

新华电脑教育专业标准化课程体系 (2009版)

XHJC-091-101

广告艺术设计 与图像处理高级技法

新华教育(北京)研究院 主编
XINHUA EDUCATION RESEARCH BEIJING



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

新华电脑教育专业标准化课程体系 (2009版)

XHJC-091-101

广告艺术设计与 图像处理高级技法

新华教育(北京)研究院 主编
XINHUA EDUCATION RESEARCH BEIJING

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书是新华电脑教育专业标准化课程体系系列教材中的一本,主要针对广告设计的从业者而编写,从广告设计的基础知识入手,结合 Photoshop 图像处理的高级应用,深入浅出地讲述了广告设计的设计思路和创作方法,并针对广告设计中所涉及的图像高级处理技法进行了详细的讲解。

本书共有两大篇,共计 18 章,上篇着重介绍了平面广告设计的文字设计、色彩设计运用、广告设计的插图设计、海报设计、商业招贴设计、出版物设计、户外灯箱设计、霓虹灯设计、包装设计等。下篇讲述了图层的高级应用、调整图层的高级应用、蒙版的高级应用、高级混合的应用、通道的高级应用、利用通道选择图像、利用通道合成图像、通道与滤镜的高级应用等。

本书是作者多年来的技术沉淀和一线教学经验的总结之作。每一章均分为本章目标、具体知识介绍、本章总结三个部分,特别是具体知识介绍部分,更是本书大部分章节的重中之重,通过十分轻松的介绍和案例,让学生在不知不觉中掌握相关的知识。

本书可作为本科院校、高职高专以及成人高校计算机专业基础课程的教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

广告艺术设计与图像处理高级技法 / 新华教育(北京)研究院主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.6
(新华电脑教育专业标准化课程体系(2009 版))

ISBN 978-7-121-08862-9

I. 广... II. 新... III. 广告—计算机辅助设计—教材 IV. J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 077022 号

责任编辑: 胡辛征 张昭

印 刷: 北京市海淀区四季青印刷厂

装 订: 涿州市桃园装订有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 25.75 字数: 548.8 千字

印 次: 2009 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册 定价: 43.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

设计是一个大学科，广告设计只是其中一项，各种设计存在的方式、目的各不相同，但设计方法和思维处理上却可以融会贯通。设计教学上的学科界线模糊化亦成为事实，但专业学科的系统化和深入化也同时存在，这两者并不矛盾，一方面要求我们全面学习了解各个专业，另一方面要求我们有深入系统的研究，横向纵向双方面共同发展我们的设计能力。

广告设计基础系统地讲述了广告设计的基本理论，以大量的优秀广告为范例，深入浅出地讲解了广告设计的创意设计方法，可以给学习者最直接、最实在的学习指导。而在整个艺术设计领域，Photoshop 无疑是图像处理领域的行业标准，其核心价值和立足之本是专业、高效和权威，两者的结合将展现出完美的广告设计作品。

本书共包括两大篇，共计 18 章，每章均分为本章目标、具体内容介绍、本章总结三个部分。

上篇以广告设计基础理论为写作目标，主要讲述了广告设计概论、广告构成要素、广告的文字设计、广告中的色彩设计、广告中的插图设计、广告编排设计、海报设计、期刊广告设计、户外广告设计和包装设计等知识。

下篇以 Photoshop CS2 的高级应用为主要写作目标，主要讲述了图层的高级应用、调整图层的高级应用、蒙版的高级应用、高级混合的应用、通道的高级应用、利用通道选择图像、利用通道合成图像、通道与滤镜的高级应用等知识。

