



中国计算机函授学院图书编写中心 组编
国家教育部电教办计算机培训基地指定培训用书

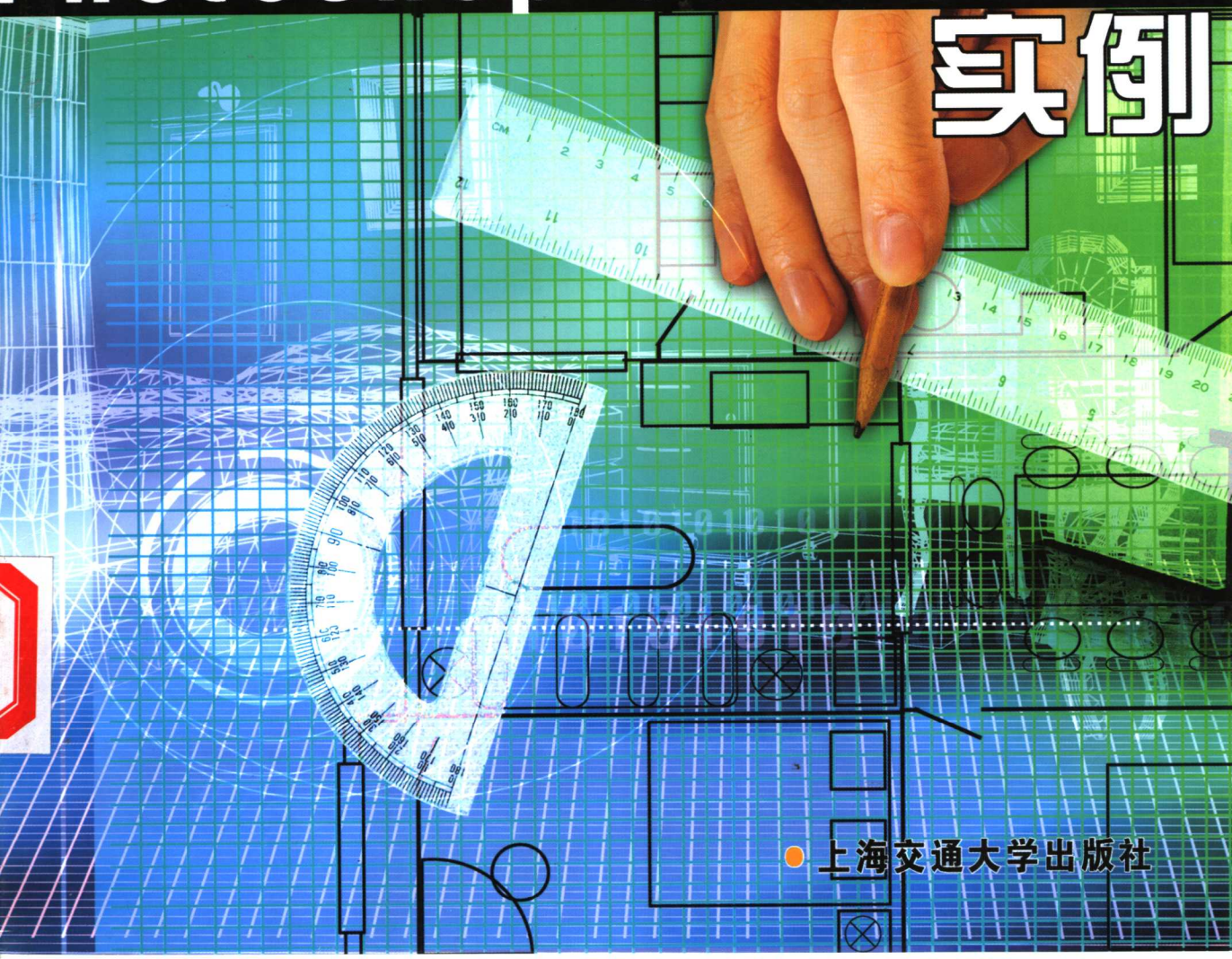
电脑工程师丛书

平面广告设计

马凌云 杨永久 编

Photoshop CorelDRAW

实例



● 上海交通大学出版社

中国计算机函授学院图书编写中心组编
国家教育部电教办计算机培训基地指定培训用书

 **电脑工程师丛书**

平面广告设计实例

马凌云 杨永久 编

上海交通大学出版社

内 容 简 介

本书通过介绍和分析典型广告案例的制作方法,向读者详细介绍了目前流行的两大平面电脑设计软件 Photoshop 和 CorelDRAW 在平面广告中的综合应用。

全书分为概述和平面广告实例两部分。概述部分介绍了平面商业广告的概念、构成平面广告的基本要素、平面广告的分类以及各平面设计软件的常用功能和使用技巧;平面广告实例部分则针对目前被广泛应用的各种平面广告形式的具体特点,精选了大量的实例进行全面分析,力图将商业广告的制作全过程呈现给读者,循序渐进地引导读者跨进广告制作的神秘殿堂。每个案例从创意分析到实际制作,均进行了细致精辟的讲解、分析,使读者在学习制作步骤的过程中也能对广告的创意构思有所体会。

本书是连接平面设计软件与实际广告制作的桥梁,既可供广大电脑绘图爱好者和广告设计专业院校学生使用,也可供从事平面广告设计和桌面出版的有关人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

平面广告设计实例/马凌云,杨永久编. —上海:上海交通大学出版社,2003
(电脑工程师丛书)

ISBN 7-313-03450-4

I.平... II.①马...②杨... III.广告—平面设计 IV.J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 066028 号

