



Personal Image Design

个人形象设计

(第二版)

周友秀 著

(第二版)

周友秀 著

个人形象设计

An abstract graphic consisting of several concentric, slightly irregular circles in shades of gray, creating a sense of depth and movement. The circles are centered on the left side of the cover, with the English title 'Personal Image Design' overlaid on them.

Personal Image Design

图书在版编目 (CIP) 数据

个人形象设计 / 周友秀著. -2版—长沙: 湖南美术出版社, 2011.4

ISBN 978-7-5356-4393-3

I. ①个... II. ①周... III. ①个人—形象—设计

IV. ①B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第059096号

个人形象设计 (第二版)

Personal Image Design

出 版 人: 李小山

著 者: 周友秀

责任编辑: 陈秋伟 莫宇红

特约编辑: 谭冀俊

责任校对: 尹梦娜

装帧设计: 谭冀俊 文 波

出版发行: 湖南美术出版社 (长沙市东二环一段622号)

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 长沙市天涯彩印包装有限公司
(长沙市开福区营盘路文星桥1号32中内)

开 本: 889X1194 1/16

印 张: 8.5

版 次: 2011年4月第2版

印 次: 2010年3月第1次印刷

2011年4月第2次印刷

印 数: 3001—6000册

书 号: ISBN 978-7-5356-4393-3

定 价: 48.00元

【 版权所有, 请勿翻印、转载 】

邮购联系: 0731-84787105 邮 编: 410016

网 址: <http://www.arts-press.com/>

电子邮箱: market@arts-press.com

如有倒装、破损、少页等印装质量问题, 请与印刷厂联系调换。

联系电话: 0731-85163588

前言

我们生活在一个五颜六色的世界里，只要睁开眼睛，各种斑斓的色彩便会涌入我们的视野。色彩装点着我们的生活，感染着我们的情绪。赤橙黄绿青蓝紫，有的颜色能赶走疲惫忧虑的思绪，有的颜色能衬托高雅娴静的气质，有的颜色能突显纯洁素雅的神韵，有的颜色能安抚悸动的心灵……人们追逐潮流，追求生活的品位，但是在如万花筒般绚烂的世界里，时尚的精彩并不一定体现在每个人的身上。同样的色彩搭配，在别人看来是典范，在自己看来却是糟粕。

在生活节奏越来越快的今天，追逐潮流并不是唯一的时尚风向标。日常生活中，人们承受着各方面的压力，当心理不安或压力增大时，焦虑、缺乏自信、抑郁的心情都会影响一个人的生活质量与状态。因此，在形象设计、整体搭配、美容、保养等顺应时代发展的流行趋势下，化妆、服装色

彩搭配等可以使自己变得美丽、自信的行为，作为一种寻找自我的方式，无疑给人的心灵带来巨大的安慰和满足。时尚不只是风光穿梭在T形台上的模特儿和明星们的专利，如何保养、提升气质、装点自己、突显自身的风格与自信，使每个人都能散发出属于自己的独特魅力，才是时尚在生活中真正的体现。

人们需要一个专业的建议，一个关于色彩、装扮、搭配的专业建议，到底什么才是适合自己的独特的色彩搭配与保养方式，于是整体形象设计师们闪亮登场。他们像是拥有魔法棒的魔法师，点亮了世界的色彩，也点亮了人们内心对美的渴望。此书旨在给爱美的人们提供借鉴，并从中获得实用的方法与启迪。希望每个人都能找到适合自己的独特风格，学会实用的保养技巧，提高自己的品位，找到点亮自身的魔法棒。

