

包装配色与设计

刘春雷 汪兰川



Color & Package

配色实例+设计创意+优秀表达
=让人无法拒绝的精彩包装设计!

色彩 对人的视觉可以产生直接的刺激,能使人们的情绪发生变化,间接地影响人们的情绪和心理的改变,间接影响人类的判断。享誉世界的艺术家、理论家和教育家约翰·伊顿曾在那本被美术界视为“色彩圣经”的《色彩艺术》的最后几句话中说道:不论造型艺术如何发展,色彩永远是首要的造型要素……

轻松包装配色设计马上开始!



印刷工业出版社

包装配色与设计

刘春雷 汪兰川



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

包装配色与设计/刘春雷,汪兰川编著. —北京:印刷工业出版社, 2012.4
ISBN 978-7-5142-0420-9

I. 包… II. ①刘…②汪… III. ①包装—配色②包装设计 IV. J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第041387号

包装配色与设计

编 著: 刘春雷 汪兰川

责任编辑: 陈媛媛

责任校对: 郭 平

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 廊坊市蓝菱印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 225千字

印 张: 14.5

印 次: 2012年5月第1版 2012年5月第1次印刷

定 价: 58.00元

I S B N : 978-7-5142-0420-9

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275602

色彩,对人的视觉可以产生直接的刺激,能使人们的情绪发生变化,间接地影响人们的情绪和心理,从而影响人类的判断。享誉世界的艺术家、理论家和教育家约翰·伊顿曾在那本被美术界视为“色彩圣经”的《色彩艺术》的最后一句话中说道:“不论造型艺术如何发展,色彩永远是首要的造型要素。”严格说来,人类获得一切视觉表象都是由色彩和亮度产生的。那界定形状的轮廓线,是眼睛区分几个在亮度和色彩方面都截然不同的区域时推导出来的。色彩本身无所谓情感,色彩情感只是发生在人与色彩之间的感应效果。也就是说,在刺激与印象之间没有什么一对一的关系,只有经验形式与刺激形式的同构对应。因此,色彩是一个可达到视觉的冲击效果,可塑造为具有独创性能的媒介体。

对于包装设计师而言,在创造和设计固定主题商品包装过程中,色彩搭配与设计是一个无法回避的问题。尤其对于从事艺术设计工作人员和正在学习设计课程的学生来说,色彩知识的学习和训练更是必不可少。包装配色设计中色彩基础科学知识固然重要,但不是学习包装配色设计的终极目标或主体内容。概括起来,包装配色设计美感学习与表达集中体现在理论与实践两个层面上。按照艺术辩证法的逻辑观,两者完整地反映了包装色彩设计本质中所包含着的既相互独立又彼此补充的对立统一关系。另外,理论与实践之间的配合是否默契也将直接规范着包装配色设计学习的质量及效果。优秀的包装配色设计配置方案可以提升包装的视觉美感。《包装配色与设计》区别于其他相关书籍之处在于不仅有对包装设计系统性的理论研究,而且对于包装配色设计所赋予的深层次文化内涵做了深入的研究与讲解,结合在世界范围内精选出的一百件包装设计案例,分析了包装配色设计的文化性、商业性、传统性与时尚性等特点。

《包装配色与设计》包括“色彩的基础知识”、“协调色调配色方案详解”、“对比色调配色方案详解”、“包装配色视觉意象”和“配色及单色色谱”五部分内容。通过完整分析一百件包装设计案例,为读者清晰地展示包装配色设计的规律与要领。通过展示每件包装案例的品牌标识设计、分析包装设计师设计动机、提供CMYK四色单色色谱数值、简要配色方案等手段,希望能帮助设计师和广大读者快速掌握包装配色设计基本知识和提高包装配色运用能力。

刘春雷 汪兰川

二〇一二年三月 于沈阳东亚国际城



刘春雷

现任沈阳航空航天大学设计艺术学院视觉传达与广告系主任,副教授,硕士研究生导师。辽宁省美术家协会会员,中国包装联合会文化艺术委员会会员,中国宇航协会会员,沈阳市青年美术家协会理事。近年来,编著出版《包装材料与结构设计》《包装设计印刷》《包装文字与编排设计》《构成艺术》《广告构图精粹》《现代动漫教程》等著作与教材20余部。绘画、设计作品连续入选第十届、第十一届全国美展,获得国家级、省级展览及其他各类奖项数十项。在学术期刊公开发表学术论文十余篇。



