



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

专业化妆师系列

总主编 吴帆



色彩设计

主编 吴帆



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

专业化妆师系列 总主编/吴帆

色彩设计

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

主 编 吴 帆

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书为专业化妆师系列之一。

本书介绍了简便易学的色彩基础知识及搭配系统,从简单的基本色彩知识着手,根据该学科的特点分析个人形象的配色关系以及色彩在形象设计专业中运用的独特方法。其次根据人的自然色调,将其按春、夏、秋、冬四大色系进行分类,并诊断季型。最后就服饰的整体色彩搭配进行指导。

通过本书的学习可以使学生从形象色彩设计的理论体系中吸取实用的色彩运用和搭配技能,开发色彩强大的利用价值,学会从色彩上为人的形象创造附加价值。

本书适用于人物形象设计、服饰设计及相关专业的学生以及从事人物形象设计行业的专业人士。对于非专业的读者,也有助于提高其自身的色彩搭配能力,把握好自身的服饰配色水平。还可作为相关职业技能培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

色彩设计/吴帆主编. —上海:上海交通大学出版社,2012

(专业化妆师系列)

ISBN 978-7-313-08829-1

I. ①色… II. ①吴… III. ①化妆-色彩-设计-
高等职业教育-教材 IV. ①TS974.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 172412 号

色 彩 设 计

吴 帆 主 编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

上海华业装璜印刷有限公司印刷 全国新华书店经销
开本: 787mm×960mm 1/16 印张: 8.75 字数: 186 千字

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1~3030

ISBN 978-7-313-08829-1/TS 定价: 58.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系
联系电话: 021-56475919

序

作为人物形象设计专业的基础教材《化妆设计》一书自2004年出版以来，受到各大艺术院校、专业化妆培训学校、各地专业人士及爱好者的广泛关注和认可，并先后于2006年、2008年和2011年再版，由此可见，中国形象设计行业在迅速地发展。

诚然，行业的迅速崛起让我们作为行业的教育工作者感到兴奋；但同时，社会的压力和责任感也随之而来。随着中国人物形象设计行业的发展，化妆师的需求日益专业化和个性化，商业形象设计的需求市场已经不再是简单满足于建立在传统化妆审美与传统化妆技法的知识结构下的化妆设计作品，而开始转向追求更加新颖的、个性化的、富有创意的化妆造型表现形式，这就使得我们提供给化妆师的教材内容不能再局限于只是传授传统的化妆基础知识和基础技法了，富有个性化的、时代感强的化妆教学实训教材将备受关注和需求。基于此，我与上海交通大学出版社策划编辑范荷英副编审自2009年就开始策划此类教材，希望它成为既能够满足专业院校化妆课程的实践教学，又能够为专业培训机构提供专业化的、适用性更强、时代感更强的系列化的实训教材，从而使学员进入社会以后能够更快地融入市场，并创作出符合市场需求的好作品。

“专业化妆师系列”就是在这样一个背景下诞生的，内容是依据国家化妆师的职业标准，以《化妆设计》、《发型设计》、《色彩设计》、《服饰设计》为本系列的基础，在《生活化妆》、《新娘化妆》、《时尚化妆》、《摄影化妆》及《影视、舞台化妆》等几大实践领域，以实操案例的形式展开，循序渐进地传授化妆的技法，同时传递当代时尚审美的趣味和风格，真实、详细、完整地再现了每一个主题化妆造型的全过程，使得教材的实用性更强、适用面更广，当为我国第一套系列化的化妆实训丛书。

当然，时尚审美的概念和标准具有更新快、变化快的特点，所以，实训教材的更新换代也是一个不容回避的现实。我们编辑组将根据时尚发展趋势，结合我国化妆类专业院校和各大培训机构的特点和需求，周期性地调整和更新这套实训教材的内容，使之具有时尚感、时代感的特点，以满足广大市场的需求。

