



21世纪高等学校计算机
应用技术规划教材

平面设计项目实训教程 —— Photoshop CS6

◎ 蔡永华 主编
胡新月 傅冬颖 房 健 副主编

清华大学出版社





21世纪高等学校计
应用技术规划系列

平面设计项目实训教程 —— Photoshop CS6

◎ 蔡永华 主编
胡新月 傅冬颖 房 健 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一本讲解平面设计的专业教材,从实用、易用的角度出发,强调实际操作,面向教学、选材新颖、图文并茂、版面活泼,通过 11 种基本项目实训设计与制作范例和两个拓展项目实训范例对平面设计的基本知识进行举例、分析和实践,从而使读者能够轻松地掌握各种平面设计的规则和制作。

本书从平面设计初步知识、Photoshop CS6 基础、设计基础讲起,然后讲解了大量基本项目实训和拓展项目实训等内容。书中选取了客户要求的实际项目进行讲解,每个项目都对项目描述、客户需求及分析、设计流程、设计制作步骤进行详细讲解,最后提供两个参考范例。本书通过实际项目平面产品的设计与制作,提高读者的实战经验和操作技能,真正实现“教”“学”“做”一体化。

本书适合作为高等学校学生、印制人员、平面设计者的教材,也适合作为其他读者的平面设计培训教材或自学用书。

本书配有电子教案、项目实训素材和制作实例源文件,使用者可以从清华大学出版社网站下载。

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

平面设计项目实训教程: Photoshop CS6/蔡永华主编. —北京:清华大学出版社,2017
(21 世纪高等学校计算机应用技术规划教材)
ISBN 978-7-302-47082-3

I. ①平… II. ①蔡… III. ①图象处理软件—高等学校—教材 IV. ①TP391.413

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 119296 号

责任编辑:刘 星 张爱华

封面设计:刘 键

责任校对:徐俊伟

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

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

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 装 者:三河市春园印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:21.75

