

数字媒体技术应用专业系列教材

平面设计创意与制作

—CorelDRAW X6+Photoshop CS6

□ 吴晓琼 主编 □ 郑果 江春梅 副主编

现



数字媒体技术应用专业系列教材

平面设计创意与制作

——CorelDRAW X6+Photoshop CS6

Pingmian Sheji Chuangyi Yu Zhizuo

——CorelDRAW X6+Photoshop CS6

吴晓琼 主 编
郑果 江春梅 副主编

高等教育出版社·北京

内容提要

本书是数字媒体技术应用专业系列教材,根据“中等职业学校数字媒体技术应用专业教学标准”编写而成。

本书将 Photoshop CS6 和 CorelDRAW X6 结合起来,完成平面设计创意制作,尤其强调商业广告设计制作,详细讲解各种类型平面广告设计的创意思路、构图和用色等表现手法,并通过案例介绍软件的功能和制作技巧,使学生能灵活运用软件完成案例制作。

本书紧跟平面设计创意制作发展趋势和行业特点,涵盖广告设计基础、文字设计、标志设计、卡片设计、DM 单设计、招贴(海报)设计、插画设计、画册设计、书籍装帧设计、包装设计、网页界面设计、VI 设计共 12 个项目。每个项目都包含相关知识、项目实例(含操作步骤)、作品赏析、拓展练习、项目小结等模块。

本书配套学习卡网络教学资源,使用本书封底所附的学习卡,登录 <http://sve.hep.com.cn>,可获得相关资源,详见书末“郑重声明”页。

本书可作为职业学校学生学习完 Photoshop 和 CorelDRAW 基础软件功能后的实训教材,同时适合具有一定软件操作基础,希望学习平面广告设计的读者自学使用,也可以作为各类社会培训学校的教学用书。

图书在版编目(CIP)数据

平面设计创意与制作:CorelDRAW X6+Photoshop
CS6 / 吴晓琼主编. —北京:高等教育出版社, 2014.6
ISBN 978-7-04-039401-6

I. ①平… II. ①吴… III. ①平面设计-图像处理软件 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 051945 号

策划编辑 陈莉	责任编辑 陈莉	封面设计 杨立新	版式设计 杜微言
责任校对 胡美萍	责任印制 毛斯璐		

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司	网上订购	http://www.landaco.com
开 本	787 mm×1 092 mm 1/16		http://www.landaco.com.cn
印 张	15.5		
字 数	380 千字	版 次	2014年6月第1版
插 页	2	印 次	2014年6月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	29.40 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 39401-00

全书项目实例效果图

项目2 “逍遥居食府”店招设计



项目3 “丝柔水密码”洗发水标志设计



项目4 银行信用卡卡面设计



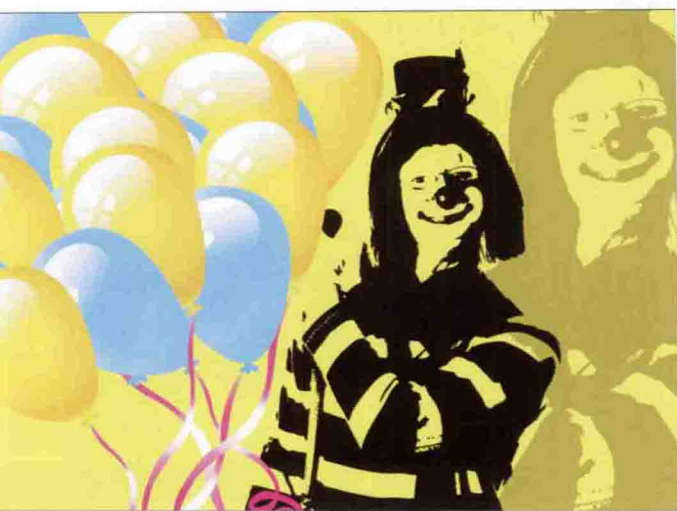
项目5 儿童摄影店DM折页广告



项目6 端午粽招贴设计



项目7 滑稽小丑插画设计



项目8 企业形象画册设计



项目9 《朝花夕拾》封面设计



项目10 牛奶包装设计



项目11 电子病历网站页面设计



项目12 “美好时光影楼”VI设计



前言

本书是数字媒体技术应用专业系列教材,根据“中等职业学校数字媒体技术应用专业教学标准”编写。在竞争日益激烈的商业社会,平面设计,尤其是平面广告设计已成为商业活动中的一个重要环节和组成部分。

