

photoshop

精彩广告实例

曹春海 编著



机械工业出版社
China Machine Press

Photoshop 精彩广告实例

曹春海 编著



机械工业出版社

本书主要针对在广告设计行业中经常使用 Photoshop 的中级读者。考虑到本书的读者对 Photoshop 的菜单操作已经较为熟悉,缺乏的只是如何使用 Photoshop 创作出更多更具创意的广告设计,因此,我们针对这部分读者量身订做了这本《Photoshop 精彩广告实例》,使他们能够在广告设计方面达到更高的层次。

本书通过对实际例子的具体分析、清晰有序的图片及详细的文字解说,使读者学习起来更加轻松容易。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop 精彩广告实例/曹春海编著.

-北京:机械工业出版社,2003.1

ISBN 7-111-11322-5

I .P… II .曹… III .图形软件, Photoshop IV .TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 099245 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:夏孟瑾 版式设计:张丽花

北京蓝海印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2003 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16·2 插页·15.5 印张·378 千字

0001-5000 册

定价:26.00 元(含 1CD)

凡购本图书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话:(010) 68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

前 言

Photoshop 是 Adobe 公司的拳头产品，同时也是在平面设计业界内应用最为广泛的一款软件，我们可以在很多美奂绝伦的平面作品中看到 Photoshop 的身影。可以说，对于一个设计师而言，掌握好 Photoshop 是通往设计大师之路的关键所在。但是，从目前国内看来，大多数平面设计爱好者都难以把握这个软件的实质所在，虽然很多人在技术上掌握得无懈可击，但是仍然难以用这个优秀的软件创作出令人“拍案”的作品。

对于 Photoshop 的应用而言，平面广告设计是其大展身手的主要战场。本书通过平面广告这个大家感兴趣的方面为切入点，用几十个精彩实例来贯穿全书，从而使读者在学习 Photoshop 这个软件本身的同时，对平面广告的构图方式、创意技巧、色彩应用等软件以外的知识都能有更深层次的了解！

从结构上看，本书又分为功能技巧和应用技巧两个方面。对于前面几个章节的部分，我们使用路径、图层、通道、文字等 Photoshop 中的主要功能来划分，而对于后面的部分，诸如多软件的配合（第 6 章）、素材获取方法（第 7 章）、风格化的写实（第 8 章），则是一些笔者在日常工作中所积累下来的应用技巧。所有这些都是采用实例的方式讲述，读者按照书中所讲解的操作过程进行练习，就可以实现范例的效果。

除此之外，本书提供了一张配套光盘，其中附带有书中所有出现的范例的 TIFF 格式文件，另外还提供了所有范例的原始素材文件，以方便读者进行学习。

本书的实例很大部分都是笔者在实际工作中积累下来的，也有很多都是曾经用于商业用途的，因此对于广大读者的学习更加具有实际的意义。相信通过本书的学习，大家使用 Photoshop 软件的技巧能够“更上一层楼”，对如何使用 Photoshop 来设计平面作品也能更加“如鱼得水”，这就是笔者编写本书的目的所在。

最后，祝大家学习愉快！

作者

2002 年 11 月

目 录

第 1 章 广告、艺术与设计软件	1
1.1 广告、广告人与广告创意	1
1.2 艺术性与商业化的矛盾	2
1.3 设计软件的技术优势	2
第 2 章 线条化的 CI 标志设计	4
2.1 “行空”工作室——路径的使用技巧	5
2.2 “神秘树”酒吧——独具魅力的向量工具	12
2.3 “德康”工贸——从企业的名称入手	19
2.4 靓点创意——传统色彩的体现	24
2.5 幻彩科技——从平面到立体的延伸	29
第 3 章 挑战视觉极限的图层	34
3.1 幻彩科技——矢量工具应用的高级技巧	35
3.2 都市生活频道——图层中的滤镜应用	43
3.3 华强集团——用色彩突出视觉中心	52
3.4 黄金之眼——用线条来突出视觉中心	60
3.5 济世药业——透视图层样式中的技巧	69
3.6 蓝讯在线——合理而大胆的用色	78
3.7 时间的沙漏——如何正确地选择	86
第 4 章 穿行通道的创意思维	94
4.1 《农机化研究》杂志封面设计——用通道来调色	95
4.2 世纪嘉园——通道中的选择思想	100
4.3 纸醉金迷——多通道提取选择的技巧	105
4.4 龙之徽章——立体质感的打造	112
第 5 章 广告中的字体应用	120
5.1 “古文化展”宣传招贴——外挂汉字的应用	121
5.2 蓝讯科技——透视字体的绕排	126
5.3 电力工运——字体扭曲的技巧	132
5.4 一点都不能少——文字结构在广告中的使用	137

