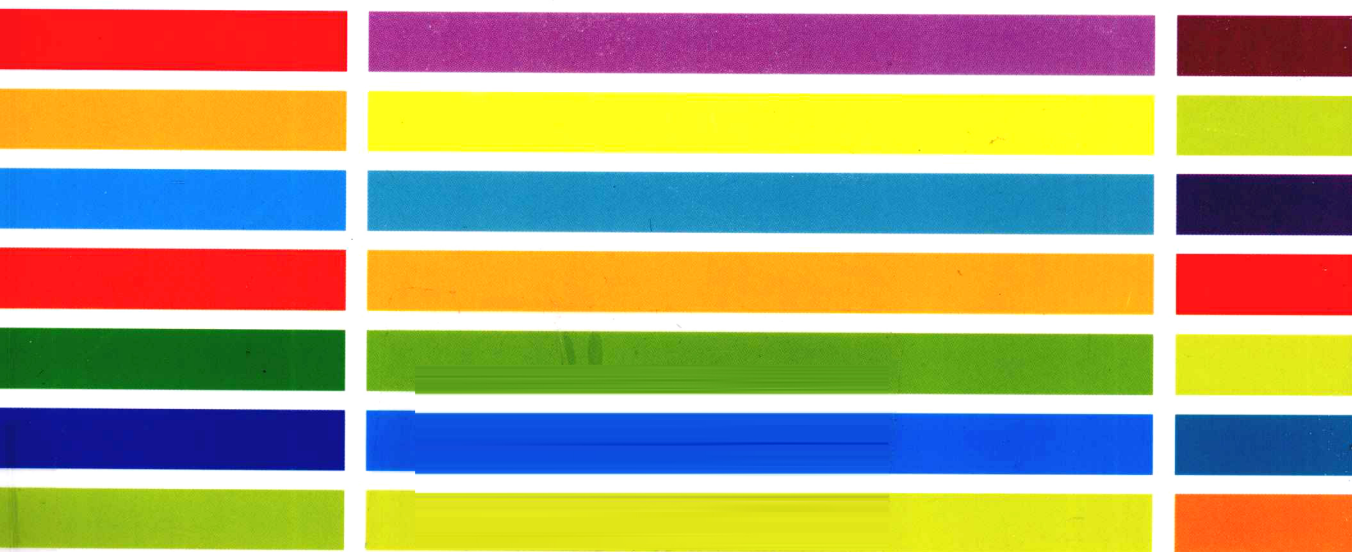


THE PRINCIPLES OF
COLOUR DESIGN

Sun I
视觉设计
编著

配色设计原理



从色彩的视觉震撼中感受设计原理
从创意的敏锐灵犀中追寻配色法则

通过对色彩理论的梳理，掌握色彩元素拥有的意义和信息

原理与图例交互印证，明晰运用色彩搭配的方法与效果

对设计实例综合解析，论证配色原理的实战思路和表现手法

THE PRINCIPLES OF
COLOUR DESIGN

配色

设计原理

内 容 简 介

人们通过视觉获取各种信息，其中色彩是最为重要的信息之一。本书从配色理论的角度出发，以色彩的基础知识为主，色彩的认知与应用为辅，是针对设计行业的应用需求而编写的艺术配色类图书。

本书从色彩的基础理论着手，详细介绍了色彩的基础知识，对色彩配色理论进行深入的研究和探讨，总结出最实用的色彩配色方式，并通过大量的精美图例，充分将理论性、知识性和实用性融合在一起，使配色效果清晰明确。在应用案例分析部分，精选了多幅具有代表性的商业图例，提供与图例相对应的配色参考、缩略图解析、图片色彩分析等，全面地帮助读者将配色技巧与实际应用紧密地联系起来。

书中内容先进、图文并茂，有利于提高读者的色彩审美能力，有助于读者掌握色彩的实际应用法则。本书适合所有想要涉入配色领域但经验略显不足的读者学习，也可作为专业平面设计师、网页设计师、包装设计师、艺术院校师生及色彩设计爱好者的必备工具书。

