

高等院校数字艺术设计系列教材

潘鲁生 丛书主编 安雪梅 编著

Photoshop

图像处理

与创意设计案例教程

由全国各大重点院校优秀教师共同编创，聘请国内知名美术学院教授担任主编，编委会成员均为国内各大美术高校艺术设计相关专业教授。

在设计、图形、数字艺术相得益彰的基础上，汇集了国内外先进的艺术设计教学理念、优秀教师的教学心得，体现了较高的教学水平。

为艺术设计专业学生提供的一套专业的、实用的、符合学校课程设计的理想教材，实现了技术与艺术、理论与案例的完美结合。

光盘内容主要是书中讲解内容的源文件和相关素材，以及部分案例的多媒体演示。



清华大学出版社

高等院校数字艺术设计系列教材

Photoshop 图像处理 与创意设计案例教程

潘鲁生 丛书主编 安雪梅 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书主要介绍了用 Photoshop 软件进行图像处理与创意设计, 主要以现代商业设计的分类作为总体的框架, 给出客户的具体要求, 引导读者掌握 Photoshop 在现实工作中的实际应用。

本书分 7 个章节共 17 个实例详细介绍了海报设计、包装设计、商业广告设计、书籍装帧设计、插图设计、网页设计、产品造型与 UI 界面设计。读者在学习过程中能够更加深入地了解在设计过程中的设计意图以及技术实现的完整过程。本书配套光盘内容为本书实例作品文件、素材文件, 以及部分案例视频演示文件。

本书适合高等院校广告设计、动画设计等艺术设计相关专业教材使用, 同时适合作为职业技能培训相关专业的培训辅导教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop 图像处理与创意设计案例教程 / 潘鲁生 丛书主编 安雪梅 编著. —北京: 清华大学出版社, 2007. 5
(高等院校数字艺术设计系列教材)

ISBN 978-7-302-13967-6

I. P… II. ①潘… ②安… III. 图形软件, Photoshop—高等学校—教材 IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 120637 号

责任编辑: 于天文(mozi4888@gmail.com)

装帧设计: 新知互动

责任校对: 胡雁翎

责任印制: 李红英

出版发行: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社总机: 010-62770175 邮购热线: 010-62786544

投稿咨询: 010-62772015 客户服务: 010-62776969

印刷者: 北京嘉实印刷有限公司

装订者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 210×285 印 张: 19.75 字 数: 632 千字

附光盘 1 张

版 次: 2007 年 5 月第 1 版 印 次: 2007 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1~5000

定 价: 58.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题, 请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话: (010)62770177 转 3103 产品编号: 023916-01

主 编：

潘鲁生 山东工艺美术学院院长、教授、博士

副主编：

顾群业 山东工艺美术学院艺术与科学研究中心主任、副教授

高等院校数字艺术设计系列教材编委会

编委会主任：

何 洁 清华大学美术学院副院长、教授

编委会成员（按姓氏笔画排序）：

马 刚 中央美术学院设计学院副院长、教授

马 泉 清华大学美术学院装潢艺术设计系主任、副教授

王传东 山东工艺美术学院数字艺术与传媒学院院长、教授

田少煦 深圳大学艺术与设计学院 教授

许 平 中央美术学院设计学院副院长、教授、博士

李一凡 北京印刷学院设计艺术学院院长、教授

张培利 中国美术学院新媒体艺术系主任、教授

董占军 山东工艺美术学院教务处处长、教授、博士

潘鲁生 山东工艺美术学院院长、教授、博士

推动艺术设计教育发展,普及计算机辅助设计应用。

丛书序

数字技术与设计艺术

20世纪90年代,随着计算机网络的普及和数字技术的发展,人们迎来了“数字化时代”。这是一个“基于提供服务和非物质产品的社会”,数字化、非物质化、虚拟化是这一社会的显著特征。数字化的计算机图形图像技术发展也为艺术设计带来了新的语境,它的介入改变了原先传统的设计方式,使设计艺术的非物质化趋势成为现实。马克·迪亚尼在《非物质性主导》中提到目前社会变化中的设计的改造与被改造、创建与被创建,基于一个制造和生产物质产品的社会向一个基于服务的经济型社会(以非物质产品为主)的转变。在非物质社会中设计的内涵和外延都得到了扩展,成为过去单方向发展的科学技术与人文文化之间的交融聚合的领域。其主要特征表现在设计内容的艺术化、个人化、多元化和设计手段的虚拟化、无纸化两个方面。

