令，旋转图形并调整图形的位置到如图的效果，在图形上单击鼠标右键，从弹出的快捷菜单中选择“结束编辑”命令。



- 07** 使用工具箱中的“挑选工具”，框选这组圆点图形，然后按快捷键【Ctrl+G】群组图形。



- 09** 使用工具箱中的“挑选工具”，框选这组圆点图形，然后按快捷键【Ctrl+G】群组图形。



- 11** 使用工具箱中的“贝塞尔工具”，在图像中绘制图形，按快捷键【Shift+F11】，打开“均匀填充”对话框，设置颜色参数为（R:158，G:37，B:0）后，单击“确定”按钮。在调色板的“透明色”按钮上单击鼠标右键，取消外框的颜色。