图书在版编目(CIP)数据

配色设计原理 / Sun I视觉设计编著. — 北京: 科学出版社, 2011. 4

ISBN 978-7-03-030584-8

I. ①配… II. ①S… III. ①配色—设计
IV. ①J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第044926号

责任编辑: 刘 薇 张 静 / 责任校对: 杨慧芳

责任印刷: 新世纪书局 / 封面设计: 彭琳君

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学出版集团新世纪书局策划

北京市天颖印刷有限公司印刷

中国科学出版集团新世纪书局发行 各地新华书店经销

*

2011年7月 第 一 版 开本: 16开

2011年7月第一次印刷 印张: 13.5

印数: 1—5 000 字数: 295 000

定价: 59.00元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前言 PREFACE

随着社会经济的持续发展，以及文化全球化时代的到来，国内设计界越来越感觉到色彩运用的重要性。事实上，色彩早已广泛地延伸至人们的精神生活与物质生活中，色彩的魅力不仅对人们的生活产生了直接而深远的影响，还成为了经济发展的推动力。

一个国家的整体色彩设计水平依赖于色彩知识的普及与应用，随着时代的变迁，人们对色彩的认识、运用也从感性认知升华到理性认知。为了给设计者的创作提供一些参考，本书力求以色彩的原理和配色技法为基础，运用通俗易懂的文字，将有关色彩的各种配色方案以及范例图片融会贯通，帮助读者在认识色彩的同时，掌握配色规律，从而更高层次地培养对色彩的分析与审美能力。

本书以配色原理、方法、技巧和实际运用作为切入点，主要内容分为六大部分。

在第一部分的色彩基础知识中，详细讲解了色彩的基本概念，包括色彩的含义、色彩的范畴、色彩的三要素、色彩的空间体系以及色彩的种类等相关内容。通过色彩基础知识的学习，可以帮助读者认识色彩在物理、生理等方面的特性，为以后更加深入的学习奠定基础。

在第二部分的色调基础知识中，将色调的相关知识作为关键的知识点进行讲解，从对色调的认知开始，熟练地掌握色调的倾向和配色应用，使读者懂得如何在配色实践中把握画面的总体印象。

第三部分是对色彩的剖析，详细地将各色彩的性格、表现意象以及实际应用范围进行专一和透彻的讲解，并通过在设计中的配色应用，帮助读者对色彩有更进一

步的理解与把握。

第四部分的内容由第三部分色彩的应用衍生而来，从色彩给人的冷暖感入手，使读者知晓不同色彩给人的不同心理感应，包括色彩的轻重感、软硬感、进退感，等等。通过对色彩的不同特性和给人的不同心理感受，从而获得更深入人心的设计灵感。

第五部分和第六部分作为本书的关键，从色彩的对比应用法则和色彩的调和展开，通过科学、合理的配色理论将色彩的对比应用和搭配用理论和实践相结合的方式讲解，帮助读者更为快捷地在设计和工作中进行色彩设计。

本书内容丰富、图例经典，写作主旨明确，在每个知识点后都选用贴切的商业图例将丰富的实践经验展示给读者。为了方便读者学习，本书还以CMYK和RGB色块为指南，使读者能够更加清晰地掌握色彩的搭配效果。因此，阅读本书不仅能够学习到不同领域中最新的色彩配置方法，更能够帮助读者深入地掌握配色的实战技能。在掌握这些信息后，读者将会对色彩的搭配有全面的了解和体验。

本书包含了所有配色初学者必须掌握的知识 and 理论，能够使读者更加轻松地理解和熟悉配色，同时本书也可以作为专业平面设计师、艺术院校师生及色彩设计爱好者的必备工具书。希望本书的读者能以科学的研究态度、积极探索的精神来进行色彩的学习与应用，将所学知识学以致用。

编者

2011年5月

本书使用方法

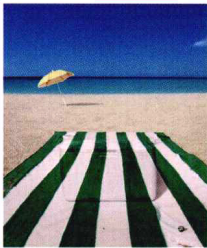
HOW TO USE THIS BOOK

2.2

色调的倾向

色调是色彩运用中的主旋律，是构成画面的整体色彩倾向，也可以理解为“色彩的基调”，画面中的色调不仅是指单一的色彩效果，还指色彩与色彩之间相互关系中所体现出的总体特征，是色彩组合多样、统一中呈现出的色彩倾向。

