

设计创意 + 配色实务 + 表达技巧 = 让人无法拒绝的好设计！

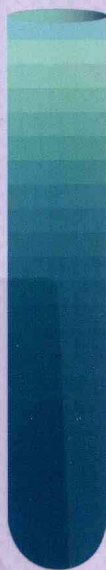
配色创意 全攻略

改变你设计状态的终极配色法则

· ArtOne视觉研究中心 / 编著

地平线
Horizon-blue
(奇趣)

C35 M20 Y20 K0
R176 G220 B213



灰紫
Gray-purple
(神秘)

C25 M35 Y10 K30
R157 G137 B157



宝石红
Ruby
(富贵)

C20 M100 Y50 K0
R200 G8 B82



蔚蓝
Azure-blue
(爽快)

C70 M10 Y0 K0
R34 G174 B230



品红
Magenta
(热情)

C15 M100 Y20 K0
R207 G0 B112



象牙色
Ivory
(简朴)

C10 M10 Y20 K0
R235 G229 B209



律师声明

北京市邦信律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128。客服电话：010-58582300

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室
010-65233456 65212870
<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社
010-59521012
E-mail: cyplaw@cypmedia.com MSN: cyp_law@hotmail.com

图书在版编目（CIP）数据

配色创意全攻略 / ArtTone视觉研究中心编著. —北京：中国青年出版社，2011.1
ISBN 978-7-5006-9686-5
I. ①配… II. ①A… III. ①配色—设计 IV. ①J063
中国版本图书馆CIP数据核字（2010）第231434号

配色创意全攻略

ArtTone视觉研究中心 / 编著

出版发行：中国青年出版社

地 址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电 话：（010）59521188 / 59521189

传 真：（010）59521111

企 划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：肖 辉 唐丽丽 蔡苏凡

封面设计：彭 涛

印 刷：北京华联印刷有限公司

开 本：787 × 1092 1/16

印 张：12

版 次：2011年1月北京第1版

印 次：2011年1月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5006-9686-5

定 价：49.80元

本书如有印装质量问题，请与本社联系 电话：（010）59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.21books.com

“北京北大方正电子有限公司”授权本书使用如下方正字体
封面：方正兰亭系列、方正韵动系列

改变你设计状态的终极配色法则

配色创意 全攻略

ATTone视觉研究中心 / 编著



中青雄狮

中国青年出版社

色相的差异也可以称为“色差”，色彩与味道一样是一种很微妙的东西，例如“好吃”和“味美”的标准就是因人而异的。我们常常会遇到这样的事情：当我们听到有许多人称赞“那家店的饭菜很好吃哦”，就会忍不住也想去品尝，但结果却发现并不一定像其他人说得那么好吃。可见，由于不同的偏好，人们的味觉判断也会有所差别。

但是，对于“甜”、“辣”、“酸”等基本味觉来说，虽然每个人的感受略有微妙差异，但基本上是一致的。同样，色彩也有很多能够让人们产生相同意象的感受。

我们在这本书中通过很多实际案例，介绍了能够让大多数人产生相同色彩意象的配色方法及相关色彩基础知识等内容。无论是插画师、相关设计工作人员还是对色彩感兴趣的读者，本书都能提供一定的参考和帮助。此外，由于书中使用的作品是根据配色这个主题来进行分类安排的，所以会出现不同风格的作品进行比较的情况，但这与各位原作者的意图和想要表达的含义并无关联，这一点需要在此说明。

本书主要分为两个部分，第一部分主要是介绍色彩的基本知识，让读者从理论的角度对色彩进行理解。第二部分分为了六个章节，分别从设计配色的表现、色彩规划、配色的效果、配色的平衡等方面进行讲解并结合案例进行分析。

本书包含了丰富的色彩信息、配色方案以及色彩应用案例，是一本不可多得的配色参考书。

ArtTone视觉研究中心

2010年8月

本书使用方法

本书是一本集“配色”的基础知识、技术、构思以及实际案例于一体的技法书。讲解了DTP、GRAPHICS设计、网页制作及照片、插图和广告设计等大量案例的配色方案和要点。