Photoshop CS6 和 CorelDRAW X6 是当今最流行的图形图像处理和矢量图形设计软件,广泛应用于平面设计、包装设计、数字出版等诸多领域。在实际的设计工作中,要想出色地完成一件平面设计作品,往往需要利用两种软件各自的优势,将其巧妙地结合使用。

根据职业学校学生特点和当前平面广告发展趋势、行业设计特点,本书以典型的平面广告设计为目标,通过多个商业项目案例,全面细致地讲解如何综合应用 Photoshop CS6 和 CorelDRAW X6 来完成一个完整的商业广告项目,包括设计流程和制作技巧,在此过程中融入了相关广告类别的基础知识,力争做到目标明确、思路清晰、知识点到位,使学生能够在掌握软件应用、操作技能的基础上,启发设计灵感,开拓设计思路,提高设计能力。

本书包含 12 个项目:项目 1 广告设计基础,介绍商业广告的概念、平面构成和色彩构成的基础知识;项目 2 文字设计,介绍文字设计的特点、技巧和文字设计的常用形式以及典型案例制作;项目 3 标志设计,介绍标志设计的构成元素和标志设计的原则与禁忌、创意与技巧以及典型案例制作;项目 4 卡片设计,介绍卡片的分类与构成,卡片的设计原则与技巧、卡片的制作流程以及典型案例制作;项目 5 DM 单设计,介绍 DM 单的类别、设计形式以及典型案例制作;项目 6 招贴(海报)设计,介绍招贴广告中图形、文字、色彩的职能与表现以及典型案例制作;项目 7 插画设计,介绍插画的功能、分类,设计方法以及典型案例制作;项目 8 画册设计,介绍画册的组成、编排方法和设计准则以及典型案例制作;项目 9 书籍装帧设计,介绍书籍装帧的定义和书籍装帧的设计要素与原则以及典型案例制作;项目 10 包装设计,介绍包装的特点和功能,包装的类别和设计方法以及典型案例制作;项目 11 网页界面设计,介绍网页组成元素、界面设计的原则、版面布局形式以及典型案例制作;项目 12 VI 设计,介绍 VI 设计概念,设计 VI 的方法、注意事项以及典型案例制作。每个项目的项目实例都详细讲解了操作步骤,重点突出其设计理念和核心技能。

本书配套学习卡网络教学资源,使用本书封底所附的学习卡,登录 <http://sve.hep.com.cn>,可获得相关资源,详见书末“郑重声明”页。

本书参考学时为 96 学时,其中,理论讲授 26 课时,实训操作 70 课时,各项目的参考学时分配见下表(仅供参考)。

项目	课程内容	学时分配		
		理论讲授	实训操作	合计
1	广告设计基础	2	2	4
2	文字设计	2	4	6
3	标志设计	2	4	6
4	卡片设计	2	6	8

续表

项目	课程内容	学时分配		
		理论讲授	实训操作	合计
5	DM 单设计	2	6	8
6	招贴(海报)设计	2	6	8
7	插画设计	2	4	6
8	画册设计	2	8	10
9	书籍装帧设计	2	8	10
10	包装设计	2	8	10
11	网页界面设计	2	4	6
12	VI 设计	4	10	14
合计		26	70	96

本书由吴晓琼担任主编,对本书的框架结构和具体内容进行了设计及把关,由郑果、江春梅担任副主编,对全书项目进行统稿和校对,参与本书编写工作的还有梁亚飞、唐晓、刘莎、李瑞、林凯,其中项目1和项目6由林凯编写,项目2由李瑞编写,项目3、项目7和项目12由唐晓编写,项目4、项目5和项目11由吴晓琼编写,项目8由刘莎编写,项目9由梁亚飞编写,项目10由江春梅编写。龙天才对全书进行了认真审阅,本书在编写过程中得到了四川省什邡市职业中专学校相关领导的关心与支持,以及夏时木、李梁雅等行业专家的大力协助,在此一并表示衷心的感谢!

