

覆盖全面技术应用，让读者跨越基础到应用的鸿沟



PHOTOSHOP

完美 广告设计与技术精粹

本书将广告行业必备知识与一线真实案例相结合，汇集了业界设计师们的创意思路、设计理念、关键技术和常用技巧。同时，在每个案例中还嵌入了Photoshop软件的基础知识。不管你的基础如何薄弱，都能从中得到自己需要的内容，从而应用于实际工作中。

◎ 孙辉霞 宋超 韩丽 编著



附赠

全书案例素材和最终效果文件，以及
24段经典广告案例多媒体语音教学视频



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



PHOTOSHOP

完美

广告设计与技术精粹

孙辉霞 宋超 韩丽 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书以 Photoshop 图形图像处理软件作为平台,详细讲解了各种类型广告的创意思路和制作方法。希望读者通过阅读本书,不仅能够提升自己的广告理论水平,而且可掌握使用 Photoshop 设计出效果独特、创意鲜明的广告的方法和技巧。

本书是面向实际应用的 Photoshop 经典广告设计类用书,不仅可以作为初学者的自学参考书籍,也可作为平面设计培训班的培训教程,还是中、高级平面设计师难得的借鉴资料。

图书在版编目(CIP)数据

PHOTOSHOP 完美广告设计与技术精粹 / 孙辉霞, 宋超, 韩丽编著.
—北京: 机械工业出版社, 2012.6
ISBN 978-7-111-38139-6

I. ①P… II. ①孙…②宋…③韩… III. ①广告—计算机辅助设计—图象处理软件, Photoshop IV. ①J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 077584 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 丁 伦 责任编辑: 丁 伦

责任校对: 常天培 责任印制: 乔 宇

北京汇林印务有限公司印刷

2012 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

210mm × 285mm · 17.5 印张 · 2 插页 · 550 千字

0001—3500 册

标准书号: ISBN 978-7-111-38139-6

ISBN 978-7-89433-497-8 (光盘)

定价: 79.90 元 (含 1DVD 光盘)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066 门户网: <http://www.cmpbook.com>

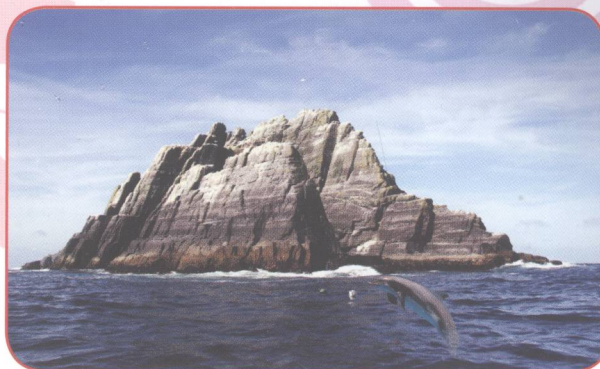
销 售 一 部: (010) 68326294 教材网: <http://www.cmpedu.com>

