

为设计师量身定制

飞思 数码设计院

# Color

## Combination

## 色彩设计师

# 配色密码

(全彩)



(韩) I.R.I 色彩研究所  
李金花  
飞思科技产品研发中心

香  
等译  
监制



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

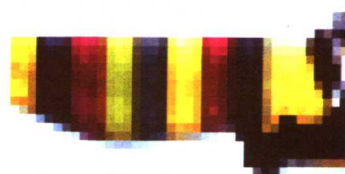
YoungJin.com Y.

Job 3  
2517x

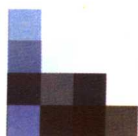
飞思 数码设计院

用什么颜色好呢?

Color  
Combination



# 色彩设计师配色密码



A1106787

(韩) I.R.I 色彩研究所 著  
李金花 等译  
飞思科技产品研发中心 监制



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

1490069 / 04

在这个激烈竞争的时代里,映入人们眼帘的是五彩斑斓的世界,可以说充斥着人们的生活。面对这个色彩的时代,设计师都渴望设计出色彩的审美性与产品的实用性紧密连接的、对消费者产生好感的作品。同时也梦想着自己也有那么一天,能成为出色的色彩设计师。本书作者通过对色彩的研究,从最基本的色彩意识讲起。在讲解过程中,提出了色彩会让人们联想到的意象,以及配色都使用了哪些颜色,并通过我们周围事物(服饰、建筑、绘画等)中多彩的配色例子为原形,将配色按照意象和色相整理,便于读者进行多种接近配色方法的演示,使读者能够感觉到渗透着民族感性的配色之美。

本书可作为设计师的配色指导书,同时,也适合于那些在色彩设计上遇到配色困难的人。

本书韩文版名为《Color Combination》,由韩国永进出版社(Youngjin.com)授权出版,版权归永进出版社所有。本书简体中文版由电子工业出版社独家授权出版发行,专有出版权属电子工业出版社所有。未经本书版权所有者和本书出版者书面许可,任何单位和个人不得以任何形式和任何手段复制或抄袭本书的部分或全部内容。

版权贸易合同登记号: 01-2003-4013

图书在版编目(CIP)数据

Color Combination色彩设计师配色密码/(韩)I.R.I色彩研究所著;李金花等译.

-北京:电子工业出版社,2003.7

(飞思数码设计院)

书名原文: Color Combination

ISBN 7-5053-8838-X

I.C... II.①韩... ②李... III.色彩-配色 IV.J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第049521号

责任编辑:王树伟

印刷:山东省高唐印刷有限责任公司

出版发行:电子工业出版社 <http://www.phei.com.cn>

北京海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

经销:各地新华书店

开本:787×1092 1/16 印张:9.625 字数:231千字

版次:2003年7月第1版 2003年11月第2次印刷

印数:4 000册 定价:25.00元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。联系电话:(010) 68279077

## 出版说明

21世纪是数字多媒体的时代,其中备受瞩目的应该就是计算机图形设计技术。当前的文化艺术领域也在广泛利用计算机图形设计功能,最典型的例子就是曾经风靡全球的电影《泰坦尼克号》。现在,计算机图形设计已经是很多领域中必不可少的一项技术。而每当面对国外著名设计师的精彩设计时,我们只能惊叹其构思的巧妙和设计的精美。那么,什么时候我们才能够赶上世界一流的水平?这一点需要我们认真地反省!出版高品质的电脑图形设计书籍是培养出世界级著名设计师的基础。

纵观当前整个电脑图形技术书籍市场,我们会发现这片领域已经是相当的成熟,各类图形技术的书籍琳琅满目。不过同时我们也发现大部分书籍只是停留在基础的层次上,对于有一定基础知识的读者来说,要想提高到更高的层次,就会遇到一个难以突破的瓶颈。

“飞思数码设计院”是电子工业出版社计算机研发部全新规划的、为国内电脑图形设计爱好者量身定做的一套中高级电脑图形设计精品图书。本系列图书将精心组织国内优秀设计人员编写,力求保证图书的高质量,同时还将从在电脑图形设计领域具有领先技术的日本、韩国等地引进最畅销的精品图书并进行改编。“飞思数码设计院”将兼顾电脑图形设计技术的深度和广度,同时人为地淡化所使用软件的版本,让本系列图书成为电脑图形技术领域的精品,使其拥有更加长久的生命力,以开创出具有高、精、尖概念的电脑图形设计书籍的全新理念。

