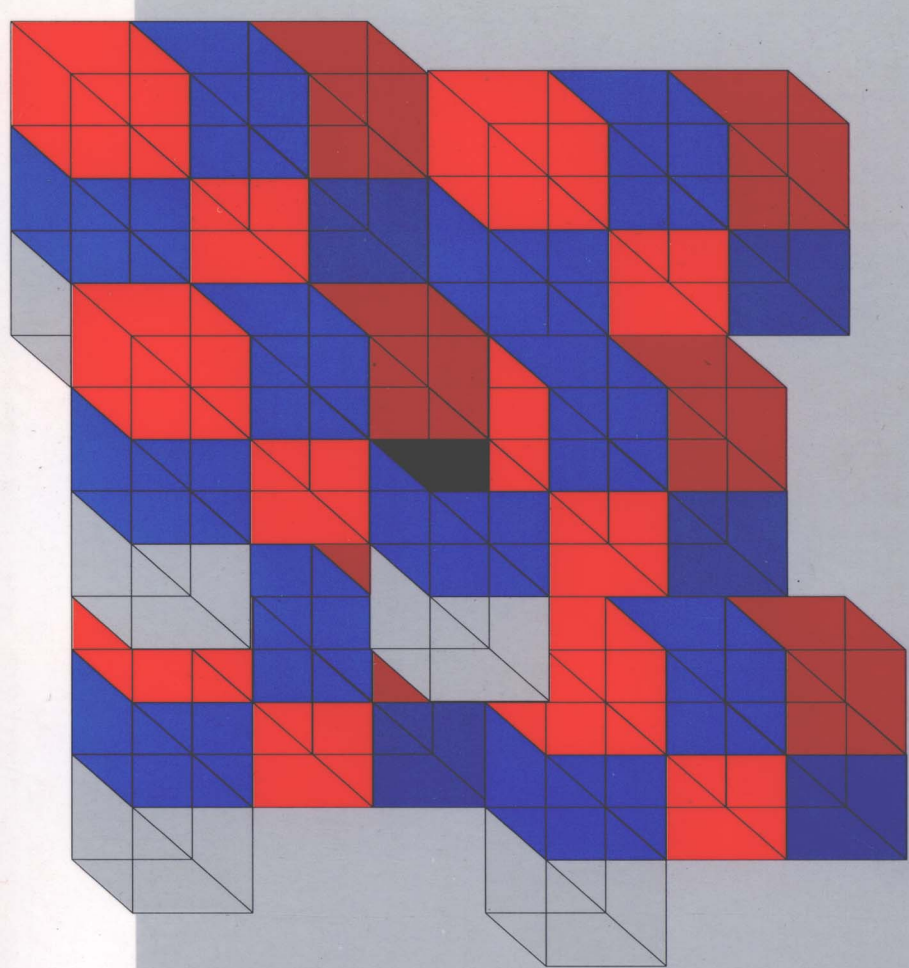




色彩用对了——
设计就成功了一半

7天

精通 配色设计

锐拓设计 编著

7 大主题讲解 + 5 大学习模块

+ 理论 \ 范例 \ 应用 + 超值赠送的韩国时尚配色卡

= 成功的视觉配色!



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

图书在版编目(CIP)数据

7天精通配色设计 / 锐拓设计编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2011.1
ISBN 978-7-115-24356-0

I. ①7… II. ①锐… III. ①配色—设计 IV.
①J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第228830号

内 容 提 要

本书是针对设计行业的应用需求而编写的一本艺术配色类图书。全书共分7章,从“视觉配色”的角度出发,采用由浅入深的方式针对色彩的基础知识、表现印象以及色彩在各个不同领域中的实际运用——作出分析,力求将理论性、前瞻性、知识性、实用性融合在一起。

本书通过列举大量的色彩案例和配色方案,并结合平面设计案例的特点,分析和解决配色过程中出现的常见问题,提高读者的色彩审美水平并掌握色彩的实际应用法则,有助于所有想要涉入配色领域但经验略显不足的人群。

全书特别采用CMYK与RGB颜色值共同表现配色,集经典、商业、时尚于一体,查阅简便且实用价值高,是专业平面设计师、网页设计师、包装设计师、艺术院校师生及色彩设计爱好者的必备工具,在设计领域为广大读者提供极具价值的参考。

