

大家一起学配色
COLOR SCHEMING

色彩形象图表速查手册

NEW COLOR IMAGE CHART

[日] 南云治嘉 著 张月 译



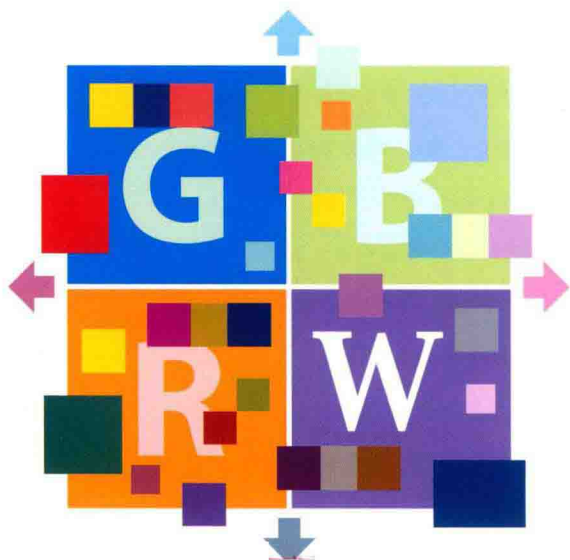
中国青年出版社

大家一起学配色
COLOR SCHEMING

色彩形象图表速查手册

NEW COLOR IMAGE CHART

[日] 南云治嘉 著 张月 译



中国青年出版社

■ 学习色彩的各位

本书收录的是配色的基本图表。如有想进行色彩感觉的演练，请利用演练专用书籍。

■ 将“色彩形象图表”用于企业的各位

色彩形象图表正在逐渐地成为世界标准，所以在配色中请使用此图表。可以避免配色中的传达失误。

■ 对于色彩的疑问或是工作上的合作

请联系 上海南芸治嘉文化传播有限公司

TEL :15121017404 (张小姐)

E-mail :nagumo@haru-design.net

日文书名：新版カラーイメージチャート

Digital Shikisai Design

© 2016 Haruyoshi Nagumo

© 2016 Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

This book was first designed and published in Japan in 2016 by Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

This Simplified Chinese edition was published in 2018 by China Youth Publishing Group.

Chinese (in simplified character only) translation rights arranged with

Graphic-sha Publishing Co., Ltd. through CREEK & RIVER Co., Ltd.

Creative staff of Japanese Edition

Cover Design/ Text Layout/ Images: Rinako Soutome

Images: Ayako Gomi

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由 Graphic-sha Publishing 出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

http://www.shdf.gov.cn

中国青年出版社

010-50856028

E-mail:editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

色彩形象图表速查手册 / (日) 南云治嘉著; 张月译. — 北京: 中国青年出版社, 2018.9

(大家一起学配色)

ISBN 978-7-5153-5287-9

I. ①色… II. ①南… ②张… III. ①表面着色—手册 ②配色—手册 IV. ①J063-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 205594 号

版权登记号: 01-2018-2368

大家一起学配色：色彩形象图表速查手册

[日] 南云治嘉 / 著 张月 / 译

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条 21 号

邮政编码：100708

电话：(010) 50856188 / 50856199

传真：(010) 50856111

企划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：张 军

助理编辑：杨佩云

封面设计 / 版式设计：[日] 五月女理奈子

配色数据制作人：[日] 五味绫子

印刷：北京瑞禾彩色印刷有限公司

开本：880 × 1032 1/32

印张：6

字数：240 千字

版次：2018 年 10 月北京第 1 版

印次：2018 年 10 月第 1 次印刷

书号：ISBN 978-7-5153-5287-9

定价：65.80 元

本书如有印装质量问题，请与本社联系 电话：(010) 50856188 / 50856199

读者来信：reader@cypmedia.com

投稿邮箱：author@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：http://www.cypmedia.com

目录

B区域的图像

浪漫

1. 浪漫	16
2. 清纯	17
3. 柔和	18
4. 柔和	19
5. 温和	20
6. 和睦	21
7. 梦幻	22
8. 未来	23
9. 希望	24
10. 进步	25

高雅

11. 高雅	26
12. 优雅	27
13. 娇柔	28
14. 温润	29
15. 优美	30
16. 女性气质	31
17. 仿造	32

自然

18. 自然	33
19. 平和	34
20. 安逸	35
21. 朴素	36
22. 家庭	37
23. 亲密	38
24. 悠闲	39
25. 地球风	40
26. 生态	41

前言	2
在使用本书时的注意点	3
从制作形象到配色	6
原创的配色方式	7
色彩形象图表	8
形象区域的说明	9
基于色彩形象图表的基本配色手法	10
色彩形象一览表	176
新版寄语	191

