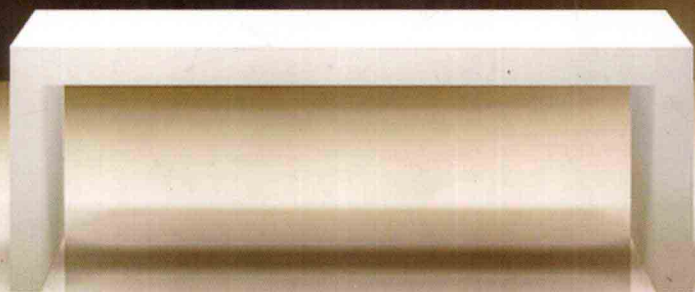




Photoshop CS4 广告设计高级教程

瀚图文化 编著



机械工业出版社
China Machine Press

J524.3-39
H120



Photoshop CS4 广告设计高级教程

瀚图文化 编著

J524.3-39
H120



机械工业出版社
China Machine Press

本书讲解现代平面广告设计的一些实用基础知识和软件的具体应用知识。

本书精心设计了 33 个经典案例和平面广告设计的一些实用基础知识, 包含标志设计、海报设计、杂志广告设计、报纸广告设计、画册设计、插画广告设计、网页设计、户外广告设计、售点广告设计、书籍装帧设计以及包装设计等。

本书适用于 Photoshop CS4 初、中级用户, 平面广告设计人员, 也适合作为相关培训机构教材。

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目 (CIP) 数据

Photoshop CS4 广告设计高级教程 / 瀚图文化编著. —北京: 机械工业出版社, 2010.1

ISBN 978-7-111-29281-4

I .P… II .瀚… III .广告—计算机辅助设计—图形软件, Photoshop CS4—教材
IV .J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 230435 号

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 李东震

中国电影出版社印刷厂印刷

2010 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm • 24 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-29281-4

ISBN 978-7-89451-344-1 (光盘)

定价: 78.00 元 (附光盘)

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88378991; 88361066

购书热线: (010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线: (010) 88379604

读者信箱: hzjsj@hzbook.com

前言

Photoshop 是 Adobe 公司推出的一款专业的图像处理和编辑软件,在图像绘制、文字编排、图像合成等方面具有十分完善和强大的功能,能有效地进行方便、快捷的设计操作。设计师可以通过 Photoshop 将艺术构思和创作灵感更好地表现出来,从而创作出更多优秀的设计作品。

本书创作意图

编者经过多年的广告创作实践发现,单纯掌握 Photoshop 软件的基础知识是远远不够的,必须通过大量的练习将基础知识与商业理论知识相结合,并在练习的过程中不断地积累操作经验和技巧,才能有效地巩固和提高广告创意平面制作知识。本书正是面向初、中级读者编写的“商业广告知识+案例”型图书,帮助读者将平面广告知识与 Photoshop 软件知识结合,并提升至更高层次。

本书主要内容

本书包含了现代平面广告设计的一些实用的基础知识讲解与软件的具体应用知识,帮助读者更好地掌握平面广告相关基础知识,才能更好地发挥广告创意与实际创作,并在创作的过程中,更熟练地掌握 Photoshop 的软件应用知识。

本书精心设计了 33 个经典案例和平面广告设计的一些实用基础知识总结,包含标志设计、海报设计、杂志广告设计、报纸广告设计、画册设计、插画广告设计、网页设计、户外广告设计、售点广告设计、书籍装帧设计以及包装设计等,让读者不仅学习相关基础知识,更能熟练地掌握软件应用技巧。

本书案例特点

为了使读者更有效地掌握平面广告知识及其应用,本书选取的案例贴近实用,针对性强。结合基础知识与实际操作步骤的讲解,帮助读者更有效地掌握平面广告知识的应用。本书案例充分利用软件知识以及通过对商业应用领域实例的制作分析,帮助读者更好地拓展思维,将自己的想法和创意融入到实际设计作品中。

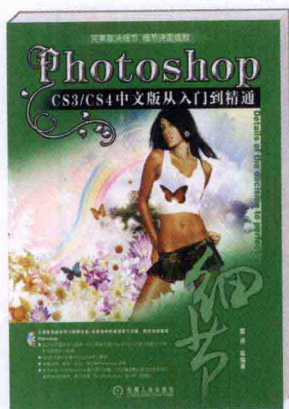
本书读者对象

本书面向 Photoshop CS4 的初、中级用户,以及从事平面设计、广告设计和印前制作的专业人士。通过对本书的学习,可以使读者更好地掌握平面广告的商业应用知识与软件应用知识。希望读者能够吸取精华、举一反三,以此来提高自己的创作能力和设计水平。