由于时间仓促,加之编者的水平有限,书中难免存在疏漏和不妥之处,敬请广大读者批评指正,以便我们修改完善。读者意见反馈邮箱:wxqhuaxia@sina.com。

本书所用素材仅供教学使用,不得用于任何商业领域。

编 者
2014 年 4 月

目 录

项目 1 广告设计基础	1	6.2 项目实例——端午粽招贴设计	103
1.1 广告设计的概念	1	6.3 作品赏析	115
1.2 平面构成设计基础	6	6.4 拓展练习	116
1.3 色彩构成设计基础	12	6.5 项目小结	116
项目 2 文字设计	20	项目 7 插画设计	117
2.1 相关知识	20	7.1 相关知识	117
2.2 项目实例——“逍遥居食府”店招设计	26	7.2 项目实例——滑稽小丑插画设计	124
2.3 作品赏析	32	7.3 作品赏析	131
2.4 拓展练习	33	7.4 拓展练习	132
2.5 项目小结	33	7.5 项目小结	133
项目 3 标志设计	34	项目 8 画册设计	134
3.1 相关知识	34	8.1 相关知识	134
3.2 项目实例——“丝柔水密码”洗发水标志设计	43	8.2 画册构成要素	137
3.3 作品赏析	50	8.3 项目实例——企业形象画册设计	145
3.4 拓展练习	51	8.4 作品赏析	157
3.5 项目小结	52	8.5 拓展练习	158
项目 4 卡片设计	53	8.6 项目小结	159
4.1 相关知识	53	项目 9 书籍装帧设计	160
4.2 项目实例——银行信用卡卡面设计	59	9.1 相关知识	160
4.3 作品赏析	67	9.2 项目实例——《朝花夕拾》封面设计	166
4.4 拓展练习	68	9.3 作品赏析	172
4.5 项目小结	69	9.4 拓展练习	174
项目 5 DM 单设计	70	9.5 项目小结	175
5.1 相关知识	70	项目 10 包装设计	176
5.2 项目实例——儿童摄影店 DM 折页广告	75	10.1 相关知识	176
5.3 作品赏析	88	10.2 项目实例——牛奶包装设计	181
5.4 拓展练习	89	10.3 作品赏析	190
5.5 项目小结	90	10.4 拓展练习	190
项目 6 招贴(海报)设计	91	10.5 项目小结	191
6.1 相关知识	91	项目 11 网页界面设计	192
		11.1 相关知识	192
		11.2 项目实例——电子病历网站页面设计	206

11.3 作品赏析	217	12.2 项目实例——“美好时光影楼”VI	
11.4 拓展练习	218	设计	228
11.5 项目小结	219	12.3 作品赏析	237
项目 12 VI 设计	220	12.4 拓展练习	239
12.1 相关知识	220	12.5 项目小结	239

项目1 广告设计基础

1.1 广告设计的概念

广告设计是指从广告创意到广告制作的中间过程。广告设计是广告的主题、创意、语言文字、形象、衬托 5 个要素构成的组合安排,最终目的是通过广告来达到吸引眼球、强化品牌形象、提升产品认知度等目的。在商品社会,广告随着商品交换而产生,并随着商品的扩大生产而发展,逐渐形成了一种以推销商品、唤起消费激情为动力的文化。

1. 广告设计的价值与功能

在商业设计中,商品的包装、广告设计以树立企业形象、进行产品促销为目的,其设计的经济价值甚至难以估量。例如,在 20 世纪 90 年代末,广州新境界设计公司的成名作——“太阳神”企业形象设计,使一个名不见经传的小厂在短短 3 年内迅速发展,以年销售额 200%~300% 的速度递增,成为中国企业成功塑造企业形象的典范之一,如图 1-1 和图 1-2 所示。



