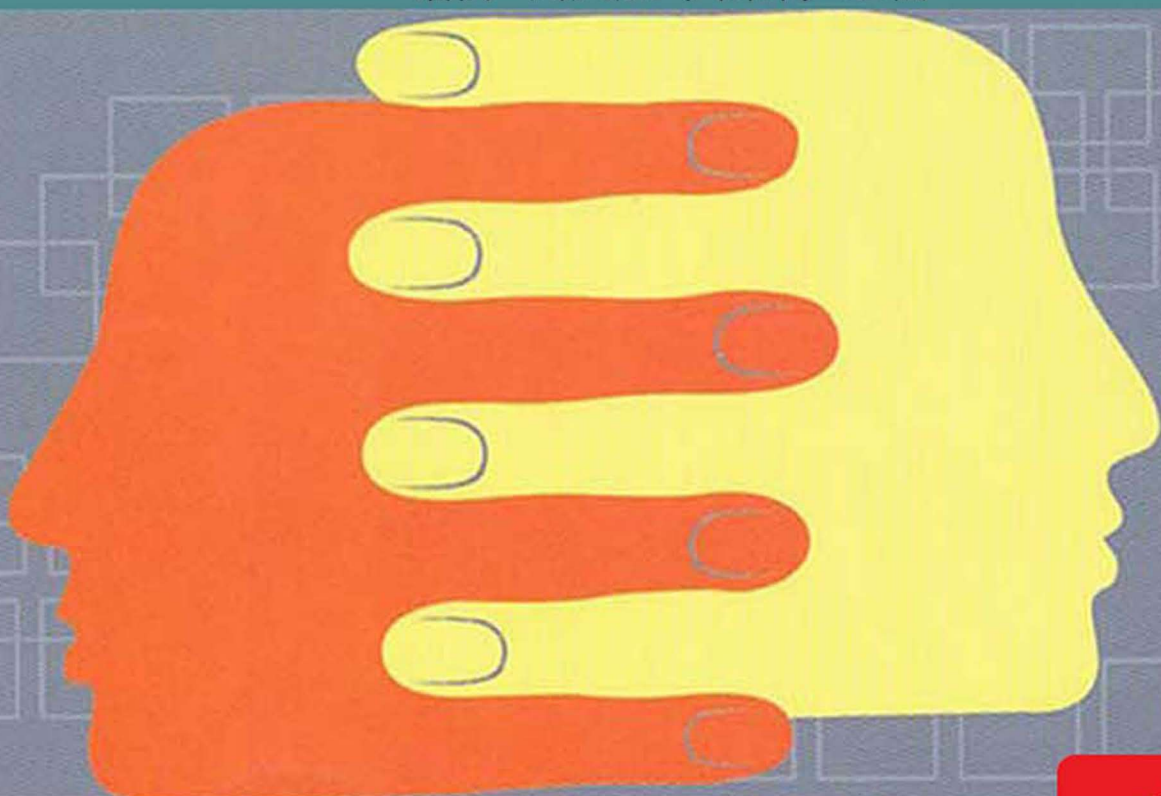


CorelDRAW中文版基础与实例教程 (第2版)

潘力 高文胜 黄荣梅 主编



北京理工大学出版社





CorelDRAW 中文版 基础与实例教程 (第2版)

主 编 潘 力 高文胜 黄荣梅

副主编 高 博 魏 群 黄婷婷 崔晓群

内 容 提 要

本书以CorelDRAW X6软件操作为基础,讲解图形创意设计方法和思路,并配有大量图案设计、商标设计和包装设计实例,在详解软件各功能和使用方法的同时,引领读者边学边练、学练结合,在实践中逐步掌握具体的设计和绘图方法及对软件的综合运用能力。本书共两篇,包括6个情境教学和4个项目训练,其中情境教学包括图形处理技术概述、CorelDRAW X6中文版功能简介、对象的管理和编辑、基本图形绘制、图形填充与位图编辑、文本与图形处理,项目训练包括图形创意设计、标志设计、产品包装设计、企业形象设计,基本涵盖了实际工作中常见的设计内容及问题解决方法。

