

—— 总主编 / 肖勇 傅祎 ——

CLOTHING COLOR DESIGN

服装色彩设计

主编 刘 红 李亦然

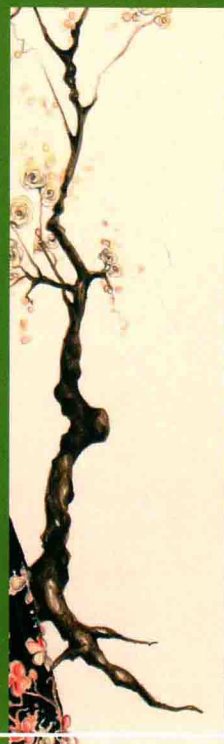


 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

总主编 / 肖勇 傅祎

服装色彩设计

主 编 刘 红 李亦然



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容提要

服装色彩作为服装设计专业的基础课程之一,对学生的专业学习具有特殊的意义。本书共分七章,包括服装色彩概述、色彩的基础知识、服装色彩的视觉心理现象、服装色彩的对比与调和、服装色彩的构思与设计、服装色彩的整体设计、服装色彩与流行等。本书在讲授色彩相关理论的同时,加入了大量设计图片,从实践的角度对色彩知识进行了全面分析,力求揭示服装设计、服装搭配领域中的各种色彩规律,有助于学生深入理解和运用色彩知识。

本书可作为高等院校服装设计专业教材,也可作为广大服装设计工作者及业余爱好者的参考用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

服装色彩设计 / 刘红, 李亦然主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2019.1
ISBN 978-7-5682-6692-5

I. ①服… II. ①刘… ②李… 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 (2019) 第 019727 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 河北鸿祥信彩印刷有限公司

开 本 / 889毫米×1194毫米 1/16

印 张 / 7.5

字 数 / 209千字

版 次 / 2019年1月第1版 2019年1月第1次印刷

定 价 / 59.00元

责任编辑 / 王美丽

文案编辑 / 孟祥雪

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

总序

GENERAL PREFACE

20 世纪 80 年代初,中国真正的现代艺术设计教育开始起步。20 世纪 90 年代末以来,中国现代产业迅速崛起,在现代产业大量需求设计人才的市场驱动下,我国各大院校实行了扩大招生的政策,艺术设计教育迅速膨胀。迄今为止,几乎所有的高校都开设了艺术设计类专业,艺术设计类专业已经成为最热门的专业之一,中国已经发展成为世界上最大的艺术设计教育大国。

但我们应该清醒地认识到,艺术和设计是一个非常庞大的教育体系,包括了设计教育的所有科目,如建筑设计、室内设计、服装设计、工业产品设计、平面设计、包装设计等,而我国的现代艺术设计教育尚处于初创阶段,教学范畴仍集中在服装设计、室内装潢、视觉传达等比较单一的设计领域,设计理念与信息产业的要求仍有较大的差距。

为了符合信息产业的时代要求,中国各大艺术设计教育院校在专业设置方面提出了“拓宽基础、淡化专业”的教学改革方案,在人才培养方面提出了培养“通才”的目标。正如姜今先生在其专著《设计艺术》中所指出的“工业 + 商业 + 科学 + 艺术 = 设计”,现代艺术设计教育越来越注重对当代设计师知识结构的建立,在教学过程中不仅要传授必要的专业知识,还要讲解哲学、社会科学、历史学、心理学、宗教学、数学、艺术学、美学等知识,以培养出综合素质能力强的优秀设计师。另外,在现代艺术设计院校中,对设计方法、基础工艺、专业设计及毕业设计等实践类课程也越来越注重教学课题的创新。

理论来源于实践、指导实践并接受实践的检验,我国现代艺术设计教育的研究正是沿着这样的路线,在设计理论与教学实践中不断摸索前进。在具体的教学理论方面,几年前或十几年前的教材已经无法满足现代艺术教育的需求,知识的快速更新为现代艺术教育理论的发展提供了新的平台,兼具知识性、创新性、前瞻性的教材不断涌现出来。

随着社会多元化产业的发展,社会对艺术设计类人才的需求逐年增加,现在全国已有 1400 多所高校设立了艺术设计类专业,而且各高等院校每年都在扩招艺术设计专业的学生,每年此类毕业生超过 10 万人。

随着教学的不断成熟和完善,艺术设计专业科目的划分越来越细致,涉及的范围也越来越广泛。我们通过查阅大量国内外著名设计类院校的相关教学资料,深入学习各相关艺术院校的成功办学经验,同时邀请资深专家进行讨论认证,发觉有必要推出一套新的,较为完整、系统的专业院校艺术设计教材,以适应当前艺术设计教学的需求。

我们策划出版的这套艺术设计类系列教材,是根据多数专业院校的教学内容安排设定的,所涉及的专业课程主要有艺术设计专业基础课程、平面广告设计专业课程、环境艺术设计专业课程、动画专业课程等。同时还以专业为系列进行了细致的划分,内容全面、难度适中,能满足各专业教学的需求。

本套教材在编写过程中充分考虑了艺术设计类专业的教学特点，把教学与实践紧密地结合起来，参照当今市场对人才的新要求，注重应用技术的传授，强调学生实际应用能力的培养。而且，每本教材都配有相应的电子教学课件或素材资料，可大大方便教学。

