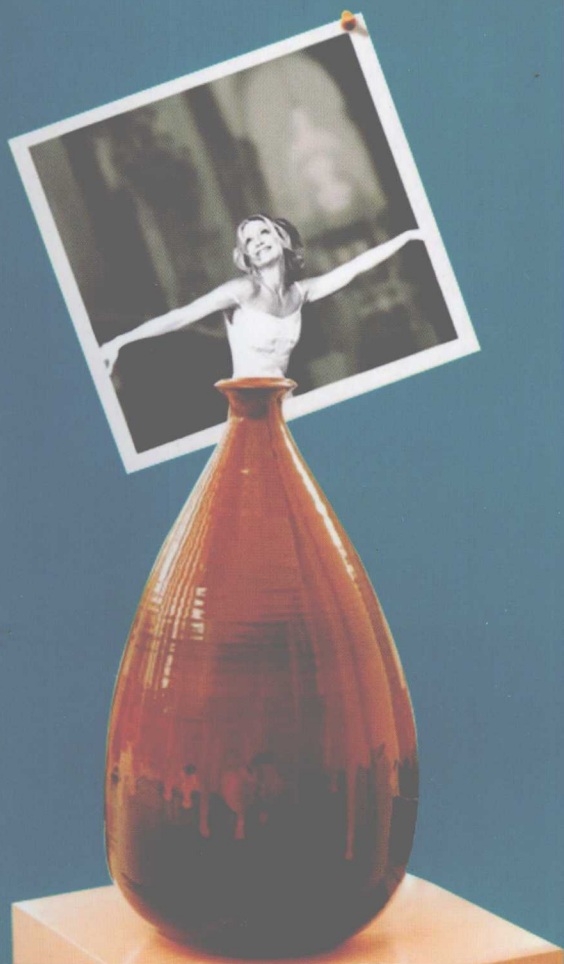




中文版

龙飞主编

本书从平面创意设计师的专业角度出发，采用按图索骥的形式，精心讲解了12种平面广告设计的思路与方法，将商业范例与平面广告完美结合，边学边练，传授设计理论精髓，放送实战技法，使学习者快速成为平面创意设计高手。



典范

Photoshop

CS3

创意设计

完全教程

上海科学普及出版社

典范



中文版

Photoshop

创意设计完全教程

龙飞主编

CS3



上海科学普及出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中文版 Photoshop 创意设计完全教程 / 龙飞主编. — 上海: 上海科学普及出版社, 2008.5

ISBN 978-7-5427-3966-7

I. 中… II. 龙… III. 图形软件, Photoshop — 教材 IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 164365 号

策 划 胡名正

责任编辑 徐丽萍

中文版 Photoshop 创意设计完全教程

龙 飞 主编

上海科学普及出版社出版发行

(上海中山北路 832 号 邮政编码 200070)

<http://www.pspsh.com>

各地新华书店经销

北京市燕山印刷厂印刷

开本 787 × 1092

1/16

印张 19.25

字数 470000

2008 年 5 月第 1 版

2008 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5427-3966-7 / TP · 933

定价: 42.00 元

ISBN 978-7-900448-23-1 / TP · 24 (附赠光盘 1 张)

内 容 提 要

本书既是一本行业范例荟萃手册，更是一本平面广告设计专业图书。全书从房产、汽车、影视、游戏、数码、电子、美容、化工、饮食、金融和酒类 11 个行业着手，结合展板、楼书、看板、片头、网络、画册、报纸、招贴、户外、POP、海报和包装 12 种平面广告，进行了精美的设计和深入的讲解，让读者深刻体会行业与专业的融合和创作。

本书语言简洁、内容精辟、结构清晰、范例典型且大气，是目前 Photoshop 设计领域同质化作品中特色较为突出的优秀之作，读者可以从中感受全新的智慧与魅力！

前言

典范，其意一是典型案例，二是典藏范例。

好的范例如同一瓶好酒，让人回味无穷，沉醉其中。本书的范例都是作者精心选取与制作的典型案例，如同珍藏的精品佳酿，让读者一品芬芳、余“味”绕梁。

Photoshop 以其强大的图像处理功能和简便的操作，当之无愧地成为商业广告设计的首选软件。本书以 Photoshop 的最新版本——Photoshop CS3 作为蓝本，辅以时尚的设计理念，且以专家导航、规格展示、按图索骥和制作分步等体例为驱动，引导读者对各类商业广告进行精彩的设计与制作。

