

中文版

周 峰 李晓波 编著



電子工業出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

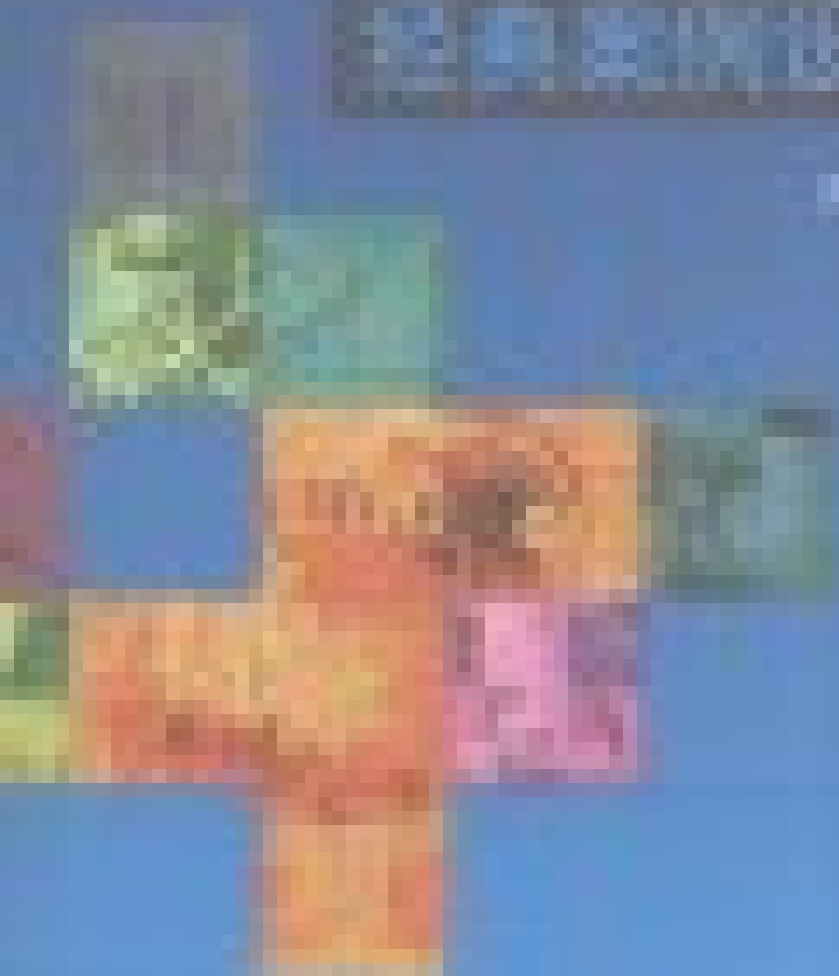
<http://www.phei.com.cn>

Photoshop CS4

4th Edition

THE VISUAL DESIGN FOUNDATION

THE VISUAL FOUNDATION



WILEY PUBLISHING
www.wiley.com

Photoshop CS4中文版

经典案例设计与实现

周 峰 李晓波 编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书首先讲解广告设计的分类、表现手法、理念、创意原则、色彩的应用及Photoshop CS4软件基础操作,然后从实际应用入手,通过代表性强、效果新颖的案例讲解Photoshop CS4在卡通漫画设计、海报设计、报纸广告设计、杂志广告设计、书籍装帧设计、DM(直邮)广告设计、户外广告设计、标志设计、包装设计、艺术字设计及网页艺术设计方面的具体应用。本书案例经典、内容全面、技术实用、资源丰富,读者可以在案例练习中体会广告设计的理念、创意方法、色彩的运用及常用表现手法。

本书不仅适用于各种层次的大中专院校学生、广告设计人员、网页设计人员及个人爱好者,并且对平面设计师、插画设计师、网页设计师等专业人士也有很高的参考价值。

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

Photoshop CS4中文版经典案例设计与实现/周峰,李晓波编著. —北京:电子工业出版社,2009.5
ISBN 978-7-121-08549-9

I. P… II. ①周…②李… III. 图形软件, Photoshop CS4 IV. TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第041655号

责任编辑:姜 影

文字编辑:裴 杰

印 刷:北京天竺颖华印刷厂

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

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

北京市海淀区翠微东里甲2号 邮编:100036

开 本:787×1092 1/16 印张:27.75 字数:710千字

印 次:2009年5月第1次印刷

定 价:49.00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zlts@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

