

新起点 电脑培训学校

最新版

- ◆ 中文版 Photoshop 7.0 基础
- ◆ 建立选区、设置颜色
- ◆ 绘图工具、图层应用
- ◆ 图像处理工具、图像编辑
- ◆ 文字处理、图像色彩调节
- ◆ 路径、通道和蒙版
- ◆ 滤镜应用精彩实例
- ◆ 网页图像制作初步
- ◆ 综合应用实例

电脑图像处理—— 中文版 Photoshop 7.0 标准培训教程

博思科技

刘小伟

彭 钢

董 旭 编著

上海科学普及出版社

电脑图像处理—— 中文版 Photoshop 7.0 标准培训教程

博思科技 刘小伟 彭钢 董旭 编著

上海科学普及出版社

2004.3

图书在版编目 (CIP) 数据

电脑图像处理：中文版 Photoshop 7.0 标准培训教程/
刘小伟，彭钢，董旭编著．—上海：上海科学普及出版社，2004.3

ISBN7-5427-2583-1

I. 电... II. ①刘... ②彭... ③董... III. 图形软件，Photoshop 7.0—技术培训—教材 IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 083508 号

策 划 铭 政

责任编辑 徐丽萍

电脑图像处理——中文版 Photoshop 7.0 标准培训教程

刘小伟 彭钢 董旭 编著

上海科学普及出版社出版发行

(上海市中山北路 832 号 邮政编码 200070)

<http://www.pspsh.com>

各地新华书店经销 北京广益印刷有限公司印刷

开本：787×1092 1/16 印张：16.75 彩插：1 字数：402000

2004 年 3 月第 1 版

2004 年 3 月第 1 次印刷

ISBN7-5427-2583-1/TP · 483 定价：25.00 元

效果展示



简单贺卡



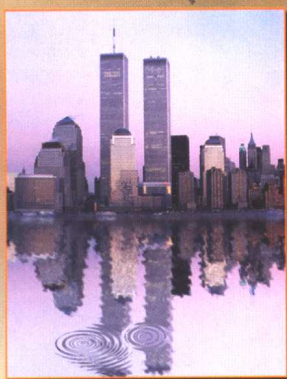
移花接木



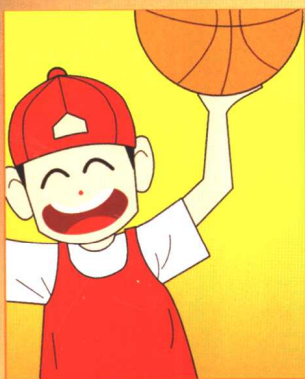
景区门票



邮票效果



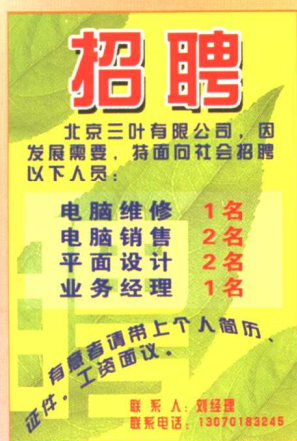
水中倒影



手绘卡通



图像润饰



招聘海报



照片调色

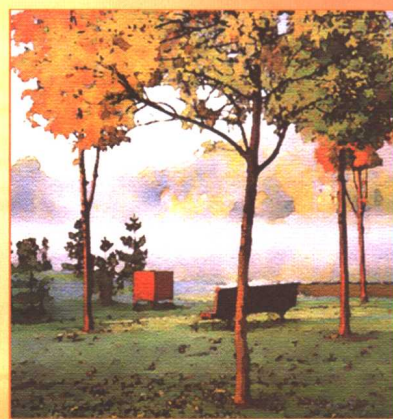
效果展示



烧纸效果



旭日东升



水彩效果



汽车奔驰效果



服装广告



公益广告



文字动画效果



数码时代

内 容 提 要

本书属于“新起点电脑培训学校”系列丛书之一。为了让读者系统而快速地掌握使用 Photoshop 进行平面设计的实际技能,本书采用“任务驱动”的讲述方法,按“课”建立循序渐进、承前启后的知识和技能结构,全面细致地介绍了平面设计的基本常识,中文版 Photoshop 7.0 的主要功能,Photoshop 实际应用方法和技巧。以 Photoshop 的实用功能为核心,用一系列看得见、想得到、做得会、生动可行、内容丰富的教学案例和其他教学环节来驱动学习过程,并为教师“如何教学”提供直观的感性认识。本书强调基础知识与实际操作技能的紧密结合,既突出 Photoshop 的实际使用方法,又注重设计创意的训练。

