

21 世纪国家计算机技能型人才综合培训教材

新编平面设计综合教程

王璞 编

西北工业大学出版社

【内容简介】本书是为计算机平面设计基础教学和基础培训而编写的教材。主要内容有：平面设计基础知识、中文 Photoshop CS2 和 CorelDRAW 12 的基本功能及实例操作，书中还配有大量的实例和习题，通过对每章所讲内容进行练习，可使读者提高平面设计的操作能力，做到学以致用。

本书内容全面、图文并茂、实例丰富，可作为各大中专院校计算机平面设计基础课程和各类培训班的首选教材，同时也可作为各平面设计爱好者的自学参考资料。

图书在版编目 (CIP) 数据

新编平面设计综合教程/王璞编. —2 版. —西安: 西北工业大学出版社, 2006.5
ISBN 7-5612-1562-2

I. 新… II. 王… III. 图形软件, CorelDRAW, Photoshop—教材 IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 078842 号

出版发行: 西北工业大学出版社

通信地址: 西安市友谊西路 127 号 邮编: 710072

电 话: 029-88493844 88491757

网 址: www.nwpup.com

印 刷 者: 陕西向阳印务有限公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 21.5

字 数: 577 千字

版 次: 2006 年 5 月第 2 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

前 言

随着科学技术的飞速发展，计算机技术已广泛应用于各行各业，成为帮助人们解决日常实际问题的强大工具。为此，许多读者为了跟上时代的步伐，为自己创造更多的就业机会，正在努力学习和掌握计算机的核心技术和操作技能。

为了满足市场需求，让读者在较短的时间内快速掌握最新、最流行的计算机技术。我们参考优秀教师成功的教案，总结计算机专家的实践经验，编写了这套 21 世纪国家计算机技能型人才综合培训教材，《新编平面设计综合教程》就是其中之一。

一、本书特色

1. 反映最新最流行的新技术

本书在策划和编写时，选取市场上最新、最易掌握的中文版软件，以满足广大读者的普遍需求，与时代接轨。

2. 理论与实践相结合

本书从自学与教学的角度出发，精简的理论与丰富适用的范例相结合，让读者边学边练，很大程度地激发了读者的学习兴趣。

3. 注重与实际工作相结合

本书以“全面培训”为目标，以“实用、够用”为原则，最大限度地体现技能培训教材的特色。

4. 内容新颖、全面，编写风格独特

本书以岗位技能培训为重点，内容系统、全面，从易到难、循序渐进，并将知识点融入到每个实例中，使读者在了解理论知识的同时，提高实践能力。本书版式独特，章节结构清晰，重点突出，图文并茂，操作步骤详略得当，是一套适用性很强的技能培训类丛书。

二、本书内容

本书共有 20 章。主要内容包括平面设计基础知识、Photoshop CS2 基础知识、CorelDRAW 12 基础知识、综合实例应用等。

三、读者定位及用途

(1) 本书内容讲解由浅入深、循序渐进、结构清晰、实例丰富，可以作为各大中专院校计算机应用基础课程和各类培训班的首选教材，同时也可以作为计算机爱好者的自学参考资料。