作者

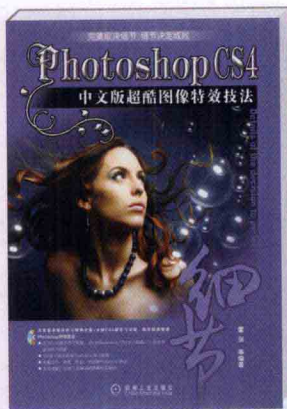
2009 年 12 月

好书推荐



Photoshop CS3/CS4
中文版从入门到精通

作者：雷波
书号：978-7-111-26093-6
定价：89.00元



Photoshop CS4
中文版超酷图像特效技法

作者：雷剑
书号：978-7-111-26106-3
定价：79.80元



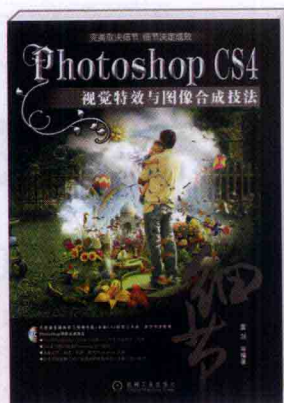
Photoshop CS3/CS4
中文版完全自学手册

作者：雷剑
书号：978-7-111-26092-9
定价：79.00元



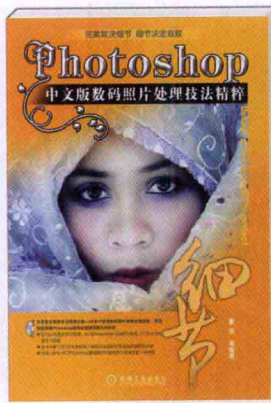
Maya 2008/After Effects CS3
影视包装技法

作者：范玉婵
书号：978-7-111-26105-6
定价：88.00元



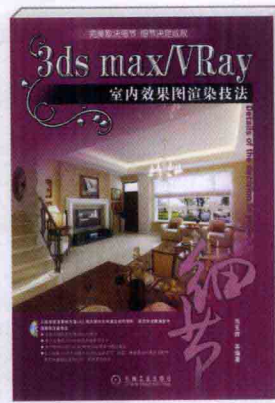
Photoshop CS4
视觉特效与图像合成技法

作者：雷剑
书号：978-7-111-26094-3
定价：79.00元



Photoshop
中文版数码照片处理技法精粹

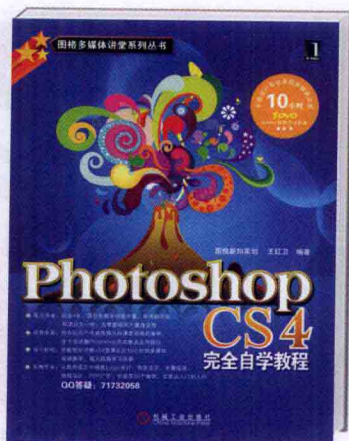
作者：雷波
书号：978-7-111-24411-0
定价：69.80元



3ds max/VRay
室内效果图渲染技法

作者：范玉婵
书号：978-7-111-26135-3
定价：79.00元

好书推荐



Photoshop CS4完全自学教程
ISBN: 978-7-111-25108-8
定价: 68.00元



ILLustrator CS3完全自学教程
ISBN: 978-7-111-25106-4
定价: 55.00元



Dreamweaver CS3完全自学教程
ISBN: 978-7-111-25107-1
定价: 49.80元



Premiere PRO CS3完全自学教程
ISBN: 978-7-111-25139-2
定价: 59.00元

目录 CONTENTS

前言

第一篇 平面广告设计的基础知识

第1章 了解平面设计

- 1.1 平面广告设计的基本概念..... 3
- 1.2 平面广告设计的特点..... 3
- 1.3 平面广告的媒体与类型..... 5
- 1.4 平面广告的任务..... 6
- 1.5 平面广告设计的基本流程..... 8

第2章 平面广告设计中主要设计元素表现

- 2.1 平面广告中色彩情感与表达..... 11
 - 2.1.1 色彩的概念 11
 - 2.1.2 广告中色彩的传达、识别和象征作用 11
 - 2.1.3 广告中色彩对心理的影响 12
- 2.2 广告版面中文字的编排..... 14
 - 2.2.1 文字的排列方式 15
 - 2.2.2 文字的版面运用和技巧 16
- 2.3 平面广告版面中图片与图形的编排..... 20
 - 2.3.1 图像的比例分布 20
 - 2.3.2 去底图与特写图的运用 23
 - 2.3.3 文字与图形的混排 24
- 2.4 案例分析..... 25

