



北京市高等教育精品教材立项项目

人物形象

# 色彩设计与创意思维

乔国华 刘宇 编著



辽宁科学技术出版社

北京市高等职业教育教材目录

# 人物形象 色彩设计与创意思维

乔国华 刘 宇 编著

辽宁科学技术出版社

沈 阳

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

人物形象色彩设计与创意思维 / 乔国华, 刘宇编著.  
—沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2012.6  
ISBN 978-7-5381-7094-8

I. ①人… II. ①乔… ②刘… III. ①人物形象—  
色彩—设计—教材 IV. ①J063

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第166527号

---

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路29号 邮编: 110003)

印刷者: 辽宁美术印刷厂

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184mm × 260mm

印 张: 8.5

字 数: 120千字

印 数: 1 ~ 4000

出版时间: 2012年6月第1版

印刷时间: 2012年6月第1次印刷

责任编辑: 李丽梅

封面设计: 熙云谷品牌设计

版式设计: 于 浪

责任校对: 李淑敏

---

书 号: ISBN 978-7-5381-7094-8

定 价: 52.00 元

投稿热线: 024-23284063 邮购热线: 024-23284502

QQ: 542209824 (添加时, 请注明“色彩”等字样)

http: //www.lnkj.com.cn

微博: http: //weibo.com/u/2609233077

# 《人物修饰造型艺术》系列教材编委会

主 任：李 方

名誉主任：宋 健 闫志坚

执行主任：乔国华

副 主 任：刘 建 宋纯智

委 员（按姓氏笔画）：

王 安 王葆麟 车念聪 刘 丽 孙鸿魁 巩 平 齐宪代

李京申 李丽梅 陈 蕾 陈雁飞 周 宏 孟令惠 郑明明

胡淑云 姚福龙 桑桂玉 袁 芳 梁存收 蔡燕萍 霍起弟

编 者：乔国华 刘 宇 李伟明



# 前言

# INTRODUCTION

“人物修饰造型艺术”是北京市高校“人物形象设计”专业系列教材，是依据“北京市教育委员会”关于开展“北京市高等教育精品教材建设”等文件精神编写的，是由北京教育学院申报并获批准的“北京市高等教育精品教材建设”的立项项目之一。

“人物修饰造型艺术”系列教材，包括《素质与礼仪》、《化妆造型设计》、《人体修护医学基础》、《美发造型设计》、《人物形象设计》、《应用化妆品学》、《现代美容实用技术》、《电脑辅助数码影像形象设计》、《服装设计方法与训练》（上、下册）、《人物形象色彩设计与创意思维》、《人物形象素描技法》共12册，主要是为各高等院校“人物形象设计专业”而编写的。

教材在编写过程中，严格遵循“人物形象设计专业”教学大纲要求，确保在教学体系科学、完整的前提下，充分考虑市场对人才的需求情况，以及对学生“就业竞争能力”的培养等因素。教材在内容组织及结构安排上，突出实践性教学环节，加强基本功训练，使学生毕业后能适应工作岗位、社会发展和与先进国家接轨的需求。

本系列教材的编写突出了以下特点：

1. 依据现代教育思想方法，重视与社会、生活、生产、市场的联系。教材的大纲与内容的编写具有前瞻性，注重对新知识、新技术、新工艺、新方法的运用。
2. 编写形式新颖多样，图文并茂，简洁直观，具有较强的可读性和可视性，有助于学生的理解，注重体现教育教学手段的现代化。
3. 教材的总体结构体现课程设置和教学要求，注重强化专业知识与专业技能的科学性、实用性、针对性和可操作性。
4. 注重教学方法、学习方法的改革，教材内容循序渐进、由浅入深，每章前后均设有教学要求和课题作业，方便学生自主学习与老师教学的需要。
5. 专业基础起点高。涉及的相关知识面广，扩大了学生的

