



平面设计师实战教程

刘亚平◎编著

- PS+ID+AI 结合使用
- 全面的理论知识+综合化的设计意识+全商业案例制作
- 从图形设计、色彩设计、字体设计和版式设计中，延伸出11种不同类型的平面设计门类，循序渐进、职业进阶



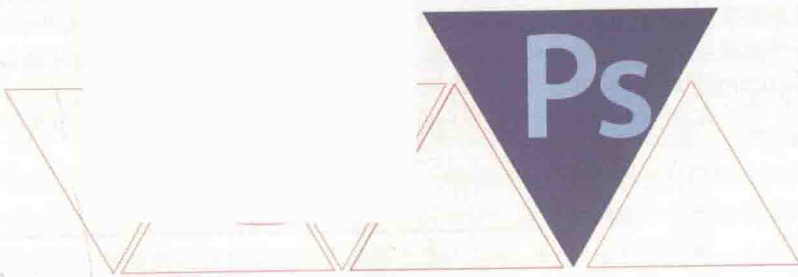
16个经典商业实例的完全解析
53集全视频教学录像
97个实例的素材和源文件



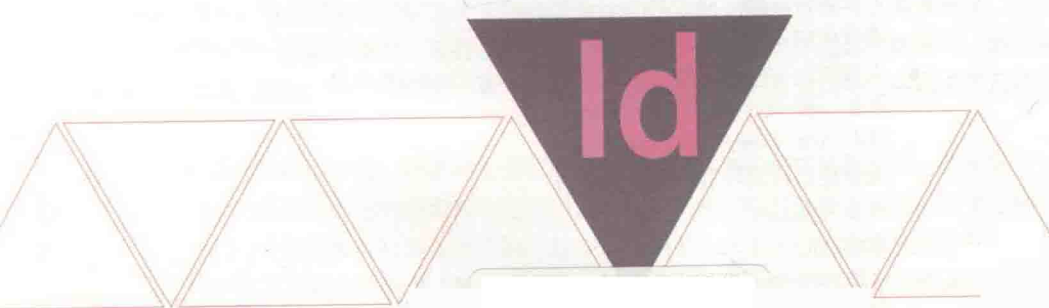
人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

平面设计师实战教程

刘亚平◎编著



Ps



Id

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

平面设计师实战教程 / 刘亚平编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2015.4
ISBN 978-7-115-36934-5

I. ①平… II. ①刘… III. ①平面设计—图形软件—教材 IV. ①TP391.412

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第028960号

内 容 提 要

平面设计是一项需要学会综合化与创意化表达的设计工作。平面设计师不仅需要具备综合化的设计意识,还需要能够独立完成广告设计、书籍装帧设计和包装设计等多方面的平面类设计工作。并且在日常的生活与工作中可以通过不同的方式来激发自己的设计灵感,提高自身的设计素养。

全书分为两大部分,前半部分主要对图形设计、色彩设计、字体设计和版式设计这4种基础性内容进行讲解,后半部分重点讲解平面广告设计、招贴设计等各种类型的平面设计方法。本书采用生动的图文编写形式,并将各种设计理论与实际案例融合在一起,每一个设计案例都是按照如何思考、为什么、怎么做,这种循序渐进的编写方式,将平面设计综合性的学科知识全面而深入地传达给读者,让读者在学习理论知识的同时,还能掌握InDesign、Illustrator和Photoshop软件的操作技巧,真正做到理论与实践并重。

本书适合学习平面设计的读者阅读使用,同时也适合作为高等院校和培训机构的教学参考书。

◆ 编 著 刘亚平

责任编辑 杨 璐

责任印制 程彦红

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京捷迅佳彩印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/20

印张: 13.2

字数: 372千字

2015年4月第1版

印数: 1—3500册

2015年4月北京第1次印刷

定价: 59.00元(附光盘)

