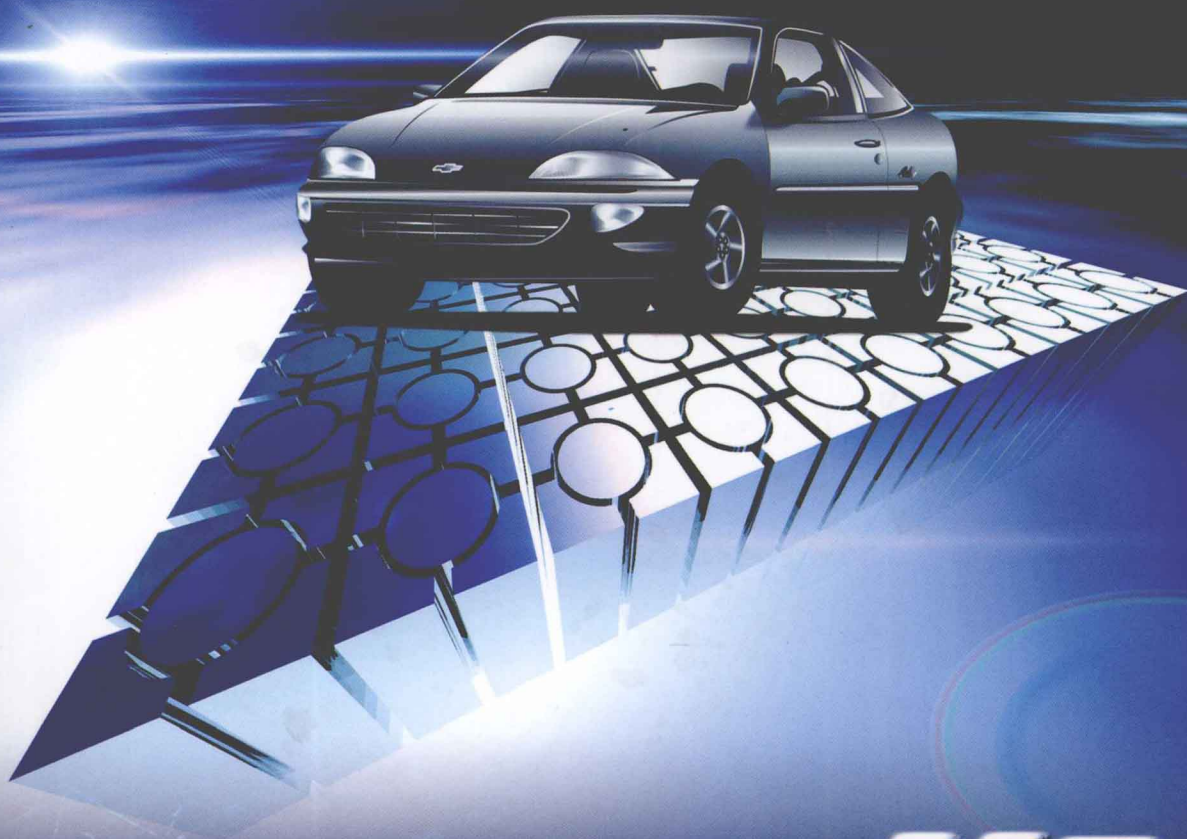




CorelDRAW X5

平面设计精粹

陈 杰 编著



清华大学出版社

CorelDRAW X5 平面设计精粹

陈 杰 编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

CorelDRAW 是当今最出色的一款图像编辑软件和矢量绘图软件,在平面设计领域一直占据着主导地位。它以超强的功能和直观的操作界面成为图形设计领域中的佼佼者,通过该软件可以创建一个神奇的图像世界。

本书的最大特点是内容直观、实例精彩、脉络清晰,具有很强的实用性和指导性。本书以具体设计步骤为主线,以图片作导引,并且在每一章节中都安排了“主题介绍”及“技术分析”,让读者在学习过程中更显轻松自如。