周友秀

2010年1月于长沙

目 录

第一章 色彩基础知识

- 02 第一节 色彩的发展概述
- 03 第二节 色彩基本原理
- 05 第三节 色彩的情感
- 08 第四节 色彩的对比与调和
- 10 第五节 色彩的流行

第二章 化妆技巧

- 17 第一节 化妆基本知识
- 20 第二节 化妆工具及化妆品的认识使用
- 23 第三节 面部粉底修饰
- 25 第四节 面部轮廓及五官粉底修饰
- 28 第五节 眼部修饰
- 32 第六节 眉毛修饰
- 34 第七节 腮红、嘴唇的修饰
- 37 第八节 晚妆
- 38 第九节 新娘妆
- 40 第十节 烟熏妆
- 42 第十一节 梦幻妆
- 43 第十二节 裸妆
- 44 第十三节 不同季节的化妆配色

第三章 美容护肤技巧

- 46 第一节 认识皮肤
- 49 第二节 了解皮肤的类型及产品使用
- 52 第三节 鉴别护肤品的安全性
- 53 第四节 产品选购方法
- 54 第五节 脸、颈、胸、手部的护理
- 58 第六节 睡眠美容
- 60 第七节 精神美容
- 65 第八节 音乐美容
- 67 第九节 食物美容
- 75 第十节 运动美容

第四章 整体形象设计与搭配

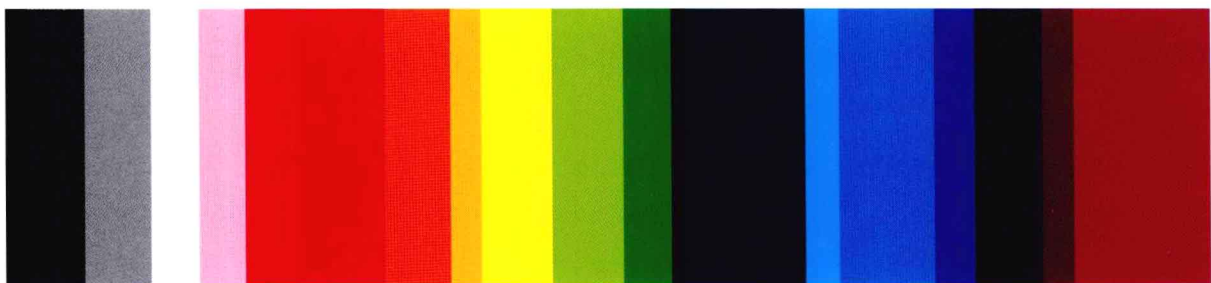
- 79 第一节 服装造型风格
- 86 第二节 色彩规律诊断
- 90 第三节 服饰风格诊断
- 94 第四节 形象设计表现方法
- 113 第五节 体态表现方法
- 116 第六节 整体形象定位

第五章 佳作欣赏

参考书目

第一章 色彩基础知识

我们生活在这大自然的色彩里，每天都会产生自我喜悦与惊惑的感情，从春天的嫩绿，变成夏天的浓荫；到了秋天，那布满红叶的山冈，简直成了红与黄的彩色世界；而冬天又被一层神秘而洁白的白雪严密地裹着。春天一到，森林和草原上盛开着时令的鲜花，小鸟与蝴蝶带着丰艳的色彩四处飞舞着。美丽的色彩，的确能给我们带来生活的喜悦与和平的心境，也装饰了我们的世界。



第一节 色彩的发展概述

人类对色彩的认识与应用早在原始社会生活中就有了广泛的表现。我国新石器时代的原始陶器上就大量地使用了丰富多样的色彩，可以说这也是人类最早根据自己的爱好，理性地选择色彩。古人用红矿石、动物羽毛、兽皮等做成各种装饰品，他们所用的色都是同某种物体相关联的，很自然地会把色彩看成是某种物体所固有的属性。古代对色彩的认识大都是在这种基础上发展起来的。

西方人对色彩学的研究与他们的文明史一样悠久，从古希腊时代开始直到现代，许多科学家、艺术家、学者们一直不懈地探索光与色的理论，并且创造了形形色色的色彩视觉论。

总的来说，西方色彩学的研究可概括为两个阶段，其一是直觉上的感觉研究，其二是理性上的分析研究。从古希腊时代开始，著名学者亚里士多德认为：最基本的色是黑、白、灰或黑、白、黄色，白色与黑色经过眼睛不能分辨的细微混合，按其混合的比率产生了其他色。亚里士多德还是第一个提出了“光就是色”的理论。

