

- ☑ “基础 + 实例 + 上机” 教学模式
- ☑ 软件功能与典型实例紧密结合
- ☑ 强调技能训练，培养动手能力
- ☑ 精心设计了项目案例与课后习题
- ☑ 配套光盘提供本书电子教案（PPT）与素材



Photoshop中文版 广告与装帧设计教程



九州书源

任德祥 陈均辉 等编著



电脑基础·实例·上机系列教程

Photoshop 中文版广告与 装帧设计教程

九州书源

任德祥 陈均辉 等编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

当今的广告竞争越来越激烈,设计并制作出优秀的平面广告是一个设计者必备的技能之一。本书以目前常见的分类广告为纽带,对 Photoshop 中的基础知识进行讲解,主要包括:初识广告与装帧设计,选区的创建与绘图,图像的编辑与色彩调整,图层、通道和路径的使用,添加图像特殊效果,海报设计,报纸,杂志广告设计,户外广告设计,POP 广告设计,画册设计,标志与广告艺术字设计,包装设计和书籍装帧设计等知识。

本书内容深入浅出,图文并茂,以图析文,直观生动,并结合了大量 Photoshop 制作的各类海报、报纸、画册和书籍封面等应用实例帮助读者理解知识,为读者尽快掌握 Photoshop 提供捷径。

本书适合中职中专、高职高专等职业院校以及培训学校作为学习 Photoshop 的教材使用,也可作为对 Photoshop 感兴趣的广大读者、设计爱好者的自学参考书。

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 中文版广告与装帧设计教程/任德祥,陈均辉等编著. —北京:清华大学出版社,2007.7

(电脑基础·实例·上机系列教程)

ISBN 978-7-302-15444-0

I. P… II. ①任… ②陈… III. ①广告-计算机辅助设计-图形软件, Photoshop-教材 ②书籍装帧-计算机辅助设计-图形软件, Photoshop-教材 IV. J524.3-39 TS881-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 086870 号

责任编辑:欧振旭 刘利民 马 丽

封面设计:范华明

版式设计:杨 洋

责任校对:姜 彦

责任印制:王秀菊

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:北京市世界知识印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:19 彩插:1 字 数:415 千字
附光盘 1 张

版 次:2007 年 7 月第 1 版 印 次:2007 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~8000

定 价:29.80 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:021908-01

Photoshop中文版广告与装帧设计教程



花展宣传单(第2章)



手机广告(第2章)



修复衣服效果(第2章)



绘制相框(第2章)



概念车改色(第3章)



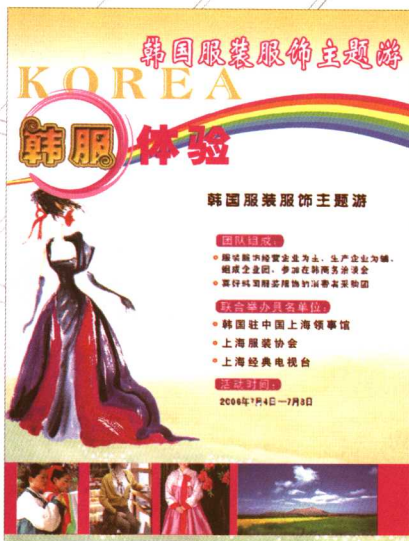
婚纱广告(第4章)



化妆品背景(第5章)



电影海报(第6章)



服装海报(第6章)



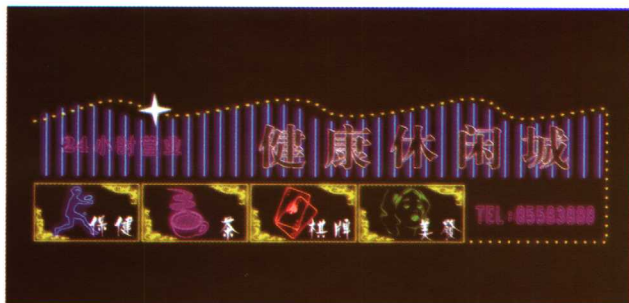
环保海报(第6章)



