

Photoshop

中文版

朱克楠 编著

广告设计实例

掌握 Photoshop 广告制作技能的至尊宝典
快速成长为平面广告设计师的良师益友
艺术性、技术性并重的平面广告临摹蓝本
洞悉主流平面广告创作技法的秘籍
欣赏优秀平面广告的视觉饕餮盛宴

清华大学出版社



Photoshop

中文版

朱克楠 编著

广告设计实例

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书从专业平面广告设计的角度讲解了平面广告设计的专业基础理论, 示例了大量效果精美、创意独特的平面广告设计作品, 不仅为读者展示了创作这些作品的技能与方法, 而且剖析了其设计思路。本书的学习重点是实例制作章节, 在这些章节中作者剖析了当前平面广告市场中最热门的若干个设计领域, 如汽车、房地产、酒、化妆品与香水等。

本书内容丰富, 实例创意独特, 步骤讲解详尽, 不仅在技术上将 Photoshop 的功能淋漓尽致地呈现给了读者, 而且在创意、设计及审美上将读者带入一个较高的层次。本书适合于欲从事广告设计工作的人员阅读, 同时也可作为社会培训学校、大中专院校相关专业的教学参考书或上机实践指导用书。

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 中文版广告设计实例/朱克楠 编著. —北京: 清华大学出版社, 2006.1

ISBN 7-302-11578-8

I. P… II. ①朱… III. 广告-平面广告: 计算机辅助设计—图形软件, Photoshop IV. J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 091122 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: 胡伟卷

文稿编辑: 刘金喜

封面设计: 雷 波

版式设计: 雷 波

印 刷 者: 北京嘉实印刷有限公司

装 订 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×260 印张: 20.5 插页: 4 字数: 512 千字

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

书 号: ISBN 7-302-11578-8/TP·7570

印 数: 1~5000

定 价: 59.80 元(含光盘)

前言

[Photoshop 广告设计实例]

在各类平面广告设计与制作中, Photoshop 是用得最多的一种软件, 而广告设计师也是公认的若干个有前途的职业之一, 因此许多读者在学习 Photoshop 后都希望能够进入平面广告设计行业, 成为一名广告设计师。但问题在于, 要成为一名合格的平面广告设计师, 仅仅凭着会一两种软件是不够的, 更重要的是个人的综合素质, 因此阅读本书并不能保证各位读者马上就会成为一名平面广告设计师。那么阅读本书对于一名希望进入平面广告行业的读者有什么好处呢? 以下就是作者的答案:

- 本书以极为精炼的语言与严谨的结构讲解了平面广告的基础知识, 了解并掌握这些基础知识能够使各位读者的学习有的放矢, 并为各位读者进入相关领域打下良好的基础。虽然这些基础知识并不多, 但足以向各位读者展示一个相对完整的理论结构。
- 全面掌握使用 Photoshop(本书采用的是 Photoshop CS 版本)制作平面广告的技术。本书讲解了数十个平面广告设计案例, 全面展示了如何在平面广告的设计与制作中灵活使用 Photoshop 的各种功能。每一个案例都渗透了平面广告创意与设计理念, 为读者了解一个广告主题或产品应如何展示提供了较好的“蓝本”。如果各位读者能够按书中的步骤完成每一个案例, 就能够大幅度提高 Photoshop 应用技能, 提高设计水平。
- 全面剖析几大平面广告设计主题。在当前的平面广告市场中, 汽车、房地产、酒、化妆品、香水、影视等若干行业的广告投放量最大, 因此大多数平面广告设计师接手的广告设计任务也多属于此类。本书重点讲解了这些领域广告的设计要点, 并分别列举了若干个实例, 以使各位读者能够快速掌握平面广告设计的重点。从技术层面上讲, 本书中的实例均属于中、高级, 因此特别适合于具有一定 Photoshop 操作基础的读者阅读, 同时也可以作为平面设计培训教材、大中专院校相关专业的教学参考书。