销 售 二 部: (010) 88379649

读者购书热线: (010) 88379203 封面无防伪标均为盗版



▲ 拼贴广告



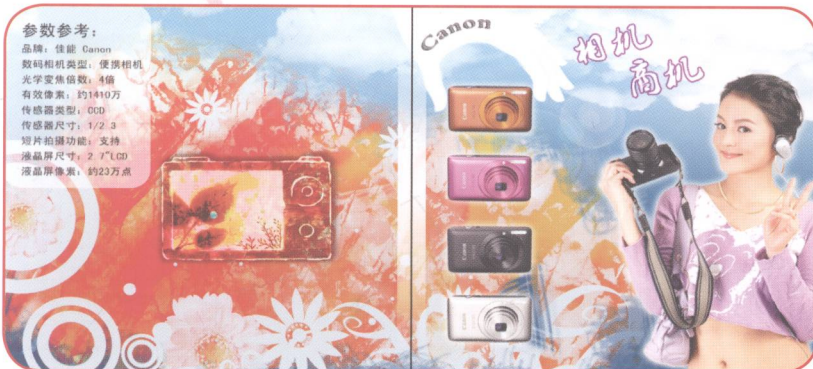
▲ 内容识别填充功能



▲ 丫丫童鞋



▲ 蓝梦科技



▲ 时代相机



▲ 电子商务



▲ 美食大全



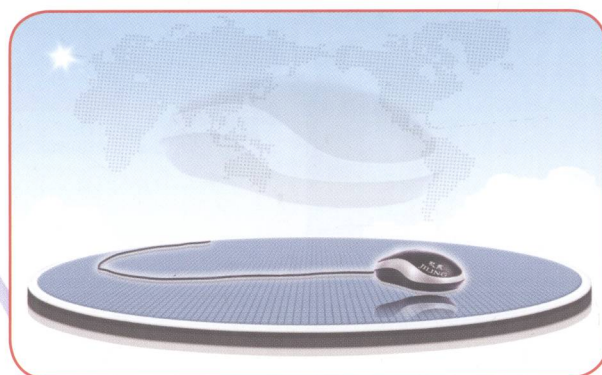
▲ 饰物荟萃



▲ 莎炫洗发水



▲ 六九感冒灵



▲ 机灵鼠标



▲ 矿泉水广告



▲ 美食类海报



▲ 饮料杂志广告



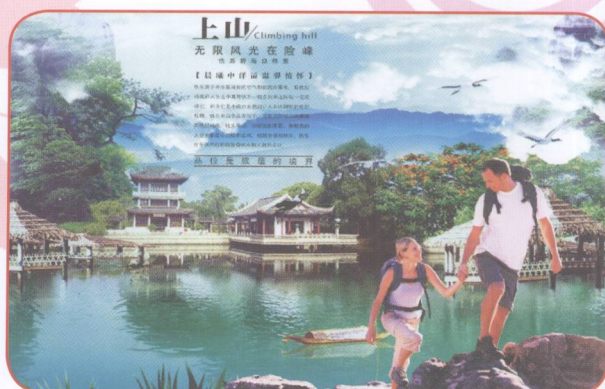
▲ 电子产品广告



▲ 咖啡广告



▲ 古都西安



▲ 风景区广告



▲ 人文印象



▲ 音乐KTV



▲ 爱家便利店



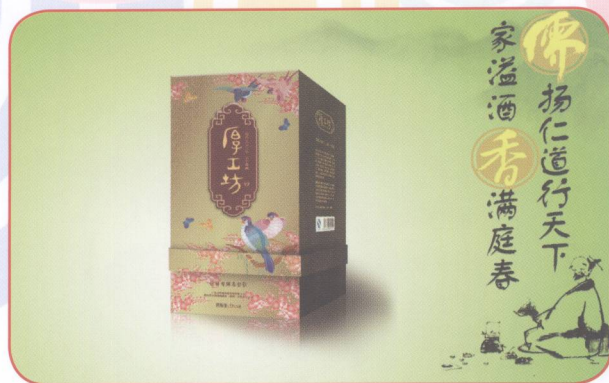
▲ 美族瑜伽



▲ 唇膏包装



▲ 牛肉干包装



▲ 白酒包装



▲ 耀世而出



▲ 浪漫之城



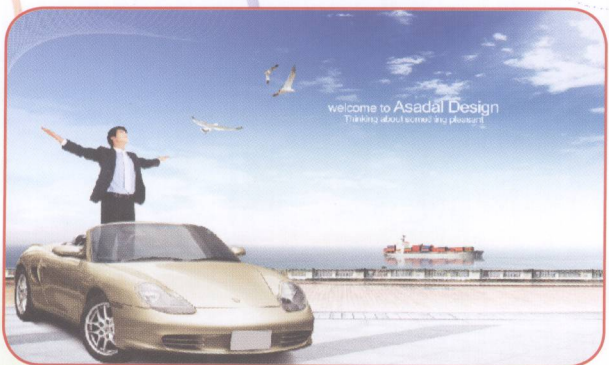
▲ 兰尊世家



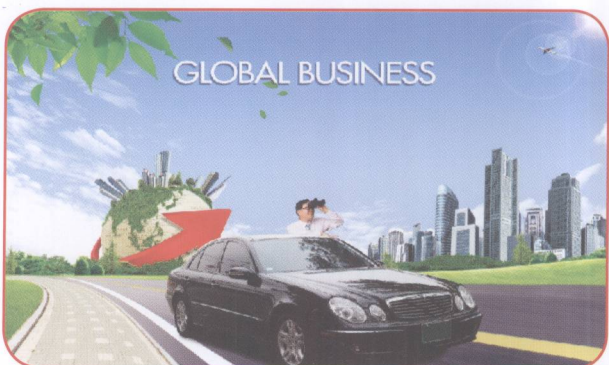
▲ A+之选



▲ 实尚一派



▲ 天下共享



▲ 你我同行

前言

软件介绍

Adobe 公司推出的 Photoshop 软件是当前功能最强大的、使用最广泛的图形图像处理软件, 它以其领先的数字艺术理念、可扩展的开发性及强大的兼容能力, 广泛应用于电脑美术设计、数码摄影、出版印刷等诸多领域。Photoshop CS5.1 通过更直观的用户体验、更大的编辑自由度及大幅提高工作效率, 使用户能更轻松地使用其无与伦比的强大功能。Photoshop CS5.1 新增的 Mini Bridge 浏览器、全新的画笔系统、智能的修改工具, 增强的内容识别填色功能、图像变形功能与 3D 功能等, 无不给我们带来惊喜。

行业情况