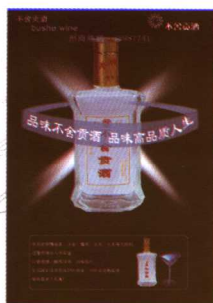
房地产报纸广告(第7章)



公益广告(第7章)



休闲城霓虹灯效果(第8章)



酒户外广告效果(第8章)



路牌户外广告(第8章)



民歌大赛POP(第9章)



书包POP效果(第9章)



家具画册内页(第10章)



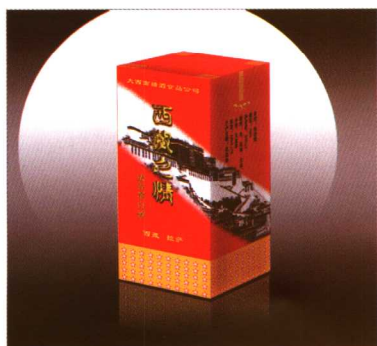
白酒画册(第10章)



药材画册(第10章)



特效字(第11章)



烟包装平面图(第12章)



小说封面(第13章)



少儿杂志(第13章)



丛书序

“我敢说人们对用电脑处理数据的热情不会超过一年。”1957年 Prentice Hall 主管商业书籍的编辑如是说。然而伟人也无法预见科技的飞速发展，几十年后的今天，电脑已携着飓风卷进我们的生活。在现代社会，会用电脑已经像人们说话和走路一样，成为现代人必备的技能。从某种意义上说，不懂电脑只能算是现代社会的“半文盲”。于是，一批又一批的现代人走进了电脑学校，掀起了学习电脑的高潮。电脑培训学校和培训教程也如雨后的春笋般地涌现出来。大浪淘沙，优秀的社会培训学校逐渐发挥出了培训方面的优势，很好地完成了从重知识到重能力的转化过程。主要表现在以下几个方面：

- 重视实例培训；
- 突出上机操作练习；
- 注重与实践紧密结合的项目设计。

本套“电脑基础·实例·上机系列教程”就是顺应这种转化趋势应运而生的。我们调查了多所培训学校、高职高专学校和中职中专学校，发现老师们上课的讲解思路大同小异，基本为“知识讲解→举例→知识讲解→举例……→上机操作”。而“电脑基础·实例·上机系列教程”就充分体现了这一教学思想和安排。我们的目标是“让老师易教，让学生易学”。

一、本系列教程的书目

从电脑基础到打字，从上网到组网，从图形图像到网页制作，从动画创作到多媒体制作，从 CAD/CAM 到程序设计，本系列教程涉及电脑应用的常见领域，能满足各类电脑用户的需求。主要包括：

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| 《电脑入门教程》 | 《Flash 中文版动画制作教程》 |
| 《电脑办公教程》 | 《Dreamweaver 中文版网页制作教程》 |
| 《电脑上网教程》 | 《3ds max 三维与室内外效果图制作教程》 |
| 《五笔打字教程》 | 《CorelDRAW 中文版平面设计教程》 |
| 《电脑组装与维护教程》 | 《Illustrator 中文版平面设计教程》 |
| 《网络组建与管理教程》 | 《Authorware 多媒体制作教程》 |
| 《AutoCAD 中文版辅助设计教程》 | 《Photoshop 中文版图像处理教程》 |
| 《文秘办公自动化教程》 | 《Photoshop 中文版广告与装帧设计教程》 |
| 《计算机应用基础教程》 | 《AutoCAD 中文版建筑设计教程》 |
| 《计算机网络实用技术教程》 | 《AutoCAD 中文版机械设计教程》 |
| 《Windows XP 中文版操作系统教程》 | 《Pro/ENGINEER 快速入门与零件设计教程》 |
| 《Office 2003 中文版办公应用教程》 | 《Visual FoxPro 数据库应用教程》 |