7 天精通配色设计

◆ 编 著 锐拓设计

责任编辑 俞 彬

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京画中画印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 11.25

字数: 308千字

2011年1月第1版

印数: 1—5000册

2011年1月北京第1次印刷

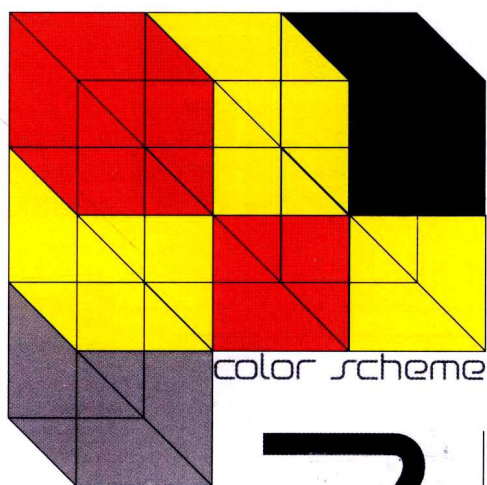
ISBN 978-7-115-24356-0

定价: 49.00元

读者服务热线: (010)67132692 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号



7天 | 精通 配色设计

锐拓设计 编著

人民邮电出版社
北京

本书导读

色彩是设计领域中非常重要的元素，为了更好地帮助读者学习色彩的有关知识，本书提供了大量的色彩信息，从色彩的理论着手，并通过大量的图例和理论对色彩的印象以及在各个设计领域中的拓展应用做出了详细的解析，衷心希望使用本书的读者能在轻松的阅读中熟悉配色的方方面面。

说明 1

原图像展示

提供了原图像文件，以便读者对图像的配色有更直观的认识。

缩略图展示

在原图像的缩略图中，分别使用标号指出图像中出现的配色问题所在。



问题

根据缩略图中的指代，将图像当中出现的配色问题进行了详尽的解析。



解决

根据缩略图中的指代，针对图像中出现的配色问题，进行了合理的解决分析。

修改后的图像效果

提供修改后的图像效果，使读者在与原图像的对比中，了解更好、更合理的配色效果。

缩略图展示

在修改后的图像缩略图中，同样使用标号指出图像中对配色问题进行解决的地方。

说明 2

色彩说明

在色彩说明中，对例举的色彩所传达的象征意义等通过文字进行了阐述。

色彩图例

在色彩图例中，通过图片的展示对例举的色彩进行诠释。

色彩索引

在色彩的索引中，给出了色彩的名称，以及色彩的英文提示。



意象图例

采用图例的方式形象地表达出例举色彩的意象表现，并用简洁的文字进行了概述。

色彩说明

在色彩说明中，从色彩的本质、联想、意象等方面对例举的色彩进行了详细的阐述。



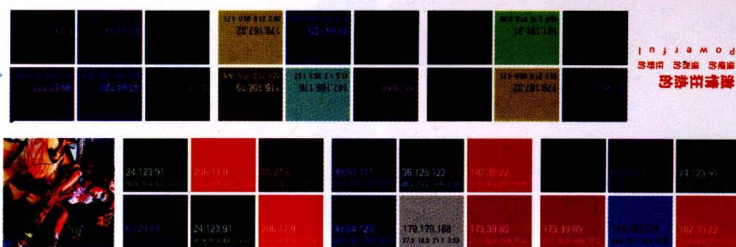
色彩图例

根据所例举色彩的文字叙述，配以图片加以说明。

配色方案

提供图例中所运用的色彩，提取了三色配色方案，以及RGB和CMYK双模式色值参考。

说明:将韩国现代画报、照片等图像作品中能够看到的配色转换为 Hue&Tone120,制作的配色卡。配色样品按使用目的进行分类,提高色卡的使用效率。



in je mo d
色相 饱和度 明度
色相 饱和度 明度

说明 3

配色说明

根据例举颜色的特性,进行了色彩搭配说明。

图片展示

根据介绍的色彩搭配形式,提供图片以供参考。

专家提示

在专家提示中,提供了配色过程中需要注意的事项以及其它相关信息。

利用红色特性,搭配出强烈的色彩

红色在色彩中具有强烈的刺激性和兴奋感,在色彩搭配中,红色往往能起到画龙点睛的作用。在色彩搭配中,红色往往能起到画龙点睛的作用。在色彩搭配中,红色往往能起到画龙点睛的作用。