Photoshop CS4是Adobe公司推出的Photoshop最新版本，该款软件功能强大，广泛应用于各类商业广告设计领域，如卡通漫画设计、网页艺术设计，以及商业包装设计。该款软件随着版本的升级，使得平面设计师、插画设计师、网页设计师等美术工作者的想像空间越发超越自身，创意意图展现得更加充分。

本书通过代表性、实用性强，效果新颖的具体案例讲解Photoshop CS4在卡通漫画设计、海报设计、报纸广告设计、杂志广告设计、书籍装帧设计、DM（直邮）广告设计、户外广告设计、标志设计、包装设计、艺术字设计及网页艺术设计等方面的具体应用，基本涵盖了Photoshop CS4所有的应用领域，使读者在看完本书后，能够结合实际快速、高效、灵活地设计出专业级广告设计作品来，所有的实例可以直接应用到以后的工作实例制作中，从而让读者能学到真正的实战本领。

本书结构

本书共12章，具体章节安排如下：

- 第1章讲解广告设计的分类、表现手法、理念、创意原则及色彩的应用，然后讲解Photoshop CS4软件界面、文件和视图基本操作、首选项设置及常用键盘快捷键。
- 第2章到第3章讲解Photoshop CS4在卡通漫画设计、海报设计中的应用及设计技巧。
- 第4章到第6章讲解Photoshop CS4在报纸广告设计、杂志广告设计、书籍装帧设计中的应用及设计技巧。
- 第7章到第8章讲解Photoshop CS4在DM（直邮）广告设计、户外广告设计中的应用及设计技巧。
- 第9章到第11章讲解Photoshop CS4在标志设计、包装设计、艺术字设计中的应用及设计技巧。
- 第12章通过3个典型的案例：网页导航条、网页动画LOGO特效、万绿食品配料有限公司主页，讲解网页艺术设计的方法与技巧。

本书特色

本书的特色如下：

1. 实用性：本书首先着眼于海报设计、户外广告设计、网页艺术设计等的应用，然后再探讨深层次的技巧问题。
2. 延展性：本书每一个实例都是实际工作中广告设计作品的一部分或全部，在分析实例的过程中，详细介绍相关的技术点。
3. 全面性：本书包含了Photoshop CS4几乎所有功能，详细讲解Photoshop CS4新增的各项功能。

本书适合的读者

本书不仅适用于各种层次的大中专院校学生、广告设计人员、网页设计人员及个人爱好者，并且对平面设计师、插画设计师、网页设计师等专业人士也有很高的参考价值。

以下人员对本书的编写提出了宝贵意见并参与了本书的部分资料搜集工作，他们是孙宁、王真、王荣芳、李德路、李岩、周科峰、陈勇、高云、于凯、王春玲、李永杰、韩亚男、陈卓、王伟、姚国发、孙更新、张庆、盛艳秀，感谢北京美迪亚电子信息有限公司的各位老师，谢谢你们的帮助和指导。

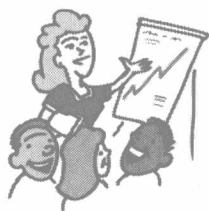
由于时间仓促，加之水平有限，书中的缺点和不足之处在所难免，敬请读者批评指正。

为方便读者阅读，若需要本书配套资料，请登录“华信教育资源网”（<http://www.hxedu.com.cn>），在“下载”频道的“图书资料”栏目下载。

目 录

第1章 Photoshop CS4广告设计基础	1
1.1 广告设计概述	1
1.2 广告创意	3
1.3 色彩在广告设计中的运用	3
1.4 Photoshop CS4概述	4
1.5 Photoshop CS4界面全接触	9
1.6 文件的基本操作	17
1.7 视图的基本操作	21
1.8 首选项的设置	25
本章小结	28
第2章 卡通漫画设计	29
2.1 卡通漫画设计概述	29
2.2 卡通人物漫画设计技巧	30
2.3 睡梦中的甜甜卡通特效	38
本章小结	62
第3章 海报设计	63
3.1 海报设计概述	63
3.2 化妆品海报设计	65
3.3 美味海报设计	82
本章小结	99
第4章 报纸广告设计	100
4.1 报纸广告设计概述	100
4.2 房地产报纸广告设计	103
4.3 汽车报纸广告设计	123
本章小结	140
第5章 杂志广告设计	141
5.1 杂志广告设计概述	141
5.2 跨页美食杂志广告设计	144
5.3 汽车车展杂志广告设计	168
本章小结	182
第6章 书籍装帧设计	183
6.1 书籍装帧设计概述	183
6.2 电脑书籍装帧设计	186
6.3 古朴书籍装帧设计	213
本章小结	232

