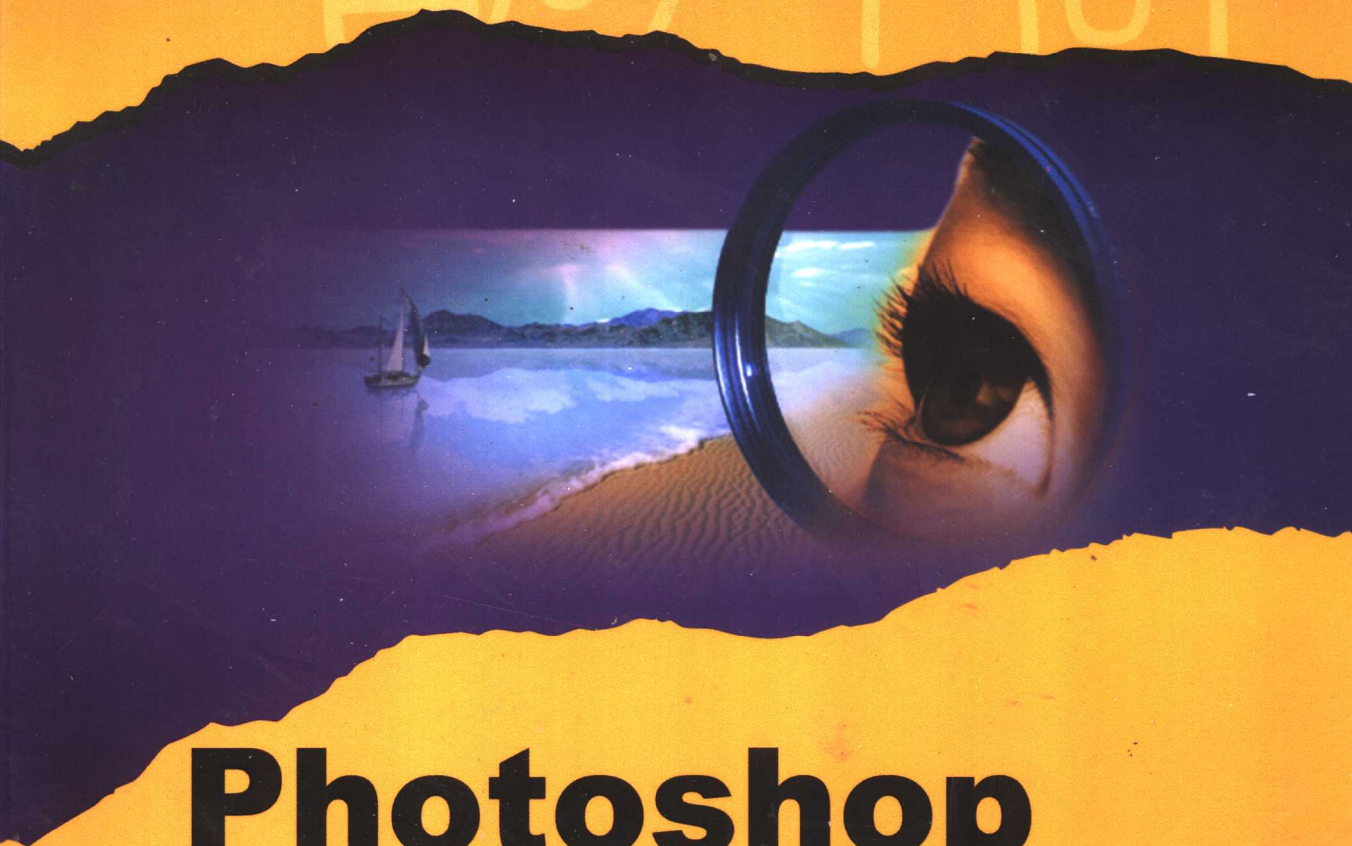




附素材光盘

廣告創意設計



Photoshop

广告创意与设计 实例教程(第二版)

