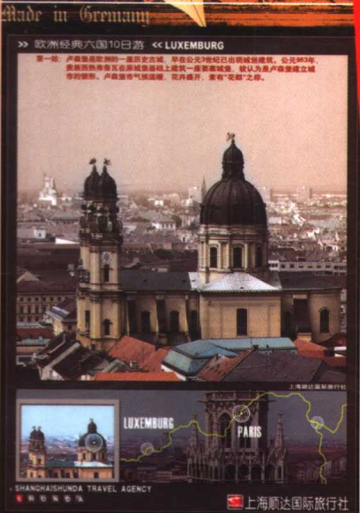
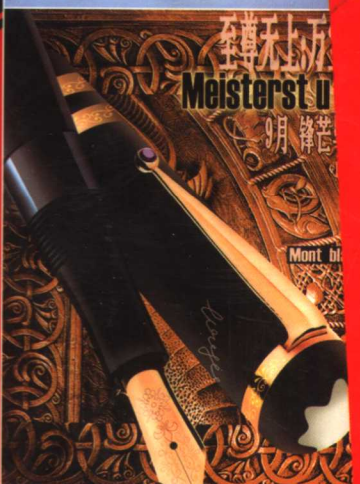
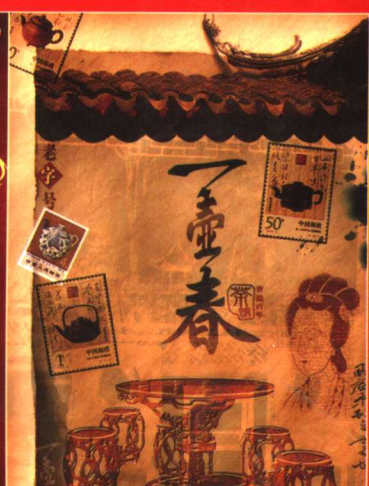
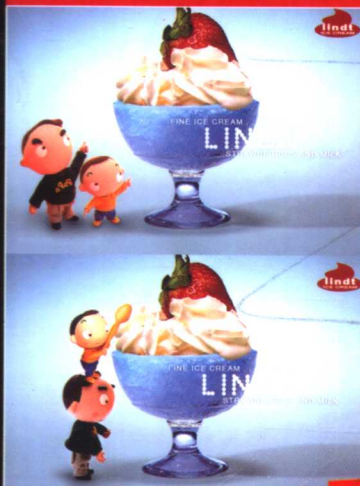


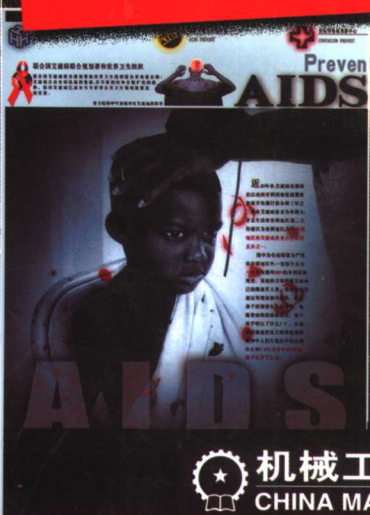
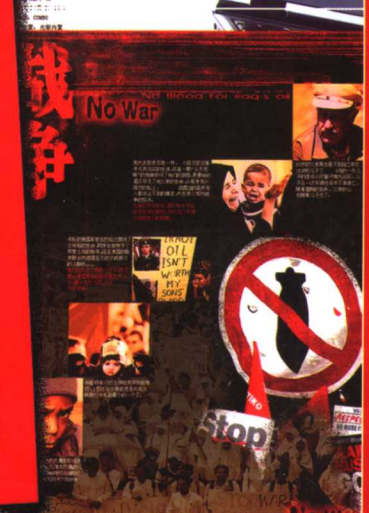
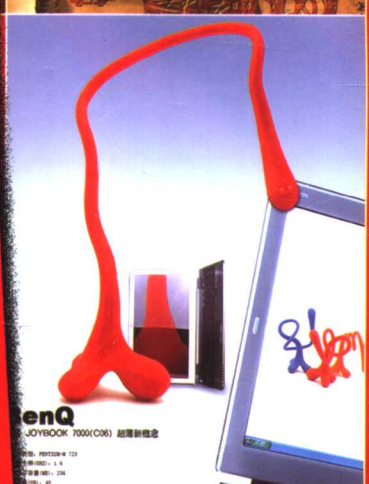


职位锁定

Photoshop CS2

现代商业海报设计与制作

腾龙视觉设计工作室 编著



200分钟视频教学文件
全程演示实例操作过程

深入调研与电脑制图相关的六大设计领域（广告设计、包装设计、桌面排版、网页设计、店面装饰装潢、建筑室内外设计制图），根据职位技术分类编写图书。

本书由资深设计人员精心编写，尊崇学以致用的原则，将职位工作要求与学习内容紧密结合。使学习过程变得更加实用、有效。

图书印刷采用超大版面、双栏排版，融汇更多的精华内容。

本书通过25组设计精美的实例，全面讲述了使用Photoshop设计制作商业海报广告的方法与技巧。

现代商业美术设计高级培训丛书

Photoshop CS2 现代商业海报 设计与制作

腾龙视觉设计工作室 编著



机械工业出版社

本书通过 25 个设计精美的实例，向读者介绍了使用 Photoshop CS2 设计和制作海报的方法与技巧。本书最大的特点是在突出海报的商业性与艺术性的同时，增强了软件操作的技术性，为读者提供了全面、详尽的海报设计范本。

全书共分 10 章，内容包括：了解海报、海报中的设计元素、创意表现技法等海报的相关理论知识；商业产品海报、食品酒水海报、儿童产品海报、影视娱乐海报、服务行业海报、商业活动海报和公益宣传海报等实例的设计和制作。

本书非常适合初、中级电脑操作人员阅读，也可作为社会培训班教材或商业美术设计人员的自学教材。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS2 现代商业海报设计与制作/腾龙视觉设计工作室编著. —北京：机械工业出版社，2006.5

（现代商业美术设计高级培训丛书）

ISBN 7-111-19179-X

I. P... II. 腾... III. 商业广告—宣传画—计算机辅助设计—图形软件，Photoshop CS2 IV. J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 050572 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策 划：胡毓坚

