



电脑美术设计与制作职业应用项目教程

CorelDRAW 职业应用项目教程(X5版)

刘健 张丽霞 主编

第2版

项目引领

精心选择适合教学的商业级典型产品、作品、服务等项目作为载体

行动导向

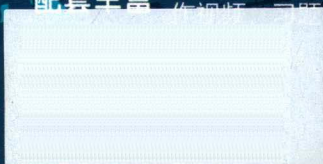
依据工作过程、工作情境来选择、组织、强化知识、技能、职业素养

能力本位

培养专业能力、方法能力、社会能力三位一体的职业能力

配套丰富

授课电子课件、备课电子教案、演示动画、操作视频、习题答案、试题库等



赠配套资源



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



双色印刷

电脑美术设计与制作职业应用项目教程

CorelDRAW

职业应用项目教程 (X5 版)

第 2 版

主 编 刘 健 张丽霞

副主编 李 鹏

参 编 那英红 刘 丹 葛 宇

马 威 李 玥 张 宇



机械工业出版社

本书使用 CorelDRAW X5 软件进行图文设计制作, 全书以 22 个设计任务为载体, 有机融入必要的设计理论知识, 每个任务以完成某个具体产品为目标来学习相关的理论知识和创作技能, 做到理论与技能的有机融合。书中的内容编排从实际出发, 经过大量的市场调研、样品收集, 然后进行深入解剖, 形成小组讨论、课前引导的教学方式。

本书中的导学部分包含平面设计理论知识, 如平面构成要素、色彩搭配原则等。后 8 个项目为综合训练课题部分, 涵盖广告、卡片、服装、艺术文字、包装、矢量风景画、工业产品、POP 广告等各方面的设计, 融入了实际应用项目设计制作。书中内容注重岗位需求, 体现产教结合。本书在第 1 版的基础上还增加了部分新知识、新技术、新工艺和新方法, 如成品印刷、印前技术、印后注意事项、写真喷绘技术、软件常见问题及解决方法等内容。为使读者更好地使用本书, 本书配套电子资源包, 包括教学视频、素材文件和电子课件。读者可登录机械工业出版社网站(www.cmpedu.com)免费注册下载, 或联系编辑(010-88379194)咨询。

本书可作为使用 CorelDRAW X5 软件相关专业的参考书, 同时, 也适合具有一定设计基础的平面设计爱好者。

图书在版编目(CIP)数据

CorelDRAW 职业应用项目教程: X5 版/刘健, 张丽霞主编. —2 版.

—北京: 机械工业出版社, 2014.12

电脑美术设计与制作职业应用项目教程

ISBN 978-7-111-48849-1

I. ①C… II. ①刘… ②张… III. ①图形软件—教材 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 293283 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 梁 伟 责任编辑: 蔡 岩 吐蔷薇

责任校对: 郝 红 封面设计: 鞠 杨

责任印制: 刘 岚

北京云浩印刷有限责任公司印刷

2015 年 1 月第 2 版第 1 次印刷

184mm×260mm·9.25 印张·213 千字

0001—2000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-48849-1

定价: 25.00 元



凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售一部: (010) 68326294

机工官网: <http://www.cmpbook.com>

销售二部: (010) 88379649

机工官博: <http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

第 2 版前言

本书第 1 版自 2007 年 10 月出版后,受到广大读者好评,至今已印刷多次。为了更好地适应新的教学需求和软件的升级,我们对第 1 版进行了修订。

本书使用的软件由第 1 版的 CorelDRAW X3 升级为目前最高的版本 CorelDRAW X5,并以项目式来进行编写,通过一系列的实例对 X5 版本的新功能做了较全面的介绍,各项目案例及做法上都进行了修改补充。

各项目的具体修订内容如下:

导学中删减了较普通的黑白平面构成要素关系图,增加了更具表现力的彩色说明图。第 0.3 节中删除了 CorelDRAW X3 的各项功能介绍内容,增加了 CorelDRAW X5 新功能介绍,并对所有的新功能进行了重新编辑。

项目 1~项目 3 中,在原来各个项目设计制作过程上,普遍都简化了操作过程,使初学者轻松掌握和灵活运用选区的编辑,增加了“轮廓修改”“文件变形”等快捷命令。

项目 4 中更换了几个艺术字效果的设计训练,增加了新颖时尚的几款艺术字体,适应现代广告设计元素,增加了几个新功能命令的应用。项目 4 中对“文字工具”的使用也进行了较大的改动,改动后的几个实例更加贴近生活。

项目 5~项目 8 保留了原项目的选题内容,删除了较多的理论内容,增加了对颜色面板和颜色搭配、色彩要素应用等方面的讲解,并对 CorelDRAW X5 新功能命令的应用进行了操作上的训练,在综合实训时增加了对“交互工具”知识的强化训练。

项目 9 对印刷知识的讲解进行了重新编排。

本书主要通过实际岗位项目内容的设计来介绍 CorelDRAW X5 的具体功能应用和使用技巧。具体实例既贴近实际又与所学知识紧密联系,让读者对抽象的工具及参数有更直观、清晰的认识和理解;介绍实例需掌握的知识点,使读者对所用到的知识更明确。本书讲解步骤分明,由简入繁,使初学者能够更好地使用 CorelDRAW X5 软件的各项功能;实例知识点讲解更是对该软件在理论上的最好诠释。本书各项目中的任务均由任务情境、任务分析和任务实施组成,每个项目最后都有项目小结和拓展作业。本书注重实践中的应用,同时体现了知识的完整性和系统性,使学生学习后可以尽快胜任岗位工作。本书基本上涉及了应用 CorelDRAW 进行图像处理的知识,读者通过对本书的认真学习,可以比较全面、迅速地掌握 CorelDRAW 这个强有力的图形、图像编辑处理工具。