读者服务热线: (010) 81055410 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

写在阅读之前

1. 本书写给谁看	9
2. 本书怎么看	10
3. 做好一个设计师的必备条件	11
4. 你会搜集素材吗	12

第1章 我要学图形

1.1 关于图形的点点滴滴	15
1.1.1 什么是图形	15
1.1.2 具象与抽象	16
1.1.3 图形原来可以这样奇妙	20

1.2 案例：来源于图形的奇思妙想——节日主题	
海报	23
明确主题	23
理清思绪	23
提出设想	23
灵感大爆发	23
案例解析	24
制作阶段	25

第2章 我要学色彩

2.1 关于色彩的点点滴滴	33
2.1.1 三属性都不知道，还谈什么色彩	33
2.1.2 对比与调和	35

2.1.3 来源于色彩的暗示	36
2.1.4 根据作品定位，选择合理的配色组合	38

2.2 案例：展现不同情感的色彩搭配——借助色彩	
强调产品特色的广告设计	40
明确主题	40
理清思绪	40
提出设想	40
灵感大爆发	40
案例解析	41
制作阶段	42

第3章 我要学字体

3.1 关于字体的点点滴滴	50
3.1.1 了解字体的风格	50
3.1.2 强化字体的方式	51
3.1.3 探秘图文化关系	54
3.2 案例：个性飞扬的字体设计——电影招贴	56
明确主题	56
理清思绪	56
提出设想	56
灵感大爆发	56
案例解析	57
制作阶段	58

第4章 我要学版式

4.1 关于版式的点点滴滴	67
4.1.1 字距与行距	67
4.1.2 对齐的方式	68
4.1.3 认识版面分割	70
4.1.4 图片的裁剪很重要	72
4.1.5 关于提高版面跳跃度的二三技巧	74
4.2 案例：规整与多变并存的报刊版面—— 报刊	75
明确主题	75
理清思绪	75
提出设想	75
灵感大爆发	75
案例解析	76
制作阶段	77

第5章 才华横溢的标志设计

5.1 写在名片设计之前的内容	86
5.1.1 构成标志的要素	86
5.1.2 简洁性与辨识度	87
5.1.3 抓住品牌特征	90
5.2 案例：鲜明出彩的标志设计	92
明确主题	92
理清思绪	92
提出设想	92

灵感大爆发	92
案例解析	93
制作阶段	94

第6章 浓缩即是精华的名片设计

6.1 写在名片设计之前的内容	101
6.1.1 名片设计的概述与流程	101
6.1.2 名片的各种尺寸	103
6.1.3 名片的形状不止一种	104
6.1.4 名片设计的重心	105
6.1.5 细节的考量	107
6.2 案例：简单精致的名片设计	110
明确主题	110
理清思绪	110
提出设想	110
灵感大爆发	110
案例解析	111
制作阶段	112

第7章 日历设计，让你一年拥有好心情

7.1 写在日历设计之前的内容	120
7.1.1 日历不止一种样式	120
7.1.2 日历中的信息	121
7.1.3 日历中的字体与版式	123

7.1.4 日历要成系列才好看	124
7.2 案例：生动有趣的桌式月历	125
明确主题	125
理清思绪	125
提出设想	125
灵感大爆发	125
案例解析	126
制作阶段	127

第 8 章 个性实用的图表制作

8.1 写在图表设计之前的内容	133
8.1.1 什么是图表	133
8.1.2 常见的图表类型	134
8.1.3 图表的创意变化	136
8.2 案例：形象生动的图表设计	138
明确主题	138
理清思绪	138
提出设想	138
灵感大爆发	138
案例解析	139
制作阶段	140

第 9 章 注重细节的宣传册设计

9.1 写在宣传册设计之前的内容	149
-------------------------------	------------

9.1.1 了解宣传册	149
9.1.2 宣传册的传递方式与类型	150
9.1.3 宣传册的设计要点	152
9.2 案例：内容丰富的宣传册设计	154
明确主题	154
理清思绪	154
提出设想	154
灵感大爆发	154
案例解析	155
制作阶段	156

