本书含光盘

平面设计

范例入门与提高

东方人华 主编
帅芸 帅飚 张琳 编著

清华大学出版社

范例入门与提高丛书

平面设计范例入门与提高

东方人华　主编

帅芸　帅飚　张琳　编著

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书是一本从实例设计入手的设计教程，全书分6章，内容涉及到CorelDRAW、Photoshop和Illustrator三大软件，从创意的角度出发，详尽讲解了作者所有的创意思路和制作流程。本书内容新颖丰富、涉及领域广泛，使读者在掌握软件的同时能够得到宝贵的设计方法和经验，并轻松高效地创作出具有专业水平的设计作品。

本书的内容安排基本上是循序渐进的，对于初学者最好按照章节的前后顺序来阅读和学习；对于有一定设计经验的读者，则可以选择感兴趣的软件或章节来阅读。另外，本书最大的一个特点就是整个结构是按设计领域的分类来安排的，不同行业的设计者可以根据自己的工作需要进行有针对性的阅读。

本书适合从事广告创意、平面设计、产品包装、多媒体制作等专业的设计者阅读，同时也可供美术院校相关专业学生和平面设计爱好者学习参考。

版权所有，翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签，无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

平面设计范例入门与提高/东方人华主编；帅芸，帅飚，张琳编著. —北京：清华大学出版社，2004.1
(范例入门与提高丛书)
ISBN 7-302-07706-1

Ⅰ.平… Ⅱ.①东…②帅…③帅…④张… Ⅲ.图形软件，CorelDRAW、Photoshop、Illustrator Ⅳ.TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第108662号

出 版 者：清华大学出版社
http://www.tup.com.cn
社 总 机：010-62770175
地 址：北京清华大学学研大厦
邮 编：100084
客户服务：010-62776969
责任编辑：田在儒
封面设计：一克米工作室
印 刷 者：北京市清华园胶印厂
装 订 者：三河市金元装订厂
发 行 者：新华书店总店北京发行所
开 本：185×260 **印张**：20 **彩插**：4 **字数**：495千字
版 次：2004年1月第1版 2004年2月第2次印刷
书 号：ISBN 7-302-07706-1/TP・5642
印 数：5001～10000
定 价：33.00元(附光盘1张)

《范例入门与提高丛书》特色提示

- 精选国内外著名软件公司的流行产品，以丰富的选题满足读者学用软件的广泛需求。
- 以中文版软件为介绍的重中之重，为中国读者度身定制，从而便捷地掌握国际先进的软件技术。
- 紧跟软件版本的更新，连续推出配套图书，使读者轻松自如地与世界软件潮流同步。
- 明确定位，面向初、中级读者，由“入门”起步，侧重“提高”，愿新手老手都能成为行家里手。
- 围绕用户实际使用之需取材谋篇，着重技术精华的剖析和操作技巧的指点，使读者深入理解软件的奥秘，举一反三。
- 追求明晰精练的风格，用醒目的步骤提示和生动的屏幕画面使读者如临操作现场，轻轻松松地把软件用起来。

丛书编委会

主　编　李振格

编　委　汤斌浩　李幼哲　黄娟娟

丁　岭　章忆文　冯志强

吕建忠　应　勤　王景先

《范例入门与提高丛书》序

普通用户使用电脑最关键也最头疼的问题恐怕就是学用软件了。软件范围之广，版本更新之快，功能选项之多，体系膨胀之大，往往令人目不暇接，无从下手；而每每看到专业人士在电脑前如鱼得水，把软件玩得活灵活现，您一定又惊羡不已。

“临渊羡鱼，不如退而结网”。道路只有一条：动手去用！选择您想用的软件和一本配套的好书，然后坐在电脑前面，开机、安装，按照书中的指示去用、去试，很快您就会发现您的电脑也有灵气了，您也能成为一名出色的舵手，自如地在软件海洋中航行了。

《范例入门与提高丛书》就是您畅游软件之海的导航器。它是一套包含了现今主要流行软件的使用指导书，能使您快速、便捷地掌握软件的操作方法和应用技术，得心应手地解决实际问题。

让我们来看一下本丛书的特色吧！

软件领域

本丛书精选的软件皆为国内外著名软件公司的知名产品，也是时下国内应用面最广的软件，同时也是各领域的佼佼者。目前本丛书所涉及的软件领域主要有操作平台、办公软件、编程工具、数据库软件、网络和 Internet 软件、多媒体和图形图像软件等。

