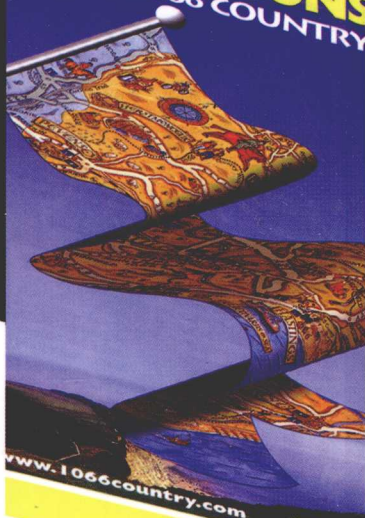


封面配色设计

Fengmian Peise Sheji

COLOUR

VISIT THE VERY BEST
1066 COUNTRY
ATTRACTIONS
ACROSS 1066 COUNTRY



www.1066country.com

Y95

C75M68

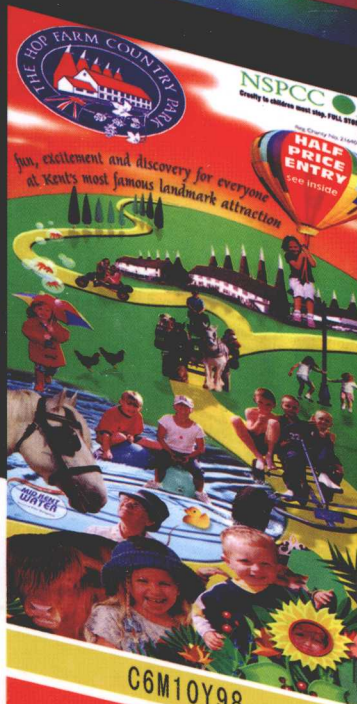
M32Y91

编辑 (E) : 全图 : 色相 (H) :



基础配色

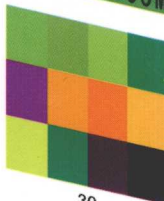
15



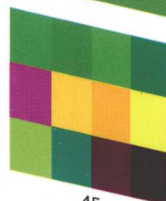
C6M10Y98

M85Y100

C65M6Y100



30



45

TS881
57

封面 配色 设计

Fengmian
Peise
Sheji

上海科学技术文献出版社

创意策划：519色彩工作室
主编：晨 雪



北航

C1654889

TS881
57

图书在版编目 (CIP) 数据

封面配色设计 / 晨雪主编. — 上海: 上海科学技术文献出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5439-5686-5

I . ① 封… II . ① 晨… III . ① 封面—配色—设计—图集
IV . ① TS881-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 305819 号

责任编辑: 朱天明 施 东

封面配色设计

创意策划 519 色彩工作室 主编 晨 雪

出版发行: 上海科学技术文献出版社

地 址: 上海市长乐路 746 号

邮政编码: 200040

经 销: 全国新华书店

印 刷: 常熟市人民印刷厂

开 本: 787×1092 1/20

印 张: 8

版 次: 2013 年 2 月第 1 版 2013 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5439-5686-5

定 价: 120.00 元

<http://www.sstlp.com>

TS881
57

封面 配色 设计

Fengmian
Peise
Sheji

上海科学技术文献出版社

创意策划：519色彩工作室
主编：晨 雪



北航

C1654889

TS881
57

 彩的世界，色彩的天地。生活中离不开色彩，色彩又来源于自然。色彩令这个世界变得缤纷、变得更加绚丽。色彩，它能改变我们的心情，影响我们对事物的认识和心理感觉。一组成功的色彩配色设计，将传递设计师对作品的设计理念和対色彩的理解，直接带给人们强烈的视觉冲击。而现代社会所需求的是高效率、高品质的设计作品，由此对设计师来说，无疑是一种配色设计对审美的挑战。

走进色彩的天地，展示配色设计的魅力，让美丽永远伴随着你，生活更加舒心。了解色彩的个性，是配色设计的基础。

色 / 彩 / 配 / 色 / 基 / 础

一. 色彩与光

大自然的色彩，是设计中取之不尽、用之不竭的源泉。色彩是由物体反射的可见光作用于视觉器官的一种反应。光作为一种媒体，经过对物体（对象）的照射，五光十色的自然风光反射入人眼（主体），成为绚丽多彩的自然世界、光彩夺目的鸟羽兽斑，以及色彩奇妙的微观世界。