我们真诚希望“飞思数码设计院”系列丛书可以为更多读者带来广阔的学习空间,并希望我们的努力能够为国内的设计师队伍建设做出一些贡献。我们期待着您能为我们的努力提出您的意见,同时,我们也在等待着您的加入。

本书由飞思科技产品研发中心组织翻译,主要参加翻译的人员有李金花、李京子、金杰等,由于时间关系,有翻译不当之处还请广大读者批评指正。

我们的联系方式如下:

咨询电话: (010) 68134545 68131648

答疑邮件: support@fecit.com.cn

网 址: <http://www.fecit.com.cn> <http://www.fecit.net>

答 疑: <http://www.fecit.com.cn>的“问题解答”

下 载: <http://www.fecit.com.cn>的“下载专区”

通用网址: 计算机图书、FECIT、飞思教育、飞思科技、飞思

飞思科技产品研发中心

## 关于飞思

新世纪之初的北京，一群满怀共同理想的年轻人聚集在飞思教育产品研发中心的旗帜下，他们将新的希望和活力注入了中国IT教育产品开发领域。飞思人在为把自己打造成为中国IT教育产品研发的精英团队而更加不懈努力。

21世纪的今天，飞思人在多元化教育产品的开发和出版等方面已经迈出了坚实的第一步，开拓出属于自己的一片天空，初步赢来了涓涓细流。

如今，本着教育为科技服务的宗旨，飞思科技产品研发中心以崭新的面貌等待您的支持与关注。

## 飞思人理念

我们经常感谢生活的慷慨，让我们这些原本并不同源的人得以同本，为了同一个梦想走到一起。

因为身处科技教育前沿，我们深感任重道远；因为伴随知识更新节奏，我们一刻不敢停歇。虽然我们年轻，但我们拥有：

“严谨、高效、协作”的团队精神

全方位、立体化的服务意识

实力雄厚的作者群和开发队伍

当然，最重要的是我们拥有：

恒久不变的理想和永不枯竭的激情和灵感

正因如此，我们敢于宣称：

飞思科技=丰富的内容+完美的形式

这也是我们共同精心培育的品牌  的承诺。

“问渠哪得清如许，为有源头活水来”。路再远，终需用脚去量；风景再美，终需自然抚育。

年轻的飞思人愿为清风细雨、阳光晨露，滋润您发芽、成长；更甘当坚实的铺路石，为您铺就成功之路。

## 卷首语

现在我们逛百货商场家电柜台或装饰产品柜台，产品五颜六色的颜色会让人头晕目眩。

让我们回顾20世纪90年代初，当时的家电颜色千篇一律不是白就是黑，像电冰箱之类的大家电，我们都叫它白色家电。汽车也不例外，清一色都是白和黑，打着灯笼也找不着彩色汽车。可现在，大街上跑的全是五颜六色的车，看到黑色汽车，倒觉得挺新鲜。

以前，大家电和汽车等产品颜色比较单一，是因为那时候大家讲究的是功能和性能。而如今却是此一时彼一时，各个品牌产品的性能都趋于相同，单靠性能和功能在激烈的竞争之中是无法存活下去的。

现在，产品设计和颜色是刺激消费者购买欲望的最重要因素，而色彩往往是产品给人的第一印象。据心理学研究表明，人的感知中70%是视觉带来的，其中颜色的刺激占很大分量。

企业瞄准了市场需求和消费者的心理倾向，抓住时代脉搏，争相设计出最佳的产品颜色。致使消费者购买产品时，不知道该挑选什么颜色而苦恼，这可是幸福的苦恼。

潮水般充斥着的多种颜色当中，有的特别惹人喜欢，有的就没有什么印象了。设计师都渴望着设计出色彩的审美性与产品的实用性紧密连接的、对消费者产生好感的作品。

就现在这个时候而言，肯定有人在想着苹果公司的iMac或大众公司的新甲壳虫的成功的色彩事例，梦想着自己也有那么一天，能成为出色的色彩设计师，设计出吻合产品形象，又适合消费者口味的作品。

