

计算机平面设计专业系列教材

CorelDRAW X5



平面设计与制作

(第3版) © 主编 张平



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

013062124

TP391.41
4697-3

计算机平面设计、专业系列教材

CorelDRAW X5平面 设计与制作

(第3版)

主 编 张 平

副主编 梁铁旺

邹季刚

CorelDRAW X5 Pingmian Sheji yu Zhizuo



高等教育出版社 · 北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING



北航

C1671069

TP391.41
4697-3
P

内容提要

本书是计算机平面设计专业系列教材,通过案例式的教学方式,讲解美术设计常用软件的使用方法。本书以“设计—完稿—成品”为主线,以CorelDRAW X5软件的使用贯穿讲解过程,使读者不仅可以学习软件的使用,还能够提高美术修养,同时可以了解成品制作过程。

本书主要内容有:了解美术基础、设计海报/招贴、设计宣传册、设计包装、设计展架及展板、设计卡通形象及贺卡、设计台历和书签、设计POP广告、设计书籍装帧、设计VI、设计综合分类广告和认识印刷成品输出,每一个项目都由设计概述、任务、相关知识点、举一反三等内容组成。

本书所附光盘给出了教材中主要案例的素材、项目拓展所需的素材以及教学视频。本书还配套网络教学资源,使用本书封底所附的学习卡,登录<http://sve.hep.com.cn>,可获得相关资源。

本书可作为职业学校计算机平面设计专业系列教材,也可供各类电脑美术培训班作为教材使用,还可供广大电脑美术爱好者参考。

图书在版编目(CIP)数据

CorelDRAW X5 平面设计与制作 / 张平主编. —3 版.
—北京: 高等教育出版社, 2013.8
ISBN 978-7-04-037578-7

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 118103 号

策划编辑 萧 潇
责任校对 胡晓琪

责任编辑 唐笑慧
责任印制 毛斯璐

封面设计 张申申

版式设计 马敬茹

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 国防工业出版社印刷厂
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 17.25
字 数 420千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2006年7月第1版
2013年7月第3版
印 次 2013年7月第1次印刷
定 价 56.00元(含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 37578-00

第3版前言

CorelDRAW 是加拿大 Corel 公司推出的一款集矢量图形绘制、版面设计、位图编辑等多种功能于一体的图形设计应用软件,在平面广告设计、产品包装设计、建筑装潢设计、VI 企业形象设计、网页设计和印刷制版等多个领域发挥着重要的作用。最新推出的版本是 CorelDRAW X5,它在 CorelDRAW X4 的基础上进行了重大的改进和升级,重点表现在新增工具和属性调整、视图显示、颜色模式、颜色系统兼容性、输出页面等方面。新版的 CorelDRAW X5 增加了 2 点线和 B-Spline 工具,将 X4 中的连接工具和度量工具分别提取了出来,做成了 2 组单独的工具,并且功能更加完善。视图模式新增了“像素预览”,特别是可以兼容 Adobe 公司的 Photoshop 和 Illustrator 等设计软件的模式等。

本书是一本介绍 CorelDRAW X5 在平面设计各行业领域工作中应用的教材,本书的编写思路是:将学习 CorelDRAW X5 软件与实际的平面艺术设计工作密切结合起来,以国内最常见的平面广告分类作品和典型艺术设计为案例,并结合当前最新的设计领域应用,详细讲解用 CorelDRAW X5 软件制作这些作品的具体方法。全书从美学角度出发,教授的不仅仅是软件,更是培养设计师的一些习惯,思考行业应用中的细节并结合具体制作的要求来讲解软件的应用。通过本书的学习,不仅可以了解和掌握 CorelDRAW X5 软件功能强大的绘图和编辑功能,同时也能了解各种平面广告作品的制作规范和要求。

本书的编者既有长期工作在计算机平面艺术设计教学第一线的教师,也有在大型设计公司、网站公司任职的高级设计师。编者在大量的教学实践和工作中体会到,只有将绘图设计软件的学习和实际工作中的设计制作结合起来,才能让学生感到学有所用,学有所乐,并以极大的热情投入到学习中来,为将来从事平面艺术设计工作打下良好的基础。