本书可作为高等院校计算机专业学生学习计算机基础课程的专业教材,也可作为从事相关行业的计算机技术人员的参考用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

CorelDRAW 中文版基础与实例教程 / 潘力, 高文胜, 黄荣梅主编. —2 版. —北京: 北京理工大学出版社, 2018.2

ISBN 978-7-5682-5287-4

I . ① C… II . ①潘… ②高… ③黄… III . ①图形软件—教材 IV . ① TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 023417 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)
(010) 82562903 (教材售后服务热线)
(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京紫瑞利印刷有限公司

开 本 / 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 / 18

字 数 / 457千字

版 次 / 2018年2月第2版 2018年2月第1次印刷

定 价 / 72.00元

责任编辑 / 王玲玲

文案编辑 / 王玲玲

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

Preface

前言

随着经济全球化的趋势越来越明显，计算机数字艺术作为人类创意与科技相结合的产物，已成为21世纪知识经济的核心内容。

本书以企业设计任务为背景，通过大量的图形制作实例，系统介绍了图形设计与构思、图形处理和设计方法等内容，学生在学习后，能对CorelDRAW X6的理论知识、操作技巧及设计方法等有一个系统的掌握。

本书以图形设计理念为基础，系统讲述了运用CorelDRAW X6进行图形处理的方法，具有很强的实用性和可操作性，并配备大量实际案例，强调理论与实践相结合，具有内容丰富、理实一体、学习目标明确等特点。

1. 本书以培养学生设计素质、创造性思维及对设计原理和设计方法的理解力为基础编写，因而教师在使用本教材过程中要注重实效性，使学生明确每堂课的学习目标和评价标准。

2. 在教学中，教师可根据学生的实际情况对本书内容进行详略讲解，其中略讲部分可只提示重点，引导学生自己阅读、学习书中内容，然后组织学生讨论并进行总结，这样更有利于学生主动思考。

3. 书中案例的安排主要是为了便于学生理解具体内容，教师在教学中还可根据实际情况再补充一些案例。

4. 教师可安排学生根据本书练习题进行练习，也可根据所讲授内容自行拟定练习题。

5. 在教学中，各专业教师可根据专业要求对讲授内容有所侧重，并在本课前后安排与其内容有联系的基础课程。

本书是编者对在设计领域二十多年实践经验的总结，对CorelDRAW设计相关专业的学生及从事相关行业的工作者具有较强的实用价值。

本书由潘力、高文胜、黄荣梅担任主编，由高博、魏群、黄婷婷、崔晓群担任副主编，潘力编写情境教学2、情境教学4、情境教学5，高文胜编写情境教学1，黄荣梅编写情境教学3。参加编写的还有李冬梅、徐申、郎士杰、刘璐。本书在编写过程中参考了大量文献资料，其中部分被列在参考文献中，在此向这些文献的作者表示感谢。书稿完成后，孟祥双、郝玲、王维等帮助阅读了全部或部分书稿，并对书稿提出了修改意见和建议，在此对他们表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，恳请相关专家及广大读者批评指正。