本书可供广大从事广告、美术、多媒体设计的人员及动画爱好者阅读,也可作为高校相关专业老师教学和学生自学的参考用书。对一些高级图像设计者来说,也能起到借鉴和参考作用。本书配套光盘包括书中所有实例的源文件及相关素材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

CorelDRAW X5 平面设计精粹/陈杰编著. —北京:清华大学出版社,2012.1

ISBN 978-7-302-27040-9

I. ①C… II. ①陈… III. ①图形软件, CorelDRAW X5 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第204180号

责任编辑:陆卫民 邹 杰

封面设计:杨玉兰

版式设计:北京东方人华科技有限公司

责任校对:王 晖

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:18 字 数:417 千字

附 DVD1 张

版 次:2012 年 1 月第 1 版 印 次:2012 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:59.00 元

产品编号:038064-01

前言

CorelDRAW X5是Corel公司推出的一款非常优秀的矢量图形设计软件,它以编辑方式简便实用、操作界面人性化、所支持的素材格式广泛等优势,得到众多图形绘制人员、平面设计人员和爱好者的青睐。被广泛应用于广告设计、装潢设计、插画设计、包装设计以及版式设计等与平面设计相关的各个领域。

本书通过典型性的实例,全面介绍了CorelDRAW X5在实践应用中的神奇功效。全书实例精彩、丰富,具有超强的实用价值,不仅适用于专业的图像设计人员、Web设计人员、桌面出版人员,也适用于各类感兴趣的读者。

很多读者朋友都希望购买的书以工作中的实例为主,并加以分析,而且实例所涉及的知识、技巧都要列举出来,便于读者在工作中能够自我创新。为了满足读者的需要,本书采用实例、知识和技能并重的形式,宗旨就是使读者学以致用,真正领悟CorelDRAW X5在工作中的无穷魅力!如果读者对CorelDRAW X5的基本操作已经比较熟练,能制作一些简单的文字、按钮和图形等效果,但是在面对比较复杂的招贴、广告、画册、书籍封面等无从下手时,那么本书将为您提供指导,让您在实际运用中得心应手。

本书具有以下特色。

(1) 实例代表性强。本书的所有实例都是精心挑选出来的,极具代表性,涉及广告中的许多应用领域,如商用实物绘制、封面制作、包装、招贴和产品广告等。

(2) 详尽的分析。市面上一些实例类计算机图书中,对于实例的处理一般都是直接讲解绘制的操作步骤,注重一步一步教读者做实例,而缺乏必要的分析过程,不能使读者达到学以致用的目的。实际上,大多数实例往往有很多种制作方法,对这些方法的详细分析可以使读者在制作时采用最佳的方法,学会触类旁通。本书每个实例分析部分都有“主题介绍和技术分析”等小栏目,向读者详细分析本实例的制作特点、实现途径以及创意技法等,使读者在动手制作之前就做到胸有成竹。

(3) 兼顾相关知识的讲解。一般来说,每个实例均会涉及一定的知识点,本书在“温馨小提示”和“章节小絮”栏目中,向读者讲解本实例所涉及的相关专业知识点,以及需要注意的问题和操作技巧,确保读者学习知识的完整性及系统性。

(4) 完整的操作过程。操作步骤的讲解详尽易懂,没有步骤跳跃,只要读者按照书中的操作步骤进行,即可得到相应的实例效果。除主题实例设计的详细讲解之外,还有“触类旁通”实例的详解。“触类旁通”栏目也是本书的一大亮点,让读者在学习本实例的制作方法后再巩固相关的知识。

本书内容编排深入浅出、图文并茂,将软件的使用技巧、图形创意与广告理念融为一体,力求以最简洁、最优化的方法制作出相应的图形效果。本书内容共分11章,每一章分别为两个或两个以上典型实例,共24例。

