

YINGSHI CHUANMEI

☆影视传媒专业系列教材

现代平面设计 项目实训

主 编/林 强 文 杰



重庆大学出版社

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

Xiandai Pingmian Sheji Xiangmu Shixun

Xiandai Pingmian Sheji
Xiangmu Shixun

现代平面设计项目实训

主编

林强

文杰

副主编

吕南

周莉

向玫玫

参编

邹莉均

李嵘

刘颖

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代平面设计项目实训 / 林强, 文杰主编. —重庆:
重庆大学出版社, 2016.5
影视传媒专业系列教材
ISBN 978-7-5624-9547-5

I. ①现… II. ①林…②文… III. ①平面设计 —高
等学校 —教材 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第267007号

影视传媒专业系列教材

现代平面设计项目实训

主编 林 强 文 杰

责任编辑: 李仕辉 版式设计: 蹇 佳

责任校对: 邹 忌 责任印制: 赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人: 易树平

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆金润印务有限公司印刷

*

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 13 字数: 269千

2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-9547-5 定价: 48.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换

版权所有, 请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书, 违者必究

▼
编写委员会
▲

总主编 刘 翼

总主审 刘 迅

编 委	杜仕勇	田 力	陈 卓	王 萍
	文劲松	吕 南	沈 丹	冉 冉
	曾 珍	赵 岚	吕 晖	林 林
	林 强	文 杰	张 冰	陈卓威
	李观慧			

前言

平面设计是现代设计的重要组成部分,是在二维空间中将视觉元素进行有计划的组合构成来传达信息的一种最直接的方式,被广泛地运用于现代广告、品牌符号、商业包装、画册及电子媒体界面设计;它是现代传播行业中的一支重要力量,是文化创意产业的代表,是信息时代和经济社会作用下的重要产物。

平面设计作为第三产业,更加注重行业实践。目前,我国从事平面设计以及相关行业的人员众多,各层次学校以及社会培训机构都开设了平面设计类专业及相关课程。课程结构在校内一般是由艺术基础与技术实践两个部分构成;校外一般是以行业实习实践为主。这要求设计师一方面必须具备艺术思维和扎实的美术功底;另一方面必须熟练掌握运用计算机软件实现设计构思的能力。但在实际教学过程中,我们的技术实践教学还显得比较薄弱,大多停留在计算机软件运用层面,缺少实战项目支撑。

本书秉承“设计重在实践”这一教学理念,重在讲解运用软件实现不同的设计效果,提高学习者对设计项目和行业的认识,对学习者就业指导起到积极作用。

本书共分六个章节,每一章节对应平面设计领域的不同设计门类和理论知识概述,包含了标志及品牌设计、平面广告设计、商品包装设计、画册及DM单设计、界面设计及平面设计项目案例综合实训,非常全面系统。每一个案例的选用都来自最新的一线设计项目并提供了相关信息和使用软件,可供学习者动手实作;每一章节后面有思考与练习题可供学习者学习总结。

熟能生巧,本书通过大量的案例分析和制作,引导学习者了解和掌握设计项目的制作过程,步骤详细,讲解清晰。学习者通过步骤制作的学习,能更清楚了解不同设计门类特点和制作原理,积累设计制作经验和软件运用的熟练程度,同时培养其举一反三的设计制作能力,为进入平面设计行业就业提供积极的帮助。

本书是在多位具有丰富实践操作经验的教师共同努力下编撰而成的;教材的总体构思及框架搭建由林强老师及文杰老师完成。其中第一章由李嵘老师编著、第二章由邹莉均老师编著、第三章由周莉老师编著、第四章由吕南老师编著、第五章由向孜孜老师和刘颖老师编著、第六章由林强老师编著,在此感谢各位参与编著的老师以及学院和出版社编辑们给予的大力支持和帮助,同时也要感谢成都九度国际品牌设计有限公司提供的部分实作案例及指导。

本书的实用性和操作性强,案例选用贴近行业,各个章节相对独立,能够满足不同课程专业教学和学生需要,也能作为实习实践类课程的指导用书。本书是学习者跨入设计行业理想的自学用书,也是包含培训机构在内的大中专院校、职业院校等相关专业的理想教材。

