

일진사

飞思艺术设计院

设计师谈

配色艺术

第2版

Art of Color Combinations

为所有喜爱或从事色彩工作的人提供专业的配色指导



(韩)李在万
周钦华
飞思数码产品研发中心

著
译
监制



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

飞思艺术设计院

设计师谈

配色艺术

(第2版)

(韩) 李在万

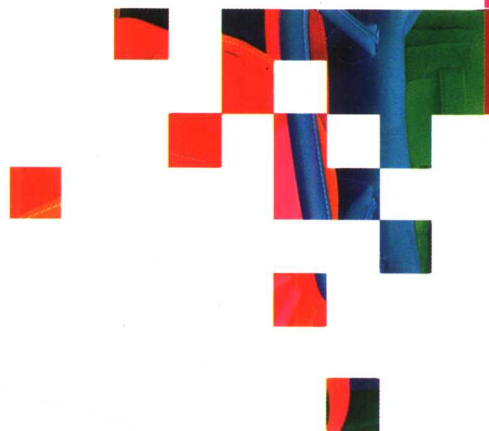
周钦华

飞思数码产品研发中心

著

译

监制



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

本书介绍了配色的基础知识与技巧,通过照片、插图和广告等实例为初级读者和专业设计师提供了广泛、全面的专业配色指导。书中所用实例精美,选取了很多有代表性的世界知名广告案例及生活中的实用素材,介绍了各个领域色彩的运用,涉及产品商标设计、包装、广告媒体、印刷、TV、网站设计、公司Logo设计、实际产品设计等。在内容上介绍了色彩理解、色彩印象表现、设计印象表现、色彩计划、配色效果等不同主题,每个主题均以实例为主,配以关键性说明文字、色谱解释等内容。本书是《设计师谈配色艺术》一书的最新版本,增加了45页的最新内容,对所有从事与色彩设计相关工作的人,以及对色彩配色感兴趣的人,还有上一版的读者,都是一本实用性很强的书。

컬러하모니 © ILJINSA Publishing Co., 2006

本书中文版中国大陆地区专有出版权由韩国ILJINSA Publishing Co.授予电子工业出版社,未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2006-7090

图书在版编目(CIP)数据

设计师谈配色艺术 / (韩) 李在万著; 周钦华译. —2版. —北京: 电子工业出版社, 2007.5

(飞思艺术设计院)

书名原文: Art of Color Combinations

ISBN 978-7-121-04250-8

I. 设… II. ①李… ②周… III. 色彩—配色 IV. J063

图书馆CIP数据核字 (2007) 第055549号

责任编辑: 赵红梅 魏莹

印刷: 中国电影出版社印刷厂

装订: 三河市皇庄路通装订厂

出版发行: 电子工业出版社

北京海淀区万寿路173信箱 邮编: 100036

开本: 787×980 1/16 印张: 13 字数: 291.2千字

印次: 2007年5月第1次印刷

印数: 6 016册 定价: 49.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。



李在万

首尔色彩设计研究所

毕业于庆熙大学陶艺系和德国国立
Kassel 美术大学绘画设计系；

获德国国立Wiesbaden大学Com-
munication Design硕士学位；

曾是德国Deutsche Bahn 公司(德国
铁路)设计师，德国Grolman Result
公司设计师；

现任Seoul Color&Design Research
Institute Inc. 负责人；

曾著书《Idea 表现技法》。



ISBN 7-121-03150-7

定价: 39.80元



ISBN 7-121-03253-8

定价: 49.80元



ISBN 7-121-03149-3

定价: 45.00元



ISBN 7-121-03061-6

定价: 49.00元

出版说明

飞思数码一直关注全球数码艺术设计的最新趋势，产品线涵盖了图形图像和工业设计的各个领域，注重满足普及型和专业型读者的不同需求，汇聚本领域的优秀人才及最尖端的成果，打造高水平的数码知识产品平台。

