

Photoshop CS

平面广告制作精解

Fine parse facture

前程鼎新 策划 金鼎图书工作室 编著

► 65个完整商用案例

step by step的实例讲解方式，融合全方位的实战经验，让你在熟练掌握软件功能的同时，体会更多设计制作的精髓。

► 90余个模板及组件

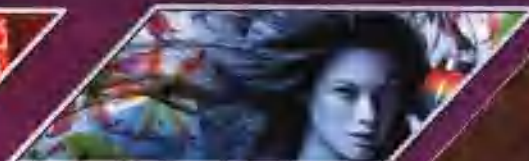
提供大量的成功案例作为模板，让你随时查阅与参考，更便捷的创造更优秀的作品。

► 详细的工作流程图

立即全面掌控项目的各个环节

► 精彩多媒体光盘

多媒体教程，实时互动，更轻松地掌握软件功能
随盘赠送设计源文件
任你调用、修改
快速完成作品



四川出版集团
四川电子音像出版中心

华北水利水电学院图书馆



207996828

TP393.092

L762

黑魔方TM
www.heimofang.com

龙怀冰 倪 洋 编著

FrontPage

基 础 教 程

目前最流行的网页制作软件之一
本书采用FrontPage 2003中文版编写
针对初学读者
展现全新教学理念和写作风格

清华大学出版社



经常有人问起，设计有没有捷径。不可否认天赋是走向成功的因素，但是良好的学习方法却是每个人都有用的。

首先，你要学会模仿你欣赏的设计风格，虽然设计的根本在于创新，模仿与借鉴被认为是没有个性、想法的低级做法，但这却是初学者的一条捷径。视觉语言是传播者与受众沟通的桥梁，掌握视觉语言就好比小孩子学习说话一样，从字到句，反复练习模仿直到学会运用大家听得懂的语言来交流，最终形成自己的说话方式。值得注意的是，模仿不是没有思考的抄袭。要在模仿中体会色彩的情感、虚实空间的对比、留白的意境等等，成为整个模仿过程的意义所在。如果把“模仿”作为设计操作时的一种颇为有效的学习方法，那么，“评价、分析设计作品”则应该成为设计师的思维习惯。不分工作内或工作外，优秀的设计师总是能敏感地发现视觉表现的新鲜趋势，并试图用专业的方式加以分析，取其优点并巧妙融合入自己的设计，最终建立自己的风格。



設計師寄語

DESIGNER'S ADVICE



關於一摸百樣

ABOUT THE TEMPLATE OF DESIGN

紧迫的时间期限已成为设计师做出优秀设计的重大障碍，要适时地找出优秀的创意非常艰难。一摸百样，它作为一种工具，提供了丰富的版式创意库，可以帮助设计师加快创意的进程，并为好的创意带来点睛之笔。



③ 最正统的水平两分法，图片与文字区域截然划分，互不干扰，显示出严肃、大气之感。



④ 一种常见又实用的版面设计。划分明确的图文两区，而产品图片则穿插两者之间，醒目明了，给人以理性、条理的感觉。

如何使用〈一摸百样〉

下面为你介绍在搜索创意和灵感时的大致顺序：

(1) 项目定义

确定设计的具体项目、预算及设计和制作需要的时间；

(2) 目标受众

何种信息通过何种渠道能顺利影响到目标受众？是否需要跟随潮流？

(3) 头脑风暴

将潜在的有用的题目、短语、颜色搭配和构图风格列成清单或做成草图。

(4) 打开〈一摸百样〉

需要提炼或扩展创意时，翻开〈一摸百样〉的相关章节，然后考虑一下：

这个概念/版式可以用吗？

如果答案是否定的，就翻到下一页。如果答案是肯定的，再想一想：

它能够加强信息的传达吗？

如果答案是否定的，就翻到下一页。如果答案是肯定的，再想一想：

这个创意有什么变异的形式？

为了帮助读者搜寻有效的创意，每一章的模板都附有示意图，为你提供无穷变异的素材。

设计模板 DESIGN-TEMPLATE



精彩内容导读

Chapter 1 海报设计



海报设计 \\CD\\Chapter 1

海报的特征是大尺寸的画面，强烈的视觉冲击力和卓越的创意。商业中的商品海报往往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情趣的感受。

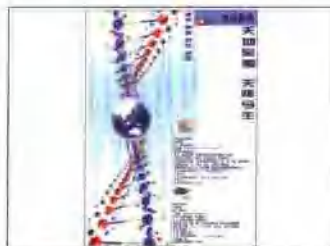
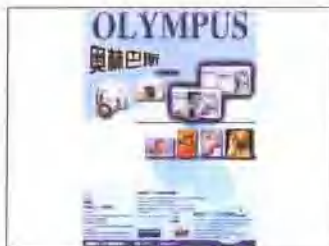


