

行业理论知识+软件操作技能+广告元素设计秘诀+商业案例



Photoshop CS5

平面广告设计宝典

邓文达 邓朝晖◎编著



- 全面解读平面广告设计的设计理念，详尽讲解插图、色彩、文字、版式等广告设计元素的创意秘诀。
- 20多个精彩广告设计案例，融入了作者丰富的平面广告设计经验和教学心得，帮助读者全方位了解商业广告的行业规范、设计原则和表现手法，提高实战能力，灵活应对不同工作需求。
- 180分钟的实例制作视频，全程语音讲解，学习更加轻松愉快。

清华大学出版社

Photoshop CS5 平面广告设计宝典

智丰工作室

邓文达 邓朝晖 编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是专门讲解 Photoshop 平面广告设计的专业类图书,按照“基础→技能→实战”的层次结构展开内容的讲解,完美整合了平面广告的设计原则、行业经验、实战技法以及软件应用技巧等各种知识和技能,以培养和提升读者的综合设计能力,快速、便捷地达到优秀广告设计师的水平。

本书融入了作者丰富的平面广告设计经验和教学心得,内容全面、结构合理、案例典型、步骤清晰,由易到难、深入浅出的讲解方式非常符合读者的学习心理。本书适合作为 Photoshop 平面广告设计的基础培训教程和进阶教程,也可以作为平面广告设计爱好者、中小学教师、大中专院校学生的自学教程和参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS5 平面广告设计宝典/智丰工作室,邓文达,邓朝晖编著. —北京:清华大学出版社,2011.6

ISBN 978-7-302-24867-5

I. ①P… II. ①智… ②邓… ③邓… III. ①广告-平面设计:计算机辅助设计-图形软件, Photoshop CS5

IV. ①J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 033269 号

责任编辑:许存权

封面设计:刘超

版式设计:文森时代

责任校对:姜彦

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:24.5 插 页:3 字 数:563 千字

(附 DVD 光盘 1 张)