刘小伟 主编

张源远 廖 皓 朱 琳 等编著



清华大学出版社

Photoshop 广告创意与设计 实例教程（第二版）

刘小伟 主编

张源远 廖 皓 朱 琳 等编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书重点讲述了 Photoshop CS 中文版在平面广告领域的应用。全书共分为 11 章, 先简要介绍 Photoshop CS 的基本操作, 然后结合大量设计实例, 系统地介绍了企业形象、报纸与杂志广告、户外广告、交通广告、POP 广告、商业海报、DM 广告、商品包装盒、图书与光盘装帧的创意与表现手法。全书坚持商业设计基础知识、商业设计理念、Photoshop 图像处理与设计技巧并重; 理论、操作与提高并举, 具有很强的实用性和可操作性。全书十分适用于培训教学和读者自学, 也可作为各类培训班学习平面设计的教材和各级各类学校的案例教材, 更是平面设计爱好者首选的自学读物。

版权所有, 翻印必究。举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

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。

本书防伪标签采用特殊防伪技术, 用户可通过在图案表面涂抹清水, 图案消失, 水干后图案复现; 或将表面膜揭下, 放在白纸上用彩笔涂抹, 图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目 (CIP) 数据

Photoshop 广告创意与设计实例教程 (第二版) / 刘小伟主编; 张源远, 廖皓, 朱琳等编著.

—北京: 清华大学出版社, 2006.1

ISBN 7-302-11608-3

I. P… II. ①刘… ②张… ③廖… ④朱… III. 图形软件, Photoshop IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 092533 号

出 版 者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦
http://www.tup.com.cn 邮 编: 100084
社 总 机: 010-62770175 客户服务: 010-62776969

组稿编辑: 刘利民

文稿编辑: 马子杰

封面设计: 范华明

版式设计: 崔俊利

印 刷 者: 北京嘉实印刷有限公司

装 订 者: 北京国马印刷厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185 × 260 印张: 21.5 彩插: 3 字数: 481 千字

版 次: 2006 年 1 月第 2 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-11608-3/TP · 7586

印 数: 1 ~ 5000

定 价: 32.00 元 (附光盘 1 张)

Photoshop 是由美国 Adobe 公司推出的一款具有非凡的图像修饰、图像编辑以及彩色绘图功能的软件，它是目前世界上最著名、使用最广泛的平面图像处理软件之一。

面向商业领域的设计无疑是平面设计的重头戏，许多人学习 Photoshop 的目的就是进行商业设计。然而，商业设计是一个系统工程，涉及多门学科和相关技术，并不是熟练掌握 Photoshop 的工具和命令就能设计出优秀的作品。再优秀的设计软件都只是设计师的工具，如何在实际应用中发挥其强大功能，营造良好的视觉效果，并由此产生社会和经济效益才是学习该软件之根本！

对于商业设计而言，精美的画面效果不一定是成功的广告，这就要求我们在掌握设计制作的同时，学会更多的商品和广告知识，并将其自觉地应用到创意和制作过程中。同时，成功的广告不一定有复杂的画面，更不是软件特效用得越多越好，这就需要我们具有一定的心理分析能力和美学基础。

本书通过一系列实例指导读者用 Photoshop 的功能完成商业图像的创意和表现，强调创意设计的思路、方法和技巧，将设计艺术、软件技术高度结合起来，并穿插介绍相关背景知识，使读者全方位掌握典型商业设计的规范、流程，克服思考的局限性，养成良好设计习惯，培养设计理念，提高设计技法。在面向实际的学习过程中逐步掌握 Photoshop 的应用技巧，并通过针对岗位应用的设计实训使读者学以致用、举一反三，游刃有余地用好 Photoshop 这一工具。

此外，本书完全按照专业设计公司的运作过程，以同一家企业为背景连续介绍企业形象、报纸与杂志广告、户外广告、交通广告、POP 广告、商业海报、DM 广告、商品包装盒、图书与光盘装帧等项目的设计，使读者能从书中体验到真实工作岗位感受，积累工作经验。

为了方便读者，本书所有的素材都可以在光盘相应的章节中找到。

本书由刘小伟主编，张源远、廖皓、朱琳等编著。参加本书编写、实例设计制作、录入和校对工作的还有陈昌涛、周锦智、郑利琴、肖正荣、李清、俞慎泉、邹贵群、彭钢、李阳、施容和吕静等。

由于编写时间仓促，编者水平有限，书中疏漏和不妥之处在所难免，欢迎广大读者和同行批评指正。

编者
2005 年 9 月

第2章(部分效果)



