

色彩决定了设计带给观者的视觉印象，
配色不对，感觉就会不对，
传达的信息就会失真。

本书以优秀设计作品为资源，
解析设计工作室的精心解析，内容包含：

■4大平面设计领域

涉及广告招贴、书籍杂志、品牌形象、
产品包装的“好感配色法则”。

■24种色彩风格

解析平面设计领域色彩创意的共性法
则，增加色彩共感力、提升设计品位。

■300余幅设计配色案例

包含不同的配色方案对比，避免常识
性错误，激发更多灵感与创意。

最易懂的色彩理论、最时尚的设计风
格、最实用的配色方案。

阅读本书，所有配色创意
让你一次讲明白！

不败的配色方案+最实用的案例解析
让平面设计配色不再抽象，唤醒你对色彩创意热情

平面设计 配色全攻略

Antone 视觉研究中心 编著

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128。客服电话：010-58582300。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室
010-65233456 010-65212870
<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社
010-59521255
Email: law@cypmedia.com
MSN: chen_wenshi@hotmail.com

图书在版编目（CIP）数据

平面设计配色全攻略 / ArtTone视觉研究中心编著. — 北京：中国青年出版社，2010.5
ISBN 978-7-5006-9285-0

I. ①平… II. ①A… III. ①平面设计—配色 IV. ①J506
中国版本图书馆CIP数据核字（2010）第070333号

平面设计配色全攻略

ArtTone视觉研究中心 编著

出版发行：  中国青年出版社
地 址： 北京市东四十二条21号
邮政编码： 100708
电 话： (010) 59521188 / 59521189
传 真： (010) 59521111
企 划： 中青雄狮数码传媒科技有限公司
责任编辑： 肖 辉 王丽锋 王世文 史 静
封面设计： 刘 娜

印 刷： 北京利丰雅高长城印刷有限公司
开 本： 787×1092 1/16
印 张： 12
版 次： 2010年6月北京第1版
印 次： 2010年6月第1次印刷
书 号： ISBN 978-7-5006-9285-0
定 价： 49.80元

“北京北大方正电子有限公司”授权本书使用下方正字体
封面：方正兰亭粗黑简 方正兰亭纤黑简

平面设计 配色全攻略

ArtTone 视觉研究中心 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

平面向量 全书500题

高中数学知识要点与例题

人民教育出版社
北京

现代生活中平面设计无处不在，从功能上来讲平面设计是用视觉语言传递信息和表达观点的。在平面设计中，需要用视觉元素来表达设计构想，通过色彩、图像和文字把信息传达给受众，使人们通过这些视觉元素了解设计理念。一件设计作品包含三个主要元素：色彩、图像和文字。这三个元素中，色彩居于首位，因为人们对色彩是相当敏感的，当我们第一眼看到设计作品时，最先刺激视觉的就是作品的颜色，其次是图像，最后才是文字。色彩给我们的印象最为强烈，设计师们一直都在努力地研究色彩，期待能够真正认识并掌握它，从而创作出更好的设计作品。

色彩的运用是一门学问，在设计中占据举足轻重的地位。每种色彩都具有两种特性——色调和意象，二者都是影响作品的重要因素，直接影响着观者对作品的判断和反应。色彩不仅仅是一种视觉语言，对于设计师而言，它更是一种情感传播工具，因此作为一个成功的设计师就必须了解色彩，理解色彩组合的概念，掌握色彩搭配的规律，用直观有效的色彩设计来表达平面设计的主题，让色彩在设计作品中展现迷人的魅力。

本书实例讲解部分共分为四个章节，分别为广告招贴、书籍杂志、品牌形象和产品包装四个类别。再将每个类别划分出六种色调，分别对每种色调中最具代表的典型作品的设计背景和配色定位进行分析，并列举八种类似的配色方案，然后详细解说并分析正确和错误的案例，最后列举 11 ~ 12 个同类型色调的其他范例，从而使色彩的表现力得到充分发挥。读者在感受不同色调所带来的不同意象，感受平面设计色彩搭配的同时，能够充分体会色调的变化所产生的不同心理效果。