在色谱中，我们标明了用于DTP制作（照相制版术）的CMYK值，此外在第5章中讲解了配色应用的要点。

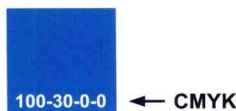
※色谱有时候也会由于印刷等问题使显示有所变化。

※本书是根据CMYK值印刷的。

※本书中所使用作品的著作权仍属于其原作者。

本书中的色彩显示

在本书每一个标题的对页内容中都包括“色彩列表”和“配色构思”两项内容。此外，由于重点讲解配色创意的要点与理念，所以我们在色谱中只标出了CMYK值，因此请读者根据DTP、Web制作等要求来参照使用。



色彩列表

每个标题的内容中都包含色谱。例如在“温暖与寒冷的配色”中，上方列出了表现“冷”意象的色彩，下方列出了表现“暖”意象的色彩。

作品实例+配色技法讲解

书中使用了与“配色构思”相贴切的作品实例。读者将从专业的实例中学习构思并获得灵感，同时本书也对作品中隐藏的配色技法做了相应的讲解。



配色要点

每个标题下的内容都从三方面总结了配色的要点。让我们根据这些要点来考虑配色问题吧。

配色构思

这是利用多种颜色来表现某种意象的“色彩组合案例”。例如“冷”这种意象，也会分为“寒夜的意象”、“深海的神秘意象”、“清凉感的意象”等各种不同的类型。请根据要求来参考使用。

目录

Introduction 色彩的基础知识

何谓色彩	10
把握色彩空间	11
色相	12
明度	13
饱和度	14
色调	15
色彩的作用和功能	16
【RGB 与 CMYK】	18

Part1 色彩意象表现

色彩的意象效果	20
温暖与寒冷的配色	22
兴奋与沉静的配色	24
轻巧与凝重的配色	26
健康与颓废的配色	28
热情与冷漠的配色	30
女性化与男性化的配色	32
儿童意象与成人意象的配色	34
开放与内敛的配色	36
柔软与坚硬的配色	38
干燥与湿润的配色	40
田园与都市的配色	42
自然与人工的配色	44
宽广与幽玄的配色	46
高雅与高档的配色	48
味美与新鲜的配色	50
运动与乖巧的配色	52
中式传统与现代意象的配色	54
中国民族与复古意象的配色	56
欧式古典与美式高贵的配色	58
【SD 法】	60

目 录

Part2 基本配色规律

色彩明度与色彩的主次位置	62
色彩对比与视觉识别度	64
提高识别度的配色	66
使色彩具有相关性	68
通过色彩对比改变配色效果	70
红与绿的补色对比	72
通过光源或面积改变配色效果	74
利用人文与四季色彩意象配色	76
色彩与质感	78
【视觉张力与透视效果】	80

Part3 提升效果的配色技巧

调节色与配色方式	82
调节色与视觉平衡	84
调节色与画面效果	86
色彩渐变的层次	88
色彩渐变表现空间感	90
色彩渐变的表现效果	92
弱化对比度的区隔色	94
边线形式的区隔色	96
边线与配色技巧	98
色彩的重心与视觉效果	100
【色彩与阴影】	102

Part4 基本配色模式

单暖色与单冷色的配色技巧	104
邻近色相的配色技巧	106
两色配色时的色相调整	108
补色色相的配色技巧	110
与三原色相近的三色配色技巧	112
饱和度较高的多色配色	114
饱和度较低的多色配色	116
高明度低饱和度的多色配色	118
色群配色	120
黑、白、红的强烈配色	122
无彩色强调有彩色	124
灰色调的配色	126
【常用色名】	128

