

<<平面设计师印前工艺指南>>

图书基本信息

书名：<<平面设计师印前工艺指南>>

13位ISBN编号：9787302241584

10位ISBN编号：7302241589

出版时间：2011-3

出版时间：高建光、任翀宇、夏梅 清华大学出版社 (2011-03出版)

作者：高建光 等著

页数：363

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<平面设计师印前工艺指南>>

内容概要

《平面设计师印前工艺指南》主要讲解了平面设计师应该掌握的印前设计阶段的相关知识，并对其需要了解的印刷及印后阶段的制作技术与工艺等进行了简要的介绍。

其中，印前设计包括艺术设计的三大构成、CI企业形象设计、广告设计、包装设计、杂志设计、书籍装帧设计、电脑平面设计软件技术等；印刷工艺包括传统印刷工艺（即凸版印刷、凹版印刷、平版印刷和孔版印刷）、印刷技术的发展（包括激光印字、喷墨印刷、热敏印刷、磁性印刷等）；印后工艺包括书籍的印后成型工艺（包括撞纸、裁切、折页、配页、订书、包本、烘干、切书等）、印刷品的表面装饰工艺（包括上光、覆膜、色箔烫印、凹凸压印、模切、压痕、模压、压纹、打孔、打号、粘胶、滚金口等）。

本书将理论与实际操作相结合，不仅使读者对平面设计有一个总体的了解，而且可以解决一些实际工作中可能遇到的问题，如出血、露白、碎图、图像分辨率、色彩模式等。

书中提供了大量图片供参考，使本书更具实用价值。

本书内容全面，图文并茂，针对性强，注重理论与实践相结合，力求帮助从业人员解决实际问题。

本书可作为平面设计师职业培训项目的教学用书，也可供学习平面设计和从事相关工作的人员学习和参考，尤其适合平面设计培训班作为教材使用。

书籍目录

第1章 三大构成之——色彩构成1.1 色彩的本质1.1.1 色彩与可见光1.1.2 色彩与色相环1.1.3 原色、次色与补色1.2 色彩的特性与分类1.2.1 无彩色系1.2.2 有彩色系1.2.3 色彩三要素1.2.4 色立体1.3 色彩对比1.3.1 色相对比1.3.2 纯度对比1.3.3 明度对比1.3.4 补色对比1.3.5 面积对比1.4 色彩的感觉与联想1.4.1 色彩的冷暖感觉1.4.2 色彩的四季联想1.4.3 色彩的轻重感觉1.4.4 色彩的软硬感觉1.4.5 色彩的兴奋感与冷静感1.4.6 色彩的华丽感与朴素感1.4.7 色彩的味觉联想1.4.8 色彩与形状的结合1.5 色彩的错觉1.5.1 色彩的前进与后退1.5.2 色彩的膨胀与收缩1.5.3 色彩的同时对比1.5.4 色彩的易见度1.6 色彩搭配的原则1.6.1 均衡的原则1.6.2 节奏的原则1.6.3 渐变的原则1.6.4 强调的原则1.6.5 反复的原则1.6.6 间隔的原则1.6.7 支配的原则1.7 色彩的调和1.7.1 同一色相的调和1.7.2 类似色相的调和1.7.3 对比色的调和1.7.4 互补色的调和1.8 本章小结第2章 工人构成之——平面构成和立体构成2.1 平面构成2.1.1 平面元素简介2.1.2 点、线、面的构成2.1.3 基本形与骨骼2.1.4 平面构成的形式2.1.5 平面构成的形式规则2.2 立体构成2.2.1 半立体2.2.2 线立体2.2.3 面立体2.2.4 块立体2.2.5 立体构成的形式法则2.3 本章小结第3章 CI与VI系统设计3.1 CI简介3.1.1 CI的三种模式3.1.2 CI的作用3.1.3 VI是CI的一部分3.2 VI设计3.2.1 VI的构成3.2.2 VI的基本设计系统3.2.3 VI的应用设计系统3.3 编制VI手册3.3.1 VI手册的整体设计3.3.2 VI手册的设计规范3.4 本章小结第4章 广告设计4.1 广告概述4.1.1 广告的概念4.1.2 广告发展简史4.1.3 广告的作用4.2 广告的种类4.2.1 按照媒体划分4.2.2 按照最终目的划分4.2.3 按照直接目的划分4.2.4 按照不同对象划分4.2.5 按照诉求方式划分4.2.6 按照覆盖地区划分4.2.7 按照商品生命周期的不同阶段划分4.3 广告创意4.3.1 广告创意的作用4.3.2 广告创意的过程4.4 平面广告插图的设计4.4.1 插图表现形式4.4.2 插图的表现手法4.4.3 插图的设计技巧4.5 平面广告其他要素的设计4.5.1 广告的标题4.5.2 广告的正文4.5.3 标志4.5.4 色彩4.6 本章小结第5章 包装设计5.1 包装的功能及类别5.1.1 包装的功能5.1.2 包装的类别5.2 包装的材料5.2.1 非纸基材料5.2.2 纸基材料5.3 纸盒包装的结构5.3.1 纸盒的开启结构5.3.2 纸盒封底的结构5.3.3 其他纸盒结构5.4 包装设计的基本要求5.4.1 市场调研与分析5.4.2 产品的定位5.4.3 包装设计的要素5.4.4 包装设计的手法5.5 实例——茶包装设计5.5.1 包装设计草图5.5.2 电脑制作展开图5.6 本章小结第6章 杂志设计6.1 杂志外形的设计6.1.1 杂志的轮廓形状6.1.2 杂志的开度6.1.3 杂志的长宽比例6.2 杂志刊头的设计6.2.1 杂志刊头设计的一般要求6.2.2 刊头设计的变化6.3 杂志封面的整体设计6.3.1 杂志封面的基本设计方法.....第7章 书籍装帧设计(一)第8章 书籍装帧设计(二)第9章 电脑印前设计第10章 印前输出疑难解析第11章 印刷工艺第12章 书籍成型工艺第13章 印刷品表面装饰工艺

