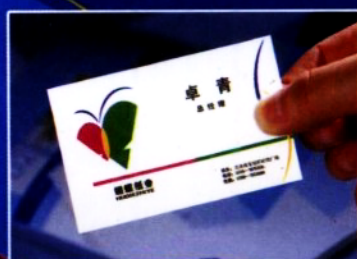


一流设计水准商用案例 资深设计专家鼎力推荐

! 炫
风
暴



美国苹果计算机



紫蝴蝶

FASCINTING

本书特点

- 资深商业设计团队倾力力作，演绎超炫设计传奇
- 选用经典案例，匠心独具，尽显一流创意和效果
- 奉送实战技巧，传授设计真经，即学即用，学有所成

中文版

Photoshop CS2

VI设计经典商用案例

龙飞 主编



随书赠送学习光盘

上海科学普及出版社

超炫风暴
CHAO XUAN FENG BAO

Adobe® 中文版

Photoshop CS2

VI设计·经典商用案例

龙飞 主编



上海科学普及出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中文版 Photoshop CS2 VI 设计经典商用案例 / 龙飞主编. — 上海: 上海科学普及出版社, 2006. 9

ISBN 7-5427-3521-7

I. 中... II. 龙... III. 图形软件, Photoshop CS2
IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 075083 号

策划编辑 胡名正

责任编辑 徐丽萍

中文版 Photoshop CS2 VI 设计经典商用案例

龙飞 主编

上海科学普及出版社出版发行

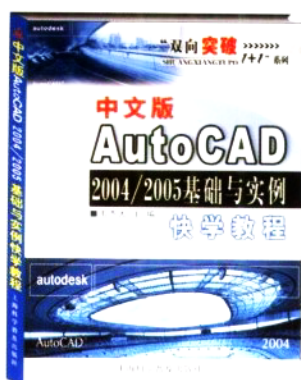
(上海中山北路 832 号 邮政编码 200070)

<http://www.pspsh.com>

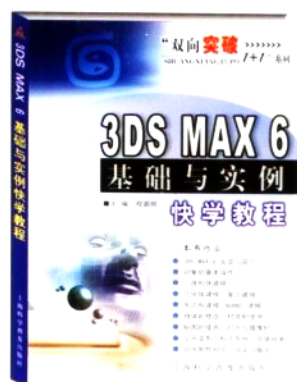
各地新华书店经销	北京市燕山印刷厂印刷
开本: 787 × 1092	1/16 印张: 19.5 字数: 461000
2006 年 9 月第 1 版	2006 年 9 月第 1 次印刷
ISBN 7-5427-3521-7/ TP · 784 (附赠光盘 1 张) 定价: 42.00 元	



