



“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材

服装色彩搭配

FUZHUANG SECAI DAPEI

宁芳国 编著

国家一级出版社



中国纺织出版社


全国百佳图书出版单位



“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材

服装色彩搭配

宁芳国 编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

作为服装设计专业学生的基础课程之一,服装色彩搭配扮演着学习与应用的重要角色,对学生的专业学习具有特别的意义。本书在讲授色彩相关理论的同时,加入了大量设计案例,从实践的角度对色彩知识进行全面分析,力求揭示服装设计、服装搭配领域中的各种色彩规律,有助于深入理解和运用色彩知识。本书最后一章在前面诸内容的基础上,设置了拓展性实操练习,目的在于多维度激发学生寻找灵感图和灵感色,开阔学生进行服装色彩搭配的艺术视野与想象力,建立服装色彩搭配与大千世界的联系。

本书适用于服装设计专业院校师生以及相关从业人员参考学习。

图书在版编目(CIP)数据

服装色彩搭配 / 宁芳国编著. --北京:中国纺织出版社, 2018.3

“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材
ISBN 978-7-5180-3760-5

I. ①服… II. ①宁… III. ①服装色彩—设计—高等学校—教材 IV. ①TS941.11

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第162314号

策划编辑:孙成成 责任编辑:杨勇
责任校对:寇晨晨 责任印制:王艳丽

中国纺织出版社出版发行
地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124
销售电话:010-67004422 传真:010-87155801
<http://www.c-textilep.com>
E-mail:faxing@c-textilep.com
中国纺织出版社天猫旗舰店
官方微博<http://weibo.com/2119887771>
北京华联印刷有限公司印刷 各地新华书店经销
2018年3月第1版第1次印刷
开本:710×1000 1/16 印张:10
字数:116千字 定价:59.80元

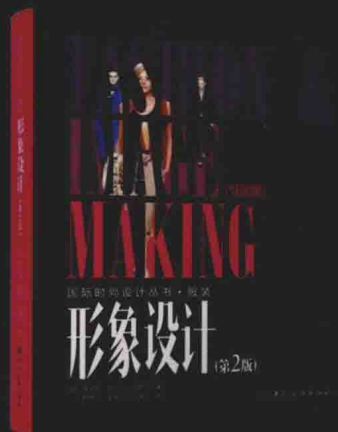
凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



作者简介：

宁芳晖，2001年考入清华大学美术学院服装设计本科，2005年免试攻读清华大学美术学院服装设计硕士；副高职称，二级色彩搭配设计师，现任国家大剧院服装设计制作组长、高级主管。

新书推荐：



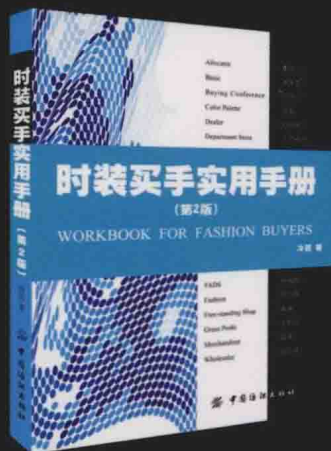
《形象设计》第2版

丛书名：国际时尚设计丛书·服装

作者：[韩]李京姬、[韩]金润京、
[韩]金爱京 著，韩锦花、吴美花、
张锦兰 译

定价：49.80元

ISBN：978-7-5180-1365-4



《时装买手实用手册》第2版

作者：冷芸 著

定价：39.80元

ISBN：978-7-5180-2439-1

前言

P R E F A C E

色彩是什么？是傍晚的霞光，是画布上的颜色，是电视荧屏上绚丽的画面。

色彩学是什么？是研究色彩产生及其应用规律的学科，是以光学为基础，涉及心理学、物理学、生理学、美学与艺术理论的一门综合学科。

色彩，可对人类的视觉产生直接的刺激，使人的情绪和心理发生变化，从而影响人类的判断。可以说人类的历史有多长，对色彩的研究和运用的时间就有多久。从原始人类用颜料涂抹面部及身体开始，人类就有意识开始运用色彩来表达自己的身份和情感，用色彩塑造自己的形象，如色彩学家伊顿在《色彩艺术》一书中所说：“无论造型艺术如何发展，色彩永远是首当其冲的造型要素。”

