

Photoshop CS5 + Illustrator CS5

最新

电脑平面设计 高级教程

Ps

Ai

朱云飞 章明 陈驰 胡文毅 / 主编

本书全面剖析并融合了 Photoshop CS5 和 Illustrator CS5 的基础功能、核心技术与经典案例，打造全彩教程第一教学品牌。

11 类知识主题

+

10 大应用领域

+

22 种素材文件

+

25 个实战案例

+

31 个动手操作

+

128 道课后练习

随书附赠光盘

附赠全书所有案例的原始素材文件和最终效果文件及25个经典案例视频教学，方便读者检验自身学习效果



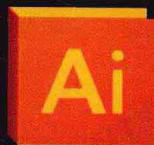
中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



Photoshop CS5 + Illustrator CS5

最新

电脑平面设计 高级教程



朱云飞 章明 陈驰 胡文毅 / 主编



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中国青年出版社

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室

中国青年出版社

010-65233456 65212870

010-59521012

<http://www.shdf.gov.cn>

E-mail: cyplaw@cypmedia.com MSN: cyp_law@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

最新电脑平面设计高级教程 / 朱云飞等主编. — 北京：中国青年出版社，2011.6

ISBN 978-7-5006-9997-2

I. ①最… II. ①朱… III. ①平面设计—图形软件—教材 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 105290 号

最新电脑平面设计高级教程

朱云飞 章明 陈驰 胡文毅 主编

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条 21 号

邮政编码：100708

电话：(010) 59521188 / 59521189

传真：(010) 59521111

企划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：郭光 张鹏 柳琪

封面设计：唐棣 王玉平

印刷：北京联兴盛业印刷股份有限公司

开本：787×1092 1/16

印张：16.75

版次：2011 年 7 月北京第 1 版

印次：2011 年 7 月第 1 次印刷

书号：ISBN 978-7-5006-9997-2

定价：49.80 元（附赠 1CD，含实例文件+视频教学）

本书如有印装质量等问题，请与本社联系 电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：<http://www.lion-media.com.cn>

“北大方正公司电子有限公司”授权本书使用如下方正字体。

封面用字包括：方正兰亭黑系列

前言

随着计算机软件技术的迅猛发展，与之相关的图书也层出不穷，但由于受传统出版思路和教学方法的影响，市面上相当一部分图书都存在理论讲解与实际应用无法完全融合的尴尬，使得读者在学习过程中会感到知识的不连贯性，表现为学习完理论知识后，实际操作软件时会遇到不知如何下手的困惑。基于此，我们考虑以知识改革为核心，在图书的内容和结构上做一些突破，运用比较成熟的案例教学方法，策划出版一批真正能让读者所学即所用的实战案例型图书，从而使每一位读者学完后均可达到一定的职业技能水平。

—— 作者

软件简介

Adobe 公司推出的 Adobe CS5 系列软件中，Photoshop 与 Illustrator 是应用最为广泛的两款平面设计软件。其中，前者主要用于图像的编辑处理，是一款位图处理软件；后者主要用于图像的制作，是一款矢量图创作软件。换句话说，Photoshop 在图形处理方面较为优秀，Illustrator 在图形绘制方面较为优秀。

内容导读

本书采用 Photoshop CS5 和 Illustrator CS5 版本，将软件基础知识与实际运用相结合为读者进行平面设计知识的讲解。全书共分为三个部分：第一部分为认识平面设计，主要讲解平面设计的基础知识和相关概念；第二部分为 Photoshop CS5 的基础与应用；第三部分为 Illustrator CS5 的基础与应用。后两部分章节均从软件的基础知识和操作入手，结合软件在各领域的实际应用进行案例展示和制作，并对行业相关知识进行了深度剖析，让读者充分熟悉软件的各大功能与操作，以辅助读者完成各项平面设计工作。正所谓要“授人以渔”，读者不仅可以掌握这两款平面设计软件，还能利用它们独立完成平面作品的创作。

体例特色

本书体例结构完整，集知识与应用为一体。全书共 15 章，第 1 章为平面设计基础知识，这是总括性的一章，旨在提高读者的学习兴趣，带领读者走入平面设计的殿堂。在后面的章节中不仅对基础知识和具体操作等方面的内容进行了全方位讲解，还穿插了“实战案例”，以实现章节中重要知识点的运用，从而加深读者的印象。在每一章的最后都安排了“课后拓展训练”，以帮助读者巩固所学知识。

本书在书稿的编写和对行业实例的制作过程中力求严谨，但由于时间关系加之作者水平有限，书中难免出现疏漏与不妥之处，敬请广大读者批评指正。

本书由湖北工业大学朱云飞老师、景德镇高等专科学校章明老师、陈驰老师、胡文毅老师主编，在本书的编写过程中，他们始终秉承严谨与务实的原则，兢兢业业，付出了艰辛的劳动，特此表示感谢！