汪兰川

沈阳建筑大学设计艺术学院讲师,辽宁省动漫艺委会委员。毕业于鲁迅美术学院视觉传达设计系。近年来,先后编著出版《动画概论》《Flash CS3从基础到应用》《动漫美术欣赏教程》《After Effects应用教程》《Flash Mv制作》《包装色彩设计》《包装图形设计》等专著与教材多部。在核心刊物发表多篇论文。漫画作品“中国式教育”获得第十一届全国美展入选奖;招贴设计获得首届、第二届辽宁省艺术设计作品展优秀奖;动画短片“寻城记”获得第二届辽宁省艺术设计作品展优秀奖、第一届辽宁省动漫作品展铜奖等。

如何使用本书

包装品牌标识

包装品牌名称以及标识图形设计,其中包括品牌标准字设计、品牌标准色彩以及品牌图形标识设计。

包装说明

包括包装商品种类及属性、包装设计师的姓名和国家。委托设计的客户、公司。设计师设计包装的出发点、创意以及表现手段等。

包装配色说明

此部分为本书重点,详细介绍了包装配色设计的特点、方法、分类及配色规律。结合具体案例,得出可行的包装配色实施方案。

配色特点概要

以言简意赅的文字,对配色方案进行总结,为读者提供简要的、带有口诀性质的包装配色解决方案。

Kraft



"Kraft Macaroni&Cheese"卡夫通心粉和奶酪包装设计

"Kraft Foods(Landor Associates)"卡夫食品、Landor联合有限公司,宣布重新设计卡夫通心粉和奶酪包装。新的包装设计延续了具有73年历史的"Kraft"卡夫品牌传统视觉元素,并增加了一个全新的"微笑的面条"视觉形象。"Kraft Macaroni & Cheese's design firm, Landor"卡夫设计事务所针对其品牌进行了全面、周密的调查与研发,确定了包括幸福、微笑和快乐作为品牌定位。

设计:"Kraft Macaroni&Cheese's design firm, Landor"

统调式调和的配色方案

统调式调和指在过度对比的色彩中掺入某一特有支配作用的相同颜色成分而使各色相辅相成的色彩调和的方法。其艺术特色是支配色贯穿画面始终,并把各个颜色统一、亲和成有机的整体,从而使作品呈现出总的色调倾向。在包装设计中,统调式调和更多地表现在品牌系列化包装设计中,当众多单件的包装需要体现某件品牌力量时,统调色彩的作用就十分明显了。

- 蓝色作为统一色调的色彩
- 高明度色彩
- 高纯度色彩
- 统一而系统的系列化包装设计

配色正面及负面心理效果

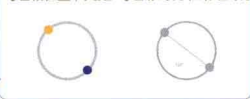
提供某种配色方案所产生的正面心理效果及负面心理效果。

色相位置及色彩对比模式

以直观的色相环模式展示包装配色的色相位置以及色彩对比模式。

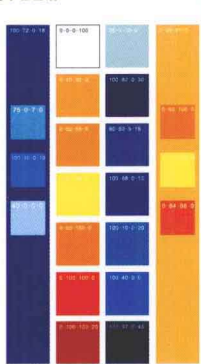
■ 统一 整齐 系列 ■ 呆板 单调 刻意

色相位置\冷暖色 色彩对比\互补色对比

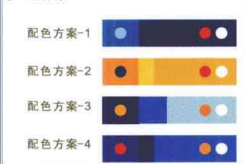


在"Kraft Macaroni & Cheese"卡夫通心粉和奶酪包装设计中,设计师以在橙色主色调中加入与之形成强烈对比的蓝色元素,以蓝色作为同一色调的色彩,包装因此不但取得了色彩在统一中的对比效果,单件之间也形成了系列化的品牌优势。

单色色谱



配色方案



色调位置\明亮 清澈



66

配色风格延伸

包装配色风格应用延伸,为设计师和读者提供配色知识的延伸与链接。

单色色谱

针对包装案例及配色方案,提供单色配色色谱。每一个色谱均列出CMYK四色印刷数值,为设计师和读者提供详细配色参考。

色调明度位置

包装彩度及明度搭配特点。以坐标图模式展示,十分直观具体。

色彩搭配方案

通过色标搭配模式,展示包装配色方案,并且罗列出三种左右配色方案,供设计师及读者参考。

设计与印刷实用色谱

——设计、印刷工作的必备工具书

多种形式的四色及专色色谱，对四色叠印及专色调色呈现的颜色进行了精确的再现，为设计、印刷、出版、包装、美术、装潢、广告行业的平面设计师及调墨师设计颜色、校对颜色、调墨及检测颜色提供了可靠依据。



