

写给你的设计书

丛书主编 陈佑松

Photoshop CS5

平面艺术设计

陈 艾 崔勇彬 何晓媛 编著



化学工业出版社

写给你的设计书

丛书主编 陈佑松

Photoshop CS5

平面艺术设计

陈 艾 崔勇彬 何晓媛 编著



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书从广告艺术、企业形象宣传、包装设计、专业图像修饰与处理、交互式界面设计等角度，详细介绍了Photoshop CS5在各种设计类型中的应用。

本书内容包括Photoshop CS5新增功能详解、媒介广告——专业广告信息传递、户外广告——传媒大师、海报——宣传信息表现、标志设计——公司主体和品牌文化的表达、卡类设计——形式创新、包装设计——商品外在与内在的结合、封面设计——视觉吸引、商业插画设计——以“画”传达商业信息、数码照片设计——专业化照片处理、后期效果图修饰——专业化表现后期效果、网页设计——传统与创新的结合点、UI设计——外观的表达。

本书适合于Photoshop的中、高级读者阅读，也可以作为公司在职人员和大中专院校师生的参考书籍。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS5平面艺术设计 / 陈艾, 崔勇彬, 何晓媛

编著. —北京: 化学工业出版社, 2011.6

(写给你的设计书)

ISBN 978-7-122-10724-4

I. P… II. ①陈… ②崔… ③何… III. 平面设计-图

形软件, Photoshop CS5 IV. ①J524②TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第038721号

责任编辑: 陈 静 李 萃

装帧设计: 杨俊坤

责任校对: 王素芹

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 北京画中画印刷有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张23³/₄ 字数597千字 2011年6月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 79.00元

版权所有 违者必究

百年老店《纽约时报》宣布不再出版纸质文本，全然替之以电子文本，《读者文摘》在破产保护以后也大规模转向电子出版。此时，我们应该意识到，数字时代正全面改变着我们的信息接收方式！

自从有文明以来，人类信息传播和接收方式发生了三次重大革命。第一次是文字的诞生，以及随后的印刷术和纸质书籍的普及和应用，它们使人类知识的传播和存储能力获得了极大提升，人类由此迅速进入到现代文明。第二次是19世纪末开端、20世纪大发展的影视技术，它们将现实仿真手段发展为我们信息接收的首要途径，其可信度和信息量，以及信息发布速度大大超过文字，以至于20世纪末有人宣称人类进入了“读图时代”。第三次信息革命或许已经全面展开，这就是始自20世纪80、90年代的数字媒体的迅猛发展。数字媒体并没有抛弃之前的文字信息和影像信息的传播优势，而是将以前所有的信息方式都集成起来，实现了文字、图片、音视频在同一终端平台上的全方位融合，并由于互联网技术而实现实时互动和超级链接。不仅如此，基于无线互联网的3G乃至4G手机和阅读器的迅速推广之下，书刊、影视、通信、娱乐实现了随身携带、移动互联的功能。

每一次信息技术革命都会诞生一些新的重要职业。文字与书籍诞生后，出现了写书人、读书人和书籍出版商；电影产生后出现了电影导演、演员、制片人；电视的出现则有了电视编导、记者、电视节目主持人等。新的数字媒体的出现并不会让之前的这些信息生产者失业——因为他们的工作将很好地融合到新的数字媒体当中——但一种新的职业已经蓬勃兴起：那就是数字信息设计师。

根据目前数字媒体信息制作、传播和接收的特点，数字信息设计师需要具备至少四个方面的知识和技能：文本创意能力、美术设计的知识和技能、影视艺术的知识和技能以及计算机和（无线）互联网的知识和技能。也许我们很难同时精通四个领域的知识，但是必须做到“一专多能”。择其一面深入研究，其他三面亦应多有所了解 and 把握，融会贯通之后方能做到最好。

本套书主要集中介绍运用电脑技术进行数字媒体设计的方法。编者多是有多年教学经验和产业一线经验的从业人员，我们把自己的创作心得奉献出来供大家分享，也算是为迎接新时代的到来而尽绵薄之力。