说现在是“色彩的时代”，“色彩设计师被入选为21世纪热门职业”等，对色彩的关注逐渐升温，为色彩设计师的多种配色样品集锦册源源不绝。但是，看着这些配色样品集锦册，不禁感到遗憾的是，因为这些都是外国书籍，特别是日本图书的翻译版本。

就像欧洲的风景和我国的风光截然不同，日本的生活意识和我国的生活意识各不相同，对颜色的感性也是每个国家都不同。

当然，色彩先进国家的多样化的配色样品中，出色的配色样品也不少，但是也有很多配色样品不能与我们的生活场面形成和谐。

本书所提示的所有配色，都是以我们周围的传统遗物（服饰、建筑、绘画等）中的多彩的配色例子为原形。希望大家通过本书，能感觉到渗透我们民族感性的配色之美，而且本书将配色按照意象和色相整理，便于多种接近配色方法的演示。希望本书能成为色彩指导书，帮助那些在色彩设计上遇到困难的所有人。



## 关于本书

### 我们的颜色，我们对颜色的理解

欧洲街头风景的屋顶色彩、建筑物的外观、景色等色彩都与我们截然不同。我们吊丧的时候穿白衣服，西方人吊丧的时候却穿黑衣服。

色彩的使用是如此的相异。就像每个国家的历史和传统各不相同，色彩意识也在长时间的思想和习惯的影响下，各个民族都形成了其固有的色彩意识，各民族的色彩象征和社会意识皆不同。

### 我们的传统色彩意识又是什么呢？

可能大家也对以阴阳五行为根基的五方色略有所闻，但是可能没有机会去留意五方色或色彩与方位的关系。

但是仔细观察一下就能知道五方色原来是我们色彩文化的根基。从传统服饰到传统建筑，我们能轻而易举地找出五方色的使用例子。

本章节简单介绍了固有的色彩意识——五方色和我们的祖先偏爱的白色和青色的内涵。

### 色彩会让我们联想什么意象呢？

由于生长在一个充满色彩的世界，色彩一直刺激着我们的视觉器官，色彩的选配要与环境相适合。如果有个女人穿粉红色衣服参加葬礼仪式，结果会怎么样？或者到一家保守的公司面试的男人，系着夸张漫画图案的原色领带，结果会怎么样？不容置疑，周围的人会责怪他们连基本礼节都不懂。

像这样，色彩包含了历史和社会中所形成的象征和意义。这些意象和象征深深地印在我们的心灵深处，所以看到某种色彩就自然而然地联想到该色彩的意象和象征。即使是蹒跚起步的孩子，到百货店就知道玩具是为自己准备的，或者人们远远地看到红底金字的大招牌就知道，那是中国餐厅，这些现象都是因为每种色彩都有相应的意象。

### 配色都使用了些什么色彩呢？

人们从红色和蓝色联想到的意象分明有区别，但这些区别我们一般难以用语言形容。让人们说出这些区别，大多数的人都会列举一大堆形容词说：红色暖和、蓝色寒冷等。而且每个人对颜色的感觉都是主观的、而且是个人的，所以只靠这些形容词来说明其区别之处，共享其感觉是不现实的。

这一章节说明的是色相和色调（Hue & Tone）体系和色彩意象空间。在进行色彩意象设计时，各位（设计同事或顾客）可以使用这个工具来相互进行意象疏通。

而且，在下一章的各个色彩的配色分类上，使用色相和色调 (hue & tone) 体系和色彩意象空间，分析和提示了必要的资料。虽说不是什么有趣的内容，但却是为了了解色彩而不得不看的部分。

## 各个意象配色集锦

设计内容或顾客对设计的要求，都是使用“可爱而精简”，“有女人味、有档次”等意象来提示的情况诸多。

那么意象又是什么呢？

构成意象的要素有形态、材质、色相、大小等。根据某个心理学研究报告书，人们对对象之意象的7%~80%是靠色彩来获得的，由此可见，色彩在意象构成要素中的地位是无足轻重的。