Chapter 2 杂志广告设计



杂志广告设计 \CD\Chapter 2

杂志广告表现力丰富，读者阅读视觉距离短。可以长时间静心地阅读，所以杂志广告，无论其形式和内容上都要仔细推敲。以求艺术性较高，内容较为具体的画面出现。让读者能够被吸引深入到广告之中去。

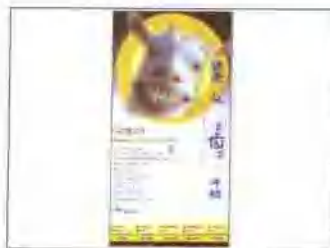


Chapter 3 报版广告设计



报版广告设计 \CD\Chapter 3

报纸广告要在文字的海洋中形成个性，让读者的目光多停留一会儿，从中得到信息和美感。报纸具有广泛性和快速性的特点，因此广告要针对具体的情况利用时间、不同类型的报纸和结合不同的报纸内容，将信息传递出去。



Chapter 4 直邮广告设计



直邮广告设计 \CD\Chapter 4

从商业广告设计角度来看，直邮广告是一种独立的广告物。因为DM不像海报、设计、报纸或电视广告，会受媒体背景的限制，影响广告的宣传效果。



Chapter 5 户外广告设计



户外广告设计 \CD\Chapter 5

户外灯箱和广告画面，由于需要在极短时间内抓住群众的视线，所以尽量通过简洁的画面去传达信息。在对主题表达时，也最好使用直面主题的表达方式，使人们快速浏览后就能心领神会。隐晦和曲折的表达只会降低画面的可读性。

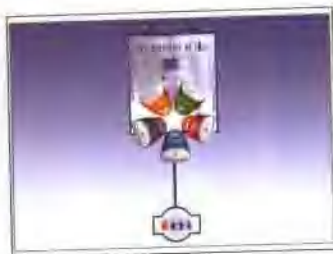


Chapter 6 售点广告设计



售点广告设计 \CD\Chapter 6

POP广告作为“商品交易场所的最终广告”具有直接的促销作用。不同商品的POP广告设计，在造型构成或视觉处理上均以明确诉求的对象，突出商品的内在性格，使消费者很快识别商品的特点与性能，刺激消费者的购买欲望。



