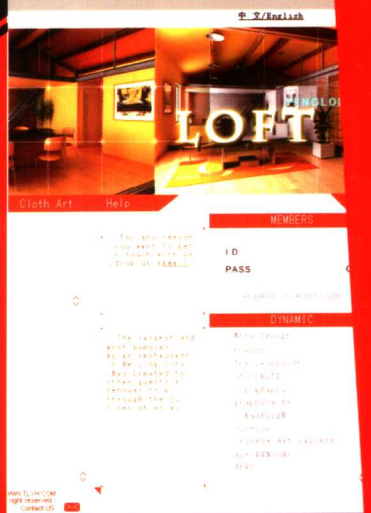
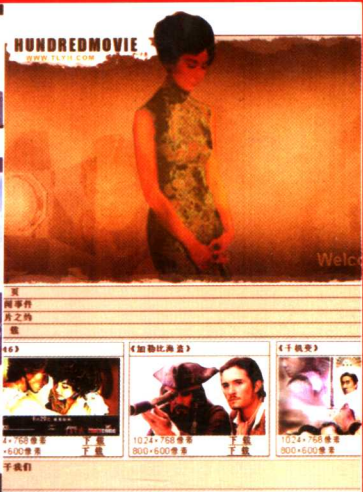
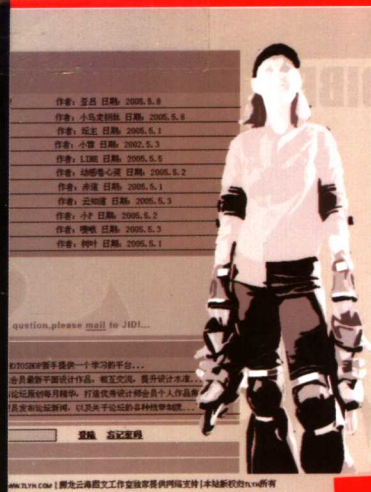




职位锁定

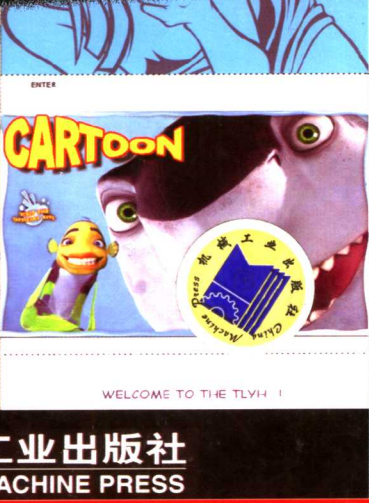
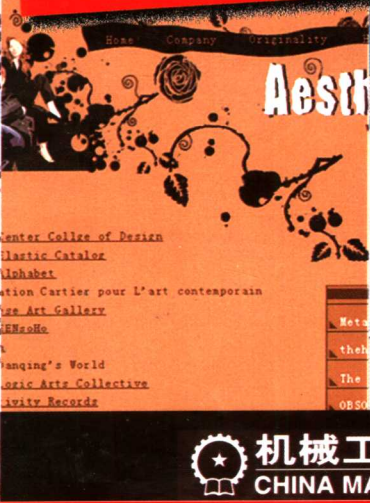
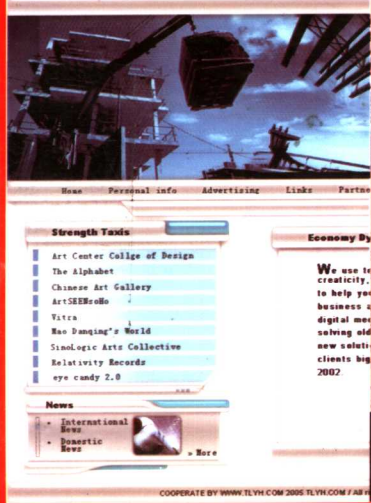
Photoshop

CS2

现代网页设计

设计与制作

腾龙视觉设计工作室 编著



240分钟视频教学文件
全程演示实例操作过程

深入调研与电脑制图相关的六大设计领域（广告设计、包装设计、桌面排版、网页设计、店面装饰装潢、建筑室内外设计制图），根据职位技术分类编写图书。

本书由资深设计人员精心编写，尊崇学以致用原则，将职位要求与学习内容紧密结合，使学习过程变得更加实用、有效。

图书印刷采用超大版面、双栏排版，融汇更多的精华内容。

本书通过34组精美实例，详细介绍了使用Photoshop CS2与Image-Ready CS2设计和制作网页页面以及网页广告的方法与技巧。

现代商业美术设计高级培训丛书

Photoshop CS2 现代网页 设计与制作

腾龙视觉设计工作室 编著



机械工业出版社

本书通过 34 组精美实例,介绍了使用 Photoshop CS2、ImageReady CS2 设计和制作网页以及网页广告的方法与技巧。针对网页设计这个话题,本书抽出最具代表性的设计内容,由浅入深、条理清晰地进行了阐述与讲解。全书共分 9 章节,依次向读者介绍了网页的设计理论与原则,装饰元素的设计与制作,个人网站的设计与制作,商业网站的设计与制作,文体类网站的的设计与制作,网页广告的定义、设计理论,GIF 网页广告的设计与制作,交互式网页广告的设计与制作等内容。

本书信息量大、系统性强、实例精美,非常适合有意从事网页设计的初、中级电脑操作人员阅读,本书也可作为社会培训班教材或商业美术设计人员的自学教材。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS2 现代网页设计与制作/腾龙视觉设计工作室编著. —北京:机械工业出版社,2006.7

(现代商业美术设计高级培训丛书)

ISBN 7-111-19513-2

I. P... II. 腾... III. 图形软件, Photoshop CS2

IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 073215 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策 划:胡毓坚

责任编辑:韩 菲

责任印制:杨 曦

北京机工印刷厂印刷

2006 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

210mm×285mm · 13.75 印张·2 插页·496 千字

0001-5000 册

定价:33.00 元(含 ICD)

凡购本图书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话 (010) 68326294

编辑热线 (010) 88379739

封面无防伪标均为盗版



光盘说明

一、使用说明

为了使读者更高效地学习本书内容，在此对光盘的使用方法进行详细的介绍。在本书附带光盘中安排了视频教学多媒体，以及与书中实例相对应的练习文件。

将光盘插入光盘驱动器后，系统会自动引导启动光盘中的多媒体程序（如图CD-1所示），在屏幕内单击鼠标开始教学内容（如图CD-2所示）。单击“视频教学”按钮可以进入视频教学模块，视频教学内容按照章的顺序进行安排（如图CD-3所示），读者可以根据自己的学习习惯任意挑选并打开视频教学动画进行查阅与学习。单击要进行学习的章节，将出现该章的实例界面（如图CD-4所示）。单击实例完成效果图，即可进入视频教学界面（如图CD-5所示）。

如果计算机无法直接运行光盘内容，可以打开“我的电脑”文件夹，在光盘目录下直接双击光盘上的Setup.exe文件，运行视频教学多媒体程序。

除了多媒体视频教学内容，光盘中还保存了与书中内容相一致的练习文件，这些文件以章为单位进行组织，分别放置在配套光盘的Chapter-X（X表示章）文件夹中，读者可以根据书中提示打开进行编辑和浏览。

二、注意事项

对于Photoshop专用格式文件(*.psd)，必须通过Photoshop CS2打开或进行修改。在此应注意版本为CS2以下的Photoshop可能无法打开光盘中的范例文件，或者打开范例文件时出现错误。因为光盘中的*.psd文件均由Photoshop CS2生成。