第 6 章 多软件的协作.....	140
6.1 蓝讯科技——Photoshop 与 CorelDRAW 的合作	141
6.2 进步——Photoshop 与 Poser 的合作	146
6.3 华强集团——Photoshop 与 3DS Max 的合作	152
6.4 空间效果展示——Photoshop 对效果图的后期处理	158
第 7 章 素材获取完全攻略	161
7.1 都市生活频道——网络的资源提取	162
7.2 古今治水，功载千秋——连续性广告招贴的设计	168
7.3 精诚合作——自给自足，手绘材质	171
7.4 美女吉他——扫描的外部资源	177
第 8 章 风格化写实的体会	183
8.1 E 域空间——视觉感观的呈现方法	184
8.2 雕刻时光——简洁化的思考	190
8.3 精准测量——线条化的冲击力	196
8.4 天之耳目——多图层合成中的技巧	200
8.5 网络宣传——色彩的统一化处理	208
第 9 章 Photoshop 与 Imageready，打造黄金网页	213
9.1 用 Photoshop 来“织网”	214
9.2 Imageready 对图像的分割	229
9.3 图像的局部优化	232
9.4 Dreamweaver 的后期整合	236

第 1 章 广告、艺术与设计软件

★ 广告、广告人与广告创意

★ 艺术性与商业化的矛盾

★ 设计软件的技术优势

1.1 广告、广告人与广告创意

在市面上各种“广告学”的理论书籍中，对“广告”的定义不尽相同，这主要是东西方文化差异以及地域的不同而造成的。按照笔者的理解，“广告”是信息传达者通过各种表现手段，在感观上对信息接受者进行刺激，以使其对所宣传的商品或者信息形成印象，这算是对“广告”一个较为笼统的概念吧！如果能明白上面这个浅显易懂的道理，那么就不要总以为“广告”是那种靠摄影、计算机来实现的“高雅行为活动”。实际上，从高级的视频广告、平面设计广告一直到路边的饭店牌匾，甚至于大街上的叫卖声，都可以划归于“广告”的领域中。而且，越是在靠近市民生活的“广告”表现形式中，越可以学到很多书本上所学不到的东西。

中国的广告行业起步较晚，从改革开放到现在才慢慢地形成规模，而且也就是在最近的十年间发展速度较快。从当前的情况看来，上海、广州、北京是这个行业发展形势较好的地域，并且已经逐渐地与国际市场接轨。

所有广告行业的从业人员，包括公司的老总、创意人员、制作人员，还有负责市场的人员都通称为“广告人”。而一般按照狭义的理解，好像只有做创意的才能称得上是真正的“广告人”，这可能与这个职业的特殊性有关。因为，当我们面对一个极佳的创意的时候，首先所想到的是创作它的人，并为其肃然起敬。但是实际上一幅好的广告的产生，是和这个公司中的所有人员密不可分的。一个好的公司，就是一个“广告团队”，只有大家齐心协力，才能制作出精品，孕育出拍案叫绝的创意。

“广告人都是骗子”，这是笔者在进入广告圈之前就听说过的一句话。而到现在为止，我才能真切体会到里面所蕴涵的意义。从商业化的角度来说，“广告”是一个连接商品与消费者之间必不可少的“桥梁”。它的成功与否，直接关系到商品的市场。因此，如何能最好地进行宣传、进行诉求表达，是广告的直接责任。那么我们说，只要在不违背法律允许的范围内，只要能够最好地在消费者心理上形成对商品的良好印象，能够在市场上扩大知名度的，就是一个成功的广告。注意，刚刚讲到的是“成功”，但并不代表“优秀”。一个优秀的广告，或者其创意让人拍案叫绝，或者其画面唯美感人，又或者里面的一句广告词被人传颂而经久不衰。另人遗憾的是，在我们的身边，一些猥琐、低级、媚俗的广告常常充



