

Best Practices for  
Graphic Designers  
Color Works

美国视觉设计学院用书  
平面设计师的  
色彩实践

著者 [美] 艾迪·欧帕拉 约翰·坎特威尔  
翻译 徐颖

Designers

如何理解和运用色彩



Best Practices for  
Graphic Designers  
Color Works

美国视觉设计学院用书  
平面设计师的  
色彩实践

著者 [美] 艾迪·欧帕拉 约翰·坎特威尔  
翻译 徐颖



广西美术出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

平面设计师的色彩实践 / (美) 艾迪·欧帕拉, (美) 约翰·坎特威尔著; 徐颖译. — 南宁: 广西美术出版社, 2018. 7

书名原文: Best Practices for Graphic Designers: Color Works

ISBN 978-7-5494-1878-7

I. ①平… II. ①艾… ②约… ③徐… III. ①平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第033265号

本书由美国Rockport 出版社授权


广西美术出版社独家出版

版权所有, 侵权必究

# 平面设计师的色彩实践

著 者 [美] 艾迪·欧帕拉 约翰·坎特威尔  
翻 译 徐 颖  
策 划 冯 波  
责任编辑 陈曼榕  
封面设计 陈 凌  
版式制作 李 力  
责任校对 张瑞瑶  
审 读 马 琳  
责任印制 莫明杰  
出版发行 广西美术出版社  
地 址 广西南宁市望园路9号(邮编: 530023)  
网 址 www.gxfinearts.com  
市 场 部 (0771) 5701356  
印 刷 深圳当纳利印刷有限公司  
开 本 787 mm × 1092 mm 1/16  
印 张 12  
出版日期 2018年7月第1版第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5494-1878-7  
定 价 78.00元

# 目录

	前言	6
	恐血症 迈克尔·布雷特	
	序言	8
	谈谈色彩的语言 艾迪·欧帕拉	
	第一章 背景环境	
	1.0 概述	11
	1.1 黑与白	12
	雅尔提·卡尔森和扬·威尔克	
	1.2 色彩与空间 莫拉格·麦耶斯考	16
	1.3 色彩的工艺 荷兰盾	22
	1.4 概念与色彩 托尼·布鲁克	28
	1.5 色彩与传统 汉莎航空公司	34
	第二章 色彩意识	
	2.0 概述	41
	2.1 品牌设计中的色彩 1 布莱恩·柯林斯	42
	2.2 品牌设计中的色彩 2 迈克尔·洛克	48
	2.3 大型活动标识中的色彩运用	54
	1972年和2012年奥运会	
	2.4 一个城市的色彩 黄伟龙	62
	2.5 用色彩拯救生命 德博拉·阿德勒	68
	第三章 数字化	
	3.0 概述	75
	3.1 色彩的未来	76
	奥多比公司的配色软件	
	3.2 动态的色彩 马特·派克	82
	3.3 新闻的色彩 科乔·博阿滕	86
	第四章 作品与信息	
	4.0 概述	93
	4.1 关注印刷 西蒙·伊斯特森	94
	4.2 实物中的印刷 盖尔·托韦	100
	4.3 色彩体系 潘通色卡	106
	4.4 信息制图法与色彩 雅克·贝尔坦	114
	4.5 导向标识与色彩 卡特里吉·列文	122
	第五章 客户与主观性	
	5.0 概述	129
	5.1 蒂芙尼公司 薛博兰	130
	5.2 改变“蓝色巨人”形象 IBM	134
	5.3 色彩与灵活的形式 瑞士电信公司	140
	5.4 突破，从包装开始 莫霍克纸业公司	146
	5.5 色彩主观性 史蒂芬·施德明	150
	第六章 基础知识	
	6.0 概述	157
	6.1 视觉的艺术：色彩认知	158
	6.2 色彩的文化含义	162
	6.3 幸运之轮与色彩体系	166
	6.4 色度和色彩学	172
	6.5 颜色的相关性和反应性	178
	6.6 色维度	182
	术语表	186
	作者简介	190
	参考书目	190

## 本书使用说明

-  ●—— 章节图标  
4.3 ●—— 章节编号

本书每章的图标各不相同，以便于各个部分互相参照使用

- |   |     |   |     |
|---|-----|---|-----|
|  | 前言  |  | 第四章 |
|  | 第一章 |  | 第五章 |
|  | 第二章 |  | 第六章 |
|  | 第三章 |  | 术语表 |



