

Colour Design In Practice

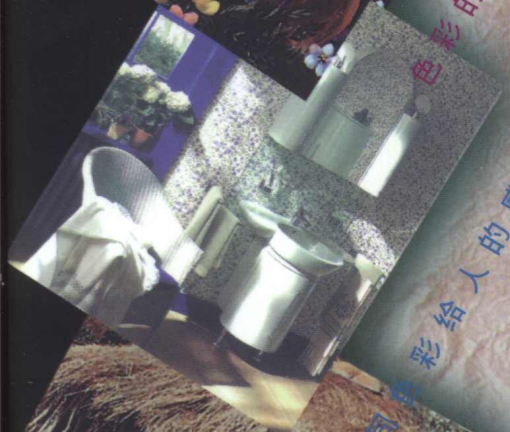
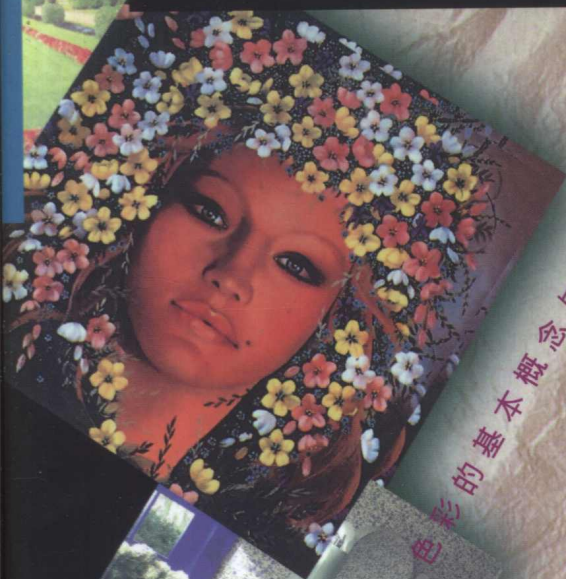
实用色彩设计

陈炜 著

色彩的基本概念与视觉现象

不同色彩给人的感觉与偏见

产品色彩对产品造型的影响



CW
1



• 广东人民出版社

TB21
C40
Colour Design In Practice

实用色彩设计

陈炜 著



深圳大学艺术学院

陈炜老师



* A U 6 6 0 0 8 9 *

广东人民出版社

实用色彩设计

陈 炜著

*

广东人民出版社出版发行

广东省新华书店经销

深圳中华商务联合印刷有限公司印刷

(厂址：深圳市福田区车公庙工业区 205 栋二楼)

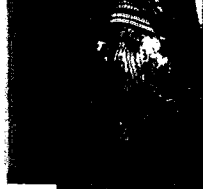
880 × 1230 毫米 32 开本 3.5 印张

1998 年 10 月第 1 版 1998 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 7-218-02862-4/J·118

定价：19.80 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。



内 容 简 介

随着科学技术和设计领域的蓬勃发展,色彩设计作为一门独立的学科正在受到全社会的普遍关注,本书从色彩与生活的关系入手,逐步讨论到色彩认识的基本概念、人文科学中研究的各类人对色彩的种种感觉与需求、实用色彩设计的基本原理与方法、色彩流行的奥秘与时代潮流之间的关系……

本书立论明确、通俗易懂、视野开阔、图文并茂,从物理学、生理学、心理学、设计等领域全方位地、较为系统地论述和探讨了有关色彩的基本知识、设计理论与应用的各个环节等。

本书既可作为高等院校、中等专业学校设计专业理论教学用书,亦可作为各类专业设计人员及广大业余爱好者的参考读物。

作 者

一九九八年五月

(向深圳大学校庆 15 周年献礼!)