编者

2015.9

目 录

第1章 标志及品牌设计项目实训 / 1

第一节 H&B 网络互动平台标志设计与制作 / 2

第二节 联创集团 VI 设计与制作 / 10

复习参考题 / 20

第2章 平面广告设计项目实训 / 21

第一节 “新鲜果子” 中秋海报设计与制作 / 22

第二节 《机械》杂志创刊庆典海报设计与制作 / 33

复习参考题 / 42

第3章 商品包装设计项目实训 / 43

第一节 药品包装设计与制作 / 45

第二节 食品包装设计与制作 / 58

复习参考题 / 69

第4章 画册及 DM 单设计项目实训 / 70

第一节 百安居聚划算 DM 单设计与制作 / 71

第二节 企业形象宣传册设计与制作 / 85

复习参考题 / 111

第5章 界面设计项目实训 / 112

第一节 线性图标设计与制作 / 113

第二节 扁平化图标设计与制作 / 118

第三节 手机 APP 界面设计与制作 / 126

第四节 网页界面设计与制作 / 147

复习参考题 / 168

第6章 平面设计项目案例综合实训 / 169

第一节 活玉品牌标志设计与制作 / 169

第二节 活玉品牌包装设计与制作 / 172

第三节 活玉品牌海报设计与制作 / 187

第四节 活玉品牌网页设计与制作 / 188

第 1 章

标志及品牌设计项目实训

什么是品牌? 品牌就是承诺, 是每个消费者头脑中对一种产品、一项服务或一个公司的期待。人们钟爱品牌, 发展出对品牌的高度忠诚, 购买该品牌的产品, 并相信它们的优越性。品牌就是一种顾客心目中的优质符号, 简短但总是蕴含着某种意义。对企业而言, 优秀的品牌造就了企业, 无效的品牌阻碍了成功; 随着产品与服务越来越融为一体, 竞争为消费者创造了无限选择, 对企业全面而独特的表现就显得尤为必要和迫切了。

一个优质的品牌会在拥挤的市场中脱颖而出, 从而被人们认知和记忆。但随着现代企业品牌意识的加强, 要达到这一目的也越来越困难。被有效记忆不仅取决于有独特鲜明的品牌视觉形象, 还需要在相关人员的行动中体现品牌理念, 这就是品牌的行为推广; 事实证明, 公司的员工能理解并体现公司的品牌, 这样的公司就更易成功, 由人力资源所支撑的企业文化, 会很快形成品牌效应, 在市场推广上淋漓尽致地展现出来。品牌推广的目标是强化品牌视觉形象在消费者心目中的认同感和长久的识别和记忆, 每次与消费者的接触都是强化品牌魅力和显现品牌品质的机会。

标志是品牌的视觉形象中心, 强化着消费者对该品牌的认知。在品牌设计中, 标志是出现频率最多的要素, 整个品牌设计都围绕标志展开; 企业标志是视觉形象设计的核心, 构成了企业形象的基本特征, 体现了企业的内在素质。企业标志不仅是调动所有视觉要素的主导力量, 也是整合所有视觉要素的中心, 更是社会大众认同企业品牌的代表, 因此, 标志设计在整个视觉识别系统设计中具有重要的意义。一个优秀的标志应该是好记、可信、富有趣味、与众不同和便于使用的。应当具备以下几个特点:

- 1.内涵明确、个性突出。
- 2.简洁洗练、以少胜多。
- 3.创意卓越、新颖独特。
- 4.形象鲜明、造型别致。
- 5.易认易记、适合性强。

在 market 化的今天,企业借助独具个性的标志来强调本企业及其产品的识别力,是现代企业市场竞争的关键。因此进行整体规划和设计的视觉符号,必须具有独特的个性和强烈的视觉冲击力,由此衍生出来的视觉识别系统也成为品牌设计的核心功能。优秀的品牌设计是企业的视觉行为规范手册,是一个系统的设计行为,是主动塑造一个企业及产品的形象以求达到区别于其他同行业的识别价值。品牌设计应当具有如下的特性:

1. 识别性: 在品牌设计中,这是品牌形象的基本功能。
2. 领导性: 企业标志是企业视觉传达要素的核心,也是企业进行信息传达的主导力量。标志的领导地位在企业经营理念和经营活动中集中表现出来。标志贯穿和应用于所有与企业相关的活动中,其他视觉要素都以标志为中心而展开。
3. 同一性: 标志代表着企业的经营理念、企业的文化特色、企业的规模、经营的内容和特点,因而是企业精神的具体象征。因此,可以说社会大众对于标志的认同等同于对企业的认同。只有企业的经营内容与企业标志相一致时,标志的行业特征明显,才有可能获得社会大众的一致认同。
4. 时代性: 现代企业面对发展迅速的社会和日新月异的意识形态,必然在品牌形象塑造上跟上时代发展的步伐,以陈旧和不符合主流审美的品牌形象出现在当今时代,必将被时代所淘汰。

第一节 H&B 网络互动平台标志设计与制作

设计构思

该标志设计体现出新媒体标志的时代特征和核心理念,整体简约、动感,色彩合理,识别度高。在制作时巧妙利用了交互式调和工具和封套工具,创造出了具有空间感和韵律感的形态,符合网络平台标志设计的要求。



文件尺寸

A4

使用软件

Coreldraw

制作步骤

1. 打开Coreldraw X4 软件, 执行“文件→新建”命令, 新建一个图形文件。图形尺寸为默认值A4大小。选择工具栏矩形工具, 在绘制时按住键盘上Ctrl键使绘制的矩形是一个正方形, 如图1-1所示。

