



服饰设计 与色彩运用

张玉升/谢艳萍◎著

“国家一级出版社”  中国纺织出版社 “全国百佳图书出版单位”

服饰设计与色彩运用

张玉生 谢艳萍 著

人类生活的产物,代表了一个国家

服饰是为人而服务的,服饰的设计及色彩运用有

应用是富有科学性的,服饰的设计和色彩的运用

主要考虑人的肤色、服装对这些问题的考虑

及服饰色彩运用的水平。

设计部,设计部

部,设计部

设计部,设计部

设计部,设计部

设计部

设计部

设计部

设计部

设计部

设计部

设计部

设计部

 中国纺织出版社

设计部,设计部

图书在版编目 (CIP) 数据

服饰设计与色彩运用 / 张玉生, 谢艳萍著. — 北京:

中国纺织出版社, 2018.5

ISBN 978-7-5180-4231-9

I. ①服… II. ①张…②谢… III. ①服饰设计②服

装色彩 IV. ①TS941.2②TS941.11

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 265727 号

责任编辑: 汤 浩

责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地 址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 97 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: (010) 67004400 传真: 010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

虎彩印艺股份有限公司印刷 各地新华书店经销

2018 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16 印张: 7

字 数: 200 千字 定价 49.8 元

凡购买本书, 如有缺页、倒页、脱页由本社图书营销中心调换

目录

内容简介

《服饰设计与色彩运用》是一本探索服饰色彩运用的影响以及艺术形式的书籍。服饰是人类生活的产物,代表着一个国家和民族审美观的展现。色彩是服饰最重要的组成要素之一,服饰是为人类服务的,服饰的设计及色彩运用展现的是人们的潜意识。服饰的设计和色彩的应用都是具有科学性的,服饰的设计和色彩的运用不仅要考虑人的年龄、地域、民族文化等,还要考虑人的肤色。概述对这些问题进行了具体的概述,以期能进一步提高我国服饰设计及服饰色彩运用的水平。

第一章 绪论	1
第一节 服饰的概念	1
第二节 服饰的功能	2
第三节 服饰的分类	3
第二章 服饰设计概述	5
第一节 服饰设计的发展	5
第二节 服饰设计的原则	6
第三节 服饰设计的方法	7
第三章 色彩概述	9
第一节 色彩的概念	9
第二节 色彩的属性	10
第三节 色彩的分类	11
第四章 服饰色彩设计	13
第一节 服饰色彩设计的原则	13
第二节 服饰色彩设计的方法	14
第五章 服装色彩设计	16
第一节 服装色彩设计的原则	16
第二节 服装色彩设计的方法	17
第六章 服装款式设计	19
第一节 服装款式设计的原则	19
第二节 服装款式设计的方法	20
第七章 服装色彩与款式设计	22
第一节 服装色彩与款式设计的原则	22
第二节 服装色彩与款式设计的方法	23
第八章 服装色彩与流行趋势	25
第一节 服装色彩与流行趋势的原则	25
第二节 服装色彩与流行趋势的方法	26
第九章 服装色彩与品牌设计	28
第一节 服装色彩与品牌设计的原则	28
第二节 服装色彩与品牌设计的方法	29
第十章 服装色彩与市场营销	31
第一节 服装色彩与市场营销的原则	31
第二节 服装色彩与市场营销的方法	32
参考文献	34

作者简介

张玉升，男，1978-5-，汉族，山东临沂市人，东华大学工程硕士，现任南昌理工学院讲师，服装教研室主任，研究方向：服装设计与服装史论，服装市场营销。

在核心刊物发表学术论文3篇，省级期刊论文18篇，获批国家专利5项，编写教材3部（副主编），主持校级科研课题1项，参与省级科研课题3项，参赛获奖多项，先后2次分别获得“优秀教师”和“优秀共产党员”称号。