本书相对于市场上的其他 Photoshop 实例书籍，具有以下三大特点：

◆ 全新行业范例荟萃

本书不仅是归纳与总结，更是集成与创新。它荟萃了11个行业的全新范例，分别为：房产行业、汽车行业、影视行业、游戏行业、数码行业、电子行业、美容行业、化工行业、饮食行业、金融行业和酒类行业，使读者的设计视野更宽、角度更广，以后选择行业的空间也会更大。

◆ 多种平面广告设计

本书以平面设计为中心，精心集合了12种平面广告设计，其中6种为热门门类，如展板广告、楼书广告、看板广告、片头广告、网络广告和画册广告，另外6种是常见广告类型，如报纸广告、招贴广告、户外广告、POP广告、海报和包装广告，使读者全面通晓平面广告的各类表现方式，集热门门类与专业广告于一体，将商业广告设计进行到底。

◆ 效果技法倾情奉献

本书将商业范例与平面广告完美结合，利用 Photoshop 图层、路径、通道等十大核心技法精心制作了22个综合广告创意范例，倾心向读者奉献一道道视觉大餐。读者可以参照范例边学边用、边用边学，制作出精美、专业的平面广告效果，迅速成为广告设计高手。

本书结构清晰、讲解详尽、范例典型，采用了按图索骥的讲解方式，不仅适合于广大图像处理人员、广告设计人员、包装设计人员，也适合于各类电脑平面设计培训班、高等美术专业学校等作为辅助教材使用。

本书由龙飞主编，参与编写的还有王惠、杨科研、王茶、张建、贺海霞等多位老师，在此向他们表示诚挚的谢意！由于编写时间仓促，书中难免有疏漏与不妥之处，欢迎广大读者来信咨询和指正，以便再版时加以改进。联系网址：<http://www.china-ebooks.com>。

本书内容所提及与采用的公司及个人名称、优秀产品创意、图片和商标等,均为所属公司或者个人所有,本书引用仅为说明(教学)之用,绝无侵权之意,特此声明。另外,本书中的大部分案例是从零开始的原创制作(有些名称是虚拟的),如有雷同(包括外形、版式与制作过程等),实属巧合。

编者

2008年1月

目
录

Contents >>>

第1章 商业广告行业指导	1
1.1 商业广告的8大构成元素	1
1.1.1 标题	1
1.1.2 正文	2
1.1.3 广告语	3
1.1.4 LOGO(标志)	3
1.1.5 公司名称	4
1.1.6 色彩	4
1.1.7 插图	4
1.1.8 版式	5
1.2 商业广告的9大创意表现手法	9
1.2.1 开门见山	9
1.2.2 强调重点	10
1.2.3 艺术夸张	10
1.2.4 比拟借用	11
1.2.5 生活片段	12
1.2.6 情感突破	12
1.2.7 故弄玄虚	12
1.2.8 幽默表现	13
1.2.9 名人效应	13
1.3 广告媒介的主要特性	14
1.3.1 报纸、杂志媒介的特性	14
1.3.2 广播媒介的特性	14
1.3.3 电视媒介的特性	14
1.4 广告策略的8大类型	14
1.4.1 企业形象广告策略	14
1.4.2 生活信息广告策略	15
1.4.3 人性化广告策略	15
1.4.4 推荐式广告策略	15

1.4.5 象征性广告策略	15
1.4.6 比较性广告策略	15
1.4.7 承诺式广告策略	15
1.4.8 打假式广告策略	15

第2章 Photoshop CS3 概述 16

2.1 基础篇——认识中文版 Photoshop CS3	16
2.1.1 中文版 Photoshop CS3 的工作界面	17
2.1.2 图像文件的基本操作	21
2.1.3 选取颜色的 6 种方法	23
2.1.4 色彩调整	29
2.2 进阶篇——选区与路径的应用	33
2.2.1 选区的应用	33
2.2.2 路径的应用	39
2.3 技术篇——文字的应用	43
2.3.1 输入文字	43
2.3.2 创建文字路径	44