我们以传播最先进的创意思想，推广最先进的数码技术为己任。提供最新的业内资讯和独家论述，关注不同发展方向的动态，努力成为业界最广泛、最前沿的信息提供者。

用最踏实的工作建造作者与读者之间的桥梁一直是我们的工作态度。从分析、创意、设计、组织、推广、反馈等各个环节的基础工作入手，严谨、朴实的工作作风保证了飞思数码对行业的责任感。

我们深知：作为知识的分享平台，我们没有权力传播真实之外的任何东西。

这里是精英的论坛，是铸造精英的殿堂。

我们的联系方式如下：

咨询电话：(010) 68134545 88254161 68131648

电子邮件：support@fecit.com.cn

服务网址：<http://www.fecit.com.cn> <http://www.fecit.net>

通用网址：计算机图书、飞思、飞思教育、飞思科技、FECIT

飞思数码产品研发中心

关于飞思

我们经常感谢生活的慷慨，让我们这些原本并不同源的人得以同本，为了同一个梦想走到一起。

因为身处科技教育前沿，我们深感任重道远；因为伴随知识更新节奏，我们一刻不敢停歇。虽然我们年轻，但我们拥有：

“严谨、高效、协作”的团队精神

全方位、立体化的服务意识

实力雄厚的作者群和开发队伍

当然，最重要的是我们拥有：

恒久不变的理想和永不枯竭的激情和灵感

正因如此，我们敢于宣称：

飞思科技 = 丰富的内容 + 完美的形式

这也是我们共同精心培育的品牌  的承诺。
www.feicit.com.cn

“问渠哪得清如许，为有源头活水来”。路再远，终需用脚去量；风景再美，终需自然抚育。

年轻的飞思人愿为清风细雨、阳光晨露，滋润您发芽、成长；更甘当坚实的铺路石，为您铺就成功之路。

作者序

当听到“快餐店”这个词的时候，我们马上会联想到麦当劳、肯德基。我们知道在这些快餐店的牌子或者是CI设计中，主色彩运用的都是红色。在这些快餐店中所运用的红色，不仅有能够勾起人们食欲的效果，而且也是为了让这些牌子能很容易地吸引人们的视线。

红色还能改变心情。对于面向儿童和青少年人群来进行销售的快餐店来说，象征着年轻的红色无疑是最合适的。

如果在快餐店中主色彩使用了青色，就会使人没有胃口。就像这样，快餐店很好地运用了色彩来给人以深刻的印象。

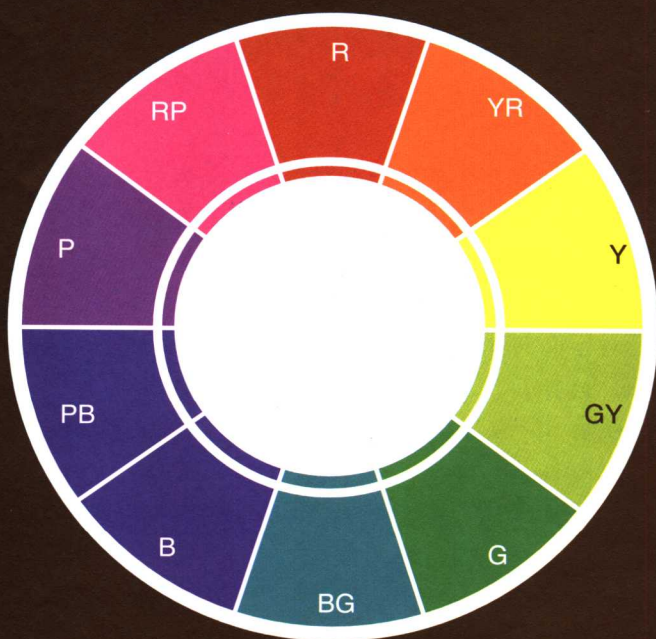
色彩在我们的实际生活中得到了广泛的使用，并且在复杂、多样的环境中色彩更起着不可或缺的作用。