本书主要面向广大初级读者,非常适合作为各类电脑培训班的教材,也可作为学习电脑设计的自学读物,还作为各类职业学校的教材或参考书。

前 言

在网络时代的今天，媒体表达信息的最佳选择不是文字，也不是声音语言，而是图形和图像语言。因此，电脑图形图像制作在越来越多的社会生活领域中的渗透，越来越多的人迫切需要学习和掌握这项应用技术。电脑技术是表现设计艺术的有效手段，应用电脑技术比传统的手绘表现方法更加快、精、准、美、特；只有精通电脑设计软件的操作，熟练技巧，才能很好地表现设计艺术。

从 1990 年 Adobe 公司正式推出 Photoshop 以来，不断对 Photoshop 进行完善和推新，使其在图像处理领域中的强势日渐凸显出来，受到业内人士交口称赞。Photoshop 无论在 PC 机还是在苹果机的用户中，迄今为止都是首推的图像处理软件。它以简洁的界面语音、灵活多变的处理命令、得心应手的操作工具、随意的浮动面板设计、强大的图像处理功能，赢得了用户的青睐，它可以满足用户在图像处理领域中的任何要求，从而帮助用户设计、制作出高品质的图像作品。

为方便培训教学，使初学者能在较短时间内掌握电脑美术设计的基本概念和实用操作技能，做到介绍基础知识与上机操作的有机结合，全书分 15 课深入浅出地介绍了中文版 Photoshop 7.0 的基本概念和实际操作应用方法，用实例指导读者在短期内掌握较全面的图像设计知识和技巧，并重点培养实际动手能力和创新思维。

本书的主要内容包括：平面设计的基本常识、中文版 Photoshop 7.0 的基本操作、选区的建立、颜色设置与绘图工具、图层应用、图像编辑、图像处理、文字处理功能、图像色彩调节、路径应用、通道和蒙版、滤镜应用、网页图像制作等。此外，第 15 课还通过 4 个实例进行综合制作训练。

需要提醒读者注意的是：无论 Photoshop 软件功能多么强大，它都只是一种工具，做出什么样的效果，如何做出这样的效果，都取决于设计者本人。因而，加强设计者自身的艺术修养、丰富生活阅历、积累大量的创作素材就显得尤为重要。正因为如此，本书不是将重点放在介绍中文版 Photoshop 7.0 这个软件本身，而是设法教会读者怎样使用 Photoshop 来制作出各种效果。读者在开始学习之前，就应该明确，将要学习的是用电脑进行平面设计，而不是学习怎样使用中文版 Photoshop 7.0。