所以不管是什么领域的产品，色彩设计如何适应消费者的需要就成了至关重要的问题。无论多么可爱的玩具，选择深沉而忧郁的色彩做搭配，就不可能表达“可爱”的意象，给高新技术产品，配上明亮的黄色或淡黄色，就变成“可爱而小巧玲珑”的意象，这与产品的意象是背道而驰的。

在这里，为了说明意象配色设计，将配色进行分类和整理后，按意象分成14种。除了表达各个意象的配色事例之外，还有演示各个意象所频繁用过的色相和色调，还有将配色的重点也都整理出来，帮助读者自己动手进行配色。

## 各个色相配色集锦

人们面对某种事物时，首先获取的是视觉性的信息，其中最重要的是色彩信息。色彩对商品的演示起决定性作用，所以根据商品的用途，要适当地进行色彩设计。

大家看看周围，衣服、鞋、电话机、易拉罐等几乎没有一件东西是单色的。大多数都是通过三四种色彩的配色，显示其自身丰富的内含。主色彩在商品意象上固然很重要，但是与多种不同的色彩进行配色，才可以演示出各种各样的效果。

举例来说：就看一种白色的话，有洁白，纯洁等意象，但是与黑色进行配色，就变成冰冷而摩登的意象，黄色是温和而可爱的意象，但是与红色、蓝色进行配色，动感的意象就比可爱的意象更明显了。

那么，就让我们来研究一下，以色相为标准的各种各样的配色。



## I.R.I色彩研究所简介

### I.R.I 株式会社Image Research Institute Inc.®

I.R.I色彩研究所是1992年创立的(株)I.R.I 附设色彩研究所, 主要从事环境、产品、数码色彩领域的色彩咨询项目的进行。对色彩体系的研究和色彩设计工具的研究开发、以色彩专家的培训为目的的教育事业、调查韩国国内市场色彩倾向的色彩信息产业等多种色彩相关事业为基础开辟着色彩咨询领域的独创性。



### I.R.I色彩研究所的主要业绩

#### Color consulting:

韩国设计中心 (Korea Design Center) 色彩策划

汉城大学分塘医院色彩策划

农协综合流通中心色彩咨询

SK (株) 新办公大楼内部环境色彩策划

摩托罗拉手机中心的通信仪器市场调查

三星电子冰箱、洗衣机、吸尘器、信息仪器色彩策划

LG化学住宅用室内装修色彩咨询

LG化学塑胶色彩数据库构建咨询等

#### 研发项目:

产业支援部支持的产业基础上的技术事业课题研究

有关韩国人的色彩感性尺度的研发

有关色彩嗜好类型挑选的研究

数码环境中的色彩分析工具的开发

#### 教育事业:

色彩师国家技术资格考试的理论及操作考试出题

实施企业色彩教育研讨会

产业设计振兴院主办的色彩设计业务人员培训过程授课

产业支援部支持的色彩专家培养事业教育过程及教材开发

开发专家所用色彩实习教材

#### 信息事业:

运营色彩信息交流会

制作市场色彩信息杂志 (服装、家具、家庭、汽车领域的1993年的第1刊到2002年的第21刊)

制作流行色彩预测信息杂志 (97 Theme Color Vol.1~2003-2004 Theme Color Vol.7)