插 页:2

字 数:550 千字

版 次:2017 年 7 月第 1 版

印 次:2017 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~2000

定 价:45.00 元

产品编号:068404-01



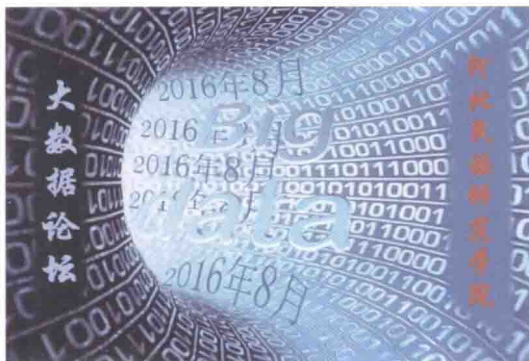
网页设计



包装设计



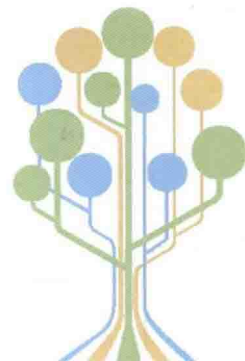
DM广告设计



海报设计



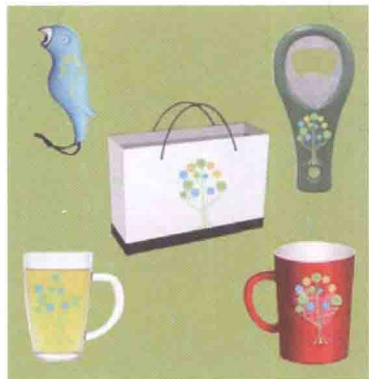
POP广告设计



标志设计



书籍设计



VI设计



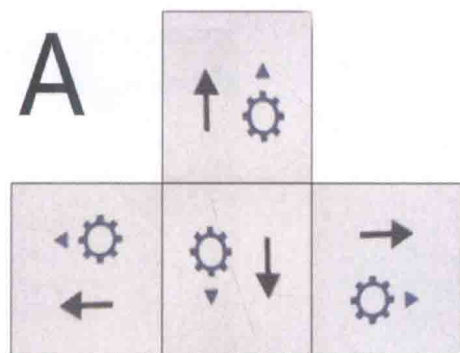
报纸广告设计



宣传单设计



宣传单设计参考范例一



(a) A面



(b) B面

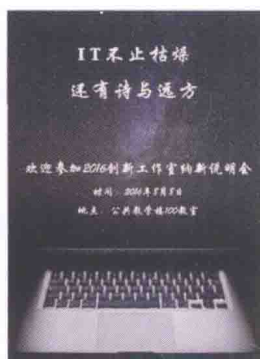
宣传单设计参考范例二



海报设计



海报设计参考范例一



海报设计参考范例二



折页设计



折页设计参考范例一



折页设计参考范例二



户外广告设计



户外广告设计参考范例一



户外广告设计参考范例二



台历设计



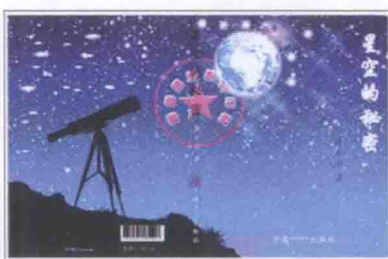
台历设计参考范例一



台历设计参考范例一



书籍封面设计



书籍封面设计参考范例一



书籍封面设计参考范例二



书籍内文设计



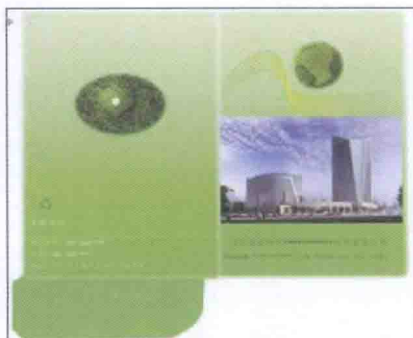
书籍内文设计参考范例一



书籍内文设计参考范例二



封套设计



(a) 封套封面

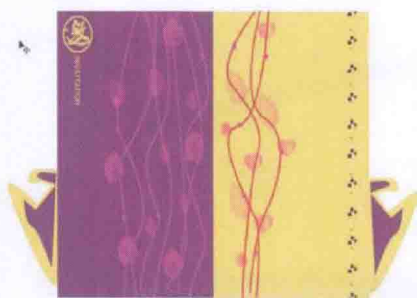


(b) 封套内里

封套设计参考范例一



(a) 邀请函封套外

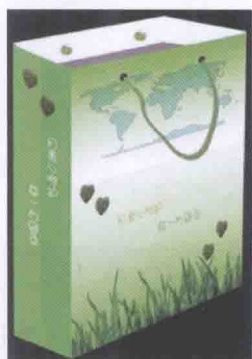


(b) 邀请卡_外



(c) 邀请卡_内

封套设计参考范例二



手提袋设计



手提袋设计参考范例一



手提袋设计参考范例二



包装盒设计



鼠标绘制卡通图像



鼠标绘制卡通图像参考范例一

出版说明

随着我国改革开放的进一步深化,高等教育也得到了快速发展,各地高校紧密结合地方经济建设发展需要,科学运用市场调节机制,加大了使用信息科学等现代科学技术提升、改造传统学科专业的投入力度,通过教育改革合理调整和配置了教育资源,优化了传统学科专业,积极为地方经济建设输送人才,为我国经济社会的快速、健康和可持续发展以及高等教育自身的改革发展做出了巨大贡献。但是,高等教育质量还需要进一步提高以适应经济社会发展的需要,不少高校的专业设置和结构不尽合理,教师队伍整体素质亟待提高,人才培养模式、教学内容和方法需要进一步转变,学生的实践能力和创新精神亟待加强。

