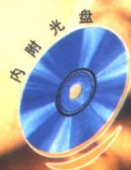




Photoshop



Photoshop

平面广告创意与设计

刘小伟 编著



清华大学出版社

Photoshop 平面广告创意与设计

刘小伟 编著

清华大学出版社

内 容 简 介

本书重点讲述了 Photoshop 7.0 在平面广告设计领域的应用。全书先简要介绍 Photoshop 7.0 的基本操作,然后以一家电器公司为背景,通过大量的广告制作实例,系统介绍了 VI(视觉识别系统)、报纸广告、杂志广告、户外广告、交通广告、POP 广告、招贴、海报、传单广告、网络广告和票证广告的基本常识和创意以及设计方法。

全书坚持广告基础、广告设计理念、Photoshop 图像处理和设计技巧并重,理论、操作、提高并举,具有很强的实用性和可操作性。本书附带光盘中提供了全书各个实例的素材图像和 PSD 格式的效果图。

本书可供各类电脑广告从业人员和电脑平面设计爱好者学习使用,也可作为相关学校及培训班的教材。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

书 名: Photoshop 平面广告创意与设计

作 者: 刘小伟 编著

出 版 者: 清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

责任编辑: 庾 永

印 刷 者: 北京密云胶印厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787×1092 1/16 印张: 21.5 彩插: 4 字数: 491 千字

版 次: 2002 年 11 月第 1 版 2003 年 1 月第 2 次印刷

书 号: ISBN 7-900643-74-5

印 数: 5001~7000

定 价: 29.00 元(附光盘)

TP391.41
263D

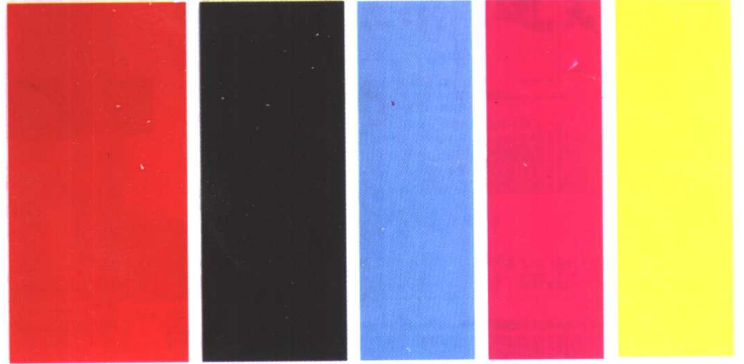


M100Y100

C100

M100

Y100

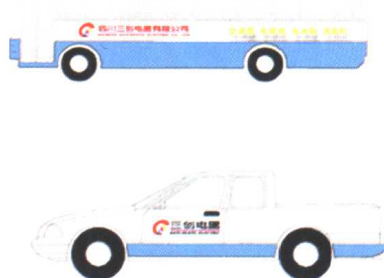
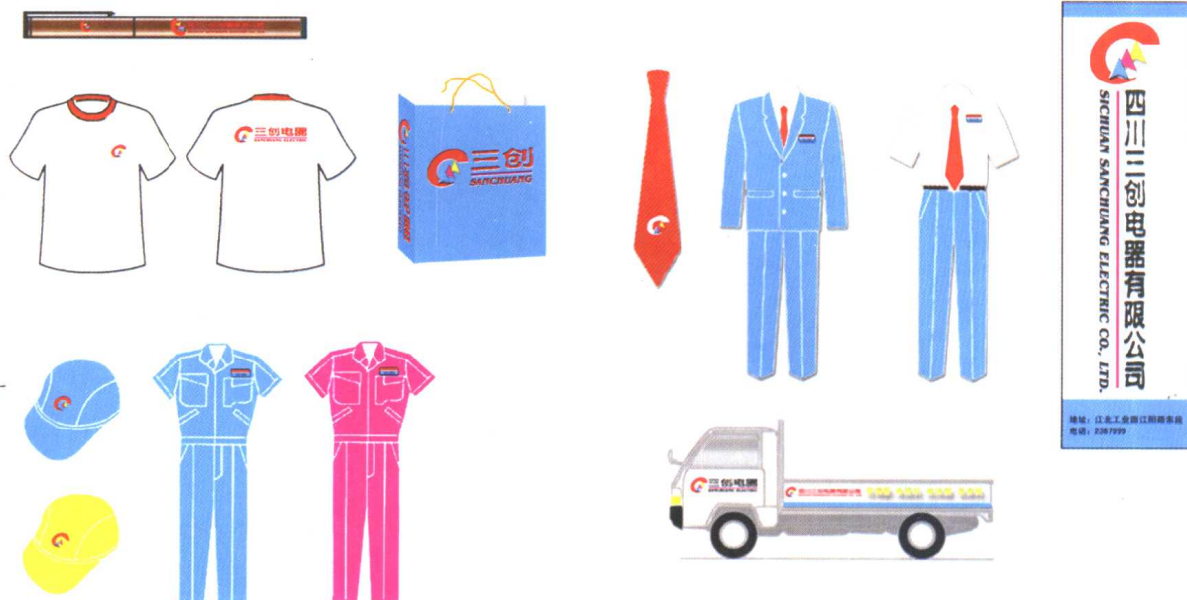


