

大家一起学配色

COLOR SCHEMING

配色方案全能书

COLOR SCHEME LAYOUT

写给大家看的配色方案速查书

[日] 南云治嘉 著 普磊 译

中国青年出版社

大家一起学配色
COLOR SCHEMING

配色方案全能书

COLOR SCHEME LAYOUT

写给大家看的配色方案速查书

[日] 南云治嘉 著 普磊 译

中国青年出版社

■ 学习色彩的各位

本书收录的是配色的基本图表。如有想进行色彩感觉的演练,请利用演练专用书籍。

■ 将“色彩形象图表”用于企业的各位

色彩形象图表正在逐渐地成为世界标准,所以在配色中请使用此图表。可以避免配色中的传达失误。

■ 对于色彩的疑问或是工作上的合作

请联系 上海南芸治嘉文化传播有限公司

TEL :15121017404 (张小姐)

E-mail :nagumo@haru-design.net

日文书名:説得力を生む 配色レイアウト

Color scheme layout

© 2017 Haruyoshi Nagumo

© 2017 Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

This book was first designed and published in Japan in 2017 by Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

This Simplified Chinese edition was published in 2019 by China Youth Publishing Group.

Chinese (in simplified character only) translation rights arranged with

Graphic-sha Publishing Co., Ltd. through CREEK & RIVER Co., Ltd.

Creative staff of Japanese Edition

Cover Design/ Text Layout/ Images: Rinako Soutome

Images: Ayako Gomi, Keiko Toku

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明:本书由 Graphic-sha Publishing 出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人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。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

http://www.shdf.gov.cn

中国青年出版社

010-50856028

E-mail:editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

配色方案全能书 / (日) 南云治嘉著; 普磊译. — 北京: 中国青年出版社, 2018.12

(大家一起学配色)

ISBN 978-7-5153-5431-6

I. ①配… II. ①南… ②普… III. ①排版-配色 IV. ①TS812

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 284727 号

版权登记号: 01-2018-2367

大家一起学配色: 配色方案全能书

[日] 南云治嘉 / 著 普磊 / 译

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) 50856188 / 50856199

传真: (010) 50856111

企划: 北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑: 张 军

助理编辑: 杨佩云

封面设计/版式设计: [日] 五月女理奈子

配色数据制作者: [日] 五味绫子 [日] 得 惠子

印刷: 北京瑞禾彩色印刷有限公司

开本: 880 x 1032 1/32

印张: 6

字数: 240 千字

版次: 2019 年 3 月北京第 1 版

印次: 2019 年 3 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5153-5431-6

定价: 65.80 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010) 50856188 / 50856199

读者来信: reader@cypmedia.com

投稿邮箱: author@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站: http://www.cypmedia.com

目录

本书的3大目标	002
配色排版的重要性	003
数字色彩的时代	008

Chapter.1 设计所需色彩基础

01 色彩是什么?	010
02 色相的本质及其作用	011
03 明度的本质及其作用	012
04 彩度(饱和度)的本质及其作用	013
05 RGB和CMYK的区别	014
06 色彩形象图表的配合使用	015
07 配色需要依据	016
08 配色的高效化	017
09 打动人的色彩生理	018
10 色彩的感知方式	019
11 决定形象之后配色	020

Chapter.2 排版的基础

01 四边形的原理	022
02 点的作用	024
03 信息排版	026
04 存在优先顺序	027
05 排版的组成要素	028
06 排版的基本原则	030
07 排版的目的及分类	032
08 引导视觉的意识	034
09 吸引目光的特性	036

Chapter.3 配色的步骤及关键

01 确认配色目的	038
02 明确主题	039
03 设定形象	040
04 从调色板中选色	041
05 色彩模拟	042
06 色彩调整	043
07 不受感觉影响	044
08 不受禁忌色彩束缚	045
09 不受流行左右	046
10 注意太暗画面	047
11 避免太亮画面	048
12 注意闪烁画面	049
13 相邻色彩的对比度	050
14 醒目色彩应限定在3处以内	051
15 吸引力强的色彩不只有红色	052
16 避免用黑色掩饰	053
17 预判效果	054

Chapter.4 配色排版方法

01 整体形象全凭基调色	056
① 基调色：白 洁净感基调	058
② 基调色：白 表现生机勃勃	060
③ 基调色：白 体现未来事物	062
④ 基调色：白 表现积极氛围	064
⑤ 基调色：灰 表现自然色调	066
⑥ 基调色：灰 表现融洽和谐	068
⑦ 基调色：灰 一家人的形象	070
⑧ 基调色：黑 正式感的形象	072
⑨ 基调色：黑 怀旧感的形象	074
⑩ 基调色：有彩色 利用重点色彩	076
⑪ 基调色：有彩色 强调事件性	078