图 1-1 太阳神企业 Logo



图 1-2 太阳神公司名片

2. 广告设计的特点

(1) 需求性

所有的商业广告设计都是为了满足企业、消费者、投资商的某种需求,盲目的商业广告设计是不存在的。

(2) 创造性

商业广告设计成果要具有创造性,陈旧的产品设计无法满足人们生活方式的不断更新,

必须呈现出崭新的设计成果或体现出原设计成果中局部的创新。

(3) 审美性

商业广告设计作为一种人类文化和创造性的审美活动,创作中必须考虑消费者的审美取向,符合消费者的审美需求。

(4) 程序性

商业广告设计具有一定的程序性,在设计过程中有几项不可缺少的工作内容,即接受任务→确定目标→市场调查→评价设计→工艺制作→效果分析。

(5) 物质性

所有的商业广告设计活动都受物质条件的制约,不能不考虑物质条件而随心所欲地创作。这种物质性特征最主要体现在广告的制作材料方面。

(6) 时空性

所有的商业广告设计都必然受到时间与空间的限制,不同的时空限制决定了广告设计的不同思路和表现形式。

3. 广告的分类

(1) 文字设计

文字设计是广告设计的重要组成部分,它根据文字在页面中的不同用途,用图像处理和其他艺术字加工手段,对文字进行处理和编排,以达到协调页面的效果,更有效地传播信息,如图 1-3 和图 1-4 所示。



图 1-3 字体设计 连接笔画



图 1-4 字体设计 公用笔画

(2) 标志设计

标志是一种大众传播符号,它以精练的形象表达一定的涵义,并借助于人们的符号识别、联想等思维能力,传达特定的信息。图 1-5 和图 1-6 所示是两种不同商品的标志形象。



图 1-5 七喜 Logo



图 1-6 旺旺食品 Logo

(3) 卡片设计

卡片,包括名片、会员卡、邀请函、各类贺卡等,应用广泛,一般小巧精致,如图 1-7 和图 1-8 所示。



图 1-7 pv 卡片



图 1-8 纸质卡片

(4) DM 单设计

DM 来源于英文 Direct Mail Advertising,意为“直接邮寄广告”,通常由 8 开或 16 开广告纸正反面彩色印刷而成,如图 1-9 所示。



图 1-9 双面 DM 单

(5) 招贴(海报)设计

招贴指张贴于纸板、墙、大木板或车辆上的印刷广告,或以其他方式展示的印刷广告,它是户外广告的主要形式,如图1-10所示。

(6) 插画设计

插画是平常所看的报纸、杂志、各种刊物或儿童图画书里,在文字间所加插的图画,用以增加刊物中文字的趣味性,使文字部分能更生动、更形象,在现代商业设计中,插画已是平面设计、广告设计的重要视觉要素,是被设计所带动的产物,作为一种有形的图画,是为了达成某种特定目标而设计的图形。如图1-11和图1-12所示。

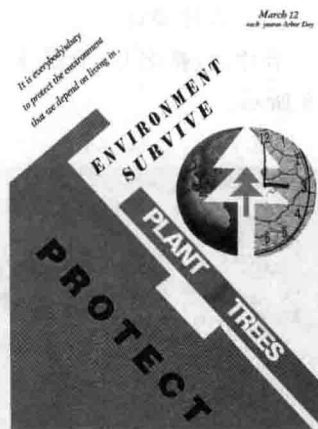


图1-10 竖式招贴



图1-11 插画设计

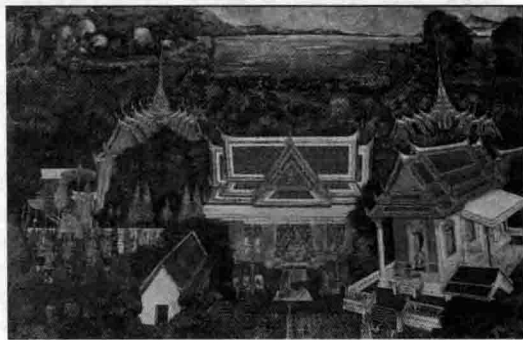


图1-12 国外民间传说插画

(7) 画册设计

画册是一个展示平台,企业或者个人都可以成为画册的拥有者,通过设计可以用流畅的线条、和谐的图片 and 优美的文字组合成一本富有创意又具有可读性、观赏性的精美画册,如图1-13和图1-14所示。

