

中文

CorelDRAW 12

广告设计 十全十科系

内敛（亦难藏尽所有锋芒）

行动、轻捷与复合多功能的架构，
虽有简约美学的融合，想藏亦难
不藏。

DGMOOK 总策划 易敏 荣力 编著

获奖案例教学

真实再现国内外广告大赛获奖作品，专业点评广告创意。

独创学习方法

三步教学法，书盘结合巧妙，符合学习规律，学习轻松快速。

艺术技术并重

详细讲解实例制作过程，深入学习广告行业知识与创意法则，全面提高艺术修养和软件使用技能。

超值精彩光盘

第1张内容为案例源文件、效果图和获奖作品赏析等；第2张内容为多媒体教学，具有极高的实用价值和参考价值。



超值2CD



中国宇航出版社

内 容 简 介

本书将 10 个国内外广告大赛获奖的平面广告作品作为教学案例,在案例创意分析的基础上,结合设计知识与软件技术,详细介绍了 CorelDRAW 12 软件技术的功能应用和操作技巧。

独创的“三步学习法”是本书最大的特色,即首先掌握书盘中的基础知识,然后学习光盘中 5 个典型实例的制作(多媒体教学文件),最后学习书中 10 个实例的制作。这样安排符合学习规律,读者可以由浅入深、层层推进地掌握使用 CorelDRAW 12 进行平面广告设计的方法和技巧。

本书内容丰富,图文并茂,语言流畅,通俗易懂,在写作风格上力求文字精练,图形精美,脉络清晰,语言流畅,可操作性强,版式明快,设计了非常有特色的阐述方式。

随书配套两张光盘,光盘 1 包含实例源文件、效果图和国内外获奖广告作品;光盘 2 为 CorelDRAW “基础教程”和“案例讲解”两部分的多媒体教学光盘。

读者对象:CorelDRAW 12 初学者、平面设计爱好者、平面广告设计师、社会相关培训班学员、大中专院校相关专业学生。

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

中文CorelDRAW 12广告设计十全大补汤/易敏,荣力编著. —北京:中国宇航出版社,2005.1
ISBN 7-80144-740-9

I. 中... II. ①易...②荣... III. 广告—计算机辅助设计—图形软件, CorelDRAW 12
IV. J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 131901 号

策划编辑 张丽花 责任编辑 宫鸣宇 封面设计 元 麦 责任校对 刘冬艳

出 版
发 行

中国宇航出版社

社 址 北京市阜成路 8 号 邮 编 100830
(010)68768548

网 址 www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经 销 新华书店

发行部 (010)68371900 (010)88530478(传真)
(010)68768541 (010)68767294(传真)

计算机 北京市和平里滨河路 1 号航天信息大厦 4 层

事业部 (010)68372647 (010)68372639(传真)

邮 编 100013

承 印 北京云浩印刷有限责任公司

版 次 2005 年 1 月第 1 版

2005 年 1 月第 1 次印刷

规 格 787×1092

开 本 1/16

印 张 19.75 彩插 12 页

字 数 468 千字

书 号 ISBN 7-80144-740-9

定 价 35.00 元(含 2CD)

本书如有印装质量问题,可与发行部调换



光盘使用说明

本书配套2张光盘：光盘1包含本书中所有案例的源文件和效果图，以及中国广告节、时报广告金犊奖、国际五大广告奖等获奖作品；光盘2为《中文CorelDRAW 12多媒体教程》，内含“基础教程”、“案例讲解”和“使用说明”三大栏目。

多媒体教学光盘内容丰富，讲解全面，“基础教程”通过浅显易懂、非常直观的操作过程带领读者快速学习CorelDRAW的基本功能；“案例讲解”通过具体的案例制作过程，让读者使用CorelDRAW 12软件制作出成功作品。