本书由刘健、张丽霞任主编,李鹏任副主编。参与编写的还有那英红、刘丹、葛宇、马威、李玥和张宇。其中刘健和张丽霞统筹全稿并负责导学、附录的编写;李鹏编写项目 4、项目 6 和项目 8;那英红、刘丹编写项目 3 和项目 7;马威、葛宇编写项目 1 和项目 5;李玥、张宇编写项目 2 和项目 9。

由于编者水平有限,书中难免有疏漏,在此对读者表示歉意。

编 者

第 1 版前言

CorelDRAW X3 是一款屡获殊荣的图形、图像编辑软件。CorelDRAW X3 图像软件包含了两个绘图应用程序：一个用于矢量图及页面设计；一个用于图像编辑。惊人的绘图软件组合带给用户强大的交互式工具，使用户可创作出多种富有动感的特殊效果。点阵图像即时效果在简单的操作中就可得到实现，加上高质量的输出性能，用户所得到的一定是专业效果。

本书是一本介绍 CorelDRAW X3 在平面设计工作中应用的教材。其编写思路是以国内最常见的平面广告设计类型和典型创意设计为指导，考虑目前各类中、高职院校教学的需要和较典型的行业需求设计的教学内容。通过对案例的具体分析来详细讲解利用 CorelDRAW X3 软件具体制作的方法，将 CorelDRAW X3 软件与实际的平面艺术设计工作密切地结合起来，突出理论学习和实践应用。其中不仅详细介绍了 CorelDRAW X3 软件的基本操作方法和使用技巧，而且介绍了各种类型的平面广告设计作品和典型创意设计作品的创作思路和设计理念。

本书的主要特点：章节安排是按“基础→提高→创新”的顺序来编写的，具有操作步骤简单易懂、内容丰富、技能含量较高、针对性强等特点。本书能够让学生和读者感到学有所用、学有所乐，提高学习热情，为将来从事平面艺术设计工作打下坚实的基础。

本书适合作为各类中、高等职业教育学校广告设计、艺术设计等专业师生的指导教材；社会电脑美设计、平面设计专业短期培训教材；设计类从业人员自学指导用书。

本书由张丽霞任主编，参与编写的有孙海龙、马玥桓、穆尚峰、刘洋、易楠。

由于编者水平有限，书中难免出现疏漏和错误之处，希望专家和读者及时指正。

编者

目 录

第2版前言

第1版前言

导学 平面设计理论	1
0.1 平面构成原理	1
0.1.1 基本概念	1
0.1.2 平面构成要素	2
0.1.3 设计构成存在的形式	3
0.2 色彩搭配原则	3
0.2.1 色彩构成	3
0.2.2 色彩要素	6
0.2.3 色彩心理印象及代表意义	7
0.2.4 色彩印象小结	10
0.3 CorelDRAW X5 软件的基本操作	10
0.3.1 CorelDRAW X5 软件工作界面的认识	10
0.3.2 CorelDRAW X5 新增功能介绍	11
小结	16
项目1 设计宣传类产品	17
任务1 设计房地产宣传广告	17
任务2 设计直邮宣传单	29
任务3 设计跳棋棋盘	38
任务4 设计展板类广告	44
项目小结	49
拓展作业	49
项目2 设计卡片	50
任务1 设计标准名片	50
任务2 设计艺术类名片	52
任务3 设计参观券	55
任务4 设计台历	60
项目小结	64
拓展作业	65
项目3 设计服装	66
任务1 设计女款职业装	66
任务2 设计男款职业装	69

项目小结	75
拓展作业	75
项目 4 设计艺术文字	76
任务 1 设计英文字体	76
任务 2 设计电脑变形文字	78
任务 3 设计创意艺术字体	81
任务 4 交互式调和文字	82
项目小结	83
拓展作业	83
项目 5 设计包装类产品	85
任务 1 设计常见商品类包装盒	85
任务 2 设计手提袋	90
项目小结	97
拓展作业	97
项目 6 设计卡通风景画	99
任务 1 制作“春”风景画	100
任务 2 制作“夏”风景画	102
任务 3 制作“秋”风景画	103
任务 4 制作“冬”风景画	105
项目小结	108
拓展作业	108
项目 7 设计 iPhone 手机	109
项目小结	113
拓展作业	113
项目 8 设计 POP 类广告	114
任务 1 设计商品宣传海报	114
任务 2 设计指示标志牌	117
项目小结	120
拓展作业	120
项目 9 成品印刷、输出打印	121
任务 1 打印基础	121
任务 2 喷绘写真技术	124
项目小结	127
拓展作业	127
附录	128
附录 A CorelDRAW X5 软件常见问题及解决方法	128
附录 B 图片文字校对使用的正确符号	135
附录 C CorelDRAW X5 快捷键大全	137