随着软件技术的不断发展, Photoshop 的应用范围变得极为广泛, 不仅为众多软件的应用提供了一个很好的操作平台, 而且也使自身的功能迈向了一个综合性较强的境界。图像处理是 Photoshop 的一个强大功能, 从目前的各类软件来看, Photoshop 在图像处理方面占据独特地位。例如, 随着数码相机的普及, 越来越多的人对照片处理产生了浓厚的兴趣, 如此一来, 人们就可以将日常生活中有缺陷的照片处理得完美无缺, 鉴于 Photoshop 具有强大的图像合成功能, 还可以对照片进行艺术创意加工, 使其升级为专业的摄影作品。对于目前最流行的媒体动态广告来讲, Photoshop 的应用可谓无处不在, 从而将广告表现得活灵活现; 而对于传统的静态广告 (如 POP 海报、户外广告、宣传册等) 来说, 也与 Photoshop 有着密不可分的关系, 静态广告虽然在先进性与广泛性方面比不上动态广告, 但若充分发挥 Photoshop 的强大功能, 同样内容的动态广告也能用静态广告表现出来, 从而体现出与其他新兴广告方式同样的商业价值。

本书特点

本书从广告的角度讲解 Photoshop 相关案例的制作, 内容包括广告的各种类别。读者通过这些实例的学习, 可以创作出属于自己的平面作品, 并达到事半功倍的效果。在选择范例时, 充分考虑到了实例的实用性和可操作性, 因此, 每一个实例的操作, 不仅能使读者充分掌握实例所涉及的知识点, 更重要的是通过实例的操作, 读者可以举一反三, 将所掌握的知识点应用到实际工作中。

其他资源

除了一本印刷精美的全彩图书, 本书还为读者准备了数道丰盛的学习大餐, 使读者真正拥有货真价实 $1 + 1 > 2$ 的超值实惠。

超长视频教学: 赠送与本书内容一体化的高清晰教学视频, 涵盖平面广告、特效文字、照片处理、插画设计、视觉特效等多个应用领域。

提高效率的设计素材: 几百幅高清的材质纹理图片, 上千个“一点即现”的 Photoshop 画笔、样式、形状和渐变集锦, 可直接满足各类设计人员的实际工作需求。

本书第 1 章、第 4 章、第 6 章由孙辉霞 (甘肃民族师范学院) 编写, 第 9 章、第 11 章由宋超 (重庆电子工程职业学院) 编写, 第 2 章、第 10 章、第 12 章由韩丽 (哈尔滨石油学院) 编写, 其他章节由肖亭、关敬、王巧转、卢晓春、刘波、张志敏、闫武涛、张婷、杜婷、马晓彤、惠颖、韩登锋、钱政娟、李斌、刘正旭、朱立银、黄剑编写。全书由孙辉霞、宋超、韩丽负责统稿。