本多媒体教学光盘是学习的好帮手，不仅可以轻松学习，而且可以看作是一本CorelDRAW 12多媒体电子书，超值享受！

多媒体教学光盘运行环境

为了保证流畅读取光盘数据内容，建议在以下环境运行。

操作系统：Windows 9X/ME/NT/2000/XP/2003

显示模式：800 × 600 像素以上分辨率、32 位真彩色显示

光 驱：48 倍速或以上的 CD - ROM 或 DVD - ROM

其 他：配备音箱



将光盘2放入电脑光驱之后,等待片刻,在出现的界面中单击“多媒体教学”按钮,打开多媒体教程主界面。如果不能自动播放,请打开光驱所在的盘符,然后双击begin.exe文件即可。

多媒体教程内容主要包括“基础教程”、“案例讲解”和“使用说明”三大栏目。单击相应按钮进入到各章节中学习。



多媒体教程主界面

基础教程

单击主界面上的“基础教程”按钮,打开基础知识讲解的演示界面。

“基础教程”栏目主要包括:

CorelDRAW 入门
绘制基本图形
创建和编辑文档
对象的组织



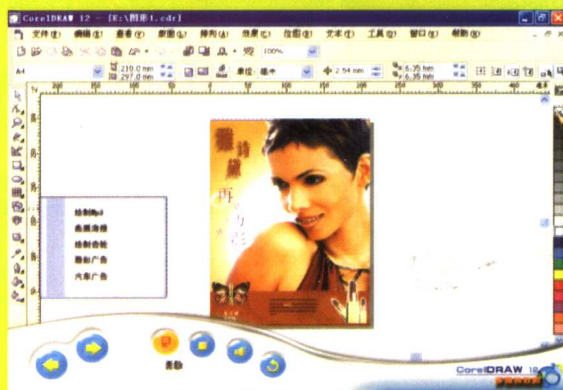
基础教程演示界面

案例讲解

单击主界面上的“案例讲解”按钮,打开案例制作讲解的演示界面。

“案件讲解”栏目主要包括:

绘制MP3
画展海报
绘制齿轮
绘制唇彩广告
绘制汽车广告



案例讲解演示界面

使用说明

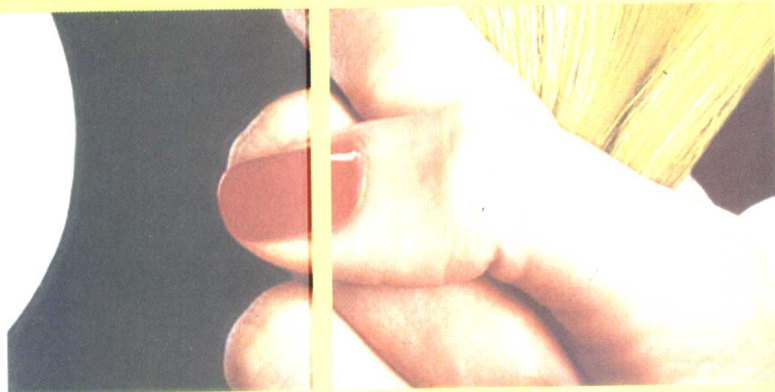
单击主界面上的“使用说明”按钮,打开“光盘使用帮助”演示界面,可以帮助读者更快捷、更方便地使用本光盘。