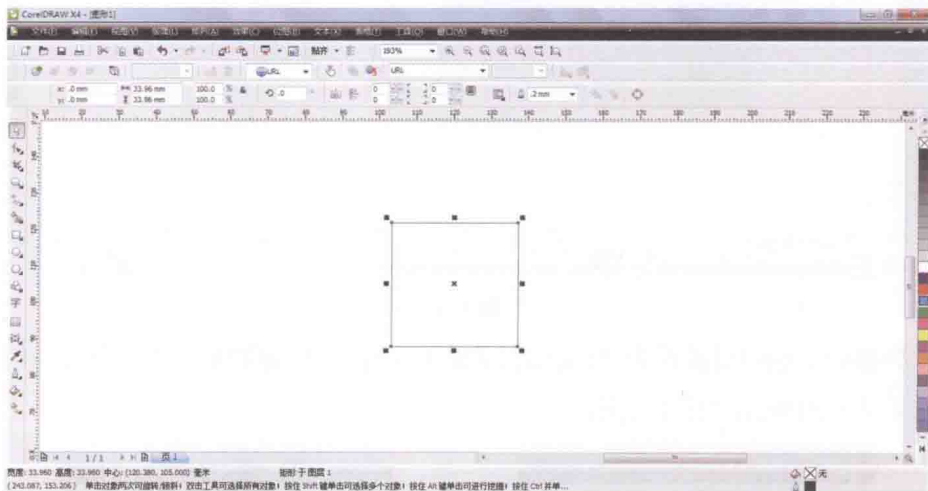


图 1-1

2. 选择工具栏中的椭圆形工具, 绘制一个椭圆形, 并将该椭圆放置在正方形的上方, 如图1-2所示。

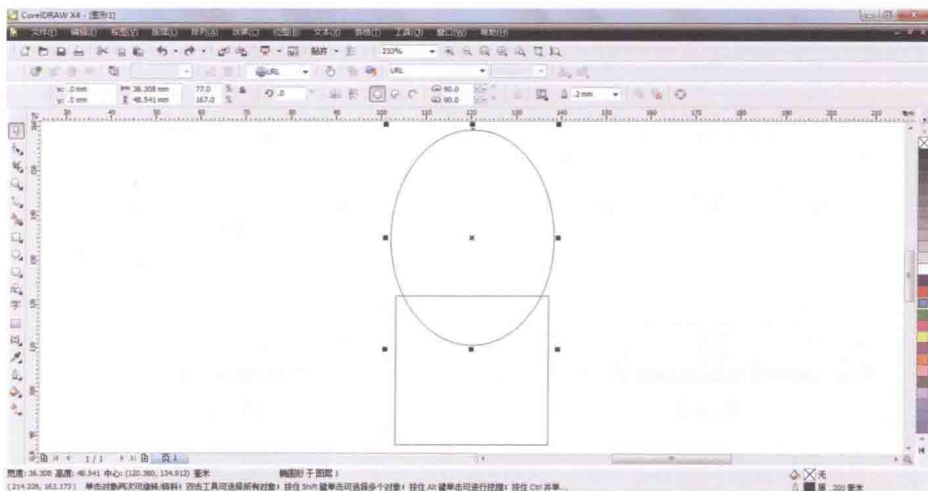


图 1-2

3.同时选中椭圆形和正方形,执行“排列→对齐分布→垂直居中对齐”命令,使椭圆形和正方形的中心处于同一垂直中心线,如图1-3所示。

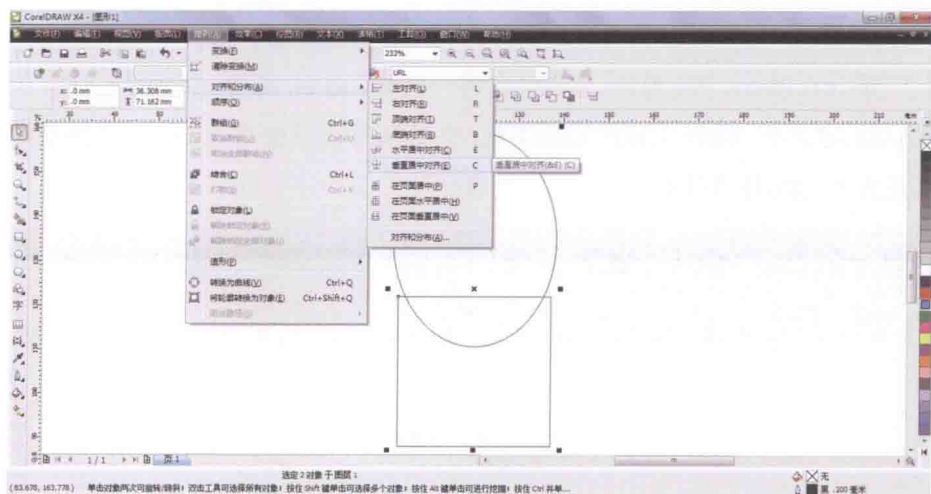


图 1-3

4.将椭圆形选中后激活为旋转状态,如图1-4所示;将椭圆的中心点移动到下方和正方形中心点重合,如图1-5所示。

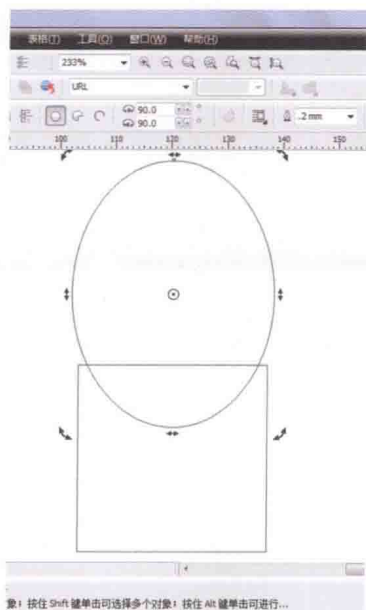


图 1-4

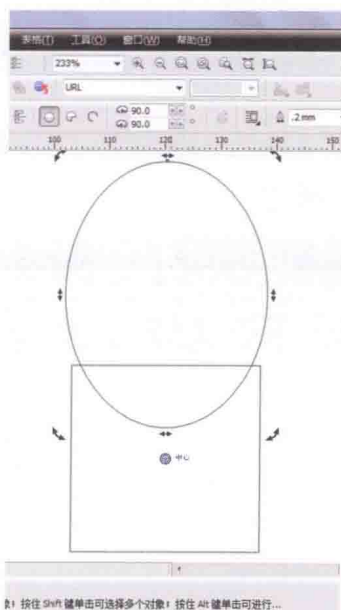


图 1-5

5. 执行“排列→旋转”命令, 激活变换面板。在变换面板中选择旋转, 并将旋转角度设定为90度。勾选“相对中心”, 单击“应用到再制”按钮, 效果如图1-6所示。

