

POSTERSHOP

# 配色手册

张勤 编著

## 海报篇

安徽美术出版社

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

配色手册系列. 海报篇 / 张勤编著. —合肥: 安徽美术出版社, 2007. 10

ISBN 978-7-5398-1839-9

I. 配… II. 张… III. ①色彩—配色—手册②宣传画—色彩—配色—手册 IV. J063-62 J218.1-62

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第145596号

配色手册——海报篇

张勤 编著

安徽美术出版社出版

(合肥市政务文化新区圣泉路1118号出版传媒广场

邮编: 230071)

安徽美术出版社网址: <http://www.ahmscbs.com>

全国新华书店经销

合肥杏花印务股份有限公司印刷

开本: 889 × 1194 1/40 印张: 2

2008年1月第1版

2008年1月第1次印刷

ISBN 978-7-5398-1839-9

定价: 15.00元

发现印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换。

配色手册

海报篇

张勤 编著

安徽美术出版社



▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

● 快乐型 / 4

● 忧郁型 / 12

● 童趣型 / 22

● 成熟型 / 28

# 目录

# CONTENTS



● 淡雅型 / 38

● 温馨型 / 44

● 浪漫型 / 50

● 古典型 / 58

● 现代型 / 64

● 戏剧型 / 70



## 快乐型



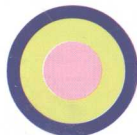
■ C0 M10 Y100 K0  
 ■ C100 M20 Y0 K0  
 ■ C0 M100 Y100 K0



■ C0 M80 Y100 K0  
 ■ C0 M10 Y100 K0  
 ■ M100 C0 Y100 K0



■ C100 M20 Y0 K0  
 ■ C0 M10 Y100 K0  
 ■ C30 M90 Y0 K0



■ C0 M40 Y0 K0  
 ■ C11 M0 Y79 K0  
 ■ C94 M94 Y0 K0



■ C70 M20 Y90 K0  
 ■ C0 M100 Y100 K0  
 ■ C40 M100 Y30 K0



■ C30 M10 Y80 K0  
 ■ C0 M30 Y100 K0  
 ■ C10 M80 Y40 K0



■ C0 M20 Y100 K0  
 ■ C0 M100 Y0 K15  
 ■ C60 M0 Y20 K0



■ C0 M40 Y0 K0  
 ■ C100 M10 Y0 K6  
 ■ C0 M40 Y80 K0

### 配色要点

黄色系和橘黄色系是突出的重点，象征精力、健康、快乐，并且有阳光般的亮度。因此，较强的亮度对比是快乐型的首要条件。而蓝色与黄色的色相对比，以及绿色与粉色、橙色等明快的颜色的加入，也能制造出快乐、明朗的感觉。暖色与对比色的蓝、紫色搭配，使此类作品既有明度变化又有色相对比。

# 快乐型

## 相关词义描述

开心的、愉快的、微笑的、健康的、有生命力的、旺盛的、明朗的、耀眼的、灿烂的、鲜艳的、色彩斑斓的

快乐是一种沐浴在阳光下的幸福感，洋溢着青春的活力。每当我们看到或想到五彩缤纷的气球、大片的油菜花、充满阳光的沙滩时，心中就会不由自主地涌起莫名的兴奋，并逐渐地扩散开来，融化心灵深处的冰块。快乐型的作品通常不甘于平庸，大胆而活力十足。其强烈的色彩对比使得自身极具吸引力，从而能很快地将它的内容信息传达给观者，使他们留下深刻的印象。

色彩在现代广告中占有重要的位置,是设计产生视觉冲击力和增强艺术感染力的重要保证,并且比图形更具有先声夺人的气势,是设计艺术形式美的一种重要的表现因素。在广告设计中,除了利用色彩象征性地表达特定的主题外,更重要的是利用色彩的相互配合,创造出适于表达设计主题内涵的艺术氛围。

设计随笔

图 1



作品：某食品海报

点评：悦目的色彩、夸张的姿态、开心的笑容，以及不受约束的书写，无不体现出此品牌食品给消费者所带来的巨大喜悦。画中人物手托食品的形象经过处理后更显夸张，增加了快乐的内涵。同时，人物的眼神以及手中的盘子都朝向正前方，产生与外观者进行交流的感觉，使人很快注意到画中所指的信息。