《设计与印刷标准色谱》
(亮/亚光铜版纸)

定价: **78元**



《可撕式专色配色指南》
(亮/亚光铜版纸)

定价: **368元**



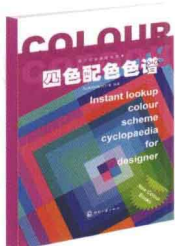
《专色配色指南》
(亮/亚光铜版纸)

定价: **168元**



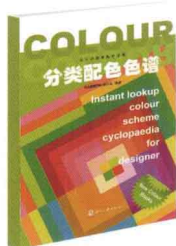
《袖珍实用色谱》

定价: **45元**



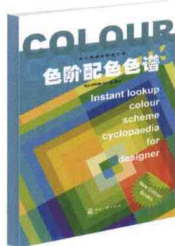
《设计师速查配色宝典——四色配色色谱》

定价: **45元**



《设计师速查配色宝典——分类配色色谱》

定价: **45元**



《设计师速查配色宝典——色阶配色色谱》

定价: **45元**



《设计师速查配色宝典——个性配色色谱》

定价: **45元**

书号

书名

定价



可撕式专色配色指南 (亚光铜版纸)

368.00

可撕式专色配色指南 (亮光铜版纸)

368.00

专色配色指南 (亚光铜版纸)

168.00

专色配色指南 (亮光铜版纸)

168.00

设计与印刷标准色谱 (亮光铜版纸)

78.00

设计与印刷标准色谱 (亚光铜版纸)

78.00

书号

书名

定价



设计师速查配色宝典——四色配色色谱

45.00

设计师速查配色宝典——分类配色色谱

45.00

设计师速查配色宝典——个性配色色谱

45.00

设计师速查配色宝典——色阶配色色谱

45.00

袖珍实用色谱

45.00

CONTENTS

目录

01

色彩的基础知识

1 - 9

02

协调色调配色方案详解

11 - 67

03

对比色调配色方案详解

69 - 139

04

包装配色视觉意象

141 - 215

05

配色及单色色谱

217 - 225

色彩的基础知识



PART ONE

01

什么是色彩?这是色彩构成的首要问题。通常,我们是在朴素的意义上使用“色”这个概念,认为色是不同波长的可见光,引起人眼不同的颜色感觉。

能够感知物体存在的最基本视觉因素是色彩。严格说来,人类获得一切视觉表象都是由色彩和亮度产生的。那界定形状的轮廓线,是眼睛区分几个在亮度和色彩方面都截然不同的区域时推导出来的。组成三度形状的重要因素是光线和阴影,而光线和阴影与色彩和亮度又是同宗。即使在线条画中,也只有通过墨迹与纸张之间亮度和色彩的差别,才能把物体的形状显现出来。

色彩的定义与内涵

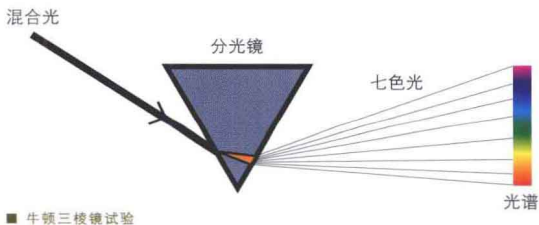
所谓色,是感觉色和知觉色的总称。总括起来讲,色是被分解的光(从光的构成上说是可见光;从光的现象来说是漫射光、反射光和透射光)进入人眼并传至大脑时开始生成的感觉,是光、物、眼、心的综合产物。

所谓彩,是多色的意思。一般来说,“色彩”和“色”是同义语。不过,色彩一词常与物体相联系,因此它在很大程度上包含着知觉的要素,与知觉色相对应。如果将它按感觉色处理时,它被称为色刺激,仅与光色相对应。由于知觉的恒常性和错觉,往往不能正确认识色彩,所以学习色彩必须将物体色和光色作综合处理。

色彩的物理属性

色彩是人的视觉元素之一,是人根据物体遇到并分解可见光所产生的一种视觉反应。没有光源便没有色彩,人们凭借光源才能看见物体的形状、大小、肌理、色彩等视觉元素,从而认识客观世界。