导学

平面设计理论

职业能力目标

- 理解并掌握设计原理及表现形式
- 研究各种元素组合的形式和效果
- 掌握色彩的搭配原则及软件的组成部分和新增功能

0.1 平面构成原理

平面构成最早源于 20 世纪初的西方国家,并于 20 世纪 70 年代末传入我国。经过多年的实践和发展,到今天平面构成已经成为设计学习中最重要也是最基础的视觉艺术理论。可以说,一切设计从构成开始。

平面构成的学习主要是从抽象的点、线、面这些最基本的单个视觉元素入手,研究各种元素组合的形式和效果,寻找形态和设计的共性。

0.1.1 基本概念

平面构成是人们在长期的艺术创造过程中对造型规律的认识与总结,是现代视觉艺术的基础理论之一。平面构成是一种造型概念,也是现代造型设计用语。通俗的理解就是将很多独立的小单元(包括不同的形态、材料等)按照一定的规则,在平面上重新组合成一个新的单元。

平面构成的学习主要是从抽象的点、线、面这些最基础的单个视觉元素入手,研究各

种元素组合的形式和效果,寻找形态和设计的共性,探索新的表现形式,培养观察、理解、分析、判断、表现的能力,为今后的设计创作奠定坚实的基础。

0.1.2 平面构成要素

平面构成的3大要素为点、线、面。它们相互结合与作用形成了点、线、面的多种表现形式。点、线、面的表现力极强,既可以表现抽象,也可以表现具象。形象是物体的外部特征,是可见的。形象包括视觉元素的各部分,所有的概念元素如点、线、面在画面中,也具有各自的形象。如图0-1所示。

平面设计中的基本形:在平面设计中,有一组相同或相似的形象,其每一组成单位称为基本形。基本形是一个最小的单位,利用它根据一定的构成原则排列、组合,便可得到最好的构成效果。

组形:在构成中,由于基本的组合,产生了形与形之间的组合关系,这种关系主要有以下几种。

- ① 分离:形与形之间不接触,有一定距离。
- ② 接触:形与形之间边缘正好相切。
- ③ 复叠:形与形之间是复叠关系,由此产生上下前后左右的空间关系。
- ④ 透叠:形与形之间透明性的相互交叠,但不产生上下前后的空间关系。
- ⑤ 结合:形与形之间相互之间结合成为较大的新形状。
- ⑥ 减却:形与形之间相互覆盖,覆盖的地方被剪掉。
- ⑦ 差叠:形与形之间相互交叠,交叠的地方产生新的形。

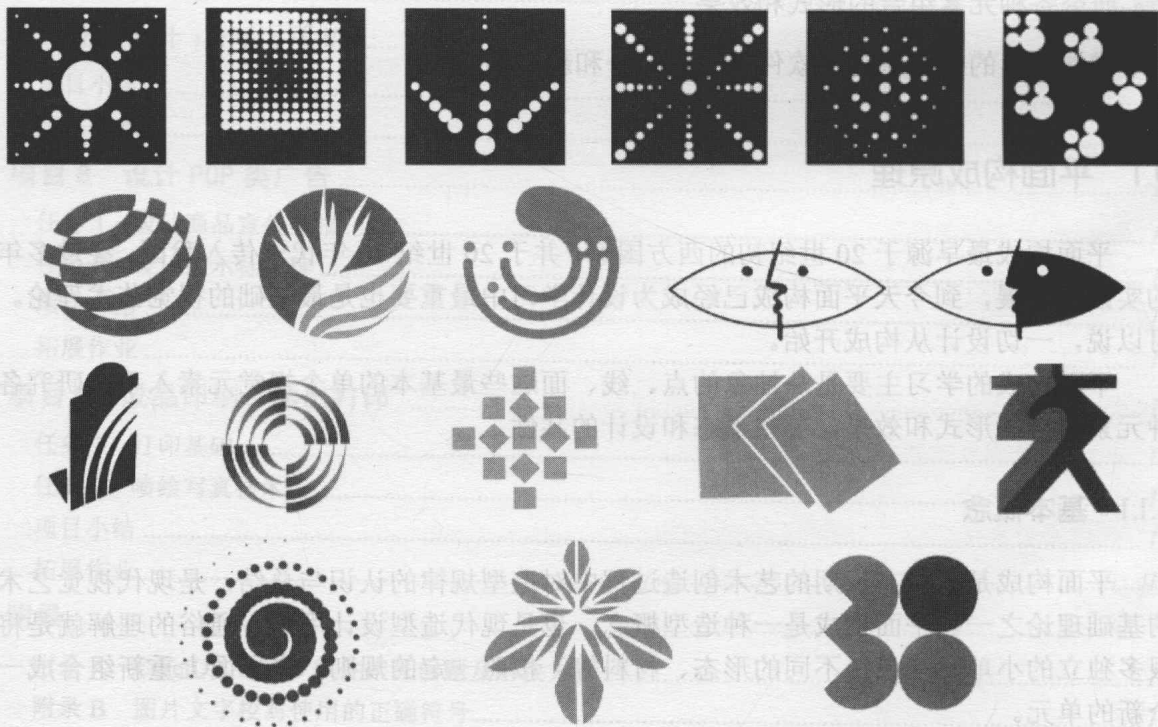
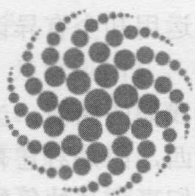