世界之所以有色彩，就是因为有了光这个源泉。

那么，什么是光呢？从物理的角度来讲，它是一种客观存在的物质，属于电磁波的一部分。当电磁波长在380毫微米之间时，就能引起视觉的色彩反应。段波长就是可见光谱，即为光。

至于色，早在1666年，英国大物理学家牛顿曾做过这样一个著名的实验：他首先把太阳光引进暗室，然后通过三棱镜再投射到白色的屏幕上，结果太阳光出现了喜剧性的变化，被分解成红、橙、黄、绿、青、蓝、紫的七色光。如果用光度计来测定这些色光，就可得出各色光的波长。因此，色实际上就是不同波长的光刺激人的眼睛的视觉反应。

二. 色彩的色系

我们知道了色与光的关系，那么色彩的分类又是如何区分呢？色彩千变万化，但从颜色上来分，可以分为两大色系：无色系和有彩系。

无色系，主要指白色、黑色和由黑白色调和而成的各种深浅不同的灰色，按照一定的变化规律排成的一个色系。由白色渐变到浅灰、淡灰、中灰、深灰到黑色，色度学上称谓黑白系列。至于无色色系颜料的基本性质，只有明度可言。所谓明度，就是指色彩的明亮程度。而色相和纯度，在无色色系中都等于零。另外，明度的表示，又可以用黑白度来表示。愈接近白色，明度愈高；愈接近黑色，明度愈低。

有彩色系，主要指红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等颜色。这些颜色都有不同的明度和纯度。所谓纯度，就是色彩的纯净程度。而色相，则是色彩的最大特征，是确切地表示某种颜色色别的名称。色彩的三要素

以色相、明度和纯度所构成的有彩色系的三个基本特征，被称为色彩的三要素。

色相，是区别色与色之间的一种名称。从光学和物理的角度讲，各种色相是由射达人眼的光线的光谱成份决定的。

明度，指颜色的明暗度。色彩的明度有两种情况：一是同一色相不同明度；二是各种颜色的不同明度。色彩中黄色明度为最高，蓝紫色明度为最低，红绿色为中间明度。对于明度的变化，可以用一种颜色，加些黑色或白色，就可以比较清楚地知道，加了白色就变浅明，加了黑色就变深暗。

纯度，又称“彩度”，颜色的饱和度，以颜色的浓淡加以区别。在表示颜色中所含有色成份的比例愈大，则色彩愈纯；比例愈小，则色彩纯度愈低。在可见色光中，单色光系最纯的颜色，为极限纯度。如果当一种颜色，被黑色或白色掺入时，它的纯度就会产生变化，其掺入的多少，直接影响其颜色的纯度。

三. 色彩的三原色

随着科学的发展，物理学家经过不断的试验，发现红、黄、蓝是组成其它色光的原色。生物学家又根据人眼的视觉生理特点，提出了以红、绿、紫为原色组成色彩的三原色。

从此，色彩的世界，给生活带来了更多魅力。以红、绿、蓝（蓝紫色）的三原色组成了色光，以红（品红）黄（柠檬黄）、青（湖蓝）的三原色组成了颜料世界。

色彩的种类

三原色构成了色彩世界。红、橙、黄、绿、青、蓝、紫的色彩，又给现代设计提供了理想的保证。色彩由三原色之间的互相调配，又形成了间色、复色、补色、浅色、冷色、暖色、鲜色、灰色之色。

