

行业理论知识+软件操作技能+平面设计元素创意秘诀+商业案例

CorelDRAW X5 平面设计宝典

智丰工作室 邓文达 李定芳◎编著



- 全面解读平面设计的设计理念，详尽讲解矢量图形设计、文字与版面编排、图形图像特效设计的创意秘诀，以及平面构成与色彩构成的基本原理。
- 20多个经典平面设计案例，融入了作者丰富的平面设计经验和教学心得，帮助读者全方位了解平面设计的行业规范、设计原则和表现手法，提高实战能力，灵活应对不同工作需求。
- 120分钟的实例制作视频，全程语音讲解，学习起来更加轻松愉快。

清华大学出版社

CorelDRAW X5 平面设计宝典

智丰工作室

邓文达 李定芳 编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是专门讲解 CorelDRAW 平面设计的专业类图书。本书按照平面设计基础篇、平面设计技能篇和平面设计实战篇的顺序展开,完美整合了平面设计的设计原则、行业经验、实战技法以及软件应用等各种知识和技能,培养和提升读者的综合设计能力,使其快速便捷地达到优秀平面设计师的水平。

全书共分 3 篇 15 章。第 1~3 章为平面设计基础篇,主要介绍了平面设计的概念、应用范围、平面设计元素与表现手法、平面构成与色彩构成以及 CorelDRAW 的使用,旨在帮助初学者尽快入门,掌握正确的设计理念和创意思维;第 4~8 章为平面设计技能篇,详细介绍了平面设计中的矢量图形设计、文字与版面编排、图形特效设计等多种技能,使读者能够较为全面地掌握平面设计各个环节的专业技能,提升市场竞争力;第 9~15 章为平面设计实战篇,精选不同设计主题和类型的典型商业案例,涉及企业 VI、POP 广告、招贴/海报、DM 宣传单和画册、报刊广告、商业插画和包装设计等七大极具代表性的设计领域,使读者在实践中累积专业功力,能够灵活应对不同的工作需求。书中全部学习流程联系紧密、环环相扣、一气呵成,让读者在掌握 CorelDRAW 平面设计技能的同时,享受无比的学习乐趣。

本书融入了作者丰富的平面广告设计经验和教学心得,内容全面,结构合理,讲解翔实精到,遵循了由易到难、深入浅出的讲解方式,非常符合读者的学习心理。本书适合作为 CorelDRAW 平面设计的基础培训教程和进阶教程,也可作为平面广告设计爱好者、中小学教师、大中专院校学生的自学教程和参考书。

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 平面设计宝典/智丰工作室编著. —北京:清华大学出版社, 2011.10

ISBN 978-7-302-26390-6

I. ①C… II. ①智… 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 158270 号

责任编辑:钟志芳

封面设计:刘 超

版式设计:文森时代

责任校对:柴 燕

责任印制:杨 艳

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:三河市李旗庄少明印装厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:26 插 页:3 字 数:599 千字

(附光盘 1 张)

版 次:2011 年 10 月第 1 版

印 次:2011 年 10 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:79.00 元

产品编号:029974-01

前

言



关于 CorelDRAW

CorelDRAW 是加拿大 Corel 公司出品的世界一流的平面矢量绘图兼排版软件，是目前应用最为广泛的基于 Windows 操作系统的图形图像制作、设计及文字编辑软件。它集设计、绘画、制作、编辑、合成和高品质输出于一体，为平面设计人员提供了先进的手段和方便的工具，利用它可以方便、快速地设计出各种海报、平面广告、时装 / 服饰、包装、插画及排版印刷。

作为一款经典的专业图形设计软件，CorelDRAW 已经有超过 21 年的历史，被誉为设计软件界的“传奇”。与以往的版本相比，最新推出的 CorelDRAW X5 以其彻底革新的颜色管理方式、新增的 Web 图形工具、B-Spline 工具和线段工具、可伸缩箭头、更新的艺术笔以及增强的连线 and 尺寸工具、网状填充工具等，使得设计者的工作流程更为高效和灵活。

