

# 超级设计师

SUPER DESIGNER

## 全彩印刷

- ➡ 资深设计师精心打造，倾力推出，充分运用案例教学法介绍Flash 8的基本操作与高级技巧，将实例与技法巧妙融合，将理论与实践完美统一。
- ➡ 数十个经典案例，涵盖广告动画设计领域，全面剖析案例的设计思路与制作方法，使读者在短时间内即可轻松上手，即学即用。
- ➡ 领略设计大师创作的智慧，感受精彩创意带来的无限震撼，从技术到思维全面提升您的设计能力，助您早日步入超级设计师行列。



动画设计

DONG HUA SHE JI

中文版

# Flash 8

## 广告动画设计



### 实例与技法

Casing AND

Advertising

Originality Design

龙飞 主编



随书赠送光盘

成都时代出版社



超级设计师

全彩印刷



# 中文版 Flash 8

## 广告动画设计 实例与技法

龙飞 主编

成都时代出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中文版 Flash 8 广告动画设计实例与技法 / 龙飞主编.  
—成都: 成都时代出版社, 2006. 12  
ISBN 7-80705-356-9

I. 中… II. 龙… III. 动画—设计—图形软件, F  
lash 8 IV. TP391. 41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 140986 号

## 中文版 Flash 8 广告动画设计实例与技法

龙 飞 主编

特约编辑 王 惠  
责任编辑 杨晓丽  
责任校对 张宇民  
封面设计 曹汉珍  
版式设计 东方卓越

出 版 成都时代出版社  
发 行 成都时代出版社发行部  
印 刷 北京市燕山印刷厂印刷  
版 次 2006 年 12 月第 1 版  
印 次 2006 年 12 月第 1 次印刷  
成品尺寸 185×260mm  
印 张 20.75  
字 数 480 千字  
定 价 45.00 元 (附赠光盘 1 张)  
书 号 ISBN 7-80705-356-9 / TP·30

电话: (028) 86619530 86613762 (编辑部) 86615250 (发行部)  
著作权所有·违者必究, 举报有奖。举报电话: (028) 86697093

## 前言

思路决定出路，技法决定高度。计算机软件的学习，随着就业和职场的需求，已从“基础理论”过渡到“应用实例”，现已上升到“商业案例”，并进入以不变应万变的“技法时代”。

本书在目前市场中网络动画类图书的基础上，摒弃了“求全”的心态，注重对专业知识的深度挖掘和工作门类宽度的扩展，从成品效果出发，详细介绍设计流程，并进行实例与技法的剖析，最后设置了实例与技法延伸，以扩展实例与技法的应用，让读者能全面上手，轻松成为一名广告动画的超级设计师。

### ■ 本书的特色之一：零点起步

本书从软件的基本工作界面讲起，介绍最常用的操作、最精髓的内容，且注重技法的总结。例如，新建文档介绍了四种方法，打开图形文件介绍了十种方法，关闭图形文件介绍了八种方法，还介绍了该软件最重要的五个功能键及最实用的十个快捷键，让读者学得明白、透彻，从而成为一名技法高手。

### ■ 本书的特色之二：十分精彩

本书实例精彩、内容丰富，应用领域广泛，真可谓集行业大成，包括卡通、漫画、插画、VI标志、化妆品、饰品、服装、汽车、电脑、房地产、食品饮料、烟酒12个大门类，将电脑技术与艺术、智慧与美丽进行了生动的演绎。

### ■ 本书的特色之三：百分百商业

本书制作的实例都是精心选取的商业应用实例，专业性与实用性较强，设计师独具匠心地将Flash精要知识与商业动画实例完美结合，尽显一流创意和效果，并奉送实战技巧、传授设计经验，读者可以即学即用制作出漂亮、精美的实例效果，且学有所成，迅速成为一名设计高手。

### ■ 本书的特色之四：千分千原创

本书中所有的案例皆是由资深商业动画设计师原创，来源于实际的工作项目。在写作手法上摒弃了传统的理论教条，以真正的商业成品案例为线，并在文中穿插了大量的“技巧点拨”、“专家提醒”和“知识链接”，毫无保留地奉献实战心得，让读者能边学边用，巧学活用，马上应用于求职或实际工作当中。