由于时间仓促, 作者水平有限, 书中不足和疏漏之处在所难免, 还望广大读者朋友批评指正。

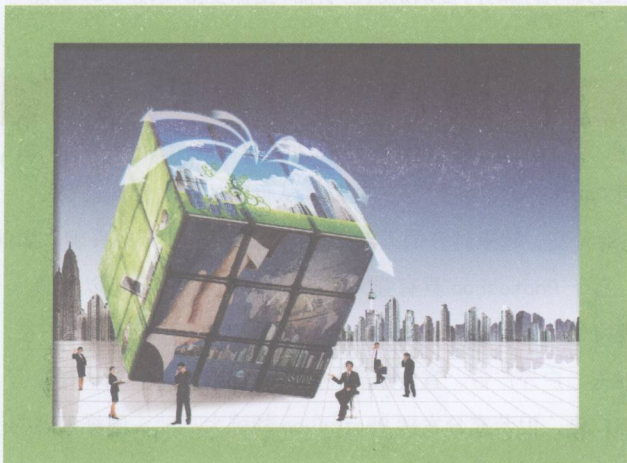
编者



目录

前言

第1章 平面广告的相关知识



- 1.1 平面广告简介 2
- 1.2 常用设计软件 4
- 1.3 平面广告的设计思想 6
- 1.4 平面广告的设计要求 10

第2章 Photoshop CS5.1 基础知识



2.1 初识 Photoshop CS5.1 12

- 2.1.1 Photoshop 的应用领域 12
- 2.1.2 Photoshop CS5.1 的新增功能 13

2.2 Photoshop CS5.1 的操作界面 18

- 2.2.1 了解工作界面组件 18
- 2.2.2 了解文档窗口 20
- 2.2.3 了解工具箱 20
- 2.2.4 了解工具选项栏 21
- 2.2.5 了解菜单 22
- 2.2.6 了解面板 23
- 2.2.7 了解状态栏 24

2.3 Photoshop CS5.1 的常用功能 25

- 2.3.1 新建文件 26
- 2.3.2 打开文件 26
- 2.3.3 置入文件 28
- 2.3.4 保存文件 28
- 2.3.5 修改像素尺寸与画布大小 30
- 2.3.6 裁剪图像 32
- 2.3.7 清理内存 33

第3章 画册设计案例



3.1 服装设计画册——艾美服饰 36

行业知识导航 36

- 画册设计的重要作用 36
- 画册设计的元素 38
- 画册设计点、线、面构成 40
- 产品画册设计表现手法 42

拓展项目演练（丫丫童鞋） 43

3.2 科技企业画册——蓝梦科技 45

行业知识导航 45

创作技能点拨 47

- 亮度 / 对比度 47



制作圆环图形的方法	48
合并多个图层	48
拓展项目演练（时代相机）	50
3.3 旅游公司画册——安悦旅游	52
创作技能点拨	52
常见的文件格式	52
橡皮擦工具	53
混合模式（线性加深）	54
拓展项目演练（峰日景观）	56

第4章 网页设计案例



4.1 静态网页——美食大全	60
行业知识导航	60
网页设计概述	60
明确网站的目标和用户需求	61
网页设计方案主题鲜明	62
网站版式设计	63
色彩在网页设计中的作用	64
网页设计形式与内容相统一	65
三维空间的构成和虚拟现实	66
网页设计中多媒体功能的利用	67
4.2 动态网页1——电子商务	68
行业知识导航	68
结构清晰且便于使用	68
导向清晰	69
快速的下载	69
非图形内容	70
方便的反馈及订购程序	70
网站测试和改进	71

网页设计现状及实战技巧	71
4.3 动态网页2——饰物荟萃	75
行业知识导航	75
创作技能点拨	78
滤镜（动感模糊）	78
图层混合模式（亮光与柔光）	79

第5章 报纸广告案例



5.1 数码产品广告——时尚手机	84
行业知识导航	84
报纸广告概述	84
报纸广告的特点	84
报纸广告的版面编排要点	87
报纸的组成	88
报纸的纸张	89
报纸的柔印特点	89
拓展项目演练（精致 MP3）	90
5.2 化妆品广告——高级美白洁面乳	91
行业知识导航	91
报纸广告的表现手段	91
创作技能点拨	94
图像调整	94
拓展项目演练（洗发水）	96
5.3 电子产品广告——笔记本电脑	97