版本选择

本丛书对于软件版本的选择原则是：紧跟软件更新步伐，推出最新版本，充分保证图书的技术先进性；兼顾经典主流软件，给广受青睐、深入人心的传统产品以一席之地；对于兼有中西文版本的软件，采取中文版，以全力满足中国用户的需要。

读者定位

本丛书明确定位于初、中级用户。不管您以前是否使用过本丛书所述的软件，这套书对您都非常合适。

本丛书名中的“入门”有两层含意：一是每个例子讲解详细，绝不省略。初学者完全可以按照书中的指示，一步步去操作，很快就可以完成书中的实例。二是本丛书在实例的选择上注重循序渐进的原则。因此不需要其他书即可以轻松入门。至于书名中的“提高”，则蕴涵了图书内容的重点所在。以我们的经验，当前软件的功能日趋复杂，不学到一定的深度和广度是难以在实际工作中应付自如的。因此书名中“提高”的含义也有两层：一是书中包含了一定量有深度，有技巧的实例；二是介绍每一个实例的原理和技巧，使读者能够真正对所学软件融会贯通、熟练在手。

内容设计

本丛书的内容是在仔细分析用户使用软件时所面临的困惑和目前电脑图书市场现状的基础上确定的。简而言之，就是实用、明确和透彻。它既不是面面俱到的“用户手册”，也

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

并非详解原理的“功能指南”，而是独具实效的实践指导书。一切围绕用户的实际使用需要选择内容，使读者在每个复杂的软件体系面前能“避虚就实”，直指目标。

每一个实例开头都有详细的实例说明、明确的学习目标，并以明确的步骤指导和丰富的应用实例准确地指明如何去做，读者只要按书中的指示和方法做成、做会、做熟，再举一反三，就能扎扎实实地轻松过关。

风格特色

本丛书具有非常鲜明的特色，主要有以下几点：

1. 实用性强

本丛书以一小节介绍一个实例，每个实例解决一个小问题或者是介绍一项小技巧，以便让读者在最短的时间内掌握操作技巧，其目的是让初学者能够在实践工作中解决问题，因此，本套丛书有着很强的实用性。

2. 逻辑性强

本丛书的着眼点虽放在一个又一个的范例上，但各个章节之间并不是就没有关联，而是通过有效地组织，把各个范例有机地串联起来。提取出每一个范例的知识点，根据读者学习的习惯和知识点的不同对范例进行分类，形成先易后难，先基础后提高的布局。通过上述方式，可以使本丛书逻辑性更强，以便帮助读者循序渐进地学习。

3. 易于获得成就感

本丛书以实例来介绍，并有比较明确的写作规范。读者可以照猫画虎完成实例，即每看完一节，就可完成一个实例，并解决一个问题，从而产生非常好的成就感。

4. 形式独特

实际上，本丛书和现在市场上的所有计算机图书一样，其目的都是通过让读者阅读本书获得计算机的使用知识，因此本质是一样的。但是，由于本丛书更改了书的结构形式和组织格局，把技术要点作为一个重要的卖点直接摆到了读者的面前，如去鞘卖剑，优势一目了然。

5. 结构清晰、学习目标明确

对于读者而言，学用软件时最重要的是，掌握从何处开始学习，目标是什么，否则很难收到较好的学习效果。因此，本丛书特别为读者精心设计了明确的学习目标，让读者有目标地去学习，同时在每一个实例操作之前就对实例进行说明，以便让读者更清晰地了解这个例子的要点和精髓。

6. 关键步骤讲解透彻

通过范例来学习，目的是让读者学会书中的一个个实例。其中的关键则是要通过有限的实例，使读者能够举一反三，解决实际工作和生活中的问题。如果整个制作过程只是操作步骤，而没有必要的提示、说明、分析，则无法让读者很扎实地掌握，也难于举一反三。因此，本丛书在介绍操作步骤的过程中，特别为读者设计了一些特色段落，以在正文之外为读者指点迷津。这些段落包括：

注　意——提醒操作中应注意的有关事项，避免错误的发生，让您少一些傻眼的时刻和求救的烦恼。

提　示——提示可以进一步参见的章节，以及有关某个内容的详细信息，使您可深可浅，收放自如。

技　巧——指点一些捷径，透露一些高招，让您事半功倍，技高一筹。

试一试——精心设计各种操作练习，您只要照猫画虎，试上一试，就不仅能在您的电脑上展现出书中的美妙画面，还能了解书中未详述的其他实现方法和可能出现的其他操作结果。随处可见的“试一试”，让您边学边用，时有所得，常有所悟。