本书附带一张光盘, 其中给出了本书讲解过程中用到的所有素材图片及案例最终效果文件。读者可以调用这些素材, 跟着书中的讲解进行操作。

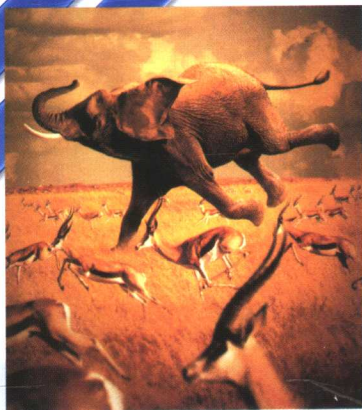
本书的主要编写除了封面署名作者外, 还包括以下人员: 顾雅博、刘志伟、王锐敏、陈木荣、刘捷成、雷波、王文静、成洁、刘慧娟、雷剑、范玉祥、邓冰峰、徐波涛、徐建军、方红琴。

虽然本书为多位作者的倾心之作, 但由于水平有限, 不敢确保书中所述技巧与经验皆属最佳, 因此若对本书有任何建议或意见, 请将电子邮件发至我们的交流信箱 LB26@263.net, 或 Lbuser@126.com, 或访问我们的网站 www.dzwh.com.cn。

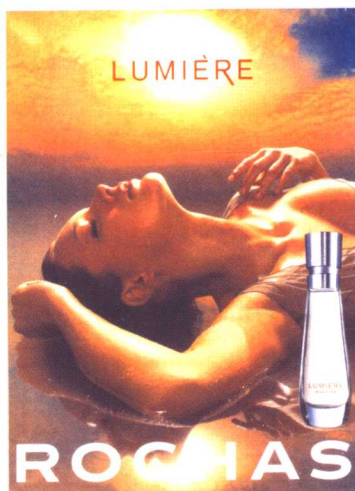
作者



[世界经典广告赏析]



STURDINESS MEETS AGILITY
Progress Energy



ROCHAS



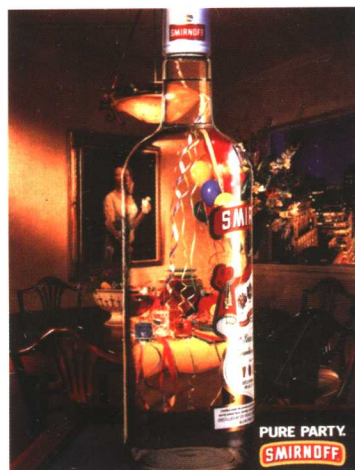
At SkyTeam,
we know you never want to miss
an important meeting.

A guaranteed stay

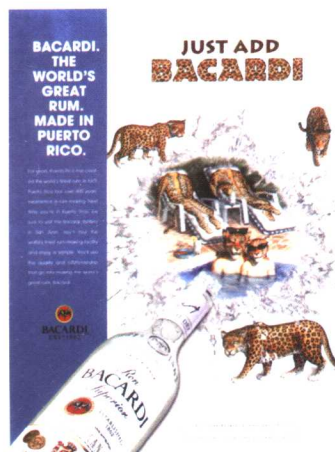
At SkyTeam, we know you never want to miss an important meeting.



At SkyTeam, we know you never want to miss an important meeting.



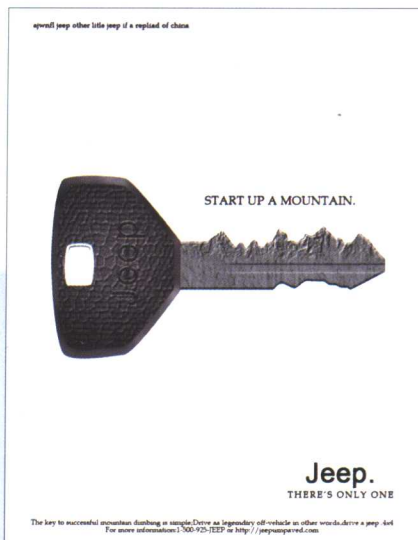
PURE PARTY
SMIRNOFF



BACARDI.
THE
WORLD'S
GREAT
RUM.
MADE IN
PUERTO
RICO.

