

三度

色彩法则

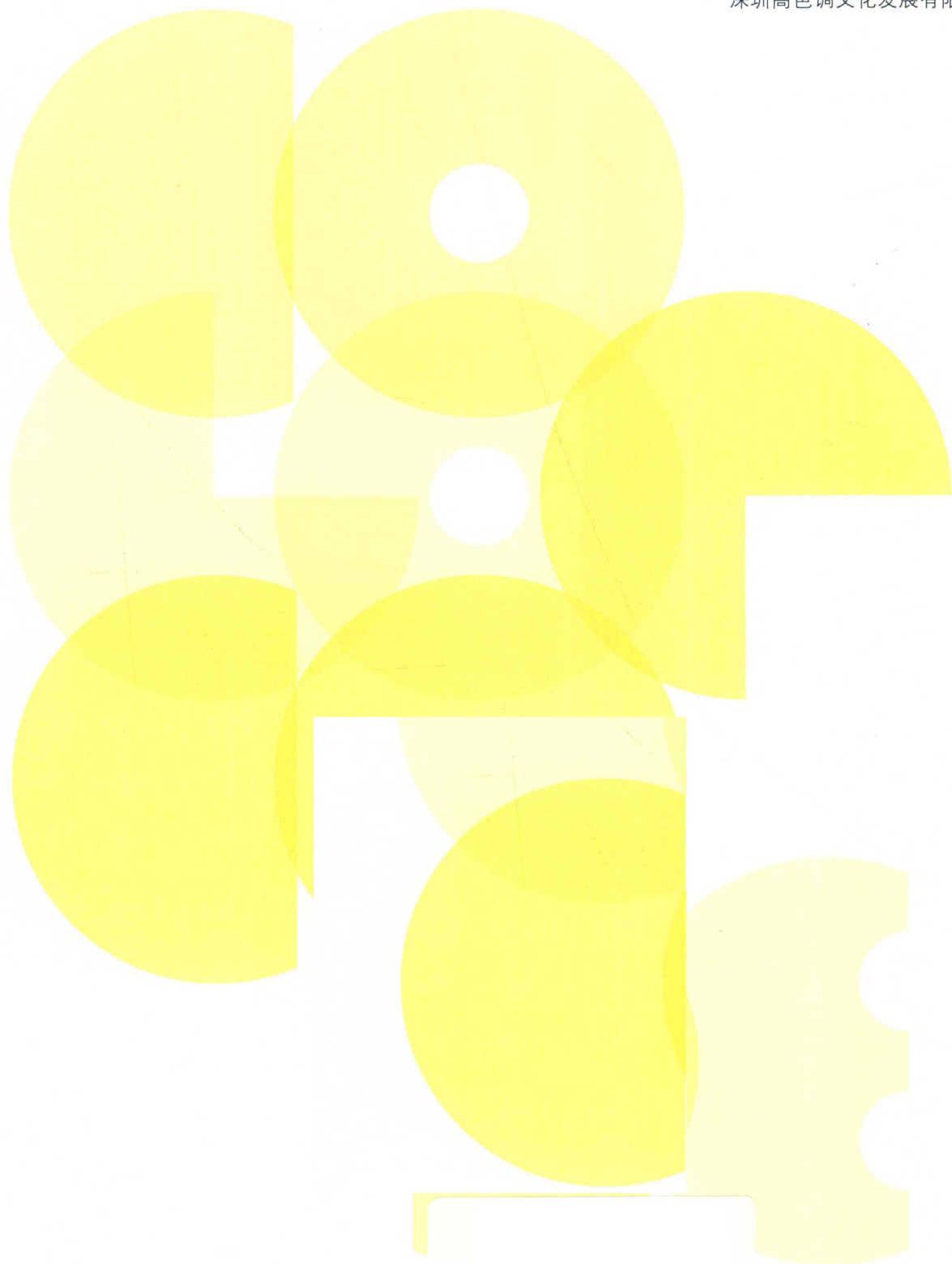
品牌与标志设计

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划

色彩法则

品牌与标志设计

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划



图书在版编目(CIP)数据

色彩法则：品牌与标志设计 / 三度出版有限公司编著. — 武汉：华中科技大学出版社, 2017.9

ISBN 978-7-5680-3323-7

I. ①色… II. ①三… III. ①品牌—产品形象—设计 ②标志—设计 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第204247号

色彩法则：品牌与标志设计

SECAI FAZE: PINPAI YU BIAOZHIZHI SHEJI

三度出版有限公司 编著

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）
武汉市东湖新技术开发区华工科技园

电话：（027）81321913
邮编：430223

出版人：阮海洪

责任编辑：尹欣
责任校对：杨睿

责任监印：秦英
装帧设计：刘杨

印刷：深圳市和谐印刷有限公司
开本：889 mm × 1194 mm 1/16
印张：15
字数：120千字
版次：2017年9月第1版第1次印刷
定价：268.00元

投稿热线：(010)64155588-8000

本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换

全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务

版权所有 侵权必究



前言

说起设计中的颜色，谈论的不仅是颜色现象，更是人们在观察平面元素时，由颜色引发的内在情感体验。每一种颜色对应一种心理反应，无需借助语言或形状即可以传情达意，为产品、材料、品牌注入个性与品格。

在品牌设计中，设计者最先解决的是风格。品牌的风格决定了视觉构成与框架的设定，就如同撰写人物自传，而且只有当颜色填充进来时，作品才会有主人的模样，方可称其为自传。不妨以珠宝设计为例打个比方。一件粉色的珠宝首饰，可以让我们立刻联想到都市里的中产女性，她们年轻有活力，喜欢体验新的消费方式。如果其他元素不变，单单改变颜色，品牌整体的信息导向可能就变成了男性、34岁、成功人士、游走于潮流的前沿。

在这里可以稍稍提一下我个人的消费经验。我和我先生平时喜欢在货架上找寻好看的产品包装，以至于产品用完了，包装还舍不得丢掉。在我们看来，好的设计具有内在的和谐，可以延长设计的寿命。其中，颜色起到了极为关键的作用，设计的寿命有多长，颜色密码里保留的情感信息就会有多久，与人相见不相忘。

可见，颜色的力量毋庸置疑。回忆一下我们耳畔常常听到的，诸如“麦当劳黄”“脸书蓝”，当然还有“可乐红”等表述。如果我们在品牌的颜色上做改动，哪怕只是一丁点，顾客们都会察觉，有种说不出的不对劲，甚至会质疑正在消费的产品本身。所以，色彩所定义的是视觉信息、信息发出者的面貌以及受众接受信息后的情感体验。