- | | |
|---|--|
| 《Visual Basic 程序设计教程》 | 《Visual C++ 程序设计教程》 |
| 《ASP 网络程序设计教程》 | 《ASP.NET 网络程序设计教程》 |
| 《SQL Server 数据库应用教程》 | 《Java 程序设计教程》 |
| 《Access 数据库应用教程》 | 《3ds max+Lightscape+Photoshop 效果图表现教程》 |
| 《中文版 Dreamweaver+Flash+Photoshop 网页制作三合一教程》 | |
| 《中文版 Windows XP+Office 2003+Internet 三合一教程》 | |

二、本系列教程的特点

1. 取材于学校——为电脑课堂量身打造

本系列教程从讲解思路到课时安排，从实例取材到课后练习题均进行过实地调查，完全取材于培训学校、高职高专学校、中职中专学校和实际工作需要，为电脑课堂量身打造。

2. 适合教学与自学——师生的教材，自学者的好老师

对老师而言，本系列教程安排好了课时，组织好了课前备课的内容，理清了上课的思路，为每个知识点准备好了例子，为每堂课准备好了上机练习方案。

对学生而言，本系列教程的课前预习和课后复习能有的放矢，上机练习有题可做。

对自学者而言，本系列教程完全按老师的教学安排写作，使自学者仿佛置身于课堂中；书中的“提示”、“注意”、“技巧”等特色段落还可以答疑解惑；对于习题的难点，书中都有提示，就像老师在旁边指导；图形图像类书籍附带 1 张光盘，提供了书中实例涉及的所有素材和源文件，读者可以直接调用，以方便学习。

3. 典型实例与软件功能紧密结合——知识与能力齐头并进

每个知识点后紧跟一个实用的小例子，非常便于读者理解，同时还能加强读者的动手能力；通过“应用举例”综合应用前面所讲的几个知识点，以提高读者的综合应用能力；每章通过 1~2 个来源于实际工作的“上机练习”，综合应用本章大部分知识，以提高读者综合应用能力和实际工作能力；习题大部分为上机操作题，以提高读者的思考能力和分析能力。

4. 配电子教案（PPT）与所需素材——方便教师授课与学生学习

为了方便教师授课和学生学习，我们专门为本系列教程制作了电子教案，并提供了学习所需的素材（个别书不需要素材）。有配套光盘的书直接从光盘中获取电子教案和素材即可。没有配套光盘的书，获取电子教案的方法为：访问清华大学出版社网站（<http://www.tup.com.cn>），在该网站的主页上通过搜索引擎搜索到相应的图书信息，找到电子教案下载即可。若不能正常下载，可发 E-mail 到 ouzhx@tup.tsinghua.edu.cn 或 liulm@tup.tsinghua.edu.cn 索取。咨询电话：010-62791977-221/220。

三、读者对象

本系列教程整体定位为读者起点为零，终点能胜任基本工作，非常适合作为各类社会培训学校、高职高专学校和中职中专学校的教材，也可作为电脑初学者、电脑爱好者、退休人员等各行各业需要学习电脑的人员的自学参考书。

感谢您对我们的信任和支持，并祝愿您早日加入电脑高手的行列！如果您在使用本书时有疑难问题，可以按以下方式和我们联系，我们将尽可能地解答您所提出的问题。

<http://www.jzbooks.com>

E-mail: book@jzbooks.com

九州书源



前 言

Photoshop 是制作平面图像效果的优秀软件之一,其完善的图像处理功能受到广大设计者的青睐。Photoshop 应用广泛,最常见的应用有修复旧照片、图像合成、制作户外广告、海报、杂志、画册等,掌握 Photoshop 软件的使用已成为平面设计师所必备的一门基本技能。

本书根据目前广告行业所需要的平面设计技能和 Photoshop 涉及的各广告领域的应用,在前 5 章中概括地讲解了 Photoshop 的常用知识,这些知识可以帮助初学者快速掌握 Photoshop 的操作。在后面的章节中,讲解了选区的创建与绘图、图像的编辑与色彩调整、图层、通道和路径的使用、添加图像特殊效果、海报设计、报纸广告、杂志广告、POP 广告设计、画册设计、标志与广告艺术字设计、包装设计和书籍装帧设计等知识。配合各章中大量的实例练习,让读者在最短的时间内以最快捷的方式掌握最实际的知识。

