

高等院校数字艺术设计系列教材

潘鲁生 丛书主编 徐威贺 编著

CorelDRAW 平面设计 应用案例教程

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

TP391.41

1412D

2007

CorelDRAW 平面设计 应用案例教程

潘鲁生 主编 徐威贺 编著

清华大学出版社
北 京

清华大学出版社

内 容 简 介

本书通过平面设计应用中的各种典型实例介绍了 CorelDRAW 的各项功能, 强调技巧的掌握, 而且对相关行业的必备知识和产品制作流程也作了细致的讲解。

本书案例涵盖了海报、企业形象、书籍装帧、插画、产品造型、网页设计等。每个实例都严格遵循创作思路、设计要求和设计步骤等结构设计, 并在每一章后面设置了课后练习, 以激发读者的创作思维, 让读者在熟悉软件功能的同时, 掌握一定的设计方法和设计规则, 并很快地投入到工作实践中去。

本书适合于高等院校的视觉传达、动画设计、工业品外观设计等艺术设计相关专业做教材使用; 同时, 也可以作为平面设计人员的参考用书。

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

CorelDRAW 平面设计应用案例教程 / 潘鲁生 丛书主编 徐威贺 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 978-7-302-14013-9

I. C… II. ①潘…②徐… III. 图形软件, CorelDRAW—高等学校—教材 IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 121803 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: 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: 北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

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: 023918-01

推动艺术设计教育发展,普及计算机辅助设计应用。

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

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养两极分化严重,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

随着经济发展的全球化,人们对美的追求越来越高,平面设计与人们的工作和生活已经融为一体了。**CorelDRAW** 集图形设计、印刷排版、文字编辑和图形高品质输出功能于一体,广泛应用于插画绘制、企业形象识别设计、海报招贴宣传设计、产品包装设计、书籍装帧设计、工业造型设计等方面。**CorelDRAW12** 是 Corel 公司于 2004 年推出的最新版本。它不仅是一个大型矢量图形制作工具软件,而且是一个大型的工具软件包。与以前版本相比, **CorelDRAW12** 在操作界面、网页发布、支持的文本格式、颜色与打印等方面都有了很大的改进,增强了 **CorelDRAW** 在矢量图形领域所发挥的作用。

本书特点

本书不是简单地介绍平面设计软件的各项菜单和功能,而是从使用角度出发,以实例介绍为主线,更多的是强调技巧上的应用,并对相关行业的必备知识、产品制作流程也进行了细致的讲解,将基础与创意相结合,为大多数只懂技术而又缺少工作经验的设计爱好者提供了一定的创作思路和设计方法。本书内容涉及 **CorelDRAW** 各个应用领域,如海报设计、招贴设计、宣传页设计、包装设计、企业形象设计、书籍装帧设计、插画设计、产品造型设计、网页设计等。每个实例都严格遵循创作思路、设计要求和设计步骤流程图等知识框架,并且每章后都有课后练习以激发读者的设计思维,让读者在熟悉软件功能的同时,能够掌握一定的设计方法和形式变化的规则,并能很快地投入到工作实践中。

