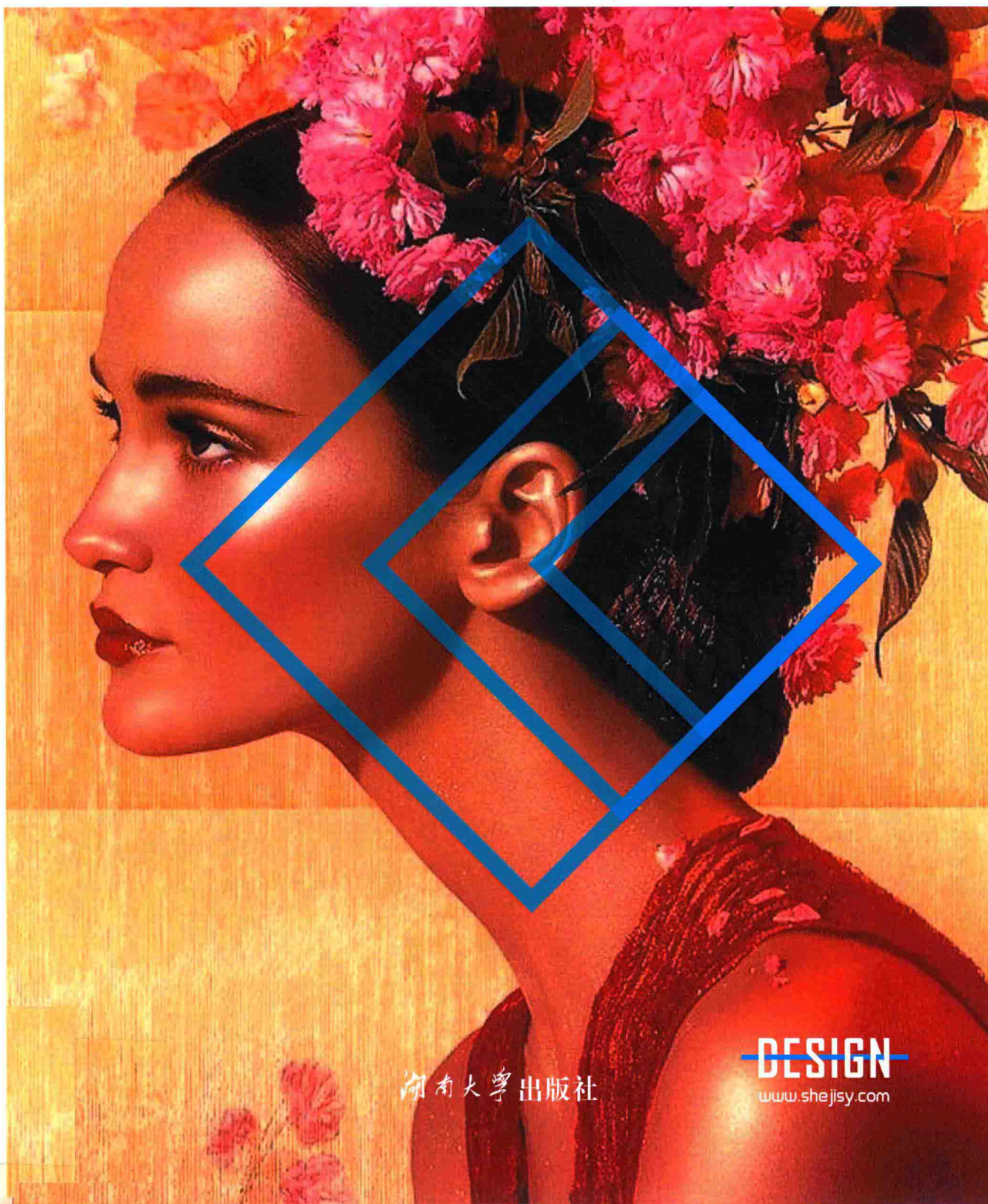




高等院校设计专业“十三五”规划应用型教材·服装与服饰设计

形象色彩设计

白敬艳 主编



湖南大学出版社

DESIGN
www.shejisy.com

形象色彩设计

主 编 白敬艳

副主编 余明涇 何 锐

湖南大学出版社

内 容 简 介

全书介绍了简便易学的色彩搭配系统,从简单的基本色彩知识着手,根据学科的特点分析个人形象设计的配色关系以及色彩在形象设计专业中运用的独特方法。根据个人的色调,进行个性分类分析,并诊断其类型,以获得较好的色彩搭配整体效果。书中亦针对服饰以及妆容发型等整体的色彩搭配进行了分析指导。

