

飞思艺术设计院

技術評論社



(日)古贺惠子

袁玥

飞思数码产品研发中心

著
译

监制

实用色彩设计手册

Color Design

配色技巧+实用练习



CD-ROM

配色练习所用图片
和配色范例

Red

Blue

Pink

Green

Orange

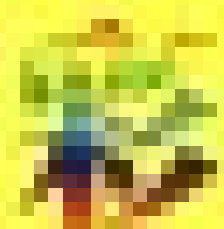


电子工业出版社

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

Color Design

实用色



设计手册



飞思艺术设计院

实用色彩设计手册

Color Design

(日) 古贺惠子

袁玥

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

北京·BEIJING

内 容 简 介 ■ ■ ■ ■ ■

本书是一本色彩设计实用手册。第一部分基础篇介绍了色彩知识及实用配色技巧，第二部分实践篇设置了大量可供读者实际操作的配色练习。本书还附有练习用光盘，读者可根据其中的素材配合书中的内容进行实际动手操作。

本书不仅提供了关于色彩设计的理论知识，还可以解决读者缺乏实际运用的问题，从而有效地提高读者的色彩运用能力。

本书适合色彩设计师、平面设计师及相关专业的学生和从业人员阅读、练习使用。

“The Colorful Haishoku Lesson + Mihonchou” by Keiko Koga

copyright © 2005 Keiko Koga All rights reserved. (ISBN 4-7741-2589-X)

Originally published in Japan by Gijutsu Hyohron Co., Ltd.

本书中文简体版专有出版权由 Gijutsu Hyohron Co., Ltd 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部分。

版权贸易合同登记号 图字：01-2006-3520

图书在版编目（CIP）数据

实用色彩设计手册 / （日）古贺惠子著；袁玥译. —北京：电子工业出版社，2006.11

（飞思艺术设计院）

ISBN 7-121-03149-3

I. 设... II. ①古...②袁... III. 色彩—设计 IV. J063

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 118563 号

责任编辑：赵红梅 徐 磊

印 刷：北京画中画印刷有限公司

装 订：

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 × 1092 1/16 印张：12 字数：288 千字

印 次：2006 年 11 月第 1 次印刷

印 数：6 000 册 定价：45.00 元（含光盘 1 张）

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，联系电话：（010）68279077；邮购电话：（010）88254888。

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

服务热线：（010）88258888。



Fitmore 色彩研究所

董事长 古贺惠子 (Koga Keiko)

毕业于早稻田大学第一文学美术史学科。日本色彩学会会员；从事色彩调和的研究活动，确立了地球环境和人类协调为重点的“人性化色彩理论”。

现在主办了Fitmore色彩研究所，为了推广这个理论实践，开设了色彩学校，毕业生已达800多人，其个人色彩咨询业绩超过1万人次。此外，她还根据人性化色彩理论开发了化妆品品牌“Fitmore foundation”。参与并策划了以西武百货店VMD为首的独到的商品推广，以色彩搭配为基础的商品策划（Ringerhut株式会社、TOYO EXTERIOR、儿童英语会话MINERVA），以色彩为中心的社会教育、讲座、研讨会。

作品有《最佳色彩 掌握穿着“色彩”》（三笠书房）、《一眼就能看透对方》（青春出版社）、《成为幸福的魅力女人，美丽也不失幸福的人》（UD JAPAN）《最佳色彩配色 1200》、《设计师专用BEST COLOR 配色色卡事典》、《设计师专用时装配色色卡事典》（诚文堂新光社）、《不能飞翔的你能够得到羽毛翅膀的方法》（Ameba books），以及《距离幸福还有半步》（北星堂书店）。



《Web配色字典》

书号：7-121-03061-6

定价：49.00元（1CD）

本书是一本按照色系、印象风格、季节特色等各种风格交织的网页设计配色样本手册。针对内容范畴的颜色使用倾向及如何使用颜色也进行了详细的说明。

配色是一个没有绝对正确的世界，根据对象的内容、使用范围，同样的颜色搭配在不同人的眼中是有差别的，在颜色的选择上也经常让人迷惑。因此出版本书的目的就是希望能在网页设计者选择色彩时给予启发，使网页设计者能够快速掌握配色技巧。

本书适合网站设计人员、网站美工参考学习。



飞思艺术设计院

Color

为色彩设计师量身定做，提供色彩设计全新理念

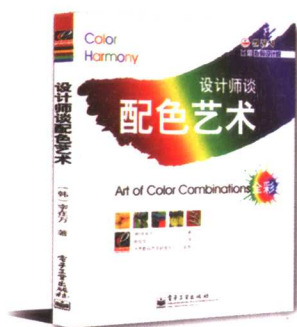
进入21世纪，色彩产业逐渐成为与我们的生活密不可分的行业。色彩设计师更将成为最热门的新兴职业之一。