优秀视觉配色效果赏析

在色彩的表现印象中 极具吸引力的杂志·广告宣传册配色欣赏

国外优秀招贴与广告

龙维的海报设计中,采用红与黑的对比搭配手法,给人以强烈的视觉冲击,有效地吸引众人目光。右图广告中大面积使用红色,并加以适当的黑色,使画面在不失流动性的同时,减少了大面积红色带来的压迫感。

图例解析

在图例解析中,根据例举的图例进行了详尽的解说。

图例展示

提供国内外优秀的设计作品,帮助读者摄取更多的设计理念。

说明 4

案例展示

例举实际操作过程中遇到的配色较不合理的案例效果。

提出问题

针对画面中的配色效果,提出关于配色的相关问题。

解决问题

根据画面中遇到的配色问题,提供了相应的解决方案。

配色过程中遇到这类问题怎么办?

例图为一辆汽车广告,画面被平均一分为二,左侧以白色作为背景,并带有以黄色为基调的黄色。画面主体采用中等明度的红色与无彩色的灰色文字和图形元素组成。右图画面中的黄色与红色,给人留下深刻的印象,可能是黄色与红色的文字的可能性增加了,该如何解决?

4.6 seconds: The time it takes to fall in love with the Ford Mustang GT.

关于画面中遇到的配色问题进行相应的解决方案

Q:

在例图广告中,黄色与红色的搭配,给人留下深刻的印象,可能是黄色与红色的文字的可能性增加了,该如何解决?

A:

黄色与红色的搭配,给人留下深刻的印象,可能是黄色与红色的文字的可能性增加了,该如何解决?

何不自己动手试试?

在下面的图中,已经出了部分问题的色彩,色可以以自己动手在图中的黑色实线内,根据上述建议以更绿色和文字色彩,在空白处填充更绿色的色彩,右图不能解决配色过程中遇到的问题,完成完成后可根据例图配色参考图例,进行对比比较。

4.6 seconds: The time it takes to fall in love with the Ford Mustang GT.

配色参考

填充图例

提供部分图像色彩,读者可在黑色实线内填充喜爱的颜色。

色彩心得

读者可在色彩心得中,记录学习过程中的心得感悟。

配色参考

可根据提供的配色参考,与自己填充的配色效果进行比较。

前言

在人类物质生活和精神生活迅速提高的过程中，色彩始终焕发着神奇的魅力，吸引着人们不断地去发现、观察、创造，并欣赏绚丽缤纷的世界；随着时代的变迁，人们对色彩的认识、运用也从感性升华到理性，借助人们所独具的判断、推理、演绎等抽象思维能力，将复杂纷繁的色彩印象予以规律性的揭示，从而形成色彩的理论 and 法则，并运用于色彩配置的实践中。

■ 了解学习阶段

掌握配色设计大致需要经过 3 个阶段，第 1 阶段是学习色彩的相关知识，重点是掌握色彩的基础理论，为以后的深入学习打下坚实的基础；第 2 阶段是掌握色彩所表现的各种不同印象，积累操作经验；第 3 阶段则是通过对图文的渗透了解和学习，将所学配色理论和规则用于实际的操作过程中。

■ 读者定位

本书内容丰富、图例经典，写作主旨明确，主要面向广大热爱色彩配置的初、中级读者。对于一名初学者，本书将是掌握配色基础与提高色彩领悟能力的最佳选择；本书包含了所有配色初学者必须掌握的知识和扩展信息，能够使读者更加轻松地理解和熟悉配色的方方面面；作为一名经验丰富的读者，本书可以作为了解最新配色的指南，在提高欣赏水平的同时，不断提升自身对色彩配置的领悟和创新能力；同时本书也可以作为专业平面设计师、网页设计师、包装设计、艺术院校师生及色彩设计爱好者的必备工具，在设计领域为广大读者提供积极的参考。

■ 本书特色

本书结构清晰，利用大量贴近实际的商业图例将作者丰富的实践经验直截了当地教授给读者，使读者的色彩知识在实际运用中得到质的飞跃。为了方便读者学习，本书还在提供的图例中分别以 CMYK 和 RGB 颜色值清晰展示配色基础，使读者能够更简单明了地掌握色彩的搭配效果。因此，学习本书不仅能够学习不同领域中最新的色彩配置效果，更能够帮助读者更深入地掌握配色的实战技能，在掌握这些信息后，读者将会对色彩的搭配有全面的了解和体验。