由于数字媒体本身就是一门新的学科，而且在迅猛发展，我们也还在探索实践，编写过程中难免有许多不足或疏漏之处，还请读者朋友不吝赐教，以便我们进一步修改完善。

2010年于成都城东狮子山

陈佑松

前言

FOREWORD

目前的设计行业发展较为成熟，并将进一步细分。市场对设计者的需求量在不断增加的同时，对其专业技能的要求也正从“面”转向“点”，即需要技术高度集中、高度专业化的设计人才。

根据这一现状和趋势，本书针对具有一定软件基础和行业认识的读者群、从事设计行业的职业人员研发，结合不同领域必备的IT技能，对设计行业涉及的专业知识进行系统、全面讲解。

本书的目的是给从业于设计行业的广大读者提供一个全新的、能动的学习方式。不仅仅是单一的技术讲解，而是根据市场的需要，从行业知识、专业技能，到综合素质的全面展示，由此激发读者的创造力——商业的最终价值。

本书特点

1. 专业领域的深入介绍

本书中涉及的设计类型运用2~3个典型的商业项目进行讲解，让读者跟随案例，完成一个项目从“签单”到“应用”的完整流程。主要内容包括具体的项目背景、设计构思、制作方法以及案例展示。

2. 设计与技术的综合指导

设计行业的基本技能可分为设计能力和技术能力。设计能力是根据项目背景产生创意，并将其视觉化的能力；技术能力是将“视觉化”的结果进行制作和应用的能力。针对设计能力，本书在每个章节前将重点讲解设计理论，每个案例中带领作者进行项目分析和构思。制作完成后，提出问题：“客户为什么满意？”，引发对设计作品的反思，从多方面引导读者的思维，对创意能力进行培养。

技术能力，主要通过软件制作步骤和媒体介绍两个环节来进行。制作步骤将是详细的软件操作方法，并在其中以提问的方式穿插作者的软件操作经验，形成知识点。媒体介绍是在电脑中完成设计稿后，具体的制作材质、设计的展示媒体等知识点。

3. 设计思维模式的引导

对一个设计者来说，思维方式十分重要。本书在每个项目制作前，有“设计思维”的环节。在此环节中，将项目设计师在形成创意前的思维方式淋漓尽致地展现出来：详细的产品定位、行业现状分析，由此引出产品的宣传点，如何运用画面的具象方式表现宣传点等。这不仅是设计过程的真实展现，也是培养读者思维能力的重要环节。

本书内容

本书共分为五篇12章，其中，第一篇（第1~3章）以案例的形式，详细讲解平面广告的创作类型和具体方法；第二篇（第4~6章）以案例的形式，讲解品牌设计、企业形象的创作类型和具体方法；第三篇（第7~8章）以案例的形式，讲解品牌包装设计的类型和细节的具体方法；第四篇（第9~10章）以案例的形式，讲解图片后期处理的具体方法；第五篇（第11~12章）以案例的形式，讲交互设计的类型和细节的具体方法。

本书体例构成

● 设计师是怎么工作的?

从行业的角度对该类型设计制作的流程进行介绍。

● 设计类型概念

位于章首, 对该章节的平面设计类型进行介绍。包括该基本概念和技法、制作要点和注意事项等。让读者对该类型设计进行全面了解。

● 项目背景

从属于每一个案例。在接手案例时, 首先要了解项目背景、客户需求、注意事项。

● 设计构思

从属于每一个案例。在项目背景的基础上, 对情况进行分析, 并产生具体表现方式的过程。

● 制作方法

从属于每一个案例。在电脑中完成设计的过程。按照设计特点和操作合理性, 详细讲解制作过程。并穿插相应的操作经验和知识点总结。

● 客户为什么满意?

