

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

设计色彩

朱磊 孙薇 主编

刘菲菲 吴琳 副主编

清华大学出版社



高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

设计色彩

朱 磊 孙 薇 主 编

刘菲菲 吴 琳 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

设计色彩既是高等艺术院校非常重要的专业基础课程,也是一个广告艺术设计人员必须学习和掌握的知识技能。本书结合中外设计色彩的演变与发展,具体介绍色彩基础原理、设计色彩与视知觉、设计色彩的关系配置、设计色彩的写生训练与表现、设计色彩的采集与借鉴、不同设计领域中设计色彩的应用,并注重通过强化训练提高读者的应用技能。

本书适用于高等院校广告和艺术设计专业的教学,也可以作为文化创意企业和广告艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材,对于广大艺术设计、动画爱好者也是一本必备的基础训练指导手册。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

设计色彩/朱磊,孙薇主编.—北京:清华大学出版社,2016

高等院校广告和艺术设计专业系列规划教材

ISBN 978-7-302-36720-8

I. ①设… II. ①朱… ②孙… III. ①色彩学—高等学校—教材 IV. ①J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第115910号

责任编辑:张弛

封面设计:李子慕

责任校对:刘静

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印装者:北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:13

字 数:314千字

版 次:2016年1月第1版

印 次:2016年1月第1次印刷

印 数:1~2000

定 价:49.00元

产品编号:059515-01

编 审 委 员 会

主 任：牟惟仲

副主任：(排名不分先后)

宋承敏	冀俊杰	张昌连	田卫平	滕祥东	张振甫
林 征	帅志清	李大军	梁玉清	鲁彦娟	王利民
吕一中	张建国	王 松	车亚军	王黎明	田小梅

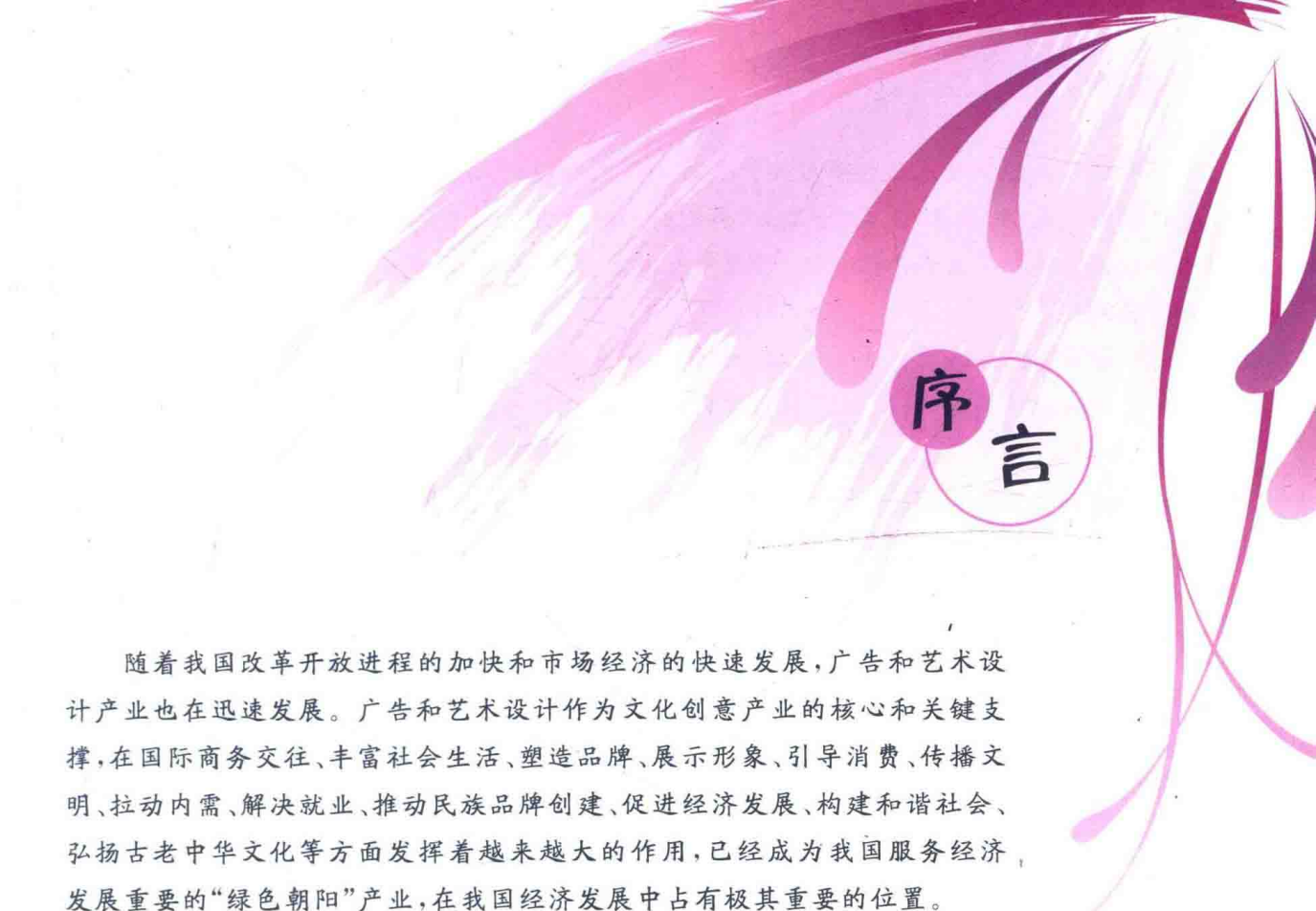
委 员：(排名不分先后)

