

TU PIAN
CHUANG YI YU
SHE JI

图片创意与设计 上

王章旺
编著

人民美术出版社

图片创意与设计 上

王章旺 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章

人民美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图片创意与设计 / 王章旺编著。—北京: 人民美术出版社, 2002.8

ISBN 7-102-02615-3

I. 图... II. 王... III. 版式—图案—设计
IV. J51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 055957 号

图片创意与设计 (上下册)

编著者: 王章旺

出版者: 人民美术出版社

(北京北总布胡同 32 号 邮编: 100735)

责任编辑: 王石之 刘普生

装帧设计: 王章旺

责任印制: 丁宝秀

制 版: 北京方舟正佳图文设计有限公司

印 刷: 北京国彩印刷有限公司

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 次: 2003 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 889 毫米 × 1194 毫米 1/16

印 张: 16

印 数: 3000

ISBN 7-102-02615-3

定 价: 76.00 元 (上下册)



目 录

概 述.....	1
单色相与图片.....	5
白底色.....	5
挖版.....	6
加投影.....	19
虚化.....	28
黑底色.....	36
灰底色.....	45
暖底色.....	53
冷底色.....	65
中性底色.....	73
串色底色与图片.....	79
肌理底色与图片.....	89
隐肌理.....	89
显肌理.....	97
装饰底纹与图片.....	118

Doktor



目 录

概 述.....	125
用边框、边线装饰图片.....	129
用边框装饰图片	129
用边线装饰图片	144
图片创意设计.....	158
元素替代法	158
夸张变形法.....	171
意想创意法.....	183
故事情节法.....	191
底片剪影法.....	193
节奏韵律法.....	199
外形变化法.....	203
影像合成法.....	208
图片制作技巧	219
图片特技制作.....	219
图片印刷工艺.....	230
单色印刷法.....	230
双色印刷法.....	233
局部上光法.....	234
换色印刷法.....	235
挂网印刷法.....	241

概 述

在广告、包装、书刊、印刷品等平面艺术设计中,图片占有十分重要的地位。图片的创意、设计、装饰、制作与印刷制版,直接关系到作品的成败。认真研究图片的创意、拍摄、装饰、制作及制版印刷是设计师必须重视的环节。

一幅优秀的图片,需要从创意、设计、道具、背景、用光、拍摄、冲扩、特技等条件全面考虑。

试想,雾天水中的白天鹅,白衬布背景中的白茶具、白花瓶、白花朵,均能产生柔光、高调、幽静、高雅的效果。

底色为背景,图片为主题,底色、背景成功的处理是艺术设计成功的关键。

一、单色相底色与图片

(一) 白底色

白底色为最高明度的洁净的无彩色,画面中主要起突出图片、明度对比作用。

白色为中性色、全色相,能满足视觉的生理要求,与其他色彩混合能取得很好的效果。

白色与其他色彩配色主要通过明度对比达到预想的目的。明度指色彩明暗的程度。由两种因素来确定:黄色的明度最高,紫色的明度最低。全色盲的人所看到的世界是黑白的世界,黑白画、黑白照片、黑白电影就是利用明度的对比与调和规律。在单色相、黑、白、金、银中,黑白为明度的两极,是很强的明度对比;单色相的明度居于二者之间,既丰富了明度对比,又起着黑白的过渡与调和的灰色作用。明度是色彩的明暗差别,也即深浅层次差别,只有适度的明度对比才会带来调和感。配色中的明度感可从高中低基调、明度差及综合因素来考虑。

一般将明度系列分为9个级,最深为1,最亮为9,并划分为三个明度基调:

1~3级暗色组成低明度基调,具有沉静、厚重、郁闷的感觉;

4~6级中明色组成中明度基调,具有柔和、稳定、高雅的感觉;

7~9级亮色组成高明度基调,具有明快、华丽、清朗的感觉。这是纯白或接近白色明度的颜色。

明度对比的强弱决定于色彩明度差别跨度的大小。

短调:相差3级以内的明度弱对比,具有含蓄、朦胧、微妙的感觉。

中调:相差4级的明度中对比,具有明确、爽快、清晰的感觉。

长调:相差5级以上的明度强对比,具有强烈、刺激、跳跃的感觉。

运用80%以上为主面积,可构成低短调、低中调、低长调、中短调、中中调、中长调、高短调、高中调、高长调、最长调等许多明度对比的调子。

就色相环上的各种纯色而言,具有各不相同的高、低明度,如黄色明度最高,高明度色加大量的黑后才能达到低明度。紫色明度最低,中低明度纯色加相当多的白后才能达到高明度。

1. 挖版:把便于独立的图片中的主体沿边缘线选择后挖版退底置于白底色,使主体更突出(其他底色则慎用)。

2. 加灰投影:退底后可沿图片外轮廓一侧加灰投影,既淡雅又呈立体感。

3. 虚化(羽化):

