

高手过招

CorelDRAW

互动空间 编著

X3

- 文字讲解清晰易懂，简繁得当
- 实例丰富、典型、新颖，可操作性强
- 全新的写作结构，更贴近读者的学习习惯
- 交互式自学多媒体光盘，使学习更加轻松愉悦

图形设计艺术



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
<http://www.phei.com.cn>

高手过招

CorelDRAW X3 图形设计艺术

互动空间 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以目前流行的矢量图形设计与制作软件CorelDRAW X3为平台,从实际应用的角度出发,以实例讲解的形式将软件使用技能与设计艺术手法完美结合在一起,特邀了业内专家对经典实例进行解析、指导和点评,从专业的角度介绍了经典实例的设计思路、制作流程和制作技巧。读者不仅可以从中学习软件的使用方法,还能学习前卫的设计思想和设计理念,以及宝贵的设计经验。

本书分为两大部分共11章,第一部分主要介绍有关图形设计与制作方面的基础知识,包括了图形设计的构图和色彩基础与CorelDRAW X3软件的基本操作等;第二部分是技能大比拼部分,主要通过经典实例设计的讲解和练习让读者学会熟练使用CorelDRAW X3进行各种图形设计,这部分包括绘制卡通形象、绘制插画、实物造型、标志设计、卡片设计、广告设计、包装设计、书籍装帧设计和VI设计等内容。

本书内容全面、结构清晰、实用性强,适合平面广告设计、展示设计、服装设计及产品造型等广大爱好者自学,也可作为各大中专相关院校的教材辅导用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

CorelDRAW X3图形设计艺术 / 互动空间编著. —北京: 电子工业出版社, 2008.3
(高手过招)

ISBN 978-7-121-05554-6

I. C… II. 互… III. 图形软件, CorelDRAW X3 IV. TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第191391号

责任编辑: 牛 勇 贾 莉

印 刷: 北京市通州大中印刷厂

装 订: 三河市鹏成印业有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编: 100036

开 本: 787×1092 1/16

印张: 27

字数: 743千字

彩插: 1

印 次: 2008年3月第1次印刷

定 价: 49.00元(含光盘一张, ISBN 978-7-900240-05-7)

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlt@sphai.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbqq@sphai.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言



无论是初学者，还是具有一定软件基础的读者，都迫切希望买到一本适合自己学习的书。通过这本书，可以快速掌握软件的典型功能和核心技术，使自己的实战水平得到长足的提高。正是从此需求出发，我们组织了多位经验丰富的教师和专业设计人员经过精心策划，历时半年时间编写了《高手过招》系列丛书，旨在通过此丛书在最短的时间内把一个初级读者培养成一名业界高手，具备卓越的实际操作能力。

本书特色

本书从实用角度出发，采用“零起点学习软件基础知识，典型实例提高软件操作技能，高手过招体验设计过程”这一写作结构。考虑初学者的具体学习需要，本书首先讲解“软件的典型应用和基础知识”，其次通过“典型实例”详细介绍软件的核心功能和技术要点，然后结合“触类旁通”以边学边练的指导思想充分发挥读者的主观能动性，最后以“巩固与提高”进一步强化所学知识，从而达到举一反三的学习效果。本书以全新的学习结构，科学地展示了初学者从入门到进阶、从提高再到精通的教学模式，快速提高读者的学习效率。

走进艺术殿堂

本部分从艺术的角度出发，引导初学者快速了解必备的软件基础知识，包括必备的基本概念、理论知识以及实用的软件操作技能。

技能大比拼

本部分结合软件典型功能与核心技术要点，用典型实例的制作过程全面剖析软件在实际工作中的运用。本部分按“基础及要点”、“典型实例”、“触类旁通”、“知识点评”和“巩固与提高”结构引导读者进行学习。

基础及要点： 精辟地介绍软件的典型功能和核心技术要点，让读者快速掌握软件在实际工作中的应用技巧和使用方法。

典型实例： 针对软件典型功能和核心技术，详细介绍软件在典型实例中的使用方法，快速引导读者具备驾驭软件的能力。另外，在典型实例的制作过程中，贯穿着作者多年积累的大量制作技巧和经验。