真正揭开光色之谜的是英国的科学家牛顿,1666年,牛顿进行了著名的色彩实验。他把太阳白光用三棱镜分解成红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七色光束,同时,七色光束通过三棱镜还能还原成白光。这七色色带就是太阳光谱。所以,认识色彩、学习色彩必须将物体色和光色作综合处理。





■ 色彩兴奋与沉闷的对比

色彩的心理效应

生理学家研究发现,人的肌肉机能和血液循环在不同色光的照射下会发生变化。刺激程度随颜色不同而不同,蓝色最弱,绿、黄、橙、红逐渐递增。色彩的心理反应主要表现在错觉与幻觉中。比如说色彩的收缩和膨胀、前进和后退、冷与暖、轻与重以及兴奋与沉静等感觉方面。

■ 胀缩感

视网膜接受不同波长的色光而使人产生对象膨胀、收缩的感觉。造成这种感觉的原因主要在于色光本身。波长长的暖色光与光度强的色光对眼睛成像的作用力强,从而使视网膜接受这类色光时产生扩散,造成成像的边缘线出现模糊带,产生膨胀感。相反,波长短的冷色光或光度弱的色光则成像清晰,相对有收缩感。

■ 进退感

人眼的晶状体对色彩成像的调节作用使眼睛对不同的颜色产生前进或后退的感觉。波长长的暖色在视网膜形成内侧映像,波长短的冷色形成外侧映像。这种感觉是色相、纯度、明度、面积等多种对比造成的。暖色、亮色、纯色有前进感;冷色、暗色、灰色有后退感。以颜色为例,红色最靠前;以明度为例,黄色最明显;此外面积也形成影响,同等面积的红色和绿色相比,红色更有前进感。

■ 冷暖感

眼睛的生理作用与人的心理作用共同引起冷暖感。色彩的冷暖感和色彩的胀缩感、进退感有紧密联系,暖色往往有膨胀和前进感;而冷色则相反。但它们之间的关系和变化较复杂。有两个方面体现出冷暖感的相对性。一是冷暖色本身虽然有相对的确定性,红、橙、黄为暖色;蓝为冷色;绿与紫是中性色。但这些颜色又有冷暖差,如朱红比大红暖,钴蓝比湖蓝暖,中绿比翠绿暖等。二是黑白灰色与纯度高的色彩放在一起也会产生冷暖感,如灰和蓝在一起有暖的感觉,而和红在一起则有冷的感觉。此外黑白灰本身也有冷暖变化,我国古代把带红的黑称为“玄”,带青的黑称为“黛”,浑浊的黑称为“缁”。因此色彩的冷暖感具有很丰富的内容,为艺术表现提供了很大的空间。

■ 轻重感

人对于不同色彩产生的联想作用使人产生色彩的轻重感。比如,黑色让人联想到铁、煤等重的物质,而白色让人想到云、雪等轻的东西,所以黑色就比白色感觉要重。这种概念是伴随人的经验逐渐形成的。

■ 兴奋与沉静感

人对于不同的颜色产生兴奋感或平静感并引起相应的情绪。暖色、明度和纯度高的色彩对人的视网膜及脑神经刺激较强,引发生理机制的变化促使血液循环加快从而使入兴奋;而冷色、明度和纯度低的色彩因为减弱了对生理机制的刺激因此造成沉静感。

色彩的分类

在千变万化的色彩世界中,人们的视觉感受到的色彩也非常丰富,它可以分为无彩色系和有彩色系两大类。所谓有彩色,即有色味,有红、黄、蓝等色彩倾向的色。所谓无彩色,即黑、白、灰。每一个有彩色均含有三种要素,即:色相(色味)、明度(明暗程度)、彩度(含纯色量的多少)。无彩色只有明度,没有色相和彩度。

■ 无彩色系

无彩色系指黑色、白色及黑白两色相融而成的各种深浅不同的灰色系列。从物理学的角度看,它们不包括在可见光谱之中,故不能称之为色彩。但是从视觉生理学、心理学上来说,它们具有完整的色彩性,应该包括在色彩体系之中。