编 者

Contents

目 录

第一篇 情境教学

情境教学 1

图形处理技术概述 / 001

1.1 图形发展与创意设计理念 / 002

1.2 图形的作用与表现形式 / 004

1.3 图形设计探索与原则 / 005

1.4 图形设计中的创意与思维 / 007

1.5 图形设计师能力要求 / 008

1.6 图形设计基础应用实例 / 009

情境教学 2

CorelDRAW X6 中文版功能简介 / 012

2.1 CorelDRAW X6 中文版概述 / 013

2.2 CorelDRAW X6 中文版绘图环境设置 / 020

2.3 CorelDRAW X6 中位图的色彩效果处理 / 028

2.3 CorelDRAW X6 中文版功能应用实例 / 032

情境教学 3**对象的管理和编辑 / 035****3.1 对象的选择 / 036****3.2 对象的变换 / 045****3.3 对象的管理和编辑应用实例 / 049****情境教学 4****基本图形绘制 / 057****4.1 图形绘制工具的使用 / 058****4.2 基本图形编辑 / 071****4.3 基本图形绘制应用实例 / 084****情境教学 5****图形填充与位图编辑 / 095****5.1 填充展开工具的应用 / 096****5.2 轮廓展开工具的应用 / 101****5.3 位图编辑 / 103****5.4 图形填充与位图编辑应用实例 / 120**

情境教学 6

文本与图形处理 / 133

6.1 文本工具的属性栏设置 / 134

6.2 文本与图形处理应用实例 / 144

第二篇 项目训练

项目训练 1

图形创意设计 / 155

1.1 训练 1——图形创意设计理念 / 156

1.2 训练 2——图形创意设计与色彩调配 / 157

1.3 训练 3——图形创意设计应用实例 / 159

项目训练 2

标志设计 / 175

2.1 训练 1——标志设计概述 / 176

2.2 训练 2——标志设计的表现形式、要求
及原则 / 177

2.3 训练 3——标志设计应用实例 / 179

项目训练3 产品包装设计 / 193

- 3.1 训练1——包装的概念与发展 / 194
- 3.2 训练2——包装设计中图形的分类与表现形式 / 195
- 3.3 训练3——包装设计的原则与基本要素 / 196
- 3.4 训练4——包装设计构思 / 197
- 3.5 训练5——包装设计应用实例 / 199
- 3.6 训练6——CorelDRAW X6 与 Photoshop CS6 结合包装设计实例 / 210

项目训练4 企业形象设计 / 228

- 4.1 训练1——企业识别系统 / 229
- 4.2 训练2——企业视觉识别设计 / 233
- 4.3 训练3——编制 CI 手册 / 242
- 4.4 训练4——VI 设计方案 / 244

参考文献 / 280

第一篇 情境教学

情境教学 1 图形处理技术概述

学习目标

1. 了解图形创意设计；
2. 掌握图形创意的原则；
3. 理解图形创意理念；
4. 学会图形创意的表现形式；
5. 懂得图形设计师的能力要求。

※ 1.1 图形发展与创意设计理念

从社会发展历史与图形创意设计发展历史两个方面看，二者存在辩证关系。社会经济的发展造就了图形创意设计的繁荣，而图形创意设计又促进了社会经济的发展，从而导致图形创意设计必须融于社会经济发展，必须为社会经济服务。从历史发展角度看，社会经济高度发展的时期，也是文化繁荣的时期。

由于社会对图形创意设计的需求剧增，造成广告图形创意设计、产品图形创意设计、环境图形创意设计等专业人员紧缺。而近年来经济形势越来越好，使得图形创意设计专业成了全国同类院校（系）的一个热门专业（图 1.1.1）。



图 1.1.1 图形创意

1.1.1 任务 1——了解图形创意设计的概念

从图形创意设计本身的发展来看，现代图形创意设计的起源有两个明显特征：其一是劳动的分工，其二是生产工艺的改进。图形创意设计是以物象原形为基础，以突出主题形象为根本，通过对物象原形的加工改造而达到加强视觉效果的目的。

“彩笛卷”给人展示的是一幅动物卡通形象，经过创意设计后让人感觉特别醒目，如图 1.1.2 所示。

随着社会经济的发展，社会需求随之加大，人类的文明和审美情趣也在不断提高，这就为图形创意设计既提供了雄厚的物质基础，又提出了更高的要求。另外，社会经济高度发达时期也是社会观念大变革、大解放时期，这也为图形创意设计的应用和发展提供了更广阔的空间。