教育部一直十分重视高等教育质量工作。2007年1月,教育部下发了《关于实施高等学校本科教学质量与教学改革工程的意见》,计划实施“高等学校本科教学质量与教学改革工程(简称‘质量工程’)”,通过专业结构调整、课程教材建设、实践教学改革、教学团队建设等多项内容,进一步深化高等学校教学改革,提高人才培养的能力和水平,更好地满足经济社会发展对高素质人才的需要。在贯彻和落实教育部“质量工程”的过程中,各地高校发挥师资力量强、办学经验丰富、教学资源充裕等优势,对其特色专业及特色课程(群)加以规划、整理和总结,更新教学内容、改革课程体系,建设了一大批内容新、体系新、方法新、手段新的特色课程。在此基础上,经教育部相关教学指导委员会专家的指导和建议,清华大学出版社在多个领域精选各高校的特色课程,分别规划出版系列教材,以配合“质量工程”的实施,满足各高校教学质量和教学改革的需要。

本系列教材立足于计算机专业课程领域,以专业基础课为主、专业课为辅,横向满足高校多层次教学的需要。在规划过程中体现了如下一些基本原则和特点。

(1) 反映计算机学科的最新发展,总结近年来计算机专业教学的最新成果。内容先进,充分吸收国外先进成果和理念。

(2) 反映教学需要,促进教学发展。教材要适应多样化的教学需要,正确把握教学内容和课程体系的改革方向,融合先进的教学思想、方法和手段,体现科学性、先进性和系统性,强调对学生实践能力的培养,为学生知识、能力、素质协调发展创造条件。

(3) 实施精品战略,突出重点,保证质量。规划教材把重点放在公共基础课和专业基础课的教材建设上;特别注意选择并安排一部分原来基础比较好的优秀教材或讲义修订再版,逐步形成精品教材;提倡并鼓励编写体现教学质量和教学改革成果的教材。

(4) 主张一纲多本,合理配套。专业基础课和专业课教材配套,同一门课程有针对不同层次、面向不同应用的多本具有各自内容特点的教材。处理好教材统一性与多样化,基本教材与辅助教材、教学参考书,文字教材与软件教材的关系,实现教材系列资源配套。

(5) 依靠专家,择优选。在制定教材规划时要依靠各课程专家在调查研究本课程教

材建设现状的基础上提出规划选题。在落实主编人选时,要引入竞争机制,通过申报、评审确定主题。书稿完成后要认真实行审稿程序,确保出书质量。

繁荣教材出版事业,提高教材质量的关键是教师。建立一支高水平教材编写梯队才能保证教材的编写质量和建设力度,希望有志于教材建设的教师能够加入到我们的编写队伍中来。

21 世纪高等学校计算机专业实用规划教材

联系人:魏江江 weijj@tup.tsinghua.edu.cn

前 言

平面设计是沟通传播、风格化并通过文字和图像解决问题的艺术。平面设计通过使用多种不同的方法创造和组合文字,利用符号和图像产生视觉思想和信息。平面设计师也会利用字体编排、版面技术使产品设计达到预期的效果。其实平面设计并不像人们想象的那么复杂,那么深奥,当掌握了它的基本方式方法,再加上灵活运用就会设计出美好的作品。

本书从实用、易用的角度出发,强调实际操作,面向教学、选材新颖、图文并茂、版面活泼,通过 11 种基本项目实训设计与制作范例和两个拓展项目实训范例对平面设计的基本知识进行举例、分析和实践,从而使读者能够轻松地掌握各种平面设计的规则和制作。

本书特色如下:

1) 新颖的编写方式

从平面设计初步知识、Photoshop CS6 基础、设计基础讲起,然后讲解了大量基本项目实训和拓展项目实训等内容。

2) 实用的精粹项目

书中选取了客户要求的实际项目(主要包括报纸广告、宣传单、海报、折页、户外广告、台历、书籍封面、书籍内文、封套、手提袋、包装盒、鼠标绘制卡通图像和将真实照片转换成卡通图像制作等)进行讲解。每个项目都对项目描述、客户需求及分析、设计流程、设计制作步骤进行详细讲解,最后提供两个参考范例。本书通过实际项目平面产品的设计与制作,提高读者的实战经验和操作技能,真正实现“教”“学”“做”一体化。

