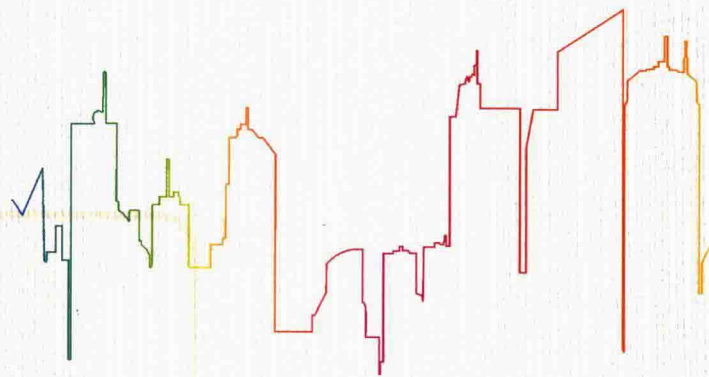


◆高等院校“十三五”设计艺术实践教学系列教材◆

SHEJI SECAI XUNLIAN
JIAOCHENG



设计色彩训练教程

邵永红◎编著

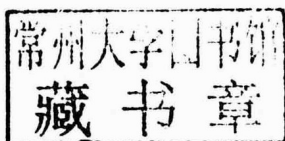


合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

高等院校“十三五”设计艺术实践教学系列教材
义乌工商职业技术学院中央财政支持专业建设成果

设计色彩训练教程

邵永红 编著



合肥工业大学出版社

图书在版编目（CIP）数据

设计色彩训练教程/邵永红编著. —合肥：合肥工业大学出版社，2016.5
ISBN 978-7-5650-2765-9

I. ①设… II. ①邵… III. ①色彩学—教材 IV. ①J063

中国版本图书馆CIP数据核字（2016）第117720号

设计色彩训练教程

邵永红 编著

责任编辑 王 磊

出 版 合肥工业大学出版社
地 址 合肥市屯溪路193号
邮 编 230009
电 话 艺术编辑部：0551-62903120
市场营销部：0551-62903198
网 址 www.hfutpress.com.cn
E-mail hfutpress@163.com

版 次 2016年5月第1版
印 次 2016年6月第1次印刷
开 本 889毫米×1194毫米 1/16
印 张 11
字 数 230千字
印 刷 安徽联众印刷有限公司
发 行 全国新华书店

ISBN 978-7-5650-2765-9 定价：58.00元
如果有影响阅读的印装质量问题，请与出版社市场营销部联系调换。

前言



色彩愉悦着我们的眼睛，丰富着我们的生活，带给我们生活的情趣。

只要我们的视觉没有什么异样的话，我们眼睛所见之处，都有色彩的存在。也可以说，我们生活在色彩之中。

近年来，随着我国经济水平的不断提高，消费者生活水平的改善，时尚相关产业的发展突飞猛进。作为与百姓生活息息相关的、视觉感受中最为简单和直接的元素——色彩，正在成为一种消费时尚走进百姓的生活，由此催生的色彩经济也正在引领一个追求完美的新时代的到来。

“色彩也是生产力”，这已不仅是一句口号。伴随着消费者强调自我和个性，市场日益转向多样化、细分化、复杂化，产品除了满足消费者基本的功能性需求外，还必须满足消费者视觉、心理上的感受，也就是说，产品的竞争对象已由“物”过渡到了“精神”的层面，开始追求精神上的审美与人性化的关怀。如何做好商品色彩化文章，展现色彩营销的魅力，将会形成一个新的市场焦点，用色彩提升产品附加值将是企业手中的一张王牌。

色彩基本上是属于感觉的领域，一个好的艺术家或设计师首先必须具备较强的色彩感觉，但在掌握色彩配色技能的过程中，光有理论是不够的，还须踏实地进行各种色彩训练。综观我国目前的设计色彩教学现状，将色彩的应用作为重点