触类旁通： 学习是为了应用，“触类旁通”不仅提高读者的应用和变通能力，还为读者提供了一个边学边练的机会，深入提高应用水平，巩固所学知识。

知识点评： 针对初学者在典型实例制作过程中遇到的一些技术知识点进行“查漏补缺”，这里不只是软件功能相关技术的点评，还有设计思想的点评。

巩固与提高： 通过前面学习的知识，为了让读者能够真正学以致用，我们精心安排了上机作业，旨在让读者快速上手，提高软件操作技能。

高手过招

本部分不是像一般实例图书那样进行简单解析,而是从实际应用的角度出发,集众多设计师的设计智慧和设计经验于一体,然后根据自己的方案设计出独特的作品。最后的“高手点评”对本作品涉及到的相关技术进行总结,从而提高读者的整体设计水平。这样的案例剖析方法真正做到了集实用性、代表性和典型性于一身,读者因此可以从中集众名师之长,取精华为己用。

配套多媒体光盘

本书配套的多媒体教学光盘不仅包括书中典型实例的制作视频演示教程,还提供了本书所有实例的源文件与素材,大大方便了读者的学习和使用。

本书作者

本书由互动空间工作室策划与组稿,主要作者是长期从事相关领域教育的教师和一线专业设计人员。由于水平有限,疏漏之处在所难免,敬请读者指正。

目 录

第1章 走进艺术殿堂	1
1.1 图形设计构图基础.....	2
1.2 图形设计色彩基础.....	4
1.2.1 色彩的分类.....	4
1.2.2 三原色.....	5
1.2.3 色彩的要素.....	5
1.2.4 色彩的“性格”	6
1.2.5 色彩的联想.....	8
1.2.6 色彩的特性.....	8
1.3 巩固与提高.....	10
第2章 走进CorelDRAW X3	11
2.1 初识CorelDRAW X3绘图软件.....	12
2.1.1 CorelDRAW X3简介	12
2.1.2 CorelDRAW X3的主界面	12
2.2 CorelDRAW X3中的基本概念.....	15
2.2.1 矢量图与位图	15
2.2.2 色彩模式	17
2.3 CorelDRAW X3基本操作.....	19
2.3.1 文件基本操作	19
2.3.2 版面设置	22
2.4 CorelDRAW X3中的常用绘图工具.....	24
2.4.1 绘制矩形	24
2.4.2 绘制椭圆	26
2.4.3 绘制多边形.....	29
2.4.4 绘制星形	29
2.4.5 绘制复杂星形	29
2.4.6 绘制螺纹	30
2.4.7 手绘工具	31
2.4.8 贝塞尔工具.....	32
2.5 CorelDRAW X3填色工具	33
2.5.1 使用调色板填色	33
2.5.2 自定义标准填充	34
2.5.3 【颜色】泊坞窗	36
2.5.4 使用吸管工具和油漆桶工具进行填充.....	37
2.5.5 图案填充	37
2.5.6 底纹填充	38
2.5.7 PostScript底纹填充	39
2.6 巩固与提高.....	39

第3章 技能大比拼——卡通形象设计	41
3.1 卡通形象设计要点	42
3.2 典型实例	42
3.2.1 绘制卡通猪	42
3.2.2 绘制卡通人物	52
3.2.3 绘制小狮子	63
3.3 触类旁通	68
3.3.1 绘制QQ形象	69
3.3.2 绘制青蛙	72
3.4 知识点评	74
3.5 巩固与提高	79
第4章 技能大比拼——插画设计	80
4.1 插画设计要点	81
4.2 典型实例	81
4.2.1 少女与鸟	81
4.2.2 绘制椰树	91
4.2.3 时尚女郎	97
4.3 触类旁通	125
4.4 知识点评	128
4.5 巩固与提高	134
第5章 技能大比拼——实物造型	136
5.1 实物造型要点	137
5.2 典型实例	137
5.2.1 绘制U盘	137
5.2.2 绘制显示器	149
5.2.3 绘制手机	154
5.2.4 绘制面具	179
5.3 触类旁通	205
5.3.1 绘制软盘	205
5.3.2 绘制记事本	208
5.4 知识点评	210
5.5 巩固与提高	212
第6章 技能大比拼——标志设计	214
6.1 标志设计要点	215
6.1.1 标志的概念	215
6.1.2 标志的符号形式	215
6.1.3 标志的设计原则	215
6.2 典型实例	216
6.2.1 酒店标志设计	216
6.2.2 化妆品标志设计	222
6.2.3 电池标志设计	225
6.3 触类旁通	228
6.3.1 贸易公司标志设计	229