第3章 房产行业 46

3.1 展板篇——星城·城市天地	46
3.1.1 效果赏析——你，就是世界的中央	47
3.1.2 专家导航——色彩定调	47
3.1.3 规格展示——30cm × 22cm	47
3.1.4 按图索骥——制作流程展示	48
3.1.5 制作分步 1：制作花纹背景	49
3.1.6 制作分步 2：添加画面元素	52
3.1.7 制作分步 3：编排文字元素	54
3.2 楼书篇——天籁·星城世家	56
3.2.1 效果赏析——构筑价值 成就精彩	56
3.2.2 专家导航——色彩定调	57
3.2.3 规格展示——28.5cm × 22cm	57
3.2.4 按图索骥——制作流程展示	58
3.2.5 制作分步 1：制作艺术背景效果	59
3.2.6 制作分步 2：添加广告图像元素	62
3.2.7 制作分步 3：编排广告文字元素	64

第4章 汽车行业 66

4.1 看板篇——雅志·D250	66
4.1.1 效果赏析——心看世事变幻 身临知微境界	66

4.1.2 专家导航——色彩定调	67
4.1.3 规格展示——30cm × 15cm	67
4.1.4 按图索骥——制作流程展示	68
4.1.5 制作分步 1: 添加广告杂色背景	68
4.1.6 制作分步 2: 添加外发光效果	71
4.1.7 制作分步 3: 修饰标志图像	73
4.1.8 制作分步 4: 编排文字元素	75
4.2 网络篇——雅志	79
4.2.1 效果赏析——AUTOMOBILE	80
4.2.2 专家导航——色彩定调	80
4.2.3 规格展示——992px × 496px	80
4.2.4 按图索骥——制作流程展示	81
4.2.5 制作分步 1: 制作渐变图像背景	81
4.2.6 制作分步 2: 美化视觉画面	83
4.2.7 制作分步 3: 添加图像元素	87
4.2.8 制作分步 4: 编排文字元素	88
第 5 章 影视行业	90
5.1 预告篇——国际第 5 频道节目预告单	90
5.1.1 效果赏析——星城世家精彩稍后继续	90
5.1.2 专家导航——色彩定调	91
5.1.3 规格展示——30cm × 22.5cm	91
5.1.4 按图索骥——制作流程展示	92
5.1.5 制作分步 1: 制作背景图像	93
5.1.6 制作分步 2: 添加视觉元素	97
5.1.7 制作分步 3: 修饰频道名称	100
5.1.8 制作分步 4: 编排节目预告	103
5.2 片头篇——鼠年元宵喜乐会	104
5.2.1 效果赏析——福满园 2008 鼠年元宵喜乐会	105
5.2.2 专家导航——色彩定调	105
5.2.3 规格展示——30cm × 22.5cm	105
5.2.4 按图索骥——制作流程展示	106
5.2.5 制作分步 1: 制作片头图案背景	107
5.2.6 制作分步 2: 修饰画面元素	107
5.2.7 制作分步 3: 编排样式文字	112
第 6 章 游戏行业	117
6.1 招贴篇——“江湖”游戏广告	117
6.1.1 效果赏析——绝世仙器 锋芒必争	118

6.1.2 专家导航——色彩定调	118
6.1.3 规格展示——17cm × 24cm	118
6.1.4 按图索骥——制作流程展示	119
6.1.5 制作分步 1: 制作人物图像背景	119
6.1.6 制作分步 2: 添加图像元素	120
6.1.7 制作分步 3: 修饰广告文字	123
6.1.8 制作分步 4: 编排文字元素	124
6.2 网络篇——“风云 II”网络宣传片广告	125
6.2.1 效果赏析——巨资打造 切身体验	126
6.2.2 专家导航——色彩定调	126
6.2.3 规格展示——30cm × 22.5cm	126
6.2.4 按图索骥——制作流程展示	127
6.2.5 制作分步 1: 处理素材图像	128
6.2.6 制作分步 2: 制作人物图像背景	130
6.2.7 制作分步 3: 置入图像元素	132
6.2.8 制作分步 4: 制作客户端对话框	134
6.2.9 制作分步 5: 修饰视觉元素	137
6.2.10 制作分步 6: 制作按钮效果	140