第7章 DM广告设计	233
7.1 DM广告设计概述	233
7.2 儿童图书DM广告设计	235
7.3 新年超市DM广告设计	248
本章小结	269
第8章 户外广告设计	270
8.1 户外广告设计概述	270
8.2 路牌户外广告设计	274
8.3 灯箱户外广告设计	288
本章小结	301
第9章 标志设计	302
9.1 标志设计概述	302
9.2 蓝星科技公司标志设计	305
9.3 华人管理企业标志设计	309
9.4 外贸进出口公司标志设计	313
9.5 网络公司标志设计	316
本章小结	319
第10章 包装设计	320
10.1 包装设计概述	320
10.2 食品调料包装设计	322
10.3 手提袋包装设计	344
本章小结	358
第11章 艺术字设计	359
11.1 艺术字设计概述	359
11.2 光芒四射艺术文字	361
11.3 动感半调艺术文字	365
11.4 画笔描边艺术文字	369
11.5 火焰艺术文字	374
11.6 金属艺术文字	378
11.7 字中字艺术文字	382
11.8 球体艺术文字	385
本章小结	389
第12章 网页艺术设计	390
12.1 网页设计概述	390
12.2 网页导航条	393
12.3 网页动画LOGO特效	411
12.4 万绿食品配料有限公司主页	419
本章小结	437



第1章

Photoshop CS4广告设计基础

本章内容

广告是商品经济的产物。广告是一门科学，也是一门艺术，是科学与艺术的有机结合体。现代的广告是一门综合的边缘学科。它既包括社会学、传播学、新闻学、美学，以及语言学等社会学科；还包括经济学、市场学、心理学，以及统计学等横向学科。现代的广告融汇各个学科的精华，具有科学性、实用性、知识性和政策性于一体的独特性质。

本章讲解广告设计和Photoshop CS4软件基础知识，具体内容如下：

- ⇒ 什么是广告及广告的分类与功能
- ⇒ 什么是广告设计及广告设计的表现手法和理念
- ⇒ 广告创意的原则和过程
- ⇒ 色彩在广告设计中的运用
- ⇒ 位图图像和矢量图形
- ⇒ 图像文件格式和Photoshop CS4新增功能
- ⇒ Photoshop CS4界面全接触，即菜单栏、工具栏和各种控制面板
- ⇒ 文件的新建、打开、保存、恢复、置入和关闭
- ⇒ 视图的基本操作，即视图的缩放、屏幕模式、标尺、网格和参考线等
- ⇒ Photoshop CS4首选项设置



1.1 广告设计概述

广告是一种大众的艺术，它往往出现在商场、车站、校园、街头和剧场等公共场所，通过画面的图形、文字和色彩迅速引起大众的注意，使大众在无意之中接受广告的信息，并做出反应。

什么是广告设计

广告设计是视觉传达艺术设计的一种，其价值在于把产品载体的功能特点通过一定的方式转换成视觉因素，使之更直观地面对消费者。广告设计是由广告设计标题、广告设计正文和广告设计口号所构成的。

广告设计的表现手法

广告设计的表现手法有13种，分别是直接展示法、突出特征法、对比衬托法、合理夸张

法、以小见大法、运用联想法、富于幽默法、借用比喻法、以情托物法、悬念安排法、选择偶像法、谐趣模仿法和神奇迷幻法。

广告设计的理念

无论你的作品多么美，如果没有好的设计理念，好的内涵，也谈不上是一幅好的作品，下面就以不同的主题来讲述商业广告中的设计理念。

1. 产品形象塑造

赋予产品一种象征，给消费者一种精神享受，但是需要注意一点，产品性格与形象的塑造，任何时候不能脱离产品自身，更不能脱离产品特定的生存环境，任何的主观臆造和廉价的赋予，只能断送产品的生命。

2. 统一品牌战略

统一品牌战略的优点：使企业减少宣传成本，品牌易于被顾客接受，有利于统一企业形象的创建。对跨国公司来说有利于在世界市场上实现“大一统”，另一方面，当新产品出现的时候，能够借用成功品牌的知名度和美誉度，从而以较低的营销成本“搭便车”销售。