在内容的选取与组织上，本套教材以规范性、知识性、专业性、创新性、前瞻性为目标，以项目训练、课题设计、实例分析、课后思考与练习等多种方式，引导学生考察设计施工现场、学习优秀设计作品实例，力求教材内容结构合理、知识丰富、特色鲜明。

本套教材在艺术设计类专业教材的知识层面也有了重大创新，做到了紧跟时代步伐，在新的教育环境下，引入了全新的知识内容和教育理念，使教材具有较强的针对性、实用性及时代感，是当代中国艺术设计教育的新成果。

本套教材自出版后，受到了广大院校师生的赞誉和好评。经过广泛评估及调研，我们特意遴选了一批销量好、内容经典、市场反响好的教材进行了信息化改造升级，除了对内文进行全面修订外，还配套了精心制作的微课、视频，提供了相关阅读拓展资料。同时将策划出版选题中具有信息化特色、配套资源丰富的优质稿件也纳入到了本套教材中出版，以适应当前信息化教学的需要。

本套教材是对信息化教材的一种探索和尝试。为了给相关专业的院校师生提供更多增值服务，我们还特意开通了“建艺通”微信公众号，负责对教材配套资源进行统一管理，并为读者提供行业资讯及配套资源下载服务。如果您在使用过程中，有任何建议或疑问，可通过“建艺通”微信公众号向我们反馈。

诚然，中国艺术设计类专业的发展状况随着市场经济的深入发展将会逐步改变，也会随着教育体制的健全不断完善，但这个过程出现的一系列问题，还有待我们进一步思考和探索。我们相信，中国艺术设计教育的未来必将呈现出百花齐放、欣欣向荣的景象！

肖 勇 傅 祎



“建艺通”微信公众号

前言

P R E F A C E



服装行业是永远的朝阳产业，因为人类对服饰的追求永无止境。服装设计关系到人们的日常生活，是人们享受美好舒适生活的重要保障之一。随着经济的发展和生活水平的提高，人们对服装的要求越来越高，服装服饰类产品的更新换代也越来越快，这对服装设计提出了更高的要求，服装设计师也应具备更全面的素养。

我们生活的世界是一个充满色彩的世界，天空湛蓝、云朵洁白、小草绿油油。试想一下，如果没有了色彩，这将会是一个多么消极暗淡、清冷凄凉的状态！色彩运用在生活的方方面面，服装中的色彩最引人注目，它能起到美化服装的作用。掌握服装色彩设计知识和技能，可以帮助设计师更容易、更自由、更高效地完成服装的整体设计。

服装色彩是服装给予感官的第一印象，它有极强的吸引力，若想让服装的设计美感得到淋漓尽致的发挥，必须充分了解色彩的特征。恰到好处地运用色彩，不但可以修正、掩饰身材的不足，而且能强调突出着装者的优点。基于这种考虑，本书从色彩基础知识入手，详细叙述色彩搭配的基本原理以及服装色彩的整体设计，并配有大量的图片，能帮助读者更好地理解如何进行服装色彩设计。

本书由刘红老师、李亦然老师共同编写，刘红老师编写了第一、二、三、四、五章，李亦然老师编写了第六、七章。部分在校生也为本书提供了大量的图片，在此表示感谢。同时，由于书中图片资料的作者无法一一查证，对于未能标注出处的，谨在此表示深深的歉意。

编 者

目录 CONTENTS

第一章 服装色彩概述.....001

- 第一节 色彩的作用.....001
- 第二节 服装色彩的功能.....003
- 第三节 服装色彩的特性.....005

第二章 色彩的基础知识.....008

- 第一节 色彩物理学基础知识.....008
- 第二节 色彩的要素和体系.....014

第三章 服装色彩的视觉心理现象.....018

- 第一节 色彩的联想与象征.....018
- 第二节 色彩的心理效果.....020
- 第三节 常见服装色彩的性格.....024
- 第四节 服装色彩心理的影响因素.....032

第四章 服装色彩的对比与调和.....036

- 第一节 服装色彩的对比.....036
- 第二节 服装色彩的调和.....053

第五章 服装色彩的构思与设计.....058

- 第一节 服装色彩的构思依据与构思方法.....058
- 第二节 服装色彩的形式美.....073

第六章 服装色彩的整体设计.....079

- 第一节 服装色彩的搭配.....079
- 第二节 服装色彩的系列设计.....085
- 第三节 服装色彩设计的相关因素.....095

第七章 服装色彩与流行.....104

- 第一节 流行色的概念、产生和流行周期.....105
- 第二节 影响色彩流行的因素.....106
- 第三节 流行色的研究机构与预测发布.....110
- 第四节 流行色的主要形式与应用.....112