在对光盘中的多媒体影像文件进行察看之前，请先安装TSCC.exe解码器。

三、系统要求

1. 硬件配置

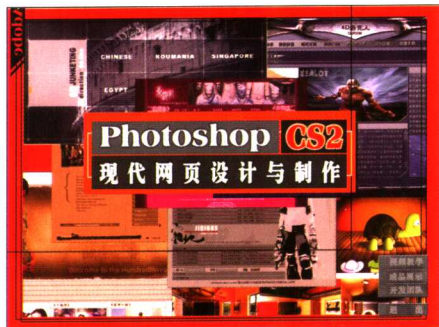
处理器：建议Intel Pentium III或AMD 1GHz以上
内存：建议256MB以上
显示器：支持1024×768像素分辨率
显示卡：16位彩色3D加速卡（推荐24位色）
驱动器：4倍速以上CD-ROM光盘驱动器

2. 软件配置

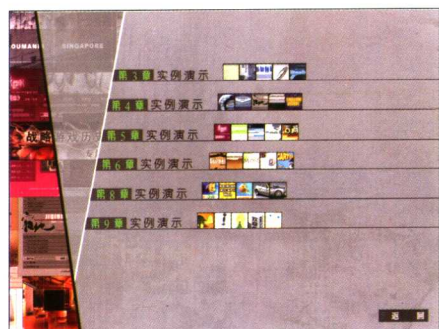
建议使用Windows XP或Windows 2000操作系统。



图CD-1



图CD-2



图CD-3

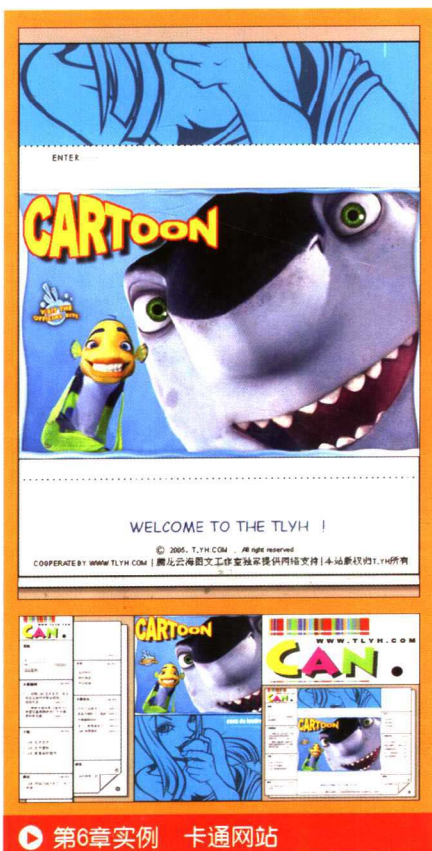
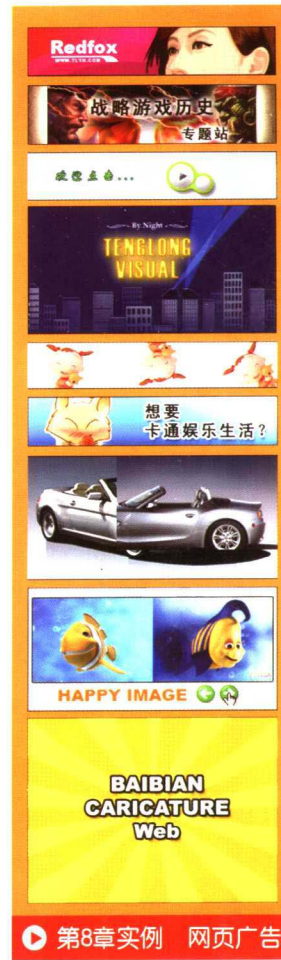
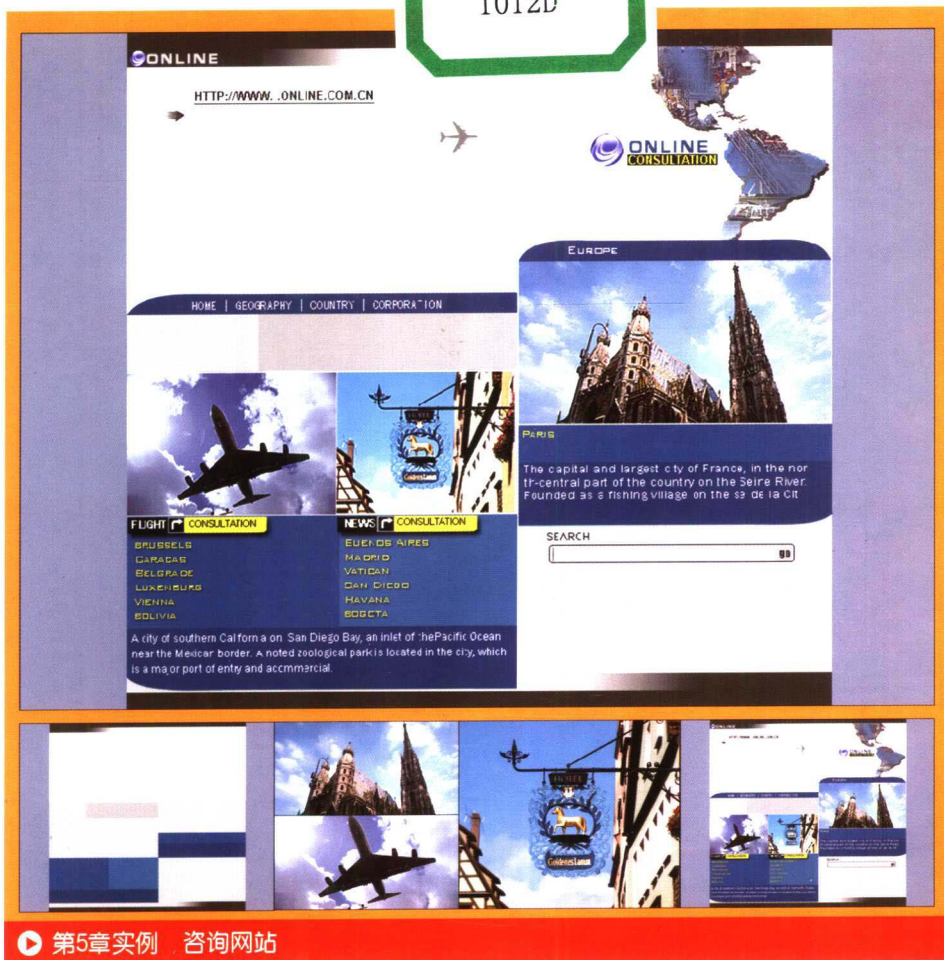


