

中文版

Photoshop

商业案例 项目设计

完全解析

于修国 编著

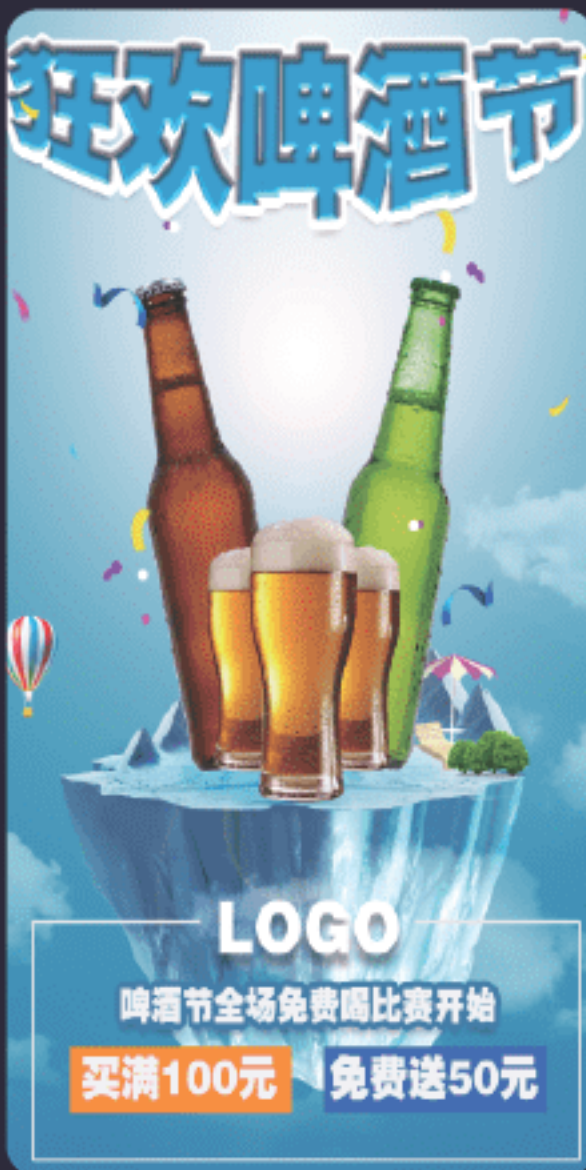


内容全面、安排合理

全面涵盖Photoshop商业设计的12种类型应用，又在其中渗透了设计理念、创意思想、实际工作经验和软件技巧。同时，对每个案例都进行了设计思路、配色方案、版面构图、项目实战的编排，并给出了详细的制作步骤。

案例经典、视频演示

全书将软件与实际应用相结合，采用经业内资深设计师先明确用途再列举案例的方式，通过29个典型案例深入解析各种不同类型的设计方法。每个案例都配备高清语音教学视频，详细、全面讲解案例的设计全过程。



随书附赠书中所有案例的素材文件和效果文件，同时还收录了29个案例的操作视频文件，演示时间长达720分钟，另外还提供了PPT课件，均可通过扫描二维码下载使用。

清华大学出版社

中文版 Photoshop 商业案例 项目设计完全解析

于修国 编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是一本商业案例用书，全方位地讲述了Photoshop在现实设计中常用的12类商业案例。本书共分为12章，具体包括文字特效、标志设计、名片设计、户外广告设计、海报设计、网络广告、DM广告、封面设计、画册设计、插画设计、产品包装设计、UI设计等内容。本书涵盖日常工作中所用到的全部工具与命令，并涉及了平面设计行业中的各类常见任务。

本书资源包括书中的案例素材文件、效果文件和视频教学文件，同时还提供了PPT课件，以提高读者的兴趣、实际操作能力以及工作效率，读者在学习过程中可参考使用。

本书着重以案例形式讲解平面设计领域，针对性和实用性较强，不仅使读者巩固了学到的Photoshop技术技巧，更是读者在以后实际学习工作中的参考手册。本书可以作为各大院校、培训机构的教学用书，以及读者自学Photoshop的参考书。

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

中文版Photoshop商业案例项目设计完全解析 / 于修国编著. —北京：清华大学出版社，2019
ISBN 978-7-302-53474-7

I. ①中… II. ①于… III. ①图像处理软件 IV. ①TP391.413

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 174187 号

责任编辑：韩宜波

封面设计：李 坤

责任校对：王明明

责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 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 装 者：涿州汇美亿浓印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：190mm×260mm 印 张：16.5 字 数：395 千字

版 次：2019 年 9 月第 1 版 印 次：2019 年 9 月第 1 次印刷

定 价：69.80 元

产品编号：081790-01

前言

Adobe Photoshop, 简称PS, 是由Adobe Systems开发和发行的图像处理软件。Photoshop作为Adobe公司旗下最著名的图像处理软件, 其应用范围覆盖整个图像处理和平面设计行业。

基于Photoshop在平面设计行业的应用程度之高, 所以本书将以一些商业案例为主, 介绍Photoshop的具体操作步骤。商业案例的制作步骤包括: 前期的沟通—分析客户需求—分析商品类型—构思设计方案—定义设计方案—确定配色方案—确定构图方案—制作设计方案。

本书案例以Photoshop 2018中文版软件进行设计, 根据编者多年的平面设计工作经验, 通过理论结合实际的操作形式, 系统地介绍Photoshop软件在现实生活中涉及的领域。内容包括常用、实用的12个行业领域, 涉及文字特效、标志设计、名片设计、户外广告设计、海报设计、网络广告设计、DM广告设计、封面设计、画册设计、插画设计、产品包装设计和UI设计。每章都最少会对两个案例进行详解和分析, 可以从中吸取一些美学和设计的理论知识, 而且各章中都列举了许多优秀的设计作品以供欣赏, 希望读者在学习各章内容后通过欣赏优秀作品既能够缓解学习的疲劳, 又能提升审美品位。

本书内容具体安排如下。

第1章为文字特效。主要通过讲述文字特效的含义、用途、设计法则等来学习文字特效。

第2章为标志设计。主要通过讲述标志的含义、性质、构成元素、设计原则、类型、表现形式、形式美法则等来学习标志设计。

第3章为名片设计。主要通过讲述名片的含义、类型、构成元素、常用尺寸、构图方式、制作工艺等来学习名片的设计。

第4章为户外广告设计。主要通过讲述户外广告的含义、常用类型、优点与缺点、设计原则等来学习户外广告设计。

第5章为海报设计。主要通过讲述海报的含义、常见类型、构成要素、创意手法、表现形式等来学习海报设计。

第6章为网络广告。主要通过讲述网络广告的含义、常见的几种类型、优点、缺点等来学习网络广告。

第7章为DM广告。主要通过讲述DM广告的含义、分类、优点、制作方法等方面来学习DM广告。

第8章为封面设计。主要通过讲述封面的含义、组成要素、表现手法、设计的重要性等来学习封面设计。

第9章为画册设计。主要通过讲述画册的含义、设计原则、常见分类、常见开本等来学习画册设计。

第10章为插画设计。主要通过讲述插画的含义、设计原则、常见

分类、表现形式及风格等来学习插画设计。

第11章为产品包装设计。主要通过讲述产品包装的含义、常见形式、常用材料等来学习产品包装设计。

第12章为UI设计。主要通过讲述UI的含义、设计原则、UI的控件等来学习UI设计。

本书摒弃了繁杂的基础内容和烦琐的操作步骤，力求用精简的操作步骤实现最佳的视觉设计效果。为了让读者更好地吸收知识，提高自己的创作水平，在案例制作讲解过程中，还给出了实用的软件功能技巧提示以及设计技巧提示，可供读者扩展学习。全书结构清晰，语言浅显易懂、案例丰富精彩，兼具实用手册和技术参考手册的特点，具有很强的实用性和较高的技术含量。

本书由淄博职业学院的于修国老师编写，参与案例视频录制的有王芳、赵岩，在此表示感谢。

由于作者知识水平有限，书中难免有疏漏和不妥之处，恳请广大读者批评、指正。

本书提供了案例的素材文件、效果文件以及PPT课件，扫一扫下面的二维码，推送到自己的邮箱后下载获取。



素材及PPT课件



效果文件

编 者

第1章 文字特效

001

目录

1.1 文字特效概述	001
1.1.1 什么是文字特效	001
1.1.2 文字特效的用途	001
1.1.3 文字特效的设计法则	002
1.2 商业案例——房地产中的雨雾玻璃手写字设计	002
1.2.1 设计思路	003
1.2.2 设计法则	003
1.2.3 项目实战	003
1.3 商业案例——鲜花广告中的合成字	009
1.3.1 设计思路	009
1.3.2 设计法则	009
1.3.3 项目实战	009
1.4 优秀作品欣赏	012



第2章 标志设计

013

2.1 标志设计概述	013
2.1.1 认识标志	013
2.1.2 标志的性质	013
2.1.3 标志的构成元素	014
2.1.4 标志的设计原则	015
2.1.5 标志的类型	015
2.1.6 标志设计的表现形式	015
2.1.7 标志的形式美法则	016
2.2 商业案例——简约房产广告设计	018
2.2.1 设计思路	018
2.2.2 配色方案	018
2.2.3 形状设计	019
2.2.4 标志的表现形式	019
2.2.5 同类作品欣赏	019
2.2.6 项目实战	019





2.3 商业案例——传统川菜馆标志设计·····	021
2.3.1 设计思路·····	021
2.3.2 配色方案·····	022
2.3.3 标志的表现形式·····	022
2.3.4 同类作品欣赏·····	023
2.3.5 项目实战·····	023
2.4 商业案例——古香古韵茶馆商标设计·····	028
2.4.1 设计思路·····	028
2.4.2 配色方案·····	029
2.4.3 标志的表现形式·····	029
2.4.4 同类作品欣赏·····	029
2.4.5 项目实战·····	030
2.5 优秀作品欣赏·····	033