责任编辑：罗子超

责任印制：李 妍

北京铭成印刷有限公司印刷

2006 年 5 月第 1 版·第 1 次印刷

210mm×285mm·12 印张·4 插页·435 千字

0001-5000 册

定价：30.00 元（含 1CD）

凡购本图书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线电话（010）68326294

编辑热线（010）88379739

封面无防伪标均为盗版



光盘说明

一、使用说明

为了使读者更高效地学习本书内容，在此对光盘的使用方法进行详细的介绍。在本书附带光盘中安排了视频教学多媒体，以及与书中实例相对应的练习文件。

将光盘插入光盘驱动器后，系统会自动引导启动光盘中的多媒体程序（如图CD-1所示），在屏幕内单击鼠标开始教学内容（如图CD-2所示）。单击“视频教学”按钮可以进入视频教学模块，视频教学内容按照章的顺序进行安排（如图CD-3所示），读者可以根据自己的学习习惯任意挑选并打开视频教学动画进行查阅与学习。单击要进行学习的章节，将出现该章的实例界面（如图CD-4所示）。单击实例完成效果图，即可进入视频教学界面（如图CD-5所示）。

如果计算机无法直接运行光盘内容，可以打开“我的电脑”文件夹，在光盘目录下直接双击光盘上的Setup.exe文件，运行视频教学多媒体程序。

除了多媒体视频教学内容，光盘中还保存了与书中内容相一致的练习文件。由于光盘空间有限，所以对练习文件包进行了压缩，使用压缩程序Winzip或Winrar即可将文件解压缩。光盘中的练习文件以章为单位进行组织，分别放置在配套光盘的Chapter-X（X表示章）文件夹中，读者可以根据书中提示打开进行编辑和浏览。

二、注意事项

对于Photoshop专用格式文件(*.psd)，必须通过Photoshop CS2打开或进行修改。注意，版本为CS2以下的Photoshop可能无法打开光盘中的范例文件，或者打开范例文件时出现错误。因为光盘中的*.psd文件均由Photoshop CS2生成。

