

封面

职业技能等级认定指导手册

广告设计师 (三级)

上海市职业技能鉴定中心 指导编写

目 录

广告设计师职业简介·····	()
第 1 部分 广告设计师(三级)认定方案·····	()
第 2 部分 认定要素细目表·····	()
第 3 部分 理论知识复习题·····	()
第 4 部分 操作技能复习题·····	()
第 5 部分 理论知识考试模拟试卷及答案·····	()
第 6 部分 操作技能考核模拟试卷·····	()

广告设计师职业简介

一、职业名称

广告设计师。

二、职业定义

从事广告创意、宣传、形象设计的人员

三、工作内容

从事的工作主要包括：（1）照料老年人的饮食、清洁、睡眠和排泄等日常生活；（2）采取安全保护措施，预防意外伤害；（3）进行用药、观察、消毒、冷热应用等护理，做好相关记录；（4）协助开展急救，进行常见病、危重病和临终护理；（5）进行健康教育和康复护理。

第1部分

广告设计师（三级）认定方案

一、认定方式

广告设计师（三级）的评价方式分为理论知识考试和操作技能考核。理论知识考试采用闭卷机考方式，操作技能考核采用现场实际操作方式。理论知识考试和操作技能考核均实行百分制，成绩皆达60分及以上者为合格。理论知识或操作技能不及格者可按规定分别补考。

二、理论知识考试方案（考试时间90min）

题型	考试方式	认定题量	分值/（分/题）	配分/分
判断题	闭卷机考	40	0.5	20
单选题		140	0.5	70
多选题		10	1	10
小计	—	190	—	100

三、操作技能考核方案

考核项目表

职业（工种）名称		广告设计师		等级	三级			
职业代码		4-08-08-08						
序号	项目名称	单元编号	单元内容	考核方法	选考方法	考核时间/min	配分/分	
1	创意设计	1	设计定位	操作	抽一	60	45	
		2	绘制草图					
		3	设计提案					
2	设计表现	1	标志设计	操作	抽一	110	40	
		2	版式设计					
		3	包装设计					
		4	界面设计					
3	文件管理	1	文件校对	操作	抽一	10	15	
		2	文件输出					

合计		180	100
备注			

第 2 部分

认定要素细目表

理论知识认定要素细目表

职业（工种）名称					广告设计师	等级	五级
职业代码					4-08-08-08		
序号	认定点代码				认定点内容	备注	
	章	节	目	点			
	0				基本要求		
	0	1			职业道德		
	0	1	1		职业道德基本知识		
1	0	1	1	1	职业道德的定义与特征		
2	0	1	1	2	职业道德的核心价值观		
3	0	1	1	3	职业道德的功能与作用		
4	0	1	1	4	职业道德的构成要素		
5	0	1	1	5	职业道德的原则		
6	0	1	1	6	职业道德在广告设计行业的具体体现		
7	0	1	1	7	职业道德与职业能力的关系		
8	0	1	1	8	职业道德建设的途径与方法		
9	0	1	1	9	职业道德的评价与监督		
	0	1	2		职业守则		
10	0	1	2	1	文明作业，团结协作		
11	0	1	2	2	遵纪守法，严格自律		
12	0	1	2	3	敬业诚信，创新进取		
13	0	1	2	4	认真严谨，忠于职守		
14	0	1	2	5	包容同业，信守承诺		
15	0	1	2	6	职业守则 in 广告设计行业的具体要求		
	0	2			基础知识		
	0	2	1		广告学概论		
16	0	2	1	1	广告的定义、功能、要素、分类、特征		
17	0	2	1	2	广告市场调研知识		
18	0	2	1	3	广告策划与文案知识		

19	0	2	1	4	广告创意与表现知识	
20	0	2	1	5	广告预算与效果评估知识	
	0	2	2		广告设计概论	
21	0	2	2	1	中外广告设计简史	
22	0	2	2	2	设计美学知识	
23	0	2	2	3	广告设计分类及功能知识	
24	0	2	2	4	广告设计方法与程序知识	
25	0	2	2	5	材料、图形、色彩等设计要素知识	
	0	2	3		计算机辅助广告设计软件知识	
26	0	2	3	1	图像处理软件知识	
27	0	2	3	2	图形制作软件知识	
28	0	2	3	3	排版设计软件知识	
29	0	2	3	4	界面设计软件知识	
30	0	2	3	5	视频编辑软件知识	
31	0	2	3	6	视频特效软件知识	
	0	2	4		专业基础知识	
32	0	2	4	1	视觉造型基础知识	
33	0	2	4	2	色彩基础知识	
34	0	2	4	3	构成基础知识	
35	0	2	4	4	版式基础知识	
36	0	2	4	5	摄影摄像基础知识	
37	0	2	4	6	文件存储与输出知识	
38	0	2	4	7	技术文件档案管理知识	
	0	2	5		广告设计专业知识	
39	0	2	5	1	字体设计知识	
40	0	2	5	2	标志设计知识	
41	0	2	5	3	海报设计知识	
42	0	2	5	4	包装设计知识	
43	0	2	5	5	视觉形象识别设计知识	
44	0	2	5	6	界面设计知识	
45	0	2	5	7	信息设计知识	
46	0	2	5	8	动态图形设计知识	
47	0	2	5	9	新媒体应用技术知识	
48	0	2	5	10	数字艺术基础知识	
49	0	2	5	11	印刷工艺知识	
	0	2	6		相关法律、法规知识	
50	0	2	5	1	《中华人民共和国劳动法》相关知识	
51	0	2	5	2	《中华人民共和国广告法》相关知识	

52	0	2	5	3	《中华人民共和国商标法》相关知识	
53	0	2	5	4	《中华人民共和国著作权法》相关知识	
54	0	2	5	5	《中华人民共和国食品安全法》相关知识	
55	0	2	5	6	《中华人民共和国知识产权法》相关知识	
	1				创意设计	
	1	1			设计定位	
	1	1	1		广告设计定位知识	
56	1	1	1	1	广告设计定位的定义	
57	1	1	1	2	广告设计定位的目标与作用	
58	1	1	1	3	广告设计定位的分析工具	
59	1	1	1	4	广告设计定位的策略	
60	1	1	1	5	广告设计定位的实施步骤	
61	1	1	1	6	广告设计定位的评估与调整方法	
	1	1	2		色彩心理学知识	
62	1	1	2	1	色彩心理学的定义与重要性	
63	1	1	2	2	色彩的基本属性	
64	1	1	2	3	色彩心理学的实验与理论	
65	1	1	2	4	各种常见色彩的心理影响	
66	1	1	2	5	色彩的象征与文化意义	
67	1	1	2	6	色彩在品牌定位中的作用	
68	1	1	2	7	色彩搭配与视觉效果的设计技巧	
69	1	1	2	8	色彩心理学在不同广告类型中的运用	
70	1	1	2	9	色彩在消费者心理中的效果测试与反馈	
	1	2			绘制草图	
	1	2	1		思维导图绘制知识	
71	1	2	1	1	思维导图的定义与应用场景	
72	1	2	1	2	思维导图的核心构成要素	
73	1	2	1	3	确定中心主题的方法	
74	1	2	1	4	创建分支并扩展内容的方法	
75	1	2	1	5	色彩与符号运用的方法	
76	1	2	1	6	调整与完善导图结构的方法	
77	1	2	1	7	广告主题的概念发散的方法	
78	1	2	1	8	元素编排与布局的方法	
79	1	2	1	9	广告设计案例中的思维导图应用	
	1	2	2		草图类型及绘制工具使用方法	
80	1	2	2	1	概念草图的定义与特点	
81	1	2	2	2	构图草图的定义与特点	
82	1	2	2	3	细节草图的定义与特点	

83	1	2	2	4	颜色草图的定义与特点	
84	1	2	2	5	手绘工具的分类和使用方法	
85	1	2	2	6	数码绘图工具使用方法	
86	1	2	2	7	混合绘图工具使用方法	
87	1	2	2	8	手绘工具的使用技巧	
88	1	2	2	9	数码绘图软件的基础操作方法	
	1	2	3		草图绘制方法与技巧	
89	1	2	3	1	草图的常见用途	
90	1	2	3	2	草图构图的基础原则	
91	1	2	3	3	草图中的层次与焦点处理方法	
92	1	2	3	4	线条表现手法	
93	1	2	3	5	明暗与阴影的表现手法	
94	1	2	3	6	质感与细节刻画的方法	
95	1	2	3	7	概念草图快速表达技巧	
96	1	2	3	8	草图迭代与修改实践技巧	
97	1	2	3	9	草图绘制与数字化技术的结合方法	
	1	3			设计提案	
	1	3	1		版式设计知识	
98	1	3	1	1	版式设计的定义与重要性	
99	1	3	1	2	版式设计的核心要素	
100	1	3	1	3	文本排版的原则	
101	1	3	1	4	字体的选择与搭配方法	
102	1	3	1	5	文字与图形图像的排版结合方法	
103	1	3	1	6	图形在版式设计中的应用方法	
104	1	3	1	7	图像在版式中的作用	
105	1	3	1	8	图形与图像的组合运用方法	
106	1	3	1	9	版式设计的配色原则	
107	1	3	1	10	色彩与版面层次的关系特征	
108	1	3	1	11	制定版式设计提案的步骤	
109	1	3	1	12	制作设计提案中的要点	
	1	3	2		色彩设计原理	
110	1	3	2	1	色彩的基本属性	
111	1	3	2	2	色彩模式	
112	1	3	2	3	色彩空间与色轮原理	
113	1	3	2	4	色彩搭配的基本方法	
114	1	3	2	5	色彩的和谐与对比手法	
115	1	3	2	6	色彩的层次与调和方法	
116	1	3	2	7	色彩对情感与情绪的影响	

117	1	3	2	8	色彩与消费行为对应关系	
118	1	3	2	9	色彩的象征意义	
119	1	3	2	10	色彩在品牌定位中的作用	
120	1	3	2	11	色彩在版面表现中的实际应用	
121	1	3	2	12	制作色彩提案的步骤与技巧	
	1	3	3		版面风格表现方法	
122	1	3	3	1	版面风格的定义与作用	
123	1	3	3	2	版面风格的构成要素	
124	1	3	3	3	极简风格版面的特征	
125	1	3	3	4	复古风格版面的特征	
126	1	3	3	5	现代科技风格版面的特征	
127	1	3	3	6	手绘与自然风格版面的特征	
128	1	3	3	7	工业风格版面的特征	
129	1	3	3	8	版面风格的元素表现方法	
130	1	3	3	9	根据品牌定位选择版面风格的方法	
131	1	3	3	10	版面风格在不同媒体中的适配技巧	
132	1	3	3	11	版面风格在广告设计中的变化与组合方法	
133	1	3	3	12	版面风格的国际化与文化适配	
	1	3	4		设计汇报方法与技巧	
134	1	3	4	1	设计汇报的基本准备要求	
135	1	3	4	2	设计汇报的框架结构与要点	
136	1	3	4	3	逻辑清晰的设计讲解技巧	
137	1	3	4	4	强调设计的独特性和竞争优势	
138	1	3	4	5	汇报中的沟通技巧	
139	1	3	4	6	演示的视觉效果优化方法	
140	1	3	4	7	故事化叙述的方法	
141	1	3	4	8	汇报总结与设计价值陈述要求	
142	1	3	4	9	收集汇报后的反馈要点	
143	1	3	4	10	根据受众类型调整汇报策略	
144	1	3	4	11	面对临场问题的应对策略	
145	1	3	4	12	使用数据支持设计汇报的技巧	
	2				设计表现	
	2	1			标志设计	
	2	1	1		标志设计分类	
146	2	1	1	1	标志的定义与功能	
147	2	1	1	2	标志设计分类的意义	
148	2	1	1	3	标志对品牌价值与认知度的影响	
149	2	1	1	4	符号型标志的特点	

150	2	1	1	5	文字型标志的特点	
151	2	1	1	6	图文组合型标志的特点	
152	2	1	1	7	抽象型标志的特点	
153	2	1	1	8	徽章型标志的特点	
154	2	1	1	9	动态标志的特点	
	2	1	2		标志设计原则	
155	2	1	2	1	标志设计的基本原则	
156	2	1	2	2	视觉元素的应用原则	
157	2	1	2	3	品牌契合度原则	
158	2	1	2	4	多场景适配性原则	
159	2	1	2	5	可用性与功能性原则	
160	2	1	2	6	简洁和独特性的规则	
161	2	1	2	7	品牌契合度与文化适应性的规则	
162	2	1	2	8	多场景适配性的规则	
163	2	1	2	9	标志设计的时代性与前瞻性原则	
	2	1	3		标志设计禁忌	
164	2	1	3	1	视觉复杂性禁忌要点	
165	2	1	3	2	模仿和缺乏独创性禁忌要点	
166	2	1	3	3	排版和字体设计禁忌要点	
167	2	1	3	4	颜色运用禁忌要点	
168	2	1	3	5	适应性禁忌要点	
169	2	1	3	6	品牌识别禁忌要点	
	2	2			版式设计	
	2	2	1		版式设计原则	
170	2	2	1	1	版式设计的基本原则	
171	2	2	1	2	视觉层次的设计原则	
172	2	2	1	3	布局和构图的设计原则	
173	2	2	1	4	文字与字体排版原则	
174	2	2	1	5	色彩搭配与运用原则	
175	2	2	1	6	多场景适应性原则	
176	2	2	1	7	经典版式设计的成功要素	
177	2	2	1	8	不同行业的版式设计特点	
178	2	2	1	9	版式设计的创新与趋势	
	2	2	2		版式设计图文处理方法	
179	2	2	2	1	图文排版的基本原则	
180	2	2	2	2	图像的处理与运用技巧	
181	2	2	2	3	文字的处理与排版技巧	
182	2	2	2	4	图文组合的布局技巧	

183	2	2	2	5	视觉引导与信息传达技巧	
184	2	2	2	6	多场景适应性与优化方法	
	2	2	3		版式设计色彩设计方法	
185	2	2	3	1	色彩的情感表达与品牌传达方法	
186	2	2	3	2	色彩引导的视觉层次特征	
187	2	2	3	3	色彩与留白的搭配方法	
188	2	2	3	4	色彩在图文组合中的应用	
189	2	2	3	5	色彩在信息分组与分区中的作用	
190	2	2	3	6	色彩在视觉流动性和引导性中的应用	
	2	2	4		版式编排网格系统知识	
191	2	2	4	1	网格系统的定义与作用	
192	2	2	4	2	网格系统的基本构成规则	
193	2	2	4	3	网格系统的使用优势	
194	2	2	4	4	网格系统的分类	
195	2	2	4	5	网格系统的构建方法	
196	2	2	4	6	网格系统在版式设计中的应用技巧	
197	2	2	4	7	网格系统的设计原则	
198	2	2	4	8	网格系统的适应性与跨媒体设计方法	
199	2	2	4	9	经典出版物的网格系统特征	
200	2	2	4	10	网页设计中的网格应用方法	
201	2	2	4	11	不同行业中的网格系统应用方法	
202	2	2	4	12	网格系统与创意突破的结合方法	
	2	3			包装设计	
	2	3	1		纸品包装设计知识	
203	2	3	1	1	纸品包装在保护、宣传和便携性方面的作用	
204	2	3	1	2	纸品包装的分类	
205	2	3	1	3	纸品包装材料的基本性能	
	2	3	2		纸品包装设计材料选用方法	
206	2	3	2	1	纸品包装材料的选用原则	
207	2	3	2	2	常用纸品包装材料的特性与应用	
208	2	3	2	3	纸品包装材料的工艺适应性特征	
209	2	3	2	4	纸品包装材料选用的环保考量要求	
210	2	3	2	5	纸品包装材料的成本控制方法	
211	2	3	2	6	食品、化妆品、电子产品包装材料选用方法	
	2	3	3		纸品包装设计结构知识	
212	2	3	3	1	纸品包装结构的分类	
213	2	3	3	2	纸品包装结构的设计原则	
214	2	3	3	3	双插盒结构的特点	

215	2	3	3	4	天地盖结构的特点	
216	2	3	3	5	抽屉盒结构的特点	
217	2	3	3	6	飞机盒结构的特点	
218	2	3	3	7	手提盒结构的特点	
219	2	3	3	8	扣底盒结构的特点	
220	2	3	3	9	书型盒结构的特点	
221	2	3	3	10	吊空盒结构的特点	
222	2	3	3	11	开窗盒结构的特点	
223	2	3	3	12	展示盒结构的特点	
224	2	3	3	13	纸袋与纸管结构的特点	
225	2	3	3	14	纸盒功能性结构设计的要点	
226	2	3	3	15	特殊结构设计与创新设计要点	
	2	3	4		纸品包装设计印刷及输出知识	
227	2	3	4	1	印刷的基本原理与纸品适应特点	
228	2	3	4	2	印刷机的类型与适用场景规则	
229	2	3	4	3	纸品包装的常见印刷工艺	
230	2	3	4	4	纸品包装的色彩管理方法	
231	2	3	4	5	纸品包装的输出文件准备要求	
232	2	3	4	6	纸品包装的表面处理工艺方法	
233	2	3	4	7	纸品包装印刷中的常见问题及质量控制方法	
234	2	3	4	8	纸品包装不同类型的印刷要点	
235	2	3	4	9	环保与可持续发展的印刷解决方法	
	2	3	5		包装设计规范	
236	2	3	5	1	包装法规规范要求	
237	2	3	5	2	包装空隙率计算规范	
238	2	3	5	3	包装相关规定和法律	
239	2	3	5	4	条形码要求规范	
240	2	3	5	5	包装图标规范	
241	2	3	5	6	违禁词语规范	
242	2	3	5	7	字体使用规范	
243	2	3	5	8	包装色彩规范	
244	2	3	5	9	印前检查规范	
245	2	3	5	10	包装尺寸计算方法	
246	2	3	5	11	包装排版规范	
247	2	3	5	12	包装稿件规范	
	2	4			界面设计	
	2	4	1		图标设计方法	
248	2	4	1	1	图标设计的定义	

249	2	4	1	2	图标设计的基本原则	
250	2	4	1	3	图标设计的类型与风格	
251	2	4	1	4	图标设计流程	
252	2	4	1	5	图标设计规范	
253	2	4	1	6	图标设计常见方法	
	2	4	2		图标设计风格一致性知识	
254	2	4	2	1	图标设计风格一致性的定义	
255	2	4	2	2	图标风格一致性的设计原则	
256	2	4	2	3	图标的不同风格及其应用方法	
257	2	4	2	4	图标风格一致性的控制方法	
258	2	4	2	5	图标风格的一致性优化技巧	
259	2	4	2	6	图标风格一致性的跨平台适配特征	
	2	4	3		界面设计流程与方法	
260	2	4	3	1	需求分析与目标确定要点	
261	2	4	3	2	信息架构与流程设计的方法	
262	2	4	3	3	原型设计与交互流程方法	
263	2	4	3	4	视觉设计与品牌一致性原则	
264	2	4	3	5	设计验证与用户测试方法	
265	2	4	3	6	开发交付与设计沟通技巧	
266	2	4	3	7	设计规范与文档管理要点	
267	2	4	3	8	新兴技术在界面设计中的应用方法	
268	2	4	3	9	界面设计的迭代优化与版本管理方法	
	2	4	4		界面标注及切图方法	
269	2	4	4	1	界面标注的内容要求	
270	2	4	4	2	界面标注的呈现方式	
271	2	4	4	3	界面标注的方法与规范	
272	2	4	4	4	切图的原则与标准规范	
273	2	4	4	5	切图工具与流程要点	
274	2	4	4	6	不同平台的切图要求和规范	
275	2	4	4	7	切图文件的管理与交付技巧	
276	2	4	4	8	标注与切图的实际应用方法	
277	2	4	4	9	切图后的文件管理和版本控制方法	
	3				文件管理	
	3	1			文件校对	
	3	1	1		文件尺寸设置知识	
278	3	1	1	1	广告设计的常见文件尺寸类型	
279	3	1	1	2	不同媒介的文件尺寸要求	
280	3	1	1	3	分辨率、精度设置与出血设置方法	

	3	1	2		色彩模式知识	
281	3	1	2	1	常见色彩模式及特征	
282	3	1	2	2	不同色彩模式的特性与用途	
283	3	1	2	3	印刷和数字输出的色彩模式要求	
284	3	1	2	4	色彩模式的转换方法与注意事项	
285	3	1	2	5	色彩管理与校准方法	
286	3	1	2	6	色彩模式在不同应用场景中的优化策略	
	3	2			文件输出	
	3	2	1		文件存储类型	
287	3	2	1	1	包装印刷文件输出常用格式	
288	3	2	1	2	PDF 文件格式介绍及作用	
289	3	2	1	3	EPS 文件格式介绍及作用	
290	3	2	1	4	TIFF 文件格式介绍及作用	
291	3	2	1	5	AI 转曲功能特点及介绍	
292	3	2	1	6	JPEG 格式的优缺点	
	3	2	2		文件印前管理知识	
293	3	2	2	1	文字转曲以及常见注意事项	
294	3	2	2	2	出血设置以及常见注意事项	
295	3	2	2	3	图片嵌入以及常见注意事项	
296	3	2	2	4	文字校对以及常见注意事项	
297	3	2	2	5	输出色彩模式以及常见注意事项	
298	3	2	2	6	输出文件分辨率以及常见注意事项	
299	3	2	2	7	印前输出工艺标注以及检查要求	
300	3	2	2	8	印前输出文字大小检查核对要求	
301	3	2	2	9	印刷文件命名规范	
	3	2	3		印刷工艺知识	
302	3	2	3	1	常见的印刷工艺类型	
303	3	2	3	2	印刷工艺的设计要求与注意事项	
304	3	2	3	3	特殊印刷工艺的特点	
305	3	2	3	4	印刷后的后期处理方法	
306	3	2	3	5	印刷工艺的环保与可持续发展的规则	
307	3	2	3	6	不同行业与产品的印刷工艺适用性的要点	

操作技能认定要素细目表

职业（工种）				广告设计师	等级	三级		
职业代码				4-08-08-08				
序号	考核点代码			名 称 · 内 容	重要系数	备注		
	项目	单元	细目					
	1			创意设计	9			
	1	1		设计定位	9			
1	1	1	1	结合市场情况及受众人群完成用户画像				
2	1	1	2	结合广告产品的实际情况及用户画像完成设计风格定位				
3	1	1	3	进行设计色彩定位				
	1	2		绘制草图	9			
4	1	2	1	编排草图相关元素				
5	1	2	2	安排图形、字体的位置，并对画面进行调色				
6	1	2	3	根据广告主题特点及设计定位绘制概念草图				
	1	3		设计提案	9			
7	1	3	1	用设计软件对给定文本进行编辑与排版				
8	1	3	2	用设计软件对文字、图形、图像进行编排				
9	1	3	3	用设计软件进行版面色彩表现				
10	1	3	4	汇报设计成果，列出设计汇报要点				
	2			设计表现	9			
	2	1		标志设计	9			
11	2	1	1	贴合目标市场的标志设计理念				
12	2	1	2	用设计软件设计标志图形				
13	2	1	3	用设计软件进行标志图形的色彩配置				
14	2	1	4	用设计软件设计标志辅助图形				
	2	2		版式设计	9			
15	2	2	1	根据设计定义设计符合主题的元素				
16	2	2	2	用设计软件完成版面排版工作				
17	2	2	3	用设计软件进行版面图形、图像的排版及色彩表现				
	2	3		包装设计	9			
18	2	3	1	包装设计的风格定位				
19	2	3	2	选择符合市场目标的包装材料				
20	2	3	3	设计纸品包装结构				
21	2	3	4	绘制纸品包装结构刀模				
22	2	3	5	用设计软件设计纸品包装展开图，并制作效果图				
23	2	3	6	进行纸品包装的印后工艺设置				

24	2	3	7	运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计		
	2	4		界面设计	8	
25	2	4	1	根据信息内容及交互原型完成界面布局		
26	2	4	2	选择符合主题的界面风格,并完成界面的高保真视觉设计		
27	2	4	3	用界面设计软件完成不同界面的尺寸标注,并进行切图与输出		
	3			文件管理	5	
	3	1		文件校对	5	
28	3	1	1	用设计软件批量显示文件尺寸		
29	3	1	2	根据印刷、喷绘、界面等不同媒介的需求,用相关设计软件设置并调整文件的分辨率、色彩模式		
30	3	1	3	根据印刷、喷绘、界面等不同媒介的需求,用相关设计软件设置并调整文件出血位		
	3	2		文件输出	5	
31	3	2	1	根据印刷、喷绘、界面等不同媒介的需求,完成对文件的输出与存储工作		
32	3	2	2	进行材料选择与印刷方式合理化选择		
33	3	2	3	进行印刷工艺的合理化应用		

第 3 部分

理论知识复习题

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

1. 职业道德是指从业者在职业活动中应遵循的道德准则，包括诚信、公正、专业和责任感等方面的要求。 ()
2. 遵守职业道德有助于树立企业良好的社会形象和品牌声誉。 ()
3. 职业道德要求包装设计师保护客户或公司的机密信息，所以他们可以随意分享这些信息给外部人员。 ()
4. 职业道德的构成要素仅涉及从业者与客户之间的契约关系，而无需考虑从业者对社会和环境的责任。 ()
5. 职业道德的原则主要强调从业者对客户的义务，而无需考虑对社会和环境的影响。 ()
6. 在广告设计中，为了追求创意，广告设计师可以忽略文化差异和社会价值观的影响。 ()
7. 职业能力是职业道德的基础，没有足够的职业能力，从业者无法真正履行职业道德的要求。 ()
8. 职业道德建设的关键在于通过制度约束、教育引导和文化熏陶等多种方式共同推动，从业者才能真正形成职业道德意识。 ()
9. 职业道德监督的重点在于事后纠正行为，不需要对从业者的日常工作进行跟踪和预警。 ()
10. 文明作业要求从业者在职业活动中尊重他人、遵守职业规范，避免产生对同事或客户的不良影响。 ()
11. 遵纪守法要求从业者在职业活动中不仅要遵守行业法规，还需遵守国家法律和社会道德规范。 ()
12. 敬业诚信要求从业者在职业活动中始终履行职责，守信履约，并对工作结果负责。 ()
13. 认真严谨要求从业者在工作中注重细节，避免因疏忽导致工作失误，同时保持高标准的工作态度。 ()
14. 信守承诺仅适用于对客户的服务，不包含对团队和合作伙伴的职责履行。 ()
15. 职业守则要求广告设计师在工作中不仅要满足客户需求，还需确保作品符合社会道德和法律规范。 ()
16. 广告具有经济、文化和社会多重功能，其中经济功能表现为促进销售和消费。 ()
17. 广告市场调研中的抽样误差可以完全避免，只要样本足够大即可。 ()
18. 广告文案在任何情况下都应保持高度的文学性，以确保读者的深刻印象。 ()
19. 广告表现中的视觉元素设计应当完全独立于文案内容，以确保创新性。 ()
20. 广告预算分配时，应优先考虑的因素是目标市场的覆盖率和目标受众的接触频率。 ()
21. 现代广告设计的发展受到了市场经济影响，其主要作用逐渐从信息传达转向品牌形象的塑造。 ()
22. 设计美学主要关注产品的外观形式，与功能性无关。 ()
23. 公益广告的主要功能是提升企业形象，而非直接促进产品销售。 ()
24. 在广告设计过程中，创意阶段应完全独立于策略制定，以避免受到限制。 ()

25. 图形设计中的负空间（留白）可以增强视觉效果和信息传达。 ()
26. 在使用图像处理软件时，调整图层不透明度可以实现对图像透明度的控制，但不会影响图像的颜色效果。 ()
27. CorelDRAW 和 Illustrator 的最大区别在于 CorelDRAW 只能处理位图，而 Illustrator 可以同时处理位图和矢量图。 ()
28. InDesign 是一款专业的排版设计软件，适用于书籍、杂志和宣传册的排版设计。 ()
29. 在界面设计软件中，使用网格系统是为了快速生成动态效果，与内容排版无直接关系。 ()
30. 在视频编辑中，分辨率设置只需要考虑输出设备，而不需要考虑素材本身的质量。 ()
31. Adobe After Effects 是一款专业的视频特效软件，适用于动画制作、动态设计和特效合成。 ()
32. 在构图中，黄金比例被视为最理想的比例关系，广泛应用于设计中。 ()
33. 在色彩心理学中，红色通常与冷静和专业相关联。 ()
34. 在构成设计中，黄金比例的应用可以增强画面的和谐美感，但不适合用于动态表现的画面。 ()
35. 在版式设计中，网格系统的使用可以增强版面的秩序感，但过度依赖网格会限制版式的灵活性和创意表现。 ()
36. 在摄影中，光圈越小[即 f 值越大]，景深越大，从而使前景和背景的清晰度更高。 ()
37. 在图像文件压缩中，JPEG 格式使用有损压缩，会降低图像质量，但适合用于印刷输出。 ()
38. 在文件管理系统中，所有归档文件的元数据必须包含创建者信息，但不需要包括修改历史。 ()
39. 在字体设计中，字体的可读性和辨识度是设计中最重要考虑因素之一。 ()
40. 标志设计中，过于复杂的图形和细节可能会导致缩小使用时失去清晰度和识别性。 ()
41. 在海报设计中，背景图案应尽可能复杂，以增加视觉冲击力。 ()
42. 在包装设计中，功能性和美观性同样重要，功能性主要体现在保护产品和方便使用。 ()
43. 视觉识别设计中，标志的设计原则应遵循独特性和易识别性，但不要求具备可延展性。 ()
44. 在界面设计中，用户体验的核心原则之一是信息层级的清晰化，以确保用户能够快速找到所需信息。 ()
45. 在信息设计中，层次结构和视觉引导线对于信息的阅读顺序起到关键作用。 ()
46. 在动态图形设计中，流畅的过渡效果依赖于高帧率设置，但不影响文件大小。 ()
47. 新媒体数据分析中的“标签化”技术仅限于用户的基本信息，不涉及用户行为模式的分析。 ()
48. 在数字绘画中，使用更高的 DPI 设置会增加文件的分辨率，但不会影响打印质量。 ()
49. 数码印刷不需要制版，直接通过数字信号驱动印刷设备，因此无法实现高分辨率的印刷效果。 ()
50. 《劳动法》对加班工资的支付标准作出了明确规定，加班工资不能以补休的形式替代支付。 ()
51. 对于虚假广告的违法行为，《广告法》规定不仅广告主要承担责任，广告经营者和发布者也有连带责任。 ()

52. 根据《商标法》，商标注册申请人可以一次性申请多个类别的商标，而无需逐类申请。()
53. 根据《著作权法》，作者自动获得作品的著作权，无需进行任何登记或申请。()
54. 根据《食品安全法》，任何食品生产经营者均不得在食品中添加药品，保健食品除外。()
55. 版权和专利权在中国的保护期限相同，均为作者或发明人去世后 50 年。()
56. 广告设计定位的成功与否完全取决于视觉表达，而文案和信息传达则处于次要地位。()
57. 广告定位可以通过强化品牌优势而忽略目标市场的需求变化，从而保持品牌的稳定性。()
58. 5C 分析模型在广告设计定位中主要关注竞争者和消费者，但忽略了公司内部资源的影响。()
59. 使用“情感定位”策略可以使品牌在市场中占据特定的功能性定位，从而增加消费者对产品性能的认识。()
60. 在广告定位实施过程中，市场细分是第一步，通过明确目标市场的需求来指导后续的定位策略。()
61. 广告定位评估后，如果市场反应不理想，则应完全改变定位策略以满足市场需求。()
62. 色彩心理学中的“颜色联想”认为，人们对颜色的反应完全取决于个人偏好，而不受文化背景影响。()
63. 明度是指颜色的纯净程度，因此增加明度会使颜色显得更加鲜艳。()
64. 在色彩心理学中，视觉适应理论指出，长期暴露于某种颜色环境下，人的情绪反应会逐渐减弱直到消失。()
65. 紫色在色彩心理学中被视为高贵和优雅的象征，因此在各类奢侈品广告中被广泛采用。()
66. 在西方文化中，黑色常被视为力量和优雅的象征，而在中华文化中，黑色则通常代表厄运和不祥。()
67. 品牌色彩对消费者行为的影响是一致的，色彩在品牌识别中的作用不会因文化差异而发生显著变化。()
68. 在色彩搭配中，使用高明度和高饱和度的颜色组合会降低视觉疲劳，使设计看起来更专业和易读。()
69. 科技产品的广告通常采用冷色调如蓝色和灰色，以传达专业性和科技感，但不适用于美容产品广告。()
70. 颜色带来的情绪效应是即时且恒定的，因此短期测试即可准确反映消费者对品牌色彩的长期反应。()
71. 思维导图的基本结构是从中心概念向外放射的树状图形，这种结构有助于促进联想和创造性思维。()
72. 思维导图的核心构成要素包括中心主题、分支、关键词和图像，这些要素共同构建了思维导图的逻辑框架。()
73. 当绘制思维导图时，中心主题的位置可以随意设定，因为最终的视觉效果不会受到其影响。()
74. 在思维导图中，每个分支的内容应围绕中心主题并逐层深入，以保持信息的逻辑一致性和层级关系。()
75. 适当使用颜色和符号可以引导思维导图的视觉焦点，使关键内容更突出并便于快速浏览。

()

76. 思维导图结构的调整仅限于分支的视觉排列，不涉及信息内容的增减和分支的合并。

()

77. 广告主题的概念发散应通过单一色调和线性分支布局，以确保信息的清晰性和逻辑性。

()

78. 思维导图中的元素布局无需考虑信息的重要性，只需均匀分布以达到美观效果。

()

79. 通过思维导图分析广告案例时，广告主题和元素的层级关系可以不受中心主题限制，以增强创意自由度。

()

80. 结构草图主要用于展示设计对象的内部结构和比例关系，通常不注重细节和渲染。

()

81. 构图草图中的线条不宜过多，以免破坏整体效果，因此在构图草图中不建议使用辅助线。

()

82. 细节草图的绘制中，阴影和纹理表达可以忽略，因为主要任务是体现对象的整体外形。

()

83. 在颜色草图中，使用渐变色可以帮助表现物体的立体感和空间层次，但容易影响草图的清晰性。

()

84. 技术钢笔适用于细致的线条和精确的描绘，但在表现大面积色块和柔和的阴影时效果较差。

()

85. 数码绘图中的画笔压力感应功能仅影响线条粗细，对颜色的透明度没有任何作用。

()

86. 混合绘图工具中的图层功能使用户可以单独编辑手绘和数字绘制的部分，确保效果一致性和编辑便捷性。

()

87. 使用水彩时，“湿对干”技法可以产生清晰的边缘，而“湿对湿”技法则适用于表现流畅的色彩过渡。

()

88. 使用“图层蒙版”功能时，只有删除蒙版才能完全恢复被遮盖的图像区域。

()

89. 在广告创意中，草图能够帮助快速探索视觉布局和文案位置，但通常不用于色彩和字体选择的细节讨论。

()

90. 在草图构图中，对称性原则强调所有元素的完全对称，以确保视觉效果的绝对平衡和稳定。

()

91. 在草图构图中，前景、中景和背景的分层安排可以增强画面的空间感，但可能削弱主体的视觉冲击力。

()

92. 对称和均匀的线条在草图中有助于表现物体的动态感，因此多用于人物动态或运动物体的表现。

()

93. 草图中，为了表现柔和的过渡，可以使用轻微的擦拭或渐变线条，使亮暗过渡更加自然流畅。

()

94. 表现木质或石质的粗糙感时，阴影区域应避免使用重复线条，以免干扰整体效果。

()

95. 在概念草图中，线条的流畅度和速度优先于精确性，以确保视觉表达的动态感和轻松感。

()

96. 每次修改草图时，关注细节优先于调整整体结构，以确保最终结果的完整性和准确性。

()

97. 在数字化过程中，草图的细节可以完全依赖软件生成，无需前期手绘准备。

()

98. 版式设计中的层次感仅影响页面的美观性，对信息传达的清晰度和理解度没有实质影响。

()

99. 对比是版式设计中的核心要素之一，可以通过颜色、大小或形状的对比来突出内容的层次和焦点。

()

100. 字体搭配的统一性有助于建立排版的一致性，但过多的字体变化能显著增强文本的视觉效果。

()

101. 无衬线字体一般适用于标题和正文，因为它们在不同大小下都能保持良好的可读性和视觉效果。

()

102. 在排版设计中，将文字与图像重叠可以增强视觉层次，但需要控制文字的透明度和对比度，以确保可读性不受影响。

()

103. 图形在版式中的装饰性应用应当始终保持简单，以避免过多视觉干扰，从而确保信息的清晰传达。

()

104. 在版式设计中，图像的使用越多越好，因为它能够丰富画面并增加内容的表现力。

()

105. 在图形和图像的组中，为了避免视觉复杂性，建议仅在图像的边缘加入简单图形，而不应直接叠加在图像主体上。

()

106. 在版式设计中，使用互补色搭配可以增强视觉对比度，但过度使用可能导致画面视觉疲劳。

()

107. 在版面设计中，色彩的深浅与层次感无关，重要的是色彩的搭配。

()

108. 制定版式设计提案时，设计元素的布局和配色必须在提案阶段完全确定，避免后续的调整和修改。

()

109. 提案中的视觉效果图和样式展示不需要详细说明实际可行性，只需突出创意和设计的美观性。

()

110. 色彩的三大基本属性是色相、饱和度和明度，这三者是互相独立的，彼此不会互相影响。

()

111. CMYK 色彩模式更适合屏幕显示，因为它基于加色原理，而显示设备通常使用此模式。

()

112. 色彩的对比度越强，能有效增强信息的层次感，但过度对比会导致视觉冲突，影响整体和谐。

()

113. 同一色相的不同明度和饱和度可以有效增加画面的层次感和深度感，是版式设计中的常见技巧。

()

114. 和谐色彩组合通常由相邻色或相似色构成，可以营造平静、舒适的视觉效果。

()

115. 色彩调和不需要考虑不同色彩的搭配关系，任何颜色的组合都可以相互调和。

()

116. 在色彩心理学中，黄色常常与愉悦、乐观相关，但过多使用会导致视觉上的疲劳感，因此在设计中应适度使用。

()

117. 在心理学上，蓝色被认为具有舒缓作用，可以降低心跳速度和压力，适合用于需要传达专业性和信任感的设计。

()

118. 黄色在世界各地普遍与快乐、阳光和温暖等正面情感相关，因此可以用来吸引消费者的注意力。

()

119. 对于高端奢侈品牌来说，使用鲜艳的红色和黄色能够增强品牌的高贵感和独特性，因此应广泛应用于品牌设计中。

()

120. 色彩在版式设计中不仅仅起到美化作用，还能引导视觉流动，强化版面信息的层次感。

()

121. 色彩提案中，色彩的选择应尽量避免使用任何对比色搭配，因为这会增加视觉负担。

()

122. 选择合适的版面风格对信息传达的效果影响较小，风格的主要作用是提升页面的美观性。

()

123. 在版面设计中, 字体的选择仅影响文本的可读性, 对整体风格的塑造作用不大。 ()

124. 极简风格的设计在所有行业中都适用, 因为其视觉效果简单而清晰, 不会产生文化和情感上的隔阂。 ()

125. 复古风格版面通常使用具有历史感的色彩, 如棕色、米色、橄榄绿等柔和的色调, 以传达怀旧氛围。 ()

126. 现代科技风格的版面通常使用冷色调 (如蓝色、灰色) 来传递高科技和未来感。 ()

127. 手绘与自然风格的版面通常使用柔和、低饱和度的色彩和手工感强的元素, 以传达自然和温暖的氛围。 ()

128. 在工业风格版面中, 黑白灰等中性色常作为主色调, 以增强整体的冷静和现代感。 ()

129. 通过不同色彩和字体组合的运用, 可以有效改变版面风格, 营造不同的情感效果。 ()

130. 品牌的定位和价值观是选择版面风格的关键因素, 以确保设计风格能够准确传达品牌的核心形象。 ()

131. 在移动端设备上, 极简风格版面通常更具适配性, 因为较少的元素和留白空间有助于提升阅读体验。 ()

132. 在广告设计中, 不同版面风格的组合可以创造出更丰富的视觉效果, 但应避免混淆风格, 以免影响品牌形象的统一性。 ()

133. 在国际化版面设计中, 设计师需要考虑目标市场的文化背景, 以确保设计风格符合当地观众的审美和习惯。 ()

134. 在设计汇报的准备阶段, 设计师无需过多关注设计背后的概念和逻辑, 只需突出视觉效果即可。 ()

135. 在设计汇报中, 框架结构的设计应当先呈现设计成果, 再介绍设计理念和过程, 以避免受众先入为主的偏见。 ()

136. 在设计讲解中, 使用过多的技术术语会使讲解逻辑更严谨, 因此应尽量使用专业词汇。 ()

137. 为了增强设计的竞争优势, 设计讲解中应该避免提到竞品, 而只专注于自己的设计方案。 ()

138. 对于复杂的设计内容, 在汇报时分段解释和逐步展示可以使受众更易于接受和理解。 ()

139. 在演示时, 为了突出重点内容, 应尽量减少留白空间, 增加图形和文本的密度。 ()

140. 在故事化叙述中, 设置与受众有关的情境有助于提升内容的共鸣感和记忆度。 ()

141. 在陈述设计价值时, 引用用户反馈或数据支持可以增强设计方案的可信度。 ()

142. 在收集汇报反馈时, 设计师应专注于正面反馈, 以增强信心并忽略负面反馈。 ()

143. 在设计汇报后, 收集反馈的目的是为了优化设计方案并更好地满足客户需求。 ()

144. 当设计师无法立即回答听众提出的专业问题时, 可以随意编造答案以维持汇报的连贯性。 ()

145. 设计汇报中, 过度使用复杂的数据图表可能会分散听众的注意力, 降低汇报的效果。 ()

146. 一个成功的标志设计应具备简单易识别、具象征性和易于记忆的特点。 ()

147. 标志设计的分类有助于设计师根据品牌的行业特点和受众需求, 选择合适的设计风格 and 形式。 ()

148. 标志是品牌的视觉象征, 对品牌价值传递和品牌认知度提升起到关键作用。 ()

149. 符号型标志是通过图形符号来代表品牌或组织，通常不包含文字或具体描述。 ()
150. 文字型标志的优势在于易于直接传达品牌名称，有助于增强品牌的辨识度和记忆度。 ()
151. 图文组合型标志的优势在于它既可以利用图形符号增强视觉冲击力，又能通过文字直接传达品牌名称。 ()
152. 抽象型标志适合所有类型的品牌，因为抽象设计能有效提升品牌的辨识度和记忆度。 ()
153. 徽章型标志由于设计复杂，通常适合小尺寸显示，如网站图标和手机应用图标。 ()
154. 动态标志的特点在于其结构固定不变，而色彩和细节会根据应用场景的不同进行变化。 ()
155. 标志设计应遵循简洁的原则，以确保标志在不同大小和媒介中都能清晰识别。 ()
156. 标志设计中的视觉元素应围绕品牌核心价值来选择，以增强标志的传达效果。 ()
157. 品牌契合度原则要求标志设计与品牌行业特性相符，因此所有行业标志设计应遵循相同的设计风格。 ()
158. 标志适配性设计的核心在于统一性，因此标志在任何场景中都不能有任何变化。 ()
159. 一个功能性强的标志设计应避免使用过多复杂细节，以确保在小尺寸中也能清晰呈现。 ()
160. 简洁的标志通常比复杂的标志更易于被受众识别和记忆，因此在品牌传达中具有更高的实用价值。 ()
161. 一个文化适应性良好的标志可以在全球市场中广泛应用，而不需要针对不同市场进行调整。 ()
162. 成功的多场景适配标志在不同场景中通常不需要变换形式，因为始终保持固定设计。 ()
163. 前瞻性标志设计需要完全抛弃当前的流行风格，以确保设计具有独特性。 ()
164. 视觉复杂的标志可以提升品牌的艺术性，因此在任何场景下都具备良好的传播效果。 ()
165. 模仿其他品牌标志可能会导致受众对品牌的认知模糊，降低品牌的辨识度和独特性。 ()
166. 在标志设计中，使用过于装饰性的字体可能会降低标志的可读性，尤其是在小尺寸显示时。 ()
167. 选择流行的高饱和度颜色总是能够提升标志的视觉冲击力，因此适用于所有品牌。 ()
168. 使用复杂的渐变色可以提高标志在多种应用场景下的适应性。 ()
169. 模仿知名品牌标志可能短期提升认知度，但因法律和独特性风险，不被鼓励。 ()
170. 对齐和分隔是版式设计的核心原则之一，有助于信息的层次清晰和整体感。 ()
171. 视觉层次设计仅适用于网页设计，与印刷设计无关。 ()
172. 布局设计的基本原则之一是保持视觉平衡，以确保设计元素不会在画面中显得过于拥挤或偏向一侧。 ()
173. 为了增强文字排版的多样性，可以在同一页面中使用多种字体，增加层次感。 ()
174. 在色彩搭配中，选择符合品牌个性和目标受众的色彩能够增强品牌的识别度和情感联结。 ()
175. 为了实现多场景适应性，设计中可以使用固定比例和位置的元素，以确保在所有场景中保持不变。 ()
176. 对比在经典版式设计中是常用的手法，能够有效突出重点内容并引导观众视线。 ()
177. 时尚行业的版式设计更注重个性化和创新性，因此通常采用大胆的色彩和排版，以吸引观众的注

- 意力。 ()
178. 版式设计的趋势仅受技术进步的影响，与目标受众的审美变化无关。 ()
179. 在图文排版中，文字和图片应该占据相同的视觉空间，以达到对称和平衡。 ()
180. 在版面设计中，使用高分辨率和清晰的图像可以提升设计的专业性和视觉吸引力。 ()
181. 使用过多的字体和文字大小变化有助于增强页面的视觉层次感和统一性。 ()
182. 为了保证信息的清晰传达，文字应始终位于图像的上方或左侧，以达到视觉平衡。 ()
183. 在信息传达中，视觉引导不仅包括内容的排列，还涉及元素之间的距离，以便控制读者的阅读节奏。 ()
184. 保持字体的大小和图像比例一致是实现多场景适应性的重要因素，能确保在任何设备上的清晰度和可读性。 ()
185. 品牌设计中，绿色多用来传达环保、健康和自然的情感，通常被食品和医疗品牌使用。 ()
186. 在设计中，使用高饱和度的色彩可以吸引观众的目光，因此通常用于需要突出和引导视线的关键元素。 ()
187. 在设计中，留白可以有效缓解页面视觉疲劳，而与明亮色彩搭配时，能进一步提升内容的可读性和视觉平衡。 ()
188. 在图文组合中，色彩可以用于划分不同内容区域，从而帮助观众快速区分和识别信息。 ()
189. 色彩在信息分组中有助于建立视觉层次，使观众可以轻松区分不同的内容块。 ()
190. 在视觉引导中，颜色的渐变可以帮助观众自然地从一个元素流向另一个元素，增强视觉流动性。 ()
191. 网格系统是一种设计工具，通过在页面上划分出水平和垂直的参考线，为内容的排列提供一致的结构。 ()
192. 网格系统的基本构成包括列、行、模块、间距和边距，这些元素共同决定页面的结构和信息的排列方式。 ()
193. 网格系统可以帮助设计师在页面中保持一致的布局 and 比例，使不同内容块之间的排列和对齐更加规范。 ()
194. 多列网格系统通常用于复杂内容的排版，可以灵活分区并适应大量的文本和图像内容。 ()
195. 在构建网格系统时，边距和间距的设置可以随意调整，不会影响到整体设计的规范性。 ()
196. 网格系统的应用使得所有元素必须严格对齐于网格线，这样可以确保页面的一致性。 ()
197. 网格系统的设计原则之一是灵活性，即确保页面能够适应不同的内容和设备，而不是局限于固定的布局。 ()
198. 在跨媒体设计中，网格系统的灵活性可以通过调整列宽、间距和边距来适应不同设备尺寸，保持设计的一致性。 ()
199. 经典出版物的网格系统常通过对称布局来增加视觉平衡，尤其在正文内容较多的情况下。 ()
200. 在网页设计中，网格系统通常需要使用固定的列宽，以确保不同设备上内容的一致性。 ()
201. 时尚行业的设计多采用模块化网格系统，提供灵活布局以突出图片和个性化品牌信息。 ()

()

202. 网格系统在平面设计中主要用于提供布局指导,但设计师可以在规则内适当突破以实现创意表达。

()

203. 纸品包装可以在运输过程中保护产品免受外界环境的损害,尤其适合轻量且易碎的商品。

()

204. 纸板包装盒通常适合用于零售和礼品包装,因其材质坚固且易于印刷美观的图案。

()

205. 瓦楞纸具有良好的缓冲性能,适合用于保护易碎产品,因此在包装设计中常用于结构承重较强的外包装材

料。

()

206. 在为食品包装选择纸品材料时,通常会优先考虑材料的防潮性和无毒性,以确保食品安全和质量。

()

207. 白卡纸表面光滑且印刷效果好,常用于高端礼品包装和化妆品包装,以增强品牌的视觉吸引力。

()

208. 瓦楞纸因表面粗糙,覆膜加工难度高且效果不稳定,通常不适用亮面/哑面覆膜工艺。

()

209. 纸浆模塑材料具备良好的可降解性和抗震性能,但因加工能耗较高,不适合所有环保要求严格的包装设计。

()

210. 对于小批量的高端产品包装,定制模切工具并不会显著增加整体成本。

()

211. 在选用食品包装材料时,为确保食品安全,应避免使用含有增塑剂和其他有害化学物质的涂层材料。

()

212. 插口式包装结构适合自动化包装生产线,因为其结构便于快速装配和封合。

()

213. 轻量化设计原则可减少纸品包装的材料用量,降低成本,但通常会牺牲包装的强度和保护性能。

()

214. 双插盒结构具有较高的防护性,因此常用于较重的电子产品包装,以增加产品的安全性。

()

215. 天地盖结构因其易于开启和闭合且具备良好的展示性,通常用于礼品包装和高端产品包装。

()

216. 为了确保抽屉盒结构的稳固性,通常会在抽屉与外壳之间加入防滑设计,以防止盒子意外滑出。

()

217. 飞机盒结构的设计中,封盖部分通常设有插口或自锁结构,以便无需胶水或其他辅助材料封合。

()

218. 手提盒结构通常用于礼品包装或需要便携性的产品包装,其设计要求能够承受一定重量,以确保手提部分的稳定性和安全性。

()

219. 扣底盒结构在装配时通过底部的插扣实现自动锁定,因此无需胶水或其他粘合剂,适合快速装配的需求。

()

220. 书型盒结构通常具有翻盖设计,便于消费者重复开启和闭合,适合高端礼品和电子产品的包装。

()