从属于每一个案例。对完成的设计作品进行总结和反思。深度探讨案例中包含的设计理论, 和客户要求的切合度。

本书读者

本书的目标读者群为希望或已经成为动漫行业的从业人员, 其中包括动漫爱好者、相关专业的高校或职业学校学生、希望进一步提高自身能力的设计在职人员等。

● 对于动漫爱好者, 本书可以作为其自我能力提升的工具书。

● 对于相关专业的高校或职业培训学校学生, 本书可以作为其职前了解行业知识、建立行业的思维方式、提高专业技能和自我培训的全能工具书。

● 对于在职人员, 本书可以成为其进行自我进修和知识补充的参考书。

本书也可以作为相关专业的高校或职业培训学校的教材。

在本书成书的过程中, 李新承、罗晓青、姚丁雯、于琨、段强、郑媛媛、郝微也付出了辛苦的劳动, 在此表示感谢!

由于编者水平有限, 书中难免存在不足和疏漏之处, 恳请读者批评指正。

编著者

2011年1月

目 录

CONTENTS

Photoshop CS5 新增功能详解.....	1
---------------------------	---

第一篇 平面设计——广告艺术

Chapter 01 媒介广告——专业广告信息传递.....	9
1.1 杂志广告	11
1.1.1 项目背景	11
1.1.2 设计构思	11
1.1.3 制作步骤	12
1.1.4 客户为什么满意	19
1.1.5 案例展示	20
1.2 报纸广告	21
1.2.1 项目背景	21
1.2.2 设计构思	21
1.2.3 制作方法	22
1.2.4 客户为什么满意	31
1.2.5 案例展示	32
1.3 互联网广告	33
1.3.1 项目背景	33
1.3.2 设计构思	33
1.3.3 制作方法	34
1.3.4 客户为什么满意	41
1.3.5 案例展示	42
Chapter 02 户外广告——传媒大师	43
2.1 灯箱广告	45
2.1.1 项目背景	45
2.1.2 设计构思	45

2.1.3 制作步骤	46
2.1.4 客户为什么满意	52
2.1.5 案例展示	53
2.2 公交站牌广告	54
2.2.1 项目背景	54
2.2.2 设计构思	54
2.2.3 制作方法	55
2.2.4 客户为什么满意	66
2.2.5 案例展示	66
2.3 公交车体广告	67
2.3.1 项目背景	67
2.3.2 设计构思	67
2.3.3 制作方法	68
2.3.4 客户为什么满意	76
2.3.5 案例展示	76
Chapter 03 海报——宣传信息表现	77
3.1 电影海报	79
3.1.1 项目背景	79
3.1.2 设计构思	79
3.1.3 制作方法	80
3.1.4 客户为什么满意	85
3.1.5 案例展示	86
3.2 商场促销海报	87
3.2.1 项目背景	87
3.2.2 设计构思	87
3.2.3 制作方法	88
3.2.4 客户为什么满意	96
3.2.5 案例展示	96
3.3 网络游戏宣传海报	98
3.3.1 项目背景	98
3.3.2 设计构思	98
3.3.3 制作方法	99
3.3.4 客户为什么满意	107

3.3.5 案例展示	107
------------------	-----

第二篇 企业形象宣传

Chapter 04 标志设计——公司主体和品牌文化的表达	110
4.1 汽车logo设计	112
4.1.1 项目背景	112
4.1.2 设计构思	112
4.1.3 制作步骤	113
4.1.4 客户为什么满意	119
4.1.5 案例展示	119
4.2 音乐创意logo设计	121
4.2.1 项目背景	121
4.2.2 设计构思	121
4.2.3 制作方法	122
4.2.4 客户为什么满意	131
4.2.5 案例展示	131
4.3 旅游形象logo设计	133
4.3.1 项目背景	133
4.3.2 设计构思	133
4.3.3 制作方法	134
4.3.4 客户为什么满意	139
4.3.5 案例展示	139
Chapter 05 卡类设计——形式创新	141
5.1 名片设计	143
5.1.1 项目背景	143
5.1.2 设计构思	143
5.1.3 制作方法	144
5.1.4 客户为什么满意	151
5.1.5 案例展示	152
5.2 贺卡设计	153
5.2.1 项目背景	153
5.2.2 设计构思	153