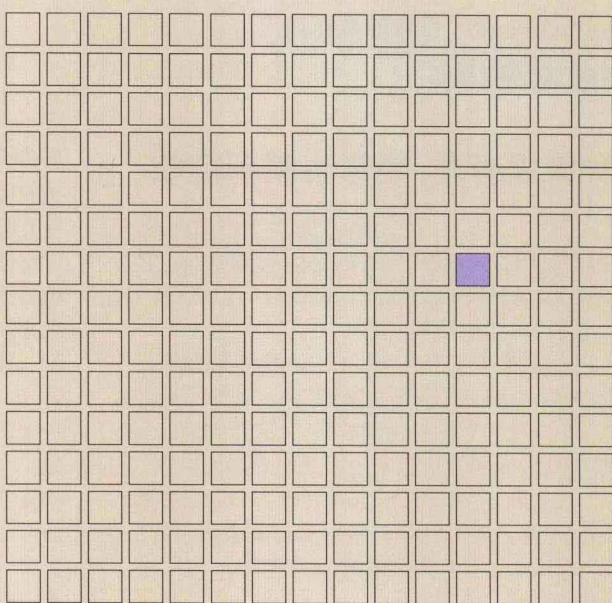
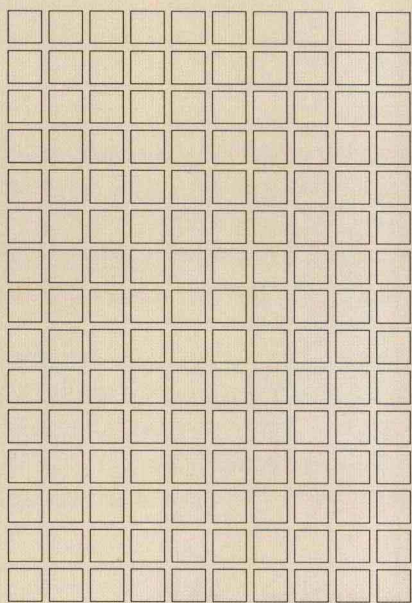
Part5 配色应用技巧

文字的配色	130
图片的配色	132
背景色的配色	134
突出信息新鲜度的配色	136
自由度较高的个性化配色	138
自然效果的配色	140
重视写真质感的配色一	142
重视写真质感的配色二	144
双色印刷的配色一	146
双色印刷的配色二	148
【配色辞典】	150

目 录

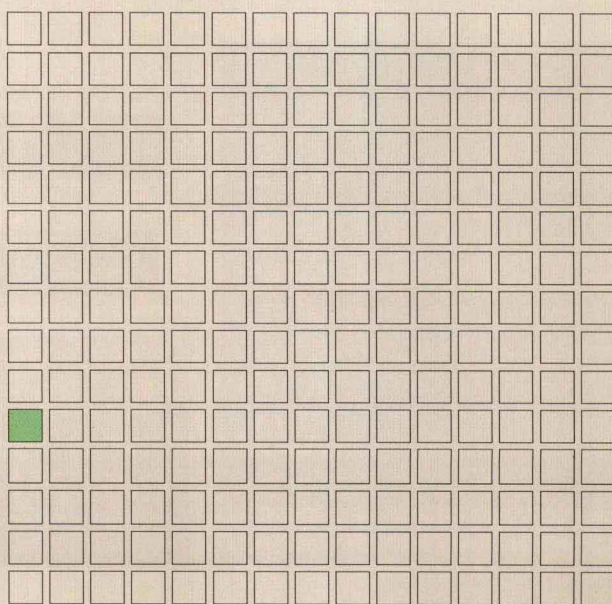
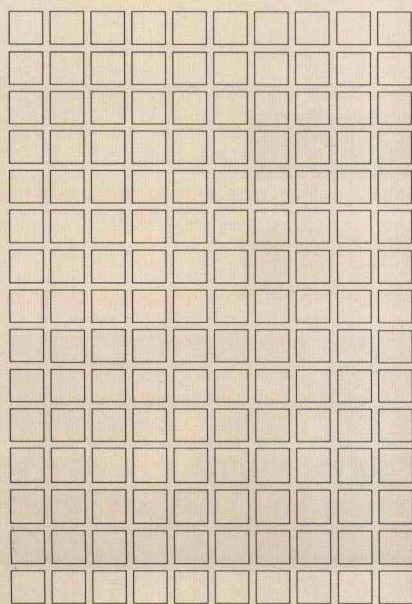
Part6 完美配色实例

企业形象配色正反案例分析	154
企业形象的配色案例分析	156
包装设计配色正反案例分析	158
包装设计配色案例分析	160
书籍杂志配色正反案例分析	162
书籍杂志配色案例分析	164
广告招贴配色正反案例分析	166
广告招贴配色案例分析	168
服装配色正反案例分析	170
服装配色案例分析	172
室内装潢配色正反案例分析	174
室内装潢配色案例分析	176
插画设计配色正反案例分析	178
插画设计配色案例分析	180
产品设计配色正反案例分析	182
产品设计配色案例分析	184
网页配色正反案例分析	186
网页配色案例分析	188



Introduction

色彩的基础知识



何谓色彩

如果没有光, 色彩也就不存在

我们在日常生活中会看到多种多样的色彩, 但是因为大部分情况下我们都是无意识地看, 所以几乎没有特意地思考过“何谓色彩”这个问题。那么色彩到底是什么呢?