参考文献.....114

第一章 服装色彩概述

本章知识点

色彩的作用、服装色彩的功能以及服装色彩的各种特性。

学习目标

通过本章的学习，了解色彩的作用、服装色彩的功能与特性。从色彩的作用、服装色彩的功能与特性等入手，全面理解服装色彩的内涵，掌握服装色彩设计的内容。

第一节 色彩的作用

世界是彩色的，色彩是装饰生活空间的一个元素，色彩应用又是多变的。色彩的美感源于生活，人们生活在缤纷的色彩世界。色彩涉及美丽生活的方方面面：时尚的色彩、自然的色彩、服饰的色彩、商品的色彩、城市的色彩，无时无刻不在影响着人们的外在、心情和环境。

自然的色彩可以带给人们不同的心灵感受，如春的明亮、夏的热烈、秋的深沉、冬的纯净。相同的色彩也有不同的情感体验，太阳和火焰是红色的，给人以温暖的感觉；血是红色的，给人以恐怖刺激的感觉；古人将动物的血用于祭祀或占卜，所以红色也带给人神圣、威武、力量的感觉。

现代的科学研究资料表明：一个正常人从外界接收的信息 90% 以上是由视觉器官输入大脑的，来自外界的一切视觉形象，如物体的形状、空间、位置的差别都是通过色彩区别和明暗关系得到反映的，而视觉的第一印象往往是对色彩的感觉。

优秀的色彩运用者，能够将色彩运用得如同自然造化一般，使人叹服；蹩脚的色彩运用者，其设计对人、商品、环境都会起到负面的作用。色彩作为一切可视事物的重要表现形式，对事物的影响力在 65% 以上。色彩早已脱离纯艺术领域，作为一种实用科学技术被深入研究，并在生产和生活领域产生了极大的效益，而在经济极其繁华的今天，色彩运用已作为企业营销战略而被高度重视。

人们对色彩的认识、运用从感性升华到理性。所谓理性色彩，就是指借助人所独具的判断、推理、演绎等抽象思维能力，将从大自然中直接感受到的纷繁复杂的色彩印象予以规律性的揭示，从而

形成色彩的理论和法则，并将其运用于色彩实践中。对于色彩的研究很早就开始了，如今色彩已经成为一门独立的学科，在现代化的生产、生活中发挥着举足轻重的作用。

一、色彩的视觉作用

人们生活的世界是由诸多元素构成的，如色彩、形状、材质、温度、时间、空间、距离、气味等，它们相辅相成、缺一不可。但在人对物体的认识中，色彩是第一印象：视觉表现和视觉构成也主要由色彩来完成。色彩在视觉传达当中可以起到“先声夺人”的作用。据资料显示：人的视觉器官在观察物体最初的时间内，色彩感觉占80%；7秒内，色彩感觉占67%；2~5分钟，色彩感觉占60%；5分钟后，色彩感觉和形体感觉各占一半，并且这种状态将持续下去。

相比把色彩作为物理现象而言，实际上更应该把色彩作为一种视觉语言来应用，即对于视觉而言，想要通过色彩来表现什么和传达什么，才是最主要的问题。作为视觉语言，色彩如同世界通用语言，具有非常强大的沟通和交流作用。

二、色彩的心理、生理作用

色彩是视锥细胞兴奋而产生的视觉现象，色彩视觉是物质作用于人的视觉器官而产生的一种生理反应。这种反应作用于人的心理，就会产生相应的心理反应，而心理作用亦会影响人的生理状态。

每一种色彩都可以表现不同的氛围，有力地、清楚地表现人们不同的心理状态和感情情绪。例如，红色能使人激动兴奋，给人以燃烧和热情感，是一种具有刺激性的色彩，对适宜的人可起到鼓舞的作用；但同时红色也会引起心跳加快、血流加速、血压升高等生理变化，对于一些特殊人群就不适宜应用。色彩还有冷暖的感觉，这里所说的冷暖与物理温度无关，只是指人们心理对色彩的感觉，它是在人们积累的视觉经验的基础上感知到的，并加以联想成为感知色彩的知觉力。再如，红色让人联想到火焰、血液等，蓝色让人联想到水或冰等，这些联想包含着明确的观念，从而使人生情感的反应：红色给人温暖的感觉，而蓝色给人寒冷或凉爽的感觉。

除了单一的色彩，搭配起来的色彩更是丰富了人们的情感表达，但不论是什么样的应用，都要能让人引起思想上的共鸣和情感上的互动。

三、色彩的象征作用

每种色彩都有特定的联想和象征作用，带给人心理的、生理的影响，所以需要研究色彩所具有的情感效果，以达到配色的目的。从这种观点来看，无论配色多么漂亮，若不能达到要表现的目标印象，就不能得到适当的评价。

除了心理上的原因，宗教信仰、风俗习惯、文化历史等也对色彩的象征作用有一定的影响。也就是说，即便是同一种色彩，因为使用人的国别、民族、生活地域不同，这种色彩被看待的方式也就不同。在日本，白色象征正义与力量；在中国和印度，白色是与平和、宁静联系在一起的，死亡的色彩也是白色。黄色在不同地区的象征作用相差非常大：在印度、泰国、马来西亚以及中国古代，黄色是皇室的代表色彩，相当高贵；但在亚洲西部的叙利亚，黄色象征死亡。