图形标志之一



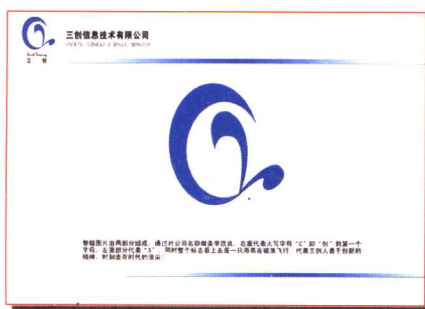
图形标志之二



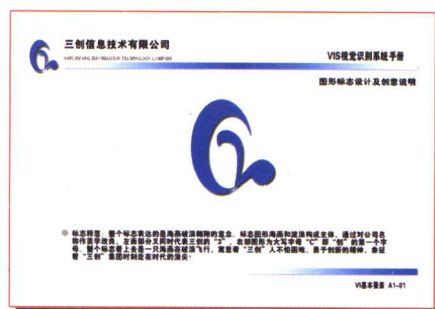
图形标志之三



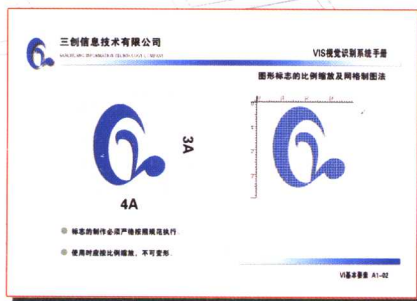
图形标志之四



标志释义



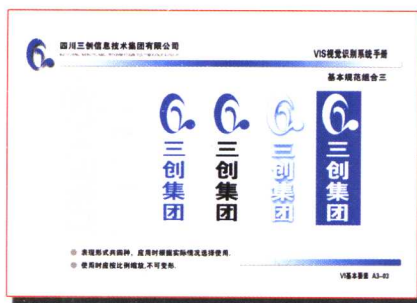
标志设计及创意说明



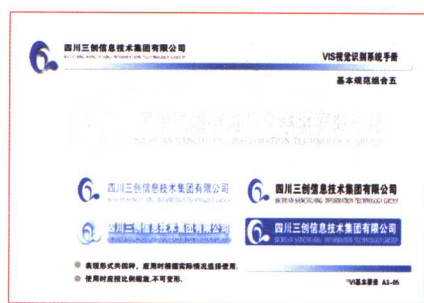
图形标志意义的比例缩放及网格制图法



基本规范组合二



基本规范组合一

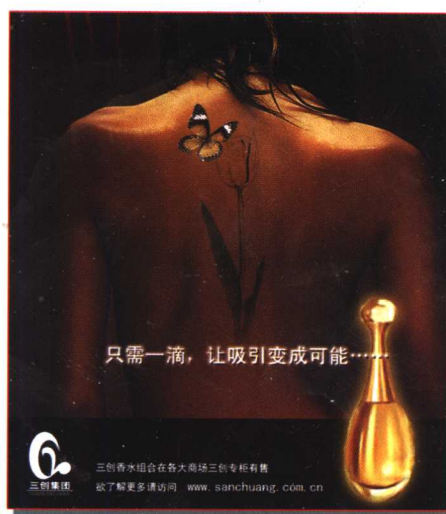


基本规范组合二

第3章(部分效果)



报纸广告



杂志广告

第4章(部分效果)



楼体广告



楼体广告效果图



第4章(部分效果)



射灯广告



射灯广告效果图



路牌广告



路牌广告效果图

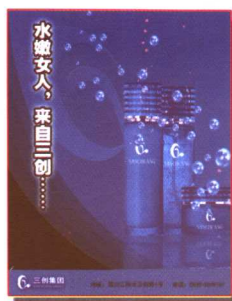
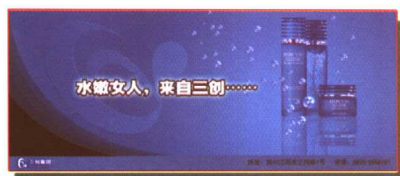


灯箱广告及其效果图



灯箱广告及其效果图

第5章(部分效果)



