

Photoshop

特殊字体效果表现技法



编著

- ◎ 以美术字、变形字、POP字和特效字为代表的各种艺术字体，广泛应用于平面设计、影视特效、印刷出版和商品包装等各个领域。Photoshop软件以其制作字效操作简便、修改随意、具有独特艺术性而成为字体设计者的新宠。
- ◎ 本书通过精心的结构编排，由浅入深地以实用案例来带动读者学习如何设计特效字。全书共分10章，分别介绍了字体概述，文字编排与字体选择，字体的应用；艺术字、变形字、POP字、书法字等多种特效字的制作方法；字体与字体、文字与图案进行组合的创意思路，具有很强的参考作用。
- ◎ 随书附赠1张光盘，内含书中实例源文件及素材图片，方便读者学习和参考。

PHOTOSHOP 表现技法系列丛书

Photoshop

特殊字体效果表现技法



编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

以美术字、变形字、POP字和特效字为代表的各种艺术字体,广泛应用于平面设计、影视特效、印刷出版和商品包装等各个领域。除了字体本身的造型外,经过设计特意制作出的效果,不仅能美化版面,还能突出重点,因此具有实际的宣传效果。在特殊字体效果的设计方法中,专业图像处理软件 Photoshop 以其操作简便、修改随意,并且具有独特的艺术性而成为字体设计者的新宠。

本书共分10章,分别介绍了字体概述,文字编排与字体选择,字体的应用;艺术字、变形字、POP字、书法字和多种特效字的制作方法;字体与字体的组合、文字与图案的组合等创意思路。本书按照实际应用领域分类,介绍了多种效果的实现方法,有很强的参考作用。

随书附赠1张光盘,内含书中实例源文件及素材图片,方便读者学习和参考。本书是广大美术设计人员、广告从业人员以及美术院校学生不可多得的工具书和参考书。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop 特殊字体效果表现技法 / 温鑫工作室编著.

北京:中国铁道出版社,2007.12

(Photoshop 表现技法)

ISBN 978-7-113-08460-8

I. P…II. 温… III. 图形软件, Photoshop IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 195563 号

书 名: Photoshop 特殊字体效果表现技法

作 者: 温鑫工作室

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街8号)

策划编辑: 严晓舟 杨 倩

责任编辑: 杨 倩 孙佳志

封面设计: 付 巍

封面制作: 白 雪

印 刷: 北京精彩雅恒印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16 印张: 26.5 字数: 623 千

版 本: 2008年2月第1版 2008年2月第1次印刷

印 数: 1~4 000 册

书 号: ISBN 978-7-113-08460-8/TP·2640

定 价: 70.00 元 (附赠光盘)

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社计算机图书批销部调换。

前言

文字作为记录语言的符号有着漫长的发展历史。文字的产生使语言超越时间和空间，成为人类交流和传递信息的工具。文字最早的起源是对物象的模拟，从而进化成为具有“指事”、“会意”作用的符号。因此，文字就是具有抽象意义的一种符号。

文字不仅可以表达作者的思想概念，还兼具视觉识别符号的特征。对于现代平面设计而言，字体设计是非常重要的一个环节。字体的美感和文字的编排，对版面的视觉传达效果有着直接影响。按视觉设计规律，遵循一定的字体塑造规格和设计原则对文字加以整体的精心安排，创造性地塑造具有清晰、完美的视觉形象的文字，使之既能传情达意，又能表现出使人赏心悦目的美感，是一门需要苦心钻研的艺术。

特殊字体效果的设计既是一种相对独立的平面设计形式，同时又是广告设计、包装设计、书籍装帧设计、报刊版式设计、CIS 设计等视觉传达设计中的重要组成部分。

在流行的字体设计中，专业图像处理软件 Photoshop 以其操作简便、修改随意，并且具有独特的艺术性而成为字体设计者的新宠。本书通过精心的结构编排，由浅入深地以实用案例带动读者学习设计各种特效字体，使读者能快速掌握并设计出具有专业水平的字体作品。