图 0-1



点的现样式



线的表现样式



面的表现样式

图 0-1 (续)

0.1.3 设计构成存在的形式

重复构成：相同或近似的形元素在相同的框架中反复排列称为重复构成。它的特征就是形象的连续性，如图 0-2 所示。

渐变构成：元素和基本形有渐变多元次变化性质的构成形式，称为渐变构成。渐变构成有两种样式，一是通过变动元素的水平线、垂直线的疏密比例取得渐变效果；二是通过基本形有秩序、有规律、循序的无限变动而取得渐变效果，如图 0-3 所示。

韵律构成：所谓韵律构成就是指事物的动态的方式。同一要素周期性反复出现时，会形成运动感，称为韵律。韵律有一次元的韵律表现、二次元的韵律表现、利用渐变表现韵律等方法，如图 0-4 所示。

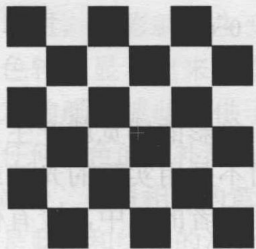


图 0-2

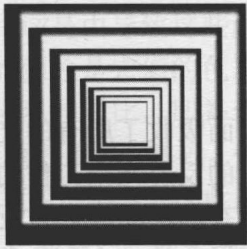


图 0-3

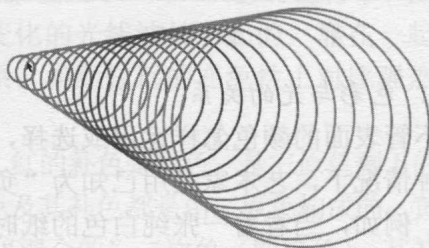


图 0-4

0.2 色彩搭配原则

我们生活的世界是充满色彩的世界，任何能被我们所看到的物体都是因为光的吸收、反射或过滤的结果，所以才会看到物体的造型、材质及其他细节。

一个设计作品的好坏优劣在很大程度上取决于色彩设计的好坏。成功的作品不管有多少设计亮点，有一点是肯定的，那就是它的色彩设计一定是成功的。很多作品最初就是靠吸引人的色彩使之产生共鸣。

0.2.1 色彩构成

色彩是引起共同审美愉快的、最为敏感的形式要素。色彩同时影响儿童和成人，即使是婴儿，最容易接受的也是色彩明亮的东西。大多数人通常都能从“现代”艺术中发现色彩

的活力与魅力,虽然会对变形的艺术缺乏理解,但对色彩的运用却少有异议。事实上,一件艺术作品的色彩总是具有独立的欣赏价值。

色彩是最有表现力的要素之一,因为它的性质直接影响我们的感情。当我们观看一件艺术作品的时候,并非会理性地认识对其色彩产生感觉的东西,而是对它有一种直接的感情反应。愉悦的色彩节奏与和谐满足了我们的审美需求。我们喜欢某种色彩搭配,而拒绝另一种搭配。在再现艺术中,色彩真实地再现了对象,创造出幻觉空间的效果。色彩研究以科学事实为基础,要求精确和明晰的系统性。我们将考察色彩关系的这些基本特征,看看它们怎样帮助艺术作品的题材创造形式和意义。如图 0-5 和图 0-6 所示为调色板取色、混合器取色。



图 0-5



图 0-6

1. 色彩与光的关系

不管表面的颜色怎样运用或选择,当表面吸收了所有的光波,色彩的感觉就产生了。在这种情况下,艺术家是用已知为“负色”的反射光来工作的,而不是用实际的光波或附加色。例如,当看着一张纯白色的纸时,所有的色光波都被反射回观者的眼中,没有任何色光被减去或被纸面吸收。当红色覆盖表面时,就只有红色的光波反射到观众眼中,所有其他的色光被减去或被颜色吸收,其结果是只体验到了红色。被表面吸收或减去的所有能量(没有被反射出来的光波)等于绿色——反射出色彩的对比或互补。如果一块绿色破碎于纸上,对比是真实存在的。绿色,两种剩余的原色——蓝色和黄色的混合,只反射出绿色的光波,而吸收或减去其他的颜色,即红色。

所有的原色——蓝色、黄色和红色混合在一起所产生的颜色能够吸收和减去所有白色光波中的颜色。这种颜色将不反射任何色光而呈现为黑色没有任何光波(这是混合的附加色的对立面,所有原色光的混合产生白色)。但是,因为艺术家用颜料的杂质和不完整,任何表面都不可能绝对地吸收所有的光波,除了那些正被反射的光波。此外,颜色反射的不只是一种主导颜色或某种程度的白色。由于这些原因,对比色的混合,包括所有的原色,都不会产生纯黑色,而是一种灰黑色。

不论是纯色还是调和色,创造出来的颜色总是与减色相关联,一个形象反射的只是所见的颜色波长,而吸收了所有其他的波长。后面讨论颜色的时候,主要涉及可视的反射色光的颜色,而不是混合色光或附加色的感觉。

2. 混合颜色

如前所说,光谱包括红、橙、黄、绿、蓝、蓝紫和紫色,以及在其最纯度上的上百个微妙的色彩变化。这个色彩范围也适用于颜色。儿童或初学者在使用颜色时,很可能只使用几种简单的或单纯的颜色,他们意识不到简单的颜色也是有变化的。很多颜色是通过两种以上的颜色调和出来的。