本书的项目 2~项目 11 都从一个典型的平面设计案例入手,先介绍与本案例相关的基本知识,再对本案例作品的构图和色彩进行分析,然后对案例用到的 CorelDRAW X5

的命令和工具进行介绍,最后给出制作本案例的详细步骤。相信每一个读者按照这样的学习过程,都能够尽快地进入平面艺术设计的大门,不仅能掌握 CorelDRAW X5 软件中相关工具的使用技巧,还能对平面艺术作品完整的设计过程有较清楚的了解。

全书共 12 个项目,项目 1 介绍了平面艺术设计中的平面构成、色彩构成和平面设计表现手法等概念,还介绍了 CorelDRAW X5 软件的工作界面和基本操作;项目 2~项目 10 按照提出项目、分析项目、介绍相关命令和工具、讲解项目制作步骤的顺序介绍了海报/招贴、宣传册、包装、展架及展板、卡通形象及贺卡、台历和书签、POP 广告、书籍装帧、企业形象识别(VI)的设计制作步骤;项目 11 为综合运用 CorelDRAW X5 工具进行户外广告、商业广告、网页页面设计的实例;为了使读者对 CorelDRAW X5 的设计作品怎样印刷输出有所了解,特别在项目 12 对与印刷输出有关的基本知识进行介绍。

本书建议安排 104 学时教学,建议的学时安排见下表。

序号	课程内容	学时数		
		合计	讲授	实验
1	了解美术基础	4	2	2
2	设计海报/招贴	10	4	6
3	设计宣传册	8	4	4
4	设计包装	10	4	6
5	设计展架及展板	6	4	2
6	设计卡通形象及贺卡	10	4	6
7	设计台历和书签	8	4	4
8	设计 POP 广告	8	4	4

续表

序号	课程内容	学时数		
		合计	讲授	实验
9	设计书籍装帧	8	4	4
10	设计 VI	16	6	10
11	设计综合分类广告	12	4	8
12	认识印刷成品输出	4	2	2
合计		104	46	58

本书突出理论和实践相结合,内容全面,语言通俗,结构清晰,操作步骤讲解详细,将知识点融入每个案例中,并结合一线工作要求,为计算机软件课程教学提供了一种新的思路。

本书适合职业院校的计算机平面设计专业和需要掌握绘图软件的相关专业使用,也适合初学者和 CorelDRAW 爱好者自学,并可作为各类电脑美术培训班的培训教材。

本书配套网络教学资源,通过本书封底所附学习卡,登录 <http://sve.hep.com.cn>,可获得相关资源,详见书末“郑重声明”页。

本书由张平任主编,梁铁旺、邹季刚任副主编,参加编写工作的有郭长忠、卢广峰、张克强、崔岩、吴允志、娄阳。罗首占、黄国强在编辑、校对方面做了大量的工作,在此表示感谢。

本书所用素材仅供教学使用,不用于任何商业用途。

限于编者水平,书中难免存在错误和疏漏之处,恳请广大读者批评指正,读者意见反馈邮箱 zz_dzyj@hep.com.cn。

编者

2013 年 2 月

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，用户购书后刮开封底防伪密码涂层，将16位防伪密码发送短信至106695881280，免费查询所购图书真伪。

反盗版短信举报

编辑短信“JB, 图书名称, 出版社, 购买地点”发送至10669588128

短信防伪客服电话

(010) 58582300

学习卡账号使用说明

本书所附防伪标兼有学习卡功能，登录“<http://sve.hep.com.cn>”或“<http://sv.hep.com.cn>”进入高等教育出版社中职网站，可了解中职教学动态、教材信息等；按如下方法注册后，可进行网上学习及教学资源下载：

- (1) 在中职网站首页选择相关专业课程教学资源网，点击后进入。
- (2) 在专业课程教学资源网页面上“我的学习中心”中，使用个人邮箱注册账号，并完成注册验证。
- (3) 注册成功后，邮箱地址即为登录账号。