本书适合作为高等学校学生、印制人员、平面设计者的教材,也适合作为其他读者的平面设计培训教材或自学用书。

本书的写作大纲、统稿和审稿工作由蔡永华完成。本书第 1~3 章由蔡永华编写,第 4 章的 4.1~4.6 节由胡新月编写,4.7~4.8 节由傅冬颖编写,第 5 章由房健编写。在编写过程中,得到许多高校专家、学者的关心和支持,部分手绘图像由蔡宇航提供,在此向他们表示由衷的感谢。

本书配有电子教案、素材和制作实例源文件,读者可从清华大学出版社网站下载或与作者联系。作者联系方式:河北民族师范学院数学与计算机科学学院;E-mail: cyhcyh_sjz@126.com。

由于时间仓促,加之作者水平有限,书中难免有不足或疏漏之处,恳请读者不吝指正。

编 者

2016 年 11 月

目 录

第 1 章 平面设计初步知识	1
1.1 平面设计概述	1
1.1.1 平面设计基本概念	1
1.1.2 平面设计分类	1
1.1.3 平面设计一般流程	4
1.1.4 平面设计常用尺寸	5
1.1.5 平面设计中的出血	7
1.2 色彩基本知识	8
1.2.1 颜色模式	8
1.2.2 色彩混合	10
1.3 平面设计常用软件	10
1.4 常用图像格式	11
第 2 章 Photoshop CS6 基础	14
2.1 安装 Photoshop CS6	14
2.1.1 安装 Photoshop CS6 系统要求	14
2.1.2 Photoshop CS6 的安装	15
2.1.3 Photoshop CS6 的启动和退出	15
2.2 Photoshop CS6 的工作界面	15
2.3 设置 Photoshop CS6 的首选项	18
2.4 文件的基本操作	20
2.4.1 新建文件	20
2.4.2 打开文件	21
2.4.3 保存文件	22
2.4.4 置入文件	24
2.4.5 关闭文件	24
第 3 章 平面设计基础	28
3.1 图像的简单编辑	28
3.1.1 查看图像	28

3.1.2	辅助工具	35
3.1.3	调整图像	42
3.2	图层	62
3.2.1	“图层”面板和“图层”菜单	62
3.2.2	图层类型	64
3.2.3	图层编辑操作	66
3.3	选区	76
3.3.1	选框工具	76
3.3.2	套索工具	81
3.3.3	魔棒工具	84
3.3.4	钢笔工具	84
3.3.5	快速蒙版工具	86
3.3.6	调整边缘	87
3.3.7	通道	89
3.3.8	选择特定的颜色范围	93
3.3.9	控制选区	95
3.4	图像编辑与绘制	98
3.4.1	绘图工具选项栏	98
3.4.2	绘图工具	114
3.5	处理文字	154
3.6	切片工具	159
3.7	标尺工具	162
3.8	蒙版	163
3.8.1	图层蒙版	163
3.8.2	矢量蒙版	164
3.8.3	剪贴蒙版	165
3.9	路径	168
3.9.1	新建路径	168
3.9.2	“路径”面板	169
3.9.3	创建路径	170
3.9.4	编辑路径	170
3.9.5	填充“路径”	174
3.9.6	描边路径	176
3.9.7	从路径建立选区	177
3.9.8	从选区建立路径	178
3.10	滤镜	179
3.10.1	滤镜的使用规则	179
3.10.2	滤镜库	181
3.10.3	其他滤镜	183