但是,有3种颜色是不能通过调和创造出来的,即红、黄、蓝,所谓的三原色。当将两种原色相调和时,份量相等或不相等,它们就可能创造出几乎所有的颜色。任意两种原色相调和产生一种二次色(亦称复色):橙色出自红色与黄色;绿色出自黄色和蓝色。而且,某种中间色是由一种原色与相邻的二次色相调和创造出来的。中间色的数量是无限的,原色或二次色在比例上的变化导致颜色的变化。换句话说,黄色与绿色相调和产生出的不只是一种黄绿色。如果使用更多的黄色,其结果与用较多的绿色的黄绿色大不相同。艺术家偶尔也不正确地把中间色作为三次色。三次色是出自两种二次色的调和,不是一种原色与二次色调和。稍后将更深入地讨论。如果我们研究混合色从黄到黄绿到绿的进阶,就会发现一个呈现为色轮的自然次序。区别微妙变化的能力使我们在每个位置上看到一种新颜色。

3. 三色系统

三原色在色轮上的空间分布是均等的,黄色一般在顶上,因为它最接近白色。这些颜色构成一个等边三角形,即所谓三原色。3种二次色被置于调出它们的两种原色之间,空间均等,它们创造了由橙、绿和紫构成的二次三色。置于每种原色和二次色之间的中间色创造了均等的空间单位,即中间三色。所有位置使颜色处于一个12色的色轮中。围着色轮走动时,色彩就发生变化,这是由导致这些颜色变化的光线波长引起的。靠在一起的颜色在色轮上显示出来,靠近的颜色是它们的色彩关系;相距较远的在色性上对比强烈。直接相对的颜色彼此提供了最强烈的对比,即补色。

任何颜色的互补都是以三原色系统为基础。例如,红的补色是绿色,是三原色剩下的另外两种颜色,份量相等的黄色和蓝色的混合。因此,颜色及其补色都是由三原色构成的;黄色的补色是蓝色和红色的混合造成,即紫色。如果颜色是“混合的”二次色(即橙色),其补色可以通过创造这种颜色的原色(红与黄)发现出来,三原色中剩下的颜色(蓝色)即是它的补色。

4. 中性色

不是所有的物体都有色彩的性质。一些物体是黑色的、白色的或灰色的,它们看起来不同于色谱上的任何颜色。在那些东西中没有发现色彩的性质,它们的区别仅在于反射光的数量上。因为我们不能在黑、白和灰中辨别出任何一种颜色,它们便被称为中性色。这些中性色实际上反映了在一种光线中色彩波长变化的数量。

一种中性色,白色,可以视为所有颜色的存在,因为它是发生在一个表面反射不在同等程度上所有颜色的波长。

黑色一般被视为没有颜色,因为它是在一个表面上均匀吸收了所有色光,而没有反射任何色光的结果,绝对的黑色很少有,除非在很深的山洞中。因此,大多数黑色仍然包含一些被反射的色彩的痕迹,不过很轻微。

任何灰色都是一种不纯的白色,因为它只是部分反射所有色光的结果。如果反射光的数量很大,灰色就比较亮;如果数量小,灰色就比较暗。中性色是由反射光的数显示出来的,而颜色则与反射光的质量相关联。

0.2.2 色彩要素

不论任何色彩, 皆具备 3 个基本的重要性质: 色相、明度、彩度, 一般称为色彩三要素或色彩三属性。如图 0-7 和图 0-8 所示。

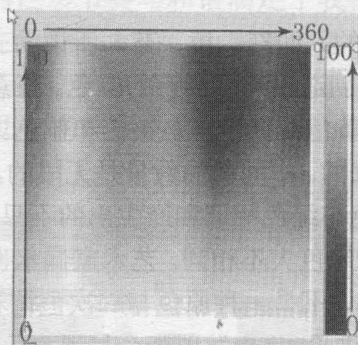


图 0-7

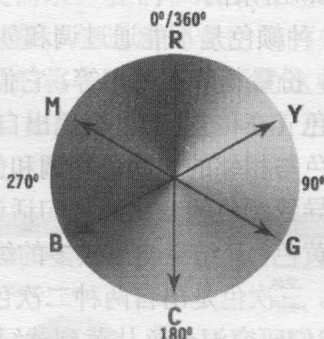


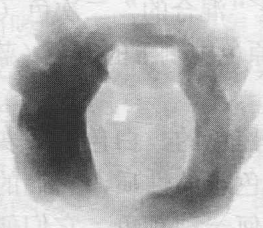
图 0-8

色相: 色相 (Hue, 简称 H; 或译为色名) 是区分色彩的名称, 也就是色彩的名字, 就如同人的姓名一般, 用来辨别不同的人。

明度: 明度 (Value, 简称 V) 即光线强时, 感觉比较亮; 光线弱时, 感觉比较暗。色彩的明暗强度就是所谓的明度, 明度高是指色彩较明亮, 而相对的明度低, 就是色彩较灰暗。