新的社会形态中,设计艺术的形式内容发生了很大的变化。数字技术的发展为设计艺术创作提供了新的创作方式和设计语言,人们的一切艺术想象几乎都可变为现实,这大大提高了设计师创作的自由度。无可置疑,计算机是一个高效、便捷的实用工具,是实现设计意图的有效手段。这样的背景下,设计艺术的重心已经不再是某种有形的物质产品,而是逐渐脱离物质层面向精神层面靠拢。设计从静态的、理性的、单一的、物质的创造向动态的、感性的、复合的、非物质的创造转变。艺术的本质体现为自由的创造,非物质设计的发展使得过去功能性较强的设计艺术特质中艺术的成分越来越多,设计内容变得越来越科技化与艺术化。

全新的技术手段不仅给人们带来了全新的思维空间和视觉空间,也带来了新的感官需求和心理需求。一方面,在数字技术的支撑下,设计师创作的自由度大大提高;另一方面,人们的需求也变得越来越个性化、多元化。以人为本,服务于需求的设计艺术必然会不断地满足和创造人们的各种需求,必将促使设计艺术的面貌走向多元化和个性化。

数字化浪潮对设计艺术影响最为明显的是设计手段的虚拟化和无纸化。数字技术的发展,使一切信息可以数字化,数码统一信息也逐渐由可能变为现实。这种情况下,形状、构图、色彩、线条和质地设计要素数字化后也变成了虚拟的数码编号,设计师可以通过计算机对数字信息的进行处理,模拟出设计构思的结果,并可在虚拟的环境下反复修改。设计的整个过程完成了无纸化的操作,大大提高设计效率的同时也节省了资源。

非物质设计的发展,既表现了数字技术对传统艺术创作方式的冲击,也是科技与艺术的完美结合的体现。从传统的物质设计过渡到非物质设计,不仅反映了技术的发展,也反映并满足了人们对于多元化生活方式的渴求。

二

数字化时代,创意经济、文化产业、数字影像、体验时代,成为当下使用最为频繁的关键词。计算机技术的进步推动了数字影像技术的飞速发展,以图形开发和图像处理为基础的可视化技术的应用成果,借助大众媒体、互联网等手段得以广泛传播,DV、Flash、电子杂志、动画、网络游戏日益成为新生代生活中不可缺少的一部分。这样的背景下,数字设计艺术作为新的艺术门类,正在以新产业主体的形象迅速涌入我们的视野。

从广义上讲,数字设计艺术泛指使用数字、信息技术制作的各种形式的有独立审美价值的艺术或设计作品,以具有交互性和使用网络媒体为基本特征,包括:录像及互动装置、虚拟现实、网络艺术、多媒体、电脑动画、影视广告、网络游戏、CG静帧、DV(数字视频)、数字摄影以及数字音乐等。从经济的角度讲,数字艺术已经步入当代人的生活方式并形成了

潜在的市场。数字技术的诞生和发展为视讯内容的传播打开了大门，创意手段的更新扩大了艺术设计为现实生活服务的空间，数字艺术的表现手法越来越多样化，内容也越来越丰富多彩。现在，一切由电脑技术制作的媒体文化，都可归属于数字设计艺术的范畴。内容丰富的数字设计艺术，这种以新技术催生的艺术形式组成了数字创意产业的主体。