### ■ 适合的读者对象

本书语言简洁，内容丰富，采用了按图索骥的方式进行讲解，适合以下人员使用：

第一类：初级人员——学后便于求职和参加工作

➤ 各类电脑培训班学员

➤ 各中职、高职、高专、大专学生

➤ 初级的动画设计人员、希望在动画设计行业发展的人员等

第二类：工作人员——提供创意思路、实战技法和设计经验的参考

➤ 网页制作人员

➤ 平面广告设计人员

➤ 网页动画制作人员

### ■ 作者及售后联系

本书由龙飞主编，飞龙工作室的汉马、何丽艳具体编写。由于编写时间仓促，书/盘中难免有疏漏与不妥之处，欢迎各位读者来信咨询和指正，联系网址：<http://www.china-ebooks.com>，我们将听取您宝贵的意见，奉献更多精品计算机图书。

### ■ 版权声明

本书内容所提及的著名公司及个人名称、优秀产品创意、图片和商标等，均为所属公司或者个人所有，本书引用仅为说明之用，绝无侵权之意，特此声明。另外，本书中的大部分案例基本是从零开始原创制作（有些名称是虚拟），如有雷同（包括外形、版式与制作过程等），实属巧合。

<http://www.china-ebooks.com>

编 者

2007年1月



# Contents >>> 目录

## 第1章 Flash 广告动画入门导航 ..... 1

- 1.1 广告动画设计入门 ..... 1
  - 1.1.1 广告的目的 ..... 1
  - 1.1.2 广告的分类 ..... 1
- 1.2 广告动画的设计和构成要素 ..... 2
  - 1.2.1 广告的设计要素 ..... 3
  - 1.2.2 广告的构成要素 ..... 4
- 1.3 中文版 Flash 8 动画入门基础精讲 ..... 7
  - 1.3.1 中文版 Flash 8 的工作界面 ..... 7
  - 1.3.2 新建 Flash 文档 ..... 15
  - 1.3.3 打开 Flash 文档 ..... 18
  - 1.3.4 关闭 Flash 文档 ..... 19
- 1.4 中文版 Flash 8 动画制作提高精练 ..... 20
  - 1.4.1 最重要的五个功能键 ..... 20
  - 1.4.2 最常用的10个快捷键 ..... 23

## 第2章 卡通型动画——QQ 瞌睡虫 ..... 29

- 2.1 成品预览 ..... 29
- 2.2 设计流程 ..... 29
- 2.3 技法解析 ..... 30
  - 2.3.1 绘制 QQ 头部 ..... 30
  - 2.3.2 绘制眼睛与嘴 ..... 33
  - 2.3.3 创建补间动画 ..... 34
  - 2.3.4 制作酣睡动态效果 ..... 36
  - 2.3.5 添加文本效果 ..... 37
  - 2.3.6 保存输出影片 ..... 38
- 2.4 实例与技法延伸：小狗瞌睡虫 ..... 39

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| 2.5 实例与技法小结 .....                | 43        |
| <b>第3章 漫画型动画——太空游 .....</b>      | <b>44</b> |
| 3.1 成品预览 .....                   | 44        |
| 3.2 设计流程 .....                   | 44        |
| 3.3 技法解析 .....                   | 45        |
| 3.3.1 绘制人物轮廓 .....               | 45        |
| 3.3.2 完善人物对象 .....               | 49        |
| 3.3.3 制作耳环元件 .....               | 51        |
| 3.3.4 制作星空元件 .....               | 53        |
| 3.3.5 制作球体元件 .....               | 55        |
| 3.3.6 制作人物运动效果 .....             | 57        |
| 3.3.7 制作球运动效果 .....              | 58        |
| 3.3.8 添加文本动态效果 .....             | 59        |
| 3.3.9 保存输出影片 .....               | 60        |
| 3.4 实例与技法延伸：经典电影片头 .....         | 61        |
| 3.5 实例与技法小结 .....                | 65        |
| <b>第4章 插画型动画——城市雨中“情” .....</b>  | <b>66</b> |
| 4.1 成品预览 .....                   | 66        |
| 4.2 设计流程 .....                   | 66        |
| 4.3 技法解析 .....                   | 67        |
| 4.3.1 绘制人物轮廓 .....               | 67        |
| 4.3.2 为轮廓填充颜色 .....              | 69        |
| 4.3.3 完善人物造型 .....               | 71        |
| 4.3.4 绘制嘴唇鼻子 .....               | 74        |
| 4.3.5 绘制雨伞图形 .....               | 76        |
| 4.3.6 绘制背景建筑 .....               | 79        |
| 4.3.7 制作雨元件及其他 .....             | 80        |
| 4.3.8 保存输出影片 .....               | 82        |
| 4.4 实例与技法延伸：涟漪 .....             | 83        |
| 4.5 实例与技法小结 .....                | 87        |
| <b>第5章 VI 标志动画——绿怡·春水苑 .....</b> | <b>89</b> |
| 5.1 成品预览 .....                   | 89        |
| 5.2 设计流程 .....                   | 89        |
| 5.3 技法解析 .....                   | 90        |
| 5.3.1 绘制树叶标志 .....               | 90        |
| 5.3.2 添加图标及文字 .....              | 92        |