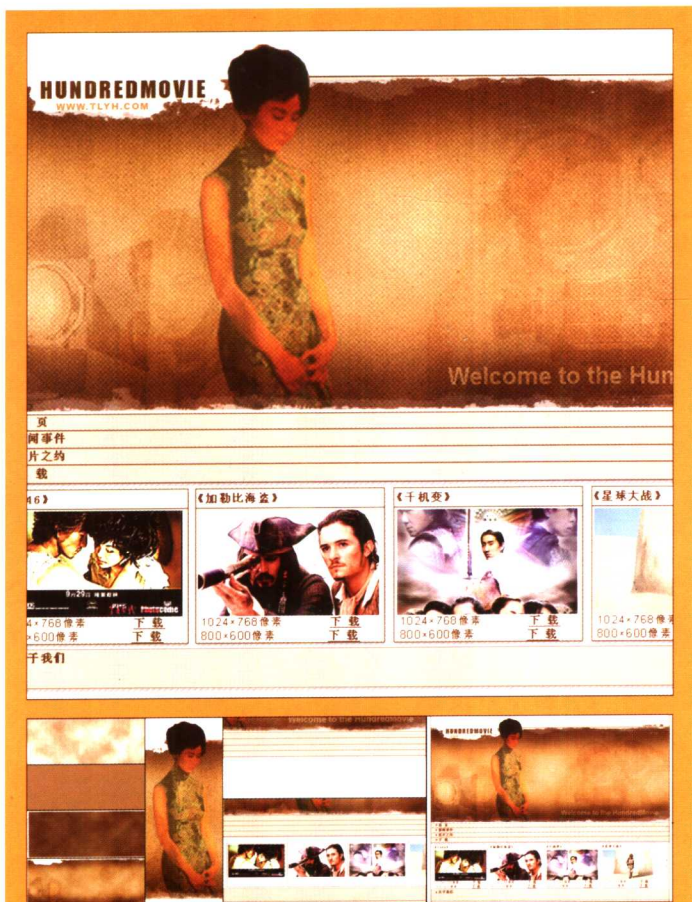
图CD-4



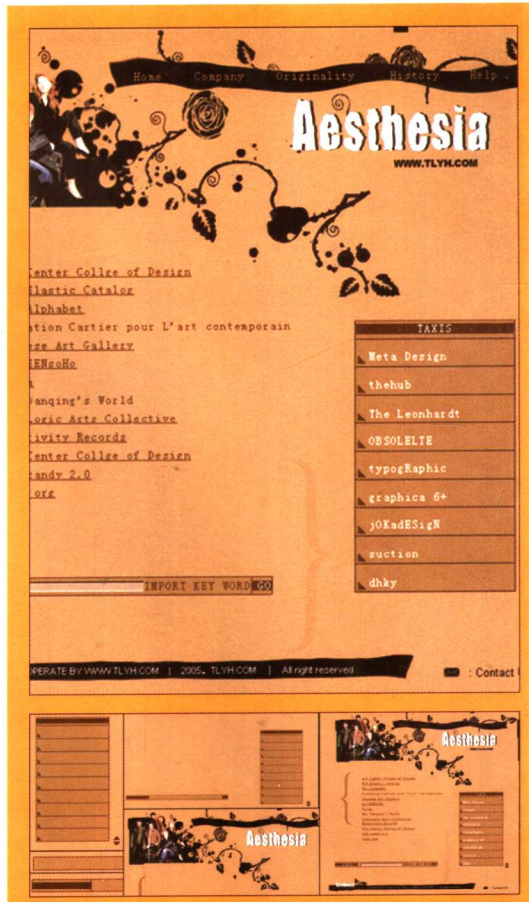
图CD-5

TP391.41
1012D

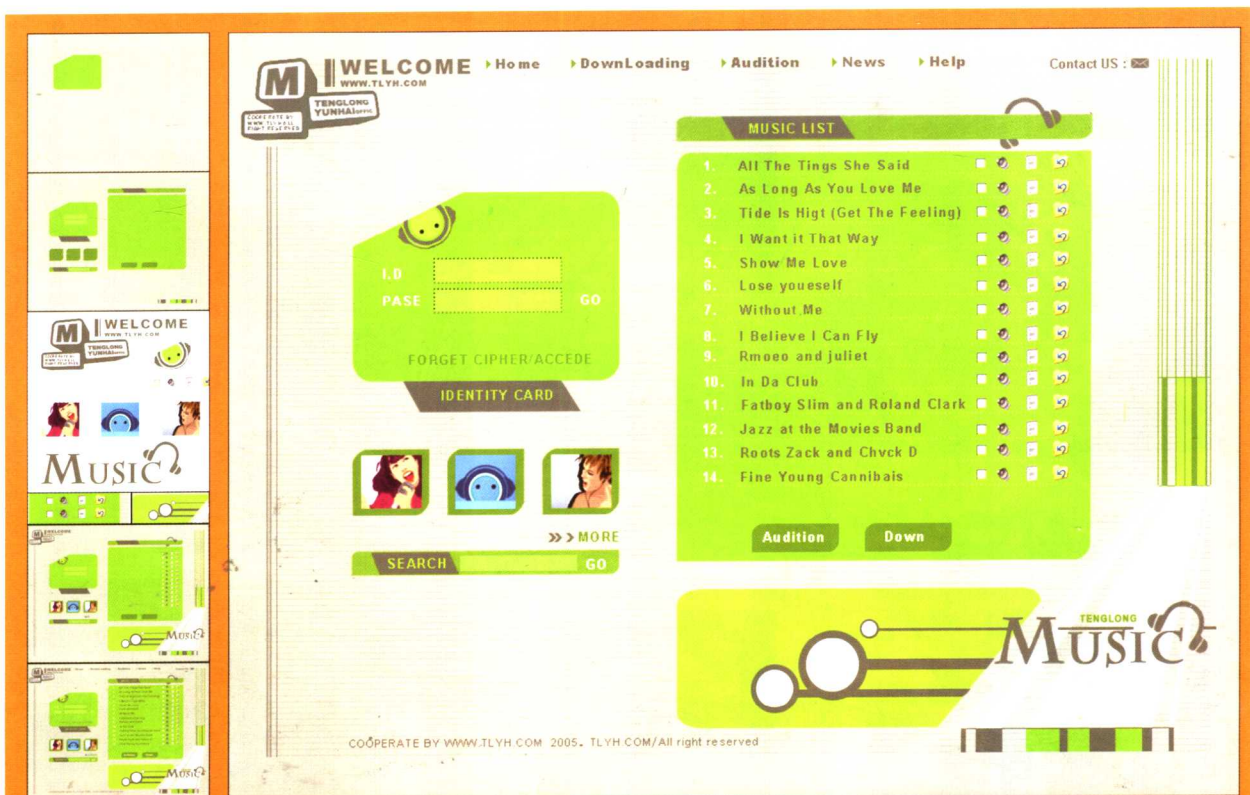




第6章实例 电影网站



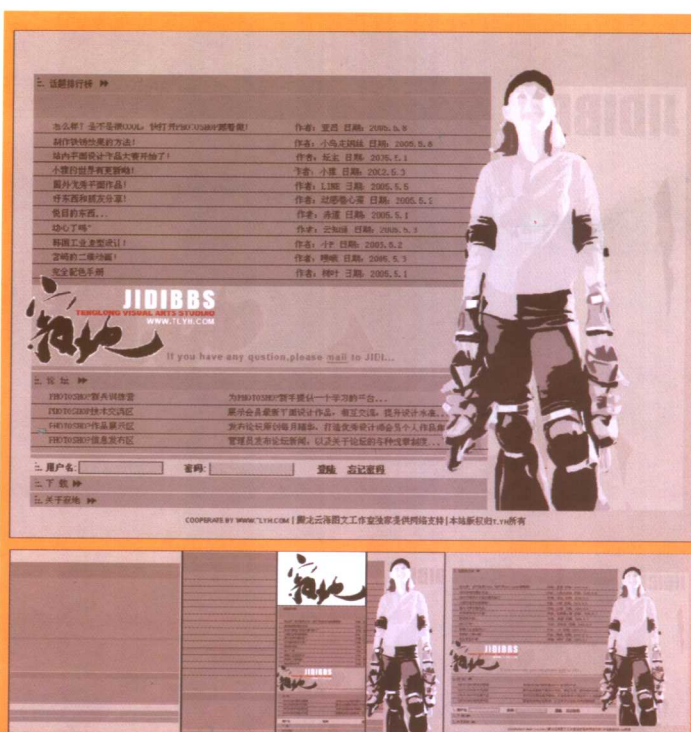
第6章实例 艺术网站



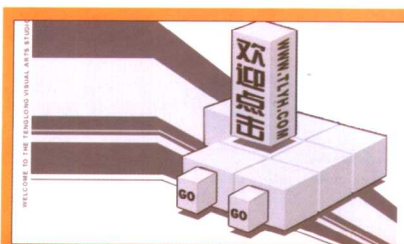
第6章实例 音乐网站



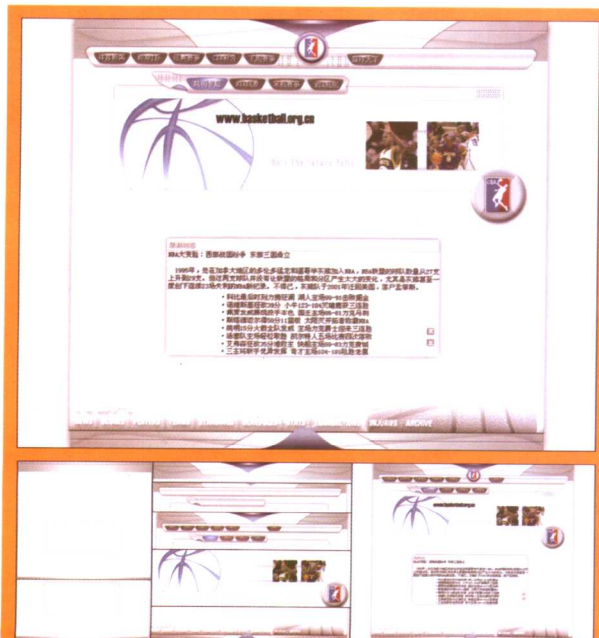
第4章实例 个人音乐网站



第4章实例 个人论坛



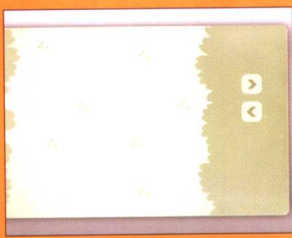
第9章实例 交互式网页动画



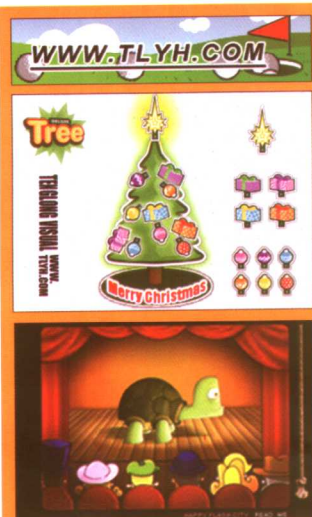
第6章实例 体育网站



第4章实例 个人游戏网站



第3章实例 网页中的装饰元素



第9章实例 交互式网页广告



第6章实例 艺术网站



第6章实例 音乐网站



第5章实例 经济网站

前 言

在网页、网页广告的设计和制作过程中,设计人员应根据网站的性质、用户群的年龄、性别等等因素,设计出能够突出网站或企业特点的网页和网页广告。其中网页的结构、配色、装饰元素是网页设计的基础,使用 Photoshop CS2 可以轻松地对这些基础要素进行设计,并添加丰富的视觉效果。配合使用 ImageReady CS2 还可以轻松地制作出 GIF 网页广告和交互式网页广告。

本书所编排的 34 组精美实例,均是结合实际的設計工作制作而成的,增强了本书的实用性。在讲述软件功能的同时,书中还穿插了关于设计的理论知识。读者不仅可以掌握使用 Photoshop CS2 和 ImageReady CS2 进行网页、网页广告设计和制作的操作方法,还能够提高自身的专业修养。