漂亮

27. 漂亮	42
28. 可爱	43
29. 孩子气	44
30. 爱怜	45
31. 甜蜜	46
32. 伶俐	47

清澈

33. 清澈	48
34. 纯粹	49
35. 清洁	50
36. 清秀	51
37. 清爽	52
38. 干冷	53
39. 冷静	54
40. 简单	55
41. 淡泊	56
42. 清淡	57
43. 爽快	58

G区域的图像

休闲

44. 休闲	59
45. 热闹	60
46. 欢乐	61
47. 愉快	62
48. 疯狂	63
49. 诙谐	64
50. 轻松	65
51. 松弛	66
52. 冒险	67

清新

53. 清新	68
54. 生机勃勃	69
55. 爽脆	70
56. 街头风	71
57. 触感好	72
58. 健康	73
59. 坚实	74
60. 美容风	75
61. 进化	76

运动

62. 运动	77
63. 活跃	78
64. 大胆	79
65. 行动派	80
66. 嘻哈风	81
67. 狂欢节	82

有力

68. 有力	83
69. 强烈	84
70. 激烈	85
71. 迷幻	86
72. 冲击	87

先锋

73. 先锋	88
74. 革命	89
75. 欢喜	90
76. 乐观	91
77. 与众不同	92
78. 划时代	93

R区域的图像

华丽

- 79. 华丽 ————— 94
- 80. 豪华 ————— 95
- 81. 奢华 ————— 96
- 82. 艳丽 ————— 97
- 83. 华美 ————— 98

性感

- 84. 性感 ————— 99
- 85. 妩媚 ————— 100
- 86. 情调 ————— 101
- 87. 充实 ————— 102
- 88. 成熟 ————— 103
- 89. 美味 ————— 104
- 90. 醇和 ————— 105
- 91. 香醇 ————— 106
- 92. 老成 ————— 107
- 93. 陶醉 ————— 108
- 94. 杂技 ————— 109

民族

- 95. 民族 ————— 110
- 96. 土著 ————— 111
- 97. 辛辣 ————— 112
- 98. 酸 ————— 113
- 99. 苦 ————— 114
- 100. 异国风情 ——— 115
- 101. 讽刺 ————— 116

野性

- 102. 野性 ————— 117
- 103. 粗犷 ————— 118
- 104. 强健 ————— 119
- 105. 粗野 ————— 120
- 106. 非洲风 ————— 121
- 107. 迷彩风 ————— 122

W区域的图像

现代

- 108. 现代 ————— 123
- 109. 锐利 ————— 124
- 110. 文人雅士 ——— 125
- 111. 机械 ————— 126
- 112. 混合 ————— 127
- 113. 讲究 ————— 128

高贵

- 114. 高贵 ————— 129
- 115. 格调 ————— 130
- 116. 高尚 ————— 131
- 117. 贵重 ————— 132
- 118. 雅致 ————— 133
- 119. 敬意 ————— 134
- 120. 卓越 ————— 135

精致

- 121. 精致 ————— 136
- 122. 时尚 ————— 137
- 123. 潇洒 ————— 138
- 124. 神秘 ————— 139
- 125. 幽玄 ————— 140
- 126. 宁静 ————— 141
- 127. 宇宙 ————— 142
- 128. 超自然 ————— 143

凉爽

- 129. 凉爽 ————— 144
- 130. 冰凉 ————— 145
- 131. 迅速 ————— 146
- 132. 都市感 ————— 147
- 133. 海军蓝 ————— 148

正规

- 134. 正规 ————— 149
- 135. 正式 ————— 150
- 136. 严肃 ————— 151
- 137. 礼仪 ————— 152
- 138. 顽固 ————— 153

绅士

- 139. 绅士 ————— 154
- 140. 涩味 ————— 155
- 141. 沉稳 ————— 156
- 142. 实用 ————— 157
- 143. 混沌 ————— 158

古典

- 144. 古典 ————— 159
- 145. 厚重 ————— 160
- 146. 传统 ————— 161
- 147. 保守 ————— 162
- 148. 坚固 ————— 163
- 149. 男性气质 ——— 164
- 150. 洒脱 ————— 165

朴素

- 151. 朴素 ————— 166
- 152. 乡土 ————— 167
- 153. 质朴 ————— 168
- 154. 日本风 ————— 169
- 155. 枯萎 ————— 170
- 156. 古着风 ————— 171
- 157. 廉价 ————— 172