分　析——分析为什么要这样做，指出操作的关键，介绍其他操作的结果。使读者知其然，也知其所以然，从而举一反三。

经过紧张的策划、设计和创作，本套丛书已陆续面市。本丛书是在“软件入门与提高丛书”的基础上新策划的一套丛书，在内容上进行了多方面的创新。相信“范例入门与提高丛书”的推出将使“软件入门与提高丛书”得到非常有益的补充。

自“软件入门与提高丛书”面世以来，已累计售出八百多万册。大量的读者反馈卡和来信给我们提出了很多好的意见和建议，使我们受益匪浅。严谨、求实、高品位、高质量，一直是清华版图书的传统品质，也是我们在策划和创作中孜孜以求的目标。尽管倾心相注，精心而为，但错误和不足在所难免，恳请读者不吝赐教，我们定会全力改进。

本丛书在创作过程中得到了微软中国公司产品部的大力支持，对于他们在软件和技术资料的提供及有关目录的审定方面所给予的协助，我们表示衷心的感谢。

《范例入门与提高丛书》编委会

前　言

设计师创作的最大动力就是通过不同的艺术形态来表现自己的设计思想，进而提升作品所要传递的语言内涵。

随着时代的发展，设计的概念也在逐渐变化，视觉传达设计的表现手段和表现范围已经得到很大的扩展。其中，数码图形设计因其强大的优势而主导设计的潮流。众多的图形设计软件为设计师们提供了更多自由发挥的空间，这些软件的优势在于功能强大、操作方便、快捷、表现手段灵活多样、创作弹性大。但是，即使是功能最完善的图形设计软件，对于设计创作而言，也只是一种工具而已，仅仅熟悉和掌握软件的各项功能是不够的，只有做到活学善用，将艺术创意与软件功能完美结合，才能创作出优秀的作品。

本教程采用进阶式范例教学方法，综合选取了广告设计领域中最普及的种类，其中涵盖文字设计、标识设计、包装设计、书刊设计、宣传海报等方面，并以当前国际上最流行的图形处理软件 Photoshop 和矢量绘图软件 Illustrator、CorelDRAW 对范例进行步骤分析与描述，试图通过创意执行的过程，尽可能地传递更多的设计概念，让读者在熟悉软件应用的同时，能够掌握到一定的设计方法和形式变化的规则，并能很快地投入到工作实践中。

在本书的第 5 章，作者还结合自己多年的影像视频创意设计经验，介绍了有关多媒体及电视节目包装创意设计的相关内容，希望可以借助影像与设计之间的互动与交流，开拓更为广阔的数码视界。

本书适合从事广告创意、平面设计、产品包装、多媒体制作等专业的设计者阅读，同时也可供美术院校相关专业学生和平面设计爱好者学习参考。

1. CorelDRAW 概述

CorelDRAW 是加拿大 Corel 公司推出的一个著名的矢量绘图软件，也是目前广为流行的一种基于 Windows 的著名图形图像制作软件。它提供了矢量动画、页面设计、网站制作、位图编辑和网页动画等多种强大的功能，并以简便直观的操作而深受广大图形设计者的喜爱。它的优势是集图形设计、印刷排版、文字编辑处理和图形高品质输出于一体，广泛应用于专业绘图、产品包装、工业造型设计、字体效果创意、CI 企业形象识别设计等方面。

CorelDRAW 11 是 CorelDRAW 系列软件的最新版本，最新的版本在字体管理、打印输出、位图效果和网络功能等方面都有了更强的提高。目前它已成为平面设计、插画设计、造型设计和网页设计的常用工具。

2. Photoshop 概述

Photoshop 是 Adobe 公司推出的一个优秀的图像处理软件，也是众多图像软件中的佼佼

者，广泛用于各种图像特效、文字特效和网页的特效制作等方面。无论是设计师、摄影师、印刷专业者，还是多媒体行家或视频制作者，Photoshop 都能以强大的功能帮助你提高工作效率，创作出不同的图像作品，并能将作品在多种电脑平台上生成和输出。