的工具书几乎没有，较为系统的色彩搭配实操手册更是难以寻觅，这也是本人撰写此书的初衷。该书从色彩使用者的角度出发，以色彩设计和实际色彩搭配实操为主要内容，将色彩所涉及的庞大而复杂的知识系统，转化为清晰易懂、便于操作的训练试题，方便色彩爱好者的学习和使用，笔者相信，只要使用者认真按照操作方法进行相关的训练后，即使是初学者、自学者，也一定会对其对色彩的感受和色彩的应用有较大的帮助。

邵永红

全国机械职业教育教学指导委员会

工业设计类专业指导委员会委员

义乌工商学院建筑与艺术学院副院长、副教授

2016年5月

开卷必读

使用方法

本书为色彩设计的配套教材，它是一本以色彩训练为主的实操手册，主要是方便使用者的学习，学习者只要能将书本中的练习训练做完，那么色彩感觉和色彩搭配一定会有一个质的进步。

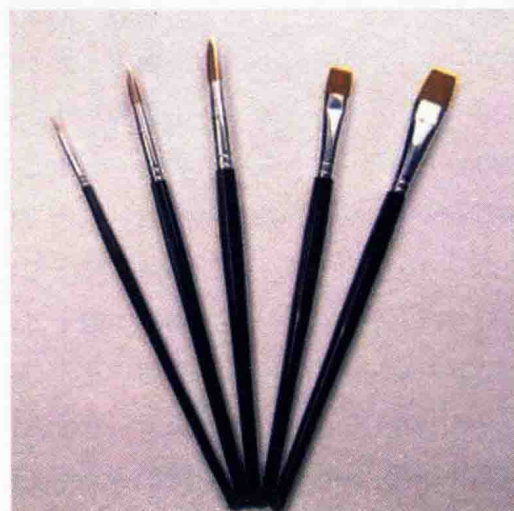
内容的组成

本书的前半部分是色彩的基础知识，包含有色彩的性质，色与光的关系，色彩的象征和意义，色彩的心理反应以及色彩的基本搭配方法。后半部分是色彩练习，包括色彩的三属性练习，色彩的心理对比色练习，色彩的象征练习，色彩的采集和重构练习，以及色彩在家居、服饰、产品等方面的应用练习。有基础知识的读者可以直接从后半部分的练习开始。

要求使用的工具建议

颜料 在做本练习作业时主要使用的色彩工具是水粉或丙烯。丙烯颜料属于人工合成的聚合颜料，发明于20世纪50年代，是颜料粉调和丙烯酸乳胶制成的。丙烯颜料它有如下特性：

- (1) 可用水稀释，利于清洗。
- (2) 速干。颜料在落笔后几分钟即可干燥。



(3) 着色层干后会迅速失去可溶性，同时形成坚韧、有弹性的不渗水的膜。这种膜类似于橡胶。

(4) 颜色饱满、浓重、鲜润，无论怎样调和都不会有“脏”“灰”的感觉。

水粉 水粉是水粉颜料的简称，在我国有多种称呼如广告色、宣传色等。属于水彩的一种，即不透明水彩颜料。由于廉价，易学易用，常用于初学者学习色彩画的入门画材。水粉颜料在湿的时候，它颜色的饱和度很高，而干后，由于粉的作用及颜色失去光泽，饱和度大幅度降低，这就是它颜色纯度的局限性。读者可以根据自己的喜好选择相应的材料。另外，最好再配备色彩铅笔、水彩笔、马克笔等。