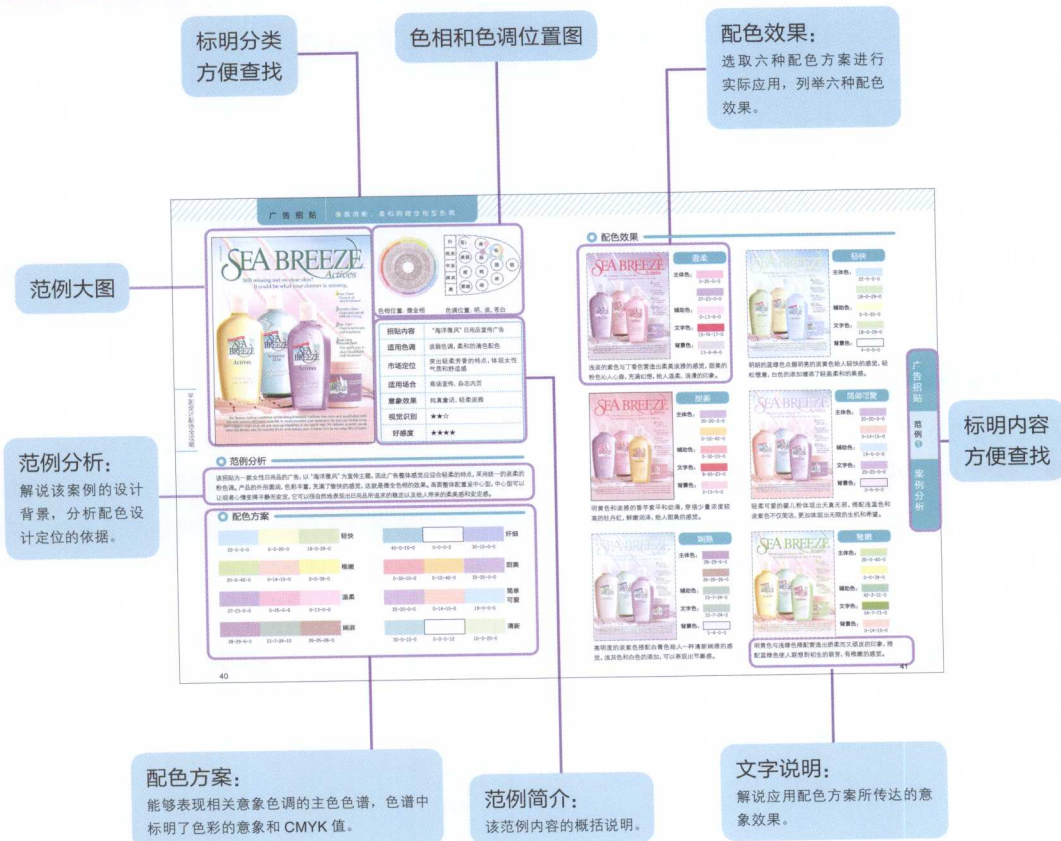
本书以配色原理为出发点，力求将科学性、理论性、前瞻性、知识性、实用性融合在一起。书中观点明确，图文并茂，列举了大量的色彩案例和配色方案，并结合平面设计案例的特点，抓住时代的脉搏，在平面设计领域为广大读者提供积极的参考。

ArtTone 视觉研究中心

本书使用方法 ●●●

本书将平面设计细分为广告招贴设计、书籍杂志设计、品牌形象设计和产品包装设计四大类别,并根据色调将这些类别中的实例划分为六种调性,再分别对每一范例中的色调进行分析,并将配色方案运用到实际案例中,进行正确和错误的分析。最后每个实例的后面又列举11~12个同类型色调的其他范例。

案例分析



由于使用印刷油墨的原因,色效上会出现一些偏色的现象。本书所有色彩均以CMYK值为基础。

不同的配色方案

文字说明和图表：

错误实例：
列举错误的配色运用。

范例：
正确的配色效果图。

错误实例：
列举错误的配色运用。

文字说明:
解说错误配色中配色的不足所在。



标明内容
方便查找

同一色调的不同产品

其他实例：
同属于该色调的其他配色实例。

列表分析：
以表格的形式分析每个实例的配色效果。

[illegible]