5.2.3 制作方法	154
5.2.4 客户为什么满意	159
5.2.5 案例展示	160
Chapter 06 包装设计——商品外在与内在的结合	161
6.1 酒类包装设计	163
6.1.1 项目背景	163
6.1.2 设计构思	163
6.1.3 制作方法	164
6.1.4 客户为什么满意	176
6.1.5 案例展示	177
6.2 电子产品包装设计	178
6.2.1 项目背景	178
6.2.2 设计构思	178
6.2.3 制作方法	179
6.2.4 客户为什么满意	185
6.2.5 案例展示	186

第三篇 包装设计

Chapter 07 封面设计——视觉吸引	188
7.1 图书装帧封面设计	190
7.1.1 项目背景	190
7.1.2 设计构思	190
7.1.3 制作方法	191
7.1.4 客户为什么满意	203
7.1.5 案例展示	204
7.2 杂志封面设计	206
7.2.1 项目背景	206
7.2.2 设计构思	206
7.2.3 制作方法	207
7.2.4 客户为什么满意	213
7.2.5 案例展示	214

Chapter 08 商业插画设计——以“画”传达商业信息	215
8.1 广告插画设计	217
8.1.1 项目背景	217
8.1.2 设计构思	217
8.1.3 制作方法	218
8.1.4 客户为什么满意	236
8.1.5 案例展示	236
8.2 杂志插画设计	238
8.2.1 项目背景	238
8.2.2 设计构思	238
8.2.3 制作方法	239
8.2.4 客户为什么满意	250
8.2.5 案例展示	251

第四篇 专业图像修饰与处理

Chapter 09 数码照片设计——专业化照片处理	254
9.1 婚纱照设计	256
9.1.1 项目背景	256
9.1.2 设计构思	256
9.1.3 制作方法	257
9.1.4 客户为什么满意	262
9.1.5 案例展示	263
9.2 个人写真照设计	264
9.2.1 项目背景	264
9.2.2 设计构思	264
9.2.3 制作方法	265
9.2.4 客户为什么满意	273
9.2.5 案例展示	274
9.3 风景照片设计	276
9.3.1 项目背景	276
9.3.2 设计构思	276
9.3.3 制作方法	277

9.3.4 客户为什么满意	282
9.3.5 案例展示	283
Chapter 10 后期效果图修饰——专业化表现后期效果	285
10.1 室内效果图修饰	287
10.1.1 项目背景	287
10.1.2 设计构思	287
10.1.3 制作方法	288
10.1.4 客户为什么满意	293
10.1.5 案例展示	293
10.2 建筑效果图修饰	295
10.2.1 项目背景	295
10.2.2 设计构思	295
10.2.3 制作方法	296
10.2.4 客户为什么满意	303
10.2.5 案例展示	303

第五篇 交互式界面设计

Chapter 11 网页设计——传统与创新的结合点	306
11.1 美容时尚网页设计	308
11.1.1 项目背景	308
11.1.2 设计构思	309
11.1.3 制作方法	310
11.1.4 客户为什么满意	320
11.1.5 案例展示	321
11.2 搜索网页设计	322
11.2.1 项目背景	322
11.2.2 设计构思	322
11.2.3 制作方法	323
11.2.4 客户为什么满意	330
11.2.5 案例展示	330
Chapter 12 UI设计——外观的表达	332
12.1 企业管理系统登录界面设计	334

12.1.1 项目背景	334
12.1.2 设计构思	334
12.1.3 制作方法	335
12.1.4 客户为什么满意	345
12.1.5 案例展示	346
12.2 手机界面设计	347
12.2.1 项目背景	347
12.2.2 设计构思	347
12.2.3 制作方法	348
12.2.4 客户为什么满意	363
12.2.5 案例展示	363