色彩不是全部，但它是构建品牌的重要基石。看上去，它不过是一种视觉元素，但其实，它是定义整个品牌身份的密钥所在。所以，还等什么，让我们一起来聊聊颜色吧。

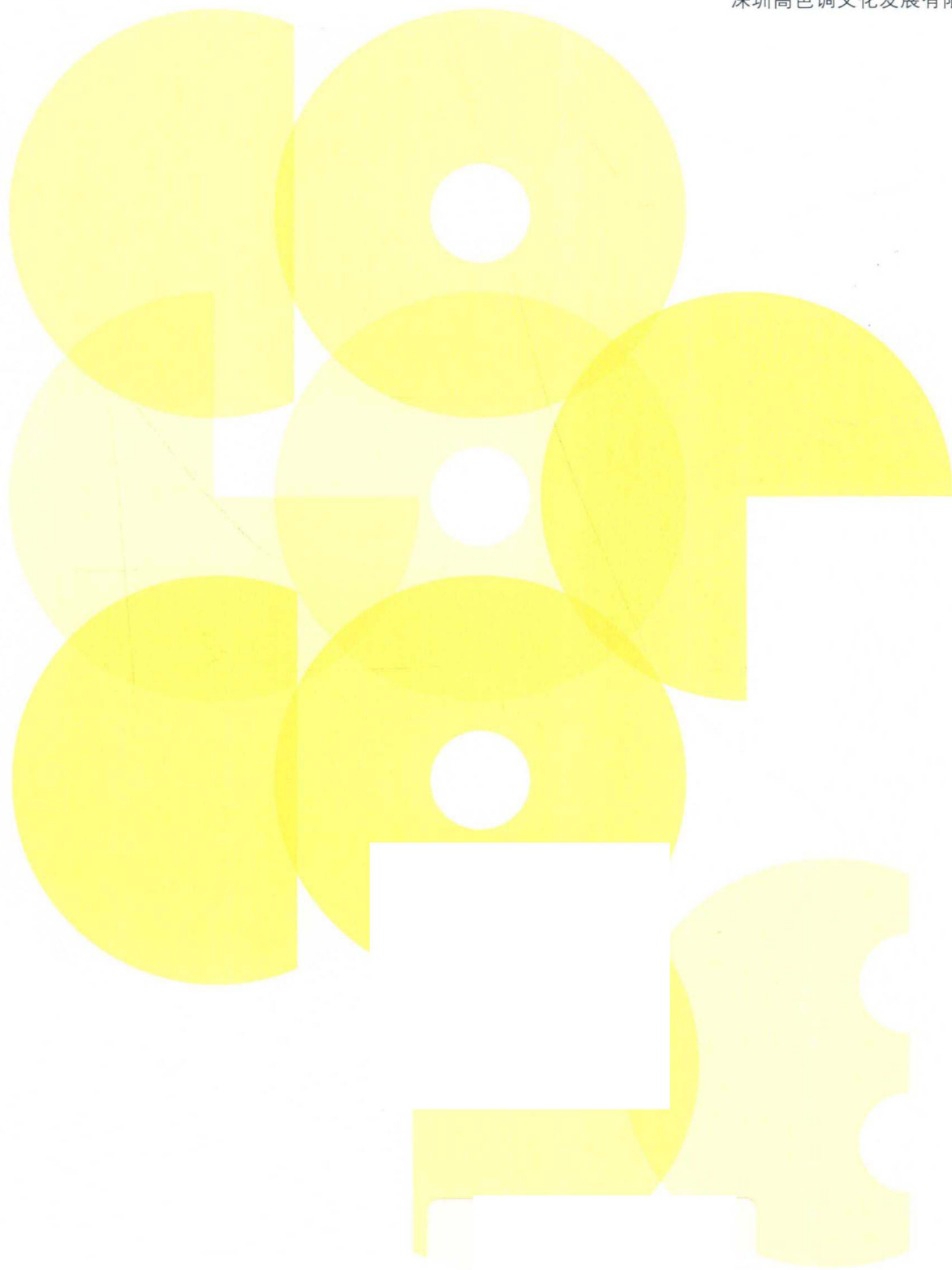
目录

004	前	言
007	作	品
233	索	引
240	致	谢

色彩法则

品牌与标志设计

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

色彩法则：品牌与标志设计 / 三度出版有限公司编著. — 武汉：华中科技大学出版社, 2017.9

ISBN 978-7-5680-3323-7

I. ①色… II. ①三… III. ①品牌—产品形象—设计 ②标志—设计 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第204247号

色彩法则：品牌与标志设计

SECAI FAZE: PINPAI YU BIAOZHISHI SHEJI

三度出版有限公司 编著

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）

电话：（027）81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编：430223

出版人：阮海洪

责任编辑：尹欣

责任监印：秦英

责任校对：杨睿

装帧设计：刘杨

印刷：深圳市和谐印刷有限公司

开本：889 mm × 1194 mm 1/16

印张：15

字数：120千字

版次：2017年9月第1版第1次印刷

定价：268.00元

投稿热线：(010)64155588-8000

本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换

全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务

版权所有 侵权必究



前言

说起设计中的颜色，谈论的不仅是颜色现象，更是人们在观察平面元素时，由颜色引发的内在情感体验。每一种颜色对应一种心理反应，无需借助语言或形状即可以传情达意，为产品、材料、品牌注入个性与品格。

在品牌设计中，设计者最先解决的是风格。品牌的风格决定了视觉构成与框架的设定，就如同撰写人物自传，而且只有当颜色填充进来时，作品才会有主人的模样，方可称其为自传。不妨以珠宝设计为例打个比方。一件粉色的珠宝首饰，可以让我们立刻联想到都市里的中产女性，她们年轻有活力，喜欢体验新的消费方式。如果其他元素不变，单单改变颜色，品牌整体的信息导向可能就变成了男性、34岁、成功人士、游走于潮流的前沿。