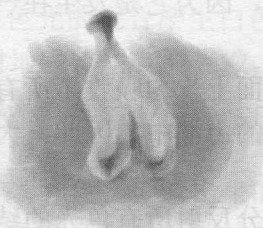
饱和度: 饱和度 (Chroma, 简称 C) 是指色彩的纯度, 通常以该彩色的同色名纯色所占的比例, 来分辨彩度的高低, 纯色比例高为彩度高, 纯色比例低为彩度低。在色彩鲜艳的状况下, 通常很容易感觉高彩度, 但有时不易作出正确的判断, 因为容易受到明度的影响, 譬如大家最容易误会的是, 黑、白、灰是属于无彩度的, 他们只有明度。其对比关系如图 0-9~图 0-12 所示。

色彩的对比



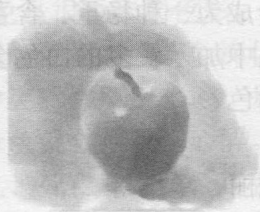
明度对比: 当两种色彩并列时, 出现灰而沉闷的弊病, 就应该在明度上找原因, 拉开明度对比, 使暗的更暗、亮的更亮。

图 0-9



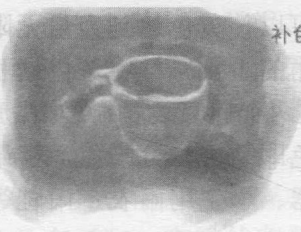
纯度对比: 这是一种饱和色与不饱和色对比, 是一种和谐的对比效果。纯色与复色相邻时, 纯色更纯、复色更灰。

图 0-10



冷暖对比：冷暖对比是相对的。由于色彩的互相作用，有时冷色在某些画面中会产生暖的感觉。冷暖色并列，暖的更暖，冷的更冷。

图 0-11



补色对比：三原色中的一原色和另外两个原色的间色互为补色关系。如红与绿、黄与紫、蓝与橙。它们并列时，它们的相对色可产生最大效果。补色对比是一种最强烈的冷暖对比，色彩效果最鲜明、刺激。

图 0-12

0.2.3 色彩心理印象及代表意义

当看到色彩时，除了会感觉其物理方面的影响，心里也会立即产生感觉，这种感觉一般难以用言语形容，我们称为印象，也就是色彩印象。如果有一个能够合理客观地分析出这种感觉差异的标准，那么就可以利用它说明这种感觉上的差异了。

红的色彩印象：热烈、喜庆、激情、希望、饱满、危险等。

红色是强有力的色彩，是热烈、冲动的色彩，容易引起注意，所以在各种媒体中也被广泛地利用，除了具有较佳的明视效果之外，更被用来传达有活力、积极、热诚、温暖、前进等含义的企业形象与精神。另外红色也常用来作为警告、危险、禁止、防火等标示用色，人们在一些场合或物品上，看到红色标示时，不必仔细看内容，就能了解警告危险之意，在工业安全用色中，红色即是警告、危险、禁止、防火的指定色。著名色彩学约翰·伊顿教授描绘了受不同色彩刺激的红色。他说：“在深红的底子上，红色平静下来，热度在熄灭着；在蓝绿色底子上，红色就像炽烈燃烧的火焰；在黄绿色底子上，红色变成一种冒失的、莽撞的闯入者，激烈而又寻常；在橙色的底子上，红色似乎被郁积着，暗淡而无生命，好像焦干了似的。”

红色主要有大红、桃红、砖红、玫瑰红。

橙的色彩印象：食物、辉煌、财富、温暖、愉快、警告等。

橙色的波长仅次于红色，因此它也具有长波长导致的特征：使脉搏加速，并有温度升高的感受。橙色是十分活泼的光辉色彩，是暖色系中最温暖的色彩，它使我们联想到金色的秋天，丰硕的果实，因此是一种富足的、快乐而幸福的色彩。另外，橙色明视度高，在工业安全用色中，橙色即是警戒色，如火车头、登山服装、背包、救生衣等。由于橙色非常明亮刺眼，有时会使人有负面低俗的印象，这种状况尤其容易发生在某类型网站的设计上，所以在运用橙色时，要注意选择搭配的色彩和表现方式，才能把橙色明亮活泼、具有动感的特性发挥出来。

经验告诉我们,橙色稍稍混入黑色或白色,会成为一种稳重、含蓄又明快的暖色,但混入较多的黑色后,就成为一种烧焦的颜色,橙色中加入较多的白色会带有一种甜腻的味道。橙色与蓝色的搭配,构成了最明亮、最欢快的色彩。

橙色主要有鲜橙、桔橙、朱橙、香吉士。

黄的色彩印象:轻快、光辉、活泼、光明、艳丽、单纯等。

黄色是亮度最高的色,在高明度下能够保持很强的纯度。黄色的灿烂、辉煌,有着太阳般的光辉,因此象征着照亮黑暗的智慧之光;黄色有着金色的光芒,因此又象征着财富和权利,它是骄傲的色彩。黑色或紫色的衬托可以使黄色达到力量无限扩大的强度。白色是吞没黄色的色彩,淡淡的粉红色也可以像美丽的少女一样将黄色这骄傲的王子征服。也就是说,黄色最不能承受黑色或白色的侵蚀,这两个色只要稍微渗入,黄色即刻失去光辉。另外,黄色明视度高,在工业安全用色中,黄色即是警告危险色,常用来警告危险或提醒注意,如交通信号上的黄灯、工程用的大型机器、学生用雨衣、雨鞋等,都使用黄色。