第 7 章 数码行业 142

7.1 报纸篇——麦博手机	142
7.1.1 效果赏析——麦博 尽显王者风范	142
7.1.2 专家导航——色彩定调	143
7.1.3 规格展示——25cm × 15cm	143
7.1.4 按图索骥——制作流程展示	144
7.1.5 制作分步 1: 制作质感纹理背景	144
7.1.6 制作分步 2: 添加视觉元素	146
7.1.7 制作分步 3: 编排文字元素	148
7.2 DM 篇——佳能数码相机	149
7.2.1 效果赏析——品质之选 专业拍照	149
7.2.2 专家导航——色彩定调	150
7.2.3 规格展示——29cm × 14cm	150
7.2.4 按图索骥——制作流程展示	150
7.2.5 制作分步 1: 美化背景图案	151
7.2.6 制作分步 2: 修饰图案文字	154
7.2.7 制作分步 3: 编排文字元素	157

第 8 章 电子行业 161

8.1 报纸篇 1——多彩投影仪	161
------------------------	-----

8.1.1 效果赏析——最轻的LCD投影仪	161
8.1.2 专家导航——色彩定调	162
8.1.3 规格展示——24cm × 16cm	162
8.1.4 按图索骥——制作流程展示	163
8.1.5 制作分步1: 制作动感背景图案	163
8.1.6 制作分步2: 添加视觉元素	166
8.1.7 制作分步3: 添加文字元素	169
8.2 报纸篇2——龙辉电脑	173
8.2.1 效果赏析——冰点价格 火热上市	173
8.2.2 专家导航——色彩定调	173
8.2.3 规格展示——24cm × 17cm	173
8.2.4 按图索骥——制作流程展示	174
8.2.5 制作分步1: 制作眩目背景图像	175
8.2.6 制作分步2: 添加图像元素	177
8.2.7 制作分步3: 编排文字元素	179
第9章 美容行业	182
9.1 户外篇——“玉兰油”净化盈润系列	182
9.1.1 效果赏析——像雨露般滋润肌肤	182
9.1.2 专家导航——色彩定调	183
9.1.3 规格展示——25cm × 16.7cm	183
9.1.4 按图索骥——制作流程展示	183
9.1.5 制作分步1: 装饰背景图像	184
9.1.6 制作分步2: 添加视觉元素	187
9.1.7 制作分步3: 编排文字元素	191
9.2 POP篇——“蝶变”整形医院	193
9.2.1 效果赏析——妙曼身材 媚不可挡	193
9.2.2 专家导航——色彩定调	194
9.2.3 规格展示——30cm × 46cm	194
9.2.4 按图索骥——制作流程展示	195
9.2.5 制作分步1: 设计艺术背景	195
9.2.6 制作分步2: 修饰视觉元素	196
9.2.7 制作分步3: 设计标志元素	198
9.2.8 制作分步4: 编排文字元素	201
第10章 化工行业	203
10.1 海报篇——妙洁空气清新剂促销海报	203
10.1.1 效果赏析——空气清新大事件	204
10.1.2 专家导航——色彩定调	204

10.1.3 规格展示——24cm × 36cm	204
10.1.4 按图索骥——制作流程展示	205
10.1.5 制作分步 1: 制作渐变背景效果	205
10.1.6 制作分步 2: 修饰图像元素	207
10.1.7 制作分步 3: 编排文字效果	211
10.2 DM 篇——佳科洗衣机	213
10.2.1 效果赏析——佳科 服务到每一个角落	213
10.2.2 专家导航——色彩定调	214
10.2.3 规格展示——32cm × 15cm	214
10.2.4 按图索骥——制作流程展示	214
10.2.5 制作分步 1: 添加辅助线	215
10.2.6 制作分步 2: 布局 DM 广告 A 页图像	216
10.2.7 制作分步 3: 布局 DM 广告 B 页图像	219
10.2.8 制作分步 4: 布局 DM 广告 C 页图像	223
10.2.9 制作分步 5: 布局 DM 广告 D 页图像	226
10.2.10 制作分步 6: 修饰 DM 广告立体效果	228

