

全彩
印刷



Photoshop

设计与装修专业教程

从零开始，你的店铺你做主！

卖家设计与装修自己店铺的**必备宝典**！

百万名卖家的**必选读本**，揭示让你的网店**与众不同的秘密**！

曹培强 陆沁 冯海靖 编著

☑ 网店配色 ☑ 商品修复 ☑ 背景替换 ☑ 视觉细节 ☑ 元素制作 ☑ 装修实战



清华大学出版社



内含光盘一张



Photoshop

设计与装修专业教程

曹培强 陆沁 冯海靖 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是以实例和设计理论相结合的方式逐步体现装修在网上店铺中的重要性。根据装修网店所应了解各个知识点,精心设计了50多个与装修网店相关联的实例并配有实时同步70多个的教学视频,在网店配色与商品色彩风格调整、网店商品整体调整、商品图片更换背景、网店中可用于装修元素的设计与制作部分为综合性质的实例,在网店店铺装修实战与宝贝发布部分为淘宝后台装修实战实例,全都配有实时同步的视频。

本书循序渐进地讲解了网上店铺装修时所需要的全部知识。全书共分6章内容,依次讲解了网店配色与商品色彩风格调整、网店商品整体调整、商品图片更换背景、网店视觉细节、网店中可用于装修元素的设计与制作和网店店铺装修实战与宝贝发布等内容。

本书采用实例教程结合理论的编写形式,兼具技术手册和应用技巧参考手册的特点,技术实用,讲解清晰,不仅可以作为初次开店想自己装修店铺的初中级读者的学习用书,而且也可以作为各大院校相关专业及电子商务方面培训班的教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop淘宝网店设计与装修专业教程 / 曹培强, 陆沁, 冯海靖 编著. —北京: 清华大学出版社, 2016

ISBN 978-7-302-45060-3

I. ①P… II. ①曹… ②陆… ③冯… III. ①图像处理软件—教材 IV. ①TP391.413

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第218562号

责任编辑: 李 磊

封面设计: 王 晨

责任校对: 曹 阳

责任印制: 何 芊

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 190mm×250mm

印 张: 14.25

字 数: 420千字

(附DVD光盘1张)

版 次: 2016年11月第1版

印 次: 2016年11月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 59.80元

产品编号: 067982-01

近年来网络发展的速度惊人，人们对于网络的依赖也是越来越多了。只要有互联网，买东西和卖东西都不需要在实体店内进行，在线上店铺中只要把自己喜欢的商品选中后动一动鼠标，就能完成网上交易。对于买家而言，在网上逛网店，最能够打动自己的除了价格和产品特色以外，还有整体网店的配色和装修格局，这两点也可以大大激发买家的购买欲望。对于卖家而言，能够产生经济效益的店铺是每个卖家的最大心愿。在价格与特点都大体相同的情况下，一个好的网店装修界面绝对是提升卖点的一个保证。

目前市面上流行的网店装修书籍大多数是以理论或实例两种形态存在的，而本书正好将两者的特点合二为一，使网店经营者不但可以对装修的理论有更深入的理解，还可以通过书中大量的实例来完成实践操作的过程，从而能够更容易了解网店装修所涉及的软件技能以及淘宝后台直接进行装修模块的构成。本书作者有着多年丰富的电商教学经验、网店经营和装修的实际设计工作经验，将自己在网店装修的过程中总结的经验和技巧展现给读者。希望读者能够在体会装修软件的强大功能的同时，将设计创意和设计理念通过软件体现到网店的视觉效果中来，更希望通过本书能够帮助读者解决开店装修中的难题，提高开店水平，快速成为网上销售的高手。

本书特点

本书内容由浅入深，每一章的内容都丰富多彩，力争涵盖网上店铺装修中涉及的全部知识点，以实例结合理论的方式对网店装修进行实际应用的讲解，使读者在学习时少走弯路。

本书具有以下特点。

- ◆ 内容全面，几乎涵盖了网店装修所涉及的图像、配色、视觉细节和整体店铺装修的各个方面，从商品图像编修的一般流程入手，逐步引导读者学习装修时所涉及的各种技能。
- ◆ 语言通俗易懂，讲解清晰，前后呼应，以最小的篇幅、最易读懂的语言来讲解每一项功能和每一个实例，让您学习更加轻松，阅读更加容易。
- ◆ 实例丰富，技巧全面实用，技术含量高，与实践紧密结合。每一个实例都倾注了作者多年的实践经验，每一项功能都已经过技术认证。
- ◆ 注重理论与实践相结合，书中的实例都是以店铺装修时的某个重要知识点展开，使读者更容易理解和掌握，从而方便知识点的记忆，进而能够举一反三。
- ◆ 软件与后台相结合，在 Photoshop 中完成效果图像的编修、在 Dreamweaver 中进行代码的编辑，最后在淘宝后台中直接对之前设计制作的模块元素进行装修运用。
- ◆ 书中关键的功能以及实例部分都配有实时同步的视频，可以让学习者更快、更轻松地掌握网店装修知识。