在设计作品中，往往会使用多种颜色来表现形式多样的画面效果，但总体都会持有一种倾向，是偏蓝或偏红，是偏暖或偏冷等，这种颜色上的倾向就是画面给人的总体印象。



色调的种类很多，色彩之间在数量上的多与少、面积大与小的比例差别决定了色调的倾向，突出任何一种色相、明度或纯度等因素的色彩对比都能强调出与之相联系的色调倾向。

2.2.1 色调的色相倾向

色相对色调起着重要作用，也可以说色相是决定色调最基本的因素，色调的变化主要取决于物体本身色相的变化，我们所说的某幅画面呈现为红色调、绿色调、蓝色调、紫色调或黄色调等，指的就是组成画面物体的固有色相，就是这些占画面主导地位的颜色决定了画面的色调倾向。

1. 红色调

画面的色调特征取决于不同颜色在一定平面中的配置关系，在富有装饰意味的画面中，若红色占据了整个或是较大的画面面积，则此时的画面色调我们称之为红色调。

案例 配色	
	213 0 10 21 100 100 0 46 100 100 196 56 100 99 50 12 12 14 0 230 224 218 243 203 114 11 24 90 0
扩展 配色	
	113 7 12 350 34 42 251 150 68 231 143 123 148 51 116 48 100 100 26 0 83 81 0 1 33 74 0 10 56 40 0 47 89 0 0
	245 206 14 295 90 0 243 111 119 230 225 164 248 189 204 10 22 80 0 0 78 93 0 4 70 41 0 15 10 43 0 2 36 9 0



大面积红色调的使用，充分体现了红色充满能量的色彩印象，小面积黄色、白色以及黑色的添加，使得画面简洁却富有张力。

1 色彩知识

系统讲解色彩知识的系统学习，帮助读者掌握色彩原理，灵活运用色彩。

2 知识解析

通过商业设计作品分析色彩知识，掌握色彩搭配技巧。

4 案例解析

分析案例的配色方案，帮助读者掌握配色方案在设计中的应用技巧。同时提供了作品主要色调的CMYK值和RGB值，并提供两组拓展配色方案。

3 知识点应用

作为关键知识点进行讲解，对色彩所传达的信息进行详细的讲述。

5 配色应用

通过对色彩知识的学习，分析商业设计作品配色应用。

意象配色应用

美味的食品广告设计



在上图的食品广告设计中，通过产品形象的拟人化，主体形象那欢快、喜悦的表情，很容易拉近与消费者之间的距离，能在第一时间获得消费者的好感。橙色调让人们联想到美味的感觉并产生食欲。