■ 如何学习本书

许多读者在阅读图文并茂的艺术类图书时，总是抱着速成的心态，希望通过只浏览书中鉴赏图片的方法快速提升水平，但结果总是适得其反，建议读者学习本书之前，先查看每一个领域中涉及的图片效果，并根据自己的基础默想出要得到此效果应该执行的配色，然后再翻看每个图例的相关知识点和赏析叙述文字，并仔细学习，直至透彻地了解每一步配色的目的。

目录

第 1 章	您真的了解色彩吗	9
	1.1 全面了解色彩产生的奥秘	10
	1.2 不同凡响的颜色关系	14
	1.3 影响色彩的三要素	16
	1.4 色彩的对比	19
第 2 章	色彩的表现印象	23
	看看问题在哪里?	24
	想想如何解决问题!	25
	2.1 红色漫谈——热烈而欢快的颜色	26
	2.2 橙色漫谈——喜悦、欢乐和生气勃勃的象征	29
	2.3 黄色漫谈——展现亮丽而神圣的颜色	32
	2.4 绿色漫谈——充满生机和希望之色	35
	2.5 蓝色漫谈——豁达与信赖之色	38
	2.6 紫色漫谈——神秘而矛盾的颜色	41
	2.7 褐色漫谈——充满怀念的颜色	45
	2.8 黑色漫谈——庄重而有力的颜色	50
	2.9 白色漫谈——明亮而圣洁的颜色	53
	2.10 灰色漫谈——朴素而随和的颜色	56
	优秀视觉配色效果赏析	60
	配色过程中遇到这类问题怎么办?	62
	何不自己动手试试?	63

第 3 章	面向受众对象的配色规律	65
	看看问题在哪里?	66
	想想如何解决问题!	67
	3.1 深受女性青睐的配色规律	68
	3.2 深受男性青睐的配色规律	72
	3.3 体现儿童个性的配色规律	76
	3.4 深受中老年青睐的配色规律	80
	优秀视觉配色效果赏析	84
	配色过程中遇到这类问题怎么办?	86
	何不自己动手试试?	87
第 4 章	体现环境领域中的配色应用	89
	看看问题在哪里?	90
	想想如何解决问题!	91
	4.1 感受热情、温暖的配色规律	92
	4.2 体现寒冷、清凉感的配色规律	94
	4.3 了解与季节相对应的配色规律	97
	4.4 体现自然氛围的配色规律	100
	4.5 体现都市氛围的色彩搭配	102
	优秀视觉配色效果赏析	104
	配色过程中遇到这类问题怎么办?	106
	何不自己动手试试?	107
第 5 章	商业典型配色分类	109
	看看问题在哪里?	110
	想想如何解决问题!	111
	5.1 企业品牌的设计中的配色选择	112
	5.2 广告设计中的配色选择	114
	5.3 包装设计中的配色选择	116
	5.4 书籍装帧设计中的配色选择	118
	5.5 网页设计中的配色选择	121
	5.6 展示设计中的配色选择	123
	5.7 运用在插图设计中的配色选择	126
	优秀视觉配色效果赏析	128
	配色过程中遇到这类问题怎么办?	130
	何不自己动手试试?	131

第 6 章	产品设计领域中的配色应用	133
	看看问题在哪里?	134
	想想如何解决问题!	135
	6.1 饮食类色彩搭配	136
	6.2 家具类色彩搭配	138
	6.3 家居环境中的配色	140
	6.4 日用品、数码产品的色彩搭配	144
	6.5 医疗用品色彩搭配	146
	6.6 交通工具的色彩搭配	150
	优秀视觉配色效果赏析	152
	配色过程中遇到这类问题怎么办?	154
	何不自己动手试试?	155
第 7 章	掌握流行领域中的配色运用	157
	看看问题在哪里?	158
	想想如何解决问题!	159
	7.1 时尚写真杂志中的配色理论	160
	7.2 时装的色彩搭配运用	163
	7.3 完美妆容的配色要点	166
	7.4 高档珠宝的色彩搭配	170
	7.5 流行配饰的配色特点	174
	优秀视觉配色效果赏析	176
	配色过程中遇到这类问题怎么办?	178
	何不自己动手试试?	179