因此，色彩的运用必须针对不同的人群采用不同的颜色，准确达成特定的色彩联想和象征作用，传达正确的色彩意象。

第二节 服装色彩的功能

中国是一个伟大的文明古国，它对全人类的贡献之多，难以胜数，仅就服饰而言，其多姿多彩足以让现今的人们惊叹。当人们称赞中国古代服饰文化的“源远流长、绚丽多彩”时，就很自然地体现出了服饰和色彩的关系。

可见，服装色彩在人类生活中非常重要。而今，社会的发展进入了快节奏阶段，人们在工作或生活中，都要求有一个和谐的环境。服装也必须适应这种要求，这就对服装色彩提出了更高的要求。因为适合环境的服装色彩，可以缓解人们工作中的疲乏，提高人们休闲时的兴致。更何况，服装色彩本身是否具有美感会直接影响人的购买欲望，只有具有美感的服装色彩，才能带动服装产品的销售，从而给服装企业带来较好的经济效益。

由此可见，服装色彩的设计与运用在当今纺织服装企业发展中的作用不可小觑。

一、服装色彩的机能性

服装以色彩来实现某种特定使用功能，称为机能性配色。机能性配色是以实用为设计目的，使用的目的不同对服装色彩的机能性要求也就不同。相对于日常生活服装来讲，劳动保护服装是侧重于机能性配色的，所以在色彩设计上要先满足使用功能，其次考虑审美功能。

服装色彩的机能性，一方面是从物理的角度，利用面料对光的吸收、反射性能，对生物体进行保护；另一方面是从生理的角度，根据人对色彩平衡的要求，对视觉进行调节，或针对视觉特征从某方面有目的地对色彩加以利用。

服装色彩的机能性有很多种，最主要的有如下几种：

（1）防护机能。防护机能是指利用物质对光的不同反射吸收率，在一定程度上来防御对人体有害的辐射。例如，阳光可以带给人和其他生物能量，但人对阳光的需求有一定限度，太少或太多都会直接影响肌体的健康。

人们都知道在炎热的夏季穿浅色彩的衣服比较凉爽，这是因为浅色吸光少。服装卫生学的实验表明：在光照充足的条件下，衣服的色彩直接影响着衣服的内气温，影响的程度根据色彩的明度变化增减，颜色越浅，吸热越少；颜色越深，吸热越多。

（2）警示机能。警示机能是利用传播性能好的长波长色光及可视度高的配色，引起人们的足够重视，以达到唤起他人注意、有利于联系及便于救助等目的。在野外从事风险作业人员的劳动保护服多取此类机能性配色。如海上作业服、森林防护作业服多用橙色、橙红色。我国南极考察队员的服装主要使用橙红色、红色，这也是安全保护性措施之一（见图 1-1）。

现在黄色也被用作安全色彩，因为黄色的明视度高。在日本，为了交通安全，小学生的帽子、书包广泛采用黄色，以便过马路的时候引起司机的注意，减少交通事故。近年，中国为视觉残疾人生产的盲杖也考虑到了这一点，涂上了红、白相间的两种色彩。

（3）隐蔽机能。隐蔽机能与警示机能的目相反，是顺应环境用色、尽可能降低服色的易见度，以欺骗敌人，隐蔽自己。自然界中很多生物在长期进化中形成了与其所处的环境相融合的自身色彩，这种色彩称为保护色。



图 1-1 南极考察队员的服装

例如军装中的迷彩服,即为在野战中迷惑敌方,因而作战环境不同,迷彩服的色调也不同(见图1-2)。在沙漠地区倾向黄色,在热带雨林地区倾向浓绿色,这完全是出于服装色彩机能性的设计。

(4)卫生机能。饮食服务、食品加工、制药、医疗、精密加工等部门对清洁卫生的要求较严格,在服色上也有严格的要求。白色及浅颜色能给人以洁净感,同时能轻易反映出污染状况,所以上述部门的工作服装在保证材料的适用性与衣服的清洁之外,都辅以白色或明亮、淡雅的服色。这既能给服务对象以良好的卫生印象,也能给员工一种维护清洁的责任。同时,由于这类服色不耐脏污,必须经常洗涤才能保持清洁,因此能反映工作中执行卫生制度的情况(见图1-3)。



图 1-2 迷彩服



图 1-3 医护人员的服装

二、服装色彩的装饰性

服装的各种功能中,美是很重要的一点。服装美不但寄托了人们的美好愿望,反映了人们对生活的追求,而且可以提高人们的审美情趣。服装美主要是通过它的款式、图案、质料及色彩而得到体现的。

服装色彩的装饰性在服装设计中是占有重要地位的。一个完美理想的整体服饰搭配,必须色彩装饰配置适宜,能经得起“远观近看”的检验。“远观”,服装色彩要明暗相宜,华丽与朴实结合;“近看”,服装色彩要具有明确的装饰艺术语言,服装所装饰的纹样、布局结构、工艺手法等在色彩、质感、量感上要经得起推敲。如果色彩配置不佳,就会直接降低服饰整体的艺术效果。

服装色彩的装饰性,一般表现在两个方面:一方面表现在服装饰物本身的某种装饰效果上;另一方面表现在整体搭配的效果上。衣服、纽扣、花边、领带、腰带、围巾、手套、首饰、包、帽、鞋、袜子等与具体的人整体统一协调所体现出的装饰美,是服装色彩的装饰性表现的主要方面。