221. 吊空盒结构通过将产品悬浮于盒内,使其免受盒体碰撞,适合用于高端易碎产品的包装。

()

222. 为了增强产品展示效果,开窗盒通常会在所有侧面设计透明窗口,便于从不同角度观察产品。

()

223. 展示盒结构的主要作用在于展示产品,因此设计时可以忽略对结构稳固性的考量。

()

224. 纸袋与纸管结构都具备较好的环保性能,但纸管结构由于材料强度较高,因此更适合重复使用。

()

225. 纸盒结构设计的便利性功能通常指的是用户可以快速开启和关闭盒子，不需借助任何工具。

()

226. 特殊结构设计的纸盒通常会结合插口、翻盖、抽屉等多种设计，以便兼顾展示性和防护性，但这类设计会增加生产难度和成本。

()

227. 数码印刷是一种经济高效的印刷方式，适合大批量生产的纸品包装印刷需求，因其输出速度快且印刷质量稳定。

()

228. 数码印刷机以快速高效见长，但不适合个性化小批量印刷项目，因为其印刷成本较高。

()

229. 覆膜工艺可增强纸品包装的防水性和耐磨性，但会影响环保性，因其增加了纸张回收的难度。

()

230. 为实现品牌的统一形象，色彩管理不必考虑纸张种类和涂层的差异，因为同一色号在不同材质上会表现相同的颜色。

()

231. 在准备纸品包装的输出文件时，确保使用高分辨率（至少 300 dpi）的图像，以避免印刷时出现模糊或失真的现象。

()

232. 柔和的水性光油能增加包装的光泽度和耐磨性，同时符合环保要求，适用于食品级包装。

()

233. 印刷过程中若油墨未完全干燥就开始裁切，可能会造成蹭脏或污渍，解决方法是提高印刷速度以减少油墨堆积。

()

234. 柔印常用于快消品包装，具有较高的耐用性，适合印刷在柔性材料上，但在精细图案的表现力上不如胶印。

()

235. 采用大豆油墨替代传统石油基油墨，可以减少印刷过程中对环境的污染，同时提高生物降解性。

()

236. 包装设计中的绿色环保标识可以随意使用，只要设计符合美观和品牌需求，而不必经过认证或审核。

()

237. 空隙率计算时，只需考虑产品在包装中的正面和底部空隙，而无需计算侧面空隙。

()

238. 根据《广告法》，包装上的宣传内容允许夸大产品功效以增加销量，但不能直接误导消费者。

()

239. 条形码可以随意放置在包装的任何位置，只要扫描设备能识别即可。

()

240. 包装上的图标大小和颜色可以根据品牌设计需要随意更改，只要保持图标的基本轮廓不变即可。

()

241. 在化妆品包装上使用“纯天然”、“无添加”这样的词语时，必须有相应的检测和证据支持，否则可能被认定为误导消费者。

()

242. 包装设计中的重要信息（如成分表、生产日期）可以采用手写风格的字体，只要信息完整即可。

()

243. 根据《广告法》规定，化妆品包装中不可使用类似“医用蓝”或“药品绿”来暗示疗效，以避免误导消费者认为其具有医疗效果。

()

244. 包装印前检查中，色彩模式必须统一为 CMYK 模式，因为 RGB 模式在印刷中会导致色彩偏差。

()

245. 包装尺寸计算时，仅需考虑产品的长、宽、高即可，不必预留任何间隙或考虑缓冲材料。

()

246. 在包装排版中，产品信息应优先放置在消费者视线最容易关注的位置，以提升信息的易读性和品

- 牌的识别度。 ()
247. 包装设计稿件完成后, 无需检查分辨率, 因为印刷时会自动调整至最佳分辨率。 ()
248. 一个好的图标设计在各类设备尺寸上应该都保持清晰度, 因此高分辨率图标的设计可以忽略小尺寸下的细节表现。 ()
249. 在为不同尺寸设备设计图标时, 增加细节是确保图标在大屏幕上更为清晰的有效方法。 ()
250. 扁平化风格的图标设计通常不包含阴影或渐变, 这种风格更强调图形的功能性和清晰性。 ()
251. 图标设计流程中, 概念草图阶段可以跳过, 直接进入数字化设计, 以提高工作效率。 ()
252. 在图标设计工具中, 栅格(网格)对齐主要是为了帮助设计师创建统一的边距和比例, 确保图标之间的风格一致性。 ()
253. 图标优化过程中, 将图标缩小到 16px 尺寸后仍能清晰识别, 说明该图标的简化和核心元素处理已达标。 ()
254. 在设计图标集时, 保持图标的线条粗细一致比图标的形状统一性更重要, 因为线条粗细是风格一致性的关键。 ()
255. 若某个图标集的主题是“生活方式”, 设计师可以在色彩上进行任意变化以增加视觉吸引力, 而不影响风格的一致性。 ()
256. 在医疗健康类应用中, 使用卡通风格图标能增强用户体验的温暖感, 从而减少对内容的紧张感。 ()
257. 在图标设计中, 即使主题和功能有所差异, 保持相同的光影效果可以在视觉上增强图标的整体一致性。 ()
258. 图标的风格一致性优化中, 统一的线条粗细能有效提升整个图标集的风格一致性, 即使图标尺寸有所变化。 ()
259. 在设计移动端和桌面端图标时, 可以使用完全不同的配色方案, 以便每个平台上的图标符合各自的视觉标准。 ()
260. 在需求分析过程中, 如果用户需求较为模糊, 设计师应优先依赖行业标准来设定设计方向, 以避免项目进度延迟。 ()
261. 在界面设计的流程设计中, 若流程步骤较多, 设计师应优先考虑通过流程分步显示或使用进度条来减少用户的操作压力。 ()
262. 在创建高保真原型时, 加入视觉效果和动态效果可以让用户更好地体验最终产品的交互效果, 但会增加测试的复杂性。 ()
263. 界面设计的视觉层次与品牌形象一致性无关, 只需关注界面内元素的排列顺序即可。 ()
264. 在用户测试中, 如果同一设计在不同用户组中的反馈差异较大, 设计师应优先根据目标用户组的反馈进行优化调整。 ()
265. 在界面设计交付阶段, 设计师应确保所有的设计文件和标注完整清晰, 即便开发团队对设计要求已经熟悉。 ()
266. 在界面设计项目中, 定期更新设计规范文档有助于确保开发团队能够及时了解设计变更并保持一致性。 ()
267. 在界面设计中, 使用增强现实 AR 技术可以有效提升用户的互动体验和沉浸感。 ()
268. 在界面设计版本管理中, 所有设计师应独立管理各自的文件版本以减少冲突。 ()

269. 界面设计标注颜色信息时，应标注每个颜色的 RGB 值和十六进制值，以确保开发在不同环境中能够精确还原颜色。 ()

270. 使用交互式标注工具比静态标注图更有助于团队理解复杂的交互效果，因为交互式标注可以模拟动态变化和过渡效果。 ()

271. 在界面设计标注的过程中，为确保开发团队理解标注内容，设计师应仅使用文字说明，避免使用图示或图标。 ()

272. 在界面切图中，使用矢量图形格式，如 SVG，可以确保图像在不同分辨率下保持清晰度，且占用的文件大小更小。 ()

273. 界面设计中，切图时，为了确保图像的清晰度，应优先导出最大尺寸的图像，开发可根据需要自行缩小图片尺寸。 ()

274. Android 平台的界面设计切图需按照不同的 dpi，如 mdpi、hdpi、xhdpi 等导出，以确保图像在不同设备上的显示效果一致。 ()

275. 为保证切图文件在项目中的可追溯性，设计师应将所有切图文件保存在同一文件夹中，不必按平台或分辨率进行分类，以简化文件结构。 ()

276. 在界面设计标注过程中，为了便于开发团队理解设计逻辑，设计师应避免在标注中加入过多的细节，以确保信息简洁。 ()

277. 界面设计切图后的文件管理需要根据设计需求分类存放，并且每个版本的文件都应明确标注版本号。 ()

278. 在设计印刷广告时，文件尺寸应始终包含出血位，以避免裁剪时影响设计内容的完整性。 ()

279. 在设计用于数码屏幕的广告时，分辨率应设置为 300dpi，以确保图像在各类屏幕上保持高清晰度。 ()

280. 使用矢量图形格式（如 SVG）可以适应任何分辨率，因此在制作矢量图时不需要考虑 dpi 设置。 ()

281. 在进行数码印刷时，CMYK 模式的色域范围比 RGB 模式更广，因此使用 CMYK 能表现更多色彩。 ()

282. RGB 色彩模式以加色法混合色彩，适合用于屏幕显示，但由于色域较窄，不适合用于高精度的印刷品设计。 ()

283. 印刷文件应使用 RGB 色彩模式以便于打印设备自动转换为 CMYK，实现最佳颜色匹配效果。 ()

284. 在设计文件从 RGB 转换为 CMYK 时，颜色可能会出现暗淡或色差，因此设计师需要在转换后手动调整关键颜色。 ()

285. 色彩管理的主要目的是在不同设备之间保持颜色的一致性，因此需要确保每个设备都使用同样的色彩模式。 ()

286. 在数字界面设计中，使用 RGB 色彩模式可以确保色彩在显示屏上的准确呈现。 ()

287. PDF 格式在包装印刷中常用于文件交付，因为它能够嵌入字体和图像，并确保跨设备的一致性。 ()

288. PDF 文件在编辑过程中不能保留分层信息，因此不适合复杂设计文件的后续修改。 ()

289. EPS 文件的兼容性较低，因此在跨平台传输时可能会导致内容显示错误，不适合多设备协作。 ()

290. TIFF 文件格式支持无损压缩，因此适合存储高分辨率图像用于印刷和专业设计。 ()

291. 在设计复杂图形时，转曲操作可以有效减少文件大小，从而提高软件运行效率。 ()

292. JPEG 格式支持透明背景，因此适用于网页设计中的图像处理。 ()
293. 在印前管理中，文字转曲后，所有字体信息将被转换为矢量路径，文件不再依赖字体文件的安装。 ()
294. 出血设置只适用于印刷品设计，对于数字内容或网页设计可以忽略。 ()
295. 在嵌入图片之前，必须将图片的分辨率调整到最终输出所需的标准，以避免后期文件质量问题。 ()
296. 文字校对的目的是确保文本内容的准确性和一致性，因此只需检查语法和拼写错误即可。 ()
297. RGB 色彩模式适用于网页设计和数字显示，但由于其色域较广，也适合高质量印刷。 ()
298. 数字屏幕显示文件的分辨率只需设置为 72dpi，因为屏幕无法呈现更高分辨率的细节。 ()
299. 在印前工艺标注中，必须确保标注线条颜色设置为 100%黑，以防止印刷时混淆或失误。 ()
300. 印前文件中，文字的最小字号应根据印刷设备和纸张材质的不同进行调整，但通常建议不小于 6pt。 ()
301. 文件命名可以包含特殊符号，如*、?，以区分不同文件，但需要确保不会影响文件的跨平台传输。 ()
302. 热转印是一种通过热量将图案转移到介质上的工艺，适合纸张、大批量的快速印刷。 ()
303. 对于需要专色印刷的设计，应在设计文件中明确标注 Pantone 颜色以避免颜色误差。 ()
304. 荧光印刷可以显著提高视觉冲击力，但只能应用于纸质印刷品，其他材质不适用。 ()
305. 裱糊工艺通常用于提升印刷品的厚度和强度，因此多应用于高档包装设计中。 ()
306. 在环保印刷中，使用 FSC 认证纸张仅适用于特定高端产品，而不适合大规模印刷。 ()
307. 化妆品包装通常优先选择 UV 印刷工艺，因为该工艺能提供高光泽和精致效果，但成本相对较低。 ()

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

1. () 最能体现职业道德的定义。
- A. 行业内的技术和艺术标准 B. 广告设计师的工作效率 and 创新能力
- C. 与客户合作的经济利益最大化 D. 在职业活动中遵循的道德准则和行为规范
2. 广告设计师的职业道德特征不包括 () 。
- A. 自律性 B. 公共性
- C. 竞争性 D. 规范性

3. 职业道德的核心价值观中，公平性的主要要求是（ ）。
- A. 在设计中追求创新，保持独特性 B. 对客户和社会的需求给予平等重视
- C. 在竞争中保持领先地位 D. 确保设计价格符合行业标准
4. 职业道德的核心价值是（ ）。
- A. 创造力和创新 B. 诚信和正直
- C. 竞争和胜利 D. 收益和回报
5. 职业道德要求包装设计师在工作中应该具备的品质是（ ）。
- A. 创造力和想象力 B. 高效和迅速完成任务
- C. 迎合客户的所有要求 D. 尊重客户和同事的权益
6. 职业道德的主要作用是帮助员工实现（ ）的目标。
- A. 增加收入 B. 提升职位
- C. 树立职业声誉 D. 减少工作压力
7. 职业道德的构成要素中，最直接体现从业者的行为准则是（ ）。
- A. 价值观念 B. 社会责任
- C. 行为规范 D. 专业技能
8. 在职业道德的构成要素中，社会责任的主要表现是（ ）。
- A. 遵守客户需求，完成合同要求 B. 关注职业行为对社会和公众的影响
- C. 提升从业者的专业技能水平 D. 优化行业内部的竞争环境
9. 职业道德的诚信原则主要要求从业者做到（ ）。
- A. 提升技术水平，增强职业竞争力 B. 言行一致，守信履约，不欺瞒客户
- C. 优先满足客户的所有需求 D. 在工作中追求创新和效率
10. 职业道德的公平原则在实际工作中体现为（ ）。
- A. 确保客户利益最大化 B. 关注行业内部的公平竞争
- C. 在团队合作中提高效率 D. 对所有客户和合作伙伴一视同仁，不偏不倚
11. 在广告设计行业，公平原则的体现主要是（ ）。
- A. 对客户、公众和合作方一视同仁，公平对待
- B. 在竞争中采用价格战以吸引客户
- C. 只关注大客户的需求，忽略小客户的利益

D. 优先满足高收益客户的要求

12. 广告设计师在履行职业道德时，应优先考虑（ ）。

- A. 快速完成设计任务
- B. 提升作品的市场竞争力
- C. 设计内容对社会文化和公众利益的影响
- D. 确保作品符合当下流行趋势

13. 职业能力与职业道德的相互作用主要体现在（ ）。

- A. 职业能力可以替代职业道德的要求
- B. 职业道德可以完全弥补职业能力的不足
- C. 二者互不影响
- D. 职业能力为职业道德提供技术支持，职业道德为职业能力提供道德指引

14. 广告设计师如果具备高职业能力但缺乏职业道德，可能会导致（ ）。

- A. 设计质量不断提升
- B. 设计内容可能损害公众利益或违反法律
- C. 与客户建立长期信任关系
- D. 设计更符合社会价值观

15. 职业道德建设的基础是（ ）。

- A. 提高从业者的经济收益
- B. 加强职业道德教育和培训
- C. 引入先进的技术工具
- D. 优化工作流程

16. 职业道德建设中，通过文化熏陶的主要目标是（ ）。

- A. 提升设计师的技术能力
- B. 优化企业内部管理流程
- C. 提高客户对设计师的信任感
- D. 塑造从业者的道德认知和行为习惯

17. 职业道德的评价标准应重点关注的是（ ）。

- A. 从业者的技术水平
- B. 从业者是否遵守职业道德原则
- C. 客户对设计的满意程度
- D. 设计作品的商业价值

18. 职业道德监督的主要目标是（ ）。

- A. 增强企业的市场竞争力
- B. 减少从业者的工作压力
- C. 规范从业者行为，预防和纠正不道德行为
- D. 提升从业者的经济收益

19. 文明作业的主要体现是（ ）。

- A. 追求个人利益最大化
- B. 快速完成工作任务
- C. 遵守职业规范，尊重同事和客户
- D. 减少与他人的交流与合作

20. 团结协作在团队工作中的主要作用是（ ）。

- A. 提高团队整体效率，实现共同目标 B. 减少工作中的竞争压力
- C. 明确团队成员的个人职责 D. 降低团队的工作成本
21. 严格自律的体现主要是（ ）。
- A. 在监督下完成工作 B. 依赖团队合作的结果
- C. 即使无人监督，也能主动遵守职业规范 D. 专注提高工作效率
22. 在广告设计行业，遵纪守法的首要要求是（ ）。
- A. 确保设计内容符合法律法规和社会道德 B. 尽量减少工作中的资源浪费
- C. 优化设计方案以提升商业价值 D. 满足客户的创意要求
23. 敬业诚信的主要表现是（ ）。
- A. 履行职责，诚实守信，按时完成工作任务 B. 在竞争中追求利益最大化
- C. 通过灵活调整规则适应客户需求 D. 优先关注自身职业发展
24. 创新进取在广告设计中的意义是（ ）。
- A. 尽量减少工作中的尝试
- B. 遵守传统设计风格，避免偏离主流
- C. 仅关注技术层面的提升
- D. 在符合客户和社会需求的前提下不断尝试新创意和新技术
25. 忠于职守的核心要求是（ ）。
- A. 提升个人技术能力 B. 减少团队协作中的沟通成本
- C. 完全服从上级指令 D. 以职业责任为重，履行岗位职责
26. 在广告设计行业，认真严谨的直接作用是（ ）。
- A. 提升设计作品的艺术性 B. 加速工作进程
- C. 减少错误，提升设计的可靠性 D. 增强团队的凝聚力
27. 包容同业的核心意义是（ ）。
- A. 提升个人竞争力 B. 专注自身利益最大化
- C. 维护行业的公平竞争和共同发展 D. 避免与同行发生直接接触
28. 信守承诺的基本要求是（ ）。
- A. 按时履行承诺的职责和义务 B. 尽量满足客户的所有需求
- C. 在完成任务时灵活调整承诺内容 D. 专注提高工作效率

29. 职业守则中关于同行竞争的主要要求是 ()。

- A. 公平竞争，尊重同行
B. 争取更多客户，不考虑同行利益
C. 避免与同行合作以保护自身优势
D. 通过价格战获取市场份额

30. 广告设计师在履行职业守则时, 最重要的社会责任是 ()。

- A. 提升设计的视觉效果 B. 增强客户满意度
- C. 推动技术创新 D. 传递真实、积极的社会价值观

31. 在广告的定义中, () 不属于广告的本质特征。

- A. 传播性 B. 普遍适用性
C. 非个人性 D. 付费性

32. 根据广告的分类, 主要用于改变消费者行为和态度的广告是 ()。

- A. 告知性广告 B. 提醒性广告
C. 说服性广告 D. 信息性广告

33. 广告市场调研中二手数据的来源是 ()。

- A. 实地调查数据
B. 实验室实验结果
C. 焦点小组访谈记录
D. 行业报告和政府统计数据

34. 在广告调研报告中, () 通常用于表示数据的趋势。

- A. 描述性统计 B. 数据汇总表
- C. 图表和图形分析 D. 逻辑推理

35. 广告策划中, 必须明确的是 ()。

- A. 目标受众 B. 产品的生产地
- C. 竞争品牌的具体定价 D. 广告投放的历史数据

36. 在文案创作中，广告策划者为了增强产品吸引力，通常会使用（ ）策略。

- A. 展示技术参数
B. 利益点突出
C. 选择复杂的表达方式
D. 严格遵循行业标准

37. 广告创意中, () 最能帮助形成品牌记忆点。

- A. 高频次的广告投放 B. 简洁的广告文案
- C. 独特的视觉符号或角色 D. 大面积的色彩应用

38. () 广告创意策略最适合体现产品的核心价值。

- A. 功能诉求
- B. 价格竞争
- C. 故事叙述
- D. 文化隐喻

39. 最有助于确保广告支出与市场份额相匹配广告预算制定方法是（ ）。

- A. 可承受法
- B. 百分比法
- C. 竞争对等法
- D. 目标任务法

40. 关于广告效果的评估周期，（ ）描述是正确的。

- A. 广告效果应在广告投放当天评估
- B. 广告效果评估在广告结束后即可完成
- C. 效果评估时间与广告预算无关
- D. 长期效果评估可以更准确地反映品牌形象的提升

41. 现代广告设计中（ ）流派强调几何图形、鲜艳色彩和简洁的线条，广泛应用于 20 世纪中叶的广告设计。

- A. 包豪斯风格
- B. 新古典主义风格
- C. 浪漫主义风格
- D. 巴洛克风格

42. 被誉为“现代广告之父”，其创新性广告设计理念在 20 世纪初对广告行业产生了重大影响的设计师是（ ）。

- A. 赫伯特·拜尔
- B. 保罗·兰德
- C. 大卫·奥格威
- D. 威廉·莫里斯

43. 在设计美学中，强调“少即是多”理念的设计风格是（ ）。

- A. 极简主义
- B. 巴洛克风格
- C. 装饰艺术风格
- D. 新古典主义

44. 在设计美学中，强调产品的可持续性和环保理念的设计趋势被称为（ ）。

- A. 高技派设计
- B. 解构主义设计
- C. 后现代主义设计
- D. 绿色设计

45. 根据广告的目的进行划分的广告分类方式是（ ）。

- A. 盈利性广告与非盈利性广告
- B. 报纸广告与杂志广告
- C. 国际性广告与地方性广告
- D. 理性诉求广告与感性诉求广告

46. 在商品的生命周期中，哪一阶段的提醒消费者持续关注产品作为广告主要目的阶段是（ ）。

- A. 开发期广告
- B. 成长期广告
- C. 成熟期广告
- D. 衰退期广告

47. 强调从消费者的情感和心理出发, 创造共鸣的广告设计方法是 ()。

- A. 理性诉求法
- B. 功能导向法
- C. 情感诉求法
- D. 价格竞争法

48. 不属于广告设计评估阶段常用的方法是 ()。

- A. 焦点小组访谈
- B. 创意头脑风暴
- C. 问卷调查
- D. 销售数据分析

49. 在图形设计中, 可以引导观众的视线并创建运动感的设计元素是 ()。

- A. 线条
- B. 形状
- C. 纹理
- D. 色彩

50. 以其轻质和高强度而广泛应用于现代产品设计中的材料是 ()。

- A. 木材
- B. 玻璃
- C. 碳纤维
- D. 陶瓷

51. 最适合在 Photoshop 中进行选区创建的工具是 ()。

- A. 画笔工具
- B. 套索工具
- C. 修复画笔工具
- D. 模糊工具

52. 在图像处理中, “曲线”功能的主要作用是 ()。

- A. 增加图像的分辨率
- B. 修复图像中的破损区域
- C. 调整图像的对比度和亮度
- D. 缩放图像大小

53. 在矢量图形设计中, 贝塞尔曲线的主要作用是 ()。

- A. 创建平滑的曲线和路径
- B. 填充对象的颜色
- C. 调整图形的透明度
- D. 创建渐变效果

54. 最适合保存矢量图形的文件格式是 ()。

- A. JPEG
- B. PNG
- C. BMP
- D. SVG

55. 在排版设计软件中, 使用“母版”的主要作用是 ()。

- A. 统一页面的基本元素和样式
- B. 创建文本样式模板
- C. 调整图片透明度
- D. 修复页面中的图形错误

56. 最适合用于排版设计文档最终输出的文件格式是 ()。

- A. JPEG
B. PNG
C. PDF
D. GIF
57. 在 Adobe XD 中，原型链接功能的作用是（ ）。
- A. 调整界面布局
B. 为设计稿创建交互流程和跳转效果
C. 优化图片分辨率
D. 生成用户测试报告
58. 在界面设计软件中，“组件”的作用是（ ）。
- A. 调整设计文档尺寸
B. 优化图片的加载速度
C. 添加动态效果到界面中
D. 创建可重复使用的设计元素，提升效率
59. 在 Adobe Premiere Pro 中，使用时间轴的主要作用是（ ）。
- A. 编辑和排列视频片段
B. 调整视频分辨率
C. 导出视频文件
D. 优化视频特效
60. 视频编辑软件中的“关键帧”功能主要用于（ ）。
- A. 裁剪视频片段长度
B. 制作动画效果并控制属性变化
C. 调整视频的播放速度
D. 合并多个视频文件
61. 在 After Effects 中，使用时间轴关键帧的主要作用是（ ）。
- A. 剪辑视频片段
B. 控制动画属性的变化
C. 合并多个视频轨道
D. 调整视频的音量
62. 视频特效软件中的“合成”功能的主要用途是（ ）。
- A. 将多个图层合并为一个动态效果
B. 提升视频分辨率
C. 导出最终的视频文件
D. 优化音频轨道
63. 在视觉造型中，最能表现出柔和与优雅感觉的线条形式是（ ）。
- A. 直线
B. 曲线
C. 折线
D. 虚线
64. 在构图中，使用高对比度的色彩组合主要是为了（ ）。
- A. 创造和谐
B. 减少视觉疲劳
C. 传达复杂信息
D. 吸引注意力
65. 通过使用相邻的颜色来创建和谐的视觉效果配色方案是（ ）。
- A. 互补色配色
B. 类似色配色

C. 三原色配色

D. 分裂互补色配色

66. 在色彩的三要素中，决定颜色明暗程度的是（ ）。

A. 明度

B. 色相

C. 饱和度

D. 纯度

67. 最适合用于表现具有重复性且单调感较低设计的构成类型是（ ）。

A. 对称构成

B. 径向构成

C. 聚散构成

D. 节奏构成

68. 在视觉构成中，焦点的作用是（ ）。

A. 保持画面的对称性

B. 引导观者的注意力集中到特定位置

C. 避免元素之间的冲突

D. 维持整体的均衡性

69. 在版式设计中，使用网格系统的主要目的是（ ）。

A. 增加设计复杂性

B. 避免元素重复

C. 强化视觉对比

D. 确保布局一致性

70. 版式设计中的“视觉引导线”通常用于（ ）。

A. 引导读者的阅读路径

B. 创建视觉焦点

C. 增加负空间

D. 消除元素冲突

71. 在摄影构图中，“三分法”主要是为了（ ）。

A. 均匀分布画面元素

B. 消除视觉焦点

C. 增加画面的对称性

D. 使画面更具平衡感和趣味性

72. 在拍摄动态场景时，选择较低的帧率设置会导致画面呈现（ ）效果。

A. 画面不够流畅，产生拖影感

B. 色彩表现不准确

C. 图像对比度降低

D. 增强场景的清晰度

73. 在文件存储中，适合用来保存透明背景图像且保证无损压缩的格式是（ ）。

A. JPEG

B. BMP

C. PNG

D. GIF

74. 在图像的不同文件格式中，适合保存矢量图形且支持缩放不失真的格式是（ ）。

A. PNG

B. JPEG

C. GIF

D. SVG

75. 在文件归档管理中，确定文件保留期限的关键依据因素是（ ）。

- A. 文件的大小 B. 文件的重要性和法规要求
- C. 文件的可修改性 D. 文件的格式

76. 对于敏感性较高的归档文件, 最安全的访问控制方式是 ()。

- A. 共享链接访问
B. 定期下载备份
C. 公共网络存储
D. 多重身份认证和访问权限限制

77. 在广告设计中, 字体选择的首要考虑因素是 ()。

- A. 字体的流程度
B. 字体的设计成本
C. 字体的艺术表现力
D. 字体是否符合品牌定位和信息传递需求

78. 字体设计中, 字距调整的主要目的是 ()。

- A. 增强字体的艺术表现力
B. 减少字体设计的复杂度
C. 优化文字的整体排版效果和可读性
D. 提升字体的线条对比度

79. 在标志设计中, 首要考虑的原则是 ()。

- A. 追求视觉冲击力
- B. 使用最新的设计趋势
- C. 确保标志的识别性和可读性
- D. 添加复杂的装饰元素

80. 在标志设计中, 色彩选择的主要目的是 ()。

- A. 增强视觉层次感 B. 传递品牌情感和价值观
- C. 提升标志的艺术感 D. 与竞争对手的标志形成鲜明对比

81. 适合用于吸引观众注意力的排版方式是 ()。

- A. 突出标题，层次分明的排版布局
- B. 均匀分布所有元素
- C. 将所有信息集中于画面底部
- D. 使用多种字体样式以丰富视觉效果

82. 在海报设计中, 色彩的选择应主要考虑 ()。

- A. 流行趋势
- B. 设计师的个人喜好
- C. 背景图案的复杂度
- D. 与主题和目标受众的匹配性

83. 包装设计中的“留白”作用是（ ）。

- A. 增强包装的防护性能 B. 节省包装材料成本
- C. 丰富包装设计细节 D. 提升设计的视觉焦点和简洁性

84. 在包装设计初期, 最适合的步骤是 ()。

- A. 选择最终的材质和工艺
B. 确定包装的功能需求和目标受众

C. 直接开始设计草图
D. 进行市场价格调研

85. 在设计视觉识别系统时，为了确保品牌的全球化传播，最需要被考虑的因素是（ ）。

A. 品牌定位
B. 文化差异

C. 产品特点
D. 公司结构

86. 在设计品牌标志时，最优先考虑的设计原则是（ ）。

A. 复杂性
B. 装饰性

C. 象征性
D. 易识别性

87. 在界面设计布局方法中，最适合内容较多、层级较深的界面的布局方法是（ ）。

A. 单页面滚动布局
B. 分层级导航布局

C. 栅格系统布局
D. 卡片式布局

88. 设计界面时，用户点击按钮后无响应的时间应保持在（ ）秒以内，以确保良好的用户体验。

A. 0.1 秒以内
B. 0.5 秒以内

C. 1 秒以内
D. 2 秒以内

89. 在信息设计图表类型中，最适合用于展示不同类别间比例关系的是（ ）。

A. 折线图
B. 条形图

C. 饼图
D. 散点图

90. 在信息图表设计中，实现信息层次划分的方法是（ ）。

A. 增加图表的数量
B. 使用不同的颜色和字体大小

C. 增加数据密度
D. 使用大量注释

91. 在动态图形设计中，“遮罩”技术通常用于的目的是（ ）。

A. 增加颜色层次
B. 提高帧率

C. 限制图形的可见范围
D. 创建路径动画

92. 在动态文字设计中，使用时间曲线编辑工具的主要目的是调整（ ）。

A. 字体风格
B. 运动速度和加速效果

C. 文字内容和位置
D. 背景的颜色

93. 在新媒体中，为了提高用户对内容的参与度，最为有效的策略是（ ）。

A. 互动内容设计
B. 高频内容更新

C. 增加广告推送

D. 固定发布时间

94. 针对不同新媒体平台，最适合提高跨平台内容的一致性和有效性的方法是（ ）。

A. 统一发布时间

B. 使用内容管理系统（CMS）

C. 手动逐条发布内容

D. 固定内容格式

95. 在数字艺术中，为了实现动态效果和高分辨率输出，最适合的文件格式是（ ）。

A. JPEG

B. GIF

C. BMP

D. TIFF

96. 数字雕刻过程中，为了实现细致的纹理效果，最常用的方法是（ ）。

A. 法线贴图

B. 渲染输出

C. HDR 合成

D. 色彩分级

97. 在印刷工艺中，适合小批量、个性化的高质量印刷的方法是（ ）。

A. 平版印刷

B. 凸版印刷

C. 凹版印刷

D. 数码印刷

98. 在纸张选择中，为了保证四色印刷品的色彩饱和度，通常选用的纸张是（ ）。

A. 铜版纸

B. 新闻纸

C. 道林纸

D. 牛皮纸

99. 根据《劳动法》规定，劳动者连续工作一年以上享有的年休假最低天数是（ ）。

A. 3 天

B. 5 天

C. 7 天

D. 10 天

100. 根据《劳动法》，不属于无故解除劳动合同的正当理由的情况是（ ）。

A. 劳动者严重违反用人单位规章制度

B. 劳动者营私舞弊、对用人单位造成损害

C. 劳动者对岗位工作失去兴趣

D. 劳动者严重失职，给用人单位造成重大损害

101. 根据《广告法》，广告中的主张如涉及“健康疗效”描述，必须要通过的审批部门是（ ）。

A. 市场监督管理局

B. 卫生健康行政部门

C. 文化和旅游部

D. 工商行政管理部门

102. 在内容上需要注明“广告”标识，以避免误导消费者的广告形式是（ ）。

A. 公益广告

B. 软文广告

C. 公告性广告

D. 企业活动广告

103. 根据《商标法》，不是商标注册申请必备条件的是（ ）。

- A. 商标图样
- B. 申请人信息
- C. 产品市场推广计划
- D. 指定的商品或服务类别

104. （ ）不属于《商标法》规定的侵犯注册商标专用权的行为。

- A. 擅自使用他人注册商标
- B. 伪造注册商标标识
- C. 销售侵权商品
- D. 私自转让商标使用权

105. 依据《著作权法》，作者对其作品享有发表权，若作者未特别声明，该权利持续时间是（ ）。

- A. 作者终生及死后 50 年
- B. 发表后 10 年
- C. 发表后 50 年
- D. 作者终生

106. 若某作品为合著作品，《著作权法》规定的著作权保护期限从（ ）的时间开始计算。

- A. 最先署名作者去世之日
- B. 作品首次公开之日
- C. 最后一位合著作者去世之日
- D. 作品完成之日

107. 在食品标签中，不属于《食品安全法》规定强制性内容的是（ ）。

- A. 生产日期
- B. 保质期
- C. 食品成分列表
- D. 生产公司股东信息

108. 可以在标签上不标明其具体配料成分的产品是（ ）。

- A. 预包装食品
- B. 鲜肉类产品
- C. 加工食品
- D. 保健食品

109. 在《知识产权法》中，商标的续展期限是（ ）。

- A. 5 年
- B. 10 年
- C. 15 年
- D. 20 年

110. 若他人未经授权使用注册商标生产和销售商品，根据《知识产权法》，这种行为属于 C. 。

- A. 合理使用
- B. 商标异议
- C. 商标侵权
- D. 商标转让

111. 广告设计定位的最终目的是（ ）。

- A. 增加广告的曝光率
- B. 在消费者心中建立差异化的品牌形象
- C. 扩大产品的市场份额
- D. 提高广告制作成本

112. 在广告定位理论中，品牌定位的主要支柱是（ ）。

- A. 营销预算
- B. 广告发布频率
- C. 竞争对手数量
- D. 目标消费者的需求和偏好

113. 若品牌希望通过广告定位提升产品的市场占有率, 则广告定位的首要作用是 ()。

- A. 扩大品牌知名度
- B. 增加消费者忠诚度
- C. 引导消费者选择品牌
- D. 提升品牌美誉度

114. 在广告设计定位的目标中, 若品牌希望通过强调“情感价值”吸引消费者, 最直接的作用是 ()。

- A. 增强品牌权威性
- B. 与消费者建立情感连接
- C. 实现品牌个性化
- D. 增加品牌功能性

115. 在广告设计定位中, 若品牌希望评估宏观环境因素的影响, 最适合使用的分析工具是 ()。

- A. PEST 分析
- B. 品牌定位图
- C. 5 力模型
- D. 波士顿矩阵

116. 使用波士顿矩阵分析广告设计定位时, 产品被划分为“明星”、“问题儿童”、“瘦狗”和 () 的类别。

- A. 主力产品
- B. 辅助产品
- C. 未来之星
- D. 现金牛

117. 在广告定位策略中, 若品牌希望通过突显产品的价格优势以提升竞争力, 最适合采用的策略是 ()。

- A. 使用者定位
- B. 功能定位
- C. 情感定位
- D. 性价比定位

118. 品牌采用“情感定位”策略, 通常意在 ()。

- A. 突出产品的技术优势
- B. 建立品牌与消费者的情感共鸣
- C. 强调产品的独特功能
- D. 提升产品的性价比

119. 在实施广告定位的过程中, 品牌通常会通过 () 的环节确保定位信息与目标市场需求匹配。

- A. 竞争对手分析
- B. 广告效果测试
- C. 目标受众分析
- D. 信息传达

120. 在广告定位实施的流程中, 通常将竞争对手分析安排在 ()。

- A. 市场细分之前
- B. 信息传达之后
- C. 市场细分与信息设计之间
- D. 反馈评估阶段

121. 在广告定位评估中，最能反映消费者对品牌定位的认知度和接受度的指标是（ ）。

- A. 销售额增长
- B. 品牌知名度提升
- C. 广告点击率
- D. 社交媒体评论量

122. 广告设计定位的调整通常在（ ）进行。

- A. 广告发布之前
- B. 市场调研之后
- C. 广告发布并收集反馈之后
- D. 竞争对手分析之后

123. 色彩心理学的核心研究方向是（ ）。

- A. 色彩的物理属性
- B. 色彩对人类情绪和行为的影响
- C. 色彩的艺术美学
- D. 色彩的历史演变

124. 根据色彩心理学，通常用于金融机构以传递信任感和稳定性的颜色是（ ）。

- A. 红色
- B. 黄色
- C. 蓝色
- D. 紫色

125. 色彩的饱和度是指（ ）。

- A. 色彩的纯净度和强烈度
- B. 色彩的明暗程度
- C. 色彩的冷暖性质
- D. 色彩的形状和大小

126. 如果一幅画的色彩呈现低饱和度和低明度的效果，则观众通常会感受到的情绪是（ ）。

- A. 热情和活力
- B. 信任和冷静
- C. 冷静和忧郁
- D. 清新和明快

127. 在“红色效应”实验中，研究人员发现红色环境对人类的影响主要表现在（ ）。

- A. 提高注意力和警觉性
- B. 促进深度思考
- C. 增加认知偏好
- D. 降低视觉刺激

128. 在色彩心理学理论中，最常用于疗愈空间，以达到平静情绪效果的颜色是（ ）。

- A. 橙色
- B. 蓝色
- C. 黄色
- D. 紫色

129. 紫色在许多文化中被赋予神秘感，因此常被（ ）品牌用于传递独特和高雅形象。

- A. 快餐连锁
- B. 运动品牌
- C. 金融服务
- D. 高端香水

130. 黄色的心理影响之一是激发人的创造力，通常避免使用高饱和度的黄色的场合是（ ）。

- A. 创意工作室
- B. 儿童游乐区
- C. 教育机构
- D. 医院急诊室

131. 在印度文化中，橙色是圣徒和僧侣的颜色，象征的精神状态是（ ）。

- A. 力量与活力
- B. 和平与宁静
- C. 虔诚与放弃
- D. 智力与智慧

132. 在墨西哥文化中，紫色在传统节日“亡灵节”上广泛使用，象征的情感是（ ）。

- A. 希望和新生
- B. 哀悼和纪念
- C. 活力和能量
- D. 财富和幸运

133. 在品牌定位中，橙色常用于传递活力和亲和力，最可能使用橙色作为品牌主色的品牌是（ ）。

- A. 儿童娱乐
- B. 法律咨询
- C. 奢侈品
- D. 金融服务

134. 当品牌主要面对年轻消费群体时，通常选择色彩策略中，首要传达的情感是（ ）。

- A. 可靠性
- B. 活力与创新
- C. 传统与稳重
- D. 严谨性

135. 在色彩搭配技巧中，使用互补色，如红与绿，最主要的视觉效果是（ ）。

- A. 增强视觉统一性
- B. 营造柔和氛围
- C. 提高对比度和视觉张力
- D. 降低图像明度

136. 在视觉效果设计中，渐变色的主要作用是（ ）。

- A. 增加文字清晰度
- B. 引导视线并营造层次感
- C. 增强颜色的饱和度
- D. 增加画面的光亮度

137. 在保健品广告中，最常使用（ ）颜色组合来传达健康与清新感。

- A. 红色和黄色
- B. 绿色和蓝色
- C. 黑色和白色
- D. 紫色和灰色

138. 在快消品广告中，为了吸引眼球并刺激购买行为，最为常见的是（ ）。

- A. 红色
- B. 蓝色
- C. 紫色
- D. 灰色

139. 在色彩效果的消费者测试中，最能反映品牌颜色在消费群体中的记忆效果的指标是（ ）。

- A. 点击率
- B. 转化率

- C. 停留时间 D. 色彩识别度

140. 若在测试中发现高饱和度的色彩对品牌视觉吸引力产生积极作用，但导致用户产生视觉疲劳，品牌应考虑进行的调整是（ ）。

- A. 增加饱和度 B. 缩短测试时间
C. 降低饱和度或调整色调 D. 减少颜色对比

141. 在教育领域，思维导图最常用于（ ）。

- A. 概念梳理和知识总结 B. 量化成绩评价
C. 学术论文写作 D. 考试试题编写

142. 当需要在会议中快速记录并展示各项议题的关联时，思维导图的作用最明显。因为思维导图是（ ）。

- A. 信息数据化 B. 层级结构明显
C. 表格化记录方式 D. 视觉化和逻辑化并存

143. 在思维导图的构成要素中，最能帮助用户直观地理解信息层次结构的要素是（ ）。

- A. 关键词的重复使用 B. 颜色编码的分支线
C. 复杂的图表和符号 D. 密集的文字说明

144. 在设计思维导图的过程中，核心主题应当放置在图形的（ ）。

- A. 左上角 B. 右下角
C. 中央 D. 底部

145. 在绘制思维导图时，中心主题的主要作用是（ ）。

- A. 装饰和美观 B. 吸引注意力
C. 构建整个导图的核心方向 D. 填充空白区域

146. 在思维导图的绘制中，中心主题通常应满足（ ）。

- A. 广泛而无具体限制 B. 多义性
C. 抽象性 D. 易于记忆和扩展

147. 当扩展分支内容时，有助于保持思维导图层级清晰度的方式是（ ）。

- A. 使用大段文字描述 B. 使用关键词和短语分层组织信息
C. 减少分支数量 D. 不限制分支数量

148. 在为分支内容添加细节时，最有助于思维导图清晰性和易读性的原则是（ ）。

- A. 信息精炼、使用关键词
- B. 尽可能增加分支数量
- C. 详细描述每个细节
- D. 确保每个分支颜色一致

149. 在思维导图中，不同颜色的分支最主要的作用是（ ）。

- A. 增加视觉美观
- B. 区分信息类别和层级
- C. 强调中心主题
- D. 简化导图结构

150. 思维导图中采用符号时，最适合用于标注任务的优先级的符号是（ ）。

- A. 几何图形
- B. 自然符号
- C. 箭头和星标
- D. 颜色标识

151. 在调整思维导图结构时，确保导图层次清晰的最佳方式是（ ）。

- A. 控制每层分支的数量和信息密度
- B. 增加中心主题的颜色对比
- C. 对每个分支使用相同符号
- D. 统一所有分支的文字颜色

152. 为了在视觉上优化思维导图的布局，最为合适的做法是（ ）。

- A. 调整分支的文本大小
- B. 增加每层的分支线数量
- C. 使分支之间的间距均匀
- D. 增加符号数量

153. 使用思维导图发散广告主题时，更有助于保持创意延展方向性的设计方式是（ ）。

- A. 每一分支使用同一颜色
- B. 限制分支数量
- C. 将分支围绕中心主题有序排列
- D. 尽量减少中心主题的内容

154. 在广告主题的概念发散中，通过使用思维导图可以实现（ ）。

- A. 精准分析受众数据
- B. 优化广告预算
- C. 增强广告渠道覆盖率
- D. 拓宽创意思维并促进概念多样化

155. 在思维导图中，若希望增强不同分支之间的对比效果，最为合适的设计方式是（ ）。

- A. 增加分支线条的宽度
- B. 缩小节点图标
- C. 使用简化的符号
- D. 为不同分支选择对比颜色

156. 在利用思维导图进行布局时，适当的空白区域可以起到的作用是（ ）。

- A. 增加信息量
- B. 提升可读性和视觉清晰度
- C. 缩短分支长度
- D. 强化颜色对比

157. 在广告设计案例中，若思维导图的中心主题为“品牌核心价值”，则分支内容最适合包括的信息是（ ）。

- A. 产品卖点和客户需求
- B. 广告预算和渠道选择
- C. 设计团队分工
- D. 客户反馈数据

158. 在思维导图分析广告案例时，若需将广告风格和色彩方案进行对比，最为适合的思维导图结构是（ ）。

- A. 线性结构
- B. 网格式布局
- C. 对称布局
- D. 时间轴布局

159. 最常用于表现草图的快速明暗关系和质感的工具是（ ）。

- A. 钢笔
- B. 水彩刷
- C. 炭笔
- D. 数位笔

160. 在草图绘制中，若希望增强草图的对比度并突出重点，最适合使用的工具是（ ）。

- A. 橡皮
- B. 喷枪工具
- C. 素描纸
- D. 马克笔

161. 若希望在构图草图中突出视觉重心，最为有效的处理方式是（ ）。

- A. 减小画面中的所有元素
- B. 增加焦点区域的对比度或线条密度
- C. 缩小焦点的尺寸
- D. 增大负空间

162. 在构图草图阶段，采用透视法的主要目的是（ ）。

- A. 细致描绘画面中的物体
- B. 增加画面的色彩层次
- C. 展示空间关系和深度感
- D. 简化画面的细节

163. 在细节草图中，为了表现材质的光滑度，通常需要添加的效果是（ ）。

- A. 浓重的线条
- B. 渐变阴影
- C. 大面积的负空间
- D. 轮廓的虚线

164. 细节草图通常适合用于的设计阶段是（ ）。

- A. 概念探索阶段
- B. 构图草图阶段
- C. 细化和定稿阶段
- D. 设计评估阶段

165. 在颜色草图中，有助于增强画面的空间感的色彩处理方式是（ ）。

- A. 使用相似色
- B. 统一色彩饱和度
- C. 增加单色填充
- D. 使用前景和背景的色彩对比

166. 在颜色草图绘制过程中，若希望突出特定区域的视觉重点，最为有效的方式是（ ）。

- A. 使用渐变色弱化该区域
- B. 缩小该区域的比例
- C. 采用饱和度更高的颜色
- D. 降低区域的亮度

167. 最适合用于表现光滑、渐变的阴影效果的手绘工具是（ ）。

- A. 技术钢笔
- B. 蜡笔
- C. 炭笔
- D. 彩色铅笔

168. 为了在手绘中增加高亮和反光效果，通常使用的工具是（ ）。

- A. 炭笔
- B. 水彩
- C. 彩铅
- D. 白色凝胶笔

169. 如果想在数码绘图中实现逼真的笔刷纹理，最为关键的设置是（ ）。

- A. 图层不透明度
- B. 笔刷硬度
- C. 笔刷纹理选项
- D. 图像分辨率

170. 在数码绘图中，为了创建半透明的效果，最有效的设置是（ ）。

- A. 调整图层不透明度
- B. 使用较高饱和度
- C. 减少图像分辨率
- D. 增大笔刷的硬度

171. 混合绘图工具最适合的应用场景是（ ）。

- A. 仅依赖手绘的快速草图创作
- B. 需要同时展现手绘纹理和数码效果的设计
- C. 高精度的图形绘制
- D. 全数字化的平面设计

172. 在混合绘图中，若需要调整不同材质的透明度，以便在后期处理时保留层次，最有效的做法是（ ）。

- A. 使用单一的透明度设置
- B. 在不同图层上分别调整透明度
- C. 先全部填充再削减透明度
- D. 添加全局蒙版

173. 为了在手绘作品中表现出轻柔的质感，最为有效的技法是（ ）。

- A. 线条重叠法
- B. 直接上重色彩
- C. 利用轻压逐层上色
- D. 增加线条的粗细对比

174. 为了在彩铅作品中提高色彩的层次效果，最有效的技术是（ ）。

- A. 单色上色法
- B. 增加笔压以提升饱和度
- C. 使用多种色彩的快速叠加
- D. 逐层叠加相近色并调整压力

175. 使用“图层混合模式”可以实现（ ）。

- A. 调整图层不透明度
- B. 创建蒙版效果
- C. 改变画布尺寸
- D. 叠加并融合不同图层的颜色效果

176. 在数码绘图软件中, 若希望非破坏性地编辑图层内容, 应使用的功能是 ()。

- A. 图层复制
- B. 图层蒙版
- C. 滤镜调整
- D. 填充工具

177. 在用户体验设计中, 草图的主要作用是 ()。

- A. 呈现 UI 细节和动画效果
- B. 快速描绘界面布局和交互流程
- C. 展示界面的色彩搭配
- D. 制作高保真原型

178. 若需要在短时间内传达广告的构图和内容结构, 最为合适的草图类型是 ()。

- A. 快速概念草图
- B. 细节草图
- C. 结构草图
- D. 色彩草图

179. 在草图构图中, 使用“对角线构图”的主要目的是 ()。

- A. 创造动感和视觉流向
- B. 强调画面对称性
- C. 避免空白区域
- D. 突出背景细节

180. 在草图构图时, 想要营造平稳和宁静的视觉效果, 最为适合的构图方式是 ()。

- A. 对角线构图
- B. 环形构图
- C. 黄金分割构图
- D. 水平线构图

181. 若希望突出草图中的焦点区域, 最为有效的处理方式是 ()。

- A. 使用相似的颜色和纹理
- B. 增强该区域的对比度和细节
- C. 在该区域增加负空间
- D. 在该区域减少线条数量

182. 为了在草图中营造空间感, 常用的透视方法是 ()。

- A. 近大远小
- B. 近小远大
- C. 平行对称
- D. 上下对称

183. 当使用线条表现物体的体积感时, 最有效的方式是 ()。

- A. 使用浅色线条
- B. 增加线条数量但保持平行
- C. 调整线条粗细和间距
- D. 减少线条密度

184. 在草图中, 快速的短线和断线通常用于的表现是 ()。

- A. 动态和肌肉结构
- B. 光滑表面细节

C. 阴影平滑过渡

D. 静态物体的轮廓

185. 草图中，为了表现金属的高光反射，最常用的表现手法是（ ）。

A. 密集的短线条

B. 大面积的浅色阴影

C. 留出干净的白色高光区域

D. 使用轻度的过渡阴影

186. 当光源从物体左上方照射时，阴影的主要位置应在物体的（ ）。

A. 上方

B. 右下方

C. 左侧

D. 底部

187. 在刻画金属质感时，最能表现其光滑和反光特性的技法是（ ）。

A. 使用清晰的高光和锐利的边缘

B. 采用均匀的平行线条

C. 增加明暗渐变过渡

D. 使用粗糙的线条表现表面

188. 在表现皮革的质感时，最适合使用的手法是（ ）。

A. 大量留白表现光滑感

B. 使用密集线条增加纹理

C. 增加明暗对比并添加轻微反光

D. 减少暗部细节保持简洁

189. 在快速概念表达中，最重要的元素是（ ）。

A. 传达清晰的形态和比例关系

B. 添加细节和材质

C. 准确表达颜色和纹理

D. 渲染背景环境

190. 在快速表达的概念草图中，建议采用的线条表现手法是（ ）。

A. 细致描绘轮廓和阴影

B. 使用渐变效果表现深度

C. 调整线条的透明度和粗细

D. 流畅而简洁的线条勾勒

191. 在草图迭代过程中，最适合在初期阶段进行快速修改的方法是（ ）。

A. 大范围的形态调整

B. 增加细节纹理

C. 调整光影细节

D. 添加背景元素

192. 在草图迭代中，为了保持每个版本的完整性和可追溯性，最合适的方法是（ ）。

A. 直接覆盖原稿进行修改

B. 逐层加深阴影效果

C. 增加线条密度

D. 保留不同迭代阶段的记录或图层

193. 在使用数位板对草图进行数字化处理时，主要优势是（ ）。

A. 节省存储空间

B. 增加绘制速度

C. 简化草图的细节处理

D. 实现精细线条和直观控制

194. 在数字化草图时，选择矢量软件的主要好处是（ ）。
- A. 提升图像分辨率
B. 便于后期编辑和无限放大不失真
C. 增强颜色的表现力
D. 减少文件体积
195. 版式设计中层次化编排的主要作用是（ ）。
- A. 提升设计的美观度
B. 增加文字密度
C. 减少排版元素的数量
D. 引导观者视线并突出重点内容
196. 合理的版式设计能够帮助品牌实现的效果是（ ）。
- A. 增加页面互动效果
B. 建立清晰的品牌形象和视觉识别
C. 减少内容创作时间
D. 提高打印的精确度
197. 网格系统的主要作用是（ ）。
- A. 为内容提供统一的对齐框架
B. 提升版式的装饰效果
C. 简化页面色彩的选择
D. 增加文字密度
198. 在版式设计的核心要素中，最常用于区分主要内容和次要内容的方法是（ ）。
- A. 增加图像对比度
B. 减少留白
C. 统一字体风格
D. 通过字体大小和颜色对比
199. 在文本排版中，对行间距的设定最为关键的因素是（ ）。
- A. 字体的样式
B. 页面的留白
C. 文本的行长和字体大小
D. 页面的边距
200. 在文本排版中，为了确保不同部分的逻辑关系，最常使用的排版方式是（ ）。
- A. 居中对齐
B. 左对齐
C. 两端对齐
D. 右对齐
201. （ ）的特性对于长篇正文的字体选择至关重要。
- A. 字体的风格独特性
B. 字体的对比强度
C. 字体的装饰性
D. 字体的易读性
202. 如果想在页面中突显一个关键字或短语，最为有效的字体处理是（ ）。
- A. 减小字体大小
B. 加粗并使用不同颜色
C. 使用无衬线字体替代正文字体
D. 调整行间距
203. 在排版设计中，文字与图像结合时最重要的因素是（ ）。

