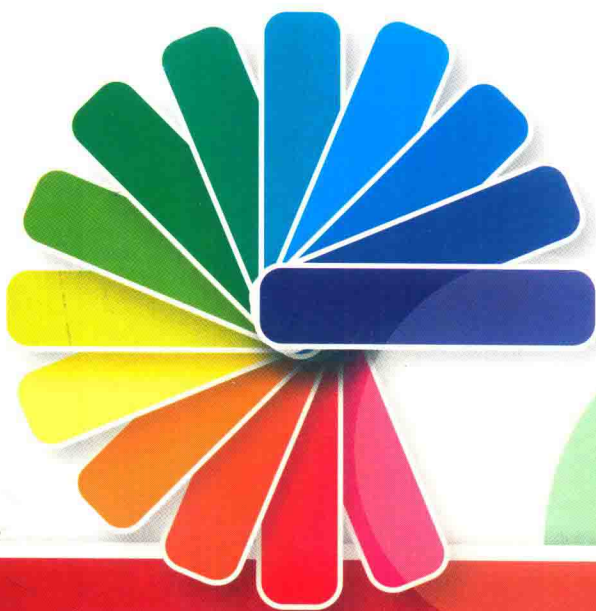


高校转型发展系列教材



应用色彩设计

张力 主编

赵亮 王浩然 陈启林 副主编



清华大学出版社

高校转型发展系列教材

应用色彩设计

张力 主编

赵 亮 王浩然 陈启林 副主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

应用色彩设计作为视觉传达设计的重要因素,在广告、包装、环境、产品、服装等设计中被广泛应用,是艺术设计专业学生必须学会的技能。

本书从色彩应用与专业实用的角度,通过一系列课题训练,指导学生开展“设计色彩”的学习,从而“学会”应用色彩设计的方法。所谓“学会”,是指会审美、会选择、会应用。

掌握应用色彩设计知识,可帮助设计师解决设计项目中遇到的一些困惑,找到很好的解决方案,并能以最佳的设计色彩去表达、满足客户的需求。

学习应用色彩设计,应从对色彩的直观认识开始,从生活环境中、从自然界的各种天然事物中、从设计好的产品作品中找到色彩,学会欣赏,学会从这些色彩中提取色彩关系,学会识别这些色彩与将要应用的产品、包装、环境等的自身特点最接近的关系,并学会将最适合的色彩关系应用在相关的产品、包装或环境中。

本书可以作为高等院校艺术设计专业学生及艺术设计爱好者专业入门的基础教材。

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

应用色彩设计 / 张力 主编. —北京:清华大学出版社, 2017

(高校转型发展系列教材)

ISBN 978-7-302-47818-8

I. ①应… II. ①张… III. ①色彩—设计—高等学校—教材 IV. ①J063

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 170451 号

责任编辑:施 猛 马遥遥

封面设计:常雪影

版式设计:方加青

责任校对:曹 阳

责任印制:宋 林

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>, 010-62796865

印 装 者:三河市春园印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:190mm×259mm 印 张:8 字 数:190千字

版 次:2017年6月第1版 印 次:2017年6月第1次印刷

印 数:1~2200

定 价:38.00元

产品编号:070398-01

高校转型发展系列教材

编委会

主任委员：李继安 李 峰

副主任委员：王淑梅

委员(按姓氏笔画排序)：

马德顺 王 焱 王小军 王建明 王海义 孙丽娜

李 娟 李长智 李庆杨 陈兴林 范立南 赵柏东

侯 彤 姜乃力 姜俊和 高小珺 董 海 解 勇

色彩应用是艺术设计专业学生必须学会的技能。所谓“学会”，是指会审美、会选择、会应用。对于一个致力于设计行业的大学生来说，色彩设计是基础技能之一。简单来说，所谓色彩设计，无非是在基本图形、造型等可以视觉感受的外观形态的基础上，赋予颜色或颜色组合，使之有更多的视觉信息。