VI 基本要素及其组合

北方工业大学图书馆



00526062



VI 应用要素



Hello!
绝对利好

三创7月送大礼

从2002年7月1日至7月31日
凡在三创专卖店或本次活动指定零售处
购买任何一台三创品牌者

- 获赠三创HC-49356电话机一台
- 购买任何一套三创电视机者
- 获赠三创HC-64电风扇一台
- 购买任何一套三创冰箱者
- 获赠D-28豪华型电饭锅一只

礼品有限 先买先得 送完为止

本次活动解释权归三创电器有限公司市场部

三创电器
SANCHUANG ELECTRIC

单色报纸广告

绿色自然风



四川三创电器有限公司
SICHUAN SANCHUANG ELECTRIC CO., LTD.

套红报纸广告

纯平绿色 恩赐“上帝”



29Y6 25G7 21R5

三创电器
SANCHUANG ELECTRIC

彩色报纸广告

新品 全面出击

精雕细琢 全面出击



三创
SANCHUANG

1406 21R5 25G7 29Y6

四川三创电器有限公司
SICHUAN SANCHUANG ELECTRIC CO., LTD.

单色杂志广告

我们期望
“舒适出风设计”
迅速而来!



2002倾力奉献

真情系列 家用分体式空调

- ✓ 独立除湿功能
- ✓ 辅助电加热系统
- ✓ 定时开关机
- ✓ 应急运转功能
- ✓ 可遥控调速方式
- ✓ PGM调速控制风扇电机
- ✓ 感温自动控制
- ✓ 舒适出风设计
- ✓ 自动检测诊断
- ✓ 智能设置
- ✓ 遥控器高过过滤网
- ✓ 电话远程控制

四川三创电器有限公司
SICHUAN SANCHUANG ELECTRIC CO., LTD.