学生：登录后点击“学生充值”，用本书封底上的防伪明码和密码进行充值，可在一定时间内获得相应课程学习权限与积分。学生可上网学习、下载资源和提问等。

中职教师：通过收集5个防伪明码和密码，登录后点击“申请教师”→“升级成为中职计算机课程教师”，填写相关信息，升级成为教师会员，可在一定时间内获得授课教案、教学演示文稿、教学素材等相关教学资源。

使用本学习卡账号如有任何问题，请发邮件至：“4a_admin_zz@pub.hep.cn”。



北航

C1671069

目 录

1

项目1 了解美术基础

- 1.1 平面构成/1
- 1.2 色彩构成/3
- 1.3 平面设计术语及表现手法/8
- 1.4 CorelDRAW X5 软件的操作基础/16
- 1.5 总结提升/23
- 1.6 思考与练习/24

25

项目2 设计海报/招贴

- 2.1 项目准备:关于广告/25
- 2.2 项目任务:设计酒店推介海报/27
- 2.3 相关知识点/28
- 2.4 项目实施1:制作酒店宣传海报/37
- 2.5 项目实施2:制作酒店菜品宣传海报/42
- 2.6 举一反三:奥联世纪花园酒店海报/47
- 2.7 总结提升/49
- 2.8 项目拓展/50

51

项目3 设计宣传册

- 3.1 项目准备:关于宣传册/51
- 3.2 项目任务:设计制作农基置业有限公司企业产品手册/52
- 3.3 相关知识点/55
- 3.4 项目实施:公司宣传册的制作步骤/64
- 3.5 举一反三:宣传册内页设计/71
- 3.6 总结提升/72
- 3.7 项目拓展/73

74

项目4 设计包装

- 4.1 项目准备:关于包装/74
- 4.2 项目任务:设计南山庄园红酒包装盒/76
- 4.3 相关知识点/77
- 4.4 项目实施:南山庄园红酒包装的制作步骤/83
- 4.5 举一反三:海参包装效果设计/94
- 4.6 总结提升/95
- 4.7 项目拓展/95

项目5 设计展架及展板

- 5.1 项目准备:关于展架与展板/97
- 5.2 项目任务:制作御海湾河南营销中心展架/100
- 5.3 相关知识点/101
- 5.4 项目实施:御海湾河南营销中心展架与展板制作步骤/106
- 5.5 举一反三:制作墙面展板/113
- 5.6 总结提升/115
- 5.7 项目拓展/115

项目6 设计卡通形象及贺卡

- 6.1 项目准备:关于卡通形象/116
- 6.2 项目任务:设计绘制嫦娥奔月/117
- 6.3 相关知识点/117
- 6.4 项目实施:嫦娥奔月的制作步骤/124
- 6.5 举一反三:设计制作卡通恐龙/128
- 6.6 总结提升/132

6.7 项目拓展/132

项目7 设计台历和书签

- 7.1 项目准备:关于台历和书签/134
- 7.2 项目任务:制作艺术台历及书签/136
- 7.3 相关知识点/137
- 7.4 项目实施:艺术台历与书签制作/139
- 7.5 举一反三:制作台历效果/145
- 7.6 总结提升/149
- 7.7 项目拓展/149

项目8 设计POP广告

- 8.1 项目准备:关于POP广告/151
- 8.2 项目任务:设计吊旗/153
- 8.3 相关知识点/154
- 8.4 项目实施:吊旗制作步骤/156
- 8.5 举一反三:POP卡通秀展板/162
- 8.6 总结提升/164
- 8.7 项目拓展/164

166

项目9 设计书籍装帧

- 9.1 项目准备:关于书籍装帧/166
- 9.2 项目任务:制作《仕途》书籍封面及目录/168
- 9.3 相关知识点/169
- 9.4 项目实施:书籍封面及目录制作步骤/172
- 9.5 举一反三:制作《向解放军学习》封面/183
- 9.6 总结提升/185
- 9.7 项目拓展/185

187

项目10 设计VI

- 10.1 项目准备:关于VI/187
- 10.2 项目任务:设计农基投资管理有限公司VI/188
- 10.3 相关知识点/189
- 10.4 项目实施1:VI基础部分的绘制/190
- 10.5 项目实施2:VI应用部分的绘制/197