以下是各章节的具体内容。

第1章:商用实物的绘制。主要包括数码相机的绘制方法、具体步骤、主题介绍和技



术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了小汽车的绘制方法及具体步骤。

第2章:人物绘制。主要包括时尚女孩的绘制方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了卡通人物的绘制方法及具体步骤。

第3章:杂志封面设计。主要包括财经杂志封面设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了军事杂志封面设计的方法及具体步骤。

第4章:报刊广告设计。主要包括报纸广告设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了期刊广告设计的方法及具体步骤。

第5章:户外喷绘广告设计。主要包括户外喷绘广告设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了展板易拉宝设计的方法及具体步骤。

第6章:DM广告设计。主要包括楼宇DM广告设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了演唱会DM广告设计的方法及具体步骤。

第7章:包装盒设计。主要包括软件包装外盒设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了化妆品包装盒设计的方法及具体步骤。

第8章:宣传画册设计。主要包括宣传画册设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了贺卡设计的方法及具体步骤。

第9章:标志与VI设计。主要包括标志LOGO设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了VI设计的方法及具体步骤。

第10章:公益海报设计。主要包括公益海报设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了电影海报设计的方法及具体步骤。

第11章:室内展厅设计。主要包括室内展厅设计的方法、具体步骤、主题介绍和技术分析,在“触类旁通”实例中详细讲解了简约居室客厅设计的方法及具体步骤。

本书附送的光盘中收录了书中所有实例的源文件,主要包括每一章节的主题实例和“触类旁通”实例,以及各个实例所需要的素材,以便读者在学习过程中使用。

本书集实用性、操作性、指导性于一体,版面美观、图例清晰,并具有很强的针对性。本书由陈杰编著,另外,赵亚虎、陈益国、邓东、郭志辉、陈鹏、赵亚兰、陈阳梅、钟静、陈红梅、赵素红等也为全书的编写做了大量的工作和努力,在此一并表示感谢。

在创作过程中,由于时间仓促,错误在所难免,希望广大读者批评指正。同时,预祝读者朋友们尽快精通CorelDRAW软件,并成为绘图高手。

编 者

CONTENTS 目录

第1章 商用实物的绘制 1



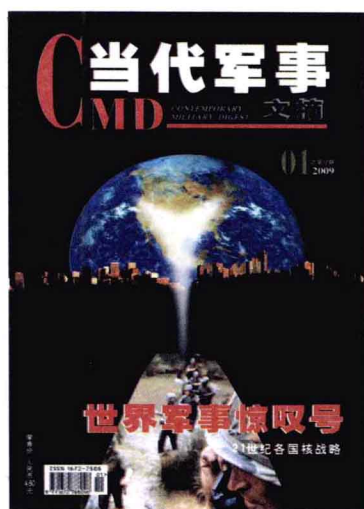
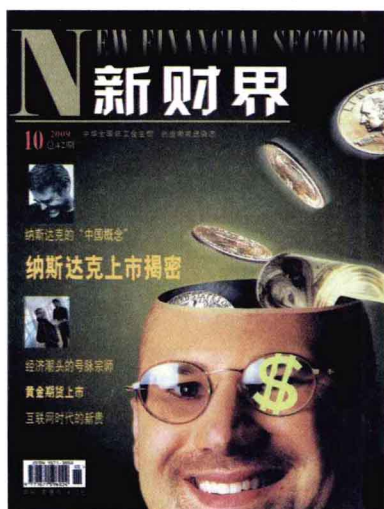
1.1 关于点、线、面、体.....	3
1.2 数码相机的绘制.....	3
1.2.1 绘制数码相机线稿图.....	3
1.2.2 绘制数码相机的正面.....	4
1.2.3 绘制数码相机的镜头.....	7
1.2.4 绘制数码相机的侧面、顶部及按钮.....	9
1.2.5 绘制数码相机主题介绍和技术分析.....	13
1.3 触类旁通——小汽车的绘制.....	14
1.3.1 绘制小汽车的线稿.....	14
1.3.2 绘制小汽车的前身.....	14
1.3.3 绘制小汽车的侧身及前身车嘴.....	16
1.3.4 绘制小汽车的顶棚、车室、挡风玻璃、反光镜等.....	19