1 广告主体 2 视觉中心



2 橙色基调 4 LOGO

案例分析

对商业作品的配色方案进行分析，帮助读者掌握色彩在设计中的应用技巧。同时提供了作品主要色调的CMYK值和RGB值。

设计鉴赏分析

分析1

独特的主题造型

将产品形象拟人化，并赋予可爱、幸福的表情，大大地提升了产品的喜感度。

分析2

统一的橙色调

用统一的橙色调激发人们的食欲，烘托美妙香味的感觉。

分析3

突出的视觉中心

夸张的表现手法，吸引人们的视线，增加产品的吸引力。

分析4

LOGO展示

将LOGO置于画面右下角，并不与整体色彩冲突，给人深沉、老练的感觉。

7 设计细节分析

将作品中的设计关键点，以图例的方式进行细节分析，掌握配色技巧，拓展设计思路。

目录 CONTENTS

1

Chapter 1 色彩的基础知识

1.1 了解颜色的概念002

1.1.1 色彩的含义002

- 1. 光与光谱002
- 2. 可见光源003
- 3. 光源色004
- 4. 物体色004

基础配色应用——强调摩登印象的企业标志设计005

1.1.2 色彩的三要素006

- 1. 色相006
- 2. 明度006
- 3. 纯度008

基础配色应用——鲜明印象的双色名片设计009

1.1.3 色彩的空间体系010

- 1. 色相环011
- 2. 孟塞尔色立体011
- 3. 奥斯特瓦尔德色立体012
- 4. PCCS色彩体系013

基础配色应用——给人亲和印象的吉祥物设计014

1.2 颜色的种类015

1.2.1 有彩色015

1.2.2 无彩色016

- 1. 黑色016
- 2. 白色016
- 3. 灰色016

基础配色应用——体现企业信赖感的名片设计017

1.3 颜色的关系018

1.3.1 有关三原色018

- 1. 光的三原色018
- 2. 印刷三原色018

基础配色应用——演绎和谐印象的食品海报设计019

1.3.2 色彩的混合原理020

- 1. 加法混色020
- 2. 减法混色020

基础配色应用——表现色彩辨识的企业识别系统021

经典案例解析——别具韵味的饮食类广告设计022



2

Chapter 2 色调的知识及应用

2.1 认知色调024

2.1.1 色调的含义024



1. 色调的表现形式	024
2. 色调的印象	025
2.1.2 色调区域	025
基础配色应用——塑造滑稽印象的广告设计	026

2.2 色调的倾向

2.2.1 色调的色相倾向	027
1. 红色调	027
2. 黄色调	028
3. 蓝色调	028

基础配色应用——风格迥异的海报效果

2.2.2 色调的明度倾向	030
1. 高明度色调	030
2. 低明度色调	030

基础配色应用——体现勃勃生机的海报效果

2.2.3 色调的纯度倾向	032
1. 高纯度色调	032
2. 低纯度色调	032

基础配色应用——给人洗练之感的版式设计

2.2.4 色调的冷暖倾向	034
1. 冷色调	034
2. 暖色调	034
3. 中性色调	035

基础配色应用——营造趣味氛围的平面设计

2.2.5 色调的对比倾向	037
1. 强对比色调	037
2. 弱对比色调	037

基础配色应用——体现商品细节的广告设计

2.3 色调的配色应用

2.3.1 淡弱色调	039
1. 淡色调配色应用	039
2. 弱色调配色应用	040
3. 淡弱色调配色应用	040

基础配色应用——强调沉稳与内敛的包装配色

2.3.2 明锐色调	042
1. 明色调配色应用	042
2. 锐色调配色应用	042

基础配色应用——传递年轻气息的运动服饰设计

2.3.3 暗淡色调	044
1. 浓色调配色应用	044
2. 涩色调配色应用	044
3. 暗色调配色应用	045

基础配色应用——体现昂贵感的数码产品设计

经典案例解析——营造典雅的女性网站设计



Chapter 3 色彩的性格与运用

3.1 红色

3.1.1 红色的性格与表现	050
1. 红色的意义	050

	2. 红色的表现意象	051
	3.1.2 红色的配色应用	052
	1. 红色的实际应用范围	052
	2. 红色在设计中的配色应用	052
	意象配色应用——激情音乐海报设计	053
3.2	橙色	054
	3.2.1 橙色的性格与表现	054
	1. 橙色的意义	054
	2. 橙色的表现意象	055
	3.2.2 橙色的配色应用	056
	1. 橙色的实际应用范围	056
	2. 橙色在设计中的配色应用	056
	意象配色应用——美味的食品广告设计	057
3.3	黄色	058
	3.3.1 黄色的性格与表现	058
	1. 黄色的意义	058
	2. 黄色的表现意象	059
	3.3.2 黄色的配色应用	060
	1. 黄色的实际应用范围	060
	2. 黄色在设计中的配色应用	060
	意象配色应用——给人鲜明印象的包装设计	061
3.4	绿色	062
	3.4.1 绿色的性格与表现	062
	1. 绿色的意义	062
	2. 绿色的表现意象	063
	3.4.2 绿色的配色应用	064
	1. 绿色的实际应用范围	064
	2. 绿色在设计中的配色应用	064
	意象配色应用——传递健康讯息的绿色包装	065
3.5	蓝色	066
	3.5.1 蓝色的性格与表现	066
	1. 蓝色的意义	066
	2. 蓝色的表现意象	067
	3.5.2 蓝色的配色应用	068
	1. 蓝色的实际应用范围	068
	2. 蓝色在设计中的配色应用	068
	意象配色应用——强调信赖度的商务网站	069
3.6	紫色	070
	3.6.1 紫色的性格与表现	070
	1. 紫色的意义	070
	2. 紫色的表现意象	071
	3.6.2 紫色的配色应用	072
	1. 紫色的实际应用范围	072
	2. 紫色在设计中的配色应用	072
	意象配色应用——体现女性成熟魅力的服装设计	073
3.7	白色	074
	3.7.1 白色的性格与表现	074
	1. 白色的意义	074