创作技能点拨 97

位图蒙版 100

画笔工具 101

拓展项目演练(机灵鼠标) 104

第6章 杂志广告案例

6.1 饮料杂志广告——冰爽饮料 108
行业知识导航 108

杂志广告语言的独特性 108

杂志广告的制式 110

内页各制式的广告文案 111

创作技能点拨 113

减淡工具和加深工具 113

拓展项目演练(矿泉水) 115

6.2 服装杂志广告——可爱童装 116
创作技能点拨 116

图像管理 116

滤镜(特殊模糊) 117

模糊工具 121

拓展项目演练(运动装) 122

6.3 药品杂志广告——易可冲剂 124
创作技能点拨 124

拾色器 124

滤镜(杂色) 128

拓展项目演练(感冒灵) 131

第7章 海报招贴案例

7.1 美食类海报——美味陕菜 134
行业知识导航 134

海报、招贴的概念 134

海报设计的六大原则 134

海报设计的常用技法 135

海报设计的表现手法 138

拓展项目演练(麻辣火锅) 140

7.2 艺术类海报——影视宣传 142
行业知识导航 142

创作技能点拨 143

滤镜(云彩) 143

拓展项目演练(乐魔惊魂) 147

7.3 休闲类海报——茶道 149
创作技能点拨 149

滤镜(风) 149

渐变编辑器 152

拓展项目演练(醇香咖啡) 154

第8章 DM广告案例



8.1 化妆品单页——女士香水 158



行业知识导航 158

DM 的概述 158

DM 的表现形式 159

DM 的特点 160

拓展项目演练 (家洁士牙膏) 163

8.2 游园门票——奇林山风景区门票 165

行业知识导航 165

DM 广告的优点 165

创作技能点拨 167

滤镜 (塑料包装) 167

钢笔工具 (填充路径) 170

拓展项目演练 (美族瑜伽) 172

8.3 城市奇景折页——古都西安 173

创作技能点拨 173

钢笔工具 (描边路径) 173

路径与选区的相互转换 175

去色 176

矩形选框工具 177

拓展项目演练 (人文印象) 179

第9章 户外广告案例



9.1 霓虹灯广告——音乐 KTV 182

行业知识导航 182

户外广告概述 182

户外广告媒体类型 183

户外广告的形式 184

拓展项目演练 (爱家便利店) 187

9.2 车身广告——德芙意巧克力 191

行业知识导航 191

创作技能点拨 192

工作界面显示方式 192

滤镜 (高斯模糊) 193

滤镜 (颗粒) 196

拓展项目演练 (啵啵奶糖) 198

9.3 高立柱广告——风景区 200

创作技能点拨 200

文件管理 200

计算命令 201

应用图像命令 202

图层蒙版的原理 203

拓展项目演练 (赏客游乐场) 204

第10章 包装设计案例



10.1 中秋豪礼包装——中秋佳节 208

行业知识导航 208

现代包装设计的特点 208

包装设计的三大构成要素 209

拓展项目演练 (中秋月) 214

10.2 日用品包装——唇膏包装 216

行业知识导航 216

包装设计分类 219

包装设计中色彩的运用 220

拓展项目演练 (白酒包装) 222

10.3 食品包装——礼品包装 224



创作技能点拨 224

图层混合模式（颜色减淡）.....	224
调整命令	225
颜色混合	226
可选颜色命令	227

拓展项目演练（牛肉干包装）..... 228

第 11 章 房地产广告案例



11.1 房产展示——欧陆风尚 230

行业知识导航 230

房地产广告的定义	230
房地产平面广告的主要种类	231

拓展项目演练（思域）..... 236

11.2 房产海报——浪漫之城 238

行业知识导航 238

创作技能点拨 241

图层（纯色）.....	241
-------------	-----

拓展项目演练（梦想成真）..... 244

11.3 形象墙——阑尊世家 246

创作技能点拨 246

快速蒙版	246
自动色调命令	249
自动颜色命令	249
自动对比度命令	250
直方图	250

色彩平衡命令	251
--------------	-----

拓展项目演练（耀世而出）..... 252

第 12 章 车行广告案例



12.1 豪华版——嘉年华 254

行业知识导航 254

汽车广告简介	254
汽车广告媒体选择	255
汽车广告特点	256
国内汽车广告	256

拓展项目演练（你我同行）..... 258

12.2 都市版——时尚一派 260

行业知识导航 260

创作技能点拨 264

曲线命令	264
------------	-----

拓展项目演练（天下共享）..... 265

12.3 时尚版——A+ 之选 266

创作技能点拨 266

滤镜（USM 锐化）.....	266
滤镜（旋转扭曲）.....	267
色阶命令	269
色相 / 饱和度命令	270

拓展项目演练（马到功成）..... 271

第1章

平面广告的相关知识

本章主要讲解关于平面广告的一些基础知识，使读者在学习之前，对平面广告有所了解并产生浓厚的兴趣，为以后的学习打下良好基础。





1.1 平面广告简介

平面广告, 如果从空间概念界定, 泛指现有的以长、宽二维形态传达视觉信息的各种广告媒体的广告; 如果从制作方式界定, 可分为印刷类、非印刷类和光电类三种形态; 如果从使用场所界定, 可分为户外、户内及可携带式三种形态; 如果从设计的角度来看, 它包含着文案、图形、线条、色彩、编排诸要素。由于平面广告传达信息简洁明了, 能瞬间扣住人心, 从而成为广告的主要表现手段之一。平面广告设计在创作上要求表现手段浓缩化和具有象征性, 一幅优秀的平面广告设计具有充满时代意识的新奇感, 并具有设计上独特的表现手法和感情。接下来, 我们了解平面广告的相关知识。