由于编写时间仓促，编者水平有限，书中疏漏之处在所难免，欢迎广大读者和同行批评指正。

编 者

2004 年 2 月

目 录

第1课 平面设计与 Photoshop	1	3.2.6 选区变形	43
1.1 课前导读	1	3.2.7 选择菜单中的其他选择命令	44
1.2 课堂讲解	2	3.3 上机实践——移花接木	45
1.2.1 什么是电脑平面设计	2	3.3.1 设计目标	45
1.2.2 图形图像的基本概念	4	3.3.2 制作要领	46
1.2.3 平面设计创意基础	6	3.3.3 制作过程	46
1.2.4 常见平面设计软件	8	3.3.4 实践小结	51
1.3 上机实践——使用图像浏览器 ACDSee	10	3.4 课后习题	51
1.4 课后习题	13	第4课 颜色设置与绘图工具	53
第2课 中文版 Photoshop 7.0 使用基础	15	4.1 课前导读	53
2.1 课前导读	15	4.2 课堂讲解	54
2.2 课堂讲解	16	4.2.1 平面设计的颜色	54
2.2.1 中文版 Photoshop 7.0 的操作界面	16	4.2.2 图像的色彩模式	55
2.2.2 常用文件操作	17	4.2.3 色彩混合模式	56
2.2.3 图像窗口操作	21	4.2.4 颜色设置	59
2.2.4 文件浏览器	23	4.2.5 画笔工具和铅笔工具	60
2.2.5 Photoshop 的辅助工具	23	4.2.6 设置画笔选项	61
2.2.6 调整图像大小	24	4.2.7 油漆桶工具	63
2.2.7 图像处理自动化	26	4.2.8 渐变工具	63
2.3 上机实践——制作简单贺卡	27	4.3 上机实践——制作邮票效果	65
2.3.1 设计目标	27	4.3.1 设计目标	65
2.3.2 制作要领	28	4.3.2 制作要领	66
2.3.3 制作过程	28	4.3.3 制作过程	66
2.3.4 实践小结	33	4.3.4 实践小结	69
2.4 课后习题	33	4.4 课后习题	70
第3课 建立选区	35	第5课 图层应用	71
3.1 课前导读	36	5.1 课前导读	71
3.2 课堂讲解	36	5.2 课堂讲解	72
3.2.1 选框工具	36	5.2.1 实例看图层	72
3.2.2 套索工具	38	5.2.2 创建图层	75
3.2.3 魔棒工具	39	5.2.3 图层编辑	77
3.2.4 选定色彩范围	40	5.2.4 图层样式	79
3.2.5 选区的编辑	40	5.3 上机实践——制作景区门票	79
		5.3.1 设计目标	79

5.3.2 制作要领·····	80	8.2.4 字符和段落调板·····	123
5.3.3 制作过程·····	80	8.2.5 文字变形·····	124
5.3.4 实践小结·····	89	8.2.6 拼写检查·····	125
5.4 课后习题·····	89	8.3 上机实践——招聘海报·····	125
第6课 图像编辑 ·····	91	8.3.1 设计目标·····	125
6.1 课前导读·····	91	8.3.2 制作要领·····	126
6.2 课堂讲解·····	92	8.3.3 制作过程·····	126
6.2.1 基本编辑命令·····	92	8.3.4 实践小结·····	131
6.2.2 图像变形·····	94	8.4 课后习题·····	132
6.2.3 填充与描边·····	97	第9课 图像色彩调节 ·····	133
6.2.4 其他编辑命令·····	98	9.1 课前导读·····	133
6.2.5 历史调板·····	100	9.2 课堂讲解·····	134
6.3 上机实践——水中倒影·····	101	9.2.1 图像色彩的校正·····	134
6.3.1 设计目标·····	101	9.2.2 图像色调调整·····	136
6.3.2 制作要领·····	102	9.2.3 图像色彩调整·····	139
6.3.3 制作过程·····	102	9.2.4 其他色调和色彩控制命令 ·····	143
6.3.4 实践小结·····	105	9.3 上机实践——照片调色·····	146
6.4 课后习题·····	106	9.3.1 设计目标·····	146
第7课 图像处理工具 ·····	107	9.3.2 制作要领·····	147
7.1 课前导读·····	107	9.3.3 制作过程·····	147
7.2 课堂讲解·····	108	9.3.4 实践小结·····	149
7.2.1 历史画笔工具·····	108	9.4 课后习题·····	149
7.2.2 修复工具·····	109	第10课 路径应用 ·····	151
7.2.3 图章工具·····	110	10.1 课前导读·····	151
7.2.4 橡皮擦工具·····	111	10.2 课堂讲解·····	152
7.2.5 模糊、锐化、涂抹工具·····	113	10.2.1 路径工具及调板·····	152
7.2.6 加深、减淡和海绵工具·····	114	10.2.2 路径的创建·····	153
7.3 上机实践——图像润饰·····	115	10.2.3 绘制自定义形状·····	155
7.3.1 设计目标·····	115	10.2.4 编辑和调整路径·····	158
7.3.2 制作要领·····	115	10.3 上机实践——手绘卡通·····	162
7.3.3 制作过程·····	115	10.3.1 设计目标·····	162
7.3.4 实践小结·····	117	10.3.2 制作要领·····	162
7.4 课后习题·····	117	10.3.3 制作过程·····	162
第8课 文字处理 ·····	119	10.3.4 实践小结·····	167
8.1 课前导读·····	119	10.4 课后习题·····	168
8.2 课堂讲解·····	120	第11课 通道和蒙版 ·····	169
8.2.1 文字工具·····	120	11.1 课前导读·····	169
8.2.2 输入文字·····	121	11.2 课堂讲解·····	170
8.2.3 创建文字选区·····	122		