2. 白色的表现意象	075
3.7.2 白色的配色应用	076
1. 白色的实际应用范围	076
2. 白色在设计中的配色应用	076
意象配色应用——营造怀旧感的室内色调	077
3.8 灰色	078
3.8.1 灰色的性格与表现	078
1. 灰色的意义	078
2. 灰色的表现意象	079
3.8.2 灰色的配色应用	080
1. 灰色的实际应用范围	080
2. 灰色在设计中的配色应用	080
意象配色应用——营造怀旧感的招贴设计	081
3.9 黑色	082
3.9.1 黑色的性格与表现	082
1. 黑色的意义	082
2. 黑色的表现意象	083
3.9.2 黑色的配色应用	084
1. 黑色的实际应用范围	084
2. 黑色在设计中的配色应用	084
意象配色应用——体现高品质的产品设计	085
经典案例解析——营造节日氛围的招贴设计	086



Chapter 4 决定色彩感应的配色方式

4.1 色彩的冷暖感	088
4.1.1 冷暖感的不同表现形式	088
4.1.2 感受色彩冷暖的配色方式	089
1. 色彩的温暖感	089
2. 色彩的寒冷感	090
色彩配色应用——体现视觉落差的平面广告设计	091
4.2 色彩的轻重感	092
4.2.1 轻重感的不同表现	092
4.2.2 感受色彩轻重的配色方式	093
1. 色彩的轻盈感	093
2. 色彩的沉重感	094
色彩配色应用——展现民间艺术的杂志封面设计	095
4.3 色彩的软硬感	096
4.3.1 软硬感的不同表现	096
4.3.2 感受色彩软硬的配色方式	097
1. 色彩的柔软感	097
2. 色彩的坚硬感	098
色彩配色应用——营造温馨氛围的室内设计	099
4.4 色彩的进退感	100
4.4.1 进退感的不同表现	100



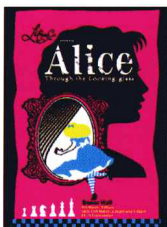
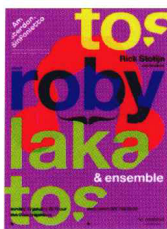


4.4.2 感受色彩进退的配色方式	101
1. 色彩的前进感	101
2. 色彩的后退感	102
色彩配色应用——张弛有度的海报效果	103
4.5 色彩的明暗感	104
4.5.1 明暗感的不同表现特征	104
4.5.2 感受色彩明暗的配色方式	105
1. 色彩的明亮感	105
2. 色彩的阴暗感	106
色彩配色应用——具有高雅格调的餐饮类网站设计	107
4.6 色彩的廉价与高档感	108
4.6.1 廉价与高档的不同表现特征	108
4.6.2 感受色彩廉价与高档的配色方式	109
1. 色彩的廉价感	109
2. 色彩的高档感	110
色彩配色应用——宣传超市优惠活动的招贴设计	111
4.7 色彩的兴奋与沉寂感	112
4.7.1 兴奋与沉寂感的不同表现特征	112
4.7.2 感受色彩兴奋与沉寂的配色方式	113
1. 色彩的兴奋感	113
2. 色彩的沉寂感	114
色彩配色应用——突出夸张氛围的招贴海报	115
4.8 色彩的舒适感与疲劳感	116
4.8.1 舒适与疲劳感的不同表现特征	116
4.8.2 感受色彩舒适感与疲劳感的配色方式	117
1. 色彩的舒适感	117
2. 色彩的疲劳感	118
色彩配色应用——体现洗练、简洁的广告设计	119
4.9 色彩的朴素感与华丽感	120
4.9.1 朴素与华丽感的不同表现特征	120
4.9.2 感受色彩朴素感与华丽感的配色方式	121
1. 色彩的朴素感	121
2. 色彩的华丽感	122
色彩配色应用——体现时尚雅致的广告设计	123
经典案例解析——呈现高档感的网站设计	124

5

Chapter 5 掌握色彩的对比运用法则

5.1 基于三要素的对比理论	126
5.1.1 色相的对比	126
1. 同一色相的对比配色方案	127
2. 邻近色相对比配色方案	128
3. 类似色相对比配色方案	129
4. 对比色相配色方案	130
5. 互补色相配色方案	131
色彩对比应用——表现稳重的男性印象的服饰搭配	132