写书的缘由

随着社会的进步及科技的发展，平面设计已经渗透到人们日常生活的方方面面，并在社会的各个领域得到了广泛的应用。同时，平面设计行业也面临着更大的机遇，需要大量的设计人才。一名优秀的平面设计师，除了需要熟练掌握软件的操作技能、具有正确的设计理念和新颖独特的创意思维外，还必须具备丰富的行业知识和经验。因此，平面设计可谓是一个对从业者的综合素质要求极高的行业。

为了帮助初学者尽快入行，从容应聘到相应的工作岗位，并提高广大从业人员的专业技能，使其能快速便捷地达到优秀设计师的水平，智丰工作室在积累了大量行业实战经验和教学心得的基础上，精心编写成这本汇集众多实战技法与软件应用技巧的参考书籍，希望能够为读者的学习提供有益的参考和帮助。

关于本书

全书共分 3 篇 15 章。第 1 ~ 3 章为平面设计基础篇，主要介绍了平面设计的概念、应用范围、平面设计元素与表现手法、平面构成与色彩构成以及 CorelDRAW 的使用，旨在帮助初学者尽快入行，掌握正确的设计理念和创意思维；第 4 ~ 8 章为平面设计技能篇，详细介绍了平面设计中的矢量图形设计、文字与版面编排、图形特效设计等多种技能，使读者能够较为全面地掌握平面设计各个环节的专业技能，提升市场竞争力；第 9 ~ 15 章为平面设计实战篇，精选不同设计主题和类型的典型商业案例，涉及企业 VI、POP 广

CorelDRAW X5 平面设计宝典

告、招贴 / 海报、DM 宣传单和画册、报刊广告、商业插画和包装设计等七大极具代表性的设计领域，使读者在实践中累积专业功力，能够灵活应对不同的工作需求。书中整个学习流程联系紧密、环环相扣、一气呵成，让读者在掌握 CorelDRAW 平面设计技能的同时，享受无比的学习乐趣。

本书融入了作者丰富的平面广告设计经验和教学心得，内容全面，结构合理，讲解翔实精到，遵循了由易到难、深入浅出的讲解方式，非常符合读者的学习心理。本书适合作为 CorelDRAW 平面广告设计的基础培训教程和进阶教程，也可作为平面广告设计爱好者、中小学教师、大中专院校学生的自学教程和参考书。

本书由邓文达、李定芳、涂胜男主创，同时参加编写工作的还有智丰工作室成员邓朝晖、陈成、刘小金、龚勇、黄建花、宋旻、廖少波、唐桂华、张科、孙东升、熊立梅、周柔言、汪宇、李萍、何江晴、武国英、陶然、黎菊香、谢斌、王晓冬、尹双凤、朱卫明、何桔红。感谢购买本书的您，您的支持是我们最大的动力，我们将不断努力，向您奉献更为优秀的计算机书籍。

本书在编写过程中，编者虽然未敢稍有疏虞，但疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指正，以便修订使之更加完善。联系方法为 E-mail : dier99@qq.com。

