



董 雷

飞思数码产品研发中心

编著

监制

二十多个商业级实战案例完全奉送

在实践中扎实基础 快速成就专业设计师

Photoshop

平面设计实战

平面设计应该掌握的内容一网打尽



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

书中实例源文件
和作品欣赏





董 雷

飞思数码产品研发中心

编著

监制

Photoshop

平面设计实战

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING



内容简介

本书根据作者多年的设计经验,介绍如何用 Photoshop 软件设计出最佳的商业作品和心得体会。书中所讲内容,小到标志、名片,大到画册、海报,都广泛涉猎;所列实战案例,都源于作者为客户做的成功项目和提案。本书共分 6 章,分别介绍平面设计基础知识、标志设计、VI 设计、传单海报设计、画册设计、包装设计等十几个典型案例。书中部分案例还曾被《中国亚太设计年鉴》收录。相信读者学习本书后,能进一步掌握商业设计技巧,早日成为一名优秀的商业设计师。

本书适合从事或准备从事平面设计工作的广大读者。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

风云 Photoshop 平面设计实战 / 董雷编著. — 北京: 电子工业出版社, 2007.5

ISBN 978-7-121-03828-0

I. 风… II. 董… III. 平面设计—图形软件, Photoshop IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 012799 号

责任编辑: 李泽才

印 刷: 北京东光印刷厂

装 订: 三河市皇庄路通装订厂

出版发行: 电子工业出版社

北京海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 18.5 字数: 473.6 千字 彩插: 1

印 次: 2007 年 5 月第 1 次印刷

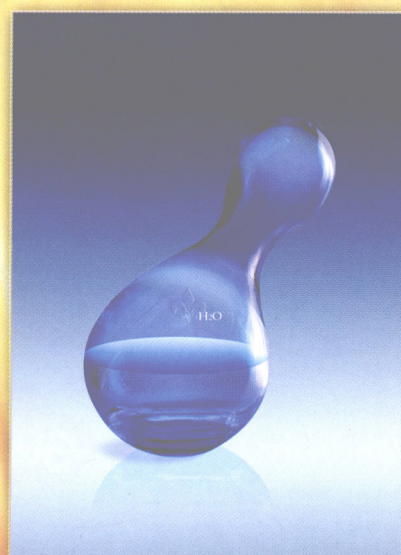
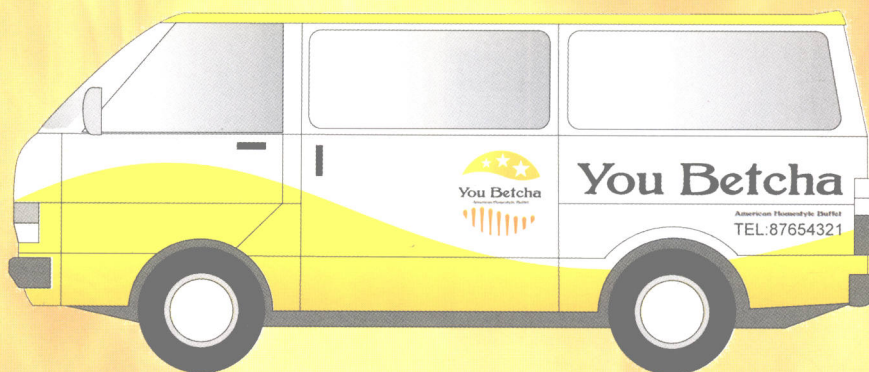
印 数: 6 000 册 定价: 32.00 元 (含光盘 1 张)

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系电话: (010) 68279077; 邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。





是金子总会发光。一名优秀的设计人员想快速获得认可,脱颖而出,首先要打好基本功,除了基本的设计原理、设计常识以外,熟练掌握一些平面设计软件是关键,比如 Photoshop。本书就是根据笔者多年的设计经验,讲解如何用 Photoshop 软件设计出最佳的商业作品,书中所讲内容都是设计人员日常工作中会遇到的工作任务,小到标志、名片,大到画册、海报,都广泛涉猎;所列实战案例,都源于笔者为客户做的成功项目和提案。