但应明确的是，艺术色彩和设计色彩不同。这里所说的“艺术色彩”是指艺术绘画中的色彩，如国画、油画、水彩、版画等。色彩是二维造型技术中图形的更深层表现，是在黑白灰之上，再加之各种彩色，使得绘画语言更为丰富。而这里所说的“设计色彩”，也是视觉表现方式之一，但表现的不是艺术作品，而是实用表现物，包括产品，也包括宣传品。它们与纯艺术作品的最大区别是，它不为表现作者自己的主观态度、思想和观念，而是设法取悦消费者，使产品或服务得到认可、价值得以实现。从这一意义来说，设计色彩要研究的就不是设计师自己的心情、文化或观点；从更深层的意义上说，也不是客户的观点、心愿或要求，而是客户将要面对的消费大众的审美、评价观和消费刺激法则。

总之，本书将要研究的是实用设计色彩，是普及给消费大众的色彩应用知识。这就需要设计者学会从两个角度思考问题：一是色彩构成本身的技术、理论或经验；二是大众审美和大众喜好。后者会随时代的发展而不断变化，具有一定的周期性。

当下，国内各类高等教材、参考书籍中，关于色彩教学和应用论述的书籍非常多。那么，我们为什么还要编写本教材呢？主要出于如下几点考虑。

第一，我们要专门为艺术设计类应用技术型专业的大学生编写一本实用型教材。应用技术与纯艺术设计是有区别的，后者着眼于艺术表现、艺术创作或艺术设计，这类学生在入学前就已经参加了较长时间的艺术基础训练，在高考时就通过了基本造型力、基础色彩表现力乃至基本设计表达力的高规格筛选，入高校后应施予强势理论概念教育和更高规格的技术教育练习。他们的目标，更多的应该是观念的、思想的，借助物理材料的艺术化创作。但对于前者，我们应强调技术应用的培养和训练。应引导他们从对色彩的直观认识开始，从生活环境中，从自然界的各种天然事物中，从设计好的产品作品中找到色彩，学会欣赏，学会从这些色彩中提取色彩关系，并学会识别这些色彩与将要应用的产品、包装、环境等的自身特点最接近的关系，最后学会将最适合的色彩关系应用在相关的产品、包装或环境中。为此，我

们应设计一套符合这些学生学习规则的强化训练包。高校的教育时间是有限的，多为三年或四年，不可能既教授技术基础、技术表现，又教授理论概念。在有限的教学课时中，应使训练效果最优化。适合学生，就是我们编写本教材的初衷。

在这里需要强调的是，不要把色彩应用技术理解成不需要艺术的理性技术，色彩毕竟是感性的视觉表现，色彩的细微变化往往会引发人强烈的感觉变化，这种能诱发人感觉变化的色彩关系极其丰富复杂，不可能用数字逻辑法学习和使用。因此，我们还是需要强调审美，只是在教学过程中不强调创作，而是审美应用，可以比喻为用现代技术、综合材料和工艺重新实现一个原本存在的其他艺术品。比如，用彩色玻璃制作一幅莫奈落日，用现代技术材料翻版出传统油画的新表现，这也是色彩的再使用、材料的新发明。

第二，本书是一本技术型教材，也就是前文所说的“训练包”。因此，不会把主要精力放在色彩的理论分析和研究中去。当然，要适当讲清基本色彩原理和常用理论，但不会在原理和科学层面使用较大篇幅，也不会带学生深入研究色彩的分支科学，比如色彩心理学等。我们要在讲清色彩的基本原理的基础上，带领学生走出课堂去找色彩，找色彩的组合关系，学会欣赏色彩构成，然后将其合理地运用到视觉表现作品中。直白地说，我们甚至可以不用去学习或研究色彩搭配科学，我们只要在反复的寻找、临摹和置换尝试中，学会把恰当的色彩关系用在恰当的作品中，这就是我们的目的。强调一下，我们不是为了研究出最好的，而是要学会应用最准确的。事实上，从视觉表现设计的角度来说，有可能根本没有最好的。在实践中，当单纯用好不坏的思路来衡量作品时，参与评价的人越多，不同意见也就越多。因此，我们提出，要研究客户乃至客户的客户群，从理论上找到依据点，设计一套准确的色彩组合，就应该是最好的设计。