编 者

目 录



第 1 篇 平面设计基础篇

第 1 章 解读平面设计 3

1.1 平面设计概述 3

1.1.1 平面设计的概念 3

1.1.2 平面设计的应用范围 3

1.1.3 平面设计中的常用术语 6

1.2 平面设计的构成元素与表现手法 6

1.2.1 平面设计的元素 7

1.2.2 平面设计空间感的表现手法 7

1.3 平面广告的构成要素 9

1.3.1 文案 9

1.3.2 插图 10

1.3.3 标志 11

1.3.4 色彩 11

1.4 平面设计基础知识 12

1.4.1 图形图像格式 12

1.4.2 位图的颜色模式 13

1.4.3 平面设计常用硬件装备 15

1.5 印刷技术简介 16

1.5.1 印刷技术的种类 16

1.5.2 数码印刷技术 17

1.6 平面设计的一般流程 18

第 2 章 平面构成与色彩构成 21

2.1 平面构成概述 21

2.1.1 平面构成的基本要素 21

2.1.2 平面构成中基本元素的关系 25

2.2 平面构成的基本形式 26

2.2.1 重复构成 26

2.2.2 特异构成 29

2.2.3 渐变构成 31

2.2.4 发射构成 32

2.3 色彩构成 33

2.3.1 色彩的形成 33

2.3.2 色彩三属性 34

2.3.3 三原色与色相环 35

2.3.4 色彩构成原则 37

2.3.5 色彩情感 38

2.4 色彩的联想与象征 40

2.5 平面设计中的色彩搭配 45

第 3 章 CorelDRAW 平面设计快速入门... 49

3.1 初识 CorelDRAW X5 49

3.1.1 熟悉中文版 CorelDRAW X5 的 操作界面 49

3.1.2 菜单的使用方法 52

3.1.3 泊坞窗的使用方法 54

3.1.4 调色板的使用方法 54

3.2 文件的基本操作 55

3.2.1 新建与打开图形文件 55

3.2.2 保存与关闭文件 57

3.2.3 撤销、重做与重复 58

3.2.4 导入文件 58

3.2.5 导出文件 59

3.3 页面的基本操作 60

3.3.1 设置页面 60

3.3.2 增加页面 61

3.3.3 删除页面 62

3.3.4 定位页面 63

3.3.5 重命名页面 64

3.4 查看与预览图形 64

3.4.1 使用缩放工具查看图形	64	3.5.4 对象的群组与组合	77
3.4.2 视图的显示模式	65	3.5.5 对象的组织与排列	78
3.5 对象的基本操作	68	3.6 辅助工具的使用	80
3.5.1 对象的选取	68	3.6.1 使用标尺	80
3.5.2 对象的复制与再制	69	3.6.2 使用网格	81
3.5.3 对象的变换	71	3.6.3 使用辅助线	81

第2篇 平面设计技能篇

第4章 平面设计中图形的绘制与编辑 85

4.1 关于绘画	85
4.1.1 电脑绘画	85
4.1.2 矢量图形和位图图像	86
4.2 绘制几何图形	87
4.2.1 绘制矩形	87
4.2.2 绘制椭圆	89
4.2.3 绘制多边形	90
4.2.4 绘制星形和复杂星形	91
4.2.5 绘制螺纹	92
4.2.6 绘制基本形状	93
4.3 绘制直线和曲线	94
4.3.1 使用手绘工具	94
4.3.2 使用贝塞尔工具	95
4.3.3 使用艺术笔工具	96
4.3.4 使用钢笔工具	98
4.3.5 使用 B-Spline 工具	99
4.4 使用“形状工具”编辑图形	99
4.5 实例应用——口红的绘制	103

第5章 平面设计中图形的填色与编辑 ... 105

5.1 填充图形	105
5.1.1 均匀填充	105
5.1.2 渐变填充	107
5.1.3 图样填充	108
5.1.4 底纹填充	109
5.1.5 PostScript 填充	109
5.1.6 使用交互式填充工具	110
5.1.7 使用交互式网状填充工具	111
5.1.8 使用颜色滴管和属性滴管工具	111

5.2 设置轮廓线 113

5.2.1 设置轮廓线的颜色、宽度与样式	113
5.2.2 设置轮廓线的拐角和末端形状	113
5.2.3 设置箭头样式	114
5.2.4 清除轮廓线	114
5.2.5 将轮廓线转换为对象	114

5.3 在 CorelDRAW 中绘制有

立体感的物体 115

5.3.1 物体表面的色彩形成	115
5.3.2 “三面五调”	116
5.3.3 实例应用——口红的填色	117

5.4 重新整形图形 122

5.4.1 合并图形	123
5.4.2 修剪图形	124
5.4.3 相交图形	125
5.4.4 简化图形	125
5.4.5 移除后面对象与移除前面对象	126