JUST ADD
BACARDI

精彩效果赏析



名称: Jeep 汽车广告

位置: 第3章 3.3 节

名称: 保利地产广告

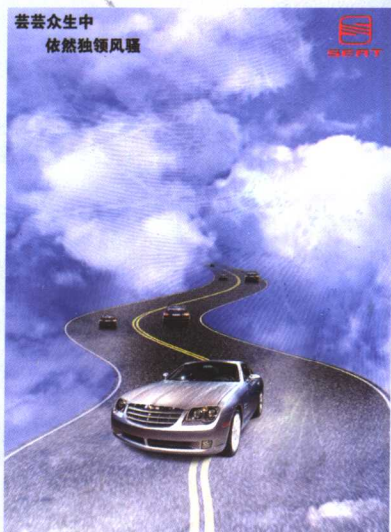
位置: 第4章 4.3 节

名称: SEAT 汽车广告

位置: 第3章 3.4 节

名称: 金海湾花园

位置: 第4章 4.4 节





普通消费 贵族生活

富豪家苑

2 5

富豪家苑

发展商：北京隆圣房地产开发有限公司

订购热线：010-88191332 08101366

地址：北京西城三里河路口 联系人：刘成 网址：www.lsc1234163.com

名称：富豪家苑

位置：第4章4.5节

名称：普赛家园

位置：第4章4.6节

名称：CAMPARI

酒广告

位置：第5章5.2节

名称：GRAN FEUOO

酒广告

位置：第5章5.3节

普赛房产

普赛家园5.1折

花园式小区 回归自然的感觉!

普赛家园位于北京海淀区向银子，地理位置优越，交通方便。■总面积512000m² ■室内装修豪华 各个环节都精心设计 ■室内采用国内一流装饰品，美观大方。■墙体采用NV材质，具有冬暖夏凉的好处。■物业部门服务周到，小区内保安24小时巡逻。

售楼热线：010-84946566 发展商：北京奥科园房地产开发有限公司

网址：www.lsc1234163.com 邮箱：lsc1234163.com

CAMPARI

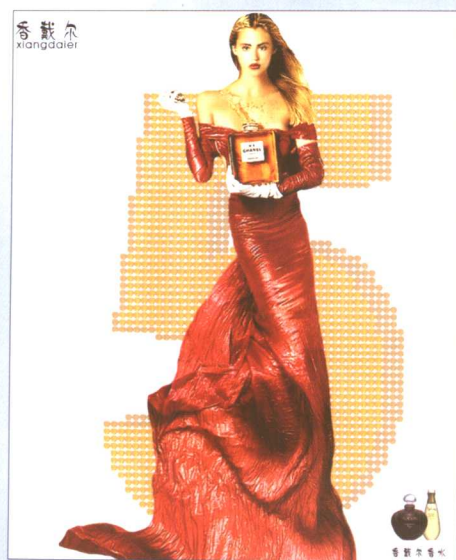
Refreshing and ending
That's my cocktail.