标明内容
方便查找

目录 Contents

I 前言	3
I 本书使用方法	4

Part 1 平面设计配色的基础知识

I 色彩的本质	10	I 色彩与产品的关系	20
I 色彩与平面设计	16	I 平面设计配色	26

Part 2 平面设计配色应用

1 广告招贴 38

范例1

表现清新、柔和的微全相型色调	40
案例分析	40
不同配色方案	42
同一色调的不同产品	44

范例2

表现柔美、浪漫的邻近冷色调	46
案例分析	46
不同配色方案	48
同一色调的不同产品	50

范例3

表现大众、合理的微对比色调	52
案例分析	52
不同配色方案	54
同一色调的不同产品	56

范例4

表现热闹、阳光的全相型色调	58
案例分析	58
不同配色方案	60
同一色调的不同产品	62

范例5

表现格调、奢华的微全相型色调	64
案例分析	64
不同配色方案	66
同一色调的不同产品	68

范例6

表现沉着、严谨的类似色调	70
--------------------	----

案例分析	70
不同配色方案	72
同一色调的不同产品	74

2 书籍杂志 76

范例1

表现纯真、甜美的微全相型色调	78
案例分析	78
不同配色方案	80
同一色调的不同产品	82

范例2

表现畅快、简练的三角形色相	84
案例分析	84
不同配色方案	86
同一色调的不同产品	88

范例3

表现朝气蓬勃的高纯度对比色调	90
案例分析	90
不同配色方案	92
同一色调的不同产品	94

范例4

表现萧瑟、质朴的暖浊色调	96
案例分析	96
不同配色方案	98
同一色调的不同产品	100

范例5

表现幽玄、奇幻的暗浓色调	102
案例分析	102

不同配色方案	104
同一色调的不同产品	106

范例6

表现神秘、魅惑的深暗色调 108

案例分析	108
不同配色方案	110
同一色调的不同产品	112

3 品牌形象 114

范例1