|                                        |            |
|----------------------------------------|------------|
| 5.3.3 制作树叶元件 .....                     | 95         |
| 5.3.4 制作直线元件 .....                     | 96         |
| 5.3.5 制作VI标志动画 .....                   | 98         |
| 5.3.6 保存输出影片 .....                     | 99         |
| 5.4 实例与技法延伸: VI 标志动画 (2) ——企业 VI ..... | 99         |
| 5.5 实例与技法小结 .....                      | 103        |
| <b>第6章 霓虹灯动画——魅力俱乐部KTV .....</b>       | <b>104</b> |
| 6.1 成品预览 .....                         | 104        |
| 6.2 设计流程 .....                         | 104        |
| 6.3 技法解析 .....                         | 105        |
| 6.3.1 导入背景素材 .....                     | 105        |
| 6.3.2 制作标志元件 .....                     | 106        |
| 6.3.3 制作火状元件 .....                     | 107        |
| 6.3.4 添加并编辑文本 .....                    | 108        |
| 6.3.5 制作音乐符号元件 .....                   | 112        |
| 6.3.6 制作整体动画 .....                     | 114        |
| 6.3.7 保存输出影片 .....                     | 117        |
| 6.4 实例与技法延伸: 留芳酒吧 .....                | 117        |
| 6.5 实例与技法小结 .....                      | 120        |
| <b>第7章 唇彩广告动画——曼娅蝶 .....</b>           | <b>121</b> |
| 7.1 成品预览 .....                         | 121        |
| 7.2 设计流程 .....                         | 121        |
| 7.3 技法解析 .....                         | 122        |
| 7.3.1 导入背景素材 .....                     | 122        |
| 7.3.2 添加人物元件 .....                     | 123        |
| 7.3.3 导入唇膏素材 .....                     | 124        |
| 7.3.4 添加文字及其他 .....                    | 125        |
| 7.3.5 制作弹跳字效果 .....                    | 127        |
| 7.3.6 制作文字元件 .....                     | 129        |
| 7.3.7 制作雪花元件 .....                     | 131        |
| 7.3.8 制作闪光元件 .....                     | 133        |
| 7.3.9 保存输出影片 .....                     | 134        |
| 7.4 实例与技法延伸: 眼影广告——“眉”力四射 .....        | 135        |
| 7.5 实例与技法小结 .....                      | 140        |
| <b>第8章 钻戒广告动画——德尔芙 .....</b>           | <b>141</b> |
| 8.1 成品预览 .....                         | 141        |