本书适用于大中专院校形象设计、服饰设计以及相关专业的学生以及从事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,把握好个人服饰配色水平。

图书在版编目(CIP)数据

形象色彩设计 / 白敬艳主编. — 长沙: 湖南大学出版社, 2016.5

高等院校设计专业“十三五”规划应用型教材·服装与服饰设计

ISBN 978-7-5667-1102-1

I. ①形... II. ①白... III. ①形象-色彩-设计-高等学校-教材

IV. ①J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第101478号

形象色彩设计

XingXiang Secai Sheji

主 编: 白敬艳

责任编辑: 胡建华

责任校对: 全 健

责任印制: 陈 燕

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山

邮 编: 410082

电 话: 0731-88822559(发行部), 88821251(编辑室), 88821006(出版部)

传 真: 0731-88649312(发行部), 88822264(总编室)

电子邮箱: hjhncs@126.com

网 址: <http://www.hnupress.com> <http://www.shejisys.com>

印 装: 湖南雅嘉彩色印刷有限公司

开 本: 787×1092 16开

印张: 8

字数: 180千

版 次: 2016年8月第1版

印次: 2016年8月第1次印刷

印数: 1~3000册

书 号: ISBN 978-7-5667-1102-1

定 价: 48.00元

作者简介



白敬艳

女，汉族，2003年毕业于东华大学服装设计专业，获得硕士学位。现任深圳职业技术学院艺术设计学院个人形象设计专业教师，讲师。 学术研究方向：服装设计及相关理论，人物形象造型设计。著作有《形象色彩设计》《美国服装设计完全教程》。主持和参加过多项市省级课题。



目录

1 形象色彩设计概论 / 1

1.1 形象色彩设计概论	2
1.2 形象色彩设计的相关因素	5

2 形象色彩设计的构成及相关因素 / 9

2.1 形象色彩设计的光色原理	10
2.2 形象色彩设计中的色彩对比与调和	21

3 形象色彩设计中的个人色彩鉴定 / 33

3.1 个人色彩理论概述	34
3.2 个人色彩的鉴定	38

.....

4 形象色彩设计中的服饰风格的色彩搭配 / 83

4.1 女性服饰风格的色彩搭配	84
4.2 男性服饰风格的色彩搭配	100

.....

5 形象色彩设计的操作流程 / 111

5.1 形象色彩设计的基本操作方法	112
5.2 形象色彩设计的基本操作程序	118

.....

参考文献	121
后记	122

形象色彩设计
Image Color Design

1

形象色彩设计概论

课程目标	了解形象色彩设计的概念、特点以及研究范围
建议课时	2~4 课时
关键词	个人形象 研究范围 色彩顾问
讨论问题	1.形象色彩设计的特性 2.形象色彩设计师的工作范畴



1.1 形象色彩设计概论

1.1.1 形象色彩设计的概念

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，对外界的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，这些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，而且也是人能正确判断色彩的条件。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。

美国光学学会（Optical Society of America）色度学委员会将颜色定义为：颜色是除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景象。在我国的国家标准中，将颜色定义为：光作用于人眼引起除形象以外的视觉特性。

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。人们几乎无处、无时不在与色彩发生着密切的联系。

而形象色彩是以人体、服饰、配饰为载体，以各种色相、明度、纯度的色彩组合效果所呈现出来的一种色彩表现形式。

形象色彩设计师用科学的方式、艺术的手段对色彩的内在因素与外在因素进行研究、统筹，并使人体的肤色、发色、唇色与服装、配饰形成完美的色彩搭配效果，使整体和谐统一。

1.1.2 形象色彩设计的特点

(1)从属性

形象色彩设计是从属于人物整体形象设计的，作为人物整体形象设计的主要设计部分，其设计的内容也必须以人物整体形象造型设计为前提，在保持与其从属关系相对应的情况下，来确定色彩的设计方案。