间色—三原色之间相互调配的颜色，指橙、绿、紫三种颜色，又称“二次色”。

红 + 黄 = 橙 黄 + 蓝 = 绿 红 + 蓝 = 紫

复色，用原色与间色相互调配，或者用间色与间色相互调配而形成的颜色，又称“三次色”。如颜料中的土黄、赭石、熟褐、橄榄绿等色。

深色，色彩中比较浓重的颜色。如颜料中的熟褐、群青、橄榄绿、黑色等色。

浅色，色彩中明亮的颜色。如颜料中的白色、黄色、粉绿等色。

冷色，色彩中给人寒冷和清凉之感的颜色。如颜料中的群青、湖蓝、翠绿等色。

暖色，色彩中与冷色相反，给人以温暖的颜色。如颜料中的红色、黄色、桔色、赭石等色。

鲜色，色彩中具有较高的色彩饱和度和较强的明度，以及鲜艳夺目的颜色。如颜料中朱红、桔红、桔黄、天蓝、钴蓝、草绿等色。

灰色，色彩中色彩饱和度较低的颜色。换句话说，凡是色彩的色度呈灰暗色，如土黄、灰黄、灰蓝、灰紫、灰绿等低色度的颜色，都是灰色。

四. 色彩的个性

如果说色彩始于自然，终于自然的话，那么人的一生也是始于颜色，终于颜色的。昼夜变化，色彩无不显示着其独特的个性。下面是几种主要色彩的个性：

1. 红色

红色，被认为是一种具有强烈刺激性的颜色，也是具有燃烧与挑逗性的颜色，又称“攻守两用”的颜色。

红色属于暖色，常被应用于标志色。

红色又表示着生命、热情、精力充沛，同时使人兴奋，引人注目，充满青春活力，适合儿童、年轻人的色彩。

鲜红色也属于三原色之一，在西欧采用纯正鲜红做服装是极少的，都带有偏暖或偏冷的色光，如朱红、玫瑰红、洋红或者带紫光的牡丹红等。

在设计上红与黑、白搭配，是万无一失的组合方式，而且它不受流行的影响，尤其在中国，红色被认为是喜庆的象征色。

2. 黄色

黄色是一种极健康的颜色，同时，也是一种幼稚与单纯的颜色。在欧美人的眼里，通常认为黄色表示太阳，美好的天气，洋溢着年轻、希望、快活、明朗，而且醒目。

黄色是三原色之一，它是光谱中最易被吸收的颜色。虽然是原色，但由于明度高的关系，只要略含其它色素，就会改变原有的性格，很容易与其它色组合。

黄色的种类很多，如柠檬黄、香蕉黄、芥末黄、金黄、橘黄、蛋黄、麦秆黄等等。

黄色常用深浅、明暗，或混合元色而表现出不同的个性。

3. 蓝色

蓝色，被认为是一种高深莫测而严肃的颜色，蓝色的本身就是一种让人产生遐想的颜色，同时

又是一种相当严肃的色调。

蓝色是三原色之一，又被视为一种安全的颜色，海军蓝已成为各国理想的制服色。日本、美国的中学生制服大多采用这种颜色。

中国人对蓝色特别爱好，其原因之一是适合东方人肤色。它近似肤色的补色，能够把面色烘托得光润。特别是较胖的人，蓝色的服饰能使穿者的体积显得聚敛，起到“瘦”的效果。原因之二是蓝色的稳重，在配色设计方面，深暗蓝容易配色，原则上除了褐色以外，都适应。视觉上能百看不厌，具有庄重感。

4. 白色

白色，被认为是一种清洁、高雅之色。白色会反射全部的光线，而产生各种效果。白色对任何人都非常适用，它表示明亮、生气勃勃、凉爽、高尚、纯洁，具有天真无邪、青春活泼的气息。医生、护士及精密仪器生产单位工作人员工作服均为白色。

白色和任何鲜明色搭配，都能引人注目。黑、蓝、红、紫、绿、黄、棕等其它色彩跟白色形成对照美，十分和谐。

目前，无论欧美还是日本，都流行一种近似白色的本色白色，即含有黄色系的乳白色。这种比纯白色更容易同其它色配合的颜色，配色设计为时尚所接受。

5. 橙色

橙色，是暖色系列中的代表颜色，和黄色相同，代表着健康。橙色还含有成熟与幸福之意，象征着太阳、希望、积极、欢喜、愉快、光明、展望。

橙色配褐色、深棕色很相称，褐橙色对肤色黝黑或被烈日晒黑了的肤色，也很合适。在多色的图案里，用橙色来烘托，比单独应用效果要好。

6. 绿色

绿色，生命的象征，自然界的代表色，一种稳重而积极的颜色。春天萌芽的绿草，充满了生活的朝气、希望和活力。绿色，还是和平、宁静和温和的象征。

许多人喜欢用绿色来布置房间，窗帘、地毯、壁纸，甚至家具的配色，以绿色来增添心理的安适感。

7. 紫色

紫色，又具有高贵、优雅、神秘、华丽的个性。对于典雅和名贵的产品包装配色设计十分合适，尤其是淡紫色、紫藤色，深受时尚的追捧。

紫色的配色设计,最理想之色是白色,其次是银灰、乳白、淡蓝、金黄等,黄、玫瑰红、黑也可以,但须慎重。

8. 黑色

黑色非常适合富于表情、肤色白皙的人。黑色能够把白皙的人烘托得更皎白,可以使穿着体积显得小一些,所以,它是胖者的最好服色;体格健美的,会显得苗条,而产生一种成熟的魅力。