10.6 总结提升/220

10.7 项目拓展/220

223

项目11 设计综合分类广告

- 11.1 项目任务1:制作户外塔柱广告/223
- 11.2 项目任务2:制作户外站牌房产广告/225
- 11.3 项目任务3:制作商品广告/233
- 11.4 项目任务4:制作网页/244
- 11.5 总结提升/247
- 11.6 项目拓展/248

251

项目12 认识印刷成品输出

- 12.1 打印文件/251
- 12.2 纸张类型及选择/258
- 12.3 制版印刷的基本知识/260
- 12.4 喷绘写真技术的应用/262
- 12.5 总结提升/265
- 12.6 思考与练习/265

项目 1 了解美术基础

随着人类的诞生,人类的文明历史也就开始了,在这个史册中记录着人们追求美、追求文明的一幅幅画卷。在滔滔的历史长河中,无数的祖先和先行者为我们创建了璀璨的历史文化。人们通过设计来满足需求,在未来社会,设计将成为一种文化,会有越来越多的人从事设计工作,共同创造更加美好的生活。平面设计是创造性的劳动,它综合利用艺术与技术手段来传达信息,即将思想和概念视觉化,力求传达效果和审美品质最佳化,因而平面设计也称为视觉传达设计。它包括广告、包装、标志、书籍出版物、企业形象识别系统、环境导向系统以及社会文化政治宣传等设计。

平面设计是指平面空间形式的设计活动。计算机技术的应用使人们有了更加广阔的设计空间,利用计算机设计出好的作品就需要在总结前人的经验与智慧中领悟更多的设计方法与理念。对于平面设计而言,任何设计项目,无一例外地都会涉及画面创意、构成和表现技法等基本问题,再利用信息表达工具如 CorelDRAW 或者其他设计软件来将艺术表现出来,再结合设计需求通过印刷、写真、喷绘、摄影等形式表现出来,本项目将介绍进行平面设计所必需的基本知识:平面构成、色彩构成和平面设计表现手法。

1.1 平面构成

平面构成是现代设计基础的一个重要组成部分,指在二维平面内,将既有的形态(包括具象形态和抽象形态——点、线、面、体)按照一定的秩序和法则进行分解、组合,从而构成理想形态的组合形式。纯粹形态是形态构成的基础和初步表现,在实际的平面设计中,以现实物象为特征进行表现。

平面构成是一种理性的艺术活动,它在强调形态之间的比例、平衡、对比、节奏、律动、和谐、推移等的同时,又讲究图形给人的视觉引导作用。

1.1.1 平面构成设计中的点

构成设计中的点、线、面是一切造型最基本的要素,存在于任何造型设计之中。对于一个设计者来说,点、线、面的构成训练是必不可少的。点、线、面通常被认为是概念元素,但运用到实际设计之中,它们则是可见的,并具有各自特有的形象。

点的形象:点是最简洁的形态,是造型的原生素素。在几何学上,点只有位置没有面积。但是实际构成练习中点要见之于图形,并有不同大小的面积。至于点的面积多大,要根据画面整体的大小以及与其他要素的关系来确定。点在构成中具有集中、吸引视线的功能。点的连续会产生线的感觉,如图 1-1 所示。点的集合会产生面的感觉,如图 1-2 所示。点的大小不同会产生