(2) 通过对本书的学习，读者能够熟练应用相关软件，掌握实例的制作方法和技巧，并能够熟练自如地将其应用于不同的行业中。

希望本书能成为国家岗位技能培训的理想教材，为创造我们灿烂美好的明天贡献一份力量。

由于作者水平有限，不足之处在所难免。恳请广大读者将使用情况及各种意见、建议及时反馈给我们，以便我们在今后的工作中，不断地改进和完善。

编 者

目 录

PART 1 平面设计基础篇

第一章 平面设计常识.....	2
第一节 平面设计的创作和基本流程.....	2
一、平面设计的创作.....	2
二、平面设计的基本流程.....	3
第二节 平面设计作品的相关知识.....	4
一、CIS 企业形象识别设计.....	4
二、标志设计.....	4
三、包装设计.....	4
四、书籍的装帧设计.....	5
五、海报设计.....	5
六、宣传卡设计.....	5
七、报纸广告设计.....	6
第三节 平面设计软件简介.....	6
一、图像处理软件.....	6
二、图形设计软件.....	6
第四节 常用色彩模式.....	7
一、位图模式.....	7
二、灰度模式.....	7
三、RGB 模式.....	7
四、CMYK 模式.....	8
五、HSB 模式.....	8
六、Lab 模式.....	8
七、双色调模式.....	8
八、索引色模式.....	8
第五节 图像概述.....	9
一、数字图像的类型.....	9
二、数字图像的格式.....	9
三、分辨率.....	9
本章小结.....	10
习题一.....	10

PART 2 Photoshop 实践篇

第二章 Photoshop CS2 基本操作.....	12
第一节 Photoshop CS2 工作界面.....	12
一、菜单栏.....	13
二、工具箱.....	13
三、属性栏.....	14
四、状态栏.....	14
五、工作区.....	14
六、各类浮动面板.....	15
第二节 文件的操作.....	15
一、新建图像.....	15
二、打开文件.....	16
三、关闭文件.....	17
四、保存文件.....	17
五、常用文件格式.....	18
第三节 标尺、网格及参考线.....	18
一、显示/隐藏标尺.....	18
二、显示/隐藏网格.....	19
三、显示/隐藏参考线.....	19
本章小结.....	19
习题二.....	20
第三章 图像选区.....	21
第一节 选取工具及其使用.....	21
一、矩形选框工具组.....	21
二、套索工具组.....	22
三、魔棒工具.....	23
第二节 其他选取方式.....	24
一、利用全选命令建立选区.....	24
二、利用色彩范围命令建立选区.....	24
第三节 选区的调整.....	25
一、取消、移动或反选选区.....	25
二、修改选区.....	25
三、羽化选区.....	27

四、变换选区	27
本章小结	28
习题三	28
第四章 图像的编辑与修饰	29
第一节 设置颜色	29
一、前景色和背景色	29
二、颜色面板	30
三、色板面板	30
第二节 绘图和修饰工具	31
一、橡皮擦工具组	31
二、画笔工具组	33
三、修复工具组	36
四、图章工具组	37
五、填充工具组	38
六、模糊工具组	40
七、亮化工具组	41
第三节 其他工具	41
一、吸管工具组	42
二、注释工具组	43
三、缩放工具	43
四、抓手工具	44
本章小结	44
习题四	44
第五章 图层、通道、蒙版和路径	45
第一节 图层的基本概念	45
一、图层的概念	45
二、图层的分类	46
第二节 图层的基本操作	46
一、图层的选择、隐藏、创建和删除	46
二、图层的次序	47
三、图层的混合样式	48
四、图层的链接与合并	48
第三节 通道的基本概念	49
一、通道面板	50
二、通道的分类	50

第四节 通道的基本操作.....	51
一、新建通道.....	51
二、复制和删除通道.....	51
三、分离和合并通道.....	52
四、专色通道.....	53
第五节 蒙版及其应用.....	54
一、创建蒙版.....	54
二、快速蒙版.....	55
第六节 图像混合运算.....	56
一、应用图像.....	56
二、计算.....	58
第七节 路径的使用.....	59
一、创建路径.....	60
二、编辑路径.....	64
本章小结.....	67
习题五.....	67

第六章 图像色彩调整.....69

第一节 色彩的基本概念.....	69
一、色相、饱和度、对比度.....	69
二、色彩的溢色.....	69
第二节 色彩色调平衡调整.....	70
一、色阶.....	70
二、自动色阶.....	71
三、自动对比度.....	71
四、自动颜色.....	71
五、曲线.....	72
六、色彩平衡.....	72
七、亮度/对比度.....	73
八、色相/饱和度调整.....	73
九、通道混合器.....	74
十、暗调/高光.....	75
十一、变化.....	75
十二、渐变映射.....	76
十三、照片滤镜.....	77
第三节 特殊的色彩调整.....	77
一、反相.....	77