在对光盘中的多媒体影像文件进行察看之前，请先安装TSCC.exe解码器。

三、系统要求

1. 硬件配置

处理器：建议Intel Pentium III或AMD 1GHz以上

内存：建议256MB以上

显示器：支持1024×768像素分辨率

显示卡：16位彩色3D加速卡（推荐24位色）

驱动器：4倍速以上CD-ROM光盘驱动器

2. 软件配置

建议使用Windows XP或Windows 2000操作系统。



图CD-1



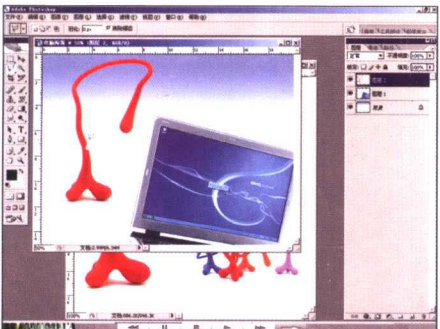
图CD-2



图CD-3



图CD-4

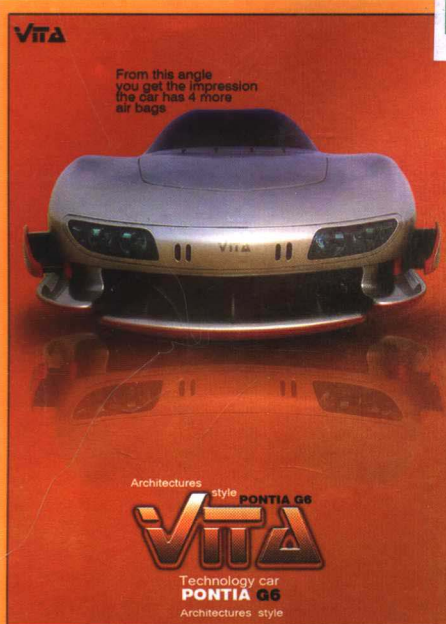


图CD-5

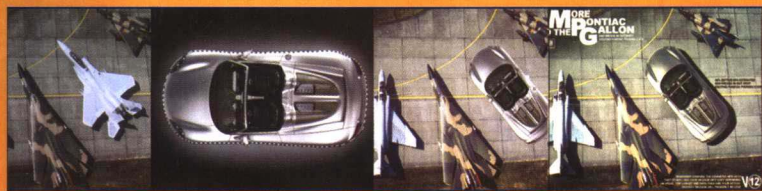
J

J524. 3-39
24D
2006