3.11	3D 功能	183
3.12	Photoshop 自动化操作	190
3.12.1	动作的基本功能	190
3.12.2	“动作”面板	190
3.12.3	动作的设置	192
3.12.4	动作的使用	194
3.12.5	动作的存储、载入与修改	194
第 4 章	基本项目实训	197
4.1	报纸广告设计	197
4.1.1	项目描述	197
4.1.2	设计概要	197
4.1.3	设计制作	200
4.1.4	报纸广告设计参考范例	208
4.2	宣传单设计	209
4.2.1	项目描述	209
4.2.2	设计概要	209
4.2.3	设计制作	210
4.2.4	宣传单设计参考范例	219
4.3	海报设计	220
4.3.1	项目描述	220
4.3.2	设计概要	220
4.3.3	设计制作	221
4.3.4	海报设计参考范例	227
4.4	折页设计	228
4.4.1	项目描述	228
4.4.2	设计概要	228
4.4.3	设计制作	230
4.4.4	折页设计参考范例	234
4.5	户外广告设计	235
4.5.1	项目描述	235
4.5.2	设计概要	235
4.5.3	设计制作	237
4.5.4	户外广告设计参考范例	244
4.6	台历设计	245
4.6.1	项目描述	245
4.6.2	设计概要	245
4.6.3	设计制作	246
4.6.4	台历设计参考范例	250

4.7	书籍封面设计	251
4.7.1	项目描述	251
4.7.2	设计概要	251
4.7.3	设计制作	253
4.7.4	书籍封面设计参考范例	261
4.8	书籍内文设计	262
4.8.1	项目描述	262
4.8.2	设计概要	262
4.8.3	设计制作	262
4.8.4	书籍内文设计参考范例	269
4.9	封套设计	270
4.9.1	项目描述	271
4.9.2	设计概要	271
4.9.3	设计制作	271
4.9.4	封套设计参考范例	290
4.10	手提袋设计	291
4.10.1	项目描述	292
4.10.2	设计概要	292
4.10.3	设计制作	292
4.10.4	手提袋设计参考范例	301
4.11	包装盒设计	302
4.11.1	项目描述	303
4.11.2	设计概要	303
4.11.3	设计制作	303
4.11.4	包装盒设计参考范例	317
第5章	拓展项目实训	318
5.1	鼠标绘制卡通图像	318
5.1.1	项目描述	318
5.1.2	设计概要	318
5.1.3	设计制作	318
5.1.4	鼠标绘制卡通图像参考范例	326
5.2	将真实照片转换成卡通图像制作	326
5.2.1	项目描述	326
5.2.2	设计概要	326
5.2.3	设计制作	327
5.2.4	将真实照片转换成卡通图像制作参考范例	333
参考文献		334

第 1 章

平面设计初步知识

设计一词来源于“Design”，包括广泛的设计范围和门类，如建筑、工业、环艺、展示、服装的平面设计等。设计是一种具有美感、使用与纪念功能的造型活动。

平面设计是通过文字、符号和图像解决问题的艺术。平面设计通过使用多种不同的方法去创造和组合文字、符号及图像以产生视觉思想和信息。

1.1 平面设计概述

1.1.1 平面设计基本概念

平面设计(Graphic Design)又称视觉传达设计,是以视觉作为沟通和表现的方式,通过多种方式来创造和结合符号、图片及文字,借此做出用来传达想法或信息的视觉表现。平面设计是在二维空间上,对图形、文字、色彩和标识等元素,在形式美法则的基础上,进行组合和编排的处理和设计。平面设计师根据创作计划和想法,利用字体排印、视觉艺术、版面(Page Layout)、计算机软件等方面的专业技巧,达到创作设计的目的。

平面设计的常见用途包括标识(商标和品牌等)、出版物(杂志、报纸和书籍等)、平面广告、海报、广告牌、网站图形元素、标志和产品包装等。

1.1.2 平面设计分类

目前常见的平面设计可以归纳为八大类:网页设计、包装设计、DM 广告设计、海报设计、POP 广告设计、标志设计、书籍设计和 VI 设计等。

1. 网页设计

网页设计主要是网页的美工设计,即网页的版面设计,通过平面设计从美学角度来设计网页的结构,实现网页制作的艺术性,使得网页设计走向专业化、艺术化和个性化。图 1-1 所示为网页设计效果。