表现柔和、淡雅的淡弱色调 116

案例分析	116
不同配色方案	118
同一色调的不同产品	120

范例2

表现新鲜、健康的明亮色调 122

案例分析	122
不同配色方案	124
同一色调的不同产品	126

范例3

表现缤纷、欢乐的全相型色调 128

案例分析	128
不同配色方案	130
同一色调的不同产品	132

范例4

表现朴实、怀旧的暖浊色调 134

案例分析	134
不同配色方案	136
同一色调的不同产品	138

范例5

表现浓郁、充实的暖浓色调 140

案例分析	140
不同配色方案	142
同一色调的不同产品	144

范例6

表现严谨、科技的冷暗色调 146

案例分析	146
不同配色方案	148
同一色调的不同产品	150

4 产品包装 152

范例1

表现透明、清爽的高明度冷色调 154

案例分析	154
不同配色方案	156
同一色调的不同产品	158

范例2

表现安全、环保的明亮色调 160

案例分析	160
不同配色方案	162
同一色调的不同产品	164

范例3

表现欢乐、充满活力的强对比色调 ... 166

案例分析	166
不同配色方案	168
同一色调的不同产品	170

范例4

表现自然、朴素的暖浊色调 172

案例分析	172
不同配色方案	174
同一色调的不同产品	176

范例5

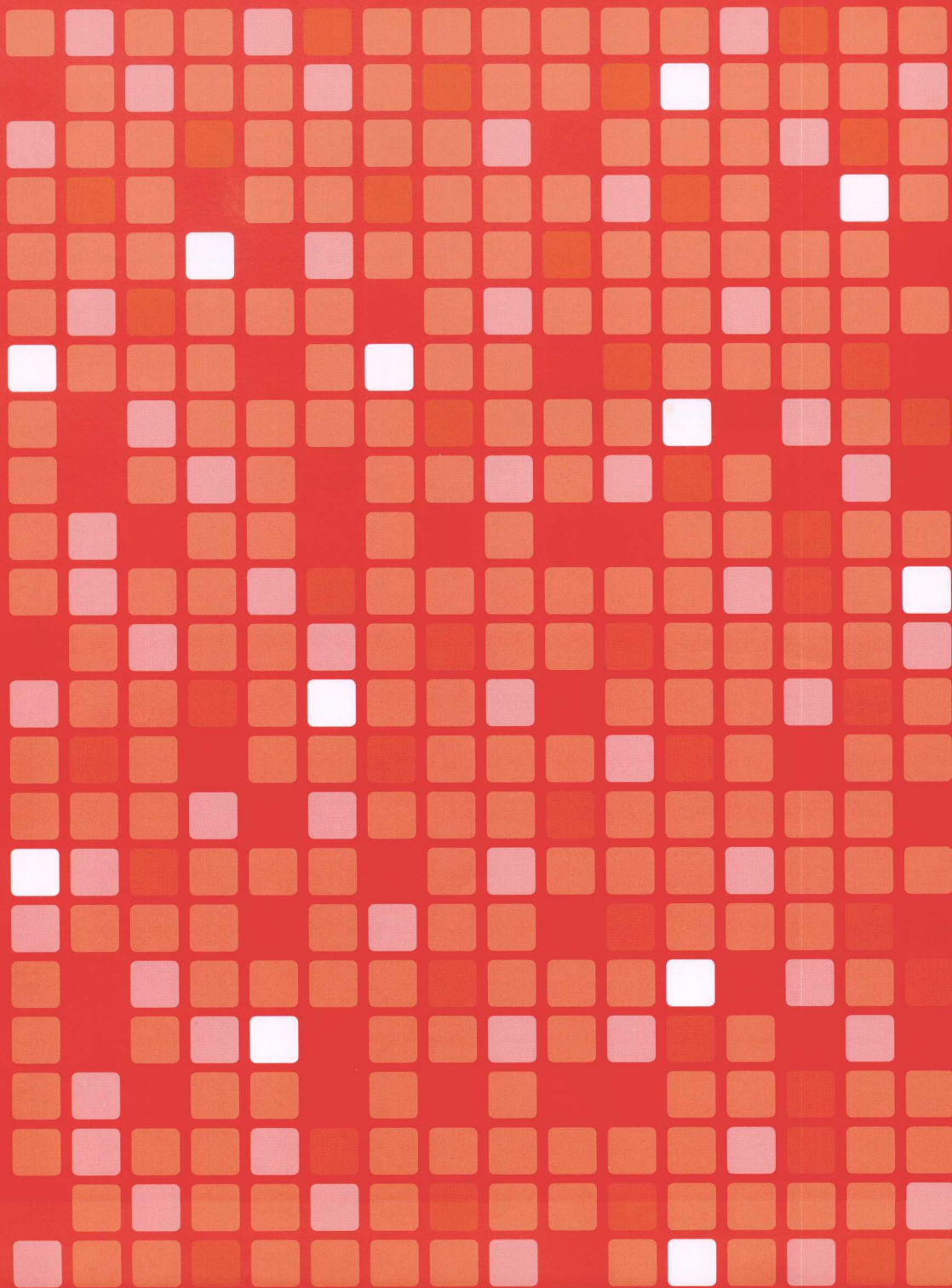
表现浓郁、厚重的暗浓色调 178

案例分析	178
不同配色方案	180
同一色调的不同产品	182

范例6

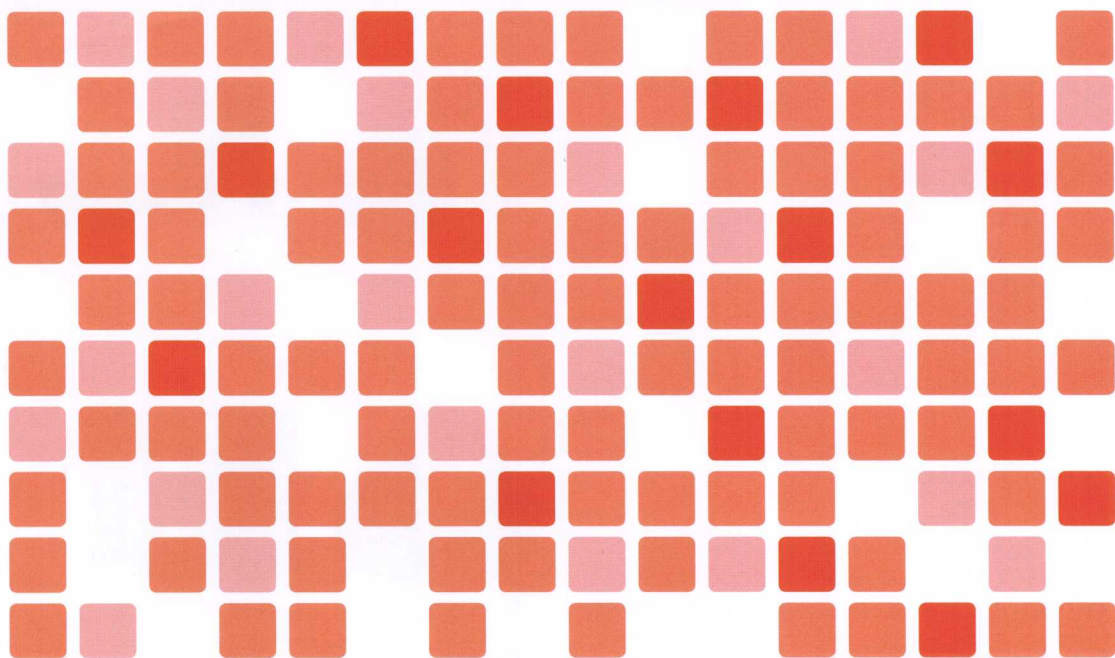
表现男性、尊贵的深暗色调 184

案例分析	184
不同配色方案	186
同一色调的不同产品	188



PART 1

平面设计配色的基础知识



色彩的本质

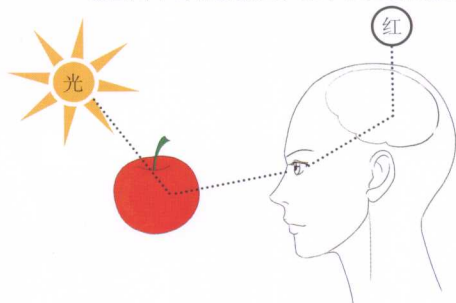