根据国际数据公司(IDC)公布的统计数据，早在2003年，我国网络游戏市场的规模已经达到13.2亿元人民币，而到2007年，这个数据更将达到67亿元人民币。但据国家新闻出版总署2005年1月24日的统计，我国当年数字创意和CG、游戏人才缺口在1.5万人左右，预计未来3至5年内数字艺术产业将成为我国支柱产业之一，人才缺口更将达60万人左右。一方面，巨大的数字创意产业商机面前，凸显出了数字设计人才和相关从业人员的巨大缺口；另一方面，目前我国数字艺术人才培训两极分化严重，兼通艺术与电脑技术的复合型人才严重不足，这种现象已成为制约我国数字创意产业快速发展的关键因素，所以，数字技术与设计艺术的教育、教学是时代的迫切需求。

三

工欲善其事，必先利其器。要想成为一名合格的艺术设计者，熟练掌握相关软件是进入艺术设计领域的技能基础。为了培养适应社会需求的数字艺术设计人才，在编委会各位专家的指导下，山东工艺美术学院组织一批有志于这方面研究的设计专业教师和具有实践经验的一线设计师，经过几年的教学实践和专题研究，编写了这套教材。合理的作者团队结构，使这套教材能够紧密结合教学实际，讲解知识深入浅出，注重理论与实践的结合，引导学生独立思考，激发学生的创造性和积极性，形成其特色鲜明的一面。

这套教材分为标准教材和案例提高两类。标准教材类由大学教师参与编写，内容包括软件和行业理论知识，按照软件的功能进行模块化讲解，每个模块重点讲解常用的功能和理论知识，并配以相应精短实例练习，在软件功能模块之后按照行业应用安排大量精彩案例便于巩固所学；案例提高类由设计公司的一线设计师来完成，案例采用实际商业应用作品，并配有多媒体视频演示，案例采用逆向思维方式，按照实际项目流程，讲解创意来源和方法，以及制作流程图，有利于读者从实际商业优秀作品中领会艺术设计的精髓。之后的配套练习，给予读者充分的思维拓展空间。“高等院校数字艺术设计系列教材”，在培养学生艺术设计理论素养的同时，注重计算机技术在艺术设计中的应用。教材选择了应用较为广泛的几款软件，紧密结合学校的专业设计和课时安排，体现美院设计艺术特性，侧重艺术设计基本理论知识与设计创作技能方法的结合。

本套教材适合于高校视觉传达、广告设计、包装设计、环境艺术设计、装饰设计、产品造型设计、多媒体艺术、动画等专业，为学习艺术设计的学生提供了一套专业的、实用的，符合学校课程设计的教材，力图使学生在学习了艺术设计理论以后，能够掌握先进的设计工具，开阔自己的设计思维，坚持实践性与技能性结合的原则，成为符合社会需求的艺术设计人才。

这套教材凝聚了高等艺术设计院校设计教学和科研工作者的辛勤劳作和汗水，也是目前国内艺术设计教学尤其是数字设计教学的成果。它既是艺术设计专业教学的强有力的工具，也是引导艺术设计专业的学习者走向艺术设计成功之路的良师益友。我们欣慰和喜悦于这么一套技术与艺术紧密结合的教材的出版，因为它为高等艺术设计人才的培养提供了一个有益的教学参照。

潘鲁生

2006年5月9日

前言

Adobe Photoshop 被誉为当今最强大的图像处理软件，使用领域之广泛是其他软件无法比拟的。它可以用于平面设计、网页设计、三维设计和多媒体设计等诸多领域，是专业设计师和业余爱好者们共同喜爱的工具软件。当然，有了功能强大、操作方便的软件，还需要结合设计师灵感的创意，才能设计创作出大家都喜爱的别出心裁的作品。本书主要是向大家介绍如何结合专业知识，运用 Photoshop 软件设计创作一幅又一幅具有创意的作品。