034 第3章 名片设计

3.1 名片设计概述·····	034
3.1.1 常用的名片类型·····	034
3.1.2 名片的构成元素·····	035
3.1.3 名片的常用尺寸·····	035
3.1.4 名片的构图方式·····	036
3.1.5 名片的制作工艺·····	038
3.2 商业案例——简约清新的名片设计·····	039
3.2.1 设计思路·····	039
3.2.2 配色方案·····	039
3.2.3 名片的构图方式·····	039
3.2.4 同类作品欣赏·····	039
3.2.5 项目实战·····	040
3.3 商业案例——VIP 黑色质感名片设计·····	045
3.3.1 设计思路·····	045
3.3.2 配色方案·····	046
3.3.3 名片的构图方式·····	046
3.3.4 同类作品欣赏·····	046
3.3.5 项目实战·····	047
3.4 商业案例——商务名片设计·····	056
3.4.1 设计思路·····	056
3.4.2 配色方案·····	056
3.4.3 名片的构图方式·····	056
3.4.4 同类作品欣赏·····	056
3.4.5 项目实战·····	056



3.5 优秀作品欣赏..... 061

第4章 户外广告设计 062

4.1 户外广告概述..... 062

4.1.1 户外广告的常用类型..... 062

4.1.2 户外广告的优点与缺点..... 063

4.1.3 户外广告的设计原则..... 063

4.2 商业案例——户外家装广告设计..... 063

4.2.1 设计思路..... 063

4.2.2 配色方案..... 064

4.2.3 户外广告的构图方式..... 064

4.2.4 同类作品欣赏..... 064

4.2.5 项目实战..... 064

4.3 商业案例——户外楼盘广告设计..... 071

4.3.1 设计思路..... 071

4.3.2 配色方案..... 071

4.3.3 楼盘广告的构图方式..... 072

4.3.4 同类作品欣赏..... 072

4.3.5 项目实战..... 072

4.4 优秀作品欣赏..... 078



第5章 海报设计 079

5.1 海报概述..... 079

5.1.1 海报的常见类型..... 079

5.1.2 招贴海报的构成要素..... 080

5.1.3 招贴海报的创意手法..... 080

5.1.4 招贴海报的表现形式..... 081

5.2 商业案例——旅游海报设计..... 082

5.2.1 设计思路..... 082

5.2.2 旅游海报的构图方式..... 082

5.2.3 同类作品欣赏..... 082

5.2.4 项目实战..... 082

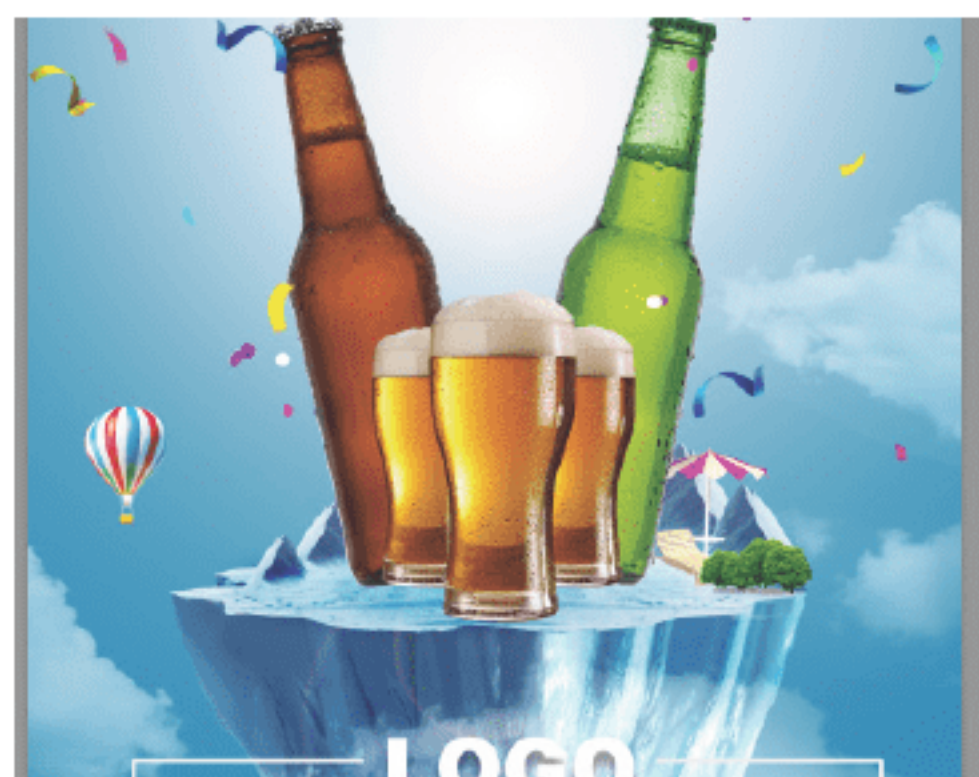
5.3 商业案例——啤酒节海报设计..... 089

5.3.1 设计思路..... 089

5.3.2 配色方案..... 089

5.3.3 啤酒节海报的构图方式..... 090

5.3.4 同类作品欣赏..... 090



099 第6章 网络广告



121 第7章 DM广告



5.3.5 项目实战····· 090

5.4 优秀作品欣赏····· 098

6.1 网络广告概述····· 099

6.1.1 网络广告常用的几种类型····· 099

6.1.2 网络广告的优点····· 100

6.1.3 网络广告的缺点····· 100

6.2 商业案例——电商3·8妇女节主题广告····· 100

6.2.1 设计思路····· 101

6.2.2 妇女节主题广告的构图方式····· 101

6.2.3 同类作品欣赏····· 101

6.2.4 项目实战····· 101

6.3 商业案例——电商化妆品广告设计····· 108

6.3.1 设计思路····· 108

6.3.2 构图方式····· 108

6.3.3 同类作品欣赏····· 109

6.3.4 项目实战····· 109

6.4 商业案例——弹出式美术班招生广告设计····· 113

6.4.1 设计思路····· 113

6.4.2 配色方案····· 113

6.4.3 美术班招生广告的构图方式····· 114

6.4.4 同类作品欣赏····· 114

6.4.5 项目实战····· 114

6.5 优秀作品欣赏····· 120

7.1 DM广告概述····· 121

7.1.1 DM广告的分类····· 121

7.1.2 DM广告的优点····· 122

7.1.3 DM广告的设计制作方法····· 122

7.2 商业案例——儿童摄影DM宣传单页设计····· 123

7.2.1 设计思路····· 123

7.2.2 构图方式····· 123

7.2.3 同类作品欣赏····· 123

7.2.4 项目实战····· 123

7.3 商业案例——下午茶三折页设计····· 134

7.3.1	设计思路	134
7.3.2	配色方案	134
7.3.3	同类作品欣赏	134
7.3.4	项目实战	134
7.4	商业案例——超市 DM 宣传页	140
7.4.1	设计思路	140
7.4.2	配色方案	140
7.4.3	同类作品欣赏	140
7.4.4	项目实战	141
7.5	优秀作品欣赏	149



第8章 封面设计 151

8.1	封面设计概述	151
8.1.1	封面的组成要素	151
8.1.2	封面设计的表现手法	152
8.1.3	封面设计的重要性	152
8.2	商业案例——求职简历封面模板设计	152
8.2.1	设计思路	152
8.2.2	配色方案	153
8.2.3	同类作品欣赏	153
8.2.4	项目实战	153
8.3	商业案例——儿童写真封面模板设计	155
8.3.1	设计思路	156
8.3.2	配色方案	156
8.3.3	同类作品欣赏	156
8.3.4	项目实战	156
8.4	商业案例——儿童图书封面模板设计	161
8.4.1	设计思路	161
8.4.2	配色方案	161
8.4.3	项目实战	161
8.5	优秀作品欣赏	169



第9章 画册设计 171

9.1	画册概述	171
9.1.1	画册设计的原则	171
9.1.2	画册的常见分类	172
9.1.3	画册的常见开本	172



9.2 商业案例——美食画册菜单设计 172

9.2.1 设计思路 173

9.2.2 配色方案 173

9.2.3 同类作品欣赏 173

9.2.4 项目实战 173

9.3 商业案例——公司画册模板设计 181

9.3.1 设计思路 181

9.3.2 配色方案 181

9.3.3 同类作品欣赏 182

9.3.4 项目实战 182

9.4 优秀作品欣赏 192

193 第10章 插画设计



10.1 插画概述 193

10.1.1 什么是插画 193

10.1.2 插画设计的原则 193

10.1.3 插画的常见分类 194

10.1.4 插画的表现形式及风格 194

10.2 商业案例——月饼包装盒上的插画设计 195

10.2.1 设计思路 195

10.2.2 配色方案 195

10.2.3 同类作品欣赏 195

10.2.4 项目实战 196

10.3 商业案例——书本中的汉服插画设计 204

10.3.1 设计思路 204

10.3.2 构图方案 204

10.3.3 同类作品欣赏 204

10.3.4 项目实战 205

10.4 优秀作品欣赏 213

214 第11章 产品包装设计



11.1 产品包装设计概述 214

11.1.1 什么是产品包装 214

11.1.2 产品包装的常见形式 214

11.1.3 产品包装的常用材料 215

11.2 商业案例——月饼包装盒设计 217

11.2.1 设计思路 217

11.2.2	配色方案	217
11.2.3	项目实战	217
11.3	商业案例——茶叶包装设计	223
11.3.1	设计思路	223
11.3.2	同类作品欣赏	224
11.3.3	项目实战	224
11.4	优秀作品欣赏	229