认识色彩、感知色彩的三个途径

色彩作为一种最普遍的审美形式存在于我们日常生活的各个方面，衣、食、住、行、用几乎无所不包，人们也时刻与色彩发生着密切的联系。简单地说，色彩源于光，是光刺激眼睛后把信息传达给大脑的感觉。在黑暗中，我们看不到任何物体的形状与色彩，就是因为没有光。色彩是与人的感觉和知觉联系在一起的，所以平时我们认识色彩的时候并不是单纯在看物体本身的色彩，而是将物体反射的光以色彩的形式感知。总之，如果没有光就没有色彩，色彩的感知和光有着密切的关系——光是色之母，色是光之子，无光也就无色。

我们感知的色彩有三种，即光源直接发出的光源

色、光透过物体产生的透过色以及光在物体表面反射后产生的表面色。

- 光源色（太阳、蜡烛等发光体发出的光）
- 物体色
 - 透过色（通过彩色玻璃、太阳眼镜等看见的颜色）
 - 表面色（也称反射色，如苹果自身的颜色）



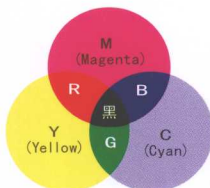
色彩的表现

表现色彩的方法有两种，一种是印刷品或颜料等通过光线反射表现色彩，即表面色，这种方法为减法混色；另一种是电视、舞台照明等通过光线透过物体表现色彩，即透过色，这种方法为加法混色。

减法混色

减法混色也被称为色料混色。色料的原色有品红、黄、青三种，即我们常说的“红黄蓝”。色料三原色同时混合会变成黑色。

彩色胶卷和印刷主要采用减法混色原理。但实际的彩色印刷中使用的色彩是通过色料三原色加黑色的方式来合成的。CMYK色彩模式是根据减法混色原理制定的。



CMY——色彩三原色
 $M+Y=Red$
 $Y+C=Green$
 $C+M=Blue$

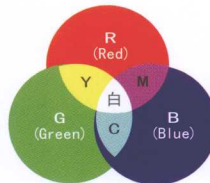


印刷品的色彩是表面色

加法混色

加法混色也被称为光学混色。其中红、绿、蓝三种颜色被称为“色光三原色”。色光三原色就是光本身，每次混色明度都会增加，色彩变得更亮。色光三原色同时混合在一起会变成白色。