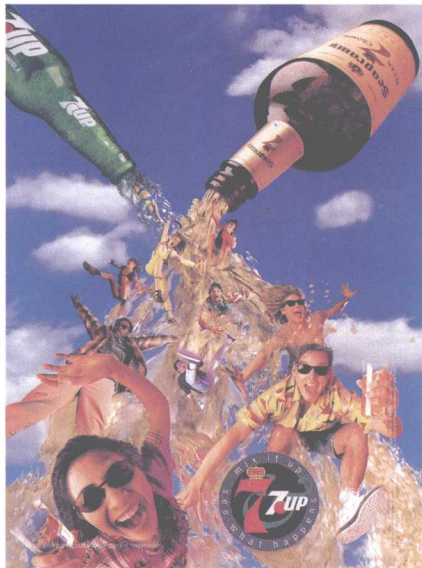


图2

作品：某品牌饮料海报

点评：整幅画面无不洋溢着青春、活力、刺激和冲动的情绪，这就是此产品的功能诉求。通过夸张的手法，将冲浪与倾倒饮料的画面自然结合起来，从而产生强大的视觉冲击力。正是这实际不可能但看似可能的画面，展现出一种年轻的、朝气蓬勃的生活方式，也激发了每位观者的情绪。



图3

作品：雀巢润喉片海报

点评：对比强烈的色彩与圈纹背景的组合，将声音的剧烈扩张感体现出来，从而使画面直接指向产品的目标消费群——用嗓过度人士。同时，画面图形展示出人做“过山车”时的夸张表情、姿态，增强了视觉的刺激性。

# Engineering the Future of Food

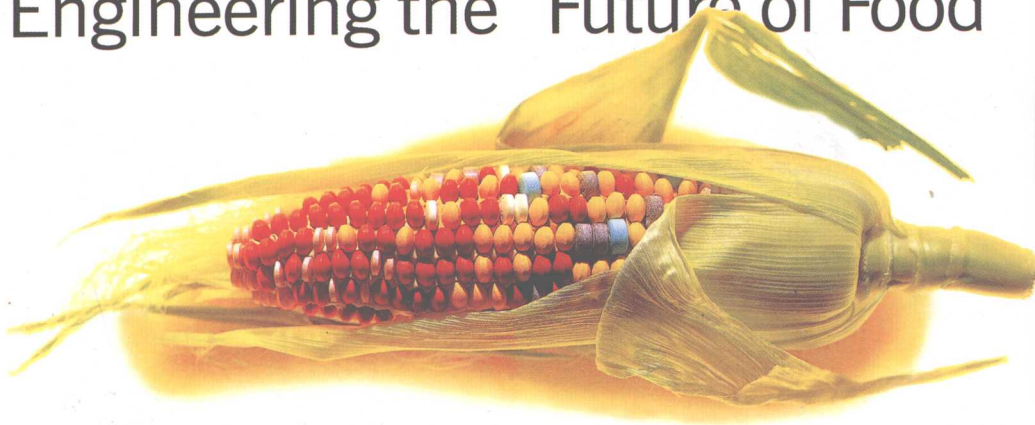


图 4

## ■ 作品：某保健品海报

**点评：**玉米是人类得以生存的一种食物，富有多种人体所需的元素。此图运用异形同构的手法，将各种药片替换了玉米棒上的颗粒，形成完整画面，从而将玉米的上述功能赋予了保健药片，并进一步指明它是未来食物的发展方向。

**注：**这是一种异形同构的手法。异形同构指的是在两个相互有共同点的不同元素之间，寻找它们具有的共性或外形特征上的共同点，从而有机地组合，“也就是让驴唇对上马嘴”或“超现实的搭配”。这样一来，一物的内涵和特征便被赋予到另一物上，如上图的药片与玉米粒的形状相似，进行置换后获得了新奇的效果，耐人寻味。第7页图例手法相同。