版 次:2011 年 6 月第 1 版

印 次:2011 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:76.00 元

参见第9章



我的美丽我做主

湖南省第6届宝庆杯校园天使选美大赛

时间: 2010年5月1至8日

【湖南电视台经济频道承办】
地点: 大祥体育文化中心



国 / 际 / 品 / 牌 服 / 务 / 中 / 国

DAEWOO

携手大字

相约金秋

共享豪情

携手大字

相约金秋

共享豪情

携手大字

携 **手** 大字 **相** **约** 金秋 **共** **享** 豪情

——2005年大字显示器山东经销商联谊会

参见第14章

魔幻小品

偶妃

疯狂魔导师

伪装的公主桃子

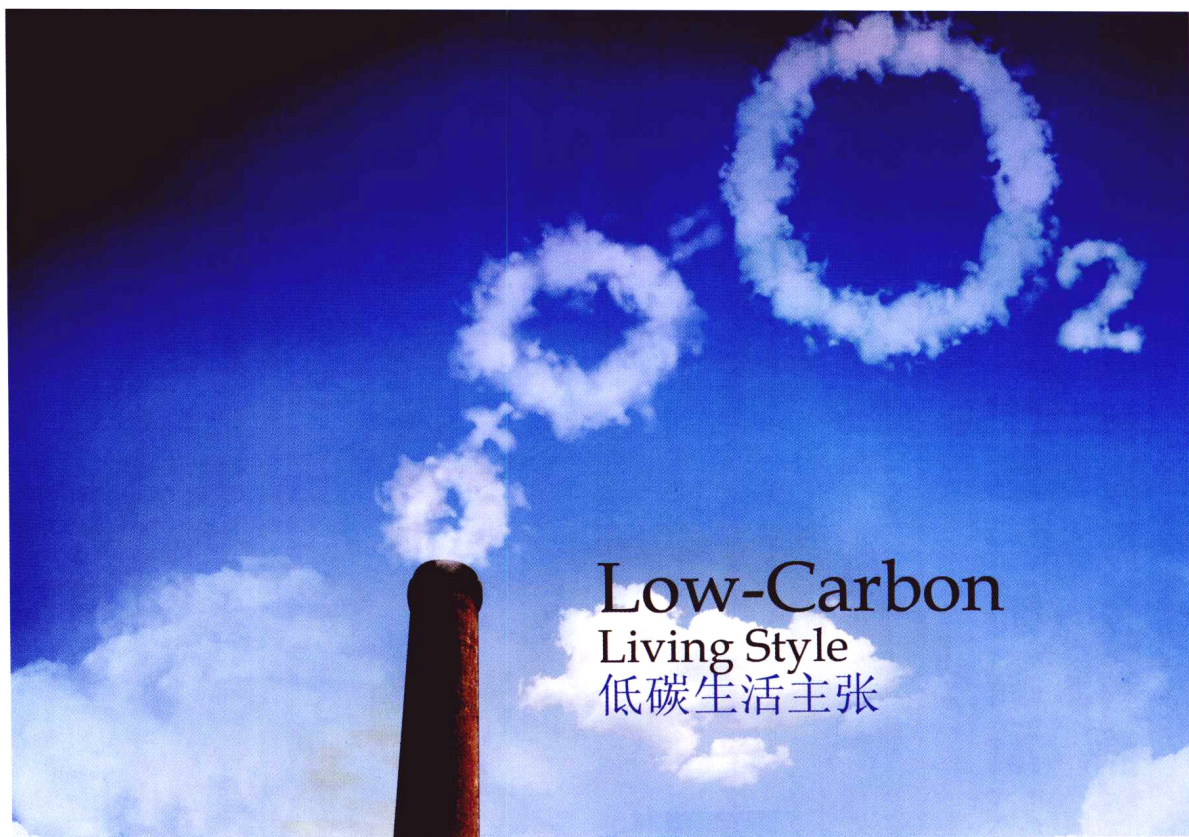
小僵尸的爱情魔咒

时空的另一端

LOVE! 爱的包心菜

SWEET LOVE





参见第10章



畅饮繁华, 心在别处

10000平米超大高尔夫花园, 180米的楼间距离
独享的私家水域
奢侈的空间值得为您浪费

360度景观阳台
让整个城市的烟火为您绽放
半江碧水, 整个春天



Residence
with Riverbank
水岸|华庭

水岸尊贵生活, 独享高尔夫绿茵

1,000 B座样品房 销售中心: 天津市西青区杨柳青道289号
会员预售卡 开 放 中 尊贵热线: **022-28689999/8888**

金鼎房地产开发有限公司开发 丹菱Smith国际景观设计承接景观设计 德行文化传播有限公司推广



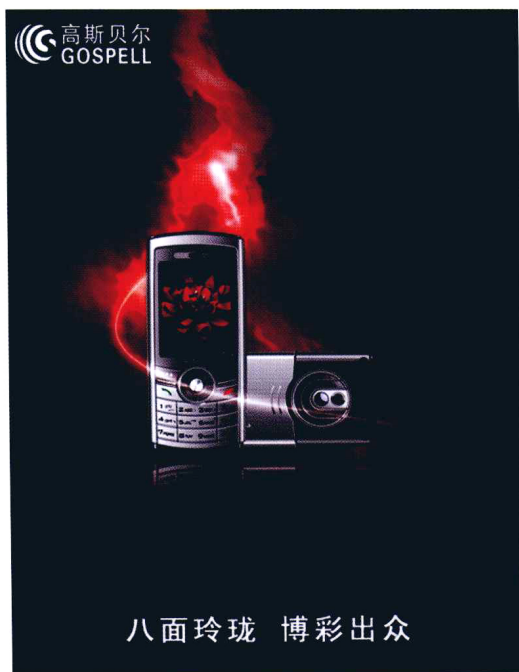
本案



Canma 新款上市



- ◆ 130W像素
- ◆ 智能音乐手机
- ◆ 蓝牙2.0
- ◆ 64和旋铃声



前言



关于 Photoshop

Photoshop 是由美国 Adobe 公司推出的一款跨越 PC 和 MAC 两界、首屈一指的专业数字图像处理软件。它以其领先的数字艺术理念、可扩展的开发性以及强大的兼容能力，得到了广大第三方开发厂家的支持，也赢得了众多用户的青睐。目前，Photoshop 已广泛应用于电脑美术设计、数码摄影、出版印刷等诸多领域。由此可见，无论是在易用性还是应用的普通性，几乎没有其他平面软件可以与之相提并论。