美国视觉设计学院用书  
平面设计师的  
色彩实践

## 图书在版编目(CIP)数据

平面设计师的色彩实践 / (美) 艾迪·欧帕拉, (美) 约翰·坎特威尔著; 徐颖译. — 南宁: 广西美术出版社, 2018. 7

书名原文: Best Practices for Graphic Designers: Color Works

ISBN 978-7-5494-1878-7

I. ①平… II. ①艾… ②约… ③徐… III. ①平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第033265号

本书由美国Rockport 出版社授权

广西美术出版社独家出版

版权所有, 侵权必究

# 平面设计师的色彩实践

著 者 [美] 艾迪·欧帕拉 约翰·坎特威尔

翻 译 徐 颖

策 划 冯 波

责任编辑 陈曼榕

封面设计 陈 凌

版式制作 李 力

责任校对 张瑞瑶

审 读 马 琳

责任印制 莫明杰

出版发行 广西美术出版社

地 址 广西南宁市埭园路9号(邮编: 530023)

网 址 [www.gxlinearts.com](http://www.gxlinearts.com)

市 场 部 (0771) 5701356

印 刷 深圳当纳利印刷有限公司

开 本 787 mm × 1092 mm 1/16

印 张 12

出版日期 2018年7月第1版第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5494-1878-7

定 价 78.00元

Best Practices for  
Graphic Designers  
Color Works

美国视觉设计学院用书





平面设计师的  
色彩实践

著者 [美] 艾迪·欧帕拉 约翰·坎特威尔  
翻译 徐颖



广西美术出版社

# 目录

 前言	6	 第四章 作品与信息	
恐色症 迈克尔·布雷特		4.0 概述	93
序言	8	4.1 关注印刷 西蒙·伊斯特森	94
谈谈色彩的语言 艾迪·欧帕拉		4.2 实物中的印刷 盖尔·托韦	100
 第一章 背景环境		4.3 色彩体系 潘通色卡	106
1.0 概述	11	4.4 信息制图法与色彩 雅克·贝尔坦	114
1.1 黑与白	12	4.5 导向标识与色彩 卡特里吉·列文	122
雅尔提·卡尔森和扬·威尔克		 第五章 客户与主观性	
1.2 色彩与空间 莫拉格·麦耶斯考	16	5.0 概述	129
1.3 色彩的工艺 荷兰盾	22	5.1 蒂芙尼公司 薛博兰	130
1.4 概念与色彩 托尼·布鲁克	28	5.2 改变“蓝色巨人”形象 IBM	134
1.5 色彩与传统 汉莎航空公司	34	5.3 色彩与灵活的形式 瑞士电信公司	140
 第二章 色彩意识		5.4 突破,从包装开始 莫霍克纸业公司	146
2.0 概述	41	5.5 色彩主观性 史蒂芬·施德明	150
2.1 品牌设计中的色彩 1 布莱恩·柯林斯	42	 第六章 基础知识	
2.2 品牌设计中的色彩 2 迈克尔·洛克	48	6.0 概述	157
2.3 大型活动标识中的色彩运用	54	6.1 视觉的艺术:色彩认知	158
1972年和2012年奥运会		6.2 色彩的文化含义	162
2.4 一个城市的色彩 黄伟龙	62	6.3 幸运之轮与色彩体系	166
2.5 用色彩拯救生命 德博拉·阿德勒	68	6.4 色度和色彩学	172
 第三章 数字化		6.5 颜色的相关性和反应性	178
3.0 概述	75	6.6 色维度	182
3.1 色彩的未来	76	 术语表	186
奥多比公司的配色软件		作者简介	190
3.2 动态的色彩 马特·派克	82	参考书目	190
3.3 新闻的色彩 科乔·博阿滕	86		

## 本书使用说明

本书每章的图标各不相同,以便于各个部分互相参照使用

 ●—— 章节图标  
4.3 ●—— 章节编号

 前言  
 第一章  
 第二章  
 第三章  
 第四章  
 第五章  
 第六章  
 术语表





第一章

背景环境



第二章

色彩意识



第四章

作品与信息



第三章

数字化



第五章

客户与主观性



第六章

基础知识

## 恐色症

迈克尔·布雷特

人们说，第一步是要承认你出问题了。

很久以前，我还是一个自由职业者的时候，我有个朋友刚在一家知名的化妆品公司谋到一份工作。有一次她给我打电话，说她们公司在其设于百货公司的专柜上使用的色轮 [color wheel] —— 一种特别印制的图，图上将许多颜色用同心圆的形式呈现出来——到時候要做定期的颜色更新了。公司已经咨询了各种专家，并将所有需要更换的颜色做成了一览表，剩下来的工作就是找个人给那些要更换的颜色标明规范。这项任务或多或少像是秘书干的活儿，挺让人讨厌。我朋友告诉我：“我们很清楚要怎么做，但我们这儿没人有空去做。”她说如果我愿意干的话，她们公司愿意付给我 2500 美元的报酬。