<<平面设计师印前工艺指南>>

章节摘录

版权页：插图：印刷常用的纸张种类如下。

(1) 新闻纸：主要用于印刷报纸及凸版书刊，纸质松软，富有弹性，吸墨性能强，油墨能快速固着在纸面上。

纸面经压光后平滑，不易起毛，适合高速轮转机印刷。

纸张不宜长期保存，易发黄变脆，吸收性强，抗水性差，并容易破损。

(2) 凸版印刷纸：特性与新闻纸相似，平滑度、抗水性和白度比新闻纸好，吸墨能力不如新闻纸，但吸墨均匀。

是早期的书籍最常用的纸，现在很多都成为书写纸。

(3) 胶版印刷纸（胶版纸）：一般有70~150克等定量，供平版印刷书籍、杂志、报纸、彩色画报、画册、宣传画和彩色商标等使用。

特点是容易掉毛，吃墨性强，印刷的颜色偏灰。

单面胶版纸用于印刷彩色宣传画、软包烟盒和商标等，双面胶版纸用于印刷图片、插图和地图等。

(4) 胶版印刷涂布纸（铜版纸）：是在涂料原纸的纸面上涂上一层无机涂料，然后经超级压光制成。

纸张表面光洁，白度高，专供胶版印刷单色或多色美术图片、插图、画报、画册、商品商标、产品样本和年历等。

其之所以称为铜版纸是因为1852年国外发明了凸印网目版，印版是铜质的，这种印版很适宜于用经过颜料涂布的纸印刷，所以颜料涂布纸逐步被称为铜版纸。

从1962年胶印发明后，铜版纸更多地应用于胶印，所以将其改为印刷涂布纸或胶版印刷涂布纸。

铜版纸有较高的平滑度，印刷时能得到极细的光洁网点，可再现原稿的层次和质感。

但其干燥较慢，要用快干油墨印刷。

<<平面设计师印前工艺指南>>

编辑推荐

《平面设计师印前工艺指南》：色彩构成、平面构成、立体构成、CI与VI系统设计、广告设计、包装设计、杂志设计、书籍装帧设计、电脑印前设计、印刷工艺、书籍成型、表面装饰。

实用：从艺术理论到设计实践：再到书籍的装帧设计与成型工艺，全面深入剖析平面设计和印前技术，讲解不同平面设计软件环境下的技术要点，使读者能够理论结合实践并能融会贯通。

专业：全方位揭密平面设计与印前制作的技术要点，使读者在短时间内获得他人多年才能积累的工作经验，全面提升职业竞争力。

<<平面设计师印前工艺指南>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>