Part 01 认识平面设计

Chapter 01 初识平面设计



1.1 平面设计的基础知识	010
1.1.1 平面设计的概念	010
1.1.2 平面设计的要素	011
1.1.3 平面设计的构图	012
1.2 平面设计作品的用途	013
1.2.1 平面广告设计	013
1.2.2 海报招贴设计	014
1.2.3 Logo 标志设计	014
1.2.4 书籍装帧设计	015
1.3 实战案例：作品欣赏	015
1.4 平面设计的专业术语	016
1.4.1 像素和分辨率	016
1.4.2 矢量图和位图	017
1.4.3 图像色彩模式	018
1.4.4 常见图像文件格式	019
1.5 平面设计的艺术创意	021
1.5.1 艺术创意在平面设计中的地位	021
1.5.2 艺术创意的原则	021
1.5.3 创意的获取	023
1.6 本章小结	025
1.7 课后拓展训练	025

Part 02 Photoshop 基础与应用

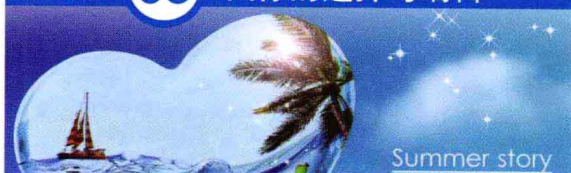
Chapter 02 Photoshop CS5 概述



2.1 初识 Photoshop CS5	028
2.1.1 准备安装 Photoshop CS5	028

2.1.2 Photoshop CS5 的操作界面	029
2.2 实战案例：Photoshop CS5 的安装与注册	033
2.3 Photoshop CS5 的基本操作	034
2.3.1 图像文件的操作	034
2.3.2 图像和画布的调整操作	035
2.3.3 辅助绘图工具的使用	036
2.4 Photoshop CS5 新增功能	037
2.4.1 复杂图像的选择	037
2.4.2 内容感知型填充	038
2.4.3 增强的 HDR 成像	038
2.4.4 出众的绘图效果	038
2.4.5 自动镜头校正	038
2.4.6 便捷的黑白转换	039
2.4.7 操控变形	039
2.4.8 轻松实现 3D 突出	039
2.4.9 出色的媒体管理	040
2.5 实战案例：打开指定的图像并将其另存	040
2.6 课后拓展训练	041

Chapter 03 图像的选择与编辑



3.1 选择工具的使用	042
3.1.1 选框工具组	042
3.1.2 套索工具组	043
3.1.3 魔棒工具	045
3.1.4 移动工具	045
3.2 选区的编辑	046
3.2.1 选区的运算	046
3.2.2 选区的修改	047
3.2.3 选区的变换	049
3.2.4 存储选区	049
3.2.5 载入选区	049
3.3 实战案例：制作环保标识	050
3.4 图像的裁切、度量及注释	051
3.4.1 图像的裁切	051
3.4.2 图像的度量	053
3.4.3 图像的注释	053
3.5 特殊颜色效果的调整	053

3.5.1	黑白	054
3.5.2	阈值	054
3.5.3	去色	054
3.5.4	反相	054
3.5.5	渐变映射	055
3.6	实战案例：制作刷漆效果剧照	055
3.7	本章小结	057
3.8	课后拓展训练	057



4.1	图层概述	058
4.1.1	图层的类型	058
4.1.2	图层面板简介	060
4.2	图层的基本操作	060
4.2.1	新建图层	060
4.2.2	删除图层	060
4.2.3	复制图层	061
4.2.4	合并图层	061
4.2.5	重命名图层	062
4.2.6	锁定 / 解锁图层	062
4.2.7	图层的对齐与分布	062
4.2.8	创建与编辑图层组	062
4.3	实战案例：制作立体魔方	062
4.4	图层的高级操作	064
4.4.1	图层的常规混合	064
4.4.2	图层的高级混合	067
4.4.3	图层样式的应用	067
4.5	实战案例：制作照片撕裂效果	071
4.6	本章小结	072
4.7	课后拓展训练	073



5.1	画笔工具组的应用	074
5.1.1	画笔工具	074
5.1.2	铅笔工具	077

5.1.3	颜色替换工具	077
5.1.4	混合器画笔工具	078
5.2	形状工具组的应用	079
5.3	图章工具组的应用	081
5.3.1	仿制图章工具	081
5.3.2	图案图章工具	081
5.4	橡皮擦工具组的应用	082
5.4.1	橡皮擦工具	082
5.4.2	背景橡皮擦工具	083
5.4.3	魔术橡皮擦工具	083
5.5	实战案例：绘制荷塘景色	084
5.6	历史记录画笔工具组的应用	086
5.6.1	历史记录画笔工具	086
5.6.2	历史记录艺术画笔工具	086
5.7	模糊、涂抹、锐化工具的应用	086
5.7.1	模糊工具	087
5.7.2	锐化工具	087
5.7.3	涂抹工具	087
5.8	减淡、加深、海绵工具的应用	088
5.8.1	减淡工具	088
5.8.2	加深工具	088
5.8.3	海绵工具	089
5.9	实战案例：制作仿手绘效果	089
5.10	本章小结	092
5.11	课后拓展训练	092