在现代社会，随着科技的发展，随着人类对色彩运用进一步的需要，色彩的研究更加深入。尤其在服装设计领域，世界时尚通讯社《2006 服装消费市场调查简报》对于服装消费观念的调查显示，“选购服装时首选重视个性和合适的消费者占主导地位，其比例分别为 64.8% 和 55.7%，只有少数人有从众和追求流行趋势的心态”。可见，服装消费日趋个性化，越来越多的人开始注重能够体现自我魅力和风格的服装。在信息技术迅速发展和人们对服装品位的要求日益苛刻的今天，色彩作为一种重要的表达载体，研究服装色彩学具有重要意义。

本书从色彩基本原理入手，将重点放在服装色彩的搭配和运用上。全书共分九章，运用图片分析、演绎归纳等方法，对服装设计中的色彩语言进行了全面叙述和分析。

第一章从时间、距离两个空间纬度，表述色彩在视觉传播中的意义，以及对服装整体造型的影响；第二章从物理学的角度介绍色彩以及光与色、色彩分类、色彩属性等相关理论知识；第三章从心理学角度出发认识色彩，包括色系的性格象征、色彩的视觉效应、色调的心理联想；第四章、第五章从服装的基本配色方法入手，包括调和型配色、对比型配色，系统深入地分析色彩搭配规律；第六章、第七章基于前五章的理论学习，结合大量图片资料进行案例分析，主要探讨常用色系如何在服装搭配中运用、色彩如何与设计风格结合、不同的面料材质对色彩的影响，将理论结合实践，具体分析色彩在服装设计中如何进行搭配运用；第八章要搭配出好看的色彩，除了运用原理，还需要懂得如何获取色彩灵感，并掌握有效提取色彩的方法；第九章进入实践环节，从灵感图的选用、灵感色的提取再到具体配色实践，系统地演示如何搭配出吸人眼球的服装色彩。其中，第六章至第九章是本书的重点，配有大量的案例说明。

编著者

2017 年 1 月

教学内容与课时安排

章	课时性质	课时安排	节	课程安排	课后练习
第一章 色彩在视觉传播中的意义	基础理论	2 课时			
第二章 理性学习色彩		4 课时	一	色彩的由来	
			二	色彩的分类	
			三	色彩的三属性	
			四	色立体	
		五	色彩的混合		
第三章 感性认识色彩	专业理论及 拓展训练	4 课时	一	色系的性格联想	作业 1 张
			二	色彩的视觉效应	
		6 课时	三	色调的原理与心理联想	作业 1 张
第四章 服装色彩的基本配色方法	专业理论	10 课时	一	以色相为主的配色	
			二	以明度为主的配色	
			三	以纯度为主的配色	
			四	以色调为主的配色	
			五	渐变式的配色	
第五章 服装色彩配色原则		8 课时	一	调和型配色	
			二	对比型配色	
第六章 服装常用色系的搭配及运用	专业理论及 拓展训练	8 课时	一	无彩色系的搭配及运用	作业 3 张
			二	有彩色系的搭配及运用	
第七章 影响服装色彩搭配的相关因素	专业理论及 拓展训练	6 课时	一	服装色彩与设计风格	作业 2 张
		2 课时	二	服装色彩与材质	作业 2 张
第八章 服装色彩灵感来源及提取方法	专业理论	4 课时	一	服装色彩灵感来源	
	拓展训练	4 课时	二	色彩的采集与提取	作业 3 张
第九章 服装色彩搭配 拓展实践	拓展训练	4 课时	一	基于色彩三属性的配色练习	作业 3 张
		4 课时	二	基于调和型和对比型的配色练习	作业 2 张
		4 课时	三	基于设计风格的配色练习	作业 6 张
总课时：68 课时		总作业量：23 张			