彩色杂志广告



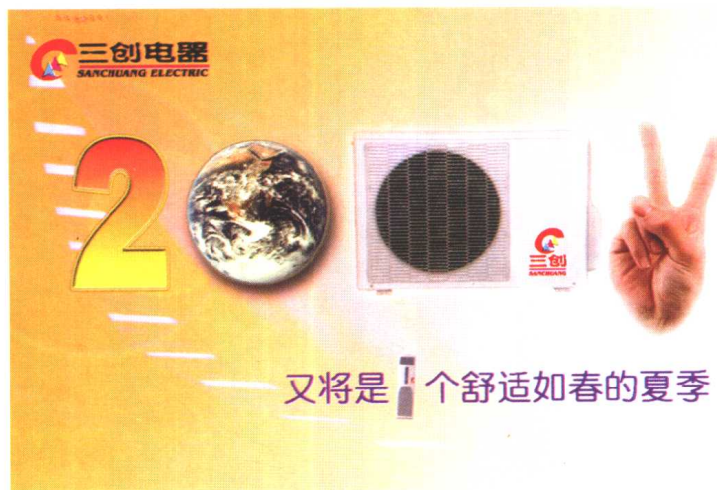
单立柱广告



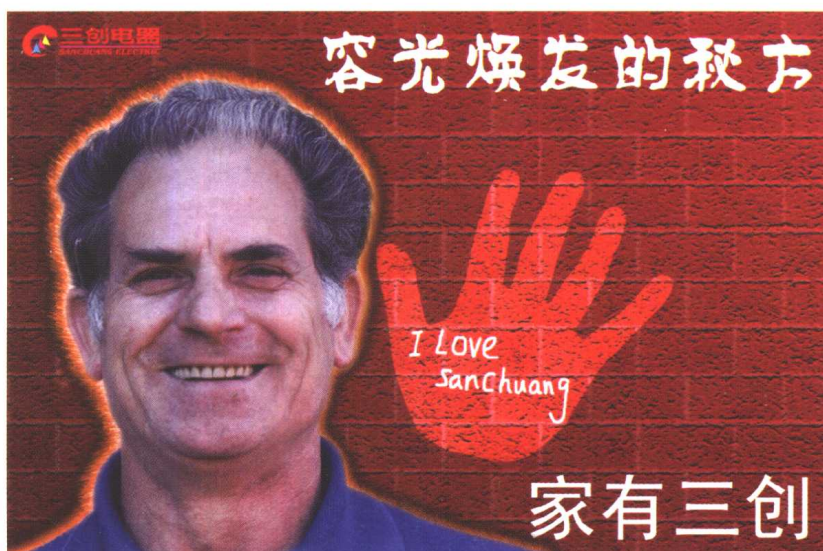
悬挂广告



灯箱广告



射灯广告



候车亭广告



车身广告效果图



地铁广告



火车站售票厅正面楼顶广告



壁面 POP 广告



展示卡



地面立式 POP 广告



吊旗广告效果图



**精诚合作
携手打造**

电视机 电冰箱 洗衣机 空调器 组合音响

三创电器
SANCHUANG ELECTRIC

招贴广告



三创 新时代
绿色空调

空调技术发展潮流

关爱健康 减少污染

客户服务热线 **3721**

详情敬请咨询3721或到专卖店查询

传单广告



海报



动物园门票广告

前 言

当今世界，平面广告无处不在，无孔不入。平面广告已从简单的商品信息传递方式，发展成为包容大量信息的一种文化和产业。特别是电子技术的发展和电子计算机的推广，极大地丰富了平面广告的表现形式和内容，使广告五彩缤纷。一幅优秀的平面广告往往流露出对客户企业文化、市场形象和产品风格的深刻理解，使各层次的消费者都能从作品中领悟到设计者要传达的企业文化、美学思想和哲学思维，完成客户与消费者之间一种多层次、高品位和全方位的沟通。

Photoshop 7.0 是 Adobe 公司推出的优秀的图像处理工具，它在平面图形图像处理方面具有非常杰出的表现，是世界范围内使用最为广泛的图像处理软件之一，在创意设计、广告制作、印刷制版等相关领域占有绝对的主导地位。为了帮助电脑平面设计爱好者和广告设计人员掌握平面广告设计的要领，启发创意，学会借助 Photoshop 来营造出无与伦比的平面广告世界，我们结合已有的经验和实践，组织编写了本书。

本书分为 10 章，第 1 章介绍了 Photoshop 7.0 的基本操作；第 2 章、第 3 章介绍了 VI（视觉识别系统）基本要素和 VI 应用要素的基础知识、创意设计方法和技巧；第 4 章至第 10 章分别介绍了报纸广告、杂志广告、户外广告、交通广告、POP 广告、招贴、海报、传单广告、网络广告和票证广告的基本常识、创意、设计方法与技巧。

本书力求体现以下特色：

▶▶ 实用性

本书将广告常识、设计艺术、Photoshop 7.0 制作技术三者高度统一。正是由于它们的有机结合，才可使读者少走弯路。完整阅读本书并按实例实际上机演练后就能基本步入广告设计制作领域，并具有一定的创意能力。

▶▶ 指导性

本书以一家电器公司为背景，通过大量具体的实例，介绍各类平面广告的特点、创意思考过程、动手制作的操作步骤，使读者既可以掌握知识和技能，循序渐进地认识设计的要领，又能启发创意，把握技巧。

▶▶ 任务驱动

本书采用任务驱动的讲述方法，即将 Photoshop 的大部分具体功能融入实例中讲解。将设计理念与创意同软件的使用相融合，从而真正将读者的想法通过软件的使用来实现。

▶▶ 针对性

Photoshop 具有相当丰富的功能，但是我们不可以也没有必要对它的全部功能了如指

掌，只需做到重点和难点突出，内容够用、实用，能实际问题即可。因此，本书专门针对平面广告设计来介绍学习使用 Photoshop，使整个学习过程有的放矢。

本书主要由刘小伟编写，参加编写的还有李勇、丰世明等。由于本书编写时间仓促，编者水平有限，书中若有疏漏之处，欢迎广大读者和同行批评指正。

编 者

2002 年 8 月

目 录

第 1 章 Photoshop 7.0 应用基础	1
1.1 数字图像基础	1
1.1.1 图像的基本概念	1
1.1.2 色彩模式简介	3
1.1.3 常见的图像文件格式	5
1.2 Photoshop 7.0 的基本操作	6
1.2.1 Photoshop 7.0 的工作界面	6
1.2.2 新建及打开图像文件	9
1.2.3 文件浏览器	10
1.2.4 关闭与保存图像文件	11
1.2.5 颜色的选取	12
1.2.6 图像的显示与控制	14
1.2.7 辅助设计工具的使用	16
1.3 Photoshop 7.0 的主要工具和编辑命令	17
1.3.1 选择工具	17
1.3.2 绘图工具	21
1.3.3 填充工具	25
1.3.4 图像基本编辑命令	27
1.3.5 文字工具	29
1.4 图层通道和路径基础	30
1.4.1 图层	30
1.4.2 通道	33
1.4.3 路径	34
1.5 滤镜简介	36
第 2 章 VI 基本要素设计	39
2.1 视觉识别系统 (VI) 简介	39
2.1.1 企业识别系统简介	39
2.1.2 VI 基本要素系统	41
2.2 标志的设计与制作	43
2.2.1 标志设计的艺术规律	43
2.2.2 标志设计制作实例	46