5.5 图框精确剪裁对象 126

5.6 实例应用——户外广告设计 128

5.6.1 绘制广告背景	129
5.6.2 绘制闹钟	130
5.6.3 添加标志和广告文案	135
5.6.4 制作广告牌的底座和支撑柱	136

第6章 平面设计中的文字与版面编排 ... 137

6.1 平面设计中的文字设计	137
6.1.1 文字设计的基本原则	137
6.1.2 文字的字号选择	138
6.1.3 文字的字体选择	139

6.2 文字的排列与组合	141	7.5.3 立体化特效	176
6.3 文字的创建与编辑	142	7.5.4 封套特效	179
6.3.1 美术文本	142	7.5.5 透视效果	180
6.3.2 段落文本	144	7.5.6 透镜效果	181
6.4 创建特殊效果的文字	147	7.5.7 角效果	185
6.4.1 创建路径文字	147	7.6 实例应用——圣诞贺卡设计	186
6.4.2 图文混排(文本绕图)	148	7.6.1 制作贺卡背景	187
6.4.3 文本的特殊编辑	149	7.6.2 绘制主体图形	188
6.5 平面设计的版面编排	150	第8章 位图图像在平面设计中的应用 ...	193
6.5.1 版面编排设计的形式语言	151	8.1 位图图像处理	193
6.5.2 版面编排的基本原则	154	8.1.1 导入位图	193
6.5.3 版面编排的视觉流程	154	8.1.2 裁剪位图	195
6.6 实例应用——名片设计	155	8.1.3 重新取样位图	197
6.7 实例应用——特效文字设计	159	8.1.4 更改位图的颜色模式	198
第7章 平面设计中的图形特效	163	8.1.5 将矢量图转换为位图	200
7.1 认识图形特效	163	8.2 调整位图的颜色与色调	201
7.2 调和特效	164	8.2.1 使用“调整”命令	201
7.2.1 建立调和	164	8.2.2 使用“变换”命令	204
7.2.2 编辑调和效果	165	8.2.3 使用“校正”命令	205
7.2.3 指定调和路径	167	8.3 使用滤镜创建图像特效	205
7.2.4 “调和”泊坞窗	168	8.3.1 添加与删除滤镜效果	205
7.3 变形特效	169	8.3.2 三维效果滤镜	206
7.3.1 推拉变形	170	8.3.3 艺术笔触滤镜	206
7.3.2 拉链变形	170	8.3.4 模糊滤镜	207
7.3.3 扭曲变形	170	8.3.5 颜色转换滤镜	208
7.4 透明特效	171	8.3.6 轮廓图滤镜	208
7.4.1 标准透明	171	8.3.7 创造性滤镜	208
7.4.2 渐变透明	172	8.3.8 扭曲滤镜	209
7.4.3 图案透明	172	8.3.9 杂点滤镜	209
7.4.4 底纹透明	172	8.3.10 鲜明化滤镜	210
7.4.5 使用透明操作	173	8.4 位图的其他特效处理	210
7.5 其他特殊效果	173	8.4.1 应用位图颜色遮罩	211
7.5.1 轮廓图特效	173	8.4.2 添加阴影效果	211
7.5.2 阴影特效	175	8.5 实例应用——POP 广告设计	212