图 1.1.2 图形创意设计

1.1.2 任务 2——了解图形创意设计的发展方向

知识经济的发展是图形创意设计发展的基础。我们必须自觉、主动地把握知识经济社会的特点，使图形创意设计思想、图形创意设计观念、图形创意设计方法、图形创意设计手段、图形创意设计传播等诸方面打上信息时代的烙印。图形创意产生的基本条件是，图形设计人员要具备一定的

素质和多方面的修养,这样才能将广告设计素材进行创造性的组合。图形特有的表现技巧和艺术加工手段要具有丰富想象力和独创性,因此加工的图形主题鲜明生动,有强烈感染力,才算是一个成功的创意,如图 1.1.3 所示。

电子信息技术的飞速发展为图形创意设计手段的改变提供了技术上的保证,势必引发图形创意设计思想、图形创意设计观念的变革。当今,随着以计算机网络为代表的信息时代的来临,社会经济活动逐步转向信息化生产、加工、处理、传播等形式,这为图形创意设计的发展提供了更为广阔的空间,如图 1.1.4 所示。



图 1.1.3 商品图形创意设计

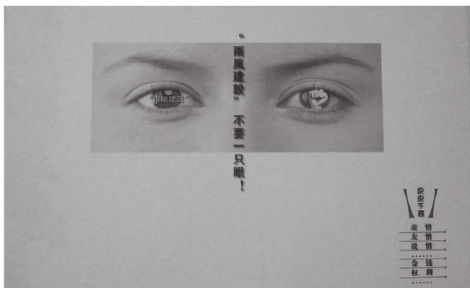


图 1.1.4 创意设计概念图

1.1.3 任务 3——掌握图形创意设计理念

图形创意设计有两类,当与现存作品关联时,为改良性图形创意设计;当与幻想、未来关联时,为创造性图形创意设计。无论是前者还是后者,图形创意设计总是离不开生活中一点一滴的积累,它是理性与感性的交融体。优秀的图形创意设计作品源于图形创意设计师具有“良好的心态+优越的生活+冷静的思考+绝对的自信+深厚的文化”。

1. 图形创意设计师

推销员向客户推销的是产品,而图形创意设计师向客户推销的则是他自己,销售的是他自己的创意思维、理念。

2. 图形创意设计

在单纯地利用图形创意设计元素方面,我们与世界一流图形创意设计大师是平等的。同样的点、线、面、体,同样的色彩,同样的图形创意设计法则,那么为什么我们没有达到他们的高度呢?撇开“机遇”“文化”不谈,“冷静、独立的思考”是关键。

原创对于图形创意设计师而言非常重要,它能使图形创意设计作品具有生命力,不被同化,不重复雷同,具有独创性。图形的创意就是将设计定位清晰地表达出来,是通过构思创造充分表现主题的具有实际和情感作用的艺术表现形式,是看不见的构想过程,而这种过程都是在潜意识层发生的,如图 1.1.5 所示。



图 1.1.5 平面图形创意设计

※ 1.2 图形的作用与表现形式

图形是设计作品的表现形式，也是其中最敏感和备受关注的视觉中心。设计作品都以独特的图形语言准确又清晰地表达设计的主题，以最简洁有效的元素表现富有深刻内涵的设计理念，由此可以看出，图形是设计的灵魂。

在当今的读图时代，一篇优美的设计文案远不如一幅富有创意的图形画面带来的视觉冲击力强，由此可见，图形创意在设计中占据着非常重要的地位。

1.2.1 任务1——了解图形在设计中的作用

图形作为构成设计版面的主要视觉元素，它和设计效果具有密切的关系。图形设计是为了创建一个具有强烈感染力的视觉形象。在设计中，图形的作用主要表现在以下几个方面：

- (1) 准确传达设计的主题，并且使人们更易于接受和理解设计的内容。
- (2) 有效利用图形的“视觉效果”，吸引人们的注意力。
- (3) 根据人们的心理反应，吸引人们的视线，从而引导人们阅读文字。