为了传播先进的色彩设计理念，我们从2002年开始，引进了韩国、日本等国家最前沿的色彩类图书，受到了读者的欢迎。在此基础上经过不断完善，规划了面向色彩设计师的“飞思艺术设计院”系列图书，力求打造色彩领域的权威品牌。我们将不断本着这一理念，在实用配色、色彩营销、色彩设计等方面继续开拓，将国内外先进的色彩理念介绍给更多的读者。

精品图书推荐



书号: ISBN 7-5053-8838-X
定价: 25.00元



书号: ISBN 7-121-01706-7
定价: 38.00元



书号: ISBN 7-121-01701-6
定价: 45.00元(含光盘1张)



书号: ISBN 7-5053-7931-3
定价: 38.00元

新书预告

设计师谈商业色彩设计 设计师谈成功企业色彩营销案例 实用色彩设计手册

本书介绍了商业色彩与设计的基本理论知识，详细讲解了色彩和设计在企业营销中的作用。将色彩设计理论与商业运用相互结合。书中选取世界各国知名色彩设计案例，适合从事设计、广告等相关专业的从业人员借鉴使用。

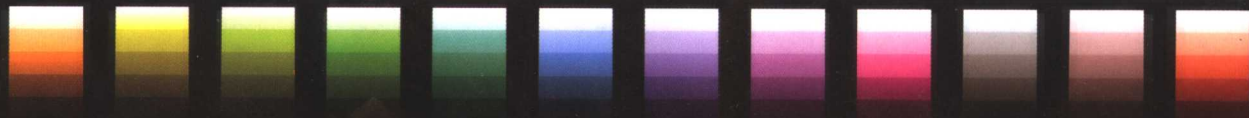
书号: ISBN 7-121-03253-8
估价: 48.00元

本书通过21个成功的企业色彩营销案例，介绍了色彩在企业产品设计、营销、广告等方面的作用和应用技巧。为广告设计、色彩营销、平面设计人员提供理论结合实际的系统性参考。

书号: ISBN 7-121-03150-7
定价: 39.80元

本书介绍了实用配色技巧，并设置了配色练习。书中多媒体光盘的配色练习，可以解决读者只学习理论，而缺乏实际运用的问题。通过练习提高读者的色彩运用能力。

书号: ISBN 7-121-03149-3
定价: 45.00元



反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E - m a i l: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