序 一

郁龙余

艺术学院陈炜老师在其《实用色彩设计》付梓之际，嘱我写序。经过一番考虑，我愉快地答应了。

色彩是人人都碰到的问题，我们就生活在这七彩世界里。印度梵文中有个词叫“Rūpa”，意思是物体、形态、外表、颜色、美，佛教徒汉译时就将其译成“色”，是佛教哲学里的一个重要概念。“色”，是我们这个大千世界的基本物质形态。

色彩是一个古老的话题。色彩学则是一门新兴学科，包括色彩美学、色彩社会学、色彩心理学、色彩生理心理学、色彩民俗学、色彩医学、色彩教育学、色彩设计学等等，内容丰富深邃，甚至有点高深莫测，难怪不少人认为色彩是一门“神秘的学问”，法国则更有人说：“制图员是可以培养的，色彩学家却是天生的。”这是极而言之，所以瑞士著名色彩学家约翰内斯·伊顿（Johannes Itten）就说：“如果你能不知不觉地创造出色彩的杰作来，那末你创作时就不需要色彩知识。但是，如果你不能在没有色彩知识的情况下创作出色彩的杰作来，那末你就应该去寻求色彩知识。”（《色彩艺术》，杜定宇译，上海人民美术出版社1993年版）

随着时代的发展，寻求色彩知识的人越来越多。因为人们遇到了太多的色彩问题。谁想在空前激烈的国际竞争中稳操胜券，谁就必须掌握色彩。世界上许多一流大公司、大企业，都设有专

门的色彩研究机构，配备了“色彩顾问”、“色彩工程师”、“色彩主任”。色彩研究朝着理论和应用相结合的方向，不断有所新的开拓和突破，必将对人类生存环境和生活质量的改善、提高有所促进。

色彩就是力量。中国曾经领导世界色彩潮流达千年之久，斑斓的丝绸和精美的陶瓷，是东西之间丝绸之路和陶瓷之路的主题，让全世界惊羨不已。由于各种原因，明清之后中国衰落了，于是在国际上渐渐失去了对色彩的发言权，中国色彩在世界上风光不再。今天，我们正在为中华民族的伟大复兴而努力。这种努力不是空洞的，它包括各行各业实实在在的创造。陈炜老师生于丝绸之乡苏州，就学于轻工名校无锡轻工业大学，又专门到英国研究艺术设计。我相信，这本《实用色彩设计》，是她为振兴我们民族色彩事业而迈出的坚实一步；有了这一步，必定还会有第二步，第三步。这是我乐意为序的一个原因。

天才总是个别的，绝大多数人都必须通过学习色彩知识，才能创造出色彩的杰作。陈炜老师的这本《实用色彩设计》，积累多年实践经验和心得体会，既与国际接轨，又富于民族特色。我相信，此书的问世是广大专业人士和业余爱好者所必需的，应该将它推荐给广大读者。这是我乐意为序的又一个原因。

一九九八年八月
于深圳大学新村寓所

序 二

胡经之

人生活在这个世界上，离不开色彩。

奇妙的大自然，在阳光的照耀下，会呈现出各种各样的色彩。不说别的，就那雨后飞出的彩虹，就不知引起了多少人的赞叹！

但人类还是不满足于自然固有的色彩，还要花样翻新，创造出更多更美的色彩，为的是为人类创造出更美好的环境，使人类获得更美好的发展。

色彩，对人说来，不仅有实用价值，而且还有审美价值。让人赏心悦目。

如何利用自然和人工的各种各样色彩，精心设计，为人类造出一个更为美好的色彩世界，是一件很有意义和饶有兴味的赏心乐事。

我很高兴地看到了青年学者陈炜精心撰写的这本《实用色彩设计》，羡慕她正在为大家做着这样的事。读着读着，不仅使我大开眼界，增长了不少色彩知识，而且，也给了我一种审美享受，愈益感到色彩的奇妙。

陈炜是苏州人，生性文静，温文尔雅，专业追求却很执著。她在无锡上轻工业大学，专攻纺织服装，后又到英国康霍尔大学研究艺术设计，学成归国，跑到深圳大学来任教。她的研究专长是在服装设计，发表过不少有价值的论文，思路开阔，内容甚广，涉及多个方面，诸如，女性健康与内衣设计，男性设计和风格律

动，当代中国人的文化心态和着装意识，英国人着装的个性化意识，甚至，她还进而对中西设计的思潮作过比较研究。这次，在这本研究实用色彩设计的专著中，却不仅只研究了服装的色彩，而且还扩及产品、包装、广告、建筑、环境，一直到企业形象的色彩设计，涉及生理学、物理学、心理学和美学等多种学科。如何将色彩的多角度研究融会贯通，合为一个整体？陈炜深深抓住了色彩和生活的关系这一关键问题，由此入手，逐步展开，立论明确而又通俗易懂，既有一定学术价值，又能引起人们的阅读兴趣。这是一种很有意义的尝试。