6.3

这活儿对于我来说跟平面设计一点都不沾边，因为这里面没有涉及任何版面设计的工作，但是 2500 美元对于当时的我来说是很大一笔钱，也许是我接过的报酬最高的单个项目了，所以我同意接下它。她们告诉我不管我需要什么资料都可以买，于是我把能找到的颜色规范指南都买了下来，甚至花大价钱买了德国和日本来的进口货。终于，某一天下班后，我坐在了我家厨房的桌前，一边放着修订注释说明，一边摆着各种规范指南，中间摊着那个色轮。我家当时正巧有一盏出自德国设计大师理查德·萨博 [Richard Sapper] 之手的哑光黑色阿特米德台灯，跟展示这款色轮的化妆品专柜上所使用的台灯是同一款。我将灯光照亮手头这个项目，开始着手干起来。



6.2

或者说我至少尝试去做。可是我发觉自己无助地盯着眼前的一堆乱糟糟的材料，毫无头绪，不知从何着手。因为客户给了太多的色卡、样品和模棱两可的说明，诸如“这个颜色要更潮流一点”“这个要更偏向中性的暖色”，等等。大多数说明都是类似这样的。看着中间摆的那个色轮，我头一次感到困惑，想知道这个玩意儿到底是用来干什么的？它怎么帮女人选择和使用化妆品？有必要用这么多颜色吗？人们怎么知道哪些颜色看起来过时了？这些颜色在别人眼里看起来真的和我眼里是一样的吗？那么在我眼里它们又是怎样的呢？



4.3



6.1/6.2

我坐了几个小时，闷闷不乐地把那些色卡翻来翻去，心里愈发迷惘和泄气。最后，我妻子多萝茜走了过来，之前她一直努力不去理会我重重的叹气声。“你能不能跟我说一遍这是怎么回事？”她问道。由于多萝茜不是个设计师，也从未接受过艺术或设计方面的教育，所以我跟她解释得很详细。出乎我的意料，她满怀热情地做出了回应：她当然知道这个特殊的色轮，她认识的每个人都知道，实际上她自己也认为这玩意儿过时了，并且这个想法已有一阵子了。真的吗？我感到很惊讶。她点头说是并问我：“那你现在到底要做什么呢？”我给她看这个活儿的相关细节，还举了个例子告诉她客户那些烦人的要求，“比如他们说想让这个颜色看起来更像那种柔和的……（这时候我不得不翻看我的笔记说明）灰绿色 [celadon]。”

# Pâle Yellow Gräulich 초록색

我还在字典上查了“灰绿色”这个词的解释(一种灰白的黄灰绿色),可是没多大帮助。黄色、灰色和绿色!真的吗?我给多萝茜看我选的色卡,她满脸不屑地哼了一下,“你觉得那是灰绿色吗?我瞧瞧你这儿还有什么别的东西?”她靠在我的肩上,挑了几样,说道:“这些看起来不错。”她是对的,它们看上去确实不错。她问我能否让她坐下来再多选一些,我同意了。这活儿对于她来说很有趣,她也做得挺好,最终她做完了整个色轮的设计。随后的大约五年间,女人们在整个美国的化妆品专柜购买化妆品时,所根据的都是我妻子多萝茜在我家餐桌上选出的那些颜色。

这件事情让我开始意识到我有恐色症 [chromatophobia], 就是害怕颜色。从我做设计师的最初我就喜欢黑白两色,因为它们是如此具有的权威性和决定性。时至今日,任何一本我喜欢的个人作品集——包括海报、书籍封面、标识——都表明我是亨利·福特 [Henry Ford] 的追随者,他是又一个热衷于轮子的人,他曾对那些购买了福特 T 型车的客户说:“只要这款车是黑色的,那么你就拥有了你想要的任何颜色。”有时候我也会在广阔的如彩虹般的颜色海洋里浅尝辄止,但最多也就是用一点点红色和黄色而已。我佩服那些使用颜色很权威的人,我觉得他们就像是颜色海洋里自由的鱼儿。