VALUM

Relax and
GRAN FEUOO
cocktail
ing it

GRAN FEUOO

精彩效果赏析



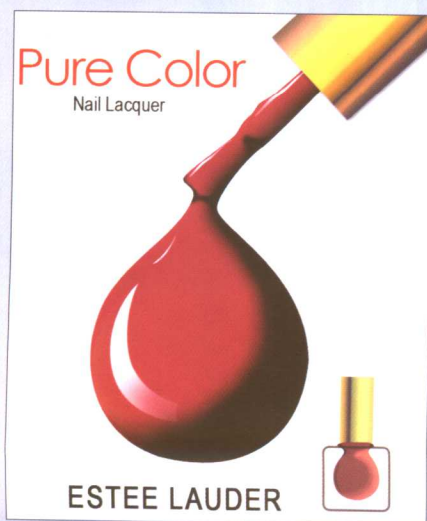
名称：雪津啤酒广告
位置：第5章5.4节

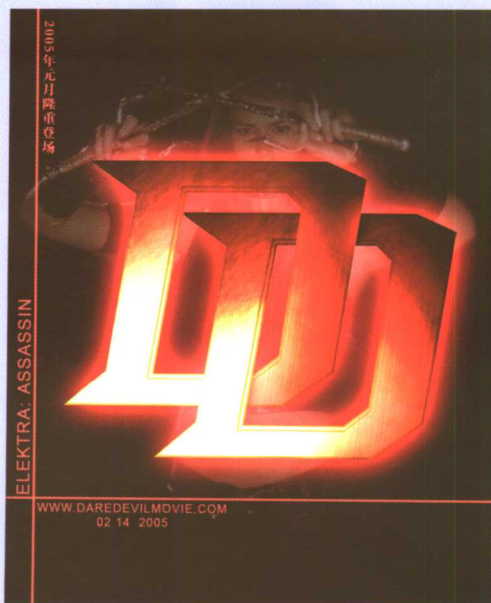
名称：香戴尔香水广告
位置：第6章6.3节

名称：《From Justin to Kelly》宣传海报
位置：第7章7.4节

名称：指甲油广告
位置：第6章6.4节

名称：巧丽纱化妆品广告
位置：第6章6.5节





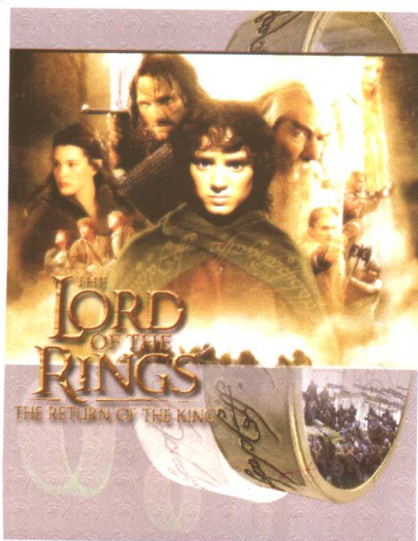
名称：黛芬娜
化妆品广告
位置：第6章6.6节

名称：电影《夜魔侠》
宣传海报
位置：第7章7.6节

名称：《Bridget Jones's Diary》宣传海报
位置：第7章7.5节

名称：电影《THE
LORD OF THE
RINGS》海报
位置：第7章7.7节

名称：动画片《忍者
神龟》宣传海报
位置：第7章7.8节



精彩效果赏析



名称：保护动物公益广告

位置：第 8 章 8.2 节



公益为民·点蔚工作室

戒烟公益广告

名称：吸烟有害健康之烟盒篇

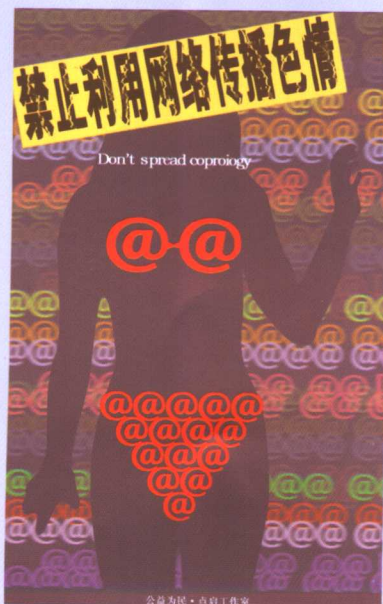
位置：第 8 章 8.3 节

名称：吸烟有害健康之烟囱篇

位置：第 8 章 8.4 节

名称：网络广告之反黄篇

位置：第 8 章 8.5 节





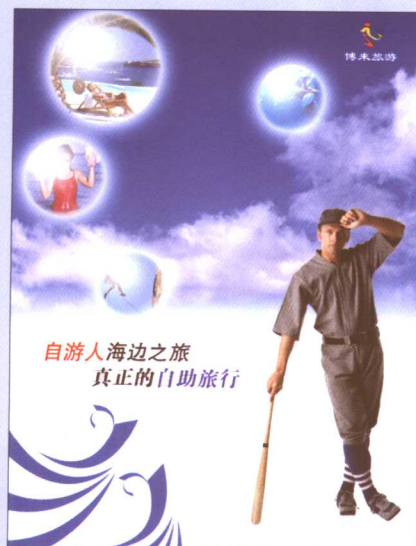
名称: 酷派运动鞋广告
位置: 第9章9.4节

名称: 旅游广告
位置: 第9章9.1节

名称: 保护知识产权
公益广告
位置: 第8章8.6节

名称: 苹果电脑广告
位置: 第9章9.2节

名称: T3860 手机广告
位置: 第9章9.6节





名称: 豪美服装广告

位置: 第9章9.5节

名称: 宽带服务广告

位置: 第9章9.3节

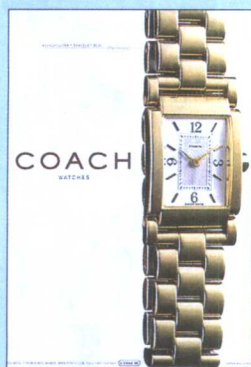