本书章节安排

本书共分 6 章，采用基础知识与应用案例相结合的方法，循序渐进地向读者介绍了淘宝网在装修时需要掌握的基础、各部分元素的绘制方法，以及将各个元素应用到网店中的方法，每章中所包含的主要内容如下。

第 1 章 网店配色与商品色调风格调整，主要介绍了装修淘宝店铺时需要了解并掌握的色彩理论与网店图片色调的调整。

第 2 章 网店商品整体调整，主要介绍了网店装修图片时遇到一些问题的解决方法，例如图片外观校正、处理商品图片中的瑕疵，以及制作图片的版权内容。

第3章 商品图片更换背景，主要介绍了在处理网拍商品图片时，为了统一风格而进行的背景替换，替换时的主要方法包含选区抠图、路径抠图、通道抠图、蒙版抠图和综合抠图，每种抠图都有与之对应的实例作为详细的演示。

第4章 网店视觉细节，主要介绍了对网拍图片进行细节方面的调整，例如统一边框、对齐、添加标签等，使整个界面看起来更加统一，并通过几个综合案例详细地演示了各种统一细节的制作。

第5章 网店中可用于装修元素的设计与制作，主要介绍了淘宝网店首页需要装修的各个区域的制作方法，并通过详细的案例演示了各个元素的制作方法。

第6章 网店店铺装修实战与宝贝发布，主要介绍了将之前设计制作的装修元素应用到网店中完成最终的装修效果，使网店能够正常运营。

本书读者对象和作者

本书主要面向想开网店的初、中级读者，是一本非常适合的网店装修教材。任何课程都应该从简单的基础开始，再循序渐进地进行学习，以前没有接触过网上开店或自己装修的读者无须参照其他书籍即可轻松入门，对于已经可以自己进行网店店铺装修的读者同样可以从中快速了解本书中的店铺配色、商品调色以及视觉细节等方面的知识点，并自如地踏上新的台阶。

本书主要由曹培强、陆沁和冯海靖编著，参加编写的成员还有王红蕾、时延辉、戴时影、潘磊、刘冬美、尚彤、葛久平、孙倩、殷晓峰、谷鹏、张叔阳、赵頔、张猛、齐新、王海鹏、刘爱华、王君赫、张杰、胡渤、张凝、张希、周荣、周莉、陆鑫、刘智梅、贾文正、金雨、黄友良、蒋立军、蒋岚、蒋玉、苏丽荣、谭明宇、李岩、吴承国、陶卫锋、孟琦、曹培军、刘绍婕、陈美荣、吴国新等。

由于时间仓促，且作者水平有限，书中疏漏和不足之处在所难免，敬请读者批评指正。

编 者



第1章 网店配色与商品色调风格调整 001

1.1 认识网店色彩.....	002	1.6.2 网店色调与配色.....	020
1.2 色彩原理.....	003	1.6.3 色彩推移.....	032
1.3 色彩理论.....	004	1.6.4 色彩采集.....	034
1.3.1 色彩与视觉原理.....	004	1.7 网店页面色彩分类.....	035
1.3.2 色彩分类.....	005	1.7.1 静态色彩与动态色彩.....	035
1.3.3 色彩三要素.....	008	1.7.2 强调色彩.....	035
1.4 颜色管理.....	011	1.8 色彩与网店页面.....	036
1.4.1 识别色域范围外的颜色.....	012	1.8.1 色彩对比.....	036
1.4.2 色彩模式.....	013	1.8.2 色彩调和.....	044
1.4.3 色彩模式转换.....	016	1.9 商品色调风格调整.....	045
1.4.4 调整颜色建议.....	016	1.9.1 通过“色相/饱和度”更换网拍商品的 颜色.....	045
1.5 网页安全色.....	017	1.9.2 通过“色阶”挽救曝光不足的商品 照片.....	047
1.6 网店配色.....	018	1.9.3 通过“通道混合器”调整商品色调.....	048
1.6.1 自定义页面的主色与辅助色.....	018		