与以往的版本相比，最新推出的 Photoshop CS5 以其更加简洁的操作界面、新增的操控变形和内容感知型填充功能、非凡的绘画效果、HDR 色调和镜头校正命令，以及增强的智能选区技术、3D 功能和合并到 HDR Pro 命令等，使得设计者的工作流程更为高效和灵活。

写书的缘由

随着信息时代的到来、经济的飞速发展，广告得以空前繁荣。平面广告作为广告宣传的主力军，以其价格便宜、发布灵活、信息传递迅速的优势成为众多行业首选的营销手段。同时，广告设计行业也面临着更大的机遇，需要大量的设计人才。而作为一名优秀的平面广告设计师，除了需要熟练掌握软件的操作技能、具有正确的设计理念和新颖独特的创意思维外，还要具备丰富的行业知识和经验，因此平面广告设计可谓是一个对从业者的综合素质要求极高的行业。

为了帮助平面广告设计的初学者尽快入门，从容应聘相应的工作岗位，并提高广大从业人员的专业技能，从而快速、便捷地达到优秀广告设计师的水平，智丰工作室在积累了大量行业实战经验和教学心得的基础上，精心组织、编写了这本汇集众多实战技法与软件应用技巧的《Photoshop CS5 平面广告设计宝典》，希望能够为读者的学习提供有益的参考和帮助。

关于本书

本书共分 3 篇 14 章，其中第 1 ~ 3 章为平面广告设计基础篇，主要介绍平面广告的分类、构成要素与创意设计，以及 Photoshop 的使用，旨在帮助初学者尽快入门，掌握正确的设计理念和创意思维；第 4 ~ 8 章为平面广告设计技能篇，详细讲解平面广告中的色彩设计、插图设计、文字与版面编排、图像合成与特效设计等多种技能，使读者能够较为全面地掌握平面广告设计各个环节的专业技能，提升市场竞争力；第 9 ~ 14 章为平面

Photoshop CS5 平面广告设计宝典

广告设计实战篇，精彩演绎不同广告主题和类型的典型商业案例，涉及招贴 / 海报、报纸广告、杂志广告、DM 宣传单、画册、POP 广告和书籍封面等各种极具代表性的领域，使读者在实践中累积专业功力，灵活应对不同工作需求。整个学习流程联系紧密，环环相扣，一气呵成，让读者在掌握 Photoshop 平面广告设计技能的同时，享受无比的学习乐趣。

本书由邓文达、邓朝晖编著，同时参与编写工作的还有智丰工作室成员李定芳、涂胜男、刘小金、龚勇、宋旻、廖少波、陈成、唐桂华、孙东升、熊丽梅、张科、周柔言、汪宇、刘芙蓉、李萍、何江晴、武国英、陶然、黎菊香、谢斌、王慧慧、王晓冬、尹双凤、朱卫明。感谢您购买本书，您的支持是我们最大的动力，我们将不断努力，为您奉献更为优秀的电脑类书籍。

本书在编写过程中，编者虽然未敢稍有疏虞，但疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指正，以便修订使之更加完善。联系方式：dier99@qq.com。