谢艳萍，女，1978年8月出生，汉族，江西省樟树市人，2004年7月毕业于天津工业大学服装设计专业，现为江西服装学院讲师，研究方向：服装设计，服装效果图。

发表核心刊物论文2篇，省级期刊论文12篇，获批国家专利4项，编写教材2部（副主编），主持省级科研课题1项，参赛获奖多项。

责任编辑：王 倩

中国纺织出版社出版发行

地址：北京朝阳区东三环北路38号 邮政编码：100022

电话：(010) 67001544 传真：(010) 67001544

电子邮箱：textile@163.com

网址：http://www.c-textile.cn

开 本：710mm×1000mm

印 张：15.5 字数：300千字

2018年5月第1版

开 本：710mm×1000mm

印 张：15.5

中国纺织出版社 地址：北京朝阳区东三环北路38号 邮编：100022

第一章 目 录

第一章 色彩与服饰.....	1
第一节 色彩的原理及属性.....	1
第二节 服饰色彩的基本特性.....	5
第三节 色彩在服饰设计中的意义.....	7
第二章 服饰色彩的视觉心理.....	10
第一节 色彩的视觉心理效应.....	10
第二节 服饰色彩的性格表达.....	11
第三节 视觉效应与服装色彩设计.....	15
第三章 服饰色彩对比的设计应用.....	18
第一节 服装色相对比.....	18
第二节 色彩明度与纯度对比.....	20
第三节 综合对比及色调处理.....	23
第四章 服饰设计与色彩形式美.....	25
第一节 服饰色彩形式美设计应遵循的原则.....	25
第二节 色彩形式美在服饰设计中的运用方法.....	27
第三节 服饰色彩调整手法.....	30
第五章 女装设计与色彩流行美.....	32
第一节 流行色彩概述.....	32
第二节 女装设计中的流行色彩元素分析.....	37
第三节 色彩流行美在女装设计中的运用方法.....	46
第六章 服饰设计与色彩视错图案.....	53
第一节 服饰色彩视错图案的分类及构成.....	53
第二节 服饰色彩视错图案的元素取材.....	65
第三节 色彩视觉图案在服饰设计中的实现路径.....	67
第七章 服饰色彩与款式设计.....	75
第一节 服饰色彩与款式设计的历史演变.....	75
第二节 现代色彩创意与款式设计.....	83
第三节 服饰色彩与款式设计的案例分析.....	90
第八章 绘画色彩与现代服饰设计.....	92
第一节 中国传统绘画色彩与服饰设计.....	92
第二节 服饰设计与绘画色彩形式.....	96
第三节 绘画色彩在现代服饰设计的应用.....	100
参考文献.....	106

图 1-1-2 光的波长与振幅

可见光波长在 380~780nm 之间, 波长长于 780nm 的电磁波称为红外线, 波长短于 380nm 的电磁波称为紫外线。

没有光能也不存在光, 光分为自然光源和人工光源两大类, 自然光源主要为太阳, 人工光源主要有灯光和火光等。太阳光发白, 有太阳时天空有的是光(太阳的漫射光)略偏蓝, 傍晚灯光略偏黄, 月光略偏蓝等。

第一章 色彩与服饰

第一节 色彩的原理及属性

一、色彩的原理

(一) 光与色

有光才有色，光色并存。这早在古希腊时代，就已被大哲学家亚里士多德所先知先觉。但真正揭示这个大自然奥秘本质的，应首推英国的大物理学家牛顿，他在那著名的实验中，通过三棱镜将日光分解成了红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七种不同波长的单色光(见图 1-1-1)。

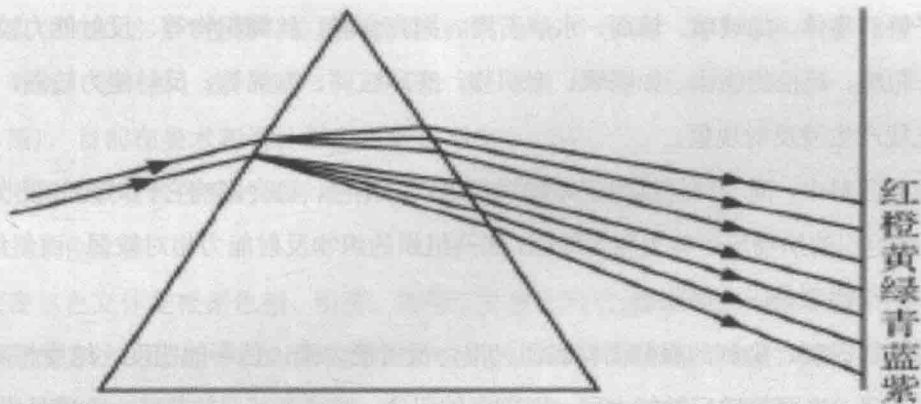


图 1-1-1 三棱镜分光谱

人眼对色彩的视觉感受离不开光。据科学家研究得知，光是以电磁波的形式进行直线传播的，它具有波长和振幅两个要素。不同的波长产生色相差别，不同的振幅产生同一色相的明暗差别(见图 1-1-2)。