02 存在强调信息	080
① 主题 [重点色彩]	082
② 强调 [对比]	084
③ 夸张 [扩大面积]	086
④ 独立 [围框]	088
⑤ 形成动态 [倾斜·动态]	090
⑥ 说服 [运用视频]	092
03 表现稳定感	094
① 形成格调 [对称]	096
② 制造紧张 [左右平衡]	098
③ 赋予希望 [上下平衡]	100
④ 流畅阅读 [利用中心线]	102
⑤ 增加厚重感 [形成面积]	104
⑥ 感受平和 [水平视角及广度]	106
04 施加刺激感	108
① 单纯刺激 [简洁]	110
② 强烈刺激 [放射]	112
③ 浓烈刺激 [暖色系]	114
④ 尖锐刺激 [冷色系]	116
⑤ 巨大刺激 [阴影及面积比]	118
⑥ 穿透刺激 [透视图]	120
05 营造美学效果	122
① 赋予秩序 [形与色的统一]	124
② 形成统一感 [同色系]	126
③ 收敛 [控制色数]	128
④ 释放光亮 [高亮度色彩]	130
⑤ 形成透明感 [纯色和清色]	132

06 注意活力	134
① 表现节奏 [情绪活力]	136
② 强调色 [强调印象]	138
③ 破格 [细致鼓动]	140
④ 分隔 [充分呈现]	142
⑤ 多色表现 [展现活力]	144
07 装饰设计的应用	146
① 底纹	148
② 框线	150
③ 植物花纹	152
④ 几何花纹	154
⑤ 镂空花纹	156
⑥ 华丽装饰	158

Chapter.5 各种题材的配色启发合集

01 金融	160	16 航空	175
02 建设	161	17 超市	176
03 房屋	162	18 弹珠机	177
04 休闲及体育	163	19 日用品	178
05 旅行	164	20 制药	179
06 汽车	165	21 通信销售	180
07 汽车用品	166	22 百货	181
08 通信及电波	167	23 餐饮店及美食	182
09 IT相关	168	24 酒馆	183
10 游戏	169	25 食品	184
11 手机	170	26 饮料	185
12 互联网广告	171	27 化妆品	186
13 家电	172	28 时尚	187
14 运输	173	29 印刷	188
15 零售	174	30 婚礼	189

色彩形象索引	190
--------	-----

后记·参考资料及文献	191
------------	-----

大家一起学配色
COLOR SCHEMING

配色方案全能书

COLOR SCHEME LAYOUT

写给大家看的配色方案速查书

[日] 南云治嘉 著 普磊 译

中国青年出版社

本书的 3 大目标

在进行排版配色时，基本上需要使用 3 种技能。

从事排版工作的人，大多具备一定的色彩知识，但即使是这样，具体色彩适用时等也会让人束手束脚。如果过度依赖感觉，这种束手束脚的情况便会愈发严重，进而会对自己产生怀疑。因为每个人的感觉均有所差异，个体之间容易产生审美不同。

本书最终希望能够实现以下 3 大目标：

①首先，掌握色彩的基础，充实排版所需色彩知识。

②即使具备色彩知识，如果不理解其使用方法，排版的效果也会达不到预期的效果。因此，书中会对配色方法进行详细说明。

③为了获得预期效果，大量列举配色排版的范例，让人加深印象。

在此之前，市面上基本未出版过针对排版配色的相关书籍。希望本书能够帮助读者解决排版配色的相关问题。

熟练运用色彩

① 色彩知识

这部分主要对数字色彩的基础知识进行说明，且包括部分配色基础知识。

从预期效果展开

② 配色手法

详细说明能满足设计目标的配色方法及能有效实施的配色技巧。

目的及效果的分类

③ 配色排版的示例

在进行配色排版时，重点考虑配色位置及配色面积的参考意义。

配色排版的重要性

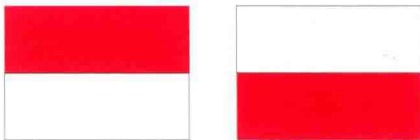
配色排版，是指同步进行配色及排版的技巧。

在设计工作中，配色大多在排版时进行。运用色彩的最大壁垒就是即使有现成的配色示例也难以判断如何配色和如何确定配色面积。根据排版方式的不同，即使是相同的颜色也会呈现出各种不同的效果。大多数情况下，都是通过感觉来处理这类工作。

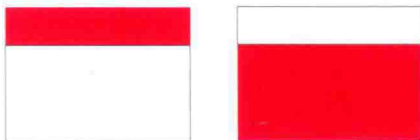
感觉的世界极其模糊，未必能够满足客户的要求。在设计的世界中，如果不能得到客户和消费者的共鸣，则算不上好的设计。为了实现好的设计，极具说服力的配色排版必不可少。