本书主要内容

本书共包括 9 章,每章的主要内容如下。

第 1 章“海报设计”:系统地介绍了电影海报和商场海报的设计思路和客户要求,并根据要求一步步制作出成品。

第 2 章“招贴设计”:介绍招贴的类型,并着重介绍报纸广告和皮包广告的设计流程。

第 3 章“宣传页设计”:介绍宣传页设计的基础知识,并着重介绍了房地产宣传页、梳子宣传页和 VIP 宣传卡的设计思路和流程。

第 4 章“包装设计”:介绍了包装设计的基础知识和设计流程,以及包装印刷的加工工艺,并系统介绍了提袋类包装、盒带类包装等设计的分类,以及包装的功能。

第 5 章“企业形象设计”:介绍了企业形象设计的相关知识,并详细介绍了标志、办公用品、服饰、广告宣传、交通工具等的设计过程。

第 6 章“书籍装帧设计”:介绍了书籍装帧相关的基础知识,并详细讲解了书籍装帧的封面设计和版式设计的制作过程。

第 7 章“插画设计”:介绍了插画在商业中的应用,并着重讲解了图书类插画和不同风格商业插画绘制的详细过程。

第 8 章“产品造型设计”:介绍了产品造型的设计思路和设计原理等,着重讲解了汽车模型等产品造型的设计。

第 9 章“网页设计”:介绍了网页的相关知识,并着重讲解了在 **CorelDRAW12** 中怎样建立超级链接,怎样转换为 **HTML** 格式等内容。

本书实例丰富,涵盖了大量的基础知识和制作技巧,具有很强的实用性。为方便读者学习,本书还附赠一张多媒体教学光盘,是书中部分精彩实例的制作演示,读者可以配合本书的实例学习使用。

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 电影海报 4

现如今，电影成为人们文化生活中不可或缺的一部分。正因为如此，电影市场上充塞着各种各样的电影，旧的影片没完，新的又轮番上映了，在人们不知如何选择的情况下，电影海报便起了一个导视的作用，人们通过海报就能够知道这部电影是不是渴望观看的。因此电影海报是新影片的一个市场预热。



1.2 商场海报 18

商家的促销手段有很多种，在自己的店门口张贴海报就是其中的一种。目的是为了让店的顾客能了解店里的商品类型，同时也让商店能够展示自己消费群体的定位和经营理念等，一张好的商超海报有助于促进商品的销售。

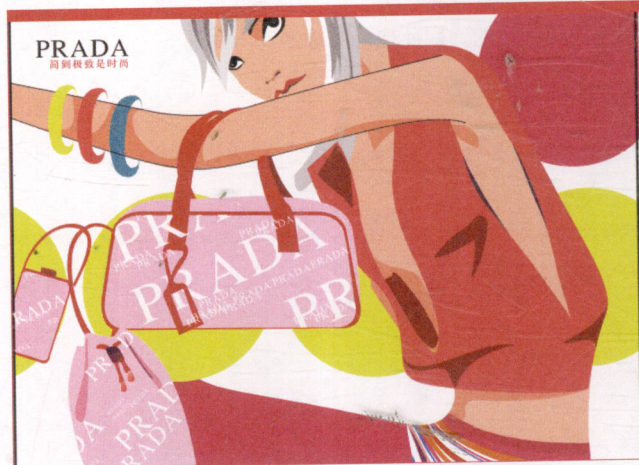
第2章 招贴设计

37



2.1 报纸广告——ipod MP340

随着生活观念的不断的改变，人们对音乐的热爱更是疯狂，不管是上班、上学还是走路、开车，人们的生活已经被音乐充满了。所以一种便捷的音乐播放器就产生了，广告更是遍地都是，特别是主流产品 ipod 系列。这里以 ipod MP3 的一款来做一幅招贴。



2.2 皮包广告——PANDA58

商家的促销手段有很多，他们不仅在自己的店门口张贴海报进行宣传，还针对具体的商品进行宣传，特别是新上市的商品，以刺激消费者的购买欲。虽然是新品上市，但做的广告也得与其他同类商品的广告有所区别，在创意上更要独出心裁。

第3章 宣传页设计

69



3.1 房地产宣传设计 72

本设计是做一个关于房地产的单页宣传页，在设计风格上力求与所要宣传的楼盘风格和企业 VI 相一致。在色调上，主要采用暖色调，以便能在吸引消费者的眼球的同时抓住消费者的心。因为，温暖是所有消费者对楼盘的期望。



3.2 檀碧玉梳子 85

为了使宣传页的画面具有古典气质，突出梳子的作用和美感，在主视面的设计中利用较大的空间来绘制梳子形状图形，以突出宣传的主题，让消费者一目了然。由于梳子的材质不同，我们采用碧玉的样式来吸引消费者的眼球。

第4章 包装设计

99



4.1 萌柳橙汁 102

随着人们生活质量的提高，消费者对果汁饮料的要求也越来越高，新鲜、健康、浓缩、口感已经成为消费的新时尚。为了使包装的画面更具可视性和号召力，在主视面的设计中利用较大的空间来安排产品或加工原料的精美图片，以诱人逼真的形象来增强其真实性和可信度，帮助顾客尽快了解和熟悉包装内的产品属性和特征。画面的对比强烈，图文清晰，才能具有很强的视觉冲击力和货架竞争力。



