

电脑设计范例精粹丛书



Photoshop 6.0

广告创意设计 范例精粹

高志清 主编

科大工作室 徐燕 涂芳 等编著

- 命令、操作
设计理念融为一体
- 易学、实用
范例精解功夫上乘



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn



含光盘

电脑设计范例精粹丛书

Photoshop 6.0 广告创意设计 范例精粹

高志清 主编

科大工作室 徐燕 涂芳 等编著

中国水利水电出版社

内 容 提 要

本书重点讲述了中文 Photoshop 6.0 在平面广告领域的应用, 通过大量广告制作实例, 以简明、通俗的语言讲解了 Photoshop 6.0 的操作命令及使用技巧。本书形式活泼、层次清晰、实例丰富、循序渐进, 集文字与图画为一体, 将广告设计理念与 Photoshop 处理技巧有机地融合在一起, 为有志于进入平面广告设计领域的电脑爱好者提供了一条快速掌握 Photoshop 6.0 软件的捷径。

本书的许多内容都是作者在教学过程中积累的经验和制作技巧, 有很高的参考价值。它几乎涉猎了 Photoshop 6.0 软件的全部应用领域, 本书主要面向想进入平面广告设计领域, 但又对 Photoshop 6.0 软件了解不多的读者朋友。书中总结的经验和使用技巧, 对中高级用户也有较多的帮助。在本书光盘中, 收录了大量精选的 Photoshop 6.0 素材图片, 便于读者在进行平面广告创作时随意调用。

相信立志于“平面设计”方面发展的朋友们, 将会通过阅读此书而感受到“Adobe Photoshop”与“广告设计”的完美结合所带给您的巨大帮助。

图书在版编目 (CIP) 数据

Photoshop 6.0 广告创意设计范例精粹 / 高志清主编. —北京: 中国水利水电出版社, 2002

(电脑设计范例精粹丛书)

ISBN 7-5084-0945-0

J524.3/02

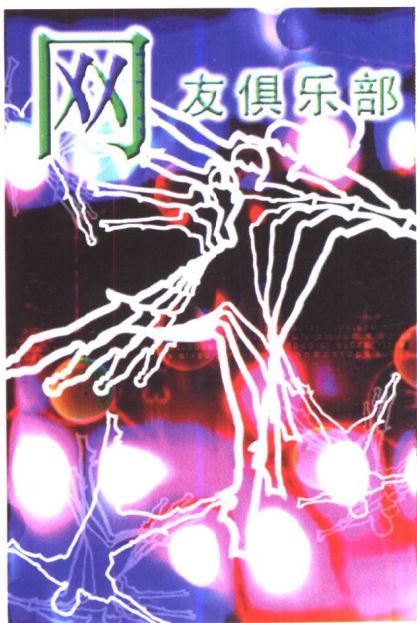
I .P… II .高… III. 图形软件, Photoshop 6.0—应用—广告—平面设计
IV.J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 092445 号

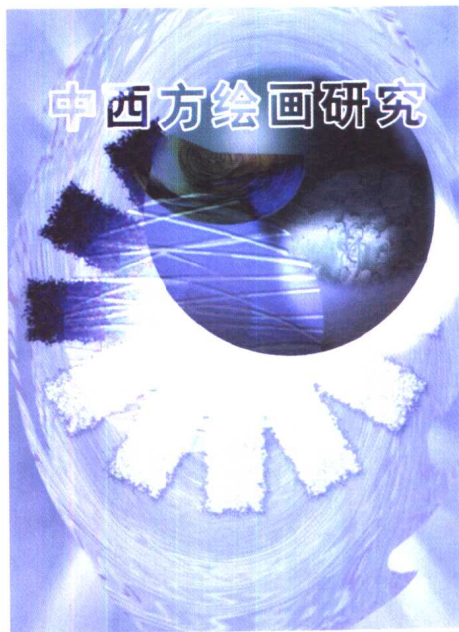
书 名	Photoshop 6.0 广告创意设计范例精粹
作 者	高志清 主编 科大工作室 徐燕 涂芳 等编著
出版、发行	中国水利水电出版社 (北京市三里河路 6 号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@public3.bta.net.cn (万水) sale@waterpub.com.cn
经 售	电话: (010) 68359286 (万水)、63202266 (总机)、68331835 (发行部) 全国各地新华书店
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京市天竺颖华印刷厂
规 格	787×1092 毫米 16 开 26 印张 572 千字 2 彩插
版 次	2002 年 1 月第一版 2002 年 1 月北京第一次印刷
印 数	0001—5000 册
定 价	48.00 元 (含 1CD)