第2章 网店商品整体调整 051

2.1 宝贝外观校正.....	052	2.2.2 去掉网拍产品中多余的部分.....	063
2.1.1 横幅与直幅之间的转换.....	052	2.2.3 修复照片中的污渍.....	065
2.1.2 校正倾斜图片.....	053	2.2.4 对服装模特面部进行磨皮美容.....	067
2.1.3 校正透视图像.....	056	2.3 为图片添加属于自己的版权.....	069
2.1.4 校正拍摄时产生的晕影.....	057	2.3.1 为商品添加保护线.....	069
2.1.5 缩小图片以便于上传.....	058	2.3.2 为商品图像添加文字水印.....	071
2.1.6 将多个商品照片裁成统一大小.....	060	2.3.3 为商品添加图像商标或图像水印.....	072
2.2 商品照片瑕疵修复.....	062	2.3.4 快速为多个商品添加文字水印.....	074
2.2.1 清除照片中的日期.....	062	2.3.5 为商品图像添加情趣对话.....	077

第3章 商品图片更换背景 080

3.1 选区抠图替换背景.....	081	3.3 通道抠图替换背景.....	095
3.1.1 规则几何形状选区替换背景.....	081	3.3.1 通道的编辑.....	095
3.1.2 不规则选区替换背景.....	083	3.3.2 使用通道为透明婚纱抠图替换背景.....	096
3.1.3 智能工具替换背景.....	086	3.4 蒙版抠图替换背景.....	098
3.2 路径抠图替换背景.....	089	3.4.1 快速蒙版抠图替换背景.....	098
3.2.1 路径的创建.....	089	3.4.2 图层蒙版抠图.....	101
3.2.2 将路径转换为选区.....	090	3.5 综合抠图替换背景.....	104
3.2.3 通过路径为女性人物抠图替换背景.....	091		

第4章 网店视觉细节 105

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 4.1 统一间距与对齐.....106 | 4.4 放大商品的局部特征.....115 |
| 4.2 统一边框.....107 | 4.5 调整细节增加商品视觉效果.....118 |
| 4.2.1 按图片颜色为其添加边框.....107 | 4.5.1 添加倒影与阴影丰富商品图片.....119 |
| 4.2.2 细致调整图像背景的边缘.....108 | 4.5.2 图像的构图类型.....121 |
| 4.2.3 统一边框样式.....110 | 4.6 将模糊照片调清晰.....124 |
| 4.2.4 商品图片边框的制作.....111 | |
| 4.3 为商品添加标签.....113 | |

第5章 网店中可用于装修元素的设计与制作 126

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| 5.1 店标的设计与制作.....127 | 5.4.3 750 广告设计.....152 |
| 5.1.1 静态旺铺店标设计.....127 | 5.4.4 190 广告设计.....154 |
| 5.1.2 动态旺铺店标设计.....131 | 5.4.5 商品详情页设计.....157 |
| 5.2 店招的设计与制作.....134 | 5.5 店铺公告模板的设计与制作.....161 |
| 5.3 宝贝分类的设计与制作.....138 | 5.5.1 750 店铺公告模板设计.....161 |
| 5.3.1 宝贝分类设计.....139 | 5.5.2 750 店铺公告动态模板设计.....162 |
| 5.3.2 子宝贝分类设计.....142 | 5.6 店铺收藏与联系我们的设计与制作.....165 |
| 5.4 自定义促销区的设计与制作.....144 | 5.6.1 店铺收藏图片设计与制作.....165 |
| 5.4.1 全屏通栏广告设计.....145 | 5.6.2 联系我们图片设计与制作.....166 |
| 5.4.2 淘宝标准通栏广告设计.....150 | |

第6章 网店店铺装修实战与宝贝发布 168

- | | |
|------------------------|--------------------------------|
| 6.1 改变店铺名称.....168 | 6.7.2 全屏广告应用.....188 |
| 6.2 应用或更换店标.....169 | 6.7.3 750 广告与 190 广告应用.....191 |
| 6.3 统一店铺的样式.....171 | 6.8 宝贝分类的使用.....195 |
| 6.4 应用与更换店招.....172 | 6.8.1 应用宝贝分类.....195 |
| 6.5 制作全屏通栏店招背景.....175 | 6.8.2 应用子宝贝分类.....198 |
| 6.6 焦点图应用.....176 | 6.9 店铺公告模板的使用.....200 |
| 6.6.1 标准焦点图应用.....176 | 6.10 店铺收藏的应用.....204 |
| 6.6.2 全屏焦点图应用.....181 | 6.11 联系我们的应用.....208 |
| 6.7 自定义广告应用.....185 | 6.12 详情页广告的应用.....216 |
| 6.7.1 标准通栏广告应用.....185 | |