本书共分 9 章,各章主要内容如下:

第 1 章介绍网页设计的基础知识。如网页的作用、特点、类别以及网页的制作流程。另外,还系统地介绍了 Photoshop CS2 与 ImageReady CS2 在网页设计中的应用。

第 2 章介绍关于网页设计中设计元素的理论知识。如网页的功能结构、网页的布局及布局分类、网页的用色等。

第 3 章通过实例的操作,介绍网页中的装饰元素的制作方法。如制作具有颜色变化、特殊材质的网页按钮以及按钮与功能的完美结合等。

第 4 章通过实例的操作,介绍个人网站的设计和制作。如制作个人游戏网站、个人论坛、个人音乐网站等。

第 5 章通过实例的操作,介绍商业网站的设计和制作。如制作综合网站、经济网站、文化生活网站、咨询网站、旅游网站等。

第 6 章通过实例的操作,介绍文体类网站的设计和制作。如制作艺术网站、音乐网站、卡通网站、体育网站、电影网站等。

第 7 章介绍网页广告设计的基础知识。如网络广告的优势与劣势、网络广告的种类以及网页广告的设置环境和常用规格等。

第 8 章通过实例的操作,介绍 GIF 动画网页广告的设计和制作。如制作 GIF 动画广告、诱导型广告、捉鼹鼠型广告、卡通角色类广告、游戏网站广告、幻灯片效果的广告、变色效果的广告等。

第 9 章通过实例的操作,介绍交互式网页广告的设计和制作。如制作呼应鼠标型广告、游戏类广告、拖拽功能类广告、交互式链接广告等。

随书附带多媒体教学光盘 1 张,其中收录了书中案例使用到的全部素材和最终作品,以及高清晰教学影像文件。通过光盘的辅助教学,读者可以快速掌握书中讲述的软件操作技术和绘图表现技法。

本书由腾龙视觉设计工作室编写,参与本书编写与整理的人员有康静、周珂令、尚峰、张瑞娟、段海鹏、郭敏、侯媛、杨昆、邢武方、时盈盈、姚柯君、张楠、刘洁、王珂、王坤、张瑞玲、侯辉、朱小克等。由于作者水平有限,对于书中出现的错误与不妥之处,敬请读者批评、指正。您的意见或建议可以发送邮件至 ZKL@tlyh.com。

