



COLOR WORLD 色界

流行色配色

POPULAR COLOR

万用宝典

IBCDS国际商用色彩学会推荐教材

国家劳动技能培训配色设计师推荐教材

国家十二五设计色彩基础教材参考教材

北京领先空间商用色彩研究中心 吕光 主编
飞思数字创意出版中心 监制



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

流行色配色

POP COLOR

万用宝典

北京领先空间商用色彩研究中心 吕光 主编
刘 洋 厉 赛 张晓杰 王 鹏 编著
飞思数字创意出版中心 监制

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

本书将打破大众对于色彩狭隘的定义，从不同的角度为读者展现流行色的真正的概念，其中包括人类文明发展进程中时尚、经典的基本色；自然万物中和谐的、亘古不变的常用搭配色；商业品牌设计中久经历练的常用色；当下时尚发布的流行组合色彩……

本书从专业的角度出发为广大读者解读流行色的发布趋势、应用配色案例、配色经典案例解析、流行色预测分析软件、流行色发布辅助工具等内容。

本书适合广大三维、平面设计人员参考学习，也可作为对色彩研究感兴趣的读者的参考书。

参与本书编写的人员有厉赛、吕光、刘洋、王梦甜、张晓杰、王鹏等。

关于本书提到的配色软件，请到 www.8color.com 上查看相关信息。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

流行色配色万用宝典 / 吕光主编. — 北京：电子工业出版社，2011.2

ISBN 978-7-121-12478-5

I. ①流… II. ①吕… III. ①色彩—配色—通俗读物 IV. ①J063-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 239019 号

责任编辑：何郑燕

特约编辑：赵树刚

印 刷：北京画中画印刷有限公司
装 订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开 本：889×1194 1/16 印张：16.75 字数：536 千字

印 次：2011 年 2 月第 1 次印刷

印 数：4 000 册 定价：69.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。



吕光先生

主要书籍发表：

《商用色彩设计系统与颜色设计方法》
《色彩设计师》
《全新商用色彩设计指南 - 色彩量化设计》
《配色设计师 - 配色全攻略》
《新趋势》、《新风格》、《新女装》等

流行色趋势工作：

主持中国首次纺织流行色趋势发布
主持中国首次服装流行色趋势发布
主持中国首次涂料流行色（建筑、工业、室内）趋势发布
主持中国首次家纺流行色趋势发布
主持中国首次鞋业流行色趋势发布等。

主要颜色科学开发工作：

“商用色彩设计系统”创造者
“中国应用色彩系统”设计者
“中国建设色彩标准”设计者
“Colour Master”色彩设计软件创造者
“便携式光谱测色仪 BCDS2000SB”硬件项目设计者

主要社会职务：

IBCDS 国际商用色彩设计学会名誉主席
AIC 国际色彩学会教育专业委员会国际委员
CIE 国际照明委员会图像专业委员会委员
NCS 中国地区 - 首席色彩顾问
Mix 国际流行趋势预测专业权威机构国际专家成员
全国颜色标准化技术委员会（SAC/TC120）专业委员
中国商业联合会配色设计师职业培训专家委员
中华全国工商联纺织服装商会专家委员会委员
中国涂料流行色趋势首席发布专家
中国室内设计师学会流行趋势首席发布专家
中国民族建筑研究会理事
原中国纺织流行趋势总提案人
北京服装学院服装色彩研究生导师客座教授
北京理工大学客座教授

UNDERSTANDING

UNDERSTANDING

UNDERSTANDING

UNDERSTANDING

UNDERSTANDING

UNDERSTANDING

UNDERSTANDING

第1章 流行色的神秘面纱——认识流行色	001
1.1 流行色的诞生	002
1.2 如何看待流行色	005
第2章 流行色趋势发布——发布流行色	009
2.1 国际流行发布机构	010
2.2 流行色趋势发布——发布的规律和特征	012
2.3 教你做流行色发布官 —— 做好发布几门功课	020
第3章 流行色趋势发布与应用配色案例	036
3.1 流行色发布形式与步骤	038
3.2 流行色如何应用案例	041
第4章 流行色配色经典——1000配色案例	049
附录A 流行色趋势预测发布辅助工具——流行色预测分析软件	251
A.1 COLOUR MASTER——流行色发布辅助工具	253
A.2 流行色分析	258
A.3 流行色统计	259
A.4 流行色编辑	260
A.5 流行色判断	261
A.6 流行色应用	262