11.2.1 通道概述	170	述	214
11.2.2 通道的基本操作	172	14.2.2 动画制作初步	216
11.2.3 通道的运算	173	14.2.3 Photoshop 的切片工具	220
11.2.4 蒙版概述	175	14.2.4 网页优化	221
11.2.5 蒙版的基本操作	176	14.3 上机实践——变换的文字	223
11.3 上机实践——烧纸效果	178	14.3.1 设计目标	223
11.3.1 设计目标	178	14.3.2 制作要领	223
11.3.2 制作要领	179	14.3.3 制作过程	224
11.3.3 制作过程	179	14.3.4 实践小结	227
11.3.4 实践小结	183	14.4 课后习题	228
11.4 课后习题	183	第 15 课 综合应用实战	229
第 12 课 使用滤镜 (I)	185	15.1 课前导读	229
12.1 课前导读	185	15.2 实例 1——公益广告	230
12.2 课堂讲解	186	15.3 实例 2——“帝王服饰” 广告	235
12.2.1 滤镜基础知识	186	15.4 实例 3——旭日东升	242
12.2.2 抽出、液化和图案生成	186	15.5 实例 4——数码时代	250
12.2.3 内置滤镜 (上)	187	15.6 课后习题	258
12.3 上机实践——汽车奔驰效果	195		
12.3.1 设计目标	195		
12.3.2 制作要领	196		
12.3.3 制作过程	196		
12.3.4 实践小结	197		
12.4 课后习题	197		
第 13 课 使用滤镜 (II)	199		
13.1 课前导读	199		
13.2 课堂讲解	200		
13.2.1 内置滤镜 (下)	200		
13.2.2 外挂滤镜简介	209		
13.3 上机实践——水彩效果	209		
13.3.1 设计目标	209		
13.3.2 制作要领	209		
13.3.3 制作过程	210		
13.3.4 实践小结	211		
13.4 课后习题	212		
第 14 课 网页图像制作初步	213		
14.1 课前导读	213		
14.2 课堂讲解	214		
14.2.1 Adobe ImageReady 7.0 概			

第 1 课

平面设计与 Photoshop

平面设计是指通过二维平面的文字、图形和图像的组合营造出多种视觉效果，并制作成能表达不同情感的印刷品或其他展示品。平面设计被广泛应用于广告、包装、服装、标志、图书、网页、招贴和海报等传播媒体上，它是所有艺术设计的基础。随着 IT 技术的发展，平面设计又被赋予了更新的概念，已经集计算机技术、数字技术和艺术创意设计于一体。而 Photoshop 是由美国 Adobe 公司开发的一个集图像扫描、编辑修改、图像制作、广告创意、图像合成以及图像输入输出于一体的图像制作软件，被公认为是平面设计软件中的龙头老大。本书要介绍的正是使用 Photoshop 进行平面设计的一系列方法和技巧。



本课将结合平面设计的实际应用，简要介绍图形图像的基本概念和平面设计常识。本课的学习目标是：

- ※ 了解平面设计的表现形式
- ※ 初步掌握图形图像的基本概念
- ※ 熟悉设计创意对作品的重要影响
- ※ 初步了解常用平面设计软件特别是 Photoshop 的特点

