

上海书画出版社

设计色彩教程

SHEJISECAIJIAOCHENG
黄建平 主编 章莉莉 编著



」

上海书画出版社

设计色彩教程

黄建平 主编 章莉莉 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

设计色彩教程 / 黄建平主编. — 上海: 上海书画出版社, 2005. 6
ISBN 7-80725-108-5

I. 设… II. 黄… III. 平面设计—色彩学—教材
IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第051730号

编 委

黄建平 金国明 董春欣 章莉莉

策 划

金国明

责任编辑

封面设计 王 峰

技术编辑 杨关麟

设计色彩教程

黄建平 主编

●上海书画出版社出版发行

地址: 上海市延安西路593号

邮编: 200050

网址: www.duoyunxuan-sh.com

E-mail: shcpsh@online.sh.cn

文高图文技术 (上海) 有限公司制版

上海精英制版印刷有限公司印刷

各地新华书店经销

开本: 889×1194 1/16

印张: 6 印数: 1-5,000

2005年6月第1版 2005年6月第1次印刷

ISBN 7-80725-108-5/J · 105

定价: 38.00元

序 一

设计专业的基础教育一直受人关注,现代设计教育曾引入了诸多国外学校的基础教育内容与模式。在这一过程中,许多有识之士在学术理论上不断探索,也出现了不少争议,并在强调基本功与创新上的问题上各执己见。实际上,到底什么重要或要强调什么并不是主要问题,而关键在于如何把握一个由从浅至深、从感性到理性、从共性到个性、从模仿到创新的合理的系统训练过程。我们的设计教育还刚刚起步,怎样通过学习、吸收、消化他人之长来形成自己的教育特色是广大设计专业教师的职责。我们不仅要把学生培养成为有创造能力的设计师,而且要让学生掌握一定的设计技能,更重要的是要培养学生良好的设计创意能力,形成强烈的设计意识。所以一堂基础课的训练,其作用是有限的,平时我们应该自觉地形成一种培育设计意识的理念,全面提高学生的整体素质。所有这些都值得我们去思考。

这套设计基础教程的特点是在于如何引导学生理性、逻辑地形成造型意识与色彩意识,通过具体的设计基础训练并结合设计应用,从具象到抽象再向意象过渡,从而唤起学生的创造性思维。如果说我们的基础训练与过去有什么不同,那就是过去注重造型基础的感性结果,而如今十分强调一个合理系统的过程,将目标训练与阶段性训练严密地统一起来,把自由的创造与相对的限定有机地统一起来,使学生迈向现代设计的未来。

黄建平

序 二

我们具有辨别色彩的眼睛，
是为了更好地传达信息、沟通情感，
色彩作为无形的视觉符号，
承载着特有的视觉传达使命。

在今天的信息社会里，
设计唯有正确使用色彩、简化信息、有效传达，
才能与社会共进步，使生活更美好。

《设计色彩教程》分析归纳了国际上大量设计案例，结合了高考学生及美术院校学生的优秀作品，从理论和实践上，逐渐深入归纳了色彩在设计中的生理和心理、联想和创意、管理和运作的知识体系，将给设计者带来源源不断的灵感。