第3篇 平面设计实战篇

第9章 企业VI设计	219	9.1.1 VI设计的重要性	219
9.1 关于VI设计	219	9.1.2 VI基础要素	220

CorelDRAW X5 平面设计宝典

9.1.3 VI 应用要素	222	11.3.6 绘制装饰图形	300
9.2 企业 VI 设计	224	11.4 手机海报——精彩在线	301
9.2.1 设计分析	224	11.4.1 设计分析	301
9.2.2 标志设计	225	11.4.2 绘制广告背景与领奖台	301
9.2.3 VI 手册封面和封底设计	236	11.4.3 绘制手机娃娃	304
9.2.4 VI 手册目录设计	241	11.4.4 编写广告文案	310
9.2.5 VI 手册内页设计	243		
9.2.6 名片设计	246	第 12 章 DM 广告和画册设计	311
9.2.7 T 恤设计	247	12.1 DM 广告介绍	311
9.2.8 礼品设计	250	12.1.1 DM 广告的概念	311
9.2.9 道旗设计	252	12.1.2 DM 广告的表现形式	311
		12.1.3 DM 广告的特点	313
第 10 章 POP 广告设计	255	12.1.4 DM 广告的设计要点	314
10.1 POP 广告介绍	255	12.2 服饰 DM 宣传单——舞动	
10.1.1 POP 广告的概念	255	端阳	315
10.1.2 POP 广告的功能	256	12.2.1 设计分析	315
10.2 POP 广告的分类和特点	256	12.2.2 绘制广告背景	316
10.3 台历设计——新年台历	261	12.2.3 绘制人物剪影	317
10.3.1 设计分析	261	12.2.4 制作广告文案	320
10.3.2 制作台历画面	261	12.3 画册设计概述	323
10.3.3 制作台历效果图	271	12.4 房地产画册——御爵雅墅	325
10.4 商场吊旗——春意盎然，		12.4.1 设计分析	325
蝶舞飞扬	275	12.4.2 制作画册封面	326
10.4.1 设计分析	275	12.4.3 制作画册封底	333
10.4.2 绘制广告背景	276		
10.4.3 添加广告文案与标志	279	第 13 章 报刊广告设计	337
10.4.4 绘制卡通人物	280	13.1 报纸广告的特点和设计原则	337
第 11 章 招贴、海报设计	287	13.1.1 报纸广告的特点	337
11.1 招贴的特点和设计原则	287	13.1.2 报纸广告的版面种类	338
11.1.1 何谓“招贴”	287	13.1.3 报纸广告的设计原则	339
11.1.2 招贴的特点	287	13.2 车展报纸广告	340
11.1.3 招贴 / 海报的常见种类	288	13.2.1 设计分析	340
11.2 招贴 / 海报的设计原则	290	13.2.2 制作广告背景	341
11.3 摇滚演唱会海报	291	13.3 杂志广告介绍	346
11.3.1 设计分析	291	13.3.1 杂志广告的各种制式	347
11.3.2 绘制广告背景	291	13.3.2 杂志广告的特点	347
11.3.3 绘制人物剪影	293	13.3.3 杂志广告的设计原则	348
11.3.4 绘制音箱	295	13.4 酒杂志广告	351
11.3.5 编写广告文案	299	13.4.1 设计分析	351
		13.4.2 绘制广告背景	351

13.4.3 绘制广告主体图形	355	15.1 包装设计概述	377
第 14 章 商业插画设计	359	15.2 包装设计要素	379
14.1 插画设计概述	359	15.2.1 外形要素	379
14.1.1 插画与商业插画	359	15.2.2 构图要素	380
14.1.2 商业插画的分类	360	15.2.3 材料要素	382
14.1.3 商业插画的设计要点	362	15.3 包装设计原则	383
14.2 百合花插画设计	363	15.4 卷纸包装设计	384
14.2.1 设计分析	363	15.4.1 设计分析	384
14.2.2 绘制插画背景	364	15.4.2 制作卷纸平面展开图	385
14.2.3 绘制百合花	368	15.4.3 制作立体效果图	389
14.2.4 编排文字	370	15.5 红酒包装设计	391
14.3 儿童插画设计	371	15.5.1 设计分析	391
14.3.1 设计分析	371	15.5.2 酒瓶标贴设计	392
14.3.2 绘制熊妈妈	372	15.5.3 绘制酒瓶	395
14.3.3 绘制小兔子和雨伞	375	15.5.4 绘制酒盒平面展开图	399
第 15 章 包装设计	377	15.5.5 酒盒立体效果图设计	403



第 1 篇

平面设计基础篇

俗话说：“万丈高楼平地起”。要想学好平面设计，必须从基础学起，掌握平面设计的基础知识和一般步骤以及CorelDRAW的基本操作，是进行平面设计的基础，也是平面设计师的必备知识。

第 1 章 解读平面设计

随着社会进步及科技发展,平面设计已经渗透到人们日常生活的方方面面,并在社会的各个领域得到了广泛的应用。本章主要介绍平面设计的概念、应用范围、表示手法等基础知识,使读者对平面设计有个感性的认识,为后续的学习打下基础。

