

量多媒体DVD

• 以行家的眼光 解析专家的作品 •



Photoshop CS4 平面设计

专家解析

悦图文化 编著



华中科技大学出版社
www.hustp.com



Photoshop CS4 平面设计

专家解析

悦图文化 编著



华中科技大学出版社
www.hustp.com

中国·武汉

图书在版编目 (CIP) 数据

Photoshop CS4平面设计专家解析 / 悦图文化 编著. ——武汉: 华中科技大学出版社, 2010年1月

ISBN 978-7-5609-5729-6

I. P… II. 悦… III. 图形软件, Photoshop CS4 IV. TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第182178号

Photoshop CS4平面设计专家解析

悦图文化 编著

策划编辑: 杨志锋 杜月朋

责任编辑: 姜 茜

封面设计: 点智文化

责任监印: 熊庆玉

责任校对: 周 娟

出版发行: 华中科技大学出版社 (中国·武汉)

地 址: 武昌喻家山

邮政编码: 430074

电 话: 027-87556096 010-64155588-8005, 8006

网 址: <http://www.hustp.com>

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 20.5

插 页: 6

字 数: 400 000

版 次: 2010年1月第1版

印 次: 2010年1月第1次印刷

定 价: 69.80元 (含DVD光盘1张)

ISBN 978-7-5609-5729-6 / TP·710

(本书若有印装质量问题, 请向出版社发行部调换)

编写本书的目的

Photoshop是平面设计中最为重要的软件之一，其应用领域涉及了广告、海报、封面、包装、界面、标志、影楼后期及图片精修等多个领域，本书就是针对这些常见的应用领域，以最核心的设计理论知识作为引导，以40个典型的案例作为实战，讲解其中常用的技法与设计理念。

如前所述，Photoshop的应用领域难以计数，所以想要在一本图书中进行完整讲解，无异于天方夜谭。即使本书挑取了最为精华的部分进行讲解，也难以一一尽述，所以本书的目的在于通过理论+实例相结合的方式，再配合书中对于设计理念及软件技术的讲解，起到抛砖引玉的作用，让读者能够掌握一定的设计方法，又能够锻炼软件的操作技术。

购买本书的理由

相较于市场中的同类图书，本书具有以下特色。

- 近10万字的图文解析：本书所有的实例前面都配有图文并茂的解析文字，从作品的基本信息、设计流程及制作方法等方面，详尽记录了设计过程中的思路和思考问题的角度等，以帮助读者了解一个优秀作品诞生的过程，这对读者以后自己的实际工作，有很大的作用。
- 9项领域的核心设计理论：为帮助读者了解各行业的设计知识，笔者在每章学习实例之前，讲解了一些最常用、最经精华的内容，希望读者能够充分理解并掌握这些知识，并在日后的实际工作过程中灵活运用。
- 4.3G大容量DVD光盘：本书附赠一张DVD光盘，其内容主要包含案例素材及设计素材2部分，其中案例素材包含了完整的案例及素材源文件，读者除了使用它们配合图书中的讲解进行学习外，也可以直接将之应用于商业作品中，以提高作品的质量；另外，光盘还附送了大量的纹理、画笔及设计PSD等素材，可以帮助读者在设计过程中，更好更快地完成设计工作。
- 200多分钟多媒体视频教学：笔者委托专业讲师，针对本书中的典型案例，录制了多媒体视频教学课件，如果在学习过程中遇到问题可以通过观看这些多媒体视频解释疑惑，提高学习效率。

声明：本书光盘中的所在素材图像仅允许本书的购买者使用，不得销售、网络共享或做其他商业用途。

学习时的一些建议

读者在学习本书的过程中，可以按照书中给出的参数进行设置，但在以后的练习与

工作过程中，一定要跳出旧有框架，因为不同的处理对象，必然需要设置不同的参数，甚至使用不同的功能进行处理，绝不能一概而论。

通过本书的学习，读者除了可以在很大程度上练习Photoshop软件技术外，更重要的是可学习各种特效、合成与视觉表现形式，并思考在这些案例中，是如何将这些形式应用于商业设计作品中的。只有掌握了这些，才达到了本书“授人以渔”的教学目的，对读者而言，这才是提高自身能力的关键！