愿使用本书的所有学生能从中真正受益，但苦于作者水平有限，书中不妥与错误之处在所难免，望学生与同行朋友们批评指正。

本书由新华教育（北京）研究院主持编写，在教材编写过程中，得到了新华教育集团下属院校的大力支持和协助，在此表示由衷的感谢！

新华教育（北京）研究院

2008年11月

目录

Contents

上篇 广告艺术设计理论及应用 1

第1章 广告设计概论 3

● 本章目标 3

1.1 广告的发展史 4

1.1.1 世界广告发展史 4

1.1.2 中国广告发展史 7

1.2 广告的定义 10

1.2.1 广告的定义 10

1.2.2 广告的基本要素 11

1.2.3 广告的功能 11

1.3 广告的分类 11

1.3.1 根据传播媒介分类 11

1.3.2 根据广告的内容分类 13

1.4 广告的构成要素和特征 15

1.4.1 广告构成要素的概念 15

1.4.2 广告的构成要素 15

1.5 广告的创意策略 16

1.5.1 广告创意的内涵 17

1.5.2	广告创意的方法	17
1.5.3	广告创意的过程	18
1.6	广告的设计流程	19
1.6.1	调查	19
1.6.2	设计内容	19
1.6.3	调动视觉元素	19
1.6.4	选择表现手法	19
1.6.5	制作	19
	本章总结	20

第2章 广告构成要素 21

	本章目标	21
2.1	广告构成要素的组成	22
2.1.1	文案	22
2.1.2	插图	22
2.1.3	色彩	22
2.1.4	版式	23
2.2	广告的文字设计	23
2.2.1	字体的选择	23
2.2.2	广告文字的撰写	25
2.3	广告中的插图设计	25
2.3.1	广告插图的作用	25
2.3.2	广告插图设计的基本要求	26
2.3.3	广告插图的表现手段	26
2.4	广告中的色彩设计	27
2.4.1	确定广告的整体色彩效果	27

2.4.2 不同商品色调的确定	28
2.5 广告的版式设计	29
2.5.1 版式设计的作用	29
2.5.2 版式设计的常用术语	30
2.5.3 版式的基本类型	30
 本章总结	31

第3章 广告的文字设计 33

 本章目标	33
3.1 广告文字使用的重要性	34
3.1.1 广告设计中文字的使用	34
3.1.2 文字的可视性	34
3.2 文字设计的基本原则	34
3.2.1 文字的适合性	34
3.2.2 文字的可识性	35
3.2.3 文字的视觉美感	36
3.2.4 文字设计的个性	36
3.3 拉丁字母的设计	37
3.3.1 拉丁字母的类型	37
3.3.2 拉丁字母的设计方法	38
3.4 汉字的运用技巧	39
3.4.1 汉字的特点	39
3.4.2 汉字的设计方法	40
【实验 XHJC-091-101-SY01】广告文字设计案例分析	41
 本章总结	43

第4章 广告中的色彩设计 45

本章目标 45

4.1 色彩的重要性 46

4.1.1 色彩的功能 46

4.1.2 色彩在广告中的作用 47

4.2 色彩的情感 47

4.2.1 红色 47

4.2.2 黄色 48

4.2.3 橙色 48

4.2.4 绿色 48

4.2.5 紫色 49

4.2.6 蓝色 49

4.2.7 褐色 49

4.2.8 灰色 49

4.2.9 白色 50

4.2.10 黑色 50

4.3 色彩的具体应用 50

4.3.1 色彩的具体应用 50

4.3.2 色彩的配色 56

【实验 XHJC-091-101-SY02】广告色彩设计的案例分析 58

本章总结 60

第5章 广告中的插图设计 61

本章目标 61

5.1 广告插图的作用 62

5.1.1 广告插图的作用	62
5.1.2 广告插图设计的基本要求	63
5.2 选择广告插图的方法与技巧	64
5.2.1 广告插图的表现手段	64
5.2.2 广告插图的分类	66
5.2.3 广告插图的表现形式	67
5.2.4 广告插图的表现手法	70
【实验 XHJC-091-101-SY03】广告插图设计案例分析	74
 本章总结	75

第6章 广告编排设计 77

 本章目标	77
6.1 广告编排设计的目的与原则	78
6.2 广告编排设计的基本形式	78
6.2.1 上下分割	78
6.2.2 左右分割	79
6.2.3 斜向分割	80
6.2.4 螺旋形编排	81
6.2.5 以中心为重点的编排	81
6.2.6 L型编排构图	82
6.2.7 U型编排构图	82
6.2.8 三角形编排	83
6.2.9 强调上、下（左、右）编排	83
6.2.10 N型编排构图	84
6.2.11 重复编排	85
6.2.12 并置编排	85

