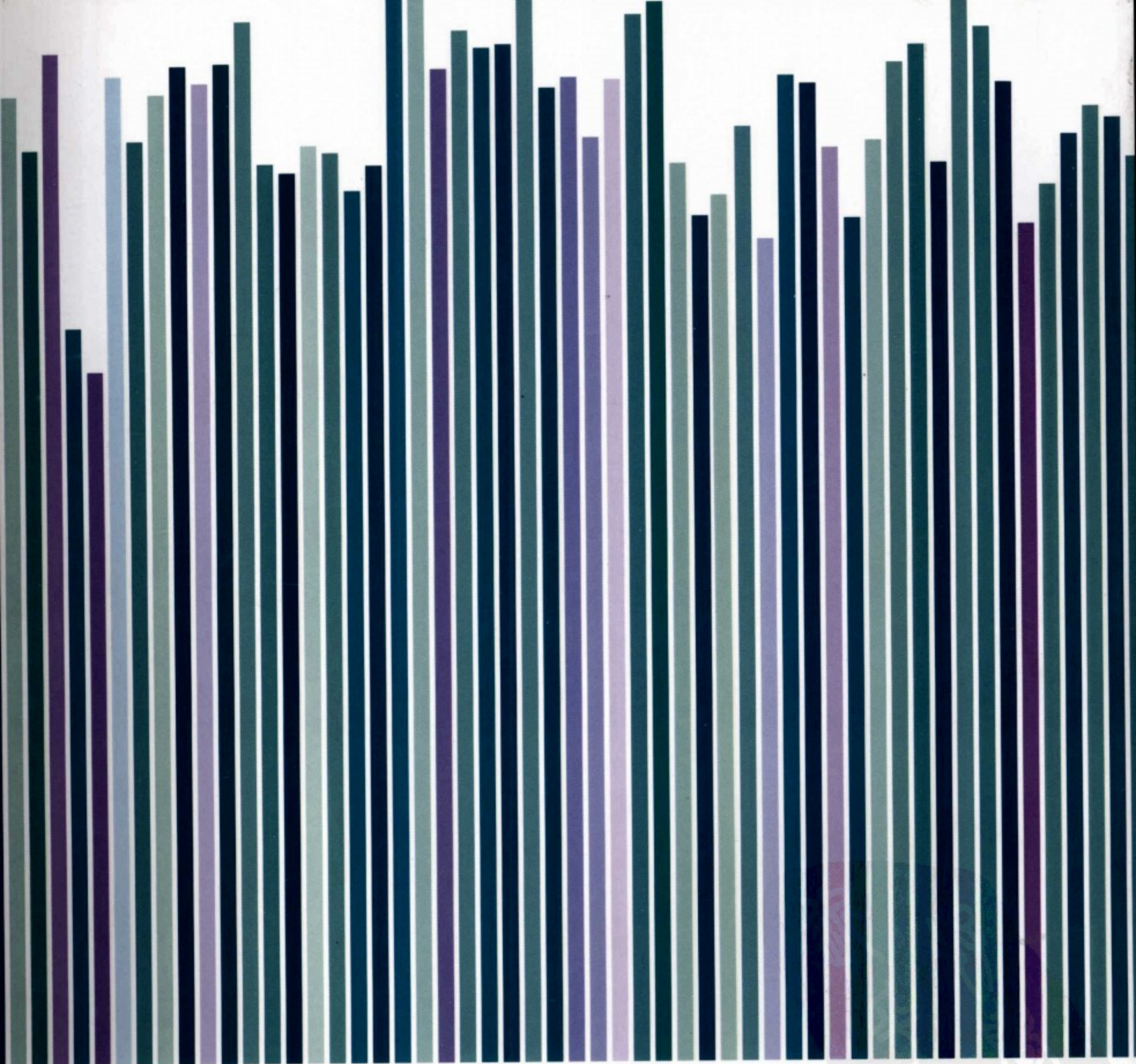




高等艺术设计院校色彩教材丛书 设计色彩 Color Design Series for Art & Design Colleges 崔唯 / 主编 周钧 / 编著