3. Illustrator概述

Illustrator 是 Adobe 公司开发的一个基于矢量图形的优秀绘图软件，同 CorelDRAW 一样，是目前矢量绘图的主流软件之一，已经成为平面设计、插画设计、网页设计的常用工具，甚至也应用于企业 VI 策划、地图绘制和信息管理等工作领域，并同 Photoshop 或其他 Adobe 家族的软件紧密结合。而与 Photoshop 相类似的界面也使熟悉 Photoshop 的读者容易学习和掌握。

4. 本书导读

本书内容共分 6 章，分别介绍如下。

第 1 章为广告文字与出版物，是基础设计部分，介绍了有关中英文字体的创意设计及在出版物的版式设计中文字与图形的组合设计。以 Photoshop 和 CorelDRAW 为主。

第 2 章为 VI 与企业形象宣传部分，是实用设计部分，结合文字与图形元素，介绍标志设计及企业形象宣传设计。以 CorelDRAW 和 Illustrator 为主。

第 3 章为包装设计与 POP 部分，结合包装设计、POP 广告实例，介绍包装设计与 POP 广告设计具体应用。以 CorelDRAW 和 Photoshop 为主。

第 4 章为广告、招贴及宣传海报部分，以图形处理为主，结合文字版式的编排设计。

第 5 章为多媒体及视频影像设计部分，是综合设计部分，主要应用于多媒体、网络、电视等领域。以 Photoshop 为主。

第 6 章介绍利用电脑来进行各种图形和绘画的创作。

5. 本书约定

本书以 Windows 98 为操作平台介绍了 CorelDRAW、Photoshop 和 Illustrator 三种软件，其他平台兼容。为了便于阅读理解，本书作如下约定：

- 本书中出现的菜单、命令均为英文并附有中文注释。此外，为了语句更简洁易懂，本书利用“|”表示菜单命令的执行顺序，比如 File | Open 表示选择 File 主菜单，执行其中的 Open 命令，其他以此类推。
- 用“+”号连接的两个或 3 个键表示组合键，在操作时应同时按下这两个或 3 个键。例如，Ctrl + C 表示在按下 Ctrl 键的同时，按下 C 键；Ctrl +Shift + I 表示在按下 Ctrl 和 Shift 的同时，按下功能键 I。
- 在没有特别指明时，“单击”、“双击”和“拖动”表示用鼠标左键单击、双击和拖动，“右击”则表示用鼠标右键单击。
- 凡书中所列举的作品尺寸均为实际应用中的印刷尺寸。读者在做练习时，为了节约时间和空间，建议适当地缩小尺寸的比例，或降低分辨率的数值。记住学习的目的在于加强理解和活学善用。

本书另外加了特色段落，包括：

“提示”：指点一些捷径，透露一些高招，让你事半功倍，技高一筹。

“分析”：告诉你清晰的思路，其实平面设计最重要的是创意本身而不是软件的功能。

郑重声明：本书内所有实例均系作者原创作品，其使用权归作者所有，仅供参考和练习使用，未经作者许可，不得抄袭全部或部分用于任何形式的商业性设计。

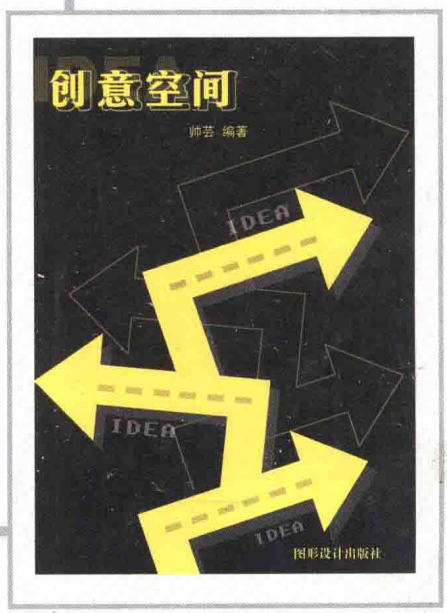
第1章 广告文字与出版物

◆ 1.1 创意文字设计 (CorelDRAW)