公交车广告及其效果图



地铁广告及其效果图



候车亭广告及其效果图



第6章(部分效果)



柜台展示POP及其效果图



立式POP及其效果图

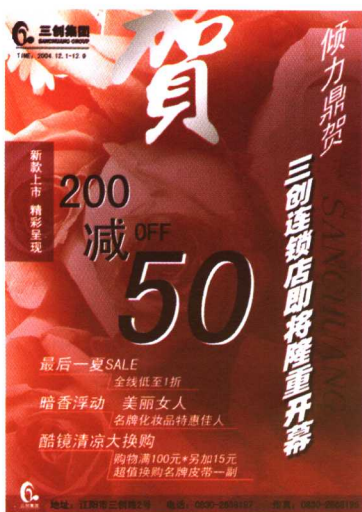


吊挂POP

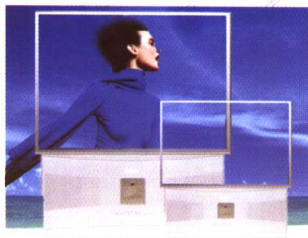


壁面POP

第7章(部分效果)



活动宣传海报



商品宣传海报



商品宣传海报



企业形象海报

第8章(部分效果)



册子型DM广告展开图



册子型DM广告效果图

目录

第1章 Photoshop CS 中文版

应用基础.....	1	2.1.3 VI 应用要素.....	51
1.1 数字图像基础.....	2	2.2 VI 基本要素创意与设计.....	55
1.1.1 数字图像的基本概念.....	2	2.2.1 标志设计实例.....	55
1.1.2 图像的颜色模式.....	4	2.2.2 标准字体设计实例.....	65
1.1.3 图像的文件格式.....	5	2.2.3 基本规范组合设计实例.....	69
1.2 Photoshop CS 的基本操作.....	6	2.2.4 色彩规范设计实例.....	71
1.2.1 Photoshop CS 的工作界面.....	7	2.2.5 实例小结.....	73
1.2.2 获取帮助.....	9	2.3 VI 应用要素创意与设计.....	74
1.2.3 Photoshop CS 的文件操作.....	10	2.3.1 VI 应用要素创意构思方法.....	74
1.2.4 图像的显示与控制.....	13	2.3.2 VI 应用要素设计实例.....	74
1.2.5 使用辅助设计工具.....	15	2.3.3 实例小结.....	84
1.3 Photoshop CS 的主要工具和编辑命令.....	16	2.4 编制 VIS 手册.....	85
1.3.1 选择工具.....	16	2.4.1 VIS 手册编制基础.....	85
1.3.2 绘图工具.....	18	2.4.2 VIS 手册制作实例.....	86
1.3.3 修图工具.....	18	企业形象设计实训.....	88
1.3.4 图像基本编辑命令.....	22	第3章 报纸和杂志广告创意与设计实例.....	91
1.3.5 颜色选取和控制.....	24	3.1 报纸和杂志广告设计基础.....	92
1.3.6 文字工具.....	25	3.1.1 媒体特点.....	92
1.4 图层、通道和路径基础.....	25	3.1.2 优秀报纸和杂志广告作品赏析.....	95
1.4.1 图层.....	25	3.2 报纸广告设计实例.....	95
1.4.2 通道.....	34	3.2.1 报纸广告构成要素.....	96
1.4.3 路径.....	37	3.2.2 报纸广告创意构思技巧.....	96
1.5 滤镜基础.....	40	3.2.3 设计实例分析.....	98
Photoshop CS 基本操作强化实训.....	45	3.2.4 制作详解.....	98
第2章 企业形象创意与设计实例.....	48	3.2.5 实例小结.....	107
2.1 企业形象设计基础.....	49	3.3 杂志广告设计实例.....	107
2.1.1 什么是企业识别系统.....	49		
2.1.2 VI 基本要素系统.....	50		