第1章

流行色的神秘面纱 | 认识流行色

FASHION COLORS
OF MYSTERY
UNDERSTANDING OF
FASHION COLORS

1.1 流行色的诞生

流行色的英文表述为 Fashion Color，就是时尚的色彩。流行色如果是有介质的文化意识流的话，早在中国人类文明初期就开始崇尚“五色”，在《道德经》十二章中有“五色，令人目盲”的诠释。在我们传统色谱中不难看到有“色彩阶级”的影子，黄色称为“帝王之色”，蓝色却被广大的人民使用和流传为“青衣百姓”。不过我们的“原古流行色”的产生不是流行机构的发布，而是上层建筑的法规，是颜色习惯共性的表现，没有市场利益推动。

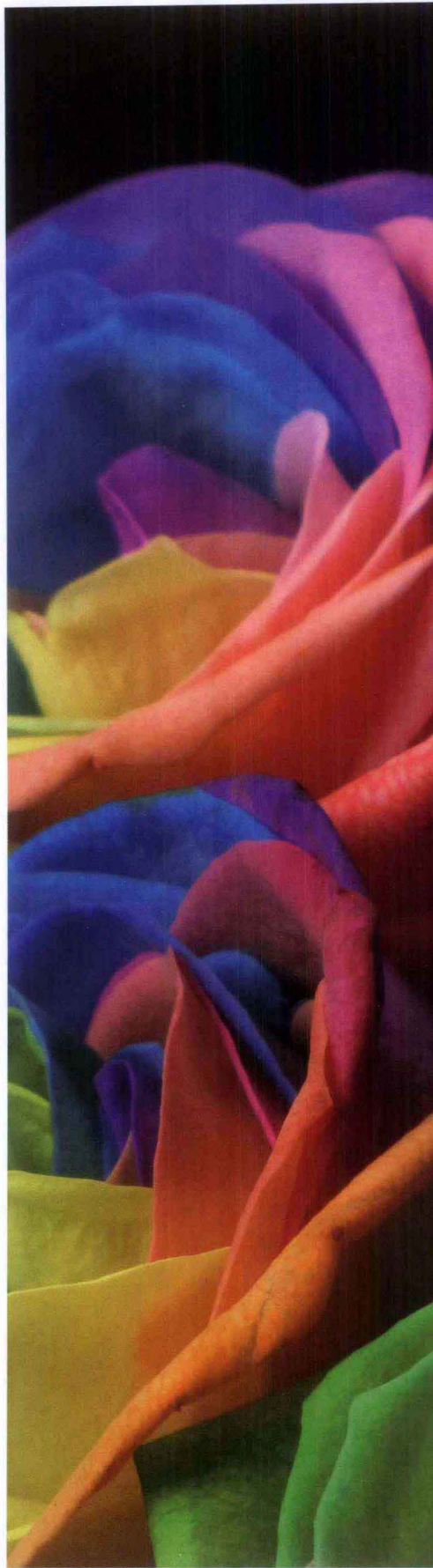
流行色有两种概念：第一，发布的流行色（主观人为）；第二，在不同领域的颜色共性组合（客观习惯），它们相互影响，相互联系。

流行色的诞生，是在历史色彩流行的基础上，分析流行色的历史，分析流行色审美疲劳程度，分析流行消费主导色的变化轨迹，结合时事文化和企业利益的需求，创造出新鲜的色彩文化主题的传播载体。