在这里可以稍稍提一下我个人的消费经验。我和我先生平时喜欢在货架上找寻好看的产品包装，以至于产品用完了，包装还舍不得丢掉。在我们看来，好的设计具有内在的和谐，可以延长设计的寿命。其中，颜色起到了极为关键的作用，设计的寿命有多长，颜色密码里保留的情感信息就会有多久，与人相见不相忘。

可见，颜色的力量毋庸置疑。回忆一下我们耳畔常常听到的，诸如“麦当劳黄”“脸书蓝”，当然还有“可乐红”等表述。如果我们在品牌的颜色上做改动，哪怕只是一丁点，顾客们都会察觉，有种说不出的不对劲，甚至会质疑正在消费的产品本身。所以，色彩所定义的是视觉信息、信息发出者的面貌以及受众接受信息后的情感体验。

色彩不是全部，但它是构建品牌的重要基石。看上去，它不过是一种视觉元素，但其实，它是定义整个品牌身份的密匙所在。所以，还等什么，让我们一起来聊聊颜色吧。

目录

004	前	言
007	作	品
233	索	引
240	致	谢

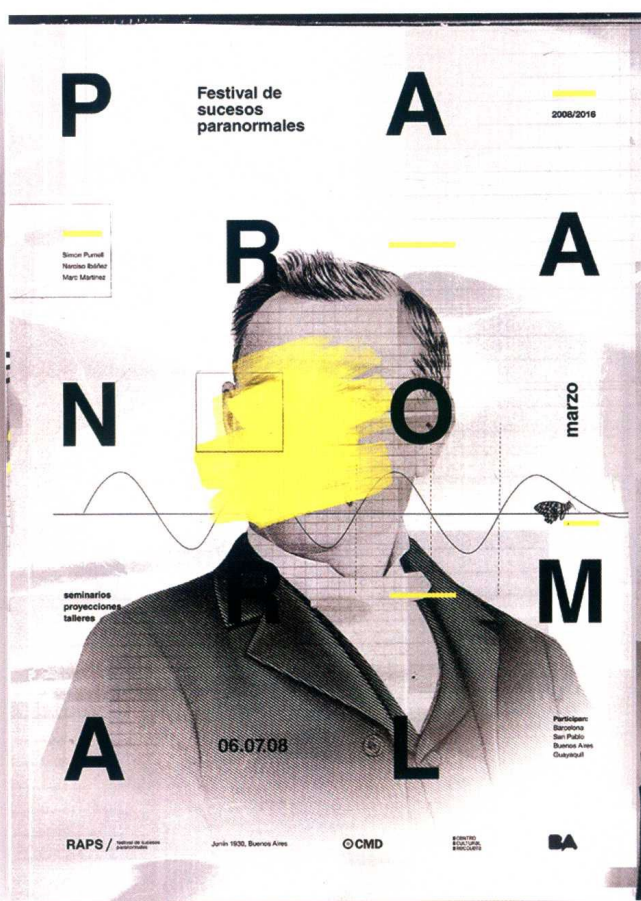
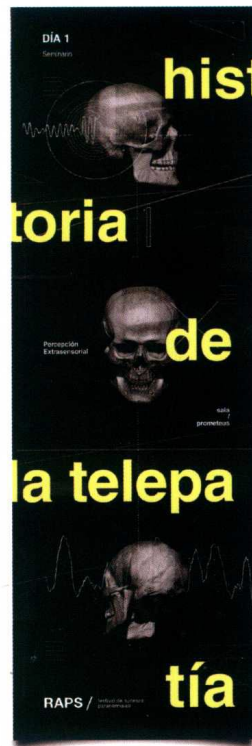
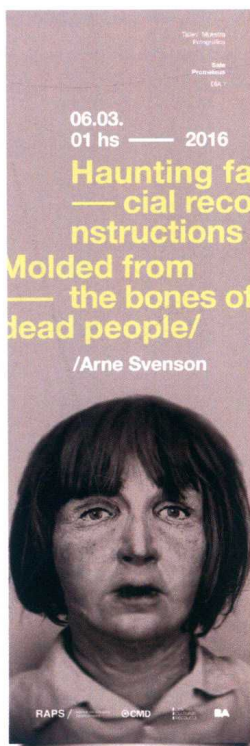
说唱 / 超自然艺术节