章莉莉

目 录

一 设计色彩学

城市生活的设计色彩	6
自然界的设计色彩	12
视觉传达与设计色彩	14

二 设计色彩基本原理

色彩与光	
光产生色彩	16
彩虹光谱	16
光感的表现	17

色彩三属性和色立体

色彩三属性	18
色立体	19

设计色彩管理

CMYK 四色印刷模式	22
PANTONE 专色印刷模式	23
RGB 屏幕显示模式	24
设计色彩的整合管理	24

三 色彩构成

色彩构成设计理论	26
高校色彩构成课程学生作品分析	26
高考设计命题考生作品分析	32

四 设计色彩表现内容

设计色彩联想	
性别色彩	36
年龄色彩	38
文化色彩	40
商业色彩	42
流行色彩	44
都市色彩	46
地域色彩	47

设计色彩情感

欢快的色彩	48
悲伤的色彩	49
神秘的色彩	50

设计色彩通感

色彩的嗅觉觉	51
色彩的听觉	54
色彩的时间	56
色彩的温度	58
色彩的形态	59
色彩的重量	60
色彩的远近	60
色彩的软硬	61

设计色彩趣味

五 设计色彩表现方法

设计色彩的五种角色

突出设计

制造明度差	66
制造纯度差	68
制造色相差	70
设置亮点	72
分离色相	73
运用黑色	74
运用白色	75

和谐设计

靠近色相	76
统一色调	77
重复融合	78

设计色彩配置

迷幻的一字形	80
平衡的三角形	81
紧凑的十字形	83
节日般的全色相形	84

六 设计色彩信息量

红色的信息量	86
蓝色的信息量	88
黄色的信息量	90
绿色的信息量	92
黑白灰的信息量	94

一 设计色彩学

城市生活的设计色彩

现代城市生活充斥着太多的色彩,对于信息的选择和判断,色彩充当了重要的角色。

色彩是人们最敏锐的感官之一。在人们的视觉习惯中,鲜艳的色彩可以瞬间抓住人们的眼球,平稳的色彩可以舒缓人们的视觉疲劳;暖色增加企业的亲和力,冷色塑造企业的严谨可靠。色彩是人们的第一视觉反应,也是最富有情感的传达方式。

城市交通色彩

现代城市规模不断扩大,交通状况日趋复杂。原来的地面交通已不能适应需求,出现了高架、轻轨、地铁、隧道,呈现交通立体化趋势。

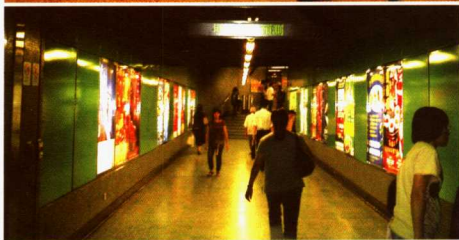
复杂、抽象的交通信息如何瞬间有效地传达?怎样对行人、乘客、驾驶员者有效管理?色彩在交通信息的设计上,立下了汗马功劳。



日本东京地铁的色彩导向设计

东京地铁的13条地铁线有224个车站,是世界上最繁复,也是管理最有效的城市地铁交通网络。

东京地铁采用色彩导向设计系统,即一条线路一种颜色。在地铁环境内,导向牌的黑底上清晰地标有不同线路的色块,连贯地引导着乘客的方向。要到达某一目的地,只需先看地铁线路图记住颜色即可,比如绿色线换橙色线。这种方法以人为本、直观便捷,即使不懂日语的外国人也能轻松识别,色彩信息成为全世界人们共通的媒介。



香港地铁采用一站一色的整体规划,不同站的信息只需通过墙的颜色即可辨认。图为红绿两个站的图片。



芬兰地铁同样采用了一线一色的色彩规划,由黄色铝板构成的墙面,直观地告诉了乘客所在站点位置。此外,所有的导向信息被归整在红白线中,使环境简约有序。



交通导向牌的色彩

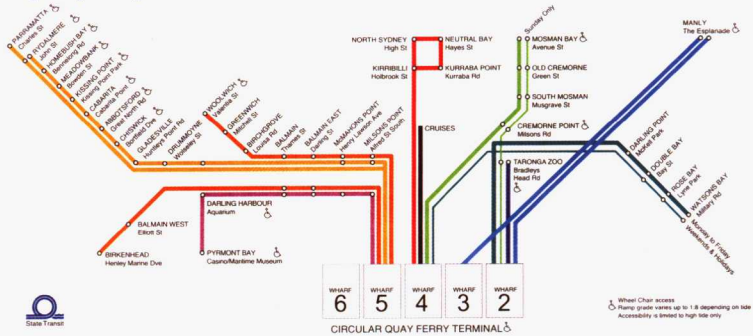
不同的颜色的导向牌，传达了不同类型的交通信息，基本上红色表示“禁止、否定、限制”；黄色表示“警告、注意”；蓝色表示“指令”；绿色表示“提示、安全、进行、救护”。