编者



目 录



第 1 篇 平面广告设计基础篇

第 1 章 解读平面广告设计	3	第 3 章 Photoshop 平面广告设计 快速入门	37
1.1 广告概述	3	3.1 初识 Photoshop CS5	37
1.1.1 广告的定义	3	3.1.1 熟悉中文版 Photoshop CS5 的 操作界面	37
1.1.2 广告的基本要素	4	3.1.2 工具的使用方法	39
1.2 平面广告的分类	5	3.1.3 菜单的使用方法	40
1.2.1 按广告目的分类	5	3.2 定制设计师的工作界面	42
1.2.2 按传播媒介分类	6	3.2.1 自定义工作界面	42
1.2.3 按广告内容分类	8	3.2.2 应用预设工作区 (即工作界面) 布局	44
1.2.4 按广告区域分类	9	3.2.3 切换不同的显示模式显示作品	45
1.3 平面广告的构成要素	9	3.3 图像处理的基本概念	46
1.3.1 文字 (文案)	10	3.3.1 像素	46
1.3.2 插图	11	3.3.2 矢量图与位图	47
1.3.3 标志	12	3.3.3 图像分辨率	47
1.3.4 色彩	12	3.4 文件的基本操作	48
1.4 平面广告的任务	13	3.4.1 新建与打开文件	48
1.5 平面广告的设计原则	14	3.4.2 还原与重做	48
1.6 平面广告的设计流程	16	3.4.3 保存文件	49
第 2 章 平面广告与创意设计	17	3.5 选区的创建与编辑	50
2.1 广告创意概述	17	3.5.1 创建规则选区	51
2.1.1 创意的含义	17	3.5.2 创建不规则选区	51
2.1.2 广告创意的基础	18	3.5.3 通过自动识别功能创建选区	51
2.1.3 广告创意的来源	18	3.5.4 使用菜单命令创建选区	54
2.2 广告创意思维的过程与类型	19	3.5.5 编辑与修改选区	56
2.2.1 创造性思维的过程	20	3.6 图像的变换与变形	58
2.2.2 创意思维的类型	20	3.6.1 图像的变换操作	59
2.3 平面广告创意原则与要求	23	3.6.2 剪切、复制和粘贴图像	60
2.3.1 平面广告创意原则	23	3.6.3 通过变换制作立体对象	60
2.3.2 广告创意的基本要求	26	3.6.4 内容识别比例与操控变形	61
2.4 平面广告创意常用表现手法	27		
2.5 平面广告创意的过程	34		

第2篇 平面广告设计技能篇

第4章 平面广告中的色彩设计 75

- 4.1 色彩基础知识 75
 - 4.1.1 光与色彩 75
 - 4.1.2 色彩三属性 75
 - 4.1.3 三原色和印刷色 77
 - 4.1.4 色相环 78
- 4.2 平面广告中的色彩设计 79
 - 4.2.1 广告色彩的特点 79
 - 4.2.2 色彩的对比 80
 - 4.2.3 色彩的调和 81
 - 4.2.4 色彩与感觉 82
- 4.3 平面广告中的色彩搭配 83
 - 4.3.1 广告色彩的运用原则 83
 - 4.3.2 平面广告常用色彩搭配 85
- 4.4 Photoshop 中颜色的设置与填充 87
 - 4.4.1 设置前景色与背景色 87
 - 4.4.2 填充渐变色 90
 - 4.4.3 填充纯色或图案 93
- 4.5 颜色模式 95
 - 4.5.1 Photoshop 中的颜色模式 96
 - 4.5.2 颜色模式的相互转换 97
- 4.6 调整图像的色彩 98
 - 4.6.1 调整图层与调整命令的区别 99
 - 4.6.2 图像色彩的调整 100
 - 4.6.3 使用“色阶”命令调整图像 105
 - 4.6.4 使用“曲线”命令调整图像 106
 - 4.6.5 使用“HDR 色调”命令调整图像 107

第5章 平面广告中的插图设计 109

- 5.1 广告插图概述 109
 - 5.1.1 广告插图的作用 109
 - 5.1.2 广告插图常见类型 110
 - 5.1.3 广告插图的设计原则 112
- 5.2 使用绘画工具绘制图像 114
 - 5.2.1 画笔工具的使用方法 114
 - 5.2.2 铅笔工具的使用方法 118

- 5.2.3 混合器画笔工具 119
- 5.2.4 擦除工具的使用方法 120
- 5.2.5 其他辅助绘画工具 121
- 5.3 使用路径工具绘制图形 122
 - 5.3.1 了解路径 122
 - 5.3.2 使用“钢笔工具”绘制路径 123
 - 5.3.3 编辑修改路径 123
 - 5.3.4 掌握“路径”面板 124
 - 5.3.5 路径、形状与填充像素的关系 128
- 5.4 使用形状工具绘制图形 129
 - 5.4.1 矩形工具 129
 - 5.4.2 “圆角矩形工具”和“椭圆工具” 130
 - 5.4.3 多边形工具 130
 - 5.4.4 直线工具 131
 - 5.4.5 自定形状工具 131
- 5.5 实例应用 132
 - 5.5.1 餐饮店 POP 广告 132
 - 5.5.2 花店广告墙纸 135