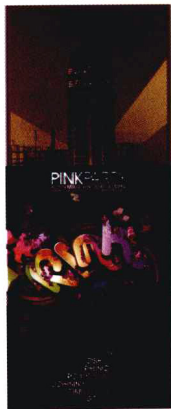
5.1.2 明度的对比配色分析.....	133
1. 高长调	133
2. 高短调	133
3. 高中调	133
4. 中短调	133
5. 中长调	134
6. 中中调	134
7. 低长调	134
8. 低短调	134
9. 低中调	134
5.1.3 明度的对比配色应用.....	135
1. 同一明度对比配色	135
2. 类似明度配色	136
3. 中差明度配色	137
4. 对比明度配色	138
色彩对比应用——营造欢快印象的网站配色.....	139
5.1.4 纯度的对比配色	140
1. 低纯度对比配色	140
2. 中纯度对比配色	141
3. 高纯度对比配色	142
4. 无彩色对比配色	143
色彩对比应用——展现优雅特性的女性产品设计.....	144
5.2 色彩的面积对比.....	145
5.2.1 面积对比的基本概念.....	146
1. 面积对比的作用	146
2. 色彩面积与明度的对比关系.....	147
色彩对比应用——提升整体印象的海报设计.....	148
5.2.2 色彩的面积分割	149
1. 相等面积的色彩对比	149
2. 多种色彩的面积对比	150
3. 大面积的色彩对比	151
4. 小面积有彩色在无彩色中的对比	152
5. 小面积色彩在配色中的穿透力.....	153
色彩对比应用——强调独特视角的招贴海报.....	154
5.2.3 色彩对比与位置的关系	155
1. 色彩交界时的对比	155
2. 色彩包含时的对比	156
色彩配色应用——体现简约典雅的平面广告设计.....	157
经典案例解析——体现速度与激情的汽车杂志设计.....	158



Chapter 6 彻底掌握调和配色的方法

6.1 色彩调和的理论	160
6.1.1 色彩调和的概念	160
6.1.2 色彩调和的含义	161
色彩调和应用——典雅的产品宣传主页设计.....	162
6.2 色彩的基本调和原理.....	163
6.2.1 色相一致的调和配色.....	164
1. 相同色相调和配色	164
2. 类似色相调和配色	165

3. 邻近色相调和配色	166
色彩调和与应用——呈现亲和力的平面广告设计	167
6.2.2 明度一致的调和配色	168
1. 高明度调和配色	168
2. 中明度调和配色	169
3. 低明度调和配色	170
4. 中、低明度调和配色	171
色彩调和与应用——体现开放、积极氛围的时尚杂志	172
6.2.3 纯度一致的调和配色	173
1. 高纯度调和配色	173
2. 中纯度调和配色	174
3. 低纯度调和配色	175
4. 中、低纯度调和配色	176
色彩调和与应用——营造温馨、舒适的室内环境	177
6.2.4 色调一致的调和配色	178
1. 单一色调调和配色	178
2. 多种色彩的色调均衡	179
色彩调和与应用——强调画面色调平衡的杂志内页设计	180
6.3 无彩色的调和配色	181
6.3.1 灰色调的调和配色	182
6.3.2 无彩色与有彩色的调和配色	183
1. 白色与有彩色的调和配色	183
2. 黑色与有彩色的调和配色	184
3. 灰色与有彩色的调和配色	185
色彩调和与应用——极具装饰韵味的海报招贴设计	186
6.4 间隔色	187
6.4.1 无彩色轮廓线的调和与应用	188
1. 黑色轮廓线	188
2. 白色轮廓线	189
色彩调和与应用——突出视觉重心的音乐海报	190
6.4.2 有彩色轮廓线的调和	191
1. 中间色调和法	191
2. 间隔法	192
色彩调和与应用——体现微妙差别的海报招贴设计	193
6.5 渐变配色	194
6.5.1 色相渐变调和和应用	195
1. 类似色相的渐变调和	195
2. 对比色相的渐变调和	196
3. 互补色相的渐变调和	197
4. 全色相的渐变调和	198
色彩调和与应用——使版面更具空间感的酒品广告设计	199
6.5.2 明度渐变调和和应用	200
1. 黑白灰的明度渐变调和	200
2. 单一色彩的明度渐变调和	201
色彩调和与应用——营造内敛氛围的平面作品	202
6.5.3 纯度渐变	203
经典案例解析——饱含诱惑的产品广告设计	204