注 各院校可根据自身教学特点及教学计划对课时进行调整。

目 录

C O N T E N T S



第一章 色彩在视觉传播中的意义

- 一、色彩是时间空间传达的第一要素 002
- 二、色彩是距离空间传达的第一要素 002
- 三、色彩在视觉传播中的意义 002

第二章 理性学习色彩

- 第一节 色彩的由来 006
- 第二节 色彩的分类 007
 - 一、无彩色系 007
 - 二、有彩色系 007
- 第三节 色彩的三属性 008
 - 一、色相 008
 - 二、明度 009
 - 三、纯度 010
- 第四节 色立体 012
 - 一、色立体结构原理 012
 - 二、色立体的意义 013
- 第五节 色彩的混合 013
 - 一、加色混合 013
 - 二、减色混合 015
 - 三、中性混合 015

第三章 感性认识色彩

第一节 色彩的性格联想	018
一、白色 (White)	018
二、灰色 (Grey)	019
三、黑色 (Black)	020
四、红色 (Red)	021
五、橙色 (Yellow Red)	022
六、黄色 (Yellow)	023
七、绿色 (Green)	024
八、蓝色 (Blue)	025
九、紫色 (Purple)	026
第二节 色彩的视觉效应	027
一、冷与暖	028
二、轻与重	028
三、软与硬	029
四、沉静与兴奋	030
五、华丽与质朴	031
六、前进与后退	031
七、膨胀与收缩	032
第三节 色调的原理与心理联想	033
一、色调的原理	033
二、色调的心理联想	034

第四章 服装色彩的基本配色方法

第一节 以色相为主的配色	040
第二节 以明度为主的配色	044
第三节 以纯度为主的配色	047
第四节 以色调为主的配色	049
一、同一色调配色	050
二、类似色调配色	050
三、对比色调配色	051
第五节 渐变式的配色	052
一、色相渐变	052
二、明度渐变	053

三、纯度渐变	054
--------------	-----

第五章 服装色彩配色原则

第一节 调和型配色	056
一、调和型配色原则	056
二、调和型配色表现形式	056
第二节 对比型配色	062
一、对比型配色原则	062
二、对比型配色类型	063

第六章 服装常用色系的搭配及运用

第一节 无彩色系的搭配及运用	068
第二节 有彩色系的搭配及运用	070
一、大地色系	070
二、糖果色系	073
三、裸色系	075
四、自然色系	077
五、霓虹色系	079
六、金属色系	081

第七章 影响服装色彩搭配的相关因素

第一节 服装色彩与设计风格	084
一、浪漫主义风格	084
二、古典主义风格	085
三、哥特式风格	086
四、嬉皮士风格	087
五、朋克式风格	089
六、未来主义风格	090
七、军装式风格	091
八、中性化风格	092
九、极简主义风格	093
第二节 服装色彩与材质	095
一、无光泽织物的色彩效果	095
二、有光泽织物的色彩效果	096

三、透明及半透明织物的色彩效果	097
-----------------------	-----

第八章 服装色彩灵感来源及提取方法

第一节 服装色彩灵感来源	100
一、从着装对象获得灵感	100
二、从自然界采集灵感	101
三、从绘画发现灵感	106
四、从民间色吸收灵感	109
第二节 色彩的采集与提取	111
一、色彩的采集	112
二、色彩的提取	113
三、色彩提取的要点	116

第九章 服装色彩搭配拓展实践

第一节 基于色彩三属性的配色练习	118
一、基于色相的配色练习	118
二、基于明度的配色练习	122
三、基于纯度的配色练习	126
第二节 基于调和型和对比型的配色练习	130
一、基于调和型的配色练习	130
二、基于对比型的配色练习	134
第三节 基于设计风格的配色练习	138
一、基于浪漫主义风格的配色练习	138
二、基于古典主义风格的配色练习	140
三、基于哥特式风格的配色练习	142
四、基于嬉皮士风格的配色练习	144
五、基于朋克式风格的配色练习	146
六、基于中性化风格的配色练习	148
七、基于军装式风格的配色练习	150
八、基于未来主义风格的配色练习	151