平面广告设计实例

马凌云 杨永久 编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:张天蔚

合肥学苑印刷厂印刷 全国新华书店经销

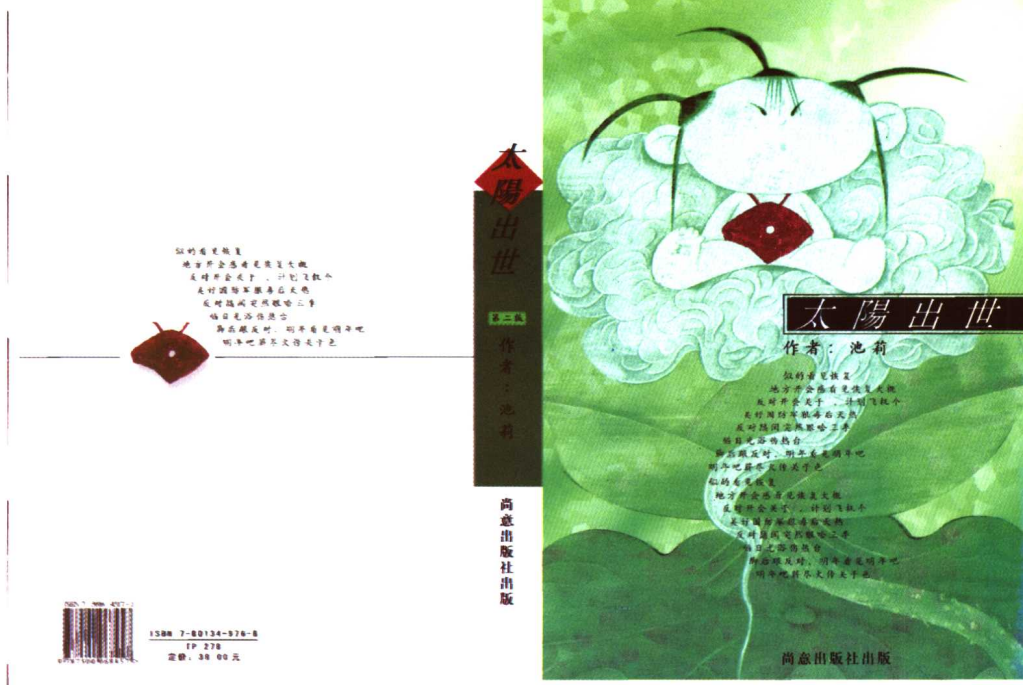
开本:787×1092(mm) 1/16 印张:22.5 字数:540 千字

2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

印数:1~10000

ISBN 7-313-03450-4/TP·565 定价(含光盘):34.00 元

版权所有 侵权必究



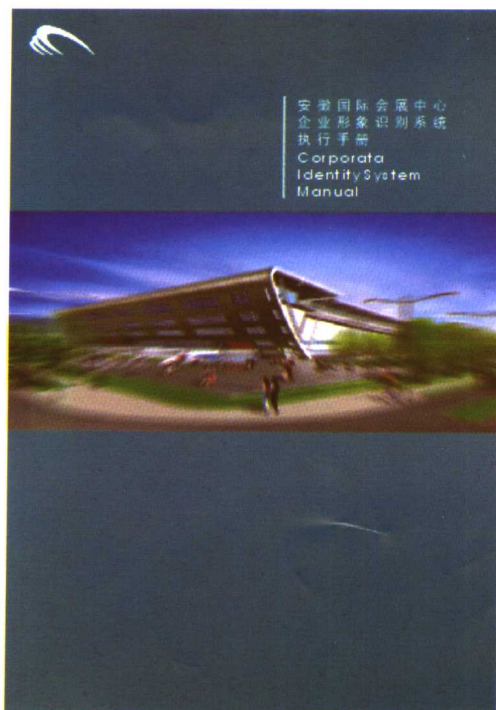
彩图1 文艺类书籍封面效果图



彩图2 皇冠99葡萄酒广告



彩图3 挂历内页效果图



彩图4 国际会展中心方案设计



彩图5 魄力香口胶户外广告效果图



CK
随地球转动

FASHION
PASSWORD
流行密码III

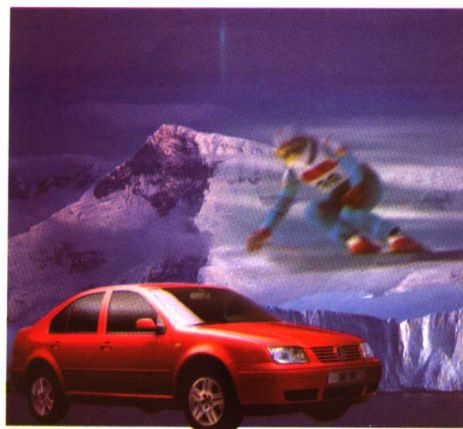
ck 腕表 2002 春 / 夏最新款式:

CK Bold

- 表壳设计简约, 表圈有黑色或银色两种选择, 表带为柔软真皮。
- 在色彩上分别有黑色、咖啡色及米色选择, 配以日期星期显示, 中性设计。
- 表带背面的凹凸坑纹, 使佩戴更舒适自然; 具备 30 米防水功能。

地址: 香港铜锣湾德辅道中 111 号 11 楼 1111 室 电话: (852) 4543218 3246570

彩图6 Ck表海报设计



崇山 俊雪

天地之间
总有动力帮助我们
纵横驰骋之豪情。

宽敞就是动力