笔 在做练习时一般采用中小号平头水粉笔和小号勾线笔，由于颜料干燥较快，练习结束后及时用水清洗工具，以防凝固，特别是丙烯颜料。

注意事项

如不慎将颜料画在衣物上，请及时用清水清洗，或用专用清洁剂清洗。由于纸张质地问题，在练习时颜料调水过多会导致纸张弯曲褶皱，所以操作时要小心。

目 录

上篇 色彩的基本知识

第一章 认识色彩002

第一节 色彩学习的目的002

第二节 色彩的感性认识005

第二章 色彩的基础知识012

第一节 色彩012

第二节 色彩的感觉020

第三节 色彩的采集重构031

第四节 色彩的基本搭配方法034

第五节 色彩的流行性041

第六节 色彩的民族和地域性043

下篇 色彩的实训练习

练习一 制作色环047

练习二 明度对比049

练习三 纯度对比051

练习四 色相对比053

练习五 同类色对比055

练习六 邻近色对比057

练习七 对比色对比059

练习八 互补色对比061

练习九 渐变配色练习063

练习十 强调法配色练习065

练习十一 重复配色练习067

练习十二 多色配色练习069

练习十三 分隔配色法练习071

练习十四 浪漫073

练习十五 时尚075

练习十六 豪华077

练习十七 动感079

练习十八 朴素081

练习十九 古典083

练习二十 优雅085

练习二十一 女性087

练习二十二 成熟、稳重089

练习二十三 明朗091

练习二十四 阴郁093

练习二十五 柔和095

练习二十六 可爱097

练习二十七 清新099

练习二十八 复古怀旧	101	练习四十六 产品配色练习 (1)	137
练习二十九 酸甜苦辣	103	练习四十七 产品配色练习 (2)	139
练习三十 春夏秋冬	105	练习四十八 产品配色练习 (3)	141
练习三十一 喜怒哀乐	107	练习四十九 产品配色练习 (4)	143
练习三十二 传统色彩采集	109	练习五十 首饰配色练习 (1)	145
练习三十三 自然色彩采集	111	练习五十一 首饰配色练习 (2)	147
练习三十四 文化色彩采集	113	练习五十二 首饰配色练习 (3)	149
练习三十五 自然色彩采集与应用	115	练习五十三 室内空间配色练习 (1) ...	151
练习三十六 传统色彩采集与应用	117	练习五十四 室内空间配色练习 (2) ...	153
练习三十七 文化色彩采集与应用	119	练习五十五 建筑环境配色练习 (1) ...	155
练习三十八 服装配色练习 (1)	121	练习五十六 建筑环境配色练习 (2) ...	157
练习三十九 服装配色练习 (2)	123	练习五十七 城市色彩配色练习	159
练习四十 服装配色练习 (3)	125	练习五十八 建筑色彩配色练习	161
练习四十一 服饰配色练习 (1)	127	练习五十九 门面配色练习 (1)	163
练习四十二 服饰配色练习 (2)	129	练习六十 门面配色练习 (2)	165
练习四十三 包装设计配色练习 (1) ...	131	写在后面	167
练习四十四 包装设计配色练习 (2) ...	133	参考文献	168
练习四十五 装饰图案配色练习	135		

上篇 色彩的基本知识

1

第一章 认识色彩

第一节 色彩学习的目的

色彩，能够深层次地表达人类的情感和理想，触及人们的心灵，人类的情感可以通过色彩来表达得更加丰富。进入21世纪，尤其在“经济全球化”的今天，国际社会已开始进入了色彩“环境化”的研究时代，色彩无处不在地影响着人们生活的方方面面，只有热爱生活的人，才能领会色彩的美轮美奂和色彩的实质。

人们常以五颜六色来形容我们今天所接触的商品的丰富。然而，当面对市场上同质同类的国内和国外产品时，人们更容易被国外产品所吸引，为什么？很大程度上在于其漂亮的和谐、丰富的色彩。正因如此，一些国外企业在进入国内市场竞争时，色彩营销在实际的竞争中已扮演着重要的角色，这一点从诺基亚的“色彩旋风”到苹果的“土豪金、玫瑰金”，从德国的宾得相机到佳能IXUS为“舞动你的青春”都可以得到充分证明。国内这些年受国外的影响，色彩营销在各个领域也有长足的发展，大到城市色彩、建筑色彩，小到产品色彩、包装色彩等等，各地都掀起了一个色彩风。