凡购买我社图书, 如有缺页、倒页、脱页的, 本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究



杂志广告 (详见第十四章)



书刊封面 (详见第十二章)



手机广告 (详见第九章)



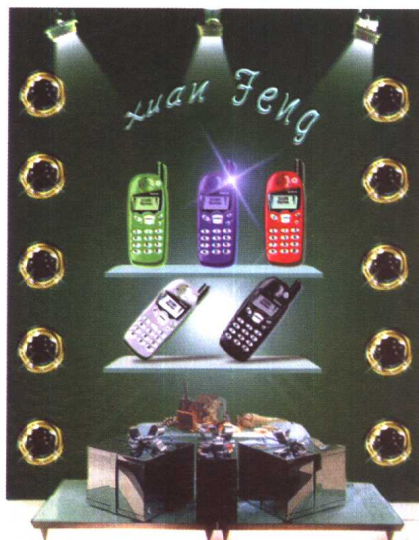
Motorola 呼机 (详见第六章)



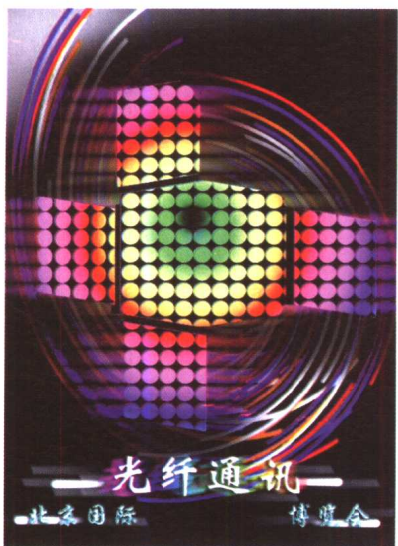
书签 (详见第二章)



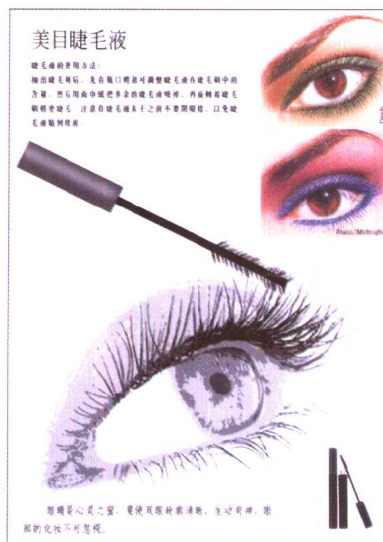
多媒体信息广告 (详见第八章)



橱窗广告 (详见第十八章)



博览招贴 (详见第十五章)



美目睫毛液广告 (详见第九章)