三、服装色彩的象征性

服装上的色彩不只限于一般色彩的象征性,也不具体指某一个单纯的色彩。这里的象征性是指色彩的使用,它牵涉到与服装关联的民族、时代、人物、性格、地位等因素,所以,服装色彩的象征性包含极其复杂的意义。我国历代即以色彩区分不同官阶服装,并将其作为主要元素。以黄色为例,由隋朝开始,它总与帝王的服饰相关联,如《唐六典》中提道:“隋文帝着柘黄袍,巾带听朝。”唐朝并未大幅改变隋朝的衣冠制度,天子仍穿赤黄色的袍衫,直到唐太宗时,才定下了百官服装的颜色:三品以上大员服紫色,四品、五品服绯色,六品服深绿色,七品服浅绿色,八品服深青色,九品服浅青色。宋朝基本沿袭这个格局,直到清代都没有大的变化。宗教崇拜对服饰配色的影响并不亚于王权,甚至比王权的影响更深(见图1-4)。

纵观我国古代社会的服装色彩,凡是具有扩张感、华丽感的高纯度色彩或暖色系的色彩都被统治阶级所使用,来象征他们的权力和荣耀。而平民百姓只能使用具有收缩感的、寂静的低纯度色彩

和青绿色彩。服装的色彩有时也能象征一个国家和这个国家所处的时代。例如,16世纪的西班牙有很强大的无敌舰队,经济非常繁荣,服装仿佛都在夸耀其富有,贵妇人穿着高贵的天鹅绒服装,但服装线条坚硬,完全不顾及身体曲线,并以暗色调做主色。这是西班牙人在宗教上的严格规定,也可以解释成,为了装饰富有的象征——宝石,故意选择暗色调服装。再如18世纪法国的贵妇人,服装上就明显地暴露了洛可可时代的那种优美但烦琐的贵族趣味,色调是彩度低、明度高的中间色彩,如鹅黄、豆绿、粉红、月白、浅紫等。服装饰物利用花边丝带、人造花、层层



图 1-4 龙袍

的裙摆等,以增加奢华的气氛。在我国,蓝色、月白色、白色的偏襟上衣和黑色喇叭裙,黑色小立领男学生装,是五四时期的象征。蓝色、灰色、绿色的列宁装和中山装,是中华人民共和国成立初期的一大象征。另外,一些特殊职业的职业装色彩往往也带有很强的象征性,如象征和平使者的邮电通信部门的绿色服装、建筑工人服装、医务工作服装、饮食行业服装等。所以,服装色彩所体现的象征性,绝非是一个简单的内容,从大的民族、国家,到小的人物性格、地位和服装用途,只有从这许多方面去理解、去探寻,才能真正把握服装色彩的象征内涵。

第三节 服装色彩的特性

黑格尔说过:“服装是走动的建筑。”这句话生动而形象地指出了服装与其他艺术相区别的特殊性。就服装色彩而言,其特性体现在服装色彩在特定时空中所呈现的美感与人们心理上的契合。

自然事物中发展到最高阶段的美是人体的美,它完整性最强、个体性最为显著。而人又是一个社会的主体,所以,对于个体人的美来说,它不仅具有自然美,同时还具有社会美和精神美。服装所包含的全部意义就在于此,即人一社会一精神。作为服装设计三大要素之一的色彩,其独特性首先就是它以人为直接客体进行设计。人与动物、植物的不同点,明显表现在他有鲜明的个体性上,这些个体的人不仅有着种类的普遍性,还有着人的个别性。这种普遍性和个别性,一方面表现在人的自然属性上,如性别、年龄、体型、人种等,另一方面则表现在人的社会属性上,如职业、信仰、教育等,以此也就构成了服装色彩的规律性和多样性。色彩是无声的语言,常成为着衣人欲求的直接反映,它比款式的线条、结构表现得更为明晰,也更生动,在人类社会中一直充当着重要角色。试想,从一群未穿衣的人上是很难看出他们的社会属性的,只有穿上服装,才能表现出一个人的个性、身份以及文化层次。

一、服装色彩的实用性

人们天天要吃饭,天天要穿衣,服装有别于其他造型艺术还在于它的实用性(除少数以纯美为追求目标的演出服装外),例如上班穿职业服,跑步穿运动服,正式场合穿礼服,海滩穿泳衣,等等。服装无时不在陪伴着人们,美化着人们。可以说,生活离不开服装,服装上的色彩随时都在进行着表达。

二、服装色彩的特定性

所谓服装设计，其实就是指“以机能为前提的一种美的追求”。色彩在服装设计的诸多要素中可谓是第一性的。在观看或选择服装时，首先影响人们的往往是色彩。然而，服装中色彩的设计是不能凭空而论的，它需要与面料同时考虑。面料是服装色彩的“载体”，服装色彩只能通过具体的面料才能得以体现。面料的美（包括表面纹路、材质性能等）对服装色彩的美起着决定性作用。服装色彩与面料质感紧密相关，同是一个色彩，不同的面料所表达的情感是完全不同的。比如黑色，在平纹布上有朴实感、廉价感，在丝绒绸缎上有精致、高贵感，在皮革上有冷峻、力度感。设计时如果公式化地搬用色彩性格，无视面料质感所给予色彩的不同程度的变化，那么服装色彩效果就很难达到预期目的。尽管这种变化有时很微妙，但正是这种微妙变化，给服装色彩的组合带来了无限的含义，使服装色彩在这种微妙变化中展示其独有的个性。