4.2 美意欧 MP4 包装盒 117

随着生活质量的提高，人们对视听享受方面的要求也越来越高。为了使包装的画面更具可视性，要在主视面的设计中利用较大的空间设计精美图片，帮助顾客尽快了解和熟悉包装内的产品属性及特征。画面的对比强烈，图文清晰，才能具有很强的视觉冲击力。

第5章

企业形象设计

155



5.1 企业标志设计 158

企业标志是通过造型简单、意义明确的统一标准的视觉符号，将经营理念、企业文化、经营内容、企业规模、产品特性等要素传递给社会公众，使之识别和认同企业的图案和文字。本例就是要通过图案与文字的结合来表达企业的精神文化和营销宣传。

企业标志黑白稿以及最小的应用规范：

标志是企业的精神和象征，是一个企业的特征，也是视觉识别系统的核心部分。所以，标志的黑白效果以及最小和最大应用规范化是很重要的，它能给你带来一种统一的整体效果。



K=100

A 基础要素系统-基础要素设计
Basic Element System

5.2 视觉识别设计 (VI) 162

本例是对新企业的形象设计，要求其在众多同类行业中脱颖而出。设计不仅要有感染力，还应具有强烈的宣传力。

第6章

书籍装帧设计

175



6.1 《秘密花园》封面设计 178

书籍的封面设计对不同类型、不同体裁风格的书籍内容可以产生不同的韵律变化;感情色彩比较浓厚的文化书籍,变化形态应大方得体,形式上活泼多样。



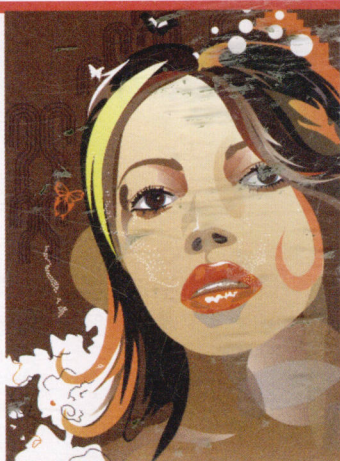
6.2 小说类书籍版式设计 203

内文版式设计,不能呆板、平庸,使人读起来乏味,打不起精神,或易于疲倦、神游书外。要摆脱规范化的、常见的常规束缚,将那些平淡无奇的字体、字号、线条、空白,经过有序组合,形成不同寻常的空间关系,使之变得色彩纷呈,让人耳目一新。

第7章

插画设计

215



7.1 故事类书籍插画 218

矢量图形在图书中作为插画来应用也非常广泛。因为插画能表达一些文字所不能表示的意思。现在图文并茂的书籍的销量往往也比纯文字的好。



7.2 静谧的夜 230

插画具有简洁、颜色鲜艳等优点。

第 8 章

产品造型设计

243



汽车模型246

汽车模型不仅要有线条的美，而且还得经济、实用。不能光考虑到外表的美观，做出来之后却不实用。这就是产品造型与其他设计的区别。

第 9 章

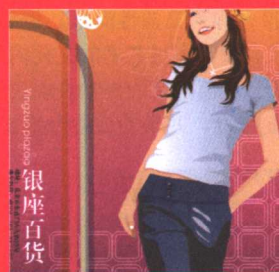
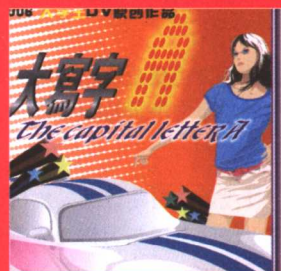
网页设计

273



名品时尚276

随着人们生活质量的提高，消费者的品位也越来越高，或时尚，或流行，或高雅，或魅惑。为了使流行时尚更贴近人们的生活，在主视面的设计中运用时尚流行元素和动感画面，以诱人逼真的形象来增强其真实性和可信度，让客户尽快了解和熟悉网页的内容。画面的对比强烈、图文清晰，才能具有很强的视觉冲击力，能让客户以最快的速度了解时尚趋势。



- 1.1 电影海报
- 1.2 商场海报

海报设计 第 1 章