悲观

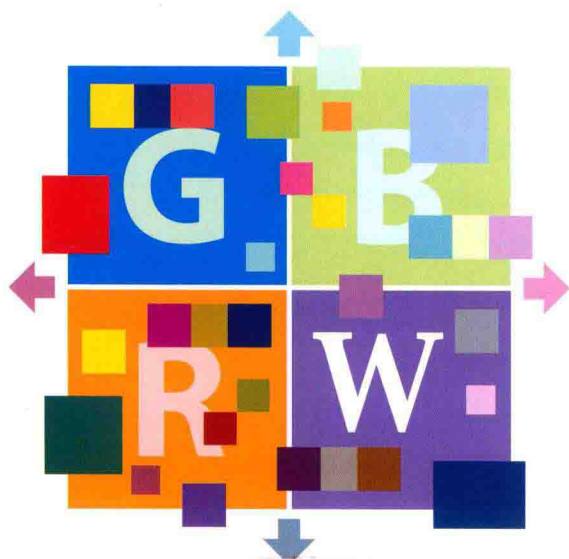
- 158. 悲观 ————— 173
- 159. 悲壮 ————— 174
- 160. 寂寞 ————— 175

大家一起学配色
COLOR SCHEMING

色彩形象图表速查手册

NEW COLOR IMAGE CHART

[日] 南云治嘉 著 张月 译



中国青年出版社

前言

在当前社会，因缺乏色彩感觉而自卑的人不在少数，然而，只要了解色彩的本质，谁都可以进行准确的配色。理解了颜色是交流的工具，就可以体验到配色并不是一件困难的事。

颜色伴随着宇宙的诞生而诞生。而人类发现颜色是光这一点，花费了大量的时间。在英国物理学家牛顿认识到颜色和光的秘密之前，颜色一直是一个神秘的世界。之后，英国物理学家麦克斯韦证明了光是电磁波，这正是色彩的本质。

色彩是神秘的，人对颜色的判断是依靠感觉的——这样的想法根深蒂固。遗憾的是，人们曾无视颜色的本质来构建色彩。因此，以往传播的色彩体系，有时得不到准确的效果。

我将以“颜色是电磁波”为原点的色彩，取名为“数字色彩”，将其与以往的色彩区别开来。并且，为了教学构建了资格认证考级体系，数字色彩使用的是色彩形象图表。

颜色作为一种电磁波，刺激人的大脑，从而引起生理反应。颜色不同，电磁波的频率也不同，影响人体各种激素的分泌。这被称为“色彩生理学”，区别于“色彩心理学”。

数字色彩从受个人喜好和感觉支配的配色，转变成有依据、有效果的配色。最大的优点是可以大幅缩短配色工作。最终目的是使用颜色制作形象。配色工作的时间得到周期，人们就有时间享受颜色。颜色为生活增添美与感动，请好好享受吧。



在使用本书时的注意点

本书是让你所需的形象变得更具体、更有效的图典。本书收录160种形象，你所需的形象可能就在其中。如果没有，请选择相近的形象即可。

配色的技巧

从调色板中选择颜色进行配色时的注意点和技巧有标明。记载着各种要点，如颜色的面积、辅助搭配的颜色等。

色彩调色板

为每个基础的形象语言，准备了表现其形象的色彩调色板。最多有16色，从中选出必要的颜色。选择方式会反映你的个性，颜色的组合不同，形象的强弱会发生变化。此时，可以参考“配色诀窍”和P10的基本配色手法。

※按照颜色使用频率从高到低的顺序排列。

3色·4色的配色例

为了确认形象的效果，搭配色彩调色板中的颜色，制作了配色例。这样的例子也传达着配色方法，特别是邻接颜色的关系。参考时请注意。

文字·图形·图标的配色例

文字与图标的用色数量较少，附有配色的例子。此类配色重视视认性（显色方式的程度）。图形是6色配色，可以应用于封面和网络。

为了让此形象在脑内再现，准备了色彩调色板。你可以依据感性从调色板中选色。选好颜色后，建议您尽可能用彩色铅笔进行一次试色。

形象语言

形象语言是指将形象视觉化的语言。本书收录160种形象语言。注有近义词汇，选择起来会更加轻松。



颜色的标记



m1
M60Y30
R233G133B135 — CMYK
R233G133B135 — RGB

形象记号

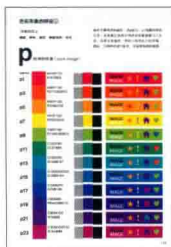
- 根据色彩形象，各种颜色用相应记号标记。所有的色彩形象在卷末从P176开始记载。
- 印刷用的CMYK值、CG图像用的RGB值，也被标记。