黄色主要有大黄、柠檬黄、柳丁黄、米黄。

绿的色彩印象:生命、安全、青春、和平、祥和、新鲜等。

鲜艳的绿色非常美丽、优雅,特别是用现代化技术创造的最纯的绿色,是很漂亮的颜色。绿色很宽容、大度,无论蓝色还是黄色的渗入,仍旧十分美丽。黄绿色单纯、年轻;蓝绿色清秀、豁达。含灰的绿色,也是一种宁静、平和的色彩,就像暮色中的森林或晨雾中的田野那样。在设计中,绿色所传达的清爽、理想、希望、生长的印象,符合了服务业、卫生保健业的诉求,在工厂中为了避免操作时眼睛疲劳,许多工作的机械也是采用绿色,一般的医疗机构场所,也常采用绿色来做空间色彩规划即标示医疗用品。

绿色主要有大绿、翠绿、橄榄绿、墨绿。

蓝色的色彩印象:整洁、沉静、冷峻、理智、稳定、精确等。

蓝色是博大的色彩,天空和大海这最辽阔的景色都呈蔚蓝色,无论深蓝色还是淡蓝色,都会使我们联想到无垠的宇宙或流动的大气,因此,蓝色也是永恒的象征。蓝色是最冷的颜色,使人们联想到冰川上的蓝色投影。蓝色在纯净的情况下并不代表感情上的冷漠,它只不过代表一种平静、理智与纯净而已。真正令人的情感缩到冷酷悲哀的颜色,是那些被弄混浊的蓝色。由于蓝色沉稳的特性,具有理智、准确的印象,在设计中,强调科技、效率的商品或企业形象,大多选用蓝色当标准色、企业色,如电脑、汽车、影印机、摄影器材等。另外,蓝色也代表忧郁,这是受了西方文化的影响,这个印象也运用在文学作品或感性诉求的设计中。

蓝色主要有大蓝、天蓝、水蓝、深蓝。

紫色的色彩印象:神秘、高贵、浪漫、优雅、庄重、奢华等。

由于具有强烈的女性化性格,在设计用色中,紫色也受到相当的限制。除了和女性有关的商品或企业形象之外,其他类的设计不常采用为主色。波长最短的可见光是紫色波。通常,我们会觉得有很多紫色,因为红色加少许蓝色或蓝色加少许红色都会明显地呈紫色。所以很难确定标准的紫色。伊顿教授对紫色做过这样的描述:紫色是非知觉的色,神秘,给人印象深刻,有时给人以压迫感,并且因对比的不同,时而富有威胁性,时而又富有鼓舞性。当紫色以色域出现时,便可能明显产生恐怖感,在倾向于紫红色时更是如此。歌德说:“这类色光投射到一幅景色上,就暗示着世界末日的恐怖。”对紫色的感觉,我很认同

倪匡说的一句：“紫色是很暧昧的色彩，如同广东人煲的某种浓汤。”

紫色是象征虔诚的色相，当紫色深化暗化时，有时就成为蒙昧迷信的象征。潜伏的大灾难就常从暗紫色中突然爆发出来，一旦紫色被淡化，当光明与理解照亮了蒙昧的虔诚之色时，优美可爱的晕色就会使我们心醉。

用紫色表现混乱、死亡和兴奋，用蓝紫色表现孤独与献身，用红紫色表现神圣的爱和精神的统辖领域——简而言之，这就是紫色色带的一些表现价值。

紫色主要有大紫、贵族紫、葡萄酒紫、深紫。

青色的色彩印象：信任、朝气、脱俗、真诚、清丽、宁静等。

在设计上，青色通常用来表现晴朗的天空、大海等，或用来传达某些感情、性格的变化，或强调格调朝气脱俗的企业或商品形象。

青色主要有青绿色、海蓝色、淡蓝色。

灰色的色彩印象：平凡、随意、宽容、苍老、细致、冷漠等。

在设计中，灰色具有柔和、高雅的印象，而且属于中间性格，男女皆能接受，所以灰色也是永远流行的主要颜色。许多高科技产品，尤其是和金属材料有关的，几乎都采用灰色来传达高级、科技的形象。使用灰色时，大多利用不同的层次变化组合或搭配其他色彩，才不会因为过于素净、沉闷，而有呆板、僵硬的感觉。但灰色也是最被动的色彩，它是彻底的中性色，依靠邻近的色彩获得生命，灰色一旦靠近鲜艳的暖色，就会显出冷静的品格；若靠近冷色，则变为温和的暖灰色。与其用“休止符”这样的字眼来称呼黑色，不如把它用在灰色上，因为无论黑白的混合、补色的混合、全色的混合，最终都导致中性灰色。灰色意味着一切色彩对比的消失，是视觉上最安稳的休息点。然而，人眼是不能长久地、无线扩大地注视着灰色的，因为无休止的休息意味着死亡。

灰色主要有大灰、老鼠灰、蓝灰、深灰。

黑色与白色的色彩印象如下所示。

黑色：庄严、含蓄、恐怖、沉默、消亡、罪恶等。

白色：洁净、纯洁、神圣、清白、卫生、恬静等。

在设计中，白色具有高级、科技的印象，通常需要和其他色彩搭配使用。纯白色会带给人寒冷、严峻的感觉，所以在使用白色时，都会掺一些其他的色彩，如象牙白、米白、乳白、苹果白。在生活用品、服饰用色上，白色是永远流行的主要色，可以和任何颜色作搭配。