本书共分 6 章讲解。

第 1 章介绍平面设计基础知识,应聘工作整个流程,颜色配方,印刷知识等。

第 2 章重点介绍设计标志。设计标志是设计中常见的选题,虽然看似简单,但却能考验设计师的美术功底和想象力,其中的唐门、丰收时节的案例,还曾被《中国亚太设计年鉴》收录。

第 3 章主要介绍 VI 设计。很多专业设计公司都需要制作 VI,然而一般设计人员对如何设计出专业的 VI 作品并不了解,所以本章涉及 VI 内容较多,包括应用、流程和案例等。

第 4 章主要讲解不同形式的传单和海报的设计要求,以及排版的诀窍。

第 5 章主要介绍画册设计。画册设计内容多、整体风格较难把握,容易出现问题。针对这些特点,本章侧重讲解如何制作精美的画册,以及设计中需要注意的问题。

第 6 章主要介绍当今社会设计内容最多、最需要的两个行业,即食品和化妆品业的实战案例,并介绍制作逼真材质的技巧。

我们相信,通过各章内容的学习,读者能够掌握平面设计不同职位需求的专业设计技能,并具备独立完成各种设计项目的能力,轻松从事广告公司、企划公司、图文设计公司、出版行业、企业宣传策划部门及其他需求平面设计师领域的相关平面设计工作。

在经历了很长一段时间的策划、写作及编辑修改后,本书终于和读者见面了。我现在的感觉,就像第一次做设计一样,心中充满着期待:希望通过自己的努力换来些许的肯定,更希望给读者带来一些设计的灵感和启发,帮助读者在工作过程中多一份自信和坦然,早日踏上平面设计师生涯的成功之路!

在本书出版之际,我要感谢为这本书出版而忙碌的所有人员。本书的出版,离不开你们的帮助与支持。读者对本书有什么意见和建议,欢迎赐信 mrdl@163.com,或者登录我的博客 <http://mrdl.blog.sohu.com>。期待你们的来信,不胜感谢。

董 雷

关于飞思

我们经常感谢生活的慷慨，让我们这些原本并不同源的人得以同本，为了同一个梦想走到一起。

因为身处科技教育前沿，我们深感任重道远；因为伴随知识更新节奏的加快，我们一刻也不敢停歇。虽然我们年轻，但我们拥有：

“严谨、高效、协作”的团队精神

全方位、立体化的服务意识

实力雄厚的作者群和开发队伍

当然，最重要的是我们还拥有：

恒久不变的理想

永不枯竭的激情和灵感

正因如此，我们敢于宣称：

飞思科技=丰富的内容+完美的形式

这也是我们共同精心培育的品牌  的承诺。

www.fesit.com.cn

“问渠哪得清如许，为有源头活水来”。路再远，终需用脚去量；风景再美，终需自然抚育。

年轻的飞思人愿做清风细雨、阳光晨露，滋润您发芽、成长；更甘当坚实的铺路石，为您铺就成功之路。

第1章 平面设计师基础知识	1
1.1 平面设计相关知识	2
1.1.1 什么是平面设计	2
1.1.2 平面设计的内容	2
1.1.3 平面设计的元素	2
1.1.4 设计空间的感觉	3
1.2 颜色秘方	5
1.2.1 颜色基本知识	5
1.2.2 颜色个性	6
1.2.3 颜色职业性	9
1.3 电脑设计基本知识	9
1.3.1 常用平面设计软件	9
1.3.2 常用数字存储格式	10
1.3.3 苹果与 PC	13
1.4 印刷基本知识	13
1.4.1 印刷形式	13
1.4.2 印前工作流程	14
1.4.3 印刷注意事项	14
第2章 设计标志	15
2.1 标志设计基础知识	16
2.1.1 什么是标志	16
2.1.2 标志分类	16
2.2 丰收时节文化公司标志设计案例	17
2.2.1 丰收时节文化公司标志设计提案一	17
2.2.2 丰收时节文化公司标志设计提案二	21
2.2.3 标志文字组合	24
2.3 唐门卡通公司标志设计案例	30
2.3.1 唐门卡通公司标志设计提案一	30
2.3.2 唐门卡通公司标志设计提案二	40
2.4 网络公司标志设计案例	50
2.5 经验介绍	60