# 本书结构

## 色相 (Hue) 和 色调分布

以各个形容词为代表的配色分布。

色相和色调标准表Hue & Tone 120色体系中，寻找该配色的位置。大家也可以动手试试不同的配色。

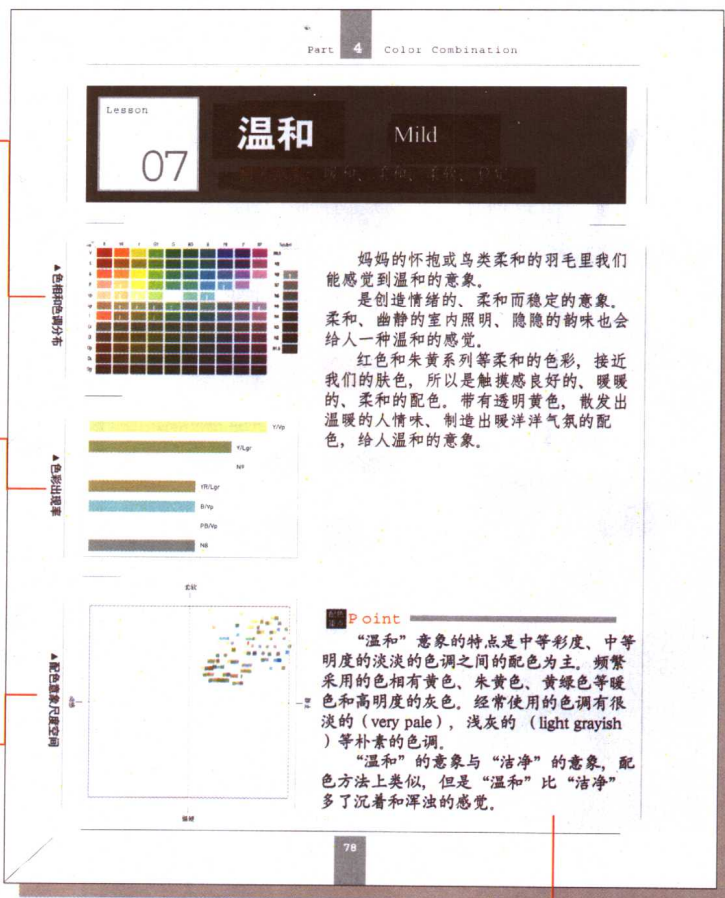
## 色彩出现率

色彩出现率是以各个形容词为代表的配色当中，使用率偏高的色彩比例。

最上方的色彩就是使用最频繁的色彩，而且图表所显示的7种色彩，就是用来表现形容词意象的代表色彩。

## 配色意象尺度空间

通过配色意象尺度空间，就可以知道每一种配色给人的感觉。把每种配色放进“柔软-僵硬”、“运动-静止”为轴的意象尺度空间里，通过位置就可以客观地判断每种配色给人的感觉。

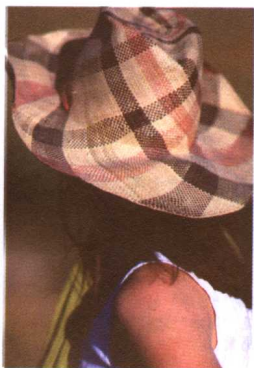


## 配色重点

为了表现“可爱”、“快乐”等相关意象所需要的色彩组合、明度或彩度、色彩的选择，这些问题都可以参照配色重点。运用技术还可以对各个意象做到甜蜜的配色、有着重点的配色等。

