

电 脑 商 业 设 计 就 业 指 导

平面广告宣传与产品包装设计 设计入行实战

<http://www.phei.com.cn>

陈 春 陈柏润 时海滨 编著

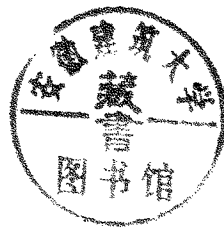


电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

电脑商业设计就业指导

平面广告宣传与产品包装 设计入行实战

陈 春 陈柏润 时海滨 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书是《电脑商业设计就业指导》丛书之一, 主要内容包括: 平面广告设计行业分析, 平面广告设计行业就业指导, 设计师应具有的专业知识、素质、就业方向, 商场超市广告项目设计, 轿车广告项目设计, 酒类包装项目设计, 楼盘广告项目设计; 全书以行业应用为主线详细地讲解了平面广告宣传与产品包装设计的分类、设计基础、从业要求、设计流程、制作方法、后期制作等, 并且提供了具有行业代表性的实例。

本书读者对象为已经基本掌握了平面设计软件 Photoshop、CorelDRAW 等软件的常用功能, 想以此跨入平面广告宣传与产品包装设计领域的人员, 同时还可用作大专院校平面设计专业师生的参考书。

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

平面广告宣传与产品包装设计入行实战 / 陈春, 陈柏润, 时海滨编著. —北京: 电子工业出版社, 2006.6
(电脑商业设计就业指导)

ISBN 7-121-02644-9

I. 平… II. ①陈…②陈…③时… III. ①广告—平面设计②产品—包装—设计 IV. ①J524.3②TB482
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 051048 号

责任编辑: 杨逢仪

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

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

经 销: 各地新华书店

开 本: 787×980 1/16 印张: 20 字数: 460 千字

印 次: 2006 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 5 000 册 定价: 65.00 元 (含光盘 1 张)

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系。联系电话: (010) 68279077。质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

前言

关于丛书

《电脑商业设计就业指导》丛书的初衷是希望能够通过将设计软件技能和实际工作经验的结合来为读者增加在设计行业就业的筹码。一方面, 丛书中设计软件的使用都面对实际设计项目, 有着一一种置身于内的应用场景; 另一方面, 实际工作经验都凝聚了作者多年的设计心得, 这才是让人受用无穷的瑰宝。

全套丛书以创意和设计为主线, 突出在不同商业领域中的实际应用, 淡化纯软件教育的模式, 将每册书的内容放到具体的商业项目运作的环境中进行分解, 从一个具体项目任务的接单开始, 到最终的完整实现, 全程揭示商业设计领域的具体运作与各环节的技术实现手段。

每册书都包含有各自对应的设计领域的整个工作流程的详细说明、行业术语、技术技巧、不同分工与合作等。

本套丛书针对那些已经掌握多数设计软件的基本使用, 但缺乏实践设计经验和创意灵感, 并即将走入电脑商业设计行业的高年级学生或对电脑设计行业感兴趣的读者, 以满足他们学习实用性设计技巧的诉求, 最终充分理解各个设计领域的运作规律和常用技术手段, 为步入感兴趣的行业并在面试时体现自信打下基础。

本套丛书同时对已经在职的商业设计人员也有系统的指导意义, 也是以实用性教育为导向的高职高专类学校电脑设计专业学生的理想教学参考书

一句话, 本套书就是“由商业设计人员写给自己未来同事的书”。本套丛书 1 至 6 册由卢国俊、杨章玉两位先生策划, 组稿。

关于本书

本书专门为那些对商业平面设计行业感兴趣的就业者量身定制。随着平面广告与产品包装行业市场连续 20 年的高速增长, 平面广告与产品包装行业对人才的需求达到前所未有的境地。本书以“平面广告宣传与产品包装设计入行实战”的需求为导向, 对平面广告宣传与产品包装设计行业进行分析, 将就业与该行业的应知应会的专业知识和技能、就业与实际项目设计与经验有机地结合起来, 通过一系列的项目设计实例, 内容涉及到广告与包装应用最热门的领域, 介绍了标志、海报、DM 单、报刊广告、网页、包装造型、包装设计的运作、方法与经验等。