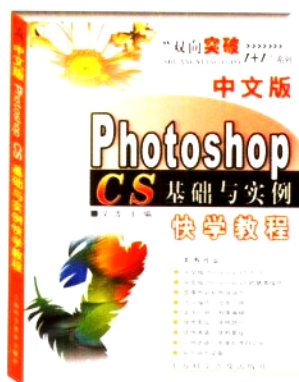
定价: 28.00元



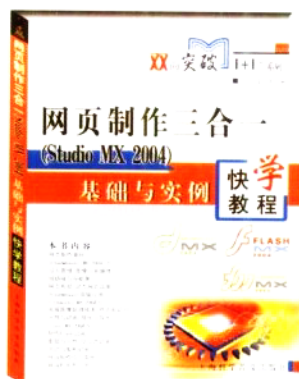
定价: 26.80元



定价: 28.00元



定价: 28.00元



定价: 30.00元



定价: 26.80元



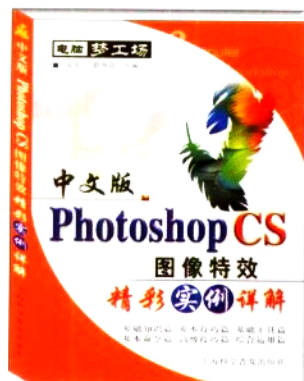
定价: 32.80元



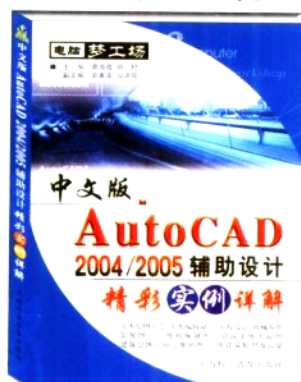
定价: 29.80元



定价: 32.00元



定价: 29.80元



定价: 35.00元



定价: 38.00元



定价: 23.80元



定价: 32.00元



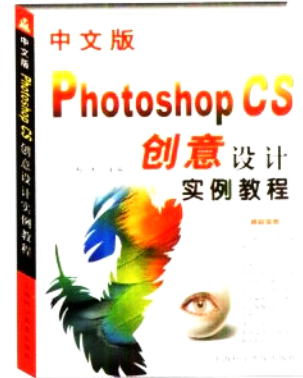
定价: 26.00元



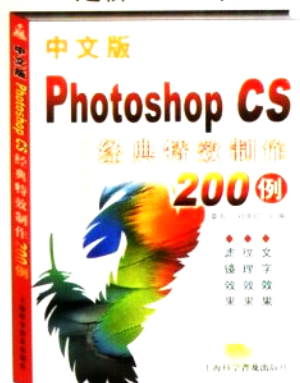
定价: 29.80元



定价: 26.80元



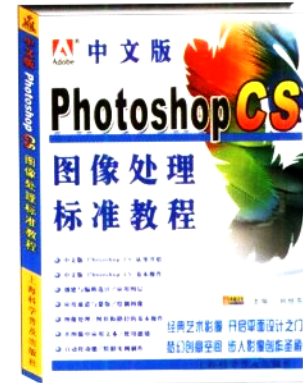
定价: 29.80元



定价: 31.80元



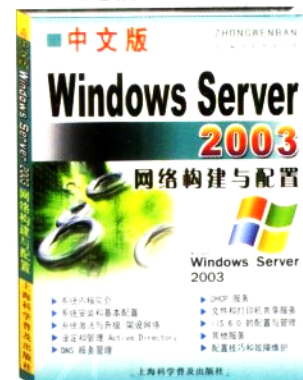
定价: 30.00元



定价: 30.00元



定价: 26.00元



定价: 20.00元



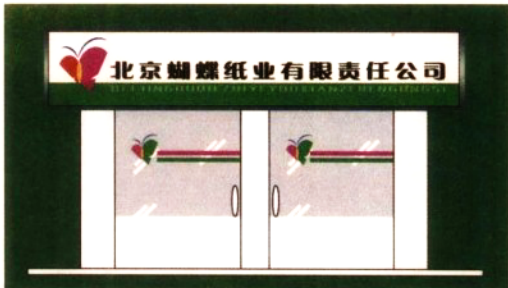
定价: 58.00元

内容提要

本书是一本 Photoshop CS2 VI 设计商用案例专著。全书共分 12 章，内容包括：VI 设计快速起跑、企业形象标识设计、标准字体设计、组合系统的标准设计、办公事务系统设计、旗帜系统设计、广告宣传系统设计、服装系统设计、交通运输系统设计、公关礼品系统设计、环境展示系统设计和蝴蝶整体 VI 体系设计。

本书作者主要由资深商业 VI 设计师、专业 IT 图书作家和长期从事设计及教学工作的电脑技术专业人员组成，确保了本书在美术、写作、技术和艺术多方面的正确性。

本书案例精彩、实用，讲解精辟，效果精美，物超所值，适合 Photoshop 的初、中级读者以及平面设计师阅读，也可作为各类 Photoshop 培训班的案例辅导教材。



前言

1. 丛书简介

随着计算机软硬件技术的不断更新和升级, Photoshop 的版本已从 1990 年的 Photoshop 1.0.7 升级到 2005 年的 Photoshop CS2, 越来越完善, 对 Photoshop 的学习与掌握, 也随着就业和职场形势的需要, 也从“基础理论”过渡到“应用实例”, 现再次上升到“商业案例”阶段。