第3章 广告设计的软件需求

- 3.1 平面广告软件的认识和选择..... 28
 - 3.1.1 Adobe Photoshop..... 28
 - 3.1.2 Illustrator..... 29
 - 3.1.3 CorelDRAW..... 31
- 3.2 Photoshop CS4的基础知识..... 32
 - 3.2.1 Photoshop CS4的操作环境..... 32



3.2.2	Photoshop CS4的屏幕模式.....	37
3.2.3	Photoshop CS4图像的文件格式.....	39
3.2.4	Photoshop CS4的基本操作命令.....	41
3.3	Photoshop CS4主要功能运用.....	46
3.3.1	选区的运用.....	46
3.3.2	图层蒙版的运用.....	46
3.3.3	通道的运用.....	48
3.3.4	抠图的高级技法运用.....	49

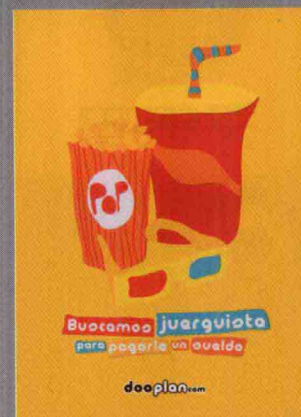
第二篇 Photoshop在平面广告设计中的应用

第4章 标志设计

4.1	认识标志设计.....	53
4.1.1	标志设计的概念.....	53
4.1.2	标志设计的表现形式.....	53
4.1.3	标志设计的风格分类.....	55
4.1.4	标志设计的应用.....	56
4.2	旅行社标志的实例设计和制作.....	57
4.3	地产标志的实例设计和制作.....	66
4.4	音乐酒吧标志的实例设计和制作.....	75
4.5	习题制作.....	84

第5章 海报设计

5.1	认识海报设计.....	86
5.1.1	海报设计的理论和欣赏.....	86
5.1.2	海报设计的规格和类型.....	87
5.1.3	海报设计的图形要素和色彩搭配.....	90
5.2	音乐海报的实例设计和制作.....	91
5.3	电影海报的实例设计和制作.....	98
5.4	化妆品海报的实例设计和制作.....	102
5.5	公益海报的实例设计和制作.....	105
5.6	习题制作.....	114



第6章 杂志广告设计

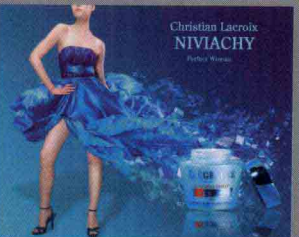
- 6.1 认识杂志广告设计..... 116
 - 6.1.1 杂志广告设计的理论和欣赏 116
 - 6.1.2 杂志广告设计的表现形式 117
 - 6.1.3 杂志广告设计的风格分类 117
 - 6.1.4 杂志广告设计的应用 117
- 6.2 手表杂志广告的实例设计和制作..... 118
- 6.3 手机杂志广告的实例设计和制作..... 123
- 6.4 液晶屏杂志广告的实例设计和制作..... 130
- 6.5 化妆品杂志广告的实例设计和制作..... 135
- 6.6 习题制作..... 142

第7章 报纸广告设计

- 7.1 认识报纸广告..... 144
 - 7.1.1 报纸广告的广告效应与定位人群 144
 - 7.1.2 报纸广告的规格 144
 - 7.1.3 报纸广告的版面划分和印刷 145
- 7.2 家居城活动促销报纸广告的实例设计和制作..... 146
- 7.3 汽车报纸广告的实例设计和制作..... 153
- 7.4 房产报纸广告的实例设计和制作..... 162
- 7.5 空调促销报纸广告的实例设计和制作..... 168
- 7.6 习题制作..... 174

第8章 画册设计

- 8.1 认识画册设计..... 176
 - 8.1.1 画册设计的理论和欣赏 176
 - 8.1.2 画册设计的类型 176
 - 8.1.3 画册设计的制作要素 177
 - 8.1.4 画册设计的主要设计流程 178
- 8.2 儿童摄影画册的实例设计和制作..... 179
- 8.3 珠宝画册的实例设计和制作..... 189
- 8.4 习题制作..... 205