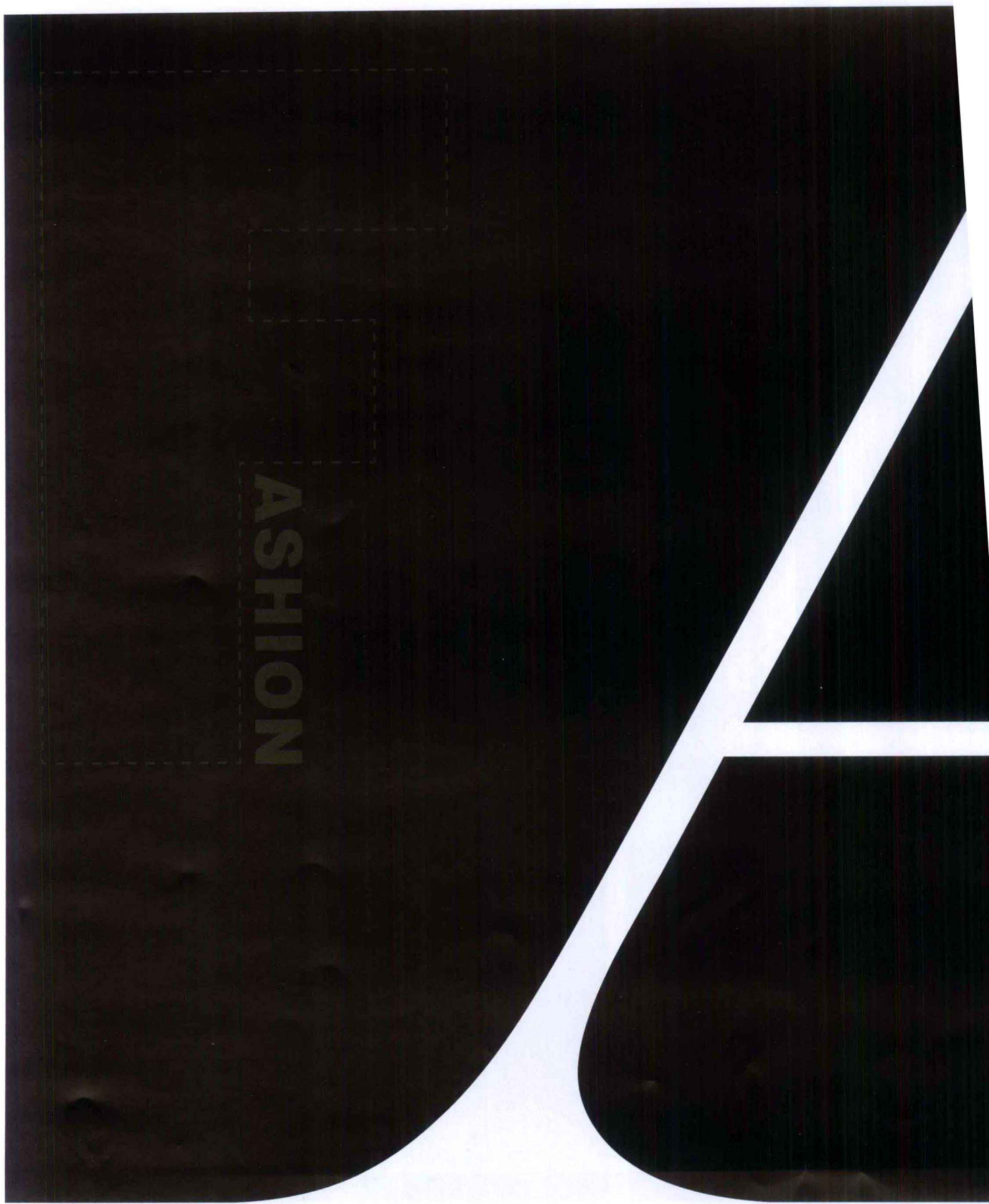
流行色：色彩消费疲劳 + 流行时间周期 + 审美变化 + 企业利益 = 主导流行色

元素公式：时间 T(Time) + 变化 C (Change) = 主导色相 (H)