梁 露	崔德群	金 光	吴慧涵	崔晓文	鲍东梅
翟绿绮	吴晓慧	温丽华	吴晓赞	朱 磊	赵 红
马继兴	白 波	赵盼超	田 园	姚 欣	王 洋
吕林雪	王洪瑞	许舒云	孙 薇	赵 妍	胡海权
温 智	逢京海	吴 琳	李 冰	李 鑫	刘菲菲
何海燕	张 戈	曲 欣	李 卓	李笑宇	刘 剑
刘 晨	李连璧	孟红霞	陈晓群	张 燕	阮英爽
王桂霞	刘 琨	杨 林	顾 静	林 立	罗佩华

总 编：李大军

副总编：梁 露 鲁彦娟 吴晓慧 金 光 温丽华 翟绿绮

专家组：田卫平 梁 露 崔德群 崔晓文 华秋岳 梁玉清



序言

随着我国改革开放进程的加快和市场经济的快速发展,广告和艺术设计产业也在迅速发展。广告和艺术设计作为文化创意产业的核心和关键支撑,在国际商务交往、丰富社会生活、塑造品牌、展示形象、引导消费、传播文明、拉动内需、解决就业、推动民族品牌创建、促进经济发展、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国服务经济发展重要的“绿色朝阳”产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

1979年中国广告业从零开始,经历了起步、快速发展、高速增长等阶段,2011年我国广告营业额突破3000亿元,已跻身世界前列。商品销售离不开广告,企业形象也需要广告宣传,市场经济发展与广告业密不可分;广告不仅是国民经济发展的“晴雨表”、社会精神文明建设的“风向标”,也是构建社会主义和谐社会的“助推器”。由于历史原因,我国广告艺术设计业起步晚,但是发展飞快,目前广告行业中受过正规专业教育的从业人员严重缺乏,因此使得中国广告和艺术设计作品难以在世界上拔得头筹。广告设计专业人才缺乏,已经成为制约中国广告设计事业发展的主要瓶颈。

当前,随着世界经济的高度融合和中国经济国际化的发展趋势,我国广告设计业正面临着全球广告市场的激烈竞争,随着世界经济发达国家广告设计观念、产品营销、运营方式、管理手段及新媒体和网络广告的出现等巨大变化,我国广告和艺术设计从业者急需更新观念、提高专业技术应用能力与服务水平、提升业务质量与道德素质,广告和艺术设计行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才;加强广告设计业经营管理模式的创新、加速广告和艺术设计专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

为此,党和国家高度重视文化创意产业的发展,党的十七届六中全会明确提出:“文化强国”的长远战略、发展壮大包括广告业在内的传统文化产业,迎来文化创意产业大发展的最佳时期;政府加大投入、鼓励新兴业态、发展创意文化、打造精品文化品牌、消除壁垒、完善市场准入制度,积极扶持文