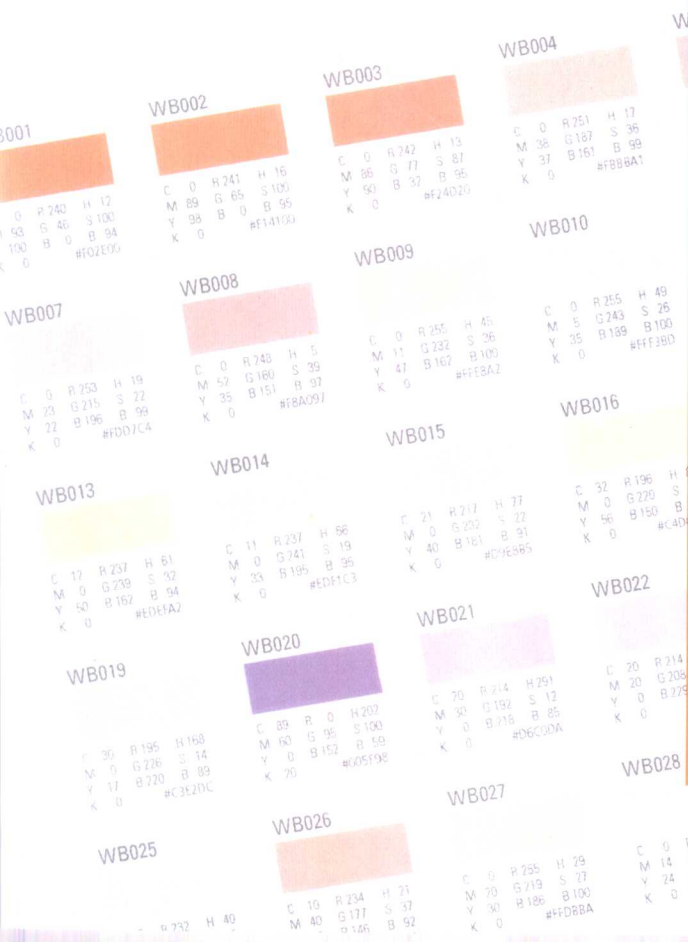
邮 编：100036

基础篇

01 色彩的作用	2
02 色彩表现的基础	8
03 人性化色彩理论	13
04 色彩和意象的关系	16
05 配色技巧	22
06 主题色配色示例	32

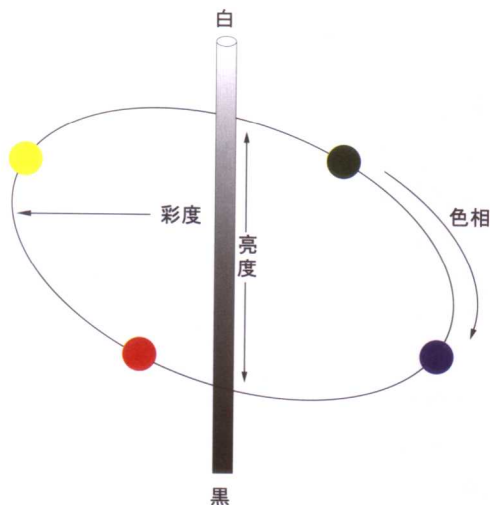
实践篇

01 典雅	48
02 时尚	50
03 典雅时尚	52
04 艺术时尚	54
05 古典	56
06 时尚古典	58
07 艺术古典	60
08 优雅	62
09 妖艳	64
10 豪华	66
11 浪漫	68
12 前卫	70
13 怀旧复古	72
14 古色古香	74
15 休闲	76
16 流行	78
17 动感	80
18 民族风	82
19 自然	84
20 自然典雅	86
21 朴素	88
22 活力	90
23 愉快	92
24 可爱	94
25 清爽	96
26 透明	98
27 清凉	100
28 甜味、酸味、香味	102
29 高雅、高贵	104



基础篇

基础篇讲解了进行配色时应该掌握的基本知识。在Basic 01中，我们可以学到色彩在人们的生活中扮演什么样的角色。Basic 02介绍了色彩的构成和目前表现色彩的方式。Basic 03把配色中的基本色归类并且划分成组。Basic 04中一一列举了在形形色色的色彩中，何种色彩对应何种自然事物的联想。以上这些内容可以说是学习配色中最基础的知识。在Basic 05中，我们将介绍调色时能用到的基本技巧。而Basic 06则通过图解，将各种色彩的配色例子分成12个类别来讲解。通过学习我们应该能够掌握基本的配色知识。



Basic 01

色彩的作用

●色彩能够打动人心的原因

人类喜欢色彩。对我们来说，色彩给了我们快乐和喜悦的感觉。看新闻报纸时，最先吸引注意力的往往是彩色版。在这个世界上，虽说由于受到“墨之文化”的影响，日本人偏好黑白，特别是黑色，然而即便是这样一个比较特殊的民族，也仍然不失对色彩的敏感和喜爱色彩丰富事物的天赋。

在人类的本能中，喜爱彩色胜于黑白的偏好与生俱来。比如彩色电视比黑白电视好；彩色打印比黑白打印好。彩色的信息情报量多于黑白的，可以给人们更大的满足感。在一个信息中，如果黑白包含1 000色，换作彩色的话，就会有相当于1 000万色的刺激信号传输给大脑。也就是这种易于理解性和强刺激性抓住了我们的心，形成了色彩的引人注目、信息力量和信号性。



●色彩是赋予人类的神奇力量

人类以外的动物或是跑得很快，或是听得很远，拥有着诸如此类的各种超常机能。而人类识别色彩的能力却是最杰出的，据说可以辨别1 000万种色彩。这种能力是人类精神的发达所产生的结果，也被认为是人类文明和文化产生的根源。对色彩抱有浓厚兴趣感，继而学习色彩，也是提高神经发达程度的一种非常科学的手段。欧洲人认为，追求美是最大的智慧。



●决定视觉表现力的色彩

视觉表现的要素有色彩、形状、材质感三种。即便不用手去接触，材质感及形

状都可以通过色彩的变化来感知。因此，对我们来说，本能上完全是通过色彩来进行认知的这种说法也并不为过。

所以，要评价视觉表现的平衡度、完善度和价值，在考虑设计主体的同时，也要在相当大的程度上受色彩的影响。不由自主地被吸引，不知不觉地在心中留下印象等类似的感觉，大多数是凭借色彩产生的。