(1) 图片在白底色上做边缘虚化即产生朦胧感。虚化图片的外形可根据构图需要选择方、圆及各种图形变化。

(2) 衬托图片的边框色在白底色上虚化,又可增加一个层次,与白底色产生调和感。

(3) 选用合适的图片做边缘纹样,可内虚化、外虚化、内外均虚化,增强虚幻的现代感。

(二) 黑底色

黑底色为最低明度的深奥的无彩色,黑色作底色可使主体图片鲜明突出,高档商品的图片经常选用黑底色。

黑色也能影响人们的情绪。在平面设计中要慎用。日本演员山口百惠觉得穿衣服的颜色可以左右她本人一天的情绪,有一天她穿了一件黑色的连衣裙,她觉得周围的气氛染上了黑色,怎么也振作不起来,结果拍出的镜头总带有阴郁的情调。

据说英国的泰晤士河上有座名为甫拉克符拉亚斯桥,由于黑色栏杆造成的阴郁气氛,诱使许多轻生者在这里自杀。后来官方把栏杆改为绿色,自杀者大为减少。

在某工厂工人搬运黑箱子觉得太重大为不满,当

厂方把黑箱全部刷成淡绿色后,大家都说箱子轻多了,提前完成了作业。黑色虽然会影响人的情绪,但是黑底色对图片设计来说是极好的色彩。

1. 黑底色上放高明度图片,为黑白明度两极对比,效果明朗。

2. 黑底色上放中明度图片,为中明度对比,边缘虚化呈逆光感。

3. 黑底色上放低明度图片,色调统一稳重,边缘虚化呈深奥感。

(三) 灰底色

灰底色为中间明度中庸的无彩色,易调和,少对比。灰底色在设计里又是最常用的色彩,俗称高级灰。各种配色离不开灰色,离不开纯度对比。

纯度指各色彩中包含的单种标准色成分的多少,即鲜艳程度。纯度在配色上具有强调主题、制造多种效果的作用,根据两色之间的彩度差异所产生的配色方式与明度关系基本类似。

将一个纯色与同明度无彩灰色的相等差按比例混合,可建立一个12等级纯度色系,1为灰,12为最纯。纯度对比的强弱决定于纯度差。纯度对比的作用不如明度对比明显,一般认为,一个阶段差明度对比的清晰度等于三个阶段差的纯度对比。

高纯度基调——相差8个色阶以上构成高纯度强对比,产生强烈、鲜艳、明丽的感觉。

中纯度基调——相差5~7个色阶构成高中纯度中对比,产生温和、柔软、沉静的感觉。

低纯度基调——相差4个色阶以下构成低纯度对比,产生污浊、含混无力的感觉。

纯度对比可构成鲜强、鲜中、鲜弱、中中、中弱、灰强、灰中、灰弱等多种对比基调。

纯度高的颜色强烈刺激,使人印象深刻,但也容易产生厌倦的感觉,与低纯度颜色的配合才能细腻、含蓄、耐看持久。高纯度色容易引起注意的特点,决定了其使用于平面设计画面中最主要的位置,还应考虑到因视觉距离的远与近所带来的强与弱的变化。因此运用灰底色,要注意纯度对比的变化。

1. 灰底色上衬高明度图片,淡雅安静。

2. 灰底色上衬中间明度图片,可选深灰或淡灰色,要拉开图片与底色的明度差,强调明度对比,否则易脏、无神。

3. 灰底色上衬低明度图片,可选择淡灰色。

(四) 暖底色

红、橙、黄为暖色。暖色调为热烈的、亢奋的、甜蜜的、喜庆的色彩。暖底色主要用于纪念性、礼品性、

食品等包装、广告及其他设计等,再配以优美的图片,可增添消费者赠与的火热情。用暖色调作底色,暖色调图片易调和,但是要注意明度对比。

色彩的冷暖效应是色性所引起的条件反射,红、橙、黄等颜色会联想到火、太阳、热血等,有温暖的感觉。人们对食品色彩往往喜欢暖色。一见红色的糖果包装,就会感到甜味浓;一见轻快的黄色用在蛋糕上,就会感到有奶香味。