本书为了让初学者或者对色彩没有兴趣的读者易于理解和掌握，针对各个章节都相应地穿插了相关的照片、插图和广告等进行说明。特别是，对于色彩协调者、DTP设计师、图表设计师、工业设计师和网页设计师等从事色彩工作的专家而言，这是一本能广泛运用的工具书和专业配色技能书。

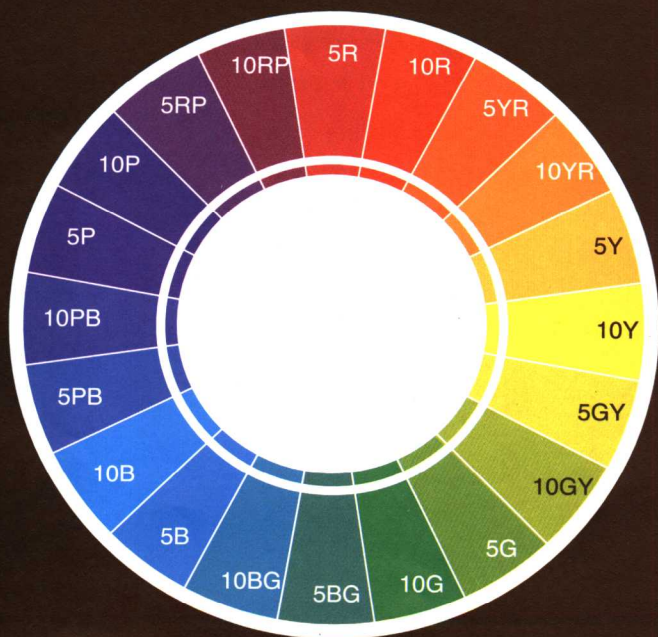
在本书的开始“介绍色彩的基本理解”中，对于色彩的基础知识进行了深入浅出地说明，并且让人易于理解。“第2章色彩印象的表现”和“第3章设计印象的表现”中，对色彩的印象和印象配色运用实例进行了说明。“第4章色彩计划”是设计师们在做出色彩计划之前，对需要考虑的事项集中地进行了说明。“第5章配色的效果”和“第6章配色的均衡”中，使用了很多的实例进行说明，对实际配色会有很大的帮助。“第8章网页设计配色”对网页设计师配色时，所应考虑的事项详细地进行了说明。

希望通过阅读本书，能够使读者对色彩产生兴趣，更希望对研究色彩的学生和专家能有所帮助。

李在万 书



蒙塞尔10色相环



蒙塞尔20色相环

导 读



如果不使用语言，颜色也可以起到相互交流的作用，它不但可以传递信息，而且可以准确地表达思想。此时，颜色就是人们相互沟通时最有效的方式。即使未曾学过色彩美学方面知识的人也已经习惯通过色彩进行交流。

色彩能很容易地帮助人们准确区分植物、矿物、动物等事物。超市里的货物能给予大家很深刻的印象，所必需的就是色彩。

因此，许多商家为了吸引消费者的眼球，往往在商品外包装的色彩选择上大费脑筋，试图想通过它传递商品的信息。这时，如果选择了恰当的色彩，也能相应提高商品的销售额。所以有人说：“色彩就是一位安静的售货员”。

• XI





在日常生活中，人们虽然没有真正地意识到色彩所起到的作用，但是却能无意识地对它产生反应。这是因为色彩刺激视觉以后，会产生很强的心理效果。因此，色彩带来的效果超乎人们的想象。

色彩的运用产生的力量我们在日常生活中随时都能够感受到，如CI设计和商标、印刷媒体和包装、电脑、电视、大型广告牌等。

在市场营销的例子中，最终的研究结果表明消费者的视线在商品上停留的时间大约是0.3秒，我们要让消费者的视线集中在商品上，让他们知道商品的内容，引起他们强烈的兴趣，吸引消费者关心，进而从视觉的角度表现商品的价值。