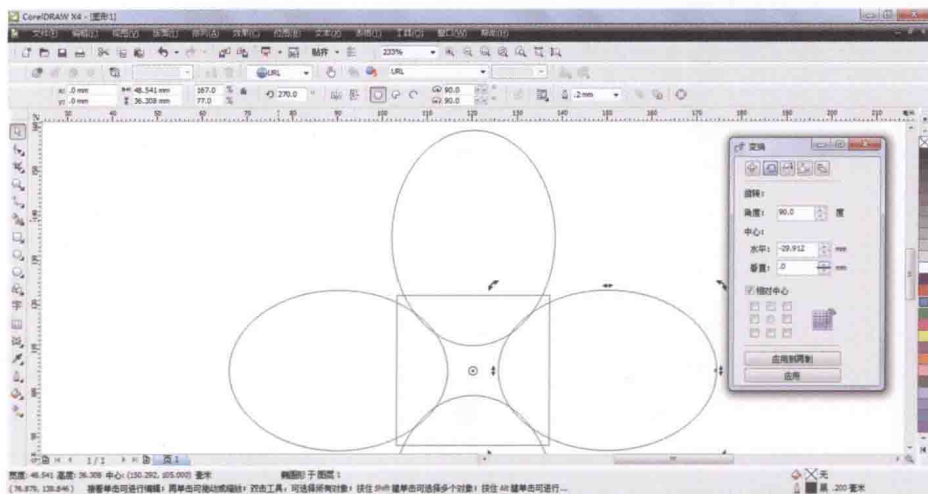


图 1-6

6. 将所有椭圆形选中后群组, 同时选中群组后的椭圆形和正方形, 执行“排列→造型→移除前面对象”命令, 得到裁剪效果如图1-7所示。

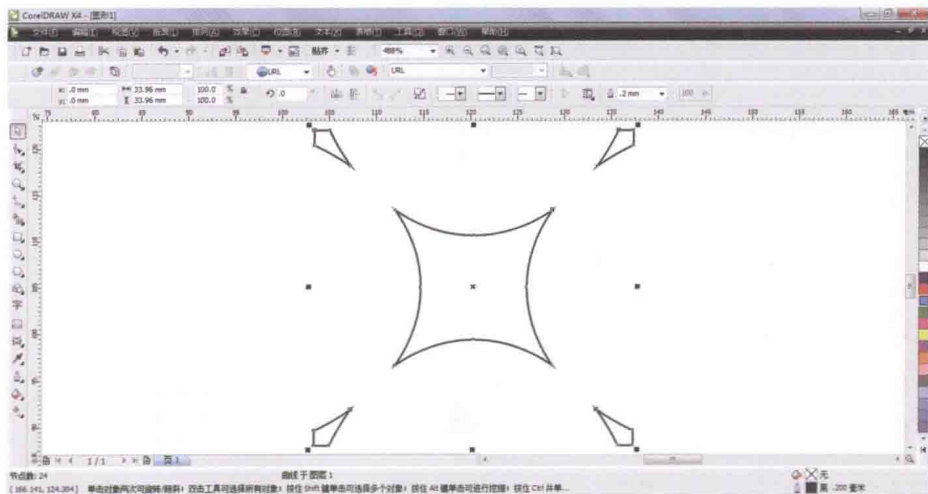


图 1-7

7.选择裁剪后得到的图形,复制一个并移动到上方;同时选中两个图形,并填充蓝色,执行“排列→对齐分布→垂直居中对齐”命令,如图1-8所示。

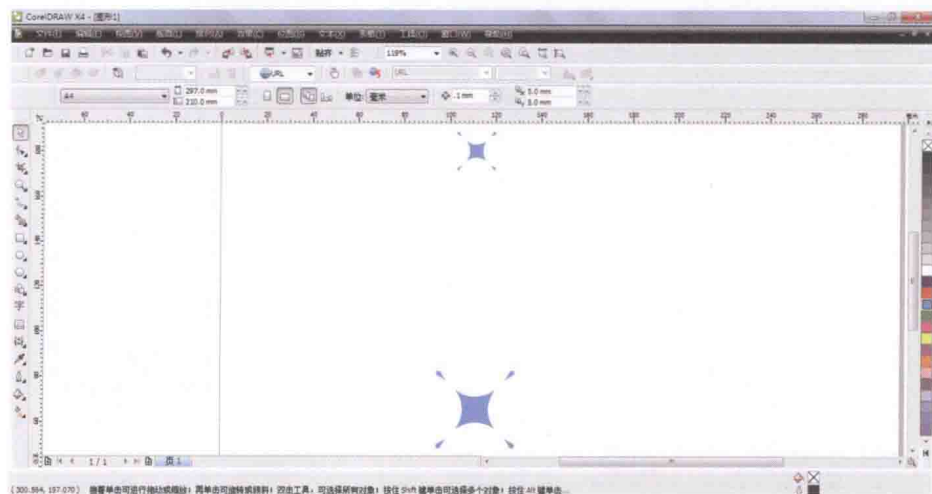


图 1-8