学习本书的软件前提

在编写本书的过程中，笔者所使用的软件是Photoshop CS4中文版，操作系统为Windows XP SP2，因此希望各位读者能够与笔者统一起来，以避免可能在学习中遇到障碍。由于Photoshop软件具有向下兼容的特性，因此如果各位读者使用的是Photoshop CS3或早期版本，也能够使用本书学习，只是在局部操作方面可能略有差异。这一点希望引起各位读者的关注。

感谢大家的奉献与对本书的帮助

本书是集体劳动的结晶，参与本书编著的包括以下人员：雷剑、吴腾飞、雷波、左福、范玉婵、刘志伟、李美、邓冰峰、詹曼雪、黄正、孙美娜、邢海杰、刘小松、陈红艳、徐克沛、吴晴、李洪泽、漠然、李亚洲、佟晓旭、江海艳、董文杰、张来勤、刘星龙、边艳蕊、马俊南、姜玉双、李敏、邵琳琳、卢金凤、李静、肖辉、寿鹏程、管亮、马牧阳、杨冲、张奇、陈志新、刘星龙、孙雅丽、孟祥印、李倪、潘陈锡、姚天亮等。

限于水平与时间，本书在操作步骤、效果及表述方面定然存在不少不尽如人意之处，希望各位读者来信指正，笔者的邮件是Lbuser@126.com。

笔者

2009.11.4

目录

Content

第1章 平面广告 / P1

1.1 广告设计概述 / P2

1.1.1 广告设计元素 / P2

1.1.2 平面广告与广告图片 / P4

1.2 穿行天地之间广告设计 / P5

1.3 葡萄酒广告设计 / P15

1.4 城中印象房地产广告设计 / P25

1.5 天路国际会馆宣传广告设计 / P35

1.6 可乐宣传海报 / P41

1.7 酒吧开业海报设计 / P47

1.8 个人音乐会宣传招贴 / P53

1.9 埃及文化展览招贴 / P59

第2章 商业影像 / P65

2.1 商业影像精修与合成 / P66

2.1.1 人像电修 / P66

2.1.2 场景电修 / P67

2.1.3 气氛渲染电修 / P68

2.1.4 产品电修 / P69

2.2 人物头像精修处理 / P70



2.3 专业照片修饰与润色 /P75

2.4 宠物小屋照片精修 /P83

2.5 烈焰女郎照片合成 /P91

2.6 美人鱼照片合成 /P97

第3章 海报招贴 /P103

3.1 海报设计 /P104

3.1.1 商业海报 /P104

3.1.2 文化海报 /P105

3.1.3 电影海报 /P105

3.1.4 公益海报 /P106

3.2 大运会免费通信赞助商海报设计 /P106

3.3 运动会海报设计 /P112

3.4 商场促销海报设计 /P118

3.5 波普艺术海报设计 /P127

3.6 舞厅宣传招贴 /P131

第4章 图书封面 /P139

4.1 封面设计 /P140

4.1.1 图像元素设计 /P140

4.1.2 文字元素设计 /P141

4.1.3 色彩元素设计 /P141

4.2 《用人经典》封面设计 /P142

4.3 《煮酒论道》封面设计 /P152

目录

Content

4.4 《唐诗三百首》书封设计 / P160

第5章 产品包装 / P167

5.1 包装设计 / P168

5.1.1 包装的结构设计 / P168

5.1.2 包装的装潢设计 / P168

5.1.3 包装的设计流程 / P169

5.2 糖果包装袋设计 / P170

5.3 甜——橙汁饮料包装设计 / P179

5.4 酸——苹果汁包装设计 / P188

5.5 辣——辣味薯片软包装设计 / P198

5.6 苦——茶叶礼盒包装设计 / P209

第6章 影楼影像 / P217

6.1 婚纱照片设计 / P218

6.1.1 婚纱照片的特点 / P218

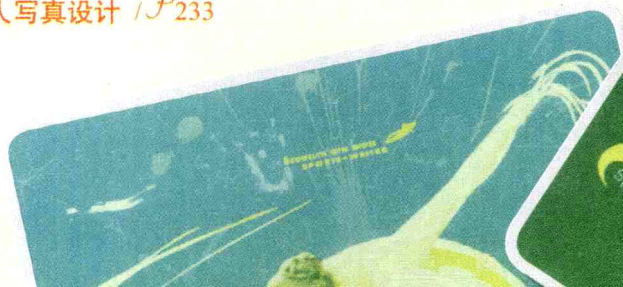
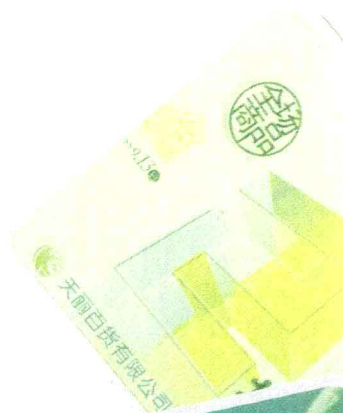
6.1.2 婚纱照片设计的未来方向 / P219