本书共 13 章,可分为 9 个部分,各部分具体内容如下:

第 1 部分(第 1~5 章):主要讲解 Photoshop 的常用基础知识,包括初识广告与装帧设计、选区的创建与绘图、图像的编辑与色彩调整、图层、通道和路径的使用和添加图像特殊效果等知识。

第 2 部分(第 6 章):主要讲解海报设计的相关知识,并包括海报的分类、海报的表现形式、海报的组成元素和要求,并以具体实例的方式来进行讲解。

第 3 部分(第 7 章):主要讲解报纸、杂志广告方面的知识,包括报纸广告的特征、表现形式等,再以几个实例来巩固知识点内容。

第 4 部分(第 8 章):主要讲解户外广告设计知识,包括路牌、灯箱和霓虹灯的制作。也讲解了户外广告的分类、制作技巧,路牌广告的设计准则,户外灯箱广告构成和灯箱广告图案制作的注意事项等方面的知识。

第 5 部分(第 9 章):主要讲解 POP 广告设计方面的知识,包括 POP 广告的功能、形式和结构等,再以几个 POP 的实例讲解其具体操作。

第 6 部分(第 10 章):主要讲解画册设计的知识,包括画册的概念、分类和注意要点等知识,再配以经典的实例进行讲解。

第 7 部分(第 11 章):主要讲解标志与广告艺术字设计,包括构图要领、标志的特征和标志中的常用字体等知识。

第 8 部分(第 12 章):主要讲解包装设计,包括包装的作用、包装中的色彩运用、包装设计过程的技巧、包装印刷常用纸和包装印刷加工流程等内容。

第 9 部分(第 13 章):主要讲解书籍装帧设计,讲解了书籍装帧设计的组成部分、封面的组成部分、封面设计的步骤、设计的技巧,还讲解了封面、封底和书脊的分割方法和

常用纸张的开数和开本。

本书图文并茂，条理清晰，通俗易懂，内容详实，在读者难于理解和掌握的部分给出了提示或注意，并将一些实例的操作技巧也标注在书中，让读者能够更快地提高操作技能。另外，本书中配有大量的实例和练习，让读者在不断的实际操作中更牢固地掌握书中讲解的知识。

本书适用于图形图像初中级用户，也可作为大中专院校和各种电脑培训班的教材及对Photoshop感兴趣的广大读者、设计爱好者的参考书。

本书由九州书源组织编著，由任德祥、陈均辉主笔，其他参与本书编著、资料整理的人员有向宏伟、刘刚、杨颖、李波、周鑫、邢千、薛菊、张磊、金卫臣、石云、蔡雄勇、徐万涛、洪建新、李敏、付钰桀、张显伟、李文浩、武艳茹、罗皇、陈鹏、龙时丹、朱润华、冯涛、刘凡馨、詹红霞、陈永强、郭胜、王影、祝昌宇、谢树云等，在此对大家的辛勤工作表示衷心的感谢！虽然在编写本书的过程中倾注了大量心血，但恐百密之中仍有疏漏，恳请广大读者及专家不吝赐教。