8.在水平方向复制一个蓝色图形,并按住Ctrl键向右移动。选中位于水平方向最右边的图形并适当缩小,如图1-9所示。

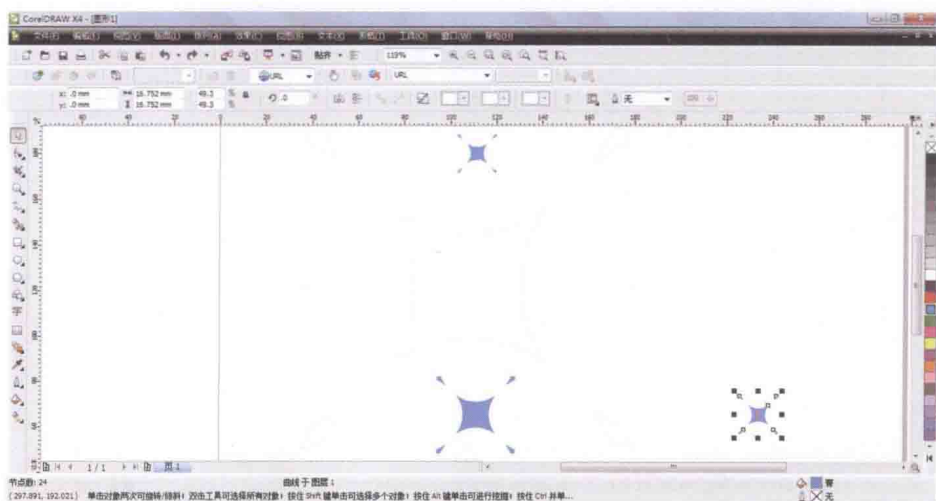


图 1-9

9.单击工具栏交互式调和工具,从下往上进行调和,调和步长可自行设定,在这里参考值设定为3,效果如图1-10所示。

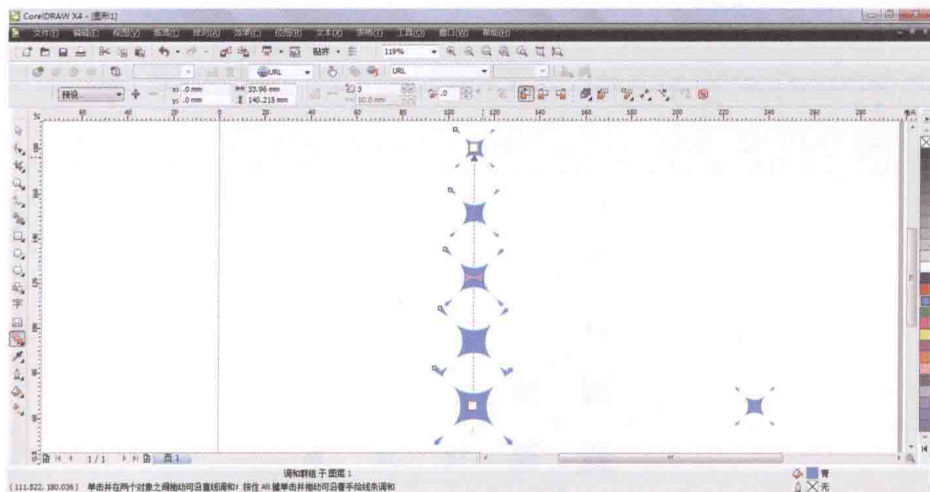


图 1-10

10.重复刚才的命令在水平方向进行交互式调和,如图1-11所示。

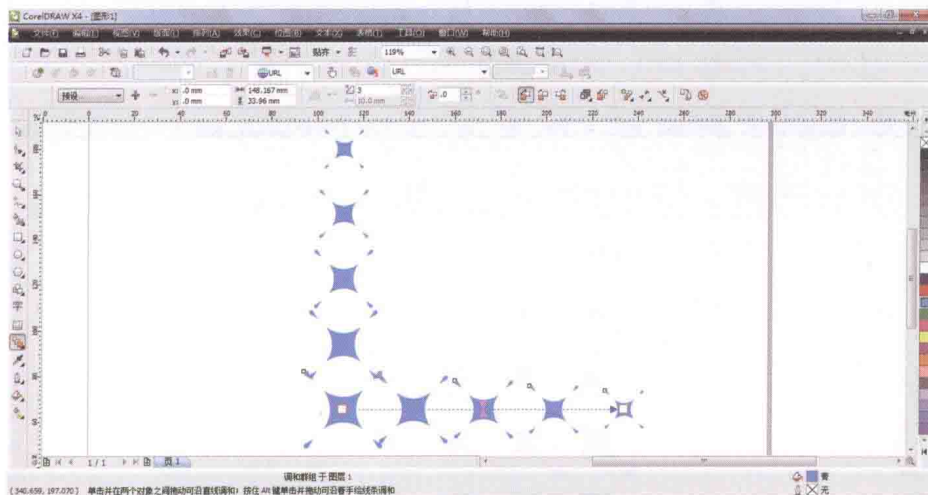


图 1-11