1.3.5 绘制小汽车轮胎	23
1.3.6 绘制小汽车大灯	28
1.3.7 绘制小汽车门梯、门柄、投影等	34
1.3.8 绘制小汽车的细节、添加标志及各部件的图像组合	38
1.3.9 绘制小汽车背景图	39
章节小絮	41
第2章 人物绘制	43



2.1 关于人物绘制	45
2.2 人物绘制	46
2.2.1 绘制女孩的线稿图	46
2.2.2 绘制女孩的皮肤	46
2.2.3 绘制女孩的帽子及头发	48
2.2.4 绘制女孩面部五官及面部投影	49
2.2.5 绘制女孩的衣服、裤子、皮带等	57
2.2.6 绘制女孩的手臂饰物和太阳镜等	63
2.2.7 人物绘制主题介绍和技术分析	70
2.3 触类旁通——卡通人物绘制	71
2.3.1 绘制卡通人物的线稿图	71
2.3.2 绘制卡通人物的头部及阴影	72
章节小絮	78



3.1 关于杂志封面设计.....	81
3.1.1 杂志封面设计的构架、功能及设计原则.....	81
3.1.2 书脊厚度的计算方法及封面尺寸的设定.....	81
3.2 财经杂志封面设计.....	82
3.2.1 财经杂志封面设计步骤.....	82
3.2.2 财经杂志封面设计主题介绍和技术分析.....	90
3.2.3 输出菲林前的设计阶段及完稿注意事项.....	91
3.3 触类旁通——军事杂志封面设计.....	92
章节小絮.....	97
第4章 报刊广告设计.....	99





4.1 关于报纸广告.....	101
4.1.1 报纸开本及报纸广告尺寸.....	101
4.1.2 报纸广告设计表现形式、特点以及注意事项.....	101
4.2 报纸广告设计.....	102
4.2.1 报纸广告设计步骤.....	102
4.2.2 报纸广告设计主题介绍和技术分析.....	106
4.3 触类旁通——期刊广告设计.....	107
章节小絮.....	113
第5章 户外喷绘广告设计.....	115



5.1 关于喷绘与写真的图像输出要求	117
5.2 户外喷绘广告设计.....	117
5.2.1 户外喷绘广告设计步骤.....	117
5.2.2 喷绘主题介绍和技术分析.....	124
5.3 触类旁通——展板易拉宝设计.....	124
5.3.1 易拉宝设计步骤.....	124
5.3.2 易拉宝成品尺寸及特点.....	130
章节小絮.....	131

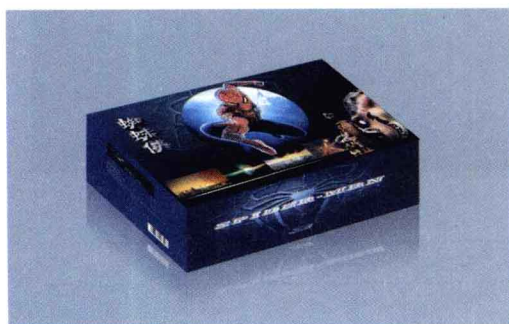


第6章 DM广告设计 133



- 6.1 关于DM广告的定义及表现形式 135
- 6.2 楼宇DM广告设计 135
 - 6.2.1 楼宇DM广告设计步骤 135
 - 6.2.2 楼宇DM广告主题介绍和技术分析 143
- 6.3 触类旁通——演唱会DM广告设计 144
- 章节小絮 150