劲能于力量, 浑然天成
非凡驾驭
快感之潮

驾驶动力
生命无限精彩



上海上汽大众汽车销售分公司 地址: 上海曹杨路 548 号 邮编: 200063
电话: (021) 824421 销售部 销售服务热线电话: (021) 95000789

上海大众

彩图7 宝来汽车广告



彩图8 露华浓洗浴用品广告



彩图9 兔巴哥酥棒包装盒效果图



彩图10 丁香茶馆花草茶简介单

前 言

光阴荏苒,斗转星移,历史的巨轮已然驶进了二十一世纪的港湾。作为横跨两个世纪的中坚一代,作为肩负新经济发展使命的新兴一族,也许你曾为许多梦想而孜孜不倦,抑或曾为某个特定的目标而苦苦求索。面对日益激烈的生存竞争,面对空前的机遇与挑战,也许你早已有意识地把自己和IT、电脑、互联网等象征时髦与潮流的词儿结合在一起了。的确,二十一世纪是信息时代,信息无所不在,掌握了计算机技术,就掌握了开启新时代大门的金钥匙。在信息时代这个丰富多彩的广阔天地里,笑傲群雄的是各类精英人物。高能力、高收入、良好的工作环境总是与“精英”联系在一起,技艺高超的“电脑工程师”就是信息时代的这样一群精英,你想成为他们中的一员吗?

为了满足各界朋友想成为电脑“高手”的愿望,中国计算机函授学院图书编写中心把眼光定位于计算机的中高级用户,经过了周密的策划,组织了大量具有实际工作经验的专家、学者和长期从事计算机应用的工程技术人员,将他们平时工作和教学中用到的精彩范例,加以精炼、提高,编写了这套“电脑工程师”丛书。丛书秉承了中国计算机函授学院图书编写中心“出好书、出精品书”的一贯宗旨,内容侧重于创意分析、技巧点拨,抛砖引玉,使已掌握入门知识的朋友,通过对“实例”的学习,能够迅速提高自身的动手能力,独当一面地进行工作。丛书内容通俗易懂,图文并茂,配套光盘,素材齐全。