目前的图书市场上, 有关 Photoshop 的图书异彩纷呈, 内容五花八门。如何为读者奉献更加优秀、实用的 Photoshop 图书, 将最好的技法秘籍、最时尚的学习方法毫无保留地奉献给读者是我们考虑的重点。因此, 编者采用“目标倒推法”, 从读者的“职业”需求出发, 进行选题定位和内容细分, 精心策划了这套《超炫风暴商用案例系列》丛书, 为读者量身打造“专业”的、“商业”的设计图书, 以满足就业和工作的迫切需求。本套图书共分为 6 本, 分别如下:

- 《中文版 Photoshop CS2 VI 设计经典商用案例》
- 《中文版 Photoshop CS2 包装设计经典商用案例》
- 《中文版 Photoshop CS2 广告设计经典商用案例》
- 《中文版 Photoshop CS2 卡漫设计经典商用案例》
- 《中文版 Photoshop CS2 建筑效果图制作经典商用案例》
- 《中文版 Photoshop CS2 数码相片处理与婚纱设计经典商用案例》

2. 丛书特色

本套书结构清晰, 步骤严谨, 讲解透彻, 采用了循序渐进的方式编写, 主要具有三大特色:

● 专业: 由企业 VI、商品包装、广告设计、卡漫设计、建筑设计和影像处理方面的资深商业设计师, 根据自己多年职场操练的心得、实战的经验, 联合打造的 Photoshop 专业著作, 将专业与职业相结合, 生动演绎 Photoshop 的魅力。

● 商业: 选取的精品案例不仅专业, 更为商业, 皆为经典成品, 设计师匠心独具, 将 Photoshop 核心技术与平面艺术完美结合, 尽显一流创意和效果, 并奉送实战技巧、传授设计真经, 读者即学即用, 便能制作出漂亮、精美的商业案例效果图, 从而学以致用, 迅速成为 Photoshop 商业设计高手。

● 光盘: 学习光盘中包含所有案例制作时使用到的素材、源文件和案例视频讲解等, 为读者亲自操作实践提供方便。光盘制作精美, 内容丰富全面, 方便实用, 物超所值。

3. 丛书适合人员

本书语言简洁, 内容丰富, 采用了图文对照的讲解方式, 适合以下人员使用:

第一类: 初级人员——学后便于求职和参加工作实践



前言

- 各类电脑培训班学员
 - 各中职、高职、高专、大专学员
 - 初级的平面设计人员、想向平面设计行业发展的人员
- 第二类：工作人员——提供创意思路、实战技法和设计经验
- 企业 VI 设计人员
 - 商品包装设计人员
 - 平面广告设计人员
 - 卡漫插画设计人员
 - 建筑效果设计人员
 - 影楼美工人员和照片处理人员等

4. 本书内容

本书为《中文版 Photoshop CS2 VI 设计经典商用案例》，全书共分 12 章，内容包括：VI 设计快速起跑、企业形象标识设计、标准字体设计、组合系统的标准设计、办公事务系统设计、旗帜系统设计、广告宣传系统设计、服装系统设计、交通运输系统设计、公关礼品系统设计、环境展示系统设计和蝴蝶整体 VI 体系设计。

5. 联系交流

本书由龙飞主编，飞龙工作室的林文、小玉具体编写，同时感谢柏松老师的指导与协助。由于编写时间仓促，书中可能存在不足之处，欢迎广大读者来信交流和指正，联系邮箱：feilong200688@yahoo.com.cn，我们将认真听取广大读者的宝贵意见，为您奉献更加专业、实用的计算机精品图书。

6. 版权声明

本书所提及的著名的公司及个人名称、优秀产品创意和商标等，均为所属公司或者个人所有，本书引用仅为说明之用，绝无侵权之意，特此声明。另外，本书中的大部分案例基本是从零开始原创制作（有些名称且是虚拟），如有雷同（包括外形、版式与制作过程等），实属巧合。