设计师：埃斯特法尼亚·莱瓦 (Estefania Leiva)

艺术节主题主要是“超自然”，特别是与人类相关的、一种“超然”的存在。艺术节为期三天，分为活动、研讨会和工作坊三部分。

以“说唱”(Rap)命名艺术节是因为说唱的声效煞有气氛。声音工程师们会毫无根据地制造一些异常嘈杂的噪声出来，假设噪声源自一种“超然之力”。

设计师为艺术节的名字设计了字体标志，结尾以斜杠“/”结束，这一符号可以看做是两个世界的划分，它连接起了自然世界和超自然世界。



festival

— sucesos paranormales —

Simon Pummell
Narciso Ibáñez Serrador
Marc Martínez
Carlos Mayolozky
Héctor Hernández Vicens
Jhon Watts

/06.07.08

19 hs —
Recoleta

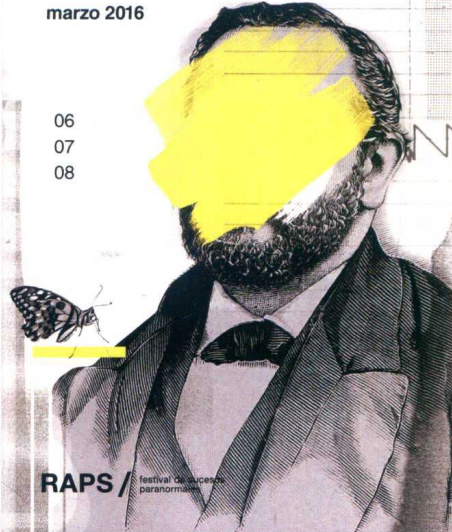
RAPS / festival de sucesos paranormales ©CMD BA SOCIEDAD CULTURAL ESCUELA

3 DÍAS

—
seminarios
proyecciones
talleres

marzo 2016

06
07
08



RAPS / festival de sucesos paranormales

DÍA 3

canalización
de entidades —

RAPS / festival de sucesos paranormales ©CMD BA SOCIEDAD CULTURAL ESCUELA

Vertical text on the left edge: L, A, M, R, O, A, A, P

Vertical text on the right edge: A, N, R, A, P

Vertical text at the bottom: RAPS / festival de sucesos paranormales

Agenda del Festival

RAPS / Festival de sucesos paranormales

Para volver a tener un festival de sucesos paranormales en Recoleta y Montevideo se necesita un espacio que no pueda ser entendido como un espacio de entretenimiento y que sea un espacio de encuentro y de aprendizaje.

Agenda del Festival

El festival es una oportunidad para volver a tener un espacio de encuentro y de aprendizaje con los sucesos paranormales. También se mostrarán películas, talleres y actividades musicales de diversos géneros.

2008 — 2016

Nuevos testimonios reales

Investigación parapsíquica

Percepción extrasensorial

Brujas y adivinación del futuro

Canalización de entidades

Seminarios Proyecciones Talleres

RAPS / festival de sucesos paranormales

Christian band horror third Day Crucifixión and paranormal music show

Música

/Percepción extrasensorial

DÍA 1

2016

participan

/Simon Pummell
Narciso Ibáñez
Marc Martínez
Carlos Mayolozky
Héctor Hernández
Jhon Watts
Simon Pummell

Barcelona
San Pablo
Buenos Aires
Guayaquil
Montevideo

2008 — 2016

Argentina
Ecuador
Uruguay

Destacados del Festival

Shores Medeiros

Proyecciones

Fotografía Paranormal

20 hs.