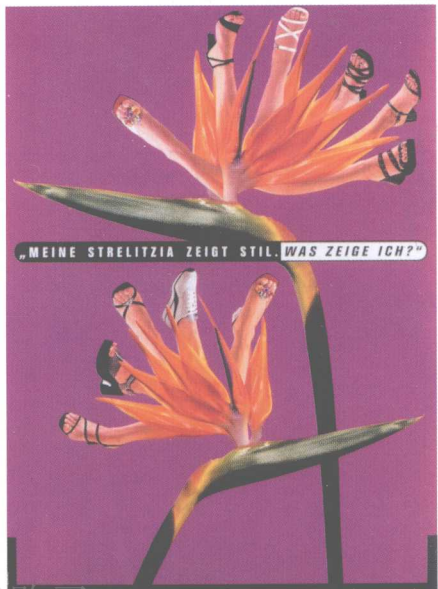
■  
主题：某鞋类产品海报

点评：此图色彩明艳而时尚，洋溢着愉悦情绪。创意利用了人腿跟花瓣在形态上的相似之处，同时也利用花瓣的美丽来烘托、展现产品的时尚、美观。完美的造型、完美的细节，这不正是目标消费群——追求多彩、时尚生活的女性——所向往的吗？这可以说是利用“异形同构”手法的又一成功案例。