编 者

目 录

前言	
第1章 认识网页设计	1
1.1 网页的作用与特点	1
1.2 网页的类别	2
1.2.1 根据网页性质分类	2
1.2.2 根据网页形态分类	4
1.3 网页的制作流程	5
1.4 Photoshop CS2 与 ImageReady CS2 的动感功能	6
1.4.1 Photoshop CS2 与 ImageReady CS2 在网页设计中的作用	7
1.4.2 ImageReady CS2 的动感功能	9
1.4.3 Photoshop CS2 和 ImageReady CS2 的结合使用	9
第2章 网页中的设计元素	11
2.1 网页的功能结构	11
2.2 网页界面的合理布局	12
2.3 网页界面的布局分类	14
2.3.1 开放型布局	14
2.3.2 封闭型布局	15
2.4 网页的用色	18
第3章 网页中的装饰元素	24
3.1 按钮的变化	24
3.1.1 变色按钮	24
3.1.2 立体按钮	28
3.2 特殊材质的按钮	32
3.2.1 金属按钮	32
3.2.2 光效按钮	39
3.3 多功能结合	43
第4章 个人网站的建立	48
4.1 个人游戏网站	48
4.2 个人论坛	54
4.3 个人音乐网站	61
第5章 商业网站的设计	70
5.1 综合类网站	70
5.2 经济类网站	75
5.3 文化生活类网站	82
5.4 咨询类网站	87
5.5 旅游类网站	93
第6章 文体类网站的设计	100
6.1 艺术类网站	100
6.2 音乐类网站	105
6.3 卡通类网站	111
6.4 体育类网站	116
6.5 电影类网站	123
第7章 网页广告设计	131
7.1 浅析网络广告	131
7.1.1 网络广告的优势与劣势	131
7.1.2 网络广告的种类	133
7.2 设计制作网络广告	135
7.2.1 设置环境和常用规格	135
7.2.2 常见文件格式	137
7.2.3 位图图像与矢量图形	139
第8章 GIF 动画网页广告	141
8.1 GIF 动画广告	141
8.2 诱导型广告	143
8.2.1 图像网站广告	143
8.2.2 音乐网站广告	146
8.3 捉鼹鼠型广告	149
8.4 卡通角色类广告	154
8.4.1 Cartoon 娱乐网广告	154
8.4.2 漫画网站广告	157
8.5 游戏网站广告	160
8.6 幻灯片效果的广告	164
8.7 变色效果的广告	167
第9章 交互式网页广告	172
9.1 呼应鼠标型广告	172
9.1.1 设计公司网页广告之一	172
9.1.2 设计公司网页广告之二	179
9.2 游戏类广告	184
9.3 拖拽功能类广告	188
9.3.1 视觉设计公司新年广告	188
9.3.2 百货公司网页广告	195
9.4 交互式链接广告	200
9.4.1 魔法玩具专营店广告	200
9.4.2 Flash 网站广告	204



第1章 认识网页设计

随着网络科技的飞速发展和信息时代的到来,互联网已经成为人们生活中必不可少的重要组成部分,它以其丰富、大量的信息和特殊的互动方式吸引着每一个现代人。同时,网页设计也作为一个新兴的产业,逐步走向发展成熟的新阶段。各种图像处理、编程等技术的提高,为设计领域创建了更广阔的表现空间,以适应具有更高浏览标准的用户需求。如图1-1所示为品种繁多的各类网页界面。

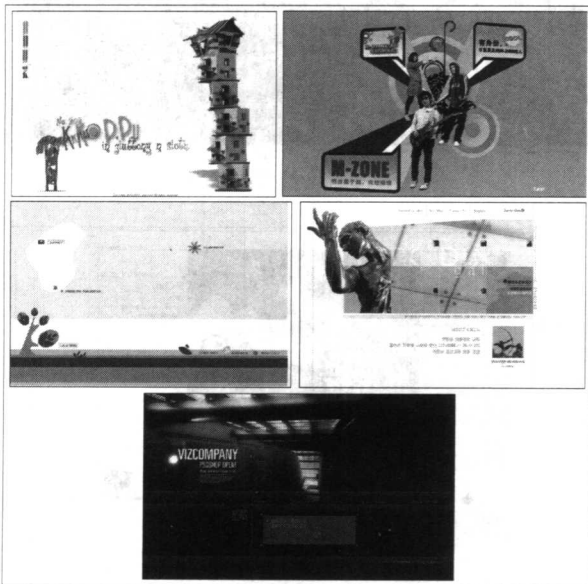


图1-1 网页界面欣赏

1.1 网页的作用与特点

互联网自诞生之日起,其发展就非常迅速,20世纪90年代以来更呈现出指数性发展趋势。随着互联网产业的不断壮大,它已经成为继电视、广播、报纸、杂志之后的第五大媒体。对于这个庞大的互联网世界,也是由不计其数的成员单位组成。网站就是组成互联网的基本单位,而网页则是网站与互联网用户进行交流的一种形式。它提供了与互联网用户进行信息传播和其他活动的交流平台。

与传统的媒体相比,网页有着得天独厚的优势,这取决于它独有的特点:

1. 网页传播的广泛性

网站的信息呈现在网页上,通过国际互联网把信息全天候、24小时不间断地传播到世界各地,可以说是风雨无阻的传播。互联网用户可以在任何地

方通过互联网随时随地浏览网页信息,这些效果是传统媒体无法达到的。实际上,这正是互联网区别于传统媒体的传播优势之一。

我们只需坐在家里的电脑前,接上互联网就可以在网络世界里不分国界、不分时间地尽情畅游。如图1-2所示为不同国家的网页。

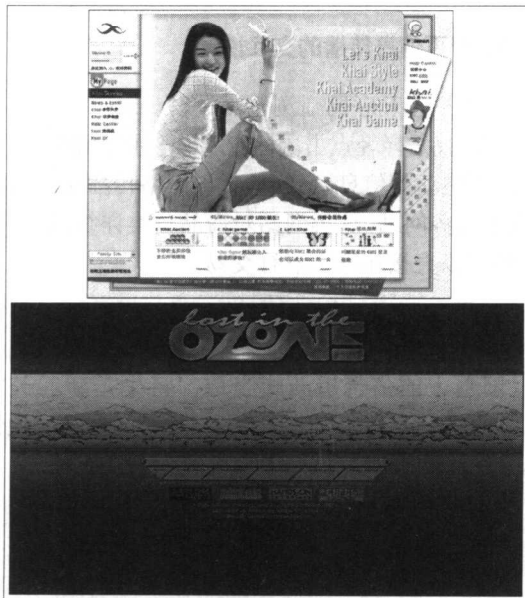


图1-2 不同国家的网页

2. 网页传播信息的非强迫性

报纸、杂志、电视、广播、户外等传统传媒在传播信息时,都具有很大的强迫性,强迫观众接受它们所传播的信息;而网页传播的过程则完全是开放的,非强迫性的,这一点同传统传媒有本质的不同。从人性化的角度看,网络传播的开放性是一个非常受用户喜爱的优点。网络作为新的传播媒体,其开放性和自由性是前所未有的。

如图1-3所示,网页中提供了很多信息,用户可以根据自己的需要和喜好进行浏览,有很强的自主性。



图1-3 自由选择喜爱的信息

3. 网页点击率的可统计性

在互联网上可通过权威公正的访客流量统计系统精确统计出网站有多少访客登陆过,网页被多少个用户浏览过,以及这些用户查阅的时间分布和地域分布。从而来评价网页的受欢迎程度。部分网站在首页上还显示访客的人数统计信息。

4. 网页信息传播的交互性

当用户在互联网上浏览网页时,对于自己感兴趣的信息只需轻轻点击鼠标就能进一步了解更多、更详细、更生动的信息。最能够体现网络传播交互性的是电子商务网站,这类网站对商品分类详细,层次清晰,还可以直接在网上进行交易。

5. 网页传播的实时性

网页上的信息更新相当快,特别是新闻类网站,网页的信息每天都在更新,且更新的过程方便快捷。因此,网页的信息传播具有较强的实时性。

1.2 网页的类别

互联网作为一种新兴的、日趋成熟的传播媒介,越来越广泛地被人们所熟悉。随着互联网的飞速发展,它的形式也越来越多样化,涉及到的领域也越来越广泛。只有首先了解网页的具体类别,才能更好地为设计的网页定位,才能做到有的放矢,在设计方面尽量做到合理。