视觉传达色彩设计

 中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

策划编辑 张 军
责任编辑 郭 光 王思真

《高等艺术设计院校色彩教材丛书》共八册,《视觉传达色彩设计》和《服装色彩设计》为其中两册,由国内色彩领域知名专家、学者和教授编撰而成。

《视觉传达色彩设计》的第一部分主要介绍视觉传达设计的概念和分类;第二部分主要介绍色彩设计与视觉传达的关系以及视觉传达色彩设计的现状;第三部分主要从视觉传达色彩设计的要素、定位和理念等方面详细讲解了视觉传达色彩设计的原理;第四部分通过大量的案例对色彩设计在视觉传达的不同领域中的应用进行剖析,使该领域的从业人员、高等院校的专业学生和爱好者能非常清晰、透彻地了解视觉传达色彩设计的具体应用。

本书理论部分条理清晰,案例部分实用性和时效性强,既可作为教材使用,也适合专业学生和从业人员作为参考用书。

上架建议:设计-平面设计-色彩设计

中国美术学院美术考级教材
视觉传达色彩设计
中国美术学院美术考级教材
视觉传达色彩设计
中国美术学院美术考级教材
视觉传达色彩设计

明码 4102 2870 8574 0891
密码

本册: 58.00 元

ISBN 978-7-5006-7834-2



9 787500 678342 >

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128。客服电话：010-58582300。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 010-65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-64069359 010-84015588转8002

Email: law@21books.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

设计色彩/崔唯主编;周钧,庞绮编著. —北京:中国青年出版社, 2008

ISBN 978-7-5006-7834-2

I. 设... II. ①崔... ②周... ③庞... III. 色彩学 IV. J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第190142号

书 名: 设计色彩

——视觉传达色彩设计

编 著: 周 钧

出版发行: 中国青年出版社

地址: 北京市东四十二条21号 邮政编码: 100708

电话: (010) 84015588 传真: (010) 64053266

印 刷: 北京嘉彩印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16

总 印 张: 22.5

版 次: 2008年2月北京第1版

印 次: 2008年2月第1次印刷

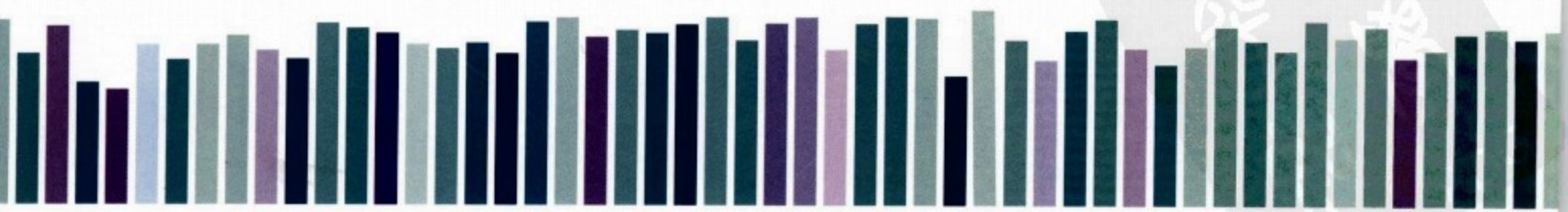
书 号: ISBN 978-7-5006-7834-2

总 定 价: 116.00元(共两分册)