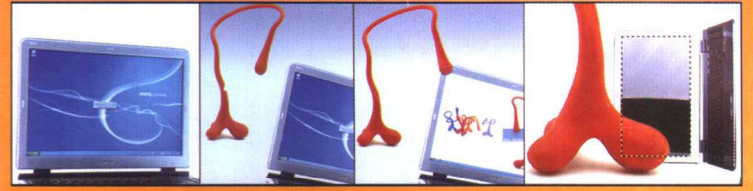
TOP DESIGN



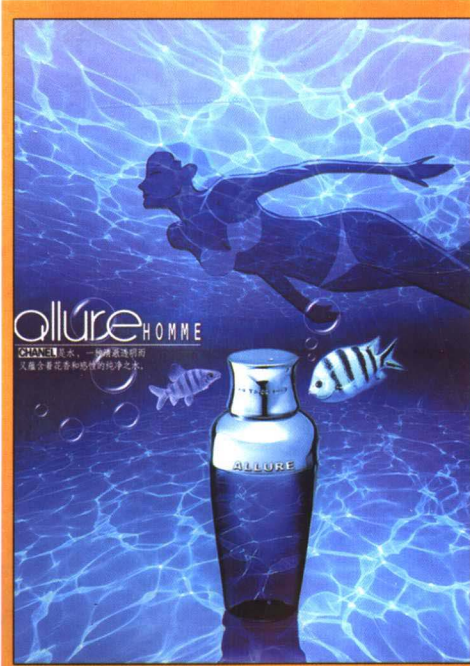
第4章实例 汽车海报



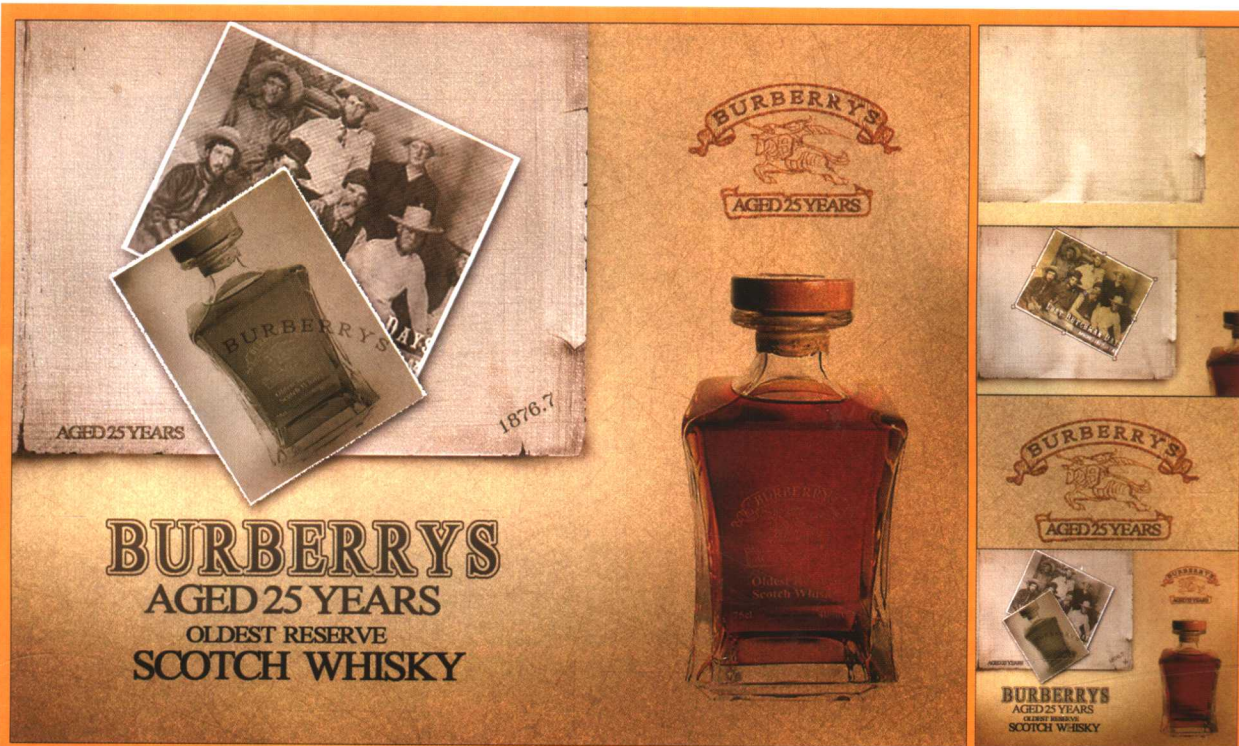
第1章实例 MPG汽车海报



第4章实例 电脑海报



第4章实例 香水海报



第5章实例 洋酒海报



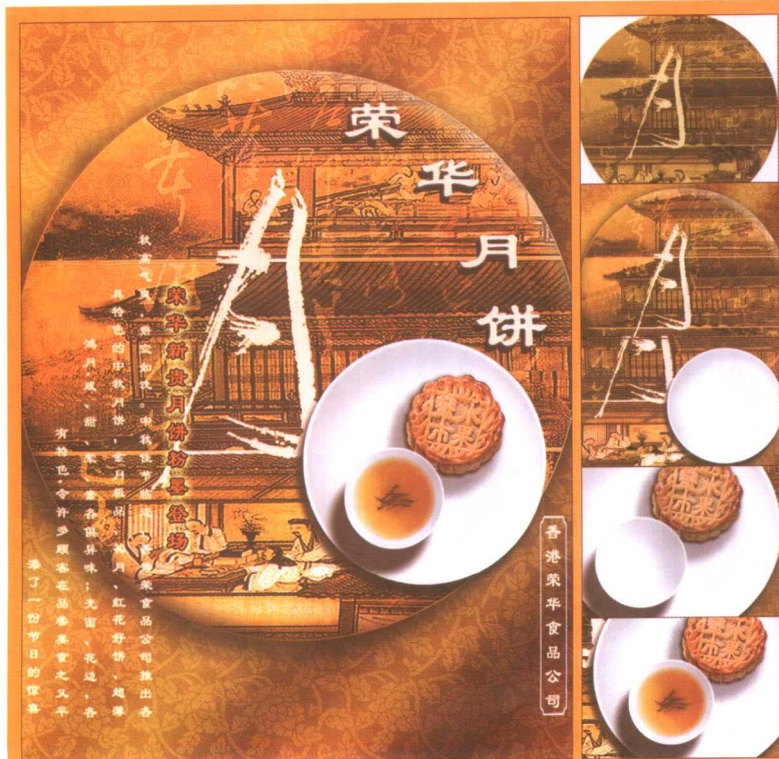
第4章实例 手机海报



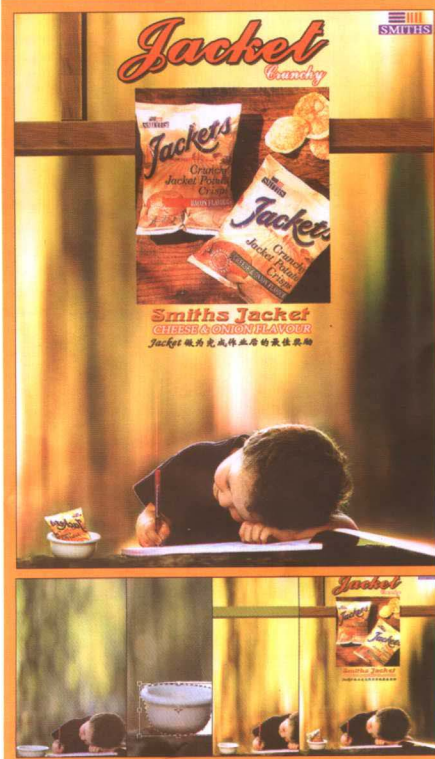
第5章实例 冷饮海报



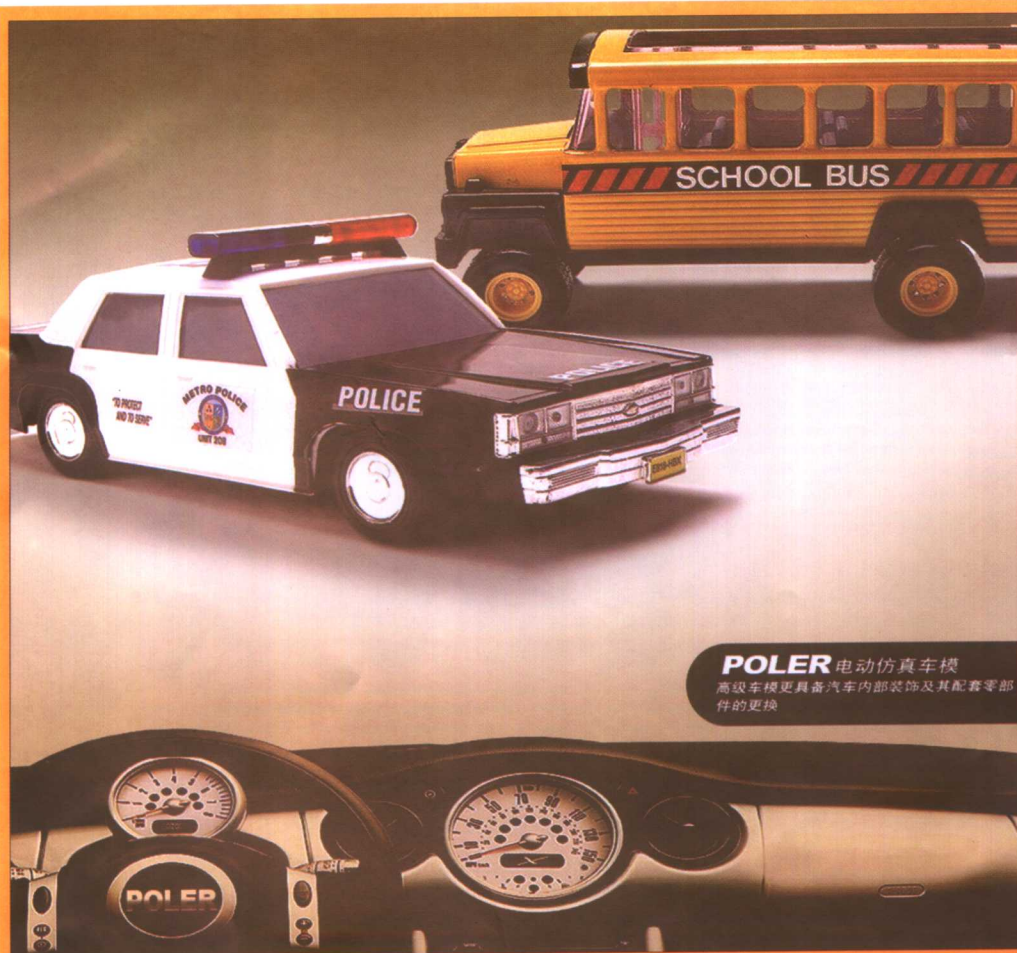
第5章实例 糖果海报



第5章实例 中式糕点海报



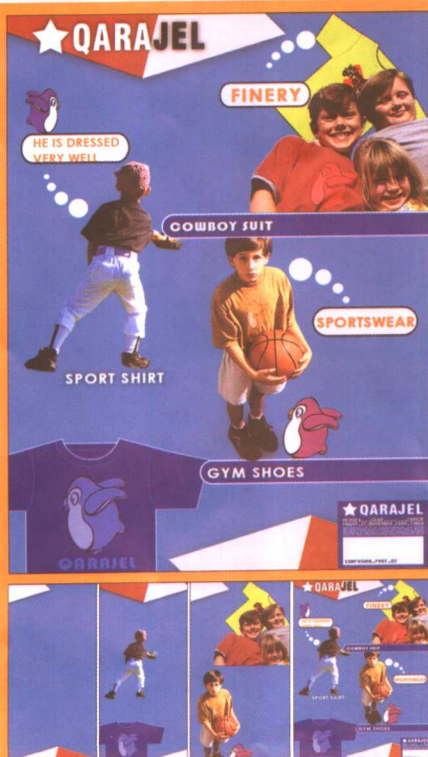