三、服装色彩的流行性

服装可以说是流行与时尚的代名词。在诸多产品的设计中，服装的变化周期是最短的，它关注流行、体现流行的程度也是最高的。在流行色的宣传活动中，通过服装展示来表达流行性是很重要的内容之一。

四、服装色彩的民族性

服装色彩所表现的民族性，与这个民族的自然环境、生存方式、传统习俗以及持有的民族个性等方面有关。色彩可谓是一个民族精神的标记，我国地大物博、人口众多，有从热带、亚热带、温带至寒温带的地理气候，还有着 55 个少数民族。笼统地讲，北方民族因寒季较长，服装色彩多偏深；南方民族暖季较长，服装色彩多偏淡。具体到每个民族，又都有着各自用色的民族风格。如地处云南的傣族，祖祖辈辈生活在气候炎热、植物茂盛、风景秀丽的澜沧江畔，服装色彩多以鲜艳、柔和的色组出现，如淡绿、淡黄、淡粉、玫红、粉橙、浅蓝、浅紫，最深也就是孔雀绿了，白色运用得很广泛（见图 1-5）。这种民族的生活条件，尤其是自然或风土的条件，使得其各自都持有其独特的色彩爱好，从而形成或产生了民族独自的色彩感觉。

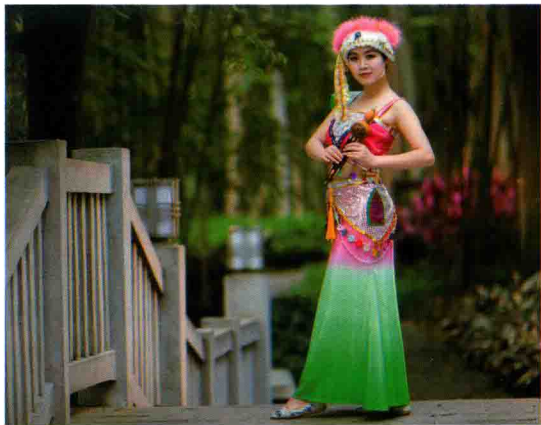


图 1-5 傣族服装

随着时代的进步、科学的发展，各民族间的文化交流日趋频繁。通过学习、相互借鉴，民族与民族间共通的东西多了起来。然而，无论怎样开放、怎样创新，扎根沃土的民族文化和民族精神永不能丢失。许多成功的设计师就立足于民族风格，在继承本民族服饰精华的同时，吸取他国、他民族的营养，使自己在国际时装舞台上占有一席之地。例如日本服装设计师三宅一生，他是在西方文化的影响下成长的，但服装设计走的却是一条与西方传统截然不同的路。他吸取日本和服的裁剪法，吸取和服袖子的形状，最后完成古代与未来混为一体的独特样式的创造。其服装色彩多为日本民族喜爱的茶、赭、褐色系列。

值得注意的是，服装民族性并不是指传统的民族服装，也并不是照搬古代的或现有的东西。民族性需要与时代特征相结合，只有将民族风格打上强烈的时代印记，民族性才能体现出真正的内涵。

五、服装色彩的时代性

服装色彩的时代性,是指在一定历史条件下,服装色彩所表现的总的风格、面貌、趋向。当然,每一个时代都会有过去风格的遗迹,也会有未来风格的萌芽,但总会有一种风格为该时代的主流。服装上的色彩可以说是历史发展的见证,夏朝崇尚黑色,商朝崇尚白色,周朝崇尚赤色,秦朝崇尚黑色。从战国时期楚墓出土的织物来看,当时楚国流行褐色系衣着,如深棕底黄色菱纹锦,褐底红黄矩纹锦等。汉朝出土的大量织物基本上是红褐一类的暖色调。盛唐由于开拓了“丝绸之路”,织品色彩极为丰富,有银红、朱砂、水红、猩红、绛红、绛紫、鹅黄、杏黄、金黄、土黄、茶褐、宝蓝、葱绿等。元朝民间的印染工艺发展迅猛,就褐色的品种来说就有鹰背褐、银褐、珠子褐、藕丝褐、丁香褐等数十种,由于色彩变化多,漂染技术精湛,褐色成了当时的流行色。

服装色彩的时代性制约着人们的审美观念和意识,而社会文艺思潮、道德观念等因素又影响人们的审美意识。在第一次世界大战前夕,欧洲各国经济快速发展,在美术界出现了野兽派、立体派等新的艺术流派。在这种时代背景下,服装设计师们冲破传统的形式主义,废弃了紧身胸衣,设计了不束胸、不束腰的改良服装,服色艳丽,富有东方情调,强调华美的装饰。从以上这些例子可以明显看出,服装色彩常常成为时代的象征。作为时间和空间下的服装,它的美是运动的、发展的、前进的,它需要推陈出新,这正是时代特征所具有的面貌,流行色就是时代的产物。