## Part 4 Color Combination

Expert Color Scheme No.1



Expert Color Chart No.1

|                                                                                                 |                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| R: 222 B: 179 R: 230<br>G: 222 G: 167 G: 213<br>R: 220 B: 71 R: 233<br>#D8D8DC #B7A71F #E0D5D9  | R: 194 B: 149 R: 152<br>G: 178 G: 243 G: 134<br>R: 100 B: 211 R: 122<br>#C2B2E4 #FFD3D3 #B8B8E4                                                           |
| R: 255 B: 194 R: 195<br>G: 221 G: 178 G: 185<br>R: 180 B: 100 R: 190<br>#FFD3D8 #C2B2E4 #C7B9B8 | R: 243 B: 155 R: 179<br>G: 222 G: 169 G: 179<br>R: 178 B: 150 R: 186<br>#FFD3D8 #B8B8E4 #C7B9B8                                                           |
| R: 187 B: 255 R: 141<br>G: 165 G: 255 G: 182<br>R: 137 B: 255 R: 136<br>#C2B2E4 #FFD3D8 #C7B9B8 | R: 222 B: 151 R: 201<br>G: 237 G: 99 G: 188<br>R: 177 B: 96 R: 169<br>#D8D8DC #B7A71F #E0D5D9                                                             |
| R: 229 B: 150 R: 186<br>G: 243 G: 150 G: 110<br>R: 186 B: 139 R: 19<br>#FFD3D8 #B8B8E4 #C7B9B8  | R: 201 B: 152 R: 152<br>G: 153 G: 93 G: 116<br>R: 132 B: 74 R: 132<br>#C2B2E4 #FFD3D8 #C7B9B8                                                             |
| R: 174 B: 104 R: 195<br>G: 178 G: 82 G: 147<br>R: 100 B: 82 R: 149<br>#C2B2E4 #B8B8E4 #C7B9B8   | R: 128 B: 201 R: 194<br>G: 147 G: 188 G: 178<br>R: 87 B: 149 R: 100<br>#B8B8E4 #C2B2E4 #C7B9B8                                                            |
| R: 174 B: 201 R: 84<br>G: 178 G: 149 G: 92<br>R: 100 B: 149 R: 71<br>#C2B2E4 #B8B8E4 #C7B9B8    | R: 84 B: 129 R: 186<br>G: 82 G: 147 G: 134<br>R: 72 B: 87 R: 145<br>#B8B8E4 #C2B2E4 #C7B9B8                                                               |
| R: 194 B: 186 R: 129<br>G: 178 G: 134 G: 147<br>R: 100 B: 149 R: 87<br>#C2B2E4 #B8B8E4 #C7B9B8  | R: 204 B: 194 R: 166<br>G: 146 G: 178 G: 186<br>R: 172 B: 130 R: 109<br>#C2B2E4 #B8B8E4 #C7B9B8                                                           |
| R: 206 B: 201 R: 149<br>G: 186 G: 149 G: 134<br>R: 100 B: 149 R: 139<br>#B8B8E4 #C2B2E4 #C7B9B8 | R: 155 B: 212 R: 239 R: 187 R: 179<br>G: 169 G: 231 G: 243 G: 188 G: 146<br>R: 125 B: 196 R: 189 R: 132 R: 122<br>#B8B8E4 #D8D8DC #FFD3D8 #B8B8E4 #B3D2E4 |

## 色彩意象效果图片

各种配色在设计上的运用样品, 装修等方面的效果图片(范例)。如果您有想表达的意象, 可以求助于效果图片(范例)。

“原来这种配色有这样的效果呀!” 借助效果图片(范例)把构思中的意象先确认一下。

## 配色集锦

相当于各个形容词和色彩的配色集锦。以主色彩、副色彩、着重色彩3种色彩为标准, 在五彩缤纷的色彩组合当中可以挑选需要的配色。还提示了适用于多种用途的RGB 16进制法色彩值。

## 目 录

## Part

## 01

## 我们的颜色, 我们对色彩的理解

1



有句话说得好, “最具韩国特色的, 就是最适合世界的”

2

那么我们民族的传统色彩意识是什么呢?

2

让我们先看一看五方色

2

我们民族的另一种色彩意识是对白色的嗜好

4

## Part

## 02

当我们看到某种色彩时, 浮现在我们  
脑海里的是什么意象呢?

7



红色

8

朱黄色

9

黄色

10

草绿色

11

蔚蓝色

12

紫色

13

## 色彩和感觉的神秘关系

15

色彩和感觉的神秘关系——色彩和温度感

15

色彩和感觉的神秘关系——色彩和重量感

16

色彩和感觉的神秘关系——色彩和声音

17

色彩和感觉的神秘关系——色彩、味觉及香味

18

## 目 录

## Part

## 03

## 配色都使用了什么色彩呢? 21



色相和色调 (Hue &amp; Tone) 120色体系 22

判断色彩意象的标准 23

单色意象尺度空间 24

配色意象尺度空间 25

形容词意象尺度空间 26

传统意象尺度空间 27

色相、色调和意象尺度空间在本书中的运用 28

## Part

## 04

## 各种意象的配色集锦 31



|           |    |    |
|-----------|----|----|
| Lesson 01 | 可爱 | 32 |
| Lesson 02 | 快乐 | 38 |
| Lesson 03 | 休闲 | 45 |
| Lesson 04 | 动感 | 52 |
| Lesson 05 | 摩登 | 57 |
| Lesson 06 | 洁净 | 61 |
| Lesson 07 | 温和 | 66 |
| Lesson 08 | 自然 | 71 |
| Lesson 09 | 温馨 | 77 |
| Lesson 10 | 优雅 | 82 |