11. 选择竖列的调和图形并将其打散, 然后选择水平方向的调和图形也将其打散。同时选中竖列的第三个图形和水平方向的第三个图形, 在这两个图形之间执行交互式调和操作, 如图1-12所示。

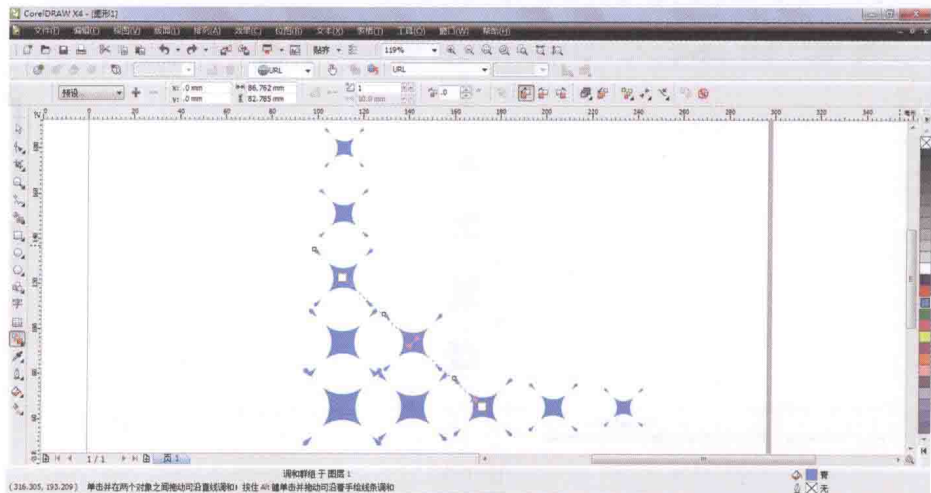


图 1-12

12. 以同样的操作将竖向第四个图形和横向第四个图形、竖向第五个图形和横向第五个图形进行交互式调和操作, 得到效果如图1-13所示。

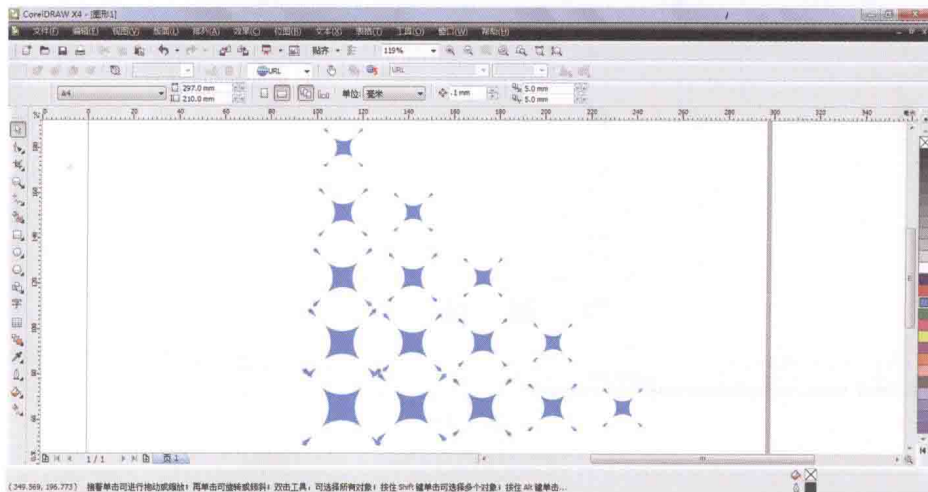


图 1-13

13. 依次打散每个调和群组, 然后选中全部图形并将其群组。单击工具栏交互式封套工具, 利用交互式封套工具进行形态调整, 标志的主体图形就已经制作完成了, 如图 1-14 所示。