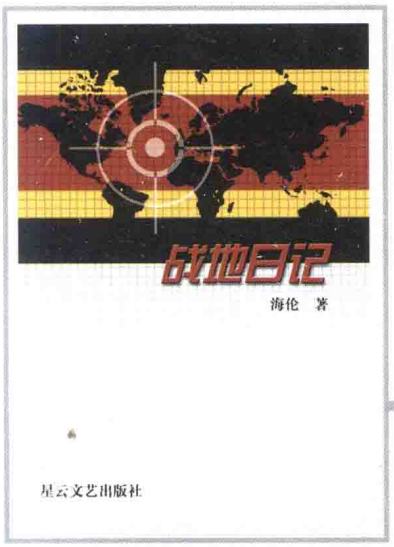
◆ 1.2 中英文创意设计(CorelDRAW)

◆ 1.3 文字与数字的组合设计(CorelDRAW)

◆ 1.4 报纸版式设计(CorelDRAW)



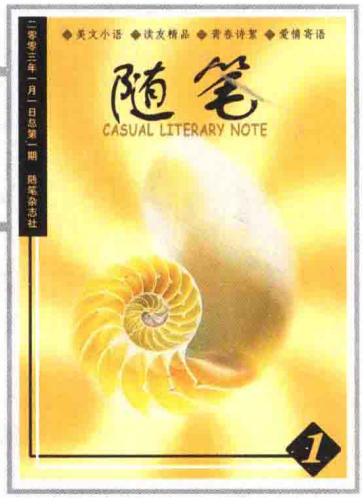
◆ 1.6 小说封面设计(Photoshop)



◆ 1.5 图书封面设计(Photoshop)

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第1章 广告文字与出版物



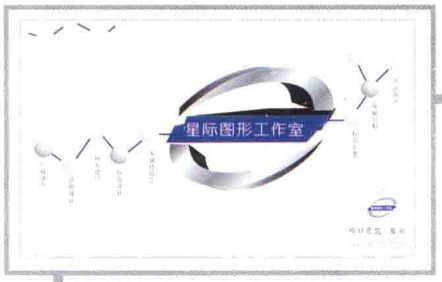
◆ 1.7 杂志封面设计(Photoshop)

◆ 1.8 插图设计(Photoshop)

◆ 1.9 散文书籍装帧设计(Photoshop)

第2章 VI与企业形象宣传

◆ 2.1 标志设计(CorelDRAW)



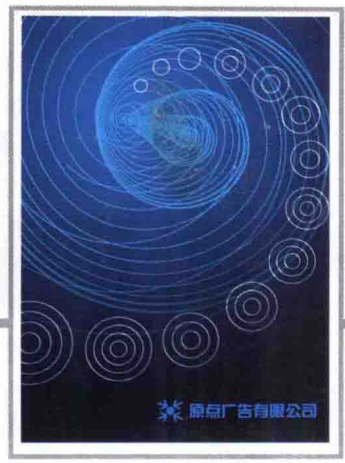
◆ 2.2 名片设计(CorelDRAW)

◆ 2.3 门票设计(Photoshop)

◆ 2.4 宣传卡设计(Illustrator)

第2章 VI与企业形象设计

◆ 2.5 请柬设计(Illustrator)



◆ 2.6 宣传册封面设计(Illustrator)

◆ 2.7 宣传册内页设计(Illustrator)

◆ 2.9 企业宣传月历(Illustrator)

◆ 2.8 企业工作手册(Illustrator)

第3章 包装设计与POP

◆ 3.2 酒类标贴设计
(CorelDRAW、Photoshop)