17 世纪后，人们才对色彩的本质有真正的认识，进行系统的研究。这要归功于英国的物理学家牛顿。1666 年，他通过三棱镜，第一次得到光与色的科学实验证明。证明了太阳光共包含着红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七种色光。牛顿又对色光再进行分解实验，发现各色光的折射率不同，但不能再分解。

总之，人们对色彩的研究是从自然学角度入手的，新建立的色彩学理论是非常科学和完整的。甚至还超越了自然科学的范围，包括对意识形态的研究。

第二节 色彩基本原理

一、色彩种类

1. 无彩色系: 从物理学角度看, 它们不包括在可见光谱之中, 故不能称之为色彩; 但是从视觉生理学、心理学上说, 它具有完整的色彩性, 应该包括在色彩体系之中, 由白渐变到浅灰、中灰、深灰直到黑色, 色度学上称为黑白系列。无彩色中的黑与白, 由于只有明度差别而没有色度差别, 故又分别被称为极色。(图 1-1)

2. 有彩色系: 可见光谱中的全部色彩都属于有彩色系。它以红、橙、黄、绿、青、蓝、紫为其基本色。基本色之间不同量的混合产生的千千万万个色彩都属于有彩色系列。有彩色系中的任何一种色彩都具有三个属性: 色相、明度、纯度。换句话说, 一种颜色只要具有三种属性的, 就属于有彩色。(图 1-2)



图 1-1 | 无彩色系 |

二、色彩的属性

色相、明度、纯度, 在色彩学上称之为色彩的三要素, 又称三属性。色彩三属性是三位一体、互为共生的, 三属性中的任何一个要素改变都将影响原色彩的面貌。(图 1-3)

1. 色相: 色相指的是每种色彩的不同相貌及倾向性。色彩学家给每个颜色都冠以一个名称, 叫色相名。如红、黄、蓝都是色彩的色相名。(图 1-4)

图 1-3 | 色相的组合变化 |

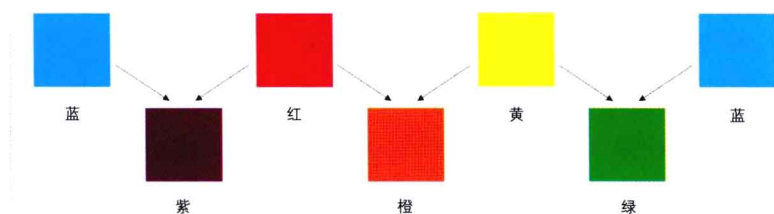
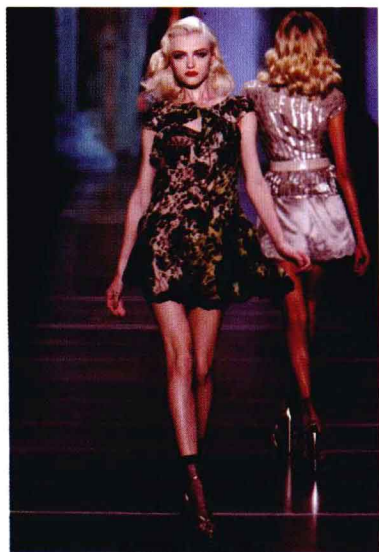