1.2.1 根据网页性质分类

根据网站的不同属性,可将网页划分为商业性质、娱乐性质、文化性质、教育性质、综合性质、行业性质、区域性质等不同类型。

1. 商业性网页

商业性质的网页都具有很明确的商业目的,企业利用互联网这个平台来展示企业的形象和产品,从而使企业的形象深入人心,产品获得更好的销量。如图1-4所示,为世界著名的可口可乐公司的网页。

2. 娱乐性网页

娱乐性质的网页往往色彩鲜艳、对比强烈,网页的布局形式活泼。此类网页还会经常采用很多独具特色的图像以增强网页的轻松氛围,给人带来快乐和趣味。因为黑色和白色既具有高雅的气质,又

容易与各种颜色进行搭配,所以很多娱乐性质的网页都将黑色或白色作为自己网页的背景色。

无论使用什么样的色彩进行搭配,只要使用得合理就可以提高网页的品质。如图1-5所示为具有娱乐性质的卡通网页。



图 1-4 商业性质的网页

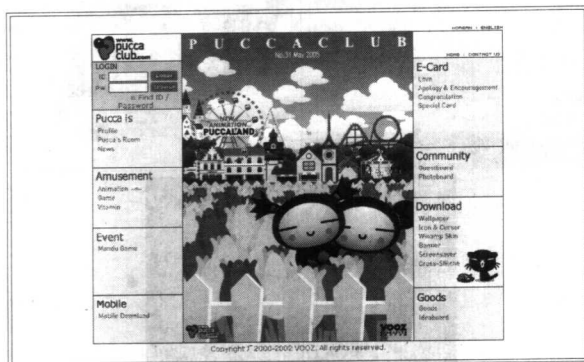


图 1-5 娱乐性质的网页

3. 文化性网页

随着人们生活水平的不断提高,互联网上文化性质的网站种类也越来越多,而且网页的制作非常精美。细分文化性质的网页可分为女性美容、健康、休闲、汽车、家居布置、时尚、购物、儿童育婴等等。如图1-6所示为女性美容网页。

4. 教育性网页

教育性质的网页大体可以分为在线教育和院校主页两大类。此类网页的设计要能够充分地表现出专业性,并能给人值得信赖的感觉。在线教育网页具备大量质量较高的教育资源,并以此为基础向用户群提供有偿教育。大学网站页面的设计既要富有朝气又要非常实用。

对于教育性质的网页,网页的配色应给人以诚实、干净、洗练的视觉感受。如图1-7所示为丹麦设计学院的网页。



图 1-6 文化性质的网页

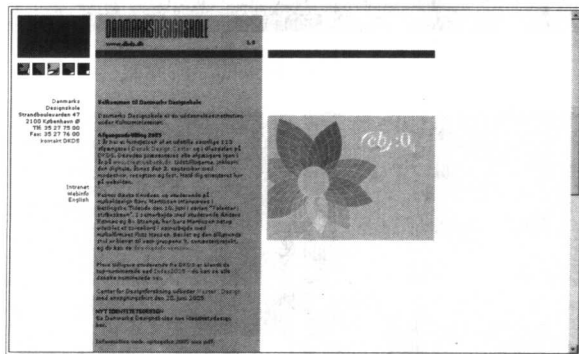


图 1-7 教育性质的网页

5. 综合性网页

综合性质的网页最大的特点就是网页广告所占整个网页的比例相当大。特别是一些规模较大、管理较完善的综合性网页，商家正是看中了它的访问用户范围广、流动性大、年龄层次多样等特点，希望广告发布之后能够达到最好的效果、得到最高的点击率。

如图1-8所示为一搜网在雅虎中国网站的首页上发布的浮动广告条，当用户打开该网页时，广告就会自动铺满页面并开始播放。

6. 行业性网页

为了满足人类生活中的不同需求，社会在发展的进程中出现了各种不同的行业，随着人类的不断进步，许多新兴行业也如雨春笋般涌现。如：艺术、保险、医疗、金融、法律、通信等等。



图 1-8 综合性质的网页

如图1-9所示为某艺术网站的首页，当用户打开该网站的首页时，几个大的“D”型字母不停的在视图中进行变换，慢慢静止后填充鲜艳的色彩和图像。这正是所有艺术网页的特点：文字信息较少但比较注重图像的表达，从而体现网页设计的艺术性。作为艺术网页的设计师，都希望无论是色彩搭配还是网页布局都要做到新鲜、有创意，使自己的作品与众不同。

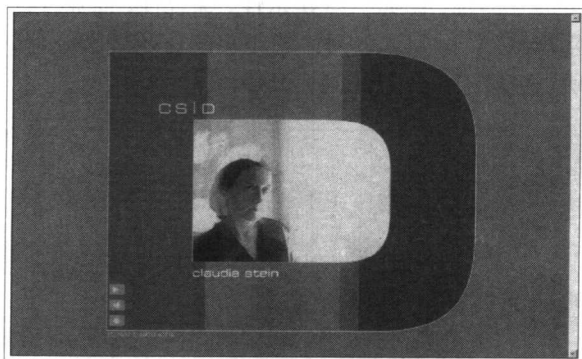


图 1-9 行业性质的

7. 区域性网页

如图1-10所示为商都网的首页界面。从网站的名字就不难看出该网站具有强烈的地域性，但是这并不表明网站的访问用户会受到局限，这只是针对某一地域的各方面情况，有针对性地发布信息和提供服务。

1.2.2 根据网页形态分类

根据网页的不同形态，可以将现有的网页划分为静态型网页、动态型网页和交互型网页。在当今的互联网上，它们各自都占据了相当大的比例，结合不同的用户需求，它们拥有各自的用户群。在下面的学习中，将向读者进行详细介绍。



图 1-10 区域性质的网页

1. 静态型网页

此类网页是最传统,在互联网上也是最普遍的一种网页形态。浏览这类网页,就像用户在翻看杂志一样,首先对杂志的目录进行浏览,然后根据自己的需要点击感兴趣的标题,进入并查阅详细内容。

如图 1-11 所示,用户对这类网页只能进行查阅,不能修改外观或操作方式,与用户之间缺乏一定的互动性。比如一些娱乐性、综合性、商业性的常规网站,由于这些网站的用户群体比较大众化,所以经常采用静态的网页形态。



图 1-11 静态型网页

2. 动态型网页

动态型网页,顾名思义就是在网页中加入了动态元素,使网页具有一定的动感,增加用户对网页的兴趣,获得更高的点击率。此类网页的动态元素一般出现在网页的导航界面或打开网页的初始阶段,能够很有效地吸引用户的目光,但这类网页的创建相对于静态型网页而言更加复杂,但效果也是显而易见的。

好的网页应该与浏览者有良好的互动性,使他们感到有趣,包括在整个设计的呈现、使用界面的引导上,都应该掌握互动的原则,让浏览者感觉到

他的每一步都确实得到适当的回应,这些都需要一些设计上的技巧与软硬件支持。

如图 1-12 所示是一个设计类网站的导航界面。

如图 1-13 所示,随着动画的播放,网页的框架也渐渐变得清晰,直到最后整个完整的网页呈现出来。动画的内容就是在演示网站的搭建过程,创意新颖,动画的表现也恰如其分,使用户眼前一亮,对这个网页留下非常深刻的印象。