第1章

网店配色与商品色调风格调整

本章重点

- ✓ 认识网店色彩
- ✓ 色彩原理
- ✓ 色彩理论
- ✓ 颜色管理
- ✓ 网页安全色
- ✓ 网店配色
- ✓ 网店页面色彩分类
- ✓ 色彩与网店页面
- ✓ 商品色调风格调整

对于网店而言，能够左右其风格的重要因素就是该店铺的色彩格调。进入店铺以后，能够对买家形成第一印象的重要因素就是网店页面的色彩，一个网店拥有漂亮的颜色配比，比其他任何设计因素都重要，因为色彩是主导买家视觉的第一因素，它不但可以给买家留下深刻的印象，而且还可以产生很强烈的视觉效果。所以装修店铺时在色彩格调的使用上需要深思熟虑。但是，并不是每个人都能够通过天生的色彩感在脑海中勾勒出比较好的色彩搭配，而是需要通过孜孜不倦的学习和脚踏实地的训练，才能够提高后天的色彩感。

本章就为大家介绍色彩与网店配色的基本知识以及网店中商品色调风格的调整，使整体店铺看起来更加吸引目光，从而为促成最终的交易起到至关重要的作用。如图 1-1 所示为统一色调的毛绒玩具店铺。



图 1-1 统一色彩风格的店铺

1.1 认识网店色彩

打开浏览器，在地址栏中输入经常光顾的店铺地址，或在淘宝中直接进行店铺搜索，在店铺页面还没显示出来之前我们就会在“印象储存”中看到网店页面的色彩了，因为页面中刺激记忆最初、最持久的元素就是色彩搭配了。失去了色彩，人们就会失去娱乐的气氛、快乐的心情，色彩是人们生活中多姿多彩的表现，是互联网生机的来源。

淘宝网页店铺的装修是一种特殊的视觉设计，对色彩的依赖性很高，一个店铺如果想吸引买家的话，好的色彩搭配是必不可少的，如果缺少了色彩就会使整个店铺变得没有生机，不引人注意。色彩设计还是店铺风格设计的决定性因素之一。如图 1-2 所示，通过色彩搭配能够将网店中女孩喜欢的毛绒玩具店铺气息凸显得更加浓重，网店中无论是主色还是背景色都是以粉色调色彩搭配，当浏览者观看后相信不仅对此页面印象深刻，而且还会回味无穷，反之如果页面中的色彩搭配与女孩喜欢的毛绒玩具不够合理，会使访问者浮躁不安，甚至会产生厌烦的感觉。



图 1-2 色彩

1.2 色彩原理

了解如何创建颜色以及如何将颜色相互关联，可以让你在 Photoshop 中更有效地工作。只有对基本颜色理论有所了解，才能使作品生成一致的结果，而不是偶然获得某种效果。在创建颜色的过程中，可以依据加色原色（RGB）、减色原色（CMYK）和色轮来完成最终效果。

加色原色是指三种色光（红色、绿色和蓝色），当按照不同的组合将这三种色光添加在一起时，可以生成可见光谱中的所有颜色。添加等量的红色、蓝色和绿色光可以生成白色。完全缺少红色、蓝色和绿色光将导致生成黑色。计算机的显示器是使用加色原色来创建颜色的设备，如图 1-3 所示。

减色原色是指按照不同的组合将一些颜料添加在一起时，可以创建一个色谱。与显示器不同，打印机使用减色原色（青色、洋红色、黄色和黑色颜料）并通过减色混合来生成颜色。使用“减色”这个术语是因为这些原色都是纯色，将它们混合在一起后生成的颜色都是原色的不纯版本。例如，橙色是通过将洋红色和黄色进行减色混合创建的，如图 1-4 所示。

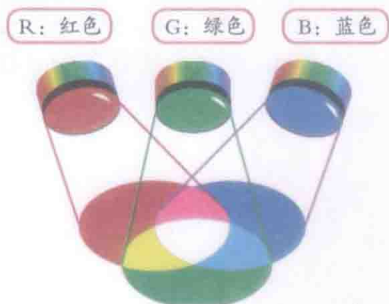


图 1-3 加色原色（RGB 颜色）

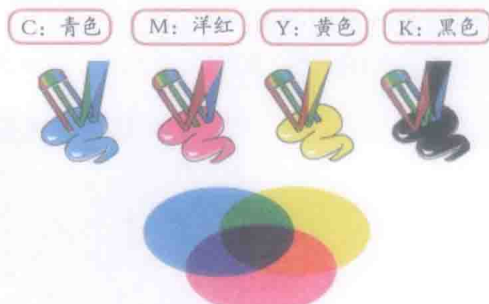


图 1-4 减色原色（CMYK 颜色）

如果第一次调整颜色分量，在处理色彩平衡时，手头有一个标准色轮图表会很有帮助。可以使用色轮来预测一个颜色分量中的更改如何影响其他颜色，并了解这些更改如何在 RGB 和 CMYK 颜色模型之间转换。