栽培绿色的未来（详见第十七章）

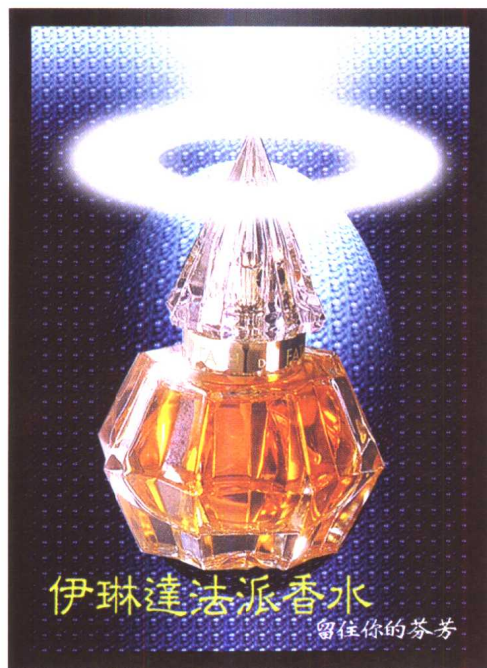


100% 纯正果汁 100% 天然饮料
100% 令你满意的鲜果汁

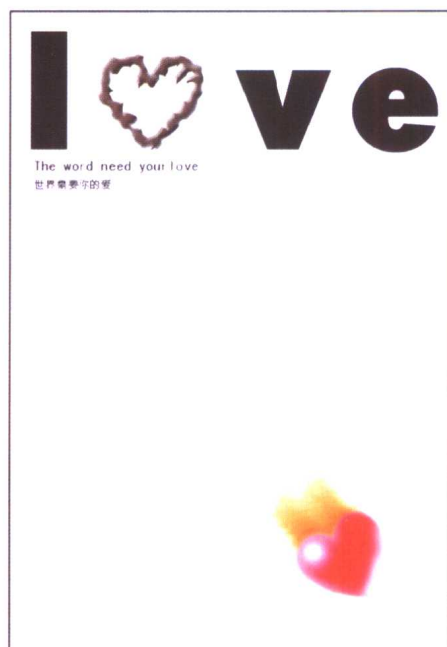
科大橙汁来自天然
kedachengzhilaizitianran



橙汁广告（详见第七章）



香水广告 (详见第五章)



公益广告 (详见第十章)



POP 礼品展销广告 (详见第十六章)



电影招贴 (详见第十一章)



科大工作室

主编：高志清

编委： 张爱城 辛 文 许兰学 周安斌 史宇宏
涂 芳 陈云龙 刘继文 宋振会 王 涛
孙 春 安 宏 王开美 闫 艳 迟 冬
仪 颖 孙启善 彭 林 朱仁成 徐 燕

增版丛书前言

我们科大工作室编写的《电脑设计范例精粹丛书》在 2000 年推出以来,受到了各界读者朋友的热烈欢迎,有许多读者朋友来信、来电话或发 E-mail,希望我们将这套丛书内容再进一步扩充,为读者朋友提供更多、更好的电脑图书。面对众多读者朋友的热切期盼,我们深感所担负的责任重大,我们只有尽自己所能,多推出一些好书,才能不辜负广大读者的厚爱。

为了满足业界朋友学习电脑设计软件的需求,我们精选了 3DS MAX 4、AutoCAD 2002、Photoshop 6.0、CorelDRAW 10 等设计软件进行深入研究,在原先《电脑设计范例精粹丛书》一套 8 本的基础上,又新增加了以下新的内容:

《AutoCAD 2002 机械设计制图范例精粹》

《3DS MAX 4 效果图制作基础必备》

《3DS MAX 4 民居效果图制作范例精粹》

《3DS MAX 4 星级宾馆装潢竞标效果图制作范例精粹》

《3DS MAX 4 效果图灯光材质应用范例精粹》

《Photoshop 6.0 广告创意设计范例精粹》

《Photoshop 6.0 & CorelDRAW 10 CI 创意设计范例精粹》

本套丛书的新增内容,全面介绍了常见的各类设计软件的应用方法和实用技巧,希望能对各行业的设计人员和想介入设计领域的教师和研究生、大中专院校学生等各界人士提供有效的帮助。

我们所选用的软件都是 Autodesk 公司、Adobe 公司、Corel 公司推出的系列软件的最新版本。丛书的作者都是从事电脑软件设计应用和教学工作的专业人士,通过多年工作和教学经验的积累,已经逐步形成了一套行之有效的教学方法,这套丛书实际上就是选用平时工作和教学中用到的精彩范例,加以精炼、提高编写完成的。

为了使读者在较短时间内掌握这些设计软件的精华,我们在写作时注意到不仅详细地描述设计制作过程,还要进一步讲述软件的命令组合和应用技巧,同时在范例中还有意识地渗透了设计中的创意理念,使这三者有机地融合在一起,使读者在学完书中内容后,不仅知道怎样做,还知道为什么这样做和怎样才能做得更好。

为了使本套丛书有较强的可读性,我们在写作时除了选用具有广泛代表性和比较精彩的范例之外,在写作方式上还尽可能地深入浅出、图文并茂,在操作步骤上尽量避免出现漏步和较大的跳步,使读者只要按照书中范例一步一步向下操作就可以达到预想的效果。

为了便于读者学习,我们还在书中设计了三个小图标,它们分别是:



知识讲解：讲解设计制作过程中用到的知识点、操作命令和工具按钮。



操作步骤：用于引出一个操作题目和与之相应的操作步骤。



提示注意：用于介绍经验和心得或提醒读者应该注意的问题。

在此，我们要衷心感谢本套丛书的艺术总监辛文老师，感谢史宇宏老师，感谢所有向本套丛书提出改进意见的同行和学员，由于他们的认真负责，使本套丛书避免了许多错误，内容更加充实。