2. 包装设计

包装设计是指选用合适的包装材料,运用巧妙的工艺手段,为包装商品进行的容器结构造型和包装的美化装饰设计。包装作为实现商品价值和使用价值的手段,在生产、流通、销售和消费领域中,发挥着极其重要的作用,它是品牌理念、产品特性、消费心理的综合反映,是企业设计不得不关注的重要课题,包装设计是市场销售竞争中重要的一环。图 1-2 所示为包装设计效果。



图 1-1 网页设计效果

3. DM 广告设计

DM(Direct Mail)广告即直接邮寄广告或称直投广告,通过邮寄、赠送等形式,将宣传品送到消费者手中。DM 广告除了邮寄外,还可以借助于传真、杂志、电视、电话、电子邮件或直播网络、柜台散发、专人派送、来函索取、随商品包装发出等发送。图 1-3 所示为 DM 广告设计效果。



图 1-2 包装设计效果



图 1-3 DM 广告设计效果

4. 海报设计

海报是视觉传达的表现形式之一,通过版面的构成在第一时间内将人们的目光吸引,并获得瞬间的刺激,这要求设计者要将图片、文字、色彩、空间等要素进行完美的结合,以恰当的形式向人们展示出宣传信息。海报是指在公共场所,以张贴或散发的形式发布的一种广告。它属于户外广告,分布在各街道、影剧院、商业闹区、展览会、车站、码头、公园等公共场所。图 1-4 所示为海报设计效果。

5. POP 广告设计

POP(Point of Purchase)广告又称售卖场所广告,是一切购物场所内外如百货公司、购物中心、商场、超市、便利店等所做的现场广告的总称。POP 广告能激发顾客的随机购买力,也能有效地促使计划性购买的顾客果断决策,实现即时就地购买。POP 设计主要包括产品标签 POP 设计、促销 POP 设计和卖场 POP 设计等。POP 广告具有很高的广告价值,而且其成本不高,适用于一切商品销售的场所。图 1-5 所示为 POP 广告设计效果。

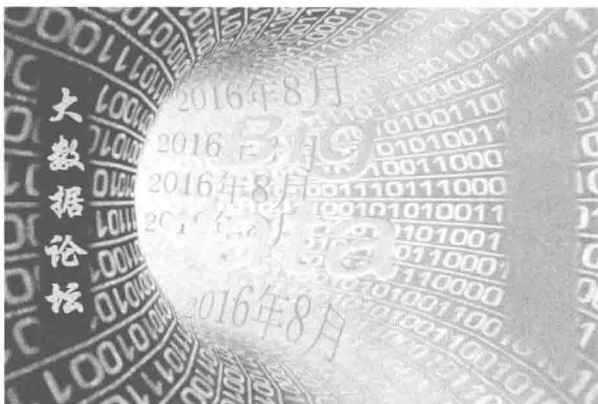


图 1-4 海报设计效果



图 1-5 POP 广告设计效果

6. 标志设计

标志又称徽标、商标,英文俗称为 LOGO,是现代经济的产物,是一种具有象征性的大众传播符号,它以精炼的形象表达一定的含义,并借助人们的符号识别、联想等思维能力,传达特定的信息。标志将具体的事物、事件、场景和抽象的精神、理念、方向,通过特殊的图形固定下来,使人们在看到企业 LOGO(标志)的同时,自然地产生联想,从而对企业产生认同。企业 LOGO 是企业视觉识别系统中的核心部分,是一种系统化的形象归纳和形象的符号化提炼,经过抽象和具象的结合与统一,最后创造出高度简洁的图形符号。图 1-6 所示为标志设计效果。

7. 书籍设计

书籍设计又称书籍装帧设计,就是对图书的装订、包装设计,设计过程包含了印前、印中、印后对书的形态与传达效果的分析,从书籍的文稿到编排出版的整个过程。完成书籍形式从平面化到立体化的过程。它包含艺术思维、构思创意和技术手法的系统设计,包括书籍的开本、装帧形式、封面、腰封、字体、版面、色彩、插图,以及纸张材料、印刷、装订与工艺等各个环节的艺术设计。图 1-7 所示为书籍设计效果。