例如，通过增加色轮中相反颜色的数量，可以减少图像中某一颜色的数量，反之亦然。在标准色轮上，处于相对位置的颜色被称作补色。同样，通过调整色轮中两个相邻的颜色，甚至将两个相邻的颜色调整为其相反的颜色，可以增加或减少一种颜色。

在 CMYK 图像中，可以通过减少洋红色数量或增加其互补色的数量来减淡洋红色，洋红色的互补色为绿色（在色轮上位于洋红色的相对位置）。在 RGB 图像中，可以通过删除红色和蓝色或通过添加绿色来减少洋红。所有这些调整都会得到一个包含较少洋红的整体色彩平衡，如图 1-5 所示。

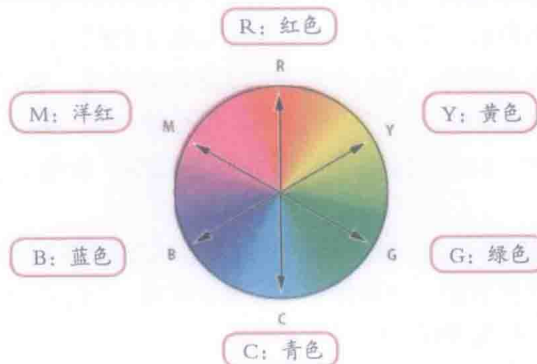


图 1-5 色轮

1.3 色彩理论

色彩的美感能够提供给人精神和心理方面的享受，人们都会按照自己的偏好与习惯去选择乐于接受的色彩，用于满足各个方面的需求。而我们是如何感知颜色的呢？色彩又是由什么来决定的呢？下面就详细讲解色彩与视觉原理以及色彩的三要素。

1.3.1 色彩与视觉原理

色彩与视觉直接体现的是通过大自然的光源将实物的颜色直接用眼睛感受视觉效果，光与色是并存的关系，有光才有色。色彩感觉离不开光。

1. 光与可见光谱

光在物理学上是一种电磁波。从 $0.39\text{ }\mu\text{m}$ 到 $0.77\text{ }\mu\text{m}$ 波长之间的电磁波，才能引起人们的色彩视觉感受，此范围称为可见光谱。可见光引入三棱镜后，光线会被分离为红、橙、黄、绿、青、蓝、紫，因此自然光是七色光的混合，如图 1-6 所示。波长大于 $0.77\text{ }\mu\text{m}$ 称红外线，波长小于 $0.39\text{ }\mu\text{m}$ 称紫外线。

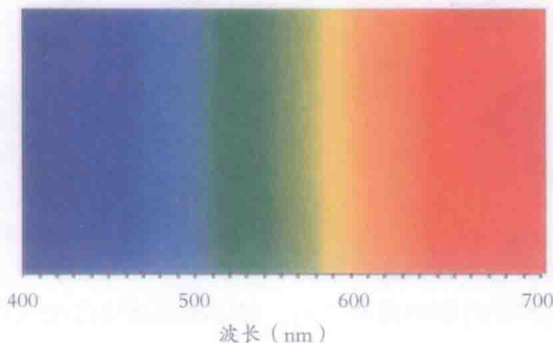


图 1-6 可见光谱

2. 光的传播

光是以波动的形式进行直线传播的，具有波长和振幅两个因素。不同长短的波长会产生色相差别，不同强弱的振幅会产生同一色相的明暗差别。光在传播时有直射、反射、透射、漫射、折射等多种形式。光直射时直接传入人眼，视觉感受到的是光源色。当光源照射物体时，光从物体表面反射出来，人眼感受到的是物体表面的色彩。当光照射时，如遇玻璃之类的透明物体，人眼看到的是透过物体的穿透色。光在传播的过程中，受到物体的干涉时，则会产生漫射，对物体的表面色有一定影响。如果通过不同物体时，就会产生方向变化，称为折射，反映至人眼的色光与物体色相同。

自然界的物体五花八门、变化万千，它们本身虽然大都不会发光，但都具有选择性地吸收、反射、透射色光的特性。当然，任何物体对色光不可能全部吸收或反射，因此实际上不存在绝对的黑色或白色。