就平面广告的形式而言, 它只是传递信息的一种方式, 是广告主与受众间的媒介, 其结果是为了达到一定的商业经济目的。广告作为现代人类生活的一种特殊产物, 仁者见仁, 智者见智。人们在日常生活中随处(如报纸、杂志、电视、网络等)都可能接收到广告信息。可以说, 广告已经渗透到我们生活的方方面面。

从整体上看, 广告可以分为媒体广告和非媒体广告。媒体广告指通过媒体来传播信息的广告, 如电视广告、报纸广告、广播广告、杂志广告等; 非媒体广告指直接面对受众的广告媒介形式, 如路牌广告、平面招贴广告、商业环境中的购买点广告等。不同的广告形式其设计要求也各不相同。



平面广告设计



杂志广告

现代广告自 19 世纪中期发展至今, 已有一百多年的历史。欧洲工业革命以后, 印刷术的发展, 彩色石板 and 丝网刻板分色印刷技术被广泛应用; 经济的腾飞带来了市场的繁荣, 人们对广告的需求也大大增加, 这也就奠定了现代广告兴起的基础。随着广播、电视的出现, 广告的形式也呈现出多元化和立体化。如今的广告在经济发达国家已趋于成熟, 在理论与实际运作方面已形成一套完整的体系, 在经济和政治生活中扮演着重要的角色。面对众多的广告形式, 作为一个从事平面设计的专业人员就应该对广告从整体上有一个基本的认识, 从而把握不同广告形式的特征, 更好地发挥其优势。

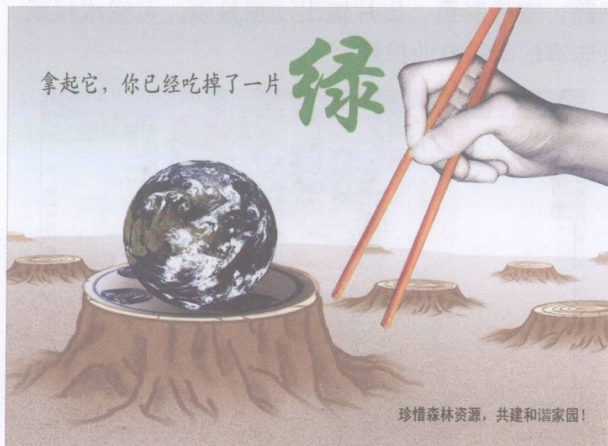


候车亭广告

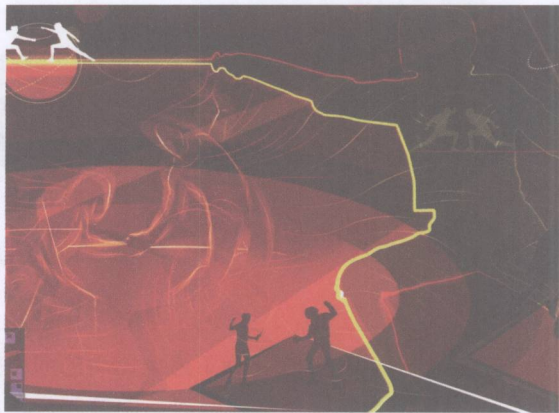
平面广告设计在非媒体广告中占有重要的位置,也是学习平面设计必须要掌握的一门课程。其不论在表现形式上还是在表现内容上都十分宽泛。表现形式可以多种多样,如绘画的、摄影的、拼贴的;表现手段也有多种,如写实的、写意的、抽象的。但这并不是平面广告设计的鲜明个性,因为广告创造是一种时尚艺术,其作品要能体现时代的潮流,设计者应该保持着职业的敏感,在不同的艺术形式中吸取营养,创作出既符合大众审美又符合时代潮流的作品。广告在表现内容方面也是非常广泛,大到国家的方针政策,小到一个商品,都可以成为表现的对象。具体内容可以是政治宣传、环境保护、文化体育、电影戏剧、饮料食品、家用电器、旅游观光等领域。当我们面对一个广告作品时,就会发现内容并不是独立的。比如,一个商品广告有可能是从环境的角度来作广告宣传的,因此没有必要在内容上划分得太清。如果把一个具体内容放在一个固定的范围,就有可能限制我们的创意思维。平面广告设计范围广泛,从不同的角度关注着人们的生活,所以它在非媒体广告中占有十分重要的地位。