6.1.3 数码婚纱照片的设计理念 / P219

6.2 玫瑰情缘主题婚纱设计 / P219

6.3 情牵桃花源主题婚纱设计 / P227

6.4 伊人美眷主题个人写真设计 / P233



第7章 操作界面 / P241

7.1 界面设计 / P242

7.1.1 界面设计概述 / P242

7.1.2 网页界面设计 / P243

7.2 三维立体图标设计 / P244

7.3 龙虎斗游戏网站页面设计 / P251

7.4 皮革笔记本网页界面设计 / P258

第8章 LOGO标识 / P281

8.1 LOGO设计 / P272

8.1.1 LOGO设计原则 / P272

8.1.2 LOGO设计形式 / P272

8.2 玻璃质感标志设计 / P274

8.3 光滑透视标识设计 / P279

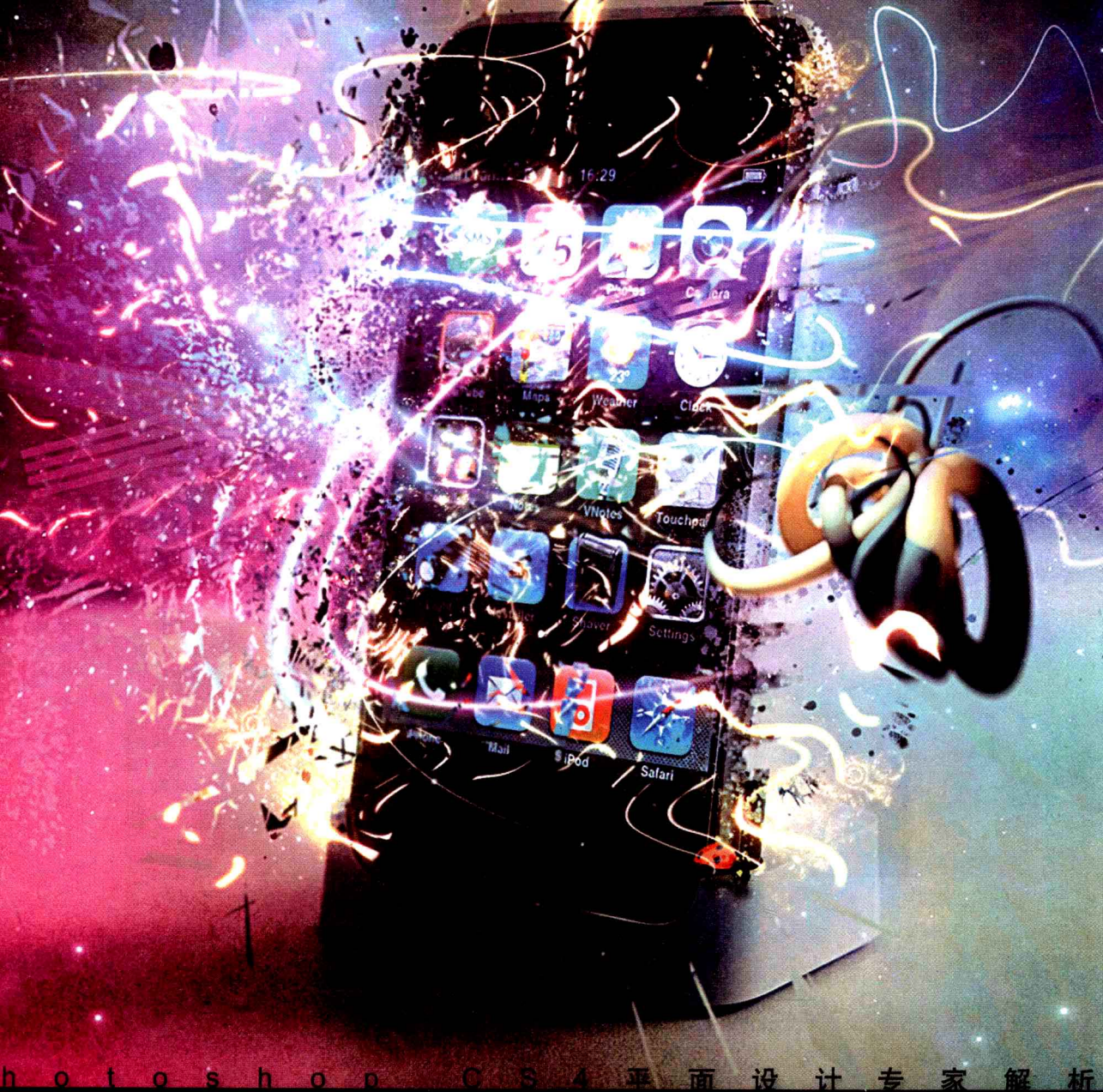
8.4 工作室三维标识设计 / P288

第9章 其他设计 / P297

9.1 手机产品表现 / P298

9.2 企业VI系统立体效果表现 / P306

9.3 凤园茶宣传设计 / P312



h o t o s h o p C S 4 平 面 设 计 专 家 解 析

| 第 1 章 |
平面广告

1.1 广告设计概述

广告设计是Photoshop应用最广泛的领域之一，大凡我们在报纸、杂志、户外的展板、地铁的灯箱上看到的静态广告均出现于不同的平面设计师之手。图1.1所示为几个优秀的平面广告作品。