本书特点

本书通过 7 个章节 17 个实例向大家详细讲解了有关设计诸多领域的具体创意操作步骤。主要包括海报设计、包装设计、商业广告设计、书籍装帧设计、插画设计、网页设计、产品造型设计及 UI 界面设计，包含了大量的基础知识和制作技巧，具有很强的实用性。无论是从色彩的运用，还是从构图元素的布局上，每一种设计无不体现了设计师丰富的设计经验和独特的设计理念。本书在开始部分就向读者介绍了实例的具体创作思路，然后一步一步地详细讲解实例的具体制作过程。实例当中所有用到的原始素材和分层图均在光盘文件中一一对应列出，这样有助于读者查找和学习。另外，本书的整体装帧也是经过精心设计的，从封面、扉页、目录、章前页到内文版式设计精美，整体风格统一，让读者阅读起来赏心悦目，是同类书籍无法比拟的。

本书主要内容

本书共包括 7 章，每章的主要内容如下。

第 1 章 海报设计：主要介绍了 Victoria 商厦大抢节商业海报和创新与古典艺术设计展文化海报的设计与制作过程，能够让读者对海报设计有初步的了解和认识。

第 2 章 包装设计：主要介绍了橡皮糖食品包装、电子卡通书 CD 盘面包装和纸巾包装的设计与制作过程，能够让读者对包装有初步的了解和认识。

第 3 章 商业广告设计：主要介绍了未来数码设计广告公司宣传折页、美术家协会俱乐部名片和 2006 年新年贺卡明信片的设计与制作过程，能够让读者对商业广告有初步的了解和认识。

第 4 章 书籍装帧设计：主要介绍了中国古代民间工艺艺术欣赏类和《江南古镇》旅游类书籍的设计与制作过程，能够让读者对书籍装帧有初步的了解和认识。

第 5 章 插画设计：主要介绍了“冰火女神”、“诸神的黄昏”和“折翼天使”插画的创意设计与管理过程，能够让读者对插画有初步的了解和认识。

第 6 章 网页设计：主要介绍了都市枫景文学网页和商业网页的设计与制作过程，能够让读者对网页有初步的了解和认识。

第 7 章 产品造型与 UI 界面设计：主要介绍了一款 iPod 的 MP3 机型展示效果图和播放器界面的设计与制作过程，能够让读者对产品造型与 UI 界面有初步的了解和认识。

由于编者水平有限，书中的不足和错误之处在所难免，敬请专家和读者给予批评与指正。

编者

2007 年 1 月

目录

Contents

第1章

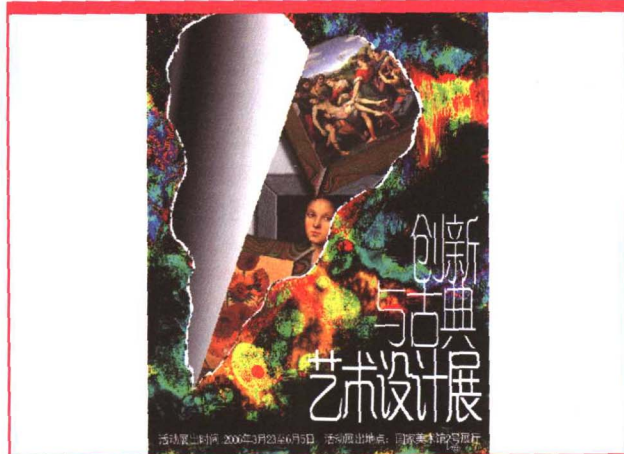
海报设计

1



1.1 商业海报 04

商业宣传海报是商业海报中最常见的，它要求主题突出、色彩鲜明、视觉冲击力强等设计效果，这样有利于商家及产品的宣传和推广。本例介绍的是 Victoria 商厦大抢节商业海报的具体设计制作过程。在构图上突出购物筐和“大抢节”几个字，造成视觉上的冲击力，同时运用主体的冷色与背景的暖色形成对比，突出主题。