<http://www.china-ebooks.com>

编 者

2006 年 3 月



Contents >>>

目 录

第1章 VI设计快速起跑 1

- 1.1 CI概述与VI精探 1
 - 1.1.1 CI概述 1
 - 1.1.2 VI与CI、MI、BI的关系 2
 - 1.1.3 VI的构成要素 2
 - 1.1.4 VI手册的编制内容 4
- 1.2 认识中文版 Photoshop CS2 4
- 1.3 文件的操作 5
 - 1.3.1 新建和打开文件 5
 - 1.3.2 保存和关闭文件 6
 - 1.3.3 颜色的选取 7
- 1.4 图层的应用 8
 - 1.4.1 新建和复制图层 9
 - 1.4.2 删除和合并图层 9
 - 1.4.3 显示与隐藏图层 9
 - 1.4.4 链接图层 9
- 1.5 路径的应用 10
 - 1.5.1 路径的创建 10
 - 1.5.2 路径选择工具的运用 11
 - 1.5.3 直接选择工具的运用 11
 - 1.5.4 保存和删除路径 13
 - 1.5.5 填充和描边路径 13
 - 1.5.6 路径与选区的转换 14
- 1.6 文字的应用 14
 - 1.6.1 输入文字 14
 - 1.6.2 编辑文字 15
 - 1.6.3 创建路径文字 15



第2章 企业形象标识设计 16

- 2.1 通信型——摩托罗拉手机 16
 - 2.1.1 案例效果 16
 - 2.1.2 技法要点 16
 - 2.1.3 设计之旅 17
- 2.2 汽车型——日本丰田汽车 20
 - 2.2.1 案例效果 20
 - 2.2.2 技法要点 21
 - 2.2.3 设计之旅 21
- 2.3 科技型——苹果计算机 23
 - 2.3.1 案例效果 23
 - 2.3.2 技法要点 24
 - 2.3.3 设计之旅 24
- 2.4 金融型——交通银行 27
 - 2.4.1 案例效果 27
 - 2.4.2 技法要点 28
 - 2.4.3 设计之旅 28
- 2.5 房产型——枫香庭 30
 - 2.5.1 案例效果 30
 - 2.5.2 技法要点 30
 - 2.5.3 设计之旅 30



摩托罗拉



美国苹果计算机



第3章 标准字体设计 35

- 3.1 企业英文字设计——KUANGKE 35
 - 3.1.1 案例效果 35
 - 3.1.2 技法要点 36
 - 3.1.3 设计之旅 36
- 3.2 企业中文字设计——紫蝴蝶 38
 - 3.2.1 案例效果 38
 - 3.2.2 技法要点 38
 - 3.2.3 设计之旅 38
- 3.3 品牌中文字设计——全友电脑 41
 - 3.3.1 案例效果 41
 - 3.3.2 技法要点 41
 - 3.3.3 设计之旅 41
- 3.4 企业中文字设计——富士银行 45



3.4.1 案例效果	45
3.4.2 技法要点	45
3.4.3 设计之旅	45
3.5 企业中英文文字设计——碧海蓝天	48
3.5.1 案例效果	48
3.5.2 技法要点	48
3.5.3 设计之旅	48

第4章 组合系统的标准设计 51

4.1 标志与中英文组合模式——正都建装	51
4.1.1 案例效果	51
4.1.2 技法要点	51
4.1.3 设计之旅	52
4.2 标志与英文组合模式——波导手机	54
4.2.1 案例效果	54
4.2.2 技法要点	54
4.2.3 设计之旅	54
4.3 标志与色带组合模式——燕山铁路	56
4.3.1 案例效果	56
4.3.2 技法要点	57
4.3.3 设计之旅	57
4.4 标志与中英文组合模式——佰胜置业	60
4.4.1 案例效果	60
4.4.2 技法要点	60
4.4.3 设计之旅	60
4.5 标志与下属名称的组合模式——佰胜科技	63
4.5.1 案例效果	63
4.5.2 技法要点	64
4.5.3 设计之旅	64