斥着我们的感观，它们经过一些媒体的大肆炒作，也会收到意想不到的效果，这无疑也算是一种“成功”。

创意是广告中最关键的一个环节，一个广告的成功与否，和它有着重大的关系。同时创意也是充满激情、磨练心境的“苦差使”。一件好作品的产生，里面凝聚着创意人员的心血，是一个体现其综合素质的过程。谁能综合地运用所学、所见及所闻，谁才能更好地将一个创意表达出来。希望有志于进入广告行业的您，首先从这里开始！

上面是笔者对广告的一些看法和想法，希望通过上面的讲述，能够使您对这个行业有一个总体的印象。

1.2 艺术性与商业化的矛盾

从大学三年级到现在的几年时间里，笔者游离于大大小小的广告公司和各种培训学校之间，这期间从来没有一个公司能让我呆上半年，出现这种情况的原因除了自己的性格之外，就是我一直始终在思考的一件事情：如何处理艺术性和商业化的矛盾呢？一方面我为做出一幅好作品而开心，另一方面我又不齿于为满足低级的商业化的运作而出卖灵魂。

我相信，很多读者，也包括阅读本书的您，都是对广告设计满怀热情或者打算进入这个领域的。“广告”这两个字眼，对大家，也包括曾经的我，都是非常神秘的。但是在此，有必要让大家有一个心理准备，当您数年苦读、削尖脑袋进入这个行业的时候，就会发现，除了坐在计算机前面做一些设计之外，还有许多要面对的东西。

毋庸置疑，计算机设计也是设计，也是一种艺术的体现方式。当我们经过思维，通过我们的心血将一件艺术品制作出来以后，我们渴望获得同事、经理以及客户的认同，因为那样将给我们带来极大的满足感。但是事情常常不如人愿。我们不得不面对一些低级的客户，满足他们所提出的粗俗的要求，让他们一次次地将自己的作品否定掉。在现实社会面前，很多事情让我们无能为力，却不得不去面对！这就是各种媒体上的糟烂广告泛滥的最主要原因。这些是您在决定做一个广告人并要为之奋斗前所首先要想到的。

1.3 设计软件的技术优势

在当今逐渐成熟的软件海洋中，我们每天都在面对着各式各样、层出不穷的好软件，用目不暇接来形容应该不算过分。广告设计这个领域更是如此。很多初学者都问我，是不是掌握了 Photoshop 这一个软件就能胜任所有的广告设计工作呢？答案当然是否定的。我们知道，每种软件都有其自身的优势，这也是其能够在市场占有份额的一个重要的因素。比如：Photoshop 适合于图像的选择、加工及重组；CorelDRAW 中优秀的交互工具是其他软件所不能替代的；使用 Painter 中的笔触来模拟各种绘画效果更是无人匹敌，这就是各种不同软件的技术优势。

我们经常可以看到，很多 Photoshop 类的书籍热衷于介绍如何使用这个软件来进行绘

画，并且长篇累牍地来讲如何绘制逼真的苹果、显示器、照相机这些在现实中存在的物体，而读者也以几天几夜完成这样的一幅作品而沾沾自喜。实际上，这种书籍除了能教给我们如何把握物体对光线的反射和折射，以及更加熟练地使用软件之外，真的没有什么技巧可言。难道这就是设计的实质么？假如我们现在需要给某个品牌的显示器做一幅广告，那么公司的经理是绝对不会给你那么多时间用 Photoshop 去绘制一台显示器的，不管你画得有多逼真，他都会告诉你拿数码相机照。

我们知道，计算机设计的最终目的是写实，但是我们永远也不可能通过计算机去达到与现实完全一样，这是一个极限，现实中的各种随机性的因素和不确定性使其变成不可逾越的极限。那么，如何用 Photoshop 这样一个平面的设计软件来模拟发生在三维世界中的物体呢？我想，除了可以模仿出发生在这个物体上的光线分布的渐变之外，对于该物体存在于真实世界的状态，是无论如何也不能仿效得一模一样的。