设计色彩 视觉传达色彩设计

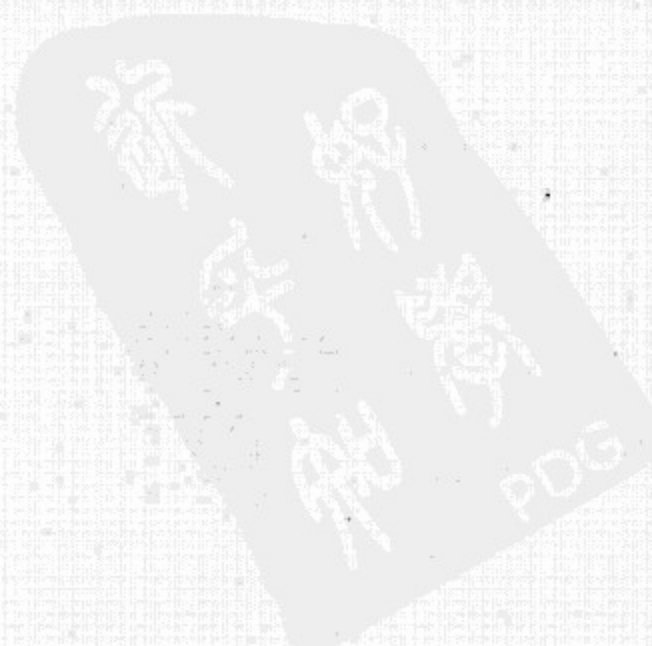
■ 崔唯 主编 ■ 周钧 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮



序言

进入21世纪以后,随着中国经济的持续发展,以及国际经济一体化、文化全球化时代的到来,国内设计界越加感到色彩的重要。事实上,色彩的重要性不仅体现在美化生活、优化产品、启迪心灵,而且在商业时代,色彩还成为经济发展的重要推动力量。于是近年来“色彩经济”、“色彩消费”、“色彩管理”、“色彩营销”以及“城市色彩”、“流行色”、“色彩设计”、“色彩顾问”等已经发展成为重要的流行词汇。

从国外,特别是日本近50年的色彩发展历程与成功经验来看,一个国家的整体色彩设计水平和国民色彩素质的提高要依赖于色彩教育的普及。为此,中国要想实现一个色彩强国的梦想,当务之急就是要充分意识到色彩教育的重要性及迫切性。中国自20世纪初期引进西方色彩教育以来,大体经历了三个阶段,即装饰色彩时期(1910年至1980年)、色彩构成时期(1980年至2002年)和色彩设计专业时期(2002年至今)。每个时期可谓是各具特色,并且都为国内设计的发展做出了重要贡献。

“百年大计,教育第一”。因此,中国未来色彩事业发展的牢固基石还是在于色彩教育的普及与提高。整体上看,“普及”可以通过国内一些专业机构、色彩公司等团体来完成,如色彩设计师资格认证、色彩设计培训等形式,主要实现大众化的色彩教育任务。而“提高”则更多地依靠具有教育优势的高校来进行,主要为社会和行业培养高素养、高技能的色彩专业人才。现代教育实践表明,教材是教学之本。因此,建立符合当代色彩设计艺术发展规律和教学特色的色彩教材体系就势在必行了!

北京服装学院作为目前国内重要的艺术设计院校之一和国内第一个建立了色彩专业的院校,近年来结合色彩设计专业的教学需要,在教材建设方面花费了大量心血。此次出版的《高等艺术设计院校色彩教材丛书》是向国内色彩学同行、读者系统地介绍本院在色彩教学、色彩研究、色彩实践等方面取得的阶段性成果,目的是借此机会与国内同行进行专业交流,同时促进国内色彩教育、色彩研究、色彩出版的发展和繁荣。

因此,我希望借助《高等艺术设计院校色彩教材丛书》,对国内高等色彩设计教育理念、形式的改革以及教学水平的提高起到促进作用。



崔唯

2007年12月北京服装学院

目录

第一章 视觉传达设计的概述	7
1 视觉传达设计的概念与构成要素	8
1.1 视觉传达设计的概念	8
1.2 视觉传达设计语言的构成要素	10
2 视觉传达设计的分类	14
2.1 平面视觉传达设计领域	14
2.2 传媒视觉传达设计领域	20
2.3 环境视觉传达设计领域	24
第二章 色彩设计与视觉传达	27
1 视觉传达色彩设计的基本概念	28
1.1 色彩语言与视觉传达构成要素	28
1.2 色彩设计与色彩功能特征	30
2 视觉传达色彩设计的发展历程	40
2.1 视觉传达色彩设计的渊源	40
2.2 色彩科技与视觉传达色彩设计	44
3 视觉传达色彩设计的研究目的	52
3.1 了解和分析视觉传达色彩设计领域的现状	52
3.2 研究视觉传达色彩设计的要素和现代色彩技术的应用	54
3.3 提高中国视觉传达色彩设计水平,掌握现代色彩应用技术能力	54
第三章 视觉传达色彩设计原理	55
1 视觉传达色彩设计的要素	56
1.1 色彩设计与图形的关系	56
1.2 色彩设计与字符的关系	57
1.3 色彩设计与物体(媒介)的关系	57
1.4 色彩设计与应用材料(颜料、染料、油墨、纸张等平面材料)的关系	58