告知

此处标记的数值都是以CMYK值为基础的。RGB值因颜色范围广泛，选择了其相似值。

色彩形象一览表

卷末附有以各个色彩形象的色味（色相）分类一览表。形象使用字母来标记。可以了解各个色彩形象的性质。



目录

B区域的图像

浪漫

1. 浪漫	16
2. 清纯	17
3. 柔和	18
4. 柔和	19
5. 温和	20
6. 和睦	21
7. 梦幻	22
8. 未来	23
9. 希望	24
10. 进步	25

高雅

11. 高雅	26
12. 优雅	27
13. 娇柔	28
14. 温润	29
15. 优美	30
16. 女性气质	31
17. 仿造	32

自然

18. 自然	33
19. 平和	34
20. 安逸	35
21. 朴素	36
22. 家庭	37
23. 亲密	38
24. 悠闲	39
25. 地球风	40
26. 生态	41

前言	2
在使用本书时的注意点	3
从制作形象到配色	6
原创的配色方式	7
色彩形象图表	8
形象区域的说明	9
基于色彩形象图表的基本配色手法	10
色彩形象一览表	176
新版寄语	191

漂亮

27. 漂亮	42
28. 可爱	43
29. 孩子气	44
30. 爱怜	45
31. 甜蜜	46
32. 伶俐	47

清澈

33. 清澈	48
34. 纯粹	49
35. 清洁	50
36. 清秀	51
37. 清爽	52
38. 干冷	53
39. 冷静	54
40. 简单	55
41. 淡泊	56
42. 清淡	57
43. 爽快	58

G区域的图像

休闲

44. 休闲	59
45. 热闹	60
46. 欢乐	61
47. 愉快	62
48. 疯狂	63
49. 诙谐	64
50. 轻松	65
51. 松弛	66
52. 冒险	67

清新

53. 清新	68
54. 生机勃勃	69
55. 爽脆	70
56. 街头风	71
57. 触感好	72
58. 健康	73
59. 坚实	74
60. 美容风	75
61. 进化	76

运动

62. 运动	77
63. 活跃	78
64. 大胆	79
65. 行动派	80
66. 嘻哈风	81
67. 狂欢节	82

有力

68. 有力	83
69. 强烈	84
70. 激烈	85
71. 迷幻	86
72. 冲击	87

先锋

73. 先锋	88
74. 革命	89
75. 欢喜	90
76. 乐观	91
77. 与众不同	92
78. 划时代	93

R区域的图像

华丽

- 79. 华丽 ————— 94
- 80. 豪华 ————— 95
- 81. 奢华 ————— 96
- 82. 艳丽 ————— 97
- 83. 华美 ————— 98

性感

- 84. 性感 ————— 99
- 85. 妩媚 ————— 100
- 86. 情调 ————— 101
- 87. 充实 ————— 102
- 88. 成熟 ————— 103
- 89. 美味 ————— 104
- 90. 醇和 ————— 105
- 91. 香醇 ————— 106
- 92. 老成 ————— 107
- 93. 陶醉 ————— 108
- 94. 杂技 ————— 109

民族

- 95. 民族 ————— 110
- 96. 土著 ————— 111
- 97. 辛辣 ————— 112
- 98. 酸 ————— 113
- 99. 苦 ————— 114
- 100. 异国风情 ——— 115
- 101. 讽刺 ————— 116

野性

- 102. 野性 ————— 117
- 103. 粗犷 ————— 118
- 104. 强健 ————— 119
- 105. 粗野 ————— 120
- 106. 非洲风 ————— 121
- 107. 迷彩风 ————— 122

W区域的图像

现代

- 108. 现代 ————— 123
- 109. 锐利 ————— 124
- 110. 文人雅士 ——— 125
- 111. 机械 ————— 126
- 112. 混合 ————— 127
- 113. 讲究 ————— 128

高贵

- 114. 高贵 ————— 129
- 115. 格调 ————— 130
- 116. 高尚 ————— 131
- 117. 贵重 ————— 132
- 118. 雅致 ————— 133
- 119. 敬意 ————— 134
- 120. 卓越 ————— 135

精致

- 121. 精致 ————— 136
- 122. 时尚 ————— 137
- 123. 潇洒 ————— 138
- 124. 神秘 ————— 139
- 125. 幽玄 ————— 140
- 126. 宁静 ————— 141
- 127. 宇宙 ————— 142
- 128. 超自然 ————— 143

凉爽

- 129. 凉爽 ————— 144
- 130. 冰凉 ————— 145
- 131. 迅速 ————— 146
- 132. 都市感 ————— 147
- 133. 海军蓝 ————— 148

正规

- 134. 正规 ————— 149
- 135. 正式 ————— 150
- 136. 严肃 ————— 151
- 137. 礼仪 ————— 152
- 138. 顽固 ————— 153