本书从字体的基础知识讲起，用 3 个篇章介绍了字体概述、文字的编排和字体选择以及字体的应用。接着，从第 4 章开始至第 10 章，都是按照字体的特殊效果或者组合应用介绍实例制作方法，内容包括艺术字、变形字、POP 字、书法字以及综合类型特效字设计。相信读者在完整地学习完所有章节后，不但能掌握特殊效果字体的制作方法，还能对字体设计的风格特点和制作要素有所领悟。



为了方便读者学习和参考，随书还附赠一张光盘，内容为书中实例源文件及素材图片。读者按照实例制作过程中的提示，打开光盘相应文件夹找到素材图片，就可以完成书中的操作。读者也可以直接使用实例源文件，稍加改动就能应用在日常工作中，达到事半功倍的效果。

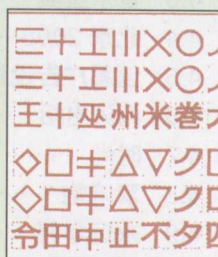
本书由徐丽主笔并组织编写，参加编写的还有张丹、于蕾、陈朗朗、方乙晴、金海燕、李海英、梁爽、刘洪亮、刘俊红、刘茜、吕艳茹、牟军、朴海燕、朴英洙、孙宏、王春晶、于淑娟、赵艳玲、沙玉芹、孙玉哲、李桂华、徐影、张立峰、谷春霞、郭英杰、王新烨、张金生、田燕、李欣洋等人。

编者

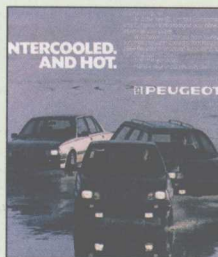
2007年11月



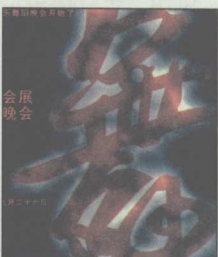
第1章 字体概述	1
1.1 字体	2
1.2 字体的空间	2
1.2.1 中文字体的空间	2
1.2.2 英文字体的空间	3
1.3 字体大小和空间的关系	3
1.4 中英文字体并用	3
1.4.1 对比法	3
1.4.2 和谐法	3



第2章 文字编排与字体选择	5
2.1 文字编排	6
2.1.1 书写形式排列	6
2.1.2 右齐排列	6
2.1.3 左齐排列	7
2.1.4 左右对称排列	7
2.1.5 左齐右齐混合应用	7
2.1.6 每行开头加图形	7
2.1.7 广告正文同商标图形结合	8
2.1.8 整齐排列	8
2.2 字体位置的意义	8
2.3 字体的选择	9
2.3.1 注目性	9
2.3.2 根据设计要求选择字体	10
2.3.3 从主题内容出发选择字体	10
2.3.4 注意字体的和谐	11



第3章 字体的应用	13
3.1 汉字书法体的应用	14
3.2 字图的组合应用	14
3.3 字体对比组合的应用	15
3.4 字体和谐组合的应用	16
3.5 字体排列组合的应用	16



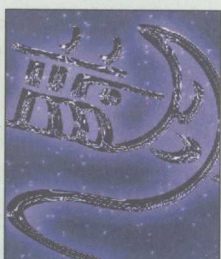
第4章 艺术字设计	17
4.1 奥斯卡	18
4.2 终身美丽	23

4.3 音乐盛典	28
4.4 北京 2008	32
4.5 创意广告设计	36
4.6 闪闪出招	40
4.7 时尚	44
4.8 双响炮	47
4.9 永远年轻	50
4.10 姿彩缤纷	54



第5章 变形字设计

5.1 畅游天下	60
5.2 巅峰对决	67
5.3 动感地带	72
5.4 毒	77
5.5 活力同行	81
5.6 科技博览	84
5.7 狂想曲	88
5.8 蓝月亮	92
5.9 绿色家园	95
5.10 漫画吧	99
5.11 漫画家	104
5.12 玫瑰	108
5.13 红色魔主	112
5.14 牧场奶王	116
5.15 牛王子	120
5.16 千百度	126
5.17 燃烧吧	132
5.18 生日快乐	135
5.19 红色酒廊	139
5.20 娱乐城	145