常见的黑、白、灰物体色中，白色的反射率是 64%~92.3%，灰色的反射率是 10%~64%，黑色的吸收率是 90%以上。

物体对色光的吸收、反射或透射能力，很受物体表面肌理状态的影响。表面光滑、平整、细腻物体，对色光的反射较强，如镜子、磨光石面、丝绸织物等；表面粗糙、凹凸、疏松的物体，易使光线产生漫射现象，故对色光的反射较弱，如毛玻璃、呢绒、海绵等。

物体对色光的吸收与反射能力虽然是固定不变的，但是物体的表面色却会随着光源色的不同而改变，

有时甚至失去其原有的色相感觉。所谓物体的“固有色”，实际上不过是常光下人们对此的习惯而已。如在闪烁、强烈的各色霓虹灯光下，所有的建筑、人物的服装以及屋内的摆设几乎都失去了原有本色而显得奇异莫测，如图1-7所示。另外，光照的强度及角度对物体色也有影响。



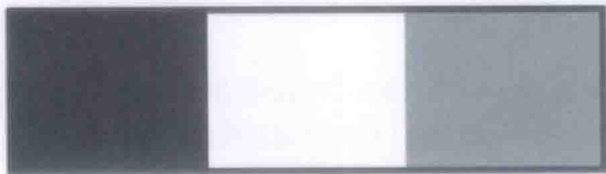
图1-7 灯光与屋内陈设混合的颜色

1.3.2 色彩分类

色彩在具体的分类中可以分为无彩色和有彩色两种。

1. 无彩色

无彩色指的是由黑、白相混合组成的不同灰度的灰色系列，此颜色在光的色谱中是不能被看到的，所以被称为无彩色，如图1-8所示。



无彩色（黑、白、灰）

图1-8 无彩色

由黑色和白色相搭配的网店，可以使内容更加清晰，此时可以是白底黑字，也可以是黑底白字，中间部分由灰色作为分割，可以使整体网店看起来更加一致，无彩色的背景可以与任何颜色进行搭配，如图1-9所示。



图 1-9 无彩色主调

2. 有彩色

凡带有某一种标准色倾向的颜色（也就是带有冷暖倾向的颜色），称为有彩色。光谱中的全部颜色都属有彩色。有彩色是无数的，它以红、绿、蓝为基本色。基本色之间不同量的混合，以及基本色与黑、白、灰（无彩色）之间不同量的混合，会产生成千上万种有彩色。一个略带红色的灰色属于有彩色，如图 1-10 所示。

有彩色是指除了从白到黑的一系列中性灰色以外的各种颜色，例如，红、黄、蓝、绿、紫等。有彩色除了具有一定的明度值以外，还具有彩度值（包括色调和鲜艳度）。

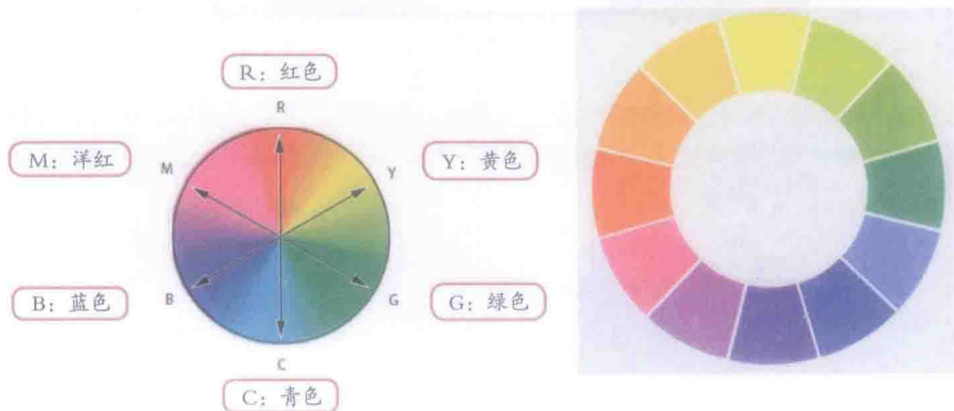


图 1-10 有彩色色轮

三原色：RGB 颜色模式是由红、绿、蓝三种颜色定义的原色，主要运用于电子设备中。例如，电视和电脑，在传统摄影中也有应用。在电子时代之前，基于人类对颜色的感知，RGB 颜色模型已经有了坚实的理论支撑，如图 1-11 所示。