第12章 UI设计 230

12.1	UI设计概述	230
12.1.1	什么是UI	230
12.1.2	UI设计的原则	230
12.1.3	UI设计的控件	231
12.2	商业案例——手机购物UI设计	232
12.2.1	设计思路	232
12.2.2	配色方案	232
12.2.3	项目实战	232
12.3	商业案例——欢乐打地鼠游戏界面设计	240
12.3.1	设计思路	240
12.3.2	项目实战	240
12.4	优秀作品欣赏	249



01

第1章

文字特效

在实际创作过程中，通常需要一定的文字来实现标注和详解，作为重点注释；为了美观需要对文字进行特殊处理，使其起到标题突出和醒目的效果。

在本章中我们将介绍如何使用Photoshop来制作一些特效文字，通过对这些文字的处理初步向读者展示Photoshop的强大功能，引导读者制作这些效果丰富的文字特效，并希望读者能够由此启发制作出更加优秀的特效字作品。



1.1 文字特效概述

文字特效的应用范围之广是我们不容小视的，无论是平面广告、电视广告、电商广告，文字特效都是大量存在的，而且起着非常重要的装饰和注释作用。

1.1.1 什么是文字特效

为了区别于普通字，特效字是在普通字的基础上加上特效，这些特殊字体效果就被称为特效字。特效字的使用可以增加作品的主题和气氛，而且特效字的搭配会使整个作品的氛围得到烘托，如图1-1所示。

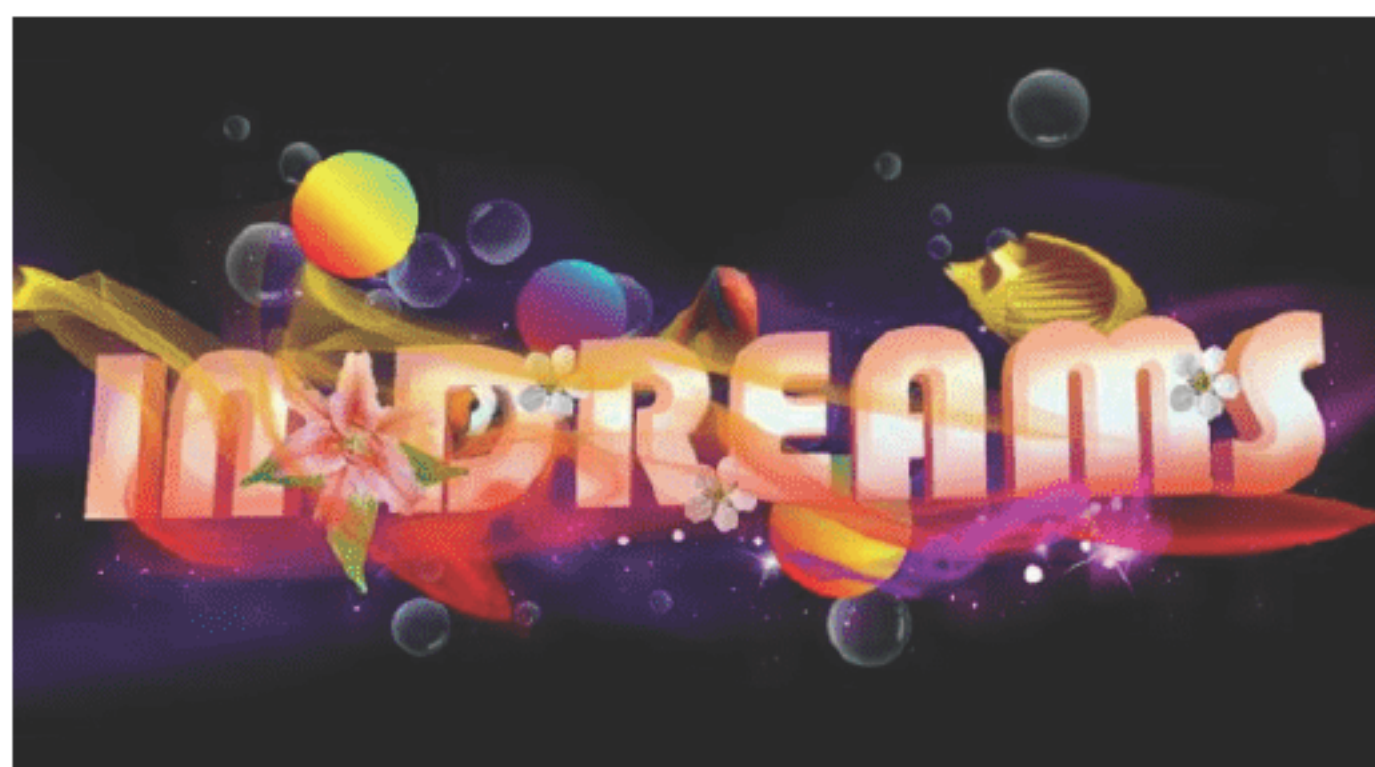


图1-1



图1-1 (续)

可以看出这些文字特效的美观和震撼效果，若不使用特效字来装饰，整个版面会显得呆板，所以文字特效的重要性显而易见了。

1.1.2 文字特效的用途

文字特效被广泛应用于宣传、广告、商标、标题、板报、LOGO、会场、展览以及商品包装、装潢等各类的广告和装修行业，如图1-2所示。

文字是创意中的一种直接补充内容，可以直观地转告需要表达的意思，而特效字是传统字体的一种设计补充，可以将文字制作成各种视觉冲击的效果，是一种艺术的创作体现。



图1-2

特效字是以丰富的想象力重新组合而构成的字形，既可以增加文字直白的特征，也可以体现设计的美感。

1.1.3 文字特效的设计法则

在制作各类广告、海报中的特效字时，如何才能抓住大众的眼球是设计的基本法则。下面我们将介绍几种文字特效的设计方法。

(1) 替换法：替换法是在统一形态的文字元素上加入不同的图形图像元素，其本质是根据文字的内容意思，用某一种形象来替代某部分笔画，这种形象可以使用写实的图案，也可以使用夸张的符号来表现。将文字的局部笔画替换掉的同时注意一定不能改变文字的本意和本质，如图1-3所示。



图1-3



图1-3 (续)

(2) 共用法：共用法是指重叠或共用一个笔画，如图1-4所示。



图1-4

(3) 叠加法：叠加法是将文字的笔画互相重叠或将字与字、字与形相互重叠的表现手法，如图1-5所示。



图1-5

(4) 分解重构法：分解重构法是将熟悉的文字或图形打散后，通过不同的角度审视并重新组合处理，主要目的是破坏其基本规律并寻求新的视觉冲击。

1.2 商业案例——房地产中的雨雾玻璃手写字设计



1.2.1 设计思路



扫码看视频

■ 案例类型

本案例是一款雨雾玻璃特效的手写字设计项目。

■ 客户诉求

本案例是设计一款放置在房地产中的特效字，需要一种有家的安全感，所以根据雨天雾效玻璃上手写的字来体现家的温馨感。

■ 设计定位

针对房地产行业的特殊性，如何将房子推销出去，必须使用一些特殊的手段，例如做广告、发传单等方式来推销，推销的过程想要引起人们的注意就必须在广告内容上下功夫，比如本章的主题——特效字，在一些主题字上加上一些特效来吸引人们的眼球，能够引起人们的关注，才能够继续引导人们深入了解。

在设计本案例中特效字时，设计还是依据客户诉求来定位，首先我们需要制作出雨天玻璃的效果，在此基础上再设计出一个多彩的外景，外景需要模糊，毕竟整张图像要突出表现字的内容，要体现出雨天在家的安全感和温馨感，丢掉在外奔波的疲劳和辛酸，促进人们购房的欲望和期待。

1.2.2 设计法则

在本案例中虽配有背景，但主要表现的还是特效字，且需要将字清晰地显示出来。在整张图像中，字体要将其放置到正中偏上的位置，如图1-6所示，这个位置被称为黄金分割比例。



图1-6

黄金分割具有严格的比例性、艺术性、和谐性，蕴藏着丰富的美学价值，它能够引起人们的美

感，被认为是建筑和艺术中最理想的比例。

1.2.3 项目实战

■ 制作流程

本案例首先制作出文本效果；然后制作出雨雾玻璃手写字的效果，如图1-7所示。



图1-7

■ 技术要点

- 打开合并素材制作出背景效果；
- 使用“横排文字工具”创建文字；
- 使用“波纹”滤镜调整其扭曲；
- 使用“涂抹工具”和“画笔”涂抹出留下的水滴；
- 使用图层的混合模式设置文字的效果。