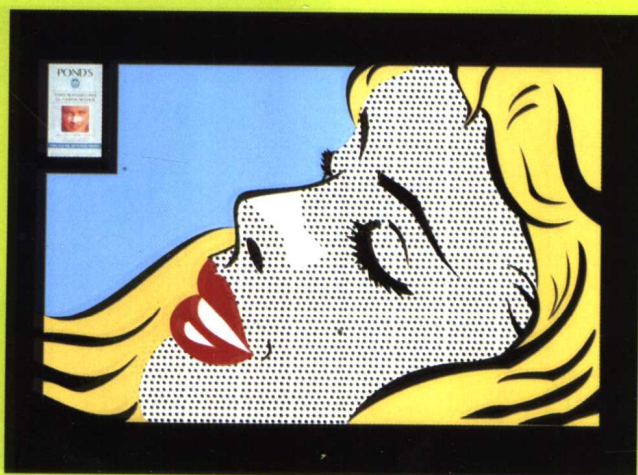
使用说明演示界面

精彩内容导读

来自国内外广告大赛获奖作品
来自专业设计师的第一手资料
来自一线教师的先进教学模式



MAYA B&B



🍰 十全大补汤——案例 1

标题

《旁氏清斑条》

奖项

第 41 届克里奥国际广告奖平面类金奖

文案

作品以局部表现产品的功能，将使用了产品的地方和未使用产品的地方进行了强烈的对比。



🍰 十全大补汤——案例 2

标题

《星期天阳光》

奖项

2001 年莫比广告大赛 平面类金奖

文案

你星期天想干什么？去新的地方探险、享受美味食品、体验时尚、或阅读有关现在最迷人的消息。星期天杂志，把你带入一个远离平常每一天的世界。



🍰 十全大补汤——案例 3

标题

《新飞冰箱》

奖项

第 9 届中国广告节 铜奖

文案

新鲜感·动心弦



🍰 十全大补汤——案例 4

标题

《中国 DVD 站起来了!》

奖项

第 10 届中国广告节 铜奖

文案

中国 DVD 站起来了!



🍰 十全大补汤——案例 5

标题

《东南菱绅汽车》

奖项

第 12 届时报广告金犊奖 汽车项金犊奖

文案

源自三菱, 崭新概念的移动型态



🍰 十全大补汤——案例 6

标题

《衣蝶生活流行馆》

奖项

第 12 届时报广告金犊奖 百货项铜犊奖

文案

教堂: 信仰的产物

流行: 信仰的传教士



十全大补汤——案例 7

标题

《中国联通可视电话·鸳鸯浴篇》系列广告
《中国联通可视电话·烛光晚餐》系列广告
《中国联通可视电话·白日梦篇》系列广告

奖项

第 12 届时报广告金犊奖 通讯事务项银犊奖

文案

你还看不见我对你赤裸的真心吗？
阳光下的烛光晚餐，
谁说开会不能做白日梦？



十全大补汤——案例 8

标题

《义守大学·爆发力篇》系列广告
《义守大学·自卫力篇》系列广告

奖项

第 12 届时报广告金犊奖 企业形象佳作奖

文案

义守爆发你潜在的力量
义守加强你的防卫能力

华硕 M2 笔记本电脑·内敛篇



华硕 M2 笔记本电脑·信函篇



十全大补汤——案例 9

标题

《华硕 M2 笔记本电脑·内敛篇》系列广告
《华硕 M2 笔记本电脑·信函篇》系列广告
《华硕 M2 笔记本电脑·刀片篇》系列广告

奖项

第 12 届时报广告金犊奖 电脑资讯项银犊奖

文案

内敛也难藏尽所有锋芒
薄如刀片
轻如信函

华硕 M2 笔记本电脑·刀片篇



中国联通可视电话·风水篇



中国联通可视电话·体重篇



十全大补汤——案例 10

标题

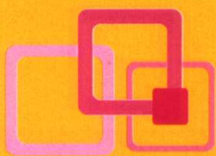
《瑞士宝路华表系列·体重篇》系列广告
《瑞士宝路华表系列·风水篇》系列广告

奖项

第 12 届时报广告金犊奖 精品项入选奖

文案

因为有了精确计时的宝路华表人生充满了自信
因为有了独一无二的宝路华表人生有了新方向



克里奥广告奖

克里奥广告奖创立于1959年，迄今已有45年的历史，是世界上历史最悠久、规模最大的世界性广告大奖，汇集了来自全球各地的广告公司和专业制作工作室提交的一流创意作品，克里奥广告奖素有广告界“奥斯卡”之称。