德国宾得相机广告 宾得相机官网



舞动你的青春 佳能IXUS最新广告

1. “色彩营销”

“色彩营销”战略作为一种竞争手段在国外已被广泛采纳和使用，它包括商品设计、商品包装、陈列搭配、百货店布置、氛围营造、卖场设计、销售技巧等一系列有关的事项，它给产品带来的附加值十分巨大。商业竞争日益激烈，产品的竞争结果往往是品牌的竞争，而品牌与品牌在质量与功能上往往不分伯仲，最终使其一较高下的往往“功夫在品外”，外在悦目的色彩，也是一个不容忽视的竞争力。

2. 产品色彩

色彩在整个产品的形象中，最先作用于人的视觉感受，可以说是“先声夺人”。产品色彩如果处理得好，可以协调或弥补造型中的某些不足，使之如花似锦，更加完美，很容易博得消费者的青睐，而收到事半功倍的效果。反之，如果产品的色彩处理不当，则不但影响产品功能的发挥，破坏产品造型的整体美，而且很容易破坏人的工作情绪，使人出现一些枯燥、沉闷、冷漠甚至沮丧的心情，分散了操作者的注意力，降低工作效率。所以，产品的造型中，色彩设计是一项不容忽视的重要工作，其色调的选择是至关重要的。

3. 室内色彩搭配

当人走进一个室内空间，给人第一印象的是色彩。千变万化的色彩是经过精心组织、调整出来的，也显示出不同的魅力，这就是神奇的色彩创造的奇迹。家居色彩的搭配是设计中的重要理念。人们的兴趣、爱好、倾向、生活习惯的不同，也使得对色彩各有所异求，色彩能给人以或文雅或拙朴或热烈或宁静的感觉。

4. 建筑的霓裳——色彩

建筑色彩关系一个城市的形象，特色和品



华伦天奴 2015 早春配饰广告 Terry Richardson



2014红点获奖作品



室内色彩应用
浙中装饰网供稿



青岛城市色彩 摄影 牛牛

位至关重要。老城青岛的红瓦朱色外墙、碧海、蓝天，也充分显示出这座美丽城市的风采。城市色彩是与环境长期相互融合而形成的，贵在统一与和谐。现在城市的迅速发展，使许多城市在色彩中迷失了自己。一些城市对色彩缺乏认真研究，竞相模仿，相互攀比，追求豪华，反倒形成了色彩上的混乱与无序，失去了特色。

5. 包装色彩

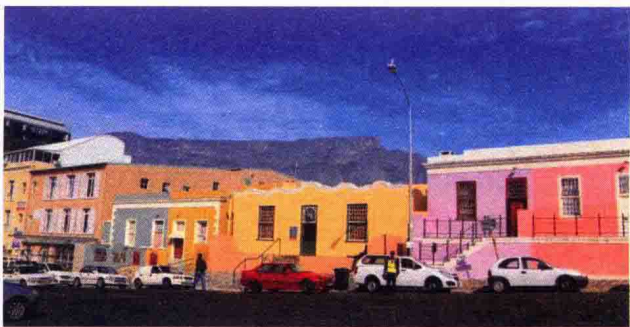
包装色彩设计作为整个产品形象战略的一部分，不仅能美化商品，抓住消费者视线，使他们在购买商品的过程中获得审美享受，还能引起人们的味觉上的通感，让人们在不经意间对食品品牌获得良好认知。合理的色彩形象运用，展现包装中的色彩在品牌营销中的魅力，是帮助生产商和市场营销商进行产品形象塑造的重要组成部分。