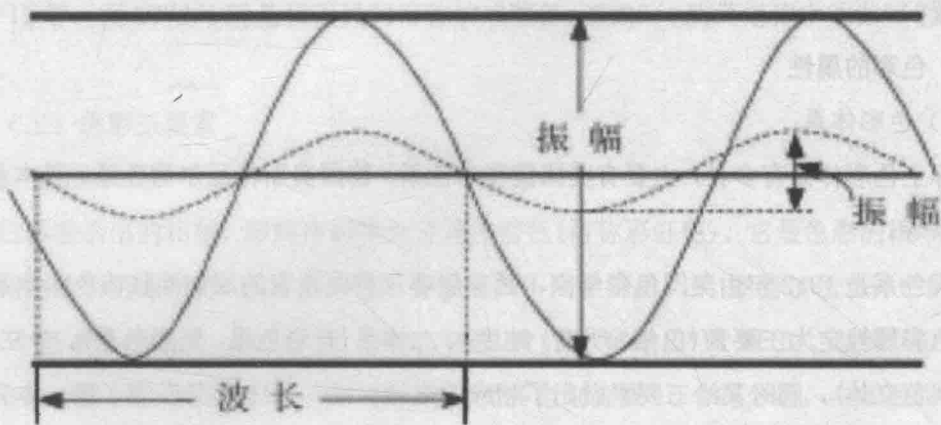


图 1-1-2 光的波长与振幅

可见光波长在 380~780nm 之间，波长长于 780nm 的电磁波称为红外线，波长短于 380nm 的电磁波称为紫外线。

没有光源也就不存在光，光源分自然光源和人工光源两大类，自然光源主要为太阳，人工光源主要有灯光和火光等。太阳光发白，有太阳时所特有的昼光(太阳的漫射光)略偏蓝，白炽灯光略偏黄，荧光灯略偏蓝等。

（二）物体色

大自然的奇妙令人惊叹，无数种物体形态五花八门、千变万化，物性大相径庭、迥然不同。它们本身大都不会发光，但对色光却都具有选择性地吸收、反射、透射的能力。如太阳光照在树叶上，它只反射绿色光，而其他色光都被吸收，人们通过眼睛、视神经、大脑反映，则感觉到树叶是绿色的。与此同理，棉花反射了所有的色光而呈白色，黑纸吸收了所有的色光而成黑色。但是，自然界实际上并不存在绝对的黑色与白色，因为任何物体不可能对光作全反射或全吸收。

另外，物体表面的肌理状态也直接影响它们对色光的吸收、反射、透射能力。表面光滑、细腻、平整的物体，如玻璃、镜面、水磨石面、抛光金属、丝绸织物等，反射能力较强；表面凹凸、粗糙、疏松的物体，如呢绒、麻织物、磨砂玻璃、海绵等，反射能力较弱，因此它们易使光线产生漫反射现象。

在服装面料中，同一种纤维由于织物组织形式的不同，也会影响它们对光的吸收、反射能力。缎纹组织的织物反射能力相对较强，凹凸组织的织物反射能力相对较弱，而斜纹组织、平纹组织的织物则处于中间状态。

同种染料印制、染制的服装面料表面光滑，反射能力强，色彩的明度、纯度相对较高，色感光彩夺目。表面粗糙反射能力弱，则色彩的明度、纯度有减弱的趋势，色感显得含而不露。

还有，物体对色光的吸收和反射能力虽是固定不变的，但随着光源色色相、光照强度及角度的改变，对物体色也会产生视觉影响。因此，日常生活中的建筑，会场的节日彩灯布置，展览会、舞台的照明，特别是服装购物环境的灯光选择、设计，都需要经过深思熟虑后认真加以设置。

二、色彩的属性

（一）色彩体系

国际上色彩体系有多种，主要有美国蒙赛尔色系、德国奥斯特瓦尔德色系、日本色彩研究所色系等。

蒙氏色系是1912年由美国色彩学家、画家蒙赛尔首先发表的原创性独特色彩体系。该色系将色彩属性定为三要素（色相、明度、纯度）、二体系（有彩色系、无彩色系），一立体（不规则球状色立体），同时又给三要素做出了相应的定量标准。1915年又发表了第一本完整的《蒙赛尔色谱》，共有40色相、1150个颜色。后经美国光学会和国际照明委员会标准的研究认定，广泛地应用于国际产业界和设计界，特别是纺织服装领域

蒙赛尔色系在色彩命名的精确性、色彩管理的科学性、色彩应用的便捷性方面，都更具普遍意义和权威，这个举世瞩目的科学成就，为人类做出了杰出的贡献，并为现、当代的彩色电视、计算机、数码相机、手机等电子产品和彩色信息快速传递的发明及应用打下了坚实的基础。

几乎在同时,德国的诺贝尔化学奖获得者、色彩学家奥斯特瓦尔德,于1914年创造并发布了以龙格模型为基础,由24色相三角表组成的立锥状色立体,对色彩调和论的发展做出了非凡的贡献。但是,由于其过于严谨、复杂以及毫厘不爽的数字计算标准,使得研究和使用起来不是很简捷、方便,所以已逐渐淡出当代科学界、产业界、艺术设计界应用者的视线。

其后,1951年由日本色彩研究所制定、发布的色立体体系及1964年发行的《日本色研配色体系》,总体上是移花接木综合了美国蒙赛尔色系(采用其色立体外形)、德国奥斯特瓦尔德色系(采用其24色相标准)的主要特征而创立的。但是,该色系将明度和纯度的要素综合考虑成(P.C.C.S.)“色调”位置的理论(归纳为16个色调,其中有彩色系11个:淡、带浅灰、带灰、带暗灰、浅、浊、暗、明亮、强、深、鲜等;无彩色系5个:白、浅灰、灰、暗灰、黑),目前在美术和设计界应用者也不少。