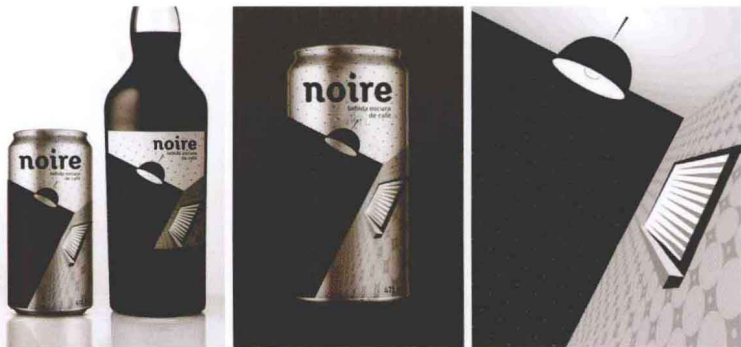
无彩色系按照一定的变化规律,由白色渐变到浅灰、中灰、深灰直至黑色,色彩学上称为黑白系列。黑白系列中由白到黑的变化,可以用一条垂直轴表示,一端为白,一端为黑,中间有各种过渡的灰色。纯白是理想的完全反射物体,纯黑是理想的完全吸收物体。可是在现实生活中并不存在纯白和纯黑的物体,颜料中采用的锌白和铅白只能接近纯白,煤黑只能接近纯黑。

无彩色系的颜色不具备色相与纯度的性质,也就是说它们的色相和纯度在理论上等于零,而只有明度上的变化。色彩的明度可以用黑白度来表示,愈接近白色,明度愈高;愈接近黑色,明度愈低。

■ 有彩色系

有彩色系是指包括在可见光谱中的全部色彩,它以红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等为基本色。基本色之间不同量的混合、基本色与无彩色之间不同量的混合所产生的千千万万种色彩都属于有彩色系。有彩色系是由光的波长和振幅决定的,波长决定色相,振幅决定色调。

有彩色系中的任何一种颜色都具有三大属性,即色相、明度和纯度。换句话说,一块颜色只要具有以上三种属性都属于有彩色系。



■ 无彩色系包装设计

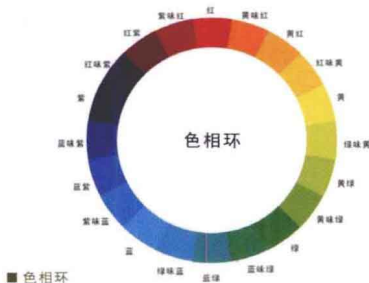
色彩三属性

物体表面色彩的形成取决于三个方面,即光源的照射、物体本身反射的色光、环境与空间对物体色彩的影响。要理解和灵活运用色彩,必须懂得色彩学的原则和方法,而其中主要就是色彩的属性。

在有彩色系中,每种色彩都是由种类区别的,如红色与绿色或紫色的区别,即不同色相的区别。各种颜料加黑或加白后产生变亮变暗的明暗层次变化,即明度上的区别。任何一种色彩在掺入不同量的黑白色后,只变化自己的色彩分量,发生本身色彩由鲜艳到淡浊的变化,即纯度上的变化。这就构成色彩的三个基本条件,称为色彩的三属性或色彩三要素。第一个属性是区别色彩的面貌,称为“色相”;第二个属性是色彩的明暗性质,称为“明度”;第三个属性是表示色彩的浓度,称为“纯度”。

■ 色相

色相是指色彩所呈现出来的面貌,又称色调、波长,是区别色彩种类的名称。确切地说是依波长来划分色光的相貌。可见,色光因波长的不同,给眼睛的色彩感觉也不同,每种波长色光的被感觉就是一种色相。在光谱中短波长是紫色,中波长是绿色,长波长是红色。把这些色光按顺序围成环状,称为色相环。



■ 色相环



■ 24色相环

■ 明度

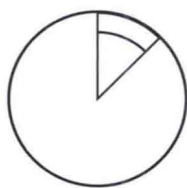
明度指色彩的明暗程度,任何色彩都有自己的明暗特征。从光谱上可以看到最明亮的颜色是黄色,处于光谱的中心位置。最暗的是紫色,处于光谱的边缘。因此明度表示颜色的明暗特征。对物体色来说,除了称明度之外,还可称亮度、深浅程度等。各种有色物体由于它们的反射光量的区别而产生颜色的明暗强弱。色彩的明度有两种情况,一是同一色相的明暗变化,同一颜色加黑、白以后产生不同的明暗层次;二是各种颜色的明暗变化,每一纯色都有与其相应的明度,如黄色明度最高,蓝紫色明度最低,红绿色为中间明度。