第5章 办公事务系统设计 65

5.1 信封	65
5.1.1 案例效果	65
5.1.2 技法要点	65
5.1.3 设计之旅	66
5.2 办公专用笔	69
5.2.1 案例效果	69



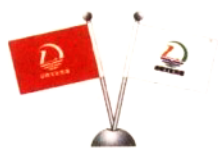
5.2.2 技法要点	70
5.2.3 设计之旅	70
5.3 胶带机	73
5.3.1 案例效果	73
5.3.2 技法要点	74
5.3.3 设计之旅	74
5.4 资料袋	77
5.4.1 案例效果	77
5.4.2 技法要点	78
5.4.3 设计之旅	78
5.5 一次性纸杯	84
5.5.1 案例效果	84
5.5.2 技法要点	84
5.5.3 设计之旅	84

第6章 旗帜系统设计 88

6.1 司旗	88
6.1.1 案例效果	88
6.1.2 技法要点	88
6.1.3 设计之旅	88
6.2 桌旗	92
6.2.1 案例效果	92
6.2.2 技法要点	92
6.2.3 设计之旅	92
6.3 吊旗	99
6.3.1 案例效果	99
6.3.2 技法要点	99
6.3.3 设计之旅	99
6.4 竖旗	102
6.4.1 案例效果	102
6.4.2 技法要点	102
6.4.3 设计之旅	102

第7章 广告宣传系统设计 107

7.1 工作牌	107
7.1.1 案例效果	107
7.1.2 技法要点	107



7.1.3 设计之旅	108
7.2 广告(雨)伞	111
7.2.1 案例效果	111
7.2.2 技法要点	111
7.2.3 设计之旅	111
7.3 雨衣	117
7.3.1 案例效果	117
7.3.2 技法要点	118
7.3.3 设计之旅	118
7.4 手提袋	123
7.4.1 案例效果	123
7.4.2 技法要点	123
7.4.3 设计之旅	123

第8章 服装系统设计 132

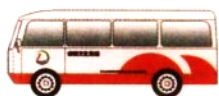
8.1 安全帽	132
8.1.1 案例效果	132
8.1.2 技法要点	133
8.1.3 设计之旅	133
8.2 T恤	138
8.2.1 案例效果	138
8.2.2 技法要点	138
8.2.3 设计之旅	139
8.3 广告帽	143
8.3.1 案例效果	143
8.3.2 技法要点	143
8.3.3 设计之旅	144
8.4 男女工作制服——夏装	147
8.4.1 案例效果	147
8.4.2 技法要点	147
8.4.3 设计之旅	147
8.5 男女工作制服——冬装	153
8.5.1 案例效果	153
8.5.2 技法要点	153
8.5.3 设计之旅	153
8.6 生产管理服	157
8.6.1 案例效果	157



8.6.2 技法要点	158
8.6.3 设计之旅	158

第9章 交通运输系统设计 162

9.1 集团轿车	162
9.1.1 案例效果	162
9.1.2 技法要点	162
9.1.3 设计之旅	162
9.2 集团货车	169
9.2.1 案例效果	169
9.2.2 技法要点	169
9.2.3 设计之旅	169
9.3 集团商务客车	176
9.3.1 案例效果	176
9.3.2 技法要点	176
9.3.3 设计之旅	176
9.4 集团大客车	184
9.4.1 案例效果	184
9.4.2 技法要点	184
9.4.3 设计之旅	185



第10章 公关礼品系统设计 191

10.1 领带夹	191
10.1.1 案例效果	191
10.1.2 技法要点	191
10.1.3 设计之旅	191
10.2 钥匙扣	192
10.2.1 案例效果	192
10.2.2 技法要点	193
10.2.3 设计之旅	193
10.3 杯子	199
10.3.1 案例效果	199
10.3.2 技法要点	199
10.3.3 设计之旅	199
10.4 打火机	203
10.4.1 案例效果	203
10.4.2 技法要点	204



10.4.3 设计之旅	204
10.5 笔记本	207
10.5.1 案例效果	207
10.5.2 技法要点	208
10.5.3 设计之旅	208



第 11 章 环境展示系统设计 213

11.1 企业形象墙	213
11.1.1 案例效果	213
11.1.2 技法要点	213
11.1.3 设计之旅	214
11.2 接待台	219
11.2.1 案例效果	219
11.2.2 技法要点	219
11.2.3 设计之旅	220
11.3 户外路杆广告	225
11.3.1 案例效果	225
11.3.2 技法要点	225
11.3.3 设计之旅	226
11.4 户外大型广告牌	232
11.4.1 案例效果	232
11.4.2 技法要点	233
11.4.3 设计之旅	233