第三，在现有色彩书籍中，讲述理论的书籍最多，关于色彩尺度化的研究也不少，两者各有所长，但对应用技术型学生来说都不够适用。因此，我们在教学工具上要准确发力，找到适合应用型学生思维和动手练习方式的基准点。我们从教学实践中总结出，当学生感受到恰当的思维和练习线索，就像开蛤蜊发现了插手的缝，多数可以迅速启动兴奋点，找到更适合自己的方向和技术类型。因此，我们要编写一本容易让学生找到“缝”的教材，向他们抛出一系列深入练习的线索，让他们经常性地获得小成就感，以达到垒土成丘的目标。

第四，本书所应用的教学模式和训练方式已经被实践多年，通过本书的系列课题训练，可引导学生理解设计色彩的相关知识，从而掌握设计色彩的一些实用技能，提升举一反三的应用能力。

为编写本教材，视觉传达设计专业教学团队共同组成教材课题组。具体分工如下：专业负责人张力老师负责整体把控，设计教材课题；赵亮老师负责书稿整理、编辑；王浩然老师负责整理学生课堂教学内容；外聘教师陈启林将自己的设计实战经验归纳成教学案例，悉心

指导教材编辑。在大家的共同努力下，本教材得以顺利完成。

总之，我们希望这是一本行之有效的实用色彩“训练包”，也是一本适合艺术设计类应用技术型专业的好书。但这是一次新的尝试，难免存在诸多不足，敬请广大读者批评指正。

反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

第一章 唤醒色感

第一节 自然色彩 2

第二节 人工色彩 3

一、都市色彩 4

二、建筑色彩 5

三、食物色彩 6

四、道具色彩 6



第二章 使用色彩

第一节 色彩感知 10

一、色彩概述 10

二、人的色悦性 13

三、色彩对人的情绪、心理的影响 18

四、色彩的人为组合 21

五、色彩的人为设计 30

第二节 色彩属性 31

一、色彩的三要素 31

二、色立体 34

第三节 色彩构成 35

一、色彩的九宫格练习法 36

二、色彩构成练习 38

三、色彩的分析与置换 40

第四节 配色练习 42

一、配色记——四季的色彩 42

二、节日的色彩 46

三、色彩的心理暗示 48



第三章 寻找色彩

第一节 寻找动物色 54

第二节 寻找植物色 56

一、作业示范一 56

二、作业示范二 58

第三节 自然景物中的色彩分析 59

第四节 成熟产品的应用色彩分析 62

一、自然朴实的色彩搭配 62

二、传统与现代的色彩搭配 63

三、小面积的色彩点缀 66

四、成系列的色彩组合 66

五、同色系的色彩搭配 67

六、符合空间构图的色彩搭配 68

第五节 民族文化的色彩分析 71

一、民族服饰的用色特点 71

二、民族服饰色彩分析 72

三、色彩表现民族风格 74

第六节 印象派绘画的色彩分析 76



第四章 色彩的战略应用

第一节 色彩的装饰性与实用性 82

一、色彩的装饰性 82

二、色彩的实用性 86

第二节 从概念到色彩的反转应用——人物采访 87

一、作业示范一 88

二、作业示范二 92

第三节 理念定位商业设计 96



第五章 色彩应用欣赏

第一节 品牌色彩应用欣赏——LOGO与VI设计 100

第二节 包装色彩应用欣赏 102

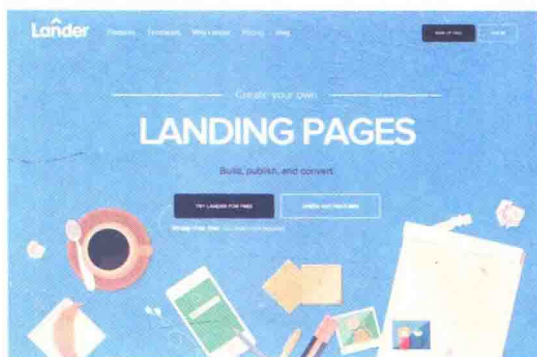
第三节 产品色彩应用欣赏 107

第四节 UI配色欣赏 110

一、成熟网页色彩 110

二、手机UI界面的色彩 111

参考文献





第一章 唤醒色感

色感是视觉正常的人都有的经验，学习人人都有的经验应该不是复杂的学习过程。通过课程训练来唤醒大家固有的认识，梳理其中的规律，熟悉色彩的应用规律，也是进入色彩设计角色的捷径之一。