 本章总结	86
---	----

第7章 海报设计基础 87

 本章目标	87
---	----

7.1 海报的设计	88
-----------------	----

7.1.1 海报的概念	88
-------------------	----

7.1.2 海报的功能	88
-------------------	----

7.1.3 海报的种类	88
-------------------	----

7.1.4 海报广告表现原则	89
----------------------	----

【实验 XHJC-091-101-SY04】海报广告设计案例分析	92
--	----

7.2 招贴设计	93
----------------	----

7.2.1 招贴的概念	93
-------------------	----

7.2.2 招贴的特性	93
-------------------	----

7.2.3 招贴的标准尺寸	94
---------------------	----

7.2.4 招贴的分类	94
-------------------	----

7.2.5 招贴广告表现原则	95
----------------------	----

 本章总结	95
---	----

第8章 期刊广告设计 97

 本章目标	97
---	----

8.1 期刊广告设计的概念	98
---------------------	----

8.1.1 期刊设计的原则	98
---------------------	----

8.1.2 期刊设计应避免的误区	98
------------------------	----

8.2 报纸广告设计	98
------------------	----

8.2.1 报纸广告的特点	98
---------------------	----

8.2.2 报纸广告的编排形式	99
8.3 杂志封面设计	102
8.3.1 杂志封面设计特点	102
8.3.2 封面的组成要素	102
8.3.3 封面设计方法	103
8.3.4 封面设计应具备的要素	105
【实验 XHJC-091-101-SY05】期刊设计案例分析	107
 本章总结	108

第9章 户外广告设计 109

 本章目标	109
9.1 户外广告的概述	110
9.1.1 户外广告的概述与定义	110
9.1.2 户外广告的特点	111
9.1.3 户外广告的形式	111
9.2 户外广告的设计要点	114
9.2.1 独特性	114
9.2.2 提示性	114
9.2.3 简洁性	115
9.2.4 计划性	116
9.2.5 合理的图形与文案设计	116
9.3 户外广告的制作流程	116
 本章总结	117

第10章 包装设计 119

 本章目标	119
--	-----

10.1 手提袋设计.....	120
10.1.1 包装设计的定义.....	120
10.1.2 手提袋的概念.....	120
10.1.3 手提袋的设计原则.....	121
10.2 软包装设计.....	121
10.2.1 软包装的概念.....	122
10.2.2 软包装的造型设计.....	122
10.2.3 软包装的结构设计.....	122
10.2.4 软包装的视觉设计.....	123
10.3 CD 的外包装.....	123
10.3.1 CD 的外包装的设计要素.....	123
10.3.2 CD 的设计程序.....	124
10.4 包装设计的理念和步骤.....	124
10.4.1 包装设计的理念.....	125
10.4.2 与委托人沟通.....	126
10.4.3 进行市场调研.....	127
10.4.4 设计执行.....	128
 本章总结	128

下篇 图像处理高级技法 129

第1章 图层的高级应用 131

 本章目标	131
1.1 Photoshop CS2 的图层应用技巧.....	132
1.2 中性色图层的功能优势.....	133
1.2.1 巧用中性色图层应用滤镜.....	133

1.2.2	设置中性色图层的有效范围	137
1.2.3	为中性色图层添加蒙版	139
1.2.4	为中性色图层添加样式	141
1.2.5	混合模式对中性色图层的影响	141
1.3	智能对象图层	142
1.3.1	执行非破坏性变换	142
1.3.2	保留非本地方式处理的数据	145
1.3.3	自动更新实例	145
1.3.4	创建智能对象	148
1.3.5	替换智能对象内容	148
1.3.6	导出智能对象内容	149
1.4	图层组	149
1.4.1	图层组应用技巧	150
1.4.2	蒙版对图层组的影响	151
1.4.3	不透明度对图层组的影响	153
1.4.4	混合模式对图层组的影响	154
1.5	图层复合	156
1.5.1	图层复合基本操作	156
1.5.2	导出图层复合	157
1.6	合并图层的技巧	160
1.6.1	盖印图层	160
1.6.2	图层名称的变化规律	164
1.6.3	跟踪文件大小	166
1.6.4	不透明度对合并产生的影响	166
1.6.5	混合模式对合并产生的影响	168
1.6.6	图层样式对合并产生的影响	168