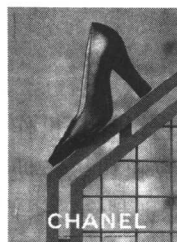
3.3.1 杂志广告创意构思	4.6.3 实例小结	167
技巧	户外广告创作实训	167
108		
3.3.2 设计实例分析	第 5 章 交通广告创意与设计实例	169
108	5.1 交通广告设计基础	170
3.3.3 制作详解	5.1.1 交通广告的传播优势 ...	170
109	5.1.2 交通广告的主要形式 ...	171
3.3.4 实例小结	5.2 候车亭广告牌设计实例	174
115	5.2.1 设计实例分析	174
报纸和杂志广告创作实训	5.2.2 制作详解	175
116	5.2.3 实例小结	181
	5.3 公交车广告设计实例	181
第 4 章 户外广告创意与设计实例	5.3.1 设计实例分析	182
118	5.3.2 制作详解	182
4.1 户外广告设计基础	5.3.3 实例小结	189
119	5.4 地铁广告设计实例	189
4.1.1 户外广告媒体类型	5.4.1 设计实例分析	189
119	5.4.2 制作详解	190
4.1.2 户外广告的特点	5.4.3 实例小结	199
121	交通广告创作实训	199
4.1.3 户外广告形式的选择 ...		
123		
4.1.4 户外广告设计的基本	第 6 章 POP 广告创意与设计实例	201
要求	6.1 POP 广告设计基础	202
124	6.1.1 POP 广告的功能	202
4.1.5 户外广告创意点拨	6.1.2 POP 广告的分类	204
124	6.1.3 POP 广告的发展趋势 ...	205
4.1.6 优秀户外广告作品	6.2 柜台展示 POP 设计实例	206
赏析	6.2.1 设计实例分析	206
126	6.2.2 制作详解	207
4.2 射灯广告设计实例	6.2.3 实例小结	213
126	6.3 壁面 POP 设计实例	213
4.2.1 设计实例分析	6.3.1 设计实例分析	214
127	6.3.2 制作详解	214
4.2.2 制作详解	6.3.3 实例小结	220
127	6.4 吊挂 POP 设计实例	220
4.2.3 实例小结	6.4.1 设计实例分析	221
134	6.4.2 制作详解	221
4.3 路牌广告设计实例		
135		
4.3.1 设计实例分析		
135		
4.3.2 制作详解		
136		
4.3.3 实例小结		
145		
4.4 灯箱广告设计实例		
146		
4.4.1 设计实例分析		
147		
4.4.2 制作详解		
147		
4.4.3 实例小结		
151		
4.5 楼体广告设计实例		
152		
4.5.1 设计实例分析		
152		
4.5.2 制作详解		
152		
4.5.3 实例小结		
158		
4.6 其他户外广告设计实例		
158		
4.6.1 设计实例分析		
159		
4.6.2 制作详解		
159		



6.4.3 实例小结	229	DM 广告创作实训	283
6.5 地面立式 POP 设计实例	229	第 9 章 商品包装盒创意与	
6.5.1 设计实例分析	230	设计实例	285
6.5.2 制作详解	230	9.1 商品包装盒设计基础	286
6.5.3 实例小结	235	9.1.1 商品包装设计的特点	286
POP 广告创作实训	235	9.1.2 包装设计的分类	286
第 7 章 商业海报创意与设计实例	237	9.1.3 包装设计的原则	287
7.1 商业海报设计基础	238	9.2 商品包装盒设计实例分析	288
7.1.1 海报的分类	238	9.2.1 纸盒包装设计的步骤	289
7.1.2 海报的设计要求	239	9.2.2 包装设计的要领	289
7.2 商品宣传海报设计实例	239	9.3 商品包装盒制作详解	289
7.2.1 设计实例分析	240	9.3.1 制作包装盒展开图	290
7.2.2 制作详解	240	9.3.2 包装盒造型效果图	
7.2.3 实例小结	245	设计	297
7.3 活动宣传海报设计实例	245	9.4 实例小结	299
7.3.1 设计实例分析	245	商品包装盒创作实训	300
7.3.2 制作详解	246	第 10 章 图书装帧创意与设计实例 ...	302
7.3.3 实例小结	251	10.1 图书装帧设计基础	303
7.4 企业形象海报设计实例	251	10.1.1 图书装帧设计的	
7.4.1 设计实例分析	251	特点	303
7.4.2 制作详解	252	10.1.2 图书封面设计的	
7.4.3 实例小结	260	创意点拨	305
商业海报创作实训	260	10.1.3 优秀图书装帧设计	
第 8 章 DM 广告创意与设计实例	262	作品赏析	306
8.1 DM 广告设计基础	263	10.2 图书装帧设计实例分析	306
8.1.1 DM 广告的特点	263	10.2.1 设计分析	306
8.1.2 DM 广告的形式	264	10.2.2 制作分析	307
8.2 传单型 DM 广告设计实例	264	10.3 图书装帧设计详解	307
8.2.1 设计实例分析	265	10.3.1 封面和封底背景	
8.2.2 制作详解	265	设计	307
8.2.3 实例小结	272	10.3.2 制作背景画面	310
8.3 册子型 DM 广告设计实例	273	10.3.3 制作装饰图案	313
8.3.1 设计实例分析	273	10.3.4 添加文字	316
8.3.2 制作详解	273	10.4 实例小结	317
8.3.3 实例小结	283	图书装帧设计实训	318