图 1-2 | 有彩色系 |



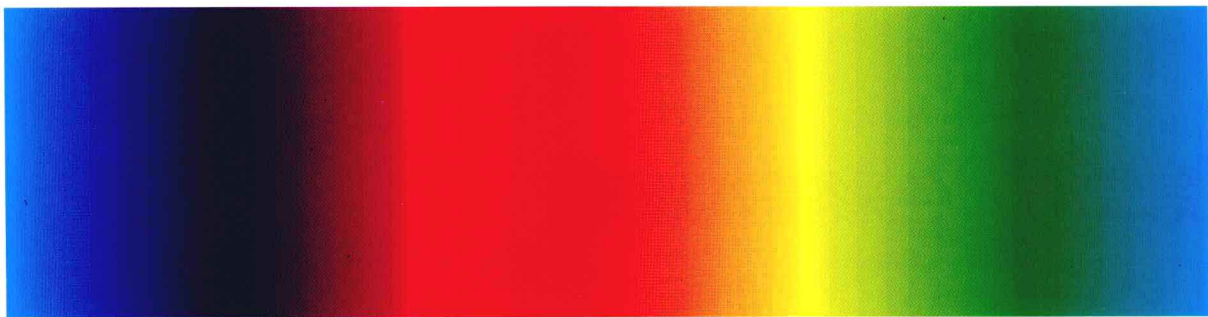


图 1-4 | 色相的渐变 |



图 1-5 | 色相的明度、纯度对比 |

2. 明度：明度指色彩的明暗程度。它具有两方面的含义：一指颜色本身的明暗程度，在色环上黄色最亮，紫色最暗；二指同一色相的明度变化，由同一色相加上不同比例的黑、白、灰而产生不同的变化。

3. 纯度：指色彩的饱和度，也可以认为是距离非色彩的程度，可以分高纯度、低纯度、灰度等。颜料中红、橙、黄、紫等是纯度高的色相，蓝、绿是纯度相对低的色相。任何一种色彩混入黑、白、灰及补色都会降低它的纯度。当只有纯度发生变化时，更容易看到它是一种独立于明度和色相之外的属性。一般来说，色彩的明度变化会影响纯度的变化。任何一个有彩色，当它掺入白色时，明度提高；当掺入黑色时，明度降低。（图 1-5）

第三节 色彩的情感

色彩对人们心理所形成的感受和由此产生的情感是个很复杂的问题。色彩所激起的情感反应随观者的年龄、性格、经历、民族、风俗、地区、环境、艺术修养的不同而不同，因而它就必然受到多方面因素的制约，同时又与社会环境、社会心理、社会物质文明程度以及主体的个性心理特征紧密相连。

一、色彩心理效应

1. 色的冷暖感：颜色的冷暖与色密切相关。一般红色、橙色、黄色等色给人的感觉比较温暖，称之为暖色；蓝绿色、蓝色等色给人的感觉比较寒冷，称之为冷色。绿色、紫色等没有冷暖感觉，称之为中性色。一般冷色和暖色的心理温度差是 3°C 。（图 1-6、图 1-7）

2. 色的轻重感：深色物品看起来比浅色物品沉重。色的轻重感由明度决定。色相及纯度对色的轻重感几乎没有影响。因而明亮的色给人轻的感觉，暗的色给人重的感觉。

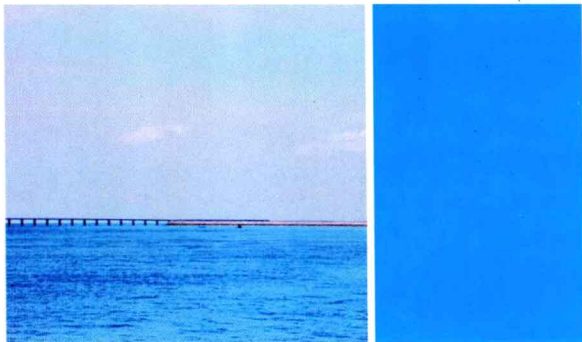
3. 色的软硬感：色彩也有硬度，是靠视觉来感受的。感觉柔和的色彩是加入了明亮灰色的有彩色；混有黑色的色彩感觉会很硬。同样材质的面料，由于颜色的不同，感觉也不一样。