统一品牌战略的缺点：一种品牌的树立，很容易使人形成固定印象，不利于品牌的延伸，比如一家长期生产空调的企业突然推出同品牌的彩电，一时无法使消费者接受。

3. 多品牌战略

多品牌战略的优点：多品牌战略由于品牌多，有利于提高产品的竞争力，延长每个产品的寿命。单一品牌是一对一的战斗，不免显得单薄，而多品牌可以以多对一，给人实力雄厚的感觉。

多品牌战略的缺点：多品牌容易给人混乱感。

4. 独特的销售主题

广告的功能主要在劝导消费，要实现广告的这一功能，就必须在广告传播中向消费者提供具有说服力的“说辞”，独特的销售主题便是形成非常具有说服力的方法之一。

独特的销售主题包括以下3个要点：

- (1) 主题应包括一个产品的具体好处和功效；
- (2) 这个功效是独一无二的，没有被其他竞争者宣传过，甚至是其他品牌所没有的；
- (3) 这一主题必须能够推动销售，必须能够影响消费者购买决策的重要承诺。

简单地说，独特销售主体的核心理论就在于发现和确认广告产品独一无二的好处和效用，并将广告产品这一独一无二的好处和效用，有效地转化成广告传播的承诺，独特购买理由，来诱导消费，影响消费者的购买决策，实现产品的销售。

5. 产品定位策略

一个公司必须在其潜在顾客的心智中创造一个位置。对此一位置所要考虑的，不只是自己公司的强势和弱势，对竞争者的强弱势也要一并考虑。

总之，具体使用什么战略要看产品本身。如果产品之间相关性大，种类相对少，用一个品牌贯穿，有利于塑造其全球统一的形象。



1.2 广告创意

创意是广告人根据调查结果、产品特性和公众心理及广告策略,选择最佳信息传达方式,产生核心主题概念和意境结构,以指导广告制作、达到最佳广告效果的创造性总体思维过程。简言之是整个广告设计中的构思。

广告创意的原则

广告创意的原则共有两点,分别是独创性和实效性。

(1) 独创性原则:是指广告创意中不能因循守旧、墨守成规,而要勇于标新立异、独辟蹊径。独创性的广告创意具有最大强度的心理突破效果。与众不同的新奇感,鲜明的魅力会触发人们强烈的兴趣,能够在受众脑海中留下深刻的印象。长久地被记忆,这一系列心理过程符合广告传达的心理阶梯的目标。

(2) 实效性原则:独创性是广告创意的首要原则,但独创性不是目的。广告创意能否达到促销的目的,基本上取决于广告信息的传达效率,这就是广告创意的实效性原则,其包括理解性和相关性,理解性即易为广大受众所接受。在进行广告创意时,就要善于将各种信息元素进行最佳组合,使其具有适度的新颖性和独创性,其关键是在“新颖性”与“可理解性”之间寻找到最佳结合点。而相关性是指广告创意中的意向组合和广告主题内容的内在联系。

广告创意的过程

广告创意一般分5个阶段,即准备期、孵化期、启示期、验证期和形成期。

(1) 准备期:搜集资料,根据经验启发创意,资料分为一般资料和特殊资料。所谓特殊资料,系指专为某一广告活动而搜集的有关资料。

(2) 孵化期:把所搜集的资料加以处理,使意识自由发展,并使其结合。因为一切创意的产生,都是在偶然的机会中突然发现的。

(3) 启示期:大多数心理学家认为,印象是产生启示的源泉,所以本阶段是在意识发展与结合中产生各种创意。

(4) 验证期:把所产生的创意予以检讨修正,使其更臻完美。

(5) 形成期:以文字或图形将创意具体化。



1.3 色彩在广告设计中的运用

色彩是广告设计中的一个重要因素,广告色彩的功能是向消费者传递某一种商品信息,因此广告的色彩与消费者的生理和心理反应密切相关。广告色彩对商品具有象征意义,通过不同商品独具特色的色彩语言,使消费者更易识别和产生亲近感,商品的色彩效果对消费者具有一定的诱导作用。

