

前言 PREFACE

在创意产业快速发展的今天，掌握软件应用技能、设计知识和提高艺术设计修养是每一个设计从业人员应该关注的3个重要方面，除了这3个方面外，还需要熟悉并掌握一定的印刷知识，这样才能够设计制作出符合行业规范的作品。

本书以平面设计行业规范、平面设计原理、印前技术为基础，通过 Photoshop、Illustrator 和 InDesign 软件的综合应用，使读者掌握卡片设计、宣传广告设计、海报设计、书籍装帧设计、杂志画册设计和包装设计等领域的设计与印前制作。

●●● 内容安排

本书从平面设计师的实际工作应用出发，通过9章内容安排，全面介绍平面设计行业规范、印前技术知识，并通过多个不同类型的平面设计案例全面介绍平面设计中的具体设计方法和技巧。

第1章 平面设计行业规范，主要介绍有关平面设计行业的相关知识，使读者对平面设计行业有更加深入的了解和认识。

第2章 常见印刷工艺，主要针对平面设计行业中常见的印刷工艺进行讲解，使读者能够对各种印刷工艺有所了解，从而更好地应用到设计工作中。

第3章 原稿的处理与色彩调整，设计师在开始设计之前，获取的原稿并不一定都符合设计的要求，还需要对原稿进行相应的处理。本章主要向读者介绍对原稿进行处理的方法以及原稿色调调整的方法。

第4章 卡片设计，主要介绍卡片设计的相关知识和规范，并通过对企业名片和会员卡的设计制作，使读者掌握在 Illustrator 中设计制作各种不同类型卡片的方法。

第5章 宣传广告设计，主要介绍各种不同类型宣传广告的设计知识，通过对食品宣传广告、房地产 DM 宣传页和楼盘户外广告的设计制作，使读者掌握在 Photoshop 中设计制作各种不同类型宣传广告的方法。

第6章 海报设计，主要介绍海报设计的相关知识和规范，明确海报设计的相关要求，通过对红酒宣传海报和品牌推广海报的设计制作，使读者掌握在 Photoshop 中设计制作海报的方



法和技巧。

第7章 书籍装帧设计，主要介绍书籍装帧的相关设计知识和设计流程，通过对不同种类书籍装帧设计制作的讲解，使读者理解书籍装帧的设计原则，在 **Illustrator** 中制作出精美的书籍装帧。

第8章 杂志画册设计，主要介绍有关杂志和画册版式设计的相关知识，并通过杂志和画册案例的制作，拓展读者在杂志和画册设计方面的思路，使读者能够在 **InDesign** 软件中进行杂志的排版设计，在 **Illustrator** 中设计精美的宣传画册作品。

第9章 包装设计，主要介绍商品包装设计的相关知识，通过对不同产品包装的设计制作，使读者掌握包装的设计要求，在 **Illustrator** 软件中制作出精美的包装。

●●● 资源包辅助学习

为了增加读者的学习渠道及学习兴趣，本书配有资源包。读者可扫描下方二维码获取本书中所有案例的相关源文件素材、教学视频和 **PPT** 课件，使读者可以跟着本书做出相应的效果，并能够快速应用于实际工作中。



源文件素材 1



源文件素材 2



教学视频



PPT 课件

●●● 本书特点

本书是一本实用、综合的平面设计与印前技术指南。书中所有内容紧扣实际工作流程，深入剖析平面设计和印前技术，所有案例均与实际工作紧密结合，使读者能够快速上手。本书主要具有以下几个特点。