第9章 插画广告设计

9.1 认识插画广告设计.....	208
9.1.1 插画设计的概念和欣赏	208
9.1.2 插画在平面广告设计中的应用	208
9.1.3 插画广告设计的表现形式	209
9.2 餐厅宣传海报设计中插画的应用.....	210
9.3 咖啡厅店内海报设计中插画的应用.....	217
9.4 儿童图书中插画的应用.....	223
9.5 习题制作.....	232

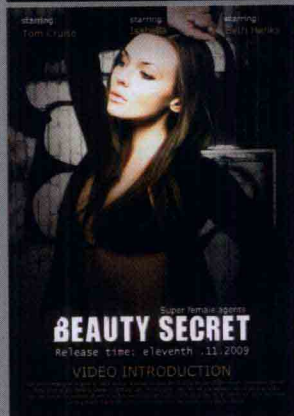
第10章 网页设计

10.1 认识网页设计.....	234
10.1.1 网页设计的理论和欣赏.....	234
10.1.2 网页设计的定位.....	234
10.1.3 网页设计的分类.....	235
10.1.4 网页设计的设计要素.....	236
10.2 摄影网页设计的实例设计和制作.....	237
10.3 伊哟在线电影网页设计的实例设计和制作.....	248
10.4 旅游公司网页设计的实例设计和制作.....	258
10.5 习题制作.....	268

第三篇 Photoshop在立体广告设计中的应用

第11章 户外广告设计

11.1 认识户外广告设计.....	271
11.1.1 户外广告设计的理论和欣赏.....	271
11.1.2 户外广告设计的定位.....	271
11.1.3 户外广告的分类.....	273
11.1.4 户外广告的制作要素.....	273
11.2 房产路牌广告的实例设计和制作.....	274
11.3 汽车站台广告的实例设计和制作.....	279
11.4 SONY MP5灯箱广告的实例设计和制作.....	287
11.5 习题制作.....	298





第12章 售点广告设计

12.1 认识售点广告.....	300
12.1.1 售点广告设计的理论和欣赏.....	300
12.1.2 售点广告的特点与定位人群.....	300
12.1.3 售点广告的分类.....	301
12.1.4 售点广告的使用价值.....	301
12.2 品牌服装橱窗广告的实例设计和制作.....	302
12.3 运动鞋店外橱窗广告的实例设计和制作.....	309
12.4 酒品促销POP售点广告的实例设计和制作.....	318
12.5 习题制作.....	330

第13章 书籍装帧设计

13.1 认识书籍装帧设计.....	332
13.1.1 书籍装帧设计的理论和欣赏.....	332
13.1.2 书籍装帧设计的分类与要素.....	332
13.1.3 书籍装帧的使用价值.....	333
13.2 艺术图书封面的实例设计和制作.....	334
13.3 时尚杂志封面的实例设计和制作.....	345
13.4 习题制作.....	351

第14章 包装设计

14.1 认识包装设计.....	353
14.1.1 包装设计的理论和欣赏.....	353
14.1.2 包装设计的广告效应.....	353
14.1.3 包装设计的要素.....	353
14.2 月饼包装的实例设计和制作.....	355
14.3 CD包装的实例设计和制作.....	364
14.4 习题制作.....	372

第一篇

平面广告设计的基础知识

本篇主要介绍进入平面广告设计行业的必备基础知识，具体包括平面广告设计的基本概念和特征、设计的基本流程、各种设计元素的运用技巧和平面设计软件的选用等。通过对这些基本知识点的了解，可以帮助您为下一步的平面设计创作做好充足的准备。创意的火花，需要靠丰富的知识储备才能迸发。优秀的设计，更需要认真地分析和了解方可实现！

第7章

了解平面广告设计

本章通过平面广告设计的概念、特点、媒体类型、广告的任务以及广告设计的基本流程几个方面,对平面广告设计的基本内涵进行由浅到深的介绍。通过对本章的平面广告设计概念与设计流程知识的学习,可深入了解平面广告特点和广告任务的含义,从而将书面化、概念化的知识运用到实践中,以产生符合商业化市场所需要的平面广告设计。

本章学习要点:

1. 学习平面广告设计的基本概念
2. 学习平面广告设计的特点
3. 学习平面广告设计的类型与任务
4. 学习平面广告设计的设计流程

经典案例鉴赏:



爱护环境公益广告



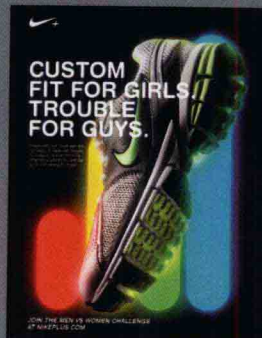
路牌广告



活动宣传海报



画册广告



运动鞋广告

1.1 平面广告设计的基本概念

要学习平面广告设计,首先要对平面广告的概念进行了解。平面广告是为了某种特定的需要,通过一定媒体形式,公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。了解学习广告的基本概念,对正确运用广告传达信息具有很大的帮助。

广告设计是确定的组织或个人为了一定的目的,依靠付出费用,在规定的时间内,按照要求,由指定的媒体,将信息传播出去的一种交流活动。这个定义从实践中来,必然能反映广告的本质属性,也能够解释除商业广告之外的一些广告现象。平面广告设计作为广告设计中的一种,主要以印刷、写真、喷绘、网页等形式进行广告信息传递。如图1-1、图1-2和图1-3所示。

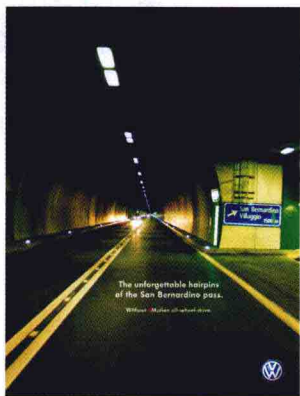


图1-1 大众汽车广告

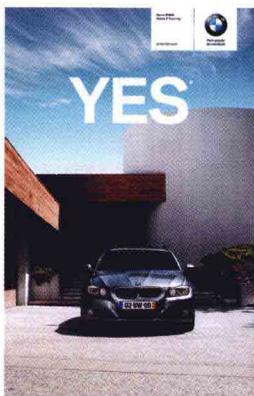


图1-2 宝马汽车广告



图1-3 爱护环境公益广告

平面广告设计主要包括报刊杂志、各种宣传单、宣传册、海报、店面广告、车站广告、路牌广告、展示广告等。下面对平面设计的概念进行讲解分析。所谓平面广告,是根据广告主的要求,在二维空间里把商品、讯息等信息以图片、文字等形式,按照版面形式美的法则进行创意的组合,赋予画面无尽的联想空间,成为形象化、直观化、秩序化的广告视觉载体形式。平面广告设计是一种视觉艺术传达设计,更是一种商业设计行为。通过上面知识的学习可以总结出以下几点:

(1) 平面广告是一种有计划、有目的的活动广告,活动的主体是广告主,而广告活动的对象是广大消费者。

(2) 平面广告活动是通过大众传播媒介来进行的,广告活动的内容是经过有计划地选择的商品或劳务信息。

(3) 平面广告活动的目的,是促进商品或劳务的促销,使广告主从中获得利益。

1.2 平面广告设计的特点

平面广告主要是通过视觉传达来表现的,属于平面的、静态的广告类型,并且平面广告的作品需要通过印刷、喷绘与写真等方式进行批量生产,其主要包括报纸广告、杂志广告、企业形象广告、产品外包装、书籍封面、直邮广告等。它们都有其共同的广告特点,下面介绍这些特点。

平面广告设计是视觉表达艺术设计的一种,其价值在于把产品的功能特点通过一定的方式转换

成视觉因素,使之更直观地面对消费者。平面广告设计作为信息的有计划、有目的的传达媒介,具有以下三个特点。

1. 易于传播

平面广告通常都是放置在公众场所,这些地方普遍人流量较大,因此受众较多。如图1-4所示,将广告放置于公交站台的位置,每天过往坐车的人在不经意间就能对广告的信息进行接收与了解。另外,平面广告还可以通过邮递方式,直接邮寄到消费者的手中,更直接地对信息进行传播,不受任何设备的限制,而二维广告则会有更多的受众。



图1-4 路牌广告

2. 针对性强

平面广告可针对不同的受众制订不同的方案,发送到不同的消费者手中,具有更强的针对性。根据广告主体的不同,选择不同的目标群体,可以节约广告成本同时也达到了信息传达的目的,如图1-5和图1-6所示。图1-5是一张耐克运动系列广告,广告信息的主要受众是年轻人,所以在广告宣传上应将广告放置于年轻人常会出入的地方,任何广告形式都离不开广告的受众群体。平面广告作为二维广告,是静止不动的,没有电视广告、网络广告那样具有动态的视觉效果和声音,因此在版面设计上只能靠独特的创意、醒目的色彩、动人的图像与文字效果、独特的制作工艺来吸引消费者的注意。