色彩能影响人们的情绪,广告作品中的有些色彩会给人以甜、酸、苦、辣的味觉感,如蛋糕上的奶油黄色,给人们以酥软的感觉,引起人们的食欲,如食品类的包装与广告中普遍

采用暖色系。对商品色彩的恰当运用，在广告设计中是不容忽视的，因此在广告设计中必须考虑色彩的心理因素，下面讲解几个基本色。

1. 红色

红色视觉刺激强，让人觉得活跃、热烈，有朝气。在人们的观念中，红色往往与吉祥、好运、喜庆相联系，它自然成为一种节日、庆祝活动的常用色。同时红色又易联想到血液和火炮，有一种生命感、跳动感，还有危险、恐怖的血腥气味的联想。灭火器、消防车都采用红颜色。

2. 黄色

黄色是明亮和娇美的颜色，有很强的光明感，使人感到明朗和纯洁。幼嫩的植物往往呈淡黄色，又有新生、单纯、天真的联想，还可以让人想起极富营养的蛋黄、奶油及其他食品。黄色又与病弱有关，植物的衰败、枯萎也与黄色相关联。因此，黄色又使人感到空虚、贫乏和不健康。

3. 橙色

橙色兼有红色与黄色的优点，明亮柔和，使人感到温暖又明快。一些成熟的果实往往呈现橙色，富于营养的食品（面包、糕点）也多是橙色。因此，橙色又易引起有营养、香甜的联想，是易于被人们所接受的颜色。在特定的国家和地区，橙色又与欺诈、嫉妒有联系。

4. 蓝色

蓝色是冷色，具有沉静和理智的特性，恰好与红色相对应。蓝色易产生清澈、超脱、远离世俗的感觉。深蓝色会滋生低沉、郁闷和神秘的感觉，也会产生陌生感、孤独感。

5. 绿色

绿色具有蓝色的沉静和黄色的明朗，又与大自然的生命相吻合，因此，它具有平衡人类心境的作用，是易于被接受的色彩。绿色又与某些尚未成熟的果实的颜色一致，因而会引起酸与苦涩的味觉。深绿易产生低沉消极、冷漠感。

6. 紫色

紫色具有优美高雅、雍容华贵的气度。含红色的个性，又有蓝色的特征。暗紫色会引起低沉、烦闷、神秘的感觉。

以上介绍了一种色相产生正反两方面的心理效果。在广告设计中色彩的运用需要把握住消费者的心理，运用特定的色彩关系，发挥出色彩特有的个性，为广告创意锦上添花。



1.4 Photoshop CS4概述

Photoshop CS4是全世界著名的平面设计软件之一，它具有强大的绘图、校正图片及图像创作功能，利用它可以创作出具有原创性的作品。

位图图像和矢量图形

在计算机系统中，图形是以矢量或位图格式来显示的，使用Photoshop CS4可以创建位图图像，还可以置入和处理在其他应用程序中位图图像和矢量图形。

1. 位图图像

位图图像使用在网格内排列的称作像素的彩色点来描述图像。例如，树叶的图像由网格

中每个像素的特定位置和颜色值来描述，这是用非常类似于镶嵌的方式来创建图像。在编辑位图图像时，修改的是像素，而不是直线和曲线。位图图像与分辨率有关，因为描述图像的数据是固定到特定尺寸的网格上的。编辑位图图像可以更改它的外观品质。特别是调整位图图像的大小会使图像的边缘出现锯齿，因为网格内的像素重新进行了分布。在比图像本身的分辨率低的输出设备上显示位图图像时也会降低它的品质。位图图像放大后，其图像呈现马赛克，不清晰，如图1-1所示。

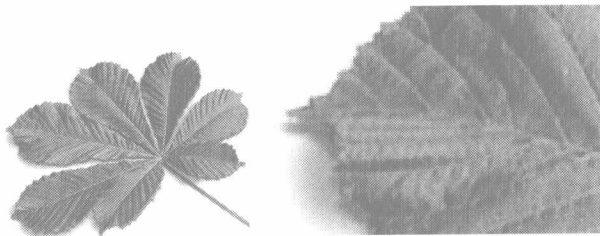


图1-1 位图图像及其放大效果

2. 矢量图形

矢量图形的基础是使用直线和曲线，这些图形的元素是点、线、面，如矩形、多边形、圆和弧线等等，它们都是通过数学公式计算获得的。矢量文件中的图形元素称为对象。每个对象都是一个实体，具有颜色、形状、轮廓、大小和屏幕位置等属性。正因如此，矢量图形文件体积一般较小。矢量图的优点是放大后不会失真；缺点是难以表现色彩层次丰富的逼真图像效果。绘制矢量图一般需要用专门的软件。如：Adobe Illustrator、CorelDRAW、Freehand等。在Photoshop CS4中，用户可通过路径工具来描绘矢量图形，对于这些路径矢量图形，大部分的图像处理操作需要转换为选择区域来进行。如图1-2所示矢量图形。