- A. 保持文字的清晰度和可读性 B. 增加页面的色彩饱和度
- C. 减少图像中的细节 D. 增加文字的数量
204. 在文字与图像的组合中，图像的主要作用通常是（ ）。
- A. 补充页面的文字数量 B. 增强视觉吸引力并支持信息传达
- C. 填补空白区域 D. 增加页面的色彩对比
205. 在版式设计中，几何图形通常被视为一种现代元素，其主要作用是（ ）。
- A. 装饰页面 B. 填补空白
- C. 增加图像数量 D. 创造简洁而有序的布局
206. 在设计信息图表时，图形的主要作用通常是（ ）。
- A. 替代文本内容 B. 将数据和信息进行可视化展示
- C. 增加设计的复杂性 D. 区分不同的页面元素
207. 若希望在设计中使用图像引导读者视线，最合适的图像布局方式是（ ）。
- A. 将图像放置在页面的焦点区域 B. 使用背景图像填满整个页面
- C. 增加图像数量以丰富内容 D. 减少图像的对比度
208. 若希望在版式设计中通过图像增强品牌的识别度，最合适的方式是（ ）。
- A. 使用抽象的装饰性图像 B. 选择符合品牌形象的特定风格和色调的图像
- C. 增加图像的数量和复杂性 D. 减少图像的使用以简化页面
209. 图形与图像结合的设计中，若希望传达一种现代感，最适合使用的组合方式是（ ）。
- A. 将图形作为背景装饰 B. 使用相同的色调和风格
- C. 几何图形与黑白图像的叠加 D. 线条图形与复杂色彩图像的结合
210. 若希望通过图形和图像的组合表达品牌独特性，最为有效方法是（ ）。
- A. 将图形和图像分层排列 B. 使用品牌代表色并结合品牌图形元素
- C. 减少图形的数量以突出图像 D. 增强图像的细节和图形的复杂性
211. 在使用对比色配色时，最佳的平衡方式是（ ）。
- A. 同等比例的高对比色 B. 主色调搭配少量高对比色作点缀
- C. 高饱和度的全屏铺满 D. 相邻色的柔和过渡
212. 若希望版式设计传达出年轻、活力的氛围，配色策略最适合的是（ ）。
- A. 单色调的柔和配色 B. 互补色的深色组合

C. 高饱和度的鲜亮颜色

D. 低饱和度的冷色调

213. 在设计多层次的版面时，使用色彩来表现深度和前后关系的方法是（ ）。

A. 通过色彩的对比度来区分各层级

B. 使用较浅的色彩来表现背景，深色系来表现前景

C. 色彩饱和度的变化决定层次

D. 不使用色彩变化，只依赖位置来表现层次

214. 在层次复杂的版面设计中，背景色的选择应注意的原则是（ ）。

A. 选择较为温和、低饱和度的背景色来衬托前景元素

B. 使用背景与前景相同的颜色，减少视觉冲突

C. 背景使用高饱和度色彩，前景则使用淡色调

D. 背景选择纯白色或纯黑色来突出前景

215. 在提案阶段，如果设计需求未完全明确，最好的做法是（ ）。

A. 直接进入设计阶段，快速产出初步效果图

B. 跳过需求调研，专注于自己的设计想法

C. 忽略受众群体的需求，专注于美学表现

D. 与客户深入沟通，确认需求并制定明确的设计方向

216. 在制定版式设计提案时，可以确保提案能够更好地与客户沟通和达成共识的策略是（ ）。

A. 确保设计方案尽可能复杂，以展示设计师的专业性

B. 只展示最终的设计效果，避免中间过程的复杂描述

C. 详细阐述设计思路和过程，确保客户理解每个设计决策

D. 避免使用任何设计过程中的草图和草案，直接展示最终效果

217. 在制作设计提案时，必须首先明确的关键要素是（ ）。

A. 项目目标 and 设计目标

B. 设计方案的创意构思

C. 市场调研结果

D. 项目预算和时间表

218. 对于一个设计提案中的创意展示，最佳的方式是（ ）。

A. 完全依赖文字说明

B. 仅使用草图呈现

C. 提供多种视觉呈现，如效果图、手绘图与三维模型

D. 只用文字和文字描述

219. 主要决定了色彩的“冷暖”感的属性是（ ）。

A. 色相

B. 明度

C. 饱和度

D. 纯度

220. 在色彩的基础属性中，决定了色彩的明暗程度的是（ ）。

- A. 色相
- B. 明度
- C. 饱和度
- D. 温度感

221. 在色彩模式中，最适合用来为网页或数字媒体设计调色的模式是（ ）。

- A. RGB
- B. CMYK
- C. HSL
- D. Pantone

222. 在图像处理软件中，要在 RGB 模式下进行图像编辑而不使用 CMYK 模式的原因是（ ）。

- A. RGB 模式可以产生更亮的颜色
- B. RGB 模式可以加速图像处理速度
- C. CMYK 模式具有更强的色彩对比
- D. RGB 模式的色彩范围较广，能够更好地还原色彩

223. HSL 色彩空间中的“色调”参数控制的方法是（ ）。

- A. 通过角度调整色轮上的位置
- B. 通过增加亮度来控制
- C. 通过饱和度来调整
- D. 通过对比度来控制

224. 在 RGB 色彩空间中，最大的红、绿、蓝值[255]所代表的颜色是（ ）。

- A. 黑色
- B. 白色
- C. 红色
- D. 蓝色

225. 若设计目标是通过色彩传递高端、专业的印象，最为合适色调搭配是（ ）。

- A. 明亮的黄色和粉色
- B. 鲜艳的红色和蓝色
- C. 清新的绿色和紫色
- D. 黑色和金色

226. 有助于提高视觉对比度并增强可读性的配色策略是（ ）。

- A. 使用强烈的对比色（如红与绿）
- B. 采用相同色相的不同饱和度色彩
- C. 使用冷暖色调平衡
- D. 使用相邻色配色

227. 能创造一种温暖和愉悦视觉效果的色彩组合是（ ）。

- A. 橙色和黄色
- B. 蓝色和绿色
- C. 紫色和粉色
- D. 红色和蓝色

228. 在一个设计中，如果你希望通过色彩创造出简洁且和谐的氛围，应该选择（ ）。

- A. 对比色配色
- B. 相邻色配色
- C. 互补色配色
- D. 明度对比配色

229. 在设计广告时，为了实现色彩的层次感和调和效果，设计师应优先使用的方法是（ ）。

- A. 红色和紫色 B. 蓝色和橙色

C. 绿色和黄色

D. 黑色和金色

239. 在设计长篇内容[如新闻文章或书籍]的排版时，可以有效减少视觉疲劳的色彩策略是（ ）。

A. 使用低饱和度中性色调

B. 使用高饱和度的亮色

C. 使用对比色

D. 使用全页面的渐变色

240. 若想通过色彩来分隔版面中的不同区域，最为有效的方式是（ ）。

A. 使用相同色调但不同明度的色彩

B. 使用单一色彩贯穿整个版面

C. 使用大面积的白色空间

D. 使用高对比度的色彩来区分区域

241. 在制作色彩提案时，首先应该进行的步骤是（ ）。

A. 选择最流行的色彩搭配

B. 确定提案的视觉风格

C. 明确项目的品牌定位和受众需求

D. 选择颜色的饱和度

242. 在制定色彩提案时，最重要的参考依据是（ ）。

A. 流行色趋势

B. 色彩的市场价格

C. 品牌的定位和核心价值

D. 色彩的个人偏好

243. 在教育类内容的设计中，通常更有效的版面风格是（ ）。

A. 简洁有序，突出重点

B. 色彩丰富、图形感强

C. 复杂多样，层次丰富

D. 抽象风格，增强视觉冲击

244. 在企业品牌宣传中，使用一致的版面风格最主要的作用是（ ）。

A. 增加页面的视觉层次

B. 提高品牌的识别度和记忆度

C. 吸引年轻受众

D. 强调信息的层次感

245. 在版面风格的构成要素中，对视觉的层次感和引导性作用最大的是（ ）。

A. 色彩

B. 字体

C. 排版布局

D. 图像

246. 如果要营造简洁现代的版面风格，最合适的空间处理方法是（ ）。

A. 大量使用重叠效果

B. 保持充足的留白

C. 使用对称布局

D. 加强色彩对比度

247. 如果想在极简风格的设计中突出页面重点信息，最适合使用的技巧是（ ）。

A. 通过色彩对比度高的单一色块来引导视线

B. 使用复杂的图案背景衬托

C. 使用多种字体和字号

D. 增加元素的装饰性

248. 在极简风格设计中，通常使用（ ）的色彩组合来传达简洁和专业的感觉。

- A. 高饱和度的色彩组合
- B. 大量鲜艳的对比色
- C. 黑白灰色调或低饱和度配色
- D. 多色渐变效果

249. 复古风格的版面设计通常会选择的字体类型是（ ）。

- A. 现代无衬线字体
- B. 手写体
- C. 卡通字体
- D. 传统衬线字体或手工风格字体

250. 复古风格版面中的排版布局一般会使用的风格是（ ）。

- A. 极简风格布局
- B. 非对称布局
- C. 对称布局和装饰性边框
- D. 动态、重叠的布局

251. 现代科技风格版面设计中的图像处理风格最常用的效果是（ ）。

- A. 霓虹光晕效果
- B. 仿旧效果
- C. 重叠手绘风格
- D. 花纹装饰效果

252. 若想在现代科技风格的版面中营造一种深度感，最合适设计手法是（ ）。

- A. 使用手绘插图
- B. 使用渐变和透明效果
- C. 使用复杂的纹理效果
- D. 使用高饱和度色彩

253. 若在手绘与自然风格的版面中增强手工质感，最常用的设计元素是（ ）。

- A. 动态模糊效果
- B. 纹理和纸张质感
- C. 霓虹色彩
- D. 渐变效果

254. 若想在手绘与自然风格设计中突出重点信息，最适合使用的方法是（ ）。

- A. 添加复杂图案
- B. 使用明亮的渐变效果
- C. 调整颜色的明暗对比
- D. 使用深色调背景

255. 工业风格版面设计中，最能传达出工业风格质感的材质效果是（ ）。

- A. 柔软的布纹
- B. 水泥和金属纹理
- C. 木质纹理
- D. 高光泽感的渐变

256. 在工业风格的版面设计中，最常见的字体类型是（ ）。

- A. 手写字体
- B. 卡通字体
- C. 厚重无衬线字体
- D. 纤细衬线字体

257. 若要在版面中营造复古风格，表现最为合适的元素是（ ）。

- A. 仿旧的纹理和复古字体
B. 无衬线字体与留白
C. 鲜艳的高对比度色彩
D. 霓虹光效和金属质感
258. 在极简风格设计中，最能体现极简视觉效果的色彩运用是（ ）。
- A. 高对比度的多彩配色
B. 渐变色彩组合
C. 高饱和度的色彩组合
D. 黑白灰的单色调
259. 针对以创新和未来感为主的科技品牌，最适合选择的版面风格是（ ）。
- A. 手绘与自然风格
B. 复古风格
C. 现代科技风格
D. 工业风格
260. 如果一个品牌的定位是环保与可持续发展，最符合其形象的色彩和风格是（ ）。
- A. 黑色和灰色的工业风格
B. 绿色、棕色的自然风格
C. 深蓝色的现代科技风格
D. 红色和黄色的复古风格
261. 若要在移动端上展示科技类品牌的内容，最为适合的版面风格是（ ）。
- A. 工业风格
B. 现代科技风格
C. 手绘风格
D. 复古风格
262. 传统的印刷广告中，为了突出品牌的高端形象，最常使用的版面风格是（ ）。
- A. 活泼风格
B. 自然风格
C. 手绘风格
D. 极简风格
263. 在品牌广告中，最能表现出年轻和创新形象的风格组合是（ ）。
- A. 工业风格与自然风格
B. 极简风格与复古风格
C. 活泼卡通风格与极简风格
D. 复古风格与科技风格
264. 若希望广告传达环保和科技感的双重理念，最合适的风格组合是（ ）。
- A. 工业风格和极简风格
B. 卡通风格和科技风格
C. 复古风格和极简风格
D. 自然风格和科技风格
265. 在版面设计中，国际化风格的核心目标是（ ）。
- A. 增加设计的装饰性细节
B. 兼顾不同文化的审美偏好，实现全球化传播
C. 追随当前流行的设计趋势
D. 体现设计师的个性化风格
266. 更能体现文化适配性的色彩运用是（ ）。
- A. 选择流行的鲜艳色彩组合
B. 使用纯黑白配色以避免文化冲突

C. 根据目标文化的色彩象征意义选择配色方案 D. 结合客户需求增加复杂渐变效果

267. 在设计汇报准备中，首先需要明确的关键内容是（ ）。

- A. 设计的配色方案
- B. 汇报的展示方式
- C. 设计目标和受众需求
- D. 汇报所需的时间长度

268. 有助于增强设计汇报时说服力的准备工作是（ ）。

- A. 展示设计的所有备选方案
- B. 详细解释设计的技术细节
- C. 增加汇报的背景音乐
- D. 准备实际案例或数据支持设计效果

269. 在设计汇报的框架结构中，通常需要首先展示的内容是（ ）。

- A. 设计的最终效果图
- B. 设计的技术细节
- C. 项目的背景和核心目标
- D. 受众的反馈和问题

270. 为了使汇报逻辑清晰流畅，最为合理的框架结构顺序是（ ）。

- A. 设计背景—问题定义—设计思路—成果展示—后续计划
- B. 成果展示—设计过程—问题定义—设计背景
- C. 问题定义—成果展示—设计过程—后续计划
- D. 后续计划—设计背景—设计思路—成果展示

271. 设计讲解的开头部分，通常需要首先说明的内容是（ ）。

- A. 设计的技术细节
- B. 项目的背景和设计目标
- C. 设计的最终效果
- D. 解决方案的细节

272. 若要在设计讲解中突出设计方案的可行性，更为有效的方法是（ ）。

- A. 强调设计的美观性
- B. 使用复杂的技术术语
- C. 提供实证数据和应用场景
- D. 展示设计的替代方案

273. 在讲解设计的独特性和竞争优势时，首先应该强调的内容是（ ）。

- A. 设计的视觉美观性
- B. 设计所解决的核心问题
- C. 设计的配色方案
- D. 设计的技术细节

274. 如果希望在竞争中突出设计的优势，最具说服力的数据是（ ）。

- A. 设计的视觉亮点
- B. 设计团队的经验
- C. 竞品分析和用户反馈数据
- D. 设计的迭代过程

275. 在面对较为严肃的受众时，最适合的沟通技巧是（ ）。

- A. 使用大量专业术语展示专业性
- B. 保持语气平稳，避免过度情绪化
- C. 使用幽默表达所有设计要点
- D. 简单快速地讲解，不与受众互动

276. 在汇报设计过程中，面对反对意见，设计师应采取的最佳沟通策略是（ ）。

- A. 立即反驳并坚持自己的观点
- B. 耐心倾听并适时解释设计思路
- C. 停止汇报以避免冲突
- D. 忽略反对意见，继续汇报

277. 若希望在演示中提升视觉吸引力并避免内容杂乱，最有效的设计技巧是（ ）。

- A. 增加图片数量
- B. 控制每页的信息量和留白
- C. 使用大量颜色
- D. 减少字体大小

278. 在演示设计中，最适合用来引导观众视线的设计元素是（ ）。

- A. 杂乱的色彩组合
- B. 适当的留白和视觉对比
- C. 使用不同字体
- D. 增加大量文字说明

279. 在设计汇报中，最适合使用故事化叙述的内容是（ ）。

- A. 技术实现的步骤
- B. 设计的配色方案
- C. 设计的背景和问题来源
- D. 项目的预算细节

280. 最有助于引导受众记住设计演变过的故事结构是（ ）。

- A. 起因—冲突—解决—结果
- B. 数据—分析—结论
- C. 概要—细节—总结
- D. 问题—解决方案—测试

281. 在汇报总结中，应当作为重点陈述内容的是（ ）。

- A. 设计的美学特点
- B. 设计的技术难点
- C. 设计如何满足目标需求
- D. 设计过程的每一个细节

282. 在陈述设计的独特价值时，最有助于提升说服力的方式是（ ）。

- A. 强调设计如何满足特定需求
- B. 列举所有设计选项
- C. 展示设计的配色选择
- D. 陈述设计的制作时间

283. 收集汇报反馈的最佳时机是（ ）。

- A. 汇报之前
- B. 汇报中途
- C. 汇报结束后尽快
- D. 后续设计调整完成后

284. 在反馈中，若希望获取对设计不足之处的改进建议，最佳的提问方式是（ ）。

- A. “你最喜欢设计的哪一部分？”
- B. “设计的视觉效果是否符合预期？”

C. “你是否有其他问题？” D. “有哪些方面可以进一步改进？”

285. 当设计师收到不明确的反馈时，最有效的应对方式是（ ）。

- A. 直接忽略该反馈
- B. 通过提问澄清反馈的具体要求和细节
- C. 将反馈记录后自行揣摩
- D. 按个人理解进行调整

286. 在收集反馈时，设计师应特别关注的内容是（ ）。

- A. 客户的个人喜好
- B. 设计中的视觉元素数量
- C. 反馈的时间长短
- D. 反馈中提及的具体问题和改进建议

287. 在设计汇报中，当听众提出质疑时，设计师最恰当的第一步是（ ）。

- A. 直接否定对方的观点
- B. 认真倾听并确认问题核心
- C. 立即改变设计方案以满足对方
- D. 转移话题避免深入讨论

288. 面对听众提出的超出设计范围的要求，设计师应（ ）。

- A. 直接拒绝该要求
- B. 尽力满足对方需求
- C. 转交给团队其他成员处理
- D. 解释项目范围并建议后续深入讨论

289. 在设计汇报中，数据支持的主要作用是（ ）。

- A. 提升设计的艺术性
- B. 增加汇报时间长度
- C. 提供设计决策的理性依据
- D. 增强汇报的视觉吸引力

290. 在设计汇报中，选择数据支持内容的首要原则是（ ）。

- A. 数据来源的多样性
- B. 数据的最新性
- C. 数据的视觉效果
- D. 数据与设计目标的相关性

291. 标志最核心的定义是（ ）。

- A. 视觉装饰元素
- B. 代表品牌或组织的符号
- C. 吸引用户注意的图案
- D. 用于产品包装的图形

292. 一个标志在市场中的首要功能是（ ）。

- A. 传达品牌的历史
- B. 提高设计的美观度
- C. 突出标志设计师的风格
- D. 使品牌在众多竞争者中易于识别

293. 标志设计分类的主要作用是（ ）。

- A. 帮助设计师根据品牌需求选择合适的标志风格
- B. 增加标志设计的复杂性

C. 突出设计师的个性风格

D. 提升标志的艺术性

294. 在标志设计分类中，文字标志通常适用于（ ）。

A. 仅需要符号识别的品牌

B. 强调品牌名称的品牌

C. 需要复杂图案的品牌

D. 仅需要图形表达的品牌

295. 一个设计出色的标志对品牌价值的提升主要体现在（ ）。

A. 突出标志设计的复杂性

B. 增加品牌的视觉元素

C. 传递品牌核心理念并吸引受众

D. 提高品牌的产品种类

296. 标志在品牌认知度方面的作用主要通过（ ）的方式来实现。

A. 增加视觉装饰

B. 突出设计师的风格

C. 提供更多技术细节

D. 提高品牌在不同媒介上的一致性和辨识度

297. 符号型标志的主要特点是（ ）。

A. 复杂的图形和文字组合

B. 通过简单符号直接传达品牌形象

C. 使用丰富的色彩

D. 包含品牌全称

298. 在设计符号型标志时，最常见的设计策略是（ ）。

A. 加入丰富的文字描述

B. 使用多层次的图形结构

C. 采用抽象或象征性的图形

D. 突出品牌的背景图像

299. 在设计文字型标志时，最为重要是（ ）。

A. 字体风格与品牌个性一致

B. 使用多样的图形元素

C. 添加品牌背景图像

D. 使用渐变色彩效果

300. 若品牌希望其标志能在不同媒介上保持高度清晰和辨识度，最适合的标志类型是（ ）。

A. 动态型标志

B. 文字型标志

C. 抽象型标志

D. 复合型标志

301. 在设计图文组合型标志时，最重要的设计原则是（ ）。

A. 确保图形和文字的相互协调

B. 使用多层次的图形结构

C. 采用抽象性设计

D. 使用丰富的渐变色彩

302. 图文组合型标志在不同应用场景下的灵活性，主要体现在（ ）。

A. 使用复杂的设计元素

B. 增加标志的配色方案

C. 可以在特定场景中分开使用图形或文字 D. 始终保持图形和文字的统一展示

303. 抽象型标志的主要特点是（ ）。

- A. 使用品牌名称的文字表达 B. 采用非具象图形或几何符号
- C. 强调图文结合的设计形式 D. 使用具体形象符号

304. 抽象型标志最适合的品牌类型是（ ）。

- A. 依赖品牌名称识别的品牌 B. 希望传达品牌价值理念而非具体产品的品牌
- C. 需要高度文字说明的品牌 D. 强调装饰性和细节的品牌

305. 徽章型标志的主要特点是（ ）。

- A. 采用开放式图形结构 B. 具有封闭边框和结构化布局
- C. 使用抽象几何图形 D. 依赖文字和符号的分离设计

306. 徽章型标志的设计中常见的构图方式是（ ）。

- A. 对称结构与边框包围 B. 开放式结构
- C. 大量留白设计 D. 复杂的动态效果

307. 动态标志的主要特点是（ ）。

- A. 使用固定的图形和颜色 B. 仅在单一颜色上变化
- C. 在不同情境中会发生视觉变化 D. 强调标志的复杂性和细节

308. 若品牌希望传达创新、多样性和灵活性，最适合的标志类型是（ ）。

- A. 符号型标志 B. 文字型标志
- C. 徽章型标志 D. 动态标志

309. 标志设计中最重要原则是（ ）。

- A. 丰富的色彩搭配 B. 使用复杂的图形
- C. 简洁、易识别 D. 结合多种字体

310. 在标志设计中，色彩的选择主要应基于（ ）的原则。

- A. 越鲜艳越好 B. 与流行趋势一致
- C. 尽可能多地使用颜色 D. 传达品牌个性和吸引目标受众

311. 标志设计中最重要视觉元素应用原则是（ ）。

- A. 增加细节和复杂度 B. 使用多种字体和图形
- C. 保持简洁和易识别 D. 添加渐变和阴影效果

312. 为了使标志的图形更具辨识度, 设计师应避免 ()。

- A. 使用简单的几何图形
- B. 添加过多的细节和复杂性
- C. 采用对比色
- D. 使用抽象设计

313. 标志设计中品牌契合度的核心原则是（ ）。

- A. 突出标志的视觉吸引力 B. 使用最新的设计趋势
- C. 符合品牌个性和行业特性 D. 增加标志的复杂性

314. 若一个品牌以环保和可持续为核心理念, 标志设计中最应体现的特点是 ()。

- A. 自然、简洁的设计风格 B. 高度现代化的几何图案
- C. 明亮的霓虹色彩 D. 增加复杂的装饰

315. 标志设计中多场景适配性原则的核心目的是（ ）。

- A. 确保标志在任何尺寸下都具有相同的视觉效果
- B. 保证标志在不同媒介和背景下都清晰可辨
- C. 增强标志的艺术性和装饰效果
- D. 增加标志的视觉复杂性

316. 标志的多场景适配性设计通常适用的品牌是 ()。

- A. 需要在线上 and 线下多个平台展示的品牌 B. 专注于单一数字媒介的品牌
- C. 仅在特殊场合展示的品牌 D. 不涉及小尺寸应用的品牌

317. 标志设计中的可用性原则的核心目的是 ()

- A. 增强标志的装饰效果
B. 确保标志在不同应用场景中易于识别和阅读
C. 增加标志的视觉复杂性
D. 确保标志在大尺寸上效果最佳

318. 标志设计中的功能性原则通常体现在 ()。

- A. 确保标志视觉效果吸引人
B. 使用复杂的色彩方案
C. 确保标志能够准确传达品牌信息
D. 通过动态效果增强标志吸引力

319. 苹果公司的标志设计体现了简洁和独特性的原则, 其主要设计特点是 ()

- A. 复杂的图案和多色彩
B. 大量的文字和细节
C. 简洁的苹果形状并配有缺口
D. 强调渐变和阴影

320. 如果一家品牌追求极简风格, () 的标志设计更符合其需求。

- A. 简单的几何图形并带有品牌个性 B. 复杂的图形和文字组合

- C. 多层次的渐变效果
D. 强调大量装饰性元素
321. 在品牌契合度与文化适应性兼备的标志设计中，最成功的策略通常是（ ）。
- A. 使用与品牌无关的流行元素
B. 设计符合品牌价值且能适应不同文化的图形
C. 遵循全球最流行的设计趋势
D. 使用单一设计而不考虑文化差异
322. 如果一家品牌希望进入全球市场，其标志设计应当遵循的原则是（ ）。
- A. 符合西方市场的审美
B. 强调品牌的历史感
C. 使用复杂的文化符号
D. 确保图形和色彩不引发文化误解
323. 耐克（Nike）的“对勾”标志能够适应多种场景的主要原因是（ ）。
- A. 色彩丰富、图案复杂
B. 包含文字说明
C. 每种场景都有不同的设计
D. 简单的形状易于识别，适合各种背景和尺寸
324. 苹果（Apple）标志适应多种场景的原因在于（ ）。
- A. 丰富的细节和装饰元素
B. 简洁的苹果形状设计与单色应用
C. 每个场景都有不同的配色方案
D. 使用复杂的渐变效果
325. 标志设计中的“时代性”主要体现在（ ）。
- A. 最大化使用最新的设计工具
B. 结合当下的文化和社会背景进行设计
C. 增加设计的复杂性以显示技术实力
D. 严格遵循传统设计规范
326. 最能体现标志设计前瞻性的是（ ）。
- A. 在设计中融入能够适应未来变化的元素
B. 追随当前流行的设计趋势
C. 最大化设计的细节表现力
D. 通过多种配色方案增强视觉冲击力
327. 最容易导致标志在小尺寸下模糊不清的设计禁忌是（ ）。
- A. 选择单一色彩方案
B. 使用简洁的几何形状
C. 选用大字体
D. 添加过多细节和装饰
328. 若标志设计中的视觉元素过于复杂，可能带来的最直接影响是（ ）。
- A. 在不同场景中失去清晰度和识别性
B. 增强品牌的艺术性和吸引力
C. 提高标志的适用性
D. 增加品牌的视觉辨识度
329. 标志设计中避免模仿的主要原因是（ ）。
- A. 提高品牌的辨识度和市场竞争力
B. 增加标志的艺术性
C. 使标志更具复杂性
D. 避免视觉上的过于简洁

330. 缺乏独创性的标志设计可能导致（ ）的负面效果。

- A. 提高品牌的传播力
- B. 增加品牌的记忆度
- C. 品牌在市场中缺乏辨识度
- D. 提升品牌的艺术表现力

331. 在标志设计中避免使用装饰性字体的主要原因是（ ）。

- A. 增加标志的复杂性
- B. 确保标志的可读性和清晰度
- C. 使标志更具视觉吸引力
- D. 增加标志的艺术表现力

332. 标志设计中，如果字体与品牌个性不符，最可能产生的影响是（ ）。

- A. 提高品牌的视觉复杂性
- B. 增加标志的艺术性
- C. 受众难以形成品牌的正确印象
- D. 增加品牌的记忆度

333. 标志设计中的颜色选择禁忌之一是（ ）。

- A. 使用单色设计
- B. 选择与品牌形象不符的颜色
- C. 使用互补色搭配
- D. 限制颜色数量

334. 标志设计中的颜色禁忌包括（ ）。

- A. 使用不考虑品牌调性的流行色
- B. 选择低饱和度的颜色
- C. 保持色彩的简洁性
- D. 使用少量颜色组合

335. 若标志需要在不同尺寸、背景和媒介中保持良好适应性，最为有效的设计策略是（ ）。

- A. 设计简洁、减少细节
- B. 增加对比强烈的颜色
- C. 使用复杂的渐变色
- D. 添加装饰性元素

336. 标志在不同场景中的适应性差，可能导致的直接影响是（ ）。

- A. 增加品牌的复杂性
- B. 提升品牌的识别度
- C. 受众难以辨识品牌标志
- D. 增强标志的视觉吸引力

337. 若品牌标志过于模仿其他品牌，可能导致（ ）。

- A. 提高品牌的创新性
- B. 增加品牌的识别度
- C. 使品牌失去独特性和信任度
- D. 强化品牌的文化适应性

338. 标志设计中的品牌识别禁忌之一是（ ）

- A. 过度强调品牌的视觉艺术性
- B. 使用与品牌个性不符的颜色
- C. 增加标志的细节以提升吸引力
- D. 使用与其他知名品牌相似的元素

339. 若版式设计中需要突出某一重点内容，（ ）的设计策略最为有效。

- A. 使用大字体或对比色
 - B. 增加背景装饰
 - C. 使用细小的字体
 - D. 增加多个图形元素
340. 版式设计中的对齐原则主要是为了（ ）。
- A. 确保页面内容的整齐和一致性
 - B. 增加版面的艺术性
 - C. 使用多种排版风格
 - D. 提高设计的视觉冲击力
341. 视觉层次设计原则中的“对比”是指（ ）。
- A. 使用相同的字体和颜色
 - B. 增加多种视觉元素
 - C. 保持版面简洁
 - D. 通过颜色、大小等差异来突出重点
342. 在页面设计中，B. 有助于实现清晰的视觉层次。
- A. 使用复杂的图案和渐变
 - B. 根据信息重要性调整字体大小和颜色
 - C. 将所有文字设为同一字体和大小
 - D. 增加背景装饰
343. 布局和构图设计的主要目的是（ ）。
- A. 增加页面的视觉复杂性
 - B. 组织内容，使信息清晰有序
 - C. 强调设计的艺术性
 - D. 增强页面的装饰效果
344. 若希望在布局中突出主要信息，最有效的策略是（ ）。
- A. 将重要内容放置在视觉焦点区域
 - B. 使用相同大小的字体
 - C. 添加丰富的背景装饰
 - D. 增加细小的文字说明
345. 在文字排版中选择字体时，最应优先考虑的是（ ）。
- A. 字体的艺术性
 - B. 字体是否符合品牌个性和定位
 - C. 字体的流行度
 - D. 字体的复杂性
346. 行距在文字排版中的作用主要是（ ）。
- A. 增强页面的艺术效果
 - B. 突出字体的装饰性
 - C. 提高文本的可读性
 - D. 减少页面留白
347. 在选择色彩搭配时，最应优先考虑的是（ ）。
- A. 颜色的流行度
 - B. 颜色的亮度
 - C. 是否符合品牌个性和设计意图
 - D. 颜色的对比度
348. 在多色配色方案中，为了保持视觉平衡，通常建议的主色和辅助色比例是（ ）。
- A. 60:30:10
 - B. 50:50

C. 40:40:20

D. 70:20:10

349. 在设计需要适应不同屏幕和设备的版面时，最重要的原则是（ ）。

A. 使用多种字体组合

B. 保持布局 and 内容的简洁性

C. 增加丰富的背景元素

D. 添加大量细节装饰

350. 多场景适应性要求版面在不同设备上保持一致的视觉效果，能达到这一效果设计方式是（ ）。

A. 添加大量装饰性细节

B. 使用复杂的渐变和阴影

C. 增加不同的视觉元素

D. 使用可缩放且适应屏幕比例的布局

351. 经典版式设计的视觉层次通常通过（ ）的方法实现。

A. 通过大小、粗细、颜色的对比来区分内容层次

B. 使用相同大小和颜色的元素

C. 增加多种不同装饰元素

D. 强调背景装饰

352. 经典版式设计中“留白”的主要作用是（ ）

A. 增加设计的装饰性

B. 提升设计的可读性和视觉平衡

C. 增强设计的层次感

D. 增加页面的复杂性

353. 餐饮行业的版式设计中，为了引起观众食欲，常用的设计策略是（ ）。

A. 使用冷色调

B. 使用结构化的排版

C. 采用暖色调和高质量食物图片

D. 使用简洁的黑白配色

354. 科技行业的版式设计常采用的视觉风格是（ ）。

A. 传统的图形和装饰

B. 简洁、现代、具有未来感

C. 高度装饰性的风格

D. 采用复古色调

355. 最能体现未来版式设计发展方向的设计趋势是（ ）。

A. 结合动态效果和交互体验

B. 增加背景装饰细节

C. 全面使用渐变色彩方案

D. 通过复杂排版展示技术能力

356. 在创新版式设计中，选择配色方案的首要原则是（ ）。

A. 使用对比度最高的配色

B. 符合流行的设计趋势

C. 根据品牌属性和设计目标选择适配的颜色

D. 尽量采用单色以突出内容

357. 图文排版中，文字的可读性主要取决于（ ）。

- A. 图片的尺寸
B. 文字的颜色
C. 文字与背景之间的对比度
D. 文字的位置
358. 在设计中，确保文字在图文排版中的可读性，通常需要注意（ ）。
- A. 图片的清晰度
B. 文字颜色和背景的对比度
C. 使用多种字体
D. 增加图形元素
359. 在版面设计中，为了突出某一图像元素，常用的处理方法是（ ）。
- A. 裁剪和放大该元素
B. 增加图像数量
C. 使用复杂的边框装饰
D. 调整页面布局
360. 如果需要让图像成为版面的视觉焦点，最有效的技巧是（ ）。
- A. 放大图像并减少其他干扰元素
B. 增加多种颜色
C. 使用低分辨率图像
D. 添加装饰性边框
361. 文字对齐方式的选择直接影响排版效果，左对齐常用于（ ）。
- A. 增强设计的装饰性
B. 实现对称布局
C. 增加可读性，尤其适合长文本内容
D. 增加文本的视觉吸引力
362. 在排版中，为了避免文字显得过于拥挤，适当增加（ ）参数可以提高可读性。
- A. 字体颜色
B. 行距
C. 背景颜色
D. 字体种类
363. 图文组合布局中，为了保持文字的可读性，在文字与图像重叠时常用的处理方法是（ ）。
- A. 增加图像的细节
B. 减少文字数量
C. 使用高饱和度的背景
D. 在文字下方添加半透明色块
364. 在图文组合布局中，如果图像与文字信息不完全一致，最适合的布局选择是（ ）。
- A. 文字覆盖图像的核心部分
B. 通过分层布局将文字和图像分隔
C. 在图像上增加装饰性文字
D. 文字环绕图像分布
365. 若希望在版面中实现有序的信息传达，最适合的排版方式是（ ）。
- A. 按照重要性从左至右或从上至下排布内容
B. 随机分布不同内容
C. 大幅缩小次要内容的字体
D. 使用对称布局覆盖主要内容
366. 在信息传达中，确保内容易读且条理清晰，常用的布局策略是（ ）。
- A. 增加元素的数量
B. 将信息按层次分开，排列顺序清晰