第6章 多个字体的组合

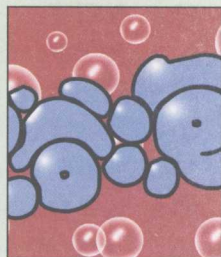
6.1 暴走快乐 创想大本营	152
6.2 穿梭时空 真实自由掌控	157
6.3 当花草碰上大雨时	161
6.4 果香舞动 心情飞扬	165
6.5 浓浓啡屋情	168
6.6 闪光的青春	170
6.7 踏月而来的浪漫	173



- 6.8 天黑不会太久 175
 6.9 万朵鲜花装扮京城 178
 6.10 鲜冰派对 183

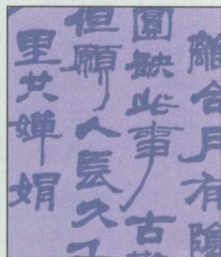
第7章 POP字设计 187

- 7.1 英文字体设计 188
 7.2 POP字母设计 190
 7.3 好消息 193
 7.4 财神到 197
 7.5 激情之夜 200
 7.6 禁止吸烟 204
 7.7 可爱新娘 206
 7.8 快乐儿童节 208
 7.9 我爱你 老爸 212
 7.10 全场特价 216
 7.11 全新上市 218
 7.12 生日快乐 221
 7.13 新年好 224
 7.14 浴泡 229
 7.15 月上柳梢头 人约黄昏后 231



第8章 书法字设计 235

- 8.1 步云楼 236
 8.2 室静兰香 237
 8.3 寿 239
 8.4 水调歌头 240
 8.5 笔之情 242



第9章 文字与图案的组合 245

- 9.1 出奇制胜 246
 9.2 飘逸 248
 9.3 天方夜谭 252
 9.4 飘 259
 9.5 花园 263
 9.6 可爱先锋 267
 9.7 老鼠爱大米 269
 9.8 万事如意 273
 9.9 星梦奇缘 277

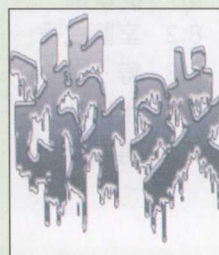
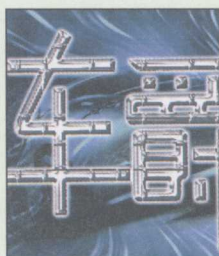


9.10 燕之屋	279
9.11 梦想天空	282
9.12 阳光二派	291
9.13 伊人坊	295
9.14 岩石	300
9.15 火旋风 1	303
9.16 火旋风 2	308



第 10 章 特效字制作

10.1 白金字	314
10.2 钢化字	317
10.3 黄金字	320
10.4 钻石字	322
10.5 美玉字	326
10.6 琥珀字	329
10.7 油漆字	333
10.8 水晶字	336
10.9 饼干字	338
10.10 动感字	341
10.11 打孔字	345
10.12 水渍字	350
10.13 爆炸字	353
10.14 冰雪字	357
10.15 像素字	361
10.16 光芒字	363
10.17 火焰字	367
10.18 玻璃字	371
10.19 木纹字	373
10.20 镂空字	376
10.21 闪电字	378
10.22 霓虹字	383
10.23 水珠字	385
10.24 网格字	392
10.25 塑料字	395
10.26 大理石字	398
10.27 七彩字	401
10.28 银箔字	404
10.29 血渍字	407
10.30 雕刻纹理字	413





第1章 字体概述

1.1 字体

1.2 字体的空间

1.3 字体大小和空间的关系

1.4 中英文字体并用

音乐会 恒美

葡萄酒 新片预告

速写 装潢设计

美术体

三+工III×O人T上
三+工III×O人T上
王+巫州米卷大下上
△口+△▽夕□LIF

广告

Guang Gao

GUANGGAO
广告

GUANGGAO 广告
GUANGGAO广告
GUANGGAO广告

■ HI IL NI NE HI IL NI NE
▲ AE AH HW AE AH HW
▼ AV AY WA AV AY WA
● OP HO OE OP HO OE
● OV OA WG OV OA WG
● DO OC OQ DO OC OQ