1.1 课前导读

如今，人们对数字平面艺术已经习以为常，但不少人对平面设计的艺术特点和制作方法却知之甚少。本课将从平面设计的基本常识入手，引导读者逐步走进 Photoshop 平面设计的神奇世界。

本课将介绍电脑平面设计常识、图形图像的基本概念、设计创意常识、常见平面设计软件和 ACDSee 的使用等内容。

本课的学习重点是：数字化图形图像的基本概念、平面设计创意和 Photoshop 的特点、ACDSee 的使用。

本课的难点是：分辨率、图形图像文件格式。

在学习本课时，切忌死记硬背各种名词术语，而应结合身边的各种平面设计作品，展开一些必要的分析和思考，通过对实际作品的赏析来理解这些概念。同时，要注意从学习 Photoshop 的第一天开始，就应该明确：学习 Photoshop 的目的不是如何使用该软件，而是学会如何利用 Photoshop 提供的强大功能独立创意设计出美观实用的图像作品。此外，请认真完成课后习题，切实做到学以致用，举一反三。

1.2 课堂讲解

平面设计作为应用最普遍的艺术设计形式，早已成为人们生活、工作和学习中不可缺少的信息渠道和审美途径。本节将介绍平面设计的基础知识，为学习使用 Photoshop 进行平面设计打下基础。

1.2.1 什么是电脑平面设计

其实，平面设计就在人们的身边，铺天盖地的产品传单、灯箱、广告牌、商品包装、宣传手册、网页页面等都是典型平面艺术设计作品，如图 1-1 所示。



图 1-1 平面设计作品示例

平面设计作品功能各异，表现形式也五花八门、千奇百怪，既可以用来宣传企业产品、树立企业形象，也可以用于传达某种产品、销售或公众信息，还可以用于美化城市、装饰居室等等。电脑技术的普及，为平面设计注入了新的活力，使数字平面艺术应运而生，成为当今平面设计的主流。

电脑平面设计是随着计算机及信息技术的发展而出现的新型设计手段，它是以电脑作为工具，利用不同的计算机设备和软件来辅助和完成平面设计工作。电脑平面设计充分利用数字化艺术特征和表现手段，将数字化风格潜移默化地运用到产品设计中，使平面作品不但符合形象要求，而且更加充满鲜明的时代气息，其主要特点有：

1. 创作工具以电脑为主

任何一种平面设计形式在相当大程度上由其创作工具所决定，电脑平面设计也一样，但不是所有由电脑参与创作的作品都属于电脑平面设计。所谓电脑平面设计的首要特点就是它的主要创作工具是电脑，当然这里的电脑包括一定的硬件及软件设备。电脑平面设计

不仅结合了多种传统绘画工具的特点,还具有多种崭新的电脑美术所特有的创作工具。

2. 便捷的信息处理方式

与传统的平面设计方式相比,电脑平面设计的操作更加方便快捷,修改也变得更加容易,更重要的是利用电脑强大的图文生成和编辑处理功能,设计者可以更加容易地将创意、设计和制作融为一体,即使是对传统平面设计了解甚少的初学者也很容易上手。

3. 超越了传统美术形式

在传统绘画中,水彩、油画、国画、工艺美术、建筑、雕塑、摄影等都局限在一个非常狭小的创作空间里,任何创作技法上的革新都非常艰难,但电脑平面设计却包容了这一切,比如本书即将学习的 Photoshop 里就有毛笔、铅笔、喷枪等创作工具,它还能根据作者的个性方便地自制工具。Photoshop、CorelDRAW 等软件的出现,大大刺激了摄影业、印刷业、出版业的发展。

4. 使平面设计产业化

以前平面设计师的形象是手握画笔,腰围上遍布颜料,房间里充满松香水的气味,而现在则是在整洁的电脑工作室里完成主要的创作部分,工作环境大为改善,同时,电脑的出现一改手工业作坊式的特点,使得艺术创作得以标准化、工业化,更适应目前产业化运作的需要,使艺术商品的传播、普及更加迅速,比如迪斯尼电影的制作、卡通形象复制等都因此而获益匪浅。