■ 操作步骤

- 01 在菜单栏中选择“文件>打开”命令，在弹出的“打开”对话框中选择随书配备资源中的“玻璃(1).jpg”文件，单击“打开”按钮，如图1-8所示。



图1-8

- 02 继续打开“街景.jpg”文件，如图1-9所示。

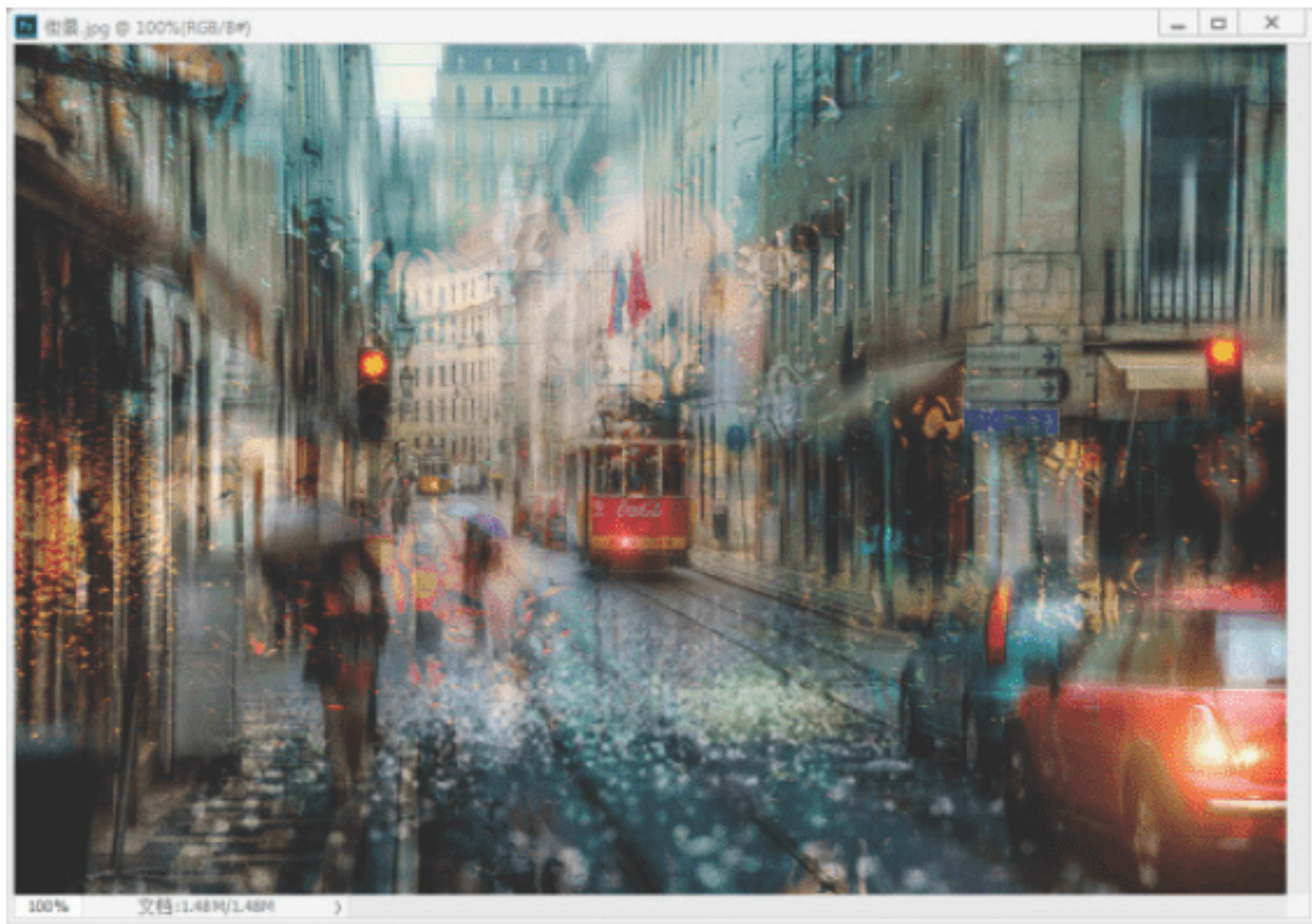



图1-9

03 在工具箱中选择“移动工具”, 将“街景.jpg”图像拖曳到“玻璃(1).jpg”文档中, 并设置图层的混合模式为“叠加”, 如图1-10所示, 可以在图层中查看两个图像。

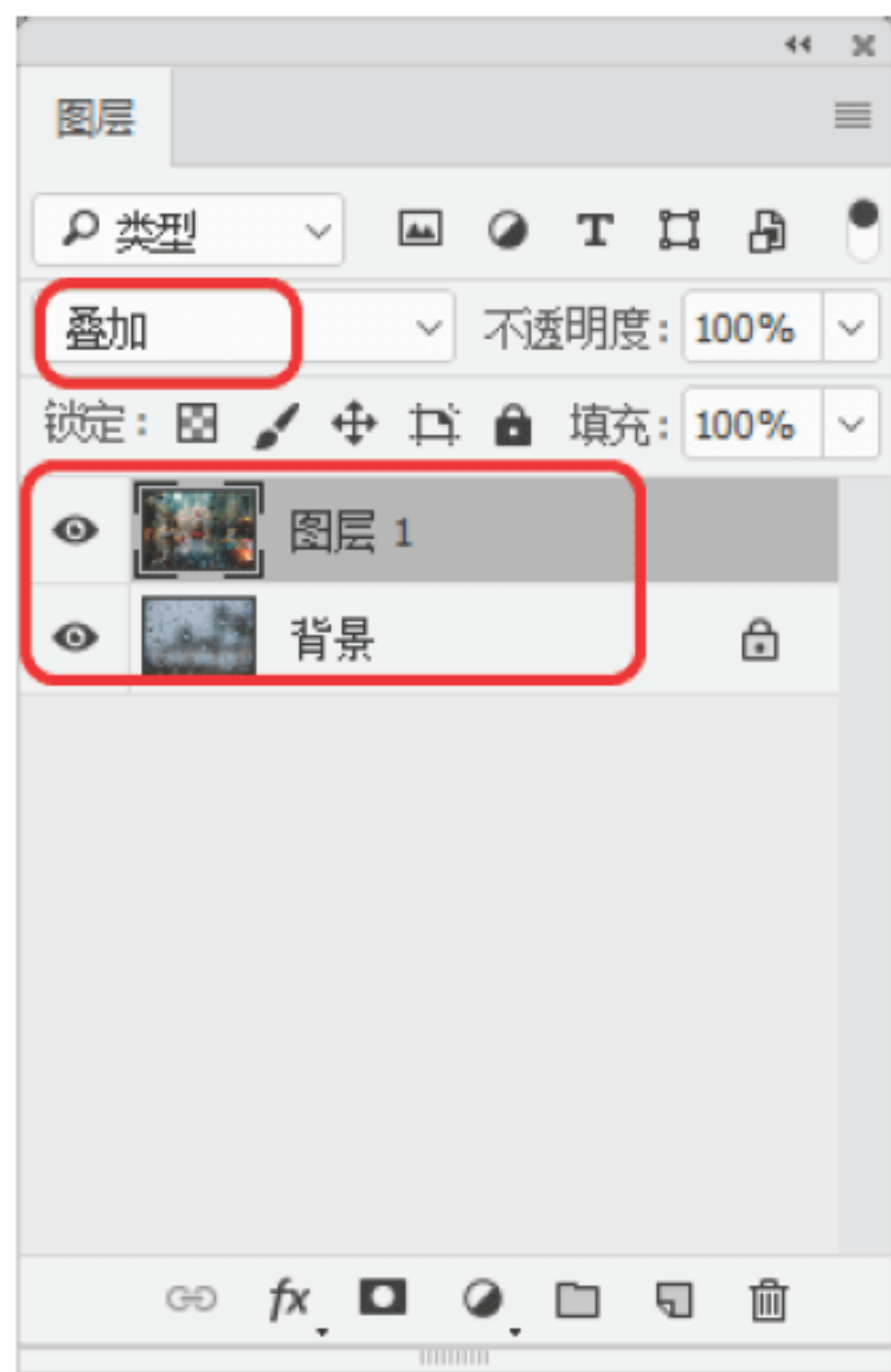



图1-10

移动工具的使用技巧

移动工具就是用来移动对象的, 前提是需要移动的对象所在的图层处于未被锁定状态。想要移动对象, 选择需要移动对象所在的图层, 在工具箱中选择“移动工具”, 将光标放置到对象上, 可以看到箭头下方有一个移动工具的小光标, 说明移动工具处于被选中状态, 如图1-11所示, 按住鼠标左键移动对象即可实现对象的移动操作, 如图1-12所示。配合键盘上的Shift键, 按住鼠标移动对象可以实现对象的垂直和水平移动, 按住键盘上的Alt键, 可以移动复制对象, 如图1-13所示。