1.2 文化海报 19

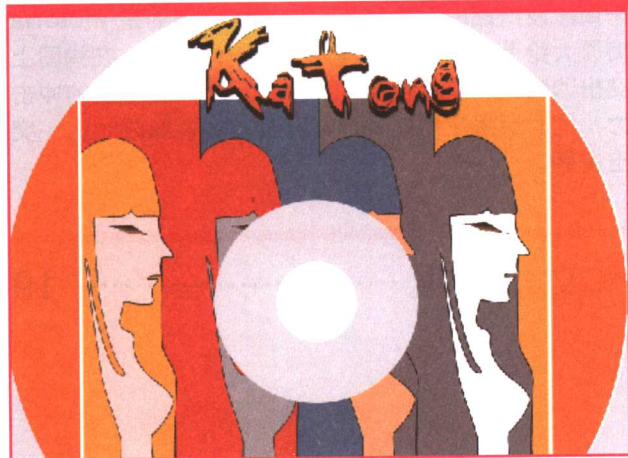
文化海报作为海报的一个分支，在设计时，同样必须要有感召力，要深入主题，要精心构思海报画面，同时传递文化气息。本例主要介绍的是创新与古典艺术设计展的宣传海报。通过揭开现代的创新设计的画面，向我们展示了古典艺术竟在其中，传达了现代设计也离不开古典设计理念。

第2章 包装设计



2.1 食品包装 40

食品包装设计注重考虑两个层面的表现：即“口感”和“舌感”，然后才能进一步从包装结构、材料运用、行业标准等方面继续完善。本例主要介绍橡皮糖的包装设计，在色彩上主要采用黄绿色调，辅助蓝色，给人以甜蜜和清爽的感觉，增强顾客的购买欲望，材料采用塑料包装。



2.2 CD 盘面包装 54

CD 盘面设计已经成为现代电子书籍包装设计的一个重要部分。它是读者了解电子书籍内容的一个直接的重要窗口。本例是为了一本电子卡通书制作的光盘，在盘面的设计上，通过鲜明的颜色对比向读者很好地展示了主人公的形象，同时也能吸引读者的目光。



2.3 纸巾包装 63

随着人们生活水平的提高，纸巾包装设计已经成为现代生活不可缺少的一部分。人们对于纸巾产品的要求不仅满足于材料是否采用原生木浆制造，对于纸巾的包装设计也是相当注重的。本例主要介绍“芳馨”筒状包装的设计与制作过程。在设计当中采用黄色调的波浪形弧线，给消费者以柔软舒适的感觉。