1.2.2 任务2——学会图形创意的表现形式

图形创意是指作为造型元素的说明性图画形象，经一定的形式构成和规律性变化，被赋予更深刻寓意和视觉感染力的创造性作为。它具有符号性、传播性、独创性、易识别性和可记忆性（图 1.1.6）。



图 1.1.6 创意图形设计

目前图形的表现形式主要有三种：位图、矢量图和三维模型。虽然运用三种表现形式后显示的效果看起来差不多，但它们遵循的理论不同，艺术家需要围绕这三种表现形式的理论进行相应的设计。

位图是一张由数列规则的微小方块组成的图片,这些小方块称为像素,如图 1.1.7 所示。每个像素可以用不同深浅的颜色着色,其颜色范围超过 1 600 万种。所以,在每平方英寸内,像素的数量越多,色调的过渡越平滑,图像的细节就越丰富,看起来就越逼真。每平方英寸内的像素数量决定图像的分辨率,图像的分辨率越高,像素看起来越小。运用绘图软件,可以像在纸上或布上一样在屏幕上绘制图形、符号。目前绘图程序提供了分层的概念,使得图形作品设计时可以运用多个元素,每一层都可以独立地移动、缩放、上色和变形。



图 1.1.7 位图

矢量图软件是运用数字图形算法语言来定义独立的形状。和绘制基本的矩形、椭圆和多边形一样,矢量图软件也可以绘制平滑的曲线,这种贝兹曲线可以帮助艺术家创造任何形象。

矢量图绘图程序中,图形中每个元素都是一个独立的表象,如图 1.1.8 所示。矢量图非常适合用于绘制插图,插入图案。

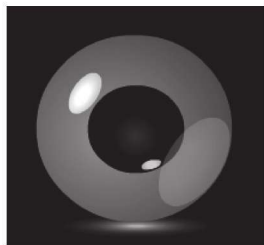


图 1.1.8 矢量图

创意图形追求的是以最简洁有效的元素来表现富有深刻内涵的主题。优秀的设计作品无须文字注解,人们只需看到图形便能迅速理解作者的意图。

※ 1.3 图形设计探索与原则

在现代网络技术快速发展的阶段,图形创意设计表现出了它高于其他绘画艺术的地位。有的图形创意设计师声称要创建新的艺术形式作品,他们认为这种创建行为无法由普遍和谐或集体无意识等一些模糊的概念来决定,而是一种创造性的行为。因为,这种使用了传统绘画通用的式样和色彩要素设计的创意作品,既保留了传统作品的某些美感,又有新的创意。

1.3.1 任务 1——探索图形设计

当人们停止了对思维的探索,也就是常说的失去了感觉的时候,就必须突破这一困惑,使自己重新回到最初的学习状态。感觉并不是图形设计的唯一价值,因为在连续的图形设计发展时期里,计算机技术得到了发展,这就不可避免地使感觉这一基本要素被其他神秘性价值或逻辑性价值冲淡。图形设计的生命力似乎有赖于感觉与其所从的社会背景因素中滋生的任何一种理智或情感之间的巧妙平衡。

如果人们对图形设计追求的感觉停止了,就不可避免地产生紧张情绪和矛盾感。此时,让紧张情绪得到松弛的一个办法就是削弱感觉,但如果图形创意设计要继续发展,就必须恢复人的紧张情绪。这样始终存在矛盾,一般有如下两种解决方法:

(1) 图形设计师重新回顾他的创意设计历程,尽量使他的作品形式向具有权威性的传统观念的作品形式靠拢。

(2) 图形设计师向前迈进一步,达到一个全新的、独创的感觉境界——反对现有的习俗,创造

出新的、与当代图形设计更相适应的习俗。这样做实际上是在恢复原有图形设计的基本性质——十分纯粹的、富有生命力的审美感觉，只是背景是新的，而且是由一种不受限制的感觉和一系列新的社会条件所构成的综合体，它在图形设计变化、进步过程中构成了一种独创性行为。