如果当前图层是锁定状态, 移动锁定状态中的对象, 出现如图1-14所示的对话框。

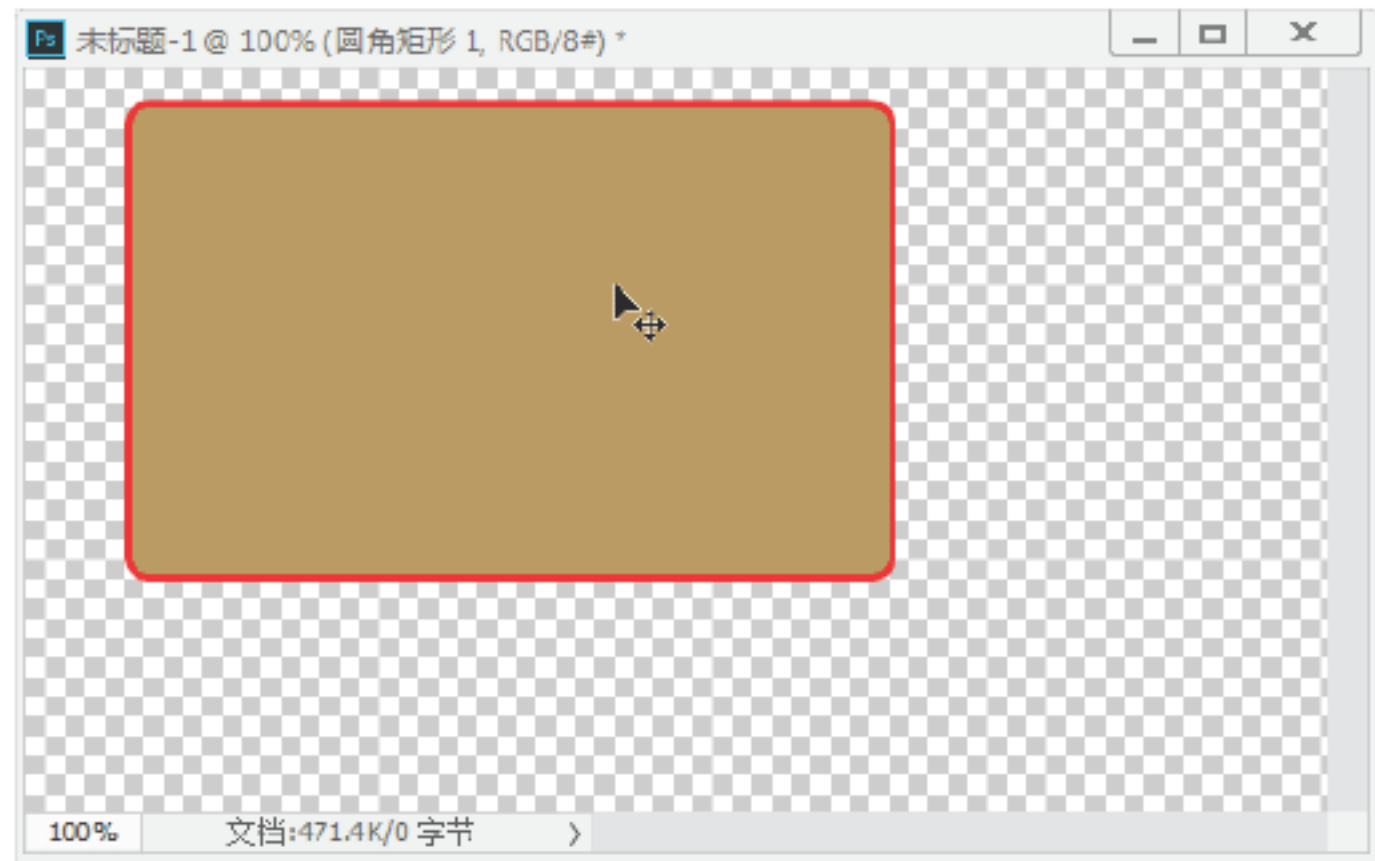


图1-11

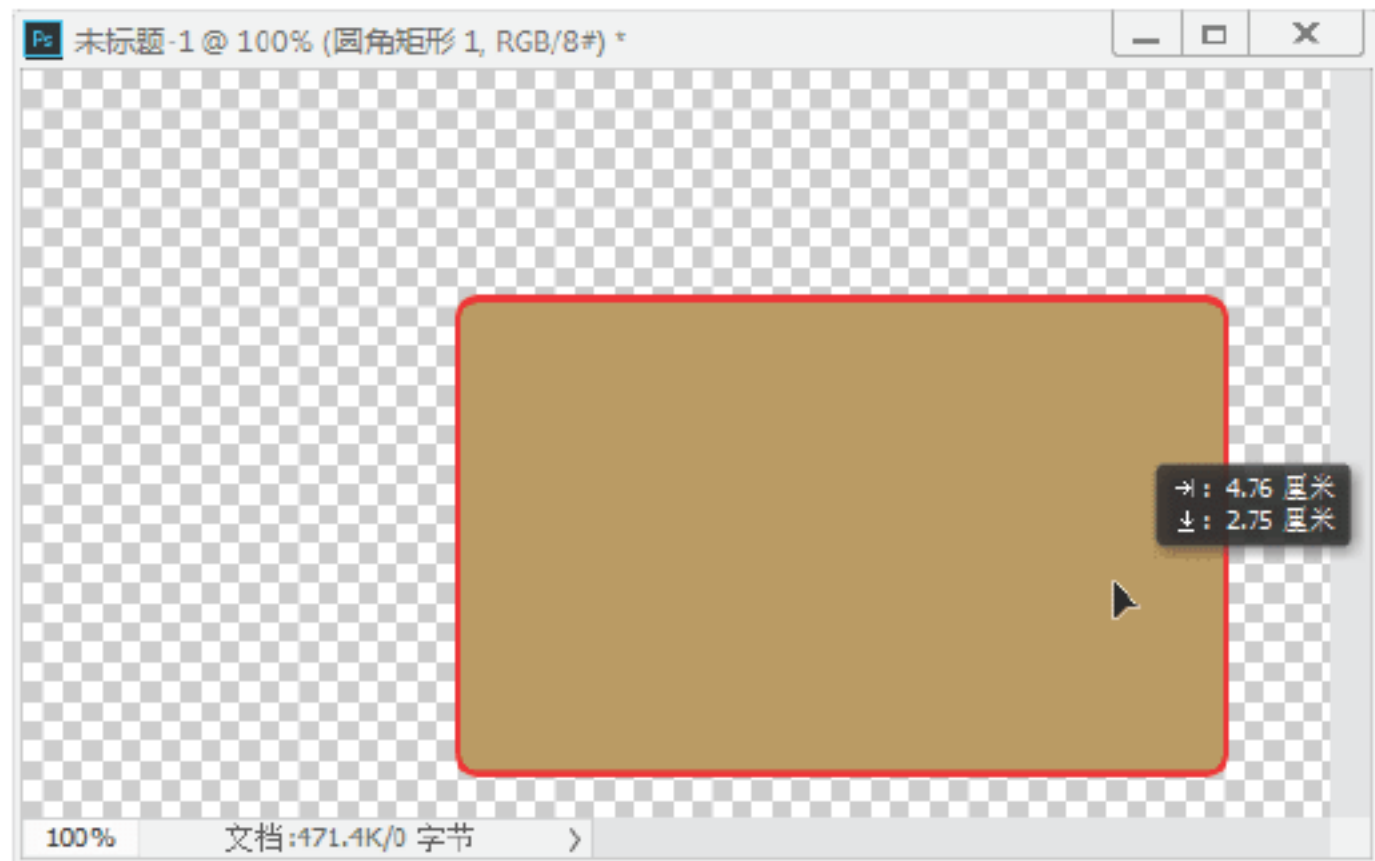


图1-12

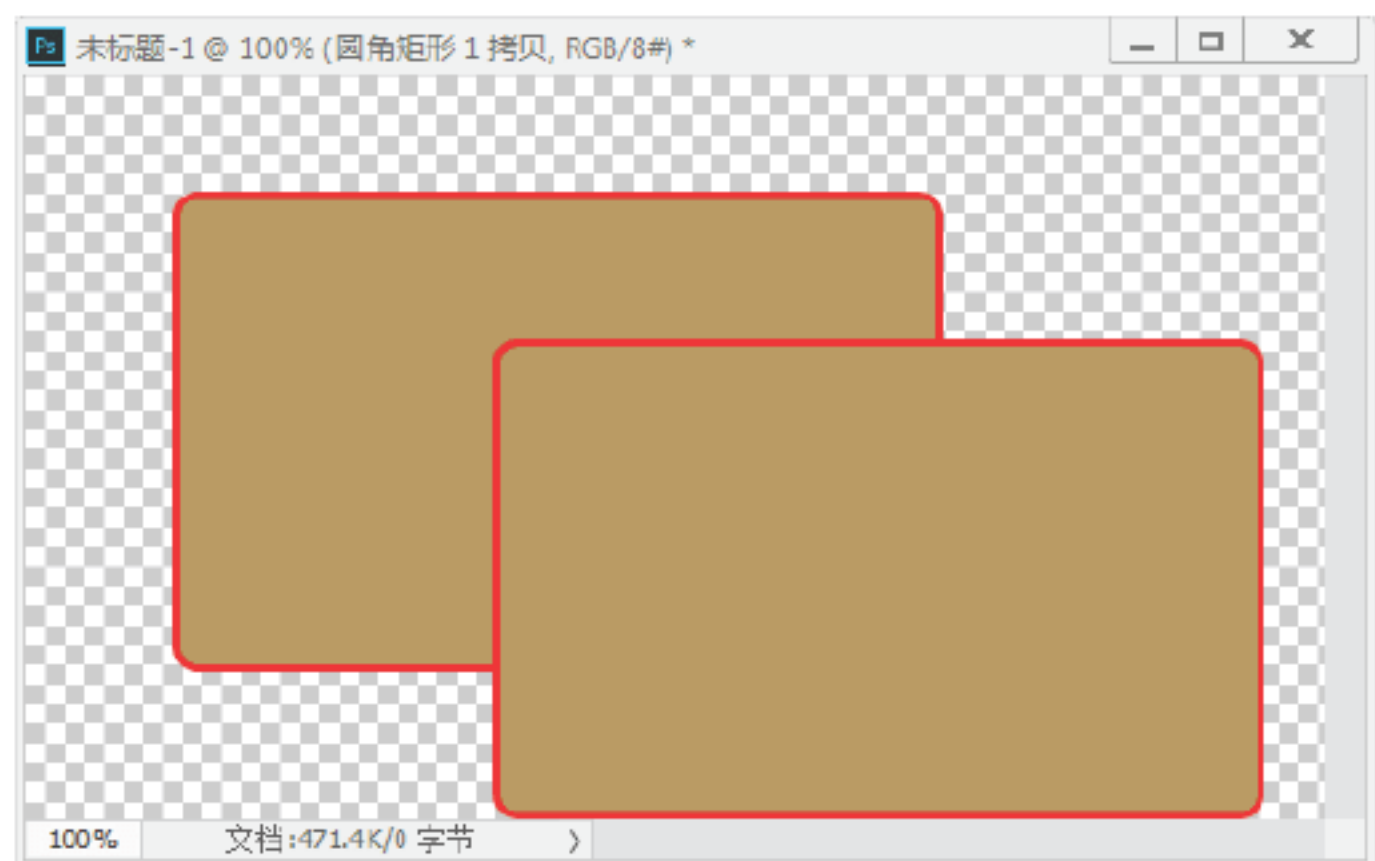


图1-13

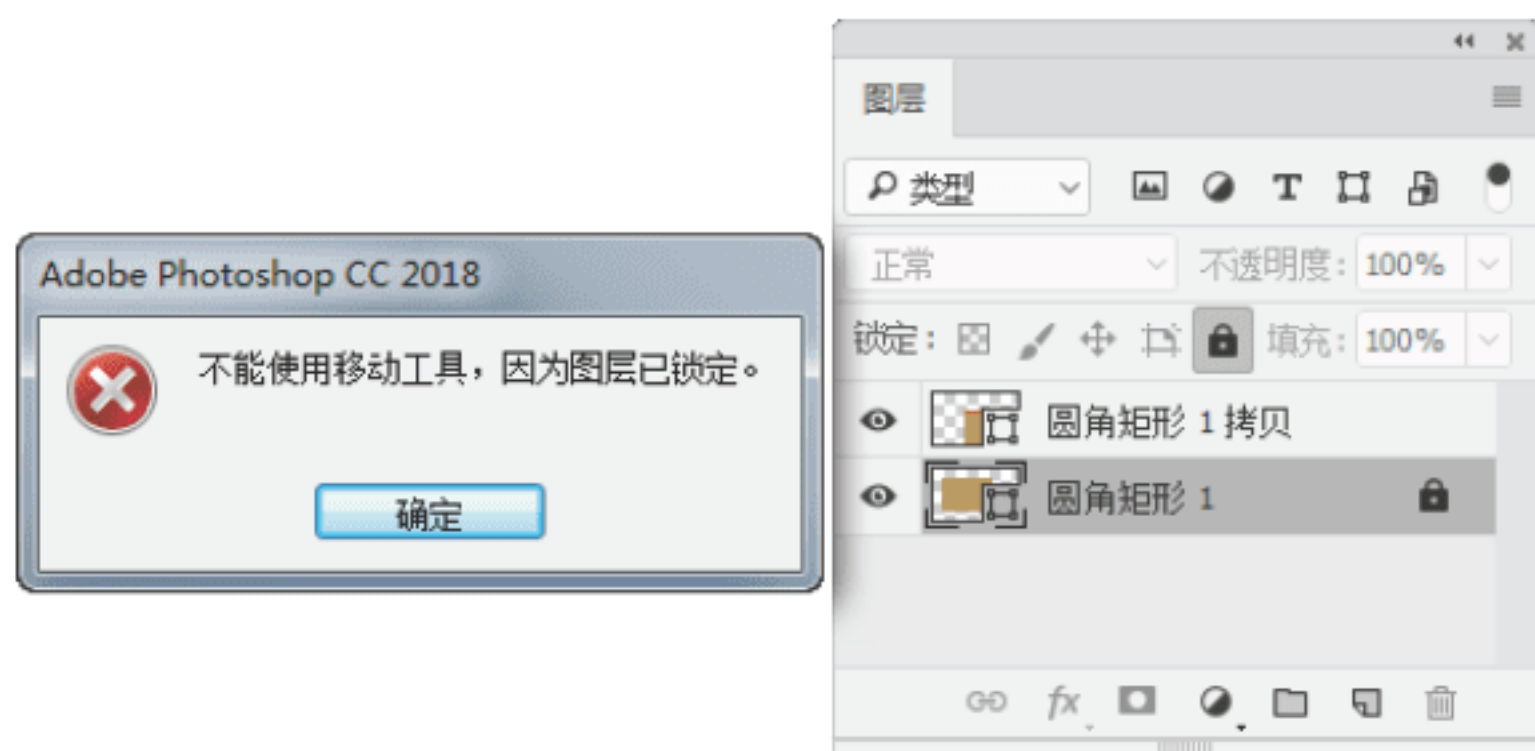
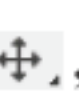


图1-14

跨文件移动。跨文件移动就是将两个图像放置到一个文件中, 如图1-15所示有两个文件窗口, 我们需要将矩形移动到另一个文件窗口中, 可以直接使用“移动工具”, 将其拖曳到另一个窗口中, 当出现如图1-16所示的箭头加号时, 鼠标即可将矩形移动且复制到新的文件中, 如图1-17所示。在图1-17中发现移动复制过去的矩形位置与原位置有些偏差,