6.1	图像色彩分布的查看	093
6.1.1	“信息”面板	093
6.1.2	“直方图”面板	093
6.1.3	颜色取样器工具	094
6.2	调整图像的色调	095
6.2.1	色阶	095
6.2.2	曲线	095
6.2.3	亮度 / 对比度	096
6.2.4	色调均化	096
6.2.5	色调分离	096
6.3	实战案例：为黑白照片上色	097
6.4	调整图像的色彩	099
6.4.1	色彩平衡	099



6.4.2	色相 / 饱和度	099
6.4.3	替换颜色	100
6.4.4	匹配颜色	100
6.4.5	通道混合器	101
6.4.6	阴影 / 高光	101
6.4.7	曝光度	102
6.5	实战案例：美化照片	102
6.6	本章小结	104
6.7	课后拓展训练	104

Chapter 07 路径与文字

7.1	路径的使用	105
7.1.1	创建路径	105
7.1.2	编辑路径	106
7.1.3	应用路径	107
7.2	实战案例：打造镂空雕花效果	108
7.3	文字的使用	110
7.3.1	创建文字对象	110
7.3.2	设定文字属性	110
7.3.3	编辑文字图层	111
7.4	实战案例：制作健康杂志封面	114
7.5	本章小结	116
7.6	课后拓展训练	116

Chapter 08 通道与蒙版

8.1	通道的概述	117
8.1.1	通道的类型	117
8.1.2	“通道”面板	118
8.2	通道的基本操作	118
8.2.1	创建 Alpha 通道	118
8.2.2	创建专色通道	119
8.2.3	通道的分离与合并	119
8.2.4	通道的复制与删除	120
8.3	实战案例：利用通道快速抠图	120
8.4	认识蒙版	122
8.4.1	蒙版的概念	122

8.4.2	蒙版的作用	122
8.4.3	蒙版的创建	123
8.5	蒙版的操作	124
8.5.1	图层蒙版的添加与编辑	124
8.5.2	图层蒙版的停用和启用	125
8.6	实战案例：图像的合成	125
8.7	本章小结	129
8.8	课后拓展训练	129

Chapter 09 滤镜的应用

9.1	Photoshop CS5 中的滤镜	130
9.1.1	滤镜的概念	130
9.1.2	滤镜的分类	130
9.1.3	常用的几种外部滤镜	130
9.2	图像修饰滤镜	131
9.2.1	“滤镜库”滤镜	131
9.2.2	“液化”滤镜	131
9.2.3	“镜头矫正”滤镜	132
9.2.4	“消失点”滤镜	132
9.3	实战案例：制作冰效字	133
9.4	常用内部滤镜效果	135
9.4.1	“像素化”滤镜	135
9.4.2	“扭曲”滤镜	137
9.4.3	“杂色”滤镜	140
9.4.4	“模糊”滤镜	142
9.4.5	“渲染”滤镜	145
9.4.6	“画笔描边”滤镜	146
9.4.7	“素描”滤镜	148
9.4.8	“纹理”滤镜	150
9.4.9	“艺术效果”滤镜	151
9.4.10	“视频”滤镜	153
9.4.11	“锐化”滤镜	153
9.4.12	“风格化”滤镜	155
9.4.13	“其它”滤镜	158
9.5	外挂滤镜概述	159
9.5.1	外挂滤镜的安装	159
9.5.2	外挂滤镜的使用	159
9.6	实战案例：咖啡广告的制作	160
9.7	本章小结	164
9.8	课后拓展训练	164

Part 03 Illustrator 基础与应用

Chapter 10 Illustrator CS5 概述



- 10.1 初识 Illustrator CS5 166
 - 10.1.1 Illustrator CS5 的操作界面 166
 - 10.1.2 Illustrator CS5 的新增功能 171
 - 10.1.3 图形文件的基本操作 172
- 10.2 Illustrator CS5 的基本操作 174
 - 10.2.1 图形的查看 174
 - 10.2.2 辅助工具的应用 176
 - 10.2.3 对象的选择 177
- 10.3 实战案例：对象的“编组 / 取消编组”功能介绍 179
- 10.4 本章小结 179
- 10.5 课后拓展训练 180