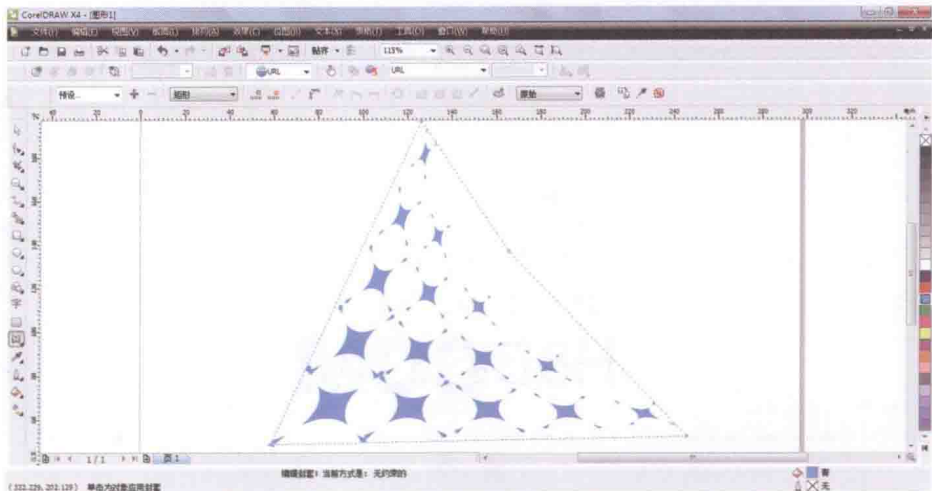


图 1-14

14. 单击工具栏交互式填充工具, 对标志的颜色进行改变, 由单一的蓝色变为渐变的蓝色, 使标志的色彩显得更加丰富, 标志本身也更具有动感和设计感, 如图 1-15 所示。