5. 以商业运作为主

电脑首先是从计算机辅助设计进入其他设计领域,并且逐渐影响到立体设计和平面设计,所有的电脑设计均是严格按照书面或口头合同要求进行,并且依据合同获得报酬,成千上万的电脑设计合同最终促成了电脑设计行业的发展,同时也催生了电脑美术。因此电脑平面设计的出现离不开发达的商业运作,同时还将继续依靠商业的发展而发展下去。

6. 促进创新和创意

电脑工具与信息手段的引入,不仅改变了设计师的工作程序与工作媒介,革新了设计师的艺术语言与形式手段,而且也在很大程度上改变着设计师的智力结构与思维模式,影响着设计创意的萌发机制与深化过程。



电脑的运用并不意味着人脑机能的退化,电脑设计的普及不应该成为设计师惰性、依赖性滋长的借口。对于设计师而言,电脑主要还是一种手段、一种工具、一种语言的形式、一种思维的载体,它毕竟不可能替代设计师的创造性思维。

总之,艺术性始终是衡量设计优劣、高下的重要准绳。优秀的作品往往构图别开生面、色彩缤纷悦目、意象匪夷所思、视效鲜明强烈,令人叹为观止。艺术设计并不意味着艺术与电脑科技的简单结盟,只有当它们挽起手共同为实现更宜人的生活环境、创造更舒适的

生活设施、提供更高层次的精神享受而效力之时，才真正具备了艺术设计的基本要素。

1.2.2 图形图像的基本概念

人们肉眼看到的自然景观或图像是一种模拟信号，为了使计算机能够记录和处理图像和图形，必须首先使这些景观或图像数字化。因此，从技术的角度来看，电脑平面设计与传统手工设计有本质的区别。要学会使用电脑进行平面设计，首先需要熟悉数字化图形图像的一些概念。

1. 位图与矢量图

计算机中的数字化的图形和图像一般有两个来源，一种是通过计算机的绘图软件创作并在计算机上绘制出来的；另一种是通过扫描仪、数码相机等输入设备将照片、印刷品、图画作品数字化后输入计算机，并通过一些计算机软件的特殊处理加工而成的。为了表示出它们之间的区别，前者一般被称为图形（Graphic），而后者叫做图像（Image）。

提醒

事项

在计算机中图形和图像是两个不同的概念并通过不同的方式来记录和处理，它们之间在计算机中的最显著区别在于，一种是矢量（向量）图形，另一种是位图（点阵）图像。这两种类型的图像记录和处理方式在计算机中各有不同，优劣不一，在制作计算机图像时，往往需要两者之间互相搭配，取长补短，融会贯通。因此在图形制作和图像处理的过程中，将这两种图像交叉运用，才能使作品更加精良、完美。

● 位图

位图（又称像素图或点阵图像）是由许多小栅格（即像素）组成的，处理位图时，实际上是编辑像素而不是图像本身。因此，在表现图像中的阴影和色彩的细微变化方面或者进行一些特殊效果处理时，位图是最佳的选择，这是矢量图无法比拟的。

像素是组成图像的最小单元，每个像素的大小是由图像的分辨率决定的，图像分辨率越高，单位长度上的像素点就越多，每个像素点就越小。每个像素点的位置、色彩、亮度不同，组合在一起形成规则点阵结构，就组成了图案，由于计算机在处理这类图时要将每个像素的位置、色彩、色彩亮度等要素记录下来，每个像素点是一个小方块，所以这类图像在分辨率较低时会产生出锯齿形边界和类似马赛克的色彩效果，如图 1-2（a）所示。编辑处理位图的软件通常称为图像处理程序，如 Adobe 公司的 Photoshop 和 Ulead 公司的 PhotoImpact 等。

提示

位图图像有广泛的图像资源，比如从网络上下载、用扫描仪扫描、由数码相机拍摄、从众多的位图图像素材软盘或光盘上浏览拷贝等。同时，位图图像还有众多的软件支持，用于位图的图像格式有很多。