|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| 8.2 设计流程 .....                           | 141        |
| 8.3 技法解析 .....                           | 142        |
| 8.3.1 导入背景素材 .....                       | 142        |
| 8.3.2 导入钻石字及钻戒 .....                     | 143        |
| 8.3.3 添加文字效果 .....                       | 144        |
| 8.3.4 制作闪光元件 .....                       | 145        |
| 8.3.5 制作整体动画 .....                       | 147        |
| 8.3.6 制作整体动画 .....                       | 150        |
| 8.3.7 保存输出影片 .....                       | 154        |
| 8.4 实例与技法延伸: 片头广告——中国电信 .....            | 154        |
| 8.4.1 制作动画背景 .....                       | 155        |
| 8.4.2 制作文本动画 .....                       | 158        |
| 8.5 实例与技法小结 .....                        | 160        |
| <b>第9章 香水广告动画——Cotas de pasion .....</b> | <b>161</b> |
| 9.1 成品预览 .....                           | 161        |
| 9.2 设计流程 .....                           | 162        |
| 9.3 技法解析 .....                           | 162        |
| 9.3.1 导入并编辑素材 .....                      | 162        |
| 9.3.2 添加文字及其他 .....                      | 164        |
| 9.3.3 制作直线元件 .....                       | 166        |
| 9.3.4 制作水滴元件 .....                       | 166        |
| 9.3.5 制作文字元件 .....                       | 168        |
| 9.3.6 制作文本及其他动画 .....                    | 171        |
| 9.3.7 制作图片动画 .....                       | 173        |
| 9.3.8 保存并输出影片 .....                      | 173        |
| 9.4 实例与技法延伸: 香水广告——Calotine .....        | 174        |
| 9.5 实例与技法小结 .....                        | 178        |
| <b>第10章 内衣广告动画——紫蝴蝶 .....</b>            | <b>179</b> |
| 10.1 成品预览 .....                          | 179        |
| 10.2 设计流程 .....                          | 179        |
| 10.3 技法解析 .....                          | 180        |
| 10.3.1 导入内衣素材 .....                      | 180        |
| 10.3.2 添加标志素材 .....                      | 181        |
| 10.3.3 添加文字效果 .....                      | 182        |
| 10.3.4 制作圆环元件 .....                      | 183        |
| 10.3.5 制作整体动画 .....                      | 184        |



|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| 10.3.6 制作文本动画 .....               | 187        |
| 10.3.7 保存输出影片 .....               | 189        |
| 10.4 实例与技法延伸：内衣广告——蝶姬 .....       | 189        |
| 10.5 实例与技法小结 .....                | 197        |
| <b>第11章 汽车广告动画——雅志 .....</b>      | <b>198</b> |
| 11.1 成品预览 .....                   | 198        |
| 11.2 设计流程 .....                   | 198        |
| 11.3 技法解析 .....                   | 199        |
| 11.3.1 导入素材图像 .....               | 199        |
| 11.3.2 编辑汽车素材 .....               | 200        |
| 11.3.3 绘制汽车标志 .....               | 201        |
| 11.3.4 制作汽车动画 .....               | 204        |
| 11.3.5 制作汽车动画 .....               | 205        |
| 11.3.6 添加文字效果 .....               | 207        |
| 11.3.7 制作文字动画 .....               | 209        |
| 11.3.8 保存输出影片 .....               | 210        |
| 11.4 实例与技法延伸：汽车广告——赛拉图 .....      | 211        |
| 11.5 实例与技法小结 .....                | 216        |
| <b>第12章 电脑广告动画——ABM手提 .....</b>   | <b>217</b> |
| 12.1 成品预览 .....                   | 217        |
| 12.2 设计流程 .....                   | 217        |
| 12.3 技法解析 .....                   | 218        |
| 12.3.1 导入素材图像 .....               | 218        |
| 12.3.2 绘制背景图形 .....               | 220        |
| 12.3.3 添加文字效果 .....               | 222        |
| 12.3.4 制作影片剪辑元件 .....             | 222        |
| 12.3.5 调用外部库元件 .....              | 225        |
| 12.3.6 制作手机元件 .....               | 225        |
| 12.3.7 制作整体动画 .....               | 227        |
| 12.3.8 添加文字特效 .....               | 228        |
| 12.3.9 保存输出影片 .....               | 229        |
| 12.4 实例与技法延伸：电脑广告——中华笔记本 .....    | 230        |
| 12.5 实例与技法小结 .....                | 237        |
| <b>第13章 房地产广告动画——绿怡·春水苑 .....</b> | <b>238</b> |
| 13.1 成品预览 .....                   | 238        |