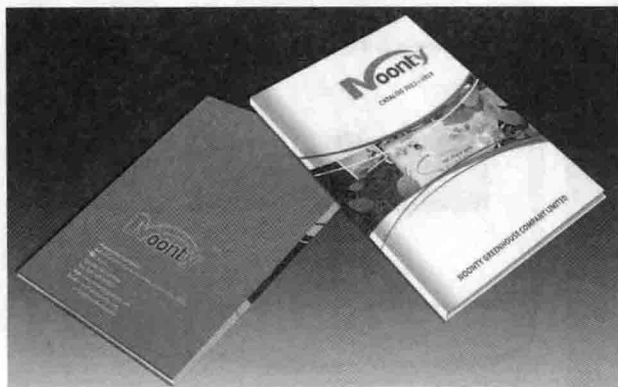


图1-13 Noonty公司画册

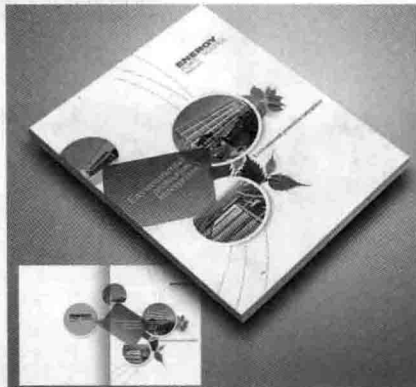


图1-14 商业画册

(8) 书籍装帧设计

书籍装帧设计是指从书籍文稿到成书出版的整个设计过程,也是完成从书籍形式的平

面化到立体化的过程,设计时既要考虑设计元素,也要考虑书籍内容与形式的统一,如图 1-15 和图 1-16 所示。



图 1-15 书籍装帧设计 1



图 1-16 书籍装帧设计 2

(9) 包装设计

包装设计是一门集实用技术学、美学为一体的设计艺术。商品包装在流通中具有两大功能:一是保护商品,二是获取社会的认知,即让消费者认识、喜爱和接受。商品包装的好坏将直接影响商品的宣传、生产企业的形象、商品的自身价值、销路以及生产厂家的经济效益和企业的发展。图 1-17 所示为常见的商品包装。



图 1-17 常见的商品包装

(10) 网页界面设计

网页界面是用户与网站进行交互的媒介,是用户最直观的体验,网页由一些基本元素构成,包括文本、图像、超级链接、表格、动画、音乐和交互式表单等,如图 1-18 所示。



图 1-18 网页界面设计

(11) VI 设计

VI 设计是以标志、标准字和标准色为核心展开的完整的视觉表达系统,将企业理念、企业文化、服务内容和企业规范等抽象概念转换为具体符号,塑造出独特的企业形象,如图 1-19 和图 1-20 所示。



图 1-19 冷色系 VI 设计

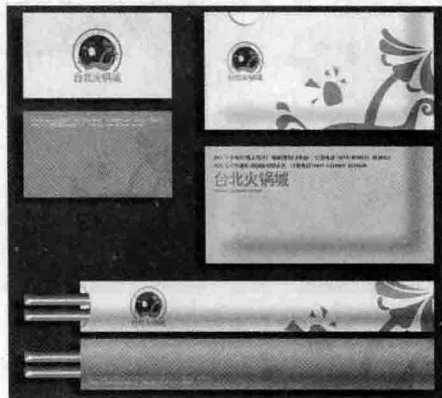


图 1-20 暖色系 VI 设计

1.2 平面构成设计基础

1. 平面构成的基本元素

平面构成是视觉元素在二次元的平面上,按照美的视觉效果和力学原理进行编排和组合,它以理性和逻辑推理来创造形象,研究形象与形象之间排列的方法。平面构成的基本元素主要有以下 4 类:

(1) 概念元素

概念元素通常指点、线、面。

(2) 视觉元素

概念元素通过视觉元素呈现于画面,视觉元素包括形状、大小、色彩、肌理等。

(3) 关系元素

视觉元素在画面上如何组织、排列,是靠关系元素来决定的。关系元素包括方向、位置、空间、重心等。

(4) 实用元素

实用元素主要是指设计所表达的含义、内容,设计的目的及功能。

2. 基本形的造型手段

以最基本的几何形,通过组合、透叠、减缺等多种手段组合成新的基本形,造型手段主要有以下 8 种。

(1) 分离

形与形之间不相互接触,有一定的距离,如图 1-21 所示。

(2) 接触