电视、电脑以及舞台照明等都采用加法混色原理。RGB色彩模式是根据加法混色原理制定的。



RGB——色光三原色
 $R+G=Yellow$
 $G+B=Cyan$
 $B+R=Magenta$



电视的色彩是透过色

色彩的分类

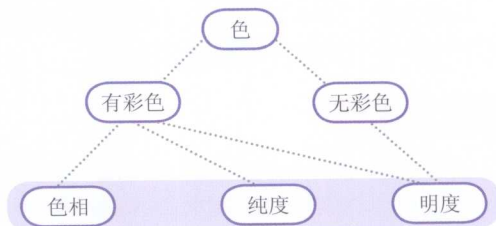
我国古代把黑、白、玄（偏红的黑）称为色，把青、黄、赤称为彩，把它们合称为色彩。

现代色彩学，也可以说是西方色彩学，也把色彩分为两大类，即无彩色系和有彩色系。

无彩色系

无彩色系是指黑、白以及各种明度的灰色。试在纯黑中逐渐加入白色，使其分为由黑、深灰、中灰、浅灰直到纯白的九个阶梯，形成明度渐变，成为一个明度色标（也可用于有彩色系）。从最亮的白色开始，依次分为白、亮灰、浅灰、亮中灰、中灰、灰、暗灰、黑灰、黑等。

值得注意的是，在色彩学中，无彩色也是一种色彩。



无彩色系

有彩色系

除无彩色以外的所有色彩均为有彩色。有彩色具备光谱上的某种或某些色相，统称为彩调。无彩色有明有暗，表现为白、黑，也称为色调。有彩色也有明有暗，可以用三组特征值来确定。其一是彩调，也就是色相；其二是明暗，也就是明度、亮度；其三是色强，也就是纯度。色相、明度、纯度、共同决定色彩的状态，称为色彩的三属性。



有彩色系

特殊色

在实际应用中，还有一类色彩在使用时的效果不同于以上两种色彩，具有特殊性，被称为特殊色。比如金色、银色、荧光色等。特殊色经过特殊技术处理后能表现出不同的光泽效果。此类色彩的提出是为了适应现代设计和现代印刷的发展，丰富设计师的表现方式和设计效果。



特殊色

色彩三属性

色彩具备三个基本属性：色相、明度和纯度，它们合称为色彩三要素或色彩三属性。理解色彩的三属性就能对其进行客观描述，掌握色彩并对其进行灵活应用。

色相

色相是有彩色的一种属性，是色彩的相貌，是根据波长来划分的可见光的相貌。在可见光谱中红、橙、黄、绿、青蓝、紫这些色光发射着色彩的原始光辉，构成了色彩体系的基本色相，它们体现着色彩外向的性格，是色彩的灵魂。



色相条

明度

明度是指色彩的明暗程度。明度高是指色彩较明亮，而明度低，则是指色彩较灰暗。光线强时，色彩给人的感觉比较亮，光线弱时，色彩给人的感觉则比较暗。

在无彩色中，明度最高的色为白色，明度最低的色为黑色，二者之间存在一个从亮到暗的灰色系列。

在有彩色中，任何一种色彩也同样具有自己的明度特征。例如，黄色为明度最高的色彩，处于光谱的中心位置，紫色是明度最低的色彩，处于光谱的边缘。物体的表面对光的反射率越大，对视觉的刺激越强，色彩的明度也就越高。