本书售后服务与技术支持 E-mail: book@jzbooks.com, 网址: <http://www.jzbooks.com>。

编 者
2007 年 5 月



本书导读

章 名	操 作 技 能	课 时 安 排
第 1 章 初识广告与装帧设计	1. 广告的定义 2. 现代广告设计创意基础 3. 广告设计制作流程 4. 装帧设计基础	2 学时
第 2 章 选区的创建与绘图	1. 管理图像和素材文件 2. 创建与编辑图像选区 3. 绘制图像 4. 添加文本	4 学时
第 3 章 图像的编辑与色彩调整	1. 图像的编辑 2. 标尺、网格线和辅助线的使用 3. 常用色彩调整命令的使用	3 学时
第 4 章 图层、通道和路径的使用	1. 认识图层控制面板 2. 图层的基本操作 3. 认识通道控制面板 4. 认识路径控制面板 5. 用钢笔工具创建路径	4 学时
第 5 章 添加图像特殊效果	1. 使用滤镜添加图像特效 2. 滤镜的基本操作 3. 使用图层蒙版添加图像特效 4. 使用动作快速添加图像特效	5 学时
第 6 章 海报设计	1. 海报的分类 2. 海报的表现形式 3. 海报的组成元素 4. 海报的设计要求 5. 制作“环保”公益海报 6. 制作电影海报 7. 制作企业形象海报	4 学时
第 7 章 报纸、杂志广告设计	1. 报纸广告的特征 2. 报纸广告的表现手法 3. 杂志广告的特征 4. 报纸广告的设计原则 5. 制作香水报纸广告 6. 制作口红杂志广告	4 学时

续表

章 名	操 作 技 能	课 时 安 排
第 8 章 户外广告设计	1. 户外广告的分类 2. 户外广告的制作技巧 3. 路牌广告的设计准则 4. 户外灯箱广告构成 5. 制作糖酒会户外广告 6. 制作手机灯箱广告 7. 制作酒店霓虹灯广告	4 学时
第 9 章 POP 广告设计	1. 什么是 POP 广告 2. POP 广告的功能 3. POP 广告的几种形式 4. POP 广告的主要结构 5. 制作招生 POP 海报 6. 制作民歌大赛 POP 海报 7. 制作面店 POP 海报	4 学时
第 10 章 画册设计	1. 了解画册概念 2. 画册设计的分类 3. 企业宣传画册的注意要点 4. 制作酒画册内页 5. 制作药材画册	4 学时
第 11 章 标志与广告艺术字设计	1. 标志的构成元素 2. 标志的构图要领 3. 标志的特征 4. 标志中专用字体的设计 5. 制作“新形象”广告公司标志 6. 制作立体字等艺术字	3 学时
第 12 章 包装设计	1. 什么是包装设计 2. 包装的作用 3. 包装中的色彩运用 4. 包装设计过程的技巧 5. 包装印刷常用纸 6. 包装印刷加工流程 7. 制作手提袋效果 8. 酒包装设计	4 学时
第 13 章 书籍装帧设计	1. 书籍装帧设计的组成部分 2. 封面设计与书籍分类 3. 封面的组成部分 4. 封面设计的步骤 5. 封面、封底和书脊的分割方法 6. 常用纸张的开数和开本 7. 少儿杂志封面设计 8. 小说书籍装帧设计	5 学时