第3章 VI应用.....	65
3.1 VI设计基础知识.....	66
3.1.1 什么是VI.....	66
3.1.2 VI设计流程.....	66
3.1.3 VI应用设计内容.....	66
3.2 You Betcha 美式自助快餐 VI 应用设计案例.....	67
3.2.1 名片设计.....	67
3.2.2 车体设计.....	73
3.2.3 垫餐纸设计.....	79
3.2.4 纪念章设计.....	98
3.2.5 服装设计.....	106
3.3 You Betcha 美式自助快餐 VI 规范手册.....	110
3.3.1 手册模板.....	110
3.3.2 标志意义.....	115
3.3.3 标志制图.....	119
3.3.4 标准颜色.....	121
3.4 经验介绍.....	124
第4章 设计传单和海报.....	127
4.1 传单海报设计基础知识.....	128
4.1.1 特点与作用.....	128
4.1.2 设计秘诀.....	128
4.2 设计海报.....	129
4.2.1 设计手机海报.....	129
4.2.2 设计宣传横幅.....	146
4.3 设计传单.....	157
4.3.1 设计楼盘宣传页.....	157
4.3.2 设计香水三折页.....	178
4.4 经验介绍.....	204
第5章 画册设计.....	207
5.1 画册设计基础知识.....	208
5.1.1 什么是画册.....	208
5.1.2 如何设计出好的画册.....	208
5.1.3 设计画册需要注意的问题.....	208

5.2	设计产品宣传册	208
5.2.1	设计画册封面和封底	209
5.2.2	设计画册内页 P1/P2	220
5.2.3	设计画册内页 P3/P4	229
5.2.4	设计画册内页 P5/P6	237
5.3	经验介绍	243
第6章	包装设计	245
6.1	包装设计基础知识	246
6.1.1	包装作用	246
6.1.2	包装功能	246
6.1.3	包装种类及材料	246
6.1.4	设计时需要注意的问题	247
6.2	香水包装设计案例	247
6.3	八宝粥包装设计案例	267
6.4	经验介绍	285

第1章 平面设计师基础知识

介绍平面设计和印刷基础知识，这些内容对于将要成为平面设计师的朋友会很有帮助。

本章重点：

- ※ 平面设计相关知识
- ※ 颜色秘方
- ※ 电脑设计基本知识
- ※ 印刷基本知识

1.1 平面设计相关知识

1.1.1 什么是平面设计

平面设计是将不同的基本图形，按照一定的规则在平面上组合成图案。平面设计所表现的立体空间感，并非是实在的三维空间，而仅仅是图形对人的视觉引导，从而形成幻觉空间。

1.1.2 平面设计的内容

平面设计的特点很多，无处不在。从范围上来讲，用来印刷的都和平面设计有关；从功能上来讲，设计是用视觉语言传递信息和表达观点。平面设计分类诸多，如形象系统设计、字体设计、书籍装帧设计、包装设计、海报/招贴设计……可以说，人类生活有多少种需要，就有多少种设计。

另外，由于设计的目的不同，就有了艺术设计与商业设计，如图1-1和图1-2所示。



图1-1



图1-2

1.1.3 平面设计的元素

1. 概念元素

所谓概念元素是那些不实际存在的，不可见的，但人们的意识又能感觉到的东西。例如我们看到尖角的图形，感到上面有点，物体的轮廓上有边缘线。这就是概念。概念元素包括点、线、面3部分。