● 矢量图

矢量图是用一组数学指令来描述图像的内容, 这些指令定义了构成图像的所有直线、曲线等要素的形状、位置等信息。使用矢量图的最大好处是任意缩放图像和以任意分辨率的设备输出图像, 都不会影响图像的品质, 如图 1-2 (b) 所示。也就是说, 矢量图与分辨率无关。编辑处理矢量图形的软件通常称为绘图程序, 例如, AutoCAD、Illustrator、Flash、CorelDRAW、FreeHand、3ds max、LiveMotion 等软件处理的就是矢量图。



图 1-2 位图和矢量图



提示 矢量图所记录的不是像素的数量, 并且在任何分辨率下输出时都同样清晰。因此, 矢量格式适合于以线条物体定位为主的绘制, 通常用于计算机辅助设计 (CAD) 和工艺美术设计等。

从存储空间上看, 由于在计算机中矢量图形与位图图像的记录存储方式不同, 所以矢量图形需要的空间要远比位图图像小。使用绘图软件可以把特定物体作为一组, 单独改变线条的长度, 放大或缩小其原形, 并进行移动和重叠。但在屏幕上进行显示时, 由于显示器自身的原理, 矢量图仍然是以像素方式来显示的。



提示 处理矢量图形和位图图像是运用计算机进行图形和图像处理两个方面, 也是不可分割的两个组成部分。操作时, 有些利用矢量图形来处理方便些, 有些则用位图图像处理方便些, 因此需要分别掌握它们的使用特点, 使制作出来的作品产生最佳的艺术效果。

2. 图像分辨率

图像的分辨率是指单位长度上的像素数量, 即直观看到的图像的清晰与模糊程度。图像分辨率用于确定组成一幅图像的像素数目, 是组成一幅图像的像素密度的度量方法, 图像分辨率用每英寸多少点 (dpi) 表示。对同样大小的一幅原图, 如果数字化时图像分辨率高, 则组成该图的像素点数目越多, 看起来就越逼真。图像分辨率在图像输入/输出时起作用, 它决定图像的点阵数。不同的分辨率会产生不同的图像清晰度。

3. 图形图像文件格式

各种文件格式通常是特定的应用程序创建的, 不同的文件格式可以用扩展名来区分, 如 PSD、BMP、TIF、JPG、CDR 和 EPS 等, 这些扩展名在文件以相应格式存储时加到文

件名中。目前市面上流行的计算机图形和图像处理软件有许多种,这些软件对各自产生的图形和图像文件的存储方式不同,因此就有了许多的文件格式,这些不同文件格式大致上可以分为两大类:一类是属于位图图像文件格式,另一类是属于矢量图形的文件格式。

● 位图的格式

最常用的位图文件格式有以下几种:

- ⊗ PSD 格式。PSD 格式是 Photoshop 的专用文件格式。
- ⊗ BMP 格式。BMP 文件是微软公司 Windows 的图像格式。
- ⊗ JPEG 格式。JPEG 是一种高效的压缩图像文件格式。
- ⊗ GIF 格式。使用 LZW 压缩方式,可以将文件的大小压缩一半。
- ⊗ TIFF 格式。可以在许多不同的平台和应用软件间交换信息。
- ⊗ EPS 格式。常用于绘图或排版软件。
- ⊗ MacPaint 格式(MPT/MAC)。MacPaint 格式经常用来传送 Bitmap 图像到苹果电脑的麦金塔(Mac)系统中。

● 矢量图的格式

矢量图形的文件格式主要有以下几种:

- ⊗ CDR 格式。CDR 是 CorelDRAW 中的一种矢量图形文件格式。它是所有 CorelDRAW 应用程序中均能够使用的一种文件格式。
- ⊗ DWG、DXB 和 DXF 格式。DWG 是 AutoCAD 中使用的一种图形文件格式;DXB 是 AutoCAD 创建的一种图形文件格式;DXF 是 AutoCAD 中的图形文件格式。
- ⊗ EPS 格式。EPS 是用 PostScript 语言描述的一种 ASCII 图形文件格式,在 PostScript 图形打印机上能打印出高品质的图形图像。