# 目 录

|           |    |     |
|-----------|----|-----|
| Lesson 11 | 华丽 | 88  |
| Lesson 12 | 古典 | 93  |
| Lesson 13 | 高尚 | 99  |
| Lesson 14 | 厚重 | 103 |

## Part

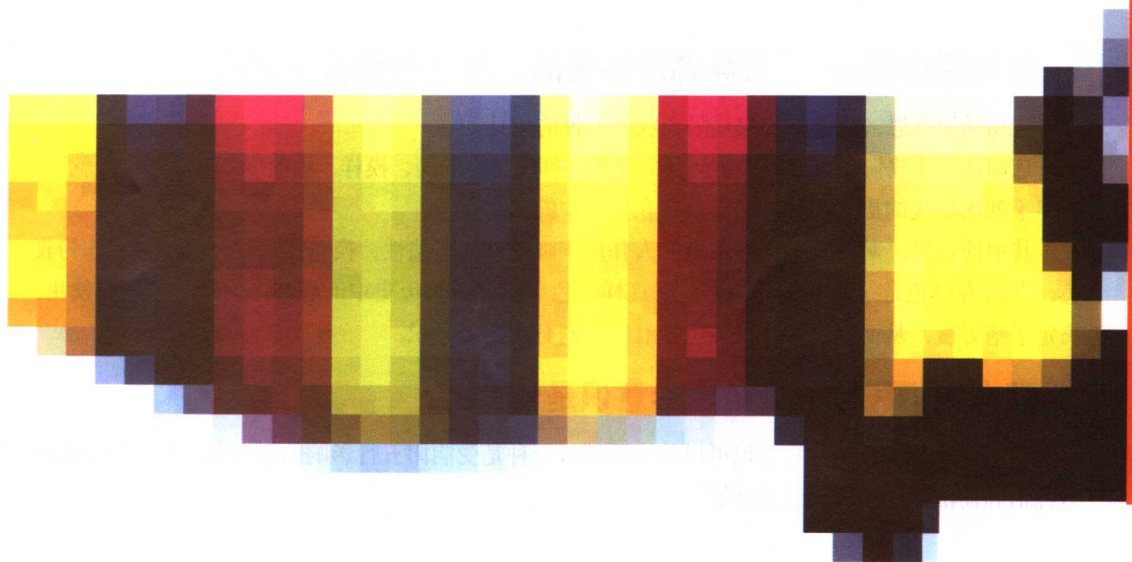
### 05

|           |     |
|-----------|-----|
| 各种颜色的配色集锦 | 109 |
|-----------|-----|



|           |     |     |
|-----------|-----|-----|
| Lesson 01 | 红色  | 110 |
| Lesson 02 | 朱黄色 | 113 |
| Lesson 03 | 黄色  | 116 |
| Lesson 04 | 黄绿色 | 119 |
| Lesson 05 | 绿色  | 122 |
| Lesson 06 | 蓝绿色 | 125 |
| Lesson 07 | 蔚蓝色 | 128 |
| Lesson 08 | 蓝紫色 | 131 |
| Lesson 09 | 紫色  | 134 |
| Lesson 10 | 紫红色 | 137 |

当我们漫步在外国的街头，常被截然不同的文化魅力而感动。每个国家和民族都有自己独特的文化，色彩领域也不例外，我国人民也有独特的色彩文化。现在来研究一下以万物的和谐为根基的五方色，对白色的憧憬等我们民族特有的色彩文化。



## 我们的颜色， 我们对色彩的理解



# 我们的颜色， 我们对色彩的理解

**有句话说得好，“最具韩国特色的，就是最适合世界的”**

这句话的意思，应该不仅仅局限于我们要说的设计。

这句话，让我们想起韩国人之间所共享的，韩国特有的美、模样、色彩等。韩国的特征就是，贯穿于韩国悠久的历史过程，深深融合在生活中的传统。

其中的色彩，对同一个文化圈里的人作用于观念化的普遍性。换句话说，在韩国白色作为丧色，在西方白色是结婚礼服的色彩，就这样，色彩根据悠久历史中的思想或习惯，传统的使用，决定了嗜好度，从而定型为该民族所独有的、固有的色彩意识。