色感经验是大家普遍拥有的简单记忆和体会，用示范启发的方法把记忆唤醒，再用色彩理论常识将其系统化，找到应用规律，是非常有效的学习方法。

我们可以从欣赏周围事物开始，尽量把“看形的眼睛”变成“看色的眼睛”，努力从平时不曾注意的事物中发现色彩的奇妙。

学习目标

唤醒色感，进入设计色彩学习的良好状态。

知识点

自然色彩，人工色彩。

学习重点

本章重点为设计色彩的本质与认知规律，唤醒学习者的色感与审美。引导学生学会从自然色彩、人工色彩中发现、捕捉可以利用的元素，进而引导学生尝试和探索新的色彩表现。

课题训练内容、要求

1. 寻找与发现色彩；
2. 理解设计色彩应用语句与要素，通过自然色彩、人工色彩理清设计色彩的视觉表现。

建议学时

4~8学时。

课堂讨论(思考题)

1. 寻找描述自然色彩的诗句(古诗词)；
2. 从生活的都市中寻找有特色的色彩(举例)。

指导实践(教学辅导)

引导学习者欣赏表现自然之美的图景，理清并发现色彩的奇妙之处；分享、解读一组现代都市的色彩设计之美。

延伸阅读

[美国]蒂莫西·萨马拉. 平面设计中的绘画、构成、色彩与空间样式[M]. 刘雪琴, 韦锦, 译. 南宁: 广西美术出版社, 2014.

第一节 自然色彩

无人不为自然的风情心动，自然的四季变化，完全展现了自然之美。四季的更替让生活充满激情，也让人感叹时间的流逝。

我们享受着自然的恩惠，置身于迷人的风景中，使疲惫的心灵得到安抚。因此，为了寻找慰藉，我们亲近自然，经常出去旅行。

曾有艺术家说，“如果有最完美的美，那就是自然”。自然为什么如此美丽？一切都要归功于色彩的魅力。大自然中，树叶的绿色，天空的湛蓝，雪山的洁白……都是自然赋予的颜色，对我们有着永恒的吸引力，总能让我们感受到美。

山、石、水、天空、云、植物、动物等的色彩都属于自然色彩，自然色彩是天然奇美、变幻莫测的，其中不乏奇妙之处，如图1.1、图1.2、图1.3、图1.4所示。



图1.1 花卉色彩



图1.2 植物色彩



图1.3 自然风景(沙漠)



图1.4 自然风景(戈壁)

在这里，我们来做个练习。首先，寻找一张色彩图片，比如你喜欢的风景或植物的照片，用Photoshop软件修改这张照片，使其颜色不断简化，最终提取你想要的色彩。也许是5种色彩，也许是8种色彩，注意提取的色彩不要过多。观察你提取的色彩，看看仅用这几种色彩能否传达此照片的主色调，如图1.5所示。