C. 添加渐变色的标题

D. 采用曲线型排版布局

367. 在多场景适应性设计中，确保文字在不同尺寸设备上可读的最佳方法是（ ）。

A. 使用装饰性字体

B. 选择适应性好的字体和适当的字体大小

C. 增加字体种类

D. 使用固定的字体大小

368. 为了提高设计在不同场景下的适应性，常用的布局类型是（ ）。

A. 响应式布局

B. 固定式布局

C. 对称布局

D. 随机布局

369. 一个环保品牌在色彩选择上最常用的颜色是（ ）。

A. 红色和黄色

B. 紫色和粉色

C. 绿色和棕色

D. 黑色和灰色

370. 若希望品牌给人一种乐观、友好的感觉，最适合的色彩是（ ）。

A. 黑色

B. 橙色和黄色

C. 紫色

D. 蓝色

371. 在色彩引导中，冷色调与暖色调的搭配通常用于（ ）。

A. 增加页面的动态效果

B. 增强色彩的装饰性

C. 营造一致的情感效果

D. 通过冷暖对比突出视觉层次

372. 为了引导观众注意特定区域，最佳的色彩使用方式是（ ）。

A. 使用浅色并减少对比度

B. 使用明亮或高饱和度的色彩

C. 使用低亮度的中性色

D. 添加多个对比色

373. 为了在版面中突出重要信息且保持整体简洁，最佳的色彩与留白搭配策略是（ ）。

A. 使用留白围绕亮色重点区域

B. 用中性色填充背景

C. 减少留白面积

D. 增加所有元素的颜色饱和度

374. 如果希望页面呈现出宁静和高级感，可以使用的色彩与留白搭配方法是（ ）。

A. 饱和度高的暖色调和少量留白

B. 冷色调和适度留白

C. 亮色和减少留白

D. 对比强烈的红色和黑色背景

375. 在图文组合中，若希望图像成为视觉焦点，最佳的色彩应用策略是（ ）。

A. 使用中性色背景，以突出图像

B. 采用高饱和度的背景色

C. 减少图像对比度

D. 增加文字装饰效果

376. 当图文组合使用了大量文字时，为确保信息易读，最为合适的配色策略是（ ）。

- A. 使用高对比的背景色
- B. 大面积使用纯色
- C. 使背景和文字颜色相似
- D. 使用低饱和度或中性色背景

377. 在信息分组中，使用色彩的主要目的是（ ）。

- A. 增加页面的装饰性
- B. 区分内容区域并便于识别
- C. 增加视觉冲击力
- D. 强调内容的复杂性

378. 为了在信息密集的页面中增强阅读体验，色彩分组的最佳策略是（ ）。

- A. 随机分配颜色
- B. 增加图案和色彩渐变
- C. 将所有区域的色彩降低饱和度
- D. 使用不同颜色标记信息块，帮助观众区分内容

379. 在设计中，色彩的视觉引导性最适合用于（ ）。

- A. 增加页面的复杂性
- B. 创建独立的视觉元素
- C. 引导观众按设计顺序浏览内容
- D. 减弱内容的对比度

380. 若设计需要观众的视线从左至右流动，最佳的色彩排列策略是（ ）。

- A. 左侧深色至右侧浅色
- B. 左侧冷色至右侧暖色
- C. 随机排列颜色
- D. 左侧高亮至右侧低亮

381. 网格系统的主要作用是（ ）。

- A. 增加页面的色彩多样性
- B. 提高页面的视觉冲击力
- C. 提供一致的结构以组织内容
- D. 降低页面信息密度

382. 在设计中使用网格系统可以帮助（ ）。

- A. 确保页面元素的对齐和间距一致
- B. 增加随机性和创意性
- C. 增加装饰元素
- D. 减少页面的留白

383. 网格系统的基本单元通常由（ ）部分构成。

- A. 边距和留白
- B. 行和外边框
- C. 列和模块
- D. 图像和文字

384. 网格系统中“边距”的作用是（ ）。

- A. 确保内容不靠近页面边缘
- B. 增加页面的色彩层次
- C. 提供装饰效果
- D. 突出重要内容

385. 在多设备设计中，网格系统的主要作用是（ ）。

- A. 增加页面装饰
- B. 保持内容布局的统一性和适应性
- C. 强化色彩层次
- D. 提供动态效果

386. 网格系统有助于信息传达的主要原因是（ ）。

- A. 增强内容的组织性和清晰度
- B. 增加页面的动感
- C. 提高色彩的多样性
- D. 使所有内容居中对齐

387. 在网格系统中，最适合用来创建严格的对齐和结构化排版的是（ ）。

- A. 单列网格系统
- B. 栅格网格系统
- C. 多列网格系统
- D. 模块化网格系统

388. B. 的网格系统通常适合用于以文字为主的排版，确保文字行距一致。

- A. 栅格网格系统
- B. 基线网格系统
- C. 单列网格系统
- D. 模块化网格系统

389. 构建网格系统的第一步通常是（ ）。

- A. 确定页面的整体尺寸和边距
- B. 选择配色方案
- C. 设置行间距和字距
- D. 增加装饰性元素

390. 在构建多列网格系统时，最重要的设置是（ ）。

- A. 颜色的对比度
- B. 图像的大小
- C. 列宽和间距
- D. 背景纹理

391. 在网格系统的应用中，为了在页面中创建视觉层次，设计师应优先调整（ ）。

- A. 列宽和行高的比例
- B. 颜色的对比度
- C. 字体的装饰效果
- D. 页面背景图案

392. 当设计需要灵活适应多种屏幕尺寸时，网格系统中应优先调整的元素是（ ）。

- A. 背景颜色
- B. 字体样式
- C. 图片大小
- D. 间距和边距的设置

393. 网格系统设计中的首要原则是确保（ ）。

- A. 内容的结构化和一致性
- B. 页面色彩的丰富性
- C. 背景的动态效果
- D. 增加装饰性图案

394. 网格系统设计中，为了使页面适应不同设备和屏幕尺寸，应遵循的原则是（ ）。

- A. 一致性
- B. 灵活性

C. 动态性 D. 装饰性

395. 在跨媒体设计中，网格系统的主要作用是（ ）。

- A. 增加页面的动态效果 B. 提供装饰性背景
C. 确保不同设备上布局的一致性和适应性 D. 增强页面的色彩对比

396. 在跨媒体设计中，网格系统的核心优势是（ ）。

- A. 帮助不同设备上保持布局一致 B. 增加页面装饰
C. 增强色彩效果 D. 提供渐变背景

397. 在经典出版物的设计中，最常用于图文混排的网格系统是（ ）。

- A. 单列网格 B. 基线网格
C. 不规则网格 D. 模块化网格

398. 出版物设计中的网格系统通常采用的行距特征是（ ）。

- A. 行距较小以节省空间 B. 行距变化多以增加层次
C. 行距较大以增强阅读舒适度 D. 随页面需求调整

399. 在响应式网页设计中，网格系统最常用的调整方法是（ ）。

- A. 增加装饰图案 B. 调整页面背景
C. 根据屏幕尺寸变化调整列数和间距 D. 增加色彩对比

400. 在网页设计中，网格系统的使用能够提升用户体验的主要原因是（ ）。

- A. 提高内容的可读性和视觉流畅性 B. 增加页面的色彩多样性
C. 强化动态效果 D. 增加复杂性和装饰性

401. 金融行业网页设计中常用的网格系统特征是（ ）。

- A. 灵活性和不对称 B. 稳重且对称的布局
C. 动态和多样性 D. 色彩丰富的结构

402. D. 网格系统最常用于科技行业的网页设计，以便高效展示信息（ ）。

- A. 单列网格 B. 基线网格
C. 弹性格 D. 多列网格

403. 网格系统的核心作用是（ ）。

- A. 增强设计的视觉冲击力 B. 提供结构化的布局指导
C. 增加设计的复杂性 D. 提升设计的艺术性

404. 在突破网格系统限制时，设计师应特别关注（ ）。

- A. 网格线条的粗细
- B. 网格单元的数量
- C. 视觉中心的色彩对比
- D. 整体视觉平衡与信息清晰度

405. 纸品包装在产品保护方面的主要作用是（ ）。

- A. 防止产品在运输中受损
- B. 提升产品的透明度
- C. 增加包装的吸湿性
- D. 提高产品的透光率

406. 纸品包装的便携性设计常用于（ ）。

- A. 大型家具
- B. 冷冻食品
- C. 轻便日用品
- D. 液体产品

407. 最常用于电子产品的外包装，提供良好缓冲保护效果的是（ ）。

- A. 瓦楞纸包装
- B. 纸板包装盒
- C. 纸袋包装
- D. 模切纸包装

408. 在食品外卖包装中，最常见的纸品包装类型是（ ）。

- A. 瓦楞纸箱
- B. 纸浆模塑包装
- C. 纸袋
- D. 涂蜡纸包装

409. 选择用于生鲜食品的包装材料时，若需要防止水分渗透，最佳的选择是（ ）。

- A. 瓦楞纸
- B. 纸浆模塑
- C. 白卡纸
- D. 涂蜡纸

410. 在对电子产品进行保护包装时，可以提供良好防震保护的纸品包装材料是（ ）。

- A. 白卡纸
- B. 涂蜡纸
- C. 纸板
- D. 纸浆模塑

411. 当纸品包装材料应用于冷冻食品包装时，最重要的选用原则是（ ）。

- A. 强度高
- B. 成本低
- C. 防潮和防油
- D. 易分解

412. 对于易碎陶瓷产品的包装材料选择，优先考虑的特性是（ ）。

- A. 轻量化
- B. 抗水性
- C. 高透明度
- D. 优良的防震缓冲性能

413. 如果需要一种纸品包装材料来包装高端化妆品，优先考虑具有良好印刷性能和视觉吸引力的材料是（ ）。

- A. 瓦楞纸
- B. 牛皮纸
- C. 白卡纸
- D. 涂蜡纸

414. 具有耐磨性和高强度，广泛用于重物包装，如水泥袋和建筑材料的纸品包装材料是（ ）。

- A. 涂蜡纸
- B. 牛皮纸
- C. 白卡纸
- D. 瓦楞纸

415. 若需要将纸品包装材料应用于压纹和烫金工艺，最佳选择是（ ）。

- A. 瓦楞纸
- B. 牛皮纸
- C. 白卡纸
- D. 涂蜡纸

416. 适合应用于模切工艺，以实现复杂造型切割和设计的材料是（ ）。

- A. 涂蜡纸
- B. 白卡纸
- C. 瓦楞纸
- D. 牛皮纸

417. 如果希望纸品包装材料符合可降解性要求且适合环保型食品包装，最佳的选择是（ ）。

- A. 覆膜纸
- B. 牛皮纸
- C. 未经漂白的再生纸
- D. 涂蜡纸

418. 如果食品包装材料需要既环保又具防水性，最适合的纸品包装材料是（ ）。

- A. 覆膜纸板
- B. 涂蜡瓦楞纸
- C. 高光涂层纸
- D. 生物涂层牛皮纸

419. 在设计低成本的包装方案时，为了减少材料浪费，优先考虑的措施是（ ）。

- A. 增加涂层厚度
- B. 选择防水性强的纸材
- C. 使用标准化尺寸
- D. 采用高质量原生纸浆

420. 如果需要降低印刷成本，最为有效的方法是（ ）。

- A. 使用高光涂层纸
- B. 减少印刷颜色数量
- C. 增加表面装饰
- D. 使用定制色彩

421. 若需包装冷冻肉类产品，首要考虑的材料特性是（ ）。

- A. 易于降解
- B. 良好的透气性
- C. 防水防潮
- D. 高透明度

422. 对于小型、便携式电子配件，如耳机，为了便于携带和展示，最适合的外包装材料是（ ）。

- A. 泡沫塑料
- B. 瓦楞纸
- C. 硬质纸盒
- D. 防静电薄膜

423. 如果需要设计一款便于多次开启和关闭的化妆品包装盒，最佳的结构选择是（ ）。

- A. 插口式
- B. 抽屉式
- C. 折叠式
- D. 天地盖式

424. 在设计电子产品包装时，为了提供 stronger 的保护并保持包装的整洁性，常使用的包装结构是（ ）。

- A. 抽屉式
- B. 翻盖式
- C. 插口式
- D. 天地盖式

425. 在设计易碎物品的包装时，优先考虑的结构设计原则是（ ）。

- A. 成本控制
- B. 保护性优先
- C. 轻量化
- D. 美观性

426. 为了使化妆品包装能够便于开启和使用，设计时最应遵循的结构设计原则是（ ）。

- A. 轻量化
- B. 环保性
- C. 密封性
- D. 便捷性

427. 在设计一款双插盒包装时，若希望确保插口处在装取过程中不易松脱，最佳选择的结构优化是（ ）。

- A. 加厚材料
- B. 增加插口长度
- C. 设置锁扣结构
- D. 添加胶条

428. 在运输过程中，为了增加双插盒结构的稳固性，最合适的方案是（ ）。

- A. 使用防静电材料
- B. 在插口内侧增加卡扣或锁扣设计
- C. 加厚插口处的纸板
- D. 将插口设计为密封式

429. 如果设计一款高端珠宝包装盒，既要求展示性又要求易于开启，最适合的结构选择是（ ）。

- A. 双插盒结构
- B. 天地盖结构
- C. 抽屉式结构
- D. 折叠式结构

430. 为了确保天地盖包装在运输中保持稳固性，最适合在结构上做出的改进是（ ）。

- A. 加厚盖子材料
- B. 增加底部嵌入设计
- C. 使用抗撕裂纸张
- D. 设置内衬或缓冲结构

C. 使用磁吸设计 D. 增加顶部的加厚封边

440. 书型盒结构包装的主要优势之一是（ ）。

- A. 易于批量生产 B. 防水性高
C. 易于运输 D. 良好的展示和保护效果

441. 在设计一款高端吊空盒结构的包装时，若要确保产品在运输中不晃动，最佳的结构优化方式是（ ）。

- A. 使用轻薄材料 B. 在产品四周增加固定支架
C. 增加双层外壳 D. 使用胶粘固定

442. 吊空盒结构包装最适用的产品是（ ）。

- A. 重型工具 B. 快消品
C. 高端电子配件 D. 常规日用品

443. 如果设计一款开窗盒结构包装，用于零售展示易损的高端饰品，最佳的窗口处理方式是（ ）。

- A. 无塑料覆盖的开放式窗口 B. 双层透明薄膜覆盖
C. 使用加厚的透明塑料覆盖 D. 在窗口处增加双层封边

444. 如果开窗盒用于小型电子产品的包装，为了保护产品不受外界影响，最合适的窗口材质选择是（ ）。

- A. 高透明度 PET 薄膜 B. 纸质窗框
C. 开放窗口设计 D. 厚度较大的 PVC

445. 展示盒结构的主要优势之一是（ ）。

- A. 强度高，防护性好 B. 自动化生产便捷
C. 成本低 D. 增强产品的展示和吸引力

446. 展示盒结构包装最适合 C. 产品的包装需求。

- A. 重型设备 B. 快消食品
C. 高端饰品 D. 大件家居用品

447. 在设计一款手提纸袋，用于装载重量较大的产品时，最适合增加强度的方式是（ ）。

- A. 在袋口加厚并增加双折边 B. 使用单层薄纸材料
C. 减少提手的宽度 D. 增大袋口尺寸

448. 若纸袋用于包装零食，为了保持食品的干燥与密封性，最合适的设计是（ ）。

- A. 使用开口袋口设计
- B. 增加内覆防潮膜
- C. 使用普通牛皮纸
- D. 使用可撕拉封口

449. 如果设计用于包装轻型化妆品的小纸盒, 为了便于开合且提升用户体验, 最适合的结构是 ()。

- A. 翻盖式结构
- B. 双插口结构
- C. 抽屉式结构
- D. 扣底结构

450. 在功能性纸盒设计中, 为了确保盒子在运输过程中不易被挤压变形, 最佳的加固设计方式是 ()。

- A. 增加透明窗口
- B. 在内部增加支撑结构
- C. 减少封口设计
- D. 增加底部锁扣

451. 在设计用于高端护肤产品的纸盒包装时, 若要提升消费者的开箱体验, 最具创新性的设计方式是 ()。

- A. 使用双插口封口结构
- B. 增加内部衬垫
- C. 简单的翻盖式结构
- D. 多层抽屉式结构

452. 为了便于运输和节省空间, 创新纸盒结构设计中最常使用的结构是 ()。

- A. 固定式翻盖结构
- B. 可折叠式结构
- C. 多层插口结构
- D. 透明窗开窗结构

453. 在选择纸品包装的印刷纸张时, 为了达到高彩表现效果, 最常选用的纸材是 ()。

- A. 牛皮纸
- B. 铜版纸
- C. 蜡光
- D. 哑光纸

454. 纸品包装设计中, 如果需要表现精致细腻的图案和色彩渐变, 最佳的印刷方式是 ()。

- A. 胶印
- B. 丝网印刷
- C. 凸版印刷
- D. 柔版印刷

455. 若包装印刷需在塑料薄膜和纸板上同时进行, 且需要高饱和的色彩表现, 最适合的印刷机类型是 ()。

- A. 胶印机
- B. 凹印机
- C. 数码印刷机
- D. 柔印机

456. 在选择用于个性化小批量包装的印刷设备时, 因其无需制版、响应速度快, 最佳的选择是 ()。

- A. 凹印机
- B. 胶印机
- C. 数码印刷机
- D. 柔印机

457. 若包装印刷需要表现出高光泽感，并保护印刷内容不易磨损，最适合的印刷工艺是（ ）。

- A. 凹凸压印
- B. 烫金
- C. 覆膜
- D. 局部 UV

458. 若纸品包装需要环保可降解，且要求印刷图案具有亮度和防护性，最佳的选择是（ ）。

- A. 覆膜
- B. 烫金
- C. 局部 UV
- D. 水性光油

459. 在色彩管理中，为确保纸品包装在不同批次间的颜色一致性，最常使用的色彩标准是（ ）。

- A. Pantone 色库
- B. RGB 色彩模式
- C. HSL 色彩模式
- D. LAB 色彩模式

460. 若纸品包装设计要求色彩在印刷时保持高饱和度，且能在无涂层纸上准确呈现，最佳的色彩模式是（ ）。

- A. RGB 色彩模式
- B. CMYK 色彩模式
- C. HSB 色彩模式
- D. LAB 色彩模式

461. 若包装设计包含金属光泽效果，如金色或银色，最佳的颜色处理方式是（ ）。

- A. 使用 CMYK 模式
- B. 使用 RGB 模式
- C. 使用专色 Pantone
- D. 增加灰度层

462. 若包装设计包含细线条或复杂的细节，为避免印刷丢失或模糊，推荐的最小线条粗细为（ ）。

- A. 0.3mm
- B. 0.1mm
- C. 0.05mm
- D. 1mm

463. 如果需要突出包装上的品牌 Logo 并提供立体的触觉效果，最佳的表面处理工艺是（ ）。

- A. 光膜覆膜
- B. 局部 UV
- C. 哑膜覆膜
- D. 压纹

464. 若纸品包装设计的主题要求呈现低调、柔和的质感，且不反光，最适合的处理工艺是（ ）。

- A. 光膜覆膜
- B. 哑膜覆膜
- C. 局部 UV
- D. 烫银

465. 若纸品包装印刷过程中出现色差，最常见的原因是（ ）。

- A. 套准误差
- B. 增加出血边
- C. 设备校准不足或色彩转换错误
- D. 印刷速度过快

466. 在印刷纸品包装时，若印刷成品上出现油墨渗透或扩散现象，通常的原因是（ ）。

- A. 套准不准
- B. 出血不够
- C. 印刷机温度过高
- D. 纸张的吸墨性过强

467. 若纸品包装需要在塑料薄膜上印刷，且要求油墨具有较强的附着力和耐磨性，最佳的印刷方式是（ ）。

- A. 凹印
- B. 柔印
- C. 丝网印刷
- D. 胶印

468. 在选择印刷方式时，若纸品包装要求色彩饱和度高、视觉效果显著且适合金属纸材，最适合的印刷类型是（ ）。

- A. 凹印
- B. 数码印刷
- C. 丝网印刷
- D. 胶印

469. 使用 UV 印刷技术的环保优势主要体现在（ ）。

- A. 提高色彩饱和度
- B. 减少油墨用量
- C. 降低设备损耗
- D. 避免溶剂挥发性有机化合物（VOC）排放

470. 在环保印刷中，选择可降解油墨的主要原因是（ ）。

- A. 降低印刷废弃物对环境的污染
- B. 提高印刷品的光泽度
- C. 增强印刷耐久性
- D. 降低油墨成本

471. 根据中国的相关法律规定，食品包装上必须标注的内容包括（ ）。

- A. 营养成分含量和广告宣传词
- B. 商标和企业荣誉
- C. 食品生产许可编号、保质期及储存条件
- D. 销售商的广告语

472. 如果在包装上宣传产品有“药用功效”，此类包装必须符合（ ）。

- A. 《广告法》
- B. 《食品药品管理法》
- C. 《商标法》
- D. 《环境保护法》

473. 若要计算空隙率，首先需要测量的关键尺寸是（ ）。

- A. 产品的体积
- B. 包装容器的内部体积和产品的体积
- C. 产品的外部尺寸
- D. 包装容器的外部尺寸

474. 计算空隙率时，若包装容器内部体积为 5000 cm^3 ，产品体积为 3500 cm^3 ，空隙率约为（ ）。

- A. 20%
- B. 25%

- C. 30% D. 35%

475. 根据《固体废物污染环境防治法》，企业在包装设计中应避免使用（ ）材料，以减少环境污染。

- A. 不可降解塑料 B. 可回收纸张
C. 生物基塑料 D. 环保水性油墨

476. 在食品包装中，依据《食品安全法》，直接接触食品的包装材料必须符合（ ）。

- A. 环境保护标准 B. 食品接触材料的安全标准
C. 包装美观度要求 D. 防水和防腐功能

477. 在选择条形码的颜色组合时，最佳的条形码和背景颜色搭配是（ ）。

- A. 黑色条，白色背景 B. 白色条，黑色背景
C. 红色条，黄色背景 D. 蓝色条，白色背景

478. 根据国际标准，商品条形码通常推荐的最小高度为（ ）。

- A. 5 mm B. 10 mm
C. 20 mm D. 22 mm

479. 根据国际标准，在包装上使用绿色环保标识前，需要确保（ ）。

- A. 图标符合品牌设计的美观性 B. 材料经过环保认证
C. 使用符合品牌要求的颜色 D. 放置在包装正面

480. 化妆品包装上的“开盖后使用期限”标识，出现的形式是（ ）。

- A. 一个绿色回收标志 B. 一个温度计图标
C. 一个数字代码 D. 一个打开的罐子和月数

481. 根据《广告法》，可以在儿童食品包装上合法使用的词语是（ ）。

- A. 绝对安全 B. 含丰富营养
C. 无任何副作用 D. 治疗疾病

482. 在药品或保健品包装上，最有可能违反广告法规使用词语是（ ）。

- A. 彻底根治 B. 合理搭配
C. 增强免疫力 D. 科学配方

483. 根据包装信息的规范，成分表和营养信息的字体大小一般应至少为（ ）。

- A. 5 pt B. 6 pt

C. 8 pt

D. 10 pt

484. 在涉及版权的字体使用上, 如果希望在包装上使用第三方版权字体, 设计师需首先获得的许可是 ()。

A. 原字体的设计文件

B. 免费使用许可

C. 改造和调整的许可

D. 商业使用授权

485. 在化妆品包装设计中, 为了防止消费者误认为产品具有医疗效果, 最应避免使用的颜色是 ()。

A. 粉色

B. 医疗蓝

C. 暖黄色

D. 银色

486. 若药品包装设计中要避免过度强调疗效, 应避免使用的色彩组合是 ()。

A. 柔和的蓝色和绿色

B. 高饱和度的红色和黑色

C. 中性色调

D. 低对比度的冷色调

487. 在印前检查中, 为了确保文字不会因缺少字体而出现问题, 推荐的做法是 ()。

A. 将文字转换为曲线

B. 将文字保持原始字体格式

C. 使用系统默认字体

D. 增加字体大小

488. 在包装印前检查中, 通常推荐的出血边距为 ()。

A. 1-2mm

B. 2-3mm

C. 3-5mm

D. 5-7mm

489. 若产品尺寸为 $100\text{mm} \times 80\text{mm} \times 50\text{mm}$, 且每个边上需要预留 5mm 的缓冲空间, 包装的内尺寸应为 ()。

A. $100\text{mm} \times 80\text{mm} \times 50\text{mm}$

B. $110\text{mm} \times 90\text{mm} \times 60\text{mm}$

C. $105\text{mm} \times 85\text{mm} \times 55\text{mm}$

D. $115\text{mm} \times 95\text{mm} \times 65\text{mm}$

490. 在计算纸品包装的展开尺寸时, 假设使用材料的厚度为 0.3mm , 为确保折叠时不会过度挤压, 最合适的做法是 ()。

A. 忽略厚度

B. 增加 2mm 的缓冲

C. 减少 0.3mm

D. 增加材料厚度的倍数

491. 为了保证排版的整体效果, 在包装正面常见的信息布局顺序是 ()。

A. 生产商信息→成分表→品牌标志

B. 产品广告语→产品条形码→保质期

C. 成分表→产品名称→生产许可标志

D. 品牌标志→产品名称→关键成分或卖点

492. 在设计包装排版时，若文字信息内容较多，为了提升可读性，字体大小的最小建议是（ ）。

- A. 4pt
- B. 6pt
- C. 10pt
- D. 12pt

493. 在包装稿件中，如果设计中包含了透明度效果，为了避免印刷时出现问题，最佳的处理方法是（ ）。

- A. 保持透明效果
- B. 使用渐变替代透明
- C. 将透明效果栅格化
- D. 删除透明效果

494. 包装稿件中，若包含了金属色，通常建议使用的处理方式是（ ）。

- A. 用 CMYK 模拟
- B. 用 RGB 显示
- C. 使用灰色替代
- D. 使用专色油墨

495. 图标设计中，在不同平台上使用的图标应确保一致性，最常采用的处理方法是（ ）。

- A. 设计不同分辨率版本的图标
- B. 仅使用高分辨率的图标适配所有设备
- C. 在不同平台上保持原始尺寸
- D. 依赖矢量图形自动缩放

496. 若设计一个图标代表“删除”功能，在确保跨文化理解的情况下，更优的设计是（ ）。

- A. 使用一个垃圾桶图标
- B. 使用一个带斜杠的 X 图标
- C. 使用红色方块图标
- D. 使用一个手势图标

497. 为了确保图标设计在不同背景色上都有良好的显示效果，设计师最常用的方法是（ ）。

- A. 增加图标的细节
- B. 使用单色或增加外框线条
- C. 使用高对比度的背景色
- D. 减少图标的透明度

498. 图标设计中，如果要确保图标在缩小后依旧识别度高，最优的设计原则是（ ）。

- A. 增加细节
- B. 加深颜色对比
- C. 去掉冗余细节，保留核心形状
- D. 使用渐变色

499. 在图标风格选择上，如果目标是给用户提供轻松愉快的视觉体验，最适合的风格是（ ）。

- A. 线条风格
- B. 手绘风格
- C. 扁平化风格
- D. 立体化风格

500. 若为一款商务风格的应用设计图标，最适合的图标类型和风格是（ ）。

- A. 手绘图标，偏卡通风格
- B. 线条图标，使用明亮色彩
- C. 简洁的扁平化图标
- D. 立体化渐变图标

501. 图标设计流程中，最能确保图标能够被用户快速识别的步骤是（ ）。

- A. 图标草图绘制 B. 用户测试与反馈收集
- C. 概念调研与灵感收集 D. 图标最终渲染

502. 在图标设计流程中,最适合调整图标的形状和比例,以确保其在小尺寸中保持清晰的阶段是()。

- A. 概念阶段
B. 用户反馈阶段
C. 市场调研阶段
D. 细化与调整阶段

503. 在 Adobe Illustrator 中, 如果设计师希望快速调整图标的边框宽度, 最适合使用的工具是 ()。

- A. 路径偏移 B. 透明度工具
C. 渐变工具 D. 裁剪蒙版

504. 在设计流程中,若希望快速将图标从矢量工具导出成不同尺寸的图像文件,最常用的方法是()。

- A. 使用剪切蒙版保存
B. 手动调节尺寸并逐个导出
C. 复制图标到各个画板
D. 使用批量导出功能

505. 若发现图标在不同平台上的显示效果不一致, 设计师首要考虑的调整是 ()。

- A. 检查分辨率并生成适配版本 B. 调整图标的颜色对比度
- C. 在图标中增加更多细节 D. 优化图标的外边框

506. 若一个图标设计的线条过于纤细，导致在小尺寸上不易识别，最适合的调整方式是（ ）。

- A. 添加渐变以提升视觉效果
- B. 增加线条厚度或边框
- C. 使用更多颜色
- D. 更换图标的形状

507. 在图标集的风格一致性设计中,若要确保图标的统一性,最优先考虑的设计原则是()。

- A. 图标的颜色饱和度
B. 图标的独特性和差异化
C. 图标的线条、形状和比例一致性
D. 图标的配色明亮度

508. 在确保图标集风格一致的情况下, 设计师在设计流程中优先关注的元素是 ()。

- A. 图标的线条粗细和细节统一性
- B. 图标的主题丰富性
- C. 图标的个性化表达
- D. 图标的不同色彩变化

509. 若设计一个包含 20 个图标的应用图标集, 为保证风格一致性, 设计师在调色时最需要注意()。

- A. 每个图标的颜色鲜艳度不同以增加多样性 B. 统一色调，确保所有图标在同一色系中变化
- C. 每个图标颜色与功能关联 D. 只需避免颜色冲突

510. 图标设计中, 为保证风格一致性而常采用的技巧是 ()。

- A. 使用多样化的图形和线条
- B. 增加不同的细节以突出个性
- C. 为每个图标加入不同的视觉元素
- D. 保持简洁并重复相似的设计语言

511. 电商平台的购物车图标设计时, 为使其更具视觉吸引力并增强点击率, 最适合的设计选择是 ()。

- A. 使用简约风格图标
- B. 使用具有轻微阴影的扁平化风格图标
- C. 使用线条风格图标
- D. 使用手绘风格图标

512. 在设计一个高端品牌的官网图标集时, 最适合的图标风格是 ()。

- A. 鲜艳的多色风格
- B. 卡通手绘风格
- C. 填充线条风格
- D. 优雅的极简风格

513. 在图标设计中, 最能确保图标比例一致性的方法是 ()。

- A. 使用固定的栅格尺寸
- B. 增加不同图标的形状变化
- C. 对每个图标使用渐变填充
- D. 每个图标增加不同颜色

514. 在应用图标风格一致性控制时, 若需平衡图标在小尺寸和大尺寸中的视觉效果, 最合适的做法是 ()。

- A. 在小尺寸时增加复杂性
- B. 保持每个图标的细节相同
- C. 在小尺寸时增加阴影和光影
- D. 简化小尺寸图标并去除不必要细节

515. 在调整图标一致性时, 如果设计目标是在暗色背景上保持图标的视觉清晰度, 最有效的做法是 ()。

- A. 调整图标的色彩饱和度
- B. 增加阴影效果
- C. 使用边框或亮色外轮廓
- D. 改变图标的比例

516. 在优化图标的一致性时, 若需要确保跨平台的一致性, 设计师应优先采用的技术是 ()。

- A. 使用矢量格式并保持固定比例
- B. 为每个平台设计不同版本的图标
- C. 增加图标的色彩饱和度
- D. 增加每个图标的细节

517. 在跨平台适配中, 如果设计目标是确保图标在不同尺寸中都能清晰呈现, 最适合的做法是 ()。

- A. 根据不同尺寸创建独立图标版本
- B. 在小尺寸中增加复杂细节
- C. 统一使用大尺寸图标
- D. 让每个平台自行缩放图标

518. 若为一款同时在 iOS 和 Android 平台发布的应用设计图标, 最优先考虑的适配原则是 ()。

- A. 使用两种不同的图标样式
- B. 在不同平台上改变图标配色
- C. 保持图标的线条粗细和对齐方式一致
- D. 增加各平台特有的渐变效果

519. 在界面设计需求分析中，若面向一个新开发的功能，设计师应优先了解的信息是（ ）。

- A. 用户的使用场景和期望行为
- B. 该功能的色彩偏好
- C. 该功能的具体界面尺寸
- D. 用户对其他功能的评价

520. 当设计师希望设定一个明确的设计目标，以提升界面的用户粘性，最应关注的是（ ）。

- A. 增加视觉效果复杂性
- B. 添加更多互动元素
- C. 缩短加载时间
- D. 增强用户的体验满意度

521. 在界面设计的流程设计中，若用户需要完成复杂的多步骤任务，为提升用户体验，设计师应优先采用的设计策略是（ ）。

- A. 减少步骤数量
- B. 隐藏部分选项
- C. 将流程分解为多个独立的步骤或页面
- D. 提供详细的文本指引

522. 在界面设计的流程设计中，为帮助用户减少操作失误，最有效的策略是（ ）。

- A. 提供实时反馈和错误提示
- B. 增加每一步的详细说明
- C. 简化界面视觉元素
- D. 让用户选择更多自定义设置

523. 在原型设计过程中，为了快速验证基本功能的交互逻辑，设计师应优先采用（ ）。

- A. 低保真原型
- B. 高保真原型
- C. 动画原型
- D. 视觉设计原型

524. 在原型设计的交互流程中，为提升用户的操作流畅性和效率，设计师应优先关注（ ）。

- A. 界面的颜色搭配和视觉风格
- B. 添加动态动画效果
- C. 交互路径的逻辑性和简洁性
- D. 增加互动反馈的种类

525. 在品牌一致性设计中，如果设计的界面需在不同平台上展示，最优先确保的一致性因素是（ ）。

- A. 颜色和字体的统一
- B. 不同的功能和界面风格
- C. 设备专用的布局设计
- D. 平台独特的图标样式

526. 在界面设计中，如果某品牌的视觉形象以简洁和现代风格为主，设计师在选择图标风格时应优先考虑（ ）。

- A. 卡通风格
- B. 3D 立体风格
- C. 复古风格
- D. 简约线条风格

527. 在进行界面设计的设计验证时，最优先的步骤是（ ）。

- A. 设计交互动画效果
- B. 分析竞品用户反馈

- C. 优化设计风格一致性
- D. 制定测试目标和衡量指标

528. 在界面设计中的设计验证阶段，若用户在测试中频繁遇到操作困难，设计师应优先采取的调整措施是（ ）。

- A. 增加设计细节
- B. 改善界面色彩和对比度
- C. 增加操作说明
- D. 优化交互流程和导航结构

529. 在界面设计交付过程中，为确保开发团队准确理解设计意图，设计师应优先提供（ ）。

- A. 设计的色彩和风格说明
- B. 明确的标注和交互动效说明
- C. 详细的视觉展示
- D. 关于设计灵感的来源说明

530. 在界面设计沟通过程中，如果开发团队对某设计实现有疑问，设计师最合适的回应方式是（ ）。

- A. 坚持原设计方案
- B. 让开发团队自行决定调整方式
- C. 解释设计意图并协商技术解决方案
- D. 更改设计元素以符合开发需求

531. 在界面设计规范文档中，若需确保设计的一致性和高效性，设计师应优先记录（ ）。

- A. 设计灵感来源和趋势
- B. 项目的总体目标
- C. 视觉样式和交互模式的标准化
- D. 设计师的个人偏好

532. 为提高设计文档管理效率，最适合的文档管理方式是（ ）。

- A. 手动记录所有设计变更
- B. 使用协作工具并设置版本控制
- C. 在项目结束后集中整理
- D. 使用电子表格追踪更改

533. 在界面设计中，语音交互技术的主要优势是（ ）。

- A. 提升无屏设备的用户体验
- B. 增强视觉元素的层次感
- C. 优化图形界面的动态效果
- D. 增加数据传输的效率

534. 最适合在移动界面中提供实时导航支持的技术是（ ）。

- A. 虚拟现实 VR
- B. 增强现实 AR
- C. 区块链技术
- D. 3D 建模

535. 最适合在界面设计迭代中确定优先改进项的方法是（ ）。

- A. 设计师个人偏好
- B. 最新的设计趋势
- C. 用户测试数据和反馈
- D. 同行的设计建议

536. 在团队协作中，管理界面设计版本的最佳实践是（ ）。

- A. 由每位设计师负责记录版本历史
- B. 定期手动备份所有设计文件

C. 使用静态文件夹按时间排序版本 D. 使用在线协作工具实现自动版本控制和变更记录

537. 在界面标注过程中，为确保开发团队能够准确理解并实现设计，最应优先标注的内容是（ ）。

- A. 设计灵感来源和创意描述 B. 设计团队的详细说明
- C. 每个元素的大小和间距 D. 颜色、字体和交互说明

538. 在界面标注中，若存在多个状态变化的交互元素，设计师应优先处理的方式是（ ）。

- A. 只标注初始状态的样式 B. 交由开发团队自行调整
- C. 标明各个状态及其对应的样式和交互方式 D. 只标注最终状态样式

539. 在呈现复杂界面的标注时，设计师为确保信息传达的有效性，可优先使用方式是（ ）。

- A. 静态图片标注 B. 简短的文字说明
- C. 单一的颜色标注标签 D. 分层的交互式标注工具

540. 若界面包含多个不同的状态变化，设计师在标注时最合适的呈现方式是（ ）。

- A. 将所有状态集中在一个标注视图中 B. 为每个状态创建独立的标注页面或标签
- C. 只标注主要状态的样式 D. 合并状态标注以减少信息量

541. 在标注界面布局时，最重要的标注内容是（ ）。

- A. 颜色代码和字体信息 B. 尺寸和间距
- C. 图标来源和格式 D. 设计灵感和创意来源

542. 若设计项目面向多种设备，设计师在标注时应优先采用的尺寸标注单位是（ ）。

- A. Cm B. In
- C. Pt D. dp 或 sp

543. 在界面切图时，若需要在高分辨率设备上保持图片清晰，设计师应优先选择的切图倍数是（ ）。

- A. 0.5x B. 1x
- C. 1.5x D. 2x 及以上

544. 对于界面中的小图标，设计师在切图时最适合选择的文件格式是（ ）。

- A. JPG B. BMP
- C. SVG D. GIF

545. 在界面设计切图中，为了确保图像加载速度和视觉效果的平衡，设计师应优先考虑的因素是（ ）。

- A. 图像的最大尺寸和分辨率 B. 图像格式与文件大小优化
- C. 图像的层次结构 D. 图像的设计原理

546. 如果界面设计师切图时的目标是确保图像适配不同屏幕密度，最适合采用的切图策略是（ ）。

- A. 导出多种分辨率的图像版本
- B. 使用低分辨率图像并放大显示
- C. 导出单一分辨率图像并适应所有设备
- D. 只导出高分辨率图像

547. 在为 iOS 应用切图时，若需要支持高分辨率设备，界面设计师最适合导出的分辨率倍数是（ ）。

- A. 1x 和 2x
- B. 2x 和 3x
- C. 0.5x 和 1x
- D. 3x 和 4x

548. 对于 Web 端的图像切图需求，为了确保图像在不同分辨率设备上的清晰度，界面设计师应优先选择的格式是（ ）。

- A. JPG
- B. PNG
- C. SVG
- D. BMP

549. 在界面设计切图文件的管理过程中，若希望确保文件易于查找和使用，设计师应优先采取的命名方式是（ ）。

- A. 按设计师个人喜好命名
- B. 使用随机生成的文件名
- C. 按文件大小命名
- D. 按平台、分辨率和用途的命名规范

550. 若界面设计师使用云存储平台共享切图文件，最适合的文件管理方式是（ ）。

- A. 建立文件夹层次结构并设置访问权限
- B. 将文件压缩并发送下载链接
- C. 只允许部分成员查看文件夹内容
- D. 定期删除旧文件以减少存储占用

551. 在为移动端高分辨率设备切图时，设计师优先导出的分辨率倍数应为（ ）。

- A. 1x 和 2x
- B. 2x 和 3x
- C. 3x 和 4x
- D. 4x 和 5x

552. 如果设计项目包含多个动态交互元素，设计师在标注中应优先提供（ ）。

- A. 设计灵感说明
- B. 颜色和字体信息
- C. 各交互状态的详细说明
- D. 最终显示的静态状态

553. 在进行切图后的文件管理时，最重要的步骤是（ ）。

- A. 确定文件格式
- B. 统一文件命名规则
- C. 修改文件的像素尺寸
- D. 删除不必要的图层

554. 对于切图后的文件管理，不是常见的文件存储和组织方式的是（ ）。

- A. 使用日期进行文件夹分类
- B. 以项目和文件类型为基础创建文件夹结构

C. 使用文件版本号标明不同版本的文件 D. 将所有文件保存在同一个文件夹内

555. 在设计社交媒体图片广告时，若主要面向小红书平台，设计师最适合使用的尺寸比例是（ ）。

A. 1:1

B. 3:4

C. 16:9

556. 针对户外广告设计, 如果需要打印广告用于建筑包覆或大型看板, 最适合的设计尺寸是 ()。

A. A4

C. A1
D. A0

557. 若设计用于户外 LED 屏幕的广告, 设计师应优先采用的尺寸比例是 ()。

A. 1:1

B. 3:2

C. 16:9

D. 4:3

558. 针对社交媒体的视频广告，设计师应选择的文件比例以适应竖屏体验是（ ）。

A. 1:1

B. 16:9

C. 4:3

D. 9:16

559. 在为高清晰度户外广告设计时，为了降低文件大小而不影响视觉效果，设计师应优先选择的分辨率是（ ）。

A. 300dpi

C. 150dpi

560. 若设计项目需在不同屏幕密度的设备上显示，为了确保跨分辨率的清晰度，设计师应优先使用的文件格式是（ ）。

A. PNG

C. BMP

561. 在为印刷设计准备文件时，设计师应优先选择的色彩模式是（ ）。

A. RGB

C. LAB D. Pantone

562. Pantone 专色最适合用于 ()。

A. Web 广告 B. 移动端应用设计

C. 户外数字广告牌 D. 高要求的品牌印刷品

563. Pantone 色彩模式的主要优势是 ()。

- A. 支持动态交互效果
- B. 色彩范围最广，适合所有设备
- C. 使用加色法生成颜色
- D. 精确的一致性适合品牌标志设计

564. 色彩模式中，加色法的典型代表是（ ）。

- A. RGB
- B. CMYK
- C. Pantone
- D. LAB

565. 可以在印刷中提供一致的颜色表现，尤其适合品牌标志设计的色彩模式是（ ）。

- A. RGB
- B. CMYK
- C. LAB
- D. Pantone

566. 在进行多设备适配的设计时，若需要在屏幕上显示一致的颜色，设计师应优先选择的色彩模式是（ ）。

- A. RGB
- B. CMYK
- C. Pantone
- D. LAB

567. 在将 RGB 色彩模式转换为 CMYK 时，最需要关注的颜色问题是（ ）。

- A. 颜色变亮
- B. 颜色完全不变
- C. 颜色变暗或失去饱和度
- D. 颜色饱和度过高

568. 最可能导致颜色精确度下降的转换操作是（ ）。

- A. RGB 到 LAB 的转换
- B. RGB 到 CMYK 的转换
- C. CMYK 到 Pantone 的转换
- D. LAB 到 RGB 的转换

569. 在色彩管理流程中，用于描述设备如何呈现颜色的文件被称为（ ）。

- A. RGB 曲线
- B. ICC 配置文件
- C. CMYK 图表
- D. Pantone 色卡

570. 若设计师希望在多个显示设备上实现颜色的一致性，最佳的校准方法是（ ）。

- A. 使用自动校准软件进行调整
- B. 通过手动调整显示器的亮度和对比度
- C. 使用硬件校色仪并结合 ICC 配置文件
- D. 通过设计软件调整颜色设置

571. 在不同屏幕分辨率的设备上确保色彩一致性的最佳做法是（ ）。

- A. 调整设备的亮度和对比度
- B. 在设计中避免使用渐变色
- C. 选择无饱和度的色彩方案
- D. 校准显示设备并优化色彩配置文件

572. 将 RGB 转换为 CMYK 时需要注意的问题是（ ）。

- A. 增加色彩的亮度以适应印刷需求
- B. 避免高饱和度色彩以防印刷失真
- C. 使用更多的中性色彩以减少误差
- D. 减少颜色的种类以节省成本

573. 在包装印刷中，设计师最常用的文件输出格式是（ ）。

- A. PDF
- B. JPEG
- C. PNG
- D. BMP

574. 不适合直接用于包装印刷输出的文件格式是（ ）。

- A. PDF
- B. EPS
- C. TIFF
- D. PNG

575. PDF 文件的主要优势是（ ）。

- A. 分辨率最高
- B. 跨平台兼容性强
- C. 编辑灵活性高
- D. 支持动态效果最强

576. 在设计文件中，若希望嵌入字体和图像以避免兼容性问题，最适合选择的文件格式是（ ）。

- A. PDF
- B. JPEG
- C. AI
- D. TIFF

577. EPS 文件格式的主要用途是（ ）。

- A. 矢量图形的存储和共享
- B. 动态交互设计的制作
- C. 高分辨率图片的存储
- D. 文字排版的输出

578. EPS 文件格式最适用的设计项目是（ ）。

- A. 网页 UI 设计
- B. 品牌 Logo 设计
- C. 视频动态图形设计
- D. 数码屏幕广告设计

579. TIFF 文件格式的主要优点是（ ）。

- A. 文件体积小，便于传输
- B. 支持无损压缩和高分辨率存储
- C. 支持动态内容和交互设计
- D. 便于多媒体嵌入

580. TIFF 文件格式最适合的设计项目是（ ）。

- A. 网页 UI 设计
- B. 印刷品设计
- C. 动态广告设计
- D. 社交媒体图形

581. 在 Adobe Illustrator 中，使用“转曲”功能的快捷键是（ ）。

- A. Ctrl+C
- B. Ctrl+E

C. Ctrl+Shift+O

D. Ctrl+Alt+T

582. 在 Adobe Illustrator 中, 转曲操作的主要用途是 ()。

A. 确保字体在不同设备上显示一致性

B. 减少文件大小以便于传输

C. 提高文字的动态编辑能力

D. 增加文本的多样化特效

583. JPEG 文件格式最适合的应用场景有 ()。

A. 网站的图片展示

B. 品牌 Logo 的设计存储

C. 高精度印刷图片的存储

D. 动态视频的帧图片存储

584. JPEG 格式的一个显著缺点是 ()。

A. 不支持 CMYK 色彩模式

B. 不支持嵌入字体

C. 文件体积较大

D. 有损压缩可能导致画质降低

585. 在印前管理中, 文字转曲的主要目的是 ()。

A. 减少文件体积

B. 避免因缺少字体而导致排版错误

C. 提高文件的动态编辑能力

D. 优化文件在屏幕上的显示效果

586. 文字转曲是必须的情况是 ()。

A. 设计文件包含动态效果

B. 文件体积较大, 需要优化存储

C. 文件需要在设计软件中继续修改

D. 文件需要交付印刷厂进行大规模印刷

587. 若设计的成品尺寸为 $210 \times 297\text{mm}$, 出血设置为 3mm , 则设计文件的实际尺寸应为 ()。

A. $210 \times 297\text{mm}$

B. $213 \times 300\text{mm}$

C. $216 \times 303\text{mm}$

D. $223 \times 310\text{mm}$

588. 在出血区域中, 适合摆放的内容是 ()。

A. 关键文字信息

B. 背景和延伸图案

C. 公司 Logo 的主元素

D. 裁切参考线

589. 嵌入图片的主要优势是 ()。

A. 减少文件体积, 便于传输

B. 确保图片在文件传输中不会丢失或链接失效

C. 提高设计软件的运行效率

D. 方便后期快速替换图片内容

590. 在嵌入图片时, 必须检查的内容是 ()。

A. 图片是否经过裁切处理

B. 图片的文件名是否符合命名规范

C. 图片的分辨率和颜色模式是否符合输出需求

D. 图片是否支持动态效果

591. 若设计文件中包含大量专业术语和技术术语,最佳的校对方式是()。

- A. 依赖拼写检查工具
B. 手动逐字校对
C. 结合专业领域参考材料进行检查
D. 交由印刷厂进行校对

592. 在印刷前的文字校对中，最容易被忽略操作是（ ）。

- A. 拼写和语法错误
- B. 内容的完整性
- C. 段落的排版一致性
- D. 出血区域的文字是否被裁切

593. 最可能引发颜色失真问题的情况是 ()。

- A. RGB 模式用于数字设备显示
B. RGB 模式文件直接用于印刷输出
C. Pantone 颜色用于矢量设计
D. CMYK 文件转换为 PDF

594. 在文件输出前, 设计师应优先检查的内容是 ()。

- A. 颜色模式是否符合输出设备的要求 B. 文件分辨率是否为 72dpi
- C. 文件是否包含透明效果 D. 字体是否嵌入文件

595. 在输出高分辨率图片时, 最适合保留细节的格式是 ()。

- A. JPEG
B. PNG
C. TIFF
D. GIF

596. 最可能导致输出文件的模糊或失真的情况是 ()。

- A. 文件使用 RGB 色彩模式
B. 分辨率过低导致像素不足
C. 文件中嵌入了透明效果
D. 文件保存为矢量格式

597. 如果设计文件需要折页处理, 工艺标注中必须添加的标识是 ()。

- A. 裁切线
B. 折线
C. 拼版标记
D. 打印方向箭头

598. 在文件中进行印前标注时, 为便区分设计内容, 标注线条应使用的颜色模式是 ()。

- A. 专色 B. 100%黑色
C. CMYK 混合色 D. 透明色

599. 如果文字需要印刷在深色背景上, 为了提高可读性, 最适合的处理方式是 ()。

- A. 减少文字的字号
- B. 使用浅色背景和深色文字
- C. 使用透明效果减少对比度
- D. 加大字号并使用高对比度的颜色组合

600. 在印刷文件中, 最容易出现清晰度问题的文字是 ()。

- A. 小于 6pt 的细线字体
- B. 使用纯黑色的粗体文字
- C. 大于 10pt 的加粗字体
- D. 使用 CMYK 颜色的无衬线字体

601. 最符合规范的文件命名方式是 ()。

- A. ProjectName_20241113_v2.pdf
- B. 设计文件 (最终版).ai
- C. 宣传单 (定稿-最新).jpg
- D. FinalDesign.psd

602. 如果需要在文件名中标注印刷文件的颜色模式, 最推荐的方式是 ()。

- A. Project_CMYK.pdf
- B. ProjectName_v3_CMYK.pdf
- C. CMYK_宣传单.psd
- D. 宣传单[CMYK]_最终版.jpg

603. 主要通过刮刀将油墨转移到承印物上的印刷工艺是 ()。

- A. 胶印
- B. 凹印
- C. 丝网印刷
- D. 热转印

604. 若需要印刷细腻的高质量包装, 如香烟盒或化妆品包装, 最常用的工艺是 ()。

- A. 胶印
- B. 凹印
- C. 丝网印刷
- D. 热转印

605. 在设计需要烫金效果的印刷品时, 必须明确标注的是 ()。

- A. 颜色模式
- B. 烫金区域
- C. 分辨率设置
- D. 字体大小

606. 若设计文件需要使用 UV 工艺, 最重要的设计 requirements 是 ()。

- A. 为 UV 区域单独创建专色图层
- B. 文件颜色模式设置为 RGB
- C. 文件分辨率低于 150dpi 即可
- D. 避免出血区域的设置

607. 适合实现局部高光效果 d 的特殊印刷工艺是 ()。

- A. 烫金工艺
- B. 凹版印刷
- C. UV 工艺
- D. 热转印

608. 在设计用于香水包装的高端礼盒时, 能增强其质感和档次的特殊印刷工艺是 ()。

- A. 烫金工艺
- B. 荧光印刷
- C. 丝网印刷
- D. UV 印刷

609. 在制作高端礼盒时, 若需要实现凹凸有致的触觉效果, 推荐使用 () 工艺。

- A. 裁切
- B. 覆膜

C. UV 涂层

D. 压纹工艺

610. 如果需要对印刷品进行装订处理，且印刷内容较多，最适合的装订方式是（ ）。

A. 胶装

B. 骑马钉

C. 锁线装订

D. 线圈装订

611. 在环保包装印刷中，更符合可持续发展要求的工艺是（ ）。

A. 过度使用局部 UV 工艺

B. 选择大量覆膜效果

C. 多次覆印同一图案

D. 采用无氯漂白的环保纸张

612. 在优化印刷能耗时，最有效的做法是（ ）。

A. 减少印刷的色彩数量

B. 使用能源效率高的印刷设备

C. 减少印刷材料的使用

D. 优化成品的运输包装

613. 最适合电子产品的包装设计的印刷工艺是（ ）。

A. 凹版印刷

B. 丝网印刷

C. 柔版印刷

D. 激光雕刻

614. 在高端礼品包装设计中，选择烫金工艺的主要目的是（ ）。

A. 提升包装的环保性能

B. 增强产品的视觉吸引力和高级感

C. 降低印刷成本

D. 缩短印刷周期

第 4 部分

操作技能复习题

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-香港新世界商场活动海报设计及定位

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/111 文件夹下

2.工作任务

任务 1：用户画像与市场分析

背景资料与任务：

香港新世界商场是一家位于上海浦东的高端综合性购物中心，集奢侈品牌、时尚零售、高端餐饮和娱乐设施于一体。

地理位置：位于上海浦东核心商业区，交通便利，周边为高收入白领和家庭聚集地。主要面向 25-45 岁的都市白领、家庭消费者及年轻时尚人群，收入水平为中高收入。20 周年庆典旨在吸引现有客户并招揽新客户，活动包括全场折扣、VIP 专属礼遇和亲子互动乐园等。为“香港新世界”商场 20 周年庆典活动设计用户画像，以指导后续海报设计。

用户画像要求：

- (1) 设计一个目标受众的用户画像 persona，包含以下内容：

- 基本信息：为目标受众命名（如“张女士”），并提供年龄范围、性别、职业、收入水平等信息。
- 行为特征：描述目标受众的购物习惯（如偏好品牌、购物频率）、兴趣爱好、消费场景（如周末家庭购物或工作日个人消费）。
- 心理特征：说明目标受众的价值观（如追求品质生活）、痛点需求（如时间效率、个性化体验）、审美偏好（如现代简约或奢华风格）。
- 与商场的互动：简述该 persona 如何与商场互动，以及对 20 周年庆典的期待（如折扣吸引力、活动体验）。

(2) 要求尺寸：A4，分辨率至少 150ppi，画布横竖不限。

(3) 呈现形式：使用设计软件创建视觉化的用户画像，包含文字描述和图形元素（如代表性人物头像、图标等）。

(4) 保存设计源文件和 JPG 格式。

任务 2：海报设计

(1) 基于任务 1 的用户画像，设计一张“香港新世界”商场 20 周年庆典活动海报，海报内容包含：

- 活动时间：2025 年 9 月 1 日：
- 活动主题：20 周年庆
- 活动地点：上海市浦东新区世纪大道 123 号
- 活动亮点：如“全场 5 折起”“VIP 专享礼遇”“亲子互动乐园”等。

(2) 海报设计尺寸为 A4，分辨率至少 150 像素，画布横竖不限，保存设计源文件和 JPG 格式。

(3) 素材使用不得少于 5 张。

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能使用设计软件进行图文排版，符合设计原则。
- (2) 根据设计内容要求与活动主题进行创意构思。
- (3) 能结合市场情况及受众人群完成用户画像。
- (4) 能完成设计色彩定位。

- (5) 能结合广告产品的实际情况及用户画像完成设计风格定位。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 设计构思契合主题，创意新颖独特。
- (3) 海报视觉效果突出，图形色彩醒目。
- (4) 图文编排符合设计原则，布局合理。
- (5) 文件管理规范，存储位置、格式正确。
- (6) 图文编排符合设计原则：

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：基于用户画像分析-香港新世界商场活动海报设计及定位
 考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	用户画像画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	A4 尺寸（210mm × 297mm）		
M2	2	任务一和任务二画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素/英寸		
M3	2	素材使用不少于 5 张	≥5 张		
M4	2	用户画像有基本信息	有年龄范围、性别、职业、收入水平等信息		
M5	2	用户画像行为特征描述：目标受众的购物习惯、兴趣爱好、消费场景	如偏好品牌、购物频率、如周末家庭购物或工作日个人消费		
M6	2	用户画像与商场的互动	如折扣吸引力、活动体验		
M7	2	用户画像有呈现形式，包含文字描述和图形元素	如代表性人物头像、图标等		
M8	2	设计源文件和 JPG 格式保存完整	PSD/AI/CDR 源文件 +JPG 格式，		
M9	2	所有文件需要具有矢量图格式化元素（包括在图层之中需要有具体标注）	文件命名规范，图层需要至少包含 1 个矢量图图层		
M10	2	活动主题“20 周年庆”在海报中明确体现	海报中明确标注“20 周年庆”		
M11	2	活动时间“2025 年 9 月 1 日”在海报中准确标注，活动地点“上海市延安东路 3000 号 A 座 2012 号”在海报中准确标注	海报中明确标注“2025 年 9 月 1 日”，海报中明确标注“上海市延安东路 3000 号 A 座 2012 号”		
M12	3	活动亮点：如“全场 5 折起”“VIP 专享礼遇”“亲子互动乐园”等。	海报中体现这些相关亮点		
合计配分	25 分	合计得分			

考评员（签名）：
 日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-香港新世界商场活动海报设计及定位

考核时间：60min

评价分评分表

细则 编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	创意与主题契合度 海报中包含至少 3 个与“20 周年庆”主题相关的创意元素（如数字“20”、烟花、商场建筑等）。(2 分) 针对不同用户群体（如年轻白领、家庭客群）设计的元素占比达到 60%以上。创意元素与常见设计的相似度低于 30%，确保设计独特性。(2 分) 主题传达清晰度达到 100%，目标受众在 5 秒内能理解海报主题。(1 分)				
J2	5	视觉冲击力与图形设计 主视觉元素（如“20”数字、烟花）占据海报面积的 30%以上。(2 分) 海报中包含 至少 2 个明确的视觉焦点，且每个焦点能引导观众关注关键信息。(2 分) 图形与背景融合，确保视觉效果和谐统一。(1 分)				
J3	5	色彩定位与用户匹配 主色调使用 2-3 种（如金色、红色），符合庆典主题和目标受众审美。(2 分) 主要颜色之间的对比度达到 3:1 以上，确保视觉效果醒目。(2 分) 色彩搭配层次感能够体现丰富的视觉层次。(1 分)				
J4	5	图文编排与信息传达 活动主题信息准确（时间、地点、优惠）等关键信息完整率达到 100%。(2 分) 信息层级分明确保观众能快速获取重要信息。(2 分) 图文布局遵循对齐、对比等设计原则，避免拥挤或松散。(1 分)				
合计 配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-学校成立 100 周年庆祝活动海报设计及定位

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/112 文件夹下

2.工作任务

任务 1：用户画像与市场分析

背景资料与任务：

- 学校定位：南洋中学是上海市徐汇区一所历史悠久的重点公立中学，成立于 1925 年，以学术卓越和校友网络著称。
- 地理位置：学校位于上海市徐汇区淮海中路 1000 号，周边为文化氛围浓厚的城区，吸引学生、家长和校友群体。
- 目标受众：主要面向在校学生（14-18 岁）、学生家长（35-50 岁）、校友（20-60 岁，涵盖各职业群体）以及周边社区居民。
- 活动背景：100 周年校庆旨在弘扬学校传统、增强校友凝聚力并展示校园文化，活动包括百年校史展览、校友返校日、学生文艺汇演和校园开放日。
- 为“南洋中学”100 周年校庆活动设计用户画像，以指导后续海报设计。

用户画像要求：

- (1) 设计一个目标受众的用户画像 persona，包含以下内容：
 - 基本信息：为目标受众命名（如“李同学”或“张校友”），并提供年龄范围、性别、职业/身份、收入水平（若适用）等信息。
 - 行为特征：描述目标受众的行为习惯（如学生课余活动、家长参与校园活动频率、校

友返校意愿)、兴趣爱好、活动参与场景(如校庆活动中的展览或汇演)。

- 心理特征: 说明目标受众的价值观(如重视教育、怀念校园时光)、痛点需求(如便捷的信息获取、情感共鸣)、审美偏好(如传统典雅或青春活力风格)。
- 与校庆的互动: 简述该 persona 如何参与校庆活动, 以及对校庆的期待(如了解校史、社交机会、校园体验)

(2) 要求尺寸: A4, 分辨率至少 150ppi, 画布横竖不限。

(3) 呈现形式: 使用设计软件创建视觉化的用户画像, 包含文字描述和图形元素(如代表性人物头像、图标等)。

(4) 保存设计源文件和 JPG 格式。

任务 2: 海报设计

(1) 基于任务 1 的用户画像, 设计一张“南洋中学”100 周年校庆活动海报。海报内容包含:

- 活动主题: 100 周年校庆
- 活动时间: 2025 年 10 月 25 日
- 活动地点: 上海市徐汇区淮海中路 1000 号南洋中学
- 活动亮点: 百年校史展览、校友返校日、学生文艺汇演、校园开放日

(2) 海报设计尺寸为 A4, 分辨率至少 150 像素, 画布横竖不限, 保存设计源文件和 JPG 格式。

(3) 素材使用不得少于 5 张。

所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中, 文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能使用设计软件进行图文排版, 符合设计原则。
- (2) 根据设计内容要求与活动主题进行创意构思。
- (3) 能结合市场情况及受众人群完成用户画像。
- (4) 能完成设计色彩定位。
- (5) 能结合广告产品的实际情况及用户画像完成设计风格定位。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 设计构思契合主题，创意新颖独特。
- (3) 海报视觉效果突出，图形色彩醒目。
- (4) 文图编排符合设计原则，布局合理。
- (5) 文件管理规范，存储位置、格式正确。
- (6) 图文编排符合设计原则：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-学校成立 100 周年庆祝活动海报设计及定位

考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	用户画像画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	A4 尺寸（210mm × 297mm）		
M2	2	任务一和任务二画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素/英寸		
M3	2	素材使用不少于 5 张	≥5 张		
M4	2	用户画像有基本信息	有年龄范围、性别、职业、收入水平等信息		
M5	2	用户画像行为特征描述：描述目标受众的行为习惯景、兴趣爱好、活动参与场景	如学生课余活动、家长参与校园活动频率、校友返校意愿；如校庆活动中的展览或汇演		
M6	2	用户画像与校庆的互动，简述如何参与校庆活动，以及对校庆的期待	如了解校史、社交机会、校园体验		
M7	2	用户画像有呈现形式，包含文字描述和图形元素	如代表性人物头像、图标等		
M8	2	设计源文件和 JPG 格式保存完整	PSD/AI/CDR 源文件 +JPG 格式，		
M9	2	所有文件需要具有矢量图格式化元素（包括在图层之中需要有具体标注）	文件命名规范，图层需要至少包含 1 个矢量图图层		
M10	2	活动主题“100 周年校庆”在海报中明确体现	海报中明确标注“100 周年庆”		
M11	2	活动时间“2025 年 10 月 25 日”在海报中准确标注，活动地点“徐汇区淮海中路 1000 号南洋中学”在海报中准确标注	海报中明确标注“2025 年 10 月 25 日”，海报中明确标注“徐汇区淮海中路 1000 号南洋中学”		
M12	3	活动亮点：如百年校史展览、校友返校日、学生文艺汇演、校园开放日等。	海报中体现这些相关亮点		
合计配分	25 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-学校成立 100 周年庆祝活动设计及定位