拼贴广告



写意的公益广告



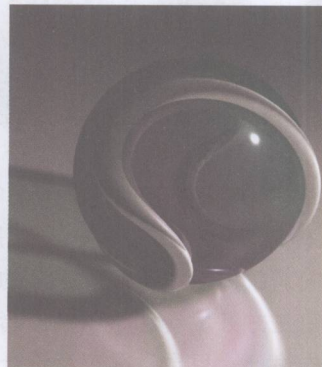
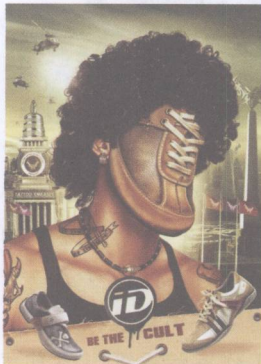
文化体育宣传广告

平面广告的基本创作规律包括两个方面: 创意与表现。

创意是指思维能力; 而表现是指造型能力。它们在概念上有所区别, 但在创造过程中是统一的。如果没有造型能力, 即使想法再好, 也不可能把它表现出来; 如果只有造型能力, 缺乏创意思维, 不能称其为广告设计。因为广告有很强的功能性, 最基本的功能就是传递信息。以何种方式来传递信息, 所体现的就是创意思维能力。现代的广告已不仅是简单的告知功能。独到的创意思维, 恰如其分的表现, 是一则广告成功的关键。因此, 两者既有不同, 又相互统一, 这两方面能力的培养具有很强的专业性。



创意广告



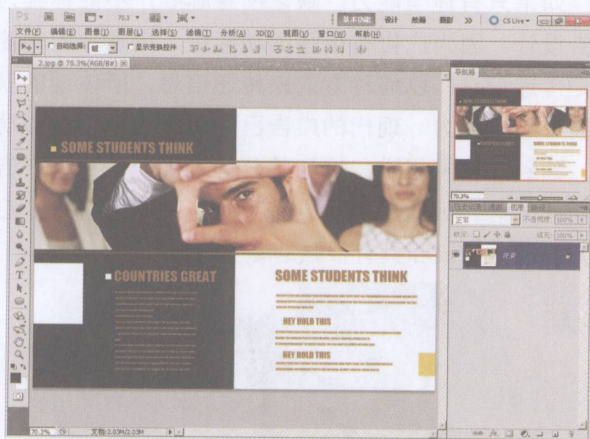
广告的表现



1.2 常用设计软件

在进行平面广告设计时，常用的设计软件有 Photoshop、InDesign、PageMaker、Illustrator、Freehand、CorelDraw 等。

◎ Photoshop: Adobe 公司旗下最为出名的图像处理软件之一，集图像扫描、编辑修改、图像制作、广告创意、图像输入与输出于一体的图形图像处理软件。通过图像处理、编辑、通道、图层、路径综合运用，图像色彩的校正，各种特效滤镜的使用，特效字的制作，图像输出与优化，流体变形及褪底和蒙板，可制作出千变万化的图像特效，深受广大平面设计人员和电脑美术爱好者的喜爱。



◎ PageMaker: 一种排版软件，能处理大段长篇的文字及字符，并且可以处理多个页面，能进行页面的页码编排及页面合订。掌握其排版设计的基本法则、使用方法与技巧、菜单功能及操作技巧，了解出版物、书籍、宣传彩页、出片输出注意事项，可完成报纸、杂志等的高级专业排版。



◎ InDesign: 一个定位于专业排版领域的设计软件，是面向公司专业出版方案的新平台。由 Adobe 公司 1999 年 9 月 1 日发布。它是基于一个新的开放的面向对象体系，可实现高度的扩展性，还建立了一个由第三方开发者和系统集成者可以提供自定义杂志、广告设计、目录、零售商设计工作室和报纸出版方案的核心，可支持插件功能。