当我们把买下的衣服带回家再拿出来看时, 却发现和在服装店里看到的颜色不一样, 你一定有过相似的经历吧? 出现这种现象, 大家都知道是由于服装店的光线和自己家的光线有差异的缘故。同样, 如果晚上关掉灯, 那么就在那个瞬间所有的色彩也会随之消失。所以, 从这些现象就能明白“如果没有光, 色彩也就不存在”这个道理。

近代色彩学之父——牛顿

古希腊时期的柏拉图、亚里士多德等哲学家就已经开始试图从理论上解释色彩问题, 他们曾经试图通过自然现象来解释色彩。后来, 随着时代的发展和科学的进步, 人们开始从各个领域对色彩进行探索, 关于色彩的研究也取得了很大的进展。而建立了现代色彩学基础的人则是牛顿 (Newton, Sir Isaac 1643-1727)。

牛顿进行了许多实验, 并从理论角度总结了这

些实验的结果写出《光学》一书, 于1704年发表。牛顿的实验中最有名的一例是, 借助三棱镜将透过缝隙的日光 (白色光) 拆分成各种有色光, 并且又通过使拆分出的各种有色光再次通过三棱镜的方式成功地获得了原来的白光。这种拆分光源而得到的带状光区被称为“光谱”。

通过这个实验, 证明了在看上去并无颜色的太阳光中, 实际上却包含了我们能看到的所有色彩。这个实验证明了这样一种假说, 即照射到物体上的太阳光中的一部分有色光被物体的表面吸收, 而其他的有色光则被物体表面反射, 物体的颜色也因此而变得可见。

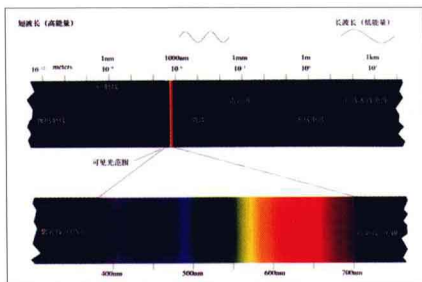
色彩是电磁波的一部分

我们所看到的电磁波是在大约380~780nm之间的一个非常狭窄的范围。这个范围被称为“可见范围”, 我们把能够以色彩的形式显现出来的光称为“可见光”。

苹果之所以看上去呈红色, 是因为照射在苹果上的光会在苹果的表面引起电磁波长波 (680nm左右) 的红色光的反射, 而其余的中波、短波的光则被苹果吸收了。



画家画室的窗户大部分都在房间的北侧, 这是因为借助白天从北侧窗户进入的光线所看到的颜色, 能够最准确地呈现出物体的色彩。



可见光是电磁波的一部分。我们能够以色彩的方式看到波长大约在380~780nm这个范围内的电磁波。



太阳光会随时间发生变化, 所以我们所看到的色彩也会变化。

把握色彩空间

色系

配色的一般规律为：任何一个色相都可以作为主色（主色调），并与其他色相组成互补色、对比色、邻近色或同类色关系的色彩组合。

色彩学上称间色与三原色之间的关系为互补关系。意思是指某一间色与另一原色之间互相补足三原色成分。

邻近色与互补色正好相反，邻近色之间往往是你中有我，我中有你。比如：朱红与桔黄，朱红以红为主，里面略有少量黄色；桔黄以黄为主，里面有少许红色。

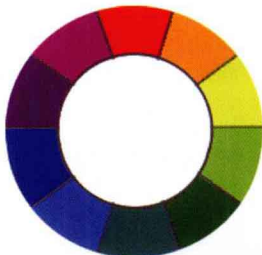
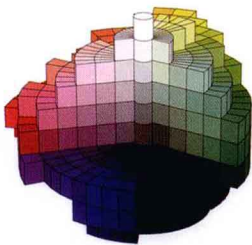
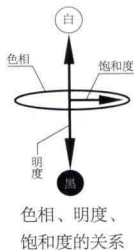
同类色比邻近色的色彩更加接近，它主要指在同一色相中不同的颜色变化。例如，红颜色中有紫红、深红、玫瑰红、大红、朱红、桔红等种类。