6.3.2	房产公司标志设计	230
6.3.3	眼镜店标志设计	231
6.4	知识点评	233
6.5	巩固与提高	236
第7章	技能大比拼——卡片设计	237
7.1	卡片设计要点	238
7.2	典型实例	238
7.2.1	公司卡片设计	239
7.2.2	邀请卡设计	245
7.2.3	贵宾卡设计	251
7.2.4	充值卡设计	255
7.3	触类旁通	267
7.3.1	商品标价卡设计	267
7.3.2	贺年卡设计	269
7.4	知识点评	272
7.5	巩固与提高	273
第8章	技能大比拼——广告设计	275
8.1	广告设计要点	276
8.1.1	广告的分类	276
8.1.2	平面广告的创意	276
8.1.3	平面广告的构成要素	276
8.2	典型实例	277
8.2.1	公益广告设计	277
8.2.2	MP3广告设计	285
8.3	触类旁通	290
8.4	知识点评	293
8.5	巩固与提高	295
第9章	技能大比拼——包装设计	297
9.1	包装设计要点	298
9.1.1	包装设计定义	298
9.1.2	包装设计的构成要素	298
9.2	典型实例	299
9.2.1	袋装设计	299
9.2.2	罐装设计	304
9.2.3	盒装设计	313
9.3	触类旁通	329
9.4	知识点评	332
9.5	巩固与提高	334
第10章	技能大比拼——书籍装帧设计	335
10.1	书籍装帧设计要点	336
10.1.1	书籍装帧设计三要素	336
10.1.2	宣传册设计	336
10.2	典型实例	337

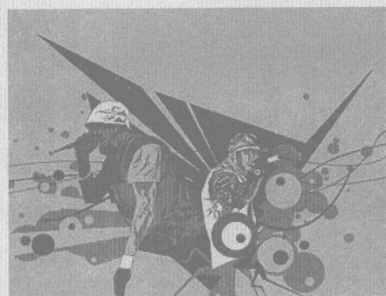
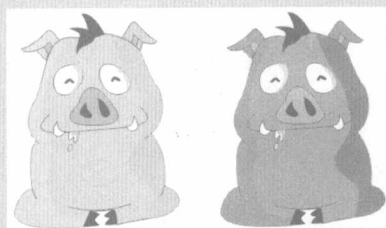
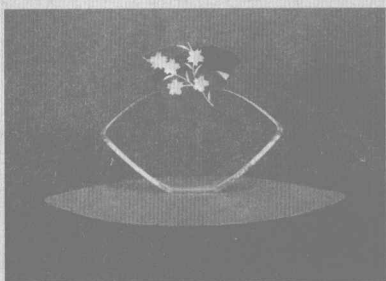


10.2.1	化妆品宣传册设计.....	337
10.2.2	小说封面设计.....	355
10.3	触类旁通.....	370
10.4	知识点评.....	374
10.5	巩固与提高.....	378
第11章	技能大比拼——VI设计.....	380
11.1	VI设计要点.....	381
11.1.1	什么是VI.....	381
11.1.2	标志的基本概念.....	381
11.2	典型实例.....	382
11.2.1	标志与模板设计.....	382
11.2.2	名片设计.....	395
11.2.3	工作证设计.....	397
11.2.4	信封设计.....	400
11.2.5	信笺设计.....	402
11.2.6	参观卡设计.....	404
11.2.7	员工制服设计.....	407
11.2.8	导视牌设计.....	412
11.2.9	入门提示牌设计.....	415
11.3	触类旁通.....	417
11.3.1	门牌设计.....	417
11.3.2	胸牌设计.....	419
11.4	知识点评.....	420
11.5	巩固与提高.....	422