深度感,如图 1-3 所示。不同大小的点错落排列,会有虚面的效果,如图 1-4 所示。

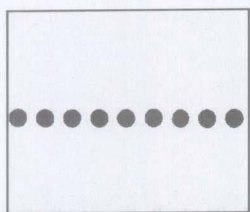


图 1-1 点的连续

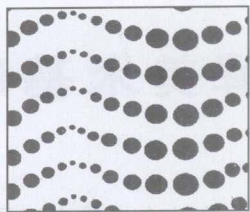


图 1-2 点的集合产生面

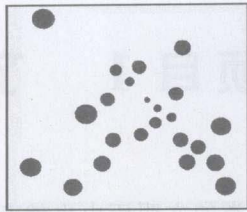


图 1-3 点的深度

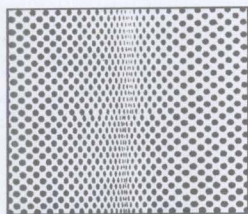


图 1-4 点的虚面效果

从造型设计上看,点是一切形态的基础,是线的开端和终端,是两线的相交处,从造型的意义上是具有空间位置的视觉单位。

点的性质:点在画面的空间中有张力作用,如图 1-5 所示。

点的作用:点是力的中心,因此当空间中有两个等大的点,各自有一定的位置、张力作用,表现在连接两个点间的心理吸引和连接。如果画面中有大小不同的两个点,视觉效果上首先会看到大的点,如图 1-6 所示。

点的错觉:所谓错觉就是感觉与客观不相一致的现象,点所处的位置随着色彩明度和环境的变化而产生远近大小等错觉。一般明亮的颜色会给人以强烈的视觉感受,产生前进和膨胀的感觉,如图 1-7 所示。

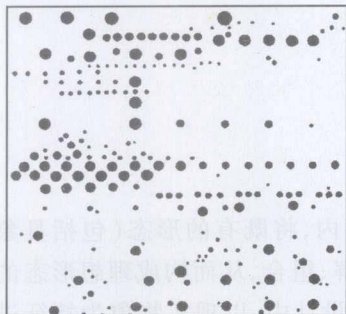


图 1-5 点的张力、吸引与连接

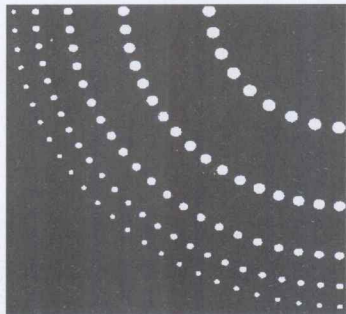


图 1-6 点的排列

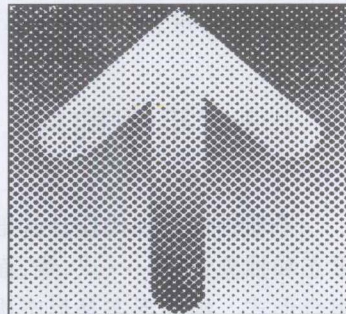


图 1-7 点的错觉

1.1.2 平面构成设计中的线

线在几何学上的定义是:线只有位置和长度而不具有宽度和厚度,是点集体运动的轨迹,并且是一切面的边沿和面与面的交界。几何学上的线是没有粗细的,只有长度和方向,但构成中的线在画面上是有宽窄粗细之分的。线在东方绘画中被广泛应用,并有很强的表现力。线的种类很多,例如,有直线和曲线之分。

当点的运动方向一致时便成为直线。直线给人的感觉是:粗的、细的、长的、短的、向上的、突出的、较近的等。

细直线:表现秀气、敏锐,如图 1-8 所示。

粗直线:表现力量强大,有粗笨、钝重的感觉,如图 1-9 所示。

垂直线:给人严肃庄重、高尚强直的感觉,如图 1-8 所示。

水平线:给人静止、安宁、平和、寂静、疲劳的感觉,如图 1-9 所示。

斜线:给人飞跃、向上、冲刺、前进的感觉,如图 1-10 所示。

当点的移动方向发生变化时就是曲线,它是女性化的象征,具有温柔、温暖、自由流动、柔美之感。曲线包括弧线、抛物线、双曲线、圆等,如图 1-11 所示。

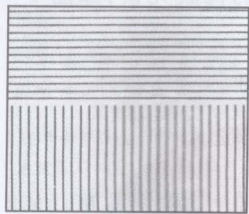


图 1-8 细的水平与垂直线



图 1-9 粗的水平直线

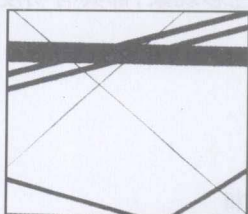


图 1-10 斜线

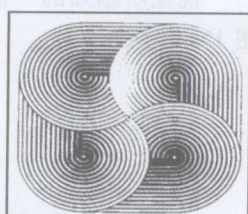


图 1-11 曲线

1.1.3 平面构成设计中的面

线在同一方向上的层叠与重复便构成了面,面具有长度、宽度,无厚度,是体的表面,它受线的界定,具有一定的形状,如四边形、梯形、多边形、三角形等。

面又分两大类:一类是实面,是指有明确形状的、能实在看到的,如图 1-12 所示的几何形的面,表现出规则、平稳、较为理性的视觉效果;另一类是虚面,是指不真实存在但能被人们感觉到的面,由点、线密集而形成,如图 1-13 所示,表现出柔和、自然、抽象的形态。