图1.1 优秀平面广告作品欣赏

1.1.1 广告设计元素

无论在哪个类别的广告设计中，都少不了必要的构成要素，这些元素通常由商品名、商标、插图、文案等组合而成，下面分别进行介绍。

- **插图：**图形与音乐一样都是能够跨越文化、地域、民族的国际化语言，在当前越来越国际的城市化浪潮中，广告图形成为越来越重要的创意语言。它可以是具象的，也可以是抽象的、装饰性的或漫画性的，无论采用哪一种，都要根据广告的内容和主题来选择适当的图形。为了取得更有震撼性的视觉效果，也有许多广告采用电脑合成图像作为广告的主体图形，如图1.2所示。

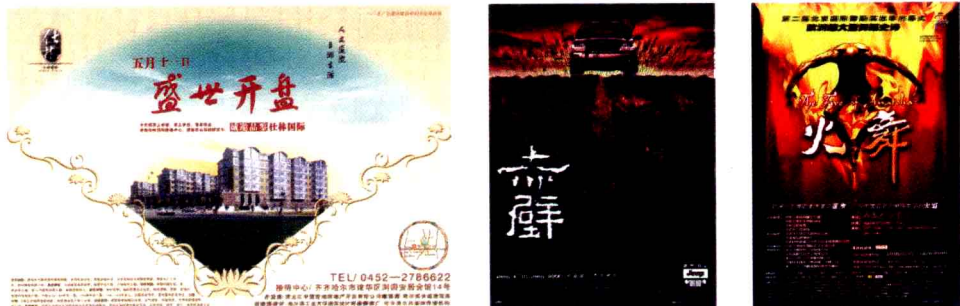


图1.2 以图像为主的广告

- 商标：一般地，在广告中都应该出现企业的标志或产品的商标，因为在广告中企业的标志与产品的商标并不是一个单纯的装饰物，它具有在短时间内使广告轻松、容易地被识别的作用。
- 标题：如果广告创意是广告内在的“魂”，那么广告的标题就是广告外部的“神”，是广告中最重要的构成要素之一。广告标题，类似于乐章里的高潮部分，诗歌中的诗眼，绘画中点睛妙笔一样，其最重要的作用就是使消费者更容易地了解广告、记住广告。广告标题贵在精僻，要言简意赅，言有限而意无穷。正如人们常说的“题好文一半”、“题高文则深”，许多成功的广告设计作品，往往由于一句好的标题而成功。图1.3所示的广告属于此类。