6. 广告色彩

色彩是广告表现的一个重要因素，广告色彩的功能是向消费者传递一种商品的信息。因此，广告的色彩与消费者的生理和心理反应密切相关。色彩对广告环境、对人们感情活动都具有深刻影响。广告色彩对商品具有象征意义，通过不同商品独具特色的色彩语言，使消费者更易识别和产生亲近感，商品的色彩效果对人们有一定的诱导作用。

7. 网络色彩

在互联网时代，网站就像一个公司的名片，拥有一个优秀的网站可以帮助企业树立良好、可信的企业形象。企业网站是企业无形的宣传工具。色彩是网页设计的关键因素之一。色彩既是网页作品的表述语言，又是视觉传达的方式和手段。研究表明，在网页设计中，色彩能提高信息浏览与分类的速度和准确度。好的色彩设计是网



南非开普敦城市色彩 摄影 洛小飞



国外食品包装设计 包装设计网



苹果网站 美国



Bacardi (百加得) 网站 酷烈网

页设计成功的保证。

8. 服饰色彩

用色彩来装饰自身是人类最冲动、最原始的本能。无论古代还是现在，色彩在服饰审美中都有着举足轻重的作用。在服装设计中对于色彩的选择与搭配要充分考虑到不同对象的年龄、性格、修养、兴趣与气质等相关因素，还要考虑到在不同的社会、政治、经济、文化、艺术、风俗和传统生活习惯的影响下人们对色彩的不同情感反应。

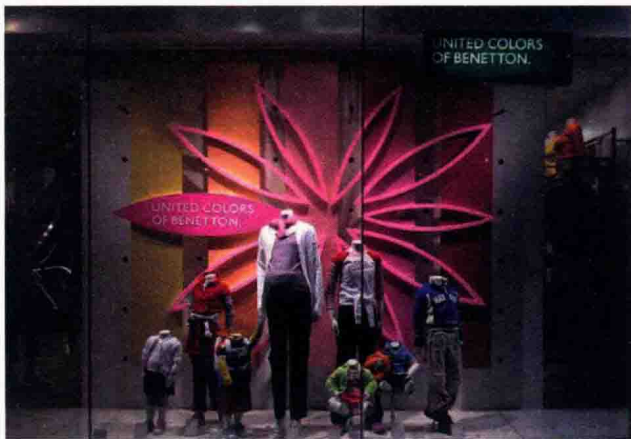
第二节 色彩的感性认识

我们看到的不同色彩，会给我们带来不同的心理感受，进而产生不同的情感联想。例如，红色常常同血与火相联系，象征着力量与光明，能给人以温暖、热烈、喜庆、胜利的感受，能使人激动、兴奋、积极向上；黄色能给人以丰富、富有、明朗、甜美、高贵、轻松等感觉。

其实，色彩本身并没有什么情感含义。这些情感联想，是人们生理因素和主观的心理因素作用的结果，主要反映的是日常生活的经验、习惯、环境等。因为客观世界的物体总是以一定的形和色被人们所感知的，人们在与色彩的反复接触之后，便在大脑中留下了一定的印象，形成了概念。但是色彩的情感不是绝对的，它要受到许多主客观条件的制约。例如，不同的民族，不同的国家，不同的风俗习惯，不同的宗教信仰，以及个人的社会地位、性别、年龄、文化修养、对色彩的偏爱等不同，对色彩的情感联想是各不相同的。

1. 红色

红色，是通过能量来激发观察者的可见光谱中长波末端的颜色，波长大约为630~750纳



意大利休闲品牌Benetton，用色彩诉说时尚主张和无界限沟通



秋季暖色调风景，给人以温暖感



带给人清凉的冷色调空间

米，是三原色和心理原色之一。红色是生命、活力、健康、热情、朝气、欢乐的象征。由于红色在可见光谱中光波最长，最为醒目，给人视觉上一种迫近感和扩张感，容易引发兴奋、激动、紧张的情绪。红色的性格强烈、外露，包含着一种力量和冲动，其中内涵是积极的、前进向上的，最为活泼好动的人所喜爱。由于色相、明度、纯度的不同，不同红色用在产品上会产生不同的心理效应，如大红的热情向上，深红的质朴、稳重，紫红的温雅、柔和，桃红的艳丽、明亮，玫瑰红的鲜艳、华丽，葡萄酒红的深沉、幽雅，尤其是粉洋红给人以健康、梦幻、幸福、羞涩的感觉，富有浪漫情调。