黑色很适宜同暖色调配合。除了大红、金黄以外,还有粉红、棕色、紫色。如采用毛皮来陪衬的话,貂毛皮最好选白、灰褐、灰棕、褐色之类的浅明色、较深暗色,以显和谐。

9. 灰色

灰色是一种非常随和且具有多样性的颜色。是沉着、素雅、平易近人,是老少皆宜的颜色。

灰色与近似黑之间,可区分许多阶层,由于深浅不同可表现不同的性格。如银灰,色淡明亮,显得华丽;铁灰,近似黑,显得沉着,经久耐看。灰色尤其适合同暖色系搭配,如红、粉红、褐色、橘色等。

灰色之所以易搭配,其本身就是中间色的代表颜色,是一种极随和的常用色。

10. 褐色

褐色,也可称为一种最易搭配的颜色,它可以吸引住任何颜色的色彩,可以随着兴致搭配,又称“安逸祥和”的颜色。褐色是极易讨好的颜色。

11. 粉红色

粉红色,它的本身就是意味着“似水柔情”的情趣,是温柔和情爱的象征。同时,粉红色又是一种纯情可爱的颜色,是一种内在成熟的表现。

12. 米灰色

米灰色,是一种灰色中略含有一些棕色的浅色调,同乳白色一样受到世界上大多数人的喜爱。象征着暖和、沉静、光辉、文雅。

米灰色同任何色都合得来,尤其是酱红、紫红、橄榄绿、褐色、藏青等深色。如果同淡色组合,如淡紫、淡黄、淡绿等,需附带用强烈的颜色作衬托。

五. 色彩的感情

人们对色彩的感情有共性的一面,这就是人们对色彩共有的感情。

1. 暖色与冷色

色彩的冷暖感，主要来自人们对事物的联想，像水一样冷的蓝色、蓝绿色，会使人觉得冷，我们称为冷色，也称寒色；像火一样热的红、橙、黄等色，会使人产生暖感，所以称为暖色。暖色系色彩较易使人觉得温暖，冷色系色彩易使人觉得寒冷。除了有彩色有冷暖感外，无彩色也会给人不同的感觉。如白色、银色、灰色给人一种寒冷的感觉，而深灰、黑色则令人有一种暖和的感觉。

配色时，冷暖色可以交叉应用，如主色调是暖色调时，可以适当应用冷色调作为点缀，借以调节整个画面的冷暖关系。反之，冷色调作为主色调时，同样可以把暖色调作为点缀装饰。这样可以获取相得益彰的效果。

2. 兴奋色与沉静色

由于红、橙、黄的纯色给人以兴奋感，故称为兴奋色。蓝、蓝绿、蓝紫给人以沉静感，所以叫作沉静色。如果把上述兴奋色、沉静色彩度降低，那么其兴奋和沉静的感情就会降低。

3. 轻色与重色

色彩能给人们以轻重之感，主要是明度的关系。一般颜色较淡、高明度的色彩具有轻的感觉，黑色、深色或低明度的色彩给人有一种重的感觉。这同人们的联想也有关系，如棉花、白纸较轻，而黑铁、金属较重。

明度相同的颜色，则视彩度而定，彩度高的看来较轻，彩度低的较重。

感觉轻的颜色，虽有轻快感，但也会觉得不够安定；相反，低明度颜色则有较稳重的安全感。设计时如果要轻重色组合，最好以重色为底色，明色作纹样，而且明色的色度要有层次，这样才能得到理想的效果。

4. 华丽色与朴素色

色彩还有辉煌的华丽色和文雅的朴素色之分。一般情况下，彩度高的为华丽色，彩度低的为朴素色。从明度来看，明色华丽，暗色朴素。金银色虽然华丽，但是通过黑白色的使用，即可华丽又可朴素。