图1.3 标题成功的广告

- 标语：广告标语是一种较长时期内反复使用的特定用语，其主要任务就是宣传鼓动，吸引读者注意，加强商品印象。好的广告标语，能够给人留下深刻的印象，使人一听到或看到广告标语就联想起商品或广告内容，就像是语言类型的商标。广告标语与广告标题不尽相同，广告标语必须是完整的句子，具有一定的含义，能够引发人的联想，而且在同一产品的多个广告中不会发生变化。
- 广告正文文案：广告正文文案包括各类厂家或商品的说明文、生产厂家名称、地址和销售单位名称地址等。其中，说明文是广告正文文案的主要内容，其要求是以尽量少的词汇传递尽可能多信息。除了正文方案的写作，正文的编排也要有艺术感。许多广告感觉起来商业感不强烈，其很大原因就是编排较差。图1.4所示的广告在正文文案的编排方面较为出色。



图1.4 优秀编排广告

1.1.2 平面广告与广告图片

图片是平面广告中不可缺少的设计元素，而Photoshop在广告设计制作中最大的作用就是为广告制作优秀并且合适的广告图片，但许多设计师不了解应该在广告中使用怎样的图片。下面将介绍广告中使用图片应该注意的一些问题，相信这些介绍，有助于设计人员提高自己在广告中运用图片的能力。

- 图片的大小：使用大而醒目图片的广告，比组合使用数张小图片的广告，更能够吸引读者。当然，大的图片必须要能够引发读者美的联想、引人入胜，一张大幅的糟糕图片只会使一个广告更乏味，因此如果没有优秀的大图片，只能退而求其次，通过构图等方面的设计手段，组合使用一些小的图片。
- 图片的类型：图片的类型对于读者而言很重要，因为不同类型、年龄、性别的读者对图片的类型喜好程度不同，年轻男孩更喜欢又炫又酷的视觉图片，年轻女孩更喜欢清新、雅致、可爱、唯美的视觉图片，中年人更喜欢真实的照片。因此，采用何种图片的类型，是照片、插画、合成图还是漫画，需要设计师认真考虑。图1.5所示是使用不同风格的图片时的效果。



图1.5 使用不同插图的广告

- 图片的完整性：图片的完整性也很重要，因为看广告不是猜谜，没有必要挑战读者的智商。如果图片不完整，是一个局部特写，可以在广告某一部分放置完整的图片或确保这样的局部，也能够使读者联想到全局。
- 图片的故事性：使用富有故事性的图片更容易打动读者，这样的图片使读者在潜意识中希望了解“这是怎么回事”、“怎么会这样”，从而使其继续阅读广告文案。但这种故事性不能够隐藏太深，以至于大多数读者只见树木不见森林，否则会使他们更快放弃阅读。因此，不能够与读者在这方面猜谜。图1.6所示是带有情节的广告图片。



图1.6 带有情节的广告图片

- 图片的新闻性：新闻性的图片关键在于是不是具有新闻性，例如，狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻。新闻性图片必须具有真实性，而不是一张合成照片，这种真实性会消除大多数读者对广告的抵触情绪。新闻中的秘闻也对广告销售很有促进，例如一张放大显示两国元首在签署文件时使用的钢笔的照片，这样看上去有些八卦的照片，但实际上很能迎合一部分人的心理期待与满足。
- 图片的示范性：表现如何使用产品的有力方法就是让读者看着摆在眼前的广告，当场亲自动手示范产品用法，这种方法是安利等产品的销售中最常采用的一种。如果不能现场示范，广告中真实的照片也能够打消一部分人的顾虑。此外，广告中照片的“视觉化对比”效应，也是有力的方法之一，这也是美容、减肥类产品最常使用的设计手法之一，即采用并排对比的照片显示出使用广告产品前及使用后的差别。图1.7所示是具有此类图片特效的广告作品。