第6章 平面广告中的文字与版面编排 ... 141

- 6.1 平面广告中的文字设计 141
 - 6.1.1 文字设计的基本原则 141
 - 6.1.2 广告文字的字体选择 144
 - 6.1.3 广告文字的字号选择 145
- 6.2 文字设计的排列与组合 146
- 6.3 文字的创建与编辑 148
 - 6.3.1 点文字与段落文字 148
 - 6.3.2 蒙版文字 149
 - 6.3.3 使用“字符”面板设置文字属性 150
 - 6.3.4 段落文字的排版 151
 - 6.3.5 在路径上创建文字 152
 - 6.3.6 制作变形文字 152
 - 6.3.7 文字的转换操作 153
- 6.4 实例应用——餐牌设计 154
- 6.5 广告设计的版面编排 157
 - 6.5.1 版面编排的基本类型 157

6.5.2 版面编排设计的形式语言	163
6.5.3 版面编排的基本原则	167
6.5.4 版面编排的视觉流程	167
第7章 平面广告中的图像合成	169
7.1 认识图像合成	169
7.2 图像合成技术——图层	
混合模式	170
7.2.1 组合模式组	171
7.2.2 加深模式组	171
7.2.3 减淡模式组	172
7.2.4 对比模式组	173
7.2.5 比较模式组	173
7.2.6 色彩模式组	174
7.3 图像合成技术——蒙版	175
7.3.1 图层蒙版的原理与应用	175
7.3.2 创建图层蒙版	176
7.3.3 编辑图层蒙版	177
7.3.4 实例应用——旅游景点	
宣传广告	179
7.3.5 剪贴蒙版的原理与应用	181
7.4 图像合成技术——通道	183
7.4.1 通道的类型	183
7.4.2 通道的基本操作	184
7.4.3 通道抠图法——抠出人物	186
7.4.4 通道特殊图像合成法	190

第8章 平面广告中的特效设计	193
8.1 特效在平面广告中的应用	193
8.1.1 认识特效	194
8.1.2 文字特效设计	194
8.1.3 图像特效设计	195
8.1.4 图像特效与合成的区别	195
8.2 特效处理常用技术	196
8.2.1 混合模式	196
8.2.2 图层样式	196
8.2.3 滤镜	197
8.3 图像特效技术——图层样式	197
8.3.1 “图层样式”对话框	197
8.3.2 仅修改透明像素的图层样式	198
8.3.3 仅修改图像像素的图层样式	201
8.3.4 修改透明像素和图像像素的	
图层样式	204
8.4 图像特效技术——滤镜	206
8.4.1 了解“滤镜”菜单	206
8.4.2 滤镜的分类	208
8.4.3 滤镜的使用技巧	208
8.4.4 滤镜库功能概览	209
8.5 实例应用——手机广告设计	210
8.5.1 制作广告背景	211
8.5.2 制作广告主体图像	213
8.6 实例应用——广告文字	
特效设计	216

第3篇 平面广告设计实战篇

第9章 招贴、海报设计	223
9.1 招贴的特点和设计原则	223
9.1.1 何谓“招贴”	223
9.1.2 招贴 / 海报的特点	223
9.1.3 招贴 / 海报的常见种类	224
9.1.4 招贴 / 海报的设计原则	226
9.2 大字联谊会宣传海报——相约	
金秋	227
9.2.1 设计分析	227
9.2.2 创作过程	227

9.3 校园天使选美海报——我的美丽	
我做主	232
9.3.1 设计分析	232
9.3.2 制作广告背景	232
9.3.3 制作广告主体图像	234
9.3.4 制作广告文案	237
9.4 公益海报——低碳生活主张	240
9.4.1 设计分析	240
9.4.2 制作广告背景	241
9.4.3 制作广告主题图像	242