全书共分 8 章, 包括平面广告与包装设计的历史概述、分类、团队形式、服务对象、媒体、受众与对设计的要求等。包含对平面广告与包装设计行业人员进行就业指导, 讲述了平面广告与包装设计师应具有的专业知识, 包括设计理念、电脑绘画专业基础与设计的主要软件。还讲述了设计师应该具有的素质、就业方向、就业注意事项与应聘技巧等知识。

本书主要内容为：超市的 DM 项目设计，包括标志设计、指路地图设计、几种效果的 DM 单设计与制作等；轿车广告设计项目，介绍汽车广告策略与特点、轿车海报系列的设计、轿车的报刊系列广告设计、轿车 DM 单设计等；酒类包装的设计项目，从红酒项目案例着手介绍酒类包装的特点与设计要点，包括市场、成本、需求与文化定位以及各星级红酒的商标标签设计，酒瓶造型与包装设计；楼盘广告设计项目，以楼盘广告设计项目案例着手介绍楼盘广告策略与特点，包括楼盘命名与标志设计、楼盘 DM 单折页、楼书楼盘报刊广告、楼盘主页与网页的设计与制作，指路地图绘制与户型图制作等。全书内容新颖，技术实用，资源丰富，案例经典，重点介绍当前最流行的三款软件 Photoshop CS、Illustrator CS 与 CorelDRAW12 的制作实例，同时也简要介绍 FreeHand MX 和 PageMaker 6.5C 的实用价值。

本书所附光盘收录了书中全部制作实例和调用素材，以方便读者随时应用与参照。本书还包括输出技巧、胶片的技巧、印刷与制作知识等，并对广告与包装项目设计行业的项目设计要求、管理、设计理念与专业设计能力、与客户的沟通技巧、项目评价、风险与控制等作了总结。

致谢

本书由陈春、陈伯润、时海滨等具有多年项目操作经验和设计经验的行业专家撰写，同时，代术成、邓睿刚、朱祥蓉、邓义生、朱祥珍、胡琳、朱绍虎等人也对本书的成稿提供了极大的帮助和指导，在此表示感谢。

编著者
2006 年 5 月

目 录

第1章 行业分析	1
1.1 历史概述	2
1.1.1 发展历史	2
1.1.2 现状	3
1.1.3 市场需求	3
1.2 平面广告宣传的分类	3
1.2.1 招贴海报	4
1.2.2 户外广告	4
1.2.3 报纸广告	4
1.2.4 杂志广告	6
1.2.5 DM单	7
1.2.6 POP广告	9
1.2.7 网页广告	10
1.3 产品包装设计的分类	12
1.3.1 瓶包装	12
1.3.2 罐包装	13
1.3.3 纸袋包装	13
1.3.4 盒包装	14
1.3.5 手提袋	15
1.4 团队形式	16
1.4.1 公司形式	16
1.4.2 工作室形式	16
1.4.3 个人形式	16
1.4.4 联合形式	16
1.5 主要服务对象	17
1.5.1 企业或集团	17
1.5.2 商家	17
1.5.3 广告或包装代理	17
1.6 平面广告的媒体与受众	18
1.6.1 广告媒体	18