1.1 平面设计概述

平面设计是用一些特殊的操作来处理一些已经数字化的图像的过程,它是集电脑技术、数字技术和艺术创意于一体的综合内容。通过文字、矢量图形和位图等元素的灵活组合产生出多种视觉效果,制作出表达不同情感的印刷品或宣传品。平面设计作品不仅要在视觉上给人一种美的享受,更重要的是要向用户传递信息和理念。

1.1.1 平面设计的概念

通俗地讲,平面设计是在一个平面上通过对图形图像、文本等元素的组织,形成一个能够传达某种思想、概念的造型。

所谓“平面”,是指非动态的二维空间。平面设计是指在二维空间内进行的设计活动。而所谓的“二维空间内的设计活动”,是一种对空间内元素的设计及将这些元素在空间内进行组合和布局的活动。平面设计所要达到的目的是通过调动图像、图形、文字、色彩等诸多元素,并经过一定的组合和布局,在给人以美的享受的同时,兼顾某种视觉信息的传递。

1.1.2 平面设计的应用范围

在我们的生活中,平面设计无处不在。从应用范围来讲,用来印刷的都和平面设计有关。可以说,人类生活有多少种需要,就有多少种设计。其中,比较常见的有 VI 设计、插画设计、平面广告设计、字体设计、书籍封面设计、包装设计等。

1. VI 设计

VI 即企业 VI 视觉设计,是企业形象系统的重要组成部分。其中,标志是 VI 中不可或缺的组成部分,也是其核心部分。企业通过 VI 设计,对内可赢得员工的认同感和归属感,加强企业凝聚力;对外可树立企业的整体形象,进行资源整合,有控制地将企业的信息传达给受众。通过视觉符号,可不断地强化受众的意识,从而获得认同,如图 1-1 所示。



图 1-1 VI 设计

2. 插画设计

在现代设计领域中，插画设计可以说是最具有表现力的。插画作为现代设计中的一种重要的视觉传达形式，以其直观的形象性、真实的生活感和美的感染力，在现代设计中占有特定的地位。插画设计的许多表现技法都借鉴了绘画艺术的表现技法，如图 1-2 所示。

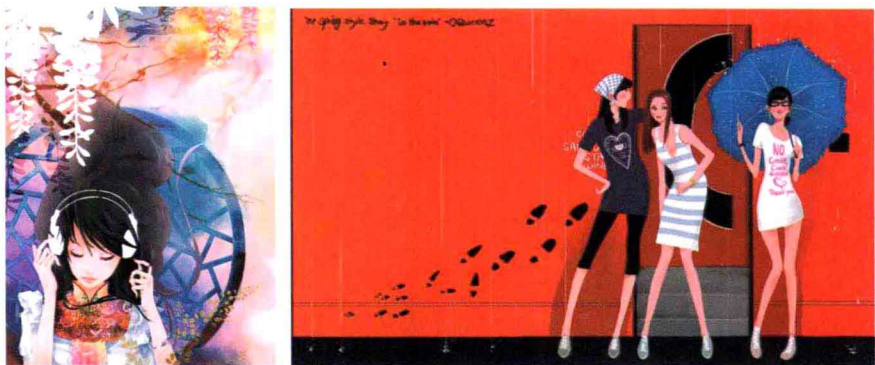
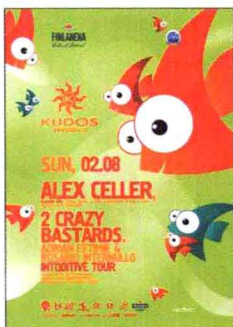


图 1-2 插画设计

3. 平面广告设计

平面广告设计是根据广告主的要求，在二维空间里把商品、劳务服务或文娱节目等信息以图片、文字等形式，按照形式美原则进行创意组合并赋予一定的想象和色彩，制作成形象化、秩序化的广告视觉载体。平面广告的类型主要有报纸广告、杂志广告、海报 / 招贴广告、DM 广告、画册、户外广告、POP 广告等，如图 1-3 所示。



海报 / 招贴广告



画册



DM 广告



POP 广告

图 1-3 平面广告设计

4. 书籍封面设计

书籍的封面既是书的自我介绍，也是书的脸面，就像一张宣传画，为书做无声的广告宣传，如图 1-4 所示。因此，书籍的封面设计是否优秀将直接影响到图书的销售量，优秀的封面总是能够唤起潜在读者的兴趣。