视野，突出对学生动手能力的训练，帮助学生树立创新精神，培养、提高学生的创业能力。

6. 增加教材的使用弹性，既注重面向一般条件的地区和学校，也要使条件好的地区和学校有自主发挥的余地。

7. 为了方便广大读者自学，并参加国家劳动和社会保障部系统的职业技能资格等级考核，本系列教材相应学科的内容、主体内容覆盖劳动部职业技能资格等级考核教材的内容。

8. 《人物形象色彩设计与创意思维》以图文并茂的形式，介绍了色彩基础理论、形象色彩设计基础、形象色彩设计法则、形象色彩设计技法和形象色彩的创意思维等五个方面的内容。与其他同类书不同的是，本教材利用较大篇幅介绍了色彩设计中灵感发掘的形式和方法，将色彩专业知识与美容、美发、服装、化妆等专业结合起来，既有理论又有实践，因此，本教材除了适于高职高专本专业的学生使用外，还适于美容、美发、化妆造型、服装设计等行业自学爱好者选用。

本系列教材的编写人员是由开设相关专业的中、高等院校美容、美发、化妆造型等领域的优秀人才组成，他们拥有较高的学术水平以及较强的实际操作和实践教学经验，具有理论联系实际和编写精品教材的能力。在教材编写过程中，根据社会发展对高素质专业人员的实际需要，注重体现“以全面素质为基础，以能力为本位”的职教课程改革指导思想，体现了学生自主学习、探究性学习的新观念、新思想及教学方法、学习方法的改革要求。

由于高校的“人物形象设计”还是一个新兴的专业，对于市场对人才的需求、教学大纲的科学、系统、合理性的研究以及高校对此类人才的培养训练方式、方法等问题的研究，尚有待于进一步深入，加之编者所站角度的不同、时间仓促等因素，书中不足之处在所难免，恳请读者、同仁不吝赐教。

本系列教程在编写过程中，得到了许多单位的领导、专家以及相关人士的帮助，刘世华老师和北京教育学院人物形象设计专业毕业生胡姗、陈金国、郑阳同学在校期间，参与了本书稿的文字整理工作，在此一并表示感谢！

编者

# 目录

# CONTENTS

## 前言

## 第一章 色彩基础理论

|              |    |
|--------------|----|
| 第一节 关于色彩     | 1  |
| 一、色彩的分类      | 1  |
| 二、色彩的属性      | 2  |
| 三、色彩的特征      | 4  |
| 四、色彩的搭配      | 5  |
| 第二节 色彩的表达方式  | 6  |
| 一、惯用色名的表达方式  | 7  |
| 二、一般色名的表达方式  | 7  |
| 第三节 色彩的心理效应  | 7  |
| 一、红色         | 8  |
| 二、橙色         | 8  |
| 三、黄色         | 8  |
| 四、绿色         | 9  |
| 五、蓝色         | 10 |
| 六、紫色         | 10 |
| 七、白色         | 10 |
| 八、黑色         | 11 |
| 九、灰色         | 11 |
| 第四节 光色与形象色彩  | 12 |
| 一、光的认识       | 12 |
| 二、光色与形象色彩的关系 | 14 |

## 第二章 | 形象色彩设计基础

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一节 社会角色与配色构思·····     | 17 |
| 一、职业形象·····            | 17 |
| 二、社交形象·····            | 18 |
| 三、运动形象·····            | 19 |
| 四、休闲形象·····            | 21 |
| 五、家居形象·····            | 21 |
| 第二节 形象色彩设计的构成元素·····   | 22 |
| 一、形象色彩设计构成元素的概念·····   | 22 |
| 二、形象色彩设计构成元素的色彩搭配····· | 22 |

## 第三章 | 形象色彩设计法则

|                   |    |
|-------------------|----|
| 第一节 色彩设计的原则·····  | 45 |
| 一、色彩设计的概念·····    | 45 |
| 二、色彩设计的目的·····    | 46 |
| 三、色彩设计的原则·····    | 47 |
| 第二节 色彩设计的原理·····  | 57 |
| 一、色彩设计的统一性原理····· | 57 |
| 二、色彩设计的对比性原理····· | 59 |
| 三、色彩设计的调整性原理····· | 62 |
| 四、色彩设计的视觉性原理····· | 66 |