绅士

- 139. 绅士 ————— 154
- 140. 涩味 ————— 155
- 141. 沉稳 ————— 156
- 142. 实用 ————— 157
- 143. 混沌 ————— 158

古典

- 144. 古典 ————— 159
- 145. 厚重 ————— 160
- 146. 传统 ————— 161
- 147. 保守 ————— 162
- 148. 坚固 ————— 163
- 149. 男性气质 ——— 164
- 150. 洒脱 ————— 165

朴素

- 151. 朴素 ————— 166
- 152. 乡土 ————— 167
- 153. 质朴 ————— 168
- 154. 日本风 ————— 169
- 155. 枯萎 ————— 170
- 156. 古着风 ————— 171
- 157. 廉价 ————— 172

悲观

- 158. 悲观 ————— 173
- 159. 悲壮 ————— 174
- 160. 寂寞 ————— 175

从制作形象到配色

1. 制作形象

设计工作首先从决定形象开始。形象几乎都是由客户指定的，但客户指定的形象并不能直接转化成为视觉形象。同时由于客户的指定形象一般比较模糊，所以需要与客户进行商谈及绘制草图来将形象具体化。形象原指头脑中浮现的影像，而草图则有助于决定整体的形象。

2. 选择形象语言

由于形象是影像，所以转换成颜色时需要借助语言的力量。当然将形象的全部内容转化成语言存在一定的困难性，因此，我们会选择容易将形象视觉化的词语。这些词语被称为视觉语言或者形象语言，它们的特征是形容词性，易转化成视觉表现。这使得一般人也能够理解。本书收录的160种形象语言是经过精确选定的，配色时可以从中选择任意一种。

3. 从色彩调色板中选中色

我们给各个形象语言，都配备了16色的色彩调色板。色彩调色板重视普世的生理层面，能让一般人在看到这些颜色时，脑海中就浮现出相应的形象，而非重视个人感觉。当我们从调色板中选择颜色进行配色后，就可以制作出相应的形象。

设计师的个性蕴含在相应的选择方式之中。即使是相同的色彩调色板，由于选择的颜色不同，得到的形象都会有微妙的差别。并且，还可以通过改变颜色的面积与位置，来赋予配色不同的个性。



寻找与形象相符的语言。

· 形象语言

< 梦幻 >

< 自然 >

< 欢乐 >

< 新鲜 >

< 活跃 >



从色彩调色板中选择颜色进行配色。
(色彩调色板是由可以配出此形象的颜色构成的调色板)

· 色彩调色板



从色彩调色板中选择的颜色进行配色，就可以表现此形象。

原创的配色方式

本书收录的色彩调色板是一种基准。从调色板中选色的这个阶段，已经需要人的意识参与进来。不同的颜色，由于使用的颜色面积（面积对比）不同效果会有差异。即使是相同的颜色，不同的放置方式也会得到不同的效

配色方式 - 其 1. 改变明度

形象图表的纵轴表示时间，同时也可看作是表现明度的等级。白色代表未来，黑色代表过去，灰色代表现在。因此，在某种颜色中添加白色，提高明度，则可增加崭新性，让其接近未来。混合中度灰色，则可得到强调现在的效果。

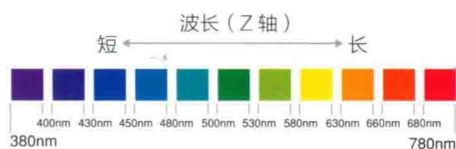
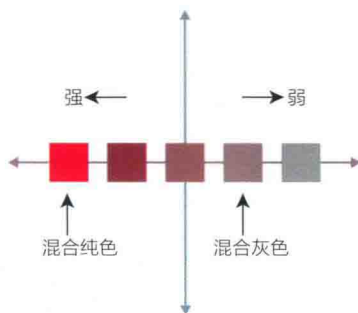
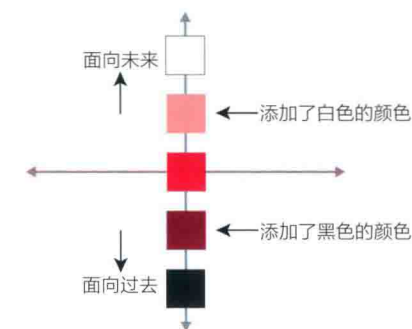
配色方式 - 其 2. 改变彩度

形象图表的横轴表示能量的强弱，同时也可作为表现彩度的等级。彩度高的颜色能量强，彩度低的颜色能量弱。而对于已选的颜色增加彩度，就会让人感受到更强的能量。相反，如果添加灰色降低彩度，能量则会减弱。可以根据自己的形象，自由调整颜色彩度值。