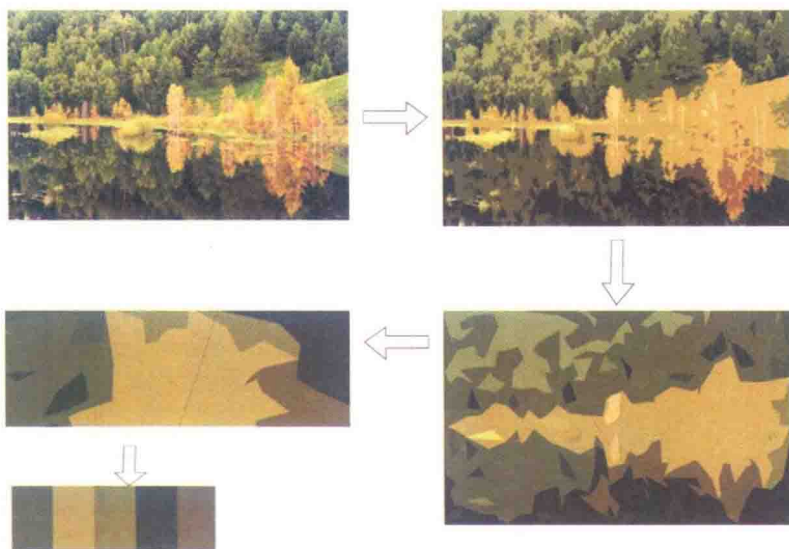


图1.5 风景色彩提取过程

第二节 人工色彩

人工色彩是个庞大的色彩资源库，在我们的日常生活中较为常见，包括都市色彩、建筑色彩、食物色彩、道具色彩等。下面，我们来具体地了解这些人工色彩的作用。

一、都市色彩

人为创造的都市(见图1.6)与自然截然不同。都市色彩不是天然的,而是根据特定的意图创造的。因为都市是人口密集地,很多人在这里生活,在进行设计时,首先要考虑便利问题。如果用色彩来表现城市感觉,你会选择哪些色彩呢?



图1.6 都市风光

因每个人的感受不同,对城市色彩的认识也有区别。从风景宜人的地方来的人,他们会感觉大都市是灰色的,这可能与大多数楼体的颜色有关,因而城市会给他们带来压抑的感受;而一直生活在城市里的人会觉得城市是富有朝气与活力的,并对未来充满信心,因而觉得城市可以用蓝色和白色来表现。

城市里的公园虽然是人工建造的,但也有各种各样的形式,那一抹绿色能让人产生亲近自然的欲望,放松心情。因此,绿色是城市里不可缺少的要素,如图1.7、图1.8所示。



图1.7 城市景观



图1.8 涂鸦,已成为城市里的一道风景线

二、建筑色彩

不同国家、不同民族的建筑风格各不相同，每个民族的建筑风格都有自己的特色，建筑材料多是就地取材，如木材、石材、草、泥土等，能体现当地建筑的个性。

建筑的外壁是建筑对外的一部分，除了体现材料与装饰的本色，更多情况下会做粉刷处理，利用色彩的表现力，起到调和作用，帮助建筑融入周围环境。概念摄影下的建筑色彩如图1.9所示。

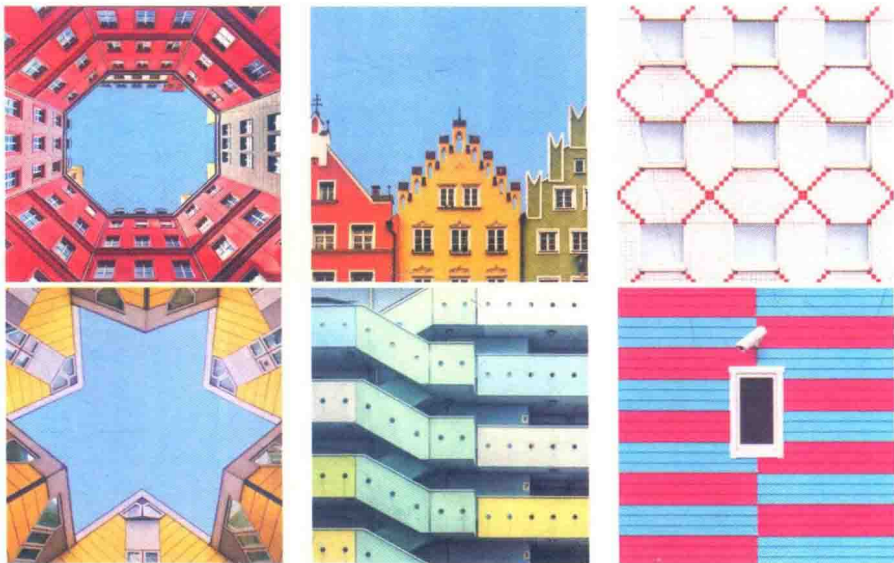


图1.9 建筑色彩

在西班牙米哈斯的山上，所有的住宅外墙都是白色的，搭配棕色房檐。这种色彩的统一性，即使是在建筑排列参差不齐的情况下，也能营造出一番趣味，如图1.10所示。此外，中国的徽派建筑也采用白墙黑瓦的色彩搭配，可谓别具一格。