考核时间：60min

评价分评分表

细则 编号	配 分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	创意与主题契合度 海报中包含至少 3 个与“100 周年的庆祝”主题相关的创意元素（如数字“100”、烟花、学校建筑等）。(2 分) 针对不同用户群体（如年轻白领、家庭客群）设计的元素占比达到 60%以上。创意元素与常见设计的相似度低于 30%，确保设计独特性。(2 分) 主题传达清晰度达到 100%，目标受众在 5 秒内能理解海报主题。(1 分)				
J2	5	视觉冲击力与图形设计 主视觉元素（如数字“100”、烟花、学校建筑等）占据海报面积的 30%以上。(2 分) 海报中包含至少 2 个明确的视觉焦点，且每个焦点能引导观众关注关键信息。(2 分) 图形与背景融合，确保视觉效果和谐统一。(1 分)				
J3	5	色彩定位与用户匹配 主色调使用 2-3 种（如绿色、红色），符合庆典主题和目标受众审美。(2 分) 主要颜色之间的对比度达到 3:1 以上，确保视觉效果醒目。(2 分) 色彩搭配层次感能够体现丰富的视觉层次。(1 分)				
J4	5	图文编排与信息传达 活动主题信息准确（时间、地点、优惠）等关键信息完整率达到 100%。(2 分) 信息层级分明度确保观众能快速获取重要信息。(2 分) 图文布局遵循对齐、对比等设计原则，避免拥挤或松散。(1 分)				
合计 配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题单

准考证号:

试题代码:

试题名称: 基于用户画像分析 - 兰薇高端化妆品新品发布会海报设计

考核时间: 60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/113 文件夹下

2.工作任务

任务 1: 用户画像与市场分析

背景信息:

- 品牌定位: 兰薇是一家国际高端化妆品品牌, 主打天然成分与科技结合的护肤和彩妆产品, 价格定位为中高端, 目标市场为追求品质生活的都市女性。
- 地理位置: 新品发布会将在上海市静安区高端商业中心举办, 周边为高收入白领和时尚人士聚集地。
- 目标受众: 主要面向 25-40 岁的都市职业女性 (白领、自由职业者、企业高管), 月收入 1.5 万人民币以上; 次要受众为 18-25 岁的年轻时尚女性 (如大学生或初入职场者), 注重个性化表达。
- 活动背景: 新品发布会推出全新抗衰老护肤系列和限量彩妆套装, 旨在提升品牌知名度、吸引新客户并巩固现有客户忠诚度。活动包括产品体验区、明星代言人见面会和专属礼品赠送。
- 为“兰薇 (Lanwei)”高端化妆品品牌新品发布会活动设计用户画像, 以指导后续海报设计。

用户画像要求:

- (1) 设计一个目标受众的用户画像 persona, 包含以下内容:
- 基本信息: 为目标受众命名 (如“陈女士”), 并提供年龄范围、性别、职业、收入水

平等信息。

- 行为特征：描述目标受众的消费习惯（如偏好高端品牌、线上线下购物频率）、兴趣爱好（如美妆、时尚、旅行）、活动参与场景（如发布会体验区或社交媒体分享）。
- 心理特征：说明目标受众的价值观（如追求美丽与自信）、痛点需求（如抗衰老需求、个性化体验）、审美偏好（如优雅精致或时尚前卫风格）。
- 与活动的互动：简述该 persona 如何参与新品发布会，以及对活动的期待（如产品试用、明星互动、礼品吸引力）。

(2) 要求尺寸：A4，分辨率至少 150ppi，画布横竖不限。

(3) 呈现形式：使用设计软件创建视觉化的用户画像，包含文字描述和图形元素（如代表性人物头像、图标等）。

(4) 保存设计源文件和 JPG 格式。

任务 2：海报设计

(1) 基于任务 1 的用户画像，设计一张“兰薇”新品发布会活动海报，海报内容包含：

- 活动主题：兰薇新品发布会
- 活动时间：2025 年 11 月 15 日
- 活动地点：上海市静安区南京西路 1000 号静安嘉里中心
- 活动亮点：全新抗衰老护肤系列首发、限量彩妆套装展示、明星代言人见面会、专属礼品赠送

(2) 海报设计尺寸为 A4，分辨率至少 150 像素，画布横竖不限，保存设计源文件和 JPG 格式。

(3) 素材使用不得少于 5 张。

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能使用设计软件进行图文排版，符合设计原则。
- (2) 根据设计内容要求与活动主题进行创意构思。
- (3) 能结合市场情况及受众人群完成用户画像。
- (4) 能完成设计色彩定位。
- (5) 能结合广告产品的实际情况及用户画像完成设计风格定位。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 设计构思契合主题，创意新颖独特。
- (3) 海报视觉效果突出，图形色彩醒目。
- (4) 图文编排符合设计原则，布局合理。
- (5) 文件管理规范，存储位置、格式正确。
- (6) 图文编排符合设计原则：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析 - 兰薇高端化妆品新品发布会海报设计

考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	用户画像画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	A4 尺寸（210mm × 297mm）		
M2	2	任务一和任务二画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素/英寸		
M3	2	素材使用不少于 5 张	≥5 张		
M4	2	用户画像有基本信息	有年龄范围、性别、职业、收入水平等信息		
M5	2	用户画像行为特征描述：目标受众的购物习惯、兴趣爱好、消费场景	如偏好高端品牌、线上线下购物频率；如美妆、时尚、旅行；如发布会体验区或社交媒体分享		
M6	2	用户画像与商场的互动	如产品试用、明星互动、礼品吸引力		
M7	2	用户画像有呈现形式，包含文字描述和图形元素	如代表性人物头像、图标等		
M8	2	设计源文件和 JPG 格式保存完整	PSD/AI/CDR 源文件 +JPG 格式，		
M9	2	所有文件需要具有矢量图格式化元素（包括在图层之中需要有具体标注）	文件命名规范，图层需要至少包含 1 个矢量图图层		
M10	2	活动主题“兰薇新品发布会”在海报中明确体现	海报中明确标注“兰薇新品发布会”		
M11	2	活动时间“2025 年 11 月 15 日”在海报中准确标注，活动地点“上海市静安区南京西路 1000 号静安嘉里中心”在海报中准确标注	海报中明确标注“2025 年 11 月 15 日”，海报中明确标注“上海市静安区南京西路 1000 号静安嘉里中心”		
M12	3	活动亮点：如全新抗衰老护肤系列首发、限量彩妆套装展示、明星代言人见面会、专属礼品赠送等。	海报中体现这些相关亮点		
合计配分	25 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析 - 兰薇高端化妆品新品发布会海报设计

考核时间：60min

评价分评分表

细则 编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	创意与主题契合度 海报中包含至少 3 个与“20 周年庆”主题相关的创意元素(如数字“20”、烟花、商场建筑等)。(2 分) 针对不同用户群体（如年轻白领、家庭客群）设计的元素占比达到 60%以上。创意元素与常见设计的相似度低于 30%，确保设计独特性。(2 分) 主题传达清晰度达到 100%，目标受众在 5 秒内能理解海报主题。(1 分)				
J2	5	视觉冲击力与图形设计 主视觉元素（如“20”数字、烟花）占据海报面积的 30%以上。(2 分) 海报中包含 至少 2 个明确的视觉焦点，且每个焦点能引导观众关注关键信息。(2 分) 图形与背景融合，确保视觉效果和谐统一。(1 分)				
J3	5	色彩定位与用户匹配 主色调使用 2-3 种（如金色、红色），符合庆典主题和目标受众审美。(2 分) 主要颜色之间的对比度达到 3:1 以上，确保视觉效果醒目。(2 分) 色彩搭配层次感能够体现丰富的视觉层次。(1 分)				
J4	5	图文编排与信息传达 活动主题信息准确（时间、地点、优惠）等关键信息完整率达到 100%。(2 分) 信息层级分明度确保观众能快速获取重要信息。(2 分) 图文布局遵循对齐、对比等设计原则，避免拥挤或松散。(1 分)				
合计 配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-第八届全国数字媒体艺术设计大赛设计及定位

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/114 文件夹下

2.工作任务

任务 1：用户画像与市场分析

背景信息与任务：

- 大赛定位：第八届全国数字媒体艺术设计大赛是由中国轻工业联合会主办的全国性专业赛事，旨在推动数字媒体艺术创新，涵盖平面设计、动画、UI/UX 设计、虚拟现实（VR）等类别。
- 地理位置：决赛及颁奖典礼将在上海市徐汇区滨江西岸艺术区 D08 展览馆举办，吸引全国设计领域的专业人士和学生。
- 目标受众：主要面向 18-30 岁的设计专业学生（本科及研究生）、年轻设计师（初入职场或自由职业者），次要受众为 30-45 岁的设计行业从业者（如创意总监、导师）及艺术爱好者。
- 活动背景：大赛包括作品征集（2025 年 9 月-2026 年 3 月）、线上初评、决赛展览及颁奖典礼（2026 年 6 月）。海报设计用于宣传决赛展览及颁奖典礼，旨在吸引参赛者、观众及行业人士参与。
- 为“第八届全国数字 media 艺术设计大赛”设计用户画像，以指导后续海报设计。

用户画像要求：

(1) 设计一个目标受众的用户画像 persona, 包含以下内容:

- 基本信息: 为目标受众命名 (如“张同学”或“李设计师”), 并提供年龄范围、性别、职业/身份、收入水平 (若适用) 等信息。
- 行为特征: 描述目标受众的行为习惯 (如参与设计比赛、浏览设计社区、展览参观频率)、兴趣爱好 (如数字艺术、科技趋势)、活动参与场景 (如决赛展览或颁奖典礼)。
- 心理特征: 说明目标受众的价值观 (如追求创意突破、重视行业认可)、痛点需求 (如展示作品机会、职业发展)、审美偏好 (如未来科技感或艺术实验风格)。
- 与活动的互动: 简述该 persona 如何参与大赛活动, 以及对决赛展览的期待 (如观摩作品、行业交流、获奖机会)。

任务 2: 海报设计

(1) 基于任务 1 的用户画像, 设计一张“第八届全国数字媒体艺术设计大赛”决赛展览及颁奖典礼海报。海报内容包含:

- 活动主题: 第八届全国数字媒体艺术设计大赛决赛展览及颁奖典礼
- 活动时间: 2026 年 6 月 15 日
- 活动地点: 上海市徐汇区滨江西岸艺术区 D08 展览馆
- 活动亮点:
 - 优秀作品展览: 展示平面设计、动画、UI/UX、VR 等获奖作品。
 - 颁奖典礼: 揭晓金银铜奖及最佳创新奖。
 - 行业交流会: 邀请知名设计师分享经验。

(2) 海报设计尺寸为 A4, 分辨率至少 150 像素, 画布横竖不限, 保存设计源文件和 JPG 格式。

(3) 素材使用不得少于 5 张。

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中, 文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能使用设计软件进行图文排版, 符合设计原则。
- (2) 根据设计内容要求与活动主题进行创意构思。
- (3) 能结合市场情况及受众人群完成用户画像。
- (4) 能完成设计色彩定位。

- (5) 能结合广告产品的实际情况及用户画像完成设计风格定位。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 设计构思契合主题，创意新颖独特。
- (3) 海报视觉效果突出，图形色彩醒目。
- (4) 图文编排符合设计原则，布局合理。
- (5) 文件管理规范，存储位置、格式正确。
- (6) 图文编排符合设计原则：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-第八届全国数字媒体艺术设计大赛设计及定位

考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	用户画像画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	A4 尺寸（210mm × 297mm）		
M2	2	任务一和任务二画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素/英寸		
M3	2	素材使用不少于 5 张	≥5 张		
M4	2	用户画像有基本信息	有年龄范围、性别、职业、身份等信息		
M5	2	用户画像行为特征描述，描述目标受众的行为习惯、兴趣爱好、活动参与场景	如参与设计比赛、浏览设计社区、展览参观频率；如数字艺术、科技趋势；如决赛展览或颁奖典礼		
M6	2	用户画像与活动的互动，简述该 persona 如何参与大赛活动，以及对决赛展览的期待	如观摩作品、行业交流、获奖机会		
M7	2	用户画像有呈现形式，包含文字描述和图形元素	如代表性人物头像、图标等		
M8	2	设计源文件和 JPG 格式保存完整	PSD/AI/CDR 源文件 +JPG 格式，		
M9	2	所有文件需要具有矢量图格式化元素（包括在图层之中需要有具体标注）	文件命名规范，图层需要至少包含 1 个矢量图图层		
M10	2	活动主题“第八届全国数字媒体艺术设计大赛”在海报中明确体现	海报中明确标注“第八届全国数字媒体艺术设计大赛”		
M11	2	活动时间“2026 年 6 月 15 日”在海报中准确标注，活动地点“上海市徐汇区滨江西岸艺术区 D08 展览馆”在海报中准确标注	海报中明确标注“2026 年 6 月 15 日”，海报中明确标注“上海市徐汇区滨江西岸艺术区 D08 展览馆”		
M12	3	活动亮点：如“优秀作品展览”“颁奖典礼”“行业交流会”等。	海报中体现这些相关亮点		

细则 编号	配 分	评分细则描述	规定或 标称值	结果 或 实际 值	得 分
合计 配分	25 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-第八届全国数字媒体艺术设计大赛设计及定位

考核时间：60min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	创意与主题契合度： 海报中包含至少 3 个与“第八届全国数字媒体艺术设计大赛”主题相关的创意元素（如数字影像效果、速度快速传递、媒体设计元素等）。(2 分) 针对不同用户群体（如年轻白领、家庭客群）设计的元素占比达到 60%以上。创意元素与常见设计的相似度低于 30%，确保设计独特性。(2 分) 主题传达清晰度达到 100%，目标受众在 5 秒内能理解海报主题。(1 分)				
J2	5	视觉冲击力与图形设计： 主视觉元素（如数字影像效果、速度快速传递、媒体设计元素）占据海报面积的 30%以上。(2 分) 海报中包含 至少 2 个明确的视觉焦点，且每个焦点能引导观众关注关键信息。(2 分) 图形与背景融合，确保视觉效果和谐统一。(1 分)				
J3	5	色彩定位与用户匹配： 主色调使用 2-3 种（如蓝色、深青色），符合庆典主题和目标受众审美。(2 分) 主要颜色之间的对比度达到 3:1 以上，确保视觉效果醒目。(2 分) 色彩搭配层次感能够体现丰富的视觉层次。(1 分)				
J4	5	图文编排与信息传达： 活动主题信息准确（时间、地点、优惠）等关键信息完整率达到 100%。(2 分) 信息层级分明确保观众能快速获取重要信息。(2 分) 图文布局遵循对齐、对比等设计原则，避免拥挤或松散。(1 分)				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-节约水资源海报设计及定位

考核时间：60min

2.工作任务

任务 1：用户画像与市场分析

背景资料与任务：

- 活动定位：节约水资源公益宣传活动由中国环境保护协会主办，旨在提高公众节水意识，推广可持续生活方式，减少水资源浪费。
- 地理位置：活动聚焦于北京市，宣传覆盖社区、学校和公共场所，特别关注水资源紧张的城区。
- 目标受众：主要面向 25-45 岁的城市居民（家庭主妇、职场人士）、15-25 岁的学生群体（中学生、大学生），次要受众为 50 岁以上的社区居民。
- 活动背景：活动包括社区节水讲座、校园节水创意比赛和公共场所宣传展板展示，旨在通过教育和互动提升公众对水资源保护的关注。

用户画像要求：

(1) 设计一个目标受众的用户画像 persona，包含以下内容：

- 基本信息：为目标受众命名（如“李女士”或“王同学”），并提供年龄范围、性别、职业/身份、收入水平（若适用）等信息。
- 行为特征：描述目标受众的行为习惯（如日常用水习惯、参与公益活动频率）、兴趣爱好（如环保活动、社区服务）、活动参与场景（如讲座、比赛或展板浏览）。
- 心理特征：说明目标受众的价值观（如环保意识、可持续发展）、痛点需求（如节约生活成本、获取实用节水知识）、审美偏好（如清新自然或简约现代风格）。
- 与活动的互动：简述该 persona 如何参与节水活动，以及对活动的期待（如学习节水技巧、参与社区行动）。

- (2) 要求尺寸：A4，分辨率至少 150ppi，画布横竖不限。
- (3) 呈现形式：使用设计软件创建视觉化的用户画像，包含文字描述和图形元素（如代表性人物头像、图标等）。
- (4) 保存设计源文件和 JPG 格式。

任务 2：海报设计

- (1) 基于任务 1 的用户画像，设计一张“节约水资源”公益宣传海报，海报内容包含：
 - 活动主题：节约水资源
 - 活动时间：2025 年 10 月 10 日
 - 活动地点：北京市朝阳区多个社区及学校
 - 活动亮点：
 - 社区节水讲座：分享实用节水技巧。
 - 校园节水创意比赛：鼓励学生设计节水主题作品。
 - 公共展板展示：宣传水资源保护的重要性。
- (2) 海报设计尺寸为 A4，分辨率至少 150 像素，画布横竖不限，保存设计源文件和 JPG 格式。
- (3) 素材使用不得少于 5 张。
- (4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能使用设计软件进行图文排版，符合设计原则。
- (2) 根据设计内容要求与活动主题进行创意构思。
- (3) 能结合市场情况及受众人群完成用户画像。
- (4) 能完成设计色彩定位。
- (5) 能结合广告产品的实际情况及用户画像完成设计风格定位。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 设计构思契合主题，创意新颖独特。
- (3) 海报视觉效果突出，图形色彩醒目。

- (4) 图文编排符合设计原则，布局合理。
- (5) 文件管理规范，存储位置、格式正确。
- (6) 图文编排符合设计原则：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：基于用户画像分析-节约水资源海报设计及定位

考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	用户画像画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	A4 尺寸（210mm × 297mm）		
M2	2	任务一和任务二画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素/英寸		
M3	2	素材使用不少于 5 张	≥5 张		
M4	2	用户画像有基本信息	有年龄范围、性别、职业、身份等信息		
M5	2	用户画像行为特征描述，描述目标受众的行为习惯、兴趣爱好、活动参与场景	如日常用水习惯、参与公益活动频率；如环保活动、社区服务；如讲座、比赛或展板浏览		
M6	2	用户画像与活动的互动，简述该 persona 如何参与节水活动，以及对活动的期待	如学习节水技巧、参与社区行动		
M7	2	用户画像有呈现形式，包含文字描述和图形元素	如代表性人物头像、图标等		
M8	2	设计源文件和 JPG 格式保存完整	PSD/AI/CDR 源文件+JPG 格式，		
M9	2	所有文件需要具有矢量图格式化元素（包括在图层之中需要有具体标注）	文件命名规范，图层需要至少包含 1 个矢量图图层		
M10	2	活动主题“第八届全国数字媒体艺术设计大赛”在海报中明确体现	海报中明确标注“第八届全国数字媒体艺术设计大赛”		
M11	2	活动时间“2026 年 6 月 15 日”在海报中准确标注，活动地点“上海市徐汇区滨江西岸艺术区 D08 展览馆”在海报中准确标注	海报中明确标注“2026 年 6 月 15 日”，海报中明确标注“上海市徐汇区滨江西岸艺术区 D08 展览馆”		
M12	3	活动亮点：如“社区节水讲座”“校园节水创意比赛”“公共展板展示”等。	海报中体现这些相关亮点		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
合计配分	25 分	合计得分			

考评员（签名）:

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核
试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 基于用户画像分析-节约水资源海报设计及定位

考核时间: 60min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	创意与主题契合度: 海报中包含至少 3 个与“节约水资源”主题相关的创意元素（如水流、地球、湖泊）。(2 分) 针对不同用户群体（如年轻白领、家庭客群）设计的元素占比达到 60%以上。创意元素与常见设计的相似度低于 30%，确保设计独特性。(2 分) 主题传达清晰度达到 100%，目标受众在 5 秒内能理解海报主题。(1 分)				
J2	5	视觉冲击力与图形设计: 主视觉元素（如水流、地球、湖泊）占据海报面积的 30%以上。(2 分) 海报中包含 至少 2 个明确的视觉焦点，且每个焦点能引导观众关注关键信息。(2 分) 图形与背景融合，确保视觉效果和谐统一。(1 分)				
J3	5	色彩定位与用户匹配: 主色调使用 2-3 种（如蓝色、绿色），符合庆典主题和目标受众审美。(2 分) 主要颜色之间的对比度达到 3:1 以上，确保视觉效果醒目。(2 分) 色彩搭配层次感能够体现丰富的视觉层次。(1 分)				
J4	5	图文编排与信息传达: 活动主题信息准确（时间、地点、优惠）等关键信息完整率达到 100%。(2 分) 信息层级分明度确保观众能快速获取重要信息。(2 分) 图文布局遵循对齐、对比等设计原则，避免拥挤或松散。(1 分)				

细则 编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
合计 配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

《广告设计师》（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“蝴蝶”为主视觉形象，设计公益类广告草图

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/121 文件夹下

2.工作任务

“蝴蝶”常作为自由、生态平衡、美丽生命的象征，广泛用于公益类广告中，如环境保护、生物多样性保护、绿色生活倡导等领域。以“蝴蝶”为视觉核心形象，以“保护生态、共建绿色家园”为主题，设计一张公益类广告草图，倡导环保意识和社会责任。

- (1) 画布尺寸：A4 (210×297mm)，分辨率 150dpi；
- (2) 必须包含图形（蝴蝶形象）+标题文字 + 副文案或说明内容；
- (3) 使用基础图形快速搭建构图草图（允许用箭头、文字说明分区意图）；
- (4) 图文排布合理，信息组织清晰，有视觉节奏；
- (5) 色彩搭配需有主色调设计，传达公益环保的氛围；
- (6) 思维导图展示设计构想：包含广告目的、定位人群、图文安排、配色方案等。
- (7) 提交内容包含：源文件（PSD/CDR/AI 等）、导出 jpg 或存 PDF 格式。
- (8) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

(1) 草图中的元素（如图形、文字、箭头等）必须按照设计逻辑进行合理编排，确保整体布局清晰、有序，无杂乱现象。

(2) 图形和字体必须根据设计主题合理布局，避免拥挤或过于分散，正文字符字间距排版数值最低不能低于 0；画面整体色彩搭配和谐，调色符合设计主题。

(3) 草图必须围绕“蝴蝶”元素进行艺术再创作，主题明确，核心概念通过图形和文字准确传达。

(4) 使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式，确保注释简洁明了，易于理解。

(5) 思维导图中必须列出设计思路，包括主题、功能、造型等元素，并形成初步设计框架（思维导图必须需要有绘制步骤的效果展示）。

4.质量指标

(1) 画面尺寸、分辨率设置正确。

(2) 选择草图类型正确，设计确保连贯性和完整性

(3) 创意主题明确，图形和文字准确传达核心概念。

(4) 线条简洁流畅，细节处理得当，不过度繁琐，突出设计重点。

(5) 文字与图形相互配合，遵循平衡、对比、重复、 等设计原则。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 概念草图设计——以“蝴蝶”为主视觉形象, 设计公益类广告草图

考核时间: 60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确, 为 A4 尺寸	画面尺寸必须为 A4 (210mm×297mm)		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	画面分辨率必须为 150 像素		
M3	2	设计源文件和 jpg 格式保存完整	必须保存设计源文件 (如 PSD、AI、CDR) 及 JPG 格式文件		
M4	2	所有文件需要格式化	所有文件需要格式化之后再 进行提交		
M5	3	使用正确的 RGB/CMYK 颜色	画面必须进行调色处理, 整体色彩搭配合理必须使用正确的 RGB/CMYK 颜色		
M6	3	运用直线或圆形(1 分)、矩形或椭圆(1 分) 需要闭合图形进行快速绘制(1 分)	必须使用直线、圆形、矩形、椭圆等基本图形进行快速绘制		
M7	2	使用箭头和文字注释表示功能和操作方式(2 分)	必须使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式		
M8	3	思维导图中列出设计思路 (2 分), 形成初步设计框架(1 分)	有最低一个思维导图中必须列出设计思路, 有最低一个形成初步设计框架		
M9	3	能合理安排图形、字体的位置(2 分), 并对画面进行调色(1 分)	图形和字体不能超出画布限定区域, 画布中不能没有 rgb 或者 cmyk 上色过的图层 (最低需要有一个上色的图层, 允许有黑白灰色系调色)		
M10	3	能完成草图相关正文内容排版	正文的字符字间距数值不能低于 0 为负数		

细则编号	配 分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得 分
合计 配分	25	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图绘制——以“蝴蝶”为主元素的公益广告设计

考核时间：60min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	构图与排版： 图形、文字、箭头等元素逻辑清晰（2分），排版有序，构图合理（2分），有主次之分（1分）				
J2	5	图文协调性： 字体样式与画面风格一致（2分），文字传达主题明确（2分），与图形相辅相成（1分）				
J3	5	色彩搭配与调色： 画面主色调与主题协调（2分），色彩对比恰当（2分），层次分明，不杂乱（1分）				
J4	5	主题表达与创意： 草图体现广告创意核心（3分），视觉符号有创新性表达（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

《广告设计师》（三级）操作技能考核

试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“宠物形象”为核心元素，设计一张广告草图

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/122 文件夹下

2.工作任务

以“宠物”为核心视觉形象，以“领养代替购买、拒绝遗弃”公益主题，构思一张公益类广告草图。

- (1) 画布尺寸：A4 (210×297mm)，分辨率 150dpi；
- (2) 必须包含图形（宠物形象）+标题文字 + 副文案或说明内容；
- (3) 使用基础图形快速搭建构图草图（允许用箭头、文字说明分区意图）；
- (4) 图文排布合理，信息组织清晰，有视觉节奏；
- (5) 色彩搭配需有主色调设计，传达产品/服务/公益属性的氛围；
- (6) 思维导图展示设计构想：包含广告目的、定位人群、图文安排、配色方案等。
- (7) 提交内容包含：源文件（PSD/CDR/AI 等）、导出 jpg 或存 PDF 格式。
- (8) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 草图中的元素（如图形、文字、箭头等）必须按照设计逻辑进行合理编排，确保整体布局清晰、有序，无杂乱现象。
- (2) 图形和字体必须根据设计主题合理布局，避免拥挤或过于分散，正文字符字间距排版数值最低不能低于 0；画面整体色彩搭配和谐，调色符合设计主题。
- (3) 草图必须围绕“蝴蝶”元素进行艺术再创作，主题明确，核心概念通过图形和文字准确传达。
- (4) 使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式，确保注释简洁明了，易于理解。
- (5) 思维导图中必须列出设计思路，包括主题、功能、造型等元素，并形成初步设计框架。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 选择草图类型正确，设计确保连贯性和完整性
- (3) 创意主题明确，图形和文字准确传达核心概念。
- (4) 线条简洁流畅，细节处理得当，不过度繁琐，突出设计重点。
- (5) 文字与图形相互配合，遵循平衡、对比、重复、 等设计原则。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“宠物形象”为核心元素，设计一张广告草图

考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	画面尺寸必须为 A4 (210mm×297mm)		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	画面分辨率必须为 150 像素		
M3	2	设计源文件和 jpg 格式保存完整	必须保存设计源文件（如 PSD、AI、CDR）及 JPG 格式文件		
M4	2	所有文件需要格式化	所有文件需要格式化之后再进行提交		
M5	3	使用正确的 RGB/CMYK 颜色	画面必须进行调色处理，整体色彩搭配合理必须使用正确的 RGB/CMYK 颜色		
M6	3	运用直线或圆形(1 分)、矩形或椭圆(1 分) 需要闭合图形进行快速绘制(1 分)	必须使用直线、圆形、矩形、椭圆等基本图形进行快速绘制		
M7	2	使用箭头和文字注释表示功能和操作方式(2 分)	必须使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式		
M8	3	思维导图中列出设计思路 (2 分)，形成初步设计框架(1 分)	有最低一个思维导图中必须列出设计思路，有最低一个形成初步设计框架		
M9	3	能合理安排图形、字体的位置(2 分)，并对画面进行调色(1 分)	图形和字体不能超出画布限定区域，画布中不能没有 rgb 或者 cmyk 上色过的图层 (最低需要有一个上色的图层，允许有黑白灰色系调色)		
M10	3	能完成草图相关正文内容排版	正文的字符字间距数值不能低于 0 为负数		
合计配分	25	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核
试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“宠物形象”为核心元素，设计一张广告草图

考核时间：60min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	构图与排版： 图形、文字、箭头等元素逻辑清晰（2分），排版有序，构图合理（2分），有主次之分（1分）				
J2	5	图文协调性： 字体样式与画面风格一致（2分），文字传达主题明确（2分），与图形相辅相成（1分）				
J3	5	色彩搭配与调色： 画面主色调与主题协调（2分），色彩对比恰当（2分），层次分明，不杂乱（1分）				
J4	5	主题表达与创意： 草图体现广告创意核心（3分），视觉符号有创新性表达（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

《广告设计师》（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“蜜蜂”为视觉符号设计品牌广告草图

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/123 文件夹下

2.工作任务

请以“蜜蜂”为核心视觉形象，以“健康自然”、“纯净无添加”为品牌传播核心，构思一张天然蜂蜜产品广告草图。

- (1) 画布尺寸：A4 (210×297mm)，分辨率 150dpi；
- (2) 必须包含图形（蜜蜂形象）+标题文字 + 副文案或说明内容；
- (3) 使用基础图形快速搭建构图草图（允许用箭头、文字说明分区意图）；
- (4) 图文排布合理，信息组织清晰，有视觉节奏；
- (5) 色彩搭配需有主色调设计，传达产品/服务/公益属性的氛围；
- (6) 思维导图展示设计构想：包含广告目的、定位人群、图文安排、配色方案等。
- (7) 提交内容包含：源文件（PSD/CDR/AI 等）、导出 jpg 或存 PDF 格式。
- (8) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 草图中的元素（如图形、文字、箭头等）必须按照设计逻辑进行合理编排，确保整体布局清晰、有序，无杂乱现象。
- (2) 图形和字体必须根据设计主题合理布局，避免拥挤或过于分散，正文字符字间距排版数值最低不能低于 0；画面整体色彩搭配和谐，调色符合设计主题。
- (3) 草图必须围绕“蜜蜂”元素进行艺术再创作，主题明确，核心概念通过图形和文字准

确传达。

- (3) 使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式，确保注释简洁明了，易于理解。
- (4) 思维导图中必须列出设计思路，包括主题、功能、造型等元素，并形成初步设计框架。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 选择草图类型正确，设计确保连贯性和完整性
- (3) 创意主题明确，图形和文字准确传达核心概念。
- (4) 线条简洁流畅，细节处理得当，不过度繁琐，突出设计重点。
- (5) 文字与图形相互配合，遵循平衡、对比、重复、 等设计原则。

《广告设计师》（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“蜜蜂”为视觉符号设计品牌广告草图

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/123 文件夹下

2.工作任务

请以“蜜蜂”为核心视觉形象，以“健康自然”、“纯净无添加”为品牌传播核心，构思一张天然蜂蜜产品广告草图。

- (1) 画布尺寸：A4 (210×297mm)，分辨率 150dpi；
- (2) 必须包含图形（蜜蜂形象）+标题文字 + 副文案或说明内容；
- (3) 使用基础图形快速搭建构图草图（允许用箭头、文字说明分区意图）；
- (4) 图文排布合理，信息组织清晰，有视觉节奏；
- (5) 色彩搭配需有主色调设计，传达产品/服务/公益属性的氛围；
- (6) 思维导图展示设计构想：包含广告目的、定位人群、图文安排、配色方案等。
- (7) 提交内容包含：源文件（PSD/CDR/AI 等）、导出 jpg 或存 PDF 格式。
- (8) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 草图中的元素（如图形、文字、箭头等）必须按照设计逻辑进行合理编排，确保整体布局清晰、有序，无杂乱现象。
- (2) 图形和字体必须根据设计主题合理布局，避免拥挤或过于分散，正文字符字间距排版数值最低不能低于 0；画面整体色彩搭配和谐，调色符合设计主题。
- (3) 草图必须围绕“蜜蜂”元素进行艺术再创作，主题明确，核心概念通过图形和文字准

确传达。

- (3) 使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式，确保注释简洁明了，易于理解。
- (4) 思维导图中必须列出设计思路，包括主题、功能、造型等元素，并形成初步设计框架。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 选择草图类型正确，设计确保连贯性和完整性
- (3) 创意主题明确，图形和文字准确传达核心概念。
- (4) 线条简洁流畅，细节处理得当，不过度繁琐，突出设计重点。
- (5) 文字与图形相互配合，遵循平衡、对比、重复、 等设计原则。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 概念草图设计——以“蜜蜂”为视觉符号设计品牌广告草图

考核时间: 60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确, 为 A4 尺寸	画面尺寸必须为 A4 (210mm×297mm)		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	画面分辨率必须为 150 像素		
M3	2	设计源文件和 jpg 格式保存完整	必须保存设计源文件 (如 PSD、AI、CDR) 及 JPG 格式文件		
M4	2	所有文件需要格式化	所有文件需要格式化之后再提交		
M5	3	使用正确的 RGB/CMYK 颜色	画面必须进行调色处理, 整体色彩搭配合理必须使用正确的 RGB/CMYK 颜色		
M6	3	运用直线或圆形(1 分)、矩形或椭圆(1 分) 需要闭合图形进行快速绘制(1 分)	必须使用直线、圆形、矩形、椭圆等基本图形进行快速绘制		
M7	2	使用箭头和文字注释表示功能和操作方式	必须使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式		
M8	3	思维导图中列出设计思路 (2 分), 形成初步设计框架(1 分)	有最低一个思维导图中必须列出设计思路, 有最低一个形成初步设计框架		
M9	3	能合理安排图形、字体的位置(2 分), 并对画面进行调色(1 分)	图形和字体不能超出画布限定区域, 画布中不能没有 rgb 或者 cmyk 上色过的图层 (最低需要有一个上色的图层, 允许有黑白灰色系调色)		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M10	3	能完成草图相关正文内容排版	正文的字符字间距数值不能低于 0 为负数		
合计配分	25	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：概念草图设计——以“蜜蜂”为视觉符号设计品牌广告草图
 考核时间：60min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	构图与排版： 图形、文字、箭头等元素逻辑清晰（2分），排版有序，构图合理（2分），有主次之分（1分）				
J2	5	图文协调性： 字体样式与画面风格一致（2分），文字传达主题明确（2分），与图形相辅相成（1分）				
J3	5	色彩搭配与调色： 画面主色调与主题协调（2分），色彩对比恰当（2分），层次分明，不杂乱（1分）				
J4	5	主题表达与创意： 草图体现广告创意核心（3分），视觉符号有创新性表达（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：
 日期：

《广告设计师》（三级）操作技能考核
 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“大象”为主视觉形象，设计公益类广告草图

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/124 文件夹下

2.工作任务

“大象”常作为智慧、守护、和平、环保等象征，近年来被广泛用于公益类广告中，如保护动物、反盗猎、环境共生、文化传承等领域。以“大象”为视觉核心形象，以“珍爱生命、拒绝象牙制品”主题广告，反消费主义、引导社会责任，构思一张公益类广告草图。

- (1) 画布尺寸：A4 (210×297mm)，分辨率 150dpi；
- (2) 必须包含图形（大象形象）+标题文字 + 副文案或说明内容；
- (3) 使用基础图形快速搭建构图草图（允许用箭头、文字说明分区意图）；
- (4) 图文排布合理，信息组织清晰，有视觉节奏；
- (5) 色彩搭配需有主色调设计，传达产品/服务/公益属性的氛围；
- (6) 思维导图展示设计构想：包含广告目的、定位人群、图文安排、配色方案等。
- (7) 提交内容包含：源文件（PSD/CDR/AI 等）、导出 jpg 或存 PDF 格式。
- (8) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 草图中的元素（如图形、文字、箭头等）必须按照设计逻辑进行合理编排，确保整体布局清晰、有序，无杂乱现象。
- (2) 图形和字体必须根据设计主题合理布局，避免拥挤或过于分散，正文字符字间距排版数值最低不能低于 0；画面整体色彩搭配和谐，调色符合设计主题。
- (3) 草图必须围绕“大象”元素进行艺术再创作，主题明确，核心概念通过图形和文字准确传达。
- (4) 使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式，确保注释简洁明了，易于理解。

- (5) 思维导图中必须列出设计思路，包括主题、功能、造型等元素，并形成初步设计框架。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 选择草图类型正确，设计确保连贯性和完整性
- (3) 创意主题明确，图形和文字准确传达核心概念。
- (4) 线条简洁流畅，细节处理得当，不过度繁琐，突出设计重点。
- (5) 文字与图形相互配合，遵循平衡、对比、重复、 等设计原则。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“大象”为主视觉形象，设计公益类广告草图

考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	画面尺寸必须为 A4 (210mm×297mm)		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	画面分辨率必须为 150 像素		
M3	2	设计源文件和 jpg 格式保存完整	必须保存设计源文件（如 PSD、AI、CDR）及 JPG 格式文件		
M4	2	所有文件需要格式化	所有文件需要格式化之后再进行提交		
M5	3	使用正确的 RGB/CMYK 颜色	画面必须进行调色处理，整体色彩搭配合理必须使用正确的 RGB/CMYK 颜色		
M6	3	运用直线或圆形(1 分)、矩形或椭圆(1 分) 需要闭合图形进行快速绘制(1 分)	必须使用直线、圆形、矩形、椭圆等基本图形进行快速绘制		
M7	2	使用箭头和文字注释表示功能和操作方式	必须使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式		
M8	3	思维导图中列出设计思路 (2 分)，形成初步设计框架(1 分)	有最低一个思维导图中必须列出设计思路，有最低一个形成初步设计框架		
M9	3	能合理安排图形、字体的位置(2 分)，并对画面进行调色(1 分)	图形和字体不能超出画布限定区域,画布中不能没有 rgb 或者 cmyk 上色过的图层(最低需要有一个上色的图层，允许有黑白灰色系调色)		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M10	3	能完成草图相关正文内容排版	正文的字符字间距数值不能低于 0 为负数		
合计配分	25	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：概念草图设计——以“大象”为主视觉形象，设计公益类广告草图
 考核时间：60min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	构图与排版： 图形、文字、箭头等元素逻辑清晰（2分），排版有序，构图合理（2分），有主次之分（1分）				
J2	5	图文协调性： 字体样式与画面风格一致（2分），文字传达主题明确（2分），与图形相辅相成（1分）				
J3	5	色彩搭配与调色： 画面主色调与主题协调（2分），色彩对比恰当（2分），层次分明，不杂乱（1分）				
J4	5	主题表达与创意： 草图体现广告创意核心（3分），视觉符号有创新性表达（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：
 日期：

《广告设计师》（三级）操作技能考核
 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“河马”为核心形象设计一则创意广告草图

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/125 文件夹下

2.工作任务

请以“河马”为主视觉形象,河马在水中活动,结合“家庭水上游乐”“亲子互动”等元素,设计一张亲子旅游类具有创意构图的广告概念草图。

- (1) 画布尺寸: A4 (210×297mm), 分辨率 150dpi;
- (2) 必须包含图形(河马形象)+标题文字+副文案或说明内容;
- (3) 使用基础图形快速搭建构图草图(允许用箭头、文字说明分区意图);
- (4) 图文排布合理,信息组织清晰,有视觉节奏;
- (5) 色彩搭配需有主色调设计,传达产品/服务/公益属性的氛围;
- (6) 思维导图展示设计构想:包含广告目的、定位人群、图文安排、配色方案等。
- (7) 提交内容包含:源文件(PSD/CDR/AI等)、导出 jpg 或存 PDF 格式。
- (8) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中,文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 草图中的元素(如图形、文字、箭头等)必须按照设计逻辑进行合理编排,确保整体布局清晰、有序,无杂乱现象。
- (2) 图形和字体必须根据设计主题合理布局,避免拥挤或过于分散,正文字符字间距排版数值最低不能低于 0;画面整体色彩搭配和谐,调色符合设计主题。
- (3) 草图必须围绕“河马”元素进行艺术再创作,主题明确,核心概念通过图形和文字准确传达。
- (4) 使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式,确保注释简洁明了,易于理解。
- (5) 思维导图中必须列出设计思路,包括主题、功能、造型等元素,并形成初步设计框架。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 选择草图类型正确，设计确保连贯性和完整性
- (3) 创意主题明确，图形和文字准确传达核心概念。
- (4) 线条简洁流畅，细节处理得当，不过度繁琐，突出设计重点。
- (5) 文字与图形相互配合，遵循平衡、对比、重复、 等设计原则。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：概念草图设计——以“河马”为核心形象设计一则创意广告草图

考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	画面尺寸必须为 A4 (210mm×297mm)		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	画面分辨率必须为 150 像素		
M3	2	设计源文件和 jpg 格式保存完整	必须保存设计源文件（如 PSD、AI、CDR）及 JPG 格式文件		
M4	2	所有文件需要格式化	所有文件需要格式化之后再提交		
M5	3	使用正确的 RGB/CMYK 颜色	画面必须进行调色处理，整体色彩搭配合理必须使用正确的 RGB/CMYK 颜色		
M6	3	运用直线或圆形(1 分)、矩形或椭圆(1 分) 需要闭合图形进行快速绘制(1 分)	必须使用直线、圆形、矩形、椭圆等基本图形进行快速绘制		
M7	2	使用箭头和文字注释表示功能和操作方式	必须使用箭头和文字注释清晰表示功能和操作方式		
M8	3	思维导图中列出设计思路 (2 分)，形成初步设计框架(1 分)	有最低一个思维导图中必须列出设计思路，有最低一个形成初步设计框架		
M9	3	能合理安排图形、字体的位置(2 分)，并对画面进行调色(1 分)	图形和字体不能超出画布限定区域，画布中不能没有 rgb 或者 cmyk 上色过的图层(最低需要有一个上色的图层，		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
			允许有黑白灰色系调色)		
M10	3	能完成草图相关正文内容排版	正文的字符字间距数值不能低于 0 为负数		
合计配分	25	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 概念草图设计——以“河马”为核心形象设计一则创意广告草图

考核时间: 60min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	构图与排版: 图形、文字、箭头等元素逻辑清晰 (2 分), 排版有序, 构图合理 (2 分), 有主次之分 (1 分)				
J2	5	图文协调性: 字体样式与画面风格一致 (2 分), 文字传达主题明确 (2 分), 与图形相辅相成 (1 分)				
J3	5	色彩搭配与调色: 画面主色调与主题协调 (2 分), 色彩对比恰当 (2 分), 层次分明, 不杂乱 (1 分)				
J4	5	主题表达与创意: 草图体现广告创意核心 (3 分), 视觉符号有创新性表达 (2 分)				
合计配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

《广告设计师》（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：以“中国梦”为主题的宣传单设计汇报提案

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、Illustrator、ppt 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/131 文件夹下

2.工作任务

背景资料：你是一名广告设计师，为一家文化推广机构“复兴之路”设计了一款以“中国梦”为主题的宣传单，用于全国性文化宣传活动。机构定位为“自强、繁荣、共享未来”，目标受众为 18-35 岁青年及爱国主义教育参与者，旨在激发青年对“中国梦”（个人理想与国家发展的结合）的认同与热情。你的宣传单设计已完成（假设为 A4 尺寸双面宣传单，包含活动信息、中国梦主题视觉元素和机构 Logo），现需向机构领导层（文化项目负责人和宣传总监）汇报，展示设计价值并获得批准用于活动推广（线下分发和线上社交媒体发布）。提案需涵盖以下内容：

提案要点需涵盖以下内容：

- (1) 设计理念概述 1 页：简要阐述包装设计的灵感来源和核心概念（如色彩、图案、排版如何体现中国梦主题，字数不少于 50 字）。
- (2) 目标受众分析和品牌契合度 1 页：解释宣传单如何体现“自强、繁荣、共享未来”的机构定位，字数不少于 50 字。
- (4) 视觉展示 1-2 页：利用素材，使用 PPT 或 Illustrator 呈现宣传单设计，展示宣传单完整效果图，标注 3-5 个关键设计元素（如中国风图标、字体、配色）的意义，字数不少于 50 字。
- (5) 领导关注点回应 1 页：针对领导可能关心的印刷成本（每张宣传单不超过 1 元）和推广效果，简述设计的可行性和预期影响力，字数不少于 50 字。

(6) 提案制作尺寸：1920*1080px;

(7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

(1) 能分析背景信息，提炼文案信息进行提案的编辑与排版；

(2) 能对文字、图形、图像进行提案文件的编排；

(3) 提案设计能结合设计要素进行版面色彩表现；

(4) 能根据设计成果明确列出设计汇报的要点 ≥ 4 页；

4.质量指标

(1) 设计理念表达：理念是否清晰、逻辑性强、与设计一致。

(2) 受众与品牌契合：是否准确分析受众需求并体现品牌调性。

(3) 视觉展示：PPT 或 Illustrator 呈现是否专业、吸引人，标注是否清晰。

(4) 客户说服力：是否有效回应成本和市场竞争力，提案是否具说服力。

(5) 汇报呈现:提案结构是否清晰，是否适合汇报。

广告设计师（三级）操作技能考核
试题评分表

准考证号：
试题代码：
试题名称：以“中国梦”为主题的宣传单设计汇报提案
考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	提案制作尺寸：1920*1080px；得 2 分	1920*1080px		
M2	2	提案字数要求：字数要求不低于 200 字；得 2 分	200 字		
M3	2	页面数量：页面≥4 页；得 2 分	≥4 页		
M4	2	汇报要点编写：设计理念表达、目标受众分析和品牌契合度、视觉展示、成本与市场优势说明；得 2 分	4 个要点		
M5	2	文件保存格式：保存源文件和 pdf 格式，缺一不可；得 2 分	保存源文件和 pdf 格式		
合计配分	10	合计得分			

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	设计理念概述：理念清晰、逻辑性强、与设计一致。（2 分）体现产品主题，高度符合品牌定位（2 分），产品特色鲜明突出（1 分）				
J2	5	色彩应用：版面配色完全符合行业特性（2 分），色彩搭配和谐美观（2 分），符合品牌调性（1 分）				
J3	5	版面设计：页面结构清晰（2 分），图文布局合理（2 分），视觉节奏感强（1 分）				
J4	5	信息传达呈现：观点逻辑清晰（2 分），语言专业（2 分），重点突出（1 分）				
J5	5	视觉表现力：整体风格鲜明（2 分），视觉冲击力强（2 分），具备较高市场竞争力（1 分）				
J6	5	字体细节完成度：字体样式统一（2 分），字号规范，层级分明（2 分），重点突出（1 分）				
J7	5	提案内容汇报逻辑：内容结构完整（2 分），汇报重点明确，逻辑清晰（2 分），专业程度高（1 分）				

合计 配分	35	合计得分	
----------	----	------	--

《广告设计师》（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：以“航天梦”为主题的宣传单设计汇报提案

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、Illustrator、ppt 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/132 文件夹下

2.工作任务

背景资料：你是一名广告设计师，为一家航天科普机构“星辰探索”设计了一款以“航天梦”为主题的宣传单，用于全国青少年航天科普活动。机构定位为“激发好奇、探索未来、科学启迪”，目标受众为 12-18 岁青少年及其家长，旨在激发青少年对航天科学的兴趣。你的宣传单设计已完成(假设为 A4 尺寸双面宣传单, 包含活动信息、航天主题视觉元素和机构 Logo)，现需向机构领导层（科普项目负责人和营销总监）汇报，展示设计价值并获得批准用于活动推广（线下分发和线上社交媒体发布）。提案需涵盖以下内容：

提案要点需涵盖以下内容：

- (1) 设计理念概述 1 页：简要阐述包装设计的灵感来源和核心概念（如色彩、材质、排版的选择逻辑，字数不少于 50 字）。
- (2) 目标受众分析和品牌契合度 1 页：解释宣传单如何体现“激发好奇、探索未来、科学启迪”的机构定位，字数不少于 50 字。
- (4) 视觉展示 1-2 页：利用素材，使用 PPT 或 Illustrator 呈现宣传单设计，展示宣传单完整效果图，标注 3-5 个关键设计元素（如航天图标、字体、配色）的意义，字数不少于 50 字。
- (5) 领导关注点回应 1 页：针对领导可能关心的印刷成本（每张宣传单不超过 1 元）和推广效果，简述设计的可行性和预期影响力，字数不少于 50 字。
- (6) 提案制作尺寸：1920*1080px；

(7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能分析背景信息，提炼文案信息进行提案的编辑与排版；
- (2) 能对文字、图形、图像进行提案文件的编排；
- (3) 提案设计能结合设计要素进行版面色彩表现；
- (4) 能根据设计成果明确列出设计汇报的要点 ≥ 4 页；

4.质量指标

- (1) 设计理念表达：理念是否清晰、逻辑性强、与设计一致。
- (2) 受众与品牌契合：是否准确分析受众需求并体现品牌调性。
- (3) 视觉展示：PPT 或 Illustrator 呈现是否专业、吸引人，标注是否清晰。
- (4) 客户说服力：是否有效回应成本和市场竞争力，提案是否具说服力。
- (5) 汇报呈现:提案结构是否清晰，是否适合汇报。

广告设计师（三级）操作技能考核
试题评分表

准考证号：
试题代码：
试题名称：以“航天梦”为主题的宣传单设计汇报提案
考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	提案制作尺寸：1920*1080px；得 2 分	1920*1080px		
M2	2	提案字数要求：字数要求不低于 200 字；得 2 分	200 字		
M3	2	页面数量：页面≥4 页；得 2 分	≥4 页		
M4	2	汇报要点编写：设计理念表达、目标受众分析和品牌契合度、视觉展示、成本与市场优势说明；得 2 分	4 个要点		
M5	2	文件保存格式：保存源文件和 pdf 格式，缺一不可；得 2 分	保存源文件和 pdf 格式		
合计配分	10	合计得分			

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	设计理念概述：理念清晰、逻辑性强、与设计一致。（2 分）体现产品主题，高度符合品牌定位（2 分），产品特点鲜明突出（1 分）				
J2	5	色彩应用：版面配色完全符合行业特性（2 分），色彩搭配和谐美观（2 分），符合品牌调性（1 分）				
J3	5	版面设计：页面结构清晰（2 分），图文布局合理（2 分），视觉节奏感强（1 分）				
J4	5	信息传达呈现：观点逻辑清晰（2 分），语言专业（2 分），重点突出（1 分）				
J5	5	视觉表现力：整体风格鲜明（2 分），视觉冲击力强（2 分），具备较高市场竞争力（1 分）				
J6	5	字体细节完成度：字体样式统一（2 分），字号规范，层级分明（2 分），重点突出（1 分）				
J7	5	提案内容汇报逻辑：内容结构完整（2 分），汇报重点明确，逻辑清晰（2 分），专业程度高（1 分）				

合计 配分	35	合计得分	
----------	----	------	--

《 广 告 设 计 师 》（ 三 级 ） 操 作 技 能 考 核
试 题 单

准考证号：
试题代码：
试题名称：以“航海梦”为主题的宣传单设计汇报提案
考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、Illustrator、ppt 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/133 文件夹下