当然，不同的概念决定着所表现信息的异同，所以我们要在结合色彩意向的同时，选择那些最能表达本能感受的色彩。

● 决定人类行动的视觉情报

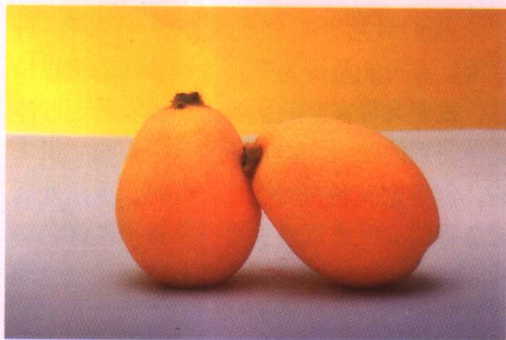
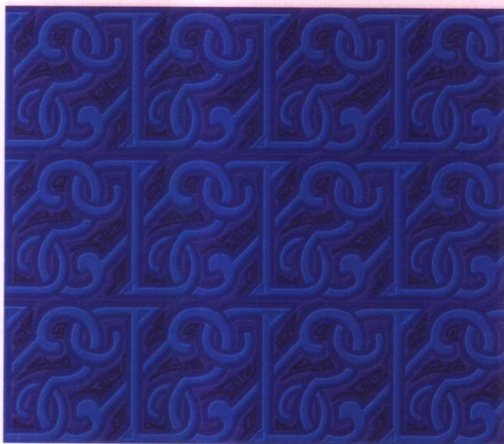
人类感觉到早上的光亮而起床，太阳落下后去睡觉，是因为受到体内生物钟的控制。无论怎样进化，人类都是生存在地球上的生物，很多行为都是在无意识的状态下，受本能支配的。其中，人类最依赖的就是视觉情报。

1) 色彩的生理作用

作为地球上的生物，人类能用最发达的视觉情报机能进行危机管理。通过视觉情报判断食物的新鲜程度，感觉云朵的飘动，确保自身的安全。通过色彩对美进行判断，这种能力作为本能已经进入我们的遗传基因中。当我们看到晴朗的天空、蔚蓝的大海时，一种爽快的感觉便会油然而生，这也是刚才说到的色彩的生理作用所产生的效果。

2) 第一印象在0.6秒内决定

人类有在瞬间凭借主观来判断事物好坏的能力。在仅仅0.6秒的短暂时间中就可



以做出判断，而且几乎全是通过视觉，特别是根据色彩而获得的情报来进行判断。第一印象会最鲜明也最容易留存在记忆中，所以可以说色彩是决定兴趣高低的钥匙。

3) 地球大自然中的美丽色彩是美的基准

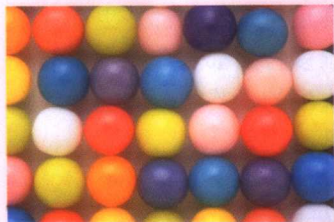
作为地球上的生物，人类的生活行为受到自然事物的影响很大。地球是我们生存的家园，这片土地中孕育的大自然的美丽色彩就是我们判断美的基准。能让我们产生好感的事物所呈现的颜色和平衡度，已经作为美丽的色彩信息记录到我们的本能中了。

●喜爱的颜色中的要点

一个人喜爱的颜色也作为这个人价值判断的重要组成部分。但实际上，人们因为简单的机缘巧合而对某种颜色产生偏好的情况也不少。对一个人来说，他偏好的颜色看起来总比其他颜色更具魅力。因此这个问题就妨碍了对视觉表现进行客观的评价。

特别是在向很多人同时传达信息运用视觉表现的时候，只有采用大多数人偏好的色彩才可以提高评价效果，所以我们有必要客观地理解自身喜好的颜色有着什么样的效果。

我们对某种颜色产生好感可能有多种原因，有可能是因为受到各种各样的情报信息，或者父母家庭的影响，又或者是通过体验学习到的经验，这并不是这个人与生俱来的。创造充满魅力的视觉表现时，灵活处理对色彩的喜好感觉很重要。在重视偏好色彩的同时，冷静地判断其是否为符合视觉表现色彩的能力也是非常重要的。



●艺术家和设计师的区别

梵高、毕加索这样的艺术家在画布上为了表达自己的内心世界，力求摸索表现方法，形成他们独到的色彩和形态。因为他们的表现方式不符合当时的社会需求，所以出现了很多像梵高、毕加索一样，不被当时社会所理解的画家。