人们说任何的恐惧都能克服,我希望有朝一日我也能克服自己的恐色症。在那之前,我还是远离海水,待在我的干燥舒适的条纹浴巾里吧,条纹当然是我最喜欢的黑白两色啦。



术语表



5.4



1.1

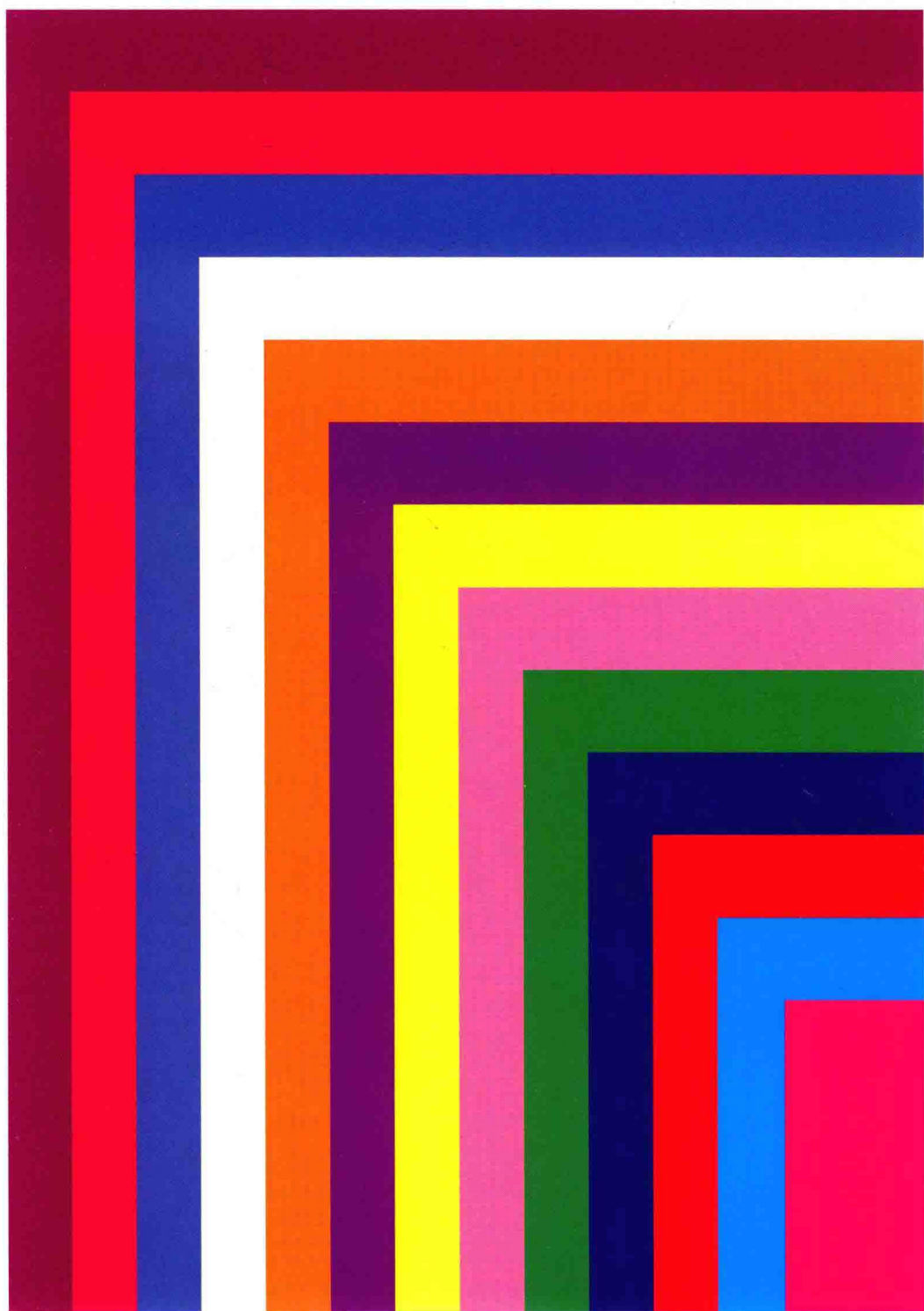
## 谈谈色彩的语言

艾迪·欧帕拉

色彩是平面设计固有的组成部分。它代表了性格、情绪、能力和共鸣。不论我们喜欢与否，大多数平面设计师需要更好地了解如何观察和使用以及为我们自己和客户介绍色彩。我们从很小的时候便开始接触、认识颜色了。在学会具体展现色彩的效果和作用之前，孩童时期的我们就已经对颜色有了先入为主的概念。