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| 13.2 设计流程 .....                     | 239        |
| 13.3 技法解析 .....                     | 239        |
| 13.3.1 新建文档图层 .....                 | 239        |
| 13.3.2 制作图像背景 .....                 | 240        |
| 13.3.3 制作标志动画 .....                 | 242        |
| 13.3.4 制作图片 1 动画 .....              | 244        |
| 13.3.5 制作画面 1 动画 .....              | 246        |
| 13.3.6 制作图片 2 动画 .....              | 248        |
| 13.3.7 制作画面 2 动画 .....              | 249        |
| 13.3.8 保存输出影片 .....                 | 252        |
| 13.4 实例与技法延伸：房地产广告——天城·月亮湾 .....    | 253        |
| 13.4.1 添加图像背景 .....                 | 255        |
| 13.4.2 制作遮罩动画 .....                 | 257        |
| 13.4.3 制作不透明层动画 .....               | 260        |
| 13.4.4 制作文本层动画 .....                | 261        |
| 13.4.5 添加元件及音乐 .....                | 262        |
| 13.5 实例与技法小结 .....                  | 264        |
| <b>第 14 章 饮料广告动画——儿童果汁百分百 .....</b> | <b>265</b> |
| 14.1 成品预览 .....                     | 265        |
| 14.2 设计流程 .....                     | 265        |
| 14.3 技法解析 .....                     | 266        |
| 14.3.1 制作渐变背景 .....                 | 266        |
| 14.3.2 制作渐变弧形 .....                 | 268        |
| 14.3.3 添加图像及文本 .....                | 270        |
| 14.3.4 制作水果元件 .....                 | 272        |
| 14.3.5 制作球体元件 .....                 | 273        |
| 14.3.6 制作水果球元件 .....                | 276        |
| 14.3.7 制作特效动画 .....                 | 279        |
| 14.3.8 保存输出影片 .....                 | 281        |
| 14.4 实例与技法延伸：饼干广告——芝麻巧克力 .....      | 282        |
| 14.5 实例与技法小结 .....                  | 289        |
| <b>第 15 章 酒类广告动画——法拉帝干红 .....</b>   | <b>290</b> |
| 15.1 成品预览 .....                     | 290        |
| 15.2 设计流程 .....                     | 290        |
| 15.3 技法解析 .....                     | 291        |
| 15.3.1 制作渐变背景 .....                 | 291        |
| 15.3.2 导入并编辑位图 .....                | 293        |

非凡创意，超级巨匠



## 第1章

# Flash 广告动画入门导航

Flash 是美国 Macromedia 公司出品的矢量图形编辑和动画制作专业软件。作为一款在网络上或动画制作领域最为流行、通用的软件,Flash 一直为人们创造着令人惊叹的作品。

人们日常所提到的 Flash 有两种含义,一种是指 Flash 制作、播放软件及有关插件;另一种是指用该软件所制作的动画作品。

这款优秀的动画制作软件具有简单易学、应用广泛、功能强大等多方面的特点。使用该软件,不仅可以创建出复杂的、具有交互性的网络动画,而且在卡通、漫画、插画、企业标识、网络动画广告(包括化妆品、饰品、香水、汽车、电脑、房地产、食品饮料、烟酒等)等领域也日益流行,并逐渐成为这些行业的首选软件。

下面分别向读者介绍广告设计的入门知识以及中文版 Flash 8 的基础操作等,使读者快速入门并开始广告动画的制作,从而领略中文版 Flash 8 在制作广告动画时的风采,并享受动画制作过程中的乐趣。

## 1.1 广告动画设计入门

社会的发展,经济的发达,其中一个显著的标志就是广告的兴盛。人类在高度信息化的今天,无论何时何地都在接受着广告信息的冲击。广告成为人们日常生活中不可缺少的向导,同时也是经济发展、商品流通、社会文化和文明进步的一个重要标志。翻开每天的报纸、杂志,打开收音机、电视机,走在街头、公路、车站、码头、机场,以及在网上冲浪,每时每刻,人们都在或主动或被动地与广告打交道,甚至足不出户,也会有广告送上门来。可以说,人们每天都生活在广告的海洋里。而随着网络的流行与发展,网络动画广告更是如潮水般涌来,冲击着消费者的视觉。

### 1.1.1 广告的目的

就广告的概念而言,“广”是广泛的意思,“告”是告诉、告知,“广告”即“广泛地告知”。广告是借助一定的媒体(如电视、报纸、杂志、路牌等),向大众传达一定信息(如文化信息、商品信息等)的一种宣传手段。广告的目的,就是要让广大的受众对象了解广告的信息。

### 1.1.2 广告的分类

按照目的和意图的不同,广告有多种分类方法。就广告的内容而言,可以把广告分为文化类广告和商业类广告两大类。文化类广告是以传达文化信息为目的的广告,如各种会议

广告、展览广告、集会广告、公益广告、政治宣传广告等；商业类广告是以传达商品信息、宣传企业形象为目的的广告，如商品广告、企业形象广告、商品交易会广告等。

作为广告的策划与设计人员，常常按照广告传播媒体的不同，把广告分为广播广告、电视广告、邮送广告、POP广告和网络动画广告等更细的类型。

●广播广告：是以电台、电波为媒体，通过听觉来传递信息的广告形式。

●电视广告：是以电视为媒体，通过听觉、视觉同时传递信息的广告形式。电视广告的视觉效果是以连续的画面来完成的。这为信息的传达提供了方便，但同时也提高了设计的难度，且必须与听觉有效地配合，才能达到全面传递信息的目的。