也许是出于对美学的偏好，我更感兴趣的还是涉及色彩的审美价值的问题。

不同的色彩，在不同人的生活中起着不同的作用，具有不同的审美价值。在实际生活中，色彩总是具体地存在于具体的审美对象之中：绿色的草地、蔚蓝色的天空、白云朵朵、青山连绵……红、橙、黄、绿、青、蓝、紫、黑、白等，是科学从具体对象中抽取出来而作的概括。但是，这些色彩及其组合，经由人的研究、联想、移情等心理折射，还是能唤起人的审美反应，引发人的审美体验。白色能给人予纯净真切、洁白无瑕之感，绿色能给人予宁静清新、充满生机之感。由于色彩在人类实际生活中长期形成的固定联系，反映在人的心理中，也就会引发相对稳定的感受，例如不同的色彩会给人冷暖感、轻重感、软硬感、强弱感、动静感、文质感等等。陈炜在书中有专章论及色彩与人，触及色彩的美学问题，读来使人感到特别亲切。

随着社会的发展，人类生活越来越丰富多彩，色彩的设计扩及更为广阔的领域，无处不有，变化多端。但色彩设计的根本原则，却是最终都要为人服务，是为了人们生活得更美好。所以，

七彩缤纷，总应宜人。陈炜在书中说得好：“不同色彩通过不同搭配，会产生千变万化的效果，有的给人新鲜、活泼、刺激感，有的则宁静、庄重、柔和……色彩作用对象是人，人眼总是寻找着色彩的语言和美感。色彩设计要研究色彩的语言、性格、行为，从而正确合理运用它们，使之富有魅力，耐人寻味，为人类创造美好环境。”

祝愿我们生活中的色彩设计更加丰富多彩，这个世界更加美好！

一九九八年夏，深圳大学

前 言

人类生活在色彩世界里,人眼所见的一切无不带有色彩。物理学中研究物体为何呈现各种色彩,并且同一物体色彩为何在不同光照下呈现各种变化;生理学中解答人眼怎样识别色彩,色盲是怎么回事;心理学中探讨各类人对不同色彩产生的联想、情感与嗜好诸问题。

任何物体给人最先的印象是该物体表面的色彩。色彩是事物最重要的外观因素。色彩直接影响着人类生活对衣食住用各个方面的态度和情感,以至行为。如:色彩能使服装外观看起来赏心悦目;色彩能改变人们对食品的食欲感;色彩能直接控制室内影响人们心情和情感的环境气氛;色彩能抓住人们对日用品的视线并随之产生或影响购买欲望等等……

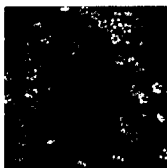
本书以人文科学中研究的人对色彩的各种需求为线索,贯穿物理学、生理学、心理学、设计美学等领域对色彩的研究,横跨自然科学和社会科学,重点研究各种不同性别、年龄、职业、文化层次的人在不同场合下对于色彩的种种需求和嗜好,提出色彩本身没有美丑,而色彩搭配存在着协调与拙劣、让人舒心和令人烦恼的情形。本书针对人类生活的方方面面,研讨色彩设计的基本原理和实用方法,目的是让更多的专业人员和业余爱好者学会设计出满足人们心理需求和视觉审美需求的美的色彩搭配,学会鉴赏和识别色彩搭配的优劣,使人们在各种色彩环境中舒心地愉快,专心工作,尽情放松,使色彩真正服务于人。