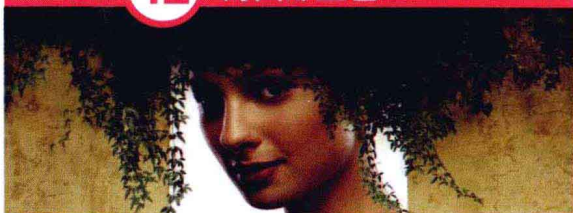
Chapter 11 图形的绘制



- 11.1 绘制基本图形 181
 - 11.1.1 直线、弧形与螺旋线的绘制 181
 - 11.1.2 矩形、椭圆形的绘制 183
 - 11.1.3 星形、多边形的绘制 185
 - 11.1.4 光晕的绘制 186
- 11.2 绘制路径 186
 - 11.2.1 路径简介 187
 - 11.2.2 使用铅笔工具绘制路径 187
 - 11.2.3 使用钢笔工具绘制路径 188
- 11.3 实战案例：制作章鱼保罗 189
- 11.4 编辑路径 192

- 11.4.1 选择锚点 192
- 11.4.2 添加和删除锚点工具 193
- 11.4.3 转换锚点工具 193
- 11.4.4 路径编辑工具 194
- 11.5 本章小结 196
- 11.6 课后拓展训练 197

Chapter 12 为图形上色



- 12.1 矢量图形的着色 198
 - 12.1.1 “色板”和“颜色”面板 198
 - 12.1.2 单色填充 201
 - 12.1.3 渐变填充 202
 - 12.1.4 图案填充 204
- 12.2 实时上色 205
- 12.3 实时描摹 206
- 12.4 实战案例：制作叠影效果花朵 209
- 12.5 画笔的应用 209
 - 12.5.1 画笔工具的使用 210
 - 12.5.2 “画笔”面板 211
 - 12.5.3 画笔库 214
 - 12.5.4 创建和修改画笔 214
- 12.6 本章小结 214
- 12.7 课后拓展训练 215

Chapter 13 文字图表的应用



- 13.1 文本的编辑 216
 - 13.1.1 创建文本对象 216
 - 13.1.2 编辑文本对象 218
- 13.2 设置文字的格式 221
 - 13.2.1 设置字符格式 221
 - 13.2.2 设置段落格式 222

13.3	实战案例：制作漂亮的发光字	223
13.4	创建图表	224
13.4.1	图表的类型	224
13.4.2	图表的创建	225
13.5	编辑图表	226
13.5.1	更改图表数据	227
13.5.2	更改图表类型	227
13.5.3	数值轴的设置	227
13.5.4	设计图表样式	228
13.6	本章小结	229
13.7	课后拓展训练	229

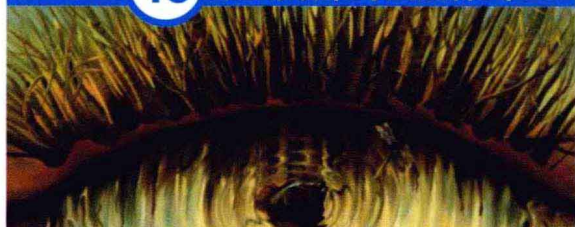
Chapter 14 复合图形



14.1	复合路径与复合形状	230
14.1.1	复合路径	230
14.1.2	复合形状	230
14.1.3	“路径查找器”面板	231
14.2	蒙版的使用	232
14.2.1	“透明度”面板	232
14.2.2	不透明蒙版	235
14.2.3	剪切蒙版	236
14.3	混合对象	236
14.3.1	创建混合对象	236
14.3.2	编辑混合对象	237
14.3.3	释放和扩展混合对象	238
14.4	实战案例：制作放大镜图标	238
14.5	封套扭曲	240

14.5.1	创建封套	240
14.5.2	编辑封套	241
14.5.3	释放和扩展封套	242
14.6	符号	242
14.6.1	符号工具	242
14.6.2	“符号”面板	244
14.7	实战案例：制作逼真高光气泡	245
14.8	本章小结	247
14.9	课后拓展训练	248

Chapter 15 应用效果与图层样式



15.1	位图效果	249
15.1.1	使用效果画廊精确控制效果	249
15.1.2	照亮边缘效果	250
15.1.3	画笔描边效果	250
15.1.4	扭曲效果	251
15.1.5	素描效果	252
15.1.6	纹理效果	254
15.1.7	艺术效果	255
15.2	实战案例：绘制桌面壁纸	257
15.3	图形样式	258
15.3.1	“图形样式”面板	258
15.3.2	图形样式库	259
15.4	实战案例：制作彩色切片球体	260
15.5	本章小结	262
15.6	课后拓展训练	263

附录

附录 1	Photoshop CS5 快捷键	264
------	-------------------	-----

附录 2	Illustrator CS5 快捷键	267
------	---------------------	-----

认识平面设计



本篇导读

本章主要介绍了平面设计的基础知识，如平面设计的构成要素、图像色彩模式、平面作品的用途及平面设计中的艺术创意等。本章是总括性的一章，旨在提高读者的学习兴趣，带领读者走入平面设计的殿堂。