1.6.2	受众	18
1.7	对设计的不同要求	19
1.7.1	企业或集团的要求	19
1.7.2	商家的要求	19
1.7.3	卖场的要求	19
第2章	就业指导	21
2.1	设计师应该具有的专业知识	22
2.1.1	应具备的专业设计理念	23
2.1.2	电脑绘画专业基础	30
2.1.3	平面设计的主要软件	34
2.2	设计师应该具有的素质	42
2.2.1	诚信	42
2.2.2	敬业	43
2.2.3	学习精神	43
2.3	主要就业方向	43
2.3.1	专业的广告、平面设计与包装设计公司	44
2.3.2	报刊、杂志社、网站、印刷制版中心	44
2.3.3	企业、集团或商家	44
2.4	就业注意事项	44
2.4.1	公司实力与个人发展机会	44
2.4.2	企业文化与环境对个人的影响	45
2.4.3	工资薪酬待遇	45
2.4.4	学历与实际能力	45
2.4.5	应聘技巧	45
第3章	超市DM的项目设计	47
3.1	超市DM活动与DM设计的要点	48
3.1.1	超市DM活动简介	48
3.1.2	超市DM单的设计	48
3.2	项目准备阶段	49
3.2.1	项目需求	49
3.2.2	项目组织与准备	49
3.3	标志设计	49
3.3.1	需求分析	50

3.3.2	创意与设计分析	50
3.3.3	标志设计	50
3.4	超市指路地图的设计	52
3.4.1	需求分析	52
3.4.2	创意与设计分析	52
3.4.3	益民超市万年场店的指路地图的设计	52
3.5	超市秋季时装A4 DM单的设计	55
3.5.1	需求分析	55
3.5.2	创意与设计分析	55
3.5.3	创意流程	56
3.5.4	数码相片整理与处理	57
3.5.5	益民超市秋季时装用品热卖DM单正面设计	58
3.5.6	益民超市秋季时装用品热卖DM单背面设计	61
3.6	益民超市快乐购物A3 DM单的设计	65
3.6.1	需求分析	65
3.6.2	创意与设计分析	65
3.6.3	创意流程	66
3.6.4	益民超市国庆快乐购物DM单正面设计	67
3.6.5	益民超市国庆快乐购物DM单背面设计	76
3.7	益民超市国庆快乐购物DM册设计	84
3.7.1	需求分析	84
3.7.2	创意与设计分析	85
3.7.3	创意流程	85
3.7.4	益民超市国庆快乐购物DM册的封面封底设计	86
3.7.5	益民超市国庆快乐购物DM册的内页设计	89
3.7.6	制作以假乱真的DM册效果图	94

第4章	轿车广告项目设计	99
4.1	轿车广告策略与特点	100
4.2	项目准备阶段	100
4.2.1	项目需求	100
4.2.2	项目组织与准备	100
4.3	轿车海报系列的设计与户外广告效果	101
4.3.1	需求分析	101
4.3.2	创意与设计分析	102

4.3.3	创意流程	102
4.3.4	设计轿车标志	103
4.3.5	绘制逼真的轿车	105
4.3.6	轿车海报系列的设计	116
4.3.7	轿车海报系列的户外效果图	121
4.4	轿车的报刊系列广告设计	123
4.4.1	需求分析	123
4.4.2	创意与设计分析	123
4.4.3	创意流程	124
4.4.4	加工轿车图片素材	125
4.4.5	轿车报刊系列广告A的设计	127
4.4.6	轿车报刊系列广告B的设计	132
第5章	酒类包装的项目设计	135
5.1	酒类包装的特点与设计要点	136
5.1.1	包装的市场与成本定位	136
5.1.2	酒类包装的需求与文化定位	136
5.2	项目准备阶段	137
5.2.1	项目需求	137
5.2.2	项目组织与准备	137
5.3	标志与商标标签设计	137
5.3.1	需求分析	138
5.3.2	创意与设计分析	138
5.3.3	创意流程	139
5.3.4	设计英文标志	139
5.3.5	设计中文标志	142
5.3.6	设计条形商标标签	143
5.3.7	设计商标标签	145
5.3.8	设计优质奖牌标签	148
5.4	三星级的梦兔酒瓶造型设计与效果图	151
5.4.1	需求分析	152
5.4.2	创意与设计分析	152
5.4.3	创意流程	153
5.4.4	三星级梦兔红酒的酒瓶造型设计	153
5.4.5	三星级的梦兔红酒的效果图	156