化产业进军国际市场。结合中国共产党第十八次全国代表大会提出的“扎实推进社会主义文化强国建设”的号召,国家“十二五”规划纲要明确提出促进广告业健康发展。中央经济工作会议提出稳中求进的总体思路,强调扩大内需,发展实体经济,对做好广告工作提出新的更高要求。

针对我国高等教育广告和艺术设计专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业急需、满足日益增长的文化创意市场需求,我们组织多年从事广告和艺术设计教学与创作实践活动的国内知名专家教授及广告设计企业精英共同精心编撰了本套教材,旨在迅速提高大学生和广告设计从业者的专业技能素质,更好地服务于我国已经形成规模化发展的文化创意事业。

本套系列教材作为高等教育广告和艺术设计专业的特色教材,坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进;在吸收国内外广告和艺术设计界权威专家学者最新科研成果的基础上,融入了广告设计运营与管理的最新实践教学理念;依照广告设计的基本过程和规律,根据广告业发展的新形势和新特点,全面贯彻国家新近颁布实施的广告法律、法规和行业管理规定;按照广告和艺术设计企业对用人的需求模式,结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求;注重校企结合、贴近行业企业业务实际,强化理论与实践的紧密结合;注重管理方法、运作能力、实践技能与岗位应用的培养训练,并注重教学内容和教材结构的创新。

本套系列教材包括《中国工艺美术史》、《色彩》、《中外美术鉴赏》、《素描》、《广告学概论》、《广告设计》、《广告摄影》、《广告法律法规》、《字体设计》、《版式设计》、《包装设计》、《标志设计》、《招贴设计》、《会展设计》、《书籍装帧设计》等书。本系列教材的出版,对帮助学生尽快熟悉广告设计操作规程与业务管理、对帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

教材编委会

2013年4月



前言

广告艺术设计制作作为国家文化创意产业的核心支柱产业,在国际商务交往、促进影视传媒会展发展、丰富社会生活、拉动内需、解决就业、推动经济发展、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国文化创意经济发展的重要产业,在我国产业转型、经济发展中占有极其重要的位置。广告艺术设计制作产业以其强劲的上升势头成为全球经济发展中最具活力的绿色朝阳产业。

设计色彩是高等艺术院校非常重要的专业基础课程,也是广告艺术设计从业者必须学习和掌握的基本理论知识与技能。当前,国际广告艺术设计制作和动漫产业迅猛发展,市场竞争日益激烈,对从业人员专业技术素质的要求也越来越高。社会经济发展和国家产业变革急需大量具有理论知识与实际操作技能的复合型设计专门人才。

保障我国文化创意产业经济活动和国际广告艺术设计制作业的顺利运转,加强现代广告艺术设计从业者专业综合素质培养,增强企业核心竞争力,加速推进设计制作产业化进程,提高我国设计制作水平,更好地为我国文化创意产业服务,既是广告艺术设计企业可持续快速发展的战略选择,也是本书出版的真正目的和意义。

本书共六章,以学习者应用能力培养为主线,坚持以科学发展观为统领,结合中外设计色彩的演变与发展,具体介绍色彩基础原理、设计色彩与视知觉、设计色彩的关系配置、设计色彩的写生训练与表现、设计色彩的采集与借鉴、不同设计领域中设计色彩的应用,并注重通过强化训练提高读者的应用技能。

本书作为高等教育广告艺术设计制作专业的特色教材,严格按照教育部关于“加强职业教育、突出实践能力培养”的教学改革精神,针对设计色彩课程教学的特殊要求和就业应用能力的培养目标,既注重系统理论知识讲解,又突出综合技能培养,力求做到“课上讲练结合、重在方法的掌握,课下会用,能够具体应用于广告艺术设计制作实际工作之中”,这对于学生毕业后

走上社会顺利就业具有特殊意义。

本书融入了设计色彩最新的实践教学理念,力求严谨,注重与时俱进,具有结构合理,知识系统,图文并茂,通俗易懂,突出科学性、艺术性、可读性的特点,并采用新颖统一的格式化体例设计。本书既适用于高等院校广告和艺术设计专业的教学,也可以作为文化创意企业和广告艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材,对于广大艺术设计、动画自学者也是一本必备的基础训练指导手册。