平面广告图片欣赏



服饰户外广告



化妆品户外广告



保健DM单

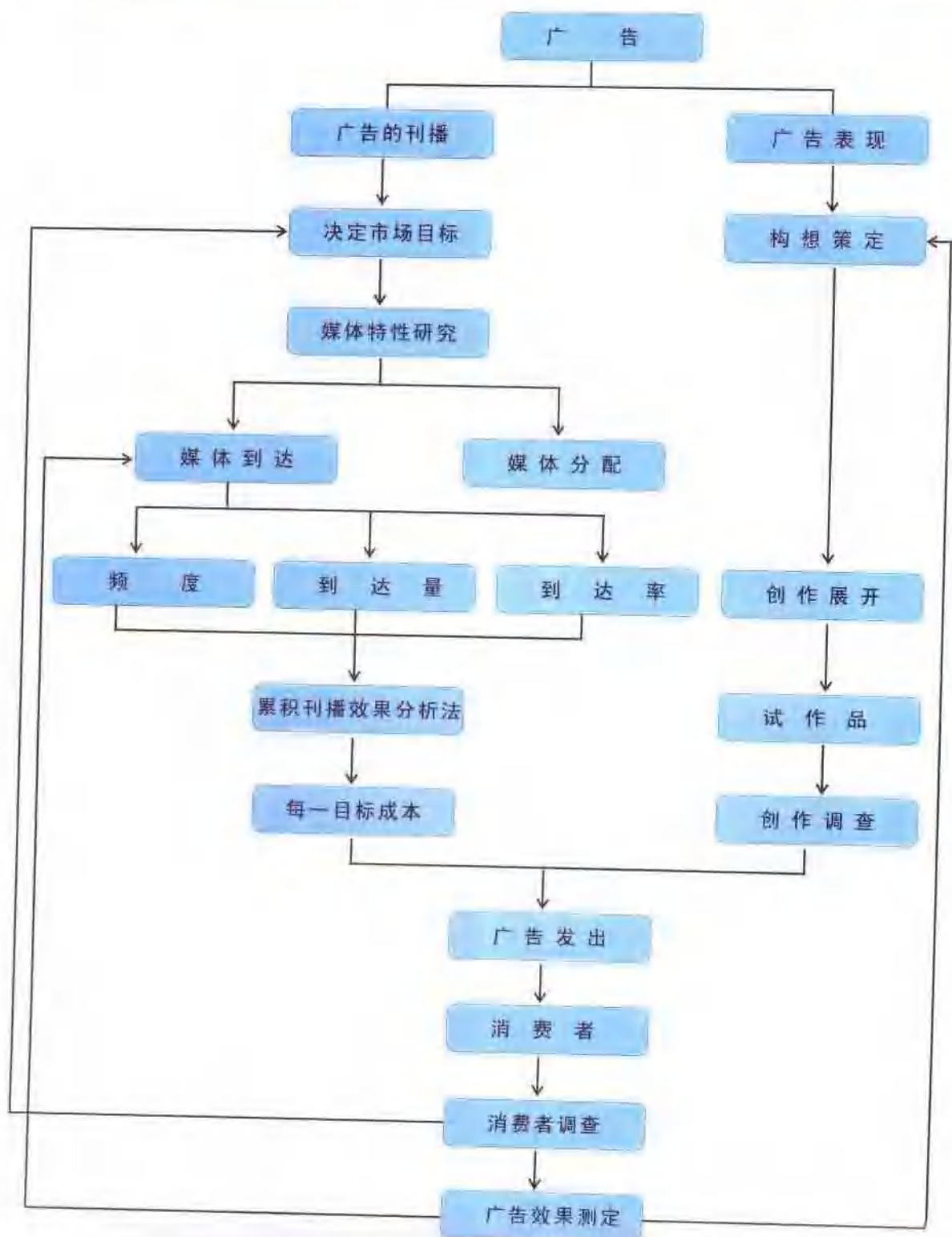


立牌售点广告

平面广告设计开发流程图

Design chart of Advertisement

DESIGN-TEMP



光盘使用说明

光盘目录 Disc0000

多媒体教程·基础知识

多媒体教程·实例讲解

- 弧线文字
- 放射光线字
- 砖墙美术字
- 冰雪字
- 足球制作

源文件及素材

运行环境 Environment

使用光盘时，为保证流畅阅读光盘内容，建议在以下环境运行本光盘：

操作系统：Windows 9X/2000/XP/NT/ME

显示模式：800×600以上分辨率、32位色

光驱：52倍速CD-ROM或DVD-ROM

其他：配备音箱

主界面 Interface

在下图所示的光盘主界面上，单击右下角3个文字按钮可以打开相应的窗口。其中第1项是介绍Photoshop CS的基础知识，第2项是实例的多媒体制作演示，第3项是手册中实例的源文件与素材。



注意：

- 1、本手册中所有实例引用的素材，均能在光盘中相应位置找到。
- 2、如果需要打开本光盘所提供的源文件进行编辑，首先保证在您的计算机中安装相应的软件，否则无法使用！
- 3、本光盘不适用于在VCD/DVD影碟机上播放，仅适用于电脑光驱。