1.3.2 任务2——掌握图形创意的原则与方法

图形创意的原则有两点，其一是把原来的许多旧要素舍弃；其二是将旧的要素与新的内容重新组合。因此，作为图形创意设计师，养成寻求各事物之间相互关系的习惯是最为重要的。

在掌握创意的原则后，再介绍实际产生创意的方法。这一方法是根据美国著名广告家韦伯·扬在其《产生创意的方法》一书中阐述的5个步骤加以补充得到的。

(1) 搜集原始资料。许多人忽视这一步骤，不去有序地完成搜集资料的任务，被动地等待灵感的来临，这是他们得不到好的创意的主要原因。这一步骤中应搜集的资料有两种：特定的资料与一般的资料。特定的资料是指与图形有关的资料。要找到图形与有关资料之间的关联可能并不容易，但找到了就可能产生创意。

(2) 分析资料。这一步骤是将获得的资料加以分析的过程，完全是在设计者的大脑中进行的，很难用具体的术语准确地描述。在这一步骤里，设计者会得到某些不完整的或不够成熟的创意，应该以文字或图画形式记录下来。

(3) 深思熟虑。在这一步骤里应该顺其自然，大胆地放弃问题，并且尽量不要去想它，可以听音乐、看电影或游公园等，这样可以把问题置于意识之外，并刺激下意识创作过程。

(4) 产生实际创意。这一步骤要耐心地完善新发现的创意，因此，必须把创意拿到现实世界中，使被创意者所忽视且有价值的部分重新被审阅者融入全新的创意组合中，如图1.1.9和图1.1.10所示。



图 1.1.9 实际产生创意(1)



图 1.1.10 实际产生创意(2)

(5) 实际应用。这一步是将形成、发展和最后完善的创意, 实际应用到广告媒体中, 如招贴广告、样本广告、报纸广告、户外广告和 POP 广告。

美是创意的一个方向, 要表达美, 主要考虑使用者的反应、需求与潜在要求。例如, 可口可乐就非常注重使用者的潜在需求, 并以此逐步完善产品, 以使产品更好地迎合年轻人的消费理念, 象征一种新的消费阶层和群体。

这样我们得出的结论是, 创造力只是观念上的、主题上的和结构上的, 而绝不是感觉上的。人们可以利用新的思维方式和行为方式解决自己的问题, 突破环境和无意识状态下的障碍, 对整个图形创意设计时存在的矛盾和起源有清楚的认识。传统和现实同在, 说明了图形创意设计的复杂性和不协调性(图 1.1.11)。



图 1.1.11 图形设计

※ 1.4 图形设计中的创意与思维

随着科学技术的飞速发展, 图形设计已进入了个性表现和计算机绘图时代, 图形设计更加丰富多彩, 各种风格的图形创意纷至沓来。创意是创造性思维的一种典型形式, 是在遵循一定应用原则的前提下, 以多种方式表现在设计作品中, 是设计领域里的一种创新意识。

图形创意是通过对设计的中心深刻思考和系统分析, 充分发挥想象思维和创造力, 将想象、意念形象化、视觉化的过程。逆向思维是图形创意与表现的一种非常行之有效的思维方式, 它可以进一步拓展图形创意与表现的空间(图 1.1.12)。



图 1.1.12 创意图形

1.4.1 任务 1——了解创意的思维基础和思维方式

图形设计作品的创意性源自图形创意的思维, 这种思维的结果在本质上必然是新颖的, 必须产生人们无法预计的图形结果, 必须是有目的和目标明确的行动。因此, 图形创意思维是指在客观事物基础上产生新颖的、前所未有的思维成果。图形创意的思维对于设计师来说是独立的个人行为, 图形创意的过程就是一个想象的过程。图形作为与受众视觉沟通的要素, 它又是由受众同设计师互动交流的行为产生的。