本书由李大军进行总体方案策划并具体组织,朱磊和孙薇任主编,朱磊统稿,刘菲菲、吴琳为副主编,由具有丰富设计色彩教学和实践经验的田卫平教授审订。作者编写分工:牟惟仲编写序言,温丽华编写第一章,刘菲菲编写第二章,孙薇编写第三章,朱磊、李冰编写第四章,朱磊编写第五章、第七章,吴琳编写第六章,朱磊、刘剑编写附录;华燕萍负责版式调整,李晓新负责制作教学课件。

在本书编写过程中,编者参阅借鉴了国内外大量设计色彩的资料、最新书刊和相关网站的资料,精选收录了具有典型意义的中外设计作品,并得到编委会有关专家教授的细心指导,在此特别致以衷心的感谢。

为了配合本书的使用,编者提供配套电子课件,读者可以登录清华大学出版社网站(www.tup.com.cn)免费下载。由于编者知识水平有限,书中难免存在疏漏和不足之处,恳请专家和广大读者批评指正。

编 者

2015年7月

目录

绪论 001

- 002 第一节 设计色彩的概念
- 003 第二节 设计色彩的特点
- 004 第三节 设计色彩与绘画色彩
- 008 第四节 设计色彩的应用
- 009 第五节 设计色彩学习的意义

第一章 色彩基础原理 011

- 012 第一节 光与色彩
- 019 第二节 色彩的构成体系

第二章 设计色彩与视知觉 028

- 029 第一节 色彩的感觉
- 033 第二节 色彩的错觉
- 037 第三节 色彩与心理
- 055 第四节 色彩的文化象征

第三章 设计色彩的关系配置 059

- 060 第一节 色调
- 067 第二节 色彩的对比
- 074 第三节 色彩的混合与色彩模式
- 079 第四节 色彩的调和
- 085 第五节 色彩的形式美

第四章 设计色彩的写生训练与表现

- 096 第一节 设计色彩的写生训练
099 第二节 设计色彩的表现方法

094

第五章 设计色彩的采集与借鉴

- 125 第一节 自然色彩的采集与借鉴
126 第二节 人文色彩的采集与解构

123

第六章 不同设计领域中设计色彩的应用

- 141 第一节 企业视觉识别系统设计中的色彩应用
143 第二节 广告设计中的色彩应用
148 第三节 包装设计中的色彩应用
152 第四节 网页设计中的色彩应用
156 第五节 服装设计中的色彩应用
160 第六节 工业设计中的色彩应用
163 第七节 动漫设计中的色彩应用
167 第八节 景观设计中的色彩应用
171 第九节 室内环境设计中的色彩应用
176 第十节 建筑设计中的色彩应用
180 第十一节 城市规划设计中的色彩应用

140

附录 设计色彩配色参考

184

参考文献

198

学习导语

设计色彩是艺术设计专业必修的专业基础课之一。通过设计色彩的学习,使我们了解和掌握色彩和设计色彩的基本知识、基本理论和基本技能,掌握设计色彩的运用规律,主观能动地进行表现与设计,为以后的专业设计打下基础。

通过学习和训练,可以解决色彩的客观表现向主观表达的过渡问题,即“写实色彩”向“归纳色彩”倾斜,“描绘色彩”向“限制色彩”倾斜,在造型表现上向“装饰性”倾斜,艺术情境向“意象性”倾斜。用装饰性、意象性塑造强烈的彩度和表现力度,将色彩向设计进行引导,为专业设计打下坚实的基础。

从绘画色彩向设计色彩的过渡是一个删繁就简、提纲挈领的过程,这个过程可以培养人们科学地观察、分析、理解和表达色彩的能力。设计色彩是研究和探讨色彩的新方式,它建立了绘画写生与艺术设计之间的关系,在观察方法、思维方式以及表现形式上均构成独立的指向。

比较而言,一般的绘画性写生较多采用写实的方法,以准确表达对象的客观存在状态为目标。设计色彩则是在面对客观物象的感性基点上,强化主观表现和理性的设计意念,它不以描绘对象的客观存在状态为目的,而是以设计专业的造型需要和思维发展为取向,其训练的目的在于为艺术设计服务。