1.1 字体

广告中除插图、商标外，其他内容都是用文字表达的。文字以其优美的造型及装饰效果作用于视觉，使读者留下深刻的印象，有助于增强广告的传达效果。所以，充分认识字体在广告平面设计中的重要作用，认真研究字体的应用，显然十分必要。

我国现代广告平面设计中，所应用的字体主要是中文字体和英文字体。出口商品广告以应用英文字体为主，而国内广告应用较普遍的是汉字和汉语拼音。

中文字体分为书法体、美术体、印刷体等几种类型，如图 1-1 所示。

英文字体种类繁多，大体可以分为罗马体、黑线体、手写体、埃及体、变化体等几大类，如图 1-2 所示。



图 1-1 中文字体

图 1-2 英文字体

1.2 字体的空间

1.2.1 中文字体的空间

根据广告内容的需要，字体在画面中有各种放置形式。字体占据画面的空间位置不同，其象征的意义也不同。

汉字是由各种字形组成的方块字，字与字的空间处理，主要是按设计要求，安排好疏密关系，通常，行与行之间的距离，大于字与字之间的距离。汉字字形不相同，字的大小自然也不完全一样。例如：“口”形显得大，“◇”形显得小，“川”则显得瘦……凡此种种，都是由于文字周围空间及笔画的多少、方向的不同而产生的结果。只有调整各字框的大小和上下位置，才能取得完美的效果，如图 1-3 所示。

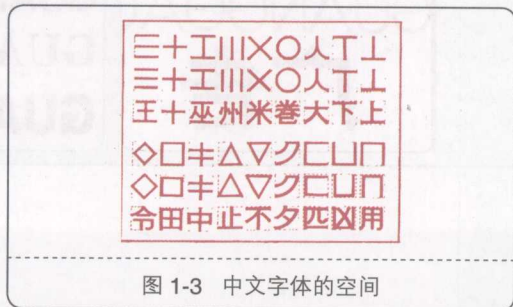


图 1-3 中文字体的空间

1.2.2 英文字体的空间

英文字母之间的空间距离安排是否得当, 决定着一组字母的整体美观性。英文的 26 个字母, 大体可以分为三种类型: 方形 HN, 圆形 OQ, 三角形 AV。因为字母的形状不一样, 字母之间的距离就会因为左右字母形状不同而有所差异, 如图 1-4 所示。一般来说, 字母之间的空间和字距是以视觉均匀为标准的。

标题和商品名等文字需精心安排字体的空间, 而内文排列则不需要花费太多时间。因为内文所用字号较小, 空间是否均匀并不明显, 只要将英文字母自然排列即可。

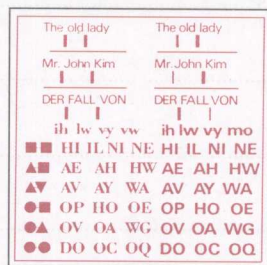


图 1-4 英文字体的空间

1.3 字体大小和空间的关系

字体大小是否适中, 取决于读者与广告画面之间的距离或是字体所占画面空间的大小。人和字距离远, 字体面积要大; 人和字距离近, 字体面积就要小。把字比作点的话, 点在空间里所占有的位置趋前, 有夸张和先声夺人的感觉, 我们叫它“最大点”。如果这一点向后退, 退到不能再小, 已经不能控制那个空间的时候, 我们叫它“最小点”。从“最大点”到“最小点”, 中间存在着许多大小不同的“想象的点”。其中, 我们能找到一个不大不小适中的点, 这一点才是最适用、最完美的一点。

1.4 中英文字体并用

在出口商品广告中, 常常需要中英文对照, 国内广告有时也采用汉字同汉语拼音字母结合的方式。怎样使两种截然不同的字体互相配合, 产生良好的视觉效果呢? 一般采用对比法与和谐法, 使之达到视觉效果的统一。

1.4.1 对比法

高度相同的字体, 中文笔画粗, 英文笔画就要细; 若中文用细的字体, 英文就采用粗壮的字体, 如图 1-5 所示。另外中英文字体并用时, 除了笔画的对比外, 还可以利用字体大小对比来产生悦目的效果。



图 1-5 对比法

1.4.2 和谐法

中英文字体高度一样, 笔画粗细也相同, 如图 1-6 所示。



图 1-6 和谐法

[illegible]