## 第四章 | 形象色彩设计技法

|                  |    |
|------------------|----|
| 第一节 色彩设计的程序····· | 69 |
| 一、资讯调查·····      | 69 |
| 二、分析定位·····      | 70 |
| 三、创意构思·····      | 70 |



## CONTENTS

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 四、构成实施·····              | 70  |
| 五、优化调整·····              | 70  |
| 第二节 形象色彩设计的方法·····       | 71  |
| 一、功能性形象色彩设计方法·····       | 71  |
| 二、艺术性形象色彩设计方法·····       | 75  |
| <b>第五章   形象色彩的创意思维</b>   |     |
| 第一节 形象色彩设计的灵感发掘·····     | 81  |
| 一、源于宇宙天体的色彩灵感发掘·····     | 81  |
| 二、源于微观世界的色彩灵感发掘·····     | 82  |
| 三、源于自然世界的色彩灵感发掘·····     | 83  |
| 四、源于传统文化的色彩灵感发掘·····     | 88  |
| 五、源于少数民族服饰文化的色彩灵感发掘····· | 97  |
| 六、源于绘画艺术的色彩灵感发掘·····     | 101 |
| 七、源于世界文明的色彩灵感发掘·····     | 111 |
| 八、源于现代设计文明的色彩灵感发掘·····   | 117 |
| 九、源于流行色概念的色彩灵感发掘·····    | 119 |
| 第二节 形象色彩设计的再创造·····      | 121 |
| 一、收集色彩素材·····            | 121 |
| 二、色彩设计的再创造·····          | 123 |
| 第三节 形象色彩设计的创意思维·····     | 125 |
| 一、何谓设计的创意思维·····         | 126 |
| 二、设计创意的原则·····           | 127 |
| 三、设计创意的多样性·····          | 127 |

通过学习本章内容，使学生了解色彩设计的基本概念、属性及色彩的象征与涵义。

在学习形象色彩设计之前，首先要了解色彩的基础理论，如色彩的分类、属性、特征以及搭配。此外，还必须要了解色彩的象征意义，才能使形象设计合乎环境、符合时尚发展趋势。

## 第一节 关于色彩

色彩是通过眼、脑和我们的生活经验所产生的一种对光的视觉效应。人对颜色的感觉不仅仅由光的物理性质所决定，比如人类对颜色的感觉往往受到周围颜色的影响。有时人们也将物质产生不同颜色的物理特性直接称为色彩。

### 一、色彩的分类

#### （一）有彩色系

关于有彩色系的定义主要源于光的色散现象。在可见光谱中我们可以归纳成为红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七种基本色，而七种基本色彩之间的渐变过渡，就会产生出众多数量的色彩，这个庞大的色彩集合被称为有彩色系（见图1-1）。



□图1-1 有彩色系

#### （二）无彩色系

无彩色系，包括黑色、白色及二者之间的渐变过渡产生出众多的深浅各异的灰色系列，这一类色彩的集合被称为无彩色系（见图1-2）。



□图1-2 无彩色系

### （三）独立色系

值得一提的是，近一个时期以来，西方有些色彩学家主张：将金色、银色等这种富于典型金属色彩倾向的颜色划分为“独立色系”，独立于有彩色系和无彩色系之外，并给予研究与应用（见图1-3）。关于此类的划分是否恰当或科学，目前尚处于没有定论的学术探讨阶段，并有待于专家们的进一步论证。