2. 视觉元素

概念元素不在实际的设计中加以体现，将是没有意义的。概念元素通常是通过视觉元素体现的。视觉元素包括图形的大小、形状和色彩等。

3. 关系元素

视觉元素在画面上如何组织、排列，是由关系元素来决定的。它包括方向、位置、空间和重心等。

4. 实用元素

实用元素指设计所表达的含义、内容、目的和功能。

1.1.4 设计空间的感觉

我们一般所说的空间，指的是二维空间。空间感表现手法有以下几点。

1. 利用大小表现空间感

大小相同的东西，由于远近不同产生大小的感觉，即近大远小。在平面上也一样，如图1-3所示，面积大的感觉近，面积小的觉得远。

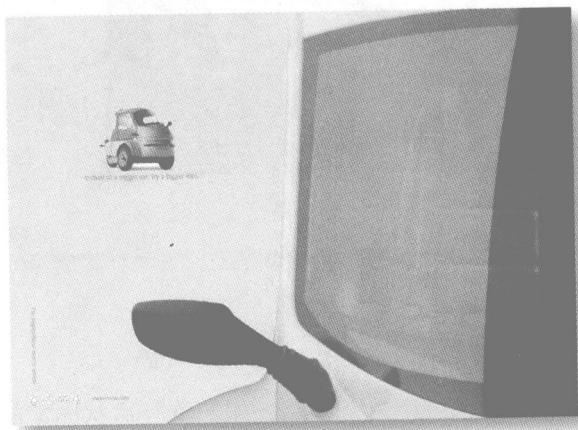


图1-3

2. 利用重叠表现空间感

在平面上一个形状叠加在另一个形状之上，就会有前有后和上下的感觉，从而产生空间感。如图1-4所示，利用显示器重叠产生前后效果。

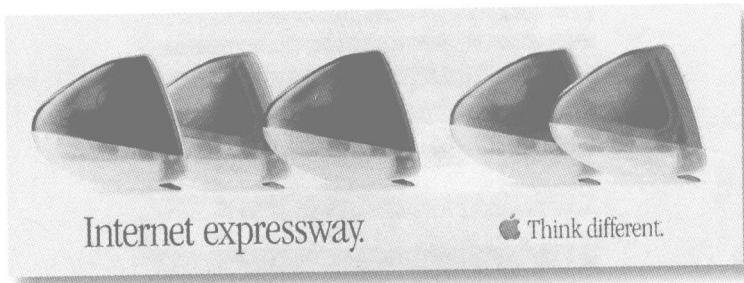


图1-4

3. 利用阴影表现空间感

阴影的区分会使物体具有立体感和凹凸感，如图1-5所示。合理地运用重叠和阴影，具有真实的立体感觉。



图1-5

4. 利用间隔疏密表现空间感

细小的形象或线条的疏密变化可产生空间感。如一款有点状图案的窗帘，在其卷着处的图案会变得密集，间隔小，越密感觉越远。如图1-6所示，利用线条间隔和粗细呈现的空间感。

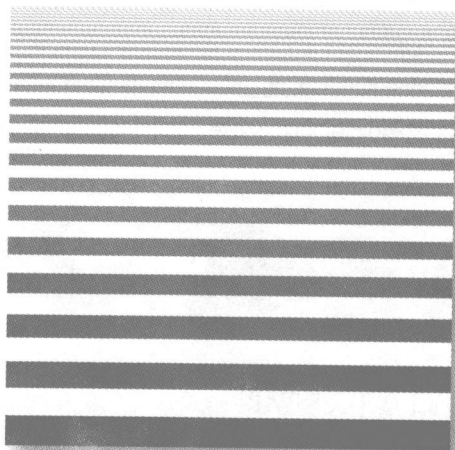


图1-6

5. 用色彩变化来表现空间感

如图1-7所示, 利用色彩的冷暖变化, 显得冷色远离, 暖色靠近。

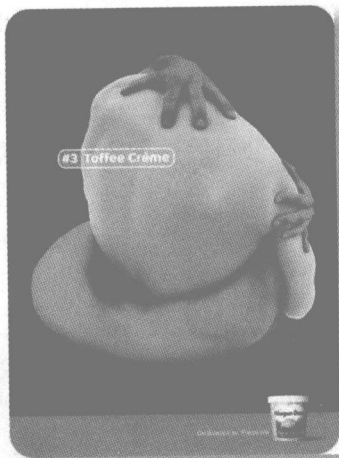


图1-7

1.2 颜色秘方

1.2.1 颜色基本知识

我们知道颜色是靠3个元素相互作用而成: 光源、物体的反射特性和人体视网膜及脑部视觉皮质区对光波的处理方式。不管我们使用哪种媒材来作业, 如绘画、印刷等, 只有经过上述过程才能有效地使用颜色。

17世纪末期, 牛顿证明了色彩并非存在于物体本身, 而是光作用的结果。只要将可视光谱上的长短光波结合起来即可形成白光。这些可视光的波长可对应到7个不同的颜色: 赤、橙、黄、绿、青、蓝、紫。