第 10 章 挑战完美的招贴设计

10.1 写在招贴设计之前的内容	164
10.1.1 初识招贴	164
10.1.2 招贴创意中的思维模式	165
10.1.3 招贴的构成形式与设计法则	166
10.1.4 有关招贴设计的二三诀窍	168
10.1.5 解析度的设置很重要	169
10.2 案例：视觉出众的招贴设计	170
明确主题	170
理清思绪	170
提出设想	170
灵感大爆发	170
案例解析	171
制作阶段	172

第11章 制作引人瞩目的宣传广告

11.1 写在广告设计之前的内容	180
11.1.1 广告的概述与分类	180
11.1.2 广告设计中的关键视觉元素	183
11.1.3 广告设计中的联想思维	185
11.1.4 不简单的广告语	187
11.2 案例:耐人寻味的广告设计	188
明确主题	188
理清思绪	188
提出设想	188
灵感大爆发	188
案例解析	189
制作阶段	190

第12章 助你传情达意的信纸与信封

12.1 写在信纸设计之前的内容	197
12.1.1 信纸的尺寸	197
12.1.2 必须遵守的信纸设计原则	198
12.2 写在信封设计之前的内容	200
12.2.1 信封的尺寸	200
12.2.2 信封要怎样设计	201
12.3 案例:简简单单的信纸及信封设计	202
明确主题	202
理清思绪	202
提出设想	202

灵感大爆发	202
案例解析	203
制作阶段	204

第13章 讲究图文搭配的杂志编排

13.1 写在杂志封面设计之前的内容	210
13.1.1 封面是杂志的核心	210
13.1.2 以色列封面	211
13.1.3 字体设计须知	213
13.2 写在内页设计之前的内容	214
13.2.1 内页设计中的图与形	214
13.2.2 图文搭配是内页的灵魂	216
13.2.3 合理的留白	217
13.2.4 内页编排需谨慎	218
13.3 案例:个性时尚的杂志封面	219
明确主题	219
理清思绪	219
提出设想	219
灵感大爆发	219
案例解析	220
制作阶段	221
13.4 案例:展现味觉诱惑的内页设计	226
明确主题	226
理清思绪	226
提出设想	226

灵感大爆发.....	226
案例解析.....	227
制作阶段.....	228

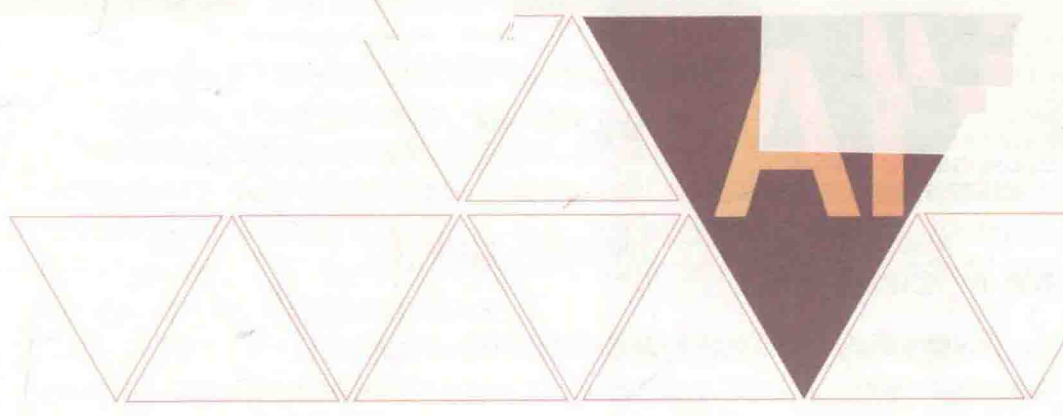
第 14 章 关于那些优秀的书籍装帧

14.1 写在封面与封底设计之前的内容.....	235
14.1.1 何为装帧.....	235
14.1.2 封面与封底的设计原则.....	236
14.1.3 书籍的装订方式.....	238
14.2 写在书腰设计之前的内容.....	239
14.2.1 书腰要这样设计.....	239
14.2.2 在书腰上玩些花样.....	240
14.3 案例：引人探究的书籍装帧设计.....	241
明确主题.....	241
理清思绪.....	241
提出设想.....	241
灵感大爆发.....	241
案例解析.....	242
制作阶段.....	243