红色最具动感,最能使人激动。在红色屋子里会加快“生物钟”的运转,国外有个足球队为了鼓舞队员斗志,预先让队员在红色屋子里动员准备,结果赢得了比赛的胜利。

暖色作底色要注意拉开明度色阶:

1. 低明度的深红色、深玫瑰色、深褐色作底色,选用高明度的淡黄色、淡橙色、肤色调图片,强调明度对比。

2. 相反,高明度的淡黄色、肤色做底色选用低明度的深红、深玫瑰、深褐色图片效果好。

3. 大面积暖色调与小面积中间色图片也可调和。

4. 大面积暖色调与极小面积的冷色调图片,可产生主面积的色相对比,使图片更鲜明突出。

(五) 冷底色

蓝、蓝绿、蓝紫为冷色。冷色调为安静的、稳定的、透明的、奥妙的色彩。主要用于高科技电子商品的包装、机械包装、药品包装、冷饮、冷冻食品包装。用冷色调作底色、冷色图片易调和,但要注意明度对比,拉开明度差。

人们看到蓝、蓝绿、蓝紫等颜色会联想到海水、蓝天、冰雪等,有寒冷的感觉。色彩学家将冷色作如下联想:

冷色使人想到:阴影、透明、镇静、稀薄、淡、远、轻、女性、微弱、湿、理智、圆滑、曲线、缩小、流动、软、冷静、保守等,冷色用于冷冻食品、清洁用品类更理性,在作底色时应注意如下几方面:

1. 低明度的冷色,深蓝、深蓝紫、深蓝绿作底色衬托淡蓝、淡绿、淡紫色调的高明度的冷色图片易调和。衬托淡黄、淡橙、肤色调图片呈对比色,则刺激、鲜艳,如强调了一方的主面积可达到调和的目的。

2. 高明度的冷色,淡蓝、淡蓝紫、淡蓝绿作底色衬托低明度的深蓝、深蓝绿、深蓝紫色调图片易调和。衬托其他高低明度的暖色图片要注意明度、纯度、面积的对比。

(六) 中性底色

中性色包括中性微暖色的红紫、黄绿;中性微冷

色紫、绿作底色。中性色在色环上与冷色、暖色都很接近,为冷色、暖色的类似色,所以中性色易与冷色、暖色都调和,中性色底色在与图片结合时要注意明度对比。

1. 中性微暖色的红紫、黄绿作底色,可选择暖色图片。如红、橙、黄色,极易调和。

2. 中性微冷色的绿、紫作底色,可选择冷色图片。如蓝、蓝绿、蓝紫色,极易调和。

3. 中性微暖色作底色可选择冷色图片、中性微冷色作底色可选择暖色图片,可强调冷暖对比,使画面更明朗。

注意:不论暖色、冷色、中性色作底色,衬何种明度、纯度、色相的图片都要强调色彩三要素的其中之一的对比,其中主要应强调色彩的明度及主面积的对比。

二、串色底色与图片

底色串色可使画面产生无穷的遐想。而在设计串色底色时首先要了解色相对比原理。

色相是每种色彩的相貌名称,是区分色彩的主要依据,也是色彩特征的主体因素。以色相为主的配色,一般以色相环为依据,按照色彩在色相环上的位置所成的角度,可分为:

同种色: 5度,如深蓝、中蓝、淡蓝等配色;

邻近色: 30度,如橘红、朱红、洋红、红紫;

类似色: 60度,如红、橙、黄、绿、蓝、紫;

中差色: 90度,红、橙黄、黄、蓝绿、蓝、红紫;

对比色: 120度,红、黄、蓝、橙、绿、紫;

互补色: 180度,红、绿、蓝、橙、黄、紫等类型。以上五种配色类型的角度前后可扩展20度归为此类。总之两色所成角度愈小,色彩的共性愈大,反之两色所成角度愈大,色彩的对比性愈强,调和性愈弱。