分离的互补色可由两种或三种颜色构成。选择一种颜色，在色环的另一边找到它的互补色，然后使用该互补色相邻的一种或两种颜色。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，也可以通过色相有序排列的方式，求得统一和谐的色彩效果。

色彩的分类

我国古代把黑、白、玄（偏红的黑）称为“色”，把青、黄、赤称为“彩”，合在一起就叫“色彩”。

现代色彩学，也可以说是西洋色彩学，把色彩分成两大类：无彩色系和有彩色系。无彩色系包括黑和白，以及各种纯灰色。除无彩色以外的所有色彩均为有彩色。有彩色具备光谱上的某些色相，其统称为彩调。因为表现很复杂，所以可用三组值来确定，即色相、明度及饱和度，这三种色彩的状态也称为色彩的三属性。



色彩三属性与立体结构图

色彩的三种属性分别为色相、明度和饱和度。它们分别表示颜色的差异、明度的强弱程度以及色彩饱和度的高低。当通过这三种属性来表示色彩时，就形成了色彩的三维表现，而将这种三维关系以形式化的方式表达出来就形成了“色彩立体结构图”。

如果将色彩立体结构图纵向穿过“无彩色”，就会产生色相相同而明度和饱和度相异的切面，而如果横向水平切分色彩立体结构图，就会产生明度相同而色相和饱和度相异的切面。这些切面在本书所讲解的配色方法中具有重要的意义。

在考虑配色问题时，色彩面积的比例关系非常重要，而理解所用的色群在色彩立体结构图中具有怎样的位置关系也是非常重要的。因为色群位置关系的不同，会使色彩的组合效果产生差异。

蒙塞尔色系

美国画家兼美术教育家蒙塞尔（Munsell, A.H. 1858~1918），根据色相、明度、饱和度这三种色彩属性，通过使物体表面颜色的视觉效果与三维空间的某个点相对应的方式，创立了在各自的坐标轴上以“等间距刻度”来表示的色系表示法。

蒙塞尔色系从美国开始影响了许多国家的色彩体系，作为本书写作基础的CIS（企业形象识别系统）色系也是以蒙塞尔色系为依据的。

蒙塞尔色彩立体结构图的概念图

蒙塞尔色相环的10种基本色相

色相 (Hue)

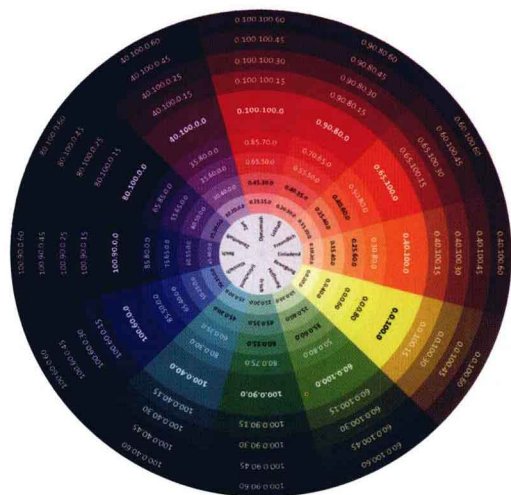
表示色效差异的术语是色相。在牛顿的实验中,他将太阳光分解成了无数的有色光,而呈现出来的光谱就构成了色相。但是,由于从长波的红色到短波的紫罗兰色之间的色彩有着微妙的层次变化,所以对各个色系而言,只需从光谱中选择具有代表性的色彩来作为该色系的基本色即可。

牛顿当时从音节分为七阶的做法中得到启发而将色彩分成了七种颜色。而后,为了估测由七种颜色混合所产生的不同颜色效果,他又将光谱的两端连接成一个圆环,这种色相的圆环在此后的许多色系表示法中都有使用。