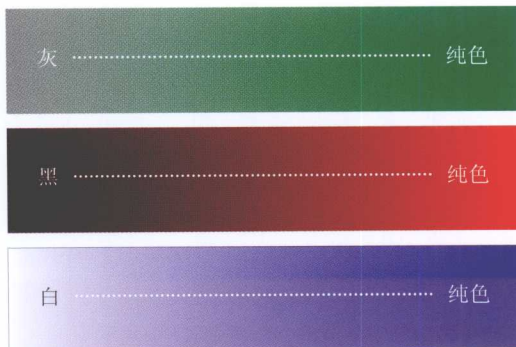
明度在色彩三要素中具有较强的独立性，它可以不带任何色相特征而仅仅通过黑、白、灰来体现。



纯度

纯度指的是色彩的鲜艳程度，我们的视觉能辨认出的有色相感的色彩都具有一定程度的鲜艳度。比如绿色，当它混入白色时，虽然仍具有绿色的特征，但鲜艳度降低、明度提高，成为淡绿色；当它混入黑色时，鲜艳度降低、明度降低，成为暗绿色；当混入与绿色明度相似的中性灰时，明度没有改变，纯度降低，成为灰绿色。

纯度体现了色彩内在的特征。同一个色相，即使纯度发生细微的变化，也会立即带来色彩性格的改变。



色彩属性特征

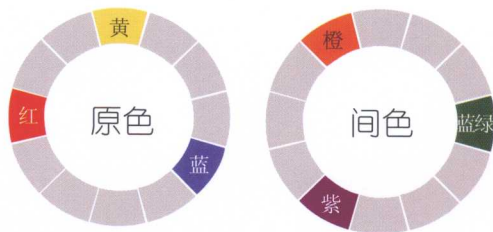
色相环

为了在实际工作中更方便地运用色彩，人们将色彩按照一定的规律和顺序排列起来。历史上曾有许多人作过这方面的努力和研究，科学家牛顿通过三棱镜实验证明了光是波长不同的单色光的集合，在此基础上发现了七色光谱，并将七种颜色按照顺序围成一个圆环，即得到一个供色彩研究及运用的色相环。在不同色彩组合构成的色相环中六色相环是最基本的，其中的“六色”是指红、橙、黄、绿、蓝、紫。在六色相环的基础上根据组合在一起的色彩在色环上相差的度数，可以再细分出十二色相环。



原色与间色

颜料的原色是红、黄、蓝。当我们把三原色中的红色与黄色等量调配就可以得到橙色，把红色与蓝色等量调配得到紫色，而黄色与蓝色等量调配则可以得到绿色。在专业上，由三原色等量调配而得到的颜色我们把它叫做间色。间色又叫“二次色”，是由两种原色调配出来的。其中原色与间色混合又可以得到复色。在调配时，由于原色在分量多少上有所不同，所以可以产生丰富的色彩变化。



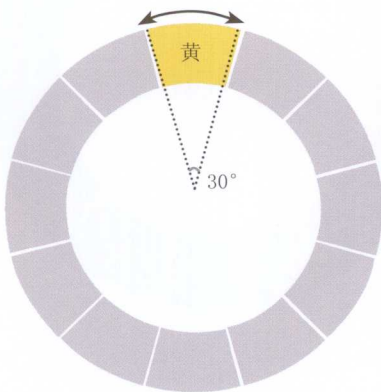
暖色与冷色

红色、橙色、黄色的色相是暖色，能让人感觉到温暖。蓝绿、蓝色、青色的色相是冷色，给人寒冷的感觉。还有紫色、黄绿、绿色被称为中性色，没有特别强烈的冷暖感觉。据说就算是同样温度下暖色和冷色环境中的体感温度也有大约3℃的差别。



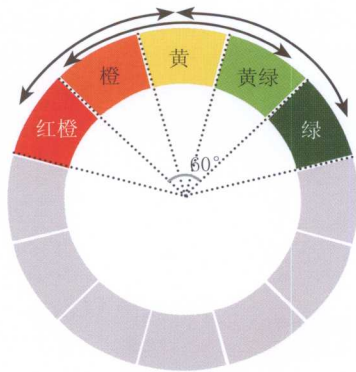
同类色

同类色是指同一色相不同的颜色变化。例如,红色中有紫红、深红、玫瑰红、大红、朱红、橘红等种类,黄色中又有深黄、土黄、中黄、橘黄、柠檬黄等区别。在色相环中,相距 30° 左右,或者彼此相隔一两个数位的两种色彩为同类色关系,属于弱对比效果的色组。