邻近色: 色相差别很小,对比微弱,统一性极高,但易显单调,配色时要拉大明度色阶。

类似色: 色相差别较明显,对比显著,色相间又含有共同色素,活泼而富有朝气,统一、柔和、明确,配色时也要拉大明度色阶。

中差色: 色相差别明显,具有对比明快、活泼、热情、饱满的特色,配色时要注意明度、纯度的变化。

对比色: 色相差十分明显,对比效果鲜明、强烈,具有饱和、华丽、欢乐、活跃的特点,但也易产生不协调感,配色时要注意纯度变化。

互补色: 一种原色与其余两种原色的间色对比关系,色相差别极大,对比效果强烈刺激,易产生眩目、

喧闹与戏剧性的效果,配色时要注意纯度及主面积的变化。

了解了色彩对比的配色规律后,还要对印刷工艺进行了解。凸印渐变色计价时多色算一色,即可使画面丰富,又可节省印刷费用,但设计时要考虑拼版的方向性及串色的数量不宜过多,否则难以实现。胶印、凹印通过做菲林片及PS版用网点密度的比例数标注可达到渐变的要求,比凸印方便了许多。根据色彩对比与调和的原理串色可采用以下配色方法。

(一) 单色相串色与图片

冷色、暖色、中性色的单色相串色,可各自分别加入黑、白、灰构成冷色、暖色、中性色的明度或纯度秩序推移的效果,再依次分别配上冷色相、暖色相、中性色相的图片,拉大明度差,可达到极为柔和的效果。

(二) 类似色串色与图片

类似色红、橙、黄、绿、蓝、紫选两色进行串色,暖色红、橙会出现红—红橙—橙的60度暖色系;冷色绿、蓝可出现绿—蓝绿—蓝的60度冷色系,再分别配以暖色、冷色图片可达到十分丰富、调和的效果。

(三) 对比色串色与图片

对比色红、黄、蓝或橙、绿、紫选两色,进行串色,可达到类似色三色串色效果。如黄、蓝串色出现黄—黄绿—绿—蓝绿—蓝的120度对比色系;红、蓝串色出现红—红紫—紫—蓝紫—蓝的120度对比色系。再配以黑白或类似色照片效果既对比又可达到调和的目的。

(四) 补色串色与图片

补色红—绿、蓝—橙、黄—紫,180度选一对进行串色可出现补色互混而降低纯度,减弱对比的效果。再配以黑白或单色相灰调照片可达到调和的作用。但补色串色应慎用,处理不好会出现脏的画面效果。

(五) 全色环串色与图片

对比色选红、黄、蓝三色相进行串色可达到全色环效果。即出现红—红紫—紫—蓝紫—蓝—蓝绿—绿—黄绿—黄—黄橙—橙—红橙的全色相环,为色彩最强的对比。如配以柔调的彩色图片、黑白照片虽然底色对比强,但是又不失调和效果。

三、肌理底色与图片

肌理即物体表面的纹理。肌理包罗万象，分隐肌理与显肌理两大类，被普遍用于平面艺术设计的底纹中，起到突出主题、丰富画面层次的作用。

（一）隐肌理与图片

这里所指的隐肌理即视觉能够辨别出的及触觉能够感觉到的具有表面纹理的单色的印刷专用纸张。目前设计及印刷用的特殊纸张品种十分丰富，有布纹纸、鸡皮纸、理石纹纸、皮革纹纸，各种网纹纸：横纹纸、竖纹纸、斜纹纸、交叉纹纸等，多用于高档的书籍封面、纪念品、节目单、请柬、样本、商品包装等艺术设计，可起到事半功倍的效果。粗纹的肌理纸印刷图片可呈油画布效果，细纹的肌理纸印刷图片则显得精制，有色的肌理纸印刷单色图片可起调节、丰富色调的作用。

（二）显肌理与图片

显肌理是视觉直接看到的一切可作底纹的纹理。如点、线、面、手绘图形、各种图片。显肌理，可以丰富、协助、加强、衬托主题图片，因此，显肌理作底纹是现代设计普遍采用的方法之一。