2.工作任务

背景资料：你是一名广告设计师，为一家海洋文化推广机构“蓝色远航”设计了一款以“航海梦”为主题的宣传单，用于全国青少年海洋文化节。机构定位为“冒险、自由、探索海洋”，目标受众为 12-18 岁青少年及其家长，旨在激发青少年对航海文化和海洋科学的兴趣。你的宣传单设计已完成（假设为 A4 尺寸双面宣传单，包含活动信息、航海主题视觉元素和机构 Logo），现需向机构领导层（活动策划总监和品牌经理）汇报，展示设计价值并获得批准用于活动推广（线下分发和线上社交媒体发布）。提案需涵盖以下内容：

提案要点需涵盖以下内容：

- (1) 设计理念概述 1 页：简要阐述包装设计的灵感来源和核心概念（如色彩、材质、排版的选择逻辑，字数不少于 50 字）。
- (2) 目标受众分析和品牌契合度 1 页：解释宣传单如何体现“冒险、自由、探索海洋”的定位，字数不少于 50 字。
- (4) 视觉展示 1-2 页：利用素材，使用 PPT 或 Illustrator 呈现宣传单设计，展示宣传单完整效果图，标注 3-5 个关键设计元素（如航海图标、字体、配色）的意义，字数不少于 50 字。
- (5) 领导关注点回应 1 页：针对领导可能关心的印刷成本（每张宣传单不超过 1 元）和推

广效果，简述设计的可行性和预期影响力，字数不少于 50 字。

(6) 提案制作尺寸：1920*1080px；

(7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

(1) 能分析背景信息，提炼文案信息进行提案的编辑与排版；

(2) 能对文字、图形、图像进行提案文件的编排；

(3) 提案设计能结合设计要素进行版面色彩表现；

(4) 能根据设计成果明确列出设计汇报的要点 ≥ 4 页；

4.质量指标

(1) 设计理念表达：理念是否清晰、逻辑性强、与设计一致。

(2) 受众与品牌契合：是否准确分析受众需求并体现品牌调性。

(3) 视觉展示：PPT 或 Illustrator 呈现是否专业、吸引人，标注是否清晰。

(4) 客户说服力：是否有效回应成本和市场竞争力，提案是否具说服力。

(5) 汇报呈现:提案结构是否清晰，是否适合汇报。

广告设计师（三级）操作技能考核
试题评分表

准考证号：
试题代码：
试题名称：以“航海梦”为主题的宣传单设计汇报提案
考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	提案制作尺寸：1920*1080px；得2分	1920*1080px		
M2	2	提案字数要求：字数要求不低于200字；得2分	200字		
M3	2	页面数量：页面≥4页；得2分	≥4页		
M4	2	汇报要点编写：设计理念表达、目标受众分析和品牌契合度、视觉展示、成本与市场优势说明；得2分	4个要点		
M5	2	文件保存格式：保存源文件和pdf格式，缺一不可；得2分	保存源文件和pdf格式		
合计配分	10	合计得分			

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	设计理念概述：理念清晰、逻辑性强、与设计一致。（2分）体现产品主题，高度符合品牌定位（2分），产品特色鲜明突出（1分）				
J2	5	色彩应用：版面配色完全符合行业特性（2分），色彩搭配和谐美观（2分），符合品牌调性（1分）				
J3	5	版面设计：页面结构清晰（2分），图文布局合理（2分），视觉节奏感强（1分）				
J4	5	信息传达呈现：观点逻辑清晰（2分），语言专业（2分），重点突出（1分）				
J5	5	视觉表现力：整体风格鲜明（2分），视觉冲击力强（2分），具备较高市场竞争力（1分）				
J6	5	字体细节完成度：字体样式统一（2分），字号规范，层级分明（2分），重点突出（1分）				
J7	5	提案内容汇报逻辑：内容结构完整（2分），汇报重点明确，逻辑清晰（2分），专业程度高（1分）				

合计 配分	35	合计得分	
----------	----	------	--

《广告设计师》（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：以“中华非遗文化”为主题的宣传单设计汇报提案

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、Illustrator、ppt 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/134 文件夹下

2.工作任务

背景资料：你是一名广告设计师，为一家文化推广机构“中华传承”设计了一款以“中华非遗文化”为主题的宣传单，用于全国非遗文化推广活动。机构定位为“传承经典、弘扬文化、连接古今”，目标受众为 15-25 岁青年及文化爱好者，旨在激发年轻一代对中华非遗（如剪纸、京剧、传统工艺等）的兴趣。你的宣传单设计已完成（假设为 A4 尺寸双面宣传单，包含活动信息、非遗主题视觉元素和机构 Logo），现需向文化项目负责人和品牌总监汇报，展示设计价值并获得批准用于活动推广（线下分发和线上社交媒体发布）。提案需涵盖以下内容：

提案要点需涵盖以下内容：

- (1) 设计理念概述 1 页：简要阐述包装设计的灵感来源和核心概念（如色彩、图案、排版如何体现非遗元素，字数不少于 50 字）。
- (2) 目标受众分析和品牌契合度 1 页：解释宣传单如何体现“传承经典、弘扬文化、连接古今”的定位，字数不少于 50 字。
- (4) 视觉展示 1-2 页：利用素材，使用 PPT 或 Illustrator 呈现宣传单设计，展示宣传单完整效果图，标注 3-5 个关键设计元素（如非遗图案、字体、配色）的意义，字数不少于 50 字。
- (5) 领导关注点回应 1 页：针对领导可能关心的印刷成本（每张宣传单不超过 1 元）和推广效果，简述设计的可行性和预期影响力，字数不少于 50 字。

(6) 提案制作尺寸：1920*1080px；

(7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

(1) 能分析背景信息，提炼文案信息进行提案的编辑与排版；

(2) 能对文字、图形、图像进行提案文件的编排；

(3) 提案设计能结合设计要素进行版面色彩表现；

(4) 能根据设计成果明确列出设计汇报的要点 ≥ 4 页；

4.质量指标

(1) 设计理念表达：理念是否清晰、逻辑性强、与设计一致。

(2) 受众与品牌契合：是否准确分析受众需求并体现品牌调性。

(3) 视觉展示：PPT 或 Illustrator 呈现是否专业、吸引人，标注是否清晰。

(4) 客户说服力：是否有效回应成本和市场竞争力，提案是否具说服力。

(5) 汇报呈现:提案结构是否清晰，是否适合汇报。

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：以“中华非遗文化”为主题的宣传单设计汇报提案
 考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	提案制作尺寸：1920*1080px；得 2 分	1920*1080px		
M2	2	提案字数要求：字数要求不低于 200 字；得 2 分	200 字		
M3	2	页面数量：页面≥4 页；得 2 分	≥4 页		
M4	2	汇报要点编写：设计理念表达、目标受众分析和品牌契合度、视觉展示、成本与市场优势说明；得 2 分	4 个要点		
M5	2	文件保存格式：保存源文件和 pdf 格式，缺一不可；得 2 分	保存源文件和 pdf 格式		
合计配分	10	合计得分			

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	设计理念概述：理念清晰、逻辑性强、与设计一致。（2 分）体现产品主题，高度符合品牌定位（2 分），产品特色鲜明突出（1 分）				
J2	5	色彩应用：版面配色完全符合行业特性（2 分），色彩搭配和谐美观（2 分），符合品牌调性（1 分）				
J3	5	版面设计：页面结构清晰（2 分），图文布局合理（2 分），视觉节奏感强（1 分）				
J4	5	信息传达呈现：观点逻辑清晰（2 分），语言专业（2 分），重点突出（1 分）				
J5	5	视觉表现力：整体风格鲜明（2 分），视觉冲击力强（2 分），具备较高市场竞争力（1 分）				
J6	5	字体细节完成度：字体样式统一（2 分），字号规范，层级分明（2 分），重点突出（1 分）				
J7	5	提案内容汇报逻辑：内容结构完整（2 分），汇报重点明确，逻辑清晰（2 分），专业程度高（1 分）				

合计 配分	35	合计得分	
----------	----	------	--

《广告设计师》(三级) 操作技能考核 试题单

准考证号:

试题代码:

试题名称: 以“世界环保日”为主题的宣传单设计汇报提案

考核时间: 60min

1. 场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、Illustrator、ppt 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/135 文件夹下

2. 工作任务

背景资料: 你是一名广告设计师, 为一家环保公益组织“绿色未来”设计了一款以“世界环保日”为主题的宣传单, 用于 6 月 5 日的全球环保日推广活动。组织定位为“可持续、绿色生活、共同行动”, 目标受众为 18-30 岁青年及环保意识强的公众, 旨在激励更多人参与环保行动(如减少塑料、节能减排)。你的宣传单设计已完成(假设为 A4 尺寸双面宣传单, 包含活动信息、环保主题视觉元素和组织 Logo), 现需向公益项目负责人和品牌经理汇报, 展示设计价值并获得批准用于活动推广(线下分发和线上社交媒体发布)。提案需涵盖以下内容:

提案要点需涵盖以下内容:

- (1) 设计理念概述 1 页: 简要阐述包装设计的灵感来源和核心概念(如色彩、图案、排版如何体现环保主题, 字数不少于 50 字)。
- (2) 目标受众分析和品牌契合度 1 页: 解释宣传单如何体现“可持续、绿色生活、共同行动”的定位, 字数不少于 50 字。
- (4) 视觉展示 1-2 页: 利用素材, 使用 PPT 或 Illustrator 呈现宣传单设计, 展示宣传单完整效果图, 标注 3-5 个关键设计元素(如环保图标、字体、配色)的意义, 字数不少于 50 字。
- (5) 领导关注点回应 1 页: 针对领导可能关心的印刷成本(每张宣传单不超过 1 元)和推广效果, 简述设计的可行性和预期影响力, 字数不少于 50 字。

(6) 提案制作尺寸：1920*1080px;

(7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

(1) 能分析背景信息，提炼文案信息进行提案的编辑与排版;

(2) 能对文字、图形、图像进行提案文件的编排;

(3) 提案设计能结合设计要素进行版面色彩表现;

(4) 能根据设计成果明确列出设计汇报的要点 ≥ 4 页;

4.质量指标

(1) 设计理念表达：理念是否清晰、逻辑性强、与设计一致。

(2) 受众与品牌契合：是否准确分析受众需求并体现品牌调性。

(3) 视觉展示：PPT 或 Illustrator 呈现是否专业、吸引人，标注是否清晰。

(4) 客户说服力：是否有效回应成本和市场竞争力，提案是否具说服力。

(5) 汇报呈现:提案结构是否清晰，是否适合汇报。

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：以“世界环保日”为主题的宣传单设计汇报提案
 考核时间：60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	提案制作尺寸：1920*1080px；得 2 分	1920*1080px		
M2	2	提案字数要求：字数要求不低于 200 字；得 2 分	200 字		
M3	2	页面数量：页面≥4 页；得 2 分	≥4 页		
M4	2	汇报要点编写：设计理念表达、目标受众分析和品牌契合度、视觉展示、成本与市场优势说明；得 2 分	4 个要点		
M5	2	文件保存格式：保存源文件和 pdf 格式，缺一不可；得 2 分	保存源文件和 pdf 格式		
合计配分	10	合计得分			

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	设计理念概述：理念清晰、逻辑性强、与设计一致。(2 分) 体现产品主题，高度符合品牌定位 (2 分)，产品特色鲜明突出 (1 分)				
J2	5	色彩应用：版面配色完全符合行业特性 (2 分)，色彩搭配和谐美观 (2 分)，符合品牌调性 (1 分)				
J3	5	版面设计：页面结构清晰 (2 分)，图文布局合理 (2 分)，视觉节奏感强 (1 分)				
J4	5	信息传达呈现：观点逻辑清晰 (2 分)，语言专业 (2 分)，重点突出 (1 分)				
J5	5	视觉表现力：整体风格鲜明 (2 分)，视觉冲击力强 (2 分)，具备较高市场竞争力 (1 分)				
J6	5	字体细节完成度：字体样式统一 (2 分)，字号规范，层级分明 (2 分)，重点突出 (1 分)				
J7	5	提案内容汇报逻辑：内容结构完整 (2 分)，汇报重点明确，逻辑清晰 (2 分)，专业程度高 (1 分)				

合计 配分	35	合计得分	
----------	----	------	--

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：为“松南·骑行”活动进行标志设计

考核时间：110min

1. 场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/211 文件夹下

2. 工作任务：

背景资料：

生命在于运动，运动要讲科学，科学健身，有益健康。对于个人来讲，健康是人生第一财富；对于社会来讲，健康就是生产力，健康就是战斗力，健康就是凝聚力。对于国家来讲，体育承载着国家强盛，民族振兴的梦想，是中华民族伟大复兴的标志性事业，全民健身是全体人民增强体魄，健康生活的基础和保障，人民身体健康是全面建成小康社会的重要内容。国民的健身是国力的体现，是国强民安的象征。在 2025 年 8 月 8 日第十三个“全民健身日”来临之际，松南健身协会将组织“松南·骑行”系列活动：自行车科普有奖问答、健康骑行等活动，活动主题标语为“科学健身、骑行有我”。目标市场：18-60 岁，喜爱运动的人群。

(1) 为“松南·骑行”活动设计标志，设计应体现全民健康、自行车运动的特征。设计内容包括：基本图形、中文或英文名称标准字、图形与标准字体的组合设计、辅助图形的设计、至少 50 字的设计说明。

(2) 文件必须仅为矢量。

(3) 标志制作尺寸：100mm（宽）；画板尺寸：285×210mm（宽×高），颜色模式：CMYK，若用 Photoshop，分辨率设置未 300，

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3. 技能要求

- (1) 标志设计能贴合目标市场和理念;
- (2) 能进行标志图形的设计及色彩配置, 配色需控制在三种及以内。
- (3) 能完成辅助图形的设计
- (4) 完成的图形必须是矢量图 (如使用 photoshop 制作必须使用矢量图路径图层制作)

4.质量指标

- (1) 主题定位: 标志设计符合主题和目标;
- (2) 视觉元素: 颜色、图像和字体与活动调性相符, 具有吸引力。
- (3) 排版和布局: 画面排版和布局清晰、整洁, 信息易于阅读。
- (4) 细节和效果: 添加适当的视觉效果, logo 吸引力强。
- (5) 审查和修改: 文字拼写正确、没有语法和排版错误。
- (6) 保存格式: 保存源文件及可预览格式 (设计源文件+pdf 格式文件)。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 为“松南·骑行”活动进行标志设计

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	品牌标志中必须包含图形、中文/英文文名称	图形、中文/英文名称		
M2	2	画板尺寸: 285×210mm (宽×高), 300 分辨率	285×210mm (宽×高), 300 分辨率		
M3	2	画布导出可浏览格式为尺寸 285×210mm (宽×高) 设计源文件+jpg。	尺寸 285×210mm (宽×高) 设计源文件+jpg 图片		
M4	2	标志图形必须为矢量 (如使用 photoshop 需要有使用矢量图图层进行制作)	矢量图图层		
M5	2	标志中文/英文无拼写错误	没有拼写错误		
M6	2	色彩模式必须是 CMYK	CMYK 颜色		
M7	2	贴合目标市场行业属性的标志设计理念说明	标志理念说明一份		
M8	2	完成标志图形的设计	标志图形一个		
M9	2	完成辅助图形的设计	辅助图形一个以上		
M10	2	完成色彩配置,不超过三种	三种颜色以内 (不含有渐变配色, 渐变配色判定为多色系配色)		
合计配分	20分	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 为“松南·骑行”活动进行标志设计

考核时间: 110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	标志设计契合主题（2分），元素布局精巧，全方位展现骑行活动的主题（1分）与自行车运动特色（2分）。				
J2	5	标准组合的颜色、图像和字体与活动调性高度契合（2分），色彩与图形设计具有强烈的视觉吸引力（1分）和艺术感染力（1分）。				
J3	5	标志图形效果是否精致（2分）、标志文字排版清晰整洁（1分），信息传达明确（1分），视觉效果佳（1分）。				
J4	5	标志图形设计艺术性（2分），创意突出（1分）。标志体现行业属性感觉（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）:

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：2025 上海坐标·城市定向赛活动设计一个标志

考核时间：110min

1. 场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/212 文件夹下

2. 工作任务：

背景资料：

城市定向赛起源于定向越野，其比赛场地设置在城市范围内，每队通常由不同性别的三人组成，以组为单位利用城市公共交通，按指定要求到达城市内特色景点和地标，完成相应任务并通过手机 APP 扫码成功，所用时间最短的小组取胜。2023 上海坐标·城市定向赛将于 6 月 25 号举行，本次活动的主题是建筑·让城市更美好。选手从上海体育场出发，依次经过徐家汇天主教堂、武康大楼、静安寺，终点到达东方明珠电视塔。出行方式也需按照徒步、骑行、公交车、地铁的方式达到坐标点，选手通过打卡不同历史时期的中外建筑，领略建筑设计之美。

目标市场：18-60 岁，喜爱运动的人群。

(1) 为“2023 上海坐标·城市定向赛”活动设计标志设计，设计应体现全民健康、多项运动的特征。设计内容包括：基本图形、中文或英文名称标准字、图形与标准字体的组合设计、辅助图形的设计、至少 50 字的设计说明。

(2) 文件必须仅为矢量。

(3) 标志制作尺寸：100mm（宽）；画板尺寸：285×210mm（宽×高），颜色模式：CMYK，若用 Photoshop，分辨率设置未 300，

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 标志设计能贴合目标市场和理念;
- (2) 能进行标志图形的设计及色彩配置, 配色需控制在三种及以内。
- (3) 能完成辅助图形的设计
- (4) 完成的图形必须是矢量图 (如使用 photoshop 制作必须使用矢量图路径图层制作)

4.质量指标

- (1) 主题定位: 标志设计符合主题和目标;
- (2) 视觉元素: 颜色、图像和字体与活动调性相符, 具有吸引力。
- (3) 排版和布局: 画面排版和布局清晰、整洁, 信息易于阅读。
- (4) 细节和效果: 添加适当的视觉效果, logo 吸引力强。
- (5) 审查和修改: 文字拼写正确、没有语法和排版错误。
- (6) 保存格式: 保存源文件及可预览格式 (设计源文件+pdf 格式文件)。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 2023 上海坐标·城市定向赛活动设计一个标志

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	品牌标志中必须包含图形、中文/英文文名称	图形、中文/英文名称		
M2	2	画板尺寸: 285×210mm (宽×高), 300 分辨率	285×210mm (宽×高), 300 分辨率		
M3	2	画布导出可浏览格式为尺寸 285×210mm (宽×高) 设计源文件+jpg。	尺寸 285×210mm (宽×高) 设计源文件+jpg 图片		
M4	2	标志图形必须为矢量 (如使用 photoshop 需要有使用矢量图图层进行制作)	矢量图图层		
M5	2	标志中文/英文无拼写错误	没有拼写错误		
M6	2	色彩模式必须是 CMYK	CMYK 颜色		
M7	2	贴合目标市场行业属性的标志设计理念说明	标志理念说明一份		
M8	2	完成标志图形的设计	标志图形一个		
M9	2	完成辅助图形的设计	辅助图形一个以上		
M10	2	完成色彩配置,不超过三种	三种颜色以内 (不含有渐变配色, 渐变配色判定为多色系配色)		
合计配分	20分	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 2023 上海坐标·城市定向赛活动设计一个标志

考核时间: 110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	标志设计契合主题（2分），元素布局精巧，全方位展现骑行活动的主题（1分）与自行车运动特色（2分）。				
J2	5	标准组合的颜色、图像和字体与活动调性高度契合（2分），色彩与图形设计具有强烈的视觉吸引力（1分）和艺术感染力（1分）。				
J3	5	标志图形效果是否精致（2分）、标志文字排版清晰整洁（1分），信息传达明确（1分），视觉效果佳（1分）。				
J4	5	标志图形设计艺术性（2分），创意突出（1分）。标志体现行业属性感觉（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）:

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：为“易邻智慧社区”进行品牌标志设计

考核时间：110min

1. 场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/213 文件夹下

2. 工作任务：

背景资料：

易邻智慧社区 (E-line Intelligent Community) 是由上海易邻互联科技有限公司开发并运营。上海易邻互联科技有限公司成立于 2010 年，是一家专注于人工智能、物联网技术、互联网应用开发为主的高新技术企业，公司用 7 年的匠心精神，成功打造出首款国内真正意义的智慧社区平台：易邻智慧社区平台。易邻智慧社区是一款智慧社区生活服务应用平台，以“简单+易用+实用”为理念，以充当“生活助手”为己任而构建。易邻智慧社区将助力业主、物业和商家打造集二手物品交易、物业服务、智慧停车、信息发布、邻里交流互动及社区周边商家为一体的生态群体，为用户提供了一个线上线下紧密相结合的智慧社区平台。目前易邻智慧社区的大数据应用平台及 APP 应用程序、智能硬件产品均已落地推广应用，为千家万户提供了生活便利及防护保障。

目标市场：一线城市的中高端小区。

目标人群：25-60 岁，中高端消费的人群。

(1) 为“易邻智慧社区 (E-line Intelligent Community)”设计标志设计，设计应体现人工智能、物联网技术、互联网的特征。设计内容包括：基本图形、中文或英文名称标准字、图形与标准字体的组合设计、辅助图形的设计、至少 50 字的设计说明。

(2) 文件必须仅为矢量。

(3) 标志制作尺寸：100mm (宽)；画板尺寸：285×210mm (宽×高)，颜色模式: CMYK,

若用 Photoshop, 分辨率设置未 300,

- (4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中, 文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 标志设计能贴合目标市场和理念;
- (2) 能进行标志图形的设计及色彩配置, 配色需控制在三种及以内。
- (3) 能完成辅助图形的设计
- (4) 完成的图形必须是矢量图 (如使用 photoshop 制作必须使用矢量图路径图层制作)

4.质量指标

- (1) 主题定位: 标志设计符合主题和目标;
- (2) 视觉元素: 颜色、图像和字体与活动调性相符, 具有吸引力。
- (3) 排版和布局: 画面排版和布局清晰、整洁, 信息易于阅读。
- (4) 细节和效果: 添加适当的视觉效果, logo 吸引力强。
- (5) 审查和修改: 文字拼写正确、没有语法和排版错误。
- (6) 保存格式: 保存源文件及可预览格式 (设计源文件+pdf 格式文件)。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：为“易邻智慧社区”进行品牌标志设计

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	品牌标志中必须包含图形、中文/英文文名称	图形、中文/英文名称		
M2	2	画板尺寸：285×210mm（宽×高），300 分辨率	285×210mm（宽×高），300 分辨率		
M3	2	画布导出可浏览格式为尺寸 285×210mm（宽×高）设计源文件+jpg。	尺寸 285×210mm（宽×高）设计源文件+jpg 图片		
M4	2	标志图形必须为矢量（如使用 photoshop 需要有使用矢量图图层进行制作）	矢量图图层		
M5	2	标志中文/英文无拼写错误	没有拼写错误		
M6	2	色彩模式必须是 CMYK	CMYK 颜色		
M7	2	贴合目标市场行业属性的标志设计理念说明	标志理念说明一份		
M8	2	完成标志图形的设计	标志图形一个		
M9	2	完成辅助图形的设计	辅助图形一个以上		
M10	2	完成色彩配置,不超过三种	三种颜色以内（不含有渐变配色，渐变配色判定为多色系配色）		
合计配分	20分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：2

试题名称：为“易邻智慧社区”进行品牌标志设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	标志设计契合主题（2分），元素布局精巧，全方位展现骑行活动的主题（1分）与自行车运动特色（2分）。				
J2	5	标准组合的颜色、图像和字体与活动调性高度契合（2分），色彩与图形设计具有强烈的视觉吸引力（1分）和艺术感染力（1分）。				
J3	5	标志图形效果是否精致（2分）、标志文字排版清晰整洁（1分），信息传达明确（1分），视觉效果佳（1分）。				
J4	5	标志图形设计艺术性（2分），创意突出（1分）。标志体现行业属性感觉（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：标志设计——上海绿城房产

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/214 文件夹下

2. 工作任务：

背景资料：

上海绿城房产是绿城中国控股有限公司在上海地区的重要分支，继承了绿城中国“真诚、善意、精致、完美”的核心价值观。绿城中国成立于 1995 年，是中国领先的优质房产品开发及生活综合服务供应商。上海绿城房产致力于打造高品质的住宅项目，为上海市民提供理想的生活空间。

目标市场：上海绿城房产定位为高端住宅开发商，目标受众为追求高品质生活、注重生活品质的中高端消费者。标志设计应传递出高端、时尚的感觉，与目标受众的情感共鸣。

(1) 为“上海绿城房产”活动设计标志设计，设计应体现真诚、善意、精致、完美的特征。设计内容包括：基本图形、中文或英文名称标准字、图形与标准字体的组合设计、辅助图形的设计、至少 50 字的设计说明。

所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

(2) 文件必须仅为矢量。

(3) 标志制作尺寸：100mm（宽）；画板尺寸：285×210mm（宽×高），颜色模式: CMYK，若用 Photoshop，分辨率设置未 300，

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”

3.技能要求

- (1) 标志设计能贴合目标市场和理念;
- (2) 能进行标志图形的设计及色彩配置, 配色需控制在三种及以内。
- (3) 能完成辅助图形的设计
- (4) 完成的图形必须是矢量图 (如使用 photoshop 制作必须使用矢量图路径图层制作)

4.质量指标

- (1) 主题定位: 标志设计符合主题和目标;
- (2) 视觉元素: 颜色、图像和字体与活动调性相符, 具有吸引力。
- (3) 排版和布局: 画面排版和布局清晰、整洁, 信息易于阅读。
- (4) 细节和效果: 添加适当的视觉效果, logo 吸引力强。
- (5) 审查和修改: 文字拼写正确、没有语法和排版错误。
- (6) 保存格式: 保存源文件及可预览格式 (设计源文件+pdf 格式文件)。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：标志设计——上海绿城房产

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	品牌标志中必须包含图形、中文/英文文名称	图形、中文/英文名称		
M2	2	画板尺寸：285×210mm（宽×高），300 分辨率	285×210mm（宽×高），300 分辨率		
M3	2	画布导出可浏览格式为尺寸 285×210mm（宽×高）设计源文件+jpg。	尺寸 285×210mm（宽×高）设计源文件+jpg 图片		
M4	2	标志图形必须为矢量（如使用 photoshop 需要有使用矢量图图层进行制作）	矢量图图层		
M5	2	标志中文/英文无拼写错误	没有拼写错误		
M6	2	色彩模式必须是 CMYK	CMYK 颜色		
M7	2	贴合目标市场行业属性的标志设计理念说明	标志理念说明一份		
M8	2	完成标志图形的设计	标志图形一个		
M9	2	完成辅助图形的设计	辅助图形一个以上		
M10	2	完成色彩配置,不超过三种	三种颜色以内（不含有渐变配色，渐变配色判定为多色系配色）		
合计配分	20分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：标志设计——上海绿城房产

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	标志设计契合主题（2分），元素布局精巧，全方位展现骑行活动的主题（1分）与自行车运动特色（2分）。				
J2	5	标准组合的颜色、图像和字体与活动调性高度契合（2分），色彩与图形设计具有强烈的视觉吸引力（1分）和艺术感染力（1分）。				
J3	5	标志图形效果是否精致（2分）、标志文字排版清晰整洁（1分），信息传达明确（1分），视觉效果佳（1分）。				
J4	5	标志图形设计艺术性（2分），创意突出（1分）。标志体现行业属性感觉（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：标志设计----利用蝴蝶图形设计一个服装品牌商标。

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/215 文件夹下

2. 工作任务：

背景资料：

“花羽蝶”是一个充满活力与创意的服装品牌，创立于 2021 年，灵感源自于自然与艺术的完美融合。品牌名称“花羽蝶”寓意着轻盈、灵动与自由，如同蝴蝶在花丛中翩翩起舞，象征着品牌追求的是一种轻松自在、优雅时尚的生活态度。品牌创始人希望每一位穿着“花羽蝶”的顾客都能感受到如同蝴蝶般的轻盈与美丽，展现个性与自信。

目标市场：“花羽蝶”定位于中高端时尚女装市场，目标受众为 25-45 岁的女性，她们追求个性、注重品质，热爱生活，对时尚有着自己独特的理解和追求。品牌希望通过提供高品质、高性价比的服装，满足这一群体对于时尚与舒适的需求，帮助她们在日常生活中展现自信与魅力。

(1) 为“花羽蝶”活动设计标志设计，设计应体现时尚、服装的特征。设计内容包括：基本图形、中文或英文名称标准字、图形与标准字体的组合设计、辅助图形的设计、至少 50 字的设计说明。

(2) 文件必须仅为矢量。

(3) 标志制作尺寸：100mm（宽）；画板尺寸：285×210mm（宽×高），颜色模式：CMYK，若用 Photoshop，分辨率设置未 300，

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 标志设计能贴合目标市场和理念;
- (2) 能进行标志图形的设计及色彩配置, 配色需控制在三种及以内。
- (3) 能完成辅助图形的设计
- (4) 完成的图形必须是矢量图 (如使用 photoshop 制作必须使用矢量图路径图层制作)

4.质量指标

- (1) 主题定位: 标志设计符合主题和目标;
- (2) 视觉元素: 颜色、图像和字体与活动调性相符, 具有吸引力。
- (3) 排版和布局: 画面排版和布局清晰、整洁, 信息易于阅读。
- (4) 细节和效果: 添加适当的视觉效果, logo 吸引力强。
- (5) 审查和修改: 文字拼写正确、没有语法和排版错误。
- (6) 保存格式: 保存源文件及可预览格式 (设计源文件+pdf 格式文件)。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 标志设计----利用蝴蝶图形设计一个服装品牌商标。

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	品牌标志中必须包含图形、中文/英文文名称	图形、中文/英文名称		
M2	2	画板尺寸: 285×210mm (宽×高), 300 分辨率	285×210mm (宽×高), 300 分辨率		
M3	2	画布导出可浏览格式为尺寸 285×210mm (宽×高) 设计源文件+jpg。	尺寸 285×210mm (宽×高) 设计源文件+jpg 图片		
M4	2	标志图形必须为矢量 (如使用 photoshop 需要有使用矢量图图层进行制作)	矢量图图层		
M5	2	标志中文/英文无拼写错误	没有拼写错误		
M6	2	色彩模式必须是 CMYK	CMYK 颜色		
M7	2	贴合目标市场行业属性的标志设计理念说明	标志理念说明一份		
M8	2	完成标志图形的设计	标志图形一个		
M9	2	完成辅助图形的设计	辅助图形一个以上		
M10	2	完成色彩配置,不超过三种	三种颜色以内 (不含有渐变配色, 渐变配色判定为多色系配色)		
合计配分	20分	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 标志设计----利用蝴蝶图形设计一个服装品牌商标。

考核时间: 110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	标志设计契合主题（2分），元素布局精巧,全方位展现骑行活动的主题（1分）与自行车运动特色（2分）。				
J2	5	标准组合的颜色、图像和字体与活动调性高度契合（2分），色彩与图形设计具有强烈的视觉吸引力（1分）和艺术感染力（1分）。				
J3	5	标志图形效果是否精致（2分）、标志文字排版清晰整洁（1分），信息传达明确（1分），视觉效果佳（1分）。				
J4	5	标志图形设计艺术性（2分），创意突出（1分）。标志体现行业属性感觉（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）:

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为一所国际学校设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/221 文件夹下

2.工作任务

根据提供的文字与图片素材，提炼和总结相关信息及宣传重点，为一所国际学校设计制作广告宣传单页：

- (1) 单页尺寸为 A4，色彩模式为 CMYK；
- (2) 素材图片使用不少于 5 张，图片需要进行艺术化处理；
- (3) 需保存设计源文件，同时保存 pdf 或 jpg 格式；
- (4) 若采用 Photoshop 设计，分辨率要求 150dpi 及以上；
- (5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3. 技能要求

- (1) 能根据设计定义设计符合主题的元素：包括不限于校徽、校训、校园建筑、学生活动场景等。
- (2) 元素设计应具有创意性和独特性，能够体现国际学校的国际化特色，如多元文化、国际化课程、国际化师资等。
- (3) 元素设计应符合广告宣传单页的整体风格和视觉效果，与文字内容和图片素材相协调。
- (4) 能完成版面排版，包括图形、图像的排版及色彩表现；

4.质量指标

- (1) 画面尺寸准确、分辨率和色彩模式符合标准。

- (2) 宣传单页的主题明确，突出国际学校特色和优势。
- (3) 整体设计美观，视觉吸引力强，打印和屏幕显示时都能有良好的效果。
- (4) 图文编排需要符合设计原则，文字与图片搭配合理，排版规范。
- (5) 排版采用至少两栏的布局形式，提升整体设计的视觉效果。
- (6) 使用不少于 5 张素材图片，并对每张图片进行艺术化处理，提升视觉效果。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 版式设计----为一所国际学校设计制作广告宣传版式设计单页

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确, 为 A4 尺寸	210mm×297mm		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素		
M3	2	色彩模式设置正确, 为 CMYK	CMYK 模式		
M4	2	图片需要链接或置入	确保图片已嵌入		
M5	2	文件可预览格式为 A4 尺寸	210mm×297mm 尺寸, JPG 格式		
M6	2	宣传单正文字符字间距不能小于 0	正文排版字符字间距不能小于 0		
M7	2	需要具有宣传单的功能	软件图层中至少有一个文字图层 (用于宣传单宣传语的图层至少 1 个)		
M8	2	使用素材图片不少于 5 张	5 张及以上图片		
M9	2	5 张图片均需艺术化处理 (如图层、路径、蒙版、滤镜等, 确保设计效果的实现。)	图片经过艺术化处理如图层、路径、蒙版、滤镜等至少图层中需要体现其中 1 个的效果。		
M10	2	源文件图层需要分组 (至少两个组别图层)	图层分组清晰, 至少图层中存在两组以上的组别图层		
合计配分	20 分	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 版式设计----为一所国际学校设计制作广告宣传版式设计单页

考核时间: 110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	宣传单页构思精妙（2分），紧密贴合国际学校主题（3分）。				
J2	5	单页设计极具美感（2分），拥有强烈的视觉吸引力，能瞬间抓住观众目光（3分）。				
J3	5	图文编排精巧（3分），布局巧妙且富有创意，信息传达清晰明了（2分）。				
J4	5	添加了精妙的视觉效果（3分），显著增强了版式设计内容的传达性（2分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）:

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为一所培训机构设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/222 文件夹下

2.工作任务

根据提供的文字与图片素材，提炼和总结相关信息及宣传重点，为一所培训机构设计制作广告宣传单页：

- (1) 单页尺寸为 A4，色彩模式为 CMYK；
- (2) 素材图片使用不少于 5 张，图片需要进行艺术化处理；
- (3) 需保存设计源文件，同时保存 pdf 或 jpg 格式；
- (4) 若采用 Photoshop 设计，分辨率要求 150dpi 及以上；
- (5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

4. 技能要求

- (1) 能根据设计定义设计符合主题的元素：包括不限于校徽、校训、校园建筑、学生活动场景等。
- (2) 元素设计应具有创意性和独特性，能够体现国际学校的国际化特色，如多元文化、国际化课程、国际化师资等。
- (3) 元素设计应符合广告宣传单页的整体风格和视觉效果，与文字内容和图片素材相协调。
- (4) 能完成版面排版，包括图形、图像的排版及色彩表现；

4.质量指标

- (1) 画面尺寸准确、分辨率和色彩模式符合标准。
- (2) 宣传单页的主题明确，突出国际学校特色和优势。
- (3) 整体设计美观，视觉吸引力强，打印和屏幕显示时都能有良好的效果。
- (4) 图文编排需要符合设计原则，文字与图片搭配合理，排版规范。
- (5) 排版采用至少两栏的布局形式，提升整体设计的视觉效果。
- (6) 使用不少于 5 张素材图片，并对每张图片进行艺术化处理，提升视觉效果。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为一所培训机构设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	210mm×297mm		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素		
M3	2	色彩模式设置正确，为 CMYK	CMYK 模式		
M4	2	图片需要链接或置入	确保图片已嵌入		
M5	2	文件可预览格式为 A4 尺寸	210mm×297mm 尺寸，JPG 格式		
M6	2	宣传单正文字符字间距不能小于 0	正文排版字符字间距不能小于 0		
M7	2	需要具有宣传单的功能	软件图层中至少有一个文字图层（用于宣传单宣传语的图层至少 1 个）		
M8	2	使用素材图片不少于 5 张	5 张及以上图片		
M9	2	5 张图片均需艺术化处理（如图层、路径、蒙版、滤镜等，确保设计效果的实现。）	图片经过艺术化处理如图层、路径、蒙版、滤镜等至少图层中需要体现其中 1 个的效果。		
M10	2	源文件图层需要分组（至少两个组别图层）	图层分组清晰，至少图层中存在两组以上的组别图层		
合计配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 版式设计----为一所培训机构设计制作广告宣传单页

考核时间: 110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	宣传单页构思精妙 (2 分), 紧密贴合培训机构主题 (3 分)。				
J2	5	单页设计极具美感 (2 分), 拥有强烈的视觉吸引力, 能瞬间抓住观众目光 (3 分)。				
J3	5	图文编排精巧 (3 分), 布局巧妙且富有创意, 信息传达清晰明了 (2 分)。				
J4	5	添加了精妙的视觉效果 (3 分), 显著增强了版式设计内容的传达性 (2 分)。				
合计配分	20 分	合计得分				

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为一所学校新学期开学设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/223 文件夹下

2.工作任务

根据提供的文字与图片素材，提炼和总结相关信息及宣传重点，为一所学校新学期开学设计制作广告宣传单页：

- (1) 单页尺寸为 A4，色彩模式为 CMYK；
- (2) 素材图片使用不少于 5 张，图片需要进行艺术化处理；
- (3) 需保存设计源文件，同时保存 pdf 或 jpg 格式；
- (4) 若采用 Photoshop 设计，分辨率要求 150dpi 及以上；
- (5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

5. 技能要求

- (1) 能根据设计定义设计符合主题的元素：包括不限于校徽、校训、校园建筑、学生活动场景等。
- (2) 元素设计应具有创意性和独特性，能够体现国际学校的国际化特色，如多元文化、国际化课程、国际化师资等。
- (3) 元素设计应符合广告宣传单页的整体风格和视觉效果，与文字内容和图片素材相协调。
- (4) 能完成版面排版，包括图形、图像的排版及色彩表现；

4.质量指标

- (1) 画面尺寸准确、分辨率和色彩模式符合标准。
- (2) 宣传单页的主题明确，突出国际学校特色和优势。
- (3) 整体设计美观，视觉吸引力强，打印和屏幕显示时都能有良好的效果。
- (4) 图文编排需要符合设计原则，文字与图片搭配合理，排版规范。
- (5) 排版采用至少两栏的布局形式，提升整体设计的视觉效果。
- (6) 使用不少于 5 张素材图片，并对每张图片进行艺术化处理，提升视觉效果。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为一所学校新学期开学设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	210mm×297mm		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素		
M3	2	色彩模式设置正确，为 CMYK	CMYK 模式		
M4	2	图片需要链接或置入	确保图片已嵌入		
M5	2	文件可预览格式为 A4 尺寸	210mm×297mm 尺寸，JPG 格式		
M6	2	宣传单正文字符字间距不能小于 0	正文排版字符字间距不能小于 0		
M7	2	需要具有宣传单的功能	软件图层中至少有一个文字图层（用于宣传单宣传语的图层至少 1 个）		
M8	2	使用素材图片不少于 5 张	5 张及以上图片		
M9	2	5 张图片均需艺术化处理（如图层、路径、蒙版、滤镜等，确保设计效果的实现。）	图片经过艺术化处理如图层、路径、蒙版、滤镜等至少图层中需要体现其中 1 个的效果。		
M10	2	源文件图层需要分组（至少两个组别图层）	图层分组清晰，至少图层中存在两组以上的组别图层		
合计配分	20 分	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为一所学校新学期开学设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	宣传单页构思精妙（2分），紧密贴合学校新学期开学主题（3分）。				
J2	5	单页设计极具美感（2分），拥有强烈的视觉吸引力，能瞬间抓住观众目光（3分）。				
J3	5	图文编排精巧（3分），布局巧妙且富有创意，信息传达清晰明了（2分）。				
J4	5	添加了精妙的视觉效果（3分），显著增强了版式设计内容的传达性（2分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为消防部门设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win7 系统以上、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/224 文件夹下

2.工作任务

根据提供的文字与图片素材，提炼和总结相关信息及宣传重点，为消防部门设计制作广告宣传单页：

- (1) 单页尺寸为 A4，色彩模式为 CMYK；
- (2) 素材图片使用不少于 5 张，图片需要进行艺术化处理；
- (3) 需保存设计源文件，同时保存 pdf 或 jpg 格式；
- (4) 若采用 Photoshop 设计，分辨率要求 150dpi 及以上；
- (5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

6. 技能要求

- (1) 能根据设计定义设计符合主题的元素：包括不限于校徽、校训、校园建筑、学生活动场景等。
- (2) 元素设计应具有创意性和独特性，能够体现国际学校的国际化特色，如多元文化、国际化课程、国际化师资等。
- (3) 元素设计应符合广告宣传单页的整体风格和视觉效果，与文字内容和图片素材相协调。
- (4) 能完成版面排版，包括图形、图像的排版及色彩表现；

4.质量指标

- (1) 画面尺寸准确、分辨率和色彩模式符合标准。
- (2) 宣传单页的主题明确，突出国际学校特色和优势。
- (3) 整体设计美观，视觉吸引力强，打印和屏幕显示时都能有良好的效果。
- (4) 图文编排需要符合设计原则，文字与图片搭配合理，排版规范。
- (5) 排版采用至少两栏的布局形式，提升整体设计的视觉效果。
- (6) 使用不少于 5 张素材图片，并对每张图片进行艺术化处理，提升视觉效果。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为消防部门设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	210mm×297mm		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素		
M3	2	色彩模式设置正确，为 CMYK	CMYK 模式		
M4	2	图片需要链接或置入	确保图片已嵌入		
M5	2	文件可阅览格式为 A4 尺寸	210mm×297mm 尺寸，JPG 格式		
M6	2	宣传单正文文字字符字间距不能小于 0	正文排版字符字间距不能小于 0		
M7	2	需要具有宣传单的功能	软件图层中至少有一个文字图层（用于宣传单宣传语的图层至少 1 个）		
M8	2	使用素材图片不少于 5 张	5 张及以上图片		
M9	2	5 张图片均需艺术化处理（如图层、路径、蒙版、滤镜等，确保设计效果的实现。）	图片经过艺术化处理如图层、路径、蒙版、滤镜等至少图层中需要体现其中 1 个的效果。		
M10	2	源文件图层需要分组（至少两个组别图层）	图层分组清晰，至少图层中存在两组以上的组别		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
			图层		
合计配分	20分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为消防部门设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	宣传单页构思精妙（2分），紧密贴合消防部门主题（3分）。				
J2	5	单页设计极具美感（2分），拥有强烈的视觉吸引力，能瞬间抓住观众目光（3分）。				
J3	5	图文编排精巧（3分），布局巧妙且富有创意，信息传达清晰明了（2分）。				
J4	5	添加了精妙的视觉效果（3分），显著增强了版式设计内容的传达性（2分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：版式设计----为一所街道办清洁部门设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/225 文件夹下

2.工作任务

根据提供的文字与图片素材，提炼和总结相关信息及宣传重点，为一所街道办清洁部门设计制作广告宣传单页：

- (1) 单页尺寸为 A4，色彩模式为 CMYK；
- (2) 素材图片使用不少于 5 张，图片需要进行艺术化处理；
- (3) 需保存设计源文件，同时保存 pdf 或 jpg 格式；
- (4) 若采用 Photoshop 设计，分辨率要求 150dpi 及以上；
- (5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

7. 技能要求

- (1) 能根据设计定义设计符合主题的元素：包括不限于校徽、校训、校园建筑、学生活动场景等。
- (2) 元素设计应具有创意性和独特性，能够体现国际学校的国际化特色，如多元文化、国际化课程、国际化师资等。
- (3) 元素设计应符合广告宣传单页的整体风格和视觉效果，与文字内容和图片素材相协调。
- (4) 能完成版面排版，包括图形、图像的排版及色彩表现；

4.质量指标

- (1) 画面尺寸准确、分辨率和色彩模式符合标准。
- (2) 宣传单页的主题明确，突出国际学校特色和优势。
- (3) 整体设计美观，视觉吸引力强，打印和屏幕显示时都能有良好的效果。
- (4) 图文编排需要符合设计原则，文字与图片搭配合理，排版规范。
- (5) 排版采用至少两栏的布局形式，提升整体设计的视觉效果。
- (6) 使用不少于 5 张素材图片，并对每张图片进行艺术化处理，提升视觉效果。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：2

试题名称：版式设计----为街道办清洁部门设计制作广告宣传单页

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	210mm×297mm		
M2	2	画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素		
M3	2	色彩模式设置正确，为 CMYK	CMYK 模式		
M4	2	图片需要链接或置入	确保图片已嵌入		
M5	2	文件可预览格式为 A4 尺寸	210mm×297mm 尺寸，JPG 格式		
M6	2	宣传单正文字符字间距不能小于 0	正文排版字符字间距不能小于 0		
M7	2	需要具有宣传单的功能	软件图层中至少有一个文字图层（用于宣传单宣传语的图层至少 1 个）		
M8	2	使用素材图片不少于 5 张	5 张及以上图片		
M9	2	5 张图片均需艺术化处理（如图层、路径、蒙版、滤镜等，确保设计效果的实现。）	图片经过艺术化处理如图层、路径、蒙版、滤镜等至少图层中需要体现其中 1 个的效果。		
M10	2	源文件图层需要分组（至少两个组别图层）	图层分组清晰，至少图层中存在两组以上的组别图层		
合计配分	20分	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：版式设计----为街道办清洁部门设计制作广告宣传单页
 考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	宣传单页构思精妙（2分），紧密贴合街道办清洁部门主题（3分）。				
J2	5	单页设计极具美感（2分），拥有强烈的视觉吸引力，能瞬间抓住观众目光（3分）。				
J3	5	图文编排精巧（3分），布局巧妙且富有创意，信息传达清晰明了（2分）。				
J4	5	添加了精妙的视觉效果（3分），显著增强了版式设计内容的传达性（2分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：
 日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——“玉蝴蝶”香水包装设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/231 文件夹下

2.工作任务

- (1) 命题设计：玉蝴蝶香水包装设计
- (2) 纸盒尺寸： 60mm（长）×60mm（宽）×150mm（高）
- (3) 产品名称：玉蝴蝶水仙香水；容量：50ml；产品特点：中国传统工艺、水仙香型
- (4) 设计纸盒平面结构展开图及图文，分辨率至少为 150dpi，要求结构准确，功能完善，能糊盒成型，图文设计符合产品特点，素材任意选择，文字内容可以自行编辑加工，保存源文件与 JPG 格式。
- (5) 电脑制作糊盒成型立体效果图一幅，印后工艺要标明（比如镂空、印银等）。
- (6) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能完成包装设计的风格定位，并选择合理的包装材料
- (2) 能正确绘制刀模图，标注大尺寸，区分压痕线和裁切线。
- (3) 能根据设计需求，选择合适的印后工艺，并在设计文件中标明。
- (4) 能运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计

4.质量指标

- (1) 包装展开图功能结构完整且准确：展开图设计应包含所有必要的部分，尺寸准确，能

够正确糊盒成型。

(2) 包装效果图美观且符合产品特点：效果图应展示包装的最终效果，设计美观，符合产品的定位和特点。

(3) 文件保存格式准确：保存的文件格式应符合要求，包括源文件和 JPG 格式，分辨率应符合设计要求。

(4) 印后工艺设置合理印后工艺应选择合理，并在设计文件中标明，确保实际生产中能够实现。

(5) 图文设计符合产品特点文字内容应准确，图文设计应与产品特点相匹配，传达正确的信息。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——“玉蝴蝶”香水包装设计

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	包装展开图设计尺寸正确（刀版图需标注大小，刀版图大小符合合同比例大小）	纸盒尺寸：60mm（长）×60mm（宽）×150mm（高）		
M2	2	包装效果图标明产品信息准确	产品名称：“玉蝴蝶”水仙香水；容量：50ml；产品特点：中国传统工艺、水仙香型		
M3	2	文件保存格式准确	源文件（psd/AI/CDR）与JPG格式		
M4	2	印后工艺标明合理的相关图层	镂空、印银等（需标明具体工艺的相关图层至少一个）		
M5	2	文图设计符合产品特点	中国传统工艺、水仙香型（设计需体现）		
M6	2	文件尺寸像素正确	分辨率A4横版150dpi		
M7	2	完成纸品包装结构的设计	纸盒结构准确，功能完善，能糊盒成型		
M8	2	完成纸品包装展开图的设计	结构准确，图文设计符合产品特点		
M9	2	完成纸品包装的印后工艺设置 相关文字说明	图层中存在文字图层标明印后工艺，至少一个图层说明工艺设置（如镂空、印银等）		
M10	2	能运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计	图形、字体、色彩等设计符合产品特点		
合计配分	20分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——“玉蝴蝶”香水包装设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	包装展开图设计完整且结构具有结构美感（2分），完全符合糊盒成型要求（2分）。包装符合对应品牌的功能性（1分）				
J2	5	包装效果图体现产品特点（2分），具有较强的市场吸引力（2分）。包装能激发消费者购买欲（1分）				
J3	5	图形（2分）、字体（2分）、色彩（1分）搭配形式美强。				
J4	5	包装印后工艺设置合理,符合实际生产要求（2分），包装材料设定选择恰当,符合产品定位及环保要求（2分）。包装整体视觉效果与品牌调性相符，能够提升产品附加值（2分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——数码相机外纸盒包装设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/232 文件夹下

2.工作任务

- (1) 命题设计：数码相机外纸盒包装设计
- (2) 外纸盒尺寸 298mm（长）×200mm（宽）×70mm（高）
 - 产品名称：PowerShot、G3、数码相机
 - 产品特点：1000 万像素 CCD、12 倍光学变焦、12 种拍摄模式
- (3) 设计纸盒平面结构展开图及图文，分辨率至少为 150dpi，要求结构准确，功能完善，能糊盒成型，图文设计符合产品特点，素材任意选择，文字内容可以自行编辑加工，保存源文件与 JPG 格式。
- (4) 电脑制作糊盒成型立体效果图一幅，印后工艺要标明（比如镂空、印银等）。
- (5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能完成包装设计的风格定位，并选择合理的包装材料
- (2) 能正确绘制刀模图，标注大尺寸，区分压痕线和裁切线。
- (3) 能根据设计需求，选择合适的印后工艺，并在设计文件中标明。
- (4) 能运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计