**那么我们民族的传统色彩意识是什么呢？**

我们祖先所拥有的色彩意识可以分为两种：一种是受阴阳五行影响的五方色；另一种是意味着纯洁和简洁性的“对白色的嗜好”。

**让我们先看一看五方色**

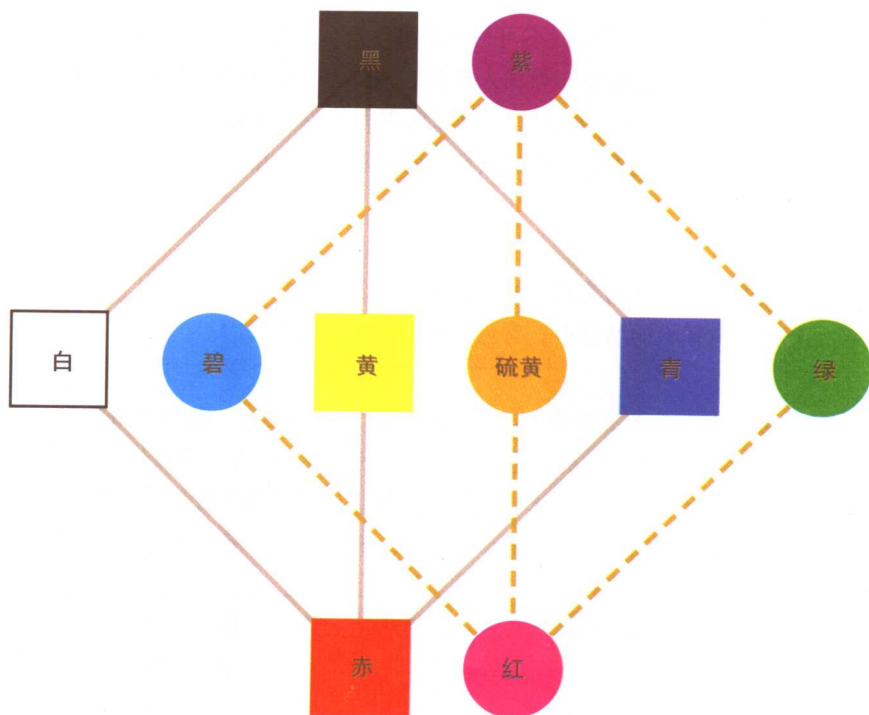
韩国文化很突出的特征之一就是追求与大自然形成和谐。

色彩也不例外，以顺应大自然和宇宙原理的阴阳五行为基础，我们民族对色彩的意识得到了具体化。

阴阳五行是主张宇宙万物都由阴阳和五行构成的，各因素之间互相实现均衡的整合，才能维持宇宙秩序的理论。用西方的科学构造（用正确数值表现其值的方法）分析，以阴阳五行为基础构成的、我们的传统色彩是没有任何意义的。即，我们使用的黄色、微黄等有关色彩的很多种词汇都表示各自不同的色彩，这样，通过包括个人主观感情的、多样的色彩之差来进行普遍的表达，谈何容易。

很久以前开始，我们民族依据阴阳五行对色彩赋予了意义，比视觉更注重观念，色彩的使用重点放在观念上的例子很多。实际上，在建筑或服装上，七彩装、绿衣红裳、丹青等，都可以找出色彩使用上所遵循的五行说的痕迹。

研究我们民族传统色彩意识——五方色，就能发现根据阴阳五行所说，将把赤、青、黄、白、黑五种原色定为万物的基本色，叫做五正色。这些色彩被认为是男性化和上升意象色彩，认为这些色彩有“阳气”，把这些五正色摆在了东、西、南、北、中央五个方位。左青龙，右白虎的说法也是出自这个原理的。相反于五正色（带阳气的色彩）的，女性化和暗淡的、带阴气的色彩，这些颜色处于五个方位，东、西、南、北、中央中间的颜色，叫做五间色。有绿色、碧绿、红色、硫黄色、紫色。



五方色概念图