补色

在色相环中,通过中心点处于对角位置的两种颜色称为“具有补色关系的色彩”。由于这两种颜色的性质差异最大,所以当它们相邻并列时,这两种颜色都会显得格外鲜艳。但是,如果将这两种颜色相混合,则它们的色彩特性都会消失,并会生成

与“无彩色”无限接近的颜色。灵活运用补色关系的配色,是各种情况下都很常见又极具代表性的配色方法之一。



CMYK模式下的色相环



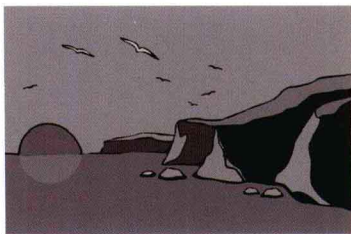
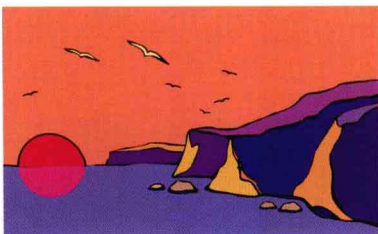
明度 (Lightness)

色彩的明度也可以用“亮度”来表示,它表示光线照射在物体上的强弱程度。越是靠近“无彩色”中的白色则色彩的明度越高,而越是接近黑色则色彩的明度越低。在色彩的三种属性中,色相和饱和度是“有彩色”颜色具备的性质,而明度则是

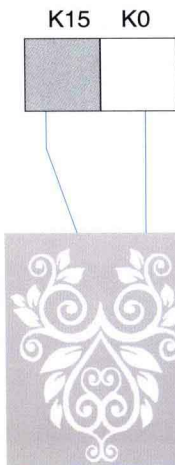
“有彩色”和“无彩色”都具备的性质。

明度会对物体的视觉效果造成很大的影响。相邻色块的明度关系叫做“对比度”,明度差大则对比度高,明度差小则对比度低。

无彩色



色彩的明度与物品视觉效果的强弱有很大的相关性。相邻的颜色之间有明度差的部分是最明显的;反之,没有明度差的部分则不明显。在没有明度差的情况下,可以通过加强色相差和饱和度差的方式使明度差变得明显。以上七种颜色的饱和度基本相同,其明度关系则是从上至下逐渐递减的。