两色以上的配合，使用色相差较大的纯色和白黑色时，因有某种明度差的对比而感到华丽，另一方面，彩度低的色，相互配合会有朴素的感觉。

六. 色彩的变化

色彩的明暗变化，也就是色彩的对比。

配色设计中,白色与黑色的明暗变化是常见的一种色彩。如果两个灰色的色块分别放在白底和黑底的平面上,其明暗变化相当显著,一般情况下,视觉上总认为白底上的灰色色块要比黑底上的灰色色块灰;同样,白与黑并列在一起,会感到白色更白,这也是色彩的明暗变化。

色彩的冷暖变化,并不意味着色彩的本身能产生冷暖,而是颜色的本身会使人们联想到天空、雪景、冰块、海洋、流水,这种联想所产生的印象色,如蓝、绿、灰、白色称冷色或寒色;而使人联想到太阳、火焰、朝霞、秋收的麦浪,这种联想所产生的印象色,如红、橙、黄称暖色。

色彩的冷暖变化,还可以因季节温度的变化而变化。从物理的角度知道,白色在反射光线的同时也反射了热量,黑色在吸收光线的同时也吸收了热量。因此,生活中就会出现这样的服饰色彩变化。夏日,人们的服饰多以冷色为基色,给人以一种凉快的感觉;冬日,人们的服饰多以暖色为基色,给人以一种温暖的感觉。

因此,对配色设计而言,在配色设计的时候,要注意色彩冷暖的合理搭配。色彩与设计对象的季节表现和人们对色彩的不同审视。

现代设计中的美,是形式美、色彩美、材料美的具体表现,这三者之间的美是一个相互统一、缺一不可的整体。

由于人们的特定生理功能,美的首先反映是视觉。因此,配色设计尤为重要,其配色的不同,就会产生华丽、朴素、典雅、秀丽、鲜明、热烈等不同的情调,从而给人们以喜庆、欢乐、舒适、忧郁、沉闷、不快等不同感受。同样,不当的配色思想,也会产生色彩与材料不当,造成配色设计的失败。

色彩的美,就是在色与色相互组合中体现,1、2、3、4、5、6、7,七个音符可以谱写成悦耳动听的曲调,红、橙、黄、绿、青、蓝、紫,同样可以配色设计成绚丽多彩的色调。

如果单一的一种色彩,连续刺激人的视觉,生理上就会产生视觉疲劳。为恢复生理上的平衡,视觉系统就需得到新的色彩补充,而谋求这种色彩补充的途径之一,就是配色设计必须符合色彩视觉在生理上平衡补充的原理。

追求新的配色与视觉之间的关系,充分掌握色彩心理,了解人们的视觉心理,乃是配色设计者的设计目的。

现代配色设计以它惊人的魅力跨进人们生活的一切领域。学习配色设计,就是要运用现代色彩的物理、生理、心理、美学理论研究、探索人们对色彩的兴趣与追求。

七. 色彩的表现

成功的配色设计,是设计师的最大心愿。

一个成功的设计者,必须懂得人们的视觉心理,除具备有高超的配色设计技巧外,还需懂得利用色彩的特殊性质而巧妙灵活地搭配。

配色设计在色彩的个性表现上，通常有三种类型：

1. 以自己独特的对色彩的见解，不在乎他人的观感和周围的环境，追求“个性表现”为目标；
2. 充分理解客户，根据客户的配色设计定义、喜爱，无条件满足其商业目的；
3. 顾全大局随潮流，不标新立异，不但重视自我的存在，也考虑到周围的环境条件，求得二者之间的心理平衡与调和，在调和中主张自己对配色设计的技巧表现，达到美的追求。

八. 选择色彩的勇气

对于配色设计，还需要具备一定的勇气。环境与色彩的变化，也不能改变自己对色彩的信任。不要随着色彩的流行而改变自己的配色设计风格。色彩的特殊性质，反映了设计师的精神面貌，对色彩的特定喜爱，也许是设计师配色设计作品成功的法宝。总之，对色彩的配色设计要有自我主张，要有选择色彩的勇气。