Photoshop CS5

新增功能详解

Photoshop是Adobe公司推出的图像处理软件，它功能强大，操作界面友好，得到了广大第三方开发厂家的支持，从而也赢得了众多用户的青睐。2010年4月12日，Adobe CS5正式发布，Photoshop CS5有标准版和扩展版两个版本。Photoshop CS5标准版适合摄影师以及印刷设计人员使用，Photoshop CS5扩展版除了包含标准版的功能外还添加了3D编辑工具。

01

内容感知型荷花填充



02

镜头自动校正



模特选择





快速智能选择

► 1. 快速选择工具

相比较Photoshop CS4，Photoshop CS5中的“快速选择工具”更具有智能选择的作用。在工具箱中选择“快速选择工具”，单击就可以选择一个图像中的特定区域。可以轻松选择毛发等细微的图像元素；消除选区边缘周围的背景色；使用新的细化工具自动改变选区边缘并改进蒙版等功能。



■ 使用快速选择工具选择人物，创建选区。

► 2. 魔棒工具

在工具箱中选择“魔棒工具”，单击就可以选择一个图像中的特定区域，可以轻松选择复杂的图像元素，再使用“调整边缘”命令，可以消除选区边缘周围的背景色，自动改变选区边缘并改进蒙版，使选择的图像更加精确，甚至精确到细微的毛发部分。



■ 使用魔棒工具选择人物，创建选区。



图像污点修饰

内容感知型填充功能可以帮助用户在图片中轻松改变或创建新的实体，仅需选择某块区域并使用该功能即可。利用内容感知自动填充功能，可以修复图片中因压缩而变形的物体，可以对图片中的物体进行移动、添加或删除。该功能的算法能自动填充修复图案，这一突破性的技术与光照、色调及噪声相结合，看上去删除的内容似乎本来就不存在。

Step 01 新建文件

运行Photoshop CS5，在菜单栏中选择“文件”>“打开”命令，在打开的“打开”对话框中选择“荷花.png”，完成后单击“打开”按钮，打开文件。



Step 02 选择荷花

① 在工具箱中选择“快速选择工具”，将图像中的荷花创建为选区。

② 在选择荷花的时候可以适当扩大选区，这样可以在填充后不会保留荷花多余的边缘线。



Step 03 内容感知型填充

创建好选区后，在菜单栏中选择“编辑”>“填充”命令，在打开的“填充”对话框中的“使用”下拉列表框中选择“内容识别”选项，其他选项保留默认状态，单击“确定”按钮。



Step 04 完成填充

按〈Ctrl〉+〈D〉快捷键取消选区，完成荷花的填充。个别细节地方可以再使用其他工具修改。



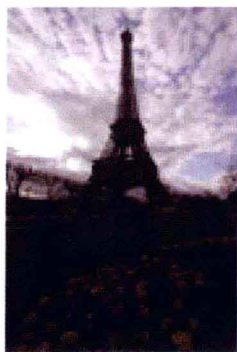
图像色调修饰

1. 出众的HDR成像

借助前所未有的速度、控制和准确度，能够创建写实的或超现实的HDR图像。借助自动消除叠影以及更好的色调映射和调整控制，可以获得更好的效果，甚至可以令单次曝光的照片获得HDR效果。在菜单栏中选择“文件”>“自动”>“合并到HDR”命令，执行该命令。



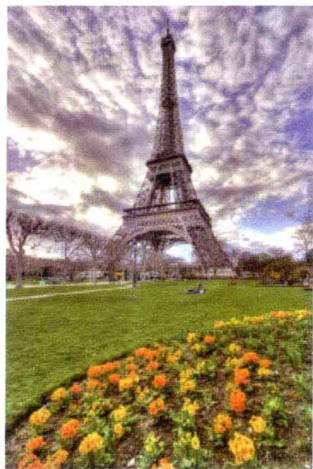
■ 原图



■ 第一次曝光



■ 第二次曝光



■ 合并后的HDR图像

2. 出众的黑白转场

使用黑白命令可实现各种黑白外观。使用集成的Lab B&W Action交互转换彩色图像，可以更轻松、更快地创建绚丽的HDR黑白图像，尝试各种新预设。