目 录

第1章 初识广告与装帧设计.....1	
1.1 广告的简介.....1	
1.1.1 广告的定义.....1	
1.1.2 广告的分类.....2	
1.1.3 广告的功能.....3	
1.2 现代广告设计的创意基础.....3	
1.2.1 广告设计创意的构思与表现手法.....3	
1.2.2 广告设计的构图与色彩运用.....4	
1.2.3 广告设计的基本要素.....5	
1.3 广告设计的制作流程.....6	
1.3.1 认识广告创意流程.....6	
1.3.2 广告在电脑设计制作中的步骤.....7	
1.4 装帧设计基础.....7	
1.4.1 书籍装帧的概述.....7	
1.4.2 装帧设计的要求.....8	
1.4.3 书籍装帧各部分的要求.....8	
1.5 Photoshop 在广告与装帧设计中的应用.....9	
1.5.1 认识 Photoshop CS2 的工作界面.....9	
1.5.2 Photoshop 在设计中的基本概念.....10	
1.5.3 图像的色彩模式.....12	
1.5.4 Photoshop 的文件输出格式.....12	
1.6 素材的获取与作品输出.....13	
1.6.1 获取素材的几种方法.....13	
1.6.2 打印输出图像.....14	
1.6.3 印前准备工作.....15	
1.6.4 应用举例——扫描产品图片到 Photoshop.....16	
1.7 上机练习.....16	
1.8 习题.....17	
第2章 选区的创建与绘图.....18	
2.1 管理图像和素材文件.....18	
2.1.1 新建、存储和打开图像.....18	
2.1.2 缩放图像大小.....20	
2.1.3 调整图像大小.....22	
2.2 创建与编辑图像选区.....23	
2.2.1 选区创建工具的使用.....23	
2.2.2 编辑图像选区.....25	
2.2.3 填充图像选区.....28	
2.2.4 描边图像选区.....31	
2.2.5 应用举例——选取人物图像.....32	
2.3 绘制图像.....35	
2.3.1 画笔和铅笔工具的使用.....35	
2.3.2 用形状工具组绘制图像.....37	
2.3.3 用图章工具组复制图像.....39	
2.3.4 用修复工具组修复图像.....40	
2.3.5 应用举例——绘制手机招贴背景.....42	
2.4 添加文本.....43	
2.4.1 输入文本.....44	
2.4.2 设置文本的格式.....44	
2.4.3 应用举例——为手机招贴排版文本.....46	
2.5 上机练习——制作开业海报.....49	
2.5.1 绘制海报背景.....50	
2.5.2 为海报添加文本.....51	
2.6 习题.....54	
第3章 图像的编辑与色彩调整.....55	
3.1 图像的编辑.....55	
3.1.1 图像的复制与移动.....55	
3.1.2 图像的删除与裁切.....58	
3.1.3 图像的变换.....59	
3.1.4 标尺、网格线和辅助线的使用.....62	
3.1.5 “历史记录”面板的使用.....64	
3.2 常用色彩调整命令的使用.....66	
3.2.1 调整亮度/对比度.....66	

3.2.2 调整色相/饱和度	67	5.2 使用图层蒙版添加图像特效.....	108
3.2.3 调整曲线	69	5.2.1 添加图层蒙版	108
3.2.4 替换颜色	70	5.2.2 图层蒙版的编辑	109
3.2.5 色彩平衡	71	5.2.3 应用举例——化妆品广告背景 合成	111
3.3 上机练习——旅游宣传单	72	5.3 使用动作快速添加图像特效.....	112
3.4 习题	75	5.3.1 载入动作	112
第4章 图层、通道和路径的使用	76	5.3.2 播放动作	112
4.1 图层的使用	76	5.4 上机练习——冰蓝可乐广告	113
4.1.1 认识“图层”面板	76	5.5 习题	115
4.1.2 图层的基本操作	77	第6章 海报设计	116
4.1.3 图层的高级操作	79	6.1 海报设计的基础知识	116
4.1.4 应用举例——轿车广告	81	6.1.1 海报的分类	116
4.2 通道的使用	83	6.1.2 海报的表现形式	116
4.2.1 认识“通道”面板	83	6.1.3 海报的组成元素	117
4.2.2 通道的基本操作	84	6.1.4 海报的设计要求	117
4.2.3 通道的高级操作	85	6.2 应用举例——制作环保公益 海报	117
4.2.4 应用举例——婚纱广告	86	6.2.1 设计过程分析	117
4.3 路径的使用	87	6.2.2 制作海报背景	118
4.3.1 路径的组成元素	88	6.2.3 制作撕纸效果	119
4.3.2 认识“路径”面板	88	6.3 应用举例——制作电影海报.....	121
4.3.3 用钢笔工具创建路径	89	6.3.1 设计过程分析	121
4.3.4 路径和选区的转换	89	6.3.2 组合背景素材	121
4.3.5 填充和描边路径	90	6.3.3 输入海报标题	123
4.3.6 应用举例——女子会所宣传单	91	6.3.4 添加其他文字	126
4.4 上机练习——数码产品广告	93	6.4 上机练习——制作企业形象宣传 海报	127
4.5 习题	95	6.4.1 设计过程分析	127
第5章 添加图像特殊效果	96	6.4.2 绘制企业标志	128
5.1 使用滤镜添加图像特效.....	96	6.4.3 绘制海报背景	129
5.1.1 使用滤镜的注意事项	96	6.4.4 输入海报的文本	132
5.1.2 滤镜的基本操作	97	6.5 习题	134
5.1.3 使用“滤镜库”滤镜	98	第7章 报纸、杂志广告设计	135
5.1.4 像素化滤镜组	98	7.1 报纸、杂志广告的基础知识.....	135
5.1.5 扭曲滤镜组	101	7.1.1 报纸广告的特征	135
5.1.6 模糊滤镜组	105	7.1.2 报纸广告的表现手法	135
5.1.7 纹理滤镜组	106	7.1.3 杂志广告的特征	136
5.1.8 风格化滤镜组	106		
5.1.9 应用举例——用 Photoshop 滤镜打造 绚丽花朵	107		