吴帆

前 言

化妆设计是一门新的学科，构建和规范课程体系将为化妆设计行业人才的培养提供必要的保证，也将为中国化妆设计行业的发展提供专业化、科学化的方法和思路。

由于中国化妆设计业起步较晚，化妆设计教学也相对滞后。自20世纪90年代末，部分大专院校才陆续开设了人物形象设计专业。目前，从业人员主要分为三大类：第一类是从事影视化妆技术的工作者，如影视化妆师、舞台化妆师等；第二类是从事美容美发行业的工作者，如美容师、美发师等；第三类是从事时尚及生活形象指导的工作者，如形象顾问、色彩顾问等。在第一类从业人员中，有来自相关院校影视化妆专业的毕业生，以及大量的短期班学员；而在第二、三类从业人员中，几乎都是来自美容美发机构的培训班学员，他们大多没有学历，文化程度低。这就造成了行业整体素质偏低，专业人员偏少的现状。化妆设计是一种创造美的职业，良好的审美修养是对行业从业人员的基本要求，培训机构只是进行技术培训，而忽略审美素质的培养；专业设计院校的毕业生比例低于从业人员总人数的百分之一，这都是很不正常的现象，必然会阻碍化妆设计业的正常发展。

由于专业市场的不规范，特别是专业技术人员的专业素质培养环节薄弱，有关人物形象设计的、实用性强的专业理论及实训类教学用书尤其显得不够规范，且不系统化。为此，我们针对行业的职业技能要求标准，编写了实用性、专业性强的“专业化妆师系列”教材。《色彩设计》作为其中之一，在研究色彩与人体、色彩与服装、色彩与观念、色彩与风格领域，详细诠释了专业化、系统化的整合概念和操作方法，实用性及理论程度均达到了专业化人才培养的要求。

由于时间紧迫，有不尽人意之处，还望业内外人士批评指正。本丛书中采用了大量国内外优秀的、适合教学的化妆造型及服饰参考图片，绝大多数均在参考文献中标明出处，如有疏漏，敬请谅解。

编者

目 录

1 概述	1
1.1 色彩的基本知识	2
1.2 色彩的配色关系	6
1.3 形象与色彩的关系	20
2 配色方法	31
2.1 化妆的配色方法	32
2.2 发型的配色方法	42
2.3 服饰的配色方法	51
2.4 整体形象的配色原则	66
3 色彩分析	73
3.1 个性色彩分析	74
3.2 个性色彩四季论	85
3.3 个性色彩风格	90
4 色彩运用	101
4.1 白种女性的色彩选择	102
4.2 亚洲女性的色彩选择	108
4.3 黑人女性的色彩选择	112
4.4 拉美女性的色彩选择	116
5 流行色	121
5.1 流行色的概念及其规律	122
5.2 国际流行趋势的演变与发展	128
参考文献	132

1

概述

色彩的基础知识
色彩的重要性
色彩与形象的关系
色彩搭配的基本技巧

1.1 色彩的基本知识

1.1.1 色彩的形成

在五光十色、绚丽缤纷的大千世界里，色彩作为一种最普遍的审美形式，使宇宙万物充满情感，并且显得生机勃勃。色彩存在于我们日常生活的各个方面，衣、食、住、行、用，人们几乎无处、无时不在与色彩发生着密切的关系。人类把大自然色彩的启示与自然或人工色料结合起来，使得我们的生活更加丰富多彩。

人类对颜色的使用，最早是在15万~20万年以前的冰河时期。在原始时代的遗址中发现，与遗物埋在一起的有红色的土及涂了红色的骨制器皿，这是古人在劳动中用美丽的颜色表达自己情感的原始创作。原始人将红色作为生命的象征，他们认为红色是鲜血的颜色，他们使用红土、黄土涂抹自己的身体，涂染劳动工具，以表达对种族的崇拜，蕴涵征服自然的意念。这一现象在原始文化、图腾艺术中均有记载，甚至现在的印地安人等土著部落中仍保留了这一原始的痕迹。

美国光学学会色度学委员会对颜色作了如下定义：颜色是除了空间和时间的不均匀性以外的光的一种特性，即光的辐射能刺激视网膜，使观察者通过视觉而获得的景象。在我国的国家标准中，对颜色定义为光作用于人眼引起除形象以外的视觉特性。人类对色彩的认识源自感觉。客观世界的光和声作用于感觉器官，通过神经系统和大脑的活动，我们就有了感觉，对外界事物与现象就有了认识。色彩是与人的感觉(外界的刺激)和人的知觉(记忆、联想、对比等)联系在一起的。色彩感觉总是存在于色彩知觉之中，很少有孤立的色彩感觉存在。

人的色彩感觉信息传输途径是光源、有色物体、眼睛和大脑，也就是人们色彩感觉形成的四大要素。这四个要素不仅使人产生色彩感觉，而且也是人们能正确地判断色彩的条件。在这四个要素中，如果有一个不确定或者在观察中有变化，就不能正确地判断颜色及颜色产生的效果。光源的辐射和物体的反射属于物理学范畴，而大脑和眼睛却是生理学研究的内容，但是色彩永远是以物理学为基础的，而色彩感觉总包含着色彩的心理和生理作用的反映，使人产生一系列的对比与联想。