Photoshop 就像我们日常生活中经常使用的剪刀加浆糊，同样的几张素材，不同的创意，就可以组成任意多种不同的作品，这就要依赖设计者的水平以及大脑的思维模式。因此，如果要问 Photoshop 应该学什么，我会指指自己的脑袋，因为一幅好作品的产生，不是靠使用软件的技巧如何高超，不是凭借能否用一天的时间画出一个照相机，Photoshop 真正要学的是如何通过自己的大脑进行创意，而这个软件的优秀之处就在于，当你的创意出来的时候，能够通过它非常流畅地表达出来！

第 2 章 线条化的 CI 标志设计



CI 是 Corporate Identity 的缩写，意思是企业的统一识别。由于 CI 策划是企业形象的整体策划，又称之为 CIS，即 Corporate Identity System，企业识别系统形象策划，通常我们把 CI 作为 CIS 的简称。上面是关于 CI 的标准定义。其实，我们所说的 CI 实际上是企业的形象标志，在消费者形成统一的认知以后，对企业形象产生固定的印象。一个成功的 CI 标识，可以有效地在公众中获得高知名度、高信誉、高效益的良好评价。同时，一个有个性的标识，也使企业在同行业中有独特的企业形象，不但可以在公众中获得认同，同时在同行业中也能突出，并为公众所识别。

本章将学习如何使用 Photoshop 来进行 CI 标志的创意设计。一般说来，在使用软件进行 CI 设计时，要以简明性、大众性、创意性、易用性作为主导思想。在设计制作的过程中，所涉及的软件技巧并不是很多，主要体现在路径工具以及标准色的使用上，这是读者应该注意的问题。

另外，CI 策划是一个整套的广告运作方式，它对于设计、导入、推广、进行受众分析，以及在推动企业形象中起着举足轻重的作用。现在，CI 策划已经独立出来并形成一整套的理论，这些理论知识不在我们本书学习的范畴之内。我们旨在通过软件进行简单的设计，将蕴涵在 CI 标识中的一些创意思象表达出来。

本章中我们所接触的几个标志具有一定的代表性，它们从方方面面折射出在设计标识中应该注意的一些问题。当然，我们还是以讲解软件技巧和创意思象为主，学习了这一章的内容后，您将对 Photoshop 7.0 中的路径工具有更加深入的了解，而且里面有很多操作过程都运用了这个版本的新增功能。希望通过本章的学习，大家能够在使用软件和创作方式上有所提高。

2.1 “行空”工作室——路径的使用技巧



有一个自己的工作室的想法已经很久了。但是由于人力以及财力等诸多因素，这个想法一直拖到2002年。因为是马年，又是我的本命年，因此总想和“马”沾上点关系。

“天马行空”是一种精神，那种自由驰骋、无所畏惧的精神正应该是我性格的一个体现，所以用它来作为工作室的名称就是理所当然的事情了。



1. 打开 Photoshop 7.0，首先在其中新建场景，设定参数如图 2-1 所示，它将作为我们的工作文档。在 Photoshop 7.0 中，“New”（新建文件）这个对话框有新的变化，主要表现在图 2-1 中的“Preset Sizes”（默认尺寸），以后我们的大多数实例所参考的尺寸都以图 2-1 为标准。

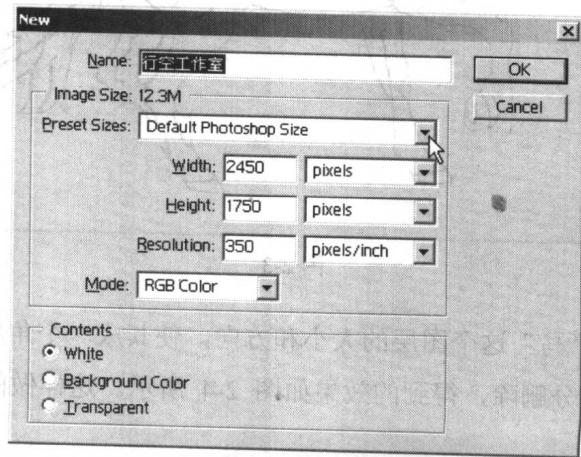


图 2-1



2. 打开配套光盘中命名为“描图”的一张表现“马”的图片,如图 2-2 所示。这是笔者通过手绘扫描之后,再通过 Photoshop 7.0 的画笔进行描图处理而得到的。当然,画得还不是非常完美,希望手绘能力强的读者能够处理得更好一点。