注：在颜色流行的变化周期中，颜色变化主要是体现在明度和彩度上 (B+W+C)，色相的变化较小。







1.2 如何看待流行色

流行色发布是为了推动产品文化快速销售和价值最大化而推出的色彩消费走向预测引导和活动。流行色的发布在国际上通常是专业机构和企业个人行为。

流行色预测的秘诀：在拥有最全面相同领域的色彩流行的信息后，进行科学的客观色彩量化分析，再加以色彩消费方向分析，你就会知道色彩流行的轨迹。

1.2.1 流行色的作用

流行色在一定程度上对市场消费具有积极的指导作用。在国际市场上，特别是欧美地区、日本、中国香港地区等一些消费水平很高的市场，流行色的敏感性更高，作用更大。

1963年由英国、奥地利、比利时、保加利亚、法国、匈牙利、波兰、罗马尼亚、瑞士、捷克、荷兰、西班牙、德国、日本等十多个国家联合成立了国际流行色委员会，总部设在法国巴黎。该组织每年举行两次会议，确定第二年的春季和秋冬季的流行色，然后，各国根据本国的情况采用、修订，发布本国的流行色。欧美有些国家的色彩研究机构、时装研究机构、染化料生产集团还联合起来，共同发布流行色。染化料厂商根据流行色谱生产染料，时装设计家根据流行色设计新款时装，同时经报刊、杂志、电台、电视广泛宣传推广，介绍给消费者。目前，国际上发布流行色权威性较高、影响较大的有《国际色彩权威》和由美国、英国、欧洲共同体共同创办的商业性较强的《色谱》(MIX)国际流行色趋势(服装、室内)等杂志。它们每年春秋两次预报第二年春夏季、秋冬季的流行色谱。流行色研究在国内起步较晚，但是同样也有很大的应用范围，在服装、服饰、纺织品、日用品、家电、广告杂志、汽车、家具、室内环境等领域都有流行色的应用。流行色会更多地影响我们的设计，设计师应更多地研究流行心理学，以适应市场的需要。

1.2.2 以怎样的视角去看流行色趋势

流行趋势要从两个方面来看。首先要看流行趋势主题思想，这就好比是文章的“立意”，一篇文章如果立意平平或立意不准，无论用多少华丽的词藻来堆砌，都不会成为好文章。流行趋势的主题思想也是如此。

既然是“趋势”，它就不是具象的，而是抽

Art

象的、概念的、方向的、意识的、哲学的。趋势语言需要给设计师以充分想象的空间来创作。设计师根据趋势发布阐述的概念结合本企业产品特点进行创意设计,才能做到设计风格不同,设计产品的不同,但整体感觉一致。达到趋势发布和设计一致,设计和生产一致,生产和销售一致,销售和产品宣传一致,产品宣传和流行消费一致,最终以流行趋势引导产品设计开发,带动市场销售,从而完成从意识文化到有形产品的市场良性循环。

其次要看流行趋势的表现形式。流行趋势发布通常以印刷品、静态展示、多媒体演示等形式加以表现,但无论采用哪种形式,都是用来诠释流行趋势主题思想的,为主题思想服务,与主题一致。人们往往会觉得流行趋势发布虚无缥缈,总是抱怨“看不懂”,其实“趋势”并非是高不可攀的,用来表现趋势主题的色组、灵感图片、灵感实物、代表性面料之间存在着一种微妙的关系,例如,趋势发布中运用的灵感来源——羽毛,体现了蓬松、轻盈的织物特点;灵感——蜂巢,体现了织物既有立体感,然而又精巧无比的

特点;灵感——各种谷物的混合,体现了织物复合、融合、混合的特点,并以混纺织物、经纬异色织物、多层/双层织物等为代表。正是通过这些生动、形象、直观的说明,来帮助设计师观察趋势走向,体会和理解趋势内容。掌握了趋势的表现与织物之间的内在联系和规律,设计师就能更好地进行产品创意设计。

1.2.3 通过色彩看趋势发布

色彩是趋势中不可分割的要素,色彩不对路就好像下棋布不好局,一招不慎,全盘皆输;受众对织物、服装色彩不认可,就不会再关心组织花纹、款式等其他方面。而国内纺织行业尤其在流行色意识和应用上有待加强,所以特别将色彩这一项单独提出。

在国际趋势发布中,展示表现主要是由色彩来创造,而流行面料发布更是以色彩来统一。国际大型纺织展会上中心展台的流行趋势发布区中,不论是意大利 Modanì、法国 PV 展、美国 IFFE 展、还是德国的 InterstoffAsia 展等,都是拿色彩来做文章,用色彩营造氛围,用色彩来统一质地,同时也用色彩语言来一