黑色具有高贵、稳重、科技的印象，许多科技产品的用色，如电视、跑车、摄影机、音响、仪器的色彩，大多采用黑色。在其他方面，黑色是庄严的印象，也常用在一些特殊页面的网页设计，另类设计大多利用黑色来塑造高贵的形象，这也是一种永远流行的主要颜色，适合和许多色彩作搭配。

无彩色在心理上与有彩色具有同样的价值。黑色与白色是对色彩的最后抽象，代表色彩世界的阴极和阳极。太极图案就是以黑白两色的循环形式来表现宇宙永恒的运动。黑白所具有的抽象表现力以及神秘感，似乎能超越任何色彩。黑色意味着空无，像太阳的毁灭，像永恒的沉默，没有未来，失去希望。而白色的沉默不是死亡，而是有无尽的可能性。黑白两色是极端对立的颜色，然而有时候又令我们感到它们之间有着令人难以言状的共性。白色与黑色都可以表达对死亡的恐惧和悲哀，都具有不可超越的虚幻和无限的精神，黑白又总是以对方的存在显示自身的力量。它们似乎是整个色彩世界的主宰。

0.2.4 色彩印象小结

色彩的直接心理效应来自色彩的物理光刺激对人的生理发生的直接影响。心理学家对此曾做过许多实验。他们发现,在红色环境中,人的脉搏会加快,血压有所升高,情绪兴奋冲动;而处在蓝色环境中,脉搏会减缓,情绪也较沉静。有的科学家发现,颜色能影响脑电波,脑电波对红色的反应是警觉,对蓝色的反应是放松。自19世纪中叶以后,心理学已从哲学转入科学的范畴,心理学家注重实验所验证的色彩心理的效果。不少色彩理论中都对此作过专门的介绍,这些经验向我们明确地肯定了色彩对心理的影响。

冷色与暖色是依据心理错觉对色彩的物理性分类,对于颜色的物质性印象,大致由冷暖两个色系产生。波长长的红光和橙、黄色光,本身有暖和感,因此光照射到任何色都会有暖和感;相反,波长短的紫色光、蓝色光、绿色光,有寒冷的感觉。

冷色与暖色除去给我们温度上的不同感觉以外,还会带来其他的一些感受,例如重量感、湿度感等。比方说,暖色偏重,冷色偏轻;暖色有密度强的感觉,冷色有稀薄的感觉;两者相比较,冷色的透明感更强,暖色则透明感较弱;冷色显得湿润,暖色显得干燥;冷色有很远的感觉,暖色则有迫近感。一般说来,在狭窄的空间中,若想使它变得宽敞,应该使用明亮的冷调。由于暖色有前进感,冷色有后退感,可在细长的空间中的两壁涂以暖色,近处的两壁涂以冷色,空间就会从心理上感到更接近方形。

除去冷暖色系具有明显的心理区别以外,色彩的明度与纯度也会引起对色彩物理印象的错觉。一般来说,颜色的重量感主要取决于色彩的明度,暗色给人以重的感觉,明色给人以轻的感觉。纯度与明度的变化给人以色彩软硬的印象,如淡的亮色使人觉得柔软,暗的纯色则有强硬的感觉。

0.3 CorelDRAW X5 软件的基本操作

0.3.1 CorelDRAW X5 软件工作界面的认识

CorelDRAW X5 的工作界面,如图 0-13 所示。

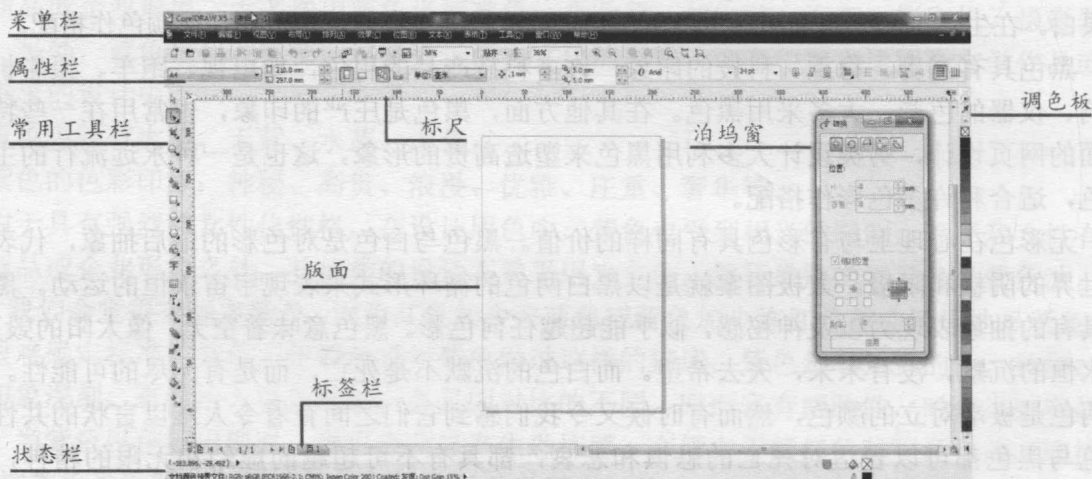


图 0-13