图形创意的创新性动力来源于创造性思维活动, 正确的思维方法有利于创造性思维的开展。图形创意的思维是为了获得独创性的、新颖的图形, 当一般的思维方法不利于解决这类问题, 或者有效程度不高时, 就应该考虑另辟蹊径。图形创意的思维表现形式总的来说可以分为以下两类:

1. 形象思维与抽象思维

形象思维始终是依靠想象、情感等多种感性心理功能进行的, 而想象和联想是形象思维进行过程中所使用的主要手段。形象思维具有整体性的特点, 强调从整体上把握事物, 并通过事物的整体形象把握其内在的本质和规律。

抽象思维的过程始终是依靠概念进行的,就如同形象思维始终离不开感性形象一样。所谓抽象,实质上就是人们将自身对事物的认识去伪存真,保留合理的普遍共识,丢掉表面琐碎的个别形式,经过理性的分析、判断、分类综合等手段,加以提炼与升华。

形象思维与抽象思维在人类的思维活动中,往往是相互关联、交融并用的。它们既有一定的特殊性,也存在着一定的普遍性,因此,在设计实践中,应学会合理地运用形象思维与抽象思维,从而提高自身设计思维的能力。

2. 逻辑思维与逆向思维

逻辑思维是思维的更高层次,是人类在认识客观世界的过程中以合理的思维方式去解决认识过程中的感性、知性和理性矛盾的能力。众所周知,任何事物都是在发展变化的,因此,人类对于事物概念的认识,也是发展变化的。但是,在一定时期内概念却又是相对确定的,这就要求我们在思考问题时,学会用逻辑思维的方法分析问题、解决问题。只有这样,才能使我们的设计思维得到提高与升华。

逆向思维是思维的一种特殊表现形式,是建立在逻辑思维的基础之上的,是逻辑思维的延续。由于设计思维是以合乎逻辑的思维方式去思考的,因此,逆向思维又是逻辑思维的更高层次。

1.4.2 任务2——掌握图形创意设计中逆向思维的应用

逆向思维是创造性思维的一种典型形式,集中体现了创造性思维的独特性、批判性与反常规性。从事物矛盾双方的关联性上来讲,逆向思维是指从一种现象的正面想到它的反面或按相反的方向行事,找准事物的对立面,并以此为基点展开构思的方法;从思维运动方向上来讲,逆向思维是指思维做反向运动,采取与通常思考问题相反的方式,把对事物的思考顺序反过来,突破常规地进行思考,从无道理中寻找出道理。

一般在图形设计的思维过程中,我们是沿着惯有的思维定式进行思考的,每一个人都有自己的思维方式,而逆向思维就是要打破这种定式,从全新的角度进行思考,通过不同于常规的思维方法,将思考推向更深层次,将头脑中的创意观念挖掘出来。从心里接受的角度看,人们在看到一个熟悉的事物形象时,总是很自然地联想到生活中既有的“常规”或“习惯”印象,这些“习惯”或“常规”是人们生活中长期积累所形成的视觉定式,一旦接触的视觉信号与既有经验定式相异,甚至截然相反时,眼前的悖异形象就会与脑中的定式习惯产生强烈的冲突,由此带来的视觉感知和心理刺激,会牢牢吸引观者视觉的注意力和心理警觉,引导他们去积极寻求传达内涵的释解。

※ 1.5 图形设计师能力要求

如今,对图形设计师的能力要求已经不单是掌握简单的绘画和图案设计方面的原理和原则了,还包括拥有合理的智能结构,即记忆、观察、思维、想象、创新、反应、表达、研究、组织、协调和管理等方面的能力。

1. 记忆能力

记忆能力是设计师学习和创新不可缺少的基本能力。记忆的强弱影响着其他能力的效应,因此,有意识地培养记忆能力,是设计师不可缺少的基本训练。