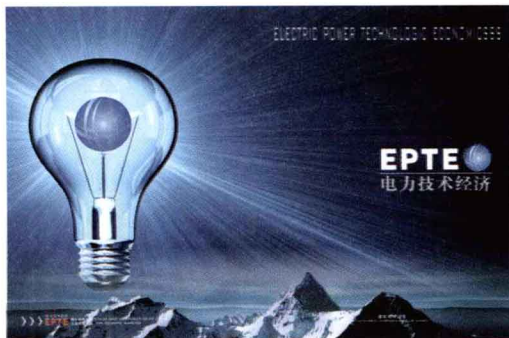
第7章 包装盒设计 151





7.1 关于包装设计.....	153
7.1.1 包装设计的分类及步骤.....	153
7.1.2 包装盒设计的注意事项.....	153
7.2 软件包装外盒设计.....	153
7.2.1 软件包装外盒设计步骤.....	153
7.2.2 软件包装外盒设计主题介绍和技术分析.....	168
7.3 触类旁通——化妆品包装盒设计.....	169
章节小絮.....	178

第8章 宣传画册设计..... 181

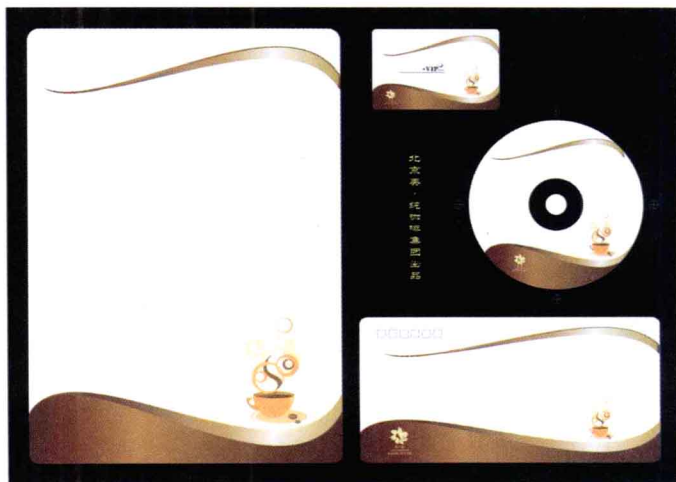
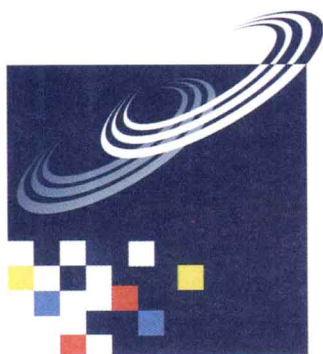


8.1 关于宣传画册.....	183
8.2 宣传画册设计.....	183
8.2.1 宣传画册设计步骤.....	183
8.2.2 宣传画册设计主题介绍和技术分析.....	186



8.3 触类旁通——贺卡设计.....	187
章节小絮.....	192

第9章 标志与VI设计.....	193
------------------	-----



9.1 关于标志LOGO的设计	195
9.1.1 标志LOGO的概念及分类.....	195
9.1.2 标志LOGO的设计要点及表现形式.....	195
9.2 标志LOGO的设计	196
9.2.1 标志LOGO的设计步骤.....	196
9.2.2 标志LOGO设计主题介绍和技术分析	200
9.3 触类旁通——VI设计	201
9.3.1 信笺纸设计步骤.....	201
9.3.2 信封设计及贵宾卡设计步骤.....	204
9.3.3 光盘设计步骤.....	204
章节小絮.....	207



10.1 关于海报设计.....	211
10.1.1 海报设计的应用分类.....	211
10.1.2 海报设计的构成要素.....	211
10.2 公益海报的设计.....	212
10.2.1 公益海报的设计步骤.....	212
10.2.2 公益海报主题介绍和技术分析.....	219
10.3 触类旁通——电影海报的设计.....	220
章节小絮.....	227