图 1-12 动态型网页的导航界面

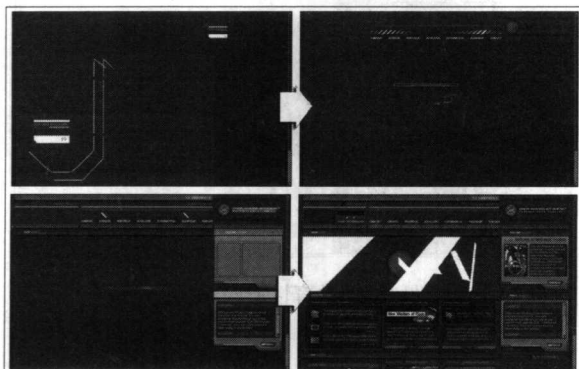


图 1-13 动画演示

正是由于该网站是一个设计类网站,所以这种动态的网页形态与网页的内容达成一致,别具一格。但在动画演示的整个过程中,用户只能进行观看而不能进行任何操作。

在如图 1-14 所示的网站中,当用户打开该网页后,导航界面左侧就会出现动态的人物图像,增强了网页的娱乐性,体现了网页的游戏性质。

3. 交互型网页

交互型网页也可以说是动态型网页,因为它也具备动态型网页的基本特征。不同的是,在动态网页的基础上,它增加了与用户之间的互动环节,在一定程度上使用户直接参与进来,使用户不再只是作为一个观看者,这就大大增加了与用户之间的交



流,加强了网页的人性化,这也是网站发展的一个趋势。

这种互动环节,常常表现为网页对用户鼠标操作的不同反应。如图1-15所示,是一家英国的设计网站,当用户打开该网页时,动画的演示开始,在此过程中用户不能对网页进行任何操作。

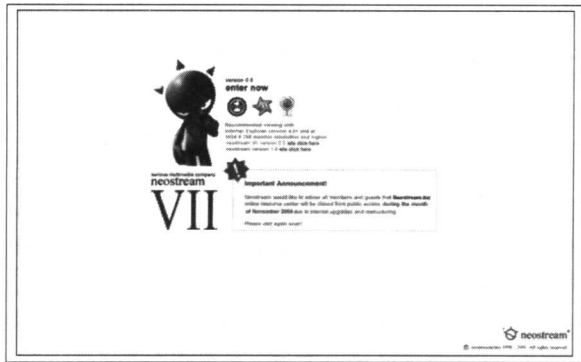


图1-14 动态型网页

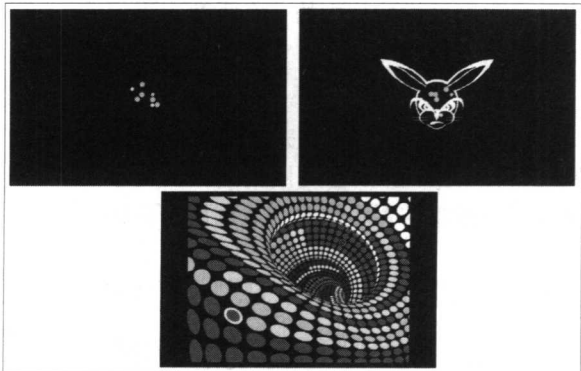


图1-15 动画演示

当动画演示完毕后,网页的画面静止,如图1-16所示,只有视图右上角的一个多面体在不停地旋转,对于其他静态的画面而言,这个转动的多面体显得十分显眼,用户不禁会产生点击它的欲望,而正当用户移动鼠标指向旋转的多面体时,会发现凡是鼠标经过的地方,组成画面的圆点就消失了,形成一道鼠标划过的轨迹。片刻,那些消失的圆点又重新组合起来。这无疑对用户是一个很大的吸引力,当用户对其失去兴趣后,就会点击多面体从而打开网页的内容界面。

如图1-17所示,是韩国的一个电影网站,用户使用鼠标点击这个网页,仿佛是用毛笔在宣纸上挥洒泼墨,网页的表现形式与网站内容得到了完美的统一。

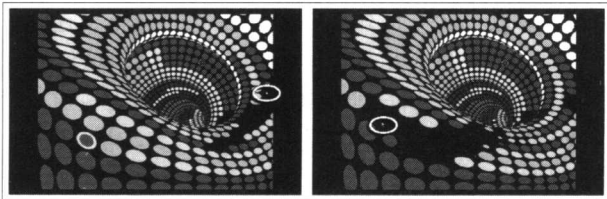


图1-16 回应鼠标的互动效果

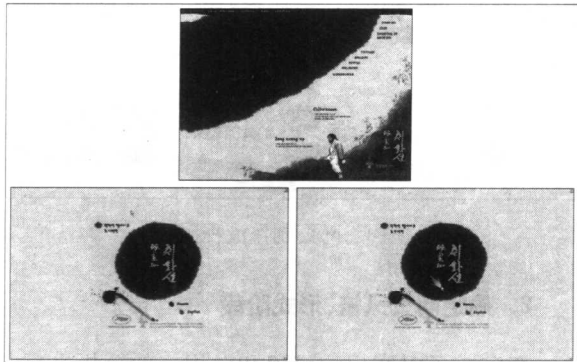


图1-17 交互型网页

1.3 网页的制作流程

在互联网诞生初期,大多数的网站只不过是讲一些单独的页面串联起来,从技术和管理等方面来讲都较为简陋、朴素。

随着互联网的普及,网页技术的不断完善和发展,以及硬件能力的提高。那些简单的堆砌和拼凑很难满足现代人的品位和需求,而当今的网站也变得越来越成熟,更复杂、更庞大、更加富有个性。

网站的创建也作为一个新兴的产业,出现在商业洪流之中。从整体的筹划、设计定位、素材收集、网页设计、到后期的调试、发布、运行,构成了一个庞大的系统工程,它需要更多人的共同协作和维护。

就网页设计这一环节而言,它是构成整个系统工程的重要组成部分,其设计结果就是直接用来面对用户的平台外观,可见其地位不容忽视。我们可将网页的设计、制作流程归纳为:调查分析、确定风格和形式、详细划分和布局、具体制作、发布等5个具体步骤,如图1-18所示为网页制作流程图。

1. 调查分析阶段

在此阶段,要做的工作主要是与客户进行很好的沟通和交流,了解客户的需要。然后将收集的这些信息,进行深入分析,明确客户做网页的目的,针对的用户群体,其中包括这个群体的年龄阶段,

是18岁以下的未成年人,20岁左右的青年人还是40岁左右的中年人;用户主要是男性还是女性;这些人群对互联网的认识和经历有多少等等。在这个初级阶段,类似上述的信息掌握得越多,对以下几个阶段的工作就越有帮助。

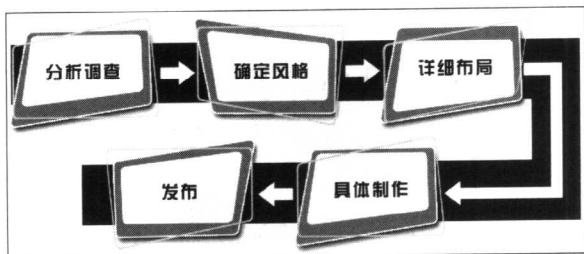


图1-18 网页制作流程图

2. 确定网页风格、形式阶段

在完成了对客户的交流和对用户分析之后,下一步就进入了对网页风格和形式的确定阶段。在这个阶段中,设计者需要做的工作就是,根据用户的类别为网页确定一个制作风格,是简约、时尚;端庄、典雅还是前卫、个性等等,在表现形式上是采用视觉冲击力强的平面设计还是变幻莫测的3维效果等等。