- 全面的印前技术讲解

本书语言简洁、图文并茂，书中全面系统地介绍了平面设计的行业知识以及与平面设计相关的印刷技术和印刷工艺。

- 详细的商业案例剖析

书中设计制作的典型商业案例，全面解析创作思路、创作关键点、色彩和版式的搭配特点，详解实现过程，使读者能够快速掌握设计理念和软件功能，提高读者的实际应用软件能力。

- 全面覆盖应用领域

本书涵盖卡片设计、宣传广告设计、海报设计、书籍装帧设计、杂志画册设计和包装设计 6 大类商业案例，全面提高读者的商业设计实践水平。

- 提供配套学习资源

书中所有商业案例均提供了相应的素材和源文件，并且提供了每个商业案例的视频讲解，便于读者跟进练习。读者可扫描书中二维码学习使用。

由于时间较为仓促，书中难免有疏漏之处，在此敬请广大读者朋友批评、指正。

编 者

· 目 录 ·

CONTENTS ·

第 1 章 平面设计行业规范	001
1.1 了解平面设计与广告公司	001
1.1.1 什么是平面设计	001
1.1.2 平面设计的范畴	001
1.1.3 平面设计师的要求	002
1.1.4 平面设计岗位的分类	003
1.1.5 平面设计制作的常用术语	004
1.2 常用平面设计软件	006
1.2.1 Photoshop	006
1.2.2 Illustrator	009
1.2.3 InDesign	012
1.2.4 CorelDRAW	012
1.3 图像格式与分辨率	013
1.3.1 位图与矢量图	013
1.3.2 常见图像格式	014
1.3.3 关于分辨率	016
1.4 设计前的准备工作	016
1.4.1 原稿处理	016
1.4.2 Photoshop 与排版软件	017
1.4.3 传统印前技术简介	018
1.4.4 数字印前技术的发展趋势	019
1.5 本章小结	019

第 2 章 常见印刷工艺	020
2.1 印刷色彩分类	020
2.1.1 单色印刷	020
2.1.2 双色印刷	021
2.1.3 多色印刷	021
2.2 印刷的基本要素	023
2.2.1 原稿	023
2.2.2 印版	023
2.2.3 油墨	025
2.2.4 承印物	025
2.2.5 印刷机	027
2.3 了解不同的印刷技术	027
2.3.1 彩色桌面出版系统 (DTP)	027
2.3.2 计算机直接制版技术	028
2.3.3 在机直接成像制版 (DI) 技术	028
2.3.4 数码打样技术	029
2.3.5 数码印刷技术	029
2.4 印刷前的设计与制作	029
2.4.1 印刷设计与制作	029
2.4.2 标准付印样的要求	030
2.4.3 印前制版	030
2.5 印刷过程与印后加工	030
2.5.1 印刷过程的实施	030
2.5.2 印刷后的加工工艺	031
2.6 常见的印后工艺	031
2.6.1 烫金 (银)	031
2.6.2 局部 UV	032
2.6.3 上光和压光	033
2.6.4 覆膜	034
2.6.5 起凸和压凹	035
2.6.6 折页	036
2.6.7 拼版	038
2.6.8 装订	040

2.6.9 裁切.....	042
2.6.10 模切压痕.....	043
2.7 本章小结.....	044
第3章 原稿的处理与色彩调整.....	045
3.1 印刷对原稿的要求.....	045
3.1.1 印刷对原稿的基本要求.....	045
3.1.2 印刷对原稿的进一步要求.....	047
3.1.3 原稿处理流程.....	049
3.2 图像原稿的基本调整.....	050
3.2.1 设置图像尺寸和分辨率.....	050
3.2.2 设置图像出血.....	053
3.2.3 使用仿制图章工具修复图片.....	054
3.2.4 使用修补工具.....	055
3.3 减少图像噪点.....	056
3.3.1 蒙尘与划痕.....	056
3.3.2 表面模糊.....	058
3.3.3 清晰度调整.....	059
3.4 直方图.....	060
3.4.1 认识直方图.....	060
3.4.2 读懂直方图.....	061
3.5 调整图像色彩.....	062
3.5.1 灰平衡和偏色.....	062
3.5.2 黑场和白场.....	064
3.5.3 印刷色的骨架——黑版.....	065
3.5.4 可选颜色.....	066
3.5.5 色阶.....	068
3.5.6 曲线.....	070
3.5.7 抠图处理.....	073
3.6 本章小结.....	075
第4章 卡片设计.....	076
4.1 了解卡片设计.....	076
4.1.1 卡片的常用尺寸.....	076