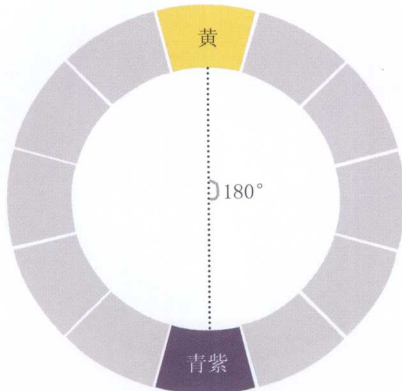
邻近色

在色相环中,凡在 60° 范围之内的颜色,或者相隔三四个数位的两种色彩为邻近色关系。邻近色属于中对比效果的色组,色相间色彩倾向近似,冷色组或暖色组的特征比较明显,色调统一和谐、感情特性一致。



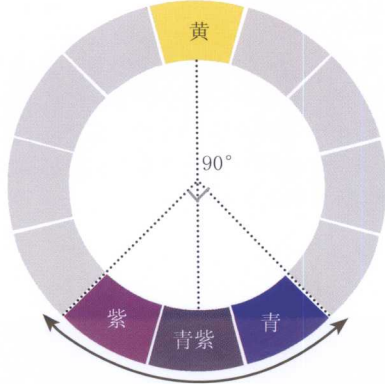
互补色

色相环上相距 180° 的一组色相互为补色。互补色是对比最强烈的色彩组合,给人强烈的视觉冲击,容易产生不安定感。在运用时如果搭配不恰当会产生生硬、浮夸、急躁的效果。

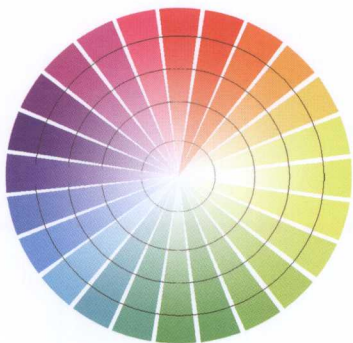


对比色

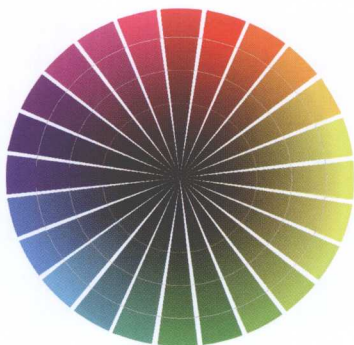
对比色是在色相环上与它的互补色相邻的两种色相分别与该色形成对比色关系,如黄色与紫色、黄色与青色等,均互为对比色。如果把对比色放在一起,会给人强烈的排斥感。对比色配色是构成明显色彩效果的重要手段,同时也是赋予色彩表现力的重要方法。



明暗位置图



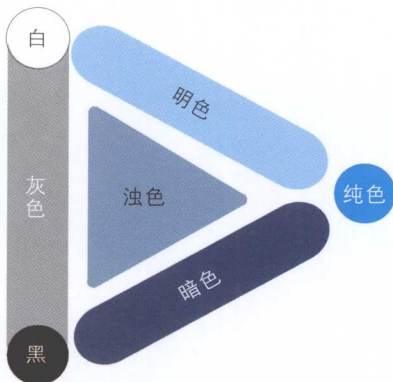
白量盘：在色相环中加入白色，越靠近中心白量越多，明度越高，纯度越低，白度刺激量就越大。



黑量盘：在色相环中加入黑色，越靠近中心黑量越多，明度越低，纯度越低，黑度刺激量就越大。

色调位置图

色调是将色彩的明度和纯度结合起来表现色彩的鲜艳程度。在结合明度和纯度的色调图中可以看出越靠上色彩越亮，越靠下色彩越暗，越靠左色彩纯度越低，越靠右色彩纯度越高。



在鲜艳的纯色中加入白色就会变成明色调，加入灰色会变成浊色调，加入黑色会变成暗色调。如下图色相环所示，将各种颜色沿圆周依次排开，中心的圆为暗色，依次向外为浊色，最外圈的是明色。