图1-2 矢量图形及其放大效果

图像文件格式

在Photoshop CS4中，可以保存图像为不同的格式，如JPEG格式、TIFF格式、PSD格式等。一些格式可以提供独有的文件压缩方式，可以在存储文件时节省磁盘空间；一些格式可以应用于不同的图像处理软件，即实现不同软件之间的文件交换。

1. JPEG格式

JPEG格式是用于压缩连续色调图像（如照片）的标准格式。将图像优化为JPEG格式依赖于有损压缩，它有选择地扔掉数据。

2. TIFF格式

TIFF格式是计算机上使用最广泛的图像文件格式之一，主要应用于印刷。该图像格式复杂、存储信息多，并且支持多通道信息，数据存储与交换能力很强。

3. PSD格式

PSD格式是Photoshop CS4中使用的一种标准图像文件格式，包括图层、通道和颜色模式等信息。支持全部颜色模式，可以存储为RGB或CMYK等模式，还能够自定义颜色数并加以存储。由于该格式保存信息多，故该格式文件占用空间大。

4. GIF格式

GIF格式是用于压缩具有单调颜色和清晰细节的图像（如线状图、徽标或带文字的插图）的标准格式。

5. PNG格式

PNG格式采用无损压缩方式来减小文件的大小，能把图像文件压缩到极限以利于网络传输，同时能保留所有与图像品质有关的信息，显示速度很快，只需下载1/64的图像信息就可以显示出低分辨率的预览图像。

6. EPS格式

EPS格式是用PostScript语言描述的一种ASCII码文件格式，主要用于排版、打印等输出工作。可以在排版中以低分辨率显示，打印、印刷时以高分辨率输出。

Photoshop CS4新增功能

Photoshop CS4的更新仅仅是针对Vista系统兼容性的更新，因为Vista对Photoshop CS、CS2、CS3的支持都存在问题。该款软件除了包含Adobe Photoshop CS3的所有功能外，还增加了一些特殊的功能，如支持3D和视频流、动画、深度图像分析等。具体新功能如下。

调整面板

可快速访问用于在“调整”面板中非破坏性地调整图像颜色和色调所需的控件。包括处理图像的控件和位于同一位置的预设。执行菜单栏中的“窗口→调整”命令，打开“调整”面板，如图1-3所示。

为了方便操作，“调整”面板具有应用常规图像校正的一系列调整预设。预设可用于色阶、曲线、曝光度、色相/饱和度、黑白、通道混合器，以及可选颜色。

打开一幅图像，然后单击“调整”面板中的“亮度/对比度”图标，这时利用“调整”面板就可以调整亮度和对比度值，并且新建一个“亮度/对比度”图层，如图1-4所示。

单击“调整”面板下方的按钮，可返回图1-3所示的调整面板，从而再为图像添加调整图层。

蒙版面板

蒙版图层是一项重要的复合技术，可用于将多张照片组合成单个图像，也可用于局部的颜色和色调校正。利用“蒙版”面板可以快速创建精确的蒙版。执行菜单栏中的“窗口→蒙版”命令，打开“蒙版”面板，如图1-5所示。

添加图层蒙版。单击“蒙版”面板中的“添加矢量蒙版”按钮，然后在图像中绘制蒙版选区，如图1-6所示。

单击“添加像素蒙版”按钮，这时就可以看到蒙版效果，如图1-7所示。

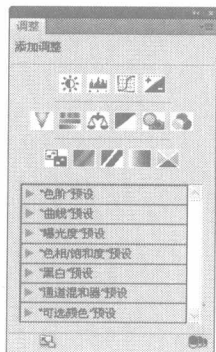


图1-3 “调整”面板



图1-4 利用调整面板调整图像

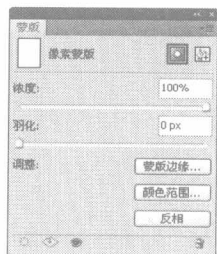


图1-5 “蒙版”面板



图1-6 绘制蒙版选区



图1-7 蒙版效果

高级复合和画布旋转

在Photoshop CS4中,使用增强的“自动对齐图层”命令创建更加精确的复合图层,并使用球面对齐以创建360度的全景图。增强的“自动混合图层”命令可将颜色和阴影进行均匀地混合,并通过校正晕影和镜头扭曲来扩展景深。