色 / 彩 / 配 / 色 / 设 / 计

色彩配色设计，既要考虑传统文化的影响，又要符合个人心理结构的印象。传统文化确定了色彩的像性含意，个人的色彩情感，则要获得大众评价而反映出来。色彩对人的视觉印象、健康情绪和社会效果有着极大的影响。因此，配色与设计，对设计师每一个作品的成功，都是起关键作用，密不可分的两部分。

色彩配色设计，在设计中的地位如何评点呢？一件成功的设计作品，必须具备三个基本元素一个结构：色彩、图像、文字和构成三个基本元素连接的设计构成。而三个元素中尤为重要是色彩，因为色彩的敏感，是对首次接触一件设计作品，最先攫取注意力的视觉印象，那就是作品的色彩配色；其次是图像，最后才是文字和整个作品的构成设计。由于色彩的强烈印象，因此，设计师绞尽脑汁为实现客户的要求，去表现特定设计作品的特质，为的是让客户在视觉与色彩配色相遇的一刹那，认可你的作品，让客户在那温柔、甜蜜，或庄重的色彩光环下，接受你所传递的色彩印象信息。设计师最容易通过色彩去表达自己的设计理念，展示技能与对作品的理解。作为一个设计师，无疑，必须懂得配色与设计的重要，了解色彩，了解配色与设计的魅力。同时对色彩的心理密码有个心灵的沟通。

作为一种颜色，通常不只含有一个色彩意念，例如：红色，既热烈又庄重，令人瞩目和具有震撼力，同时又意味着鲜血，象征了危险。所以，不同的人，对同一种色彩的密码，会做出截然不同的诠释。因此，设计师对色彩的理解和印象直接关系到作品设计的成功。除此之外，配色与设计，具有个性的特定色彩，由于个人的年龄、性别、职业、他所身处的国度社会文化及教育背景的影响，都会使人对同一色彩产生不同联想，故在不同国度和文化体系下，色彩会设定为含有不同特定意思的语言，

所表达的意义可能完全不同。了解色彩在设计中的意义,对设计师来说尤为重要。

无论是何种配色色系,作为色彩的配色设计,还是配色应用,色彩的个性张扬,设计师对色彩的理解和对作品的创意,必须在表现设计理念的同时,了解所创作的作品表述的内涵,包括作品的色彩情感,以及作品所涉及的国家、民族对色彩的偏爱。这样,才能将色彩的配色设计完美展示。

各国对色彩的喜好和禁忌:土耳其,代表国家的绯红色和白色比较流行,同时,也爱好带有宗教意味的绿色。土耳其人一般喜好鲜明色彩,这在“哥洛独”人中特别突出;叙利亚,最爱好青蓝色,其次是绿色和红色。黄色象征死亡,平时忌用;美国,美国多数人喜欢鲜艳的色彩。少女服装喜欢红色和朱红色。西南部地区男女老少均喜欢靛蓝色。商品包装倾向于采用一种特定的色彩或配色,从色彩上使人意识到某种商品;古巴,古巴人受美国影响很大,对色彩的喜爱与美国类似,一般居民喜欢鲜明的色彩。因此,外国化的美式领带和运动衫很流行;巴西,巴西人对红色有好感。认为紫色表示悲伤,黄色表示绝望,这两种色彩配在一起会引起恶兆。暗茶色表示将要遭到不幸;阿根廷,阿根廷商业流行的包装颜色是黄色、绿色、红色三种。黑色、紫色、紫褐相间的颜色避免使用;秘鲁,秘鲁人喜欢鲜明的色彩,红色、紫色、黄色备受喜爱。其中,紫色是10月份举行宗教仪式使用的颜色,平时避免使用;厄瓜多尔,国人对衣饰色彩十分注意。例如,在凉爽的高原地区喜欢暗色,而炎热的沿海地带喜欢白色和明朗的色彩;墨西哥,代表国家的红色、白色、绿色被广泛使用于各种装饰;巴拉圭,巴拉圭人普遍喜欢明朗色彩。象征国内三大政党的颜色是红色(全国共和盟)、深蓝色(自由党)、绿色(二月党),使用这三种颜色时,要特别谨慎;哥伦比亚,这里的人喜好红色、蓝色、黄色。在商品上好用圆形、三角形及六角形包装;委内瑞拉,委内瑞拉人对色彩很有讲究,如白色、红色、茶色、绿色、黑色分别代表这个国家的五大政党,一般不用在商品包装上,国旗为黄、红、蓝三色;俄罗斯,人们最偏爱的颜色是红色,常把红色与自己喜爱的人和事物联系在一起。白色表示纯洁、温柔,绿色代表和平、希望,粉红色是青春的象征,蓝色表示忠贞和信任,黄色象征幸福和谐,紫色代表威严与高贵,黑色是肃穆和不祥的象征;法国,法国人对红、黄、蓝均喜欢。视鲜艳色彩为时髦、华丽、高贵。法国东部流行男孩穿蓝色衣服,少女穿粉红色衣服。法国人把百合花作为国花,视菊花为不吉利的征兆、不忠诚的象征;英国,英国人把蔷薇作为国花。他们喜欢淡雅色彩,但却对绿色十分反感。英国人忌讳大象图案和用人像作为商品装潢。