5.5	四星级的梦兔酒瓶造型设计与效果图	159
5.5.1	需求分析	159
5.5.2	创意与设计分析	159
5.5.3	创意流程	160
5.5.4	四星级梦兔红酒的酒瓶造型设计	161
5.5.5	四星级的梦兔红酒的效果图	167
5.6	五星级的梦兔酒瓶造型设计与效果图	171
5.6.1	需求分析	172
5.6.2	创意与设计分析	172
5.6.3	创意流程	172
5.6.4	五星级梦兔红酒的酒瓶造型设计	173
5.6.5	五星级的梦兔红酒的效果图	180
5.7	三星级梦兔红酒的外包装设计	182
5.7.1	需求分析	182
5.7.2	创意与设计分析	182
5.7.3	创意流程	183
5.7.4	三星级梦兔红酒的外包装设计	184
5.7.5	三星级梦兔红酒的外包装设计效果图	188
5.8	四星级梦兔红酒的纸包装设计	191
5.8.1	需求分析	192
5.8.2	创意与设计分析	192
5.8.3	创意流程	192
5.8.4	四星级梦兔红酒的纸包装设计	193
5.8.5	四星级梦兔红酒的包装设计效果图	197
5.9	五星级梦兔红酒的竹编包装设计	202
5.9.1	需求分析	202
5.9.2	创意与设计分析	202
5.9.3	创意流程	203
5.9.4	五星级梦兔红酒的竹编包装设计	203
5.9.5	五星级梦兔红酒的竹编包装设计效果图	207

第6章	楼盘广告项目设计	211
6.1	楼盘广告策略与特点	212
6.1.1	项目需求	212
6.1.2	楼盘DM单	213

6.1.3	楼书设计	213
6.1.4	楼盘报刊广告	214
6.1.5	楼盘网页	214
6.1.6	入市与卖房相关的印刷品	214
6.2	项目准备阶段	215
6.2.1	项目需求	215
6.2.2	项目组织与准备	215
6.3	楼盘标志的设计	216
6.3.1	需求分析	216
6.3.2	创意与设计分析	216
6.3.3	创意流程	217
6.3.4	设计标志	217
6.4	楼盘DM单折页设计	221
6.4.1	需求分析	221
6.4.2	创意与设计分析	221
6.4.3	创意流程	222
6.4.4	指路地图绘制	223
6.4.5	户型图的制作	225
6.4.6	楼盘DM单的封页设计	232
6.4.7	楼盘DM单的内页设计	235
6.5	楼书的设计	240
6.5.1	楼书的需求分析	240
6.5.2	创意与设计分析	240
6.5.3	创意流程	241
6.5.4	楼书的封面、封底、内封页的设计	242
6.5.5	楼书的内页设计	246
6.6	楼盘的报刊系列广告设计	257
6.6.1	需求分析	257
6.6.2	创意与设计分析	257
6.6.3	创意流程	258
6.6.4	楼盘报刊系列广告A的设计	259
6.6.5	楼盘报刊系列广告B的设计	265
6.7	楼盘网页	272
6.7.1	需求分析	272
6.7.2	创意与设计分析	272