4.1.2	卡片的设计流程.....	076
4.1.3	卡片设计的构成元素.....	077
4.1.4	卡片设计要求.....	078
4.1.5	卡片常用工艺.....	079
4.2	实战 1: 制作企业名片	081
4.2.1	设计分析.....	081
4.2.2	制作步骤.....	082
4.2.3	知识扩展——名片印刷注意事项.....	087
4.3	实战 2: 制作会员卡	087
4.3.1	设计分析.....	088
4.3.2	制作步骤.....	088
4.3.3	知识扩展——卡片的视觉流程.....	095
4.4	卡片设计欣赏	095
4.5	本章小结.....	096
第 5 章	宣传广告设计	097
5.1	了解宣传广告设计	097
5.1.1	宣传广告的分类.....	097
5.1.2	宣传广告设计常用的创意方法.....	098
5.1.3	宣传广告的设计原则.....	099
5.2	实战 1: 制作食品宣传广告	100
5.2.1	设计分析.....	101
5.2.2	制作步骤.....	102
5.2.3	知识扩展——宣传广告的要素.....	110
5.3	了解 DM 广告设计	111
5.3.1	什么是 DM 广告	112
5.3.2	DM 广告的类型	112
5.3.3	DM 广告的设计要求	112
5.4	实战 2: 制作房地产 DM 宣传页	113
5.4.1	设计分析.....	114
5.4.2	制作步骤.....	115
5.4.3	知识扩展——DM 广告的形式	121
5.5	了解户外广告设计	121
5.5.1	常见户外广告形式.....	121

5.5.2 户外广告的特点.....	123
5.5.3 户外广告的设计要点.....	124
5.6 实战 3: 制作楼盘户外广告	125
5.6.1 设计分析.....	125
5.6.2 制作步骤.....	126
5.6.3 知识扩展——户外广告的不足.....	130
5.7 宣传广告设计欣赏	130
5.8 本章小结.....	131
第 6 章 海报设计.....	132
6.1 了解海报设计	132
6.1.1 海报设计分类.....	132
6.1.2 海报的主要功能.....	134
6.1.3 海报设计的特点.....	134
6.2 实战 1: 红酒宣传海报	137
6.2.1 设计分析.....	137
6.2.2 制作步骤.....	138
6.2.3 知识扩展——海报设计的构成元素.....	143
6.3 海报的创意方法.....	144
6.4 实战 2: 品牌推广海报	145
6.4.1 设计分析.....	146
6.4.2 制作步骤.....	146
6.4.3 知识扩展——海报设计的要求.....	156
6.5 海报设计欣赏	158
6.6 本章小结.....	158
第 7 章 书籍装帧设计	159
7.1 了解书籍装帧设计	159
7.1.1 书籍装帧的设计方法.....	159
7.1.2 书籍装帧的构图.....	161
7.1.3 书籍装帧的设计原则.....	162
7.1.4 书籍装帧的设计流程.....	162
7.2 实战 1: 设计小说书籍装帧	163
7.2.1 设计分析.....	163

7.2.2 制作步骤.....	164
7.2.3 知识扩展——书籍装帧的设计要求.....	170
7.3 实战 2: 设计时尚杂志封面.....	171
7.3.1 设计分析.....	172
7.3.2 制作步骤.....	172
7.3.3 知识扩展——了解平装书与精装书.....	178
7.4 书籍装帧设计欣赏.....	179
7.5 本章小结.....	180
第 8 章 杂志画册设计.....	181
8.1 了解杂志版式设计.....	181
8.1.1 杂志版面尺寸.....	181
8.1.2 杂志版式设计元素.....	181
8.1.3 杂志版式设计元素.....	182
8.2 实战 1: 时尚杂志版式设计.....	184
8.2.1 设计分析.....	185
8.2.2 制作步骤.....	187
8.2.3 知识扩展——杂志媒体的优势.....	197
8.3 了解宣传画册设计.....	198
8.3.1 宣传画册的分类.....	199
8.3.2 宣传画册的版面构成特点.....	200
8.3.3 折页画册的版式设计要求.....	201
8.4 实战 2: 设计企业宣传画册.....	202
8.4.1 设计分析.....	203
8.4.2 制作步骤.....	204
8.4.3 知识扩展——宣传画册的设计要求.....	209
8.5 画册折页设计欣赏.....	210
8.6 本章小结.....	211
第 9 章 包装设计.....	212
9.1 了解包装设计.....	212
9.1.1 包装设计概述.....	212
9.1.2 常见包装分类.....	213
9.1.3 包装设计要点.....	215