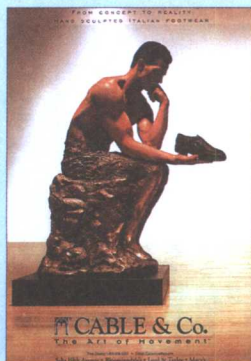
名称: 短信服务广告

位置: 第9章9.7节



第 1 章 广告的基本概念 1

- 1.1 广告的定义 2
- 1.2 广告的划分方法及类型 2
 - 1.2.1 按目的划分 2
 - 1.2.2 按媒体划分 3
 - 1.2.3 按目标大众划分 4
- 1.3 平面广告的设计原则 4
 - 1.3.1 真实性 4
 - 1.3.2 创新性 4
 - 1.3.3 形象性 5
 - 1.3.4 感情性 5
 - 1.3.5 原创性 6
- 1.4 平面广告的设计与制作流程 6
 - 1.4.1 设计准备 6
 - 1.4.2 设计创意 6
 - 1.4.3 设计表现 7
 - 1.4.4 设计编排 7
 - 1.4.5 审查定稿 7
 - 1.4.6 校对、打样、印刷 7

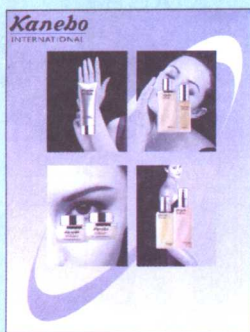


第 2 章 广告的表现手法 9

- 2.1 平面广告的构成要素 10
- 2.2 为广告选择恰当的色彩 11
 - 2.2.1 色彩在广告中的功能 11
 - 2.2.2 色彩的心理感觉 12
 - 2.2.3 色彩感情规律的应用 13
 - 2.2.4 色彩喜爱与禁忌 14

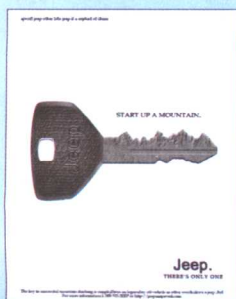


CONTENTS



2.3 设计广告图形	14
2.3.1 广告插图的作用	15
2.3.2 广告插图的表现形式	15
2.3.3 广告插图的来源	16
2.4 设计广告文字	18
2.4.1 广告文字的造型设计	18
2.4.2 广告文字的撰写	19
2.4.3 广告文字的编排	19
2.5 设计广告版面	20
2.5.1 标准型	21
2.5.2 标题型	21
2.5.3 轴线型	22
2.5.4 斜置型	22
2.5.5 圆图型	23
2.5.6 全图型	23
2.5.7 水平型	24
2.5.8 偏置型	24
2.5.9 字符型	24
2.5.10 指示型	25
2.5.11 留白型	25
2.5.12 拼贴型	25
2.5.13 三角型	26