6.7.3	创意流程	273
6.7.4	楼盘网站的主页设计	274
6.7.5	楼盘网页设计	277
第7章	打印、输出、印刷与制作	285
7.1	打印与输出的基本常识	286
7.2	在Photoshop CS中打印或输出	286
7.2.1	打印预览与打印	287
7.2.2	在Photoshop CS中制作PDF	287
7.2.3	对PDF页面进行编辑	289
7.3	在CorelDRAW中打印与输出	290
7.3.1	打印预览	290
7.3.2	打印或输出	291
7.3.3	在CorelDRAW中送交彩色印刷中心的PDF	292
7.4	在Illustrator CS中打印或输出	294
7.4.1	打印或输出	294
7.4.2	在Illustrator CS中生成PDF	295
7.5	输出胶片与印刷过程	296
7.5.1	文件的格式	297
7.5.2	字体	297
7.5.3	图片的格式、精度	297
7.5.4	图片的色彩	298
7.5.5	输出时的挂网精度	298
7.5.6	印刷过程	298
7.6	制作常识	299
7.6.1	写真	299
7.6.2	喷绘	299
第8章	项目设计的经验与总结	301
8.1	项目设计的不同要求	302
8.2	项目管理与设计	302
8.2.1	项目管理	302
8.2.2	项目管理内容	303
8.2.3	改变设计理念与专业设计能力	303
8.3	与客户沟通的重要性	304

8.3.1	项目开始阶段及时与客户沟通	304
8.3.2	项目设计过程中与客户沟通	304
8.3.3	项目交付阶段与客户沟通	305
8.4	项目评价	305
8.4.1	项目经济评价	305
8.4.2	项目技术评价	305
8.4.3	项目社会评价	306
8.4.4	项目环境影响评价	306
8.4.5	项目后评价	306
8.5	项目风险与控制	306

第1章

chapter 01

历史概述

平面广告宣传的分类

产品包装设计的分类

团队形式

主要服务对象

平面广告的媒体与受众

对设计的不同要求

行业分析

中国平面广告与产品包装行业都是从 20 世纪 70 年代末实行改革开放政策以后迅速发展起来的朝阳产业。随着经济的发展,尤其是进出口贸易的发展与中国入世,平面广告与产品包装行业市场连续保持 20 年高速增长,其发展速度已被公认为世界之最。伴随我国加入世界组织 WTO,越来越多的外国品牌来到中国,外资加快广告与包装行业的品牌意识与资本扩张的步伐,作为平面广告与产品包装行业,将面临更大的机遇、更严峻的挑战与更广阔的前景,也需要更多的专业人才。

1.1 历史概述

商品包装本身就具有广告媒体的作用,透过媒体的商品与品牌广告宣传,将增加人们对商品的理解与印象,将商品、包装、广告融合起来,可以产生极佳的销售效果。包装、商品、广告三者的融合就是最理想的销售形式,其中包装、广告的重要性也是不言而喻的。

1.1.1 发展历史

包装,其历史渊源可追溯到旧石器时代,人们利用树叶、果壳、葫芦、贝壳等作为容器,这是包装的萌芽。19 世纪英国工业革命开始以后,随着市场经济的发展,进而推出以迎合市场、引导消费、满足人们对商品包装的物质功能与审美功能需要为中心的包装。

广告,其历史渊源可追溯到公元前 10 世纪,在商周时代,交易要以铭文形式铭刻于青铜器之上,这种铭文可以称为最早的广告萌芽。战国时期商业繁荣,中国早期的商业活动者开始采用声响广告、草标广告、旗帜广告、烽火广告等来传播商品交换信息。从宋朝开始出现灯笼广告、悬物广告、招牌广告、印刷招贴广告、印刷插图广告等。随着工商业发展,近代广告开始使用报刊广告、霓虹灯广告、橱窗广告、交通广告以及广播广告等。

现代广告与包装是从 20 世纪 70 年代末期中国实行改革开放政策以后迅速发展起来的,而真正迅速崛起也就在近十年,目前广告已分为报纸广告、杂志广告、海报广告、招贴广告、POP 广告、户外广告、直邮广告、网页广告、包装广告、电视广告、电影广告、幻灯片广告、广播广告等。其中报纸广告、杂志广告、海报广告、招贴广

告、POP广告、交通广告、直邮广告与网页广告是平面广告，而包装广告实际上就是商品包装设计的内容。目前，包装种类繁多，按包装外形可分为袋装、盒装、罐装、箱装、瓶装等；按材料可分为纸包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装等；按包装的商品可分为烟酒、饮料、食品、茶叶、药品、日用品、软件、化妆品、书籍等。