有时将某种特殊的点也看做是面,如特别大的圆或如图 1-14 所示的特殊墨点。特殊的面也可由线衍生,如图 1-15 所示的虚面线构成的面。

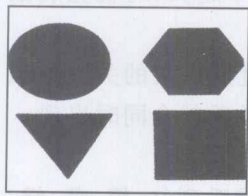


图 1-12 实面

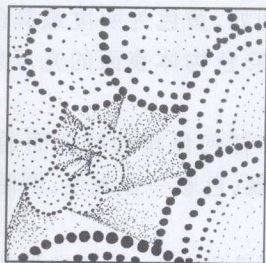


图 1-13 虚面

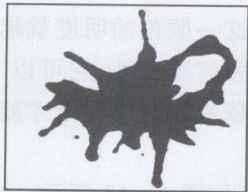


图 1-14 特殊面由点衍生



图 1-15 特殊面由线衍生

1.2 色彩构成

在黑暗中,我们看不到周围景物的形状和色彩,这是因为没有光线。在光线很好时,我们会看到同一种景物在同一种光线条件下具有各种不同的颜色,这是因为物体的表面具有不同的吸收光与反射光的能力,反射光不同,眼睛就会看到不同的色彩。因此,色彩是光对人的视觉和大

脑发生作用的结果。

如果没有了色彩,我们将生活在一个灰色的世界里。广告中如果没有色彩,就表现不出应有的魅力。色彩的搭配与调节能增加广告的韵味和吸引力。

1.2.1 色彩的三要素

视觉所感知的一切色彩现象,都具有明度、色相和纯度这3种最基本的构成元素,如图1-16、图1-17所示。



图1-16 色彩的三要素

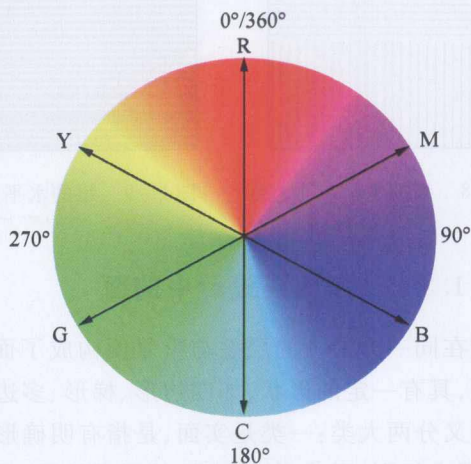


图1-17 360°色轮

1. 明度

在无彩色中,明度最高的色为白色,最低的色是黑色,中间存在一个从亮到暗的灰色系列。在有彩色中,任何纯度色都有着自己的明度特征。例如,黄色为明度最高的色,处于光谱的中心位置;紫色是明度最低的色,处于光谱的边缘。一个彩色物体表面的光反射率越大,对视觉刺激的程度越大,看上去就越亮,这一颜色的明度就越高。

明度在三要素中具有较强的独立性,它可以不带任何色相的特征而通过黑白灰的关系单独呈现出来。色相与纯度必须依赖一定的明暗才能显现,色彩一旦发生,明暗关系就会同时出现。

2. 色相

色相指的是色彩的相貌,如图1-18所示。在可见光谱上,人的视觉能感受到红、橙、黄、绿、蓝、紫这些不同特征的色彩,人们给这些可以相互区别的色定出名称,当说出其中某一色的名称时,就会有一个特定的色彩印象,这就是色相的概念。正是由于色彩具有这种具体相貌的特征,人们才能感受到一个五彩缤纷的世界。