2. 橙色

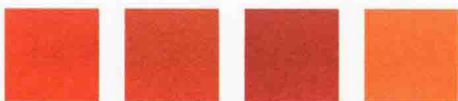
橙色是介于红色和黄色之间的混合色，又称橘黄或橘色。在自然界中，橙柚、玉米、鲜花果实、霞光、灯彩，都有丰富的橙色。橙色是欢快活泼的光辉色彩，是暖色系中最温暖的色，它使人联想到金色的秋天、丰硕的果实，是一种富足、快乐而幸福的颜色。橙色稍稍混入黑色或白色，会变成一种稳重、含蓄又明快的暖色，但混入较多的黑色，就成为一种烧焦的色；橙色中加入较多的白色会带来一种甜腻的感觉。橙色与浅绿色和浅蓝色相配，可以构成最响亮、最欢乐的色彩。橙色与淡黄色相配有一种很舒服的过渡感。

3. 黄色

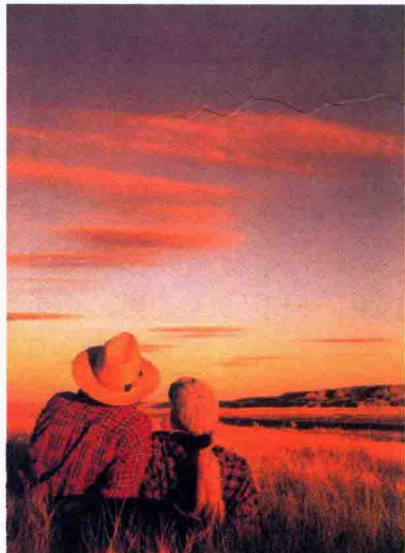
黄色的波长适中，是所有色相中最能发光的色，给人轻快、透明、辉煌、充满希望的色彩印象。由于此色过于明亮，常被认为轻薄、冷淡，性格非常不稳定、容易发生偏差，稍添加别的色彩就容易失去本来的面貌。中国封建社会从宋朝以后，明黄色是皇帝专用颜色，平民百姓禁止使用。



红色所呈现的不同表情



橙色所呈现的不同表情



温暖的橙色给人一种辉煌、幸福的感觉

图片来源 昵图网

黄色有大自然、阳光、春天的含义，通常被认为是一种充满快乐和希望的色彩。黄色作为暗色调的伴色非常好。它可以极大地点亮一个黑色的设计，而且可以有类似于红色和橙色的那种以吸引目光的效果。黄色和蓝色是一个流行的组合，紫色是黄色的补色，也是一个高对比的组合。黑色和黄色可以组合起来以创建一个工业化的视觉效果。

4. 绿色

绿色是自然界中常见的颜色，在光谱中介于蓝与黄之间，是一种令人放松、解除疲劳的色彩。看到绿色，我们会想到春天、森林、公园、嫩叶、草原等。它宛如新生的嫩芽，象征着生命的和平与安全。绿色对疲劳的眼睛和身体是最有益的，在居室使用绿色系布置，然后摆放一些植物，可以营造一个舒适的起居空间。绿色包括海绿、祖母绿、草绿、苹果绿、森林绿、叶绿、灰会绿、橄榄绿、淡绿、松绿、苔绿等。这么多的绿色色调，形成了一个非常灵活的色彩。它可以在色盘的黄绿色端显得很“温暖”，又可以在蓝绿和碧绿方向显得有些“冷”。一个柠檬绿可以让一个设计很“潮”，橄榄绿则更显平和，而淡绿色可以给人一种清爽的春天的感觉。用蓝色搭配绿色可以传递一种水的感觉。添加米色或者褐色则可以展现一种泥土的气息，白色加绿色是新鲜和户外的，等等。