9.2 实战 1：设计纸巾盒包装.....	217
9.2.1 设计分析.....	217
9.2.2 制作步骤.....	218
9.2.3 知识扩展——纸盒包装的一般制作流程.....	222
9.3 包装设计的创意表现形式.....	223
9.3.1 直接表现法.....	223
9.3.2 间接表现法.....	225
9.3.3 其他表现方式.....	226
9.4 实战 2：设计手提袋.....	227
9.4.1 设计分析.....	228
9.4.2 制作步骤.....	229
9.4.3 知识扩展——手提袋设计要点.....	234
9.5 包装设计欣赏.....	235
9.6 本章小结.....	236

第1章 平面设计行业规范

“设计”一词来源于英文 Design，在现实生活中，设计所涉及的范围很广，包括工业、环艺、装潢、展示、服装、平面设计等。平面广告作为设计的一个重要分支，由于它的广泛性与普遍性使之成为了解设计最为快捷的一种途径。想要学好平面设计，首先需要了解设计的真正内涵。本章将介绍有关平面设计行业的相关知识，使读者对平面设计行业有更加深入的了解和认识。

1.1 了解平面设计与广告公司

想成为一个平面设计师是不容易的，很多初学者认为掌握了类似 Photoshop 这样的软件就能称为设计师，殊不知这是远远不够的。一个真正的平面设计师不只是学会使用几个软件那么简单，好的创意才是平面设计师的生存之道。创意来自灵感，而灵感来自生活，平面设计师需要去体验生活，才能从中发现灵感，学会去创造。

1.1.1 什么是平面设计

平面设计，英文名称为 Graphic Design，Graphic 常被翻译为“图形”或者“印刷”，其作为“图形”的涵盖面比“印刷”大。因此，广义的图形设计，就是平面设计，指的是将不同的基本图形，按照一定的规则在平面上组合成图案。主要在二维空间范围之内以轮廓线划分图与底之间的界限，描绘形象。也有人将 Graphic Design 翻译为“视觉传达设计”，即用视觉语言进行传递信息和表达观点的设计，这是一种以视觉媒介为载体，向大众传播信息和情感的造型性活动。此定义始于 20 世纪 80 年代，如今视觉传达设计所涉及的领域不断扩大，已远超出平面设计的范畴。

1.1.2 平面设计的范畴

平面设计是指经由印刷过程而制作的设计，因此又称为印刷设计，是商业设计的主要范围。如海报、报纸杂志广告、包装、标贴、封面、广告信函、说明书等，又如电影、电视片头、广告影片等设计也包括在内。图 1-1 所示为精美的平面设计作品。

平面设计是设计范畴中非常重要的一个组成部分，所有二维空间的、非影视的设计活动都基本属于平面设计的内容。除了平面上的活动这个含义之外，还具有与印刷密切相关的意思，特指印刷批量生产的平面作品的设计，特别是书籍设计、包装设计、广告设计、标志设计、企业形象设计、字体设计、各种出版物的版面设计等，都是平面设计的中心内容。图 1-2 所示为书籍装帧与画册的设计。



图 1-1 精美的平面设计作品



图 1-2 书籍装帧与画册设计

平面设计是把平面上的几个基本元素，包括图形、字体、文字插图、色彩、标志等以符合传达目的的方式组合起来，使之成为批量生产的印刷品，并具有准确的视觉传达功能，同时给观众以设计需要达到的视觉心理满足。

1.1.3 平面设计师的要求

成为一名优秀的设计师应该具有以下几点能力。

- 具有强烈敏锐的感受能力；
- 不能一味地抄袭，要具有发明创造的能力；
- 具有一定的美学鉴定能力（这说明为什么设计公司在招聘设计师时都要求有美术基础）；
- 对设计构思具有一定的表达能力；
- 具有全面的专业技能。

首先，现代设计师必须具有宽广的文化视角、深邃的智慧和丰富的知识，还必须是具有创新精神、知识渊博、敏感并能解决问题的人。他们应考虑社会反映、社会效果，力求设计的作品对社会有益，能提高人们的审美能力，满足人们心理上的需求，还应概括当代的时代特征，反映真正的思想和内涵。