由于美国蒙赛尔色系的国际通用性,所以本书作重点介绍。

(二) 色立体

蒙赛尔色立体是根据色相、明度、纯度三要素之间的变化体系,借助三维空间,用旋转直角坐标的方法,组成一个类似球状的立体模型。其结构类似地球仪的形态,连接南北两极贯穿中心的轴为明度标轴,北极为白色,南极为黑色,北半球为明色系,南半球为暗色系。色相环的位置在赤道线上,色相环上的点到中心轴的垂直线,表示纯度系列标准,越近中心纯度越低,球中心为正灰色。色立体纵剖面形成等色相面,横剖面形成等明度面。

蒙赛尔色系的表色记号为HV/C,即色相明度/纯度,色彩由三维坐标定位,故表达非常明确,一目了然。如纯色相红为5R4/14,色相黄为5Y8/12,色相蓝为5B4/8,色相蓝紫为5PB3/12等。而5GY6/4就是我国民间俗称的咸菜色,5YR6/4就是俗称中的咖啡色等,不胜枚举。

(三) 色彩三要素

1、色相(Hue)

色彩表示出的相貌,即纯净鲜艳的可视光谱色(俗称彩虹色)。它是色彩的根本要素,也可以说是色彩的原材料,在各色相中分别调入不同量的黑、白、蒙赛尔色立体中的色相环,由10个基本色相组成,即:红(R)、黄红(YR)、黄(Y)、黄绿(GY)、绿(G)、蓝绿(BG)、蓝(B)、蓝紫(PB)、紫(P)、红紫(RP)。每个基本色相又各自划分成10个等分级,由此形成100色相环。另外,还有把每个基本色相划分成2.5、5、7.5、10四个等分色相编号的(其中5为标准色相的标号,如5R为标准红色相,5BG为标准蓝绿色相等),构成40色相环,自2.5R、5R、7.5R……7.5RP至10RP止。色相环上通过圆心直径两端的一对色相构成互补关系,如5R与5BG、5Y与5PB、5B与5YR等。为了使用方便,还有简化的20色相环,即每个基本色相仅取5、10两个等分编号,自5R、10R、5YR、10YR……5RP至10RP止。

除此之外,还有其他色彩体系的色相环,常用的如6色相环、12色相环、24色相环等(见图1-1-3)。

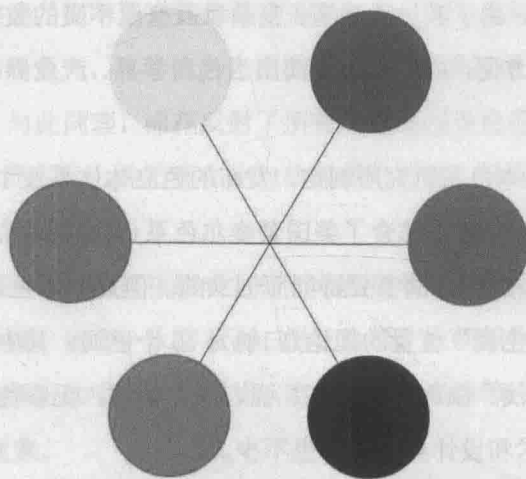


图 1-1-3 6 色色相环

2、明度(Value)

又称光度、亮度等,指色彩的明暗、深浅差异程度。明度能体现物象的主体感、空间感和层次感,所以也是色彩很重要的元素。蒙赛尔色立体中心N轴为“黑—灰—白”的明度等差系列色标,以此作为有彩色系各色的明度标尺。黑色明度最低为0级,以BL标志;白色明度最高为10级,以W为标志;中间1~9级为等差明度的深、中、浅灰色,总共11个等差明度级数。

色相环上的各色相明度都不同,黄色相的明度最高为8级,蓝紫色相的明度最低为3级,其他色相的明度都介于这两者之间。

另外,色彩的明度还有可变性。同样深浅的色彩,在强光下显得较浅,在弱光下显得较暗。在各种色相的色中加入不同比例的白或黑色,也会改变其明度。如红色相原来属于中等明度,调入白色后变成粉红色,明度提高了;调入黑色后成为枣红色,则明度降低了。

3、纯度(Chroma)

又称彩度、艳度、饱和度、灰度等,指色彩的纯净、鲜艳差异程度。色彩的纯度相对比较含蓄、隐蔽,是色彩的另一重要元素。蒙赛尔色立体自中心轴至表层的横向水平线构成纯度色标,以渐增的等间隔均分成若干纯度等级,其中5R的纯度是14,为最高级,而其补色相5BG是8,为最低级,其他所有色相的纯度都介于两者之间(见图1-1-4)。