2.3	标准字体的设计与制作	53
2.3.1	标准字体设计的艺术规律	53
2.3.2	标准字体设计制作实例	55
2.4	标准色的设计与制作	61
2.4.1	标准色设计的艺术规律	62
2.4.2	标准色设计制作实例	62
2.5	标志、标准字体、标准色的组合	63
第 3 章	VI 应用要素设计	65
3.1	VI 应用要素系统概述	65
3.1.1	VI 应用要素系统的主要内容	65
3.1.2	VI 应用要素设计的基本方法	69
3.2	企业办公用品设计	70
3.2.1	名片设计制作	70
3.2.2	信封设计制作	73
3.2.3	信笺设计制作	78
3.2.4	胸牌设计制作	79
3.3	企业宣传用品设计	85
3.3.1	礼品笔设计制作	85
3.3.2	T 恤衫设计制作	87
3.3.3	手提袋设计制作	90
3.4	企业服饰设计	91
3.4.1	领带和制服的设计制作	91
3.4.2	工作服和工作帽的设计制作	93
3.5	其他应用要素的设计	94
3.6	编制 VI 视觉识别手册	96
3.6.1	基本结构体系	96
3.6.2	设计手册编制形式	97
3.6.3	设计手册具体内容	97
第 4 章	报纸广告创意设计	98
4.1	报纸广告的特点	98
4.2	报纸广告的创意技巧	100
4.2.1	报纸广告构成要素	100
4.2.2	广告版面空间	101
4.2.3	报纸广告创意设计要领	102
4.2.4	如何选择报纸做广告	103
4.3	报纸广告创意设计实例	104

4.3.1 单色报纸广告设计实例	104
4.3.2 套红报纸广告设计实例	112
4.3.3 彩色报纸广告设计实例	120
第 5 章 杂志广告创意设计	128
5.1 杂志广告的特点	128
5.2 杂志广告的创意技巧	129
5.3 杂志广告创意设计实例	132
5.3.1 彩色杂志广告创意设计实例	132
5.3.2 单色杂志广告创意设计实例	141
第 6 章 户外广告创意设计	155
6.1 户外广告的类型与特点	155
6.1.1 户外广告媒体类型	155
6.1.2 户外广告的特点	160
6.1.3 户外广告形式的选择	162
6.2 户外广告的创意技巧	163
6.2.1 设计的基本要求	163
6.2.2 户外广告画的创意技巧	163
6.3 户外广告创意设计实例	166
6.3.1 射灯广告牌创意设计	166
6.3.2 单立柱广告创意设计	178
6.3.3 灯箱广告创意设计	185
6.3.4 悬挂广告创意设计	190
第 7 章 交通广告创意设计	195
7.1 交通广告的特点	195
7.1.1 交通广告的传播优势	195
7.1.2 交通广告的主要形式	196
7.2 交通广告创意设计实例	199
7.2.1 候车亭广告创意设计	199
7.2.2 公交车广告创意设计	212
7.2.3 地铁广告创意设计	216
7.2.4 火车站广告创意设计	222
第 8 章 POP 广告创意设计	230
8.1 POP 广告基础	230
8.1.1 POP 广告的产生	230

8.1.2	POP 广告的功能	231
8.1.3	POP 广告的分类	233
8.1.4	POP 广告的发展趋势	234
8.2	POP 广告的创意技巧	235
8.3	POP 广告创意设计实例	236
8.3.1	柜台展示 POP 广告创意设计	236
8.3.2	壁面 POP 广告创意设计	247
8.3.3	吊挂 POP 广告创意设计	255
8.3.4	地面立式 POP 广告创意设计	263
第 9 章	招贴、海报和传单创意设计	275
9.1	辅助性广告媒介的特点及创意制作技巧	275
9.1.1	辅助性广告媒介的主要特点	275
9.1.2	辅助广告的创意制作技巧	276
9.2	创意设计实例	277
9.2.1	招贴广告创意设计实例	277
9.2.2	海报广告创意设计实例	283
9.2.3	传单广告创意设计实例	291
9.3	图像输出简介	300
9.3.1	图像打印	300
9.3.2	彩色喷绘技术简介	304
9.3.3	彩色印刷简介	305
第 10 章	其他平面广告创意设计	307
10.1	网络广告	307
10.1.1	网络广告概述	307
10.1.2	网络广告创意设计技巧	313
10.1.3	网络广告创意设计实例	315
10.2	票证广告	324
10.2.1	票证广告简介	324
10.2.2	票证广告创意设计实例	325