日期	问题	参考



第2章 文字编排与字体选择

2.1 文字编排

2.2 字体位置的意义

2.3 字体的选择



2.1 文字编排

广告编排设计是根据广告战略的要求,把标题、标语、正文、插图、商标等要素综合起来,做总体的布局和安排,创作出富有个性化的,能产生最佳效果的广告编排设计。成功的编排设计,通过艺术手段的作用,使广告要素合理、清晰、完整地表达。既引人注目,又将信息强有力地传达给观众,使他们发生兴趣,产生购买欲望,达到促进销售以及提高商品知名度的目的。另外,广告编排设计起着指导作用。它使广告在印刷过程中避免错误,印出的广告能充分表达设计者的意图。

广告编排设计必须合理地安排广告要素,力求恰当地表达广告的主题。广告要素的安排须突出重点,有主有次,不能均等对待。凡是用以吸引读者注意及兴趣的要素,都应置于版面的显著位置,以能立即抓住读者的视线为佳。广告编排设计的形式要独具格调,表现出广告的个性。注意广告要素的内在联系,编排设计要做到自然、流畅、连贯、统一,具有强烈的视觉效果。

广告中标题、正文等广告文字,能帮助读者理解广告内容。读者能否有兴趣阅读下去,广告文字的写作技巧固然重要,但广告文字编排方法是否得当,直接关系到广告的效果。既然要用眼睛阅读,视觉作用的重要性,就不能忽视。好的文字编排,不但能提高视觉的注目效果,增加阅读率,同时也构成了整齐美丽的版面,表现了广告的性格。那么如何进行文字编排呢?下面介绍几种方法。