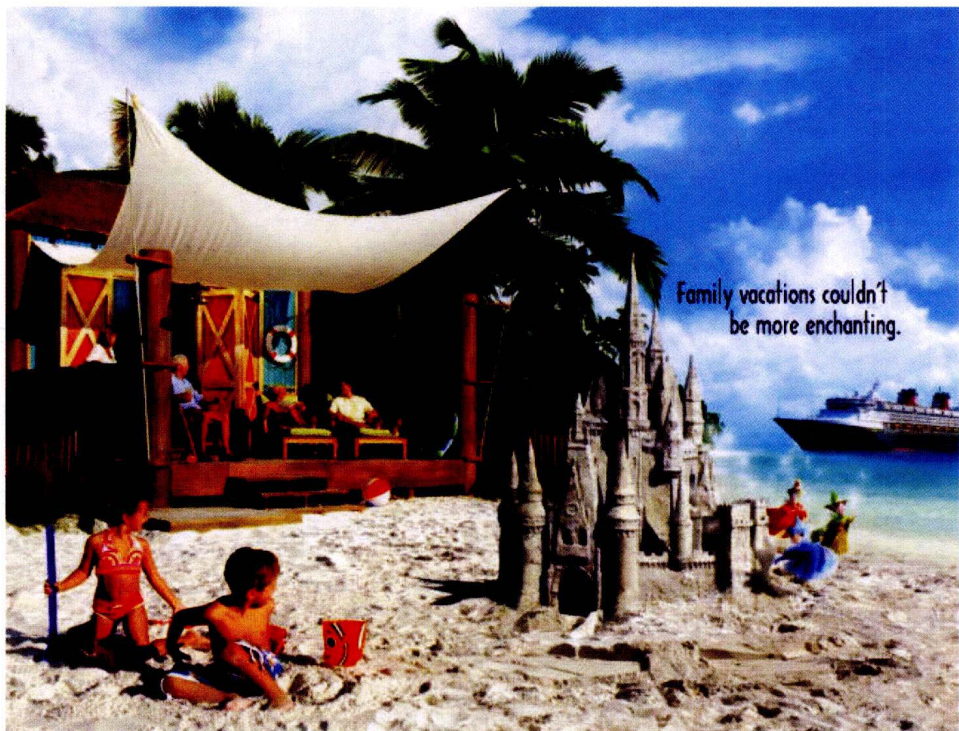
第①章 您真的了解 色彩吗

- 了解光与色之间的关系
- 色彩的三要素
- 色彩的对比

大自然中的万事万物都离不开色彩，人类的生活中一切都与色彩有着密切的联系，在了解了色彩的产生和独特的性质之后，才能有助于实际操作中的配色实践。

1.1 全面了解色彩产生的奥秘

人们生活在彩色的世界中，生活中的一切无不与色彩有关，对色彩的客观存在都有直接的感受；人们对色彩的喜爱已成为普遍的现象，而了解色彩产生的原因也是全面认识色彩的关键所在。



我们生活在一个五彩缤纷、色彩斑斓的世界里，我们所能看到的任何事物，天空、白云、草地等都拥有它们各自的色彩。在众多视觉元素里，色彩是非常重要的视觉传达要素，它能够表现出各种各样的氛围，还能够对人们的心理产生极大影响。因此色彩在生活中或设计中也显得格外重要，色彩不仅仅是点缀生活的小插曲，同时也是一门学问，全面掌握色彩的相关知识，就可以在设计作品中通过灵活运用色彩，实现各种精彩的设计效果。