而对于设计师来说，他的目标是既要遵循广告委托人的意愿，也要抓准用户的心理。因此说设计师和艺术家创作活动的出发点是完全不同的。

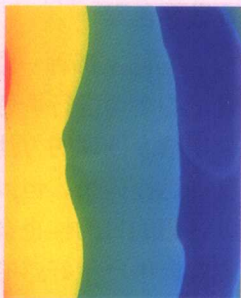
虽说视觉表现产生于人类的本能，很多时候运用的都是地球上大自然所呈现的绚丽色彩，但是由于艺术家和设计师的创作理由和目的截然不同，所以请在创作之前明确地意识到应该以何种身份立场制作视觉作品。

●欧美人与日本人的色彩观

很多人都说：“蓝眼睛的欧美人和黑眼睛的日本人对颜色的判断不一样。”其实呈现不同色彩的部分叫做虹膜。这部分并不透光，光不能进入，自然也不会对人类色彩的识别产生任何影响。

掌握事物的方式不同，色彩的判别也有着很大区别。日本人不擅长将感性和理性两者明确区分，将感性的东西用理论性的思维方式思考。欧美人用理性分析感性事物的美学想法十分发达，这在另一方面也与对色彩构成的认识有着紧密的联系。

此外对不同色彩的正确观察也是表现大自然中远近感的关键。以日本的浮世绘等为代表的平面色彩构成赋予了欧美风格一些新鲜的元素，对其创作产生了或多或少的影响。



● 数字色彩

与画家那种一边混合各种颜色，一边根据自己的需要进行调色的作业过程不同，电脑用数字信息处理的方法，使色彩变化的操作变得更加迅捷简单，但因为不会产生偶然色彩，所以色彩的目的性也会更加明确。本书将人类本能倾向中产生好感的颜色和配色进行数字化处理，所以即便在数字环境下，也可以实现轻松简便的创作视觉表现。

● 数字色彩的问题

在数字色彩方面，应用于网页制作类的数字媒体和应用于报纸类的媒体，这两种情况所要注意的事项也有不同。数字媒体的表示模式是通过显示器、电视、手机屏幕等RGB模式实现的，虽然制作时的环境（RGB）一样，但同为RGB模式器材，其表现能力却有很大区别。像许多电视排列在一起的场合，我们就会发现，它们之间的色彩差异大得出人意料。所以将这样的区别点也考虑到制作过程中去是相当重要的。

在纸质或类似媒体的成品方面，光下可视的色彩是通过颜料（绘画工具、墨水等色彩表现材料）来表现的，所以色彩的特性会产生变化，成品和在电脑中显示的图像也可能出现差别。所以，我们有必要掌握预先考虑成品效果的能力。

本书是用纸质媒体印刷而成的。尝试在电脑上输入书上登载的色彩的数值，了解印刷结果和监控器中色彩表现之间的差异和特性，进而进行调整的过程也至关重要。

因为在现今条件下，不仅有显示器机种不一的问题，而且即便是统一机种的每个个体，所表现的颜色也不尽相同。无论何种情况，在决定怎样进行色彩选择的时候，与其他因素比起来，尽量多地掌握相关知识更为有效。其中



一点就是学习掌握各个显示器的差别，以及打印机、印刷机等输出器材合成颜色与色彩调整时的色彩管理技术。

在这里虽然省略了各种详细的说明，但因为有了色彩管理技术，就可以尽量将色彩在各种不同显示媒介上的区别最小化，不管在显示器这样的数字机械，还是在实物的印刷物上面，其色彩表现都能非常接近成品的色彩。

● 色彩和意象的关系

色彩的意象在选择色彩、提出方案的时候显得尤为重要。有没有想过为什么会产生色彩意象这个概念呢？

色彩的意象并不是我们通过学习而掌握的，在我们出生的时候，它就已经存在于每条遗传基因上了。它是一种跨越了地域或民族界限的、人类共有的本能。

比如提到红色，我们就会联想到“热情”、“能量”等感情，这不是通过苹果、番茄、草莓联想到的，而是通过血、火、夕阳等事物联想到的。总之，远古时期的危机管理能力，导致了我们对红色产生了这样的感情效果。假设天空和水是红色的话，也许人类就会感觉红色是清爽、娇嫩的了。

所以我们应该注意，同一个色相的颜色，由于亮度和饱和度的不同，会导致联想到的自然事物也有所区别，意象的事物甚至会有南辕北辙的差别。实践上几乎没有仅用纯色来表现某一意象的例子。此外，同一色相也会有各种各样的意象示例，因此很多时候，我们会感觉不能完全理解色彩和意象之间的关系，觉得色彩区分含糊不清，即便是学过也会感觉很难灵活掌握意象的应用。