图 5

图 6



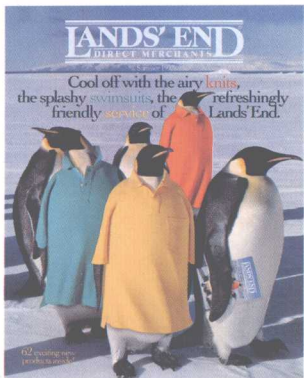


图 7

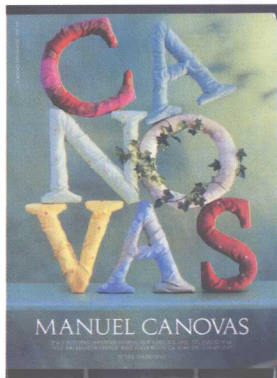


图 8

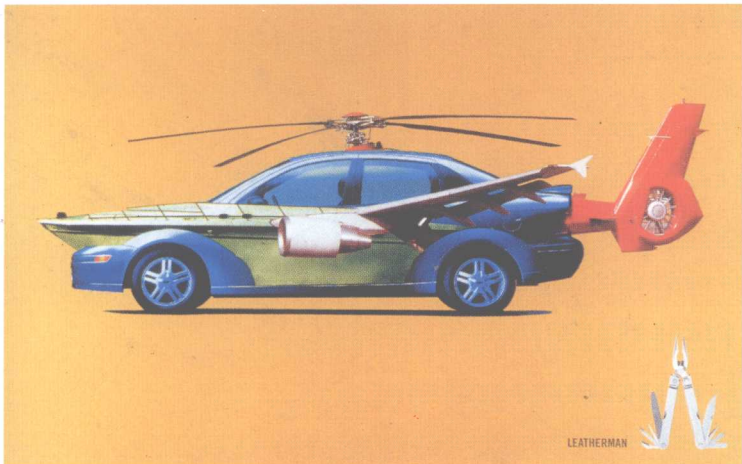


图 9

■ 作品：某品牌刀海报

点评：“集多功能于一身”正是此品牌刀的广告定位点，围绕此诉求结合多形同构的创意手法，将信息传达出来。色彩的快乐性也正是产品消费者的年轻性。

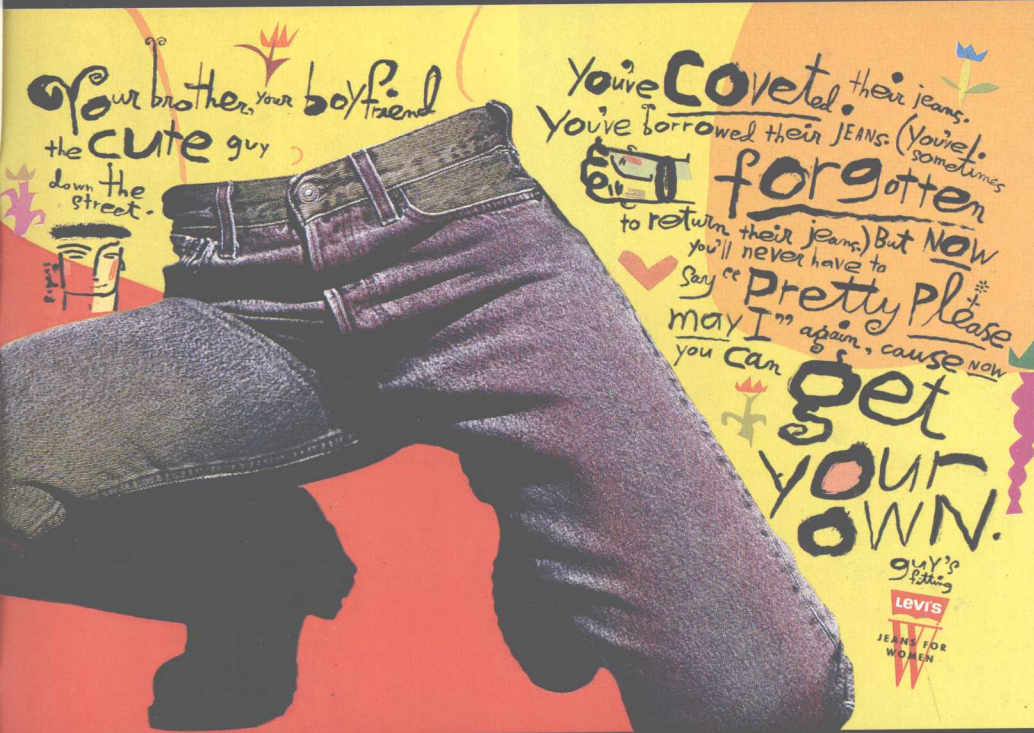


图 10

作品：Levi 牛仔裤海报

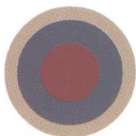
点评：此图巧妙地将硬性的功能诉求和软性的形象象征合二为一。模特夸张的肢体语言以及恣肆的文字，将产品的特征表现得淋漓尽致，一目了然，并使观者在第一时间感到舒适。整个图形舍弃去人物上身，而将视线聚集到下身的姿态变化。构图简洁合理，创意新奇，速度感和现代感强烈，很好地呼应了Levi 自由不羁、张扬自我的品牌内涵。



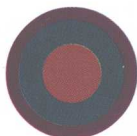
## 忧郁型



■ C0 M11 Y38 K76  
 ■ C0 M0 Y0 K100  
 ■ C0 M60 Y80 K20



■ C50 M94 Y100 K0  
 ■ C73 M60 Y75 K0  
 ■ C0 M20 Y40 K40



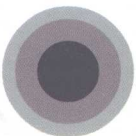
■ C0 M76 Y56 K56  
 ■ C87 M0 Y60 K65  
 ■ C38 M94 Y0 K65



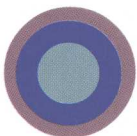
■ C0 M18 Y100 K27  
 ■ C0 M50 Y81 K38  
 ■ C66 M88 Y82 K38



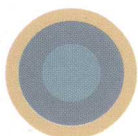
■ C0 M0 Y0 K40  
 ■ C0 M0 Y0 K70  
 ■ C0 M0 Y0 K90



■ C80 M70 Y70 K50  
 ■ C50 M40 Y50 K10  
 ■ C40 M20 Y40 K0



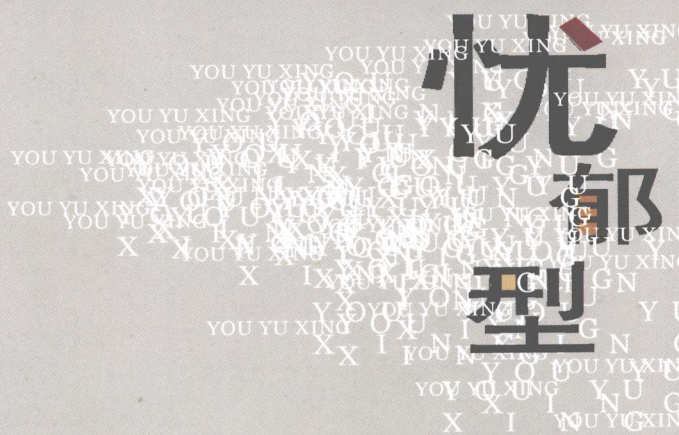
■ C40 M0 Y20 K40  
 ■ C95 M71 Y6 K0  
 ■ C0 M40 Y0 K60