在美术上又把红、黄、蓝定义为色彩三原色，如图 1-12 所示。品红加适量黄可以调出大红（红 = $M100 + Y100$ ），而大红却无法调出品红；青加适量品红可以得到蓝（蓝 = $C100 + M100$ ），而蓝加绿得到的却是不鲜艳的青；用黄、品红、青三色能调配出更多的颜色，而且纯正和鲜艳。用青加黄调出的绿（绿 = $Y100 + C100$ ），比蓝加黄调出的绿更加纯正和鲜艳，而后者调出的却较为灰暗；品红加青调出的紫是很纯正的（紫 = $C20 + M80$ ），而大红加蓝只能得到灰紫等。此外，从调配其他颜色的情况来看，都是以黄、品红、青为其原色，色彩更为丰富、色光更为纯正和鲜艳。

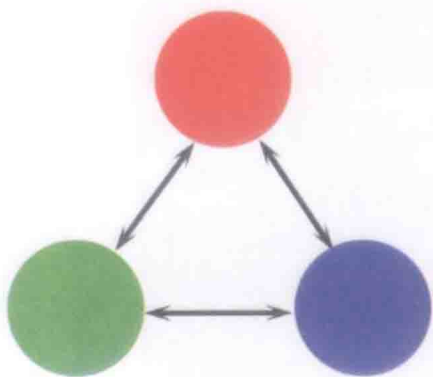


图 1-11 RGB

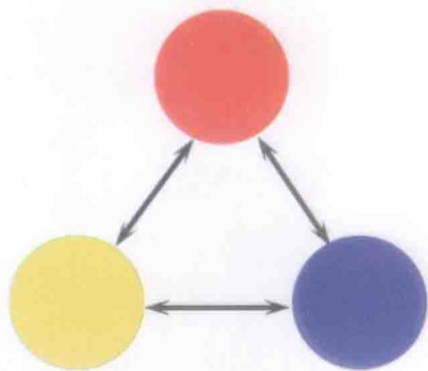


图 1-12 美术中三原色

二次色：在 RGB 颜色模式中三原色的二次色为红色加绿色变为黄色、红色加蓝色变为紫色、蓝色加绿色变为青色；在绘画中三原色的二次色为红色加黄色变为橙色、黄色加蓝色变为绿色、蓝色加红色变为紫色，如图 1-13 和图 1-14 所示。

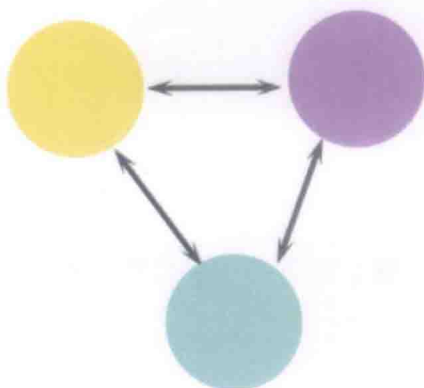


图 1-13 RGB 中二次色

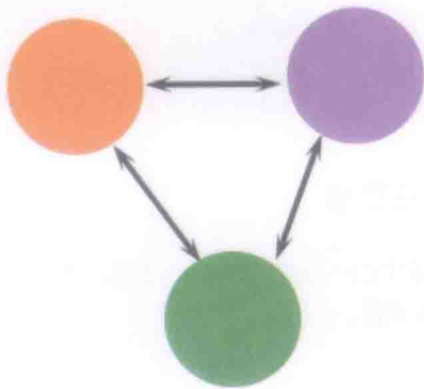


图 1-14 美术中二次色

通过有彩色装修的店铺更能在颜色中烘托出产品或为店铺增加一些喜气等，如图 1-15 所示的店铺为喜庆用品的店铺装修效果。



图 1-15 有彩色主调

1.3.3 色彩三要素

视觉所感知的一切色彩形象，都具有明度、色相和纯度（饱和度）三种性质，这三种性质是色彩最基本的构成元素。

1. 明度

明度指的是色彩的明暗程度。在无彩色中，明度最高的色为白色，明度最低的色为黑色，中间存在一个从亮到暗的灰色系列，如图 1-16 所示。在有彩色中，任何一种纯度色都拥有着自己的明度特征。例如，黄色为明度最高的色，处于光谱的中心位置；紫色是明度最低的色，处于光谱的边缘，一个彩色物体表面的光反射率越大，对视觉刺激的程度越大，看上去就越亮，这一颜色的明度就越高，如图 1-17 所示。

明度在三要素中具有较强的独立性，它可以不带任何色相的特征而通过黑白灰的关系单独呈现出来。色相与纯度则必须依赖一定的明暗才能显现，色彩一旦发生，明暗关系就会同时出现，在我们进行一幅