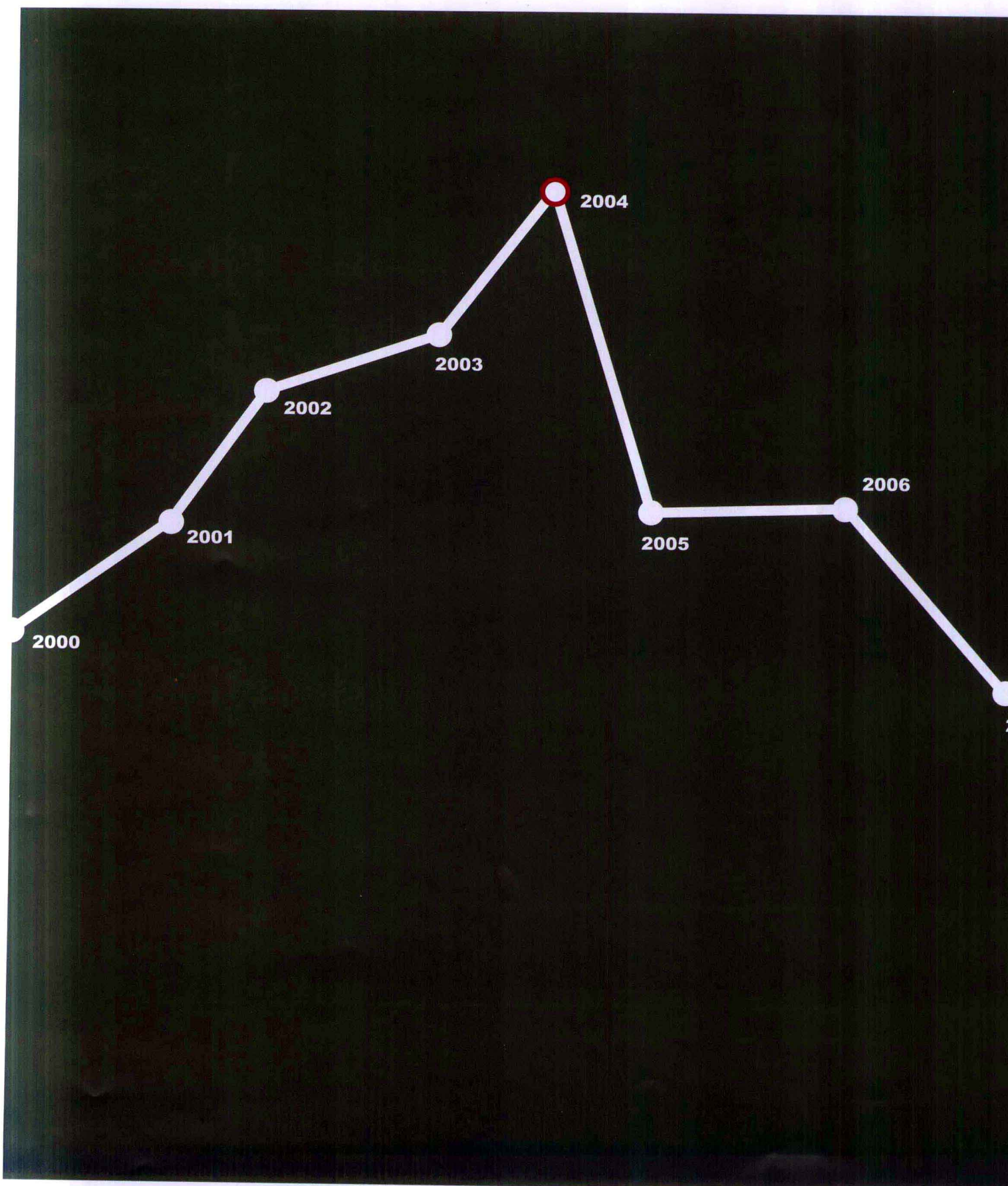
目了然地告诉大家将流行什么色彩。在纺织品设计制造发达的国家，流行趋势不仅仅停留在追求面料组织变化、面料内在功能性、面料设计技术手段上，而同时也追求面料色彩设计系列的统一，为下游服装设计考虑相应的织物色彩设计。