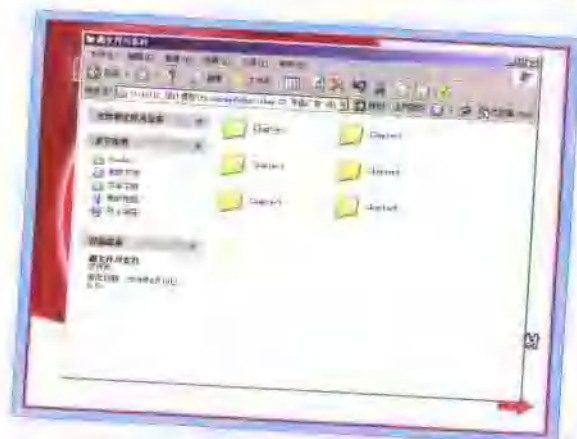
基础知识

单击光盘主界面中的“基础知识”按钮，打开左图所示的实例制作演示界面，光盘将以声音和视频的形式，引导读者学习相关的Photoshop CS的基础知识。



实例讲解

单击光盘主界面中的“实例讲解”按钮，打开下图所示的实例制作演示界面，光盘将以声音和视频的形式，引导读者制作手册中的部分实例。



源文件及素材

单击主界面中的“源文件及素材”按钮，可打开源文件及素材文件夹，在文件窗口中收藏了手册案例的全部源文件及素材。

阅读方法与版式说明

Lesson 13 关于直邮(DM)广告设计

在科技高速发展、市场竞争激烈的环境下，如何利用宣传手段拉动消费成为商家关注的焦点，直邮成为广告获取商机的重要途径。

Lesson 14 旅游直邮广告

Chapter 4 Lesson 14 旅游直邮广告.psd

模板参考价值



设计构想

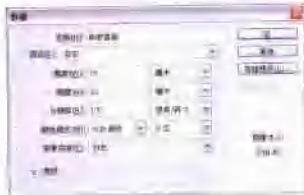
本案例旨在设计一个有主题旅游直邮广告，作为宣传主体，具有标志性的旅游背景应该在广告设计中占有相当的位置，这样才能起到更加直观的广告效应。同时，高清晰度的摄影往往能加深印象，再配以精练的解说文字，整套广告效果自然，更能抓住消费者的心理。

设计重点

1. 通过背景图设置与渐变填充结合使用，制作出色彩渐变效果。
2. 使用橡皮擦工具，使融入图片与背景的结合更加自然。
3. 使用文字工具，制作出有艺术感且醒目的文字效果。

设计制作

Step 1 打开<Ctrl+N>键，新建一个文件，在名称栏中输入“旅游直邮”，并设置其相关参数。



DESIGN TIPS

在进行图像的外框时，经常会遇到为了只保留一个图像的框线效果，而需要隐藏其他图层的状况。在图层面板中，每个图层左侧有个眼睛，使用鼠标左键点击即可对该图层进行隐藏。

Lesson 17 一稿百样

面对版面设计特点形式的多样性选择

1. 规格的选择

常见市面组件规格大小多是按照纸张幅面的二分之一、四分之一、六分之一、八分之一、十二分之一、十六分之一、三十二分之一等确定的。因为设计需要而产生的其他一些特殊纸张规格，但应以尽量减少纸张的浪费为原则。

关于*****

收录该章节的设计理念

实例名称

该实例的设计名称

实例源文件与素材在光盘中的位置

此处标出了该实例在光盘(CD)中的具体位置

模板参考价值

此处★标出了该实例的模板参考价值的星级情况

设计效果图

实例的最终效果图

设计构想

对实例中各部分效果安排的设计意图进行概括性地讲解

设计重点

对实例中各部分的编辑方法进行解析，指明重点难点及解决方案

设计制作

给出了制作该实例的具体操作步骤，这部分内容为主要内容

操作步骤序号

该实例制作步骤的序号，以 Step 1 表示第一步

Design TIPS

在实例的解析过程中，对设计知识和操作技巧的提炼，用“Design TIPS”表示出来

一稿百样

安排与讲解案例类似的例子，供借鉴参考



Adobe 公司最新发布的 Photoshop CS, 是继 Photoshop 7.0 之后的一次重大升级。升级后的 Photoshop CS 运行更稳定, 功能更强大, 成为目前最为流行的专业图像处理软件, 本书结合 Photoshop CS 的新增功能, 用简洁的语言引导读者轻松掌握平面广告的设计原则的同时, 掌握 Photoshop CS 的操作方法。

本书以最具实用参考价值的平面广告设计模板为参考价值, 从海报招贴设计、杂志广告设计、报刊广告设计、DM 单设计、户外广告设计到售点广告, 对他们从行业规范、设计要点进行全面、系统的解析, 让读者在更熟练地掌握软件功能的同时, 培养读者的综合设计能力。

本书在内容上力求科学、系统, 理论联系实际, 由浅入深地介绍了 Photoshop CS 在平面广告设计制作中经常用到的各种技巧, 并将其贯穿与整部作品中, 突出了作品创作中艺术灵感的重要性, 为读者介绍了丰富多样的设计风格。

本书在实例的讲解中, 加入一些平面广告设计的专业知识, 介绍各类广告的运用与特点, 使读者学习到最新的设计风格, 设计要点, 设计理念、设计思路; 启迪读者的创新意识, 从中领悟到平面广告设计的精髓, 成功运用到自己的设计作品中, 并能举一反三, 学以致用, 很好地学习与工作服务, 成为一名具有专业技术能力的平面广告设计师。

本书由金鼎图书工作室全程策划, 所有实例均由专业的平面广告设计师制作。对知识内容的整理和设计实例的解析说明, 由丁秀竹编辑完成。在此向多位提供优秀案例并参与编辑指导的平面广告设计师表示衷心的感谢, 还要感谢多位院校教师和相关工作人员提供的质量校审和排版协作。感谢读者朋友的支持, 我们将以更强烈的热情投入到图书编辑的工作中, 为您奉献更优秀的电脑图书!



金鼎图书工作室