第6章实例 儿童食品海报



POLER 电动仿真车模

高级车模更具备汽车内部装饰及其配套零部件的更换

第6章实例 玩具海报



第6章实例 儿童时装海报



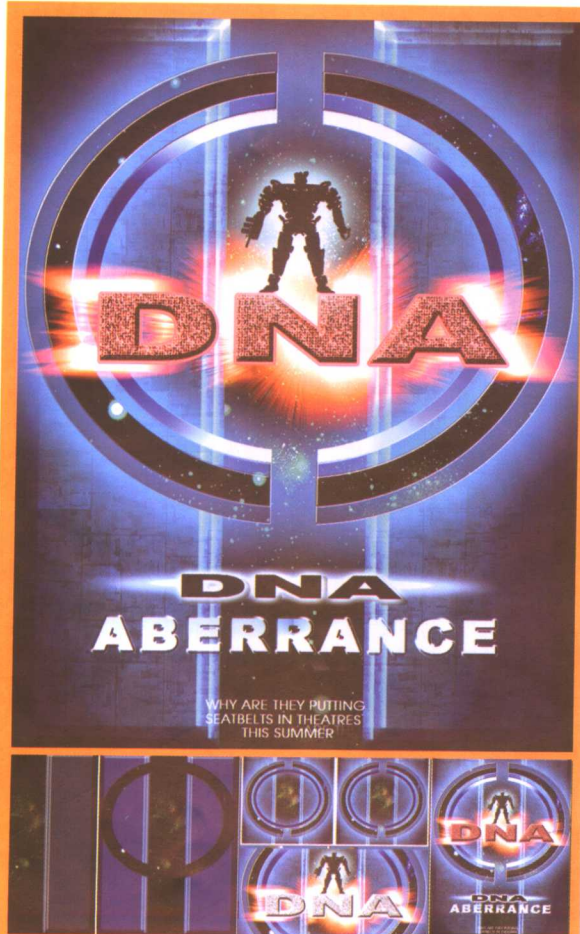
第6章实例 文具海报



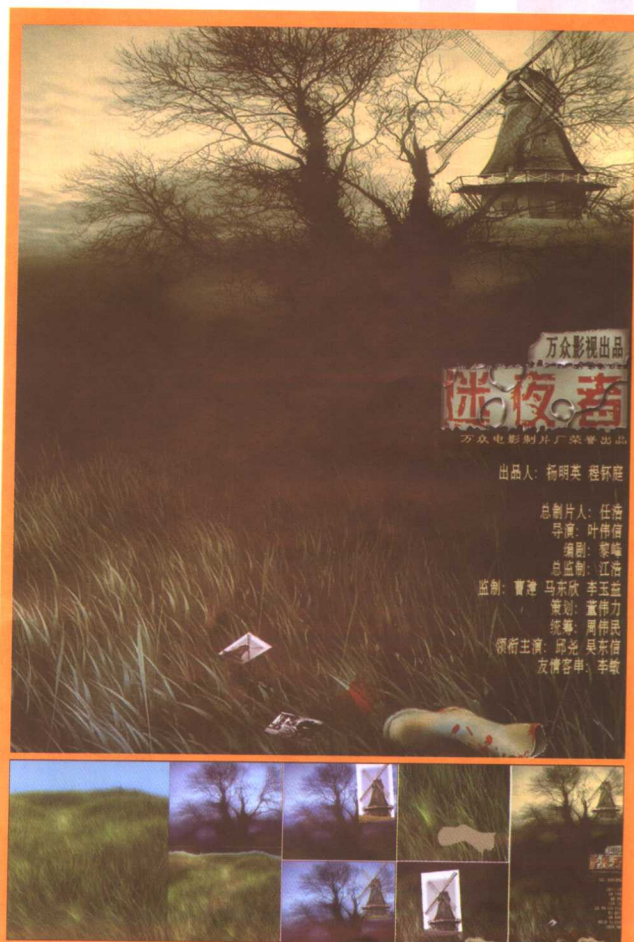
第7章实例 故事片海报

对页赏析

本书精彩实例概览



第7章实例 科幻电影海报



第7章实例 悬疑电影海报



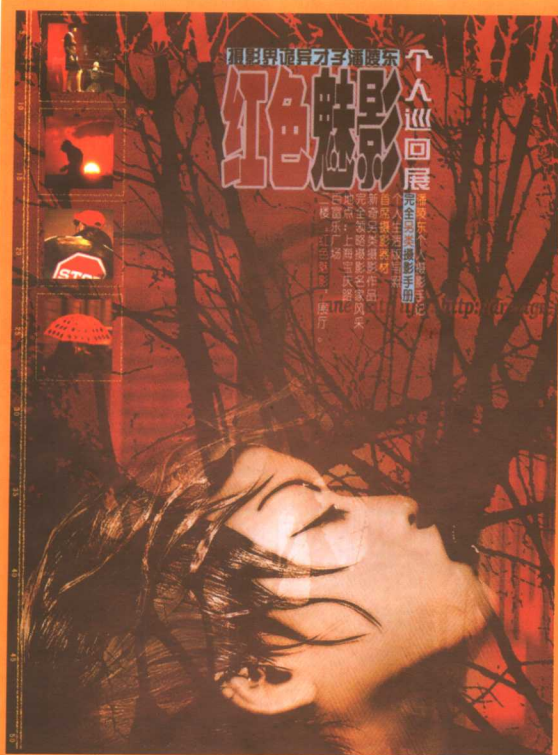
第8章实例 旅行社海报



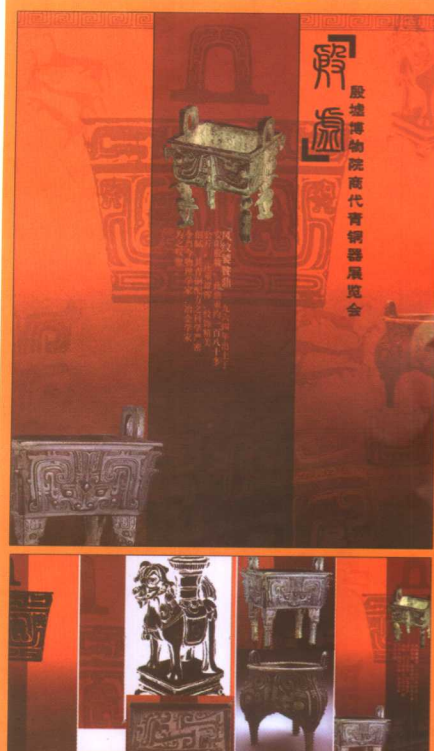
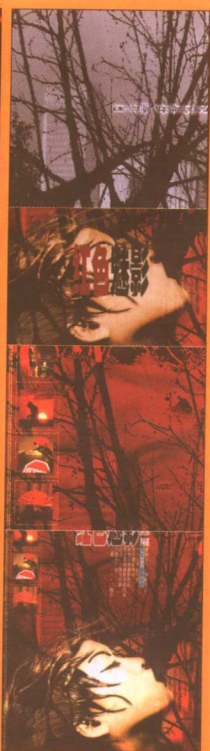
第8章实例 美容院海报