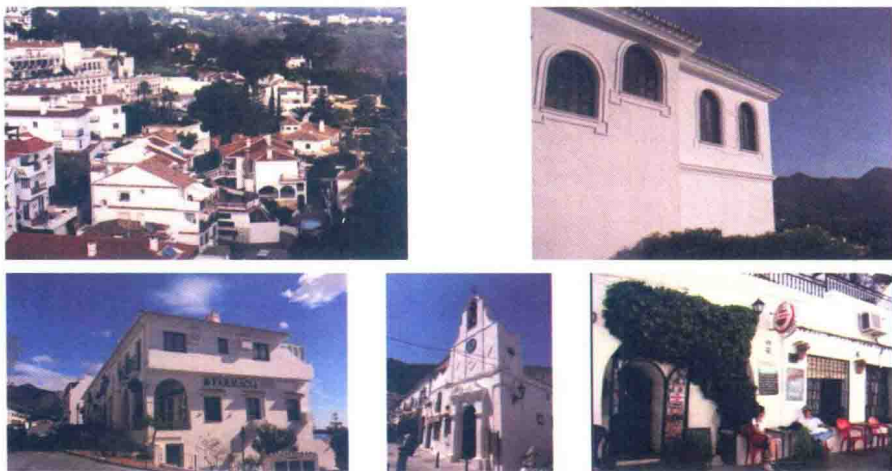


图1.10 米哈斯小镇建筑

三、食物色彩

食物的颜色会影响进食者的心情，在饮食文化中，对色彩颇为讲究。国外曾做过一项有趣的研究，受试者品尝饮料时能够看到饮料的颜色，在这种情况下，他们总是能正确辨别饮料的味道。然而，当他们不能看到饮料的颜色时，就很容易认错。例如，在看不到颜色的情况下，只有70%的人能尝出葡萄味饮料，30%的人能分辨出樱桃味饮料，15%的人能够品出柠檬酸味。可见，当人们看不到饮料颜色时，感官能力会下降，这也是饮料会呈现五颜六色的原因之一。从此项研究中不难看出，食物的色彩能够影响人们进食的心情，非常奇妙。如图1.11所示，为 Design seeds配色——食物色彩。



图1.11 Design seeds配色——食物色彩

四、道具色彩

人类发展至今，一直依靠各种道具的力量，道具由人类创造出来，并为人类服务。道具具有形态也有色彩，道具的色彩可谓它的皮肤，也是与人接触的面。生活中，各种道具制品呈现不同的色彩，让使用者爱不释手，甚至会陪伴使用者度过一生。

在生活中，使用顺手、获得使用者信赖的生活用品甚至会被传承下去，如一把刀、一只碗、一张桌、一把椅子等。大工业生产制造出的工具为使用者提供了丰富的机能，其中也包

括对使用者精神需要的满足。为了实现这种满足感，我们需要生活用品更富于色彩表现力。如图1.12中的挂钟与图1.13中的吊灯的设计用色很深沉、大胆，无论是造型还是色彩都散发出一种时尚美感。如图1.14中的这组道具图片色彩亮丽、鲜艳，可为生活增添情趣。

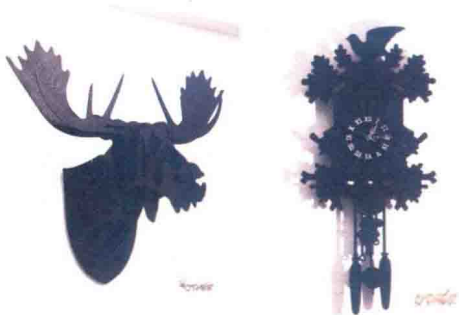


图1.12 挂钟

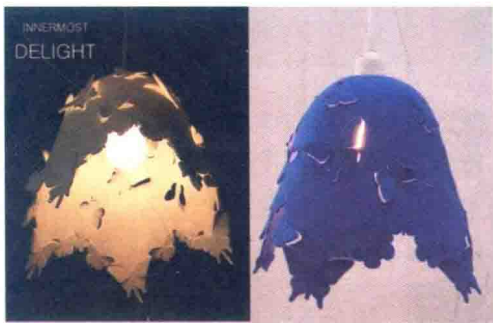


图1.13 吊灯



图1.14 道具色彩