总之，色彩感觉不仅与物体本来的颜色特性有关，而且还受时间、空间、外表状态以及该物体的周围环境的影响，同时还受各人的经历、记忆力、看法和视觉灵敏度等各种因素的影响。

1.1.2 色彩的种类

据调查，人类肉眼可以分辨出的颜色多达1000多种，若要细分它们的差别，或命名这些色彩，是十分困难的。因此，色彩学家将色彩以其不同属性来进行综合描述。要理解和运用色彩，

必须掌握色彩归纳整理的原则和方法，而其中最主要的是掌握色彩的属性。

色彩分为无彩色和有彩色两大类。无彩色包括黑、白、灰色，如图1.1所示。我们从光的色谱上见不到这三种色彩，色度学上称之为黑白系列。然而在心理学上它们却有着完整的色彩性质，在色彩体系中扮演着重要的角色，在颜料中也有其重要的任务，例如当一种颜料混入白色后，会显得明亮；相反，混入黑色后就显得比较深暗；而加入黑与白混合的灰色时，将失去原有的色彩。有彩色是指光谱上显现出的红、橙、黄、绿、蓝、紫等色彩，以及它们之间调和的色彩(其中还包括由纯度和明度的变化形成的各种色彩)。

光谱中的全部色彩都属于有彩色。有彩色是无数的，如图1.2所示。有彩色以红、橙、黄、绿、蓝、紫为基本色。基本色之间不同量的混合，以及基本色与黑、白、灰色之间不同量的混合，会产生成千上万种有彩色。在有彩色中，红、黄、蓝是三原色，这是因为所有其他的颜色都可以由混合其中的两种或两种以上的原色而得到。然而，红、黄、蓝不可能通过混合它们本身的颜料而获得，在这种意义上，我们称其为原色。

原色和间色包括了光谱中所有纯色的颜色，这些颜色被称为基本色。绿色、橙色和紫色属于间色，它们由两种原色的颜料混合而成，如图1.3所示。



图1.1

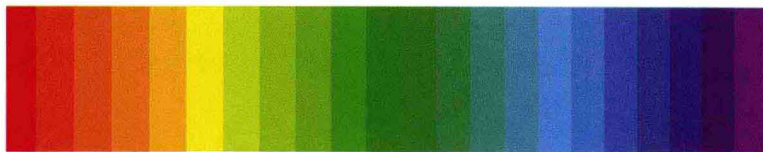


图1.2

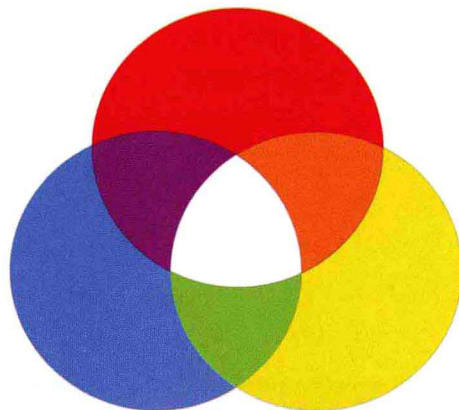


图1.3

1.1.3 色彩的属性

在中性灰色的底纸上分别贴上形状相同、大小一样、肌理一致、与观察者的距离也相同的红、黄、蓝三原色，结果给人的感受是截然不同的。

首先被视觉注意的是黄色，因为它最明亮、最醒目；其次是红色，其鲜艳程度最高，显得扩张、突出；最后是蓝色，相对暗淡，有远逝、收缩的感觉。可见，色彩具有三种属性，即色相、明度、纯度。

1.1.3.1 色相

色相指色彩的不同相貌、名称。有彩色就是红、黄、蓝等几个色相，色相由于不同波长的光波而给人以特定的感觉是不同的，将这种感受赋予名称，有的称红，有的称绿等，色相是色彩三属性中最积极、活跃的因素。