第8章实例 中式茶馆海报



第9章实例 艺术摄影展海报



第9章实例 商代文物展海报

彩页赏析

本书精彩实例概览

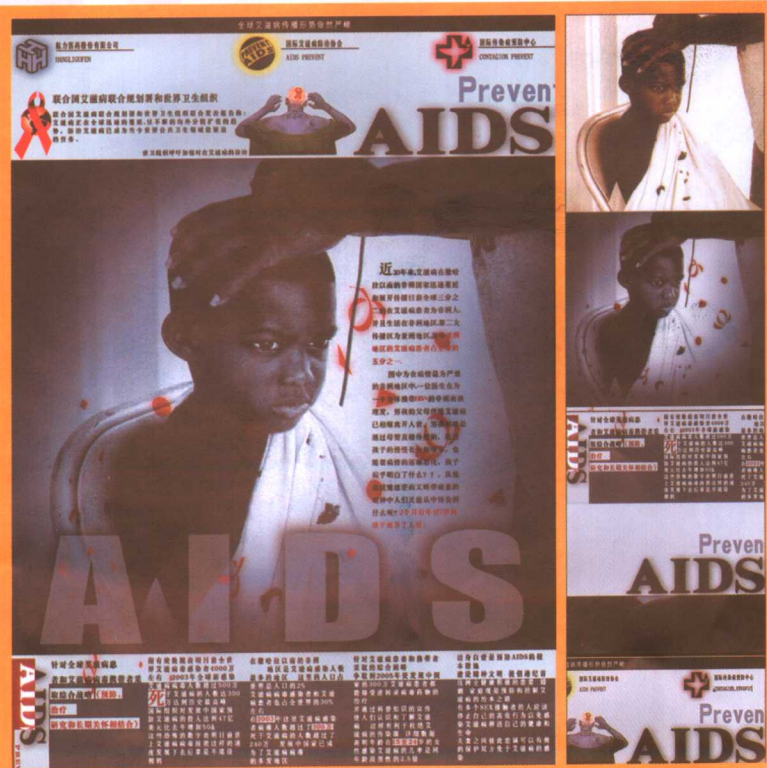


第9章实例 新品发布会海报

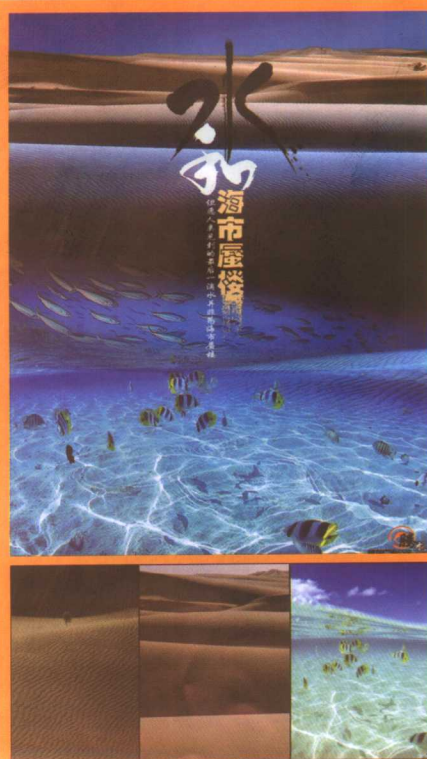




第10章实例 反战海报



第10章实例 艾滋病防治海报



第10章实例 环境保护海报

前 言

海报作为一种古老的广告表现形式，在生活中对人们的观念产生的巨大影响是不可估量的。如今，海报的功能已不再只是开拓人们的视野和传播信息，它已经成为一门独特的艺术，成为众多爱好者的收藏品。使用 Photoshop CS2 结合自己的设计思想就可以制作出具有强烈视觉效果的精品海报。

本书通过 25 个设计精美的实例，向读者介绍了使用 Photoshop CS2 设计和制作海报的方法与技巧。本书最大的特点是在突出海报的商业性与艺术性的同时，增强了软件操作的技术性，为读者提供了全面、详尽的海报设计范本。全书以手把手的图示方式详尽地介绍了商业海报的设计制作流程，即使是初学者也能非常顺利地完成实例制作。

本书共分 10 章，各章主要内容如下：

第 1 章主要向读者介绍海报设计的基本知识，海报与广告宣传，以及海报的类别和特点，并让读者初步了解在 Photoshop CS2 软件中制作海报的基本流程。

第 2 章主要介绍海报的设计元素，如色彩变化、文字变化、构图和绘画风格等。

第 3 章主要介绍海报的创意表现技法，如拟人与结合表现手法、夸张与变形手法、幽默手法、怀旧手法等。

第 4 章主要介绍商业产品海报的设计与制作，它是目前最常见的一种海报类型。本章包括汽车海报、手机海报、香水海报和电脑海报等 4 个实例。

第 5 章主要介绍食品与酒水类海报，通过洋酒海报、中式糕点海报、糖果海报和冷饮海报，向读者讲解该类型海报的制作方法，该章中还分别使用了拟人、怀旧等多种表现手法。

第 6 章主要介绍儿童产品类海报，通过玩具海报、儿童时装海报、儿童食品海报和文具海报等 4 个实例，向读者讲解该类海报的制作方法。

第 7 章主要介绍风格多样的影视娱乐海报，并通过故事片海报、科幻电影海报和悬疑电影海报等 3 个实例，向读者讲解电影类海报的制作方法。

第 8 章主要介绍给人们日常生活带来许多便利的服务行业海报，并通过中式茶馆海报、美容院海报和旅行社海报等 3 个实例，向读者讲解该类海报的制作方法。

第 9 章主要介绍商业活动类海报，通过新品发布会海报、商代文物展海报和艺术摄影展海报等 3 个实例，向读者讲解该类海报的制作方法。

第 10 章主要介绍公益宣传类海报，通过艾滋病防治海报、环境保护海报和反战海报等 3 个实例，向读者讲解该类海报的制作方法。

随书附带多媒体教学光盘 1 张，收录了书中案例全部素材和最终作品，以及高清晰教学影像文件。通过光盘的辅助教学，读者可以快速掌握书中讲述的软件操作技术和绘图表现技法。

本书由腾龙视觉设计工作室编写，参与本书编写与整理的人员有段海鹏、周珂令、尚峰、张瑞娟、康静、郭敏、侯媛、杨昆、邢武方、时盈盈、姚柯君、张楠、刘洁、王珂、王坤、张瑞玲、侯辉、朱小克等。由于作者水平有限，对于书中出现的错误与不妥之处，敬请读者批评、指正。您的意见或建议可以发送邮件至 ZKL@tlyh.com，我们一定会给予答复。

编 者

目 录

前言

第 1 章 了解海报	1
1.1 海报与广告宣传	1
1.1.1 关于现代海报	1
1.1.2 海报的广告性质及宣传	1
1.2 海报的类别与特点	2
1.2.1 海报的类别	2
1.2.2 海报的特点	3
1.3 海报的设计制作流程	4
1.4 Photoshop 与海报制作	5
1.4.1 Photoshop CS2 的优势	6
1.4.2 使用 Photoshop 制作海报	6
第 2 章 海报中的设计元素	10
2.1 色彩变化	10
2.1.1 色彩在海报设计中的功能	10
2.1.2 海报设计中的色彩运用	11
2.2 文字变化	12
2.3 构图的安排	14
2.4 绘画风格	15
第 3 章 创意表现技法	17
3.1 拟人与结合表现手法	17
3.2 夸张与变形手法	19
3.3 幽默手法	21
3.4 怀旧手法	22
第 4 章 商业产品海报	24
4.1 汽车海报	24
4.2 手机海报	29
4.3 香水海报	34