1.1.2 现状

据业内人士透露，目前中国广告市场的增长率已居世界第一位，中国已位居世界大广告市场前列，其中平面广告宣传与产品包装行业占有较大的份额。现在，广告投放前几位的 product 类别有房地产、药品、食品、家用电器、化妆品、汽车、服装服饰等。目前，中国广告经营额已超过1000亿元，中国广告市场也为外商广告投资企业提供了较为宽松的环境，外资广告企业保持了较高的经营额和利润率。中国兑现了WTO承诺，2005年底全部放开广告市场。2005年12月10日以后允许建立独资的外企广告公司。这意味着平面广告宣传与产品包装行业的国际化程度将会更高，竞争将更加激烈。但是，与行业繁荣发展不相称的是，从数量上讲，平面广告宣传与产品包装行业专业人员占公司员工平均比例偏低，人才短缺问题已经成为许多公司发展的最大瓶颈；已经从事或正在从事平面广告宣传与产品包装行业人员中很多都没受过系统的专业教育；设计的广告宣传与产品包装作品整体水平不高，还难以适应经济全球化和入世以后国内外市场竞争的要求。

1.1.3 市场需求

预计到2010年，有4亿中国居民可以达到中上等收入水平，这一消费群体将成为城市经济的主要推动力。届时，中国将成为世界第三大广告市场，仅次于美国、日本。平面广告宣传与产品包装行业的发展还有相当大的上升空间，市场需要多层次、全方位、立体化服务的平面广告宣传与产品包装公司，同时行业竞争实际上也就是人才的竞争，市场需要大量优秀的具有敏锐洞察力与准确判断力的平面广告宣传项目策划师、设计师与包装设计师。

1.2 平面广告宣传的分类

平面广告宣传可按照宣传的媒体、宣传目的或宣传目标对象进行分类，平面广告宣传按照它所承载的媒体可划分为招贴海报、报纸或杂志广告、户外广告、DM单、POP广告、网页广告等。

1.2.1 招贴海报

招贴海报也称为宣传画，是传统的平面广告宣传，大多以图形为中心，配以广告主题和精练正文，重视商品图片的创意和醒目的标题的制作。与其他广告形式相比，具有画幅大、内容广泛、艺术表现力丰富、远视效果强烈的特点。若使用人物来表现产品，可以通过体态或视线，将视线的注意力转移到产品上。图1-1所示为作者设计的“电视手机”招贴海报画，将人物与产品图形进行重叠以产生三维效果，使广告富有新意，并将观众视线转移到手机上。



图1-1 “电视手机”招贴海报

1.2.2 户外广告

户外广告也可以称为交通广告，早期的户外广告见得最多的是刷在墙上的一些宣传口号，随着喷绘、写真技术发展，现在户外广告已经成为繁华都市的时装，令人心醉。任何人只要走出家门，就会看到户外广告。户外广告具有成本低、视觉与信息冲击力强、全天候发布、无处不在等优势；具有面大，艺术表现力丰富，远视效果强烈的特点，在人群流动量大的繁华地段效果明显，为远距离和流动的顾客提供信息招贴海报。它适于制作大幅面的电脑喷绘画片，宣传画架、灯箱、街道围墙、橱窗、车站、码头、公园、车辆等都适于制作户外广告，如图1-2所示。

1.2.3 报纸广告

报纸广告是大家所熟悉的传统的平面广告宣传媒体，报纸具有发行面广、读者多、见效快、宣传效果明显等特点。报纸广告可以使用方便经济的黑白广告，也可套红和彩印，形式丰富，可以图形为主，也可以文字为主。对于连续刊登的广告，要注意连贯性，充分发挥报纸广告的特点。现代报纸版面多、信息量非常大，要使自己设计的广