另外，还特别感谢您选择了本套丛书，如果您对本书有什么意见和建议，请直接告诉我们。

联系电话：(0532) 5829423 5819714

传真：(0532) 5833733

E-mail: gaozhiq@public.qd.sd.cn

科大网站: www.keda-edu.com 或 www.keda-design.com

中文域名: 科大工作室.中国

科大工作室

2001 年 9 月

本书导读

在电脑设计领域中，平面设计仍然扮演着重要的角色。特别是在步入信息时代的 21 世纪，随着计算机技术的不断发展，广大设计人员已经充分地认识到，利用计算机进行图形图像处理和创作才能提高工作效率，提高竞争力；尽快掌握有关计算机图形图像处理技术，才能跟上时代的步伐，才能免于被市场淘汰。“Adobe Photoshop”、“CorelDRAW”这些平面设计软件的广泛应用，为平面设计的深入发展增添了更为丰富迷人的色彩。但是，面对包罗万象的平面设计专业知识，即使是熟知“设计软件”功能的朋友，有时也会颇感茫然，对于初学者来说，更是有太多的知识需要掌握，如：平面设计所涉猎的范畴；平面设计与纯绘画艺术的共性与差异；从事平面设计工作所必须具备的造型、创意、构图和设计基础；以及如何应用 Photoshop 等平面设计软件来进行创作等。这的确需要花相当的时间学习，才能熟练掌握。

本书写作之目的，是希望为读者提供一种比较理想的学习方式，使读者在学习和掌握“Photoshop 软件功能”的同时，也能学习并掌握有关“设计应用”方面的知识，使“软件应用”与“设计创意”有机融为一体。本书力求以“设计的观点”来进行撰写，使读者在学会“平面设计软件”的操作之后，通过“设计理论”的指导，在实践中创作出精彩的设计作品。

本书内容

为了帮助读者全面掌握平面广告设计领域内 Photoshop 软件常用命令及操作技法，我们在本套丛书中推出了本书，全面介绍如何应用 Photoshop 6.0 软件制作及处理平面广告图像。本书从广告的常用技法和设计分类入手，将理论知识、精彩范例、Photoshop 6.0 的命令与操作技巧有机地融为一体，收到学以致用、立竿见影的效果。与其他同类图书相比，本书最大的特点是广告理论知识全面、范例经典、图文并茂、内容由浅入深，适于各层次的读者学习。

本书详细清晰地介绍了 Adobe Photoshop 6.0 的软件功能和广告设计的范畴、概念，并列举了广告设计常用的 10 种方法，最后根据广告设计的分类提供了综合设计实例。

本书共分二十章，前三章讲述了 Photoshop 6.0 及广告设计的基础知识；从第四章至第十二章讲述广告设计中常用的 10 种表现技法；第十三章至第十九章按广告设计的分类，介绍了各类平面广告制作的具体方法；第二十章讲述了图像的打印与输出。本书各章的主要内容如下：

- ◆ 第一章：中文 Photoshop 6.0 的基础知识。讲述了中文 Photoshop 6.0 软件的改进、安装的要求、常用的基本概念、工作界面和各区分布的介绍以及 Photoshop 6.0 软件的基本操作。
- ◆ 第二章：Photoshop 6.0 工具的应用。讲述了 Photoshop 6.0 软件的一些基础工