4.4 电脑海报	42
第 5 章 食品与酒水海报	49
5.1 洋酒海报	49
5.2 中式糕点海报	57
5.3 糖果海报	64
5.4 冷饮海报	69
第 6 章 儿童产品海报	77
6.1 玩具海报	77
6.2 儿童时装海报	83
6.3 儿童食品海报	90
6.4 文具海报	95
第 7 章 影视娱乐海报	105
7.1 故事片海报	105
7.2 科幻电影海报	109
7.3 悬疑电影海报	117
第 8 章 服务行业海报	124
8.1 中式茶馆海报	124
8.2 美容院海报	135
8.3 旅行社海报	141
第 9 章 商业活动海报	147
9.1 新品发布会海报	147
9.2 商代文物展海报	157
9.3 艺术摄影展海报	163
第 10 章 公益宣传海报	168
10.1 艾滋病防治海报	168
10.2 环境保护海报	174
10.3 反战海报	181



第1章 了解海报

在当今充满着无数的广告信息和视觉传达的社会中,广告信息已经向高层次、多元化、国际化的方向迈进。优秀的广告作品不单单是为了传播商品信息而存在,现代广告已经成为了一种供人们欣赏的艺术品。平面广告中最常见到的就是海报。不管是在车站、餐馆、还是在商店、游乐场,几乎都能见到海报的身影。

海报又称为招贴,是一种古老的广告表现形式。海报广告形式简单、灵活、内容广泛,具有制作成本低、传递性强、时效性突出等特点。海报在生活中对人们的观念产生巨大影响。本章将为读者详细讲解有关海报的基本知识。

1.1 海报与广告宣传

海报可以张贴在街头、公共广告栏、销售地点以及其他公共场所,从而达到其对商业产品的宣传目的。海报形式灵活、制作简单、内容也非常广泛,除了介绍商品、商情、各种服务外,各类文体活动和通知等都可以包括在内。

1.1.1 关于现代海报

以往的海报大都以写实叙事的形式来表现,但现代海报中体现出来的是一种独特的宣传艺术。它是信息与绘画的结合体,体现着一种文化之间的交流。

现代海报的设计与制作,不管是材料的运用还是创意的表现,都有了质的飞跃。不同的绘画风格和各种艺术的表现形式都融入海报设计中,突破常规的思维方式以及对创新艺术形式的不断尝试,使现代海报具备了更强的冲击力以及更好的宣传效果。图1-1为3幅风格独特的海报。

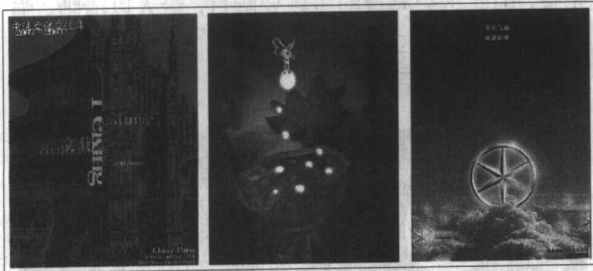


图1-1 3幅风格独特的海报

1.1.2 海报的广告性质及宣传

海报按其内容和性质,一般可分为商业性质的海报、文化性质的海报和社会性质的海报。

1. 商业性质的海报

商业性质的海报也可以称为商业海报广告,以用户和消费者为主要对象,充当让顾客了解商品的“导游”角色。通过海报内容激发起消费者的兴趣,让顾客了解并购买此商品。商业海报的制作纯属商业性目的。图1-2为一幅典型的商业海报,采用了写实的表现手法,通过唯美的画面,使消费者对产品产生好感。其目的非常明确,让顾客在最短时间内了解商品的显著特征,进而促使消费者产生购买欲望。

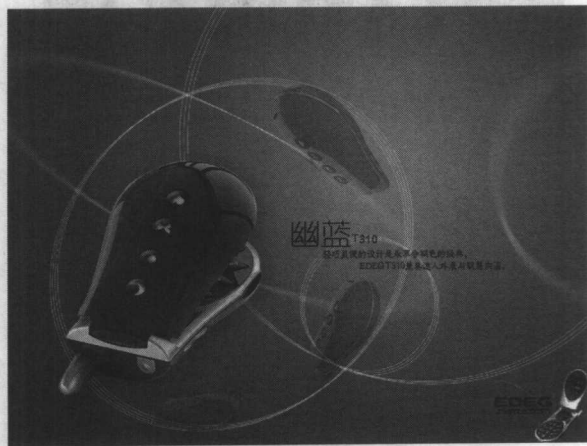


图1-2 商业性质的海报

2. 文化性质的海报

文化性质的海报广告是信息传播的一种重要途径,主要以传播文化教育、科学技术、文学艺术等内容为目的。例如,招生海报、征文海报、文艺演出海报、交流会海报等。人们在生活中会经常见到此类海报,它是以满足人们精神文化生活为目的,是宣传精神文明的一种手段。

图1-3为一幅宣传德国汉诺威啤酒节的海报。这张海报以古老而独特的文字造型为基础,带有趣味性的酒标和整体的墨绿色调,一眼看去就使人联想到德国啤酒文化的悠久历史,具备了观赏性和纪念性。

3. 社会性质的海报

社会性质的海报是指提供社会福利、社会服务、社会保险以及人们所关注的社会问题等方面的公益性广告,如科技领域的新发明、医疗保险、人才招聘、环境保护等。这类海报主要是为人们的日常