第 11 章 光盘装帧创意与设计实例.....	320	11.2.2 制作分析	323
11.1 光盘装帧设计基础.....	321	11.3 光盘盘面设计详解	323
11.1.1 光盘装帧设计的 特点.....	321	11.3.1 盘面处理	323
11.1.2 光盘装帧设计的 创意点拨.....	322	11.3.2 制作装饰条纹.....	324
11.1.3 优秀光盘盘面设计 作品赏析	322	11.3.3 处理背景画面	327
11.2 光盘盘面设计实例分析.....	322	11.3.4 后期处理	330
11.2.1 设计分析.....	323	11.4 实例小结	332
		光盘装帧设计实训	332



第 1 章

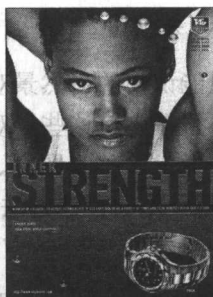
Photoshop CS中文版

应用基础

Photoshop 是由美国 Adobe 公司开发的优秀图形图像处理软件。它诞生于 20 世纪 80 年代末期,经过十余年的发展,Adobe Photoshop 有了很大的改进,成为苹果机和 PC 机上最优秀的平面图形图像编辑软件之一。Adobe Photoshop CS 作为最新的专业图像编辑标准,是一款集设计、图像处理和图像输出于一体的优秀图像处理软件,被广泛应用于广告、出版和艺术创作等领域。在影像合成、图片扫描与调整、图像拍摄与处理、创作艺术作品、制作插图、制作背景与壁纸、创建 Web 图像等诸多方面,Photoshop 都是名符其实的图像处理大师。

Photoshop 工具众多、菜单命令复杂、参数丰富,还有很多浮动的调板。因此,必须先熟悉 Photoshop 的基础知识和处理图像的基本方法。

为了使读者快速掌握 Photoshop CS 的基本应用,本章将结合实例介绍数字图像的基础知识和 Photoshop CS 的使用方法。



本章要点

- ◎ 数字图像基础
- ◎ Photoshop 基本操作
- ◎ 主要工具和编辑命令
- ◎ 图层、通道和路径
- ◎ 滤镜基础



1.1 数字图像基础

数字图像处理是随着计算机及信息技术的发展而出现的新型设计手段,它以计算机作为工具,利用不同的计算机设备和软件来辅助和完成各种设计工作。利用计算机可以方便地录入文字,并可通过扫描仪将图形或照片保存为电子文件,修整图形或图像,制作效果,然后进行图文混排,打印输出黑白或彩色样稿。与传统的平面设计方式相比,计算机平面设计的操作更加方便快捷,修改也变得更加容易。更重要的是,利用计算机强大的图文生成和编辑处理功能,设计者可以更加容易地将创意、设计和制作融为一体,即使是对传统平面设计了解甚少的初学者也很容易上手。

1.1.1 数字图像的基本概念

数字图像是以数字形式进行存储和处理的图像。利用计算机可以对它进行常规图像处理技术所不能实现的加工处理,还可以进行多次复制而不失真。在学习使用 Photoshop CS 进行商业图像创意与表现之前,有必要熟悉一些数字图像的基本概念。