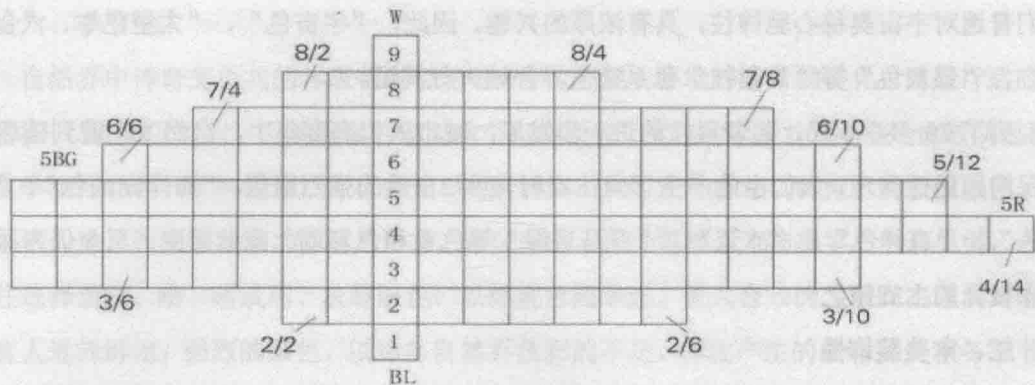


图 1-1-4 蒙赛尔色立体纵面剖

在标准色相中调入白色，明度提高，纯度下降；调入灰色，则纯度下降；调入黑色，明度降低，纯度也降低。色相中含无彩色越少，越鲜艳，称高纯度色；含无彩色（特别是灰、黑色）越多，则越浑浊，称低纯度色，也称浊色。

将两种或多种色光或颜料进行混合，调成与原有色不同的新色彩，称为色彩的混合。可归纳成加色混合、减色混合、空间混合三种类型。

第二节 服饰色彩的基本特性

服装素有“软雕塑”和“流动绘画”的美称。人们在察“衣”观色时，首先注意的是服装色彩，所谓“远看色，近看式”、“远看色，近看花”，就是指的这种第一印象感受。因此，色彩搭配在服装艺术设计中的重要作用是显而易见、不言而喻的。但是，服装毕竟不是纯美术作品，它的色彩有其自身的特性。

一、社会象征性

服装还有“城市窗口”的美称，它在很大程度上反映了时代与社会文明的风貌。人作为社会中的个体，在受到社会道德、经济、文化、风尚制约和影响的同时，也必然会反映出穿着者的文化修养、审美情趣乃至社会地位，成为表明其身份的象征性载体之一。这种特点在中国封建社会中，更是达到了登峰造极的地步。除了历代帝王从唐朝开始一律专用黄色以外，其他公卿百官的冠服色彩也都有严格、明确的品位区别，分别用紫、绯、绿、青等色表示，以至庶民百姓的服色，也各有等差区分。服色成为“严内外、辨亲疏”，象征职位高低、尊卑贵贱的社会标志。

再看现代社会中国际政要的不少峰会上，正规场合各国元首几乎都身着深色正装，以象征他们的权威性 & 会议隆重、庄严、肃穆的氛围。

二、时代性

从 20 世纪到 21 世纪，国际科学技术日新月异、突飞猛进，人们对新型科技微电子产品无不抱着敬仰的心情，向往高新技术所带来的感官刺激和审美享受，精神和物质消费行为紧扣时代的脉搏而情随“时”迁。

20 世纪 60 年代开始，人造卫星、宇宙飞船相继上天，人类开创了征服太空的新时代，

人们普遍对宇宙奥秘心驰神往，具有浓厚的兴趣。因此，“宇宙色”、“太空色”、“金属色”、“银灰色”等“高科技”色系在世界各地大行其道。

到了70~80年代，随着科技的进一步发展，城市人口高度集中，自然生态遭到破坏，环保问题迅速突现，人们由此产生了向往农村、回归自然的强烈愿望。“海洋湖泊色”、“沙滩色”、“森林色”、“冰蓝”、“亚马逊绿”等色系和色彩就此应运而生，至今仍为服装色彩设计的主旋律之一。

三、审美装饰性

俗话说：“‘佛靠金装，货靠包装，人靠衣装’，‘人在衣裳马在鞍’。”爱美之心，人皆有之。对于现代服装消费者而言，“好看”早已比“穿暖”显得更为重要，真是“三九天穿裙子——美丽又动(冻)人”。经过设计师精心组合、搭配的服装色彩，能使人的外貌变得焕然一新，以满足人们追求赏心悦目的视觉美感及享受欲望。但是，这种审美装饰功能应以人为本、因服而异，考虑色彩要以不同对象的形象、气质为依据，运用比较抽象的装饰设计手法，表达出多样的不同审美情趣和价值取向，切忌东施效颦、张冠李戴。