其次，设计师一定要自信，坚信自己的个人信仰、经验、眼光和品味。不盲从、不孤芳自赏、不骄、不浮。以严谨的治学态度面对，不为个性而个性，不为设计而设计。作为一名设计

师，必须有独特的素质和高超的设计技能，即无论多么复杂的设计课题，都能通过认真总结经验，用心思考，反复推敲，汲取、消化同类型优秀设计的精华，实现新的创造。

提示 ▶▶ 当然这点在实际工作中常常难以实现，因为客户往往会加入自己的想法。这时作为一个优秀的、负责任的设计师不能盲目地跟从，更不要产生抵触情绪，要站在客户的立场上，尽可能通过专业的手法表现客户的意图。

设计水平的提高必须在不断的学习和实践中进行。设计师的广泛涉猎和专注是相互矛盾又统一的，前者是灵感的源泉，后者是工作的态度。好的设计并不只是图形的创作，而是综合了许多智慧劳动的成果。涉猎不同的领域，担当不同的角色，可以让设计师保持开阔的视野，可以让设计作品带有更多的信息。艺术之间本质上是共通的，文化与智慧的不断补给是成为设计界常青树的法宝。

平面设计工作是一个主观认定强的创意工作，大部分的平面设计师主要是通过不断地自我教育来进修、提升设计能力的。例如，平时就要多注意各式各样的海报、文化宣传作品、杂志、书籍等的设计手法并加以搜集，或是上网浏览其他设计师的作品，以激发自己的设计灵感。

提示 ▶▶ 平面设计师要有敏锐的美感，但对文字也要有一定的素养。因此，设计师平时可以广泛地阅读，增加自身的知识及文字敏感度。此外，很多平面设计师也会利用网络上比较流行的群组来进行意见交流。

还有一点就是要提升自身的专业知识，尽可能多地掌握专业所需的相关知识。例如三大构成、构成基础，这些都是最基础的知识。除此之外，还有素描、色彩、摄影等许多与美术有关的或与设计有关的知识，都需要去了解。其实，做一个设计师需要学的东西很多，所谓“活到老，学到老”，任何时候都不能说自己对某个领域已经完完全全地掌握了，往往都会发现随着学习的深入，反而会觉得自己对专业领域有所匮乏。

●●● 1.1.4 平面设计岗位的分类

在设计服务业中，平面设计是所有设计的基础，也是设计业中应用范围最为广泛的类别。平面设计师是在二维空间的平面材质上，运用各种视觉元素的组合及编排来表现其设计理念和形象。一般人眼中的平面设计师就是把文字、图片或各种图形等视觉元素加以适当的影像处理及版面安排，然后表现在报纸、杂志、书籍、海报、传单等纸质媒体上。

但事实上，平面设计并不是如此简单。按照不同的工作性质可以将平面设计师分为平面设计和平面制作两大类。“设计”的主要工作是按照客户的要求创意出一个新的版面样式或构图，用以传达设计者的主观意念；而“制作”则是以创作出来的版面样式或构图为基础，将文字置入页面中，达到构图要求以便完成制作，两者的关系如图 1-3 所示。

平面设计和平面制作两者的工作内容具有一定的关联性，在一些小的设计公司经常是由同一个平面设计师执行的，但因为一般美术设计工作比起版面编排更具创意，所以在一些成熟的广告公司都会细分工作，而且设计的岗位薪水待遇会比制作的岗位薪水待遇高很多。多数的新手都会先从制作开始，然后随着技能和经验的提高才能转换到设计。

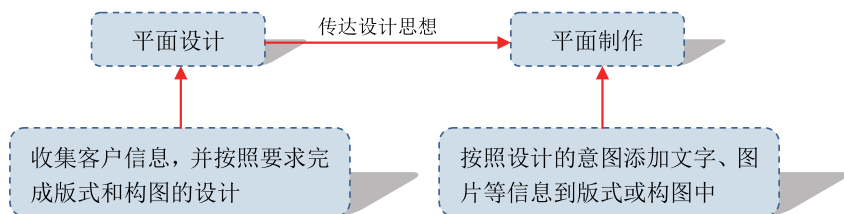


图 1-3 平面设计与平面制作的关系

1.1.5 平面设计制作的常用术语

设计过程在本质上是平面广告设计师选择和配置广告美术元素的过程。设计的重点是选择特定的美术元素并以其独特的方式加以组合，然后呈现具体的想法，产生形象的表现方式。因此，与其他行业不同，平面设计制作过程中常常需要用到一些专用术语。