重点知识

平面设计的基础知识

平面设计作品的用途

平面设计的专业术语

平面设计的艺术创意



课堂练习

平面设计的概念

平面设计的应用领域

图像的模式与格式

平面作品赏析

※ **关键技术**：了解平面设计的相关概念和应用。

※ **实战案例**：熟悉平面设计作品的各种属性。

设计师指导

在市场经济发达、信息高速发展的今天，越来越多的平面设计作品进入了人们的视野，充斥着人们的眼球，如平面广告、包装设计、Logo设计及随处可见的海报。这些作品既具有审美性又具有实用性。本章将详细介绍平面设计的基础知识，如平面设计的构成要素、图像色彩模式、平面设计中的艺术创意等。

核心知识点

- ① 了解平面设计的基础知识，包括平面设计的概念、构成要素等
- ② 了解平面设计作品的用途
- ③ 掌握平面设计中的相关术语，如像素、分辨率及图像色彩模式
- ④ 了解并熟练应用平面设计中艺术创意的应用方法

1.1 平面设计的基础知识

设计是把计划、规划、设想通过视觉的形式传达出来的活动过程。它是集电脑技术、数字技术和艺术创意于一体的综合内容。平面设计也是为现代商业服务的艺术，平面设计作品在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的感情与观念，在人们的日常生活中起着十分重要的作用。

1.1.1 平面设计的概念

平面设计又称视觉传达设计（Visual Communication Design），是指人们为了传递信息所进行的有关图像、文字、图形方面的设计。它具有艺术性和专业性，以“视觉”作为沟通和表现的方式，通过多种方式来创造，并结合符号、图片及文字来传达设计者的想法或信息的视觉表现，如下图所示。



现如今，平面设计以计算机作为工具，利用多种不同的计算机设备和软件来辅助完成平面设计工作，其主要优点包括如下几个方面。

- 用计算机代替传统设计工具。现代平面设计以计算机作为主要创作工具，既结合了各种传统绘画工具的特点，又能体现多种新的艺术风格。如 Photoshop 和 Illustrator 的出现就极大地推动了摄影业、印刷业、出版业的发展。
- 信息处理能力强大。计算机在文字录入、图像扫描、图像存储、图像编辑、特效处理等方面具有超强的处理能力，在图文混排、图像输出等方面的操作也更加方便快捷。
- 使平面设计走向产业化。计算机在平面设计中的应用，极大地改变了平面设计的工作环境，使艺术创作逐步走向标准化、工业化、产业化。
- 促进设计创意。计算机革新了设计师的艺术语言与表现手法，同时促进了创意的萌发机制与深化过程，许多以往想得到却做不到的事现在都能通过计算机轻易实现了。



01

02

03

04

05

06

07

初识平面设计

08

09

10

11

12

13

14

15

1.1.2 平面设计的要素

现代信息传播媒介可分为视觉、听觉、视听觉3种类型,其中公众70%的信息是从视觉传达中获知的,如报纸、杂志、招贴海报、路牌、灯箱等。这些以平面形态出现的视觉类信息传播媒介,均属于平面设计的范畴。

平面设计中的基本要素主要有3个:色彩、图形、文字。下面进行具体介绍。

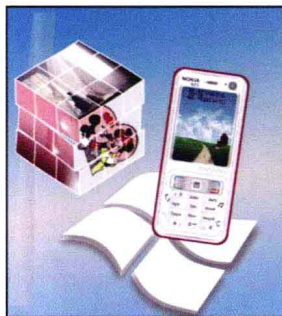
1. 色彩

现代平面设计是由色彩、图形、文字3大要素构成,图像和文字都不能离开色彩的表现,色彩传达从某种意义上来说是第一位的。

色彩的3要素即色相、明度和纯度(色度)。色相可以理解色彩的相貌,即色彩的名称,如红、黄、绿、蓝、黑等。明度是指某一单色的明暗程度。纯度即单色色相的鲜艳度、饱和度,也称彩度。

在平面设计中,设计师要充分表现设计的主题和创意,展现色彩的魅力,首先就必须认真分析色彩的各种特性。由于生活经历、年龄、文化背景、风俗习惯、生理反应有所区别,人们对颜色的象征性、情感性的表现有一定的主观性的同时却又有着许多共同的感受。在色彩配置和色彩组调设计中,设计师要把握好色彩的冷暖对比、明暗对比、纯度对比、面积对比、混合调和、面积调和、明度调和、色相调和、倾向调和等。色彩组调要保持画面的均衡、呼应和色彩的条理性,设计画面要有明确的主色调,并处理好图形色和底色的关系。