●报纸、杂志广告：是以报纸或杂志为媒体，通过视觉传递信息的广告形式。目前我国的报纸多为黑白，杂志多为彩色，且印刷质量也不同，所以在设计时也有所不同。

●招贴、路牌广告：是放置在闹市、街头、会场、车站、机场等公共场所，通过视觉传递信息的广告形式。招贴广告又称为海报，有印刷品和手工方式完成两种。两种广告在设计时，对其精度的要求有所不同：印刷广告一般要求较精致、细腻；而手工广告则较随意、粗糙。路牌广告视其材料和规模的不同，又可分为大型路牌、小型广告牌、灯箱广告、霓虹灯广告等种类。

●邮送广告：是通过邮政系统直接发送到客户手中的广告。这种广告的涉及面较广，但投资量也较大，是近几年才发展起来的一种广告形式。

●POP广告：POP广告是在商场出现的、纯粹以促销商品为目的的系列广告形式。它同样是以视觉为传递方式的广告。

●网络动画广告：是指利用互联网的媒介特性，而呈现出的与以上平面媒介广告不同的广告形式。

从广告造型的方式来分，还可把广告分为平面广告和立体广告两大类。在上面介绍的不同媒体分类的广告分类中，报纸、杂志广告，邮送广告，招贴广告属于平面广告；路牌广告既可以是平面广告，也可以是立体广告；而POP广告则是平面和立体综合运用，且以立体为主的广告。广播广告不属于视觉设计的范畴，不存在立体与平面的问题；电视广告则属于动态的广告形式。而网络动画广告（即本书向读者介绍的主体广告）的形式丰富多样，可以是二维广告，也可以是三维广告，还可以是多媒体互动广告及动画、电影广告。可以这样说，网络动画广告的形式包含了平面、立体广告的所有形式。

## 1.2 广告动画的设计和构成要素

不论何种广告，其设计要素和构成要素都是一致的。广告的设计要素直接关系到广告作品的形式和创意的成败，影响着广告主题内容的传达，对于广告宣传效果的好坏起着关键性的作用；而广告的构成要素，是指在一定规格、尺寸的版面位置内，把一则广告作品的设计要点（包括广告文案、图形、背景、装饰线等）进行创意性编排和组合布局，以取得最佳的广告宣传效果。



## 1.2.1 广告的设计要素

广告设计的要素包括均衡、对称、对比和自由四种，下面分别进行介绍。

### 1. 均衡

均衡就是将文字图形按照其形态的大小、多少、色调与肌理的明暗、轻重等关系在平面上均衡地进行布局，是广告构成设计最基本的构图要素之一，主要是在一种不平衡中求得平衡的设计方法。均衡主要通过协调画面各要素间主次、强弱的差异关系，来取得设计视觉上的美感以及与内容相匹配的逻辑性。均衡构成可以分为以下四种：

#### (1) 位置均衡

这是最为普遍的均衡样式，指利用文字图形的上下、左右等空间上的位置来进行布局，有平直排列均衡、斜向排列均衡、综合排列均衡等细分方式。

#### (2) 大小均衡

指利用文字、图形（包括背景）形态上的大小来获得视觉上的平衡。

#### (3) 色调均衡

指运用各种色彩构成既统一又有对比的均衡色调，如运用色块的大小变化，色彩的冷暖、明度、纯度的变化以及中间色的间隔等。

#### (4) 肌理均衡

指运用各种不同的肌理取得画面视觉上的平衡。例如，密度很高的画面可以运用一些肌理感平滑或平涂的色彩来取得平衡，而在平涂的背景上加上一些有肌理变化的色块，可以增加画面的生动性。

### 2. 对称

对称就是将文字图形按照一根中轴线向左右（或上下）两方对称地展开，是构成设计中一种基本的构图形式，在各种广告宣传样本、直邮广告等小型印刷品上用得很多。它有两种形式：完全对称和相对对称。其中，完全对称是指画面要素以绝对对称的方法排列；相对对称是指画面要素主要以对称方式展开，局部图形或文字则以不对称的方式呈现，形成一定的对比，活跃画面。相对对称形式在设计实践中应用较多。