(2)流行性

形象色彩设计是跟随时代的流行而进行的，流行色的运用对于形象色彩设计来说是必需的。流行因素对于形象色彩设计来说影响非常大，不同的流行趋势对人们的审美心态的影响，直接关系到形象色彩的设计内容。

(3)具体性

形象色彩设计也不完全是根据流行或者当前趋势来进行的，它必须具体到每一个消费者。每个个体的具体情况都有所不同，所以在进行形象色彩设计的过程中，必须兼顾到消费者的具体情况。

(4)实用性

形象色彩设计的实用功能体现在它是从人的视觉生理感观系统出发，根据人的心理、身份和气质等所进行的功能性设计。有些特殊职业或特殊场合下的形象色彩设计必须具有易于识别性。

(5)装饰性

形象色彩设计可以随意组合色彩形式，在受一定条件制约的前提下，对所设计的对象以美观为原则，进行修饰装饰等色彩设计，可采用单纯、简练、浪漫、夸张等手法，形成多变的色彩组合形式。

(6)制约性

所谓设计，并不是设计者就能随心所欲地创作，必须受到一定条件的制约与限制。形象色彩设计也不例外，它必须以特定的人物形象为载体，并且受到市场、流行、客户、技术、文化环境与自然环境等多方面因素的制约。

(7)综合性

形象色彩设计主要是以人为对象对色彩进行有机的组合，力求作品的色彩及其表现形式更趋形式美与设计美，以符合消费者、社会以及审美等多方面的需求。在大众传播时代，形象色彩设计必须充分体现人文性、和谐性、创造性、造型性等多方面的综合特征。

1.1.3 形象色彩设计的研究范围

形象色彩设计的研究范围包括人与其形象、环境、人际关系、社会关系等多方面的色彩关系和联想。作为集科学、技术与艺术于一体的综合性学科，形象色彩设计具有多学科交叉的特性。形象色彩设计的研究领域可以分为自然学科和人文学科。自然学科注重研究物质属性，如衣饰的材质、形态、色彩、构造等内容；人文学科注重研究非物质文化属性，即人的心理、审美、文化、环境等。就专业领域而言，它需要色彩设计、美容保健、形象设计、服装设计等学科理论的支撑。就设计者而言，本着以人为本的设计理念，需要对生理学与心理学领域有所了解，需要仔细研究人物的设计动机、体型、肤色、性别、年龄、文化、职业、审美情趣、生活方式、价值观念等。因此，形象色彩所涉及的范围很广，包括物理、化学、医学、美学、生理学、心理学、社会学、文化学、市场经济学、美术学等相关学科。由于影响形象色彩设计效果的因素众多，加剧了形象色彩设计过程的复杂性，设计者单凭直觉和经验进行构思创作很难满足形象色彩设计的多样化需求。形象色彩设计的发展，需要多学科、多方面的协同合作，它的作品通常不是孤立的设计成果。在影视市场、服装市场、美术市场日益泛滥的消费主义、大众文化时代，形象服饰色彩设计正发挥着越来越重要的作用。我们需要积累深厚的文化品位和审美素养，需要协作精神，在认真而系

统地掌握了形象色彩设计理论的前提下，并在充分理解形象色彩设计涉及的各因素之间关系的前提下，才能设计出符合时代需求的作品，去寻求人与自然、人与环境、人与艺术等方面的大和谐。

Q&A

1.2 形象色彩设计的相关因素

1.2.1 形象色彩设计师及从业人员

目前，从事形象色彩设计工作的人很多，统称为色彩（形象管理）顾问，是对个人形象进行设计与指导的专业顾问。通过专业诊断工具（如图1.1），测试出人的色彩归属与风格类型，为人找到最合适的服饰颜色、款式、搭配方式和各种场合用色及最佳的妆容用色、发色等，通过帮助人们建立和谐的个人形象，同时教会消费者掌握实用的专业扮靓技巧，让其避免“买错”衣物造成的时间、金钱、精力的浪费，避免“做错”发型、“化错”妆容、“搭错”服饰、“穿错”场合而造成的尴尬与损失，提升消费者的审美品位与整体形象气质，为消费者情感生活、社会交往等带来深远的影响……