生活和切身利益服务,通常是用于个人或集体向社会传递信息,其宣传目的是为了引起观众对社会问题的关注。

图1-4为一幅社会性质的海报,内容为环境恶化对人们造成的影响,借助想象用夸张的手法来营造画面的震撼力,既警示和教育了观众,又加强了作品的艺术效果。



图1-3 文化性质的海报

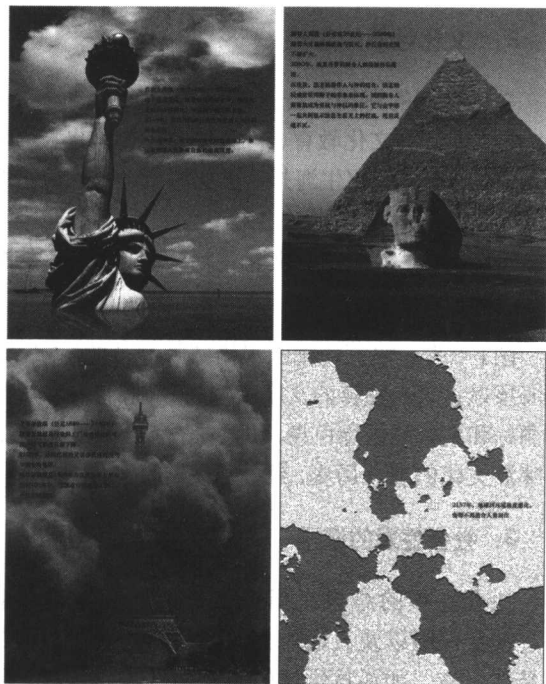


图1-4 社会性质的海报

1.2 海报的类别与特点

在了解了现代海报的性质后,下面为读者介绍海报的类别与特点。

1.2.1 海报的类别

在本书中根据宣传对象和宣传目的的不同,将海报的类别大致定义为5种形式。它们分别为:商品宣传海报、活动宣传海报、影视娱乐海报、服务行业海报和公益宣传海报。

1. 商品宣传海报

商品海报,顾名思义是为商品的宣传服务的。其功能体现在:商品广告的信息宣传与商业活动联系在一起,能促进产品的有效销售和运作,指导消费者消费。

商品宣传海报的宣传对象通常为某种商品或某种服务,在设计上要求客观准确,通常将所宣传产品直接如实地展示在消费者面前。充分利用电脑制作、摄影或绘画技巧的写实表现能力,细致刻画和着力渲染产品的质感与品质,将产品优点引人入胜地呈现出来。图1-5为两幅商品宣传海报。

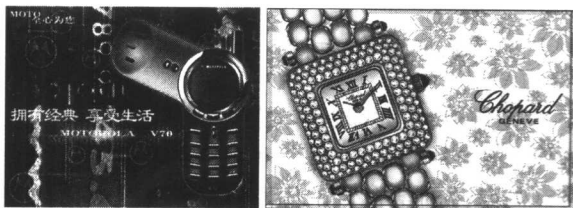


图1-5 商品宣传海报

2. 活动宣传海报

活动宣传海报的内容围绕商业活动展开。海报中的信息包括时间、地点、主办单位,以及具体的活动内容与活动形式。其宣传目的是扩大活动的影响、吸引更多的参与者。活动宣传海报要求信息的传达准确完整,因此这类海报的主题要醒目,给人以清晰、强烈的视觉印象,这样才能更好、更有效地传达信息。图1-6为两幅商业活动宣传海报。

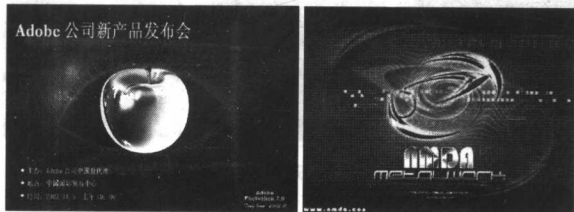


图1-6 商业活动宣传海报



3. 影视娱乐海报

影视娱乐海报以电影、电视剧、音像制品等为宣传内容。海报的宣传时间可以在影视作品发布前或发布过程中，其宣传目的是为了扩大影视作品的影响力。这一类海报往往跟剧情结合，海报在内容上通常为影视作品的主要角色或精彩的情节，并有效地抓住人们对于名人偶像的追星心理，选择观众心目中的偶像，配合海报的信息传达给观众。由于影视海报的表现手法比较丰富，所以这一类型的海报在各种海报中最具观赏性，也最容易被观众接受。图1-7为两幅电影宣传海报。



图1-7 电影宣传海报

4. 服务行业海报

这类海报能给人们日常生活带来许多便利，通常是以公司实体的名义向社会发布信息，主要以消费者的切身利益为重。服务行业宣传海报内容信息要真实，以获取消费者的信任。在画面上具有明显的视觉诱导性，采用图文并茂的视觉效果激发消费者的兴趣，诱导他们去接近和了解商品。图1-8为一幅旅行社的宣传海报。

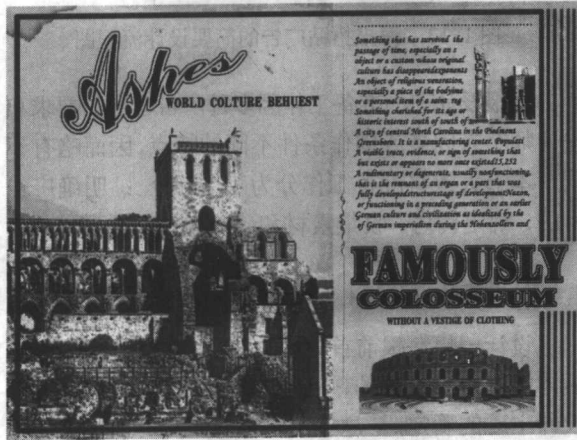


图1-8 旅行社的宣传海报

5. 公益宣传海报

公益宣传海报的内容为人们所关注的社会问题，其宣传目的是警示和教育观众，引起观众对社会问题的关注。公益海报往往具有强烈的视觉冲击力，以及震撼性的画面和标题，从而引发观众对公益主题的关注。图1-9为两幅公益宣传海报。



图1-9 公益宣传海报

1.2.2 海报的特点

海报作为一种独特的广告形式存在，必然会有其独特的特点。本书将海报特点归纳为4点：发布周期短、时效性强；印刷精美、视觉冲击力强；成本低廉；对发布环境要求较低。

1. 发布周期短、时效性强

某些海报广告所传达的信息通常只在短时间内有效，比如某宣传活动或者文艺晚会在特定时间将要在某地举办，为了在短时间内起到更好的宣传效果，宣传者往往会在活动所涉及的最大区域内，张贴海报来扩大和增强商业活动的影响力。在最短时间内使更多的人了解活动信息。随着活动的结束海报也失去了时效性。图1-10为一幅古玩拍卖会的海报。



图1-10 古玩拍卖会的海报