克里奥广告奖评委会是由在本领域内享有盛名的国际专家组成，评委们独立地评选出年度最佳获奖作品，每年一度的克里奥广告奖颁奖典礼是在“世界广告之都”美国纽约市举行。颁奖典礼之后，获奖作品将由每个国家和地区的克里奥奖代表组织赴世界38个国家和地区作巡回展览。

在古希腊神话中，克里奥又称之为“缪斯”，她是代表了掌管文艺、音乐、天文等九女神之一。克里奥广告奖45年来走过的辉煌历史验证了世人对“缪斯·克里奥女神”的推崇和向往，同时也充分反映出了克里奥广告奖在广告艺术世界里勇于探索、推陈出新、推动世界广告发展的精神和使命，这点正好与克里奥女神的天职不谋而合。故以此来命名具有国际广告至高无上荣誉的广告奖。

克里奥的竞技项目，共分作八大项目：

经典荣誉杯奖

单项影视广告奖

单项平面广告奖

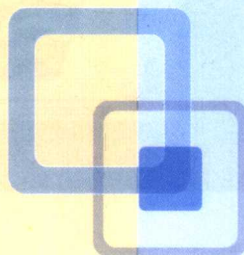
单项广播广告

系列广告奖

整合媒介运动奖

包装设计

全球互联网可网址设计



莫比广告奖

莫比广告奖创建于1971年，和克里奥广告奖、戛纳广告奖、纽约广告奖、伦敦广告奖并列为国际五大广告奖项，每一届都会吸引来自全球几十个国家的数千件作品参赛。

在美国芝加哥城文化中心及广播通讯博物馆，每年2月份都会隆重举行此项赛事的颁奖典礼。随着参赛作品的激增，每年约有259个莫比奖杯颁予各奖项的最终赢家。其中电视广告奖约105项，广播广告奖约18项，平面广告奖约120项，包装设计奖约16项。

中国广告人已参加数届，但此前都是空手而归，在30届莫比奖上，国内广告人总算是扬眉吐气，共有10件作品摘得大奖，其中麦肯光明的“邦迪创可贴《朝韩峰会篇》”、九易广告公司的“移动通讯《牵手篇》”以及“水井坊酒包装”摘走了平面类、影视类两项金奖以及最佳展示奖。

莫比广告奖同时也重视参赛作品在文化潮流方面的代表性，这些入围决赛的作品将是反映国际经济和社会状况的晴雨表，每个年度的获奖作品将会被芝加哥文化博物馆展出，并悉数收藏。

莫比广告奖奖杯，是一个闪光的金色无限标志，镶嵌在大理石底座上，它的名字和形状源于上一世纪德国数学家暨天文学家莫比（Augustus Ferdinand Moebius）发现的莫比现象：一长条的纸扭半转，圈一个圆圈，再把两端相粘，就成了莫比圈。这个奖杯也正象征沟通无限、创意无限。

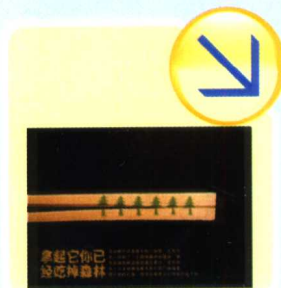
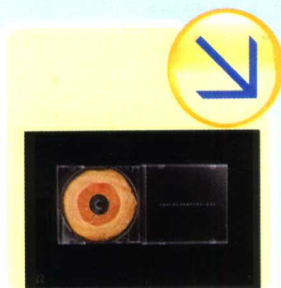