Chapter

走进艺术殿堂

在进行图形设计和平面设计之前，我们需要掌握平面广告编排的画面构成和色彩的基础等知识。



1.1 图形设计构图基础

平面制作是在平面设计思想的指导下,对图形、文字和色彩等要素进行处理,将它们合理、清晰、完整地编排在一起,解决好画面的形与空间、文字与图形、图形与图形,以及图形与色彩间的关系,提供可读性强而又新颖的信息载体,以达到平面创意的目的的一项工作。



我知道,平面设计其实就是图形、文字与色彩的编排,其中,画面构图是非常重要的,能介绍一下常用的一些构图方式吗?



可以,构图和色彩是平面设计的核心,完美的构图是设计优秀的平面作品的关键。平面设计的画面构图一般有以下几种形式。

1. 水平型

水平型构图可让视线左右流动,具有平稳感,是一种平静的构成形式,如图1-1所示。

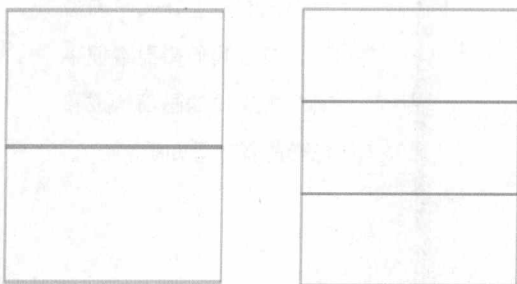


图1-1 水平型

2. 垂直型

垂直型构图可让视线由上至下流动,具有安定感,是一种稳定的构成形式,如图1-2所示。

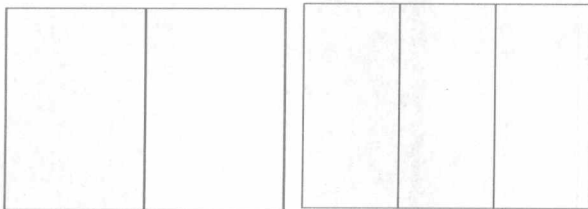


图1-2 垂直型

3. 倾斜型

倾斜型构图具有运动感,视线依倾斜角度由上至下或由左至右流动,是一种极生动、极

活跃的构成形式，如图1-3所示。

4. 流线型

流线型构图常以S形或反S形为主，视线按照流线方向流动，形式感强、节奏优美，如图1-4所示。

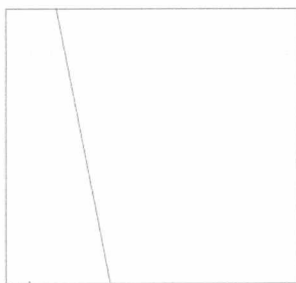


图1-3 倾斜型

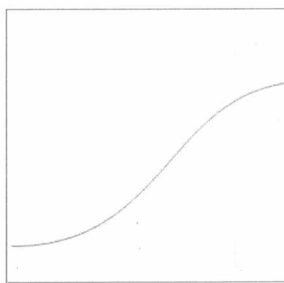


图1-4 流线型

5. 交叉型

交叉型构图有水平垂直交叉和倾斜交叉两种，如图1-5所示。水平垂直交叉兼有水平和垂直两种构成形式的特点，较稳定；倾斜交叉具有倾斜构成的特点，但比倾斜构成稳定。

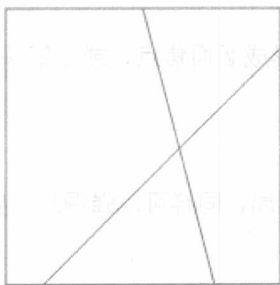
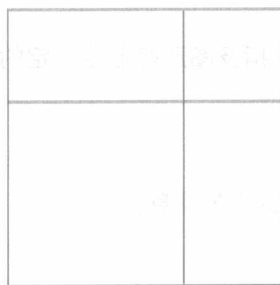