第 15 章 包装设计比你想象的更简单

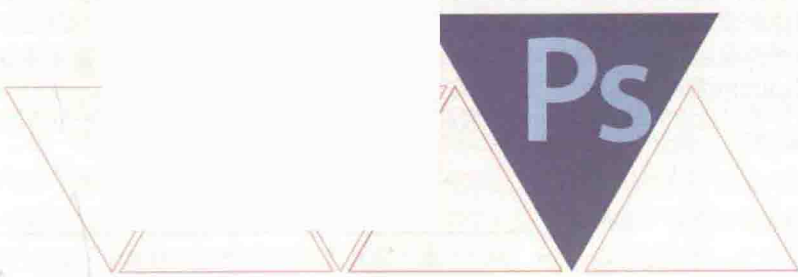
15.1 写在包装设计之前的内容.....	250
15.1.1 包装与设计.....	250
15.1.2 考验综合能力的包装设计.....	251
15.1.3 吊牌设计须知.....	252

15.1.4 写在吊牌上的信息.....	253
15.2 写在包装纸设计之前的内容.....	254
15.2.1 包装的用途.....	254
15.2.2 重复的图案也可以那么美.....	255
15.3 案例：暗示商品本质的包装设计.....	256
明确主题.....	256
理清思绪.....	256
提出设想.....	256
灵感大爆发.....	256
案例解析.....	257
制作阶段.....	258

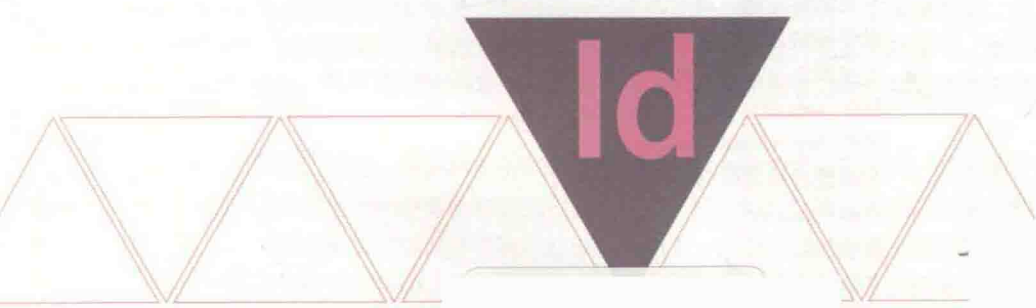


平面设计师实战教程

刘亚平◎编著



Ps



Id

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

平面设计师实战教程 / 刘亚平编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2015.4
ISBN 978-7-115-36934-5

I. ①平… II. ①刘… III. ①平面设计—图形软件—教材 IV. ①TP391.412

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第028960号

内 容 提 要

平面设计是一项需要学会综合化与创意化表达的设计工作。平面设计师不仅需要具备综合化的设计意识,还需要能够独立完成广告设计、书籍装帧设计和包装设计等多方面的平面类设计工作。并且在日常的生活与工作中可以通过不同的方式来激发自己的设计灵感,提高自身的设计素养。

全书分为两大部分,前半部分主要对图形设计、色彩设计、字体设计和版式设计这4种基础性内容进行讲解,后半部分重点讲解平面广告设计、招贴设计等各种类型的平面设计方法。本书采用生动的图文编写形式,并将各种设计理论与实际案例融合在一起,每一个设计案例都是按照如何思考、为什么、怎么做,这种循序渐进的编写方式,将平面设计综合性的学科知识全面而深入地传达给读者,让读者在学习理论知识的同时,还能掌握InDesign、Illustrator和Photoshop软件的操作技巧,真正做到理论与实践并重。