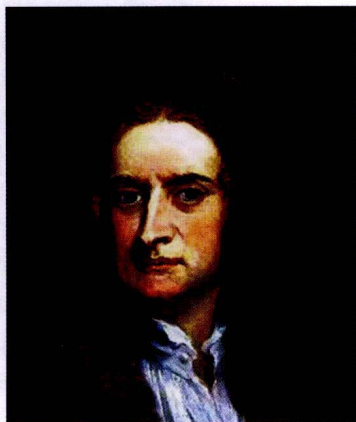
专家提示

在我国，青色有蓝色或黑色的意思，根据我们的习惯，将青色一律改称为蓝色，这种蓝原色主要指天空的蓝。因此在实际的运用中，七色光也就变成了红、橙、黄、绿、蓝、紫六色。

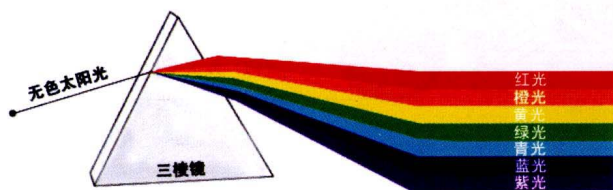
光给了世界上一切物体的所有颜色

色为光之子，光为色之母，光是一切视觉现象的主要媒体，物体受到光线的照射而显示出形状和颜色。我们的眼睛也是因为有了光线的作用才产生了视觉，得以看清我们所处的世界。这世界若是没有了光线，那么眼睛就无法感受到世间的美好、人生的愉悦，如同置身于空灵的黑洞般，也就没有所谓的光线和色彩了。

早在 17 世纪，英国物理学家牛顿博士，就利用三棱镜将无色的太阳光分离成色彩的光谱，即红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七色光谱，为现代色彩的科学研究拉开了序幕。

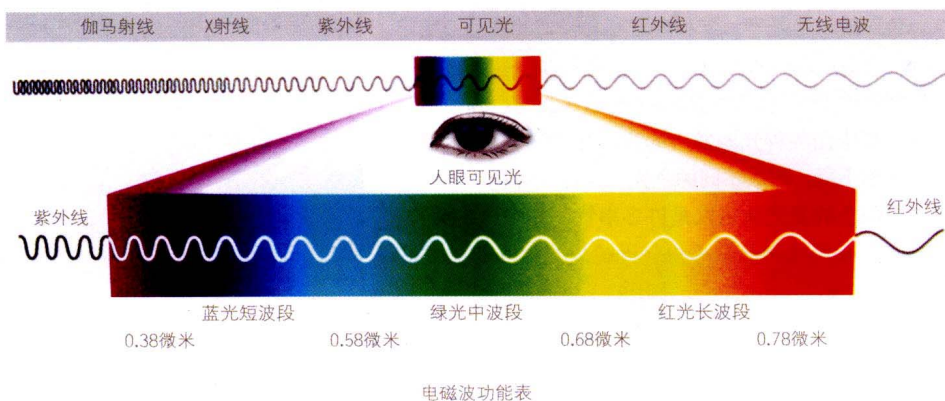


伊萨克·牛顿

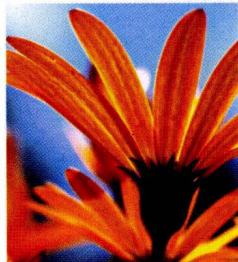


用三棱镜折射的光现象

我们之所以能看见周围物体的颜色，也是有光，光是一种电磁波形式存在的辐射能。电磁波包括伽马射线、紫外线、X 射线、可见光、红外线和无线电波；电磁波的不同部分都有其各自的波长，而其中从红外线到紫外线即波长为 $3.8 \sim 7.8$ 微米之间的可见光，才能引起人的视觉及色彩感觉。



奇特的人类色感



无论是粉红色或是橙色的花朵，其重要的是我们首先知道这是花，而不是其他的事物

生活中的色彩现象是一种变化多端的自然景象。物体的色彩是受制于光源的。我们所能看到的物体表面色彩是由光源照射而产生的，从这个意义上说，经过光源——事物——眼睛——大脑所产生的色彩感知就叫做视觉色彩。

人类之所以能看见色彩，是因为眼睛在拥有视杆细胞的基础上进化出现了视锥细胞，当眼睛受到光的刺激时，视杆细胞会先将物体的形状与周围的背景区分开，以便于大脑通过各种形状以及分布的判断来确认周围的环境状况，再由视锥细胞对重要的细节与色彩信息进行区分。

无论是粉红色的花朵还是橙色的花朵，在我们的视觉感应里，首先会确认这是花，而不是一棵树或是一个果实，然后才会去仔细观察其颜色上的层次变化或是花瓣的数量，其实这就是人类奇特的色彩感觉。虽然从看到事物的开始到了解事物的本质几乎只是一瞬间的过程，但这个过程却足以确认人类眼睛可以从事物的形状认知发展对事物色彩的认知，这也是人类的眼睛可以看见世间万物的色彩变化的缘由。