□图1-3 独立色系

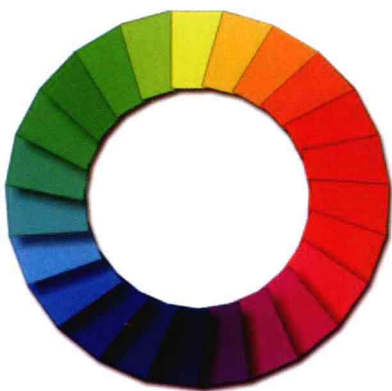
## 二、色彩的属性

所谓色的属性是指色彩的色相、明度和纯度。这三者之间既相互独立，又相互关联、相互制约。

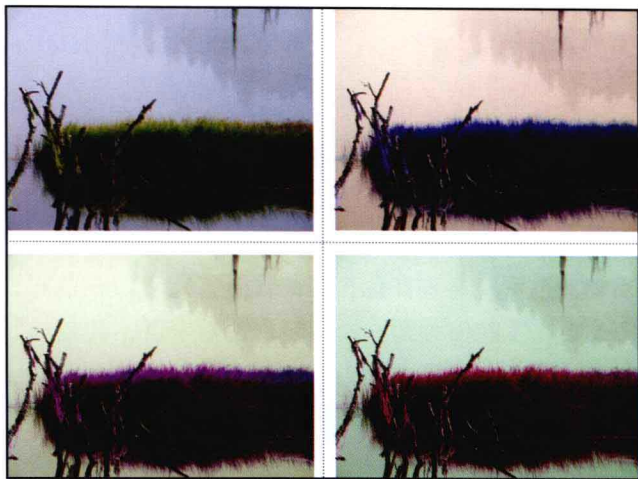
### （一）色相

色相是指色彩不同的相貌，是有彩色系颜色的首要特征。不同波长的光波给人特定的感受是不同的，将这种感受加以命名，赋予一个名称，就像每个事物都有名字一样。色彩学家们把红、橙、黄、绿、蓝、紫等色相以环状排列，如果再加上光谱中没有的红紫色，就可以形成一个封闭的环状循环，构成色相环，又称色轮（见图1-4）。色相环一般均用纯色表示。色相环中要尽量把色相距离分割均等，最简单的色环是由牛顿根据光谱中的红、橙、黄、绿、蓝、紫六色环绕制成。伊顿在六色的基础上又组成了12色相环。若在伊顿色相环的基础上，每两色间继续各加一个过渡色，即会构成一个24色相环，它显示着微妙而又柔和的色相过渡节奏，并具有诗的意韵（见图1-5）。





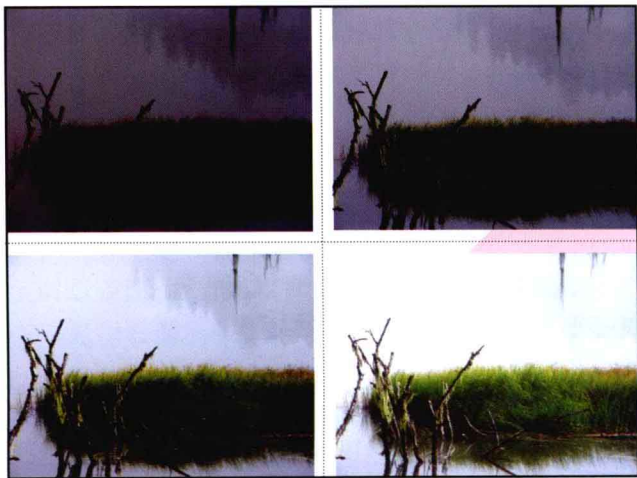
□图1-4 色相环



□图1-5 同一主题画面的色相表现(香格里拉)

## (二) 明度

明度是指色彩的明暗或深浅程度,也可称为色的亮度或深浅度。若把无彩色系的黑、白作为两个极端,在中间根据明度的顺序,等间隔地排列若干个灰色,就成为有关明度阶段的系列,即明度系列。靠近白端为高明度色,靠近黑端为低明度色,中间部分为中明度色。在无彩色系中,最高明度为白色,最低明度为黑色,二者之间为系列灰色。由于有彩色系中不同的色彩在可见光谱上的位置不同,所以被眼睛知觉的程度也不同。黄色处于可见光谱的中心位置,眼睛的知觉度高,色彩的明度也高。紫色处于可见光谱的边缘,知觉度低,故色彩的明度就低。橙、绿、红、蓝的明度居于黄、紫之间,这些色彩依次排列,很自然地显现出明度的秩序。当一个有彩色系中的颜色与白色混合时,混合之后的颜色明度将会提高,也就是更亮;而当一个有彩色系中的颜色与黑色混合时,混合之后的颜色明度将会降低,也就是更暗。所混出的各色可构成一个颜色的明度系列(见图1-6)。