若想将矩形的位置调整为源文件中的位置，可以在移动文件的同时按住Shift键，如图1-18所示。

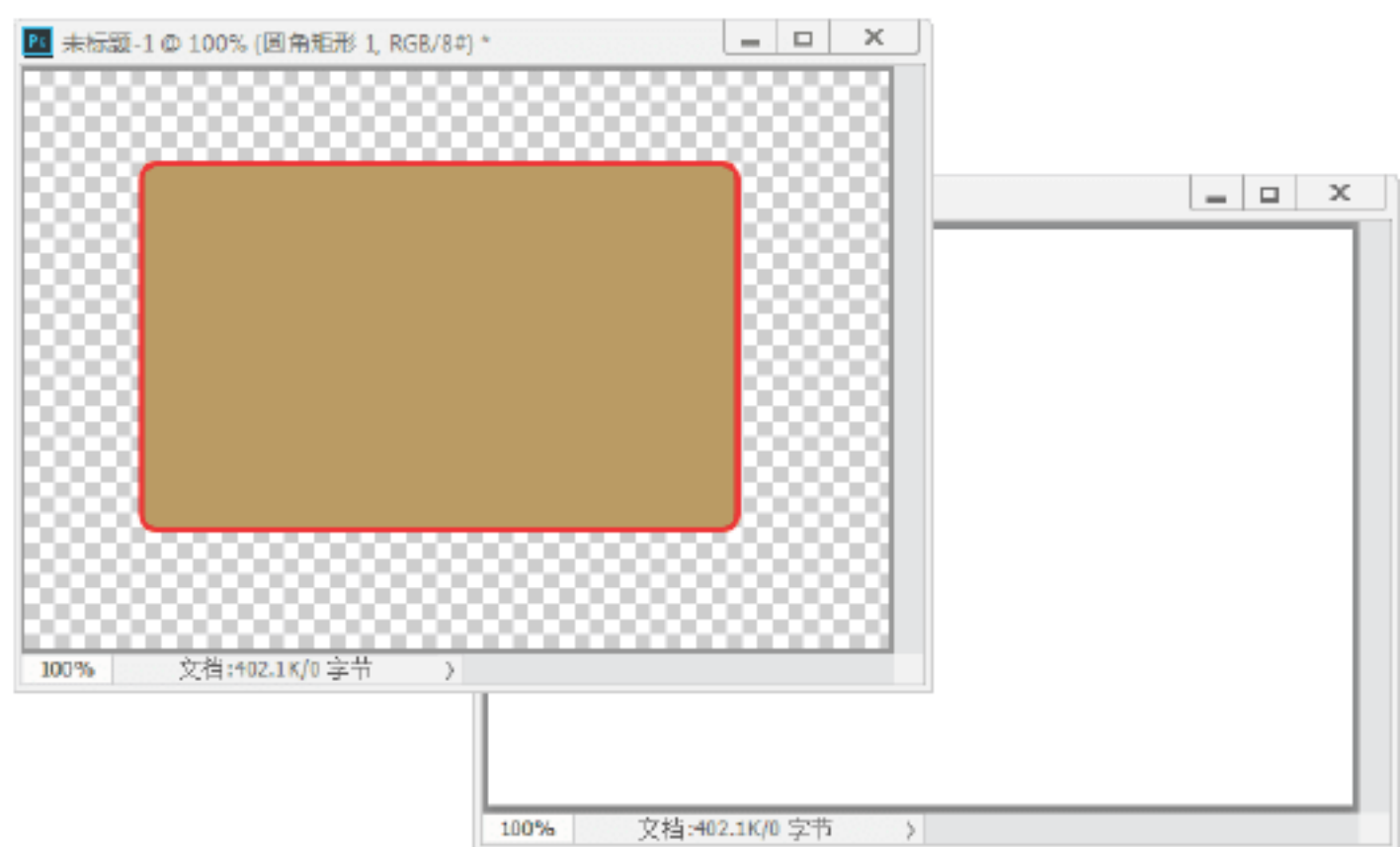


图1-15

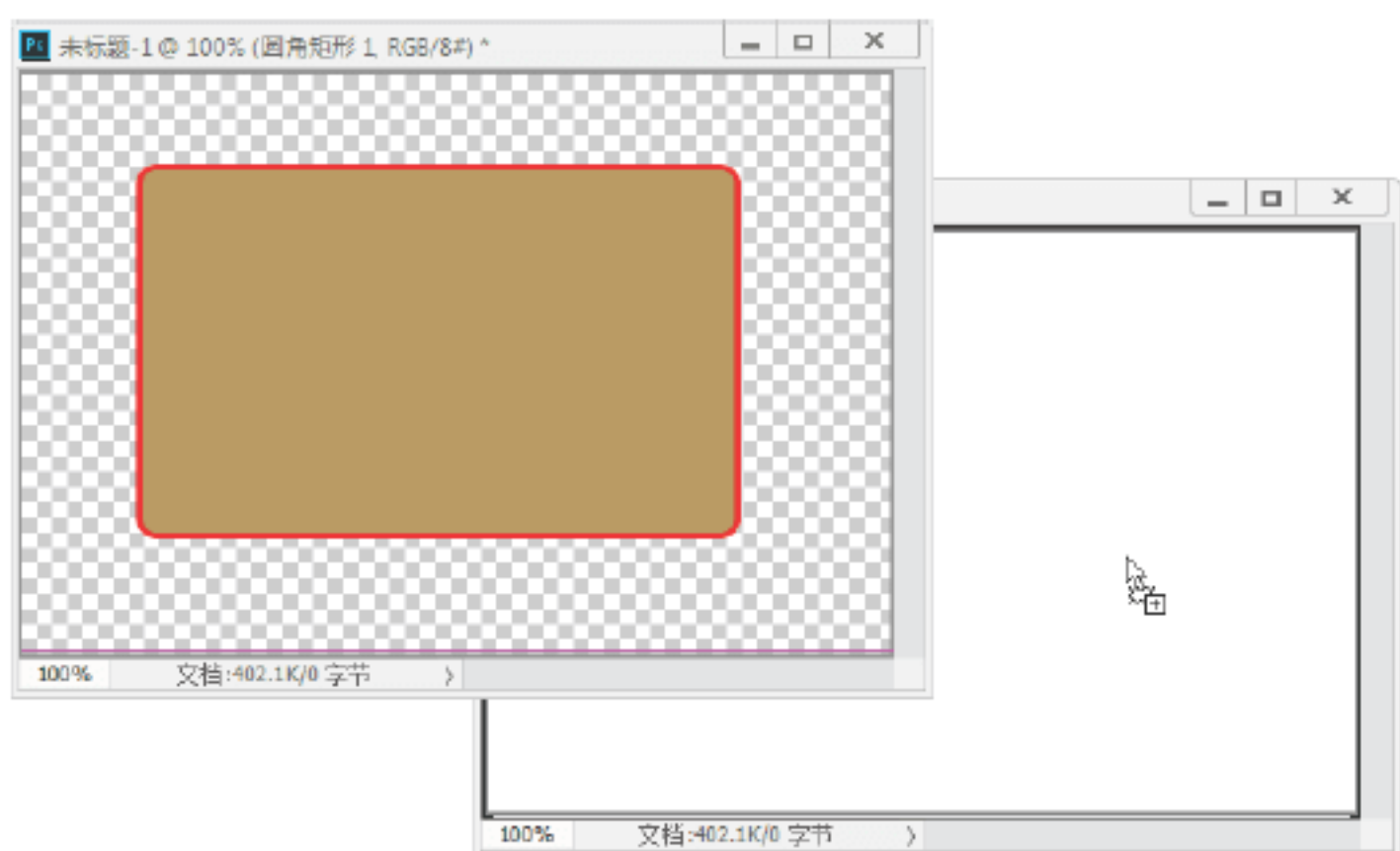


图1-16

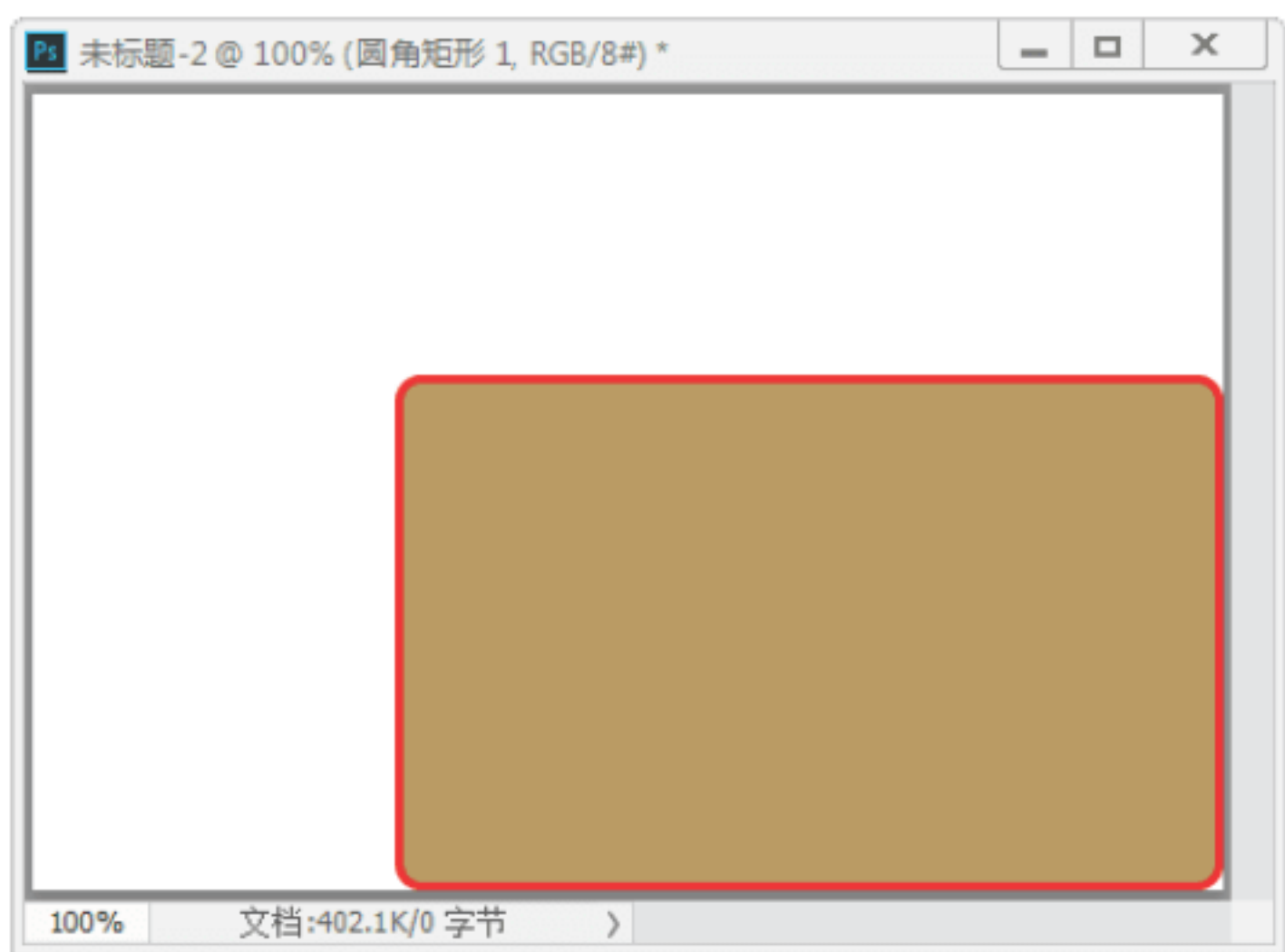


图1-17

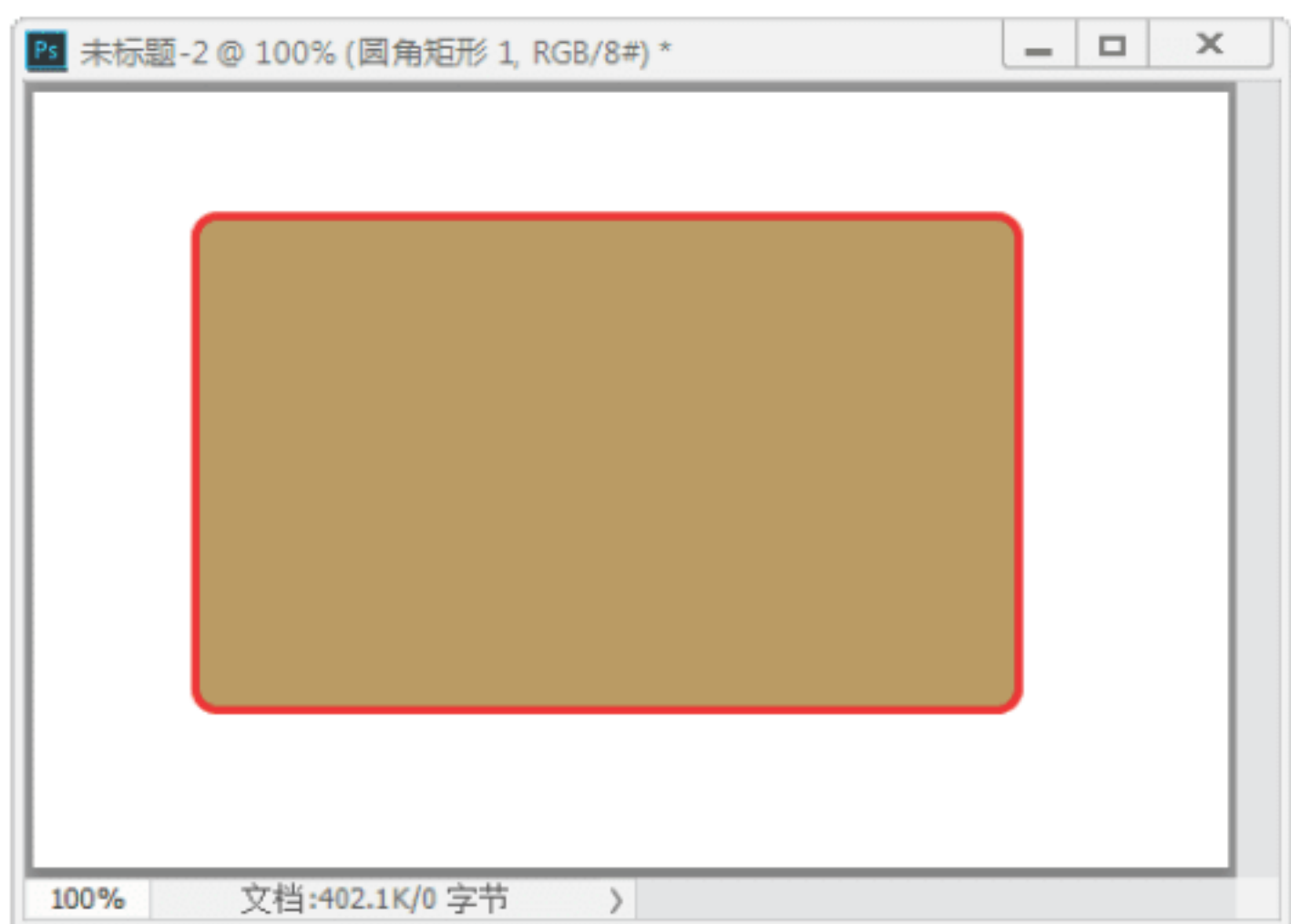


图1-18

移动复制到文件中的对象的大小如果与整个图像大小不符，需要将拖曳进去的图像调整至与另一个图像的大小相同。

04 按Ctrl+T组合键打开自由变换，可以看到图像周围出现了8个小方形，我们将其称为控制点，通过调整这些控制点，可以改变图像的大小，如图1-19所示。