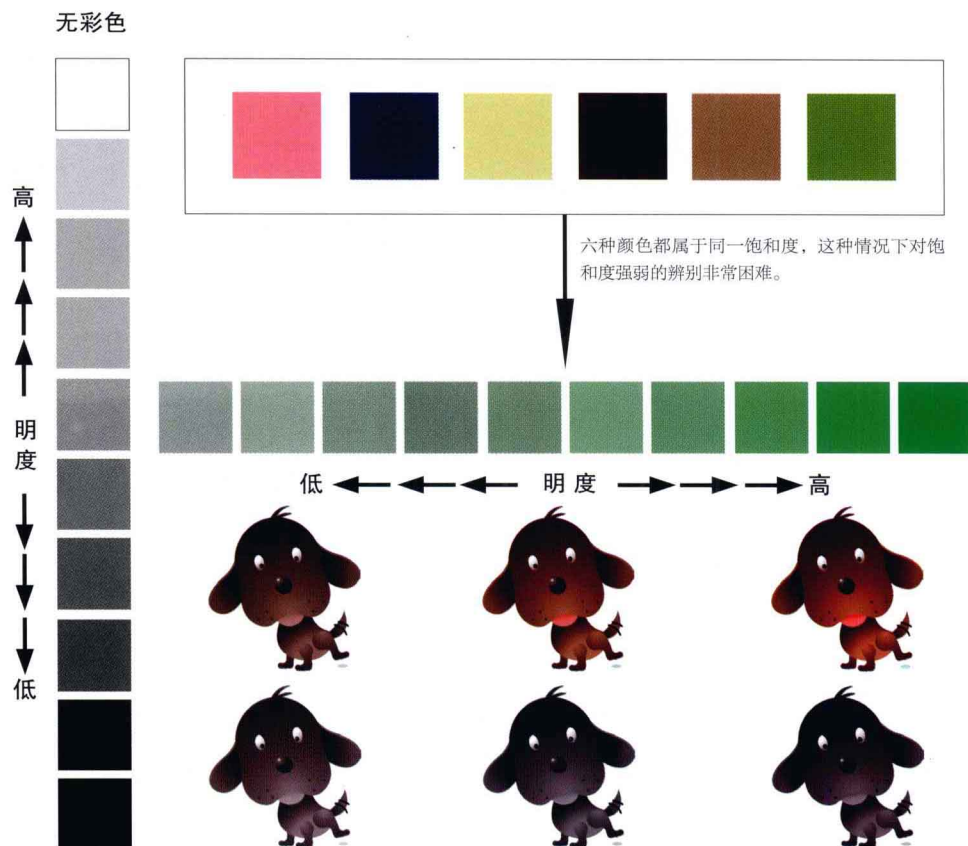


饱和度 (Chroma)

饱和度是表示色效强弱程度的指标,也可以称为“鲜艳度”。色彩越是靠近“无彩色”坐标轴其饱和度越低,而色彩越是远离“无彩色”坐标轴其饱和度越高,距离“无彩色”坐标轴最远的那个颜色的饱和度最高,这种颜色就是该色相中的“纯色”。

在色彩的三种属性中,对不同色相颜色饱和度高低的辨别是最困难的。在同一色相中,饱和度的

差异是比较容易判断的,但只有那些对色彩非常熟悉的人才能够看出下图中的六种颜色都属于同一饱和度。在观察色彩时,最先映入眼帘的信息就是色相的情况,而后才是明度。在一个颜色中,如果色相和明度的信息干扰过强,则会使对饱和度强弱的准确判断变得非常困难。



即使饱和度改变, 明度也不会变化。



色彩饱和度较低的插图。

色调 (Tone)

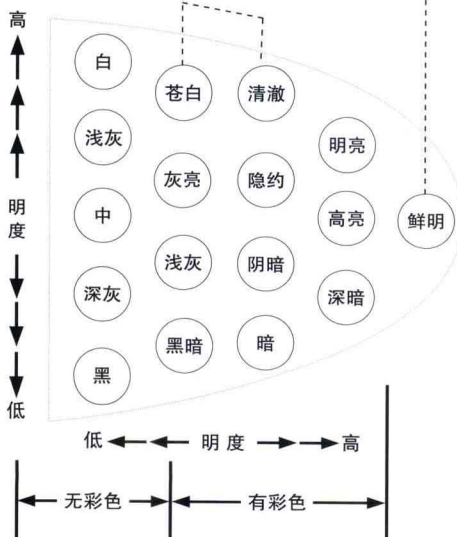
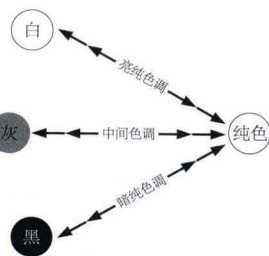
在描述声音或色彩的调子时常常会使用“Tone”这个词。色彩的调子是由色彩三属性中的明度和饱和度来决定的（在CIS中，我们常用与色彩的明度和饱和度相关的修饰语来表示）。

在日常生活中，相对于通过色彩的三种属性来观察颜色，人们更多的是借助色相与色调，特别是

借助色调来观察颜色。例如，人们通常会用彩色粉笔来绘制房间内部的装饰效果，或者考虑“今天的衣服是否要选择淡灰色”等，所以在选择颜色时，人们往往会首先确定色调，而在配色中，围绕色调来考虑配色的方式也是很常见的。



在纯色中掺入白色所形成的色调效果被称为“亮纯色调”，而在纯色中掺入黑色所形成的色调则是“暗纯色调”。此外，在纯色中掺入灰色所形成的色调被称为“中间色调（浊色）”。



■ CIS的色彩命名

在CIS中，黄色、红色、绿色等基本色，会因其明度和饱和度的不同而产生其他颜色，这种情况下通常会在基本色名前加修饰语来命名这些颜色，例如“明黄（vivid yellow）”。加了修饰语的颜色所涵盖的色彩范围也可以叫做色调，如明黄色调一般作为明艳色调、亮色调等来使用。