图1-5 交叉型

6. 对称型

对称型构图的画面依据一条中轴线呈现左右、上下或倾斜对称，是一种平衡稳定的构成，如图1-6所示。

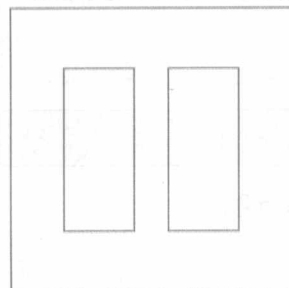


图1-6 对称型



7. 圆型

圆型构图是一种较特殊的构成形式，画面构成要素围绕一个圆形分布，具有圆满稳定的视觉效果，如图1-7所示。

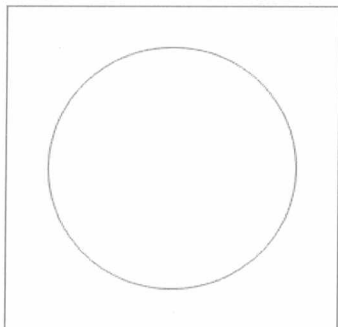


图1-7 圆型

8. 散点型

散点型构图适用于广告内容比较多的画面构成，视线可根据构成情况，产生不同的流动形式，是一种平衡稳定的构成形式。

9. 指向型

用标题与图形指向广告的主要内容形成版面焦点，或让箭头、手指及图形等形成一定的指向形，以强调广告的主要要素。

10. 重复型

广告构成要素按照相同的方式进行布局，同样可以强调某一要素的广告信息。

11. 空白型

图形置于版面某一点，四周留出大块空白，标题、文案编排紧凑。

1.2 图形设计色彩基础

五彩缤纷的色彩充斥着我们的生活，颜色的选择对图形设计的成败有很大的影响。为了在图形设计时灵活、巧妙地运用色彩，就需要对色彩进行研究。

1.2.1 色彩的分类

一般情况下，我们把色彩分为两大类，无彩色系色彩和有彩色系色彩。



无彩色系与有彩色系的区别是什么呢？



无彩色系包括黑、白及各种明度的灰，如图1-8所示，除去这些以外的其他色彩，都属于有彩色系，如图1-9所示的黄、红、绿。

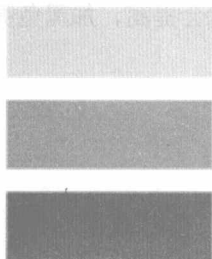


图1-8 无彩色

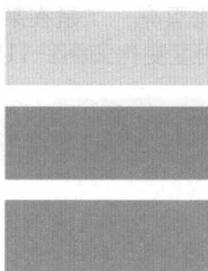


图1-9 有彩色

1.2.2 三原色

光学上把太阳光分解为红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七色光谱。用红、绿、蓝三色光进行混合，可以产生出七色光谱中的其他四色以及更多的色光，因此，色彩学上把这三个不能由其他色彩合成的色彩红（R）、绿（G）、蓝（B）称为三原色，如图1-10所示。

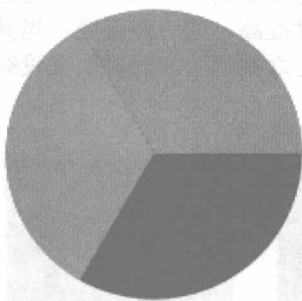


图1-10 三原色



色彩学上的三原色与物理上的三原色有什么不同呢？



物理三原色是指红、黄、蓝三种颜色。

1.2.3 色彩的要素

明度、色相和纯度是色彩的三要素，这三个要素是有彩色系的色彩都具有的，无彩色系只具有明度这个要素。



1. 明度

明度是指颜色的明暗或深浅程度，即颜色的相对色调或明暗程度，通常也称为亮度或光度。色彩的明度变化一般有两种情况，一是不同色相之间的明度变化，如白比黄亮、黄比橙亮、橙比红亮、红比紫亮、紫比黑亮；二是在某种颜色中加白色，亮度就会提高，加黑色亮度就会降低。无彩色系色彩的明度变化如图1-11所示。