因此，“总有一款适合你”的广告语越来越深入人心，个性化、时尚化的消费观念已被大众所认同。时至今日，在公共场合中，那种相同服装的“撞衫”现象似乎已很难再见了。

四、实用功能性

服装是具有艺术性的实用工业产品，除了精神审美功能以外，理所当然还要考虑它的实用功能，服装色彩亦然如此。如橙色水上救生衣及黄绿荧光色交警服的显色性，军队橄榄色、迷彩色服装的隐色性，医务、饮食服务、食品加工、制药、精密加工人员白色或浅色服装的显脏性，印染工人深色服装的耐脏性，手术医生蓝绿色服装对血红色的互补性等，无不体现了警示、伪装、清洁、保护等种种特殊职业的功能需求。不仅如此，即使是日常穿着的普通服装，也要考虑其散热防暑或御寒保温的调节作用，夏季多用白色、浅色反光性强的服装，冬季多用深色、暖色吸热性强的服装等。因此，服装设计师要全方位考虑，以满足人们各方面的需求，不能顾此失彼、舍本求末。

另外，利用色彩的错视功能，对于人们胖瘦不同体型的掩饰及视觉调节作用，也是不容忽视的。

五、流行性

以流行色彩或流行配色形式来显示服装的时尚潮流，满足人们喜新厌旧、求异求变的消费心理，早已成为现代民众审美观和价值观的体现。未来的流行色周期将越来越短，有的可能只是昙花一现即行消失。另外，流行不仅是突出某几个色彩，而是更讲究流行什么色调，如粉彩色调、古朴色调、体育色调、朦胧色调等，或是流行某种配色形式，如色形渐变等。以色彩优势占领市场，进而确立以传播流行色为主要特征的服装品牌将越来越多。

总之，服装色彩在流行中不断挖掘、展现新的魅力，从中更能使人感受到欲罢不能、永不止息的时代前进步伐。

六、季节性

自然界中神奇变色龙的体表色彩会随着季节、气温、环境等条件的变化,而进行适应性转换。人类虽不至此,但其服装色彩与季节气候更新、变化的同步协调,也是比较明显的。春夏季满园春色、生机勃勃、百花盛开、姹紫嫣红,人们穿着再怎么鲜艳、明快的服色,似乎也不为过。而到秋冬季,特别是冬季,寒风落叶、冰天雪地、万物凋零、色彩单调,人们往往选择偏深、暗、暖或黑、灰等服色,以体现色随季迁、天人合一的生理与心理满足。但也有人选择鲜艳、强烈的服色,以弥补自然界色彩的不足。由此产生的按春夏及秋冬季节流行发布趋势,也早已成为国际惯例,其中色彩更是被服装及图案设计师们所密切关注的流行风向标。

当然,现在也有不少反季节色穿着的人,她(他)们的消费习惯与取向区别于大众,那就另当别论了。

七、民族传统性

俗话说:“一方水土养一方人。”由于地域、环境、气候、历史、宗教等各种不同原因,使某些地区的某些人群逐渐形成了千差万别的风俗、习惯和民族特色。服装色彩与图案、款式作为独特的象征民族精神的表情与语言,充分体现了它们对于服饰文化的理解 and 需求取向。因此,一种服色在某民族中被认为是吉祥如意的,但换个民族,却可能变成了禁忌的服色。例如白色,在中国古代汉民族意识中,向来是主凶象的忌讳色,使用非常谨慎,多作丧服色。而在西方很多国家民族中,却认为它是纯洁、高尚的象征,专作婚礼服色。再如绿色,众所周知是信奉伊斯兰教各族人民心目中的“色中之色”,但在中国古代官员的朝服中,却是最低级别七品芝麻官的服色,并不为人们所看重。

世界各民族的服装和传统服饰极为丰富,我们在从这个巨大宝库中吸取创作营养的同时,当然还有必要去了解各国家、地区及各民族对服色不同的爱好和禁忌,使之更好地服务于国际贸易和民族贸易。

第三节 色彩在服饰设计中的意义

服装作为时代的一面镜子,反映了不同民族、不同政体、不同时代的服饰面貌也各不相同,而色彩在服装设计中最具有表现性,同时也渗透了不同民族的文化属性,以及时代变革的烙印和人类自我表现所体现出的审美情趣,思想意识的象征等。也就是说,色彩在现代的服装设计中具有不容忽视的意义。

一、审美意义

服装色彩如同音乐,都是一种美的享受,我们很难用语言来形容一件衣服的内涵。合理的服装色彩只给人一种感觉,一种情感,一种气氛,或高雅或世俗、或拘谨或奔放、或冷漠或热情、或亲切或孤傲、或简洁或繁复,想要描述它们却很难,说不清也说不准确,但却能够确实实地感觉到,并且常常给人以深刻的印象。