若想表现自己的商品比竞争者的高档，那么在色彩和设计上就要下些功夫，让消费者认为自己的商品更有价值。这时候，商品就能以有竞争力的定价出现了，所以色彩在其中起着至关重要的作用。

通过有效的市场营销使商品的色彩“挖掘出人类的本能”，商品也就满足了人们生活的一种必要性。



比如，给人以冷淡和清爽感觉的，冰一样的天蓝色、草绿或淡蓝色；给人以具有香甜味道感觉的粉红色和奶油色等。

在市场营销中对于色彩的选择，公司的商品和公司的印象起到决定性的作用。公司为了通过它们的标志、网页或者广告等方式向消费者传达公司的形象，因此，对企业的整体形象和商标的制作都投入了大量的金钱。

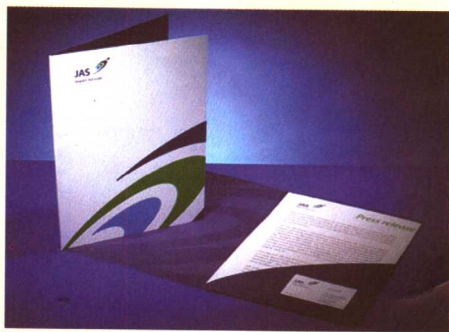
三星公司用蓝色的商标让全世界有了三星蓝色的印象。蓝色是给人以信任和信赖的色彩。

可口可乐给人以红色的印象。红色是能量和朝气蓬勃的色彩。

色彩的特别意义在日常生活的交流中都能够找到。我们从视觉的信息和色彩的印象中所接收到的，通过相互交流及时地传达，任何人都能理解它。因此，在我们用电子、技术和卫星等构成的“地球村”中，色彩是能让我们的文化互相交流的世界共通语言。市场交流的目的不仅是让消费者购买商品，而且也是用正确的方法和信息向消费者介绍商品。为了传递有意义的商品信息，就需要恰当地使用色彩心理学。

在市场营销中，需要运用色彩心理学的领域如下：

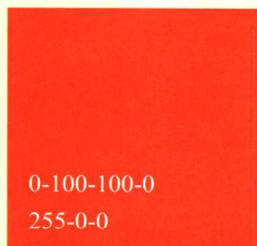
- 商标印象和商标名称。
- 代表产品质量的包装。
- 广告媒体、印刷、TV、网页、邮件和大型广告牌。
- 签名板、公司或者其他适合的领域。
- 公司标志和CI设计。
- 产品。



如何阅读本书

本书为DTP设计师而设计，每个色彩实例都使用了CMYK式的标示，并且为了网页设计的便利，同时也运用了RGB式的标示。根据印刷状态的不同，色彩实例会有所变化。色彩名称是按照2004年1月30日韩国产业资源部技术标准院所编的修正版韩国标准色彩表而进行标示的。