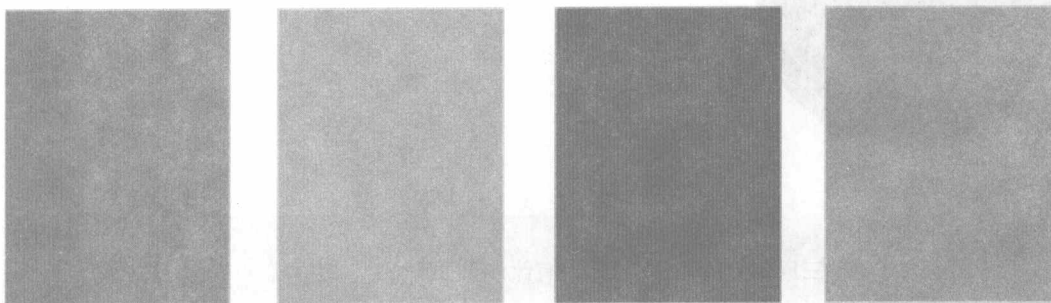
图1-11 无彩色系色彩的明度

2. 色相

色彩的“相貌”特征。自然界中色彩的种类很多，色相指色彩的种类和名称，如红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等颜色，在可见光谱中，人的视觉能够感受到这些具有不同特征的色彩，并为这些可以相互区别的色彩定下称谓，就形成了色相的概念。正是由于色彩具有这种具体相貌的特征，人们才可以感受到五彩缤纷的客观世界。

3. 纯度

纯度是色彩的鲜艳程度，也叫饱和度，是指某一色彩中所含该种色素成分的多少。原色是纯度最高的色彩，颜色混合的次数越多，纯度越低，反之，纯度越高。例如，当在红色中混入白色时，虽然它具有红色相的特征，但它的纯度降低，明度提高，成为淡红色；当其中混入黑色时，纯度和明度都降低，成为暗红色；当它混入明度与之类似的灰时，明度没有改变，但纯度降低，成为灰红色，如图1-12所示。



红色（原色）

加白色

加黑色

加灰色

图1-12 色彩的纯度变化

1.2.4 色彩的“性格”



在设计中，色彩的应用是非常重要的，不同颜色有着不同的“性格”，能详细介绍一下吗？



可以。不同的色彩会带给人不同的感受，这种直观的刺激会影响我们的感受和情绪。下面我们以几种主要的色彩为例进行说明。

白色：白色光是全部可见光均匀混合而成的，称为全色光。白色是阳光的色，是光明色的象征。白色明亮、干净、卫生、畅快、朴素、雅洁，在人们的感情上，白色比任何颜色都清静、纯洁。但白色如果使用不当，也会带给人虚无和凄凉的感觉。

黑色：从理论上讲，黑色即无光，是无色的色。在生活中，只要光照弱或物体反射光的能力弱，都会呈现出相对黑色的面貌。黑色对人们的心理影响可分为两种，一种是消极的影响，例如在漆黑之夜或漆黑的地方，人们经常会失去方向，产生阴森、恐怖、烦恼、忧伤、悲痛、沉睡、绝望甚至死亡的印象；另一种是积极的影响，黑色让人得到休息，代表安静、沉思、坚持和考验，显得庄重、严肃、刚正和坚毅。有时，黑色也会带给人捉摸不定、神秘莫测、阴谋和耐脏的感觉。黑色的表现效果如图1-13所示。

灰色：介于黑与白之间，属于中等明度、无彩度或低彩度的色彩。它有时能给人以高雅、含蓄和耐人寻味的感觉。但是如果使用不当，也很容易给人平淡、枯燥、单调、沉闷、寂寞和颓丧的感觉。灰色的表现效果如图1-14所示。

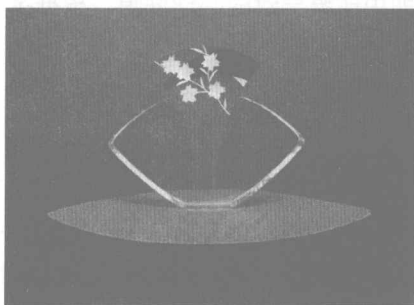


图1-13 黑色的“性格”



图1-14 灰色的“性格”

红色：红色象征欢乐和喜庆，它最容易引起人的注意，让人兴奋、激动、紧张。红色同时也给视觉以迫近感和扩张感，给人艳丽、芬芳、青春、富有生命力、饱满、成熟和富有营养的印象。