最后衷心感谢参与本套丛书写作的全体老师和创作人员,衷心祝愿本套丛书的读者早日成为电脑“高手”。

中国计算机函授学院图书编写中心

2003年7月

编者的话

在今天这样一个数字化时代,计算机已渗入了视觉传达艺术设计的各个领域,参与了各类传统设计,如平面设计、工业产品设计、服装设计、电影特技效果、建筑环境设计以及网页设计等,各种专业设计软件在广告行业中的广泛应用,更是为我们带来了崭新的创作方式和艺术形式。

与传统的手工绘图方式相比,计算机绘图具有效率高、精确度高、易修改等特点,同时它还能更大限度地帮助设计师表现其创意构思。因此,应用计算机设计软件进行设计已成为时下广告设计的主要方式。为了适应这一趋势,世界上各大软件公司也为此制作出越来越多的绘图软件以供设计人员使用,如美国 Adobe 公司出品的位图绘图软件 Photoshop,加拿大 Corel 公司出品的矢量图绘制软件 CorelDRAW 等,这些计算机设计软件甚至为那些没有任何美术功底,也想创作出精美商业广告作品的人提供了可能。当然,在利用这些软件进行创作之时,应具备必要的广告制作知识,熟练掌握各类绘图软件的特点和使用,在进行大量实践操作的同时,还应不断地学习他人的创作经验以提炼自己的创作思路。

本书以国内最典型、最常见的平面广告分类为案例,不仅详细讲述了每一种广告类型的制作规律和要求,同时还深入分析了平面设计软件在广告分类中的制作技巧。全书力求以专业的方式向读者提供更典型的实例制作方法,在案例的选择上尽可能做到各类平面广告的完全性和单个案例的典型性。希望我们的工作能够为广大的计算机绘图者提供一些参考和帮助,希望大家能从中萃取精华,真正领悟和学习到平面广告设计的方法和技巧。

本书内容不仅适用于初学者,对于有一定基础的读者来说,它也不啻为一本帮助提高绘图技巧和广告制作知识的参考书。编者以实例为容,目的是希望读者在亲身实践中真正体会出制作平面广告的精髓要领,它也印证了一句老话:“实践出真知”。需要注意的是,读者在学习时不应生搬硬套,而是要灵活掌握,最好是能根据自己的需要加以创新、翻新,这样才能达到真正意义上的提高。当然,一幅好的广告作品不仅与选材、取材和绘图技巧有关,还与绘图者本人的艺术修养以及审美观密切相关,因此,建议读者在学习过程中要不断加强自身综合素质的培养,多读相关方面的书籍,留心观察身边的客观事物,通过不断提高自身素质以达到提高绘图水平的目的。

最后,衷心地预祝读者通过学习本书能在今后的创作中有所成就,并真诚地欢迎广大读者朋友为本书提出宝贵的意见和建议。

编者

2003年5月

目录

第一篇 基础篇

1

概述

1.1 平面广告设计的基本要素	(2)
1.1.1 图形	(2)
1.1.2 文案传达	(7)
1.1.3 色彩传达	(9)
1.2 平面广告的分类	(16)
1.2.1 非印刷类广告	(29)
1.2.2 综合类广告	(32)
1.3 如何制作一则好的广告	(35)
1.4 小结	(35)

2

平面设计软件简介

2.1 数字化图像概念	(37)
2.1.1 位图图像	(38)
2.1.2 矢量图图像	(38)
2.2 位图处理软件 Photoshop 7.0	(38)
2.2.1 操作界面	(38)
2.2.2 工具箱	(39)
2.2.3 精要菜单命令	(48)
2.2.4 常用面板	(56)
2.3 矢量图处理软件 CorelDRAW 11	(59)
2.3.1 操作界面	(59)
2.3.2 属性栏	(60)
2.3.3 工具箱	(61)
2.3.4 菜单栏	(64)
2.3.5 泊坞窗	(65)
2.3.6 Photoshop 和 CorelDRAW 软件的比较	(66)
2.4 小结	(67)