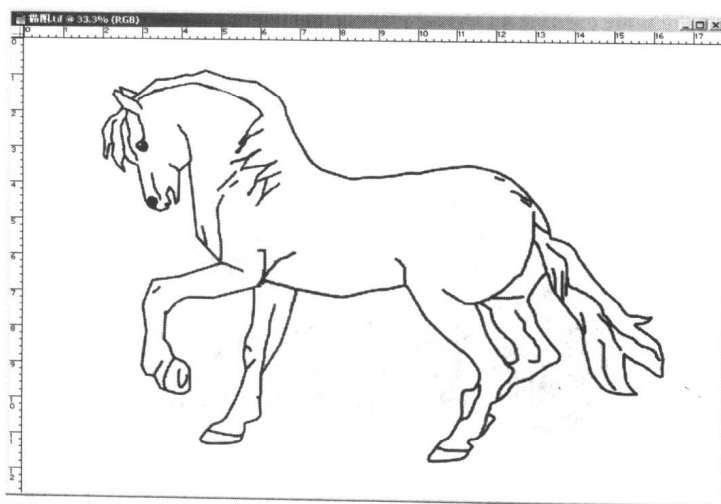


图 2-2

3. 使用“多边形套索”工具  将图 2-2 中“马”的外部轮廓选择出来,并拖拽到场景中,如图 2-3 所示。

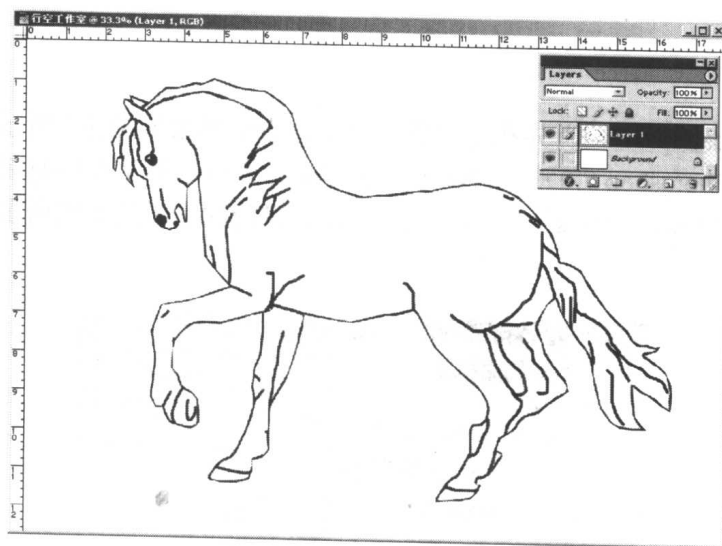


图 2-3

4. 在场景中调整“马”这个图层的大小和方向,使其成一个角度,并且使用“擦除”工具  将多余的部分删除,得到的效果如图 2-4 所示。这样做的目的是为了在后面模仿出“天马”的样子。