黄色：黄色是有彩色系中最明亮的色彩，能给人留下明亮、辉煌、灿烂、愉快、亲切和柔和的印象，同时也给人以甜美和香酥的感觉。

橙色：橙色的波长介于红与黄之间，在所有色彩中，橙色是最暖的色彩。橙色是能引起食欲的颜色，给人一种香甜而又略带酸味的感觉。同时橙色也能给人华丽、明亮和健康的印象。

绿色：人们的视觉对绿色反应最平静，绿色是眼睛最适应的色彩。绿色是植物的色彩，予人丰饶、充实、平静与希望。

蓝色：蓝色是博大的色彩，是天空和大海的颜色，同时蓝色也是最冷的色。蓝色能让人感到平静、崇高、深远、纯洁、透明与智慧。

紫色：紫色给人高贵、优越、奢华、幽雅、流动或不安的感觉，灰暗的紫色容易给人伤痛和疾病的印象，容易带给人忧郁、痛苦和不安的感觉。紫色有时给人以压迫感，并且因对比的不同，时而富有威胁性，时而又富有鼓舞性。当紫色以色域形态出现时，便很可能带给人恐怖的感觉，紫红色更是如此，如图1-15所示。

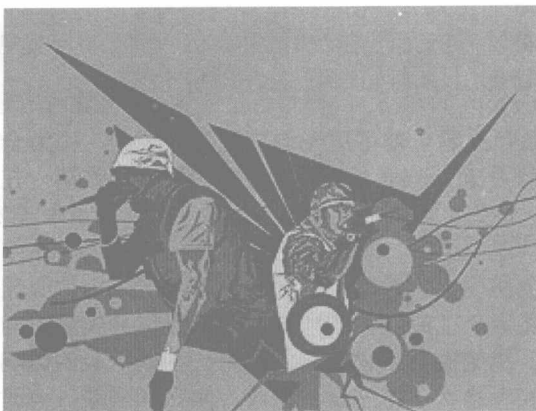


图 1-15 紫色的“性格”

1.2.5 色彩的联想

由色彩直接性感受派生出的另一种更为强烈的感受，即由印象导致的心理联想，根据某种心理刺激，以联想为媒介，产生的感受是间接性的心理感受。色彩的联想分为具体的联想和抽象的联想两种。

具体的联想是指看到某种色彩，引起对某种事物的联想。看到绿色，想到树叶、草地；看到蓝色，想到海洋、天空；看到红色，想到太阳、血、火焰；看到黑色，想到黑暗、墨；看到白色，想到雪、光明。

抽象的联想是指看到某种色彩，不是联想到某种事物，而是联想到抽象的概念。如看到红色想到热情或危险；看到黑色想到恐惧、死亡；看到黄色想到明快、希望；看到绿色想到永恒、新鲜、和平；看到紫色会想到高尚、古朴和优雅。

1.2.6 色彩的特性

了解了色彩带给人的心里感受和色彩的联想后，下面我们认识一下色彩的特性。

1. 色彩的冷暖

冷色与暖色是依据心理感受对色彩的物理性分类。波长长的红光和橙、黄色光，有暖和的感觉；波长短的紫色光、蓝色光和绿色光，有寒冷的感觉。

色彩的冷暖感觉并非来自物理上的真实温度，而是与我们的视觉和心理联想有关。人们在日常生活中既需要暖色，又需要冷色，在色彩的表现上也是如此。

冷色与暖色还会给人带来其他的一些感受，例如重量感和湿度感等，比如暖色偏重，冷色偏轻；暖色有密度大的感觉，冷色有稀薄的感觉；冷色显得湿润，暖色显得干燥；冷色的透明感更强，暖色的透明感较弱；冷色有很远的感觉，暖色则有迫近感，如图1-16所示。

2. 色彩的膨胀与收缩

图1-17所示为两个一黑一白而面积相等的正方形，我们可以发现大小相等的正方形，由于各自的表面色彩相异，给人面积不等的感觉。白色正方形似乎较黑色正方形的面积大。这