■ 纯度

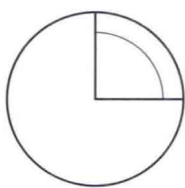
纯度是指色彩的纯净度,也称艳度、彩度、鲜度或饱和度。它是表示颜色中所含某一色彩的成分比例。纯色的色感强,即色度强,所以纯度也是色彩感觉强弱的标志。

色调的分类

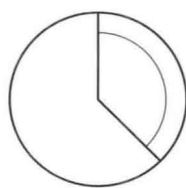
色彩搭配的一般规律为:任何一个色相均可以成为主色(主色调),与其他色相组成互补色关系、对比色关系、邻近色关系和同类色关系的色彩组织。



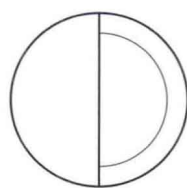
45° 同类色关系



90° 邻近色关系



135° 对比色关系



180° 互补色关系

■ 互补关系色调

在24色色相环中彼此相隔十二个数位或者相距180°的两个色相,均是互补色关系。互补色结合的色组,是对比最强的色组。使人的视觉产生刺激性、不安定性。如果配合不当,容易产生生硬、浮夸、急躁的效果。因此要通过处理主色相与次色相的面积大小,或分散形态的方法来调节、缓和过于激烈的效果。例如,橙蓝互补色对比的色组,橙色面积大而且加入辅助色红色,起了主导色调的作用,效果既艳丽辉煌又安然,恰到好处。

■ 对比色关系色调

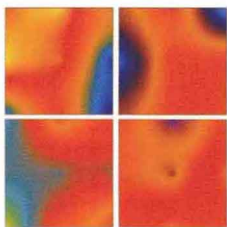
色相环中相距135°,或者彼此相隔八九个数位的两色,为对比色关系,属中强对比效果的色组。色相感鲜明,各色相互排斥,既活泼又旺盛。配色时,可以通过处理主色与次色的关系而达到色组的调和,也可以通过色相间秩序排列的方式,求得统一和谐的色彩效果。

■ 邻近色关系色调

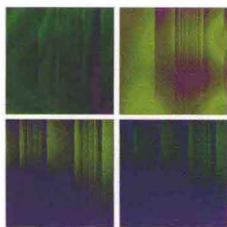
色相环中相距90°,或者相隔五六个数位的两色,为邻近色关系,属中对比效果的色组。色相间色彩倾向近似,冷色组或暖色组较明显,色调统一和谐,感情特性一致。

■ 同类色关系色调

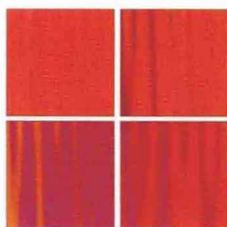
色相环中相距45°,或者彼此相隔二三个数位的两色为同类色关系,属弱对比效果的色组。同类色色相主调十分明确,是极为协调、单纯的色调。



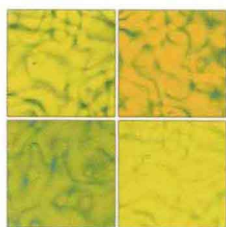
■ 以橙色为主色调的互补对比构成



■ 对比色搭配构成



■ 邻近色搭配构成



■ 同类色搭配构成

色调的象征意象

■ 鲜明的纯色调

纯色调是由高纯色相组成的色调,每一个色相个性鲜明,具有挑战性,令人振奋,赏心悦目。强烈的色相对比意味着年轻充满活力与朝气。

■ 清新的中明调

中色调的刺激感仅次于高纯色调,中色调加入了白色,提高了明度。因此体现出清新、明朗的气质,像少男少女的纯真、朝气蓬勃,具有上进精神。

■ 明净的明色调

明色调属于青色系列,其特征是加入了多量的白色,提高整体色调的明度,色感相对减弱。明色调犹如春天的新绿,透明清丽、明净、轻快。以明色调的暖系列为主的配色,有甜美、风雅之味道,像少女般的清纯。明色调的冷色系显得清凉、爽快。