4. 色的兴奋与沉静感：暖色系中明亮而鲜艳的色能够让人兴奋，冷色系中暗而混浊的色能够让人镇静。如蓝色系列的环境能够使人镇静，处于兴奋状态的人，一旦进入蓝色系列的环境，他的心情很快会镇静下来。

图 1-6 | 暖色 |



图 1-7 | 冷色 |



5. 色的华美与质感：色的华美与质感受纯度的影响最大。纯度高的色彩给人的印象非常明快。与低纯度的色彩相比，高纯度的色彩更加具有华丽感，低纯度色彩显得比较质朴。

6. 色的前进与后退感：相同位置的物体，由于颜色不同，会让人感觉其远近距离不同。给人前进感的颜色叫前进色，给人后退感的颜色叫后退色。例如红色、橙色、黄色等暖色系的颜色让人感觉距离较近；蓝色等色让人感觉距离较远。

7. 色的膨胀与收缩感：相同大小的物体，白色的看起来比较大，黑色的看起来比较小。因此，明亮的颜色看起来比较大，暗淡的颜色看起来比较小。

二、色彩的联想

色相中，有橙色、绿色、蓝色、紫色等之类的名称，这些名称由对橙子、青草、天空或紫罗兰的联想而来。此外，我们看色彩时，常常回忆起各种各样的经历并把二者结合起来。这样根据色彩的刺激想起与它有关的事物，叫做色彩的联想。色彩的联想，与看色人的经验、记忆、知识、民族、年龄和性别有关，而且随个人的生活环境、教养、职业等不同也有区别；再

图 1-8 | 女性色彩的联想 |





图 1-9 | 男性色彩的联想 |

者，也随着时代的进步和生活节奏的变化而改变。（图 1-8、图 1-9）

色彩的联想是指视觉作用于色彩引起的联想。如看见红色，具象的联想可能是血液、火光、太阳，而情感的联想可能是喜庆、温暖，或死亡、恐怖等。不同的生活经历、不同的生活环境、不同的地域、不同的信仰、不同的审美观，色彩的象征意义差别也比较大。

1. 红色：在光谱中光波最长，视觉上给人一种迫近感与扩张感，富有刺激性，给人活泼、生动和不安的感觉。红色性格强烈、外露，饱含着一种力量、热情、方向感和冲动，象征着希望、幸福、生命。

2. 橙色：在光谱中波长仅次于红色，是最活泼、最富有光辉的色彩，是彩色中最温暖的色。它只有在发冷、深沉的蓝色中，才能充分发挥出它那太阳似的光辉。

3. 黄色：在光谱中波长适中，是所有色相中最能发光的颜色，给人高贵、活泼、生气蓬勃、明朗、光明等感受。

4. 绿色：在光谱中的波长居中，绿色常常与田野大自然联系在一起，所以能让人有和平、安宁、平静、安全、新鲜、娴静、清洁、青春、新鲜的感觉。

5. 蓝色：在光谱中波长较短，属于收缩性的冷色，给人以清澈、纯净、安静、希望、自由、冷漠的感觉。

6. 紫色：在光谱中是波长最短的低明度色彩，具有妩媚、柔和、高雅、沉着、细腻的品质，是女性美和男女爱情的象征色。

7. 白色：是全部可见光均匀混合而成的，称为全色光。给人一种干净、纯洁、清白、扩张的感觉，但也能给人一种凄凉、冷清、缅怀的感觉。

8. 黑色：完全不反射光线，容易让人联想到黑暗、悲哀、恐惧、无助，给人一种沉寂、神秘的气氛感。

9. 灰色：中性灰是黑、白的混合色，自身显得毫无特点，总的性格是柔和的，倾向性不明确，既不抑制也不强调，因而视觉上带来一种平稳感。

10. 金银色：是最辉煌的色。象征意义具有积极与消极的两重性。

在色环上相对应的色称为对比色，就是指两种或两种以上的色彩放置在一起时，由于彼此相互影响而显示出差别的现象，差别大为强烈对比，差别小为调和对比。（图 1-10）

1. 同类色相对比：同类色相对比是指同一色相不同的明度与不同纯度对比。同类色一般的相差范围在色相环上体现在 15 度以内。在 15 度范围内形成的色彩对比，因其色相差别很小，也称之为色彩弱对比。