在Photoshop CS4中,通过单击可平稳地旋转画布,以便以所需的任意角度进行无损查看,并且使用更平滑的平移和缩放,顺畅地浏览到图像的任意区域。在缩放到单个像素时仍能保持清晰度,并且可以使用新的像素网格,轻松地在最高放大级别下进行编辑。

3D和技术成像

Photoshop CS4支持多种3D文件格式,可以处理和合并现有的3D对象、创建新的3D对象、编辑和创建3D纹理,以及组合3D对象与2D图像。

Photoshop CS4还提供了用于技术图像分析和编辑(包括MATLAB集成)的强大工具、对DICOM医学成像格式的支持以及用于增强复杂图像的图像堆栈技术。测量工具允许您精确测量复杂的图像内容以及记录和导出测量数据。

利用矩形工具,绘制一个矩形,然后执行菜单栏中的“3D→从图层新建形状→帽形”命令,就可以自动生成三维帽形,效果如图1-8所示。

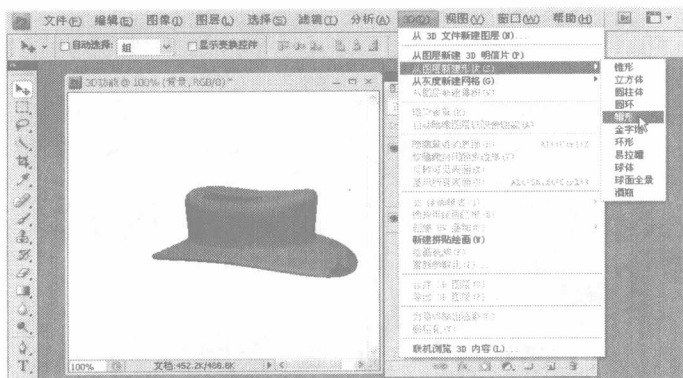


图1-8 生成三维帽子

利用“3D→从图层新建形状”命令中的下一级命令，可以轻松生成三维圆柱体、圆锥体、长方体、圆环、球体，还可以非常容易地生成长方体、酒瓶等，如图1-9所示。

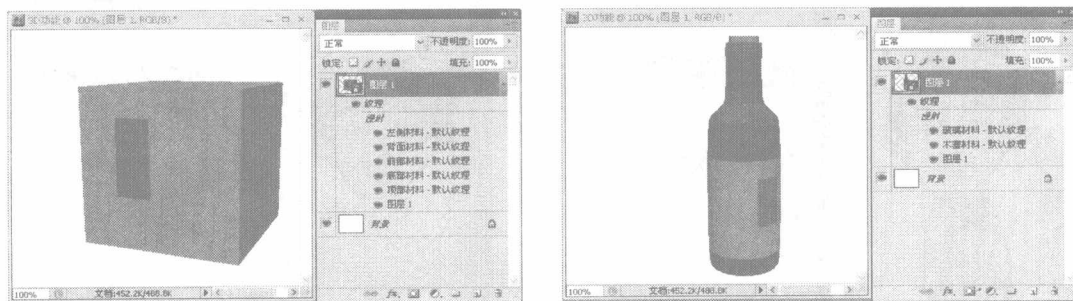


图1-9 生成的长方体和酒瓶

利用工具箱中的3D旋转工具、3D滚动工具、3D平移工具、3D滑动工具、3D比例工具，可以对三维图形进行旋转、滚动、平移、滑动和比例等操作，如图1-10所示。

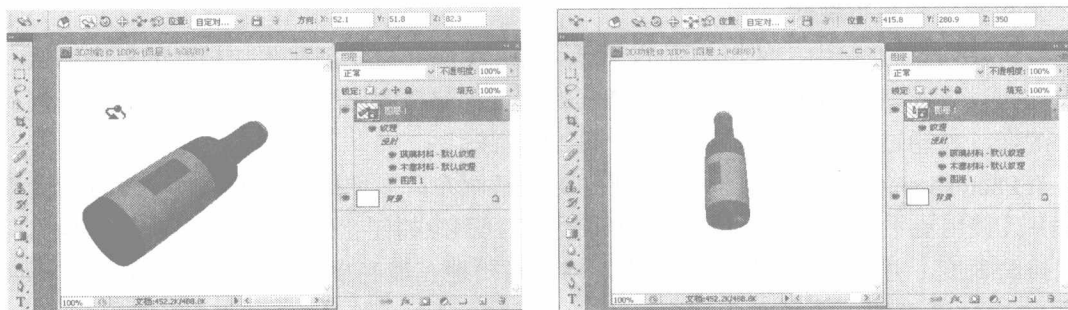


图1-10 三维图形的旋转与滑动操作