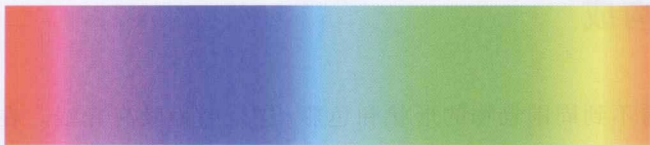


图1-18 色相

如果说明度是色彩隐蔽的骨骼,色相就是色彩外表的华美肌肤。色相体现着色彩外向的性格,是色彩的灵魂。

3. 纯度

纯度指的是色彩的鲜浊程度,它取决于一种颜色的波长单一程度。人们的视觉能辨认出的有色相感的色,都具有一定程度的鲜艳度,比如绿色,当它混入白色时,虽然仍旧具有绿色相的特征,但它的鲜艳度降低了,明度提高了,成为淡绿色;当它混入黑色时,鲜艳度也降低了,但明度也降低了,成为暗绿色;当混入与绿色明度相似的中性灰时,它的明度没有改变,鲜艳度(纯度)降低了,成为灰绿色。

纯度变化系列是通过色阶表示的,它表示一个颜色从它的最高纯度色到最低纯度色之间从鲜艳到混浊的等级变化。

1.2.2 色彩心理

人们常常能感受到色彩对自己心理的影响,这些影响总是在不知不觉中发生作用,左右人们的情绪。色彩的心理效应发生在不同层次中,有些属于直接的刺激,有些要通过间接的联想,更高层次则涉及人的观念、信仰。对于艺术家或设计者来说,无论哪一层的作用都是不能忽视的。

1. 色彩的物质性心理错觉

色彩的直接性心理效应来自色彩的物理光刺激。例如,在红色环境中,人的脉搏会加快,血压有所升高;在蓝色环境中,脉搏会减缓,情绪也较平静。冷色与暖色就是依据心理错觉对色彩的物理性反应来分类的。波长长的光如橙光、黄色光,本身有暖和感;相反,波长短的紫色光、蓝色光、绿色光,有寒冷的感觉。在建筑施工中常在较小空间中使用冷色调,在较大空间中使用暖色调,如图 1-19 所示。



图 1-19 色彩的心理错觉

2. 颜色的表情

无论有彩色的色还是无彩色的色,都有自己的表情特征。每一种色相,当它的纯度或明度发生变化,或者处于不同的颜色搭配关系时,颜色的表情也就随之改变了。下面对一些典型的色彩作一描绘。

红色:红色是强有力的色彩,是热烈、冲动的色彩,革命的旗帜使用红色可以唤起人们的斗志;红色又表示喜庆、激情,如节日用的横幅标语多数采用红色。图 1-20 所示是采用红色为主色调的广告作品。

橙色:橙色是十分欢快、活泼的色彩,是暖色系中最温暖的色,它使人们联想到秋天,表示富足、快乐,是年轻而幸福的颜色。橙中稍稍混入黑或白色,会成为一种稳重、含蓄又明快的暖色。橙色还给人以甜的感觉,如一些甜味饮料广告多采用橙色,如图 1-21 所示。

黄色,黄色灿烂、辉煌,有着太阳般的光辉,因此象征着照亮黑暗的智慧之光,象征着财富与权力,在一些房地产广告中常被采用。图1-22所示是采用黄色为主色调的广告作品。



图1-20 红色

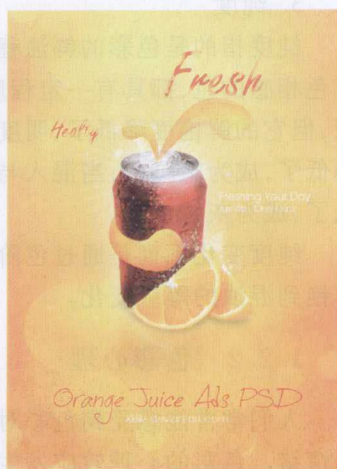


图1-21 橙色

绿色,鲜艳的绿色非常美丽、优雅,特别是用现代化科学技术创造的最纯的绿色,是很漂亮的色彩。绿色很宽容、大度,无论蓝色或黄色渗入,都很美丽,黄绿色单纯、年轻,蓝绿色清爽、豁达。混入灰的绿色,也仍是一种宁静、平和的色彩,象征着生命、田野,体现了当今的环保意识,如图1-23所示。