festival de sucesos paranormales 2016

03/marzo

/Festival de Sucesos Paranormales

Participan

Buenos Aires
Barcelona
Guayaquil
Montevideo

Colaboran

Simon Pummell
Narciso Ibáñez
Marc Martínez

/Canalización de entidades antiguas

DÍA 3

03/marzo

RAPS / festival de sucesos paranormales



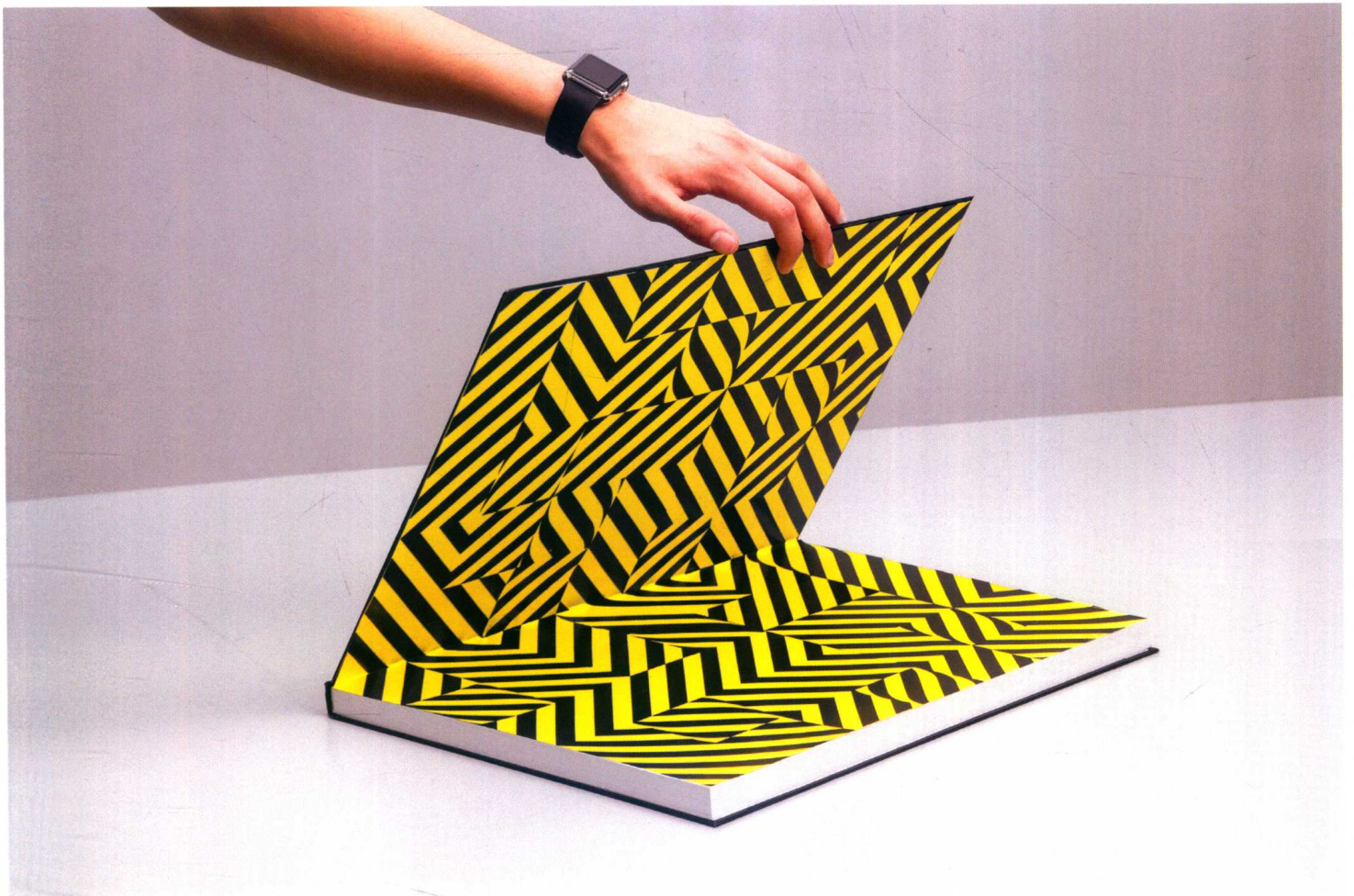
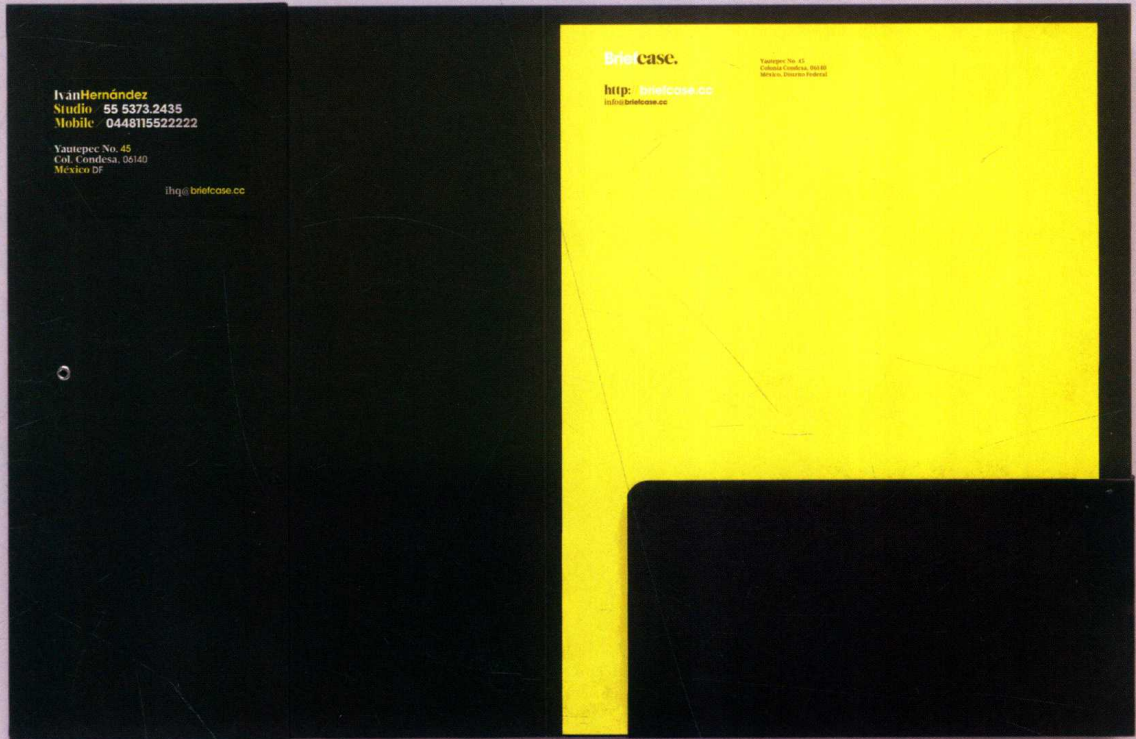
公文包