第一节 设计色彩的概念

背景知识

设计色彩是指各种产品的色彩运用和各种应用设计表现的色彩,主要针对应用性领域的实际需要,如工业产品设计、建筑景观设计、环境艺术设计、服装设计、视觉传达设计等。它强调色彩的功能性、审美性和精神性,是一种创造性思维和对色彩的重新设计创造过程,是人为的色彩。

设计色彩是一门科学,同时也是一门实用美术。既然是科学就有规律可循,既然是实用美术就应符合审美性和功能性的要求。作为设计师,应培养对自然和生活的敏锐观察力,从自然中汲取营养,因为,再优秀的设计色彩作品也比不过自然配色经得起时间与环境的考验。

设计色彩是指以绘画写生色彩为基础,根据设计专业的特点和要求,运用色彩归纳、概括、提炼等手段,表现物体的空间。它更注重和强调物象的形式美感以及色彩的对比协调关系。设计色彩不抄袭自然,而是根据自然再创造,以体现艺术美为目标,倡导个性特色,追求独特的艺术形式。

设计色彩是艺术设计的主要手段之一。设计色彩的内在表现力来自于对自然色彩的成因及其变化规律的认识和把握。设计色彩有其固有的语言表达方式,强调个人的主观感受,不局限于三维空间的界定,在艺术风格上具有更加多元化、个性化的特质,如图 0-1 所示。



图 0-1 设计色彩的表现语言(谢迪)

第二节 设计色彩的特点

背景知识

艺术设计是一门新兴的学科。它因快节奏、多层次的现代生活方式和社会的全面发展以及人视觉的生理、心理与精神需求等诸多因素,越来越受到人们的关注。在现代艺术设计中,色彩起着十分重要的作用,它与设计产品造型、图案纹样、材料加工一样,是产品设计的主要内容之一。所以,不同的产品设计本身就包括了不同色彩的设计。它在美化生活、满足物质需要的同时,也提供了精神上的享受。

设计色彩主要以表现平面、单纯、秩序的形式为主。在艺术设计中出现的形象,无论是二维形象还是三维形象,在构图上都处于平面状态,而物象色彩多采用单纯的颜色,使形象具有审美感染力和表现力,形成画面效果所具有的秩序感、韵律感、节奏感,如图 0-2 所示。设计者一般采用重复、渐变、放射、对比、统一等法则体现这些形式,最终达到赏心悦目的效果。



中国民间马勺脸谱

图 0-2 设计色彩——平面单纯的视觉形式

设计色彩之所以打动人,不在于色彩是否强烈,而在于色彩的丰富变化。即使用一种颜色,通过其明度变化或纯度变化,做出等级色组成的画面,也可以使画面效果产生秩序感、节奏感。设计色彩的配色要求色彩的形式和内容应该协调统一,通过形与色的结合来实现色彩传递和表达感情的目的,如图 0-3 所示。不同表现主题具有不同的韵律,不同的色调可以给人不同的美感。



图 0-3 设计色彩的情感诉求(闵冰栢, 韩国)

设计色彩的调和方法主要包括同类色调和、类似色调和、邻近色调和、对比色调和、互补色调和等。与自然色彩相比,设计色彩的特点体现在真实性、艺术性、科学性和创造性等几个方面。

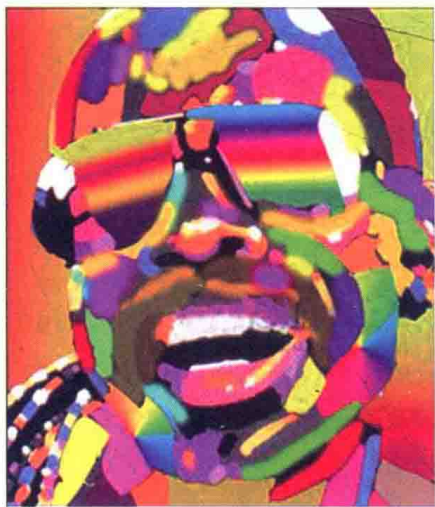


图 0-4 设计色彩——精神化、艺术化的情感体验

(资料来源: <http://www.dolcn.com>)