设计师要明确色彩定位,设计定位在突出商标时,要考虑企业的个性特征和形象,通过色彩定位来强化公众对它的辨认。设计定位在突出商品时,就要强调商品的形象色,如下图所示。

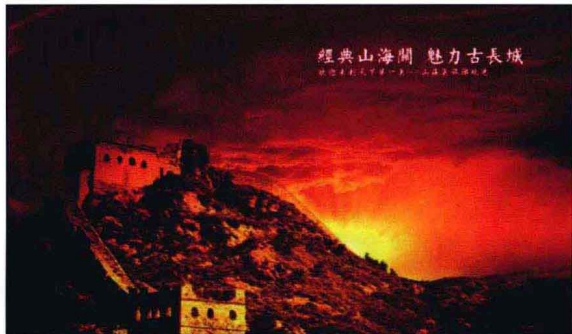


色彩传达的目的在于充分表现商品、企业的特征和功能,以适合商品消费市场的审美观,利用色彩的设计造成一种更集中、更强烈、更单纯的形象,加深公众对广告信息的认知程度,达到信息传播的目的。

2. 图形

图形是平面设计主要的构成要素,它能够形象地表现设计主题和设计创意。图形在平面设计中有着重要的地位,没有理想的图形,平面设计就会显得苍白无力,因此图形成为作品设计的生命。

在欣赏一幅设计作品时,观赏者一般总是先被图形吸引,随后再看标题及介绍文字,如下图所示。因此,图形具有吸引观赏者注意版面、将版面内容传达给观赏者、把观赏者的视线引至文字三大功能。



为了发挥图形要素在设计中的功能,运用图形进行设计时,要做到以下四点。

第一,以富有创意的画面充分体现设计的主题。

第二,图形的形象既要生动又要简洁,做到“阅读最省力”。

第三,格调高尚,给人以美的享受。

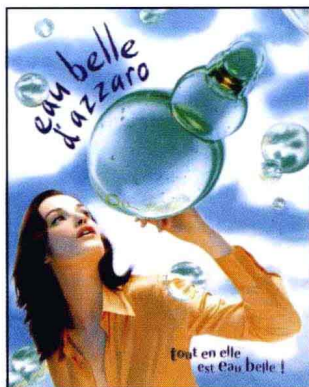
第四,情理交融,既能以理服人,又能以情感人,从而有助于受众对所传达的信息产生注目、理解、记忆的效果。

3. 文字

文字是平面广告不可缺少的构成要素,是对平面设计作品所传达意思的归纳和提示,起着画龙点睛的作用,它能更有效地传达设计者的设计意图,表达设计的主题和理念,对作品是一种完善和说明。因此,文字的排列组合、字体字号的选择和运用直接影响着版面的视觉传达效果,赋予版面审美价值。

文字的排列组合可以左右人的视线。视线的流动是有趣的,水平线使人们的视线左右移动,垂直线则使视线上下移动,斜线因有不安定的感觉,往往最能吸引公众的视线。一般来说,设计者必须选用大小适当的文字。文字太大,必然喧宾夺主,干扰了主题画面对公众的视觉传达;反之文字太小,则不利于突出设计思想,就会降低公众对作品主题的摄取。所以合适的字号是设计者控制整个画面层次、详略的关键。

字体则表达了一种文字风格和审美情趣,选用不同的字体不仅可以准确地反映作品的主题,还可以加强作品的时代感,以达到形神合一的效果,如下图所示。



1.1.3 平面设计的构图

平面设计构图最初是由绘画构图发展而来的,遵循绘画的构图法则。只关心绘画的美学价值,不重视构图的视觉传达效果,这只适用于当时经济不发达、信息量小的社会特点。如今,平面设计必须把视觉传达效果放在第一位,从视觉信息传达的立场出发,研究和处理好构图与视觉心理、美与信息传达的关系。二者之间存在辩证关系,即有利于传达的形式必须是美的,但美的形式不一定是有利于信息传达的。如调和是一种美,但调和的形与色在调和的环境里就必然会丧失视觉冲击力。因此,只有构成视觉冲击力,又有为受众所接受的形式,才是平面设计的真正内涵。

1. 构图与视觉

构图要诉诸视觉,必须遵循视觉认识的规律,视觉注意在没有心理需求的情况下是不易引起人们的注意的。视觉注意一般有两种形式:主动注意和被动注意。

被动注意是人们尚无主观意识,没有内在的生理和心理需求,在外界刺激下产生的。平面设计大多情况下属于被动注意,所以在这样的刺激中,需要注意以下几个方面。

(1) 足够的面积

过小的面积不易引起视觉注意,因此,构图的画幅,应根据传播媒介的情况,确定相应的面积。同一构图中,主要信息的面积应大于次要信息的面积。

(2) 适度的对比

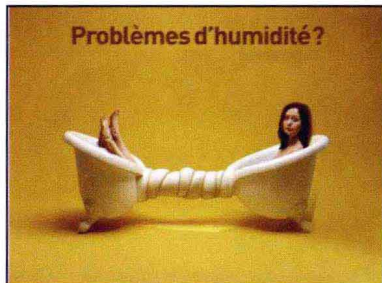
构图中的对比因素少,画面平静呆板,不容易引起视觉注意。相反,对比因素多,对比强烈,虽然可以引起注意,但可读性差,也会丧失传达价值,只有对比适度,才会具有较高的注意价值。