图 1.1

1.2.2 色彩顾问涉及的行业范围及其所应具备的专业素质

个人色彩顾问的工作是为个人的服装、化妆、形象设计等进行色彩分析、色彩搭配、色彩运用等方面提供咨询指导，它也是目前在色彩咨询业中最为大众所易于学习、掌握的专业。色彩心理咨询能够帮助人们迅速认知自我。在现今社会，因拥有众多的拥护者，色彩咨询业拥有了一个全新的发展空间。

个人色彩形象顾问服务内容包括：个人色彩诊断、个人款式风格诊断、最佳彩妆判断及自然化妆传授、职业形象定位、场合与着装规则、配饰及丝巾系法、陪同购物、专业个人衣橱设计、商企橱窗设计、专业婚礼服饰指导、企业形象用色整体设计、家居整体色彩风格设计等。

个人色彩诊断范畴：个人色彩诊断及咨询，时装专卖店色彩搭配，园艺、插花色彩指导，服装、服饰设计色彩指导，专业化妆造型色彩指导，美容美发色彩指导，形象设计色彩指导。

个人款式风格诊断范畴：个人款式风格诊断及造型指导，个人服饰搭配、化妆技术提升指导，造型师技术指导，美发师技术指导、服装服饰技术指导。

个人色彩形象顾问与化妆师、服装设计师的区别在于：色彩顾问是给人寻找色彩规律，之后把这个规律告诉个人，用语言和技巧来工作，而不是直接给人终端产品。咨询人明白后，再去找化妆师、服

装设计师、美容师实施具体方案。也就是说，个人色彩形象顾问是独立的。

美容师、化妆师、服装设计师、造型师都可以在原有的基础上经过提升后转行。很多已经从事个人形象色彩设计的人士，他们手上的技巧达到一定程度后，总会产生不能再提高自己专业水平的烦恼，这正是因为他们不知道最根本的规律性的东西。他们完全可以吸收这些色彩知识，保持自己原来的职业，将原有的职业技能提升，也可把它放入未来，作为一个新的增值点。

色彩顾问的应用范围很广，就业方式很多，全社会、各行业都适用，当然也可以自立门户。

色彩顾问作为打造形象的工程师，其仪表、举止、谈吐以及专业理论知识都必须与身份挂钩。作为一名色彩顾问，外要经得起客户挑剔的眼光，内要受得住来自各方面的实践考验，即其形象外表整体必须切实符合个人职业身份。同时，在实施服务过程中，对自己的生理、心理、品德各个方面，都必须有一定的要求。总体来说，色彩顾问的基本要求包括以下几个方面：

①仪态得体。仪表形态，是一个人的形象最直接的体现。色彩顾问作为打造形象的工程师，其仪表、举止、谈吐以及专业理论知识都必须与职业身份相符。这是色彩顾问最基本的要求。

②耐心，注重细节。真正的色彩顾问是不急于通过一分钟的色彩测试，就马上对客户作出终生的色彩判定的；而是要经过多次

细心的对比,综合平衡各个细节上的点滴,得出最恰当的个人色彩结论。另外,在服装搭配上,多一件配饰与少一件配饰,都极其考验色彩顾问观察细节的能力。

③紧跟时尚。我们很难想象一名色彩顾问,会穿着过时的服装,用陈旧观念去帮他人做色彩形象指导。紧跟时尚不是指外表上装配流行元素,而是指要具有敏感的时尚态度,要有接纳时尚的胸怀,了解最新时尚,并引领时尚。

④审美能力。作为一名色彩顾问,要对美的整体性有一种把控能力,从专业的角度、审美的立场,综合判断顾客的色彩风格,扬长避短,展现个人的优点。作为色彩顾问,审美能力越强,越能快速挖掘个人本质的东西,捕捉住被人忽略的美。因此,作为色彩顾问培养和提高审美能力是非常重要的。