1.6.7 蒙版对合并产生的影响	169
1.7 深入分析图层样式	170
1.7.1 图层样式应用技巧	170
1.7.2 全局光对图层样式的影响	172
1.7.3 等高线对样式的影响	173
1.7.4 缩放样式效果	174
1.7.5 将样式创建为图层	175
【实验 XHJC-091-101-SY06】发光按钮的制作	178
 本章总结	187

第2章 调整图层的高级应用 189

 本章目标	189
2.1 调整图层的优势	190
2.2 调整图层应用技巧	191
2.2.1 用选区限定调整范围	191
2.2.2 用路径限定调整范围	194
2.2.3 用剪贴蒙版限定调整对象	196
2.2.4 用图层组限定调整对象	198
2.2.5 用不透明度控制调整强度	199
2.2.6 用混合滑块控制调整强度	200
2.2.7 用混合模式改善调整效果	202
2.2.8 修改调整图层的类型与参数	203
2.2.9 修改调整图层的蒙版	203
2.2.10 在调整图层上应用图层样式	205
2.2.11 合并调整图层	208
2.3 深入分析色阶	210

2.3.1	直方图中反馈的信息	210
2.3.2	调整图像的亮度	211
2.3.3	增强图像的对比度	212
2.3.4	在阈值模式下调整	213
2.3.5	降低图像的对比度	215
2.3.6	设置灰点、黑场和白场	215
2.3.7	预览直方图更新效果	216
2.4	深入分析曲线	217
2.4.1	曲线对话框	217
2.4.2	调整亮度	218
2.4.3	调整对比度	219
2.4.4	纠正色偏	221
	【实验 XHJC-091-101-SY07】给黑白图像着色	222
	本章总结	228

第3章 蒙版的高级应用 229

本章目标 229

3.1	蒙版与图像合成	230
3.1.1	蒙版的类型与应用	230
3.1.2	蒙版与选区的关系	234
3.2	剪贴蒙版	234
3.2.1	剪贴蒙版应用技巧	234
3.2.2	剪贴蒙版中的图层类型	235
3.2.3	剪贴蒙版的不透明度设置	239
3.2.4	剪贴蒙版的混合模式设置	240
3.2.5	带有渐隐效果的剪贴蒙版	240

3.3 矢量蒙版.....	242
3.3.1 矢量蒙版应用技巧	243
3.3.2 将矢量蒙版转换为图层蒙版.....	244
3.3.3 在矢量蒙版中添加路径和形状	244
3.3.4 在矢量蒙版上添加图层蒙版.....	245
3.4 图层蒙版.....	246
3.4.1 图层蒙版应用技巧	246
3.4.2 灰度层次对蒙版效果的影响.....	247
3.4.3 从选区创建蒙版.....	248
3.4.4 将通道转换为蒙版	249
3.4.5 用绘画工具编辑蒙版.....	251
3.4.6 用渐变编辑蒙版.....	252
3.4.7 用滤镜编辑图层蒙版.....	253
3.5 蒙版高级技巧.....	253
3.5.1 去除蒙版的瑕疵.....	253
3.5.2 收缩与扩展蒙版.....	254
3.5.3 修整蒙版边缘的模糊效果	256
3.5.4 用图像制作蒙版.....	256
【实验 XHJC-091-101-SY08】使用蒙版合成图像	258
3.6 如何使用正确的混合模式.....	261
3.6.1 调整灰暗的天空.....	262
3.6.2 在黑色背景上设置烟雾与闪电	263
3.6.3 为头发添加层次.....	264
3.6.4 在金属表面添加反射效果	264
3.6.5 修正曝光不足和曝光过度的图像.....	264
 本章总结	265