真实性是指设计色彩能够客观地反映物象面貌,给人以真实逼真的感觉,在运用中要在自然色彩的基础上注意固有色、环境色及光源色之间的对比和规律;艺术性是指设计色彩在真实地反映客观物象色彩的同时,在视觉上、心理上都给人以精神化、艺术化的审美,如图 0-4 所示,使人心旷神怡,达到忘我的境界。科学性是指设计色彩是建立在其他学科的研究基础上的,如美学、光学、市场学、生理学、心理学、哲学,等等。

设计色彩的几个特点为你中有我、我中有你,息息相关,密不可分。设计色彩的研究要从实际中出发,以科学为依据,走理论与实践相结合的发展道路。创造性是人类文明的象征,是在现实基础上拓展美好未来的精神动力,是劳动人民的宝贵财富,没有创造便没有发展。因此,设计色彩的创造性是艺术家在自然色彩基础上的一种拓展、延伸,是从感性思维向理性思维的过渡。在设计中要把握这种规律,要源于自然、高于自然、创造自然。

第三节 设计色彩与绘画色彩

背景知识

设计色彩不在于追求客观的真实,不求模拟自然。因此,设计色彩与绘画色彩在表现目的上有很大的区别。设计色彩与绘画色彩都是对色彩的研究与探讨,相辅相成,互为作用。

设计色彩与绘画色彩的原理是一致的,但在应用上却有不同的特点。绘画色彩是设计色彩的前奏,是研究的基础;设计色彩是绘画写实色彩的发展与延伸,是在写实基础上的更新与理性的飞跃,是学习其他相关艺术学科的必经之路。

设计色彩是为设计服务的,是设计师表达设计创意,交流设计方案的手段和语言;而绘画色彩是为“纯艺术”表现服务的,追求的是精神层面审美功能的欣赏价值。由于功能和目的完全不同,体现在教学中,必然会产生不同的教学理念、目的、内容、方法、要求等。绘画色彩与设计色彩的差异主要表现在以下四个方面。

一、使用功能不同

人们通常以固定眼光看待绘画色彩的造型功能:它是造型艺术的基本功之一,以锻炼观察和表达对象的形体、结构、空间、体积、质感和色彩的冷暖关系为目的。这就反映了纯美术专业色彩训练的目的在于培养锻炼绘画或其他创作所需要的写实能力。基本功越扎实,艺术创作的表现能力就越强。

可以看到,绘画色彩基础训练追求的是富有感染力的生动的色彩艺术造型,体现的是色彩造型的审美作用,它最终是以模拟自然、陶冶情感的精神实质而发挥它的功能,如图 0-5 所示。与它比较,设计色彩追求发挥色彩的独立功能,更加侧重功能和作用。

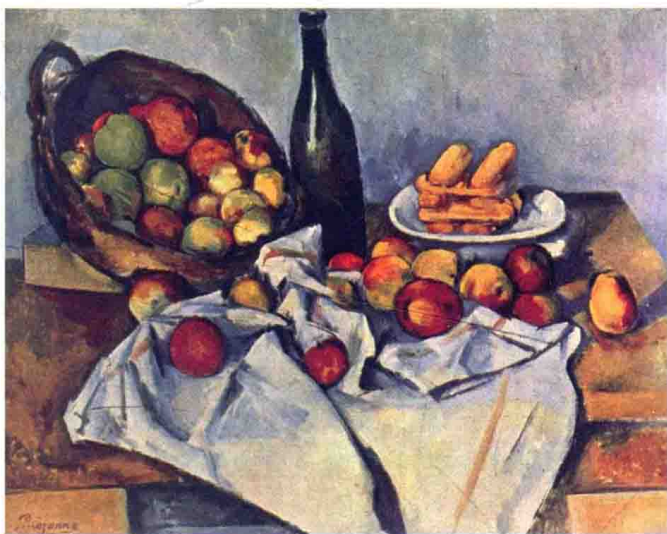


图 0-5 绘画色彩——模拟自然、陶冶情感(塞尚)

现代设计是与科学、技术、艺术、经济相融的,体现出科学与美学、技术与艺术的完美统一。在一定程度上受客户审美要求制约,它要符合人们的物质与精神的需求,还要达到人与环境的和谐,从而满足人们的生活需要。