中国少数民族对颜色的爱好:汉族,红、黄、绿、青。禁忌:黑、白多用于丧事;蒙古族,桔黄、蓝、绿、紫。禁忌:红、黑、白;回族,黑、白、蓝、红、绿。禁忌:丧事用白;藏族,以白为尊贵的颜色,爱好黑、红、桔黄、紫、深褐;维吾尔族,红、绿、粉红、玫瑰红、紫红、青、白。禁忌:黄;朝鲜族,白、粉红、粉绿、淡黄;苗族,青、深蓝、墨绿、黑、褐。禁忌:白、黄、朱红;彝族,红、黄、绿、黑;壮族,天蓝;满族,黄、紫、红、蓝。禁忌:白;黎族,红、褐、深蓝、黑。

一位成功的设计师,往往能借配色设计对色彩的运用,引导人们健康视觉心理上的联想,从而

达到设计的目的。这个色彩和心理联想的理论，对设计师来说是个重要的发现。他们在选择运用何种色彩时，需同时考虑作品面向的是哪一个社群和国度，以免得出反效果。如紫色在西方宗教世界中，是一种代表尊贵的颜色，大主教身穿的教袍便采用了紫色；但在回教国家内，紫色却是一种禁忌的颜色，不能随便乱用。假如设计师不留意色彩的潜藏语言，只自顾自发挥，传达了错误的信息，到时就真不知道该怨谁了，如何收场。

色彩的美丽，已经成为生活中无法抗拒的魅力。而正确运用色彩的配色设计，又常常让设计师伤透了脑筋，面对斑斓的色彩世界，仿佛阳光灿烂的日子，荟萃无比。从浩瀚的色彩世界中去寻找一组让人们心动的色彩配色，往往让设计师们花去了许多时间。拥有一套完整的配色设计手册，是设计师配色设计的助手。

印前设计师配色设计系列《室内配色设计》、《服装配色设计》、《招贴配色设计》、《封面配色设计》、《摄影配色设计》的出版，运用典型的配色设计作品范例，将配色设计中的主色和辅助色，用国际标准 C、M、Y、K 数据标色，直接提供给设计师印前作品配色设计参考，通过色彩密码推向设计前沿。无疑是一套提高工作效率，专业设计美术工作者、专业电脑完稿设计师、专业艺术院校学生和色彩配色设计艺术爱好者案头必备工具书。