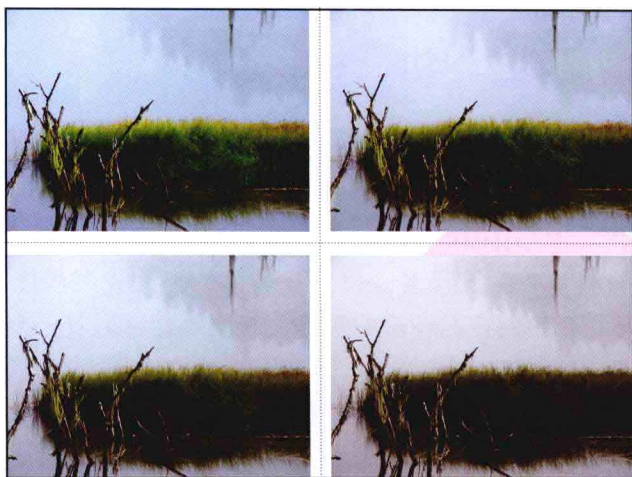


□图1-6 同一主题画面的明度表现(香格里拉)



### （三）纯度

从物理角度来讲，纯度是指色彩的饱和程度或单纯程度，亦称饱和度。如果从色彩感觉的角度来讲，纯度就是指色彩的鲜艳度，亦称彩度。纯度越高越鲜艳，色彩感就越强。一个颜色如果混入了其他成分，纯度将会变低。凡是纯度的问题只能在有彩色系中讨论，无彩色系是没有纯度可言的。然而，色彩的纯度既可以通过混入无彩色系的黑、白、灰来改变，也可以通过补色相混的形式来实现。在色彩设计中，只有准确地利用纯度的微妙变化关系，才能使画面的处理显得含蓄丰富，具有强烈的艺术感染力（见图1-7）。



□图1-7 同一主题画面的纯度表现（香格里拉）

## 三、色彩的特征

### （一）弥漫性

无论是从整体还是细节来看，色彩的弥漫性分布都是物体的固有属性。所谓弥漫性分布，就是色彩覆盖整个形象，遍及全部，随处可见。很难理解有无色彩的物体，因为只有形体、轮廓的物体是不可能存在的。而这种色彩的整体性覆盖是很难被人们忽略的。

### （二）传播性

色彩较形态、结构、造型、材质、肌理等设计元素，具有传播距离远、传播速度快的特征。这也是色彩的优势之一。中国自古就有“远看颜色，近看花儿”的民间谚语。谚语的意思是：色彩的传播距离远远超出形态、结构、造型、材质、肌理等设计元素；色彩的传播速度之快是文字所“望尘莫及”的，对于文字这种设计元素，需要一一读取，从看见到看懂是需要一定时间的。而色彩从看见到看懂几乎是在同一时间。例如，读懂一篇用5万字写成的描写人物肖像的文章势必需要一定的时间，而看懂一幅用5万个笔触画成的一幅人物肖像的油画，也许只需要一瞬间。

### （三）调校性

色彩对于造型、体积、面积均有影响和调整校正作用。根据色彩的冷暖性质——冷色有收缩感，暖色有膨胀感，这样会对造型、体积、面积的情况进行调整和校正。

### （四）印象性

色彩给人以感性、综合的印象，有易于理解和记忆的特征。形态、结构、造型、材质、肌理等因素给人的印象是个体的，局部的，而色彩给人的印象则是总体的、综合的。

### （五）感染力

色彩具有较强的感染力，易于形成气氛和现场环境，从而影响形象的风格。好的色彩不仅使人赏心悦目，而且能够根据某些现场环境，起到强调主题、烘托气氛、形成风格、提升物质和精神品质的效果。

### （六）个性化

色彩具有较强的个人好恶情节，风俗情节，易于引起联想，影响对人物形象的褒贬评价，影响人物性格定位。色彩除了具有物理效应、生理效应，还具有心理效应。所以，有经验的设计师认为，作色彩设计就相当于调校人们的心理。