光源色与物体色之间的联系

人类对色彩的感知途径可以分为两种不同的感光方式，一种是直接来自发光体的光线色彩，也就是我们通常所称的光源色；另一种是物体表面反射的光线色彩，我们将其称之为物体色。

1. 光源色

色彩的本质是光，光和色彩有着密切的联系，宇宙万物之所以呈现出各种色彩面貌，光照是先决条件。自然界的物体对光也具有选择性的吸收、反射以及投射等现象，其中由各种光源发出的光，光波的长短、强弱、比例性质不同，形成不同的色光，叫做光源色。

光源色的发光体可以是许多事物，如太阳、火焰、灯泡、显示屏或者是萤火虫，无论发光体在暗处或明处、远处或近处，人眼对其发出的一种或多种波长的光色感都是恒定的，除非光源本身发生波段或是存在强弱的变化。



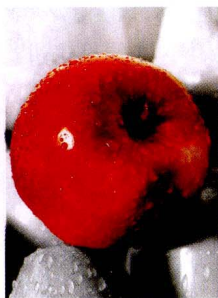
模拟蓝色光投射下的景物呈蓝色调



模拟黄色光投射下的景物呈黄色调



反光体——动物



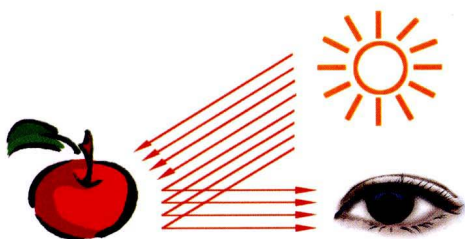
反光体——苹果

2. 物体色

物体色是指物体在不同光源下呈现的不同色彩，光的作用与物体的特性是构成物体色的两个不可或缺的条件。

各种物体由于所投射的光源色不同（即使投照的光源色相同），也因其本身特性不同，表面质感不同，对光的吸收与反射不同，所处的环境不同，而形成各不相同的物体色。

世间所有有形事物或是环境都是通过投射光的方式投射进我们的眼睛里，其中光源的特性、物体本身的反光特性以及观看者个人的色感敏锐度，这3种因素都会影响我们对色彩的感受。这3个因素中的任何一种发生变化，物体的颜色也会随之发生变化，所以通过光源色感觉到的色彩比物体色要更为稳定。



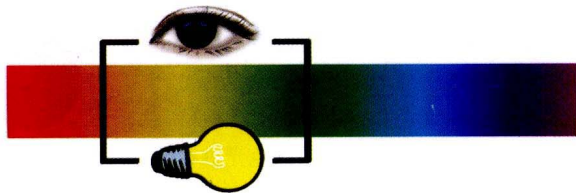
物体色感知示意图

3. 光源色与物体色的关系

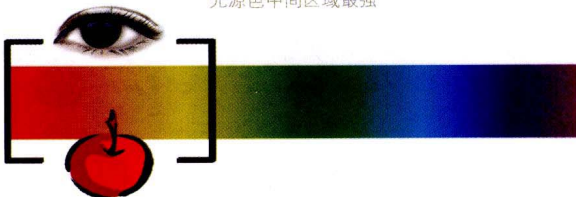


光源色与物体色之间的关系示意图

需要注意的是在色彩的应用设计中，光源色与物体色这两种色彩感知模式绝对不能混为一谈，在光源色的直射光线中，人眼对光谱中间区域的光色最敏感，也就是说黄至绿色之间的光波最耀眼。在物体色的反射光里，人眼对光谱的开始区域中的光色最敏感，也就是说红色至黄色之间的光波最能吸引人的注意。



光源色中间区域最强



物体色开始区域最强

1.2 不同凡响的颜色关系

要想了解颜色间的各种关系变化，首先需要从认识色彩的原理开始，即色彩的三原色，世界上任何的色彩变化都可以用这3种色彩原理来进行归纳。

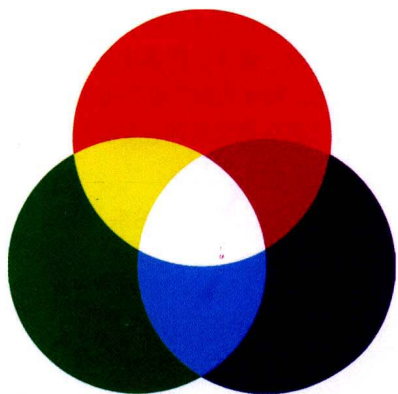
想要知道颜色之间的关系，就必须先了解原色的含义、三原色的由来以及原色之间相互混合的原理。原色是色彩最基本的色相，是指不能用其他颜色混合而成的色彩，但所有的其他色相都可以由它们混合而成。