本书适合学习平面设计的读者阅读使用,同时也适合作为高等院校和培训机构的教学参考书。

◆ 编 著 刘亚平

责任编辑 杨 璐

责任印制 程彦红

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京捷迅佳彩印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/20

印张: 13.2

字数: 372千字

2015年4月第1版

印数: 1—3500册

2015年4月北京第1次印刷

定价: 59.00元(附光盘)

读者服务热线: (010) 81055410 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

平面设计 (graphic design) 是一门视觉传达设计学, 它所涉及的领域极为广泛, 不仅需要设计师具备较高的设计能力, 还需要兼具一定的软件操作能力。在现代社会中, 平面设计不仅是一门艺术, 更是一个商业传达手段, 许多设计作品的出现都是为了帮助商家进行宣传、推广等活动。

在本书的编写过程中, 笔者将全书分为两个篇章, 前篇主要从设计的基础——图形、色彩、字体、版式这四个角度出发, 而后篇便是在设计的各项基础理论上, 延伸出11种不同类型的平面设计门类, 从而帮助读者能够全面而系统化地认识平面设计; 与此同时, 本书的编排结构采用了理论加案例制作的写作方式, 这种从理论的认知延伸到实践的过程, 相信能让读者有所收获。

在本书的编写之初, 笔者用较小的篇幅编写了一段“写在阅读之前”的内容, 希望读者在翻阅本书之前能够仔细阅读这段内容, 它能帮助你清晰地认识平面设计师这一特殊的职业, 同时还能为你对本书的阅读提供参考。

在本书的第1章~第4章中, 笔者分别介绍了构成平面设计的4大要素, 从图形的类型介绍与设计组合方式等角度出发, 到色彩的各种暗示与搭配方式的介绍, 而后提到了各种字体风格、强化字体的方式及图文关系等字体设计要点, 最后在第4章便是对版式设计的相关内容介绍。总的来说, 笔者希望这4章内容的编写为读者后篇内容的学习打下基础。

从本书的第5章~第15章是本书的后篇章节, 我们将其称为进阶阶段。在第5章中, 笔者围绕着标志设计的相关内容展开, 让你能够深入认识标志并不只是一个简单的符号; 在第6章中, 小小的名片设计是我们的讲解重点, 从名片设计的流程到细节的考量, 无一遗漏; 第7章主要将编写重点放在了許多平面书籍中不常见的日历设计上, 让读者能够知晓我们生活中常见的这一物件究竟是怎样设计的; 而后, 图表制作成为第8章的讲解内容, 通过各种类型的图表介绍与一些创意思路的介绍, 让读者能够重新认识图表这一常见元素; 在第9章中, 笔者对宣传册的设计与编排进行了重点介绍; 在第10章与第11章中, 笔者分别从招贴设计与广告设计的角度出发, 将各种设计中常见的思考方式与设计手法传达给了读者; 信纸与信封成了本书第12章的主要讲解内容, 笔者希望读者通过对本章的阅读, 清晰地认识到信纸不是一张简单的白纸, 信封也不仅仅是一个纸壳而已; 在第13章中, 笔者对杂志的封面设计与内页设计的各项原则与要点进行了着重阐述, 让读者能够从里到外地认识杂志设计; 在第14章中, 笔者从书籍的封面与封底设计一直介绍到书腰设计, 使读者能够较为深入地了解书籍装帧; 最后, 在本书的第15章中, 笔者从包装本身, 一直讲到与包装相关的吊牌与包装纸的设计, 简明而全面。

本书注重理论与实践的结合, 将多种图形软件的操作通过案例的形式呈现出来, 并采用了一种较为活泼的编写方式, 力求为读者创造出一个清晰与轻松并重的阅读环境。如何让读者真正能在学习的过程中知道为什么、怎么做? 如何让读者真正知道设计师到底应该怎么思考? 一个设计的全流程到底是什么? 就是本书重点解决的问题, 也是本书最大的特色。最后, 本书由华北水利水电大学刘亚平老师编著, 在编著过程中力求严谨细致, 但由于水平有限, 时间仓促, 书中难免存在纰漏和不妥之处, 恳请广大读者批评指正, 指出宝贵意见。