最初的基本色相为：红、橙、黄、绿、蓝、紫，在各色中间插入1~2个中间色，按光谱顺序排列，分别为：红、橙红、黄橙、黄、黄绿、绿、绿蓝、蓝绿、蓝、蓝紫、紫、红紫，即为十二基本色相。这十二色相的彩度变化，在光谱色感上是均匀的，如果进一步再找出其中间色，便可以得到二十四色相；如果再把光谱的红、橙、黄、绿、蓝、紫诸色带首尾相连，以环形排列，即构成环形的色相关系，称为色相环。基本色相间取中间色，即得十二色相环，再进一步便是二十四色相环，如图1.4所示，图中外圈便是二十四色相环。色相环上距离的长短、角度的大小决定色相间的对比，距离越近，角度越小，对比的效果越弱，反之越强。

色彩亦有冷、暖之分。蓝色系列，如蓝色和紫罗兰等都属于冷色；红色系列，如红色、橙色和黄色等则属于暖色。

1.1.3.2 明度

明度是指色彩的明暗深浅程度。各种有色物体由于它们的反射光量的区别而产生色彩的明暗强弱。色彩的明度有两种情况：一是同一色相不同明度。如同一颜色在强光照射下显得明亮，弱光照射下则显得较灰暗模糊；同一颜色加黑或加白也能产生各种不同的明暗层次。二是各种颜色的不同明度。每一种纯色都有与其相应的明度。黄色明度最高，蓝紫色明度最低，红、绿色为中间明度。明度在色彩的三要素中起着重要的核心作用，它能表现色彩的明暗层次变化，能有效地表达物体的空间

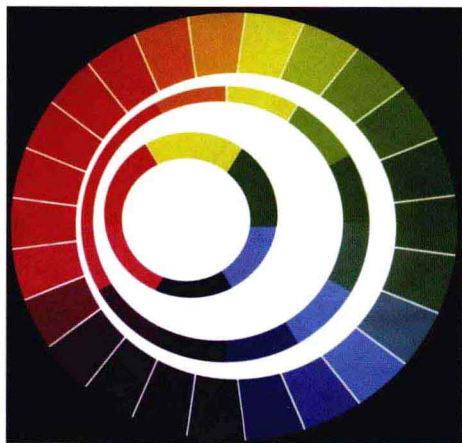


图1.4

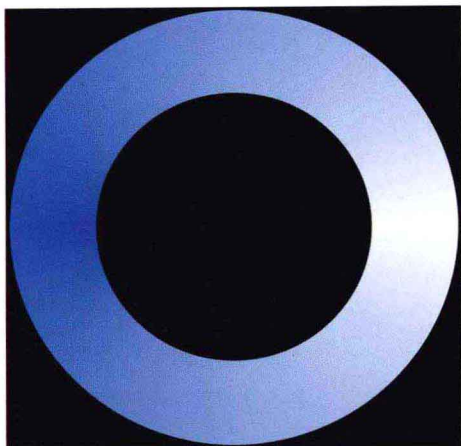


图1.5

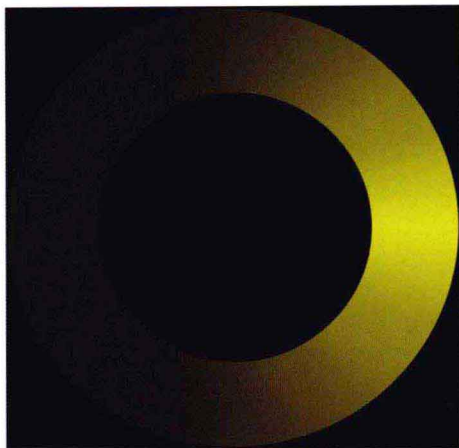


图1.6

感、立体感，能表现光与影。图1.5表现的为蓝色的明度变化。

1.1.3.3 纯度

色彩的纯度(又称彩度)是指色彩的纯净程度，它表示颜色中所含有色彩成分的比例。比例越大，则纯度越高；比例越小，则纯度越低。当一种颜色加入黑或白色时，纯度就会发生变化，也就是说，色彩的明度变化往往影响到纯度。如：红色加入黑色以后明度就降低了，同时纯度也就降低了；如果红色加白色，则明度提高了，而纯度却降低了；又如：粉红色的围巾接近白色，可以确定它是高明度，如果是一条低明度的红色围巾，当然是暗红色无疑了。图1.6为黄色由浅到深的纯度变化。

纯色的彩度最高。当加入的另一种色彩的比例达到很高时，在人的肉眼看来，原有的颜色将几乎失去本来的光彩，而变成混合的颜色了。当然，这并不等于说在这种混合的颜色里已经不存在原来的色素，而是由于大量地加入其他的颜色使原来的色素被同化，人的眼睛已经无法分辨出来。