Chapter 1 色彩的

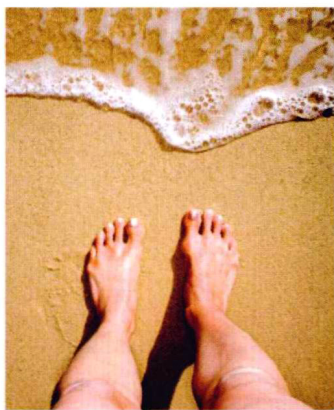
基础知识

色彩的基本概念
色彩的种类
色彩的相互关系



了解颜色的概念

我们在生活中，每天都身处于绚丽多姿的色彩里。色彩与我们的生活息息相关，色彩不仅是生活中的调味剂，更是一门学问，全面了解色彩的相关知识也是全面认识色彩的关键所在。



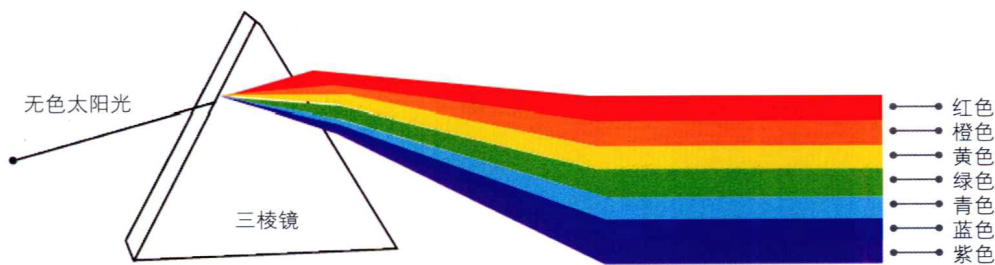
我们生活在一个五彩缤纷、色彩斑斓的世界里，色彩是破碎了的光，我们凭借光来分辨和识别大自然中的色彩，没有光就没有色彩。在白天我们能看见缤纷夺目的景色，天空、白云、草地等都是那么的富有生机。然而到了晚上，万物就变得漆黑昏暗，不易辨识，可见色彩是以光为媒介的一种视觉反映。

1.1.1 色彩的含义

色彩是人脑识别反射光的强弱和不同波长所产生的差异，人们依借光辨别物体的形状和色彩，从而获得对客观世界的认识。物体被光线照射，反射光被人脑接收，从而形成对色彩的认识，没有光就不存在色彩，光是我们生活中不可或缺的一部分。

1. 光与光谱

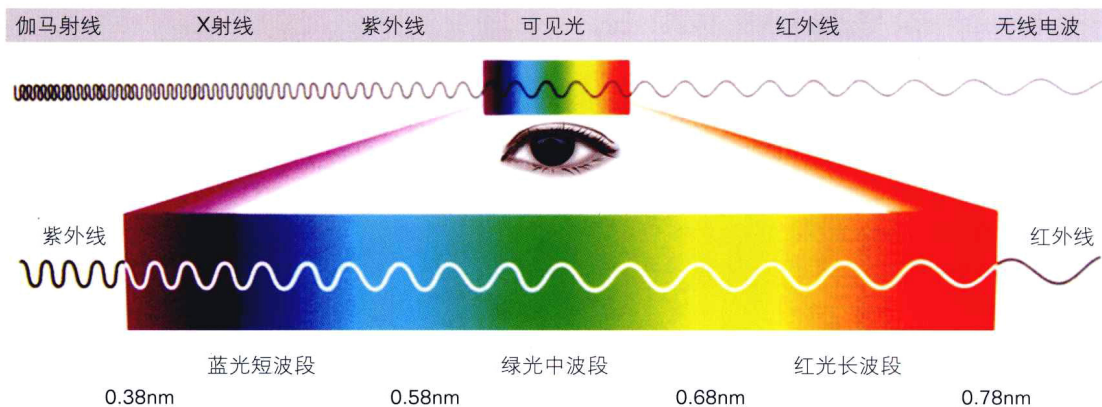
雨过天晴，天空中出现绚烂的彩虹，但大多数的人们只欣赏它的美丽却不知它为何而生，直到1666年英国物理学家牛顿博士在剑桥大学的实验室中发现了它的秘密。牛顿利用三棱镜将无色的太阳光分离成色彩的光谱，即红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七色光谱，由此揭开了色彩来源于光的奥秘。