《视觉的艺术》[ *Art of seeing* ]作者约翰·伯格[ John Berger ]指出：“我们的知识或者信仰影响着 we 看待事物的方式。”在我们生命的不同阶段，我们所受的影响不计其数，色彩亦是如此。颜色会扭曲我们的观念，渗透我们的灵魂。对于颜色，我们都有好恶，但这将如何影响我们的创作风格？如何用颜色进行交流？对颜色的理解使我们醒着的每一分钟都拥有更广阔丰富的工具和策略可供选择。而跨越不同技术工艺的颜色校准是在技巧和运气间的复杂平衡。色彩是我们迫切需要掌握的一门语言，但我们需要更简单的方法使之更符合当今设计者的需求。

以色彩为主题的书已经浩如烟海，那么为什么还要再多这一本呢？在经典著作《色彩构成》[ *Interaction of Color* ]一书的引言中（就是你书架上那本薄薄的艺术巨著，你可能在念艺术学校时就已经瞥过一两眼的），约瑟夫·阿尔伯斯[ Josef Albers ]宣称他的书“没有遵循任何有关色彩的学术理论或惯例”。阿尔伯斯抛弃了从色彩基础理论——诸如色彩历史和基本科学分析法——入手的写作理念。相反，他只是在书后提及了这些概念。作为平面设计师，我们经常使用减法，让客户去量化我们试图确立的东西，此处也是这样，所以我在本书中延续了阿尔伯斯先生的做法。我们没有在一开始就通过色彩的历史和科学发现来阐述我们对于色彩的理解，而是以描述现行的做法为开始，以那些人们通常理解的开头来结束。





## 第一章

# 背景环境

---

### 1.0 概述

### 1.1 雅尔提·卡尔森和扬·威尔克 黑与白

### 1.2 莫拉格·麦耶斯考 色彩与空间

### 1.3 荷兰盾 色彩的工艺

### 1.4 托尼·布鲁克 概念与色彩

### 1.5 汉莎航空公司 色彩与传统

---

01

必须考虑用色背景。

02

选色用色，原因明确，色彩关系也要说出个所以然。

03

显示色彩如何产生积极的效果。

04

所选择的颜色必须有效作用于背景环境。

05

除非确实需要，否则不要强迫任何人改变他或她心仪的颜色。

06

广泛用色，创建更好的背景环境。

07

与其让客户接受结果，不如让他们参与色彩处理的全过程。

08

不要给客户太多的色彩选择，因为这样只会混淆视听。

# 黑与白

## 雅尔提·卡尔森和扬·威尔克

001 这是卡尔森威尔克[karlsson-wilker]工作室为在丹麦奥尔胡斯市举行的一场设计演讲所设计的海报。该海报大胆采用了黑色抽象结构作为背景，衬托出前景中的浅灰色和黄色立体造型，使得整张海报立刻夺人眼球。卡尔森版的海报使用荧光黄作为画龙点睛之笔来平衡这两张海报中色彩的使用。

002 这个由若干球状物体构成的黑灰色球体是进入“MTV世界”的大门。这一动画形式的球体的暗色部分略有变化，是由其3D立体结构和光照变化所引起的空间效果导致。

起初我们往往会尝试许多不同的颜色，但最终总是会使用黑色和白色。然后，我们开始将黄色作为默认色，使其与黑色和白色一起，做成三色工艺。黄色有明显的突显作用。但是，我们不会仅仅使用任何单一的黄色，我们选择那种带有更多的荧光和霓虹效果的黄色。





Design Evening  
w/ kartoonwiker



Onsdag 13 maj, 20:00  
døren åbner 19:00  
entry: 65 dk, for salg i  
L'Ynfabrikkens cafe

L'Ynfabrikken  
Vestergade 48B  
8000 Aarhus C  
www.lynfabrikken.dk

for salg af kunstværker



Design Evening  
w/ kartoonwiker



Onsdag 13 maj, 20:00  
døren åbner 19:00  
entry: 65 dk, for salg i  
L'Ynfabrikkens cafe

L'Ynfabrikken  
Vestergade 48B  
8000 Aarhus C  
www.lynfabrikken.dk

for salg af kunstværker