具、图层的应用和菜单栏中的“滤镜”命令。

- ◆ 第三章：广告设计的理论知识。讲述了广告设计的概念和分类、艺术表现、广告创意的设计方法和艺术技巧、广告媒体的选择。
- ◆ 第四章：广告设计技法中的装饰法。通过制作图书封面图案，讲述了图像的不同选择方式及相应的颜色填充方式。
- ◆ 第五章：广告设计技法中的光点法。通过制作香水广告，讲述了样本填充命令以及光点法在广告设计中的技法和特点。
- ◆ 第六章：广告设计技法中的比喻法。通过制作传呼机广告，讲述了路径的运用以及菜单栏中的“色调/饱和度”命令调整呼机颜色的方法。
- ◆ 第七章：广告设计技法中的夸张法。通过橙汁广告的制作，讲述了印章工具和“粘贴入”命令的使用方法。
- ◆ 第八章：广告设计技法中的线割法。通过制作多媒体信息广告，讲述了如何运用曲线与直线分割图像达到突出主题的目的。
- ◆ 第九章：广告设计技法中的特写法和叠影法。通过制作美目睫毛液广告与手机广告，学会了如何运用特写法突出产品的功能及质量；如何运用叠影法制作三度空间的背景，以此加强整体画面的立体感。
- ◆ 第十章：广告设计技法中的空间法。通过制作公益广告，讲述了工具箱中涂抹工具的使用方法和“图层样式”命令中的参数调整。
- ◆ 第十一章：广告设计技法中的光束法。通过电影招贴广告的制作，讲述了如何运用“动感模糊”命令制作出光束以及如何使用光束突出宣传的产品。
- ◆ 第十二章：广告设计技法中的幻觉法。通过书刊封面图案的制作，讲述了滤镜下拉式菜单中的各项艺术效果。
- ◆ 第十三章：讲述了报纸广告的特征，然后通过制作报纸广告，学习文字工具的使用方法。
- ◆ 第十四章：讲述了杂志广告的特点，然后通过杂志广告的设计，学习如何运用菜单栏中的“曲线调整”命令调整图像颜色的明暗效果。
- ◆ 第十五章：讲述了招贴广告的特点，然后通过博览会招贴广告的设计，学习如何运用“极坐标”命令制作出旋转的曲线以及利用“色彩范围”命令创建选择区。
- ◆ 第十六章：讲述了POP广告的特征与表现形式，然后通过制作POP礼品展销广告，学习到自定义工具的使用方法。
- ◆ 第十七章：讲述了公益广告的种类，然后通过设计公益广告，学习如何制作浮雕字。
- ◆ 第十八章：讲述了橱窗广告的特点，然后通过橱窗广告的设计，学习了如何添加灯光以及光线的制作方法。

- ◆ 第十九章：讲述了灯箱广告的种类，然后通过设计灯箱广告，学习了“通道混合器”命令的使用以及如何建立新的路径。
- ◆ 第二十章：讲述了图像打印输出方面的知识。

本书中的所有实例都有详细明确的操作步骤，读者只要跟着书中的提示一步一步的操作，就可以掌握书中所讲的内容，制作出具有一定水准的广告设计作品。

在编写本书时，为了使读者操作起来更加方便，我们将所有范例以及所调用、引入的图片，都存放在随书所附的光盘中，读者朋友在制作过程中，如果遇到疑难问题，可以根据需要调用随书光盘中的相关文件对照参考。

读者对象

本书可以作为学习平面广告图像处理的自学教材，通过阅读本书，可以帮助读者逐步实现从入门到精通的飞跃。本书不仅适于初学者学习，对中、高级水平的读者也有较高的参考价值。

本书配套光盘内容

本书所附光盘收录了本书所讲全部范例。我们还整理了本书制作全部范例所用到的图片，将它们存放到光盘的相应目录下。另外在光盘的相应目录下我们还存放了一些运用 Photoshop 6.0 软件所作的有价值的美术图案，以便读者在处理图形图像过程中，随时参阅。

下面是光盘内容的详细说明：

- “\素材库\”目录：以材质库的形式保存了一些用 Photoshop 6.0 软件制作的图形图像，可以用作设计的素材。
- “\彩页\”目录：保存本书的彩页图片。
- “\调用图片\”目录：保存本书中所需调用的图片文件。
- “\范例\”目录：保存本书中所制作的范例。

本书由主要由徐燕、涂芳、王涛等执笔完成。除了本书的作者外，科大工作室的全体人员都为本书的成稿做了大量的工作；在本书的编写过程中，得到了同行的大力支持，在此一并表示由衷的感谢。