### 3. 对比

对比是将会相互对比的画面的视觉要素进行处理、配置的构图方式，可细分为形态对比、大小对比、动势对比、色调对比和肌理对比等多种类型。

#### (1) 形态对比

在形态对比中，又可细分为字体对比、图形对比、字体与图形对比。

● 字体对比：指运用字体形象的不同性质进行对比，如有饰线体代表古典意味，无饰线体则具有现代风格。两种不同的字体出现于同一版面能产生对比效果，手写文字与印刷体也能形成鲜明的对比。

● 图形对比：指运用图形形象的不同性质进行对比。插图（包括摄影）在造型、色彩和肌理等方面具有非常多的变化，可以造成极为丰富的画面对比效果。

● 字体与图形的对比：指运用文字图形形象各种不同的性质进行对比。在编排设计中，这是最为普遍的一种构图样式。

#### （2）大小对比

大小对比是指运用不同尺度的形象进行对比的构图方法。除了形象大小的对比关系外，数量上的多少，也可以造成一种近似大小的对比关系。

#### （3）动势对比

动势对比是指运用画面形象的各种动势，造成形象上的视觉张力与冲击力。可细分为动静对比、主次动势对比等。

#### （4）色调对比

和色调均衡相反，色调对比是指运用各种色彩构成的既有对比又有统一的对比色调。方法上也有各种细分，如运用色彩的面积对比、色相对比、明度对比和纯度对比等。

#### （5）肌理对比

肌理对比方法上和肌理均衡相近，指运用不同的肌理造成画面上的视觉对比。

对比是在平衡中求不平衡的设计方法。画面上的对比关系有时是复合型的，例如，色调、肌理等各要素常常要结合在一起。因此，在设计时要注意细心处理好它们的关系，突出主体，保持视觉效果顺畅。对比要把握分寸，对于过强的视觉要素要加以抑制。如在设计时，画面中各条线之间要有一定的动势伸展余地，不能用几条线将画面拦腰截断；又如，形体若具有太强的张力，可以索性将其放大超出画面，让边缘线切断其造型，使这个形体构成新的形象。要注意各对象的组合关系，如外形上的对比，有文字群（排列成块的文字）与少量几句文字的组合，形成块面与线条基本形态的对比。除了线与面之间的对比外，面与面之间，也就是文字群与文字群之间的对比可通过外形的变化产生，例如，外形方正、排列工整的文字群与参差排列、外轮廓不规则的文字群的对比，会呈现出稳定与活跃的对比效果。

### 4. 自由

自由是指一些运用非规则的方法与画面要素进行编排配置的构图方法。如随意地将文字图形散点地展开、运用文字随意地构成各种具体或抽象的形象、将画面视觉要素极为混杂地加以组合等。自由的构图方法，完全依赖于人对视觉形象的直觉判断，有时这种方法也表现为作者情感方面的宣泄，是最具有典型意义的感性设计方式。

## 1.2.2 广告的构成要素

前面已经介绍了广告的设计要素，接下来将要介绍广告的构成要素。一幅广告的画面是由诸多要素构成的，这些要素在广告的整体画面中起着不同的作用。无论是报纸广告、杂志广告、招贴广告还是网络广告，全面地归纳其构成要素，都必须具备标题、正文、广告语、插图、标



志、公司名称和色彩这七个要素。如图 1-1 所示的房地产广告，就是一个典型的广告形式。



图 1-1 房地产广告

## 1. 标题

标题是表达广告主题的文字内容，应具有吸引力，能使读者注目，并引导读者阅读广告正文，观看广告插图。标题是画龙点睛之笔，不一定是完整的句子，但它是广告文字最重要的部分。因此，标题要用较大号字体，要安排在广告画面最醒目的位置，应注意配合插图造型的需要，运用视觉引导，使读者的视线从标题自然地 toward 插图和正文转移。在如图 1-2 所示的 MP4 产品广告画面中，“迷情”二字即为该广告的标题。



图 1-2 MP4 产品广告

## 2. 正文

广告正文是说明广告内容的文本，基本上是标题的发挥。广告正文具体地叙述真实的事实，使读者心悦诚服地走向广告宣传的目标。广告的正文一般都安排在插图的左右或上