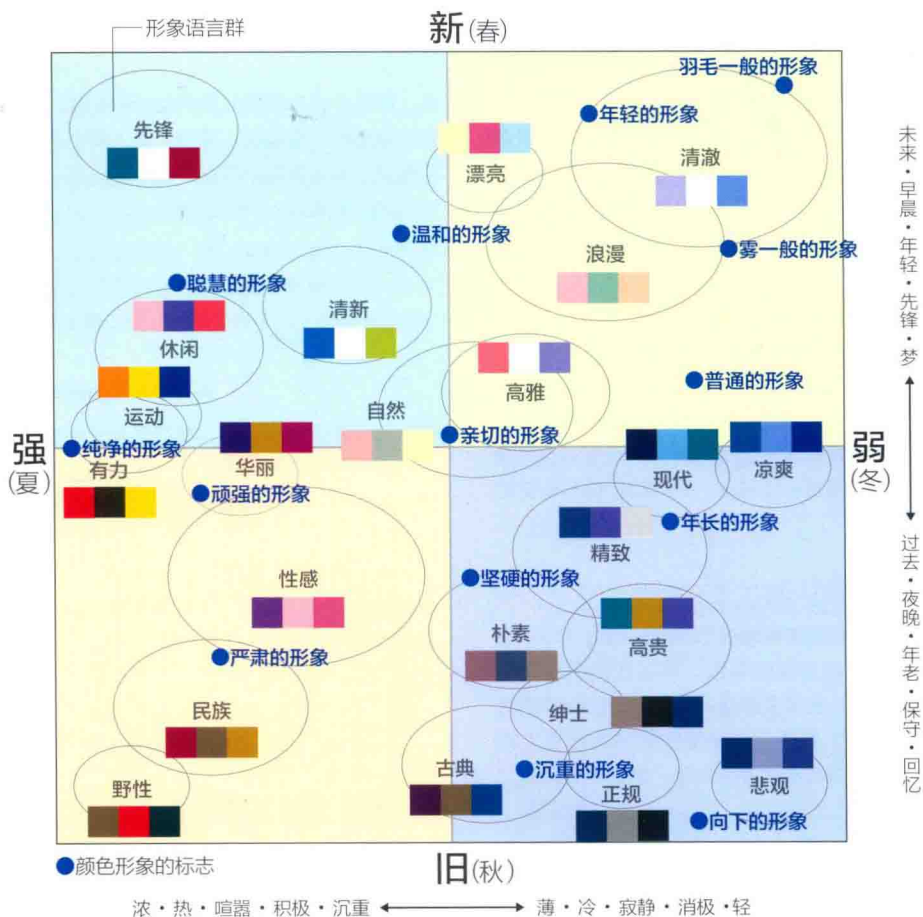
配色方式 - 其 3. 改变色相

如果将色相放入形象图表，红色与蓝绿色位于横轴两端，黄色与蓝紫色位于纵轴两端。红色是能量最强的颜色，所以如果选择的颜色的色相接近红色，能量则会增加，成熟度也得到相应提高。若混合蓝色系，能量则会变弱，冷淡的感觉也随之增强。

果。所以，不可能得到完全相同的配色。这也是配色者的个性体现。并且，为了调整信息性的强弱、增加细微的差别，也会在已选的颜色中添加其他颜色，来增加个性。



色彩形象图表



此图表被称为“形象图表”，将纵轴设定为时间，横轴设定为能量，以这两个要素为基础，将所有的形象进行分类。在找到自己喜欢的形象在坐标轴中的位置后，就可以把握此形象的性质。本书中出现的形象语言都可以在形象图表中找到相应的位置。从这里可以找到最合适的形象语言。

【形象图表的用法】

时间轴越向上(+)越表示未来,中央(0)表示现在,越向下(-)越表示陈旧。横轴是能量轴,越向左越强,越往右越弱。例如,积极的人,能量相对也较强,所以位于左侧。相反,消极的人,能量相对较弱,所以位于右侧。

形象区域的说明

新(春)

■ G (growth) 区域

G 区域展示的是发芽的植物, 经历成长, 就快开花的时期。叶子伸展, 颜色逐渐加深。有顽强、能量充沛的印象。用人来做比喻, 则正好对应青年期。基础形象是充满朝气、行动派。从季节上来说, 是从春天到夏天, 花开烂漫的形象。