色相、明度、纯度是色彩中最重要的三个要素，也是色彩最基本的构成要素。这三种要素虽有相对独立的特点，但又相互关联、相互制约、不可分割，只有色相而无纯度和明度的色彩是不存在的；同样，只有纯度而无色相和明度的色彩也是不可能的。因此，在认识和应用色彩时，必须同时考虑色彩的三个要素。

无彩色系没有色相和纯度，只有明度的变化。色彩的明度可用黑白度来表示，明度越高，越接近白色；反之亦然。

黑、白、灰色在颜料的调色过程中扮演着重要的角色，在技法上可以展示色彩的丰富性，无彩色系通过由白或黑的渐变可呈现梯度层次的灰色。只有有彩色才具备色彩的三大要素：色

相、明度、纯度。有彩色与黑白灰不同比例调配出的色彩仍属有彩色。无彩色仅有明度的变化，但它可以极大地丰富有彩色系的色彩层次变化。

在色彩的概念中，还有一个常用的名词，即色调。色调是指整体色彩外观的重要特征和基本倾向。色调由色彩的明度、色相、纯度三要素综合构成，其中某种因素起主导作用，就可以称为某种色调。从色相上来看，有红色调、蓝色调等；从明度上来分，有明色调、暗色调等；从纯度上分，有鲜色调、灰色调、深色调；从色彩的感情因素上来分，有冷色调、暖色调。

个人形象设计中的色调在一定程度上体现设计者的审美情感。如果把一种冷色加到另一种冷色上，结果产生一种冷色调的颜色；同样，如果把一种暖色加到另一种暖色上，结果就产生一种暖色调的颜色。如加了蓝色的绿色就是一种冷色调的水绿色，而加上黄色的绿色就是一种暖色调的黄绿色；又有加上蓝色的红色是一种冷色调的紫红色，而加上黄色的红色则是一种暖色调的橙红色等。

1.1.4 色立体

所谓色立体，是把色彩的三要素，系统地排列组合成一个立体形状的色彩结构。

色立体对于整体色彩的整理、分类、表示、记述，以及色彩的观察、表达、有效应用都有很大的帮助。如图1.7所示为色立体的基本结构，即以明度阶段为中心垂直轴，往上明度渐高，以白色为顶点；往下明度渐低，直到黑色为止。其次由明度轴向外做出水平方向的彩度阶段，愈接近明度轴，彩度愈低；愈远离明度轴，彩度愈高。各明度阶段都有同明度的彩度阶段向外延伸，因此，构成某一种色相的等色相面。以明度阶段为中心轴，将各色相的等色相面，依红、橙、黄、绿等顺序排列成一个放射状的结构，便形成所谓的色立体。

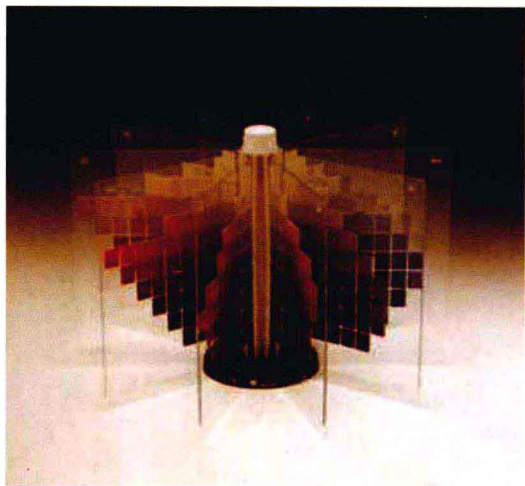


图1.7

1.2 色彩的配色关系

服装的色彩、妆容的色彩等都是随个人喜好而定，但是，颜色单独被看到，或被单独使用的情形则比较少。

大概是因为色彩太多的关系，配色在色彩的处理上被认为是最困难的课题。同时，由于并

置的颜色有时候会欺骗眼睛，因此，使配色显得难上加难。

色彩的搭配是因人们的选择而存在的。现实生活中，每个人的整体形象往往是各种各样的色彩组合的感觉。而且同自然环境和人的心理环境相适应，形象设计中的配色活动也是一种创造性的审美活动。