莫比广告奖奖杯

时报广告金犊奖

1992年：取“初生牛犊不畏虎”之意，由中国时报面向高校学生创办。

1996年：增设HomePage设计特别奖，受到台湾高校广泛响应。





1997年：评审与执行沿用时报奖专业操作水准，奠定品牌成长基础。

1998年：增设企业建议，以标准的策略单提供给学生参赛；向全球华文地区高校拓展，并首次引起祖国大陆关注。

1999年：参赛数量已达5000余件，初审分为北京、台北两地举办。

2000年：参赛作品跨越6000大关，祖国大陆赛区增长迅猛。

2001年：发展两岸交流空间，系列活动跨海举办；推广到更多国家，参赛作品7000余件。颁奖典礼在台湾/祖国大陆两地分别举办。积极开展两岸高校学术、师资、学生交流，拓展国际化活动平台。

2002年：成为世界华人大学生中规模最大、最具影响力的创意比赛，除祖国大陆以外，其他地区开始收取报名费。参赛作品总计8809件，其中祖国大陆作品4681件。祖国大陆获得了“年度最佳广告金槓奖、两金、一银、两铜”奖项，颁奖典礼在北京大学百周年纪念讲堂举办。

2003年：走向世界水准，竞技尺度升级，分别以平面、影视、网络、广播、技术、CI设计、营销策划等7大类参赛；得到了全球400多位广告大师、筹备委员和400余所协办高校的鼎力支持；祖国大陆首次收取报名费，推广到30个省、278所高校，深入到15万广告设计相关专业学生的生活中。

2004年：时报广告节走向大型社会文化活动并进入人民生活，祖国大陆推广分区承办研发衍生商品项目，建立品牌文化，服务目标是从校园走向社会。

中国广告节

中国广告节是经国家工商总局批准，由中国广告协会主办的广告业界盛会；是中国广告业最权威、最专业、规模最大、影响最广的国家级展会。它集国家级专业比赛评比、媒体展会、设备展会、商务交流、学术论坛会议等为一体，起到推动中国广告业发展，促进国内与国际广告业交流与合作的重要作用。

中国广告节原名为“全国优秀广告作品展”，首届举办城市为北京，始于1986年。此后，杭州、南昌、武汉、广州、无锡等城市相继举办了第2届至第7届，随着中国广告业的迅猛发展，特别是参赛作品增多和规模扩大。自2000年第7届开始更名为“中国广告节”，现已成功举办了11届。

前 言

本书凝聚了多位作者和编辑的心血,将 10 个国际国内广告大奖(中国广告节、时报广告金犊奖、莫比广告奖、克里奥广告奖等)的获奖平面广告作品作为教学案例,在案例创意分析的基础上,一步一步详细地讲解其制作过程,介绍了 CorelDRAW 12 软件技术的功能应用。

本书配有《中文 CorelDRAW 12 多媒体教程》教学光盘,盘书相结合,既可先看书也可以先看盘;安排了“软件技能学习篇”、“多媒体教学提高篇”、“十全大补汤案例精通篇”三大部分,共 13 章,阶梯式推进,这样符合学习规律,让学习变得轻松而有趣。

软件技能学习篇:通过浅显易懂、图文并茂的表达方式,引导读者学习软件菜单功能、工具箱应用和调板设置,从而快速掌握 CorelDRAW 12 的主要功能和操作技巧。

多媒体教学提高篇:通过本书配套的多媒体教学光盘,用声音、动画和视频的方式详细演示了 CorelDRAW 12 “基础教程”和“案例讲解”,从而达到巩固软件技能、加强实际操作、提高实例制作能力的目的。

十全大补汤案例精通篇:对国内外广告大赛获奖作品进行创意剖析和案例制作的难点分析,并在案例讲解的同时,贯穿了广告设计的行业知识和创意法则,让读者既能掌握设计艺术又精通软件技术。