11.1	关于室内设计.....	231
11.1.1	室内环境装饰流派.....	231
11.1.2	室内设计中的表现形式及色彩运用.....	231
11.2	绘制室内展厅.....	232
11.2.1	绘制室内展厅线稿图.....	232
11.2.2	绘制室内展厅轮廓图.....	233
11.2.3	绘制室内展厅的装潢效果.....	239
11.2.4	绘制室内展厅的正面墙面装饰.....	250
11.2.5	绘制室内展厅的沙发及摆设等.....	252
11.2.6	安排人物角度、点缀摆设饰品.....	255
11.2.7	室内展厅设计主题介绍和技术分析.....	256
11.3	触类旁通——绘制室内客厅.....	257
11.3.1	绘制室内客厅线稿图.....	257
11.3.2	绘制室内客厅的基础格局.....	258
	章节小絮.....	266
	附录.....	267

第1章 商用实物的绘制



学习要点

通过对本章的学习，能够学到以下内容。

- * 了解点、线、面、体的关系，了解绘画作品的构成及表现形式。
- * 熟练掌握矩形工具、贝塞尔工具、渐变填充工具、交互式调和工具、交互式封套工具、交互式填充工具、3点椭圆形工具、交互式透明工具、图样填充工具、交互式阴影工具、交互式立体化工具等工具的应用。
- * 熟练掌握数码相机及小汽车的绘制方法。





1.1 关于点、线、面、体

点、线、面、体是设计的四大要素，确切地说，是视觉语言的概念元素。所谓概念元素是指那些不实际存在的、不可见的，但为人们意念所能感觉到的东西。概念元素是通过视觉元素见之于画面，视觉元素包括形象的大小、形状、色彩和肌理等。

点在几何学上是两线相交构成，它只有位置，没有大小。在广告设计中，点具有视觉上的作用力，自由点的构成具有动势的感觉，垂直和水平的点具有平衡的感觉。

线是点移动的轨迹，具有长度的特性，也是面的界限或交叉。线的性质是，在现实形态里，线都是自己独立存在的，我们称为积极线；平面形态的临界和立体的棱边虽然有线的存在，但是它们依靠面而存在，我们称之为消极线。线具有情感作用、指示作用和分离空间的作用。广告设计可用线的概念而创造新的造型。

面是线移动的轨迹，是具有面积而没有厚度的形，线移动的方式不同而形成不同的面。面的另一种意义是立体的界限或境界。面还具有单位群化作用，由抽象的形到具体的形的转变，使广告画面产生韵律感。

体是由面的移动或旋转轨迹形成的，立体也是实际占据的空间位置，可用于从任何角度都可以观看又直接触摸得到的物体。立体不是形而是形态，从不同角度不同方向观看就具有不同的形态。立体广泛运用于包装、户外POP广告等设计上。

构图创作时要考虑诸多因素之间的关系，在注意视觉要素的点、线、面、体等要素的构成形式时，还要很好地把握表现形式与结构形式，以及题材内容与形式之间的关系，找到彼此之间的切合点。简言之，构图就是把人、景、物安排在画面中以获得最佳布局，是把形象结合起来的方法，是揭示形象的全部手段总和。

绘画创作的立意是通过视觉要素构成与表现的，立意是整个构成形式与题材的主题内容相统一的过程。在内容上，我们平时要注意收集生活素材，在绘画创作中，无论采用哪种方法，无论要表现什么内容，只要遵循客观事实，注意生活积累，就可以很好地把握题材内容与构成形式的关系，创作出上乘佳作。

1.2 数码相机的绘制

下面结合美术专业知识，应用软件工具绘制一台时尚的数码相机。

1.2.1 绘制数码相机线稿图

Step 01

选择“文件”→“新建”菜单命令，设置页面为宽150毫米、高100毫米，其他参数设置为默认值，或选择“版面”→“页面设置”菜单命令，并将背景颜色设置为白色。

注：在设置页面时可适当按比例缩小页面尺寸，这样可大大提高运算速度。