如图1-19所示为各种风格迥异的网页。

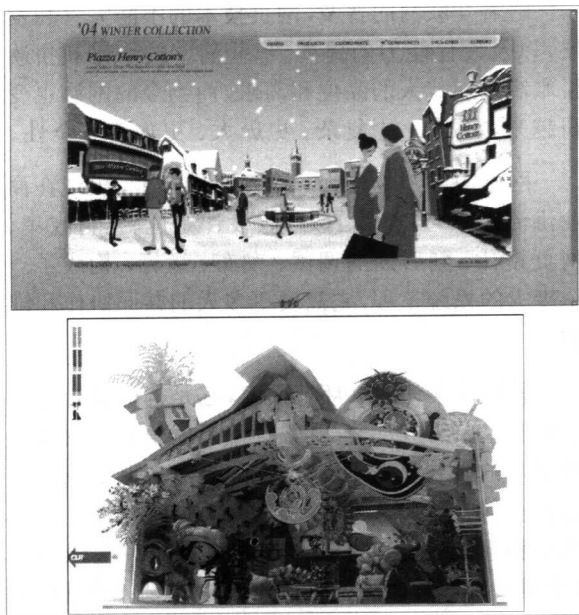


图1-19 设计风格迥异的网页

另外,由于每个用户的浏览环境不同,首先要确定网页布局的基准,因为在常用的1024×768(像素)分辨率和800×600(像素)分辨率下浏览同一网页的效果大不一样,而要想在两种不同环境

下兼顾美观的布局设计也有相当难度。这一点,将在下面的章节中详细介绍。

3. 详细布局阶段

这一阶段的工作,主要是对上一阶段工作的细化。在其确定的大致框架下,将需要传达的信息,如:图像、文字、资源等元素进行统一的布局和策划,这也是网页设计初见雏形的重要阶段。

4. 具体制作阶段

从这一阶段开始网页的具体制作,比如网页的形象设计,这一概念来自于企业形象识别系统的设计原理,这一原理在网页设计中同样适用。比如网页的LOGO设计、网页标准色的制定以及这些CI设计在各网页中的具体使用规则等等,这个识别系统可以加强网页的整体形象,在用户印象中是一个非常统一的整体。另外还有网页中图像的制作,这也是决定网站成功与否的一个重要因素。

5. 发布

当网页的设计、制作完成后,就进入了网页的发布阶段,这一阶段也是网页制作的终极阶段,网页设计的成功与否将面对互联网用户的评判。

1.4 Photoshop CS2 与 ImageReady CS2 的动感功能

图像是网页设计的重要组成部分,这就需要用到各种各样的图像处理软件,Adobe Photoshop CS2在图像处理方法上有独到的优势,它强大的图像编辑、颜色调整和滤镜功能,让用户可以制作出很多可以想象得到的图像效果。

为了适应不断发展的图像处理需求,Adobe公司继Photoshop 8.0之后推出了功能更强大、使用更方便、更易学易懂的Photoshop CS2。用户可使用该软件中的绘画、绘图和Web等工具组,卓有成效地完成任何网页图像的制作,使设计者在网页设计领域得到充分的发挥与扩展,帮助设计者充分展现自我才能。

同时,作为Photoshop CS2的姐妹软件——ImageReady CS2,也为用户提供了更为广阔的制作空间。在Photoshop CS2和ImageReady CS2中很多与Web相关的特性是重复的,这就意味着生成Web图片时,有多种途径进行处理和在这两个程



序中转换。图 1-20 所示是 Photoshop CS2 中的“存储为 Web 所用格式”与 ImageReady CS2 中的“优化”调板。

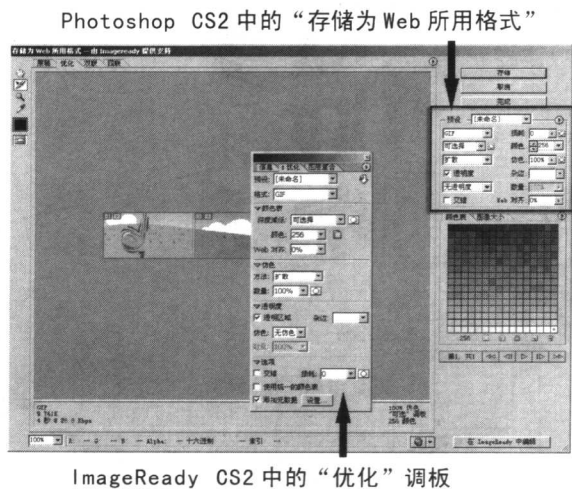


图 1-20 两个软件与 Web 相关的特性对比

一般更为高效的工作方式是：在 Photoshop CS2 中创建底图，如果设计者需要图像映射、动画或按钮翻转的话可将底图转移到 ImageReady CS2 中编辑。

Photoshop CS2 提供创建和操纵使用在 Web 上的静态图像的工具。可以将图像切片、添加链接和 HTML 文本、优化切片并将图像存储为 Web 页等。

ImageReady CS2 设计用于专业 Web 页的版面。可以更轻松地对图层进行选择、编组、对齐和排列等处理。另外，ImageReady CS2 还包括用于高级 Web 处理和创建动态 Web 图像（如动画和翻转）的工具和调板。

1.4.1 Photoshop CS2 与 ImageReady CS2 在网页设计中的作用

1. 页面设计功能

在 Photoshop CS2 和 ImageReady CS2 中，都可以使用文本、绘图和绘画工具向版面中添加内容。在 ImageReady CS2 中，可以使用图层、图层组或编组的图层来排列和对齐内容。如图 1-21 所示为各种网页效果。

为了向客户展示，设计师通常会创建页面版式的多个合成图稿（也叫复合）。使用图层复合，可以在单个 Photoshop CS2 和 ImageReady CS2 文件中创建、管理和查看版面的多个版本。图层复合

在 Photoshop CS2 和 ImageReady CS2 之间可完全互换。图层复合是“图层”调板状态的快照。图层复合记录以下三种类型的图层选项，分别为：



图 1-21 丰富的网页效果

“图层可视性”表示显示还是隐藏“图层”调板中的图层。

“图层位置”表示图层中的图像在文档中的位置。

“图层外观”表示是否将图层样式应用于图层。

如图 1-22 所示，为“图层复合”调板和快照效果。A：“应用图层复合”图标、B：最后的文档状态、C：选中的复合、D：“无法完全恢复图层复合”图标。

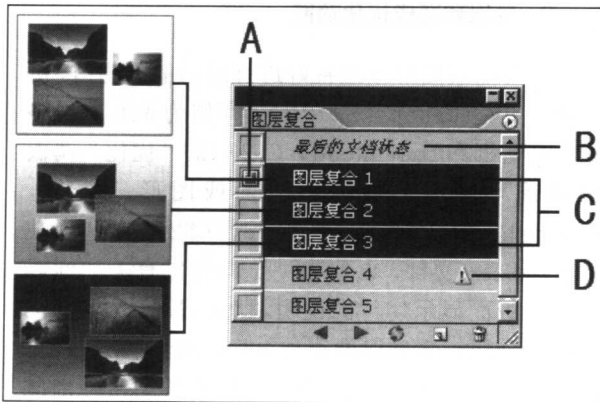


图 1-22 “图层复合”调板