作者·

写在阅读之前

1. 本书写给谁看	9
2. 本书怎么看	10
3. 做好一个设计师的必备条件	11
4. 你会搜集素材吗	12

第1章 我要学图形

1.1 关于图形的点点滴滴	15
1.1.1 什么是图形	15
1.1.2 具象与抽象	16
1.1.3 图形原来可以这样奇妙	20

1.2 案例：来源于图形的奇思妙想——节日主题海报	23
明确主题	23
理清思绪	23
提出设想	23
灵感大爆发	23
案例解析	24
制作阶段	25

第2章 我要学色彩

2.1 关于色彩的点点滴滴	33
2.1.1 三属性都不知道，还谈什么色彩	33
2.1.2 对比与调和	35

2.1.3 来源于色彩的暗示	36
2.1.4 根据作品定位，选择合理的配色组合	38

2.2 案例：展现不同情感的色彩搭配——借助色彩强调产品特色的广告设计	40
明确主题	40
理清思绪	40
提出设想	40
灵感大爆发	40
案例解析	41
制作阶段	42

第3章 我要学字体

3.1 关于字体的点点滴滴	50
3.1.1 了解字体的风格	50
3.1.2 强化字体的方式	51
3.1.3 探秘图文化关系	54
3.2 案例：个性飞扬的字体设计——电影招贴	56
明确主题	56
理清思绪	56
提出设想	56
灵感大爆发	56
案例解析	57
制作阶段	58

第4章 我要学版式

4.1 关于版式的点点滴滴	67
4.1.1 字距与行距	67
4.1.2 对齐的方式	68
4.1.3 认识版面分割	70
4.1.4 图片的裁剪很重要	72
4.1.5 关于提高版面跳跃度的二三技巧	74
4.2 案例：规整与多变并存的报刊版面—— 报刊	75
明确主题	75
理清思绪	75
提出设想	75
灵感大爆发	75
案例解析	76
制作阶段	77

第5章 才华横溢的标志设计

5.1 写在名片设计之前的内容	86
5.1.1 构成标志的要素	86
5.1.2 简洁性与辨识度	87
5.1.3 抓住品牌特征	90
5.2 案例：鲜明出彩的标志设计	92
明确主题	92
理清思绪	92
提出设想	92

灵感大爆发	92
案例解析	93
制作阶段	94

第6章 浓缩即是精华的名片设计

6.1 写在名片设计之前的内容	101
6.1.1 名片设计的概述与流程	101
6.1.2 名片的各种尺寸	103
6.1.3 名片的形状不止一种	104
6.1.4 名片设计的重心	105
6.1.5 细节的考量	107
6.2 案例：简单精致的名片设计	110
明确主题	110
理清思绪	110
提出设想	110
灵感大爆发	110
案例解析	111
制作阶段	112

第7章 日历设计，让你一年拥有好心情

7.1 写在日历设计之前的内容	120
7.1.1 日历不止一种样式	120
7.1.2 日历中的信息	121
7.1.3 日历中的字体与版式	123

7.1.4 日历要成系列才好看	124
7.2 案例：生动有趣的桌式月历	125
明确主题	125
理清思绪	125
提出设想	125
灵感大爆发	125
案例解析	126
制作阶段	127

第8章 个性实用的图表制作

8.1 写在图表设计之前的内容	133
8.1.1 什么是图表	133
8.1.2 常见的图表类型	134
8.1.3 图表的创意变化	136
8.2 案例：形象生动的图表设计	138
明确主题	138
理清思绪	138
提出设想	138
灵感大爆发	138
案例解析	139
制作阶段	140