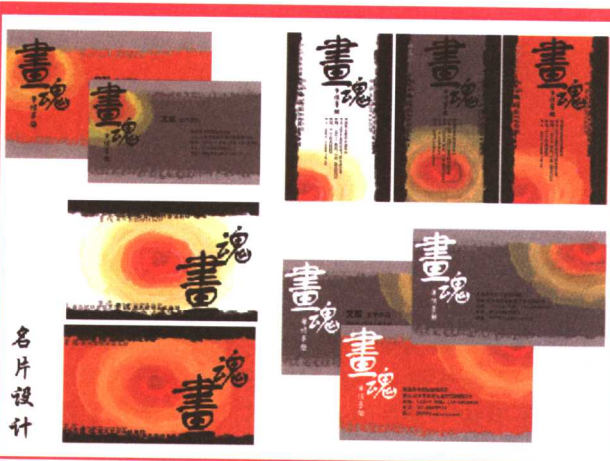
第3章 商业广告设计

79



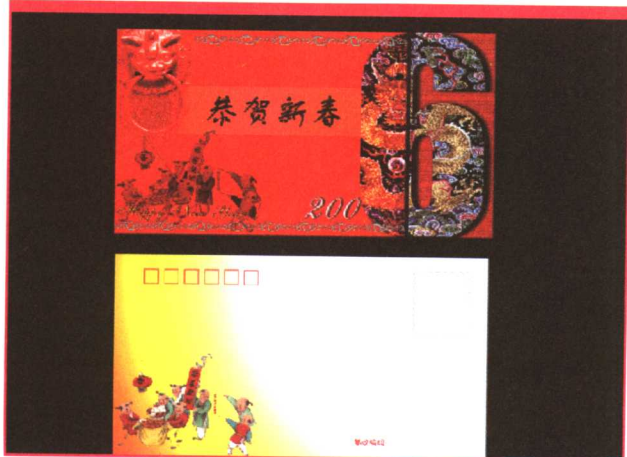
3.1 宣传折页设计 82

宣传折页设计是企业宣传不可缺少的资料。怎样很好的结合企业特点，清晰介绍宣传折页的内容，快速传递宣传的信息，是要通过良好的设计才能够实现的。本例介绍的是未来数码设计广告公司的宣传折页，通过红与黑两种基调，很好的衬托出公司的一些具有创意的设计作品，展现了公司的设计理念和设计水平。



3.2 名片设计 105

名片成为商家交流的一个必需品。好的名片设计给人留下深刻的印象，好的名片设计容易引起关注和保留。这对商家宣传自己，宣传企业，宣传产品带来了潜移默化的效果。本例介绍的是美术家协会俱乐部的名片设计制作，美术家协会俱乐部是个拥有浓郁的艺术气氛的场所，要体现“画”的韵清神幽之感，也要“魂”的笔情墨趣之味。

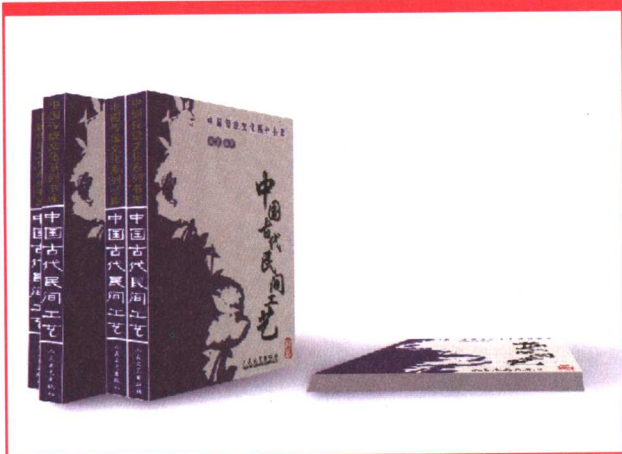


3.3 明信片设计 116

明信片是保持与客户联系的一个很好沟通与交流的手段，好的明信片设计能够让客户爱不释手，具有收藏价值，同时也能发挥它在商务中的效用。本例介绍的是2006年新年贺卡的设计与制作，通过浓郁的具有喜庆色彩的红色调和传统的民族图案传达了新春的祝福。

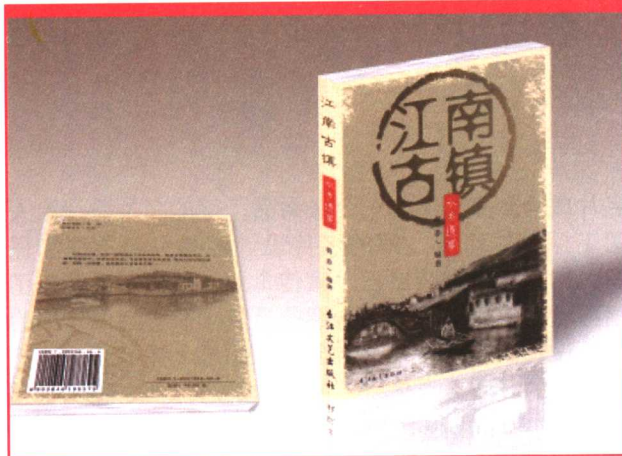
第4章 书籍装帧设计

135



4.1 艺术欣赏类 138

本书是一本艺术欣赏类的图书，本书的设计目的在于使书的封面在书店成堆的艺术欣赏类图书中显得卓尔不群，以其醒目的设计吸引读者的目光。在颜色的运用上要突出其沉稳古典，使图书的封面既具有传统的特色，又能突出黑色的文字及古典的剪纸艺术。