4.质量指标

(1) 包装展开图功能结构完整且准确：展开图设计应包含所有必要的部分，尺寸准确，能够正确糊盒成型。

(2) 包装效果图美观且符合产品特点：效果图应展示包装的最终效果，设计美观，符合产品的定位和特点。

(3) 文件保存格式准确：保存的文件格式应符合要求，包括源文件和 JPG 格式，分辨率应符合设计要求。

(4) 印后工艺设置合理印后工艺应选择合理，并在设计文件中标明，确保实际生产中能够实现。

(5) 图文设计符合产品特点文字内容应准确，图文设计应与产品特点相匹配，传达正确的信息。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——数码相机外纸盒包装设计

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	包装展开图设计尺寸正确（刀版图需标注大小，刀版图大小符合同比例大小）	纸盒尺寸：298mm（长） × 200mm（宽） × 70mm（高）		
M2	2	包装效果图标明产品信息准确	产品特点（如 600 万像素 CCD、4 倍光学变焦、12 种拍摄模式）		
M3	2	文件保存格式准确	源文件（psd/AI/CDR） 与 JPG 格式		
M4	2	印后工艺标明合理的相关图层	镂空、印银等（需标明具体工艺的相关图层至少一个）		
M5	2	文图设计符合产品特点	做工精良、品质俱佳		
M6	2	文件尺寸像素正确	分辨率 A4 横版 150dpi		
M7	2	完成纸品包装结构的设计	纸盒结构准确，功能完善，能糊盒成型		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M8	2	完成纸品包装展开图的设计	结构准确，图文设计符合产品特点		
M9	2	完成纸品包装的印后工艺设置 相关文字说明	图层中存在文字图层标 明印后工艺，至少一个 图层说明工艺设置（如 镂空、印银等）		
M10	2	能运用图形、字体、色彩等要素 完成包装设计	图形、字体、色彩等设 计符合产品特点		
合计 配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——数码相机外纸盒包装设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	包装展开图设计完整且结构具有结构美感（2分），完全符合糊盒成型要求（2分）。包装符合对应品牌的功能性（1分）				
J2	5	包装效果图体现产品特点（2				

		分),具有较强的市场吸引力 (2分)。包装能激发消费者购买欲 (1分)				
J3	5	图形 (2分)、字体 (2分)、色彩 (1分) 搭配形式美强。				
J4	5	包装印后工艺设置合理,符合实际生产要求 (2分), 包装材料设定选择恰当,符合产品定位及环保要求 (2分)。包装整体视觉效果与品牌调性相符,能够提升产品附加值 (2分)。				
合计配分	20 分	合计得分				

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——运动鞋包装设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/233 文件夹下

2.工作任务

- (1) 命题设计：“ONITSUKA TIGER”运动鞋包装设计
- (2) 尺寸：440mm（长）×280mm（宽）×180 mm（高）

产品名称：“ONITSUKA TIGER”运动鞋

产品特点：专业、高品质、舒适

造商：中国采克公司

(3) 设计纸盒平面结构展开图及图文，分辨率至少为 150dpi，要求结构准确，功能完善，能糊盒成型，图文设计符合产品特点，素材任意选择，文字内容可以自行编辑加工，保存源文件与 JPG 格式。

(4) 电脑制作糊盒成型立体效果图一幅，印后工艺要标明（比如镂空、印银等）。

(5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能完成包装设计的风格定位，并选择合理的包装材料
- (2) 能正确绘制刀模图，标注大尺寸，区分压痕线和裁切线。
- (3) 能根据设计需求，选择合适的印后工艺，并在设计文件中标明。
- (4) 能运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计

4.质量指标

(1) 包装展开图功能结构完整且准确：展开图设计应包含所有必要的部分，尺寸准确，能够正确糊盒成型。

(2) 包装效果图美观且符合产品特点：效果图应展示包装的最终效果，设计美观，符合产品的定位和特点。

(3) 文件保存格式准确：保存的文件格式应符合要求，包括源文件和 JPG 格式，分辨率应符合设计要求。

(4) 印后工艺设置合理印后工艺应选择合理，并在设计文件中标明，确保实际生产中能够实现。

(5) 图文设计符合产品特点文字内容应准确，图文设计应与产品特点相匹配，传达正确的信息。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——运动鞋包装设计

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	包装展开图设计尺寸正确（刀版图需标注大小，刀版图大小符合同比例大小）	纸盒尺寸：440mm（长）×280mm（宽）×180mm（高）		
M2	2	包装效果图标明产品信息准确	产品名称：“ONITSUKA TIGER”运动鞋 产品特点：专业、高品质、舒适		
M3	2	文件保存格式准确	源文件（psd/AI/CDR）与JPG格式		
M4	2	印后工艺标明合理的相关图层	镂空、印银等（需标明具体工艺的相关图层至少一个）		
M5	2	文图设计符合产品特点	如流线型、运动感（设计需体现）		
M6	2	文件尺寸像素正确	分辨率A4横版150dpi		
M7	2	完成纸品包装结构的设计	纸盒结构准确，功能完善，能糊盒成型		
M8	2	完成纸品包装展开图的设计	结构准确，图文设计符合产品特点		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M9	2	完成纸品包装的印后工艺设置 相关文字说明	图层中存在文字图层标 明印后工艺，至少一个 图层说明工艺设置（如 镂空、印银等）		
M10	2	能运用图形、字体、色彩等要素 完成包装设计	图形、字体、色彩等设 计符合产品特点		
合计 配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——运动鞋包装设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	包装展开图设计完整且结构具有结构美感（2分），完全符合糊盒成型要求（2分）。包装符合对应品牌的功能性（1分）				
J2	5	包装效果图体现产品特点（2分），具有较强的市场吸引力（2分）。包装能激发消费者购买欲（1分）				
J3	5	图形（2分）、字体（2分）、色彩（1分）搭配形式美强。				
J4	5	包装印后工艺设置合理,符合实际生产要求（2分），包装材料设定选择恰当,符合产品定位及环保要求（2分）。包装整体视觉效果与品牌调性相符，能够提升产品附加值（2分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——红酒包装设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 统以上、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/234 文件夹下

2.工作任务

- (1) 命题设计：红酒纸盒包装设计
- (2) 纸盒尺寸：110mm（长）×110mm（宽）×250mm（高）

产品名称：琥珀梦红酒；包装上标语：一瓶红酒，永远朋友 (A Bottle Of Wine, Forever Friend)，
创立于 1998 年；包装盒采用 E 瓦楞材料，产品容量 500 毫升

(3) 设计纸盒平面结构展开图及图文，分辨率至少为 150dpi，要求结构准确，功能完善，
能糊盒成型，图文设计符合产品特点，素材任意选择，文字内容可以自行编辑加工，保存源
文件与 JPG 格式。

- (4) 电脑制作糊盒成型立体效果图一幅，印后工艺要标明（比如镂空、印银等）。
- (5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能完成包装设计的风格定位，并选择合理的包装材料
- (2) 能正确绘制刀模图，标注大尺寸，区分压痕线和裁切线。
- (3) 能根据设计需求，选择合适的印后工艺，并在设计文件中标明。
- (4) 能运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计

4.质量指标

(1) 包装展开图功能结构完整且准确：展开图设计应包含所有必要的部分，尺寸准确，能够正确糊盒成型。

(2) 包装效果图美观且符合产品特点：效果图应展示包装的最终效果，设计美观，符合产品的定位和特点。

(3) 文件保存格式准确：保存的文件格式应符合要求，包括源文件和 JPG 格式，分辨率应符合设计要求。

(4) 印后工艺设置合理印后工艺应选择合理，并在设计文件中标明，确保实际生产中能够实现。

(5) 图文设计符合产品特点文字内容应准确，图文设计应与产品特点相匹配，传达正确的信息。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——红酒包装设计

考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	包装展开图设计尺寸正确（刀版图需标注大小，刀版图大小符合图比例大小）	纸盒尺寸：110mm（长） × 110mm（宽） × 250mm（高）		
M2	2	包装效果图标明产品信息准确	产品名称：琥珀梦红酒；包装上标语：一瓶红酒，永远朋友（A Bottle Of Wine, Forever Friend），创立于1998年，产品容量500毫升		
M3	2	文件保存格式准确	源文件（psd/AI/CDR） 与JPG格式		
M4	2	印后工艺标明合理的相关图层	镂空、印银等（需标明具体工艺的相关图层至少一个）		
M5	2	文图设计符合产品特点	包装盒采用E瓦楞材料，文图符合材质特征		
M6	2	文件尺寸像素正确	分辨率A4横版150dpi		
M7	2	完成纸品包装结构的设计	纸盒结构准确，功能完善，能糊盒成型		
M8	2	完成纸品包装展开图的设计	结构准确，图文设计符合		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
			产品特点		
M9	2	完成纸品包装的印后工艺设置 相关文字说明	图层中存在文字图层标 明印后工艺，至少一个图 层说明工艺设置（如镂空、印银等）		
M10	2	能运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计	图形、字体、色彩等设计 符合产品特点		
合计配分	20分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——红酒包装设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	包装展开图设计完整且结构具有结构美感（2分），完全符合糊盒成型要求（2分）。包装符合对应品牌的功能性（1分）				
J2	5	包装效果图体现产品特点（2分），具有较强的市场吸引力（2分）。包装能激发消费者购买欲（1分）				
J3	5	图形（2分）、字体（2分）、色彩（1分）搭配形式美强。				
J4	5	包装印后工艺设置合理,符合实际生产要求（2分），包装材料设定选择恰当,符合产品定位及环保要求（2分）。包装整体视觉效果与品牌调性相符，能够提升产品附加值（2分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：包装设计——香浓咖啡包装设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、win 系统、Photoshop、Illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/235 文件夹下

2.工作任务

- (1) 命题设计：香浓咖啡包装设计
- (2) 纸盒尺寸：90mm（长）×40mm（宽）×550mm（高）

产品名称：香浓咖啡

容量：300ml

产品特点：浓厚醇香、纯正咖啡豆磨制

(3) 设计纸盒平面结构展开图及图文，分辨率至少为 150dpi，要求结构准确，功能完善，能糊盒成型，图文设计符合产品特点，素材任意选择，文字内容可以自行编辑加工，保存源文件与 JPG 格式。

(4) 电脑制作糊盒成型立体效果图一幅，印后工艺要标明（比如镂空、印银等）。

(5) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能完成包装设计的风格定位，并选择合理的包装材料
- (2) 能正确绘制刀模图，标注大尺寸，区分压痕线和裁切线。
- (3) 能根据设计需求，选择合适的印后工艺，并在设计文件中标明。
- (4) 能运用图形、字体、色彩等要素完成包装设计

4.质量指标

(1) 包装展开图功能结构完整且准确：展开图设计应包含所有必要的部分，尺寸准确，能够正确糊盒成型。

(2) 包装效果图美观且符合产品特点：效果图应展示包装的最终效果，设计美观，符合产品的定位和特点。

(3) 文件保存格式准确：保存的文件格式应符合要求，包括源文件和 JPG 格式，分辨率应符合设计要求。

(4) 印后工艺设置合理印后工艺应选择合理，并在设计文件中标明，确保实际生产中能够实现。

(5) 图文设计符合产品特点文字内容应准确，图文设计应与产品特点相匹配，传达正确的信息。

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：包装设计——香浓咖啡包装设计
 考核时间：110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	包装展开图设计尺寸正确（刀版图需标注大小，刀版图大小符合同比例大小）	纸盒尺寸：90mm（长） × 40mm（宽） × 550mm（高）		
M2	2	包装效果图标明产品信息准确	产品名称：香浓咖啡；容量：300ml；产品特点：浓厚醇香、纯正咖啡豆磨制		
M3	2	文件保存格式准确	源文件（psd/AI/CDR） 与 JPG 格式		
M4	2	印后工艺标明合理的相关图层	镂空、印银等（需标明具体工艺的相关图层至少一个）		
M5	2	文图设计符合产品特点	如浓厚醇香、纯正咖啡豆磨制（设计需体现）		
M6	2	文件尺寸像素正确	分辨率 A4 横版 150dpi		
M7	2	完成纸品包装结构的设计	纸盒结构准确，功能完善，能糊盒成型		
M8	2	完成纸品包装展开图的设计	结构准确，图文设计符		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
			合产品特点		
M9	2	完成纸品包装的印后工艺设置 相关文字说明	图层中存在文字图层标 明印后工艺，至少一个 图层说明工艺设置（如 镂空、印银等）		
M10	2	能运用图形、字体、色彩等要素 完成包装设计	图形、字体、色彩等设 计符合产品特点		
合计 配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：音乐类 APP 界面设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机，win 系统，Photoshop、Illustrator、XD；
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/241 文件夹下

2.工作任务

背景资料：

音乐是人们日常生活中，不可或缺的一种休闲方式，为了让人们享受到更专业的服务，音乐 App 应运而生出现在人们的视野中，这样能够更大程度的满足用户的需求。

- (1) 界面设计包括：首页和 1 个详情页；
- (2) 首页包含搜索、新专辑推荐、热门音乐排行列表等信息，标签栏包括：首页、发现、社区、我的；
- (3) 主页：音乐播放器页（用户可以播放、暂停、跳转歌曲，调节音量等功能）、详情页：歌曲列表页（用户可以浏览和选择自己喜欢的歌曲）；
- (4) App 页面规格 750*1334 像素，适配移动端；
- (5) 内容排版布置和字体安排合理；
- (6) 完成界面的高保真视觉设计，注重信息层次与模块分布；
- (7) 切图输出为 PNG 格式，命名规范，并进行基本标注；
- (8) 高保真视觉界面设计保存源文件格式和 jpg 格式；
- (9) 所有文件存储在桌面新建文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

(1) 能根据信息内容完成界面设计布局, 确保界面布局合理, 符合交互原型要求, 信息展示清晰。

(2) 能选择符合主题的界面风格, 并完成界面的高保真视觉设计, 确保界面风格符合音乐类 APP 的主题, 视觉设计完整、美观, 细节处理到位。

(3) 能运用界面设计软件进行切图与输出, 确保完成不同界面的尺寸标注, 切图准确, 输出格式符合要求。

4.质量指标

(1) 内容符合主题; 设计与内容音乐类 APP 主题高度相关, 无偏离主题的情况。

(2) 设计创新具有原创性; 设计具有创新性, 无抄袭或明显模仿痕迹, 体现个人风格。

(3) 界面页面编排美观; 页面布局美观, 元素排列整齐, 视觉效果舒适。

(4) 构图符合设计原则; 构图合理, 遵循设计原则 (如对称、平衡、对比等), 整体协调。

(5) 色彩运用协调合理; 色彩搭配协调, 符合音乐类 APP 的风格, 视觉上不刺眼、不混乱。

(6) 源文件图层需要分组, 确保文件结构清晰, 方便后续编辑和修改。

(7) 切图规范性: 切图命名、输出格式符合规范;

(8) 最终导出的文件需为 750*1334 像素; 必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式, 确保文件在打印和屏幕显示时都能具备良好的视觉效果和质量。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 音乐类 APP 界面设计

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	界面设计包含首页和至少 1 个详情页 (最少 2 个页面)	设计中必须包含首页和至少 1 个详情页, 总页面数不少于 2 个页面		
M2	2	首页包含搜索、新专辑推荐、热门音乐排行列表等信息, 标签栏包括: 首页、发现、社区、我的	首页必须包含搜索框、新专辑推荐区域、热门音乐排行列表, 标签栏必须包含“首页”“发现”“社区”“我的”四个标签		
M3	2	内容包括主页和列表页两个页面	主页和列表页		
M4	2	页面规格 750*1334 像素	页面尺寸必须为 750 像素×1334 像素		
M5	2	内容具有排版布置和字体布局	内容排版合理, 字体布局清晰, 符合设计要求		
M6	2	保存设计源文件(1 分) 和 jpg 格式(1 分)	必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式		
M7	2	分辨率 150	设计文件的分辨率必须为 150dpi		
M8	2	选择符合主题的界面风格, 并完成高保真视觉设计	界面风格必须符合音乐类 APP 的主题, 完成高保真视觉设计		
M9	2	完成不同界面的尺寸标注后进行切图	完成不同界面的尺寸标注, 并进行切图处理		
M10	2	切图后的文件夹输出符合规范要求	切图输出文件夹		
合计配分	20 分	合计得分			

考评员 (签名):

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：音乐类 APP 界面设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	界面设计完美契合主题（2分），功能布局精巧（1分），app符合用户体验性原则（2分）。				
J2	5	设计创新独特，具有高度的原创性（2分）和创意性（2分），app具有用户使用欲望（1分）				
J3	5	界面布局合理（2分），色彩搭配和谐（2分），视觉效果出色（1分）。				
J4	5	图标大小符合设计规范（2分），严格遵循设计原则（2分），元素安排精致（1分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：旅游类 APP 界面设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机，win 系统，Photoshop、Illustrator、XD；
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/242 文件夹下

2.工作任务

背景资料：

在我国旅游行业高速发展以及信息化技术普及应用的背景下，旅游类 APP 的产生与创新成为旅游行业现代化发展过程中的重要组成部分 备受人们的喜爱 基于社会的需求 旅游类 app 用户体验性的强化已成为旅游 app 研究的重要趋势。

- (1) 界面设计包括：首页和 1 个详情页；
- (2) 首页展示热门目的地、推荐景点、特价旅游线路等信息，首页标签栏包括：首页、行程、社区、我的；
- (3) 详情页：景点详细介绍页、景点推荐页、当地美食页、交通信息页（以上四个页面中至少选择一页）；
- (4) 页面规格 750*1334 像素，适配移动端；
- (5) 内容排版布置和字体安排合理；
- (6) 完成界面的高保真视觉设计，注重信息层次与模块分布；
- (7) 切图输出为 PNG 格式，命名规范，并进行基本标注；
- (8) 高保真视觉界面设计保存源文件格式和 jpg 格式；
- (9) 所有文件存储在桌面新建文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1)能根据信息内容完成界面设计布局, 确保界面布局合理, 符合交互原型要求, 信息展示清晰。
- (2)能选择符合主题的界面风格, 并完成界面的高保真视觉设计, 确保界面风格符合旅游类 APP 的主题, 视觉设计完整、美观, 细节处理到位。
- (3)能运用界面设计软件进行切图与输出, 确保完成不同界面的尺寸标注, 切图准确, 输出格式符合要求。

4.质量指标

- (1) 内容符合主题; 设计内容与旅游类 APP 主题高度相关, 无偏离主题的情况。
- (2) 设计创新具有原创性; 设计具有创新性, 无抄袭或明显模仿痕迹, 体现个人风格。
- (3) 界面页面编排美观; 页面布局美观, 元素排列整齐, 视觉效果舒适。
- (4) 构图符合设计原则; 构图合理, 遵循设计原则 (如对称、平衡、对比等), 整体协调。
- (5) 色彩运用协调合理; 色彩搭配协调, 符合旅游类 APP 的风格, 视觉上不刺眼、不混乱。
- (6) 源文件图层需要分组, 确保文件结构清晰, 方便后续编辑和修改。
- (7) 切图规范性: 切图命名、输出格式符合规范;
- (8) 最终导出的文件需为 750*1334 像素; 必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式, 确保文件在打印和屏幕显示时都能具备良好的视觉效果和质量。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 旅游类 APP 界面设计

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	界面设计包含首页和至少 1 个详情页 (最少 2 个页面)	设计中必须包含首页和至少 1 个详情页, 总页面数不少于 2 个页面		
M2	2	首页展示热门目的地、推荐景点、特价旅游线路等信息, 首页标签栏包括: 首页、行程、社区、我的	首页展示热门目的地、推荐景点、特价旅游线路等信息, 首页标签栏包括: 首页、行程、社区、我的四个标签		
M3	2	内容包括主页和列表页两个页面	主页和列表页		
M4	2	页面规格 750*1334 像素	页面尺寸必须为 750 像素×1334 像素		
M5	2	内容具有排版布置和字体布局	内容排版合理, 字体布局清晰, 符合设计要求		
M6	2	保存设计源文件(1 分) 和 jpg 格式(1 分)	必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式		
M7	2	分辨率 150	设计文件的分辨率必须为 150dpi		
M8	2	选择符合主题的界面风格, 并完成高保真视觉设计	界面风格必须符合旅游类 APP 的主题, 完成高保真视觉设计		
M9	2	完成不同界面的尺寸标注后进行切图	完成不同界面的尺寸标注, 并进行切图处理		
M10	2	切图后的文件夹输出符合规范要求	切图输出文件夹		

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
合计 配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广 告 设 计 师 （ 三 级 ） 操 作 技 能 考 核

试 题 评 分 表

准考证号：

试题代码：

试题名称：旅游类 APP 界面设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	界面设计完美契合主题（2分），功能布局精巧（1分），app符合用户体验性原则（2分）。				
J2	5	设计创新独特，具有高度的原创性（2分）和创意性（2分），app具有用户使用欲望（1分）				
J3	5	界面布局合理（2分），色彩搭配和谐（2分），视觉效果出色（1分）。				
J4	5	图标大小符合设计规范（2分），严格遵循设计原则（2分），元素安排精致（1分）。				
合计配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：健身类 APP 界面设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机，win 系统，Photoshop、Illustrator、XD；
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/243 文件夹下

2.工作任务

背景资料：

随着人们对自身健康关注度逐步提升，健康&健身产业在全球范围内也迎来了爆发性增长，更多的人愿意去尝试健身可穿戴设备、健身房与健身器材、健康应用，也投入了更多的时间、金钱去提升自己的健康水平。

- (1) 界面设计包括：首页和至少 1 个详情页（最少 2 个页面）；
- (2) 首页展示搜索、热门课程推荐、付费课推广等信息，标签栏包括：运动、社区、商城、我的；
- (3) 详情页：商城购买页、健身动态分享页、我的训练计划页、人气课程排行榜页（以上四个页面中至少选择一页）；
- (4) 页面规格 750*1334 像素，适配移动端；
- (5) 内容排版布置和字体安排合理；
- (6) 完成界面的高保真视觉设计，注重信息层次与模块分布；
- (7) 切图输出为 PNG 格式，命名规范，并进行基本标注；
- (8) 高保真视觉界面设计保存源文件格式和 jpg 格式；
- (9) 所有文件存储在桌面新建文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

(1) 能根据信息内容完成界面设计布局, 确保界面布局合理, 符合交互原型要求, 信息展示清晰。

(2) 能选择符合主题的界面风格, 并完成界面的高保真视觉设计, 确保界面风格符合健身类 APP 的主题, 视觉设计完整、美观, 细节处理到位。

(3) 能运用界面设计软件进行切图与输出, 确保完成不同界面的尺寸标注, 切图准确, 输出格式符合要求。

4.质量指标

(1) 内容符合主题; 设计内容与健身类 App 主题高度相关, 无偏离主题的情况。

(2) 设计创新具有原创性; 设计具有创新性, 无抄袭或明显模仿痕迹, 体现个人风格。

(3) 界面页面编排美观; 页面布局美观, 元素排列整齐, 视觉效果舒适。

(4) 构图符合设计原则; 构图合理, 遵循设计原则 (如对称、平衡、对比等), 整体协调。

(5) 色彩运用协调合理; 色彩搭配协调, 符合健身类 App 的风格, 视觉上不刺眼、不混乱。

(6) 源文件图层需要分组, 确保文件结构清晰, 方便后续编辑和修改。

(7) 切图规范性: 切图命名、输出格式符合规范;

(8) 最终导出的文件需为 750*1334 像素; 必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式, 确保文件在打印和屏幕显示时都能具备良好的视觉效果和质量。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 健身类 APP 界面设计

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	界面设计包含首页和至少 1 个详情页 (最少 2 个页面)	设计中必须包含首页和至少 1 个详情页, 总页面数不少于 2 个页面		
M2	2	首页包含搜索、热门课程推荐、付费课推广等信息, 标签栏包括: 运动、社区、商城、我的	首页必须包含搜索、热门课程推荐、付费课推广等信息, 标签栏必须包括“运动”“社区”“商城”“我的”		
M3	2	详情页至少包含商城购买页、健身动态分享页、我的训练计划页、人气课程排行榜页中的一页	详情页必须包含以下页面中的至少一页: 商城购买页、健身动态分享页、我的训练计划页、人气课程排行榜页		
M4	2	页面规格 750*1334 像素	页面尺寸必须为 750 像素 × 1334 像素		
M5	2	内容具有排版布置和字体布局	内容排版合理, 字体布局清晰, 符合设计要求		
M6	2	保存设计源文件(1 分) 和 jpg 格式(1 分)	必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 或 CDR 格式), 并导出为 JPG 格式		
M7	2	分辨率 150	设计文件的分辨率必须为 150dpi		
M8	2	选择符合主题的界面风格, 并完成高保真视觉设计	界面风格符合健身类 APP 主题, 完成高保真视觉设计		
M9	2	完成不同界面的尺寸标注后进行切图	完成不同界面的尺寸标注, 并进行切图处理		

细则 编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M10	2	完成不同界面的尺寸 标注后进行输出	完成不同界面的尺寸标注，并进 行输出处理		
合计 配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：健身类 APP 界面设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	界面设计完美契合主题 (2 分), 功能布局精巧 (1 分), 用户体验佳 (2 分)。				
J2	5	设计创新独特, 具有高度的原创性 (3 分) 和创意性 (2 分)。				
J3	5	界面页面编排精美 (2 分), 色彩搭配和谐 (2 分), 视觉效果出色 (1 分)。				
J4	5	整体构图协调 (2 分), 严格遵循设计原则 (2 分), 元素安排精致 (1 分)。				
合计配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：食谱类 APP 界面设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机，win 系统，Photoshop、Illustrator、XD；
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/244 文件夹下

2.工作任务

背景资料：

根据调查发现，目前食谱类 app 种类较多，主要使用者都为一二线城市 20-35 岁年轻上班族和家庭主妇，但相对于整个目标用户群来说真正使用者数量占比仍然较小，而正常上班情况往往日常饮食都是随意解决。

- (1) 界面设计包括：首页和 1 个详情页；
- (2) 首页包含搜索、美食广告 Banner、热门食谱推荐等信息，首页标签栏包括：首页、市集、课堂、我的；
- (3) 详情页包括：热门菜品推荐列表页
- (4) App 页面规格 750*1334 像素，适配移动端；
- (5) 内容排版布置和字体安排合理；
- (6) 完成界面的高保真视觉设计，注重信息层次与模块分布；
- (7) 切图输出为 PNG 格式，命名规范，并进行基本标注；
- (8) 高保真视觉界面设计保存源文件格式和 jpg 格式；
- (9) 所有文件存储在桌面新建文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据信息内容完成界面设计布局, 确保界面布局合理, 符合交互原型要求, 信息展示清晰。
- (2) 能选择符合主题的界面风格, 并完成界面的高保真视觉设计, 确保界面风格符合食谱类 APP 的主题, 视觉设计完整、美观, 细节处理到位。
- (3) 能运用界面设计软件进行切图与输出, 确保完成不同界面的尺寸标注, 切图准确, 输出格式符合要求。

4.质量指标

- (1) 内容符合主题; 设计内容与食谱类 APP 主题高度相关, 无偏离主题的情况。
- (2) 设计创新具有原创性; 设计具有创新性, 无抄袭或明显模仿痕迹, 体现个人风格。
- (3) 界面页面编排美观; 页面布局美观, 元素排列整齐, 视觉效果舒适。
- (4) 构图符合设计原则; 构图合理, 遵循设计原则 (如对称、平衡、对比等), 整体协调。
- (5) 色彩运用协调合理; 色彩搭配协调, 符合食谱类 APP 的风格, 视觉上不刺眼、不混乱。
- (6) 源文件图层需要分组, 确保文件结构清晰, 方便后续编辑和修改。
- (7) 切图规范性: 切图命名、输出格式符合规范;
- (8) 最终导出的文件需为 750*1334 像素; 必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式, 确保文件在打印和屏幕显示时都能具备良好的视觉效果和质量。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 食谱类 APP 界面设计

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	界面设计包含首页和至少 1 个详情页 (最少 2 个页面)	设计中必须包含首页和至少 1 个详情页, 总页面数不少于 2 个页面		
M2	2	首页包含搜索、美食广告 Banner、热门食谱推荐等信息, 首页标签栏包括: 首页、市集、课堂、我的	首页包含搜索、美食广告 Banner、热门食谱推荐等信息, 首页标签栏包括: 首页、市集、课堂、我的四个标签		
M3	2	内容包括主页和列表页两个页面	主页和列表页		
M4	2	页面规格 750*1334 像素	页面尺寸必须为 750 像素×1334 像素		
M5	2	内容具有排版布置和字体布局	内容排版合理, 字体布局清晰, 符合设计要求		
M6	2	保存设计源文件(1 分) 和 jpg 格式(1 分)	必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式		
M7	2	分辨率 150	设计文件的分辨率必须为 150dpi		
M8	2	选择符合主题的界面风格, 并完成高保真视觉设计	界面风格必须符合食谱类 APP 的主题, 完成高保真视觉设计		
M9	2	完成不同界面的尺寸标注后进行切图	完成不同界面的尺寸标注, 并进行切图处理		
M10	2	切图后的文件夹输出符合规范要求	切图输出文件夹		
合计配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：食谱类 APP 界面设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	界面设计完美契合主题（2分），功能布局精巧（1分），app符合用户体验性原则（2分）。				
J2	5	设计创新独特，具有高度的原创性（2分）和创意性（2分），app具有用户使用欲望（1分）				
J3	5	界面布局合理（2分），色彩搭配和谐（2分），视觉效果出色（1分）。				
J4	5	图标大小符合设计规范（2分），严格遵循设计原则（2分），元素安排精致（1分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：社交类 APP 界面设计

考核时间：110min

1.场地设备要求

- (1) PC 机，win 系统，Photoshop、Illustrator、XD；
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/245 文件夹下

2.工作任务

背景资料：

现在的年轻很累，没时间去交朋友，所以手机社交 APP 成了他们的首选社交方式，需要社交维持人脉，稳定利益来往，目前微信、QQ 作为典型的社交工具，早已经成了生活经常使用产品。

- (1) 界面设计包括：首页和 1 个详情页；
- (2) 首页包含通知、交友活动推广 banner 图、可能认识的人（推荐列表）等信息，标签栏包含：发现（即首页）、社区、消息、我的；；
- (3) 主页详情页包括：交友活动详情介绍页、消息列表页、社区动态分享详情页；
- (4) App 页面规格 750*1334 像素，分辨率 150；
- (5) 内容排版布置和字体安排合理；
- (6) 完成界面的高保真视觉设计，注重信息层次与模块分布；
- (7) 切图输出为 PNG 格式，命名规范，并进行基本标注；
- (8) 高保真视觉界面设计保存源文件格式和 jpg 格式；
- (9) 所有文件存储在桌面新建文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据信息内容完成界面设计布局，确保界面布局合理，符合交互原型要求，信息展

示清晰。

(2) 能选择符合主题的界面风格，并完成界面的高保真视觉设计，确保界面风格符合社交类 APP 的主题，视觉设计完整、美观，细节处理到位。

(3) 能运用界面设计软件进行切图与输出，确保完成不同界面的尺寸标注，切图准确，输出格式符合要求。

4.质量指标

(1) 内容符合主题；设计内容与社交类 APP 主题高度相关，无偏离主题的情况。

(2) 设计创新具有原创性；设计具有创新性，无抄袭或明显模仿痕迹，体现个人风格。

(3) 界面页面编排美观；页面布局美观，元素排列整齐，视觉效果舒适。

(4) 构图符合设计原则；构图合理，遵循设计原则（如对称、平衡、对比等），整体协调。

(5) 色彩运用协调合理；色彩搭配协调，符合社交类 APP 的风格，视觉上不刺眼、不混乱。

(6) 源文件图层需要分组，确保文件结构清晰，方便后续编辑和修改。

(7) 切图规范性：切图命名、输出格式符合规范；

(8) 最终导出的文件需为 750*1334 像素；必须保存设计源文件（如 PSD 或 AI 格式），并导出为 JPG 格式，确保文件在打印和屏幕显示时都能具备良好的视觉效果和质量。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码:

试题名称: 社交类 APP 界面设计

考核时间: 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	界面设计包含首页和至少 1 个详情页 (最少 2 个页面)	设计中必须包含首页和至少 1 个详情页, 总页面数不少于 2 个页面		
M2	2	首页包含通知、交友活动推广 banner 图、可能认识的人 (推荐列表) 等信息, 标签栏包含: 发现 (即首页)、社区、消息、我的	首页包含通知、交友活动推广 banner 图、可能认识的人 (推荐列表) 等信息, 标签栏包含: 发现 (即首页)、社区、消息、我的四个标签		
M3	2	内容包括主页和列表页两个页面	主页和列表页		
M4	2	页面规格 750*1334 像素	页面尺寸必须为 750 像素×1334 像素		
M5	2	内容具有排版布置和字体布局	内容排版合理, 字体布局清晰, 符合设计要求		
M6	2	保存设计源文件(1 分) 和 jpg 格式(1 分)	必须保存设计源文件 (如 PSD 或 AI 格式), 并导出为 JPG 格式		
M7	2	分辨率 150	设计文件的分辨率必须为 150dpi		
M8	2	选择符合主题的界面风格, 并完成高保真视觉设计	界面风格必须符合社交类 APP 的主题, 完成高保真视觉设计		
M9	2	完成不同界面的尺寸标注后进行切图	完成不同界面的尺寸标注, 并进行切图处理		
M10	2	切图后的文件夹输出	切图输出文件夹		

细则 编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
		符合规范要求			
合计 配分	20 分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：社交类 APP 界面设计

考核时间：110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	界面设计完美契合主题（2分），功能布局精巧（1分），app符合用户体验性原则（2分）。				
J2	5	设计创新独特，具有高度的原创性（2分）和创意性（2分），app具有用户使用欲望（1分）				
J3	5	界面布局合理（2分），色彩搭配和谐（2分），视觉效果出色（1分）。				
J4	5	图标大小符合设计规范（2分），严格遵循设计原则（2分），元素安排精致（1分）。				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：草莓包装平面设计稿文件校对

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 311 中；

2.工作任务

某品牌准备为其包装设计稿进行印刷，校对设计文件以下项目是否符合规范，并做出必要印刷前调整：

- (1) 标注显示设计稿尺寸；
- (2) 文件尺寸：设置 3mm 出血；
- (3) 色彩模式：设置为 CMYK 模式；
- (4) 图片嵌入：将图片素材设置为嵌入；
- (5) 字体检查：所有字体需转曲。
- (6) 校对好后保存源文件和 pdf 预览文件
- (7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能标注设计稿尺寸；
- (2) 能设置出血线；
- (3) 能检查并完成字体转曲；
- (4) 检查并设置图片嵌入与色彩模式；

4.质量指标

- (1) 校对准确性：文件尺寸、色彩模式、出血位调整符合印刷要求；

- (2) 字体处理规范：所有字体均已转曲，文件中无遗留字体；
- (3) 图片嵌入，防止丢失；
- (3) 文件存储格式准确。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：草莓包装平面设计稿文件校对

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	标注设计稿尺寸	规定外尺寸		
M2	3	设置 3mm 出血	正确设置 3mm 出血；得 3 分，4 边缺一边就不得分		
M3	3	色彩模式设置正确	色彩模式设置为 CMYK		
M4	3	设置图片嵌入	设置了图片嵌入		
M5	3	设置字体转曲	完成字体转曲，文件中无遗留字体		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：方便面塑料袋包装平面设计稿文件校对

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 312 中；

2.工作任务

某品牌准备为其包装设计稿进行印刷，校对设计文件以下项目是否符合规范，并做出必要印前调整：

- (1) 标注显示设计稿尺寸；
- (2) 文件尺寸：设置 3mm 出血；
- (3) 色彩模式：设置为 CMYK 模式；
- (4) 图片嵌入：将图片素材设置为嵌入；
- (5) 字体检查：所有字体需转曲。
- (6) 校对好后保存源文件和 pdf 预览文件
- (7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能标注设计稿尺寸；
- (2) 能设置出血线；
- (3) 能检查并完成字体转曲；
- (4) 能设置图片嵌入与色彩模式；

4.质量指标

- (1) 校对准确性：文件尺寸、色彩模式、出血位调整符合印刷要求；

- (2) 字体处理规范：所有字体均已转曲，文件中无遗留字体；
- (3) 图片嵌入，防止丢失；
- (3) 文件存储格式准确。

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：方便面塑料袋包装平面设计稿文件校对

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	标注设计稿尺寸	规定外尺寸		
M2	3	设置 3mm 出血	正确设置 3mm 出血；得 3 分，4 边缺一边就不得分		
M3	3	色彩模式设置正确	色彩模式设置为 CMYK		
M4	3	设置图片嵌入	设置了图片嵌入		
M5	3	设置字体转曲	完成字体转曲，文件中无遗留字体		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：普洱茶包装平面设计稿文件校对

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 313 中；

2.工作任务

某品牌准备为其包装设计稿进行印刷，校对设计文件以下项目是否符合规范，并做出必要印刷前调整：

- (1) 标注显示设计稿尺寸；
- (2) 文件尺寸：设置 3mm 出血；
- (3) 色彩模式：设置为 CMYK 模式；
- (4) 图片嵌入：将图片素材设置为嵌入；
- (5) 字体检查：所有字体需转曲。
- (6) 校对好后保存源文件和 pdf 预览文件
- (7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能标注设计稿尺寸；
- (2) 能设置出血线；
- (3) 能检查并完成字体转曲；
- (4) 能设置图片嵌入与色彩模式；

4.质量指标

- (1) 校对准确性：文件尺寸、色彩模式、出血位调整符合印刷要求；

- (2) 字体处理规范：所有字体均已转曲，文件中无遗留字体；
- (3) 图片嵌入，防止丢失；
- (3) 文件存储格式准确。

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：普洱茶包装平面设计稿文件校对

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	标注设计稿尺寸	规定外尺寸		
M2	3	设置 3mm 出血	正确设置 3mm 出血；得 3 分，4 边缺一边就不得分		
M3	3	色彩模式设置正确	色彩模式设置为 CMYK		
M4	3	设置图片嵌入	设置了图片嵌入		
M5	3	设置字体转曲	完成字体转曲，文件中无遗留字体		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：果酱塑料罐瓶贴平面设计稿文件校对

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 314 中；

2.工作任务

某品牌准备为其包装设计稿进行印刷，校对设计文件以下项目是否符合规范，并做出必要印前调整：

- (1) 标注显示设计稿尺寸；
- (2) 文件尺寸：设置 3mm 出血；
- (3) 色彩模式：设置为 CMYK 模式；
- (4) 图片嵌入：将图片素材设置为嵌入；
- (5) 字体检查：所有字体需转曲。
- (6) 校对好后保存源文件和 pdf 预览文件
- (7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能标注设计稿尺寸；
- (2) 能设置出血线；
- (3) 能检查并完成字体转曲；
- (4) 能设置图片嵌入与色彩模式；

4.质量指标

- (1) 校对准确性：文件尺寸、色彩模式、出血位调整符合印刷要求；

- (2) 字体处理规范：所有字体均已转曲，文件中无遗留字体；
- (3) 图片嵌入，防止丢失；
- (3) 文件存储格式准确。

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：果酱塑料罐瓶贴平面设计稿文件校对

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	标注设计稿尺寸	规定外尺寸		
M2	3	设置 3mm 出血	正确设置 3mm 出血；得 3 分，4 边缺一边就不得分		
M3	3	色彩模式设置正确	色彩模式设置为 CMYK		
M4	3	设置图片嵌入	设置了图片嵌入		
M5	3	设置字体转曲	完成字体转曲，文件中无遗留字体		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：啤酒易拉罐瓶贴平面设计稿文件校对

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 315 中；

2.工作任务

某品牌准备为其包装设计稿进行印刷，校对设计文件以下项目是否符合规范，并做出必要印刷前调整：

- (1) 标注显示设计稿尺寸；
- (2) 文件尺寸：设置 3mm 出血；
- (3) 色彩模式：设置为 CMYK 模式；
- (4) 图片嵌入：将图片素材设置为嵌入；
- (5) 字体检查：所有字体需转曲。
- (6) 校对好后保存源文件和 pdf 预览文件
- (7) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能标注设计稿尺寸；
- (2) 能设置出血线；
- (3) 能检查并完成字体转曲；
- (4) 能设置图片嵌入与色彩模式；

4.质量指标

- (1) 校对准确性：文件尺寸、色彩模式、出血位调整符合印刷要求；

- (2) 字体处理规范：所有字体均已转曲，文件中无遗留字体；
- (3) 图片嵌入，防止丢失；
- (3) 文件存储格式准确。

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：啤酒易拉罐瓶贴平面设计稿文件校对

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	标注设计稿尺寸	规定外尺寸		
M2	3	设置 3mm 出血	正确设置 3mm 出血；得 3 分，4 边缺一边就不得分		
M3	3	色彩模式设置正确	色彩模式设置为 CMYK		
M4	3	设置图片嵌入	设置了图片嵌入		
M5	3	设置字体转曲	完成字体转曲，文件中无遗留字体		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：数据线纸盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 321 中；

2.工作任务

某品牌需要为其设计的稿件进行印刷，您已设计完成设计与校对工作，需要按照客户及印前要求输出最终文件，具体任务如下：

- (1) 以拼版形式输出，横向 3 个，纵向 2 个，要求拼版符合工艺要求；
- (2) 以印刷用 PDF 文件，Adobe pdf 预设为高质量打印模式，输出的最终文件要求标记所有印刷标记，标记类型：西式，裁切线标记粗细：0.25pt；
- (3) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据印刷需求完成对文件的输出与存储工作；
- (2) 能根据拼版印刷方式要求完成指定规格拼版；
- (3) 能根据印刷工艺要求完成印前设置；

4.质量指标

- (1) 拼版文件内容完整，排列准确，标记正确
- (2) 印前设置准确；

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：数据线纸盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	拼版形式符合工艺要求	横向 3 个, 纵向 2 个, 拼版符合工艺要求		
M2	3	输出高质量打印格式	Adobe pdf 预设选择 高质量打印模式		
M3	3	添加所有印刷标记	有裁切标记、套准标 记、颜色条、页面信 息;		
M4	3	印刷标记类型正确	西式		
M5	3	裁切标记线粗细正确	0.25pt		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：烧水壶纸盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 322 中；

2.工作任务

某品牌需要为其设计的稿件进行印刷，您已设计完成设计与校对工作，需要按照客户及印前要求输出最终文件，具体任务如下：

- (1) 以拼版形式输出，横向 3 个，纵向 3 个，要求拼版符合工艺要求；
- (2) 以印刷用 PDF 文件，Adobe pdf 预设为高质量打印模式，输出的最终文件要求标记所有印刷标记，标记类型：西式，裁切线标记粗细：0.25pt；
- (3) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据印刷需求完成对文件的输出与存储工作；
- (2) 能根据拼版印刷方式要求完成指定规格拼版；
- (3) 能根据印刷工艺要求完成印前设置；

4.质量指标

- (1) 拼版文件内容完整，排列准确，标记正确
- (2) 印前设置准确；

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：烧水壶纸盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	拼版形式符合工艺要求	横向 3 个, 纵向 3 个, 拼版符合工艺要求		
M2	3	输出高质量打印格式	Adobe pdf 预设选择 高质量打印模式		
M3	3	添加所有印刷标记	有裁切标记、套准标 记、颜色条、页面信 息;		
M4	3	印刷标记类型正确	西式		
M5	3	裁切标记线粗细正确	0.25pt		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：灯泡包装盒平面设计印前文件输出

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 323 中；

2.工作任务

某品牌需要为其设计的稿件进行印刷，您已设计完成设计与校对工作，需要按照客户及印前要求输出最终文件，具体任务如下：

- (1) 以拼版形式输出，横向 2 个，纵向 2 个，要求拼版符合工艺要求；
- (2) 以印刷用 PDF 文件，Adobe pdf 预设为高质量打印模式，输出的最终文件要求标记所有印刷标记，标记类型：西式，裁切线标记粗细：0.25pt；
- (3) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据印刷需求完成对文件的输出与存储工作；
- (2) 能根据拼版印刷方式要求完成指定规格拼版；
- (3) 能根据印刷工艺要求完成印前设置；

4.质量指标

- (1) 拼版文件内容完整，排列准确，标记正确
- (2) 印前设置准确；

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：灯泡包装盒平面设计印前文件输出

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	拼版形式符合工艺要求	横向 2 个, 纵向 2 个, 拼版符合工艺要求		
M2	3	输出高质量打印格式	Adobe pdf 预设选择 高质量打印模式		
M3	3	添加所有印刷标记	有裁切标记、套准标 记、颜色条、页面信 息;		
M4	3	印刷标记类型正确	西式		
M5	3	裁切标记线粗细正确	0.25pt		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：牙膏纸盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 324 中；

2.工作任务

某品牌需要为其设计的稿件进行印刷，您已设计完成设计与校对工作，需要按照客户及印前要求输出最终文件，具体任务如下：

- (1) 以拼版形式输出，横向 4 个，纵向 3 个，要求拼版符合工艺要求；
- (2) 以印刷用 PDF 文件，Adobe pdf 预设为高质量打印模式，输出的最终文件要求标记所有印刷标记，标记类型：西式，裁切线标记粗细：0.25pt；
- (3) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据印刷需求完成对文件的输出与存储工作；
- (2) 能根据拼版印刷方式要求完成指定规格拼版；
- (3) 能根据印刷工艺要求完成印前设置；

4.质量指标

- (1) 拼版文件内容完整，排列准确，标记正确
- (2) 印前设置准确；

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：

试题名称：牙膏纸盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	拼版形式符合工艺要求	横向 4 个, 纵向 3 个, 拼版符合工艺要求		
M2	3	输出高质量打印格式	Adobe pdf 预设选择 高质量打印模式		
M3	3	添加所有印刷标记	有裁切标记、套准标 记、颜色条、页面信 息;		
M4	3	印刷标记类型正确	西式		
M5	3	裁切标记线粗细正确	0.25pt		
合计配分	15	合计得分			

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：

试题名称：牛肉手提盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 325 中；

2.工作任务

某品牌需要为其设计的稿件进行印刷，您已设计完成设计与校对工作，需要按照客户及印前要求输出最终文件，具体任务如下：

- (1) 以拼版形式输出，横向 2 个，纵向 2 个，要求拼版符合工艺要求；
- (2) 以印刷用 PDF 文件，Adobe pdf 预设为高质量打印模式，输出的最终文件要求标记所有印刷标记，标记类型：西式，裁切线标记粗细：0.25pt；
- (3) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据印刷需求完成对文件的输出与存储工作；
- (2) 能根据拼版印刷方式要求完成指定规格拼版；
- (3) 能根据印刷工艺要求完成印前设置；

4.质量指标

- (1) 拼版文件内容完整，排列准确，标记正确
- (2) 印前设置准确；

广告设计师（三级）操作技能考核
 试题评分表

准考证号：
 试题代码：
 试题名称：牛肉手提盒包装平面设计印前文件输出
 考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	拼版形式符合工艺要求	横向 2 个, 纵向 2 个, 拼版符合工艺要求		
M2	3	输出高质量打印格式	Adobe pdf 预设选择 高质量打印模式		
M3	3	添加所有印刷标记	有裁切标记、套准标 记、颜色条、页面信 息;		
M4	3	印刷标记类型正确	西式		
M5	3	裁切标记线粗细正确	0.25pt		
合计配分	15	合计得分			

第 5 部分

理论知识考试模拟试卷及答案

广告设计师（三级）理论知识试卷

注 意 事 项

- 1. 考试时间：90min。
- 2. 请首先按要求在试卷的标封处填写您的姓名、准考证号和所在单位的名称。
- 3. 请仔细阅读各种题目的回答要求，在规定的位置填写您的答案。
- 4. 不要在试卷上乱写乱画，不要在标封区填写无关的内容。

	一	二	三	总 分
得 分				

得 分	
评分人	

一、判断题（第 1 题～第 40 题。将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”。每题 0.5 分，满分 20 分）。

- 1. 覆膜工艺可增强纸品包装的防水性和耐磨性，但会影响环保性，因其增加了纸张回收的难度。 ()
- 2. 数码印刷是一种经济高效的印刷方式，适合大批量生产的纸品包装印刷需求，因其输出速度快且印刷质量稳定。 ()
- 3. 吊空盒结构通过将产品悬浮于盒内，使其免受盒体碰撞，适合用于高端易碎产品的包装。 ()
- 4. 轻量化设计原则可减少纸品包装的材料用量，降低成本，但通常会牺牲包装的强度和保护性能。 ()

5. 在概念草图中，线条的流畅度和速度优先于精确性，以确保视觉表达的动态感和轻松感。 ()
6. 在数字绘画中，使用更高的 DPI 设置会增加文件的分辨率，但不会影响打印质量。 ()
7. 信守承诺仅适用于对客户的服务，不包含对团队和合作伙伴的职责履行。 ()
8. 时尚行业的版式设计更注重个性化和创新性，因此通常采用大胆的色彩和排版，以吸引观众的注意力。 ()
9. 在图文排版中，文字和图片应该占据相同的视觉空间，以达到对称和平衡。 ()
10. 在信息传达中，视觉引导不仅包括内容的排列，还涉及元素之间的距离，以便控制读者的阅读节奏。 ()
11. 在设计中，使用高饱和度的色彩可以吸引观众的目光，因此通常用于需要突出和引导视线的关键元素。 ()
12. 网格系统可以帮助设计师在页面中保持一致的布局 and 比例，使不同内容块之间的排列和对齐更加规范。 ()
13. 纸板包装盒通常适合用于零售和礼品包装，因其材质坚固且易于印刷美观的图案。 ()
14. 瓦楞纸在覆膜工艺中表现较差，因此一般不适合使用亮面或哑面覆膜加工。 ()
15. 为了增强产品展示效果，开窗盒通常会在所有侧面设计透明窗口，便于从不同角度观察产品。 ()
16. 柔和的水性光油能增加包装的光泽度和耐磨性，同时符合环保要求，适用于食品级包装。 ()
17. 空隙率计算时，只需考虑产品在包装中的正面和底部空隙，而无需计算侧面空隙。 ()
18. 在为不同尺寸设备设计图标时，增加细节是确保图标在大屏幕上更为清晰的有效方法。 ()
19. TIFF 文件格式支持无损压缩，因此适合存储高分辨率图像用于印刷和专业设计。 ()
20. 出血设置只适用于印刷品设计，对于数字内容或网页设计可以忽略。 ()

21. EPS 文件的兼容性较低，因此在跨平台传输时可能会导致内容显示错误，不适合多设备协作。 ()

22. 色彩管理的主要目的是在不同设备之间保持颜色的一致性，因此需要确保每个设备都使用同样的色彩模式。 ()