◆ 3.1 手提袋设计（CorelDRAW）

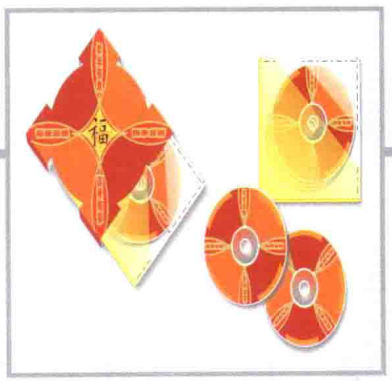
第3章 包装设计与POP

◆ 3.3 食品包装盒设计（CorelDRAW、Photoshop）

◆ 3.4 礼品包装纸设计（CorelDRAW）

◆ 3.6 CD光盘盘面设计（CorelDRAW）

◆ 3.5 保健品包装盒设计（CorelDRAW）



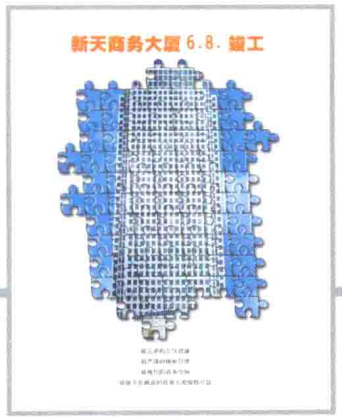
◆ 3.7 CD光盘包装设计（CorelDRAW）

◆ 3.8 日化用品包装设计（Photoshop）

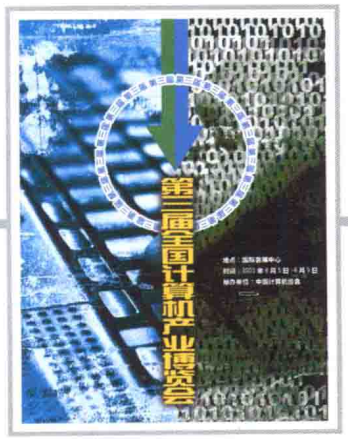
◆ 3.9 饮品促销POP设计（Photoshop）

第3章 包装设计与POP

◆ 3.10 商场POP设计（Photoshop）



◆ 4.3 房地产广告（Photoshop）



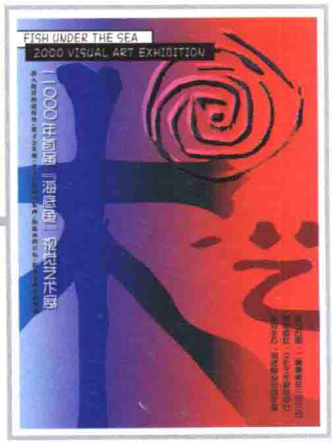
◆ 4.5 计算机博览会海报（Photoshop、Illustrator）

第4章 广告、招贴及宣传海报

◆ 4.1 牛奶饮品广告（Photoshop）

◆ 4.2 咖啡屋广告（Photoshop）

◆ 4.4 化妆品广告（Photoshop）

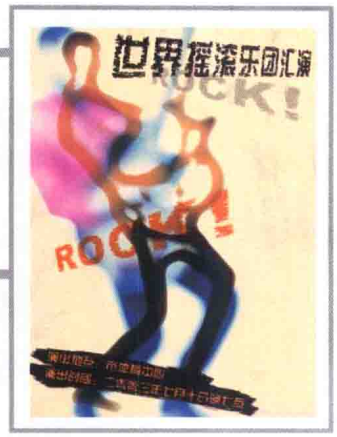


◆ 4.6 艺术展海报（Photoshop）

第4章 广告、招贴及宣传海报

◆ 4.9 电影展海报（Photoshop）

◆ 4.8 时装节海报（Photoshop）



◆ 4.7 音乐会海报（Photoshop）

◆ 4.10 公益海报（Photoshop）

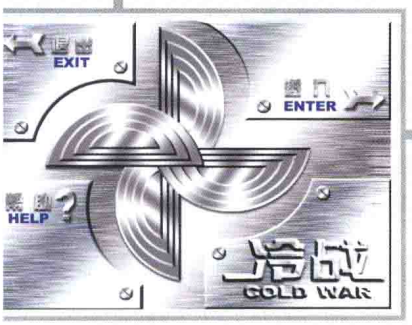
第5章 多媒体与影像设计

◆ 5.1 企业宣传光盘界面设计（Photoshop）

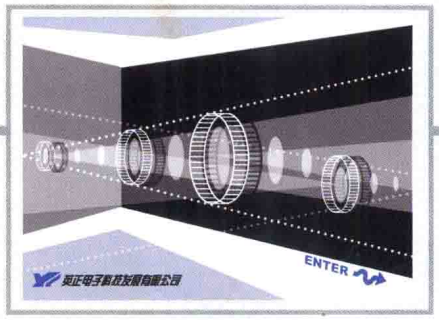
◆ 5.2 教学光盘界面设计(Photoshop)

◆ 5.3 软件界面设计(Photoshop)

第5章 多媒体与影像设计



▶ 5.4 游戏界面设计（Photoshop）



◆ 5.5 网站封页设计（Photoshop）

◆ 5.6 网页宣传设计（Photoshop）

◆ 5.7 电视频道包装创意设计（Photoshop）

◆ 5.8 娱乐节目包装设计（Photoshop）

第6章 图形与图像设计

◆ 6.1 枫叶红了（Photoshop）

◆ 6.2 时间年轮（Photoshop）

◆ 6.3 多出一指（Photoshop）

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com