案例结构

十全大补汤案例采用独特体例结构编排,如:“案例效果”、“创意评析”、“设计思路”、“功能运用”、“制作步骤”等。

案例效果——预览案例的整体效果,说明案例在国际、国内广告大赛中的获奖情况,包括创意、文案、执行、客户、制作等情况。

创意评析——从广告设计的艺术构成、客户要求等角度阐述案例的创意。

设计思路——采用流程图式讲解案例的设计思路,并配以文字描述,让读者对案例的制作思路清晰明了。

功能运用——以表格方式列出案例制作中应用到的主要工具、功能和相关技巧。

制作步骤——对案例制作过程进行了逐步演练,指导读者边学边做,进而创作出优秀的作品。

本书约定

本书在写作风格上力求文字精练、图形精美、脉络清晰、语言流畅、可操作性强、版式明快,设计了非常有特色的阐述方式,如:“行话连篇”、“参考提示”和“操作技巧”,让读者轻松掌握广告行业知识与 CorelDRAW 12 软件使用技能。



行话连篇——介绍相关广告设计的行业知识和创意法则等。



参考提示——提醒读者在实际操作中应注意的有关事项，避免出现错误。



操作技巧——指点迷津，透露高招，实战经验与技巧秘笈相结合，达到事半功倍、技高一筹的效果。

特别感谢

在本书编写过程中，得到了“第 11 届中国广告节组委会”、“海南白马广告媒体投资有限责任公司”、“ABBS 全球最大建筑网站”、“ChinaMook 全球最大中文 Mook 社区”、“博客中国——博客论坛”、“龙之媒广告书店”等单位组织的大力支持，以及众多广告届同仁的帮助，是他们的努力才使得本书顺利与读者朋友见面，在此表示衷心地感谢。

我们追求的是一种超越，打造的是一种艺术，奉献的更是一套精品。愿凝聚着数位作者、编辑和多媒体软件开发人员汗水和心血而著成的《中文 CorelDRAW 12 广告设计十全大补汤》，帮你搭上通向美好职业的高速快车！

欢迎广大读者以及业内人士与我们交流并提出宝贵意见 (Email: wondering2004@sina.com)。

本书由易敏、荣力执笔，另外王礼龙、许起琴、郭麦、陈小霖、刘永、朱昌、曹绪森、王晓艳、宋春元、许荔、蔡武、徐根法、黄群、刘春蓉、张妙波、万江、金蕾、徐梁飞、肖静、王建斌、何晓霞、姚新军、方立宇、赵晋、杨冬云、王斌等也参加了部分编写工作。

编 者

商标引用说明

1. 书中所涉及的商标和注册商标分属其登记公司所有。
2. 本书所引用的国内外产品是为整体编辑所需，所提及的产品是为促进厂商与用户的利益，绝无侵权之意，特此申明。