PRATT

色彩在视觉传播中的意义

课题名称：色彩在视觉传播中的意义

课题内容：色彩是时间空间传达的第一要素
色彩是距离空间传达的第一要素
色彩在视觉传播中的意义

课题时间：2 课时

教学目的：以时间空间、距离空间为切入点，以真实的生活体验为案例，以研究数据为支撑，表述色彩在视觉传播中的意义，以及对服装整体造型的影响。

教学要求：了解色彩的重要性。

课前准备：准备与生活密切相关的色彩图片，如城市街景、时尚店铺、广告、服装等。

色彩是形式美的重要元素，人们对美感的认知首先源于视觉上的色彩冲击。

一 色彩是时间空间传达的第一要素

研究表明，人的视觉器官在观察物体最初的 20 秒钟内，色彩感觉占 80%，形体感觉占 20%；2 分钟后，色彩感觉占 60%，形体感觉占 40%；5 分钟后，色彩感觉和形体感觉各占 50%。

在美国，色彩营销学提出“七秒定律”：人们在挑选商品时，只需要 7 秒钟，消费者就能够判断是否对商品感兴趣。在这短暂的 7 秒钟内，色彩的作用占到 67%，是促进消费者购买的心理动机关键点。

由此可见，无论是最初的 7 秒钟，还是 20 秒钟，都表明色彩在时间空间中传播非常重要，在时间轴上色彩是影响消费者的第一要素。

二 色彩是距离空间传达的第一要素

当距离较远时，人的肉眼无法识别物体所用的材料，首先看到的是物体的主体色彩，然后是外轮廓；当人与物体的距离逐渐靠近时，才能逐渐识别出物体具体的款式，然后才是结构；当人与物体的距离缩小到一定程度时，人眼才能够看清物体所使用的材质。

因此，俗话说：50 米看颜色、30 米看款式、10 米看材料。色彩是距离空间传递的第一要素。

三 色彩在视觉传播中的意义

马克思说：“色彩的感觉是一般美感的最大众化的形式。”随着经济的发展和社会的进步，卖方市场向买方市场蜕变。在琳琅满目的商品大潮中，产品进入生命周期中的后半阶段，此时经过产品高速发展带动起来的消费者，在物质消费层面和精神消费层面发生了深刻的变化，其需求比以往任何时候都难以满足，简单的重复性模仿无法满足消费者强烈的需求欲望，日本色彩学家小林重顺将这一现象称为：对商品饱和后的厌倦感。

服装本身就是以有色形式出现的,色彩是服装设计三要素之一,与服装的造型、面料共同构成一个整体,因此服装离不开对色彩的依附。因此,当代服装产品要想引领时尚潮流,设计需要不断地创新,在色彩运用上须下功夫,系统研究服装色彩搭配就显得尤为重要。色彩对于服装设计来说是一门即理性又感性的学科,理性是指它的科学理论,色彩是以光为基本条件、以人眼为对象的生理学研究领域,是一个理性认识的过程,需要人脑记忆;感性是指心理联想和感悟,以精神学为对象的心理学领域,是一个形象思维创造的过程,需要个人的悟性(图1-1)。



图1-1 模特穿着时装的色彩搭配

美国芝加哥色彩专门研究机构CII的研究表明:色彩在消费者决定消费的过程中产生着重要的影响,甚至决定着消费行为是否发生。对于消费者而言,色彩是一种无需解释的语言,色彩可以在所有市场、所有商品、所有购买行为中保持产品的醒目度。利用色彩的特质打破消费者对商品的厌倦感,因此色彩成为后商品时代产品设计最核心的因素以及重要的营销手段。日本色彩学家小林重顺在《色彩战略——市场开发中最尖端的感性化时代的商品技术》一书中写道:色彩的广泛应用成为新时代的重要标志,人们已进入“色彩时代”(图1-2)。



图 1-2 卖场的色彩搭配

综上所述，如何能做到深入浅出、驾轻就熟地巧妙运用色彩？色彩的变化纷繁复杂，单凭直觉和工作经验，很难驾驭色彩，因此我们需要用理性的思维系统地学习色彩，用感性的思维灵活地运用色彩，这也是撰写此书的目的。