牛顿在实验中分离出来的可视光谱, 只占有所有电磁光谱的一小部分。光谱范围分为“低频、长波区”(例如收音机调频)、“高频、短波区”(例如x光)。可视光谱的区域是介于红外线与紫外线之间, 波长约为400nm(紫色)到700nm(红色)之间。虽然牛顿证明这些光波结合在一起即形成白光, 但其实只需要红、绿、蓝等3种光波就可以产生白光。

当光波投射在物体身上后, 该物体会传送、吸收或反射不同部分的光波。根据不同物体的特性以及它本身的原子构造, 它可能反射绿光但吸收了其他的波长, 这时候人们的视网膜和脑部视觉皮质区会处理这一反射光, 然后形成我们所看到的颜色。

当艺术家和设计师将颜色复制到画布或纸张上的时候, 便仿真了光波投射的过程, 即利用颜料吸收某部分的光波, 反射出其他光波。例如要产生绿色, 使用吸收红、蓝光波的颜料即可。这一过程是所有绘画与印刷媒体的色彩模式基础。

1.2.2 颜色个性

在信息高度发达的今天，色彩扮演着举足轻重的角色。这主要是由于色彩本身除了具有知觉刺激、引发生理反应作用之外，更受到生活习惯、宗教信仰、社会规范、自然景观与日常物体的影响，使人们看到色彩就会自然地产生各种具体的联想或抽象的情感。如美国可口可乐饮料公司的红色，洋溢着青春、健康、欢乐的气息；柯达公司软片包装的黄色，充分表现了色彩饱满、璀璨辉煌的产品特质；泛美航空公司的天蓝色，给予乘客快速、便捷、愉悦的飞行印象等。每种颜色都具有不同的个性，例如：红色代表热情、浪漫、火焰、暴力、侵略等。红色在很多文化中代表的是停止的信号，用于警告或禁止一些动作，如图1-8所示。

紫色代表创造、忠诚、神秘、稀有等。紫色在某些文化中与死亡有关，如图1-9所示。



图1-8



图1-9

蓝色代表忠诚、安全、保守、宁静、冷漠、悲伤等，如图1-10所示。



图1-10

绿色代表自然、稳定、成长、嫉妒等。在北美文化中，绿色代表的是“行”，与环保意识有关，也经常被联想到有关财政方面的事物，如图1-11所示。

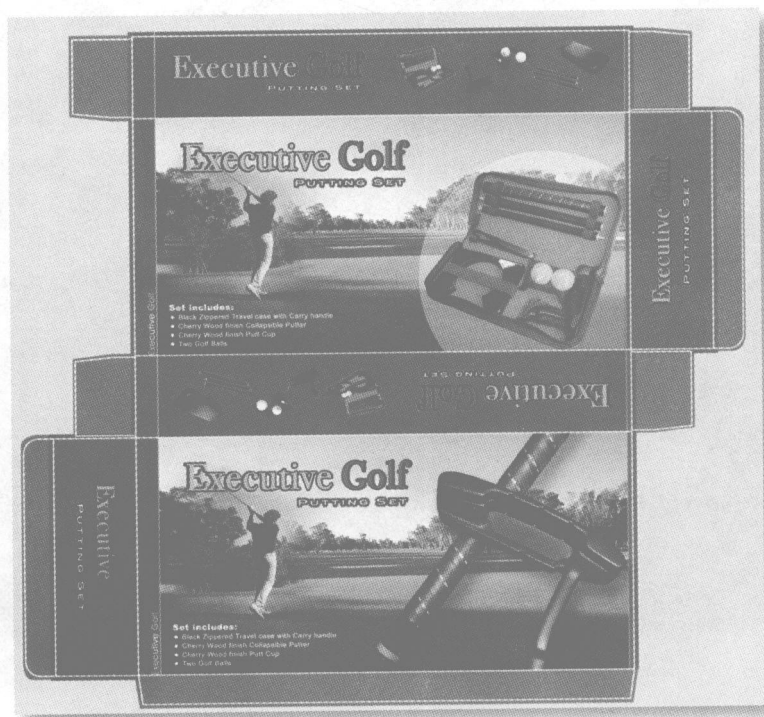


图1-11

黄色代表明亮、光辉、疾病、懦弱等，如图1-12所示。



图1-12