目 录

软件技能学习篇

第 1 章 CorelDRAW 12 快速入门 2

1.1 操作界面 2

1.2 工具箱 4

1.3 重要概念 4

1.3.1 矢量图 4

1.3.2 色彩模式 5

1.4 系统优化 6

1.4.1 选项和自定义命令 6

1.4.2 向调色板中添加颜色 7

1.5 页面基本设置 8

1.5.1 页面标尺和屏幕分辨率设置 8

1.5.2 页面大小和文件解析度设置 9

第 2 章 CorelDRAW 12 菜单栏详解 11

2.1 文件菜单 11

2.1.1 导入和导出命令 11

2.1.2 打印命令 12

2.1.3 文档信息命令 12

2.2 编辑菜单 13

2.2.1 叠印轮廓 13

2.2.2 插入条形码命令 13

2.2.3 属性管理器命令 14

2.3 查看菜单 15

2.3.1 简单线框命令 15

2.3.2 线框命令 15

2.3.3 草稿命令 16

2.3.4 正常命令 16

2.3.5 增强命令 16

2.3.6 标尺命令 16

2.3.7 网格命令 17

2.3.8 辅助线命令 17

2.4 版面菜单 18

2.4.1 插入页命令 18

2.4.2 删除页面命令 18

2.4.3 重命名页面命令 18

2.5 排列菜单 19

2.5.1 顺序命令 19

2.5.2 对齐与分布命令 19

2.5.3 结合与拆分命令 20

2.5.4 群组与取消群组命令 21

2.5.5 修整命令 22

2.5.6 转换为曲线命令 24

2.6 效果菜单 25

2.6.1 透镜效果 25

2.6.2 透镜通用操作 28

2.6.3 图框精确剪裁命令 28

2.7 位图菜单 30

2.7.1 位图的导入与转换 30

2.7.2 位图的编辑 31

2.7.3 位图颜色遮罩命令 31

2.8 文本菜单 33

2.8.1 文本格式命令 33

2.8.2 使文本适合路径命令 33

2.8.3 更改大小写命令 34

2.8.4 文本统计信息命令 34

2.9 工具菜单 35

2.9.1 选项命令 35

2.9.2 对象编辑器命令 35

第 3 章 CorelDRAW 12 工具箱应用 37

3.1 选取工具 37

3.1.1 普通选取 38

3.1.2 特殊选取 38

3.2 对象的变换 39

3.2.1 移动对象 39

3.2.2 缩放对象 39

3.2.3 旋转对象 40

3.2.4 倾斜对象 40

3.2.5 反向对象 41

3.2.6 使用变换泊坞窗 41

3.3 矩形工具 41

3.3.1 绘制矩形 41



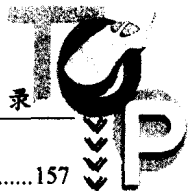
3.3.2	圆角矩形的绘制	42
3.4	椭圆工具	43
3.4.1	绘制椭圆	43
3.4.2	绘制饼形和弧形	43
3.5	3点矩形工具和3点椭圆工具	43
3.6	多边形工具	44
3.6.1	绘制多边形	44
3.6.2	对多边形进行对称变形处理	44
3.7	螺旋形工具和图纸工具	44
3.7.1	螺旋形工具	44
3.7.2	图纸工具	45
3.8	基本形状工具组	45
3.8.1	基本形状工具	45
3.8.2	箭头形状工具	45
3.9	文本工具	46
3.9.1	美术字	46
3.9.2	段落文字	46
3.10	形状工具	47
3.10.1	节点的3种形式	47
3.10.2	编辑节点	47
3.10.3	添加与删除节点	48

3.10.4	连接节点	48
3.10.5	分割曲线	48
3.10.6	直线与曲线的转换	49
3.11	填充工具	49
3.11.1	标准填充	49
3.11.2	渐变填充	50
3.11.3	图案填充	50
3.11.4	底纹填充	51
3.11.5	吸管工具和颜料桶工具	52
3.11.6	取消填充	52
3.12	交互式工具组	53
3.12.1	交互式渐变填充工具	53
3.12.2	交互式网格填充工具	54
3.12.3	交互式调和工具	55
3.12.4	交互式轮廓图工具	55
3.12.5	交互式变形工具	56
3.12.6	交互式封套工具	56
3.12.7	交互式立体化工具	56
3.12.8	交互式阴影工具	58
3.13	对象轮廓的设置与转换	59
3.13.1	轮廓的设置	59
3.13.2	转换轮廓为对象	61

十全大补汤案例精通篇

第4章	克里奥国际广告金奖《旁氏清斑条》化妆品广告	64
4.1	获奖作品	64
4.2	设计思路	65
4.3	制作步骤	66
4.3.1	导入手绘稿	66
4.3.2	广告主体元素——脸部轮廓的描绘	66
4.3.3	制作脸部的黑斑	69
4.3.4	填充五官	70
4.3.5	局部细节调整	72
4.3.6	广告主体元素——鼻梁上旁氏清斑条的绘制	74
4.3.7	绘制背景	75
4.3.8	导入包装盒	77