第 12 章 蝴蝶整体 VI 体系设计 237

12.1 蝴蝶标志	237
12.1.1 案例效果	237
12.1.2 技法要点	237
12.1.3 设计之旅	237
12.2 蝴蝶名片	242
12.2.1 案例效果	242
12.2.2 技法要点	242
12.2.3 设计之旅	242
12.3 蝴蝶信封	245
12.3.1 案例效果	245
12.3.2 技法要点	245
12.3.3 设计之旅	246



12.4 蝴蝶文件夹	250
12.4.1 案例效果	250
12.4.2 技法要点	250
12.4.3 设计之旅	250
12.5 蝴蝶专用笔	254
12.5.1 案例效果	254
12.5.2 技法要点	254
12.5.3 设计之旅	255
12.6 蝴蝶订书机	258
12.6.1 案例效果	258
12.6.2 技法要点	259
12.6.3 设计之旅	259
12.7 蝴蝶车体广告	264
12.7.1 案例效果	264
12.7.2 技法要点	264
12.7.3 设计之旅	264
12.8 蝴蝶软盘	266
12.8.1 案例效果	266
12.8.2 技法要点	267
12.8.3 设计之旅	267
12.9 蝴蝶手提袋	275
12.9.1 案例效果	275
12.9.2 技法要点	276
12.9.3 设计之旅	276
12.10 蝴蝶工作制服	282
12.10.1 案例效果	282
12.10.2 技法要点	282
12.10.3 设计之旅	282
12.11 蝴蝶等候座	287
12.11.1 案例效果	287
12.11.2 技法要点	287
12.11.3 设计之旅	287
12.12 蝴蝶大门外观识别	292
12.12.1 案例效果	292
12.12.2 技法要点	292
12.12.3 设计之旅	292



第1章 VI 设计快速起跑

随着 Knoll 兄弟和 Adobe 公司开发小组的不断努力, Photoshop 推出了其最新版本——中文版 Photoshop CS2。该版本同以前版本相比, 功能更加完善, 操作更加简便, 在企业 VI 设计领域的应用也更广泛。

在介绍中文版 Photoshop CS2 在 VI 设计领域中的应用之前, 首先了解一下与 VI 相关的一些基本概念。



1.1 CI 概述与 VI 精探

VI (Visual Identity) 是视觉识别的英文简称, 它借助一切可见的视觉符号在企业内外传递与企业相关的信息。在具体了解 VI 之前, 首先了解一下 CI 的内容。

1.1.1 CI 概述

CI 系统是企业形象识别系统 (Corporate Identity System) 英文名称的缩写, 简称为 CI 或 CIS, 它包括理念识别 (MI)、行为识别 (BI) 和视觉识别 (VI) 三部分, 如图 1-1 所示。

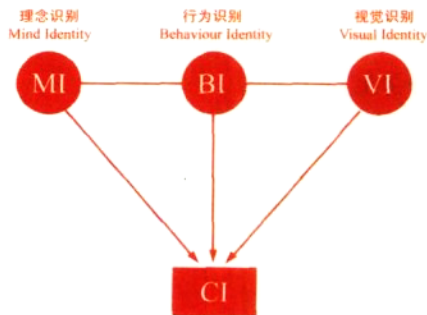


图 1-1 CI 结构图

1. 理念识别 (MI)

理念识别是整个 CI 系统的核心和原动力, 因为它具有规划企业精神、制定经营策略和决定企业性格等功能。

2. 行为识别 (BI)

行为识别是以明确完善的企业经营理念为核心, 制定企业内部的制度与行为等。另外, 企业的社会公益活动、赞助活动和公共关系等动态识别也属于行为识别范畴。

3. 视觉识别 (VI)

视觉识别是 CI 的静态识别, 它透过一切可见的视觉符号对外传达企业的经营理念与情