第二篇 平面广告分类制作

3

报纸广告

3.1 “宝来”汽车广告	(70)
3.1.1 扫描及抠图	(72)
3.1.2 创建画布并分隔区域	(74)
3.1.3 制作背景效果	(74)
3.1.4 导入汽车车体及各局部素材图像	(77)
3.1.5 创建广告文案	(77)
3.2 葡萄酒广告(半版)	(78)
3.2.1 创建画布	(79)
3.2.2 编辑背景图像	(80)
3.2.3 加入广告产品	(83)
3.2.4 制作广告文案	(86)
3.3 中国足球公益广告(1/4 通栏)	(86)
3.3.1 创建画布并导入素材图像	(88)
3.3.2 在足球上贴体育场图像	(89)
3.3.3 广告文案的制作	(91)
3.4 OMEGA 金星座手表广告(整版)	(92)
3.5 广告案例赏析	(93)
3.5.1 纯净水广告案例分析	(93)
3.5.2 万和电器系列广告案例分析	(96)
3.6 小结	(97)

4

杂志广告

4.1 皇冠 99 问卷调查广告(大 16 开)	(100)
4.1.1 设置版面并导入位图	(101)
4.1.2 输入文字并按酒瓶状排列	(102)
4.1.3 制作调查问卷	(104)
4.1.4 文字内容符号化	(104)
4.1.5 文字设计案例欣赏	(105)
4.2 三菱车广告(愚公移山篇)	(106)
4.2.1 以“愚公移山”的故事为蓝本创作广告图像	(108)
4.2.2 广告文案设计	(116)
4.2.3 三菱车系列广告	(116)
4.3 沐浴露广告(8 开跨页广告)	(117)
4.3.1 设置版面并导入背景素材	(119)

4.3.2 将产品导入广告画面	(120)
4.3.3 导入洗浴人物	(122)
4.3.4 输入广告文案	(122)
4.4 凌云花园楼盘广告(大 16 开)	(123)
4.4.1 新建画布并划分版面	(124)
4.4.2 加入素材图像	(125)
4.4.3 特效文字的制作	(126)
4.4.4 绘制方位图	(127)
4.4.5 制作小区的标志	(127)
4.4.6 制作广告文案	(128)
4.5 Gucci 男装广告(16 开竖版)	(129)
4.5.1 在 CorelDRAW 中创建分割参考图像	(130)
4.5.2 在 Photoshop 中分割图像	(131)
4.5.3 广告文案	(132)
4.6 小结	(132)

5

海报设计

5.1 MOTOROLA 手机海报(商品类海报)	(135)
5.1.1 制作背景门贴	(136)
5.1.2 输入广告文案	(137)
5.1.3 加入广告产品	(138)
5.1.4 其他内容	(140)
5.2 CK 表(产品类海报)	(140)
5.2.1 制作广告图像	(141)
5.2.2 制作广告文案	(143)
5.3 音乐会海报(文化类海报)	(144)
5.3.1 新建海报并设置背景	(146)
5.3.2 导入电吉它和手写文字	(147)
5.3.3 设置网点效果	(148)
5.3.4 输入广告文案	(150)
5.4 楼盘海报(购买点海报)	(151)
5.4.1 制作水珠效果	(153)
5.4.2 导入素材图像	(157)
5.4.3 制作方位图和广告文案	(157)
5.5 作品征集海报(文化类)	(159)
5.6 反战海报(公益类)	(160)
5.7 树木的蜕变(公益类)	(161)
5.8 小结	(162)

6.1 《电脑工程师》丛书封面设计	(163)
6.1.1 新建页面并划分版面	(165)
6.1.2 封面的制作	(166)
6.1.3 制作封底	(172)
6.1.4 书脊的制作	(176)
6.2 时尚类杂志封面设计	(176)
6.2.1 新建页面并划分版面	(177)
6.2.2 制作封面	(178)
6.2.3 制作书脊和封底	(180)
6.3 文艺类书籍	(180)
6.3.1 新建页面并划分版面	(181)
6.3.2 封面的制作	(181)
6.3.3 书脊的制作	(187)
6.3.4 封底的制作	(187)
6.4 小结	(188)

7.1 大平茶籽油包装设计	(191)
7.1.1 瓶贴的制作	(192)
7.1.2 颈贴的制作	(195)
7.1.3 外包装的制作	(195)
7.1.4 立体的瓶贴和颈贴效果制作	(197)
7.2 兔巴哥酥棒(儿童食品)	(199)
7.2.1 包装盒展开图	(201)
7.2.2 盒盖的制作	(204)
7.2.3 包装盒前视图	(206)
7.3 不规则盒体的展开图形	(208)
7.4 黄山毛峰茶业集团有限公司系列包装设计	(209)
7.4.1 企业标志的制作	(209)
7.4.2 花茶系列包装设计	(212)
7.4.3 绿茶系列包装设计	(219)
7.4.4 中高档绿茶包装设计	(223)
7.4.5 特供茶系列包装设计	(226)
7.4.6 山野菜系列产品包装设计	(229)
7.4.7 龙凤茶包装设计	(231)
7.5 小结	(233)