图1-5 NIKE广告

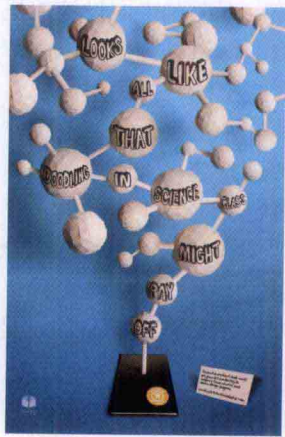


图1-6 记事本广告

3. 可保存性强

平面广告大部分都是以纸为介质,阅读非常方便。既可随身携带,又便于随时阅读和观看。也可以存放在书架上做资料收藏,便于保存。由于其可保存性强,往往可多次阅读,多人阅读,如图1-7、图1-8所示。

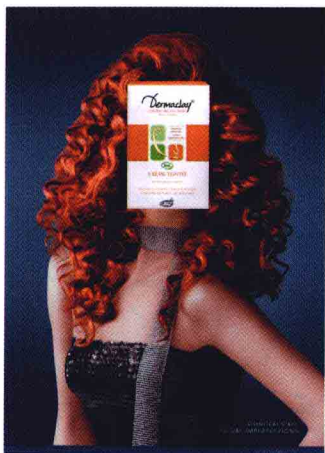


图1-7 杂志炫彩广告

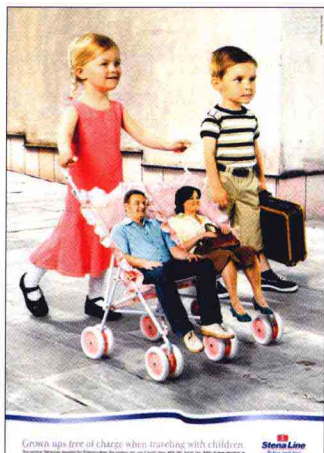


图1-8 活动宣传海报

1.3 平面广告的媒体与类型

由于平面广告分类的标准不同，看待问题的角度各异，导致广告的种类很多，在进行信息传递时所采用的媒介也会有所不同。根据具体情况选择不同的传播媒介，能更有效地进行平面广告信息的传递，从而使信息传递事半功倍。平面广告的媒介与类型主要分为印刷类广告、网页平面广告，根据广告的不同类型，所采用的媒介也是不一样的。

1. 印刷类广告

印刷类广告主要包括杂志、报纸、DM单、画册、明信片等，主要表现为可以近距离阅读的传播媒介。如图1-9所示是一张杂志版面广告，主要通过印刷完成广告的制作。传达信息广，具有可保存性与便于携带等特征，需要通过印刷才能实现广告效应的传播媒介。

2. 实体类广告

实体类广告主要包括路牌广告、灯箱广告、售点广告、橱窗广告、车体广告以及包装设计等，如图1-10所示。通过对产品包装的设计，使产品外观具有美感的同时还进行信息的传达，提高产品在消费者心目中的形象，从而促进产品销售，此类广告一般具有一定的形状。



图1-9 杂志广告



图1-10 包装设计

3. 网页平面广告

网页平面广告主要是将广告信息采用二维动态的形式编排在网页当中。网页平面广告容纳信息量大、画面生动、具有动态的广告特征,主要运用电脑进行广告信息传达,如图1-11所示。



图1-11 汽车网页设计广告

1.4 平面广告的任务

平面广告设计之所以存在,有其特殊的意义,它可以对广告的信息进行传达、树立品牌形象以及吸引消费者等。通过广告信息的传递,使受众认识广告对象,并对此产生好感,同时诱导人们进行消费。因此,在学习制作平面广告设计之前,要先了解平面广告的任务。主要可以分为以下几个方面:

1. 传达产品的信息

平面广告设计具有极强的实用性与明确的目的性,准确传达广告信息是广告的首要任务。在现代商业社会,商品和服务信息绝大多数是通过平面广告传递的,平面广告作品通过文字、色彩、图形将信息准确地表达出来,由于受文化水平的制约,每个人的经历、受教育程度、理解能力不同,对信息的感受和反应不一样,所以设计时应好好把握。如图1-12所示,是大众汽车广告设计,画面中通过色彩艳丽的文字对汽车进行信息介绍,具有强烈的视觉效果,将商品信息准确地传达给受众。



图1-12 大众汽车广告