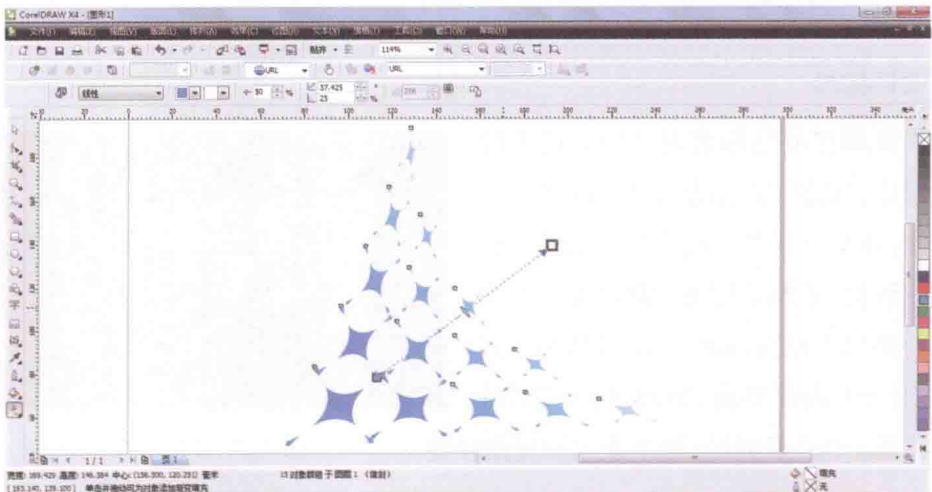


图 1-15

15.在标志的下方输入公司的名称。字体分别为Arial 和Arial Black,最后调整好字体的间距和位置,整个标志就设计完成了,如图1-16所示。

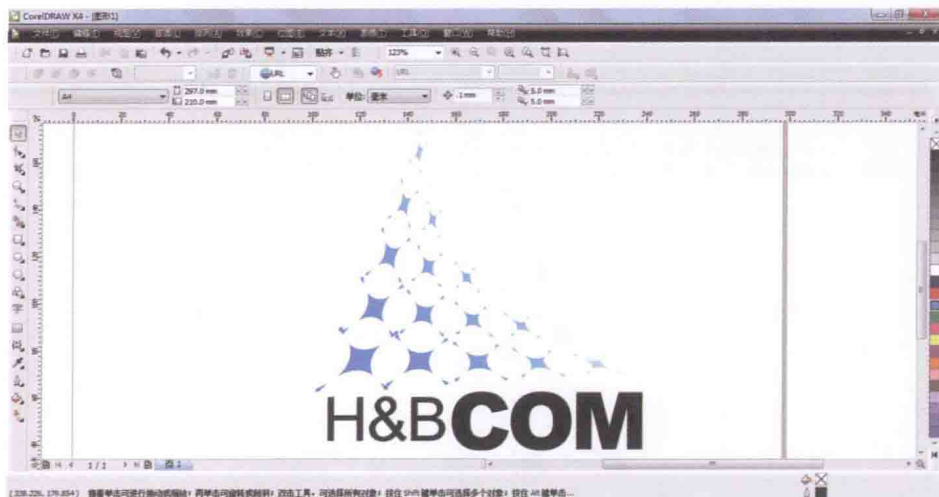


图 1-16

第二节 联创集团 VI 设计与制作

设计构思

本案例作品是标志设计中的高级设计和制作,展示了由标志设计向品牌设计的延伸,由单一设计向视觉识别系统设计转换的流程。该核心标志由联创英文首字母“L”和“C”演变而来。“L”采取衍化方式,化作一只羽翼丰满、努力朝前、奋力腾飞的凤凰。“C”呈圆形,预示企业发展顺畅通达。“C”和“L”相互支撑,代表一股团结的力量,将公司诚信、合作、进取的宗旨贯穿其中。标志所选红色代表热情、自信、向上,与企业进取精神紧密相连。



文件尺寸

A4

使用软件

Coreldraw

制作步骤

1. 建立一个新文件，单击工具栏上的椭圆形工具，按住Ctrl键画出两个正圆。执行“排列→对齐分布→对齐分布”命令，将两个正圆调整为同心圆，如图1-17所示。

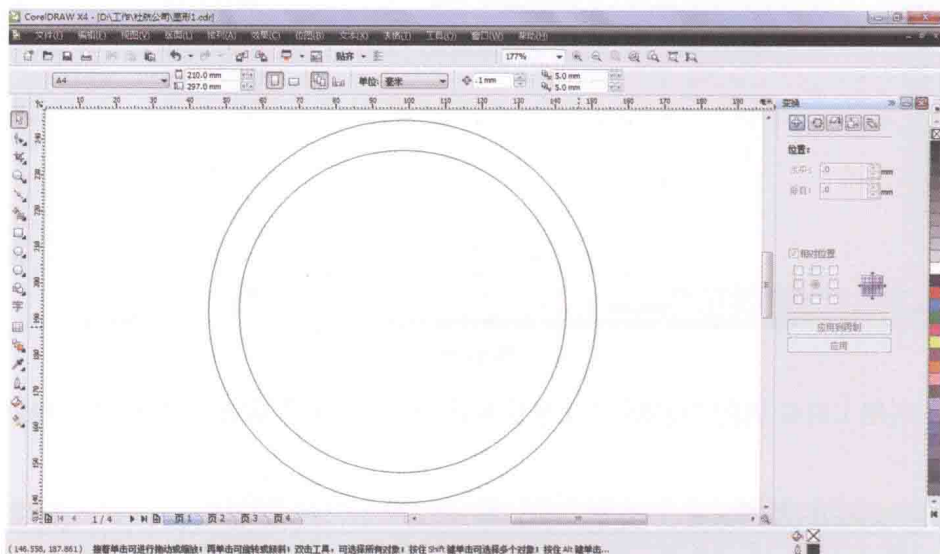


图 1-17

2. 选中两个同心圆，执行“排列→结合”命令，将两个同心圆结合为一个封闭的圆环。利用矩形工具绘制出一个长方形，摆放至圆环的右上方，如图1-18所示。

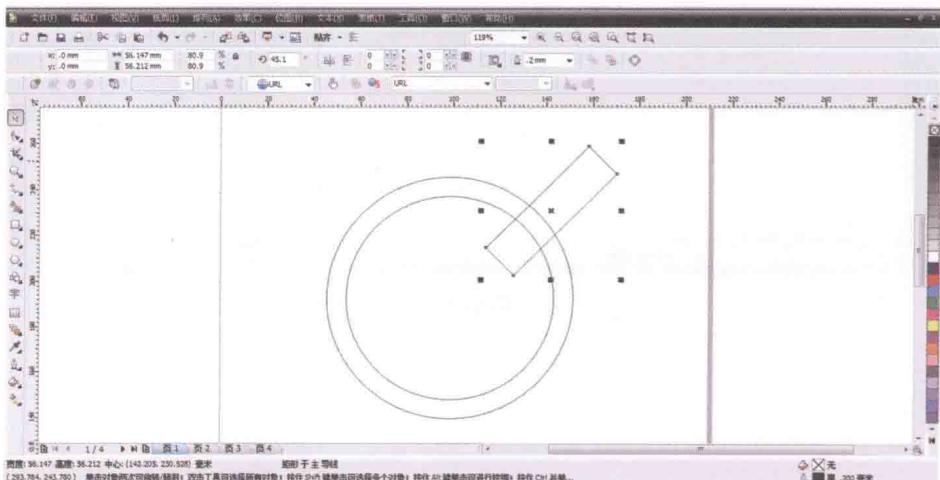


图 1-18