六、服装色彩的宗教性

宗教是一种社会意识形态,宗教不同,衣服的款式、颜色上也会有所区别,即使信奉同一宗教的不同国家、不同地区以至不同的教派也会出现差异。不同宗教对于服装的色彩纹样也有不同的限制和规定。我国唐代的莲花等纹样以及日本的一些染织物都明显受到佛教艺术的影响。



本章小结

本章介绍了色彩的作用,指出了色彩作为给人的第一视觉印象,常常具有“先声夺人”的力量,在人们的社会活动中具有十分重要的意义。在服装色彩的功能和特性介绍中,通过剖析色彩的不同功能,帮助学生获得更人性化的设计灵感。



思考题

1. 色彩的时代性表现在哪些方面?
2. 以某种服装为例,分析说明色彩的象征性。

第二章

色彩的基础知识

本章知识点

光和色的关系、光的性质、物体色、色彩的混合、色彩三要素以及色彩体系。

学习目标

通过本章的学习，了解色彩的色光原理，理解光与色的关系。掌握色彩混合的基本理论，能恰当地使用各种混合色彩。掌握色彩三要素及色彩体系的基本理论，了解色彩三要素之间的关系及色彩体系的建立。

第一节

色彩物理学基础知识

一、光和色的关系

人们的生活中充满着各种色彩。人们对周围的各种色彩习以为常，如绿色的树叶、红色的花朵、黄色的柠檬、黑色的服装，而且不同的色彩也为人们的生活提供各种功能的指引：交通信号灯变换的色彩提醒人们是通过还是停止；依靠色彩的区别，人们可以识别各种菌类是有毒还是无毒；绚烂的彩色广告吸引着人们的注意力。生活中常见的色彩是世界重要的组成部分，但色彩究竟是什么呢？

事实上，色彩是以光为媒介的一种感觉；是人眼在接受光的刺激后，视网膜的兴奋传达到大脑中枢而产生的感觉；是光作用于人眼而引起除空间属性以外的视觉特性。

第一个条件是光线。色彩与光密不可分，没有光就没有色彩。在一个完全黑暗的房间里，红色的苹果、黄色的香蕉、绿色的蔬菜，都是无色的物体。在黑暗的地方不是看不到色彩，而是没有色彩。为了看到色彩，亮度是必备的。

第二个条件是物体的存在。如果没有供观察的物体存在，也看不到色彩。因此，呈现色彩的物体是必要的。

第三个条件是正常的视觉器官——眼睛。人们对于色彩的感觉取决于大脑对由眼睛传来的信号的解析，也可以说是光作用于人眼的视觉特征。如果没有眼睛和大脑之间的信号解析，即便有光和

物体，色彩也是不会被感觉到的。

光线—物体—眼睛，构建了感知色彩的三个条件，这被称为色觉三要素。这三个条件缺少任何一个，人们都很难感知色彩（见图 2-1）。

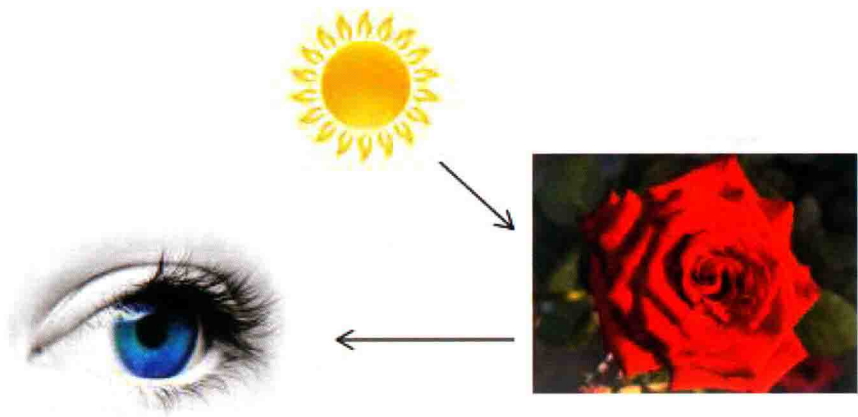


图 2-1 色觉三要素

二、光的性质

现代量子理论认为光具有波动和粒子两重性质，即波粒二象性。爱因斯坦提出光的量子理论：光是由量子组成的，称为光量子。光的能量不是连续分布的，而是由一粒粒运动着的光子组成的。每一个光子具有确定的能量。宏观领域中，光在传播过程中表现为波动性，是以光波的形式根据不同的频率或者波长运动的。麦克斯韦建立了光的电磁理论，认为光是一种电磁波。色彩是光在传播过程中产生的一种宏观光学现象，即光的电磁辐射，所以在这里可以说，光是一种电磁波。

1. 光的表示

电磁波是通过电场与磁场的周期变化在空间传播的。电磁波是一种横波，其振动方向与传播方向垂直。光是电磁波的一种。光与声波、水波一样，在传播的时候不停振动向前推进。波以波长和振幅为特征，波长不同，电磁波的种类和作用也不同。电磁波根据波长的不同分为宇宙射线、X射线、紫外线、红外线、雷达波、无线电波等（见图 2-2）。