PRATIZ

理性学习色彩

课题名称：理性学习色彩

课题内容：色彩的由来
色彩的分类
色彩的三属性
色立体
色彩的混合

课题时间：4 课时

教学目的：从物理学的角度介绍色彩，光与色、色彩分类、色彩属性等相关理论知识。

教学要求：

1. 区别无彩色系和有彩色系。
2. 理解色彩三属性（色相、明度、纯度），并懂得如何运用色彩三属性。
3. 掌握并学会运用色立体。
4. 区别并理解加色混合、减色混合和中性混合三个不同的色彩混合概念，其中中性混合是重点。

课前准备：广泛阅读绘画、雕塑、家居等各艺术类别的图形资料，进行视觉积累。

第一节 色彩的由来

人眼之所以能看到五彩缤纷的色彩世界，是因为光的存在。物体对光产生吸收或反射，反射的光刺激人眼，并通过视神经传递到大脑，最终产生对色彩的感受。在这一过程中，光、物、眼是感知色彩的三要素，缺少任何一个要素人们便很难感知色彩的存在。其中，“光”是三要素中的第一要素，为什么这样说呢？因为如果在一个没有光的黑暗空间中，人们连物体都无法识别，就更谈不上辨别物体色彩了。1705年，法国耶稣会的拉扎里·纽吉特在《多莱布》杂志上发表了一篇关于色彩的论文中提到“一切色彩都消失在黑暗之中，光是色彩的本质条件”^①，所以“光”是人们认识世界、产生色彩、发现色彩的前提。

今天，人们对光的认识主要建立在17世纪的英国物理学家艾萨克·牛顿关于三棱镜透光实验的基础之上。牛顿发现，如果将一束白光（阳光）从细缝引入暗室，通过三棱镜光的传播方向将发生折射现象，当折射的光碰到白色屏幕时，会显现出红、橙、黄、绿、蓝、紫如彩虹一样美丽的色带。色带中各种颜色所占的面积大小不一，蓝色所占的面积最大，黄色所占的面积最小。光谱中各颜色之间的分界线并不分明，而且简单的七色也不能涵盖所有色彩，如对色带进行进一步分析，就会发现色带由千万种颜色组成；但如果将这条色带用聚光透镜加以聚合，又会重新变成白色光（图2-1）。

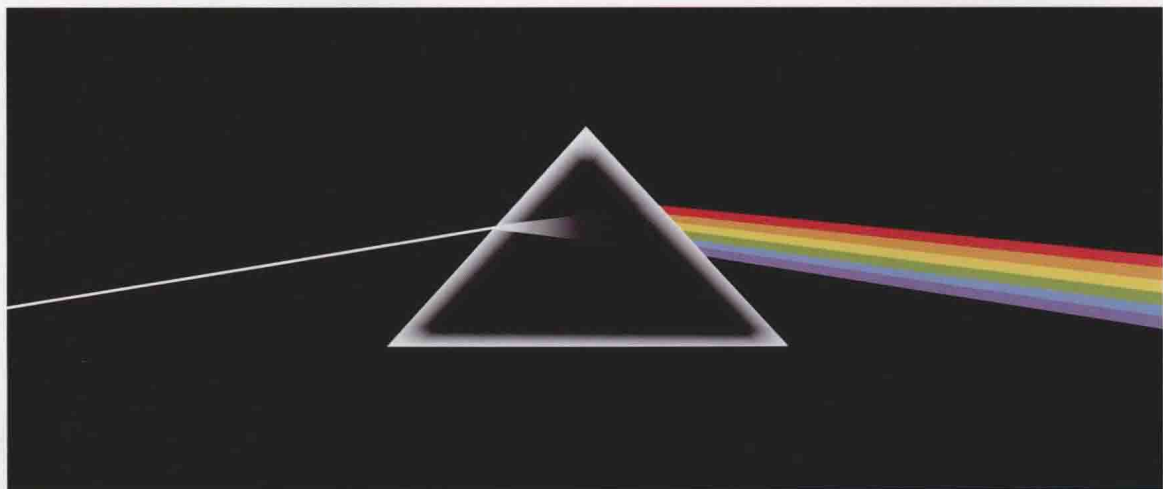


图 2-1 三棱镜分解白光（阳光）实验

^① 城一夫. 色彩史话 [M]. 杭州: 浙江美术出版社, 1990.