单击“位置”对应的下拉列表框，可以设置要显示的三维图形的不同视图，如图1-11所示。

其他新增功能

1. 使用Bridge CS4进行有效的文件管理

使用Adobe Bridge CS4可以进行高效的可视化素材管理，该应用程序具有以下特性：更快速的启动、具有适合处理各项任务的工作区，以及创建Web画廊和Adobe PDF联系表的超强功能。

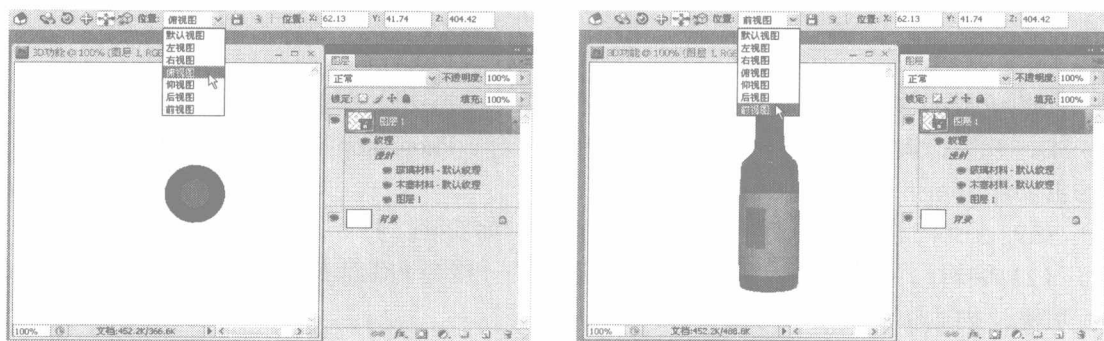


图1-11 俯视图和前视图效果

2. 功能强大的打印选项

Photoshop CS4打印引擎能够与所有最流行的打印机紧集成，还可预览图像的溢色区域，并支持在Mac OS上进行16位图像的打印。

3. 改进的Lightroom工作流程

增强了Photoshop CS4与Photoshop Lightroom2的集成，这样可以使用户在Photoshop中打开Lightroom中的照片，并且可以重新使用Lightroom进行处理，不会出现问题。还可以自动将Lightroom中的多张照片合并成全景图，并作为HDR图像或多图层的Photoshop文件打开。

4. Camera Raw中原始数据的处理效果更好

可使用Camera Raw 5.0增效工具将校正应用于图像的特定区域，享受卓越的转换品质，并且可以将裁剪后的晕影应用于图像。

1.5 Photoshop CS4界面全接触

单击桌面上的  图标，即可打开Photoshop CS4软件，如图1-12所示。

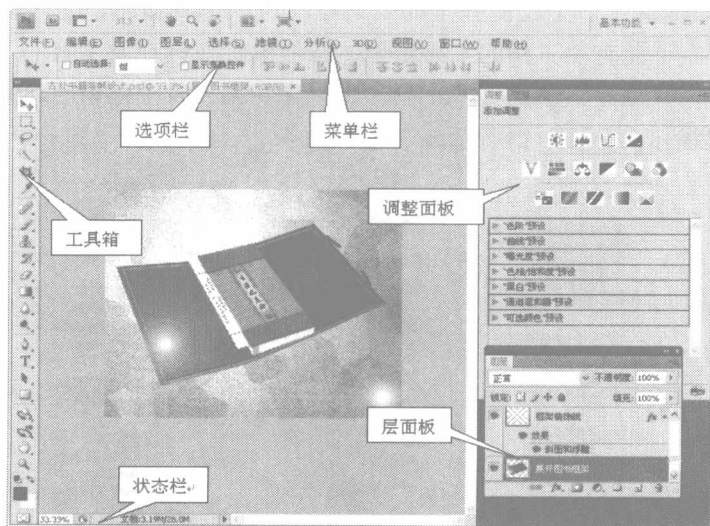


图1-12 Photoshop CS4界面