4.2 旅游类 153

《江南古镇》是一本旅游类的图书，封面的设计要恰能营造一座颇具诱惑力的津梁，诱导读者心登堂奥，在做了一番台榭漫游、曲径探幽之后，有层次地渐入佳境，于不知不觉之中遍览全书，心旷神怡至极，愉悦满足至极。

第5章 插画设计

167



5.1 冰火女神 170

插图设计不仅仅提供我们视觉上的愉悦，它更可被赋予其他的使命及意义。本插画绘制的是冰火女神，传说中的神是全知全能、洞察一切的，这里通过怪异的造型和神秘的黄色与蓝色，向我们展现了她既像火焰一样炽烈，又像冰雪一样寒冷，同任何美好的事物一样是矛盾的统一体。



5.2 诸神的黄昏 190

不论是与文字为伍，还是自己冲锋陷阵，插图都会使阅读真正变成一种视觉享受。本例主要是学习制作“诸神的黄昏”插画。画面通过金黄色调展现了黄昏雷神瑟尔吹响了宣战的号角，女战神挥动长矛直刺魔鬼……神魔大战，风云变色，天地间一片狼烟四起的场面。



5.3 折翼天使 204

有了插图，概念不再晦涩，文字不再抽象。在不知不觉中，我们便可轻松地接受它所传达给我们观念。本例介绍的是折翼天使插画设计，整个画面向我们传达了美丽的天使沐浴在朦胧的淡黄色光下，在幽静的湖面上凝视着自己折断的翅膀，在十字架前悲伤难过的心情。

第6章 网页设计

231



6.1 文学网页设计 234

一个好的网站，不仅能够给人良好的视觉享受，更是一种理念，信息和功能的传达。要想使你的网站从那些数不清的站点中脱颖而出，就必须对整个站点作好统筹安排，规划，对所有的内容进行细意斟酌。本例介绍的是一个充满个性的都市风景文学网页的设计，整体的界面设计给人一种赏心悦目的感觉。



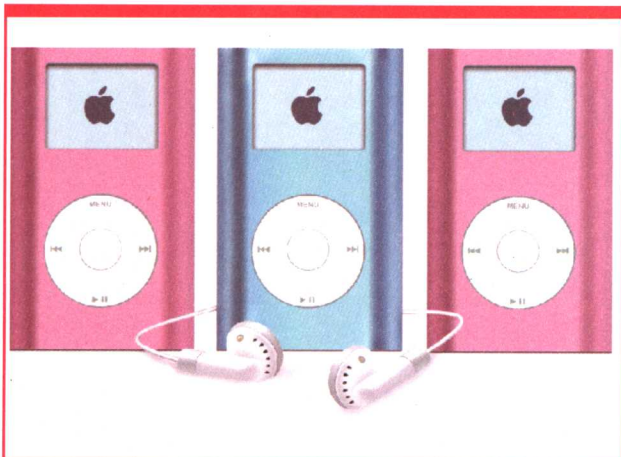
6.2 商业网页设计 246

随着互联网的普及与发展，网站已逐渐成为企业形象宣传、产品展示推广、信息沟通的最方便快捷的互动平台。企业和个人的联系媒介已从传统方式转到了因特网，通过这一媒介，各种交流和对话在不断的进行当中。本例介绍的是商业网站的设计与制作，网站的主页通过蓝色基调首先就向我们展示了其经营的范围和特色。

第7章

263

产品造型与 UI 界面设计



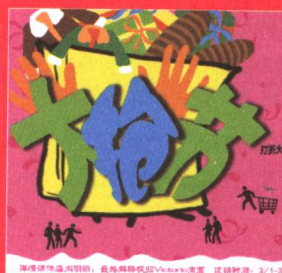
7.1 工业产品造型设计 266

现今市场上的工业产品可以说是琳琅满目，随着生活水平和个人品味的提高，消费者对产品的需求不仅满足于其功能，更是注重的是产品的色彩及造型。本例介绍的是一款 iPod 的 MP3 机型展示效果图的制作，其造型大方，色彩悦目，产品的可操作性强，容易识别。