2.1.1 书写形式排列

按汉字书写形式,正文段落开始时“低头”(空两个字),然后依次排列,如图 2-1 所示。这种方法适用于中文。

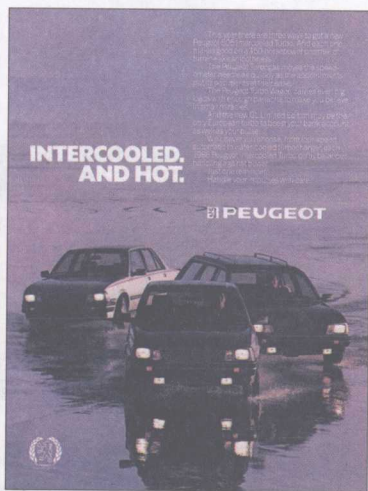


图 2-1 书写形式排列

2.1.2 右齐排列

将正文分行排列,每行右边齐排,左边可以不对齐排,如图 2-2 所示。这种排法,内文较少时可以采用。内文多时,参差不齐的开头会使读者阅读费力,影响广告效果。

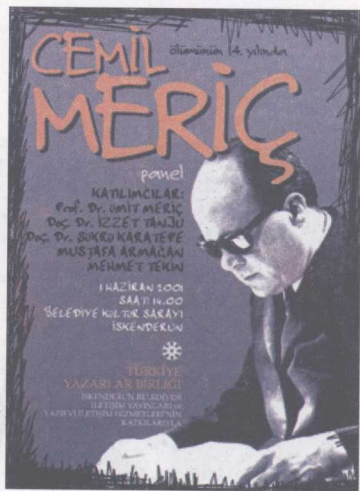


图 2-2 右齐排列

2.1.3 左齐排列

每行的左边齐头，右边不齐，如图 2-3 所示。开头整齐排列，便于读者阅读，是习惯的排列方法。

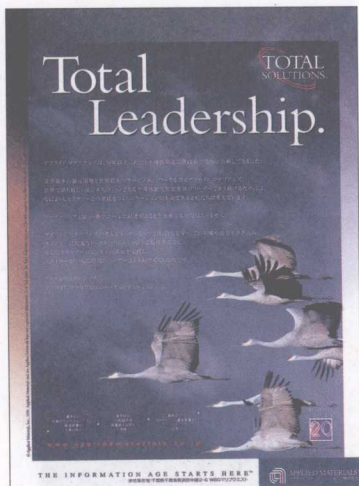


图 2-3 左齐排列

2.1.4 左右对称排列

每行中央假设有一条垂线，把每行文字分为左右相等的两段，使其居中，如图 2-4 所示。

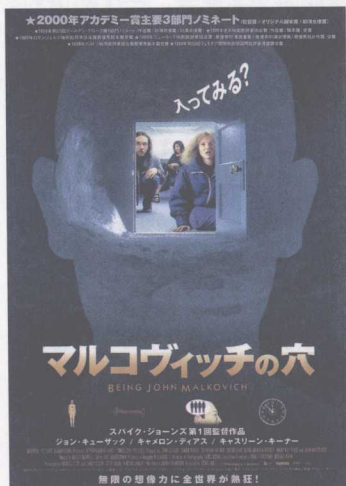


图 2-4 左右对称排列

2.1.5 左齐右齐混合应用

一种是左齐与右齐，齐头一边相邻，如图 2-5 所示。另一种是左齐与右齐，参差的一头相近。左右两部分的中间应留出适当的空隙。



图 2-5 左齐右齐混合应用

2.1.6 每行开头加图形

每行开头加一个小五角星或小圆点等图形，如图 2-6 所示，目的是明确地区分并说明不同商品的种类，或商品的优点及功能。



图 2-6 每行开头加图形

2.1.7 广告正文同商标图形结合

正文排列与商标、图形互相配合，尤其是单独图形在单独放置感觉不平衡时，借用此法可以使图形同文字配合，产生和谐的效果，如图 2-7 所示。



图 2-7 广告与商标图形结合

2.1.8 整齐排列

文字排列时，不论中文、英文都要求齐头齐尾形成方形，如图 2-8 所示。当然，英文齐头齐尾排列时会出现许多分体字。

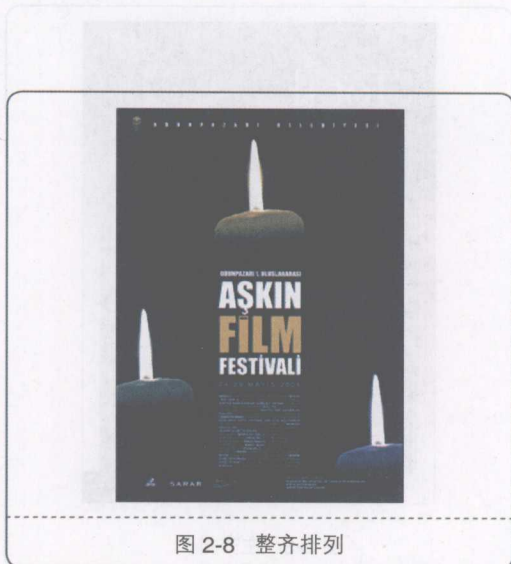


图 2-8 整齐排列

以上是广告文字的几种编排方法。实际运用时究竟采用哪种方法，还要根据广告内容，以及能否与插图相配合来确定。另外，上述排列方法中，因书写形式的限制，有些方法不适用于中文排列，但从探讨的角度出发，在广告正文较少的情况下，不妨试用一下。广告标题有时也借用上述排列方法，有时甚至和正文一起排列，以求效果的统一。

假若正文很长，采用的又是普通的排列方法，怎样才能使重要的正文突出呢？利用下列方法就可以达到目的。

1. 如果广告是彩色的话，重要的内文可以用彩色印出。报纸广告可以采用套红的方法，杂志广告用醒目的颜色即可。
2. 将重要的正文用较大号字体排印，其他部分用较小号字体印刷。也可以将重要的正文用黑体，其他部分用较纤细的字体。
3. 在重要正文一行的下面加印一条有颜色的水平线，以引起读者的重视。

此外，排列正文时注意广告文字横排的数量。中文一般不能超过 20~25 个字，英文不能超过 50~60 个字母。如果文字排列过长，读者就没有耐心和兴趣阅读下去。



2.2 字体位置的意义

根据广告内容的需要，字体在画面中有各种放置形式。字体占据画面的空间位置不同，其意义也不同。如图 2-9 所示，点在空间的位置代表着上升，有轻快的感觉，是愉悦的、适意的。因此，有关表现快乐、高兴、舒适的文字最好排列在这个位置上。