本书使用了以色彩生理学为基础的“数字色彩”及“色彩形象图表”。并且，还在排版中应用了视觉心理学。力求通过具有科学依据的理论，实现极具说服力的配色排版。

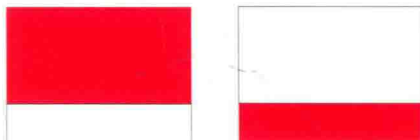
● 色彩的面积及位置产生的差异效果



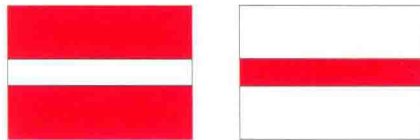
即便配色相同，仅上下颠倒也会改变形象。红色位于上方存在压迫感，位于下方产生稳定感。



改变配色面积，则可强调这种颜色的性质。位于上方起到强调效果，位于下方产生冲击感。



上方面积增加产生压制影响，色彩位于下方则增添优雅感。



正中央留白，色彩得以强调。色彩位于正中央，则能体现格调、风格。

目录

本书的3大目标	002
配色排版的重要性	003
数字色彩的时代	008

Chapter. 1 设计所需色彩基础

01 色彩是什么?	010
02 色相的本质及其作用	011
03 明度的本质及其作用	012
04 彩度(饱和度)的本质及其作用	013
05 RGB和CMYK的区别	014
06 色彩形象图表的配合使用	015
07 配色需要依据	016
08 配色的高效化	017
09 打动人的色彩生理	018
10 色彩的感知方式	019
11 决定形象之后配色	020

Chapter. 2 排版的基础

01 四边形的原理	022
02 点的作用	024
03 信息排版	026
04 存在优先顺序	027
05 排版的组成要素	028
06 排版的基本原则	030
07 排版的目的及分类	032
08 引导视觉的意识	034
09 吸引目光的特性	036

Chapter.3 配色的步骤及关键

01 确认配色目的	038
02 明确主题	039
03 设定形象	040
04 从调色板中选色	041
05 色彩模拟	042
06 色彩调整	043
07 不受感觉影响	044
08 不受禁忌色彩束缚	045
09 不受流行左右	046
10 注意太暗画面	047
11 避免太亮画面	048
12 注意闪烁画面	049
13 相邻色彩的对比度	050
14 醒目色彩应限定在3处以内	051
15 吸引力强的色彩不只有红色	052
16 避免用黑色掩饰	053
17 预判效果	054

Chapter.4 配色排版方法

01 整体形象全凭基调色	056
① 基调色：白 洁净感基调	058
② 基调色：白 表现生机勃勃	060
③ 基调色：白 体现未来事物	062
④ 基调色：白 表现积极氛围	064
⑤ 基调色：灰 表现自然色调	066
⑥ 基调色：灰 表现融洽和谐	068
⑦ 基调色：灰 一家人的形象	070
⑧ 基调色：黑 正式感的形象	072
⑨ 基调色：黑 怀旧感的形象	074
⑩ 基调色：有彩色 利用重点色彩	076
⑪ 基调色：有彩色 强调事件性	078

02 存在强调信息	080
① 主题 [重点色彩]	082
② 强调 [对比]	084
③ 夸张 [扩大面积]	086
④ 独立 [围框]	088
⑤ 形成动态 [倾斜·动态]	090
⑥ 说服 [运用视频]	092
03 表现稳定感	094
① 形成格调 [对称]	096
② 制造紧张 [左右平衡]	098
③ 赋予希望 [上下平衡]	100
④ 流畅阅读 [利用中心线]	102
⑤ 增加厚重感 [形成面积]	104
⑥ 感受平和 [水平视角及广度]	106
04 施加刺激感	108
① 单纯刺激 [简洁]	110
② 强烈刺激 [放射]	112
③ 浓烈刺激 [暖色系]	114
④ 尖锐刺激 [冷色系]	116
⑤ 巨大刺激 [阴影及面积比]	118
⑥ 穿透刺激 [透视图]	120
05 营造美学效果	122
① 赋予秩序 [形与色的统一]	124
② 形成统一感 [同色系]	126
③ 收敛 [控制色数]	128
④ 释放光亮 [高亮度色彩]	130
⑤ 形成透明感 [纯色和清色]	132

06 注意活力	134
① 表现节奏 [情绪活力]	136
② 强调色 [强调印象]	138
③ 破格 [细致鼓动]	140
④ 分隔 [充分呈现]	142
⑤ 多色表现 [展现活力]	144
07 装饰设计的应用	146
① 底纹	148
② 框线	150
③ 植物花纹	152
④ 几何花纹	154
⑤ 镂空花纹	156
⑥ 华丽装饰	158