编者

2007年8月

F E N G M I A N P E I S E S H E J I

FENGMIAN
PEISE
SHEJI

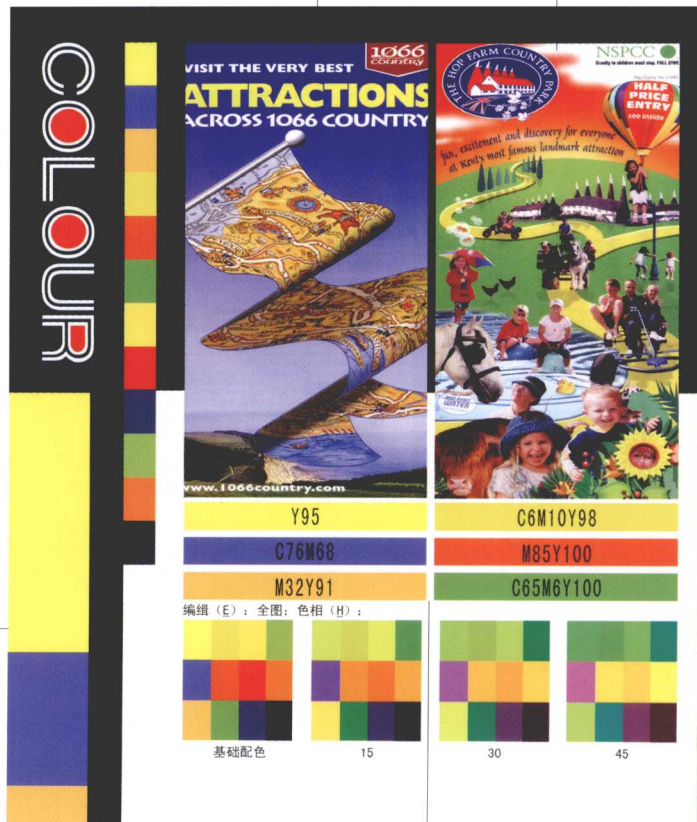
封 / 面 / 配 / 色 / 设 / 计 / 速 / 查

主 / 画 / 面

主画面是封面配色设计范例的主体,通过画面的视觉印象,从而获得封面配色设计的色彩组合。直观的画面视觉效果的最大受惠表现,在于对色彩的喜爱,可以从中获得借鉴,获得配色设计灵感。

强 / 化 / 色 / 块

采用主画面招贴配色设计范例暨(相邻色彩)配色印象主色作为强化设计师对范例色彩的第一感觉,同时,也是对版面整体色彩的一种配色安排。让您的视觉成为配色设计的导航。

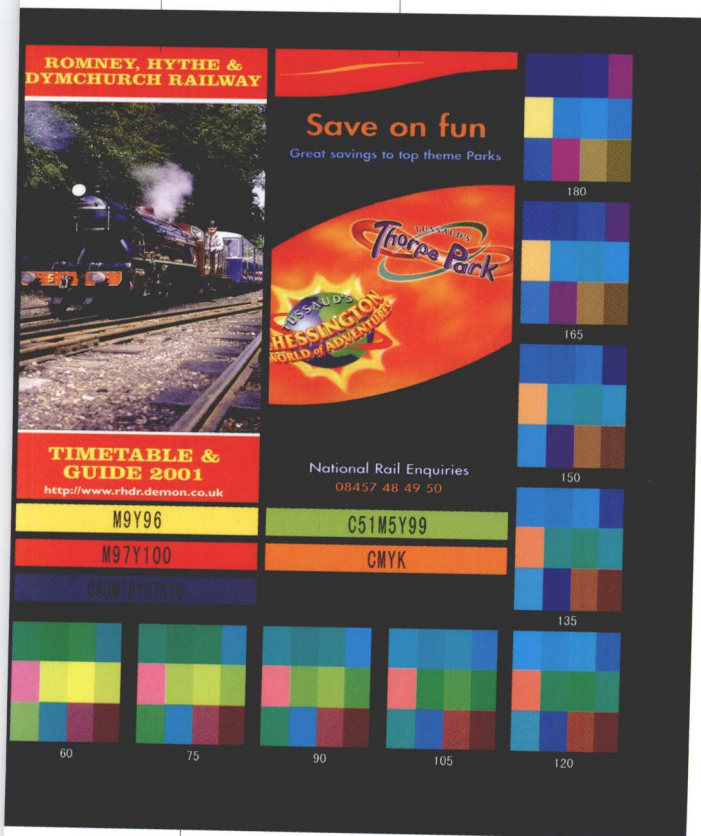


主 / 色 (相邻色彩)

从主画面中直接通过图像处理软件 (Adobe Photoshop) 中的吸管工具 (I) 获取。不同的个性和对色彩的理解,可以获得不同的色彩配色设计印象。

主 / 画 / 面

主画面是封面配色设计范例的主体,通过画面的视觉印象,从而获得封面配色设计的色彩组合。直观的画面视觉效果的最大受惠表现,在于对色彩的喜爱,可以从中获得借鉴,获得配色设计灵感。



色 / 相 / 配 / 色

通过图像处理软件 (Adobe Photoshop) 中的色相 15; 30; 45; 60; 75; 90; 105; 120; 135; 150; 165; 180 数据, 获取主色和辅色不同的色相配色参考方案。