书中如有不妥之处，恳请广大读者批评指正。

作者
2001 年 11 月

目 录

增版丛书前言

本书导读

第一章 中文 Photoshop 6.0 基础知识	1
1.1 关于中文 Photoshop 6.0 的改进	2
1.1.1 工作界面的改进	2
1.1.2 工具箱的改进	2
1.1.3 菜单栏的改进	2
1.1.4 控制面板的改进	3
1.1.5 使用方法的改进	3
1.2 安装中文 Photoshop 6.0 的配置要求	3
1.3 图像设计的基本概念	3
1.3.1 图像的基本概念	4
1.3.2 色彩模式简介	5
1.3.3 常见的图像文件格式	7
1.4 中文 Photoshop 6.0 的工作界面与分区	8
1.4.1 中文 Photoshop 6.0 的工作界面	9
1.4.2 中文 Photoshop 6.0 的各区分布	9
1.5 中文 Photoshop 6.0 的基本操作	14
1.5.1 新建、打开图像文件	14
1.5.2 关闭、保存图像文件	17
1.5.3 颜色的选取	18
1.5.4 图像的显示与控制	21
1.5.5 辅助设计工具的使用	23
第二章 Photoshop 的基本应用	27
2.1 Photoshop 6.0 工具介绍	28
2.1.1 选择工具	28
2.1.2 绘图工具	30
2.1.3 填充工具	33
2.1.4 编辑工具	34
2.1.5 路径工具	37

2.1.6 文字工具	38
2.2 图层的基本应用	39
2.2.1 【图层】面板	39
2.2.2 图层的分类	40
2.2.3 图层的操作	41
2.2.4 图层风格	44
2.3 滤镜的基本应用	45
2.3.1 Photoshop 滤镜的分类	46
2.3.2 滤镜的基本操作	47
2.4 儿童画——龙狗狗幼稚园	48
2.5 书签设计——永恒的记忆	61
第三章 广告设计基本理论	65
3.1 广告设计的概念和功能	66
3.2 广告设计的程序	68
3.2.1 调研分析	68
3.2.2 构思定位	69
3.2.3 设计调整	69
3.2.4 制作表现	70
3.3 广告设计的艺术表现	71
3.3.1 广告设计艺术表现的功能与价值	71
3.3.2 广告表现手法多样化产生的原因	72
3.3.3 现代广告设计的艺术表现手法	73
3.3.4 现代广告设计的原则	78
3.4 广告创意的设计方法及艺术技巧	80
3.4.1 创意设计的方法	80
3.4.2 广告设计的艺术技巧	81
3.5 广告媒介的选择	83
第四章 广告设计技法之一——装饰法	85
4.1 装饰法简介	86
4.2 实例练习——图书封面制作	87
第五章 广告设计技法之二——光点法	98
5.1 光点法简介	99
5.2 实例练习——香水广告制作	99
第六章 广告设计技法之三——比喻法	113
6.1 比喻法简介	114

6.2 实例练习——传呼机广告制作	114
第七章 广告设计技法之四——夸张法	139
7.1 夸张法简介	140
7.2 实例练习——橙汁广告制作	141
第八章 广告设计技法之五——线割法	162
8.1 线割法简介	163
8.2 实例练习——多媒体信息广告制作	163
第九章 广告设计特写法和叠影法	179
9.1 特写法简介	180
9.2 美目睫毛液广告制作实例	180
9.3 叠影法简介	188
9.4 手机广告制作实例	188
第十章 广告设计空间法	201
10.1 空间法简介	202
10.2 实例练习——公益广告制作	202
第十一章 广告设计光束法	218
11.1 光束法简介	219
11.2 实例练习——电影招贴广告制作	219
第十二章 广告设计幻觉法	245
12.1 幻觉法简介	246
12.2 书刊封面制作实例	246
第十三章 报纸版面设计	272
13.1 报纸广告的特征	273
13.2 报纸广告设计实例	273
第十四章 杂志插页广告设计	291
14.1 杂志广告的特点	292
14.2 杂志广告设计实例	292
第十五章 招贴广告设计	305
15.1 招贴广告的特点	306
15.2 博览会招贴广告设计	306
第十六章 POP 广告设计	324
16.1 POP 广告特征及表现形式	325
16.1.1 POP 广告的特征	325
16.1.2 POP 广告的表现形式	325
16.2 实例练习——POP 礼品展销广告设计	326

第十七章	公益广告设计	344
17.1	公益广告的种类	345
17.2	公益广告设计实例	345
第十八章	橱窗广告设计	357
18.1	橱窗广告的特点	358
18.2	橱窗广告设计实例	358
第十九章	灯箱广告设计	381
19.1	灯箱广告的分类	382
19.2	灯箱广告设计实例	382
第二十章	平面广告的打印输出	393
20.1	图像的设置及输出	394
20.1.1	设置图像尺寸和分辨率	394
20.1.2	设置图像的版面大小	394
20.2	图像的打印	397
20.2.1	打印设置	397
20.2.2	打印图像	398