设计色彩是传达设计师的理念与构想的工具,它最终是以设计适用、美观的应用性物品为根本追求,如图 0-6 所示。

对于一幅设计色彩,人们从作品表面一般只能看到被表现的某一形象的色彩构成、形式美感等,对它的功能往往忽略,一般只会当作设计构想图或效果图认识及观赏。

绘画性色彩则不同,即便是习作、草图,人们也能从其造型中透视出审美主题,是将其作为一件纯粹的艺术品欣赏。



Dior 1947 年的女装 Bar Suit 设计草图

图 0-6 设计色彩——传达设计师的理念与构想

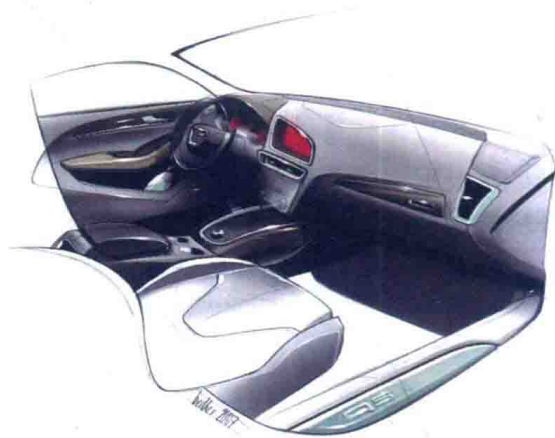
二、思维形式不同

绘画、设计都属于造型艺术,它们之间只有互通关系而无绝对区别的界限。它们的表现思维过程都是从感性开始,逐渐向理性认识延伸,都遵循着感觉、分析、理解、综合与概括这个基本规律。由于两者之间表达功能的不同,所以在具体的表现过程中,其思维形式与方式是不同的。在绘画性色彩的表现过程中,通常是以感性为基础,以直觉性、形象性紧密结合的思维活动方式而展开,如图 0-7 所示。

与之相比较,设计色彩的造型思维方式是以逻辑思维为基础,形象思维被统摄在逻辑思维之中。所以,在设计色彩的造型表现中,特别强调思维的推理性、逻辑性和有序性,如图 0-8 所示。事实表明,这种符合设计需要的思维方式及表现思路,不仅能使设计色彩表现严谨、规范,而且还因这种思维与思路包容时间与空间、宏观与微观等因素,其表现力被大大地拓宽了。



图 0-7 绘画色彩——以感性为基础
(吴冠中,中国画)



奥迪汽车内饰设计草图

图 0-8 设计色彩——严谨的逻辑性和有序性

三、表现形式不同

绘画性色彩与设计色彩都是在二维的平面上来进行艺术表现的。绘画色彩主要是培养和锻炼人们对客观物象的认识理解能力和表现能力,强调认识与表现的辩证关系,注重扎实的写实能力,真实地再现客观物象的能力,如图 0-9 所示。设计色彩在认识、理解和表现方面与绘画色彩要求是不一致的,它更注重理性的作用。



图 0-9 绘画色彩——注重扎实的写实能力
(罗中立,油画)

与绘画色彩要求的在空间、体积、质感、冷暖等方面严谨的造型要求不同,设计色彩的表现是在恰当的基础上,采用强烈、主观、装饰、构成等设计色彩原理“推导”地表现对象关系,用平面的色彩变化来分析并表现整体以及各局部的色彩关系。要求设计者动脑筋、创造性地应用色彩,画面构图要求有变化、有新意、多样统一、均衡和谐,表现上采用装饰性画法,用平面的色块,以色彩的明度、纯度或饱和度等变化表现对象的重构关系,这种训练不仅能锻炼人们对色彩的观察、分析、理解与表现能力,还能加深对设计色彩的表现思维与特点的体验和理解,如图 0-10 所示。

设计性色彩的表现,要掌握富有创意的表现对象的色彩设计表现语言,同时,还要求创造性地构造对象的形体与色彩表现,因而其表现是多样化的,有点彩的、装饰的、意象的;或有写生的、临摹的、想象的;也有线描的或者是拼贴的、喷绘的;等等。

设计色彩特别强调平面的意识,有别于绘画色彩的立体意识。传统的看法认为设计就是装饰。现代人解释设计也离不开装饰,装饰风格强调平面、色块和线条,所以设计色彩属于平面艺术,因为它不论设计什么形式的色彩效果,最终都是以平视的单一角度以平面的形态、纯色彩的形式展示给观者的。