电磁波在一个振动周期内传播的距离称为波长。光波的波长极其微小，其单位为纳米（nm）， $1\text{nm}=10^{-9}\text{m}$ 。波长的不同，决定了电磁振动频率的不同。在可视光范围内，光的波长决定了光的色彩。

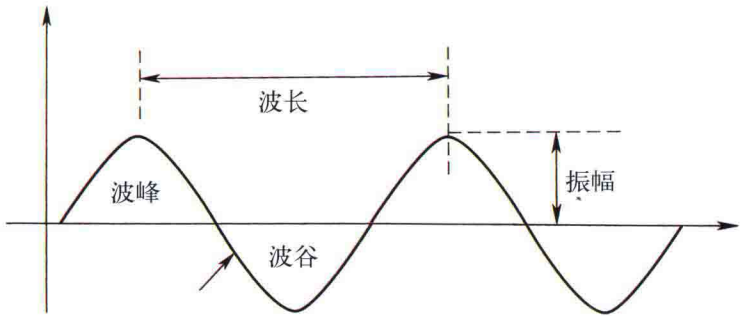


图 2-2 光的波峰与波谷

2. 可见光

人的肉眼所能感觉到的电磁波称为可见光。可见光的振幅大小产生明暗的变化，光波的长短产生光色的区别。电磁波的波长范围很大，只有波长在 380~780nm 内的电磁波能够引起人的视觉反应。可见光中按波长长短分为三种，即短波长的光（主要呈紫色）、中波长的光（主要呈绿色）和长波长的光（主要呈红色）。在可见光以外，不论是与可见光的短波相邻的紫外线（具有光化学作用）还是与可见光的长波相邻的红外线（具有热能效应），或是 X 射线、雷达波等，人眼都无法感应。

3. 色光波长

一般情况下，界定色彩都有一个默认的前提，即这种色彩是在白色的光线下（一般是在日光下）呈现出来的。日光是一种包括了从波长最短的紫色到波长最长的红色在内的所有可见光的混合光，这源于牛顿 1666 年用三棱镜进行的著名的色散实验，它揭示了光产生色彩这一原理，原来物质的色彩是由于不同的光在物体上有不同的反射率和折射率造成的。实验中，一束太阳光通过三棱镜后，分解成几种色彩的光谱带，再用一块带狭缝的挡板把其他色彩的光挡住，只让一种色彩的光再通过第二个三棱镜，结果出来的只是同样色彩的光，由此发现了白光是由各种不同色彩的光组成的。为了验证这个发现，牛顿又设法将几种不同的单色光合成白光，并且计算出不同色彩光的折射率，精确地说明了色散现象，揭开了物质的色彩之谜。牛顿研究出了分解光的实验结果，它以红、橙、黄、绿、青、蓝、紫顺序排列。同时牛顿将光谱分成两部分，光谱的上部色为红、橙、黄，下部色为绿、青、蓝、紫，并用两个三棱镜加以聚焦，结果成了各种混合光，将这些混合光互相收拢，证明又回到了原来的白色光（见图 2-3）。这说明太阳光是由七种不同波长色光混合而成的，其中红光波长最长，光频最低，光能最少，折射角度最小；在光谱另一端的紫光波长最短，光频最高，光能最强，折射角度最大。

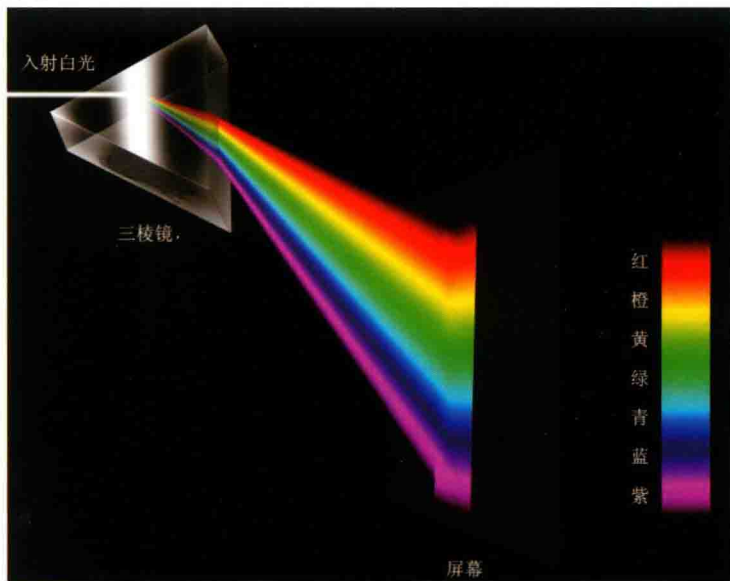


图 2-3 三棱镜色散实验

4. 光的传播形式

光以波动形式进行直线传播，其中涉及波长和振幅两个因素。不同色彩具有不同的波长，不同振幅又区别同一色相的明暗程度。亮度的高低与光的振幅成正比，同一波长的色光，振幅越大明度越高；反之，振幅越小明度越低。

（1）直射光。光源没有经过间隔直接进入人眼，这类直射光一般是光源色。

（2）反射光。光源照射物体，经过其表面反射后进入人眼，这是一种常见现象，一般物体色即属反射光。