■ 朴实的中灰调

中灰调是一组中等明度的含灰色调,色相环中所有颜色均调入中灰色,使纯度降低,色相感淡薄。中灰调带有几分深沉与暗淡,有着朴实、含蓄、稳重的特色。

■ 浑厚的暗灰调

色相环中所有颜色均调入暗灰色,使色相感呈低弱灰暗的灰调。就像乌云密布、阴郁暗淡,令人压抑。

■ 中庸的浊色调

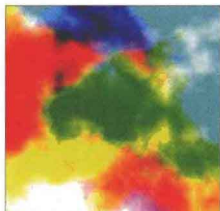
浊色调居于色彩体系的明暗中轴线与高纯色之间的位置,具有明显的色彩个性,有益于调和色调。

■ 稳重的中暗调

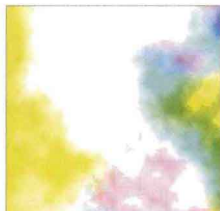
中暗调属于暗色系色彩,调入了少量黑色。此色调在保持色相原有的基础上又笼罩了一层较深的调子,显得稳重老成、严谨与尊贵。

■ 深沉的暗色调

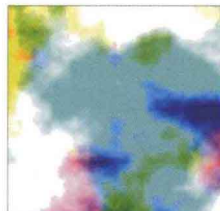
暗色调入了大量的黑色,形成浓浓的深色调。隐约略显各色的相貌,这是暗色调的特征。表现出深沉、坚实、冷静、庄重的气质。



■ 鲜明的纯色调



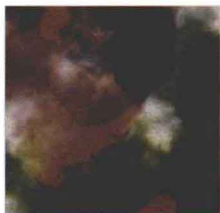
■ 清新的中明调



■ 明净的明色调



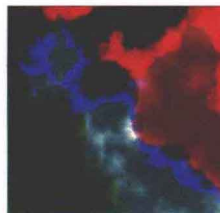
■ 朴实的中灰调



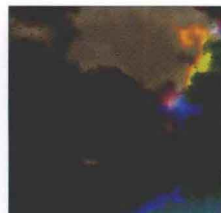
■ 深厚的暗灰调



■ 中庸的浊色调



■ 稳重的中暗调



■ 深沉的暗色调

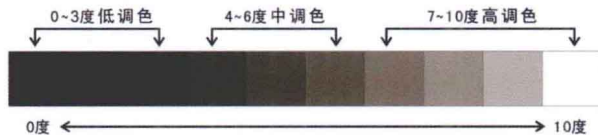
色彩对比

色彩的对比,就是色彩之间存在的矛盾。各种色彩在构图中的面积、形状、位置 and 色相、纯度、明度以及心理刺激的差别构成了色彩之间的对比。这种差别愈大,对比效果就愈明显。从一定意义上讲,色彩配合都带有一定的对比关系,因为各种色彩在构图中并不是孤立出现的,而总是处于某种色彩的环境之中,因此色彩对比作用在色彩构图中是客观存在的,只不过在表现形式上有强弱之分而已。

■ 明度对比

明度对比是色彩的明暗程度的对比,也称色彩的黑白度对比。明度对比是色彩构成的最重要的因素,色彩的层次与空间关系主要依靠色彩的明度对比来表现。只有色相的对比而无明度对比,图案的轮廓形状难以辨认;只有纯度的对比而无明度的对比,图案的轮廓形状更难辨认。色彩的明度对比在色彩构成中起主导作用。每一种颜色都有自己的明度特征,将它们放在一起对比时,除去分辨它们色相的不同,还会明显地感觉到它们之间明暗的差异。根据明度色标,如果将明度分为10级,0度为最低,10度为最高。明度在0~3度的色彩称为低调色,4~6度的色彩称为中调色,7~10度的色彩称为高调色。