这个区域由轻便、清新、运动的、有生气、先锋这五大形象语言群组成。包含活动的激昂、革命的热情等形象, 还包含流行的跃动, 最典型的就是先锋这个形象。

■ B (budding) 区域

用植物来比喻, B 区域展示的是发芽时期。种子发芽, 一齐破土而出, 这是一组蕴含生命力的形象。用人来比喻, 是从出生到幼儿的时期。基础形象是天真、清爽。用季节来比喻, 是从冬天到春天, 包含开花的形象。

这个区域包含浪漫、雅致、自然、美丽、清澈这五大形象语言群。清澈是这个区域的特征, 如可爱、纯粹烂漫等。在图表中, 自然的形象处于接近中心的位置。自然包含希望与纯粹, 有脆弱的感觉。所以自然属于这个区域。

强
(夏)

■ R (ripen) 区域

R 区域展示的是繁花开始结果, 走向成熟的时期。给人的印象是果实缀满枝头, 弥漫着丰润的香气, 从视觉甚至延伸到味觉。用人来做比喻, 相当是成人时期, 成熟而富有魅力。从季节上来说, 从夏季到秋季, 果实成熟, 秋韵盎然。

这个区域包含华丽、性感、民族、粗犷这四大形象语言群。粗犷看起来不太符合, 但是粗犷含有顽强与能量, 属于这个区域。

■ W (withering) 区域

W 区域展示的是曾经茂盛的树叶泛黄, 快要枯萎的时期, 有着红叶将落, 变成枯木的孤寂。用人来比喻, 是老年期, 在感受到完成一切后的安心的同时也必须面对离别。这背后流淌着的感情是复杂的。从季节上则对应从秋天到冬天, 弥漫着完成之物的凉意、快枯萎之物的伤感。

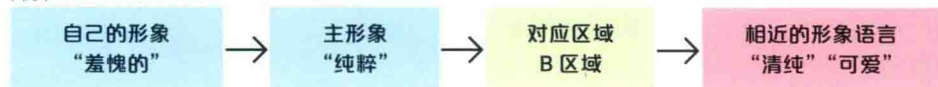
这个区域包含摩登、高贵、沉静、冷酷、正式、绅士、古典、朴素、悲观九大形象语言群。这个区域的基本形象是完成与悲伤。

弱
(冬)

旧(秋)

【形象区域的使用方法】

(例)



形象图表由纵轴和横轴构成, 由此形成4个区域, 被称为形象区域。这些形象区域大致将23个形象群组化, 形成形象语言群。形象语言群中存在160个形象语言, 可以从中找到你

的目的形象。形象区域中除了被标示的形象以外, 还存在着无数的形象。这些被标示的形象是经常会使用到的形象。

基于色彩形象图表的基本配色手法

1. 关于无彩色的使用

● 无彩色可以自由地使用

无彩色与彩色不同，它带给人的生理上的影响较少。因此，在某个色彩形象中自由地加入无彩色，也不会让形象大幅偏离。相反，彩色是形象的构成要素，这也意味着要尽量避免加入色彩调色板中没有的彩色。

白色和黑色，会让其他的颜色更加鲜明，会增强形象效果。

● 色彩调色板中包含无彩色的情况

色彩形象的绝大多数是不含有无彩色的。无彩色可以自由地被使用，所以没有必要特地加上。

那么，白色、灰色、黑色出现在色彩调色板中的情况，有什么含义呢。这种情况意味着要尽可能地使用无彩色，并且推荐大面积使用。所以当色彩调色板中出现无彩色时需要提高注意。

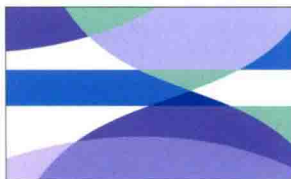
● 色彩调色板中没有无彩色的情况

如前所述，绝大多数形象中没有无彩色，但进行配色时可以自由使用无彩色。无彩色可以增加其他颜色的色味。

但是，需要遵守的一条规则——无彩色禁止大面积使用。无色彩在这里只是起到辅助作用，基本只限定用于轮廓线、头发等地方。色彩调色板中没有无彩色时，使用时注意要少量。



此画面的整体感觉模糊，主张的颜色（重点色）不清晰。



对于想强调的蓝色，在其周围加上色彩调色板中没有的无彩色。



清澈的形象的调色板中有白色。此配色中没有白色，形象效果偏向柔和。



大面积使用白色，可以表现清洁感。调色板中有白色时，基本优先使用白色。



色彩调色板中没有无彩色时，配色时尽量不要使用无彩色。



使用无彩色时，要让无彩色起到辅助作用，而不是让它引人注目。

2. 形象聚焦不了的情况

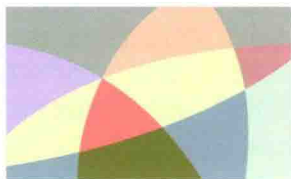
● 强调色彩调色板中的一种颜色

形象最终要让目标客户（对方）绽开笑颜。只要做到充分了解客户，形象自然而然地就会浮现。

还有一种方法就是利用同一种颜色在数种形象中同时都存在这一点。在形象选定时，出现数种选项，会不知道选哪个。遇到这样的情况，可以将关注点更多地放在颜色上。首先选择主颜色，然后寻找让此颜色看起来生动的形象。