■ C40 M0 Y20 K40  
 ■ C20 M0 Y0 K60  
 ■ C0 M20 Y60 K20

## 配色要点

此类用色集中在中彩度、中明度以下的浑浊色调，以及灰色、黑色等无彩色系列。其中灰色是中性、无感情的色彩，属于一种被动性的色彩，容易产生抑郁、安静、无聊、遗忘、灰心等心理反应，既没有高潮也没有低潮；黑色是消极色，具有悲怆、绝望、虚无、恐怖的心理特征。这两种色是体现之重点。但画面颜色分配时重色面积不能过大、过暗，防止造成沉重之感。同时，冷灰色分量多些；而一点暖灰色的插入又使压抑的世界有了变化，不致于彻底绝望。



### 相关词义描述

灰暗而无光、沉重而浑浊、单调而郁闷、隐藏的、神秘的、焦虑的、发慌的、遮蔽的

**忧郁**是一种病态的精神，与快乐相反，意味着不健康、没有活力。正如连绵多日的雨天、黑压压的乌云、四处茫茫的浓雾……掩盖了事物的本来面目，又如腐败的树木、秋天的落叶等，造成心灵的收缩和压抑。不过这是一种独特的风格，可能使观者被此类作品所赋予的不安、神秘的气质所吸引，并被作品隐藏的事实而打动。

图形、文字和色彩是平面设计的三大核心元素，虽然各自呈现的方式不同，却又是相辅相成的。用来进行创意表达的图形内涵往往存在着某种不确定性，这时借助文字的表达来使其充实而圆满、点明“正身”；反之，文字信息是图形创意的思想源泉，借助对文字的理解，引发无限的图形联想。由于参与到图形的造型活动中，色彩于是成为图形的一部分，可以帮助观者识别图形，理解内容，认识内涵，并留下深刻的印象和记忆。

设计随笔

图1



作品：某戒烟海报

点评：这是一幅主张戒烟的海报，借用两块烟熏肉的形与色（肺形与熏肉形相似），暗示吸烟带来的恶果；同时通过对灰暗色墙面的渲染，更加重了观者内心惊恐和担忧的情绪。





图 2

■  
作品：奥胡斯国际音乐节海报

点评：隐约、虚化的色块协同零落的似乐符般的点块共同构成忧郁、伤感的基调。该图紧紧围绕此类风格进行充分的表达，重点放在图形表现上，突破了传统写实的手法，不体现人物的细节情态，将其隐约化。在黑色调上，由于色块边界的模糊，以及部分亮丽色块的渗透，画面避免了压抑、厚重之感而产生透气性。

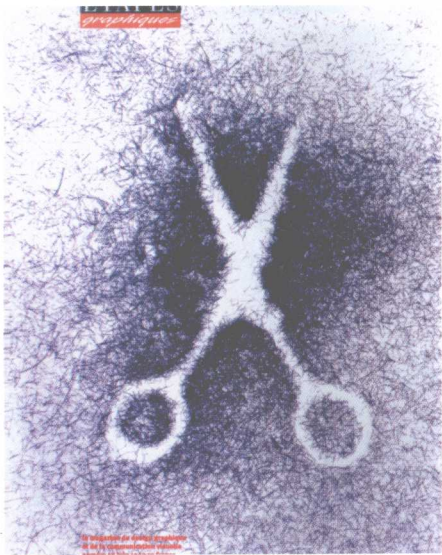


图 3

■  
作品：某平面设计杂志

点评：画面中所表现的图形不是常规的“正形”，而是由次要元素围合的“负形”，体现现代图形创意思维的拓展性。此图中的“地”即“背景”，也成为了表现的重点，产生了一种趣味性；此外密匝匝的短线造成强烈的心理触觉，视觉体验丰富。