设计公司：Anagrama 设计公司

公文包 (Briefcase) 工业设计工作室位于墨西哥城，致力于在城市空间中施展有效的设计干预力。工作室接手的品牌项目，往往另辟蹊径，以城市地带和开放空间为媒介，孵育和拓展创意灵感。标志的设计来往于两种哲学观点和两类个性的融合与对照之间，通过单一的图形叙事，表达既现代又超越时间的格调。

在品牌构建的过程中，文字和版式的设计受到城市景观的种种启发与影响。其中，字体与颜色相映成趣，以亮黄色的基调隐喻城市公共空间，其中安插在各处的导引标志就如同品牌的字体元素，完全表达了公文包工作室的奇妙构想。





凯伦·鲁斯

设计公司：Memo & Moi 设计公司

设计师：吉列尔莫·卡斯蒂利亚诺斯 (Guillermo Castellanos)

艺术指导：莫伊西斯·纪廉 (Moisés Guillén)

摄影师：吉列尔莫·卡斯蒂利亚诺斯 (Guillermo Castellanos)
莫伊西斯·纪廉 (Moisés Guillén)

凯伦·鲁斯 (Karen Ruz) 是一位来自墨西哥的设计师，本来就是行业内公认的多面手。源源不绝的奇思妙想及对远古与现代技术所持有的天生好奇心，促使她一直都有好的作品问世。她以设计为己任，以人们的需求为起点，以解决问题为思维导向，在设计中破旧立新。

作为设计师她所追求的，一部分是对梦想的保护和对怀旧的建构。所有的一切象征与遗存构成了事物真正的本质性的存在。她的灵感源自于那些不可为而为之的事情，来自于勾魂摄魄的故事，来自于种种的兴奋点。艺术、感觉和记忆引导着她的脚步，喂养着她的灵魂，赋予她真正本质性的碎片，等待被她的双手实现。