9.4.4 编辑广告文案	246	第 12 章 DM 广告和画册设计	299
第 10 章 报纸广告设计	249	12.1 DM 广告介绍	299
10.1 报纸广告的特点和设计原则	249	12.1.1 DM 广告的概念	299
10.1.1 报纸广告的特点	249	12.1.2 DM 广告的表现形式	299
10.1.2 报纸广告的版面种类	250	12.1.3 DM 广告的特点	301
10.1.3 报纸广告的设计原则	251	12.1.4 DM 单的设计要点	302
10.2 房地产报纸广告——水岸		12.2 口袋煎宝 DM 单——传奇	
豪庭	252	美味	303
10.2.1 设计分析	252	12.2.1 设计分析	303
10.2.2 制作广告背景	253	12.2.2 制作广告主体图像	304
10.2.3 制作广告主体图像	254	12.2.3 编辑广告文案	308
10.2.4 制作广告文案	257	12.3 招商折页广告	310
10.2.5 添加标志等内容	258	12.3.1 设计分析	310
10.3 手机报纸广告	260	12.3.2 制作封一	311
10.3.1 设计分析	260	12.3.3 制作封二	314
10.3.2 制作广告背景	261	12.3.4 制作封三	317
10.3.3 制作圆形装饰物	264	12.4 关于画册的设计要求和准则	318
10.3.4 制作广告主体图像	266	12.5 茶吧画册设计	321
10.3.5 添加装饰物	268	12.5.1 设计分析	321
10.4 汽车报纸广告	270	12.5.2 制作封面、封底	321
10.4.1 设计分析	270	12.5.3 制作内页	324
10.4.2 制作广告背景和主体图像	270	第 13 章 POP 广告设计	329
10.4.3 添加广告文案	276	13.1 POP 广告介绍	329
第 11 章 杂志广告设计	277	13.1.1 POP 广告的概念	329
11.1 杂志广告介绍	277	13.1.2 POP 广告的功能	330
11.1.1 杂志广告的各种制式	278	13.2 POP 广告的分类和特点	330
11.1.2 杂志广告的特点	278	13.2.1 按时间进行分类	330
11.2 杂志广告的设计原则	279	13.2.2 按材料的不同进行分类	332
11.3 化妆品杂志广告	281	13.2.3 按陈列的位置和方式	
11.3.1 设计分析	281	进行分类	332
11.3.2 制作广告背景	282	13.3 展架设计——七夕传情，	
11.3.3 制作广告主体图像	283	浪漫滋味	335
11.3.4 制作广告文案	287	13.3.1 设计分析	335
11.4 电脑杂志广告——畅游 e 时代	288	13.3.2 制作广告背景	336
11.4.1 设计分析	288	13.3.3 制作节日主题图像	337
11.4.2 制作广告背景	289	13.3.4 制作广告主体图像	340
11.4.3 添加装饰物和标志	292	13.3.5 丰富画面	343
11.4.4 制作广告主体图像	293	13.4 商场吊旗——七彩缤纷	
11.4.5 制作广告页尾	297	购物节	344

13.4.1 设计分析	344	14.4.3 书脊设计	359
13.4.2 制作七彩渐变背景	345	14.4.4 勒口设计	359
13.4.3 制作广告主体图像	347	14.5 书籍封面设计——破茧成蝶	360
13.4.4 使用圆点丰富画面	351	14.5.1 设计分析	360
第 14 章 书籍封面设计	353	14.5.2 制作封底	360
14.1 认识封面	353	14.5.3 制作封面	363
14.1.1 封面的功能	353	14.5.4 制作书脊	366
14.1.2 封面的组成	354	14.6 校园杂志封面设计——魔幻水晶	367
14.2 封面设计与书籍分类	354	14.6.1 设计分析	367
14.3 封面设计的三大要素	356	14.6.2 处理底稿	368
14.4 封面各组成部分的设计	358	14.6.3 绘制人物	370
14.4.1 正封设计	358	14.6.4 制作封面	377
14.4.2 封底设计	359		



第 1 篇

平面广告设计基础

俗话说“万丈高楼平地起”，要想学好Photoshop平面广告设计，必须从基础学起，掌握平面广告设计的原则、表现手法与创意构思，以及Photoshop的基本操作。这是平面广告设计师必备的知识，也是进行平面广告设计的基础。