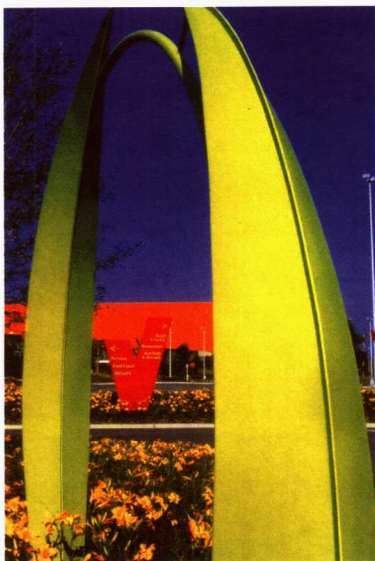
英国伦敦地铁分布图（1960年）

英国设计家亨利·贝克最早进行了地铁线路图方面的设计变革，其中的色彩变革是色彩导向设计的先驱。

Sydney Ferry Network



澳大利亚悉尼轮渡线路图



哥伦比亚 the Route 公司环境导向设计

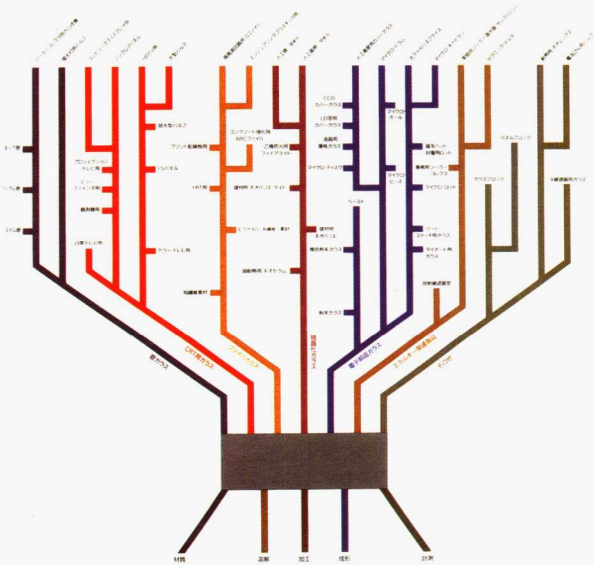
鲜艳的色彩是环境中一道亮丽的风景线，同时也指明了周边环境的区域方向信息。

城市商业色彩

商业信息充满在发达城市的每一个角落。色彩的大胆、准确运用，是一个企业形象成功的关键，是一种商品销路的保证，是一块户外广告夺人眼球的因素，是一份商业宣传单有效传达的基础。



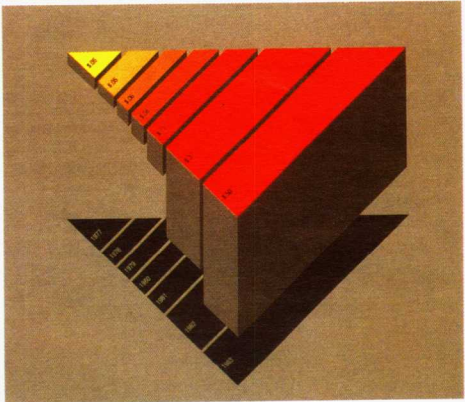
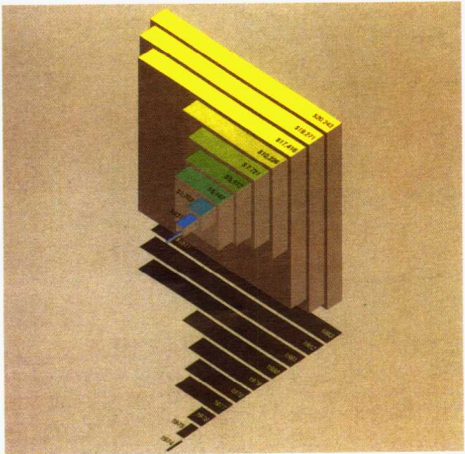
可口可乐的红色与百事可乐的蓝色，形成了商业互动，是全球最有商业价值的色彩。几十年来，可口可乐公司耗费巨资孜孜不倦地坚持着红色的宣传，红色不仅得到人们的认同，也成为企业精神和时代的象征。