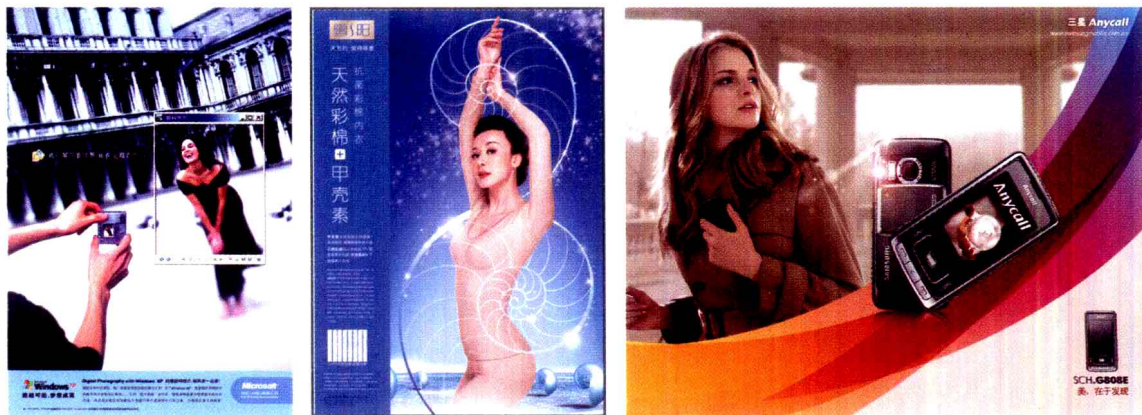


图1.7 具有示范性的广告

- 图片的触动感：循规蹈矩的常规图片，根本不能够在信息爆炸的今天吸引读者的眼球，这样的图片会使读者感觉到广告像白开水。只有通过奇特的角度，将常见的事物组合成为不同的视觉作品，或者通过电脑制作展示只存于人们想像中的事物，才能够引人注目。

1.2 穿行天地之间广告设计



基本信息

学习难度：★★★★★

主要技术：画笔绘图、绘制路径、图层蒙版、剪贴蒙版、调整图层、图层样式

图层数量：77

通道数量：0

路径数量：0

设计解析

本例是以穿行天地之间为主题的广告设计作品。在制作的过程中，主要以制作螺旋式的环形路面为核心内容，形同陀螺世界，然后由陀螺的一侧引出一道公路，此时，一辆豪华、别致的汽车穿行在天地之间，呼应主题。

设计流程解析

用图1.8所示的流程图对制作过程进行了示意，并在下面分别解析各个制作步骤。



图1.8 设计流程示意图

螺旋图像

螺旋图像是本广告的主体图像，单从结构上看，该图像的制作显得特别复杂，让人找不出头绪，但实际上，我们可以以每一环图像为结构将其拆分开来。这样就不难看出，每一环的组成就是“环形道路+城市俯视图”。了解其组成的本质后，就可以按照整体椭圆形的构图形式，结合Photoshop中的蒙版、调整图层等功能对图像进行融合处理，再使用画笔工具绘制各部分之间的阴影即可。

另外，在制作时尤其要注意各部分之间的透视关系，各部分的透视保持在一定的容差范围内，以避免因此而导致整个图像看起来不够真实，进而失去图像的说服力。

云彩与色调

本例的场景建立在天空的基础上，因此对于云彩的表现自然就是必不可少的一项工作，为了让螺旋图像与天空融合在一起，最直接也最典型的方法就是让云彩对螺旋图像有一些遮盖效果。

在本例的制作过程中，采用了一个特殊的云彩画笔，结合变换功能绘制得到不同的云彩图像，并与螺旋图像交叠在一起，使整体看来浑然一体。

汽车、道路及文字

前面制作的是广告的主体图像，但实际上，真正表达广告含义的，却是从城市中飞驰而出的汽车，配合广告语文字来理解，即远离城市的喧嚣，驾驶绿色的汽车，去亲近真正的绿色与自然。