生活中的色彩缤纷复杂，有不同的形象设计需求就有不同的色彩设计需求，可以说形象设计是以色彩设计为基础和背景的。学好形象色彩设计，具备良好的色彩修养、高雅的色彩审美，对于任何一个人来说都是至关重要的，无论是生活还是事业都会受益无穷。

## 四、色彩的搭配

### （一）色调

色调也称色彩的调子，是将色相、明度与纯度综合在一起考虑的色彩性质，是指色彩的基本倾向，又是色彩外观的重要特征。每个形象色彩设计都应有自己独到的色调，色调是构成色彩统一的主要因素。如果色调不明确，也就不存在色彩的和谐统一。

①从色相上划分，有红色调、黄色调、橙色调等。

②从明度上划分，有亮色调、暗色调、灰色调。

③从纯度上划分，有鲜色调、浊色调。

④从色性上划分，有冷色调、暖色调。

色彩的形成，不是由以上某个单一成分决定的，而是上述各个成分的综合表现。

### （二）同类色

同类色是指在色相环中，取任何一色加黑、加白或加灰而形成的色彩，所构成的一系列色称为同类色。同类色在配色上是一种稳定、温和的组合色（见图1-8）。

### （三）邻近色

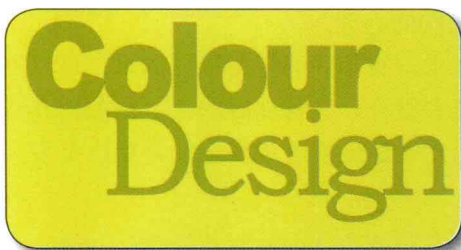
邻近色是指在色相环中处于 $30^{\circ} \sim 60^{\circ}$ 之间的左、右邻近色。在色相环中，取任何一色为指定色，那么凡是与此色相邻色彩，即为此色的邻近色。邻近色在配色组合上具有稳定、和谐与安定感（见图1-9）。

### （四）对比色

对比色是指色相环中处于 $120^{\circ} \sim 150^{\circ}$ 之间的任何两色。原色对比较强烈，若想缓和两色的对比效果，可将其中一色的纯度或明度做适当的调整，或由面积的大小来调整此两色的对比程度。在配色上，对比色具有活泼、明快的感觉（见图1-10）。

### （五）互补色

位于色相环直径两端的色彩，即为互补色。两色距离正好处于 $180^{\circ}$ 的位置，是色彩中对比最强烈的颜色。若将互补色的两色并排在一起，容易产生炫目、喧闹的不协调感，但若加以控制，调整好互补色之间的纯度或明度的对比，在相互衬托下，同样可以获得清晰、饱满、亮丽的色彩组合效果（见图1-11）。



□图1-8 同类色



□图1-9 邻近色



□图1-10 对比色



□图1-11 互补色

## 第二节 色彩的表达方式

在人类认识色彩的初级阶段，人们常常以自己熟知的具象事物的名称来描述与之相近的色彩。这样就产生了给色彩起名字的表达方式，即色名表达方式。色名表达方式又分为惯用色名方式和一般色名方式。



## 一、惯用色名的表达方式

### 1. 以动物色作比喻的色名

孔雀蓝、象牙白色、鹅黄色、驼色、鸡血色、猩红色、鼠灰色、珊瑚色、牡蛎色、蟹壳灰等。

### 2. 以植物色作比喻的色名

橘黄色、橘红色、桃红色、玫瑰红色、枣红色、番茄色、柠檬黄色、米黄色、杏黄色、葵黄色、藤黄色、姜黄色、草绿色、苹果绿、豆绿色、竹青色、橄榄绿、茶色、棕色、咖啡色、栗色、亚麻色、豆沙色、藕荷色、丁香色、紫罗兰色、茄紫色等。