现在大家都知道原色实际上只有两个系数：一种是站在光学方面的理论，即光的三原色；另一种是站在印刷成品方面的理论，即印刷三原色。

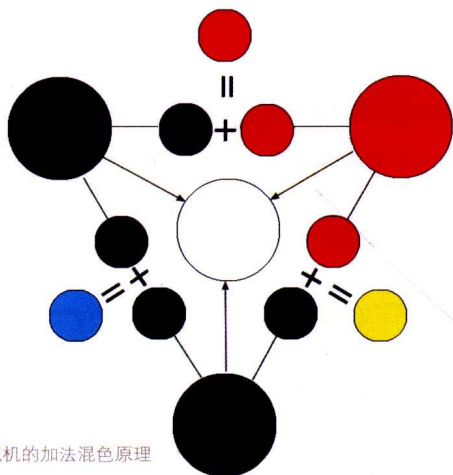
光的三原色

由红 (Red)、绿 (Green)、蓝 (Blue) 3种原色组成，也就是我们通常所说的RGB颜色，是光的三原色。将两种色光或多种色光进行混合，即会产生新的色光，参加混合的色光越多，混合出的新色光的明度就越高。如果将各种色光全部混合在一起则会形成极强的白色光，这就是加色法原理。加色法原理被广泛应用于电视机、监视器等主动发光的产品中。

在用于电视机中的加法混合原理中，我们可以了解色光的混合原理。在色环上，将等量的蓝色与红色光进行混合后可产生品红色；将红色与绿色光进行混合后可产生黄色光；将绿色和蓝色光相混合后可产生青色光；将红色、绿色和蓝色光进行混合后即可形成极强的白色光。



光的三原色



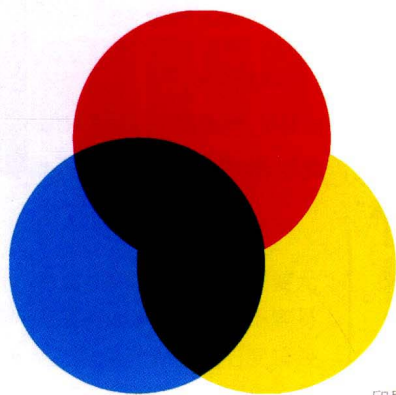
电视机的加法混色原理

印刷三原色

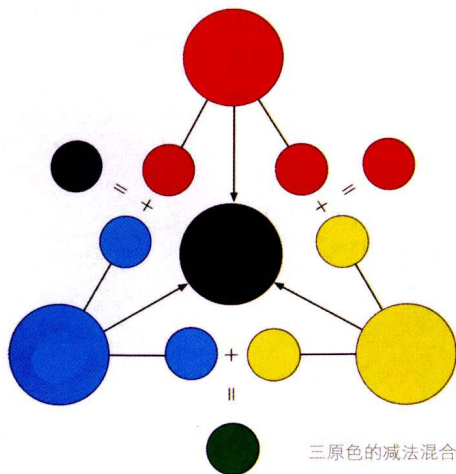
由于印刷是通过油墨反射光的原理产生颜色，所以反应出的颜色的纯度与所用油墨有很大关系，特别是青色（Cyan）、品红（Magenta）、黄色（Yellow）三色叠加成黑色在实际应用中无法达到纯黑，所以在印刷上会添加一种黑色，形成青品黄黑四色，在添加黑色后，即成我们通常所讲的 CMYK 印刷模式。

印刷三原色的混合，亦称为减法混合，是在光线减少的情况下，将两色进行混合后，光度低于两色各自原来的光度，混合的色愈多，被吸收的光线愈多，就愈趋近于黑色。

在印刷三原色的减法混合原理中，我们可以看出：在色环上，将等量的品红和黄色进行混合后可产生红色；将黄色与青色进行混合后可产生绿色；将青色与品红进行混合后可产生蓝紫色；将品红、黄色和青色 3 种原色进行混合后，则会形成颜色浑浊的黑灰色。



印刷三原色



三原色的减法混合原理