任何一种色彩，在人的内心世界都能点燃形象思维的火花，仁者见仁，智者见智，从而产生不同的色彩来塑造自我。所以说，形象设计中的色彩选择就是配色，通过色彩视觉规律的利用，达到肤色、体态和整体的色彩美的统一，利用色彩来强化、美化人物的形象气质，弥补不尽人意的缺陷。色彩搭配形式是人们个性、文化修养、经历的表达方式，也是一种人格和思维的表达方式。通常情况下，不论形象设计还是其他设计，色彩的对比与调和是色彩的美感统一而对立的两个方面，他们互为存在条件。色彩对比过于强烈，会产生刺激的效果。调和失去对比，又显得毫无生气和个性。因此，色彩的搭配从以下两个方面来分析。

1.2.1 色彩的对比

两种色彩并置在一起时，相互之间就会有差异，就会产生对比。色彩有了对比，才更会显得丰富。色彩搭配不但可以根据其不同属性进行对比分类，还可以进行以下各类对比，都会有其独特的效果。色彩在形象上的对比，有面积对比、位置对比、肌理对比等。色彩在心理上的对比有冷暖对比、干湿对比、厚薄对比等。色彩在构成形式上的对比有连续对比、同时对比等。

一种色彩与其他色彩同时进行比较时，不但展现了自己的审美价值，同时也形成色彩的对比组合之美。在这个意义上，要掌握色彩美的视觉规律，就必须去认识色彩情感效果的千变万化，研究色彩对比的特殊性，认识对比色彩的特殊个性，进而创造具有独特效果的色彩组合设计。图1.8就是从色彩的三大属性的对比来进行分类对比的。

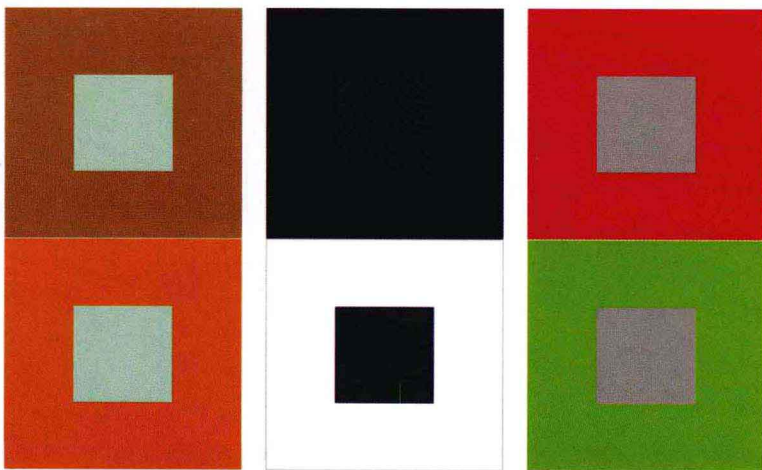


图1.8

1.2.1.1 明度对比

因色彩明度的不同而形成的色彩对比称为明度对比。由于色彩明度之间的差别不同，对比的效果也就不一样。明暗之间不同量的对比，能够创造出各种不同的色调的可能性。而色调本身又具有很强的色彩表现能力，能够形成很强的空间感、光感和丰富的色彩感。它是配色中达到明快感、视觉清晰度的关键。图1.9及图1.10中服装色彩的设计均运用了明度对比。

1.2.1.2 色相对比

因色相差别而形成的色彩对比称为色相对比。色相对比主要有彩色与无彩色之间的对比，无彩色之间的对比，以及有彩色之间对比。

有彩色与无彩色之间的对比，例如黑与红、黑与灰、白与蓝等。即黑白灰三者与其他色彩的对比搭配。图1.11中是红、黄、蓝色的对比搭配。

无彩色之间的对比显然是指黑白灰三者之间的对比搭配关系。

色彩之间的对比主要有同种色相或不同色相之间的对比。有彩色之间的对比取决于色相在色相环上的位置关系。色相环上任何色都可以自为主色，分别组成同色相对比、邻近色相对比、类似色相对比、中差色相对比、对比色相对比、补色色相对比、全色相环色相对比关系。并以此形成的对比关系会有不同的视觉感受，见图1.12~图1.16。



图1.9

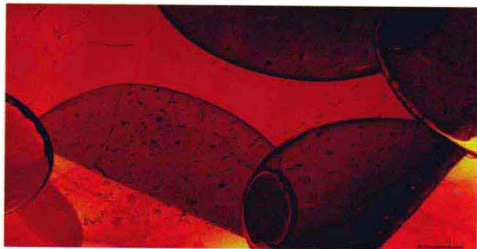


图1.10



图1.11