作 者

一九九八年五月

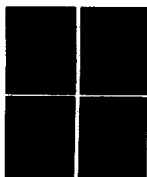
第一章 绪论

- 1 第一节 色彩与生活
- 4 第二节 色彩与设计
- 6 第三节 色彩与其他领域



第二章 色彩认识

- 9 第一节 色彩的基本概念与视觉现象
- 16 第二节 色彩的本质与属性
- 22 第三节 色彩关系
- 27 第四节 色彩的功能意义



第三章 色彩与人

- 29 第一节 不同色彩给人的感觉与偏见
- 34 第二节 色彩的象征意义
- 35 第三节 色彩的味觉
- 36 第四节 色彩的嗜好与流行色





第四章 色彩设计原理

- 40 第一节 色彩形式美的构成
- 43 第二节 色彩设计程序
- 46 第三节 色彩设计原理



- 51 第一节 建筑造型、结构与色彩
- 53 第二节 建筑材料与色彩
- 55 第三节 建筑色彩设计

第六章 环境色彩设计

- 58 第一节 环境色彩的角色地位
- 59 第二节 室内环境色彩设计
- 62 第三节 室外环境色彩设计



第七章 产品色彩设计

- 64 第一节 产品色彩对产品造型的影响
- 65 第二节 产品色彩的功能
- 66 第三节 产品色彩配色原理



第八章 包装色彩设计

- 69 第一节 包装的目的
- 70 第二节 包装与色彩的功能
- 72 第三节 包装色彩设计

- 75 第一节 服装色彩心理
- 77 第二节 服装配色原理
- 80 第三节 服装流行色





第十章 广告色彩设计

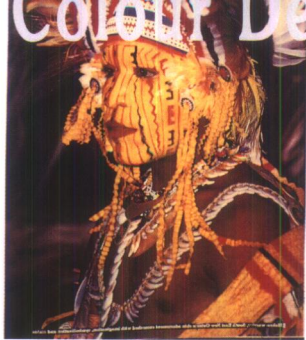
- 83 第一节 广告与色彩
- 86 第二节 广告色彩设计原理
- 88 第三节 广告与流行色



第十一章 企业形象CIS与色彩设计



- 90 第一节 企业形象CIS与色彩
- 91 第二节 企业形象CIS的色彩设计
- 94 附录一：英汉对照色彩设计术语
- 98 附录二：参考书目



第一节 色彩与生活

我们人类的视觉所能感受到的一切从大自然的万事万物到各种各样的人为形态，从人类的生活空间到工作空间无不带有色彩，色彩贯穿了人类衣、食、住、行、育、乐等活动的方方面面，人类生活在这样一个色彩世界里，色彩直接影响着人类生活，与人类有着不解之缘，其关系之密切，影响之强烈，远非通过简单的直觉所能预料。

一套赏心悦目的服饰，色彩所起的作用举足轻重；一席丰盛的晚宴，色彩能在其中改变人对食品的食欲感；环境色彩会改变人的情绪乃至活动能力；一件日用品的色彩直接影响着使用者的兴致……

工商社会的来临，导致人类

生活的丰富多彩，色彩在现代化工商业社会中扮演着越来越重要的角色。

作为社会成员之一，穿衣成为人们每天起床的第一件要紧的事，因为人作为一种高智能的生灵，对衣服的渴求远非仅仅停留在御寒和护身，面对服饰的色配等有着十分复杂和高深的要求，这决定了着装者的心理追求，直接影响其心情以至行为。

色、形、香、味是现代食品的质量要求，“色”首当其冲，食品的色彩直接诱发人对食品的感觉，人们就是从“色”去分析和判断食品的质量，如新鲜感、口感等的。

现代人对生活空间色彩有着更高的追求，正常人希望其色彩能调节情绪，使人





舒心悦意。
研究

行，由于交通色彩的辨认具有安全意义，需要专家们精心设计和研究规划。

实践表明，环境色彩对人的情绪造成很大冲击力，甚至会改变病人的心率。现代人对于建筑的室内外色彩有着明确的美感追求，例如：希望出现带有高雅、宁静或稳重感的环境色配。

体育娱乐活动，是人类生活的重要组成部分。色彩扮演起调节心理活动的主角。试想一个在工作之余显得疲倦不堪的人一走进色彩缤纷的娱乐场所，顿时疲惫全无而显得轻松自在的感觉。体育活动能使人振奋、充满活力，体育用品（如各种球类、球拍类、运动服、运动鞋帽等）的色

彩配合体现了现代人的生活
质量与生活
追求，
适度的
夸张和刺
激能使人印
象深刻，回味
无穷。

总之，现代人生活在五



交通旅游是人类的一大生活内容，交通工具的色彩对使用者本人或对观者来说都是至关重要的，涉及到视觉清晰度、安全视认度等色彩所具备的功能性；同时，交通安全中的色彩认知，也是现代生活不可缺少的部分，例如，红灯停、绿灯

彩缤纷的美丽世界中，色彩无时无刻将我们包围住，面对现实，我们必须充分利

用色彩资源，创造一种既令人向往又合乎情理的彩色环境，将我们的生活点缀得更加美好。