只有明度和纯度变化的同类色相对比, 是最为调和的色彩组合。同类色相对比所形成的色彩效果和谐统一、淡雅、平淡而柔和。

色相差

邻近色相 (色相差 1)

类似色相 (色相差 2)

中差色相 (色相差 3~5)

对比色相 (色相差 6~7)

互补色相 (色相差 8)

1-R

2-OR

3-O

4-OY

5-Y

6-gY

7-YG

8-LG

9-G

10-BG

11-B

12-UB

13-U

14-UV

15-V

16-VR

0

1

2

3

4

5

6

7

8

色相差

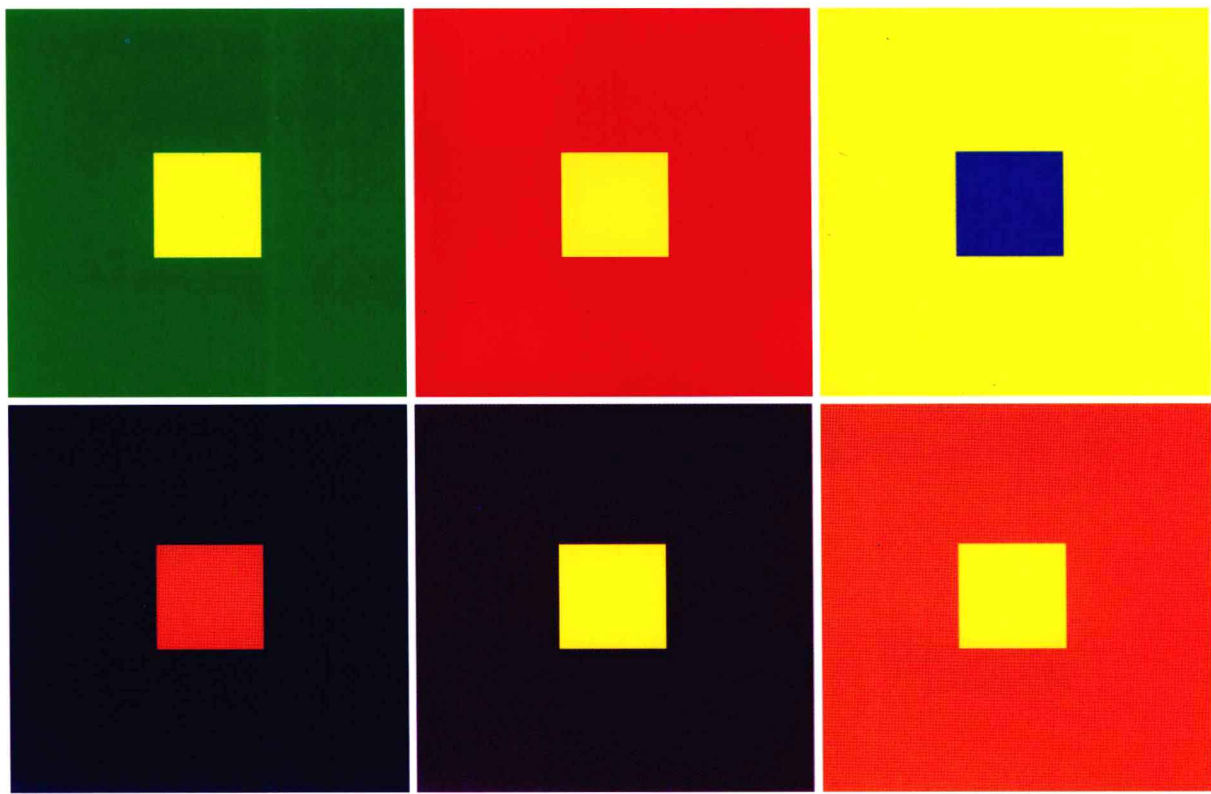


图 1-11 面积对比

2. 类似色相对比：类似色一般的相差范围在色相环上体现在 30~60 度之间，即在 30~60 度之间的范围内所形成的色彩对比关系，这些对比都含有了近似要素的色彩对比。