日本电器公司 1990 年产品系统树
线的颜色成为系统树的分类标准和信息构成。



麦当劳的红色和黄色搭配，具有强烈的食欲和商业气息。



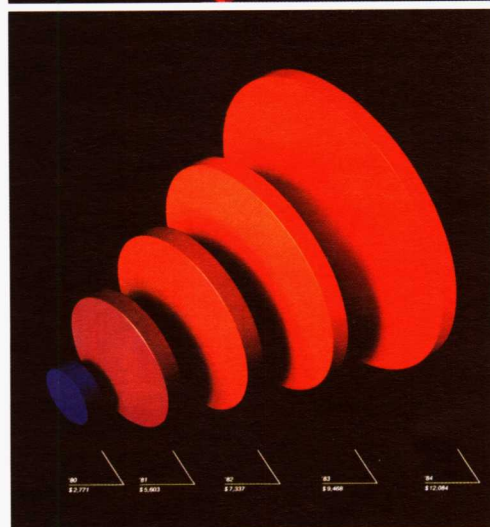
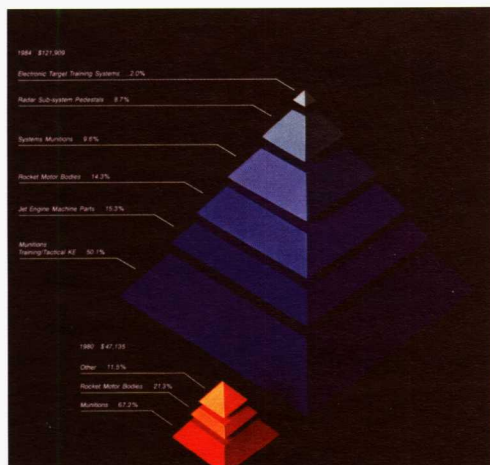
美国 Clabir 公司十年中财政收入上的增长图表
逐渐增长的业务量采用色彩的渐变与面积的递增，简明易懂。



柯达的黄色，成为具有强大商业价值的符号。

城市公共文化艺术色彩

灵动的色彩为国际性都市增添了艺术、人文气息，也为公共环境的功能分布提供了信息设计。



美国通用联合公司 1984 年度年终报表财政分析图表色彩成为数据报表的信息设计载体



记忆立方体 装置艺术

颜色鲜艳、单纯的混凝土立方体艺术作品，在西班牙利亚内斯港展出，庆祝该港口加固工程开工，增添了港口的艺术人文气息。



墨尔本展览中心导向艺术

色彩鲜艳的巨型导向板错落有致地斜插在整个展览中心空间里，从墙体伸出，从楼顶凸起，导向已经成为连接艺术与整个建筑语言的统一体。



巴勒斯坦公共汽车

花枝招展的汽车是当地人的交通工具，同时也表达着他们的民族信息及热情奔放的性格。



韩国Suwon世界杯运动场座椅色彩

鲜亮色彩的座椅组成了运动场地的标志图形，为运动环境带来了生机。



景观灯光设计（美） 夜色中变幻色彩的大型灯柱为城市增加了时尚感。



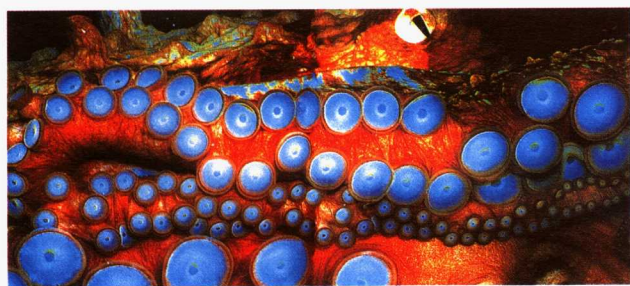
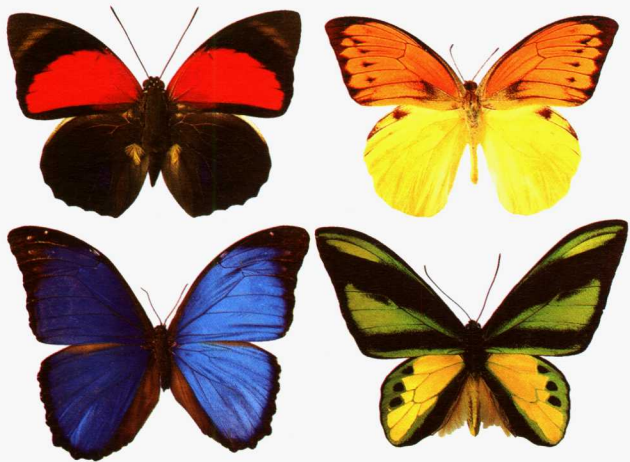
停车场的鲜艳动感标志，为司机提供了信息。