1.5 色彩设计与设备、工具的关系	59
2 视觉传达色彩设计的定位	60
2.1 视觉传达色彩设计的范畴与社会人文学	60
2.2 视觉传达色彩设计的对象、阶层与市场战略学	62
2.3 视觉传达色彩设计的目的与社会心理学	64
2.4 视觉传达色彩设计的效应与社会商品学	66
3 视觉传达色彩设计的理念	68
3.1 色彩设计世代论	68
3.2 色彩设计市场论	69
3.3 色彩设计战略论	72

第四章 视觉传达色彩设计的应用 75

1 平面视觉传达色彩设计的应用	76
1.1 标志与符号色彩设计的应用	76
1.2 产品包装色彩设计的应用	86
1.3 产品图案色彩设计的应用	108
1.4 招贴、彩色喷绘和灯箱广告色彩设计的应用	114
1.5 印刷样本色彩设计的应用	128
1.6 书籍装帧色彩设计的应用	136
2 传媒视觉传达色彩设计的应用	140
2.1 报刊与杂志色彩设计的应用	140
2.2 影视与模特色彩设计的应用	144
2.3 IT行业和英特网中的色彩设计应用	150
3 环境视觉传达色彩设计的应用	160
3.1 商品展示、橱窗布置色彩设计的应用	160
3.2 产品陈列色彩设计的应用	166
3.3 展览色彩设计的应用	172
3.4 展会布置色彩设计的应用	176

新刊
三才圖會
卷之八
雜考
附錄
PDS

第一章

视觉传达设计的概述

人类在进化、求生存的过程中，逐步认识千变万化的色彩世界，懂得运用色彩来装饰自己、绘制图形表达自己、创造语言文字进行信息交流。因此，自原始社会起，色彩、图形、字符就是人类进行信息交流的基础。

1 视觉传达设计的概念与构成要素

1.1 视觉传达设计的概念

视觉传达设计,从词组的字意上来理解,就是将要所表达的信息语言通过视觉形象借助媒介来表现,并传递给行为个人的视觉感知设计。

视觉传达设计源于平面设计。随着印刷技术的发展,欧美等国家在19世纪中叶出现了为平面印刷术服务的平面设计师群体(或称印刷美术设计、图形设计),即Graphic Design,这就是现代平面视觉传达设计领域的先导设计群体。1980年,世界著名的出版公司美国Harry N.Abrams,Inc出版了由爱德华·鲍斯·克里保(Edward Booth Clibborn)与丹尼尔·巴罗尼(Daniel Baroni)合著的名为:THE LANGUAGE OF GRAPHICS(平面设计语言)的书籍,专门介绍平面设计及设计语言的发展历程。

随着社会的发展和科学技术的进步,平面设计(Graphic Design)已超出原有的范畴。1960年,在日本召开的世界设计大会(ICOGRADA World Design Congress)上,产生了“视觉传达设计”的概念。视觉传达设计的英文为:Visual Communication Design,就英文的单词意译,Visual为视觉的、看的,Communication为传播、传达、传递,Design为设计,三个英文单词组合为一个词组,即视觉传达设计。当时的视觉传达设计的概念定位比较明确,也是较为科学的。但是,20世纪下半叶、21世纪初,社会的高速发展,科学技术的突飞猛进,视觉传达设计所包含的范畴已拓展到社会的各个领域:互联网、IT行业、会展事业、环境空间、影视广告、三维动画、商业推广等,并形成与视觉传达设计相关的产业链,如电脑、电脑设计软件、数码喷绘的硬件及耗材、视频设备与技术、互联网和IT行业的传送技术等。因此,当今的视觉传达设计者所要了解和掌握的视觉传达设计知识是多领域和多学科的。(图1至图9)