服装设计中的色彩是展示个体差异的标识,作为社会中的个人总是希望在别人面前展示

自我,所以,人们就借助服装中的色彩来体现自己的与众不同,证明自己的独特性。色彩的存在与变化不仅可以建立穿着者的自信心和自尊心,而且在让他人关注自己的同时,还可以建立某种关系。服装色彩不是装饰形式本身,而是通过装饰形式美化人体,是对人体内外修饰在服装上的特定反映。色彩的装饰只是展示身体,给人的视觉带来美的享受,而服装色彩不仅仅是美化人体,也是表现社会机能的一种符号。

在现代文明的社会里,穿衣除了实现衣服本身的使用价值外,最重要的是表现礼节、尊严、修饰仪表、表现个性等。但是与其他造型艺术相比,其艺术装饰思想审美可能性要更有局限性。

二、标志意义

服装色彩在某种程度上反映了时代与社会风貌特色,当然,社会中的每一个人,对于服装色彩的选择,都要受到社会道德、文化、风尚的制约,同时也体现了他们的社会地位以及精神面貌。所以,服装不仅仅是个人生活中的必需品,其色彩同时还表现出了不同的社会属性和情感意志,因此,色彩是表现其身份特点的象征性标志。

三、抒情意义

服装色彩有别于其他艺术形式,它体现了穿着者的性格、身份、社会地位等。生活中离不了服装,服装上的色彩也随时进行着表达和诉说,在进行服装色彩设计时要遵循“time, place, who, object”的原则进行服装配色,才能更准确的传达穿着者的心情、品味和审美意义。不同色彩也传达着不同的感情,如红色是一种感情丰富、热情浪漫的色彩,红色的服装设计能够传达热情、奔放、喜庆的感觉。红色为主黑色为辅的搭配可表现出阳刚之美;红与蓝的鲜明对比更衬托了少女的妩媚与娇艳;如黑色的晚礼服、西装表现了着装者的优雅态度和高雅风度,表达了一种浪漫气息。黑色与有彩色系的冷色调搭配,可以给人一种清爽、宁静的感觉;与金银色搭配可表现华丽富贵之感。

四、商品意义

服装通过色彩表现季节、类别以及时尚流行等特征,同时色彩也传达着时代特征、生活方式和生活品位等,直接影响人们的审美观念和生活体验。也可以说,服装色彩既是构成服装商品的要素之一,也是体现服装整体美的重要组成部分,并且作用于服装商品的销售市场。

色彩与我们的服装息息相关,但是应用在服装上就有了更特殊的意义。时装设计大师范思哲对色彩的驾驭能力塑造了范思哲浮夸张力的一个角色,在他的世界里,色彩永远充满着旺盛的生命力。他设计的服装可以用不同的色系表达服装不同的内涵。一件服装既可以通过反复的色彩增加装饰性,如迪奥 2009 年时装发布会作品,以高纯度色与低纯度色的绿为主要色,黄色与红色点缀其中,具有过度明显而又不张扬的连续感,使之充满活力;也可以通过单一的色彩凸显高贵气质,运用一种色彩,采用层叠的款式可以打破服装的呆板,增加服装新奇的灵动感,也可以通过人体的动态产生易位交错。

在服装设计中如果不能充分的发挥服装色彩美,那么服装的样式就会成为徒有其表的形

式,色彩的存在也就失去了意义。只有充分发挥色彩与服装功能的完美统一,才能充分发挥色彩存在的价值,以不断适应不同的社会需求而永葆青春活力。说到服装,首先想到的就是它的色彩。款式、色彩、材质是服装设计中的三大要素,色彩在其中起着非常重要的作用。服装色彩体现出着装者的性别、种族、职业等,作为一种无形的语言给人们传递信息。同时还体现着时代感和人们的精神面貌,它是人类文明进程的一面镜子。在现代都市繁华的世界里,色彩缤纷的服装组成了一道亮丽的风景线,人们根据自己的喜好选择自己喜欢的色彩,成为人们追求色彩个性美的阵地。我们用色彩点缀着我们赖以生存的空间。一个民族的着装素质也是反映本民族物质文明和精神文明发展水平的重要标志,因此,人们应重视提高全民族的服装色彩审美意识。

第二章 服饰色彩的视觉心理

第一节 色彩的视觉心理效应

一、色彩心理联想

世上存在的无数色彩本身并无冷、暖的温差之别，更无高贵、低贱之分。这些感觉无非都是色光信息作用于人的眼睛，再通过视神经传达至大脑，然后与他们以往的生活经验记忆引起共鸣，产生相应的各种联想，从而最终形成了对色彩的主观意识与心理感受。