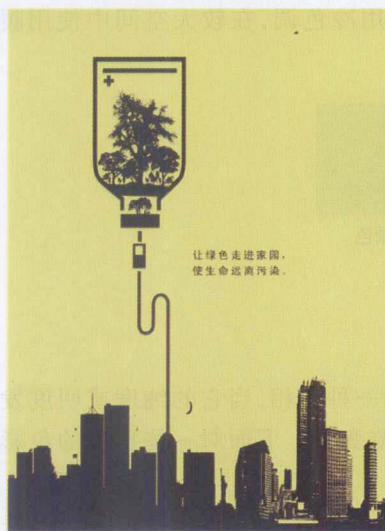


图1-22 黄色



图1-23 绿色

紫色:紫色是神秘、高贵、典雅的色彩。随着对比度的不同,时而富有威胁性,时而又富有鼓舞性。当紫色深化时,又是蒙昧、迷信的象征;一旦紫色被淡化,又是浪漫虔诚的色彩。如一些服装、巧克力广告,往往采用紫色比较多,如图1-24所示。

蓝色:蓝色是博大的色彩,天空和大海都呈现蓝色。蓝色又是最冷的色,使人联想到冰川,同时蓝色又表现一种平静、理智与纯净。在科技领域中,蓝色又常用于表现高科技产品,因此一些科技产品广告多数采用蓝色。图1-25所示是采用蓝色为主的广告作品。

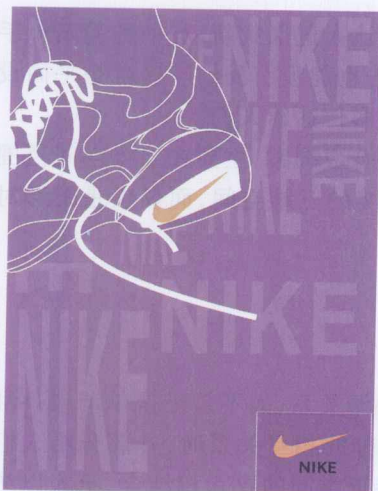


图1-24 紫色



图1-25 蓝色

黑、白、灰色:黑色与白色代表色彩世界的阴极和阳极。黑色代表着神秘、空无、毁灭、死亡,同时又表现沉默。白色表示单纯、纯洁、宁静。灰色是最被动的色彩,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,则变为温和的暖灰调。图1-26、图1-27所示为采用黑色和灰色的广告作品。



图1-26 黑色

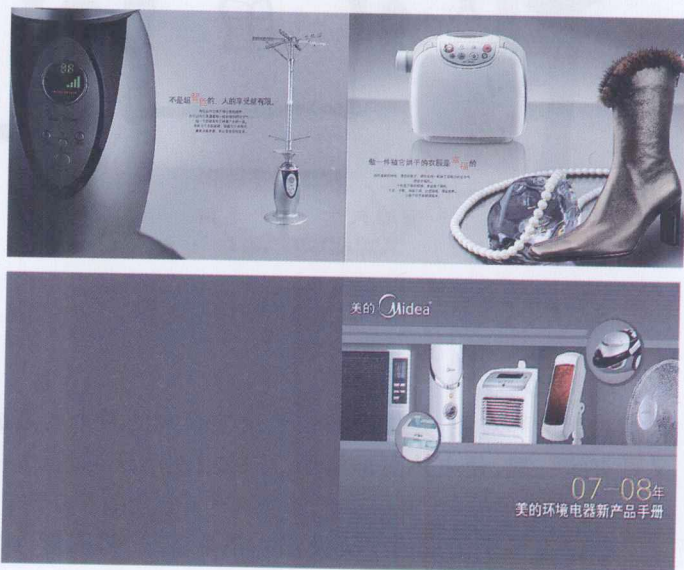


图1-27 灰色