第3章 汽车广告设计 27



3.1 汽车广告设计概述	28
3.2 汽车广告的设计诉求点	28
3.2.1 品牌诉求	29
3.2.2 感性诉求	29
3.2.3 性能诉求	30

3.3	Jeep 汽车广告	31
3.3.1	广告策划	31
3.3.2	操作步骤	32
3.4	SEAT 汽车广告	41
3.4.1	广告策划	41
3.4.2	操作步骤	42
第 4 章 房地产广告设计		51
4.1	房地产广告设计概述	52
4.2	房地产广告的诉求点	53
4.2.1	家园式	53
4.2.2	地段	53
4.2.3	健康 / 环境	54
4.3	保利地产	55
4.3.1	广告策划	55
4.3.2	操作步骤	55
4.4	金海湾花园	64
4.4.1	广告策划	64
4.4.2	操作步骤	64
4.5	富豪家苑	68
4.5.1	广告策划	68
4.5.2	操作步骤	69
4.6	普赛家园	80
4.6.1	广告策划	80
4.6.2	操作步骤	81

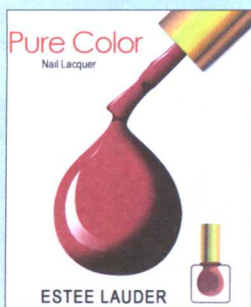


第5章 酒广告设计 95



- 5.1 酒类广告概述及设计方法 96
 - 5.1.1 酒类广告概述 96
 - 5.1.2 酒类广告设计诉求点 96
- 5.2 CAMPARI 酒广告 98
 - 5.2.1 广告策划 98
 - 5.2.2 操作步骤 98
- 5.3 GRAN FEUOO 酒广告 103
 - 5.3.1 广告策划 103
 - 5.3.2 操作步骤 104
- 5.4 雪津啤酒广告 110
 - 5.4.1 广告策划 110
 - 5.4.2 操作步骤 111

第6章 香水和化妆品广告设计 121



- 6.1 香水和化妆品广告的基本概念 122
- 6.2 香水和化妆品广告的设计类型 122
- 6.3 香戴儿香水广告 124
 - 6.3.1 广告策划 124
 - 6.3.2 操作步骤 125
- 6.4 指甲油广告 129
 - 6.4.1 广告策划 129
 - 6.4.2 操作步骤 130
- 6.5 巧丽纱化妆品广告 136
 - 6.5.1 广告策划 136
 - 6.5.2 操作步骤 136

- 6.6 黛芬娜化妆品广告 144
 - 6.6.1 广告策划 144
 - 6.6.2 操作步骤 144

第7章 影视宣传广告设计 153

- 7.1 影视宣传广告设计概述 154
- 7.2 影视宣传广告设计的构图 154
- 7.3 海报设计的表现手法 156
 - 7.3.1 标新立异 156
 - 7.3.2 去繁就简 156
 - 7.3.3 夸张对比 157
- 7.4 电影《From Justin to Kelly》
宣传海报 157
 - 7.4.1 广告策划 157
 - 7.4.2 操作步骤 157
- 7.5 电影《Bridget Jones's Diary》
宣传海报 167
 - 7.5.1 广告策划 167
 - 7.5.2 操作步骤 167
- 7.6 电影《夜魔侠》宣传海报 172
 - 7.6.1 广告策划 172
 - 7.6.2 操作步骤 172
- 7.7 电影《THE LORD OF THE RINGS》
宣传海报 181
 - 7.7.1 广告策划 181
 - 7.7.2 操作步骤 181