二、色调均化	78
三、阈值	78
四、色调分离	79
五、去色命令	79
本章小结	80
习题六	80
第七章 文字的应用	81
第一节 编辑文本	81
一、文字工具	81
二、文字工具属性栏	81
三、设置文字属性	82
四、设置段落格式	84
五、输入文字	84
第二节 文字特效的应用	85
一、路径文字	85
二、变形文字	87
本章小结	88
习题七	89
第八章 滤镜的应用	90
第一节 滤镜库	90
第二节 图案生成器	91
第三节 艺术滤镜	92
第四节 素描滤镜	96
第五节 画笔描边滤镜	98
第六节 模糊滤镜	100
第七节 杂色滤镜	101
第八节 渲染滤镜	102
第九节 扭曲滤镜	102
第十节 像素化滤镜	104
第十一节 风格化滤镜	104
第十二节 锐化滤镜	106
第十三节 纹理滤镜	106
第十四节 其他滤镜	107
第十五节 视频滤镜	107

第十六节 Digimarc 滤镜.....	108
本章小结.....	108
习题八.....	109
第九章 照片及建筑效果的处理.....	110
实例 1 艺术照片效果.....	110
实例 2 照片后期处理.....	113
实例 3 建筑效果图后期处理.....	117
本章小结.....	119
习题九.....	119
第十章 图书封面与产品包装设计.....	120
实例 1 图书封面设计.....	120
实例 2 护肤品包装设计.....	123
实例 3 牙膏包装设计.....	127
本章小结.....	134
习题十.....	134
第十一章 海报、招贴与广告设计.....	135
实例 1 电影海报.....	135
实例 2 招贴设计.....	139
实例 3 数码广告设计.....	143
实例 4 汽车广告设计.....	147
实例 5 香水广告设计.....	150
实例 6 房地产宣传页.....	154
实例 7 个人桌面设计.....	159
本章小结.....	166
习题十一.....	166

PART 3 CorelDRAW 实践篇

第十二章 中文 CorelDRAW 12 基础操作.....	169
第一节 CorelDRAW 12 界面介绍.....	169
一、进入 CorelDRAW 12 软件系统.....	169

二、操作界面介绍	171
第二节 安装 CoreIDRAW 12 的系统配置	173
第三节 文件的基本操作	174
一、新建文件	174
二、打开文件	174
三、导入文件	175
四、存储文件	176
第四节 页面的基本设置	177
一、页面标尺和屏幕解析度的设置	177
二、页面大小和背景的设置	177
本章小结	179
习题十二	180
第十三章 基本图形的绘制与编辑	181
第一节 线条的绘制与编辑	181
一、线条的绘制	181
二、线条的编辑	184
第二节 几何图形的绘制与编辑	186
一、绘制几何图形	186
二、图形的编辑	189
第三节 智能型绘图工具	192
本章小结	193
习题十三	193
第十四章 文本的编辑	194
第一节 文本的添加	194
一、美术文本	194
二、添加段落文本	195
三、链接文本框	195
四、美术文本与段落文本之间的相互转换	196
第二节 文本属性设置	196
一、属性栏设置	196
二、编辑文本	197
第三节 段落文本对象的处理	199
第四节 对文本使用特殊效果	202
一、使文本适合路径	202

二、为文字添加封套	204
三、在文本中插入符号	204
四、将图像嵌入段落文本中	205
五、为美术文本添加调和效果	206
六、文本与图形对象的嵌合与拆分	207
第五节 设定样式	207
本章小结	208
习题十四	208
第十五章 对象组织与特殊效果的处理	209
第一节 对象的组织	209
一、对象的对齐与分布	209
二、对象的排序	210
三、对象的群组	211
四、对象的结合	211
五、对象的锁定	212
六、对象的修整	212
第二节 对象特殊效果的处理	213
一、对象的交互式效果	213
二、透镜效果	218
三、图框精确剪裁	220
四、色调的调整与变换	221
本章小结	223
习题十五	224
第十六章 在 CorelDRAW 中处理位图	225
第一节 位图的导入	225
第二节 矢量图与位图的转换	227
第三节 编辑位图	228
一、位图的编辑	228
二、位图的颜色模式	228
三、位图的颜色遮罩	234
第四节 位图的特效	235
一、三维效果	235
二、艺术笔触	240
三、模糊	247
四、颜色变换	249