类似色相改变了同类色相单调、无力的视觉效果，在色彩的统一和谐中，加强了色相对比因素，形成了自然、柔和、丰富、活泼的色彩意境。

3. 对比色相对比：在色相环上有 60~120 度之间的色彩差别对比，所以也称为色彩的强对比。给人以刺激、醒目、生动、鲜明的视觉冲击，表达了热情奔放的情感特征。

4. 互补色相对比：在色相环上相差范围为 180 度，是色彩差别最大、对比最为强烈的色彩对比。使各自色彩特征更加鲜明、强烈、刺激，如红与绿、黄与紫、蓝与橙三对互补色。互补色相对比给人以炫目、刺激、颤动的视觉印象。

5. 面积对比：面积对比是指各种色彩在画面中的比例或色块之间的对比关系，每个色块都影响着周围的色块，同时或强或弱地改变着整体效果。（图 1-11）

歌德认为，纯度最高时，合理的色彩面积对比是：黄：橙 = 3:4，黄：红 = 3:6，黄：紫 = 3:9，黄：蓝 = 3:8，黄：绿 = 3:6，黄：红：蓝 = 3:6:8，橙：紫：绿 = 4:9:6。这是三原色红、黄、蓝与它们的间色橙、紫、绿的色彩和谐面积比。按这种比例关系制成色相环后，每对补色的面积占色环总面积的三分之一。



图 1-12 | 生活中的色彩——流行色 |

第五节 色彩的流行

从市场的角度而言，流行色本身会给产品带来经济效益。广大有远见卓识的设计家愈加高度重视流行色的应用。从流行色与人类自身的关系而言，流行观念的产生某种程度上改变了人类的生活态度。（图 1-12）

一、流行色的流行现象

分析流行色一是分析它存在的必然性，即受众群体行为的心理依据与生理依据；二是分析它所流行的内容，即色彩、材料等诸方面流行的原因和发展规律。

二、人类色彩知觉的规律

专家研究表明，流行色的演变规律一般要经过初兴、盛行、衰落三个阶段。有的流行色在衰落二三十年后可能又重新成为流行色。日本流行色协会曾提出流行色循环的大规律：明色调——暗色调——明色调，或者说是“暖色调——冷色调——暖色调”的发展演变趋向。

从某种意义上说，流行色是一种信息艺术和效益艺术。以信息而论，流行色既传达人们的情感信息，也表达求新、求变心理信息；它既是商品设计信息，也是国际贸易流通的讯号。人们开始追求流行，就意味着社会物质财富的丰富，意味着人们生活中消费标准的改变，意味着人们精神境界的进一步提高。

三、流行色的成因

流行色之所以流行，必须是流行的内容给予消费者以刺激，并与消费者潜在的需求相吻合。

人类心理学所强调的：任何行为的形成和产生始于它的发动力，并非直接的本能，而是一种驱使探奇性和“心理场地”。勒温曾指出个人“心理场地”的重要性。它是一种使人们排斥他人、他事物，或者吸引他人、他事物，被称为诱因的心理机制。流行行为中希望别人赞扬，希望被人羡慕和关注的诱因较为突出。同时，追求自我实现、显示自己地位的动机也十分明显。人类行为动机大致分为八类：优越感、快乐感、自尊感、被重视感、防范感（安全感）、归属意识、自我表现、差别感。