(3) 简练的形式

简练的形式无需视觉特别注意,就可以被感知。因此,在构图时切忌画蛇添足,如下左图所示。

(4) 新颖的构图

视觉有喜新厌旧的特点,新颖独特的形式容易引起视觉的重视,构图切忌因循守旧、墨守成规,应努力开发和创造出更多具有视觉冲击力的构图形式,如下右图所示。



(5) 合理的布局

视觉运动是依据长期形成的习惯进行的。一般视觉阅读的习惯是从左至右,从上向下,从大到小,并往往在画面的中心部稍有停留。这一现象一方面说明,在一幅画面中左侧、上部、中心以及画面中较大的位置具有较高的注意价值;另一方面说明,构图要尊重人的视觉习惯,有效地控制视线路径,指导视觉连贯有序地接受主要、次要信息。

2. 构图与心理

不同的受众群体有着不同的心理需求,如青少年喜欢生动活泼的形式,女性喜欢优雅的形式,而老年人则喜欢稳重平和的形式。平面设计构图必须根据信息的内容和受众的心理特点,寻求最恰当的表达方式,使之迎合受众的心理,引起受众的感情共鸣,增强传达效果。

1.2 平面设计作品的用途

简单地讲,平面设计作品的用途就是“传达信息”,但具体来讲,根据其实际应用可以分为平面广告设计、包装设计、海报招贴设计、POP广告设计、书籍装帧设计、VI设计等。

1.2.1 平面广告设计

广告设计的任务是根据企业营销目标和广告战略要求,通过独特的艺术表现,清晰准确地传递商品或服务的信息,树立有助于销售的品牌形象与企业形象。平面广告就形式而言,只是传递信息的一种方式,是广告主与受众间的媒介,其结果是为了达到一定的商业目的。下图所示是一些优秀的平面广告设计作品。



广告在经济高速发达的国家是不可或缺的。广告设计是视觉传达艺术设计的一种,其价值在于把产品的功能特点通过一定的方式转换成视觉因素,使之更直观地面对消费者,以达到宣传企业文化、推销产品的作用。这一特点可以通过上述作品得到证实。

1.2.2 海报招贴设计

海报是平时极为常见的一种招贴形式,多用于向广大群众报道或介绍有关戏剧、电影、体育比赛、文艺演出、报告会等消息。它属于户外广告,具有向公众介绍某一物体、事件的特性,分布在各街道、影剧院、展览会、商业闹区、车站、码头、公园等公共场所,国外也称之为“瞬间”的街头艺术。海报具有画面大,内容广泛,艺术表现力丰富,远视效果强烈的特点。下面对常见的几类海报进行介绍。

1. 商业海报

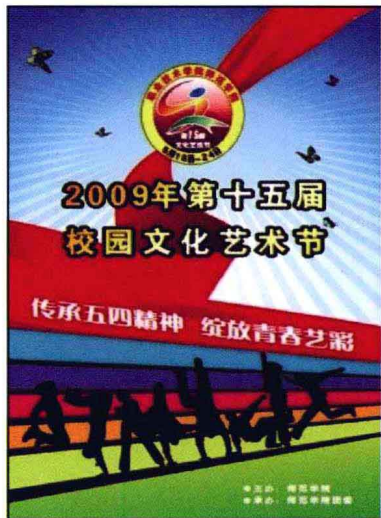
商业海报是指宣传商品或商业服务的商业广告性海报。商业海报的设计,要恰当地配合产品的格调和受众对象。它也是视觉传达艺术设计的一种,商品海报如下左图所示。

2. 文化海报

文化海报是指各种社会文娱活动及各类展览的宣传海报。展览的种类很多,不同的展览都有它各自的特点,设计师需要了解展览和活动内容才能运用恰当的方法表现其内容和风格。文化类海报的创意具有非逻辑性、非秩序性的特点,它既是感性的也是理性的。创意之初,应从主题出发,依据策略将意念形象化、视觉化,如下中图所示。

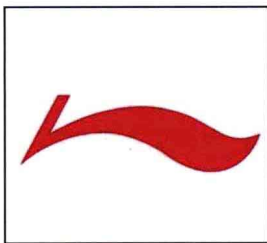
3. 电影海报

随着全国各地影剧院的不断增多,电影海报也越来越多地走入人们的视野。由于电影海报的画面十分精美,文化内涵丰富,表现手法独特,因此成为了一种艺术品,具有很高的欣赏价值。电影海报作为海报类的一个分支,其主要作用是吸引观众的注意力、刺激电影票房的收入,如下右图所示。