1.1.1.1 位图与矢量图

人的肉眼能识别的自然景观或图像是一种模拟信号,为了使计算机能够记录和处理图像和图形,必须首先使这些景观或图像数字化。数字化后的图像和图形分别称为数字图像和数字图形(通常简称为图像、图形)。计算机中的图形和图像有位图(bitmap)和矢量图(vector)两种不同存储方法。

1. 位图

位图(又称像素图或点阵图像)由若干细小方块所(称为像素点)组成,多个像素的色彩便组合形成图像,它十分容易模拟照片式的真实效果。位图图像的大小和质量取决于图像中像素点的多少。一般来说,每平方英寸的面积上所含像素越多,图像越清晰,颜色之间的混合也越平滑,但文件也越大。编辑处理位图的软件通常称为图像处理程序,如 Adobe 公司的 Photoshop 和 Ulead 公司的 PhotoImpact 等。

位图表现力强,且细腻、层次多、细节多,适合于表现各种自然图像。处理位图图像时,所编辑的是像素,而不是对象或形状。

2. 矢量图

矢量图是用一系列计算机指令来描述和记录的一幅图,一幅图可分解为一系列由点、线、面等组成的子图。矢量图是用数学的方式来描述一幅图形,因此需要专门的软件来解释对应的图形指令。编辑处理矢量图形的软件通常称为绘图程序,如 Autodesk 公司开发的 AutoCAD、Adobe 公司的 Illustrator、Corel 公司的 CorelDRAW 和 Macromedia 公司的 FreeHand 等。

矢量图所记录的不是像素的数量,并且在任何分辨率下输出时都同样清晰。因此,矢



量格式适合于以线条物体定位为主的绘制,通常用于计算机辅助设计(CAD)和工艺美术设计等。使用绘图软件可以把特定物体作为一组,单独改变线条的长度,放大或缩小其原形,并进行移动和重叠。但在屏幕上进行显示时,由于显示器自身的原理,矢量图仍然是以像素方式来显示的,如图1-1所示。

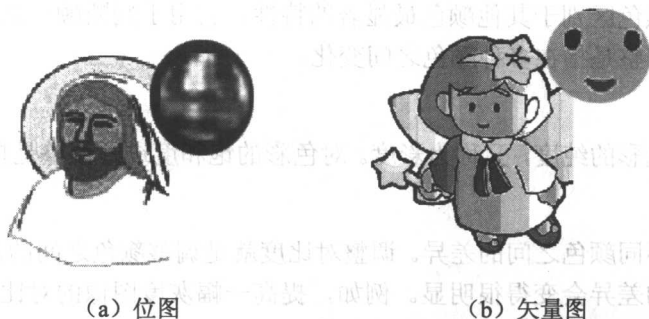


图1-1 位图和矢量图的比较

1.1.1.2 像素与分辨率

Photoshop 的图像是基于位图格式的,因此在编辑位图过程中是针对图像的像素,而不是针对对象或物体的形状。下面将分别介绍像素和分辨率。

1. 像素

可以将一幅位图看成是由无数个点组成的,组成图像的一个点就是一个像素,像素是构成位图图像的最小单位。位图图像在高度和宽度方向上的像素总量称为图像的像素大小。

2. 分辨率

分辨率是指单位长度上的像素多少。单位长度上像素越多,图像就越清晰。分辨率有多种,在 Photoshop 中分辨率主要包括图像分辨率和打印分辨率两种。

- **图像分辨率:** 用于确定一幅图像的像素数目,以像素/英寸(ppi)为单位,如一幅图像的分辨率为72像素/英寸,表示该图像中每英寸包含72个像素。同样大小的一幅图像,图像分辨率越高,图像越清晰,看起来就越逼真,图像文件所需的存储空间也就越大。打印时,高分辨率的图像比低分辨率的图像包含的像素更多,因此,无论打印尺寸多大,高分辨率的图像通常看起来效果都不错。
- **打印分辨率:** 又叫输出分辨率,是指激光打印机等输出设备在输出图像时每英寸所产生的油墨点数。提高打印分辨率并不会改善低品质图像的实际打印效果,只要使用与打印机输出分辨率成正比的图像分辨率,就能产生较好的输出效果。

1.1.1.3 色调、色相、饱和度 and 对比度

图像的色调、色相、饱和度 and 对比度也是进行图像处理时经常要用到的基本概念。