由三棱镜折射的光现象

2. 可见光源

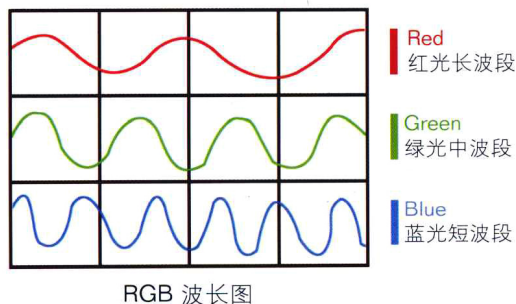
我们之所以能看见周围物体的颜色，也是因为光，光是一种以电磁波形式存在的辐射能，电磁波包括伽马射线、紫外线、X射线、可见光、红外线和无线电波，电磁波的不同部分都有其各自的波长，而其中从红外线到紫外线即波长为3.8~7.8nm之间的可见光，才能引起人的视觉及色彩感觉。



人眼能看见的光线在光谱中只占很小的一部分，人眼最佳的明视范围的长度在400~700nm之间。不同波长的可见光在人类的眼睛中也会产生不同的颜色感觉，在右面的表格中，可以清楚地了解各颜色与波长的范围。

电磁波功能表

颜色	波长范围 nm(纳米)
红色	700~630nm
橙色	630~590nm
黄色	590~560nm
绿色	560~490nm
蓝色	490~450nm
紫色	450~400nm



RGB 波长图

我们眼睛所感受到的无穷色彩都在可见光的范围内产生，可见光依照波长的长短排列可以分为红色长波段、绿色中波段和蓝色短波段三个波段，当这三个波段重新汇聚时，即会形成完整的可见光，因此，红、绿、蓝光也是后面会提到的色光三原色。

3.光源色

生活中的色彩现象是一种变化多端的自然景象，物体的色彩是受制于光源的。我们所能看到的物体色彩是由光源照射而产生的。光是先决条件，自然界的物体对光也具有选择性地吸收、反射以及投射等现象。各种光源发出的光，光波的长短、强弱、比例不同，形成的色光不同，叫做光源色。

光源色的发光体可以是许多物体，如太阳、火焰、灯泡、显示屏或者是萤火虫，无论发光体在暗处或明处、远处或近处，人眼对其发出的一种或多种波长的光色感都是恒定的，除非光源本身发生变化或是发生存在强弱的变化。



模拟红色光投射下的物体呈红色调

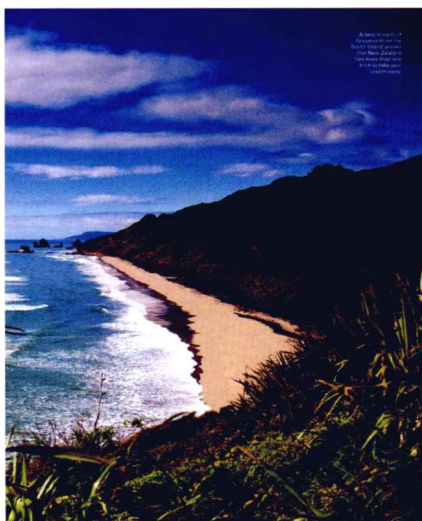


模拟蓝色光投射下的物体呈蓝色调

4.物体色

在大自然中，平时所看到的高山、大海、植物或动物等物体的色彩，都是本身不发光的，一般称为物体色。物体色是指物体在不同光源下呈现的不同色彩，光的作用与物体的特性是构成物体色的两个不可或缺的条件。

各种物体由于所投射的光源色不同（即使投射的光源色相同），也因其本身特性不同，表面质感不同，对光的吸收与反射不同，所处的环境不同，形成的物体色也各不相同。



反光体——景物



反光体——动物