第 11 章 饮食行业

11.1 DM 篇——浪漫满屋	232
11.1.1 效果赏析——情浓味浓	232
11.1.2 专家导航——色彩定调	233
11.1.3 规格展示——26cm × 14cm	233
11.1.4 按图索骥——制作流程展示	233
11.1.5 制作分步 1: 制作广告图案背景	234
11.1.6 制作分步 2: 制作图形文字效果	237
11.1.7 制作分步 3: 编排文字元素	241
11.2 POP 篇——“大唐楼”美食	242
11.2.1 效果赏析——西湖醋鱼 66 元	242
11.2.2 专家导航——色彩定调	242
11.2.3 规格展示——20cm × 30cm	243
11.2.4 按图索骥——制作流程展示	243
11.2.5 制作分步 1: 制作广告花纹背景	244
11.2.6 制作分步 2: 布局广告视觉元素	247
11.2.7 制作分步 3: 编排文字元素	248

第 12 章 金融行业

12.1 DM 篇 1——恒信基金	251
12.1.1 效果赏析——时间把握，恒守价值	251
12.1.2 专家导航——色彩定调	252

12.1.3 规格展示——15cm × 21.4cm	252
12.1.4 按图索骥——制作流程展示	252
12.1.5 制作分步 1: 制作杂色纹理背景	253
12.1.6 制作分步 2: 制作广告图形元素	254
12.1.7 制作分步 3: 制作企业标志与名称	258
12.1.8 制作分步 4: 编排文字元素	260
12.2 DM 篇 2——中国发展银行	261
12.2.1 效果赏析——一生的财富 由发展开启	261
12.2.2 专家导航——色彩定调	261
12.2.3 规格展示——15cm × 18.7cm	262
12.2.4 按图索骥——制作流程展示	262
12.2.5 制作分步 1: 制作背景效果	263
12.2.6 制作分步 2: 制作企业名称	265
12.2.7 制作分步 3: 编排文字元素	266

第 13 章 酒类行业

13.1 画册篇——湖南融科湘泉葡萄酒	269
13.1.1 效果赏析——悠悠岁月酒 滴滴湘泉情	269
13.1.2 专家导航——色彩定调	270
13.1.3 规格展示——30cm × 22cm	270
13.1.4 按图索骥——制作流程展示	270
13.1.5 制作分步 1: 美化画册 A 页背景图案	271
13.1.6 制作分步 2: 布局画册 A 页视觉元素	273
13.1.7 制作分步 3: 修饰画册 B 页背景图案	275
13.1.8 制作分步 4: 完善画册立体图像效果	279
13.2 包装篇——“帝王”保健酒包装	280
13.2.1 效果赏析——帝王至尊	280
13.2.2 专家导航——色彩定调	280
13.2.3 规格展示——30cm × 22cm	280
13.2.4 按图索骥——制作流程展示	281
13.2.5 制作分步 1: 制作包装正面背景图像	282
13.2.6 制作分步 2: 布局包装视觉元素	284
13.2.7 制作分步 3: 编排包装文字元素	287
13.2.8 制作分步 4: 完善包装立体效果	289

第1章 商业广告行业指导

所谓广告,从字面意思上理解就是“广而告之”,即向公众通知某一件事,或劝告大众遵守某一规定。但这并不是广告的定义,而是对广告的一种广义解释,这说明广告是向大众传播信息的一种手段。从狭义上解释,广告是一种宣传。“广告”一词,据考证是一个外来语,它源于拉丁文的ADA verture,意思是吸引注意力。



1.1 商业广告的8大构成元素



一个商业广告由诸多要素构成,这些要素在整个广告版面中起着不同的作用。无论是报纸广告、杂志广告还是招贴广告,全面地归纳其构成要素,都必须具备标题、正文、广告语、标志、公司名称、色彩、插图和版式这8个要素。

1.1.1 标题

标题是表达广告主题的文字,应具有吸引力,能引起读者注目,并能引导读者阅读广告正文,观看广告插图。标题是画龙点睛之笔,它不一定是一个完整的句子,却是广告文字中



最重要的部分。因此，标题要用较大号的文字，要安排在广告画面中最醒目的位置，应注意配合插图造型的需要，运用视觉引导，使读者的视线从标题自然地 toward 插图和正文转移。如图 1-1 所示的“快的信息”和“荣耀，从来超越时代”就是广告的标题。