1. 图片库中的各种材质底纹

如大理石纹、水纹、地质纹、天象纹、木纹、皮革纹、纸纹、布纹、丝绸纹、编织纹等。

2. 图片库中各种与商品相关的图片底纹

（1）静物底纹有：

珍宝纹、古董纹、钱币纹、玉器纹、青铜器纹、陶瓷纹、工艺品纹等各种器皿图片；

（2）景物底纹有：

宇宙纹：星空、月空、地球等图片；

天空云纹：朝霞、夕阳、晴空、飞云、怒云、乌云、薄云、云海等图片；

海底世界：多彩的鱼类、生物、景物等图片；

水的纹理：海浪、湖面、瀑布、泉水、微波、巨澜、暴雨、旋涡、雨滴、涟漪、水珠等图片；

陆地纹理：田野、裂纹、沙漠、石纹、丘陵、山脉等图片；

植物花卉纹理：森林、树木、寒热带植物、四季花卉等图片；

建筑纹理：世界各地建筑、中国各地建筑，大到高楼大厦、小到民宅、民居等图片；

用品纹理：汽车、火车、船只、飞机、火箭、摩托车、自行车、机床等生产工具以及农具、武器、生活用品等图片；

（3）人物纹理：世界各地各种肤色、各种职业、各

种风情、各种表情的男女老少人物图片；

（4）动物纹理：世界各国的珍奇动物，如凶猛的野兽、灵敏的飞禽、悠闲的游鱼、温顺的家畜、家禽等图片。

在现代设计中，拍摄、选择高质量的商品图片，再放置在相关的画面底纹中，通过电脑的淡化、虚化，与商品图片有机地结合在一起，即贴近、强化了主题，又丰富了作品的层次。

四、装饰底纹与图片

（一）绘画作底纹

素描、水彩画、水粉画、装饰画、油画、国画、版画、喷绘画，用一切绘画做底纹，衬托商品图片，均可增强商品的艺术品位，但不可喧宾夺主。

（二）图案作底纹

传统图案、西洋图案、现代图案、吉祥图案、龙凤图案、单独纹样、适合纹样、连续纹样、综合纹样以及一切植物、动物、人物、风景图案纹样作底纹配以图片，可提高图片的装饰效果。