色彩联想带有情绪性和主观性，容易受到观察者各种客观条件的影响，特别是与生活经验(包括直接经验、间接经验)的关系最为密切。

人们“见色思物”，马上会联想到自然界、生活中某些相应或相似物体的外表色彩。如看到紫色很容易联想起葡萄、茄子、丁香花等物；见到白色联想起雪花、棉花、白猫等物。这种联想往往都是初级的、具象的、表面的、物质的。另外，从色彩的命名如柠檬黄、玫瑰红、橘红、天蓝、煤黑等色也可见一斑。由于成人见多识广，生活经验丰富，因此联想的范围要比儿童广泛得多(见表 2-1-1)。

表 2-1-1 色彩联想

色彩	具象联想
红	苹果 太阳 火焰 鲜血 口红 红旗
橙	桔子 橙子 柿子 胡萝卜 果汁 火光
黄	香蕉 柠檬 向日葵 菜花 小鸡 月亮
黄绿	草地 竹叶 嫩芽 苹果 春柳
绿	树叶 草坪 森林 山 湖水 蔬菜
蓝	天空 海洋 宇宙 阴影 寒冰 远山
紫	葡萄 紫藤 茄子 紫丁香 紫罗兰 宝石 水晶
黑	夜空 煤炭 墨块 头发 眼睛 黑洞
白	雪花 棉花 白云 白纸 白兔 白猫 白发
灰	灰尘 银子 烟雾 老鼠 阴天 水泥
棕	咖啡 骆驼 猫 狗 秋叶 板栗 树干

二、色彩心理共同感觉

色彩的心理感觉是一种高级的、抽象的、精神的、内在的联想，带有很大的象征性。古人总结的所谓“外师造化(客观色彩)，中得心原(主观感觉)”就是这个意思。因此，只有成年人才能有这样的思维活动。如小孩见到灰色，最多联想到老鼠、垃圾等脏东西，明显表示不喜欢。但绝对不可能联想、感觉到高雅、绝望等抽象词意，因为在他们幼小、单纯的心灵里面，根本就不具备这些“多愁善感”的复杂思维。成人的色彩视觉心理感觉见表 2-1-2。

表 2-1-2 色彩视觉心理感觉

色彩	心理感觉
红	热情 温暖 吉祥 希望 生命 革命 危险
橙	可爱 甜美 明朗 华美 浪漫 爱情 喜悦
黄	明快 活泼 愉快 爽朗 希望 光明 轻薄
黄绿	青春 和平 生命 新鲜 柔软 希望
绿	和平 安详 活力 环保 生命 安全 新鲜
蓝	深沉 稳重 智慧 理智 冷静 理想 科学
紫	高贵 神秘 古朴 幽雅 优美 消极
黑	幽远 深沉 庄重 严肃 神秘 寂寞 死亡
白	清洁 纯真 光明 冷峻 神圣 轻柔 空虚
灰	柔和 细致 朴素 大方 高雅 稳定 忧郁
棕	成熟 朴实 随和 惬意 休闲 古朴 幽雅

成人对客观色彩除了有共同感觉以外，还会因个人的民族、宗教、性格、文化、职业、处境等不同条件，而形成千差万别的主观个性感觉。同时，色彩还有情随事迁的移情作用。如有人失恋后，见到红色就厌烦，并无热情、喜庆之感，原因是他原女友喜穿红色服装，所以会情不自禁地迁怒于色。再如中国古诗词中也有“惨红愁绿”的春色描写，非常恰当地反映了女性因思念未归丈夫，面对花红柳绿的美好春景，却表露出触景生情的反常色彩感受。另外，色彩的联想与感情不仅限于视觉，还与听觉、嗅觉、味觉也有一定的联系。

第二节 服饰色彩的性格表达

一、红色服装

红色在可见光谱中的波长最长，穿透力强而不易消失。红色最易使人联想到朝日、火焰，象征温暖、热情、希望、生命，是典型的暖色。在我国古代早就有“周人尚赤”之记载，作为正色历来被统治阶级所重视，屡见于贵族礼仪服饰上，“纱帽红袍”成为官场的象征性语言。“中国红”象征吉祥、幸福，是传统的喜庆色彩，民间古今婚嫁、节庆等活动无不多用此色。日常穿着范围也极为广泛，红装素裹，红袖拂尘，“血色罗裙翻酒污”，“桃花马上石榴裙”等屡见于历代诗文之中。

红色又象征忠诚、爱国、赤子之心、赤胆忠心等褒义词，无不都赞美了极为纯洁、善良、忠诚的高贵品质。但是，红色也使人联想到鲜血，象征暴力、恐怖、危险。因此，常用作革命之色、警示之色。在西方，红色代表仁爱和豪迈的献身。深红色表示嫉妒和暴虐，是恶魔的象征。粉红色极具柔和的女性化特征，有广泛的调和功能，与很多服色相配，都可取得良好的效果。略含深灰的酒红色给人以热情、高贵的感觉，也是颇受人们欢迎的服装色彩。