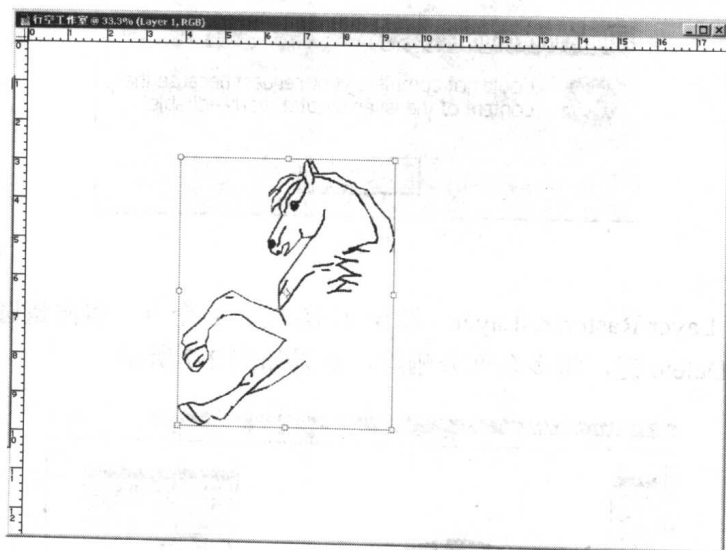


图 2-4

5. 在工具箱中选择“向量圆形”工具 , 在“马”这个图层的下面建立一个圆形, 得到的效果如图 2-5 所示。

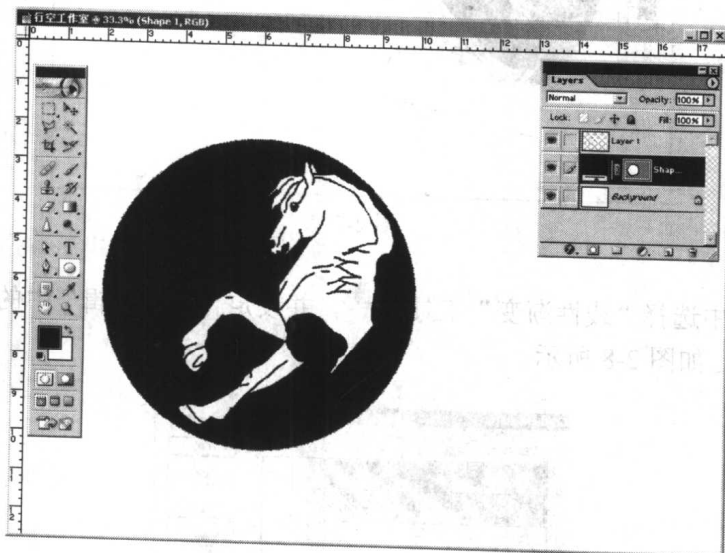


图 2-5

6. 刚才由于在删除“马”这个图层的多余部分时使用了“擦除”工具 , 所以场景中的效果显得不是很规整, 需要将“马”右侧的圆形适量地删除。在工具箱中选择“多边形套索”工具 , 将多余的部分删除, 但是当按 Delete 键进行操作的时候, 会弹出如图 2-6 所示的对话框阻止我们进行编辑。这是由于向量图层是一个特殊的图层, 只有将它转换为一般图层, 才能进行修改。

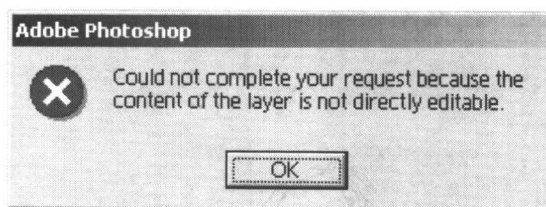


图 2-6

7. 执行菜单 Layer/Rasterize/Layer (图层/转换/图层) 命令, 将向量圆形转换成普通的图层。然后再按 Delete 键, 将多余部分删除, 效果如图 2-7 所示。