图1 出租汽车车身广告

图2 商店门面招牌

图3 书店

图4 夜间五彩缤纷的路灯

图5 公交站台的灯箱广告

图6 百事可乐网络广告

图7 网页搜索

图8 展会产品展示

图9 电脑图形处理

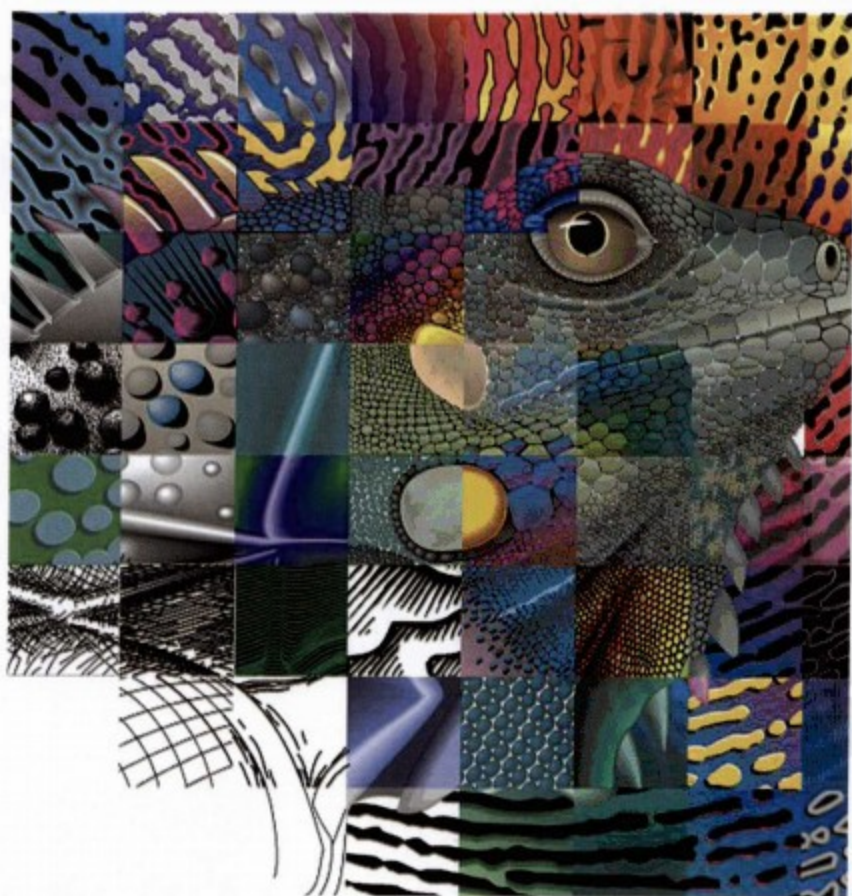