为了让读者易于理解色彩的印象和配色的内容，在每个色彩说明旁边都附有效果图等。



← CMYK

← RGB

题目：

为了让大家清晰地看到题目，在题目的上端有小题目和简单的说明。

色彩样板：

为了让大家对多样的色彩进行研究，列出了各个色彩的样板。

冷色相的配色

蓝色系是使人感到凉爽和舒畅的色相。它容易使人联想到晶莹剔透的水珠、新鲜的空气、炎热的夏日在凉爽的游泳池中爽朗的感觉。

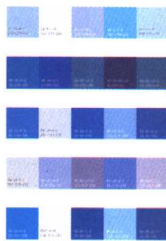
这个色彩具有清洁和干净的感觉，而海面上隐隐浮现的绿色有款款漫在幽静湖面的感觉。



市中心的摩天大厦使人感到凉爽和生硬的气氛。



冷色和暖色的表现



冷色给人以冷静、干净、单纯、幽深、文静、愉快、新鲜和轻快的印象。



暖色相的配色

暖色系有红色、橙色、黄色、粉红色和褐色等。虽然绿色和灰色是冷色彩，但是黄色和绿色或者褐色和灰色混合在一起，就会成为暖色系。

如果在温和的色彩中使用冷色彩，温和的色彩就会有更强的视觉效果。



红色是热情的色彩，并且有强烈的视觉效果。

暖色具有温和、柔和、舒心舒畅、香气扑鼻和温暖的感觉。



配色实例：

为了让大家方便地学习，本书大量地运用了实际配色的效果图。

作品和照片说明：

为了易于大家理解配色，引用了大量照片和画片。



介绍 色彩的基本理解

色彩是什么	2
色彩空间的理解	4
色相 (Hue)	6
明度 (Lightness)	7
纯度 (Chroma)	8
色调 (Tone)	9
色彩的功能	10
公司商标的配色	14
RGB和CMYK	16

第1章 色彩印象尺度和配色

配色印象尺度	18
语言印象的尺度	19
单色印象尺度	20
无彩色的印象模式	21
有彩色的印象模式	22
配色的心理	24
色相配色	26
色调配色	27
综合配色	28
引人注目的配色	29
渐变	30
分离	31
配色技巧	32
调节均衡的配色——突出外形的色彩	33
色彩的结合	34
感性生活方式	36
季节的印象	38
主色彩和强调色/强调周边的色彩	43
味道的印象	44
相反印象	45



色相和色调体系	46
同一色相的配色	48

第2章 色彩印象的表现

红色	50
粉红色	52
橙色	54
黄色	56
褐色	58
蓝色	60
绿色	62
紫色	64
中性色	66
白色	68
黑色	70
韩国标准色彩名称	72

第3章 设计印象的表现

冷色和暖色的表现	74
兴奋和安定感的表现	76
轻和重的表现	78
健康、快乐、朝气蓬勃、华丽的表现	80
味道的表现	82
女性化和男性化印象的表现	84
运动和俏丽印象的表现	86
儿童和成人印象的表现	88
文雅和高品位印象的表现	90
自然配色	92
自然的配色和现代的配色	94
韩国印象的配色	96
韩国传统色彩名称	102



第4章 色彩计划

用明度的关系决定优先顺序	104
根据视认性的高低配色	106
吸引视线的强弱配色	108
根据色彩的共同性配色	110
根据对比而变化的色彩印象	112
红色和绿色的补色对比	114
根据光源色彩或面积变化来配色	116
根据地域或季节变化来配色	118
前进感和后退感	120

第5章 配色的效果

使用强调色彩来配色	122
强调色彩和均衡	124
避免单调配色的强调色彩	126
渐变配色	128
利用渐变表现空间	130
使对比减弱的分离色	132
抑制整体的分离色	134
用轮廓线的粗细来调节印象	136
随着色彩中心不同印象的变化	138
色彩的对比	140

• IX

第6章 配色的均衡

单色表现	142
用类似色相使色系幅度变宽	144
用双色相的配色表现单色相的变化	146
根据补色色相的双色配色	148
三色的配色	150
高纯度的多色配色	152
低纯度的多色配色	154
高明度、低纯度的多色配色	156
白色和黑色的背景色中有彩色的强调	158
用无彩色强调有彩色	160
灰色调的配色	162



色彩的阴影	164
-------------	-----

第7章 配色印象

可爱的 (Pretty)	166
明朗的 (Lighthearted)	167
律动的 (Energetic)	168
积极的 (Provocative)	169
强健的 (Robust)	170
富饶的 (Rich)	171
优雅的 (Graceful)	172
细腻的 (Delicate)	173
浪漫的 (Romantic)	174
温和的 (Mild)	175
自然的 (Natural)	176
恬静的 (Quiet)	177
潇洒的 (Chic)	178
充满智慧的 (Intellectual)	179
高档的 (Classic)	180
端正的 (Dapper)	181
敏锐的 (Sharp)	182

第8章 网页 (Web) 设计配色

信息量较多的网页配色	184
画面大的网页配色	186
重视商标色彩的网页配色	188
重视新信息的网页配色	190
重视性差异的网页配色	192
216种网页安全色	194