日本男女厕所的街头标志
蓝色为男厕所，红色为女厕所。

自然界的设计色彩

人类拥有 500 种绘画颜料, 1 亿种自然色, 无止境的心理色。



自然界绚丽奇妙的色彩

色彩与动物仿生学

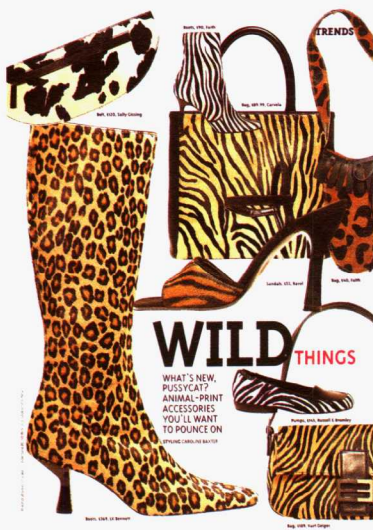
自然界中, 颜色能传递信息。动物和植物所展现的色彩和花纹, 都是为了生存目的所传达的一种信息。有的色彩是警告敌人不得侵犯的信息, 有的色彩是保护自己不给敌人发现的信息, 有的色彩是为了引起异性注意的信息。

人们在自然界模仿了很多色彩, 用在了交通标志、服装设计、产品设计等领域。自然界无穷无尽的色彩是人类无限创造的源泉。现代设计领域与动物仿生学之间具有交叉的边缘, 一些设计师开始向自然索取色彩、再创造色彩。

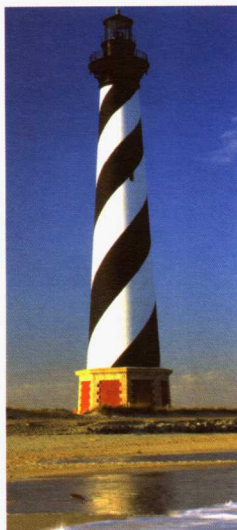
豹、斑马、老虎、长颈鹿、斑点狗、奶牛的皮毛具有很强的视觉效果, 被用在了服装、家居等方面。豹纹是服装设计大师范思哲钟爱的色彩题材, 令人产生一种奢华、野性、丛林的视觉体验与心理暗示。黑白间隔的斑马纹, 由于其远距离观看十分清晰的原因, 被用在了灯塔、理发店等地方。



豹纹、斑马纹、虎纹, 都是时尚界钟爱的色彩



时尚广告



灯塔



黄黑条纹, 来自于蜜蜂的警告色

警告色

老虎和蜜蜂身上的黄黑条纹,令人产生畏惧感和警惕性,是用来远距离警告敌人不得靠近的色彩。在现代城市交通信息中,黄黑条纹同样表示“警告”和“提高注意力”的含义。由于其具有最大的明度差,因而形成了极好的视觉传达效果。

热带雨林中的一种蛙类,遇到危险时会不断鼓起的红色气囊,与绿色的雨林环境形成了鲜明的对比,是用来警告敌人的信息。所以,人们看见红色会产生“危险”的联想,消防设施、城市的禁令标志都采用了红色。此外,颜色鲜艳的蘑菇有毒也是植物的一种警告色。

保护色

自然界中很多弱动物的体表色和环境色十分接近,这是一种保护自己的策略。有些飞蛾和树叶颜色一样,有些蜥蜴和岩石色彩相仿,而变色龙则通过调节自身的色素源来改变肤色,随着周围环境色的变化而变化,这样既可以保护自己又可以捕捉猎物。