第5章	莫比国际广告金奖《星期天阳光》杂志广告	78
5.1	获奖作品	78
5.2	设计思路	79
5.3	制作步骤	80
5.3.1	版面的设计	80
5.3.2	版面的配色方案	83
5.3.3	广告主体元素——鼠标的绘制	84
5.3.4	广告主体元素——球杆的绘制	87
5.3.5	光照效果的处理	89
5.3.6	绘制球杆的纹理	92
5.3.7	添加广告文案	95



第6章 中国广告节铜奖 《新飞冰箱》

海报广告 98

- 6.1 获奖作品 98
- 6.2 设计思路 99
- 6.3 制作步骤 99
 - 6.3.1 绘制海报背景 99
 - 6.3.2 绘制苹果轮廓并填色 100
 - 6.3.3 绘制琴身 101
 - 6.3.4 绘制琴弦 110
 - 6.3.5 添加文案 114
 - 6.3.6 标志的绘制 114

第7章 中国广告节铜奖 《中国 DVD

站起来了!》产品广告 117

- 7.1 获奖作品 117
- 7.2 设计思路 118
- 7.3 制作步骤 119
 - 7.3.1 绘制背景 119
 - 7.3.2 绘制 DVD 轮廓并填色 120
 - 7.3.3 绘制 DVD 的按钮 124
 - 7.3.4 绘制螺丝孔 126
 - 7.3.5 给 DVD 添加商标 127
 - 7.3.6 绘制展台 128
 - 7.3.7 添加阴影 128
 - 7.3.8 添加文案 129

第8章 时报广告金犊奖 《东南菱绅

汽车》海报广告 132

- 8.1 获奖作品 132
- 8.2 设计思路 132
- 8.3 制作步骤 133
 - 8.3.1 广告主打颜色 134
 - 8.3.2 广告产品——东南菱绅 SOVERAN 汽车的绘制 136
 - 8.3.3 广告语的绘制 150
 - 8.3.4 广告正文的绘制 151
 - 8.3.5 商标的绘制 153
 - 8.3.6 印章的绘制 154
 - 8.3.7 导入广告素材 154

第9章 时报广告金犊奖 《衣蝶生活

流行馆》商场海报 156

- 9.1 获奖作品 156

9.2 设计思路 157

9.3 制作步骤 158

- 9.3.1 绘制女郎头部 158
- 9.3.2 绘制衣服 162
- 9.3.3 绘制女郎的手 165
- 9.3.4 绘制女郎的裙摆 167
- 9.3.5 制作背景图 171
- 9.3.6 细节调整 173
- 9.3.7 添加文字 175

第10章 时报广告金犊奖 《中国联

通可视电话》系列广告 177

10.1 获奖系列作品 177

10.2 《中国联通可视电话·烛光篇》设计思路 178

10.3 《中国联通可视电话·烛光篇》制作步骤 179

- 10.3.1 绘制地板 179
- 10.3.2 绘制墙面 185
- 10.3.3 绘制吊灯 187
- 10.3.4 绘制橱柜 187
- 10.3.5 绘制凉台 195
- 10.3.6 绘制人物的腿部 199
- 10.3.7 导入标志并添加广告文案 200

10.4 《中国联通可视电话·鸳鸯浴篇》制作步骤提示 204

- 10.4.1 绘制浴缸及人物的腿部 205
- 10.4.2 绘制其余部分并细节调整 206

10.5 《中国联通可视电话·白日梦篇》制作步骤提示 206

- 10.5.1 绘制光照效果及茶几 206
- 10.5.2 绘制床以及人物的腿部 208
- 10.5.3 绘制其余部分并细节调整 210

第11章 时报广告金犊奖 《义守大学》

系列广告 211

11.1 获奖系列作品 211

11.2 《义守大学·爆发力篇》设计思路 212

11.3 《义守大学·爆发力篇》制作步骤 213

- 11.3.1 主打色彩的绘制 213
- 11.3.2 绘制广告主打元素——超人 214