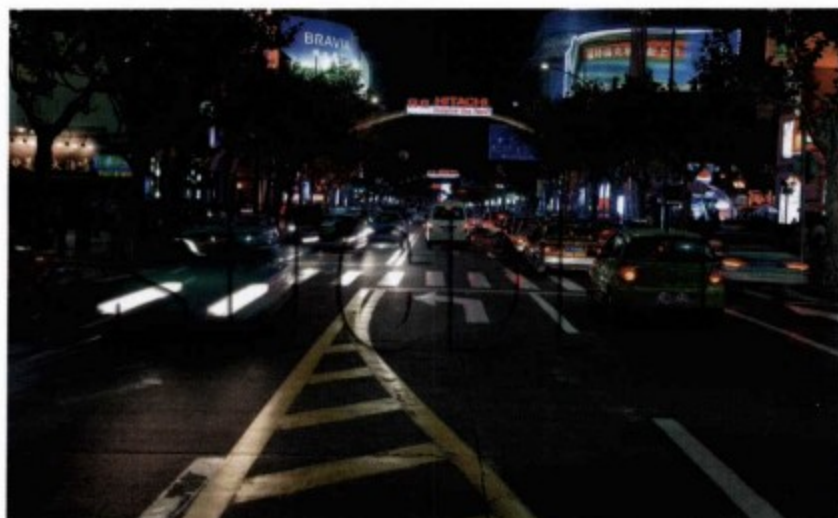
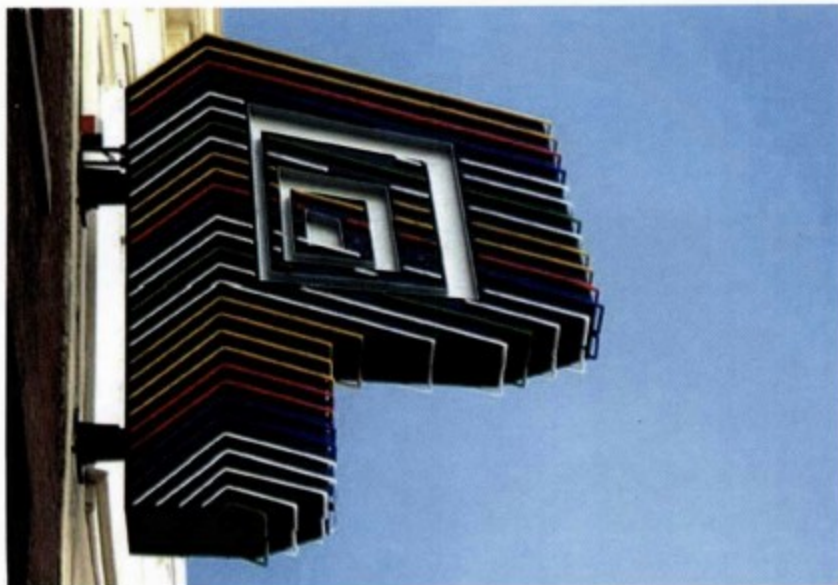
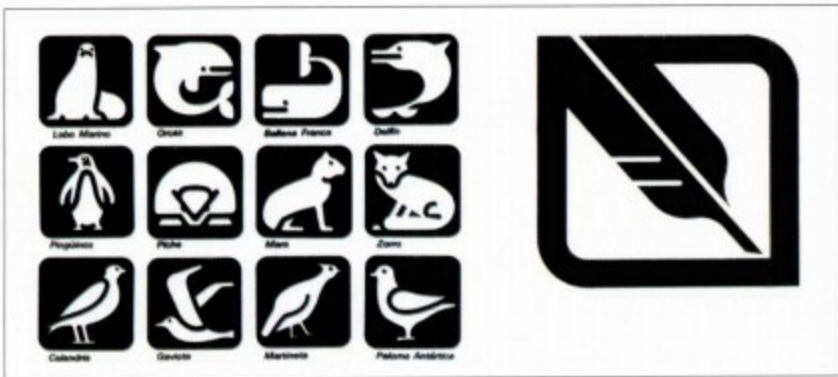