图 2-7

8. 在工具箱中选择“线性渐变”工具, 并设定“渐变编辑”中的色彩为一种由白色到蓝色的渐变, 如图 2-8 所示。

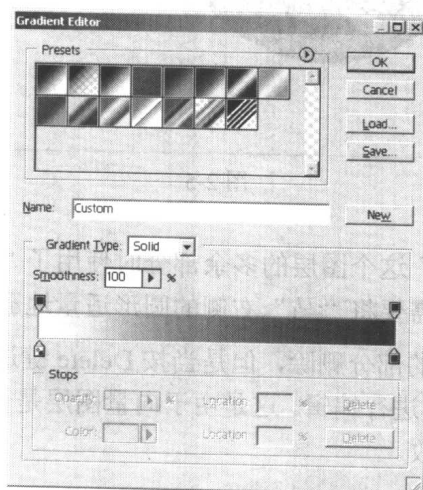


图 2-8

9. 重新加载向量圆形的选择范围, 使用刚编辑好的“线性渐变”工具 , 从右上角到左下角做渐变线。完成以后的效果如图 2-9 所示。

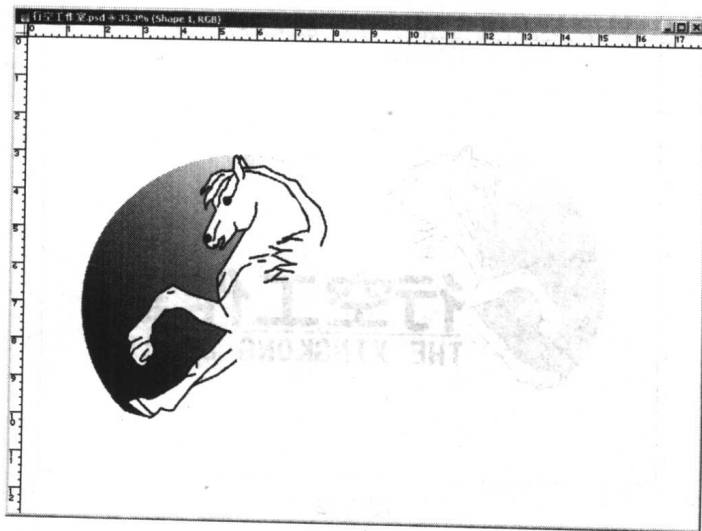


图 2-9

10. 因为我们所制作的这个标识是一个工作室的标志, 所以在字体的选用上应该以厚重、庄重作为标准。选择“文字”工具 , 在工具敏感选项栏中配置参数如图 2-10 所示。

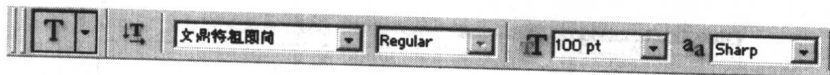


图 2-10

11. 在场景中输入文字, 并且在 Character (字符) 控制面板中调整字距等参数, 如图 2-11 所示。

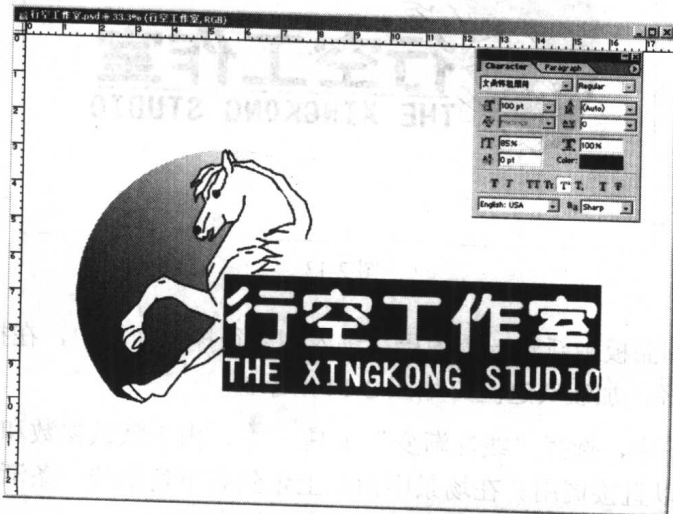


图 2-11

12. 将前景色设定为纯红色，选择“向量线条”工具，设定线条宽度为 15px。在中文和英文之间划一道分隔线，这将非常有利于提高名称的醒目程度，如图 2-12 所示。

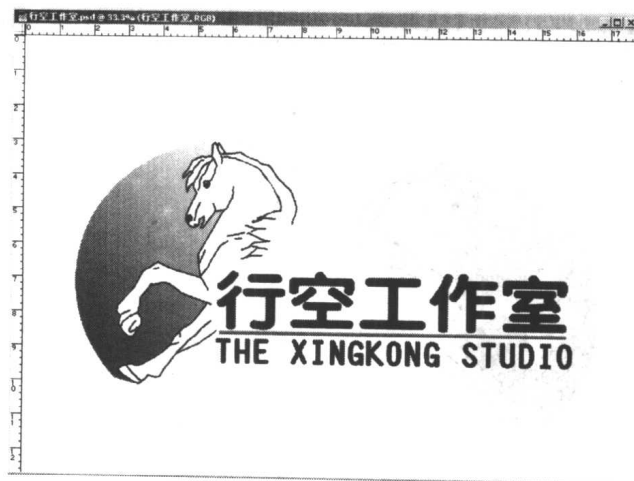


图 2-12

13. 接下来，就需要给“天马”加上翅膀。在工具箱中选择使用“钢笔”工具，在文字的上部创建如翅膀般的向量线条。并且使用同组中的“圆滑”工具调整曲度，得到如图 2-13 所示的效果。