五、轮廓图	252
六、创造性	254
七、扭曲	260
八、杂点	266
九、鲜明化	269
本章小结	271
习题十六	272
第十七章 绘画设计	273
实例 1 绘制鼠标	273
实例 2 绘制手机	278
实例 3 绘制卡通人物	286
本章小结	293
习题十七	293
第十八章 企业形象设计	294
实例 1 名片设计	294
实例 2 介绍信设计	300
实例 3 手提袋设计	302
本章小结	306
习题十八	306
第十九章 平面广告设计	307
实例 1 广告宣传页设计	307
实例 2 产品广告设计	311
本章小结	318
习题十九	318
PART 4 综合应用实践篇	
第二十章 综合应用实例	320
实例 1 图书彩插页设计	320
实例 2 房地产广告设计	325
本章小结	330
习题二十	330

PART 1

平面设计基础篇

平面设计是设计者将不同的基本图形或图像按照一定的创意在平面上组合成图案的过程。平面设计主要在二维平面范围内描绘和处理图像。平面设计又是一种理性艺术活动，它在强调形态之间的比例、平衡、对比和节奏的同时，又要讲究图像给人带来的视觉效果。它在建筑设计、海报设计、招贴画设计、书籍装帧设计及网页设计等领域得到了广泛应用。

本篇主要介绍平面设计的一些基本知识。了解与掌握平面设计基础知识，将会有助于相关行业的从业人员与计算机图形图像软件使用者设计与制作精美别致的图像画面。

Let's Go! 

第一章 平面设计常识



计算机技术的发展，赋予了平面设计更丰富的内涵，它不仅包含了文字、图形、图像、图表等设计内容，并且集计算机技术、数字化技术和艺术创意于一体，平面设计的重新定义，进一步拓宽了它的应用领域。通过本章的学习，主要使读者了解平面设计的一些常识，为以后的设计打好基础。