当流行趋势满足其中任意一类之后，就极易参与进去，并产生行动。

其过程是：接受劝服信息——使内隐心理产生变化或活动态度的形成——在外显行为方面引起变化。

四、流行色彩趋势

1. 2011 年中国流行色趋势（中国流行色协会 2010 年 7 月 27 日发布）

今日色彩从过去的色调中寻找线索并描绘出未来方向。在这个不稳定的年代，我们发现记忆和传统的舒适给我们一种脚踏实地的感觉。色彩在触发我们的怀旧情绪方面起了关键作用，今日色彩是对过去风格、质地、式样以及色彩的重新发现。

主题一：本源

神秘、持久、自然

寻求种族的安全是人类的本能。在当今复杂的世界，人们开始密切关注和重新探索世界最古老最悠久的文化，将非洲、美洲土著和原住民的风格相互融合，创造了一种自我抨击的新式部落风格。色彩丰富而朴实，带有一点神秘色彩。（图 1-13）

主题二：珍品

老化、层次、手工艺

一次性社会？昨天如此。如今我们决策明智，充

图 1-13 | 主题一：本源 |



图 1-14 | 主题二：珍品 |





图 1-15 | 主题三：简约 |



图 1-16 | 主题四：更新 |

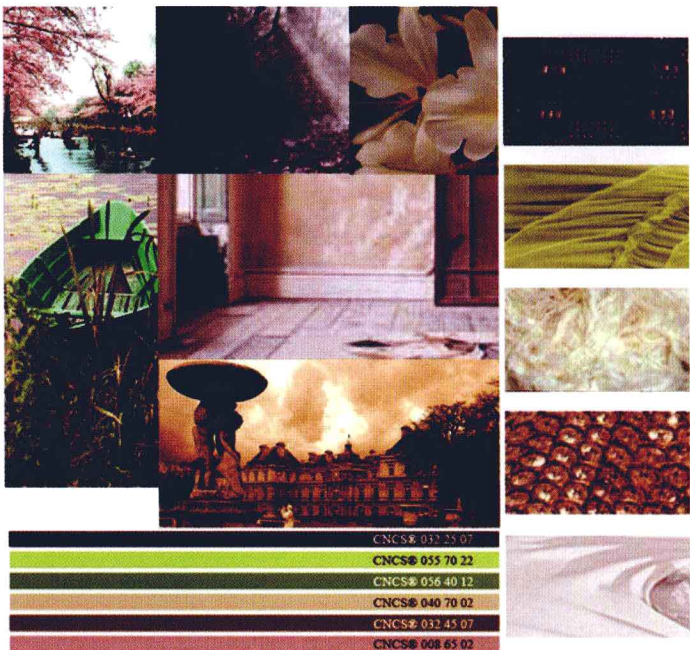


图 1-17 | 神话魅力 |

分利用我们拥有的一切，发现显露在外的无数故事，层层着色。从跳蚤市场的发现到手工工艺品，瑕疵使我们的环境有了丰富的个性。色板体现了自然老化之美，日渐成熟和风化，使人想起能够经受住时间考验的优质材料。（图 1-14）

主题三：简约

半透明、构造、精致

简约是终极复杂。这一永恒的智慧来自达·芬奇，现在它成了现代化口号。更少显然是一种新式更多。但审美是艺术的而非严格的，简约风格具有良好的定制线条、展示造型和结构的纯粹半透明的材料。清晰和完整是简约风格至关重要的一点。我们需要了解和相信它能给我们的生活环境带来什么。色彩是平静、敏感和细致入微的，底色随着周围环境变化而改变，简单多样化。（图 1-15）

主题四：更新

丰富、新颖、乐观

热带花期，阳光普照，趣味探索。是时候开始去度假，让我们把烦恼放下。快乐空间再现，带来清新的花香、缤纷的色彩和丰富的组合。20 世纪 60 年代的万花筒精神与 80 年代宝石色调的完美结合。文化影响和主题自由混合，创造出一种完美和谐的波西米亚马赛克图画。（图 1-16）

2. 2011 年春夏女装色彩、面料流行趋势（全球纺织网 中国纺织网发布）

①神话魅力