色彩间明度差别的大小,决定明度对比的强弱。3度差以内的对比又称为短调对比;3~5度差的对比称为中调对比;5度差以上的对比,是明度强对比,称为长调对比。



■ 纯度对比

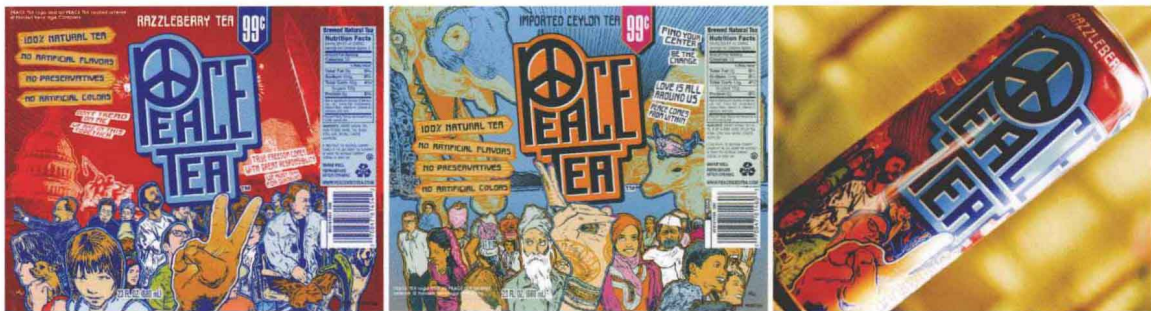
纯度对比是指因纯度差别而形成的色彩对比。不同色相的纯度大致分为三段,即零度色所在段内称为低纯度色,纯色所在段内称为高纯度色,余下的中间段称为中纯度色。通常,对比色彩间纯度差的大小,决定纯度对比的强弱。不同纯度基调的构成具有不同的情感与个性。

高彩对比——在纯度对比中,假如其中占主体的色和其他色相均属于高纯度色,即称为高彩对比。其色彩饱和、鲜艳夺目,色彩效果肯定,具有强烈、华丽、鲜明、个性化的特点,但久视易造成视觉疲劳。

中彩对比——如果同一画面中占主体的色和其他色相均属于低纯度色,即称为中彩对比。色彩温和柔软、典雅含蓄,具有亲和力,以及调和、稳重、浑厚的视觉效果。

低彩对比——如果同一画面中占主体的色和其他色相均属于低纯度色,即称为低彩对比。整个调子含蓄、朦胧而暧昧,或淡雅,或忧郁,具有神秘感。中彩对比如果同一画面中占主体的色和其他色相属于中纯度色,即称为中彩对比。色彩温和柔软、典雅含蓄,具有亲和力,以及调和、稳重、浑厚的视觉效果。

艳灰对比——如果同一画面中占主体的是最艳的高纯度色,其他色组由接近无彩色的低纯度色组成,即称为艳灰对比。灰色与艳色相互映衬,生动、活泼。但艳灰对比需注意保持明度的一致,否则会被明度对比所取代。



■ 冷暖对比包装设计

■ 冷暖对比

利用冷暖差别形成的色彩对比称为冷暖对比。冷暖本来是人们的皮肤对外界温度高低的感受。大海、蓝天、远山、雪地等环境,是反射蓝色光最多的地方,蓝光不导热,而有吸热的功能,这些地方总是冷的。这些是人们生活经验和印象的积累,使人的视觉、触觉及心理活动之间有一种特殊的类似条件反射的下意识的印象联系,视觉变成了触觉的先导,一看见红橙色光都会想到和感到应当是热的,心里也感到温暖和愉快。一看到蓝色,心里会产生冷的感觉,似乎皮肤也感到凉。

从色彩心理来考虑,我们把红、橙、黄称为暖色,把橙色称为暖极;把绿、青、蓝划为冷色,把天蓝色称为冷极。在夏天,人们习惯穿白色或浅色服装,原因之一是白色、浅色反光率高,所以有凉爽感。冬天人们习惯穿黑色及深色服装,原因是黑色、深色反光率低,吸光率高,故有暖和感觉。夏天,刚铺好的沥青路面,阳光照射,不易凝固,所以人们往往在上面撒些白土,白土反光率高,沥青路面很快即可凝固。这都是深色吸光和浅色反光所起的作用。所以,在无彩色系中,把白色称为冷极,把黑色称为暖极。

■ 面积对比

面积对比是指各种色彩在构图中占据量的对比,这是数量的多与少、面积的大与小的对比。色彩感觉与面积对比关系很大,同一组色,面积大小不同,给人的感觉不同。如面积小的红绿色点或色线在空间混合中,在一定的距离之外的感觉接近金黄。而面积大的红绿色块的并置,给人以强烈的刺激感觉。同一种色彩,面积小则易见度低,因其色彩被底色同化,难以发现。面积大易见度高,刺激性也大,大片红色会使人难以忍受,大片黑色会使人沉闷、恐怖,大片白色会使人空虚。

在包装配色设计中,构图画面有时会感到色彩太跳,有时则显得力量不足,为了调整这种关系,除改变各种色彩的色相、纯度外,合理安排各种色彩所占据的面积是必要的。