1.2.3 Logo标志设计

Logo起到对徽标拥有公司的识别和推广作用,通过形象的Logo可以让消费者记住公司主体和品牌文化,如下图所示。就一个网站来说,Logo是网站的名片,而对于一个追求精美的网站,Logo更是它的灵魂所在,即所谓的“点睛”之处。网络中的Logo徽标主要是各个网站用来与其他网站链接的图形标志,Logo图形化的形式,特别是动态的Logo,比文字形式的链接更能吸引人的注意。



1.2.4 书籍装帧设计

书籍装帧设计是在书籍生产过程中将材料和工艺、思想和艺术、外观和内容、局部和整体等组成和谐、美观的整体艺术设计。它是一种视觉传达活动，以图形、文字、色彩等视觉符号的形式传达出设计者的思想、气质和精神。一本经典的书从内容到装帧设计都是高度和谐统一的，是艺术与技术完美的结合体。它不但能使读者获得知识，而且能给读者带来美的精神享受。

封面设计是书籍装帧设计的门面，它是通过艺术形象设计的形式来反映书籍的内容。在琳琅满目的书海中，书籍的封面起到了一个无声推销员的作用，它的好坏在一定程度上将会直接影响人们的购买欲。书籍装帧设计作品如下图所示。

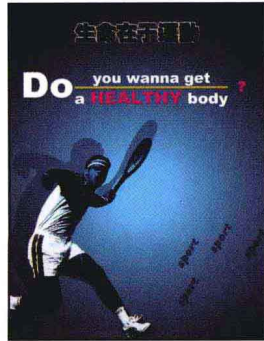
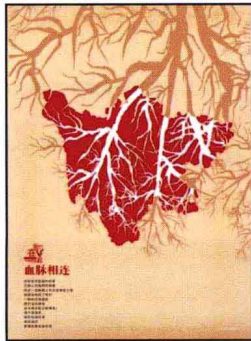


1.3 实战案例：作品欣赏

通过前面的学习，我们已经掌握了平面设计的一些基础知识，了解了构成平面设计作品的3个重要元素：图形、文字和色彩。下面列举了3种类型的平面设计作品，通过对这些作品的赏析，逐步深化平面设计知识的学习。

1. 公益招贴

公益招贴最大的特点是具有公益性，常带有一定的思想性，对公众具有积极的教育作用，它是以传播信息和视觉刺激为主的。下面的三幅作品是不同主题的公益招贴，第一幅是以节约用水为主题，呼吁大家珍惜水资源，共同维护人类的家园；第二幅是以爱心奉献、团结一致为主题，对公众具有激励作用；第三幅以运动为主题，生命在于运动，告诫公众拥有健康的身体是生活和工作的保障。



2. VI设计

VI设计中的VI即Visual Identity,译为视觉识别系统,是CIS系统中最具传播力和感染力的部分。它是将CI的非可视内容转化为静态的视觉识别符号,以丰富多样的应用形式,在最为广泛的层面上,进行最直接的传播。设计到位、实施科学的视觉识别系统,是传播企业经营理念、建立企业知名度、塑造企业形象的便捷之途。

在品牌营销的今天,如果没有VI设计,那么对于一个现代企业来说,就意味着它的形象将被淹没于商海之中,让人辨别不清。下图是世界知名企业的VI设计,传达了企业的经营理念和企业文化,以形象的视觉形式宣传企业,并以自己特有的视觉符号系统吸引公众的注意力并产生记忆,使消费者对企业所提供的产品或服务产生最高的品牌忠诚度。



3. 包装设计

包装可以被理解是对商品包装物的策划、绘画和制作,但又不仅仅是在包装上绘制一幅画,而是一个介绍产品和树立企业形象的完整策划活动的组成部分。它将包装设计配以广告宣传等其他推广形式,是商业领域中常见的一种推销手段。包装还具有保护、美化和推销商品的功能。

下面的两幅图都是商品包装设计,左图是饮料的包装设计,各种口味通过瓶身的图案设计就可清楚地辨别,且此包装设计中的拉链设计很有创意,让人耳目一新;右图是化妆品的包装设计,瓶身的雕刻花纹以及渐变的颜色,使产品显得高档典雅。



1.4 平面设计的专业术语

图形是平面设计的三大要素之一,在处理图像之前,需要先了解和掌握平面设计中的专业术语。下面进行详细介绍。

1.4.1 像素和分辨率

像素和分辨率是图形图像处理软件中的基本概念,掌握这些基本知识,有助于更好地学习平面设计。