7.2 报纸广告设计	137	8.6 习题	181
7.2.1 报纸广告的尺寸	137	第9章 POP 广告设计	182
7.2.2 报纸广告的设计原则	137	9.1 POP 广告设计基础	182
7.2.3 应用举例——香水报纸广告	137	9.1.1 POP 广告的概念	182
7.2.4 设计过程分析	138	9.1.2 POP 广告的功能	182
7.2.5 制作广告图像部分	138	9.1.3 POP 广告的载体	183
7.2.6 制作香水标志	141	9.1.4 POP 广告的主要结构	183
7.2.7 添加联系方式	143	9.2 应用举例——招生 POP 海报	183
7.3 杂志广告设计	144	9.3 应用举例——民歌大赛 POP 海报	188
7.3.1 杂志广告的表现形式	144	9.4 上机练习——制作面店 POP 海报	191
7.3.2 杂志广告的设计要求	145	9.4.1 制作整体布局	192
7.3.3 应用举例——口红杂志广告	145	9.4.2 细节处理	196
7.3.4 设计过程分析	145	9.5 习题	197
7.3.5 绘制头巾图像	145	第10章 画册设计	199
7.3.6 在通道中制作网点效果	148	10.1 画册的基础知识	199
7.3.7 添加口红图像和文字	150	10.1.1 了解画册概念	199
7.4 上机练习——房地产报纸广告	152	10.1.2 画册设计的分类	199
7.4.1 导入并处理房地产图像	152	10.1.3 制作企业宣传画册的注意要点	200
7.4.2 添加文字	154	10.2 应用举例——制作酒画册内页	200
7.5 习题	156	10.2.1 制作白酒画册 1 页和 2 页	201
第8章 户外广告设计	157	10.2.2 制作画册的 3 页和 4 页	203
8.1 户外广告概述	157	10.3 上机练习——制作药材画册	206
8.1.1 什么是户外广告	157	10.3.1 内页版式设计	207
8.1.2 户外广告的分类	157	10.3.2 封面和封底设计	211
8.1.3 户外广告的制作技巧	158	10.4 习题	215
8.2 路牌广告设计	158	第11章 标志与广告艺术字设计	216
8.2.1 路牌广告的设计准则	158	11.1 标志设计	216
8.2.2 应用举例——糖酒会户外广告	159	11.1.1 标志的构成元素	216
8.3 灯箱广告设计	168	11.1.2 标志的构图要领	217
8.3.1 灯箱广告构成	168	11.1.3 标志的特征	217
8.3.2 灯箱广告图案制作的注意事项	168	11.1.4 标志的设计	218
8.3.3 应用举例——手机灯箱广告	169	11.1.5 标志中专用字体的设计	218
8.4 霓虹灯广告设计	174	11.1.6 应用举例——“新形象”广告公司 标志	219
8.4.1 霓虹灯广告的制作流程	175	11.2 广告艺术字设计	221
8.4.2 霓虹灯广告的注意事项	175	11.2.1 广告艺术字的表现手法	221
8.5 上机练习——酒店霓虹灯广告	175		
8.5.1 制作霓虹灯的灯管部分	176		
8.5.2 添加霓虹灯的文本部分	179		