- (1) 平面设计的创作和基本流程。
- (2) 设计作品相关知识。
- (3) 平面设计软件简介。

第一节 平面设计的创作和基本流程

一幅具有强大感染力和震撼力、具有独特创意构思的优秀作品，是需要经过一定的创作阶段和制作流程才可以完成的。

一、平面设计的创作

平面设计的创作同文学创作、艺术创作一样，是分阶段完成的，其创作主要划分为以下几个阶段：

1. 灵感阶段

创作必须有灵感，没有灵感的作品是没有生命的。创作的灵感来源于现实生活，一首歌、一幅画、一张广告牌、一个人、一件事、一个物体都可以让意识产生震撼，激发创作灵感。

2. 搜集素材阶段

灵感是一瞬间的，也是非常虚幻的东西，搜集素材阶段就是调整灵感的过程，将灵感深入生活，为灵感添加血和肉，使其更加真实化，即艺术创意与现实生活的结合。

3. 构思阶段

构思是创作最关键的一步，作品是否成功，主要取决于创作的构思。构思主要是确定作品的框架、作品所要表现的主题、作品的表现手法及面对的欣赏或消费群体。

4. 制作阶段

制作是创作的最后阶段，也是创作的高潮，它借用点、线、面、体、色彩等形式，将构思具体化、语言化、生动化。

二、平面设计的基本流程

平面设计也有基本的创作流程，如图 1.1.1 所示。

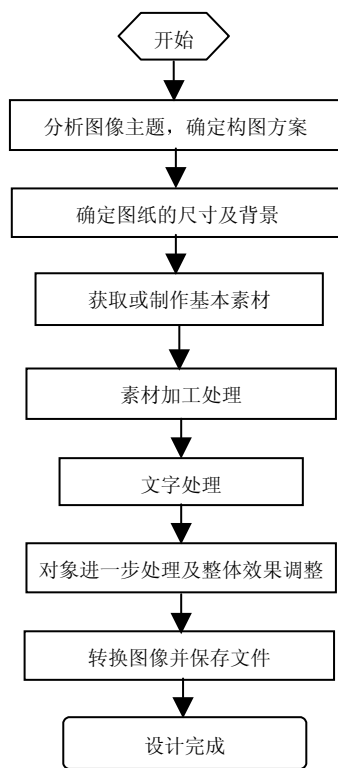


图 1.1.1 平面设计的基本流程

(1) 分析图像主题，确定构图方案。平面设计是围绕主题来创作的，所以必须先确定作品的主题和构图方案。

(2) 确定图纸的尺寸及背景。根据确定的主题与构图方案，设置绘图页面的大小及背景。

(3) 获取基本的数字图像素材。

(4) 素材的加工处理。根据设计需要整理并加工素材。

(5) 文字处理。文字在作品中起到了画龙点睛的作用，恰当的文字效果可以表现出作品的主题。

(6) 整体效果的调整。对象与对象之间的相互协调、风格的相互统一，是一幅成功作品必须注意的问题。

(7) 保存文件。根据图像的用途，将文件保存为合适的文件格式。

以上 7 步是平面设计最基本的流程，一幅成功的作品必须经过多次反复的修改才能完成。

第二节 平面设计作品的相关知识

平面设计已经广泛应用于广告设计、包装设计、封面设计、服装设计、模型设计、网页设计和多媒体等领域，它与我们的生活息息相关，仔细观察，在生活的各个方面，都会有成功的平面设计作品展现在我们面前，本节将介绍平面设计作品的一些相关知识。

一、CIS 企业形象识别设计

作为企业树立整体形象、拓展市场和提升竞争力的有效工具，CIS 的价值已被诸多取得卓越成就的国际化大企业所认同。下面简单介绍 CIS 的含义、基本构成要素和设计目的。

CIS 是英文 Corporate Identity System 的缩写，直译为企业（团体）标识系统。它将企业的经营理念与文化用整体传达系统（特别是视觉传达设计）传达给周围的团体和个人，反映企业内部的自我认识和公众对企业的外部认识，也就是将现代设计观念与企业管理理论结合起来，以刻画企业个性，突出企业精神，使消费者认同企业。

CIS 的基本构成要素分为三部分：统一的企业理念识别（Mind Identity），简称 MI；规范的企业行为识别（Behavior Identity），简称 BI；一致性的视觉形象（Visual Identity），简称 VI。这三者相辅相成，共同塑造企业独特的风格和形象，确立企业的主体特征。

CIS 是一种系统地塑造企业形象的方法，是 20 世纪以来成功综合运用现代管理学、市场学、营销学、公共关系学、广告学、组织行为学和社会心理学的结果，也是许多企业家经营实践和平面视觉设计师们智慧的结晶。它通过良好的视觉形象设计，以视觉符号的标志为发展中心，对企业形象做统一的、有组织的系统传播，使企业能迅速地被大众所识别并认同。

二、标志设计

企业标志是企业的代表符号，在企业对外公关、广告宣传及促销活动中发挥着重要的作用，是企业及其产品的象征。在当今商品经济迅速发展的时代，商品竞争日趋激烈，企业标志得到越来越广泛的应用，因此也变得更为重要。

标志设计的基础在于对企业整体的认识。标志是由企业规章制度、经济实力、认同感等多种因素凝结而成的象征符号，因此必须具有非常强的说服力、表现力、联想力，更要具有独特的风格和时代的感召力。因此，企业标志的设计绝非条文式的，它强调的是心灵的感受和理智的认同。企业标志的确立，是建立企业形象不可缺少的视觉要素之一，企业形象的建立围绕着标志这一核心形象。

三、包装设计

包装是商品不可缺少的一部分，它不仅具有保护商品和使商品便于运输的作用，更具有美化商品、宣传商品的功能。

商品的包装，因商品本身特征的不同，采用的材料和方式也会不同，但考虑的重点一般是保护商品、制作成本和外观三个方面。

一个成功的包装设计，首先要符合国家标准，同时还要注意以下几点：