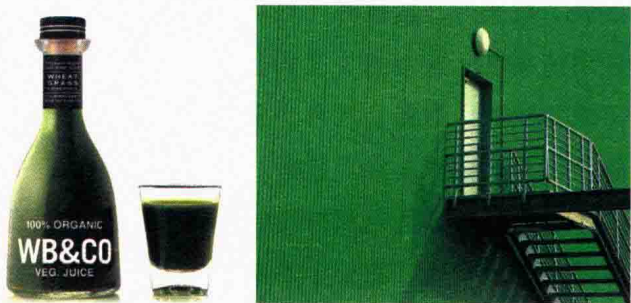
5. 蓝色

蓝色是一种能够使人冷静下来的色彩。悠然的蓝色空间无疑是缓解紧张情绪，使人感到雅致、宁静的最佳方案。蓝色最容易使人联想到碧蓝的大海，蓝色的空间使人想象到远大、悠久、理智和理想。由于蓝色沉稳的特性，具有理智、准确的意象，在商业设计中，强调科技、效率的



黄色所呈现的不同表情

绿色所呈现的色彩表情



绿色总是给人一种安全、平和和安静之感

蓝色的色彩表情



蓝色带给人们的印象是深邃、安静和理性

商品或企业形象，大多选用蓝色当标准色、企业色，如电脑、汽车、影印机、摄影器材等。另外蓝色也代表忧郁，这是受了西方文化的影响，这个意象也运用在文学作品或感性诉求的商业设计中。

蓝色的种类有群青、普蓝、钴蓝、湖蓝、靛蓝、碧蓝、蔚蓝、宝蓝、藏蓝、黛蓝、孔雀蓝、天蓝、深蓝、淡蓝、瓦蓝、冰蓝、水蓝、蓝黑、宝石蓝、锐蓝、海蓝、湛蓝……

6. 紫色

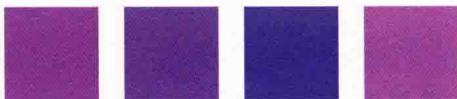
紫色是高贵神秘的颜色，略带忧郁的色彩，代表权威、声望、深刻、精神，让人不忍忘记。在我国传统文化里，紫色是尊贵的颜色，如北京故宫又称为“紫禁城”，亦有所谓“紫气东来”之说。在西方，紫色亦代表尊贵，常成为贵族所爱用的颜色。紫色的梦充满了浪漫和神秘，让人遐想和回味。但是，紫色也是代表着内心不安的颜色，喜欢它的人异常敏感，很内向。

尽管它不像蓝色那样冷，但红色的渗入使它显得复杂、矛盾。它处于冷暖之间游离不定的状态，加上它低明度的性质，也许就构成了这一色彩在心理上引起的消极感。与黄色不同，紫色可以容纳许多淡化的层次，一个暗的纯紫色只要加入少量的白色，就会成为一种十分优美、柔和的色彩。随着白色的不断加入，也就不断产生出许多层次的淡紫色，而每一层次的淡紫色，都显得很柔美、动人。

7. 粉色

粉色给人一种柔和、可爱、害羞、娇滴滴而又美丽温柔的感觉，是一种朦胧而又柔和的美。粉色代表着可爱、甜美、温柔和纯真，代表女性、青春和烂漫，代表期待爱情。粉色也可以表现优雅和高贵的风度。从精神上而言，粉色可以使激动的情绪稳定下来；从生理上而

紫色的色彩表情



紫色空间 作者 韦志刚

紫色是一种充满了浪漫和神秘，让人遐想和回味的色彩

粉色的色彩表情



甜美的粉色传递给人们的视觉感受是可爱、柔和