图 1-4 书籍封面设计

5. 包装设计

商品的包装不仅要使商品受到安全保护，而且是商品的第一推销员，好的商品要有好

的包装衬托才能充分体现其价值,如图 1-5 所示。包装设计首先要按照商品的属性进行定位,突出品牌,然后巧妙地将色彩、文字和图形进行组合,形成有一定冲击力的视觉形象,将产品的信息准确地传递给消费者,使消费者产生购买欲望。



图 1-5 包装设计

1.1.3 平面设计中的常用术语

(1) 和谐:从狭义上理解,和谐的平面设计指的是统一与对比两者之间不是乏味单调或杂乱无章的。从广义上理解,是指在判断两种以上的要素或部分与部分间的相互关系时,各部分给人的感觉和意识是一种整体协调的关系。

(2) 对比:又称为对照,是指把质或量反差很大的两个要素成功地配列在一起,使人感觉鲜明强烈而又具有统一感,使主体更加鲜明、作品更加活跃。

(3) 对称:假定在一个图形的中央设定一条垂直线,将图形分为相等的左右两个部分,其左右两个部分的图形完全相等,这就是对称图。

(4) 平衡:在平面设计中指的是根据图像的形状、大小、轻重、色彩和材质的分布作用实现视觉判断上的平衡。

(5) 比例:是指部分与部分或部分与全体之间的数量关系。比例是构成设计中一切单位大小以及各单位间编排组合的重要因素。

(6) 重心:画面的中心点就是视觉的重心,画面中图像轮廓的变化、图形的聚散、色彩或明暗的分布都可对视觉中心产生影响。

(7) 节奏:节奏这个具有时间感的词用在构成设计上时是指以同一要素连续重复出现时所产生的运动感。

(8) 韵律:平面构成中单元组合的简单重复易于单调,而以有规律变化的形象或色群间以数比、等比处理排列,则会产生音乐的旋律感,这称之为韵律。

1.2 平面设计的构成元素与表现手法

在进行平面设计之前,首先要充分了解它的构成元素和表现手法。

1.2.1 平面设计的元素

平面设计元素包括概念元素、视觉元素、关系元素和实用元素。

1. 概念元素

所谓概念元素,是指那些不实际存在的、不可见的,但人们的意识中又能感觉到的东西。例如,我们看到尖角的图形,感到上面有点,物体的轮廓上有边缘线。概念元素包括点、线和面。

2. 视觉元素

概念元素不在实际的设计中加以体现,将是没有意义的。视觉元素便是把概念元素见之于画面,是通过看得见的形状、大小、色彩、位置、方向、肌理等被称为基本形的具体形象加以体现的。视觉元素包括图形的形状、大小、色彩、位置、方向、肌理等。

3. 关系元素

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

4. 实用元素

指设计所表达的含义、内容、设计的目的及功能。

1.2.2 平面设计空间感的表现手法

平面设计主要是在二维空间范围之内以轮廓线划分图与地之间的界限,描绘形象。而平面设计所表现的立体空间感,并非实在的三维空间,而仅仅是图形对人的视觉引导作用形成的幻觉空间。空间感表现手法有以下几点。

1. 利用大小表现空间感

相同大小的东西,由于远近不同产生大小不一样的感觉,即近大远小。在平面上也一样,面积大的感觉近,面积小的感觉远。

在平面设计中,利用“近大远小”的透视规律,通过表现不同物体之间的距离和位置,就可以在平面上造成三维空间感觉,即图形图像的虚拟空间,如图 1-6 所示。

2. 利用重叠表现空间感

在平面上将一个形状叠在另一个形状之上,就会产生前后、上下的感觉,从而产生空间感。如图 1-7 所示,利用啤酒瓶重叠产生空间感。

3. 利用光影表现空间感

物体在光的照射下,会在放置该物体的平面上留下投影。因此,为物体添加光影,会使物体具有立体感和凹凸感,如图 1-8 所示。合理利用重叠和光影,可以使物体更具有真