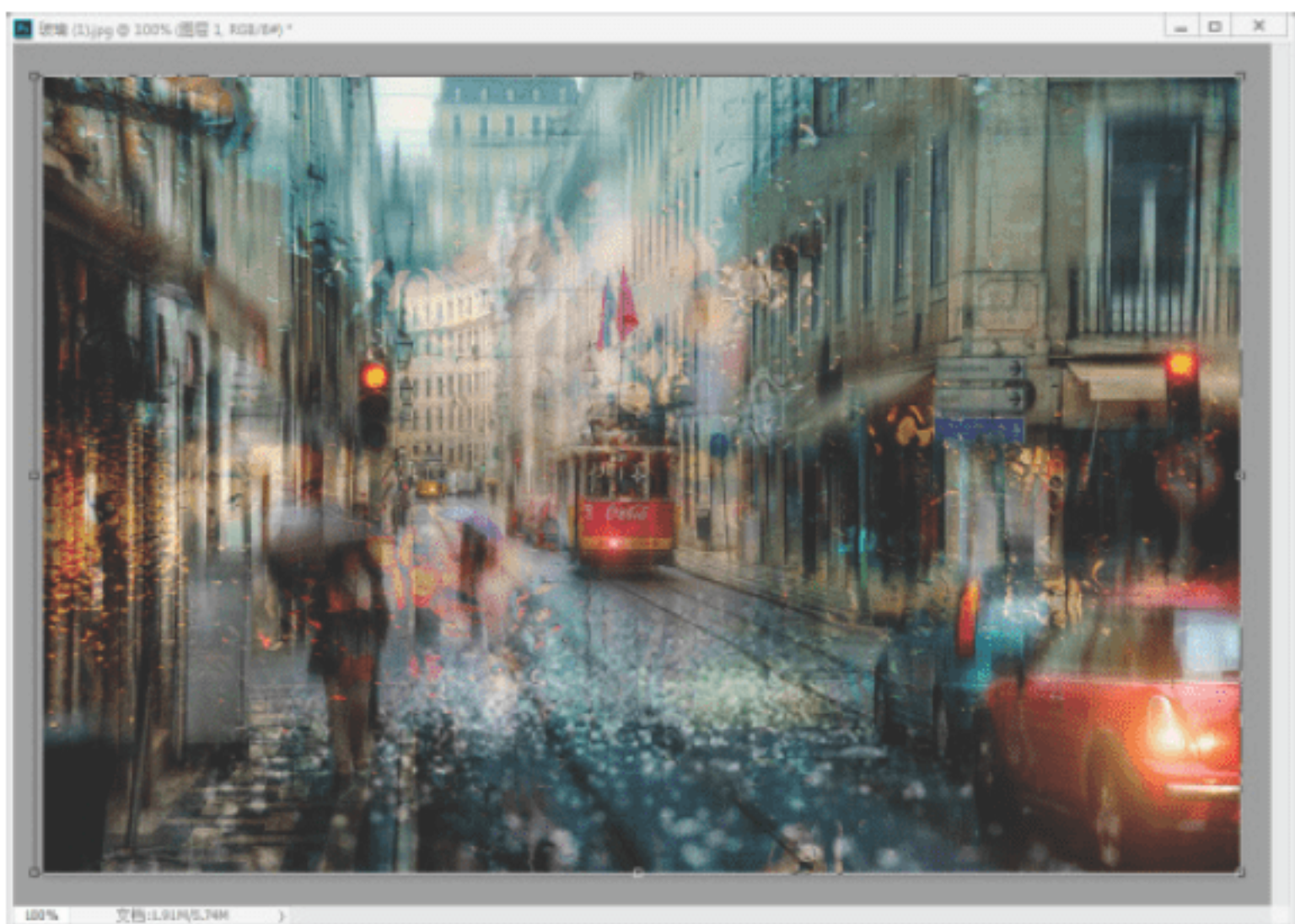


图1-19

自由变换的使用技巧

在自由变换状态下，配合Ctrl键、Alt键和Shift键使用可以快速达到某些变换目的。“自由变换”命令可以在一个连续的操作中应用旋转、缩放、斜切、扭曲、透视和变形，并且可以不必执行其他变换命令。

按Shift键，用鼠标左键单击拖曳定界框4个角上的控制点可以等比例放大或缩小图像，如图1-20所示，也可以反向拖曳形成翻转变换。鼠标左键在定界框外单击拖曳，可以以15°为单位顺时针或逆时针旋转图像。

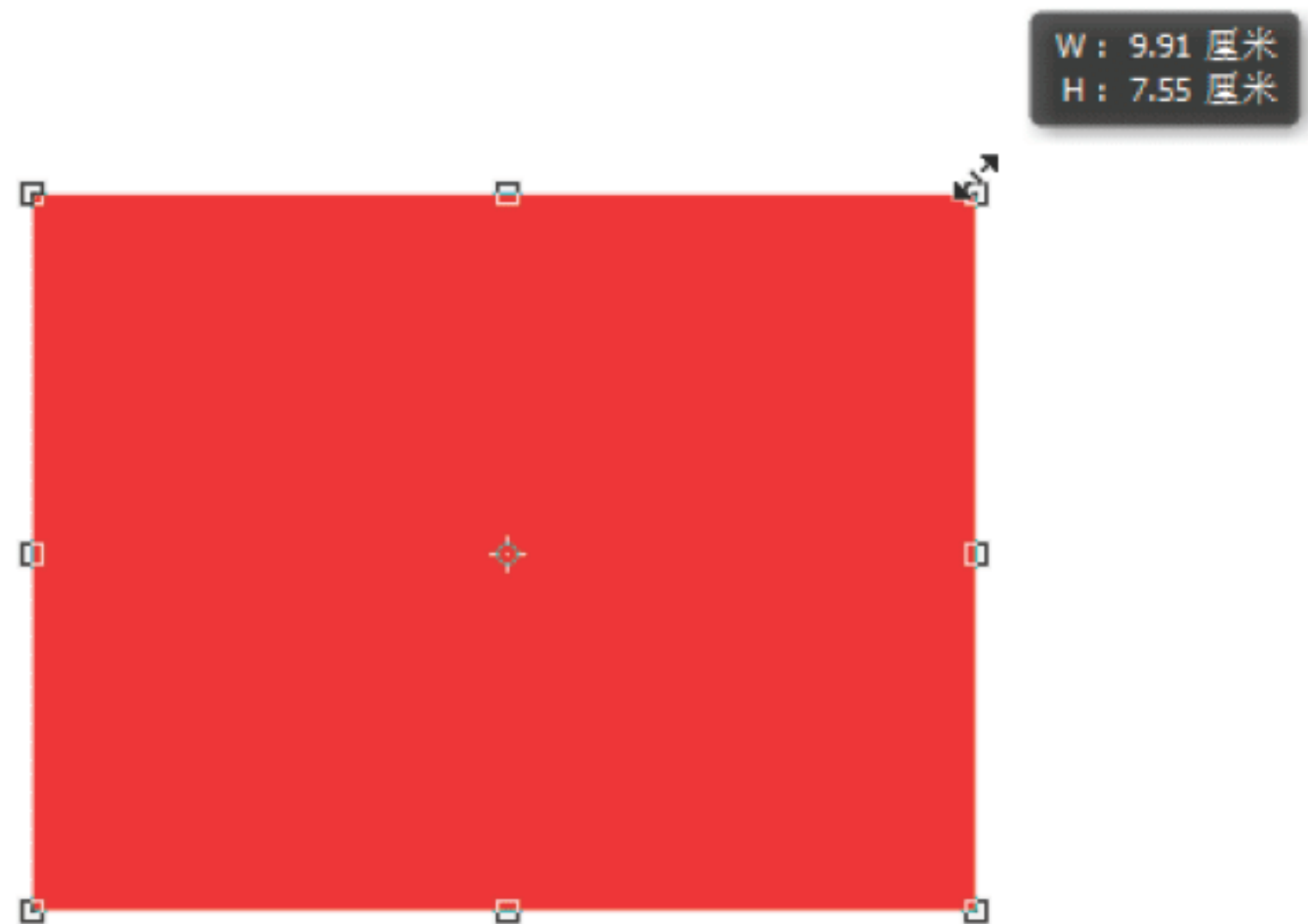


图1-20