### 3. 以自然色作比喻的色名

土黄色、土红色、天蓝色、海蓝色、湖蓝色、月白色、雪白色、沙漠色、曙红色、石绿色等。

### 4. 以金属、矿物色作比喻的色名

金色、银色、铁锈红、水银色、铅色、钴蓝色、古铜色、翡翠绿色、白玉色、琥珀色、朱砂色、煤黑色等。

### 5. 以生活常见物色作比喻的色名

肉色、牙黄色、粉绿色、粉红色、胭脂色、祭红色、奶白色、蛋青色、酱色、墨绿色、烟灰色、瓦灰色、军绿色、宇宙色等。

## 二、一般色名的表达方式

有彩色系中的基本色名有：红色、橙色、黄色、黄绿色、绿色、蓝绿色、蓝色、蓝紫色、紫色、红紫色等。

无彩色系中的基本色名有：白色、浅灰色、灰色、暗灰色、黑色等。

对于彩色的修饰语有：亮灰、浅灰、灰、暗灰、深灰、亮的、淡的、浊的、暗的、鲜艳的、深的、纯的。在其后面常常附上色彩名称，例如黄色，可称为淡黄色、浅黄色、亮黄色、灰黄色……纯黄色。

通常还有用“偏某某色味道的某某色”来命名某种色彩，例如：偏黄味的绿色、偏绿味的蓝色……这些形容词对有色彩和无色彩都适用，如红味的紫色、黄味的绿色、蓝味的灰色、绿味的暗灰色等。

## 第三节 色彩的心理效应

视觉感官在接受色彩刺激产生直觉映像的同时，也会自动地引发对应的思维活动，诸如感知、感觉、情绪、情感、感情和印象等，这一过程称之为“色彩的心理效应”。色彩的性格特征具有普遍的共通性。这种共通性不但体现在色彩的自然物理属性上，而且也反映在色彩的社会群体意识上。它是人类长期观察、领悟和应用色彩的必然结果，是不依人们的意志为转移的客观存在。



## 一、红色

在可见光谱中,红色是光波最长的暖调颜色。从色彩的三属性之一的色相性质来说,红色接近于旭日或鲜血的色彩效果。在色相环中,纯正的红色是三原色之一,与绿色为补色。红色对视觉的刺激非常强烈、醒目,所以注目性和识别性极高,如交通信号中的红灯。红色通常有喜庆吉祥、祛邪避害的寓意。这种色彩还具有使人血液循环加快、肌肉机能加强的特性,令人冲动、兴奋,以至于躁动(见图1-12)。



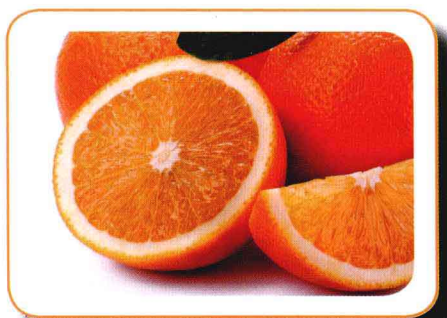
□图1-12 中国新娘婚礼服是喜气的大红色

由于鲜血的色彩是红色的,所以我们人类的祖先把红色与生命联系了起来,把红色视做生命的象征和寿命的见证。直至今日在非洲、南美洲等地的许多土著民族中仍能见到当地的土著民族常在死者的遗体上涂抹红色,以表达祈求生命复活的感情寄托。

## 二、橙色

在可见光谱中,橙色归类为仅次于红色波长光波的暖调颜色。从色彩的三属性之一的色相性质来说,橙色接近于橙子或柿子的表面色彩效果。在色相环中,纯正的橙色是红与黄的中和色,并为三原色之一蓝色的补色。橙色对视觉的刺激虽不及红色那样强烈,但由于其明度偏亮,所以识别性和注目性极高。

看到橙色,最直接的联想是橘子或橙子,而橘子或橙子又使人联想那种多汁、鲜嫩、甜甜的味道(见图1-13)。橙色也很容易使人联想到金色秋天的景象,或是欢畅、自信的感觉。但是,像在《圣经》及许多作家或诗人的作品中,橙发都带有强烈的贬义色彩,如传说中出卖耶稣的叛徒——犹大,不仅喜欢穿黄袍,而且还长着橙发。



□图1-13 见到橙色产生了酸酸甜甜的味道

## 三、黄色

在可见光谱中,黄色波长所处位置偏中,然而光感却是所有色彩中最亮丽、最活跃的。黄色是在色相环的所有纯色中,在高纯度下唯一能保持高明度的色相,就色彩的三