军用迷彩色,就是学习动物保护色的策略,保证士兵在作战时的视觉隐蔽效果。根据在不同地貌的作战,迷彩服也有不同的色彩,黑白迷彩、深绿色迷彩、黄绿色迷彩等。

求偶色

自然界大部分雄性动物都具有艳丽夺目的色彩,这是一种表达情感的方式,是向异性发出的求偶信息。孔雀展开的尾翼、热带金刚鹦鹉的羽毛、深海里的彩鱼玳瑁,五彩缤纷、光怪陆离。这些鲜艳的纯色系与色彩组合,给予设计师不断的启发和灵感。



枯叶蝶的伪装



百事可乐包装设计



动物的保护色



动物的求偶色

视觉传达与设计色彩

我们具有辨别色彩的眼睛,是为了更好地传达信息、沟通情感。色彩作为无形的视觉符号,承载着特有的视觉传达使命。

形与色是设计最基本的表达方式,两者在视觉传达的过程中,具有不同的传达功能、扮演不同的传达角色。在视觉传达的过程中,色彩比图形更快、更直觉、更赋予戏剧性和情感性,而图形则更占思维和逻辑上的优势。

心理学有关研究表明,人的视觉器官,在观察物体时,最初的20秒内色彩感觉占80%,而形体感觉占20%;两分钟后色彩占60%,形体占40%;5分钟后各占一半,并且这种状态将继续保持。可见,色彩给人的印象多么迅速、深刻、持久。可口可乐以它的鲜红色包装,给人以强烈的视觉刺激,激发了消费者的购买欲望,在全球打开了市场。

视觉传达的两个因素,即图形和色彩。



	色彩的传达	图形的传达
时间顺序	第一时间传达	第二时间传达
反射类别	条件反射	更高级的人类思维活动反射
感觉类别	感性的传达	理性的传达
意义信息	模糊的感觉表达	形象思维、抽象思维的表达
情感信息	更富戏剧性和情感性	需特殊意义的视觉符号来传情达意,是二次思维的结果

色彩的传达虽然是无形的、感性的,却可以传达抽象的信息和思想、表达情感与意念,还可以转化成通感信息,产生味觉、嗅觉、听觉和温度、重量、形态、时间等方面的其他感觉信息。设计色彩是现代设计师需要熟练掌握、巧妙运用的设计技能。在今天的信息社会里,设计唯有正确使用色彩、简化信息、有效传达,才能与社会共进步,使生活更美好。

色彩学的发展在国外已经有四十多年的历史,国际流行色协会早在1962年就已成立。20世纪80年代,四季色彩理论风靡欧美,第一次提出季节、色彩、生活三方面的紧密关系,并影响到一批时尚界人物。到20世纪90年代,世界各国的色彩研究开始普及。在亚洲,色彩学研究和教育比较发达的日本,活跃着色彩研究所、流行色研究协会、民间的流行色应用机构等,社会并将研究结果投入到各个生产领域中去,形成了研究型机构和产业化运作的模式。

随着中国经济的发展,人们开始注重自身生活的品质,开始向色彩学提出新的要求。中国流行色协会成立于1982年,积极倡导色彩科学的普及和应用,承担着中国色彩调查与研究、流行趋势发布、色彩教育、色彩设计与咨询等重要使命。2004亚洲色彩论坛上,我国著名色彩专家宋建明教授、于西蔓女士,就色彩与文化、色彩与时尚、环境色彩、汽车色彩、工业色彩、美容色彩等发表精辟见解。中国色彩咨询行业悄然兴起,也预示着色彩科学的逐渐成熟。2004“色彩中国”活动亦成为21世纪中国时尚产业界的拓展性标志,它用色彩语言结合流行传达了最新信息。

2004“色彩中国”活动宗旨为:发现你的直觉和偏好;增加你决定色彩的信心;避免昂贵的浪费;兼顾自己和别人的色彩喜好;精确选择产生某种情绪和感觉的色彩;了解每种色彩最强烈的反映方式;钻研每个色彩家族的有趣历史背景;明白并能谈及你喜好的色彩;找出简单明了的色彩搭配及色彩知识准则。



运输外箱设计