1.2.3 平面设计创意基础

创意是平面设计的源动力,一幅具有创意的作品往往给人以“既在情理之中,又在情理之外”的感觉。所谓创意就是要独创出一种意境,让人们从固有的思维模式框框中解放出来。下面,介绍一些创意常识。

创意往往是将现有的要素重新组合,资料越丰富,越容易产生创意。一般情况下,要以开放进取、和谐欢畅、生态平衡、审美愉悦来完成作品创作。在创作时应注意把握与环境的空间关系、尺度关系、色调关系、形状关系,更应注意遮挡的视线关系、视觉间歇关系以及开放性组合关系。

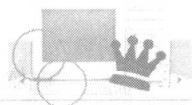
有很多种创意的表现手法,从不同的角度看会有不同的感觉和考虑。对于创意人员来说,最难找的便是表现手法。不能为了追求新奇出众的表现手法,为表现而表现,纯粹讲究画面的好看与华丽。这种极端的倾向是不可取的。

下面,通过一些实例简要介绍一些创意表现手法:

实例1 食品广告

如图 1-3 所示的秦皇食品广告中使用了四种食品实物来展示产品的魅力。





这是一种最常见的运用十分广泛的表现手法，称为展示法。它将某产品或主题直接如实地展示在广告版面上，充分运用摄影或绘画等技巧的写实表现能力。刻画和着力渲染产品的质感、形态和功能用途，将产品精美的质地引人入胜地呈现出来，给人以逼真的现实感，使消费者对所宣传的产品产生一种亲切感和信任感。

这种手法由于直接将产品推向消费者面前，所以要十分注意画面上产品的组合和展示角度，应着力突出产品的品牌和产品本身最容易打动人心的部位，运用色光和背景进行烘托，使产品置身于一个具有感染力的空间，这样才能增强广告画面的视觉冲击力。

实例2 化妆品广告

如图 1-4 所示的化妆品广告中突出展现了产品包装和所用原材料，充分体现了产品的特征。

这种比较典型的特征法，主要运用各种方式抓住和强调产品或主题本身与众不同的特征，并把它鲜明地表现出来，将这些特征置于广告画面的主要视觉部位或加以烘托处理，使观众在接触言辞画面的瞬间即很快感受到，对其产生注意和发生视觉兴趣，达到刺激购买欲望的促销目的。在广告表现中，这些应着力加以突出和渲染的特征，一般由富于个性的产品形象和与众不同的特殊能力、厂商的企业标志和产品的商标等要素来决定。

实例3 Adidas形象广告

如图 1-5 所示的 Adidas 形象广告采用了一幅赛跑比赛的画面，画面突出运动员超越对手、超越自我的场景，非常容易让人联想到为运动员创造好成绩立下汗马功劳的运动服装。

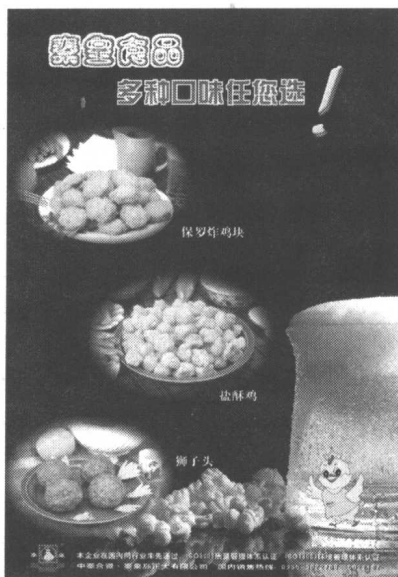


图 1-3 秦皇食品广告

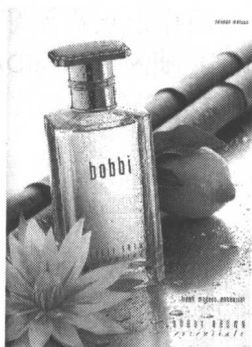


图 1-4 化妆品广告



图 1-5 Adidas 形象广告