1.2.4 正确看待流行趋势发布

怎样来正确看待流行趋势呢？流行趋势是无声的语言表达，是一种相互感知的信息交流和知识沟通，而不仅仅是停留在表面的感官刺激。

按国际展会惯例，中心发布区是设在观众人群流量最高的地方，为了更好地展示和最大范围地影响受众，它总是占据着醒目的位置并面对着人群流。流行趋势发布台上的每一块面料、每一张图片、每一个灵感都有它存在的价值，它们都是有语言有生命的，而不是充当装饰的简单摆设，需要我们的设计师来用心体会和吸收。

随着纺织行业的发展，大家对纺织产品的设计和开发越来越重视，许多国内大企业将全年销售额的很大一部分拿到新产品设计开发中来。纺织企业非常希望自己的产品能把握消费市场，需要掌握预测未来市场的信息。而 BCDS（中国）色彩中心的趋势研究、预测和发布工作就是结合国际流行趋势与国内纺织企业共同把握国内趋势走向，引导产品设计和开发，不断生产出适应市场消费需求的产品。毋庸置疑，流行趋势发布机构的宗旨是服务于企业，指导生产，我们面前的路将是以更务实的态度做研究、做分析、做归纳、做服务、做推广、做引导。我们研究的是趋势发展规律，分析的是国内外复杂情况，归纳的是共性结合点，服务的是国内企业，包括广泛服务与个案服务，推广的是趋势概念，引导的是生产开发和消费市场。随着我们的流行趋势发布逐渐深入企业，越来越多的企业会对流行趋势有更深的认知，我们的市场也将越来越规范、有序和成熟。



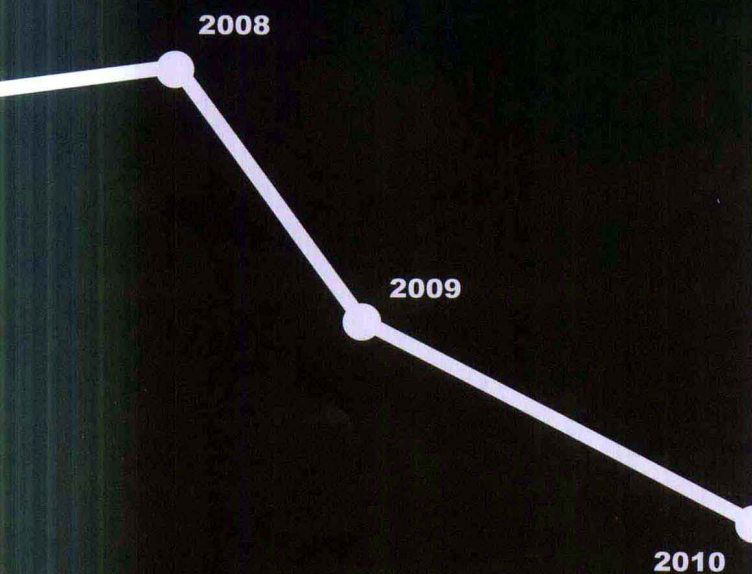
第2章

流行色趋势发布

—发布流行色

FASHION COLORS
TRENDS RELEASED
RELEASE FASHION COLORS

Release



2.1 国际流行发布机构

国际流行色委员会 (International Commission for Color in Fashion and Textiles) 是非营利机构, 是国际色彩趋势方面的领导机构, 是目前影响世界服装与纺织面料流行颜色的权威机构。

国际流行色委员会每年召开两次色彩专家会议, 制定并推出春夏季与秋冬季男、女装四组国际流行色卡, 并提出流行色主题的色彩灵感与情调, 为服装与面料流行的色彩设计提供新的启示。

国际流行色发布机构:

- A. PV (法国)
- B. IFFE (美国)
- C. IBCDS (美国)
- D. 美国棉花协会 (美国)
- E. 潘东 (美国)
- F. 英特斯道夫 (德国)
- G. MIX (英国)
- H. 国际羊毛局 (新西兰)
- I. 兰精公司 (奥地利)
- J. 立邦 (日本)
- K. BCDS (中国) 色彩中心
- L. 流行色协会 (中国分会)
- M. 家用纺织品协会 (中国)
- N. 服装协会 (中国)



A. PV (法国)



B. IFFE (美国)



C. IBCDS (美国)



D. 美国棉花协会 (美国)



E. 潘东 (美国)



F. 英特斯道夫 (德国)