素描的过程中, 需要把对象的有彩色关系抽象为明暗色调, 这就需要有对明暗的敏锐判断力。我们可以把这种抽象出来的明度关系看作色彩的骨骼, 它是色彩结构的关键。

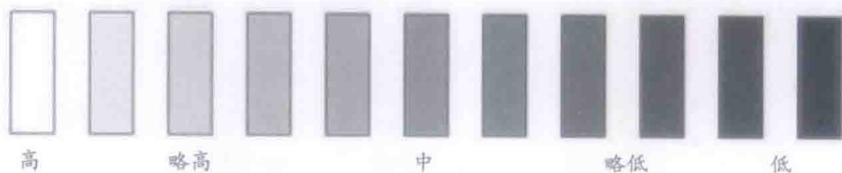


图 1-16 无彩色中的明度分布

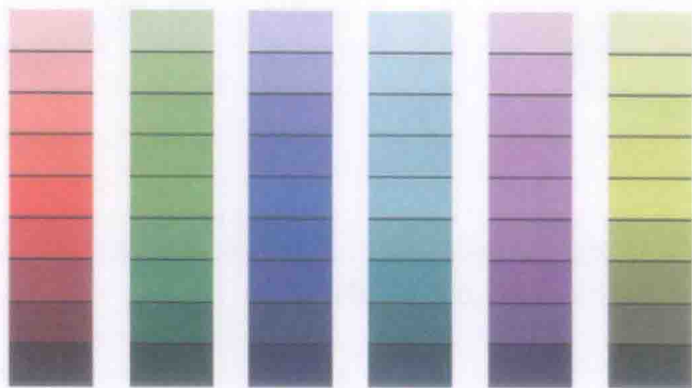


图 1-17 有彩色中的明度分布

提示

在网店装修中, 明度的应用主要是当使用同一颜色时不同明暗的网页效果。

2. 色相

色相指的是色彩的相貌。在可见光谱上, 人眼能感受到红、橙、黄、绿、蓝、紫这些不同特征的色彩, 人们给这些可以相互区别的色彩定出名称, 当我们称呼其中某一色彩的名称时, 就会有一个特定的色彩印象, 这就是色相的概念。正是由于色彩具有这种具体相貌的特征, 我们才能感受到一个五彩缤纷的世界。

如果说明度是色彩隐秘的骨骼, 色相就很像色彩外表的华美肌肤。色相体现着色彩外向的性格, 是色彩的灵魂。

在可见光谱中, 红、橙、黄、绿、蓝、紫每一种色相都有自己的波长与频率, 它们从短到长按顺序排列, 就像音乐中的音阶顺序, 秩序而和谐。大自然偶然会将这个光谱的秘密显露给我们, 那就是雨后的彩虹。它是自然中最美的景象, 光谱中的色相发射着色彩的原始光辉, 它们构成了色彩体系中的基本色相。

最初的基本色相为红、橙、黄、绿、蓝、紫。在各色中间加插一两个中间色, 其头尾色相, 按光谱顺序为红、红橙、橙、黄橙、黄、黄绿、绿、蓝绿、蓝、蓝紫、紫、红紫。在相邻的两个基本色相中间再加一个中间色, 可得到十二基本色相, 如图 1-18 所示。

这十二色相的色调变化, 在光谱色感上是均匀的。如果进一步再找出其中间色, 便可以得到二十四个色相, 如图 1-19 所示。



图 1-18 十二色相环

1-14
4-15
6-16
8-18
10-21
12-23
互为补色

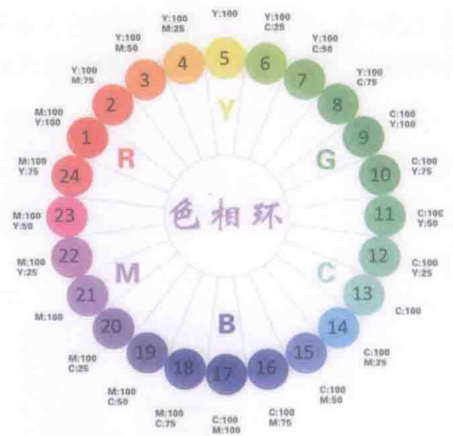


图 1-19 二十四色相环



在网店装修中，色相的应用主要是使用不同的颜色制作出冷暖色调效果的页面，如图 1-20 所示的店面分别为冷暖色调。



图 1-20 不同商品对应的冷暖色调

3. 纯度

纯度指的是色彩的鲜艳程度，它取决于一种颜色的波长单一程度。人的视觉能辨认出的有色相感的颜色，都具有一定程度的鲜艳度。例如红色，当它混入了白色后，虽然仍旧具有红色相的特征，但它的