图14 模特视频广告

图19 中国远古彩陶图形



视觉传达设计是一个把概念(理念)视觉化、形象化、信息化的表达过程,通过视觉形象(图形语言)设计,传达、刺激视觉传达信息接受者,使视觉传达信息接受者能迅速解读或产生联想来认知视觉形象(图形语言)所表达的语言信息。因此,图形语言是视觉传达设计的基础构成要素。

图形作为一种视觉形态,本身就具有语言信息的表达特征,比如,三角形是锐角形态,具有好斗、顽强的感觉;六角形既不是圆形,又不是方形,给人平稳和灵活的感觉;圆形线条圆滑,给人平静的感觉;而正方形具有四平八稳的形态,表现出庄重、静止的特征。因此,图形作为视觉传达构成要素具有以下几个特性:

视觉传达设计所应用的图形或符号应有明确的意思,使视觉传达信息接受者,能够快速、准确地认知或解读图形信息。

在视觉传达设计中所表现的图形语言应充分刺激视觉传达信息接受者的联想能力和视觉经验。图形语言的创作设计过程,就是视觉形象再思维的过程,要让视觉传达信息接受者完全理解所传达的语言信息。

在视觉传达设计时,采用或创作图形语言,应将图形的象征性作为设计要素进行思考。图形的象征特性非常容易使视觉传达信息接受者理解和感知信息语言的目的和效应。

因此,在视觉传达设计中图形构成要素的运用是整个设计的基础,只有准确运用图形构成要素,将视觉传达图形设计的艺术性和表现性、功能性和象征性相互统一,就能达到较完美的视觉传达图形设计效果,同时获得视觉传达信息接受者对信息的认知和反馈。(图 16至图 19)

1 视觉传达设计的概念与构成要素

(3) 字符

在视觉传达设计中,色彩、图形、字符三者是不可缺少的构成要素。在视觉传达过程中,字符语言的视觉传达更为直接和明确。

中国“汉字”字形的基础是远古时代后期的象形符号,考古学家从大量的彩陶文物中发现了绘画向形象符号演变的轨迹,即中国汉字字形的雏形。古代中国人在社会生活实践中,依据丰富的审美感知度和创造性的形象思维能力,对图形、象形符号进行不断地总结和改进,将这些产生于自然和社会实践的象形符号慢慢地、系统地贯串起来,经过漫长岁月的演变,最终出现了“汉字”。

汉字的创造来自远古,汉字作为华夏民族语言中最基本的文字符号,记载着中华民族五千年辉煌灿烂的文明史。从古至今,汉字及其各种艺术表现形式,在视觉传达中都充分体现了其特有的信息传递功能。无论是产品的包装,还是商铺的店面装修以及其他视觉空间,无处不散发着“汉字”艺术的韵味。

(图 20)

在现代视觉传达设计中,外文字符也是设计构成要素不可缺少的部分。外文字符的构造形态分为两种:

① 符号型

如欧洲、南北美洲、拉丁美洲及大洋洲地区。

② 结构型

如亚洲、非洲等地区。

随着经济全球化的发展,国际间的交往日益频繁,各种视觉信息的交流和反馈日益增多。在视觉传达设计中,中外文字的正确运用和准确的表达,是不可忽视的环节。在视觉传达设计中,色彩、图形、字符三个构成要素是唇齿相依的关系。只有充分把握好字符与色彩、图形的处理、编排关系,推新设计思维理念,运用现代设计手段就能创作一幅成功的视觉传达设计作品。(图 21)





图20 中国象形文字

图21 字符组合的标志

图22 国外报纸版式

图23 外版图书版式

图24 外版图书版式

(4) 版式

在解释版式概念之前,先要知道什么是“版”?在古代中国,“版”与“板”的字义是相通的,既为造房筑墙用的夹板,两版相夹装满泥浆,筑成高墙。以后“版”被引申义解为片状形态、表面平整的物体。唐代时期发明了雕版印刷术,即在木板上刻字,然后刷上油墨,将字体印在纸上,这是最古老的印刷术。其中,刻有文字、图形的木板,叫做“印版”或称为“版”。由文字、图形、符号及空白组成平面,称为“版面”。由此可见,所谓“版式”就是版面色彩、图形、文字编排或设计的形式。

“版式”是视觉传达平面设计的基本要素,它有两种属性:

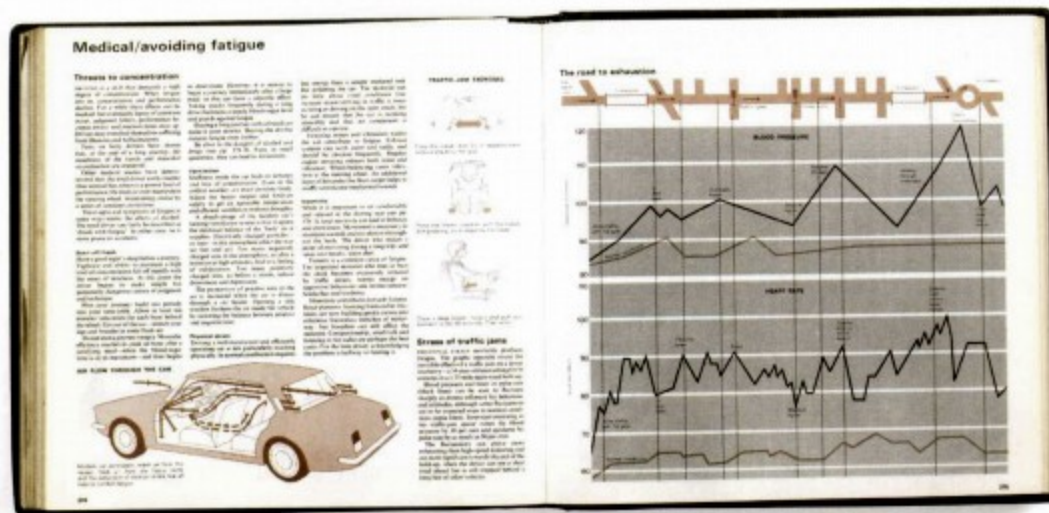
① 版式是视觉传达设计的平面体

视觉传达所要表达的信息,通过色彩、图形、文字符号等信息元素编排、提炼、设计在一个或多个平面内,这是内容与形式的结合体。

② 版式是视觉传达设计的信息发布载体

在视觉传达设计领域,各种视觉传达信息可以通过多种媒介载体进行视觉信息的传达,如视频形式、网络形式,而版式形式是视觉传达的专属的信息发布载体。版式载体具有信息传播面广、信息涉及量多,视觉传达信息接受者感知和反馈速度快的特性。

在视觉传达设计的发展历程中,有很长一段时期,视觉传达是处于平面设计的状态。从古代东汉时期蔡伦造纸技术的发明,唐代雕版印刷术的创造,宋代毕昇的活字印刷术的应用,到15世纪中叶,铅活字印刷术的诞生,一直到19世纪中叶,锌版印刷技术的成熟和发展,平面设计(印刷美术设计Graphic Design)一直承担着视觉信息传达的重任。版式作为平面设计的基本构成要素,同样经历了演变、发展、推新的过程。在电子技术高度发达的时代,印刷技术的推陈出新,设计制版技术的不断更新和提高,为视觉传达平面设计的版式编排与设计,提供了广阔的视觉空间。因此,视觉传达设计是平面设计的延伸和扩展。(图22至图24)



2 视觉传达设计的分类

2.1 平面视觉传达设计领域

(1) 符号与标志

符号与标志是视觉传达设计的设计元素,符号或标志可以单独作为视觉传达的信息主体,直接将所需表达的信息传达给信息接受者。同时又可以作为平面视觉传达设计的一种设计元素与其他设计元素组合构成,以一组视觉形象信息进行视觉信息传达。从某种意义上讲,符号是平面视觉传达的先导元素,比如,远古时代的图腾或象形符号就是最早的视觉符号。

符号与标志是将一种概念或信息形象化、视觉化。通过视觉符号或形象标志刺激视觉传达信息接受者,而视觉传达信息接受者则通过视觉生理感知和大脑神经中枢引起联想解读视觉符号或标志。在平面视觉传达设计中符号与标志具有认知性、定位性等特性。

符号与标志所涉及的范围很广,有公共社会类型、企业服务类型、专业标识类型、商业传播类型、展会标识类型和特定标志类型。

a.公共社会类型:社会救助信号与标识、社会公共服务标识、慈善事业类标志。

b.企业服务类型:企业分类符号、行业分类符号与标识、企业形象标志、企业产品标识、产品识别标志、商标、产品功能标识、产品环保标志、产品能源与节能标识。

c.专业标识类型:体育运动标识、体育项目标识、文化交流标识、文艺演出标识、科技项目分类标识、档案管理标识、行政管理标识、教学识别标识及其他各类专业符号和标志。

d.商业传播类型:店面标识与标记、商品类别分类标识、商品价格标识、商场平面分指示标识、商场安全通道指示标识。

e.展会标识类型:展区分布识别标志、展位识别标志、展会公共服务标志、展会设施标识、展会安全标识。

f.特定符号、标志类型:交通信号符号与标志、禁烟标志、防火标志、消防标识、防盗标志、安全通道标志、绿色通道标志、环保标志及政府行为规定的特定符号与标志。(图25至图28)