7.2 UI 界面设计 283

UI 的本意是 User Interface 也就是用户与界面的关系，它包括交互设计，用户研究，与界面设计三个部分。本例介绍的是播放器的界面设计，诸如软件界面设计、游戏界面设计、手机界面等设计一样，播放器的界面设计同样关系到产品的销售，本例采用的是别致的蝴蝶的造型，给人以新鲜的视觉享受。



- 1.1 商业海报
- 1.2 文化海报

海报设计 第1章



关于海报

海报广告也称“招贴”或“宣传画”，指以单张形式可张贴的印刷广告。它是最古老的广告形式之一，其优点是传播信息及时，成本低，制作简便。它分布在各街道、影剧院、展览会、商业闹区、车站、码头和公园等公共场所，在国外也称之为“瞬间”的街头艺术。



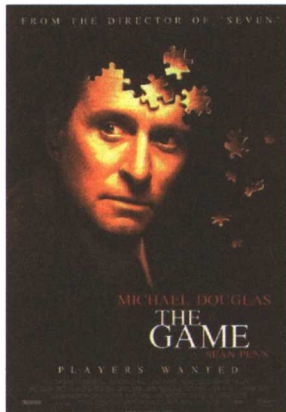
◎ 海报（招贴）的分类

海报（招贴）可分为公共海报（招贴）和商业海报（招贴）两大类。

公共海报（招贴）：以社会公益性活动为题材，例如，纳税、戒烟、计生、优生、竞选招标和招聘、号召义务献血、交通安全、环境与资源保护、呼吁和平、文体活动、宣传会议和宣传等。

商业海报（招贴）：以直接宣传企业促销商品及商业服务，满足消费者需要之内容为题材，例如，产品形象宣传、品牌形象宣传、企业形象宣传、商业会展、交通邮政和电信服务及金融信贷服务、产品信息和销售信息等。

随着今天的广告媒介越来越多样化，海报（招贴）的首席宣传地位早已被夺去，但是在市场经济日益发展的今天，作为一种直接而自由的广告形式，商业海报（招贴）还是占有一席之地的。



◎ 海报（招贴）的特征

海报（招贴）相比其他广告，具有画面大、内容广泛、艺术表现力丰富、远视效果强烈的特点。对于学设计的人来说，提起广告，首先想到的就是海报（招贴），其主要特点是：

1. 画面大

海报（招贴）不是捧在手上的设计，而是要张贴在热闹场所，它受到周围环境和各种因素的制约，所以必须以大画面及突出的形象和色彩展现在人们面前。其画面有全开、对开、长三开及特大画面（8张全开等）。

2. 远视强

为了给来去匆忙的人们留下印象，除了面积大之外，海报（招贴）设计还要充分体现定位设计的原理，以突出的商标、标志、标题、图形、对比强烈的色彩，或大面积空白、简练的视觉流程成为视觉焦点。如果就形式上区分广告与其他视觉艺术的不同，海报（招贴）可以说更具广告的典型性。

3. 艺术性高

每张海报（招贴）的针对性都很强。

商业中的商品海报（招贴），以具有艺术表现力的摄影、造型写实的绘画和漫画形式表现较多，给消费者留下真实感人的画面和富有幽默的情趣的感受。

而公共性的海报（招贴），内容广泛，形式多样，艺术表现力丰富。特别是文化艺术类的招贴画，根据广告主题，可充分发挥想象力，尽情施展艺术手段。许多追求形式美的画家都积极投身到招贴画的设计中，并且在设计中用自己的绘画语言，设计出风格各异、形式多样的招贴画。不少现代派画家的作品就是以招贴画的面目出现的，美术史上也曾留下了诸多精彩的轶事和生动的画作。

我们要充分发挥海报（招贴）面积大、纸张好、印刷精美的特点，通过了解厂家、商品、对象和环境的具体情况，充