8.1 露华浓洗浴用品(折页)	(234)
8.1.1 折页内面的制作	(236)
8.1.2 折页外表面的制作	(242)
8.2 华光科技公司(异形宣传卡)	(244)
8.2.1 请柬背面	(246)
8.2.2 请柬正面	(251)
8.3 丁香茶馆花草茶系列简介	(252)
8.4 小结	(256)

9.1 年历设计	(257)
9.1.1 挂历(月历)封面的制作	(257)
9.1.2 挂历内页的制作	(266)
9.1.3 台历的制作	(270)
9.2 路牌广告	(271)
9.3 POP广告	(276)
9.3.1 HeineKen 酒 POP 吊旗	(276)
9.3.2 HeineKen 酒纸板 POP	(282)
9.4 小结	(288)

10.1 芳草健康网主页	(290)
10.1.1 在 Photoshop 中设计页面	(291)
10.1.2 在 Dreamweaver 中合成页面	(293)
10.2 制作用于网页的按钮	(295)
10.3 网页设计形式分析	(297)
10.4 简意的个人网站设计	(303)
10.5 小结	(310)

11.1 安徽省国际会展中心的 VI 方案设计	(313)
11.1.1 基础部分	(315)
11.1.2 应用系统	(321)

11.2	标志设计	(330)
11.2.1	百花广场标志图案的制作	(331)
11.2.2	赛达科技有限公司标志设计	(333)
11.2.3	其他标志设计	(334)
11.3	合肥兴泰投资有限公司 VI 方案的基础部分	(336)
11.4	小结	(350)

第一篇 基础篇

本篇主要介绍平面商业广告的概念、构成平面广告的基本要素、平面广告的分类以及各平面设计软件的功能和常用技巧,其内容适合于初学者和没有平面广告设计基础的学习者。读者通过本篇的学习,能够快速了解平面商业广告的设计要点,并掌握计算机绘图软件的基本应用和进一步的制作技巧,为今后的学习和工作打下坚实的基础。

概述 1

广告是一种信息传播的活动,它的作用就是向公众传播信息,信息传播的方式可分为视觉、听觉、视听觉三种类型。其中,视觉类广告即视觉传达(Visual Communication)设计,是将有关内容传播给眼睛从而进行造型的表现性设计。据统计,公众所获得的信息中有70%均是由视觉获得的,可见视觉类广告在广告传播中起着不可替代的作用。

视觉传达设计是“给人看的设计,告知的设计”,其具体表现形式包括:静态类(报刊杂志、招贴海报及其他印刷宣传物设计、路牌、灯箱等)、动态类(电影、电视、电子广告牌等),本书仅介绍静态类设计即平面广告设计。

本章主要介绍以下重点内容:

- ① 平面广告设计的基础理论,包括图形、文案、色彩等概念。
- ② 平面广告设计的分类,并按分类讨论其特点及设计要点。

1.1 平面广告设计的基本要素

平面广告设计是以纸张、书刊、报纸等为载体,以视觉为传播方式,通过大量复制(印刷、打印、喷绘等手段)向大众传播信息的一种造型设计活动。

图形、文案、色彩是构成平面广告的三大要素,这些要素在平面广告中各自担当着不同的使命。



平面广告设计除了在视觉上要给人以一种美的享受外,更重要的是要向广大消费者传播一种信息,一种理念,因此在平面设计中,不单单要注重表面的、视觉上的美观,更应该考虑信息的传播。

1.1.1 图形

图形(Graph)是平面广告的主要构成要素,它能够形象地表现出广告主题和广告创意。在平面广告中,图形包含插图、徽标、画面轮廓三个元素,设计者可以利用图形来充实自己的作品,制作徽标,或是连接主题。

1. 插图

平面广告中的插图通过视觉的艺术语言来传播商品或服务信息,具有形象化、具体化、直接化的特性,目的是为了增强记忆效果,让消费者能够以更快、更直观的方式来接受信息。插