11.2.2 应用举例——制作立体字	221	12.4.4 制作立体效果	256
11.2.3 应用举例——制作水滴透明字	223	12.5 习题	258
11.2.4 应用举例——制作 LED 字	225	第 13 章 书籍装帧设计	260
11.2.5 应用举例——制作风吹字	227	13.1 书籍装帧设计的基础知识	260
11.2.6 应用举例——作网格字	229	13.1.1 书籍装帧设计的组成部分	260
11.2.7 应用举例——制作泡泡字	230	13.1.2 封面设计与书籍分类	261
11.2.8 应用举例——作印章字	232	13.2 封面设计	261
11.3 上机练习——制作金属字	233	13.2.1 封面的组成部分	262
11.4 习题	234	13.2.2 封面设计的步骤	262
第 12 章 包装设计	236	13.2.3 封面设计的技巧	262
12.1 了解包装设计知识	236	13.2.4 封面、封底和书脊的分割方法	263
12.1.1 什么是包装设计	236	13.2.5 常用纸张的开数和开本	264
12.1.2 包装的作用	236	13.3 应用举例——少儿杂志封面	
12.1.3 包装中的色彩运用	237	设计	265
12.1.4 包装设计过程的技巧	237	13.3.1 设计过程分析	265
12.2 包装设计与印刷	238	13.3.2 制作封面	265
12.2.1 包装印刷常用纸	238	13.3.3 制作封底	271
12.2.2 印刷方式	239	13.3.4 制作书脊	273
12.2.3 包装印刷加工流程	239	13.3.5 制作立体展示效果	273
12.3 应用举例——制作手提袋效果	240	13.4 上机练习——小说书籍装帧	
12.3.1 设计过程分析	241	设计	276
12.3.2 制作手提袋平面图	241	13.4.1 设计过程分析	276
12.3.3 制作立体效果	244	13.4.2 制作封面的展开图	277
12.4 上机练习——制作酒包装设计	248	13.4.3 制作书脊和封底图像	281
12.4.1 设计过程分析	248	13.4.4 制作书籍的立体效果	283
12.4.2 制作酒包装平面图	248	13.5 习题	287
12.4.3 输入并编辑文字	252		

第 1 章 初识广告与装帧设计

学习目标

广告在现代社会中无处不在，它已经融入到每个人的生活、工作中。在本章中，不仅对广告的分类、平面广告的构图、要素等进行了初步的讲解，而且还讲解了一些书籍装帧的基础知识。

本章要点

- ☑ 广告的简介
- ☑ 现代广告设计的创意基础
- ☑ 广告设计的制作流程
- ☑ 装帧设计基础
- ☑ Photoshop 在广告与装帧设计中的应用
- ☑ 素材的获取与作品输出

1.1 广告的简介

什么是广告呢？我们可以从其定义、分类以及功能上来对它进行说明。

1.1.1 广告的定义

广告的英文单词是“Advertising”。它来源于拉丁文的“Advertere”一词，意思是“唤起大众对某种事物的注意，并诱导于一定的方向所使用的一种手段。”从古至今，广告有“劝诱目的”、“传递讯息”、“信息交流”和“付费的推销商品、劳务、文化、影响舆论”等各种定义，它们在不同时期有不同的定义角度，有不同的强调重点，且都从客观上说明了当时的广告环境和现实。但是，从这些不同的定义中，可以整理出其共同特征：

- 从广告公司的角度出发，广告必须有“广告主”，称为“广告客户”。广告必须通过广告媒介得以传播。
- 任何广告都是特定的组织或个人为了达到一定的目的而发起的，大多数广告的目的是为了销售商品和劳务以获取利润。
- 广告，一般指商业广告，是付费的。
- 广告所传播的不仅是商品的信息，还包括劳务、观念、运动等信息；广告主对于所发布的广告具有一定的控制权。
- 广告费用通常是作为成本的一部分，并附加到产品或劳务的价格中。