不以特定的颜色进行配色，得到的形象由画面整体形成。



注重色彩调色板中的红色进行配色，会强调这种颜色的形象。

● 增加1种色彩调色板中没有的颜色

当160种形象中没有完全符合你想要的形象时，首先选择最相近的形象。当然只用此形象的色彩调色板中的颜色，会让人感到有所欠缺。

若不消除这样的欠缺感，就不能做出让人满意作品。即使制作者产生满足感，客户也不一定会满意。增加一种调色板中没有的颜色是一个有效的让客户满足的办法。利用近义词方法也很便利。



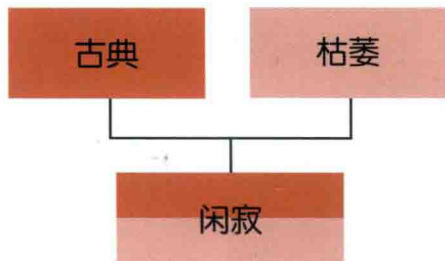
如果只使用色彩调色板中的颜色，得到的画面总觉得有些朴素，没有活力。



加入色彩调色板中没有的颜色，形象不变，但冲击力增强。

● 复合2种形象

当160种形象中没有合适的形象时，可以自己制作形象语言，分析此形象语言是由怎样的形象构成的。例如，想要的到“闲寂”的形象时，可以分析“古典”和“枯萎”这两个已有的形象，将这两者进行复合。使用这两种形象的色彩调色板中的颜色。这样，用有限的色彩调色板中的颜色就可以表现出无限多种形象。



160种形象语言中没有“闲寂”，复合相近的语言，得到新的形象语言。

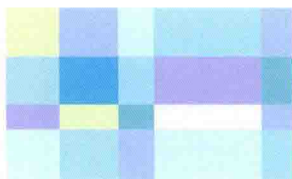
基于色彩形象图表的基本配色手法

3. 发挥强调色 (accent color) 的作用

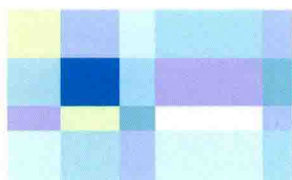
● 基于明度的强调色

当画面整体没有活力时，或者想强调某种形象时，就需要使用强调色。强调色会大幅提升画面的冲击力，让设计者想传达的信息留在人的印象中。

强调色的制作方法有数种，追求的效果不同，使用的方法也不同，需要灵活应对。其中最简单的是利用明度差。在暗沉的画面中，只要加入少量明亮的颜色，就可以让画面活跃起来。



整体画面明亮时，在不是中心也不是边缘的地方加上少量暗的颜色。



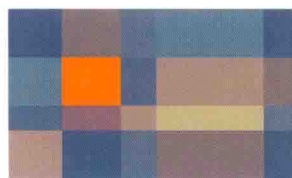
想要画面更加紧凑时，选择更加暗的颜色作为强调色使用。

● 基于彩度的强调色

当表现狂欢节或者庆典时，热闹的画面冲击力强，但缺乏一贯性，艺术的效果就会减弱。画面彩度高时，将彩色作为强调色将失去其作用，而无彩色却扮演着王牌性的角色。相反，对于彩度低的画面，纯色效果明显。周围颜色暗沉，纯色强调色的鲜艳程度会增加，进而提升了画面整体的活跃性。但是，需要控制纯色强调色的彩度，避免过于显眼。过于显眼的情况会强调这个颜色本身的形象。



色彩缤纷，画面热闹时，加入无彩色，可以让画面紧凑。



相反，彩度低的画面加入少量彩度高的颜色，画面的活跃性增高。

● 基于补色的强调色

使用色彩创造美感的方法有数种。使用同色系配色是其中之一。将色味统一，可以增加美感。同时，因为限定了色味，营造了单调安静的氛围。但缺乏生气，冲击力相对较弱。若想要增加画面活跃性，则需要加入少量的处于补色关系的颜色。画面会因为补色对比，熠熠生辉。



画面用同色系的颜色统一时，加入少量色相上的补色，会让画面有生机。



同色系颜色构成的画面中，需要加入明度有对比的颜色，而不是与周围颜色同等明度的补色。