图 1-1 广告的标题

1.1.2 正文

广告正文是说明广告内容的文本，基本上是对标题的发挥和诠释。广告正文详尽叙述事实，从而使读者心悦诚服地走向广告宣传的目标。广告正文文字应集中，一般都安排在插图的左右或上下方。如图 1-2 所示的插图下方的文字就是广告的正文。



图 1-2 广告的正文

1.1.3 广告语

广告语就是配合广告标题、正文，加强商品形象的短句。其特点是言简意赅、顺口易记，并且要反复使用，真正使其成为“文章标志”、“言语标志”，如“有山必有路，有路必有丰田车”等。需要注意的是，广告语与标题的性质不同，在设计时可以放置在版面的任何位置。如图1-3所示的图像左侧的文字“大雅宅第·诗意人生”就是广告语。



图1-3 广告语

1.1.4 LOGO (标志)

LOGO有商品标志和企业形象标志两类。标志是广告对象借以识别商品或企业的主要符号。在广告设计中，标志不是广告版面的装饰物，而是重要的构成要素。在整个广告版面中，标志造型最单纯、最简洁，其视觉效果最强烈，在一瞬间就能被识别，并能给消费者留下深刻的印象，如图1-4所示的佳能产品广告中的标志。



图1-4 佳能产品广告

1.1.5 公司名称

公司名称可以让广告对象认识公司或指引广告对象到何处购买广告所宣传的商品，一般都安排在广告版面下方较次要的位置，也可以和商标配置在一起。公司地址、联系电话、传真等信息可安排在公司名称的下方或左右两侧，但应注意版面的简洁统一、整齐美观。如图 1-5 所示的广告。

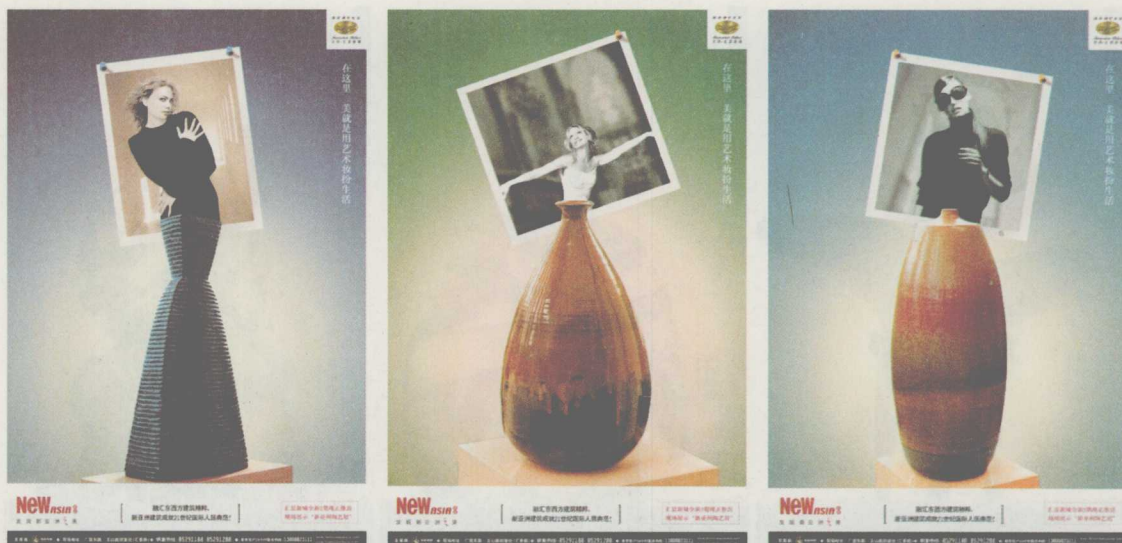


图 1-5 商业广告

1.1.6 色彩

在广告设计中使用色彩，如同为广告版面穿上鲜艳漂亮的衣服，能够增强广告的注目效果。运用色彩的表现力，既可以表达商品的质感、特色，又能美化广告版面，使广告更富有美感，如图 1-6 所示。



图 1-6 广告中的色彩

1.1.7 插图

广告插图是用图形语言来传达被广告对象的信息。插图内容要突出被广告对象的特性，通