第9章 注重细节的宣传册设计

9.1 写在宣传册设计之前的内容	149
-------------------------	-----

9.1.1 了解宣传册	149
9.1.2 宣传册的传递方式与类型	150
9.1.3 宣传册的设计要点	152

9.2 案例：内容丰富的宣传册设计	154
明确主题	154
理清思绪	154
提出设想	154
灵感大爆发	154
案例解析	155
制作阶段	156

第10章 挑战完美的招贴设计

10.1 写在招贴设计之前的内容	164
10.1.1 初识招贴	164
10.1.2 招贴创意中的思维模式	165
10.1.3 招贴的构成形式与设计法则	166
10.1.4 有关招贴设计的二三诀窍	168
10.1.5 解析度的设置很重要	169
10.2 案例：视觉出众的招贴设计	170
明确主题	170
理清思绪	170
提出设想	170
灵感大爆发	170
案例解析	171
制作阶段	172

第11章 制作引人瞩目的宣传广告

11.1 写在广告设计之前的内容	180
11.1.1 广告的概述与分类	180
11.1.2 广告设计中的关键视觉元素	183
11.1.3 广告设计中的联想思维	185
11.1.4 不简单的广告语	187
11.2 案例:耐人寻味的广告设计	188
明确主题	188
理清思绪	188
提出设想	188
灵感大爆发	188
案例解析	189
制作阶段	190

第12章 助你传情达意的信纸与信封

12.1 写在信纸设计之前的内容	197
12.1.1 信纸的尺寸	197
12.1.2 必须遵守的信纸设计原则	198
12.2 写在信封设计之前的内容	200
12.2.1 信封的尺寸	200
12.2.2 信封要怎样设计	201
12.3 案例:简简单单的信纸及信封设计	202
明确主题	202
理清思绪	202
提出设想	202

灵感大爆发	202
案例解析	203
制作阶段	204

第13章 讲究图文搭配的杂志编排

13.1 写在杂志封面设计之前的内容	210
13.1.1 封面是杂志的核心	210
13.1.2 以色列封面	211
13.1.3 字体设计须知	213
13.2 写在内页设计之前的内容	214
13.2.1 内页设计中的图与形	214
13.2.2 图文搭配是内页的灵魂	216
13.2.3 合理的留白	217
13.2.4 内页编排需谨慎	218
13.3 案例:个性时尚的杂志封面	219
明确主题	219
理清思绪	219
提出设想	219
灵感大爆发	219
案例解析	220
制作阶段	221
13.4 案例:展现味觉诱惑的内页设计	226
明确主题	226
理清思绪	226
提出设想	226

灵感大爆发	226
案例解析	227
制作阶段	228

第 14 章 关于那些优秀的书籍装帧

14.1 写在封面与封底设计之前的内容	235
14.1.1 何为装帧	235
14.1.2 封面与封底的设计原则	236
14.1.3 书籍的装订方式	238
14.2 写在书腰设计之前的内容	239
14.2.1 书腰要这样设计	239
14.2.2 在书腰上玩些花样	240
14.3 案例：引人探究的书籍装帧设计	241
明确主题	241
理清思绪	241
提出设想	241
灵感大爆发	241
案例解析	242
制作阶段	243

第 15 章 包装设计比你想象的更简单

15.1 写在包装设计之前的内容	250
15.1.1 包装与设计	250
15.1.2 考验综合能力的包装设计	251
15.1.3 吊牌设计须知	252

15.1.4 写在吊牌上的信息	253
15.2 写在包装纸设计之前的内容	254
15.2.1 包装的用途	254
15.2.2 重复的图案也可以那么美	255
15.3 案例：暗示商品本质的包装设计	256
明确主题	256
理清思绪	256
提出设想	256
灵感大爆发	256
案例解析	257
制作阶段	258

1. 本书写给谁看

你是其中之一吗？

你好，十分感谢你开始翻阅这本书，我是本书的作者。

在你开始阅读之前，请仔细阅读一下这段文字，了解本书是否真的适合你。

在本书的编撰之初，我们便做好了本书的主要读者定位，并试着从主要读者的实际需求来思考及编写本书。因此从某个角度来说，这本书是为某个特定群体所编撰的。

下面，请结合自己的实际情况，看看你是否属于下列五种特定群体之一。



注：这里的设计者主要指平面设计师。