Chapter.5 各种题材的配色启发合集

01 金融	160	16 航空	175
02 建设	161	17 超市	176
03 房屋	162	18 弹珠机	177
04 休闲及体育	163	19 日用品	178
05 旅行	164	20 制药	179
06 汽车	165	21 通信销售	180
07 汽车用品	166	22 百货	181
08 通信及电波	167	23 餐饮店及美食	182
09 IT相关	168	24 酒馆	183
10 游戏	169	25 食品	184
11 手机	170	26 饮料	185
12 互联网广告	171	27 化妆品	186
13 家电	172	28 时尚	187
14 运输	173	29 印刷	188
15 零售	174	30 婚礼	189

色彩形象索引	190
--------	-----

后记·参考资料及文献	191
------------	-----

数字色彩的时代

现在已经是数字色彩的时代，其核心就是计算机。如果试着对计算机在我们生活中所发挥的作用进行整理，可知计算机的功能大致分为3个层面。

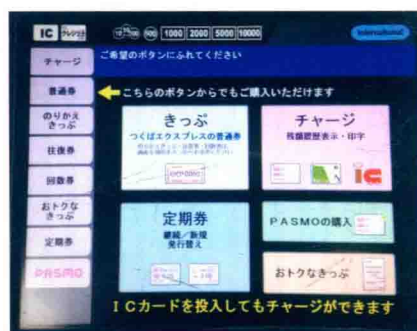
第1个层面是创造功能。创造产品、影音资料、项目、音乐。

第2个层面是交流功能。以互联网为主的通信功能是生活中不可或缺的部分。

第3个层面是管理功能。监控、监督、运转等管理功能支撑着现代社会的规范。

这些功能也有共通之处，也就是数字色彩。数字色彩应用于通过数字表现的所有事物中。

随着数字技术的普及，数字色彩的应用领域也逐渐增多。而且，数字色彩与传统意义的色彩概念难以套用。传统意义的色彩凭借感觉，但到了数字色彩时代，已成为依托科学技术的色彩。



Chapter. 1

先理解色彩是什么

设计所需色彩基础

人类观察色彩的能力是与生俱来的，并在观察色彩的过程中成长，逐渐开始理解颜色，也就是经验积累而成的“感觉”。为了向更多人传递这种“感觉”，色彩基础必不可少。

color scheme

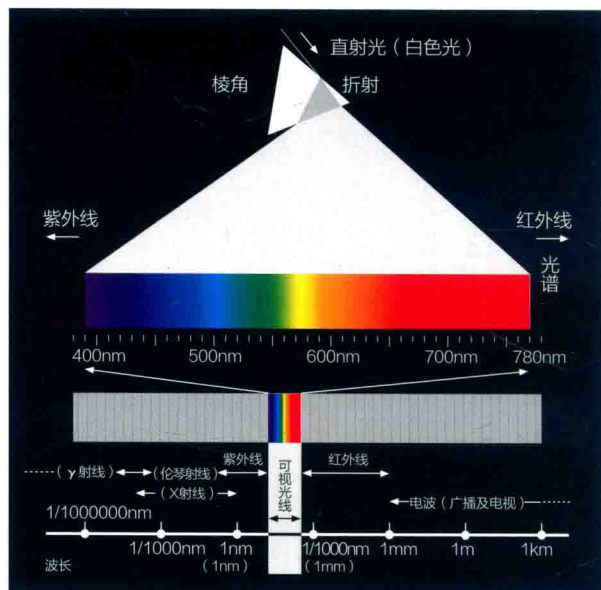
layout

design

色彩是什么？

1704年，英国科学家牛顿发表了《光学》，证明了色彩就是光。色彩源于自然光，通过棱镜将自然光分光之后会呈现出7色光谱，再用透镜将这7色收集就又能恢复为自然光。通过这个过程，一瞬间就看穿了色彩的本质。色彩的基础就是色光，光就是电磁波，即数字色彩。

● 色就是光（可见光），光就是电磁波



1864年，麦克斯韦建立电磁理论，证明色彩就是光，也就是电磁波。并且阐明，光谱是由380nm至780nm的波长所构成。在电磁波领域，仅这个范围内的波长可被人眼识别，所以称之为“可见光”。

色彩位于可见光范围内，光谱是指色彩的原色。通过这些色彩（波长）的组合，就能形成世间万物的色彩。除了电磁波，还有X射线、γ射线、紫外线、红外线、广播及电视的电波等。也就是说，色彩就是电波。