⑤沟通能力。沟通是人与人之间建立良好关系的一把钥匙。色彩顾问要与各种各样的人打交道,因而要擅长沟通,及时、准确地获取对方所要表达的意愿,这样才能有效根据客户需求,作出最准确地判定。

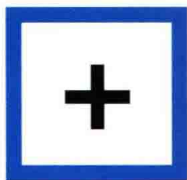
⑥学习能力。随着个人形象色彩设计职业的快速发展和新观念的不断变化,色彩顾问应审时度势,扩充自己的知识面,丰富完善自身的知识体系。在实践中,要不断挖掘和创新,拓展专业领域,才能处于行业上游,把握市场变化。

⑦抗压能力。色彩顾问在中国还是个新兴的职业,工作中势必会遇到一些阻力,但是作为一名优秀的色彩顾问,必须

要热爱自己的职业,认可自己的职业。

⑧动手能力。色彩顾问是一个实践能力相对较强的职业,不像一般的学科,掌握了基本理论即可,而是要在不断的实操过程中进步。无论是进行色彩诊断、风格测试,还是陪同购物,设计者都要积极主动和参与,不断比较,才能历练成专业的、令人信服的色彩专业人员。

随着色彩顾问这个职业的不断发展和其所接触的行业、服务的对象会不断扩大。这种变化使得色彩顾问的职业素养也不断发生转变。作为一名色彩顾问,不是仅仅拿着几块色布来为顾客测试色彩风格、色彩类型,其职业素养必须具备以下两个方面:一是过硬的专业素养。色彩顾问是以人作为直接的实践对象,利用服装、发型、肤质等元素对客户实行形象改造的一项职业。服装搭配是否与客户的发型、肤质相符,是考核色彩顾问专业素养的一项重要标准。应根据客户肤色、发型测出个人的风格类型,有针对性地从事服装的面料、色彩、线条、配色等各个方面来塑造形象。二是博而深的知识素养。虽然不要求色彩顾问要精通各国语言,上知天文,下知地理,但要以一种全新的思维方式了解各个行业人员的动态需求,以便在实施服务的过程中,有共同的话题,可以更好地为客人提供最贴心、最精准的形象指导。



练习与实践

根据所学知识，要求学生多了解色彩顾问行业的现状，谈谈自己对色彩顾问行业的看法。

Q&A

2

形象色彩设计的构成及相关因素

课程目标	掌握光色原理、色彩体系、色彩对比与调和理论以及形式美法则
建议课时	8~12课时
关键词	光与色的关系 PCCS色彩体系 色彩对比调和 色彩形式美
讨论问题	1.形象色彩设计中的色彩基础知识 2.色彩理论知识的应用



2.1 形象色彩设计的光色原理

2.1.1 光、形与色的关系

人们之所以能看到并能辨认物象的千差万别，是由于有光的映照反映到我们视网膜；光一旦消失，那么色彩就无从辨认。所以说，色彩是光的产品，无光就无色彩。色彩和光是最亲近的关系——光是色之母，色是光之女，无光也就无色。

英国物理学家牛顿通过三棱镜研究色的现象，证实了太阳的白色光包含有红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七色光，是人眼所能见的光波。七色光波排列协调，形成彩虹一样的光带。这彩色的光带被称作光谱。在这七色光谱中，红光的波长最长，紫色光的波长最短，橙黄绿青蓝介于

中间。

从光学原理上讲，人的眼睛所能看到的世间的色彩，不是物体本身的固有色，而是物体具有反射和接收光波的特性。

不同的物体反射和接收光波的波长不同，所呈现出的色彩就各不同。例如，我们看见了红色的花朵，是由于那朵花反射红色光。反射出来的红色光对我们的视觉产生作用，因而，那朵花看起来就是红色的。

色彩对形的依附，犹如毛发对皮肤的依附。色彩不能离开光单独存在，画面之中的色块、色线或者色点由形状界定。反之，除了硬边构成的形状，颜色界定形，两者共同构成画面。