（三）点、线、面作底纹

色点、色线、色面及徒手绘制、借助工具制作的肌理，配以图片，可加强时代感。

图片装饰的创意及表现手法的运用丰富多采，接下来我们将结合图例进行阐述。

单色相与图片

白底色

白色——具象联想可以想到雪、白纸、白兔、白云、白糖。

白色——抽象联想可以想到洁白、纯洁、清白、纯粹、清洁、纯真、
洁净、明快、朴素、光明、神圣、轻薄、空虚、空白。

白色作为底色主要通过与其他色的明度对比，起到突出主体的作用。

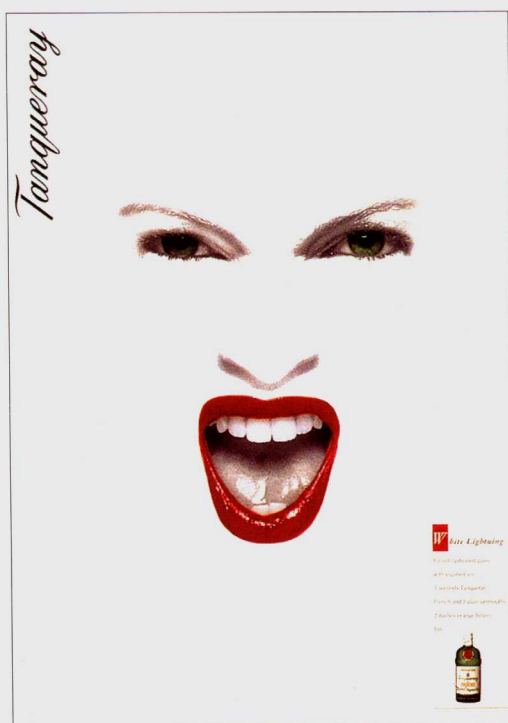


挖 版

将设计所需要的图片中能独立存在的物象,沿着边缘挖去多余的部分,在背景换上白色或其他底色,使物象与底色形成鲜明的明度对比,可便于编排位置,突出主题。

上图对白底挖版广告设计,作品通过去掉面部外形夸张五官的描写,以极强的视觉冲击效果,引申到右下角的商品信息,收到很好的宣传效果。

下图为白底挖版插图设计,作品以幽默夸张的手法表现出学习计算机应该从娃娃抓起的生动主题。



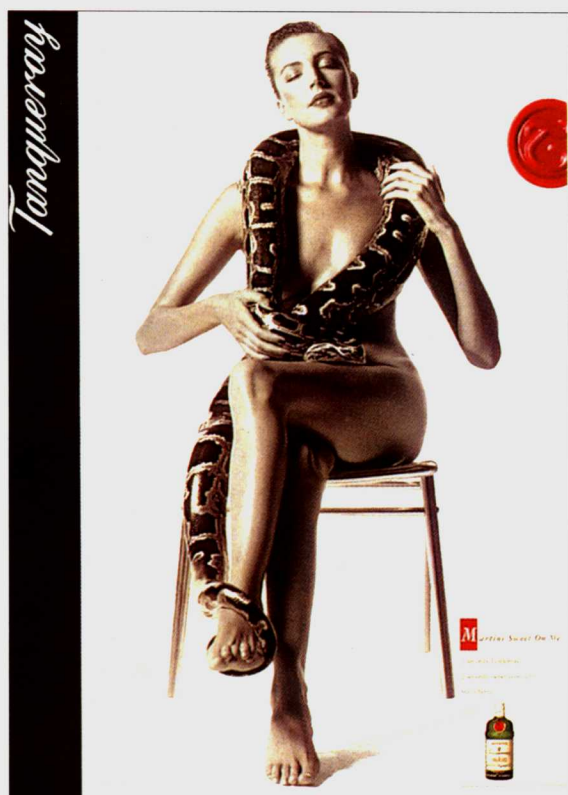


在图片使用时沿着物象的外形剪切下来，按一定的设想进行编排，可取得很好的效果。

水果色彩丰富，并置在一起时很难调和，为了得到色彩调和的效果，沿边缘剪切下组成一个个花环，置于中性色的白底上，既表现出丰收的累累硕果，又活跃了画面，丰富了表现内容。

下图为草莓罐头，簇拥着的草莓冲出罐头瓶，从侧面表现了罐头的货真价实。

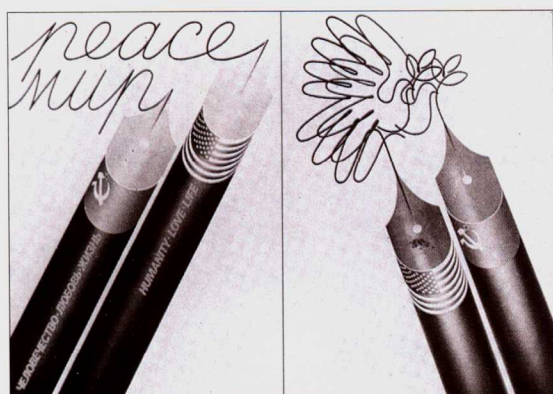




左图为白底挖版的黑白图片广告，以鲜明、强烈的裸女与蟒蛇的刺激画面，引申到右下角的产品。这里运用了大黑白、小彩色图片的对比方法。

下图为倒置型香水广告，图中以倒置的幽默的女性模特形象与条条红飘带、金首饰引申到左下方的香水包装。





右上图为蔬菜挖版与剪刻拼图的商标作品。画面选择修剪与雕刻方式，精细地制作出具象的脸形及剪刻的公鸡羽毛形象，有效地传达了商品信息。

左上图为白底铅笔、钢笔的挖版处理，图中以流畅的文字及和平鸽造型，表现出商品良好的书写功能。

左下图为白底枕头、金鱼双挖版图片的组合运用，通过双片的巧妙组合及金鱼游动的方向，指示出底下红色带上的产品。

下图一为白底挖版广告插图，以美国前总统克林顿闻香后幽默、得意的神情，通过渐变的点的连接，巧妙地表现了“麦当劳”快餐的诱惑力。

下图二为白底挖版广告作品，图中以女郎背部的特写及产品放倒后的与文字编排的指向，直观地展示了商品的功能。



右图为听诊器广告,作品采用字图形设计方法,以管线的巧妙编排,突出了商品的“1800”型号。

下左图为不锈钢卫生洁具设计,作品通过白底与灰色不锈钢洁具的色彩对比,表现出高雅的画面效果。同时又以字图形的管道编排,突出了“1800”的产品型号。

下右图为白底挖版字图形设计,“喂”字的“口”字偏旁用电话听筒挖版图片置换,巧妙地表现了电讯商品的性能特点。