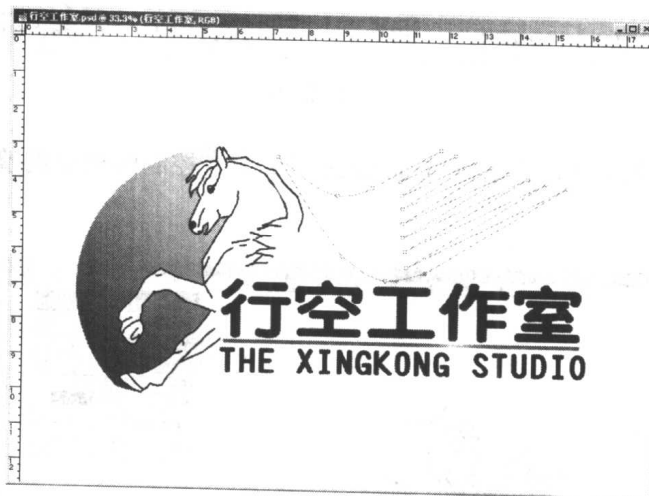


图 2-13

14. 在图层控制面板中新建一个图层。进入到路径控制面板中，在按住 Ctrl 键的同时单击上面创建的路径，加载其选区，如图 2-14 所示。

15. 回到工具箱中，选择“线性渐变”工具，由于默认参数和最后一次使用时相同，所以我们可以直接调用。在场景中由左上角到右下角拖拽一条渐变线，得到的效果如图 2-15 所示。

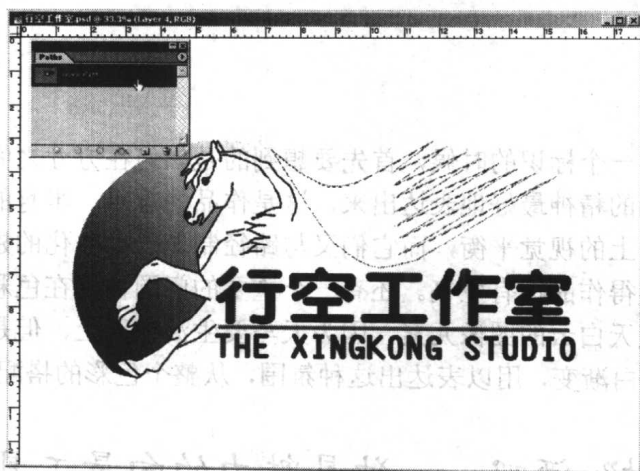


图 2-14

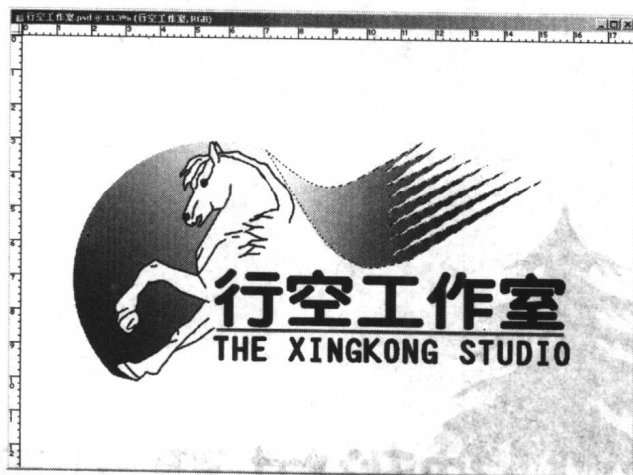


图 2-15

16. 按 Ctrl+D 组合键, 取消选择。这样我们就完成了“行空”工作室这个标识的创意制作, 如图 2-16 所示。



图 2-16