1. 平面设计元素

平面设计元素包括以下几个方面的内容。

概念元素：即那些不是实际存在或不可见的，但人们的意识又能感觉到的东西。例如，我们看到尖角的图形，感到上面有点，物体的轮廓上有边缘线。概念元素包括点、线、面。

视觉元素：概念元素不在实际的设计中加以体现，它是没有意义的，通常需要通过视觉元素来体现。视觉元素包括图形的大小、形状、色彩等。

实用元素：指设计所表达的含义、内容、目的及功能。

关系元素：视觉元素在画面上如何组织、排列，是靠关系元素决定的。关系元素包括方向、位置、空间、重心等。

2. 布局图

布局图是指平面设计作品所有组成部分的整体安排，包括图像、标题、副标题、正文、口号、印签、标志、签名等。

布局图有助于广告公司和广告主预先制作并测评广告的最终形象和感觉，为广告主提供修正、更改、评判和认可的有形依据。

布局图有助于创意小组在设计作品之前对广告拥有初步心理印象，即非文字和符号元素。广告主不仅希望广告能给自己带来客流，还希望广告为自己的产品树立个性，在目标受众的心目中留下不可磨灭的印象，为品牌增添价值。要做到这一点，广告必须明确表现出某种形象或氛围，反映或强调广告主及其产品的优点。

在挑选出最佳设计之后，布局图将发挥蓝图的作用，显示各个广告元素所占的比例和位置。同时，了解广告的大小、图片数量、排字量以及颜色和插图等美术元素的运用情况后，也可以判断出制作该广告的成本。

3. 小样

小样是用来具体表现布局方式的大致效果图。小样一般幅面很小，省略了细节，比较粗糙，是最基本的展示。例如，用直线或水波纹表示正文的位置，方框表示图形的位置。然后，对选中的小样再进一步细化。

4. 大样

在大样中,设计出实际大小的广告,提出候选标题和副标题的最终字样,安排插图或照片,用横线表示正文。广告公司可以向客户提交大样,征求客户的意见。

5. 末稿

末稿的制作非常精细,与成品基本一样。末稿内容一般都很详尽,有彩色照片、确定好的字体风格、大小和配合用的小图像。现在,末稿的文案排版以及图像元素的搭配都由计算机执行,打印出来的广告同四色清样并无太多差别。到这一阶段,所有图像元素都应该最后落实。

6. 认可

设计师设计的作品始终面临认可这个问题。广告公司越大,或客户越大,这个问题越复杂。一个新的广告概念首先要经过广告公司创意总监的认可,然后交由客户部审核,再交由客户方的产品经理和营销人员审核,通常他们会进行一些修改,但有时甚至推翻整个表现方式。双方的法律部再对文字和美术元素进行严格审查,以免发生违法违规的问题。最后,企业的高层主管对选定的概念和正文进行审核。

在认可中相对的最大困难是如何避免让决策人打破广告原有的风格。创意小组花费了大量心血才想到的满意题材和广告风格,有可能被广告主否定或修改,此时要保持原有的风格相当困难。为此需要耐心、灵活以及明确有力地表达重要观点、解释设计人员所选择方案的理由。

7. 和谐

从狭义上理解,和谐的平面设计是统一与对比的有机结合,而不是乏味单调或杂乱无章的。从广义上理解,是在判断两种以上的要素或部分与部分的相互关系时,各部分体现的一种整体协调的关系。

8. 平衡

平衡,在平面设计中指的是根据图像的形状、大小、轻重、色彩和材质的分布情况与视觉判断上的平衡。

9. 比例

比例是构成设计中一切单位大小以及各单位间编排组合的重要因素。比例是指部分与部分,或部分与全体之间的数量关系。

10. 对比

对比又称对照,把质或量反差很大的两个要素成功地配列在一起,使人感觉鲜明强烈而又具有统一感,使主体更加鲜明、气氛更加活泼。

11. 对称

假定在一个图形的中央设定一条垂直线,将图形分为相等的左右两个部分,这两个部分的图形完全重合,这个图形就是对称图。

12. 重心

一般来说,画面的中心点就是视觉的重心点。画面图像轮廓的变化、图形的聚散、色彩或明暗的分布都可对视觉中心产生影响。