23.色彩的对比度越强，能有效增强信息的层次感，但过度对比会导致视觉冲突，影响整体和谐。 ()

24. 制定版式设计提案时，设计元素的布局和配色必须在提案阶段完全确定，避免后续的调整和修改。 ()

25. 明度是指颜色的纯净程度，因此增加明度会使颜色显得更加鲜艳。 ()

26. 色彩心理学中的“颜色联想”认为，人们对颜色的反应完全取决于个人偏好，而不受文化背景影响。 ()

27. 5C 分析模型在广告设计定位中主要关注竞争者和消费者，但忽略了公司内部资源的影响。 ()

28. 根据《食品安全法》，任何食品生产经营者均不得在食品中添加药品，保健食品除外。 ()

29. 在数字绘画中，使用更高的 DPI 设置会增加文件的分辨率，但不会影响打印质量。 ()

30. 在界面设计中，用户体验的核心原则之一是信息层级的清晰化，以确保用户能够快速找到所需信息。 ()

31. 在字体设计中，字体的可读性和辨识度是设计中最重要考虑因素之一。 ()

32. 在版式设计中，网格系统的使用可以增强版面的秩序感，但过度依赖网格会限制版式的灵活性和创意表现。 ()

33. 在构图中，黄金比例被视为最理想的比例关系，广泛应用于设计中。 ()

34. 在视频编辑中，分辨率设置只需要考虑输出设备，而不需要考虑素材本身的质量。 ()

35. 在使用图像处理软件时，调整图层不透明度可以实现对图像透明度的控制，但不会影响图像的颜色效果。 ()

36. 公益广告的主要功能是提升企业形象，而非直接促进产品销售。 ()

37. 广告预算分配时，应优先考虑的因素是目标市场的覆盖率和目标受众的接触频率。 ()

38. 广告具有经济、文化和社会多重功能, 其中经济功能表现为促进销售和消费。()
39. 职业道德监督的重点在于事后纠正行为, 不需要对从业者的日常工作进行跟踪和预警。()
40. 包装设计中的绿色环保标识可以随意使用, 只要设计符合美观和品牌需求, 而不必经过认证或审核。()

得 分	
评分人	

二、单项选择（第 1 题 ~ 第 140 题。选择一个正确的答案, 将相应的字母填入题内的括号中。每题 0.5 分, 满分 70 分。）

1. () 最能体现职业道德的定义。
- A. 行业内的技术和艺术标准 B. 广告设计师的工作效率和创新能力
- C. 与客户合作的经济利益最大化 D. 在职业活动中遵循的道德准则和行为规范
2. 在职业道德的构成要素中, 社会责任的主要表现是 () 。
- A. 遵守客户需求, 完成合同要求 B. 关注职业行为对社会和公众的影响
- C. 提升从业者的专业技能水平 D. 优化行业内部的竞争环境
3. 广告市场调研中二手数据的来源是 () 。
- A. 实地调查数据 B. 实验室实验结果
- C. 焦点小组访谈记录 D. 行业报告和政府统计数据
4. 广告创意中, () 最能帮助形成品牌记忆点。
- A. 高频次的广告投放 B. 简洁的广告文案
- C. 独特的视觉符号或角色 D. 大面积的色彩应用
5. 在设计美学中, 强调“少即是多”理念的设计风格是 () 。
- A. 极简主义 B. 巴洛克风格 C. 装饰艺术风格 D. 新古典主义
6. 在商品的生命周期中, 哪一阶段的提醒消费者持续关注产品作为广告主要目的阶段是 () 。
- A. 开发期广告 B. 成长期广告 C. 成熟期广告 D. 衰退期广告
7. 以其轻质和高强度而广泛应用于现代产品设计中的材料是 () 。
- A. 木材 B. 玻璃 C. 碳纤维 D. 陶瓷

8. 在矢量图形设计中，贝塞尔曲线的主要作用是（ ）。
- A. 创建平滑的曲线和路径 B. 填充对象的颜色
- C. 调整图形的透明度 D. 创建渐变效果
9. 最适合用于排版设计文档最终输出的文件格式是（ ）。
- A. JPEG B. PNG C. PDF D. GIF
10. 视频编辑软件中的“关键帧”功能主要用于（ ）。
- A. 裁剪视频片段长度 B. 制作动画效果并控制属性变化
- C. 调整视频的播放速度 D. 合并多个视频文件
11. 在构图中，使用高对比度的色彩组合主要是为了（ ）。
- A. 创造和谐 B. 减少视觉疲劳 C. 传达复杂信息 D. 吸引注意力
12. 在色彩的三要素中，决定颜色明暗程度的是（ ）。
- A. 明度 B. 色相 C. 饱和度 D. 纯度
13. 在图像的不同文件格式中，适合保存矢量图形且支持缩放不失真的格式是（ ）。
- A. PNG B. JPEG C. GIF D. SVG
14. 对于敏感性较高的归档文件，最安全的访问控制方式是（ ）。
- A. 共享链接访问 B. 定期下载备份
- C. 公共网络存储 D. 多重身份认证和访问权限限制
15. 在标志设计中，首要考虑的原则是（ ）。
- A. 追求视觉冲击力 B. 使用最新的设计趋势
- C. 确保标志的识别性和可读性 D. 添加复杂的装饰元素
16. 在海报设计中，色彩的选择应主要考虑（ ）。
- A. 流行趋势 B. 设计师的个人喜好
- C. 背景图案的复杂度 D. 与主题和目标受众的匹配性
17. 养老护理是一项能为社会所有成员带来（ ）的社会公益性工作。
- A. 集体利益 B. 个人利益 C. 国家利益 D. 公共利益
18. 在设计品牌标志时，最优先考虑的设计原则是（D）。
- A. 复杂性 B. 装饰性 C. 象征性 D. 易识别性
19. 设计界面时，用户点击按钮后无响应的时间应保持在（ ）秒以内，以确保良好的用户体验。
- A. 0.1 秒以内 B. 0.5 秒以内 C. 1 秒以内 D. 2 秒以内

20. 在动态图形设计中,“遮罩”技术通常用于的目的是()。
- A. 增加颜色层次 B. 提高帧率
C. 限制图形的可见范围 D. 创建路径动画
21. 在新媒体中,为了提高用户对内容的参与度,最为有效的策略是()。
- A. 互动内容设计 B. 高频内容更新 C. 增加广告推送 D. 固定发布时间
22. 数字雕刻过程中,为了实现细致的纹理效果,最常用的方法是()。
- A. 法线贴图 B. 渲染输出 C. HDR 合成 D. 色彩分级
23. 在内容上需要注明“广告”标识,以避免误导消费者的广告形式是()。
- A. 公益广告 B. 软文广告 C. 公告性广告 D. 企业活动广告
24. 根据《商标法》,不是商标注册申请必备条件的是()。
- A. 商标图样 B. 申请人信息
C. 产品市场推广计划 D. 指定的商品或服务类别
25. 可以在标签上不标明其具体配料成分的产品是()。
- A. 预包装食品 B. 鲜肉类产品 C. 加工食品 D. 保健食品
26. 广告设计定位的最终目的是()。
- A. 增加广告的曝光率 B. 在消费者心中建立差异化的品牌形象
C. 扩大产品的市场份额 D. 提高广告制作成本
27. 若品牌希望通过广告定位提升产品的市场占有率,则广告定位的首要作用是()。
- A. 扩大品牌知名度 B. 增加消费者忠诚度
C. 引导消费者选择品牌 D. 提升品牌美誉度
28. 在广告定位策略中,若品牌希望通过突显产品的价格优势以提升竞争力,最适合采用的策略是()。
- A. 使用者定位 B. 功能定位 C. 情感定位 D. 性价比定位
29. 在实施广告定位的过程中,品牌通常会通过()的环节确保定位信息与目标市场需求匹配。
- A. 竞争对手分析 B. 广告效果测试 C. 目标受众分析 D. 信息传达
30. 广告设计定位的调整通常在()进行。
- A. 广告发布之前 B. 市场调研之后
C. 广告发布并收集反馈之后 D. 竞争对手分析之后
31. 色彩的饱和度是指()。

- A. 色彩的纯净度和强烈度 B. 色彩的明暗程度
- C. 色彩的冷暖性质 D. 色彩的形状和大小
32. 在色彩心理学理论中, 最常用于疗愈空间, 以达到平静情绪效果的颜色是 ()。
- A. 橙色 B. 蓝色 C. 黄色 D. 紫色
33. 在选择纸品包装的印刷纸张时, 为了达到高彩表现效果, 最常选用的纸材是 ()。
- A. 牛皮纸 B. 铜版纸 C. 蜡光纸 D. 哑光纸
34. 使用 UV 印刷技术的环保优势主要体现在 ()。
- A. 提高色彩饱和度 B. 减少油墨用量
- C. 降低设备损耗 D. 避免溶剂挥发性有机化合物 (VOC) 排放
35. 若产品尺寸为 $100\text{mm} \times 80\text{mm} \times 50\text{mm}$, 且每个边上需要预留 5mm 的缓冲空间, 包装的内尺寸应为 ()。
- A. $100\text{mm} \times 80\text{mm} \times 50\text{mm}$ B. $110\text{mm} \times 90\text{mm} \times 60\text{mm}$
- C. $105\text{mm} \times 85\text{mm} \times 55\text{mm}$ D. $115\text{mm} \times 95\text{mm} \times 65\text{mm}$
36. 为了保证排版的整体效果, 在包装正面常见的信息布局顺序是 ()。
- A. 生产商信息→成分表→品牌标志 B. 产品广告语→产品条形码→保质期
- C. 成分表→产品名称→生产许可标志 D. 品牌标志→产品名称→关键成分或卖点
37. 为了确保图标设计在不同背景色上都有良好的显示效果, 设计师最常用的方法是 ()。
- A. 增加图标的细节 B. 使用单色或增加外框线条
- C. 使用高对比度的背景色 D. 减少图标的透明度
38. 图标设计中, 为保证风格一致性而常采用的技巧是 ()。
- A. 使用多样化的图形和线条 B. 增加不同的细节以突出个性
- C. 为每个图标加入不同的视觉元素 D. 保持简洁并重复相似的设计语言
39. 在进行界面设计的设计验证时, 最优先的步骤是 ()。
- A. 设计交互动画效果 B. 分析竞品用户反馈
- C. 优化设计风格一致性 D. 制定测试目标和衡量指标
40. 在标注界面布局时, 最重要的标注内容是 ()。
- A. 颜色代码和字体信息 B. 尺寸和间距
- C. 图标来源和格式 D. 设计灵感和创意来源
41. 若设计用于户外 LED 屏幕的广告, 设计师应优先采用的尺寸比例是 ()。

A. 1:1 B. 3:2 C. 16:9 D. 4:3

42. 在为高清晰度户外广告设计时，为了降低文件大小而不影响视觉效果，设计师应优先选择的分辨率是（ ）。

A. 300dpi B. 72dpi C. 150dpi D. 600dpi

43. 色彩模式中，加色法的典型代表是（ ）。

A. RGB B. CMYK C. Pantone D. LAB

44. PDF 文件的主要优势是（ ）。

A. 分辨率最高 B. 跨平台兼容性强 C. 编辑灵活性高 D. 支持动态效果最强

45. 在 Adobe Illustrator 中，使用“转曲”功能的快捷键是（ ）。

A. Ctrl+C B. Ctrl+E C. Ctrl+Shift+O D. Ctrl+Alt+T

46. 在印前管理中，文字转曲的主要目的是（ ）。

A. 减少文件体积 B. 避免因缺少字体而导致排版错误

C. 提高文件的动态编辑能力 D. 优化文件在屏幕上的显示效果

47. 在嵌入图片时，必须检查的内容是（ ）。

A. 图片是否经过裁切处理 B. 图片的文件名是否符合命名规范

C. 图片的分辨率和颜色模式是否符合输出需求 D. 图片是否支持动态效果

48. 如果设计文件需要折页处理，工艺标注中必须添加的标识是（ ）。

A. 裁切线 B. 折线 C. 拼版标记 D. 打印方向箭头

49. 主要通过刮刀将油墨转移到承印物上的印刷工艺是（ ）。

A. 胶印 B. 凹印 C. 丝网印刷 D. 热转印

50. 最适合电子产品的包装设计的印刷工艺是（ ）。

A. 凹版印刷 B. 丝网印刷 C. 柔版印刷 D. 激光雕刻

51. 若设计的成品尺寸为 $210 \times 297\text{mm}$ ，出血设置为 3mm ，则设计文件的实际尺寸应为（ ）。

A. $210 \times 297\text{mm}$ B. $213 \times 300\text{mm}$ C. $216 \times 303\text{mm}$ D. $223 \times 310\text{mm}$

52. JPEG 格式的一个显著缺点是（ ）。

A. 不支持 CMYK 色彩模式 B. 不支持嵌入字体

C. 文件体积较大 D. 有损压缩可能导致画质降低

53. TIFF 文件格式的主要优点是（ ）。

A. 文件体积小，便于传输 B. 支持无损压缩和高分辨率存储

- C. 支持动态内容和交互设计 D. 便于多媒体嵌入
54. EPS 文件格式最适用的设计项目是（ ）。
- A. 网页 UI 设计 B. 品牌 Logo 设计
- C. 视频动态图形设计 D. 数码屏幕广告设计
55. 在包装印刷中，设计师最常用的文件输出格式是（ ）。
- A. PDF B. JPEG C. PNG D. BMP
56. 若设计师希望在多个显示设备上实现颜色的一致性，最佳的校准方法是（ ）。
- A. 使用自动校准软件进行调整 B. 通过手动调整显示器的亮度和对比度
- C. 使用硬件校色仪并结合 ICC 配置文件 D. 通过设计软件调整颜色设置
57. 在手提盒结构设计中，提手通常位于（ ）部位，以确保重心均衡并便于携带。
- A. 盒子下方 B. 盒子顶部 C. 盒子侧面 D. 盒子底部
58. 在网页设计中，网格系统的使用能够提升用户体验的主要原因是（ ）。
- A. 提高内容的可读性和视觉流畅性 B. 增加页面的色彩多样性
- C. 强化动态效果 D. 增加复杂性和装饰性
59. 出版物设计中的网格系统通常采用的行距特征是（ ）。
- A. 行距较小以节省空间 B. 行距变化多以增加层次
- C. 行距较大以增强阅读舒适度 D. 随页面需求调整
60. 在突破网格系统限制时，设计师应特别关注（ ）。
- A. 网格线条的粗细 B. 网格单元的数量
- C. 视觉中心的色彩对比 D. 整体视觉平衡与信息清晰度
61. 在界面设计中，语音交互技术的主要优势是（ ）。
- A. 提升无屏设备的用户体验 B. 增强视觉元素的层次感
- C. 优化图形界面的动态效果 D. 增加数据传输的效率
62. 化妆品包装上的“开盖后使用期限”标识，出现的形式是（ ）。
- A. 一个绿色回收标志 B. 一个温度计图标
- C. 一个数字代码 D. 一个打开的罐子和月数
63. 在选择条形码的颜色组合时，最佳的条形码和背景颜色搭配是（ ）。
- A. 黑色条，白色背景 B. 白色条，黑色背景
- C. 红色条，黄色背景 D. 蓝色条，白色背景
64. 在食品包装中，依据《食品安全法》，直接接触食品的包装材料必须符合（ ）。

- A. 环境保护标准
- B. 食品接触材料的安全标准
- C. 包装美观度要求
- D. 防水和防腐功能

65. 根据国际标准，在包装上使用绿色环保标识前，需要确保（ ）。

- A. 图标符合品牌设计的美观性
- B. 材料经过环保认证
- C. 使用符合品牌要求的颜色
- D. 放置在包装正面

66. 计算空隙率时，若包装容器内部体积为 5000 cm^3 ，产品体积为 3500 cm^3 ，空隙率约为（ ）。

- A. 20%
- B. 25%
- C. 30%
- D. 35%

67. 根据中国的相关法律规定，食品包装上必须标注的内容包括（ ）。

- A. 营养成分含量和广告宣传词
- B. 商标和企业荣誉
- C. 食品生产许可编号、保质期及储存条件
- D. 销售商的广告语

68. 若纸品包装需要在塑料薄膜上印刷，且要求油墨具有较强的附着力和耐磨性，最佳的印刷方式是（ ）。

- A. 凹印
- B. 柔印
- C. 丝网印刷
- D. 胶印

69. 若纸品包装印刷过程中出现色差，最常见的原因是（ ）。

- A. 套准误差
- B. 增加出血边
- C. 设备校准不足或色彩转换错误
- D. 印刷速度过快

70. 在图标集的风格一致性设计中，若要确保图标的统一性，最优先考虑的设计原则是（ ）。

- A. 图标的颜色饱和度
- B. 图标的独特性和差异化
- C. 图标的线条、形状和比例一致性
- D. 图标的配色明亮度

71. 若发现图标在不同平台上的显示效果不一致，设计师首要考虑的调整是（ ）。

- A. 检查分辨率并生成适配版本
- B. 调整图标的颜色对比度
- C. 在图标中增加更多细节
- D. 优化图标的外边框

72. 在调整图标一致性时，如果设计目标是在暗色背景上保持图标的视觉清晰度，最有效的做法是（ ）。

- A. 调整图标的色彩饱和度
- B. 增加阴影效果
- C. 使用边框或亮色外轮廓
- D. 改变图标的比例

73. 在界面设计需求分析中，若面向一个新开发的功能，设计师应优先了解的信息是（ ）。

- A. 用户的使用场景和期望行为
- B. 该功能的色彩偏好
- C. 该功能的具体界面尺寸
- D. 用户对其他功能的评价

74. 在品牌一致性设计中, 如果设计的界面需在不同平台上展示, 最优先确保的一致性因素是 ()。

- A. 颜色和字体的统一
- B. 不同的功能和界面风格
- C. 设备专用的布局设计
- D. 平台独特的图标样式

75. 在设计社交媒体图片广告时, 若主要面向小红书平台, 设计师最适合使用的尺寸比例是 ()。

- A. 1:1
- B. 3:4
- C. 16:9
- D. 9:16

76. 在为印刷设计准备文件时, 设计师应优先选择的色彩模式是 ()。

- A. RGB
- B. CMYK
- C. LAB
- D. Pantone

77. 可以在印刷中提供一致的颜色表现, 尤其适合品牌标志设计的色彩模式是 ()。

- A. RGB
- B. CMYK
- C. LAB
- D. Pantone

78. 在不同屏幕分辨率的设备上确保色彩一致性的最佳做法是 ()。

- A. 调整设备的亮度和对比度
- B. 在设计中避免使用渐变色彩
- C. 选择无饱和度的色彩方案
- D. 校准显示设备并优化色彩配置文件

79. 在设计文件中, 若希望嵌入字体和图像以避免兼容性问题, 最适合选择的文件格式是 ()。

- A. PDF
- B. JPEG
- C. AI
- D. TIFF

80. 文字转曲是必须的情况是 ()。

- A. 设计文件包含动态效果
- B. 文件体积较大, 需要优化存储
- C. 文件需要在设计软件中继续修改
- D. 文件需要交付印刷厂进行大规模印刷

81. 最可能引发颜色失真问题的情况是 ()。

- A. RGB 模式用于数字设备显示
- B. RGB 模式文件直接用于印刷输出
- C. Pantone 颜色用于矢量设计
- D. CMYK 文件转换为 PDF

82. 在输出高分辨率图片时, 最适合保留细节的格式是 ()。

- A. JPEG
- B. PNG
- C. TIFF
- D. GIF

83. 最符合规范的文件命名方式是 ()。

- A. ProjectName_20241113_v2.pdf
- B. 设计文件 (最终版) .ai
- C. 宣传单 (定稿-最新) .jpg
- D. FinalDesign.psd

84. 在设计需要烫金效果的印刷品时, 必须明确标注的是 ()。
- A. 颜色模式 B. 烫金区域 C. 分辨率设置 D. 字体大小
85. 在环保包装印刷中, 更符合可持续发展要求的工艺是 ()。
- A. 过度使用局部 UV 工艺 B. 选择大量覆膜效果
C. 多次覆印同一图案 D. 采用无氯漂白的环保纸张
86. 在高端礼品包装设计中, 选择烫金工艺的主要目的是 ()。
- A. 提升包装的环保性能 B. 增强产品的视觉吸引力和高级感
C. 降低印刷成本 D. 缩短印刷周期
87. 在制作高端礼盒时, 若需要实现凹凸有致的触觉效果, 推荐使用 () 工艺。
- A. 裁切 B. 覆膜 C. UV 涂层 D. 压纹工艺
88. 适合实现局部高光效果 d 的特殊印刷工艺是 ()。
- A. 烫金工艺 B. 凹版印刷 C. UV 工艺 D. 热转印
89. 对于环保品牌, 能够更好地传达“可持续”和“自然”的品牌定位的色彩组合是 ()。
- A. 蓝色和白色 B. 黄色和橙色 C. 红色和黑色 D. 绿色和棕色
90. 在设计长篇内容[如新闻文章或书籍]的排版时, 可以有效减少视觉疲劳的色彩策略是 ()。
- A. 使用低饱和度 and 中性色调 B. 使用高饱和度的亮色
C. 使用对比色 D. 使用全页面的渐变色
91. 在制作色彩提案时, 首先应该进行的步骤是 ()。
- A. 选择最流行的色彩搭配 B. 确定提案的视觉风格
C. 明确项目的品牌定位和受众需求 D. 选择颜色的饱和度
92. 在教育类内容的设计中, 通常更有效的版面风格是 ()。
- A. 简洁有序, 突出重点 B. 色彩丰富、图形感强
C. 复杂多样, 层次丰富 D. 抽象风格, 增强视觉冲击
93. 如果想在极简风格的设计中突出页面重点信息, 最适合使用的技巧是 ()。
- A. 通过色彩对比度高的单一色块来引导视线 B. 使用复杂的图案背景衬托
C. 使用多种字体和字号 D. 增加元素的装饰性
94. 对于电子商务网站, 若希望通过色彩设计促进用户进行长时间停留, 最为适宜的的背景是 ()。
- A. 蓝色 B. 橙色 C. 绿色 D. 紫色

95. 在色彩心理学中，通常与信任和安全感相关联的是（ ）。
- A. 蓝色 B. 红色 C. 黄色 D. 绿色
96. 能够最大程度地增强色彩的调和性，并减少视觉冲突的配色方法是（ ）。
- A. 高对比度的互补色配色 B. 类似色配色
C. 明度对比过大的配色 D. 同色系配色
97. 主要决定了色彩的“冷暖”感的属性是（ ）。
- A. 色相 B. 明度 C. 饱和度 D. 纯度
98. 在提案阶段，如果设计需求未完全明确，最好的做法是（ ）。
- A. 直接进入设计阶段，快速产出初步效果图
B. 跳过需求调研，专注于自己的设计想法
C. 忽略受众群体的需求，专注于美学表现
D. 与客户深入沟通，确认需求并制定明确的设计方向
99. 在设计多层次的版面时，使用色彩来表现深度和前后关系的方法是（ ）。
- A. 通过色彩的对比度来区分各层级
B. 使用较浅的色彩来表现背景，深色系来表现前景
C. 色彩饱和度的变化决定层次
D. 不使用色彩变化，只依赖位置来表现层次
100. 文明作业的主要体现是（ ）。
- A. 追求个人利益最大化 B. 快速完成工作任务
C. 遵守职业规范，尊重同事和客户 D. 减少与他人的交流与合作
101. 图形与图像结合的设计中，若希望传达一种现代感，最适合使用的组合方式是（ ）。
- A. 将图形作为背景装饰 B. 使用相同的色调和风格
C. 几何图形与黑白图像的叠加 D. 线条图形与复杂色彩图像的结合
102. 若希望在版式设计中通过图像增强品牌的识别度，最合适的方式是（ ）。
- A. 使用抽象的装饰性图像 B. 选择符合品牌形象的特定风格和色调的图像
C. 增加图像的数量和复杂性 D. 减少图像的使用以简化页面
103. 在设计信息图表时，图形的主要作用通常是（ ）。
- A. 替代文本内容 B. 将数据和信息进行可视化展示
C. 增加设计的复杂性 D. 区分不同的页面元素

104. 在排版设计中，文字与图像结合时最重要的因素是（ ）。
- A. 保持文字的清晰度和可读性 B. 增加页面的色彩饱和度
C. 减少图像中的细节 D. 增加文字的数量
105. （ ）的特性对于长篇正文的字体选择至关重要。
- A. 字体的风格独特性 B. 字体的对比强度
C. 字体的装饰性 D. 字体的易读性
106. 网格系统的主要作用是（ ）。
- A. 为内容提供统一的对齐框架 B. 提升版式的装饰效果
C. 简化页面色彩的选择 D. 增加文字密度
107. 版式设计中层次化编排的主要作用是（ ）。
- A. 提升设计的美观度 B. 增加文字密度
C. 减少排版元素的数量 D. 引导观者视线并突出重点内容
108. 在使用数位板对草图进行数字化处理时，主要优势是（ ）。
- A. 节省存储空间 B. 增加绘制速度
C. 简化草图的细节处理 D. 实现精细线条和直观控制
109. 在草图迭代过程中，最适合在初期阶段进行快速修改的方法是（ ）。
- A. 大范围的形态调整 B. 增加细节纹理
C. 调整光影细节 D. 添加背景元素
110. 在刻画金属质感时，最能表现其光滑和反光特性的技法是（ ）。
- A. 使用清晰的高光和锐利的边缘 B. 采用均匀的平行线条
C. 增加明暗渐变过渡 D. 使用粗糙的线条表现表面
111. 草图中，为了表现金属的高光反射，最常用的表现手法是（ ）。
- A. 密集的短线条 B. 大面积的浅色阴影
C. 留出干净的白色高光区域 D. 使用轻度的过渡阴影
112. 在草图构图中，使用“对角线构图”的主要目的是（ ）。
- A. 创造动感和视觉流向 B. 强调画面对称性
C. 避免空白区域 D. 突出背景细节
113. 在细节草图中，为了表现材质的光滑度，通常需要添加的效果是（ ）。
- A. 浓重的线条 B. 渐变阴影 C. 大面积的负空间 D. 轮廓的虚线

114. 在广告设计案例中，若思维导图的中心主题为“品牌核心价值”，则分支内容最适合包括的信息是（ ）。

- A. 产品卖点和客户需求
- B. 广告预算和渠道选择
- C. 设计团队分工
- D. 客户反馈数据

115. 在色彩效果的消费者测试中，最能反映品牌颜色在消费群体中的记忆效果的指标是（ ）。

- A. 点击率
- B. 转化率
- C. 停留时间
- D. 色彩识别度

116. 在保健品广告中，最常使用（ ）颜色组合来传达健康与清新感。

- A. 红色和黄色
- B. 绿色和蓝色
- C. 黑色和白色
- D. 紫色和灰色

117. 在视觉效果设计中，渐变色的主要作用是（ ）。

- A. 增加文字清晰度
- B. 引导视线并营造层次感
- C. 增强颜色的饱和度
- D. 增加画面的光亮度

118. 当品牌主要面对年轻消费群体时，通常选择色彩策略中，首要传达的情感是（ ）。

- A. 可靠性
- B. 活力与创新
- C. 传统与稳重
- D. 严谨性

119. 在墨西哥文化中，紫色在传统节日“亡灵节”上广泛使用，象征的情感是（ ）。

- A. 希望和新生
- B. 哀悼和纪念
- C. 活力和能量
- D. 财富和幸运

120. 在广告设计行业，遵纪守法的首要要求是（ ）。

- A. 确保设计内容符合法律法规和社会道德
- B. 尽量减少工作中的资源浪费
- C. 优化设计方案以提升商业价值
- D. 满足客户的创意要求

121. 紫色在许多文化中被赋予神秘感，因此常被（ ）品牌用于传递独特和高雅形象。

- A. 快餐连锁
- B. 运动品牌
- C. 金融服务
- D. 高端香水

122. 色彩心理学的核心研究方向是（ ）。

- A. 色彩的物理属性
- B. 色彩对人类情绪和行为的影响
- C. 色彩的艺术美学
- D. 色彩的历史演变

123. 在广告设计定位中，若品牌希望评估宏观环境因素的影响，最适合使用的分析工具是（ ）。

- A. PEST 分析
- B. 品牌定位图
- C. 5 力模型
- D. 波士顿矩阵

124. 在《知识产权法》中，商标的续展期限是（ ）。

- A. 5 年
- B. 10 年
- C. 15 年
- D. 20 年

125. 在食品标签中, 不属于《食品安全法》规定强制性内容的是 ()。
- A. 生产日期 B. 保质期 C. 食品成分列表 D. 生产公司股东信息
126. 针对不同新媒体平台, 最适合提高跨平台内容的一致性和有效性的方法是 ()。
- A. 统一发布时间 B. 使用内容管理系统 (CMS)
C. 手动逐条发布内容 D. 固定内容格式
127. 在界面设计布局方法中, 最适合内容较多、层级较深的界面的布局方法是 ()。
- A. 单页面滚动布局 B. 分层级导航布局
C. 栅格系统布局 D. 卡片式布局
128. 在文件归档管理中, 确定文件保留期限的关键依据因素是 ()。
- A. 文件的大小 B. 文件的重要性和法规要求
C. 文件的可修改性 D. 文件的格式
129. 版式设计中的“视觉引导线”通常用于 ()。
- A. 引导读者的阅读路径 B. 创建视觉焦点
C. 增加负空间 D. 消除元素冲突
130. 在版式设计中, 使用网格系统的主要目的是 ()。
- A. 增加设计复杂性 B. 避免元素重复
C. 强化视觉对比 D. 确保布局一致性
131. 最适合用于表现具有重复性且单调感较低设计的构成类型是 ()。
- A. 对称构成 B. 径向构成 C. 聚散构成 D. 节奏构成
132. 在视觉构成中, 焦点的作用是 ()。
- A. 保持画面的对称性 B. 引导观者的注意力集中到特定位置
C. 避免元素之间的冲突 D. 维持整体的均衡性
133. 通过使用相邻的颜色来创建和谐的视觉效果配色方案是 ()。
- A. 互补色配色 B. 类似色配色 C. 三原色配色 D. 分裂互补色配色
134. 视频特效软件中的“合成”功能的主要用途是 ()。
- A. 将多个图层合并为一个动态效果 B. 提升视频分辨率
C. 导出最终的视频文件 D. 优化音频轨道
135. 在 Adobe XD 中, 原型链接功能的作用是 ()。
- A. 调整界面布局 B. 为设计稿创建交互流程和跳转效果
C. 优化图片分辨率 D. 生成用户测试报告

136. 最适合保存矢量图形的文件格式是（ ）。
- A. JPEG B. PNG C. BMP D. SVG
137. 最适合在 Photoshop 中进行选区创建的工具是（ ）。
- A. 画笔工具 B. 套索工具 C. 修复画笔工具 D. 模糊工具
138. 强调从消费者的情感和心理出发，创造共鸣的广告设计方法是（ ）。
- A. 理性诉求法 B. 功能导向法 C. 情感诉求法 D. 价格竞争法
139. 根据广告的目的进行划分的广告分类方式是（ ）。
- A. 盈利性广告与非盈利性广告 B. 报纸广告与杂志广告
- C. 国际性广告与地方性广告 D. 理性诉求广告与感性诉求广告
140. 现代广告设计中（ ）流派强调几何图形、鲜艳色彩和简洁的线条，广泛应用于 20 世纪中叶的广告设计。
- A. 包豪斯风格 B. 新古典主义风格 C. 浪漫主义风格 D. 巴洛克风格

得 分	
评分人	

三、多项选择（第 1 题～第 10 题。选择正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。

每题 1 分，满分 10 分。）

1. 会影响包装空隙率计算的因素有（ ）。
- A.包装容器的内部体积B.产品的体积C.产品外形的规则性
- D.包装填充材料的类型和体积 E.包装的重量
2. 考虑到便于装配和封合，适合自动化生产线使用纸品包装结构有（ ）。
- A.插口式B.抽屉式C.折叠式D.翻盖式E.天地盖式
3. 在标志设计中，有助于增强品牌的识别度和记忆度的原则有（ ）。
- A.保持标志的简洁和清晰 B.强调标志的独特性 C.使标志传达品牌的核心价值
- D.使用高复杂度的装饰元素E.加入动态效果
4. 图形与图像组合运用时，若要增强设计的视觉冲击力和层次感，可以采取的方法有（ ）。
- A.使用对比强烈的颜色B.选择具有纹理的图形叠加C.保持图形和图像的相同透明度
- D.将图形置于图像的焦点处 E.通过渐变过渡实现图形与图像的融合

5. 在色彩管理的实际应用中，可以帮助设计师实现颜色的一致性的措施有（ ）。
- A.使用色彩校正硬件设备对显示器进行校准
 - B.确保设计文件使用适合输出设备的色彩模式
 - C.为打印设备加载正确的 ICC 配置文件
 - D.仅依赖设计师的视觉判断进行颜色调整
 - E.使用显示器预览模式检测颜色变化
6. 设计一个用于移动端导航栏的图标时，需要特别注意的要素是（ ）。
- A.图标的易识别性 B.图标的清晰度和大小适配性 C.图标的个性化表达
 - D.图标风格的一致性 E.图标在不同背景色上的可见性
7. 功能性纸盒设计的特点通常包括（ ）。
- A.提供良好的用户体验 B.便于携带 C.加强保护性
 - D.自动化组装效率高 E.高度密封
- 8.在时尚行业的网页设计中，有助于品牌个性化表达的网格系统特征有（ ）。
- A.使用模块化布局，突出图片展示 B.允许留白以增强视觉吸引力 C.增加色彩的丰富性
 - D.灵活的网格结构便于更新内容 E.保持单一系列的排版
9. 经典出版物的网格系统多采用模块化结构，这种结构有助于实现效果有（ ）。
- A.图文混排的灵活性 B.保持页面内容的一致性 C.增加配色的丰富度 D.在不同页面之间维持整体感
 - E.强调色彩对比
10. 在 Adobe Illustrator 中，在使用“转曲”功能后，设计师需要注意哪些可能的问题有（ ）。
- A.文件的矢量节点可能增多，影响性能 B.文本内容无法再进行修改 C.转曲操作不可逆，需保存原文件副本
 - D.转曲会降低文件的打印分辨率 E.转曲后的字体特性（如粗细、字间距）可能需要手动调整

广告设计师（三级）理论知识试卷答案

一、判断题(第 1 题~第 40 题。将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”。

每题 0.5 分，满分 20 分。)

1. √ 2. × 3. √ 4. × 5. √ 6. × 7. × 8. √ 9. ×
10. √ 11. √ 12. √ 13. √ 14. × 15. × 16. √ 17. × 18. ×
19. √ 20. √ 21. × 22. × 23. √ 24. × 25. × 26. × 27. ×
28. × 29. × 30. √ 31. √ 32. √ 33. √ 34. × 35. × 36. √
37. √ 38. √ 39. × 40. ×

二、单项选择(第 1 题~第 140 题。选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括

号中。每题 0.5 分，满分 70 分。)

1. C 2. B 3. B 4. C 5. D 6. D 7. C 8. B 9. D 10. B
11. B 12. C 13. B 14. D 15. C 16. B 17. D 18. B 19. D
20. B 21. D 22. B 23. B 24. B 25. D 26. B 27. A 28. B
29. B 30. B 31. A 32. A 33. D 34. B 35. D 36. B 37. B
38. B 39. C 40. C 41. D 42. A 43. D 44. D 45. B 46. A
47. D 48. D 49. B 50. C 51. C 52. D 53. B 54. C 55. C
56. D 57. A 58. A 59. C 60. A 61. D 62. B 63. B 64. A
65. A 66. D 67. B 68. D 69. C 70. A 71. A 72. C 73. A
74. A 75. B 76. B 77. D 78. D 79. A 80. D 81. B 82. C 83. A
84. B 85. D 86. B 87. D 88. C 89. D 90. A 91. C 92. A
93. A 94. A 95. A 96. B 97. C 98. D 99. B 100. C 101. C
102. B 103. B 104. A 105. D 106. A 107. D 108. D 109. A
110. A 111. C 112. A 113. B 114. A 115. D 116. B 117. B
118. B 119. B 120. A 121. D 122. B 123. A 124. B 125. D
126. B 127. B 128. B 129. A 130. D 131. D 132. B 133. B
134. A 135. B 136. D 137. B 138. C 139. A 140. A

二、多项选择(第 1 题~第 10 题。选择正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。

每题 1 分，满分 70 分。)

1. ABCD
2. AC
3. ABC
4. ABDE
5. ABCE
6. ABDE
7. ABC
8. ABD
9. ABD
10. ABCE

第 6 部分

操作技能考核模拟试卷

注 意 事 项

1. 考生根据操作技能考核通知单中所列的试题做好考核准备。
2. 请考生仔细阅读试题单中具体考核内容和要求，并按要求完成操作或进行笔答或口答，若有笔答请考生在答题卷上完成。
3. 操作技能考核时要遵守考场纪律，服从考场管理人员指挥，以保证考核安全顺利进行。

注：操作技能鉴定试题评分表及答案是考评员对考生考核过程及考核结果的评分记录表，也是评分依据。

职业技能等级认定

广告设计师（三级）操作技能考核通知单

姓名：

准考证号：

考核日期：

试题 1

试题代码：1.1.3。

试题名称：基于用户画像分析 - 兰薇高端化妆品新品发布会海报设计。

考核时间：60min。

配分：45 分。

试题 2

试题代码：2.1.2。

试题名称：2025 上海坐标·城市定向赛活动设计一个标志。

考核时间：110min。

配分：40 分。

试题 3

试题代码：3.2.5。

试题名称：牛肉手提盒包装平面设计印前文件输出。

考核时间：10min。

配分：15 分。

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：1.1.3

试题名称：基于用户画像分析 - 兰薇高端化妆品新品发布会海报设计

考核时间：60min

1.场地设备要求

- (1) PC 机、任意使用 Photoshop、Illustrator、CorelDraw 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》(三级) 题库素材/113 文件夹下

2.工作任务

任务 1：用户画像与市场分析

背景信息：

- 品牌定位：兰薇是一家国际高端化妆品品牌，主打天然成分与科技结合的护肤和彩妆产品，价格定位为中高端，目标市场为追求品质生活的都市女性。
- 地理位置：新品发布会将在上海市静安区高端商业中心举办，周边为高收入白领和时尚人士聚集地。
- 目标受众：主要面向 25-40 岁的都市职业女性（白领、自由职业者、企业高管），月收入 1.5 万人民币以上；次要受众为 18-25 岁的年轻时尚女性（如大学生或初入职场者），注重个性化表达。
- 活动背景：新品发布会推出全新抗衰老护肤系列和限量彩妆套装，旨在提升品牌知名度、吸引新客户并巩固现有客户忠诚度。活动包括产品体验区、明星代言人见面会和专属礼品赠送。
- 为“兰薇 (Lanwei)”高端化妆品品牌新品发布会活动设计用户画像，以指导后续海报设计。

用户画像要求：

- (1) 设计一个目标受众的用户画像 persona，包含以下内容：

- 基本信息：为目标受众命名（如“陈女士”），并提供年龄范围、性别、职业、收入水平等信息。
- 行为特征：描述目标受众的消费习惯（如偏好高端品牌、线上线下购物频率）、兴趣爱好（如美妆、时尚、旅行）、活动参与场景（如发布会体验区或社交媒体分享）。
- 心理特征：说明目标受众的价值观（如追求美丽与自信）、痛点需求（如抗衰老需求、个性化体验）、审美偏好（如优雅精致或时尚前卫风格）。
- 与活动的互动：简述该 persona 如何参与新品发布会，以及对活动的期待（如产品试用、明星互动、礼品吸引力）。

(2) 要求尺寸：A4，分辨率至少 150ppi，画布横竖不限。

(3) 呈现形式：使用设计软件创建视觉化的用户画像，包含文字描述和图形元素（如代表性人物头像、图标等）。

(4) 保存设计源文件和 JPG 格式。

任务 2：海报设计

(1) 基于任务 1 的用户画像，设计一张“兰薇”新品发布会活动海报，海报内容包含：

- 活动主题：兰薇新品发布会
- 活动时间：2025 年 11 月 15 日
- 活动地点：上海市静安区南京西路 1000 号静安嘉里中心
- 活动亮点：全新抗衰老护肤系列首发、限量彩妆套装展示、明星代言人见面会、专属礼品赠送

(2) 海报设计尺寸为 A4，分辨率至少 150 像素，画布横竖不限，保存设计源文件和 JPG 格式。

(3) 素材使用不得少于 5 张。

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能使用设计软件进行图文排版，符合设计原则。
- (2) 根据设计内容要求与活动主题进行创意构思。
- (3) 能结合市场情况及受众人群完成用户画像。
- (4) 能完成设计色彩定位。

- (5) 能结合广告产品的实际情况及用户画像完成设计风格定位。

4.质量指标

- (1) 画面尺寸、分辨率设置正确。
- (2) 设计构思契合主题，创意新颖独特。
- (3) 海报视觉效果突出，图形色彩醒目。
- (4) 图文编排符合设计原则，布局合理。
- (5) 文件管理规范，存储位置、格式正确。
- (6) 图文编排符合设计原则：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：
 试题代码： 1.1.3
 试题名称： 基于用户画像分析 - 兰薇高端化妆品新品发布会海报设计
 考核时间： 60min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	用户画像画面尺寸设置正确，为 A4 尺寸	A4 尺寸（210mm × 297mm）		
M2	2	任务一和任务二画面分辨率正确设置为 150 像素	150 像素/英寸		
M3	2	素材使用不少于 5 张	≥5 张		
M4	2	用户画像有基本信息	有年龄范围、性别、职业、收入水平等信息		
M5	2	用户画像行为特征描述：目标受众的购物习惯、兴趣爱好、消费场景	如偏好高端品牌、线上线下购物频率；如美妆、时尚、旅行；如发布会体验区或社交媒体分享		
M6	2	用户画像与商场的互动	如产品试用、明星互动、礼品吸引力		
M7	2	用户画像有呈现形式，包含文字描述和图形元素	如代表性人物头像、图标等		
M8	2	设计源文件和 JPG 格式保存完整	PSD/AI/CDR 源文件 +JPG 格式，		
M9	2	所有文件需要具有矢量图格式化元素（包括在图层之中需要有具体标注）	文件命名规范，图层需要至少包含 1 个矢量图图层		
M10	2	活动主题“兰薇新品发布会”在海报中明确体现	海报中明确标注“兰薇新品发布会”		
M11	2	活动时间“2025 年 11 月 15 日”在海报中准确标注，活动地点“上海市静安区南京西路 1000 号静安嘉里中心”在海报中准确标注	海报中明确标注“2025 年 11 月 15 日”，海报中明确标注“上海市静安区南京西路 1000 号静安嘉里中心”		
M12	3	活动亮点：如全新抗衰老护肤系列首发、限量彩妆套装展示、明星代言人见面会、专属礼品赠送等。	海报中体现这些相关亮点		
合计配分	25 分	合计得分			

考评员（签名）：
 日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码：1.1.3

试题名称：基于用户画像分析 - 兰薇高端化妆品新品发布会海报设计

考核时间：60min

评价分评分表

细则 编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	创意与主题契合度 海报中包含至少 3 个与“20 周年庆”主题相关的创意元素(如数字“20”、烟花、商场建筑等)。(2 分) 针对不同用户群体（如年轻白领、家庭客群）设计的元素占比达到 60%以上。创意元素与常见设计的相似度低于 30%，确保设计独特性。(2 分) 主题传达清晰度达到 100%，目标受众在 5 秒内能理解海报主题。(1 分)				
J2	5	视觉冲击力与图形设计 主视觉元素（如“20”数字、烟花）占据海报面积的 30%以上。(2 分) 海报中包含 至少 2 个明确的视觉焦点，且每个焦点能引导观众关注关键信息。(2 分) 图形与背景融合，确保视觉效果和谐统一。(1 分)				
J3	5	色彩定位与用户匹配 主色调使用 2-3 种（如金色、红色），符合庆典主题和目标受众审美。(2 分) 主要颜色之间的对比度达到 3:1 以上，确保视觉效果醒目。(2 分) 色彩搭配层次感能够体现丰富的视觉层次。(1 分)				
J4	5	图文编排与信息传达 活动主题信息准确（时间、地点、优惠）等关键信息完整率达到 100%。(2 分) 信息层级分明度确保观众能快速获取重要信息。(2 分) 图文布局遵循对齐、对比等设计原则，避免拥挤或松散。(1 分)				
合计 配分	20 分	合计得分				

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：2.1.2

试题名称：2025 上海坐标·城市定向赛活动设计一个标志

考核时间：110min

1. 场地设备要求

- (1) PC 机、Photoshop、illustrator 软件
- (2) 素材文件位于《广告设计师》（三级）题库素材/212 文件夹下

2. 工作任务：

背景资料：

城市定向赛起源于定向越野，其比赛场地设置在城市范围内，每队通常由不同性别的三人组成，以组为单位利用城市公共交通，按指定要求到达城市内特色景点和地标，完成相应任务并通过手机 APP 扫码成功，所用时间最短的小组取胜。2023 上海坐标·城市定向赛将于 6 月 25 号举行，本次活动的主题是建筑·让城市更美好。选手从上海体育场出发，依次经过徐家汇天主教堂、武康大楼、静安寺，终点到达东方明珠电视塔。出行方式也需按照徒步、骑行、公交车、地铁的方式达到坐标点，选手通过打卡不同历史时期的中外建筑，领略建筑设计之美。

目标市场：18-60 岁，喜爱运动的人群。

(1) 为“2023 上海坐标·城市定向赛”活动设计标志设计，设计应体现全民健康、多项运动的特征。设计内容包括：基本图形、中文或英文名称标准字、图形与标准字体的组合设计、辅助图形的设计、至少 50 字的设计说明。

(2) 文件必须仅为矢量。

(3) 标志制作尺寸：100mm（宽）；画板尺寸：285×210mm（宽×高），颜色模式：CMYK，若用 Photoshop，分辨率设置未 300，

(4) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 标志设计能贴合目标市场和理念;
- (2) 能进行标志图形的设计及色彩配置, 配色需控制在三种及以内。
- (3) 能完成辅助图形的设计
- (4) 完成的图形必须是矢量图 (如使用 photoshop 制作必须使用矢量图路径图层制作)

4.质量指标

- (1) 主题定位: 标志设计符合主题和目标;
- (2) 视觉元素: 颜色、图像和字体与活动调性相符, 具有吸引力。
- (3) 排版和布局: 画面排版和布局清晰、整洁, 信息易于阅读。
- (4) 细节和效果: 添加适当的视觉效果, logo 吸引力强。
- (5) 审查和修改: 文字拼写正确、没有语法和排版错误。
- (6) 保存格式: 保存源文件及可预览格式 (设计源文件+pdf 格式文件)。

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号：

试题代码： 2.1.2

试题名称： 2023 上海坐标·城市定向赛活动设计一个标志

考核时间： 110min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或标称值	结果或实际值	得分
M1	2	品牌标志中必须包含图形、中文/英文文名称	图形、中文/英文名称		
M2	2	画板尺寸： 285×210mm（宽×高）， 300 分辨率	285×210mm（宽×高）， 300 分辨率		
M3	2	画布导出可浏览格式为尺寸 285×210mm（宽×高）设计源文件+jpg。	尺寸 285×210mm（宽×高）设计源文件+jpg 图片		
M4	2	标志图形必须为矢量（如使用 photoshop 需要有使用矢量图图层进行制作）	矢量图图层		
M5	2	标志中文/英文无拼写错误	没有拼写错误		
M6	2	色彩模式必须是 CMYK	CMYK 颜色		
M7	2	贴合目标市场行业属性的标志设计理念说明	标志理念说明一份		
M8	2	完成标志图形的设计	标志图形一个		
M9	2	完成辅助图形的设计	辅助图形一个以上		
M10	2	完成色彩配置,不超过三种	三种颜色以内（不含有渐变配色，渐变配色判定为多色系配色）		
合计配分	20分	合计得分			

考评员（签名）：

日期：

广告设计师（三级）操作技能考核

试题评分表

准考证号:

试题代码: 2.1.2

试题名称: 2023 上海坐标·城市定向赛活动设计一个标志

考核时间: 110min

评价分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
J1	5	标志设计契合主题（2分），元素布局精巧，全方位展现骑行活动的主题（1分）与自行车运动特色（2分）。				
J2	5	标准组合的颜色、图像和字体与活动调性高度契合（2分），色彩与图形设计具有强烈的视觉吸引力（1分）和艺术感染力（1分）。				
J3	5	标志图形效果是否精致（2分）、标志文字排版清晰整洁（1分），信息传达明确（1分），视觉效果佳（1分）。				
J4	5	标志图形设计艺术性（2分），创意突出（1分）。标志体现行业属性感觉（2分）				
合计配分	20分	合计得分				

考评员（签名）:

日期:

广告设计师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码：3.2.5

试题名称：牛肉手提盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

1.场地设备要求

- (1) 计算机，安装 Illustrator 软件；
- (2) 提供设计稿文件，在素材包 325 中；

2.工作任务

某品牌需要为其设计的稿件进行印刷，您已设计完成设计与校对工作，需要按照客户及印前要求输出最终文件，具体任务如下：

- (1) 以拼版形式输出，横向 2 个，纵向 2 个，要求拼版符合工艺要求；
- (2) 以印刷用 PDF 文件，Adobe pdf 预设为高质量打印模式，输出的最终文件要求标记所有印刷标记，标记类型：西式，裁切线标记粗细：0.25pt；
- (3) 所有文件储存在桌面新建的一个文件夹中，文件夹命名为“准考证号+考位号”。

3.技能要求

- (1) 能根据印刷需求完成对文件的输出与存储工作；
- (2) 能根据拼版印刷方式要求完成指定规格拼版；
- (3) 能根据印刷工艺要求完成印前设置；

4.质量指标

- (1) 拼版文件内容完整，排列准确，标记正确
- (2) 印前设置准确；

广告设计师（三级）操作技能考核 试题评分表

准考证号：

试题代码：3.2.5

试题名称：牛肉手提盒包装平面设计印前文件输出

考核时间：10min

测量分评分表

细则编号	配分	评分细则描述	规定或 标称值	结果或 实际值	得分
M1	3	拼版形式符合工艺要求	横向 2 个, 纵向 2 个, 拼版符合工艺要求		
M2	3	输出高质量打印格式	Adobe pdf 预设选择 高质量打印模式		
M3	3	添加所有印刷标记	有裁切标记、套准标 记、颜色条、页面信 息;		
M4	3	印刷标记类型正确	西式		
M5	3	裁切标记线粗细正确	0.25pt		
合计配分	15	合计得分			