在制作过程中，道路图像是模拟的重点，主要是结合绘制图形与相关的纹理图像，模拟从城市中延伸而出的道路，同时应注意道路与城市之间相交的位置，要保持在透视方面的统一、协调。

操作步骤

- ① 打开随书所附光盘中的文件“第1章\1.2-素材1.psd”，如图1.9所示。将其作为本例的背景图像。

提示 | 下面制作素材图像，结合“阴影/高光”命令、路径、图层蒙版以及“色相/饱和度”调整图层等，制作螺旋路的顶层图像。

- ② 打开随书所附光盘中的文件“第1章\1.2-素材2.psd”，使用移动工具  将其拖至上一步打开的文件中，得到“图层1”。按Ctrl+T键调出自由变换控制框，在控制框内单击右键，在弹出的菜单中选择“水平翻转”命令，按Shift键向内拖动控制句柄以缩小图像、顺时针旋转角度及移动位置，按Enter键确认操作。得到的效果如图1.10所示。



图1.9 素材图像



图1.10 调整图像

- ③ 选择“图像”→“调整”→“阴影/高光”命令，设置弹出的对话框（如图1.11所示），单击“确定”按钮退出对话框，得到如图1.12所示的效果。

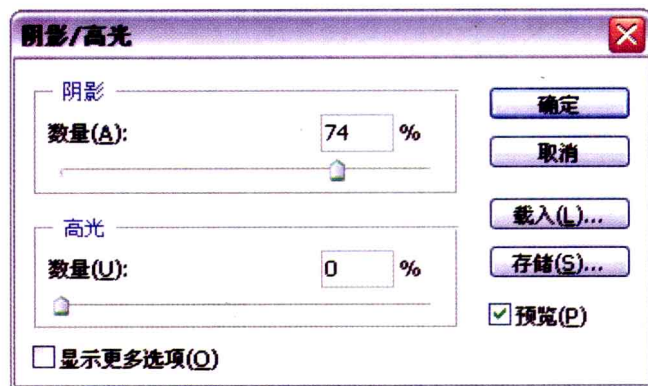


图1.11 “阴影/高光”对话框



图1.12 应用“阴影/高光”后的效果

- ④ 打开随书所附光盘中的文件“第1章\1.2-素材3.psd”，按Shift键使用移动工具  将其拖至上一步制作的文件中，得到的效果如图1.13所示，同时得到“图层2”。
- ⑤ 选择“背景”图层作为当前的工作层，打开随书所附光盘中的文件“第1章\1.2-素材4.psd”，使用移动工具  将其拖至上一步打开的文件中，得到“图层3”。利用自由变换控制框调整图像的大小及位置，得到的效果如图1.14所示。



图1.13 拖入素材



图1.14 调整素材图像的大小及位置

- ⑥ 选择钢笔工具 , 在工具选项条上单击路径按钮 , 在建筑图像的上方绘制如图1.15所示路径, 按Ctrl+Enter键将路径转换为选区, 单击添加图层蒙版按钮  为“图层3”添加蒙版, 得到的效果如图1.16所示。



图1.15 在建筑的上方绘制路径



图1.16 将选区以外的图像隐藏

- ⑦ 单击创建新的填充或调整图层按钮 , 在弹出的菜单中选择“色相/饱和度”命令, 得到图层“色相/饱和度1”, 按Ctrl+Alt+G键执行“创建剪贴蒙版”操作, 设置弹出的面板(如图1.17所示), 得到如图1.18所示的效果。“图层”面板如图1.19所示。

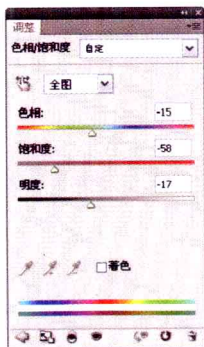


图1.17 “色相/饱和度”面板



图1.18 调色后的效果



图1.19 “图层”面板

| 提示 | 本步骤中为了方便图层的管理, 在此将制作螺旋路顶层的图层选中, 按Ctrl+G键执行“图层编组”操作得到“组1”, 并将其重命名为“顶层”。在下面的操作中, 笔者也对各部分进行了编组的操作, 在步骤中不再叙述。下面制作二环螺旋路。