

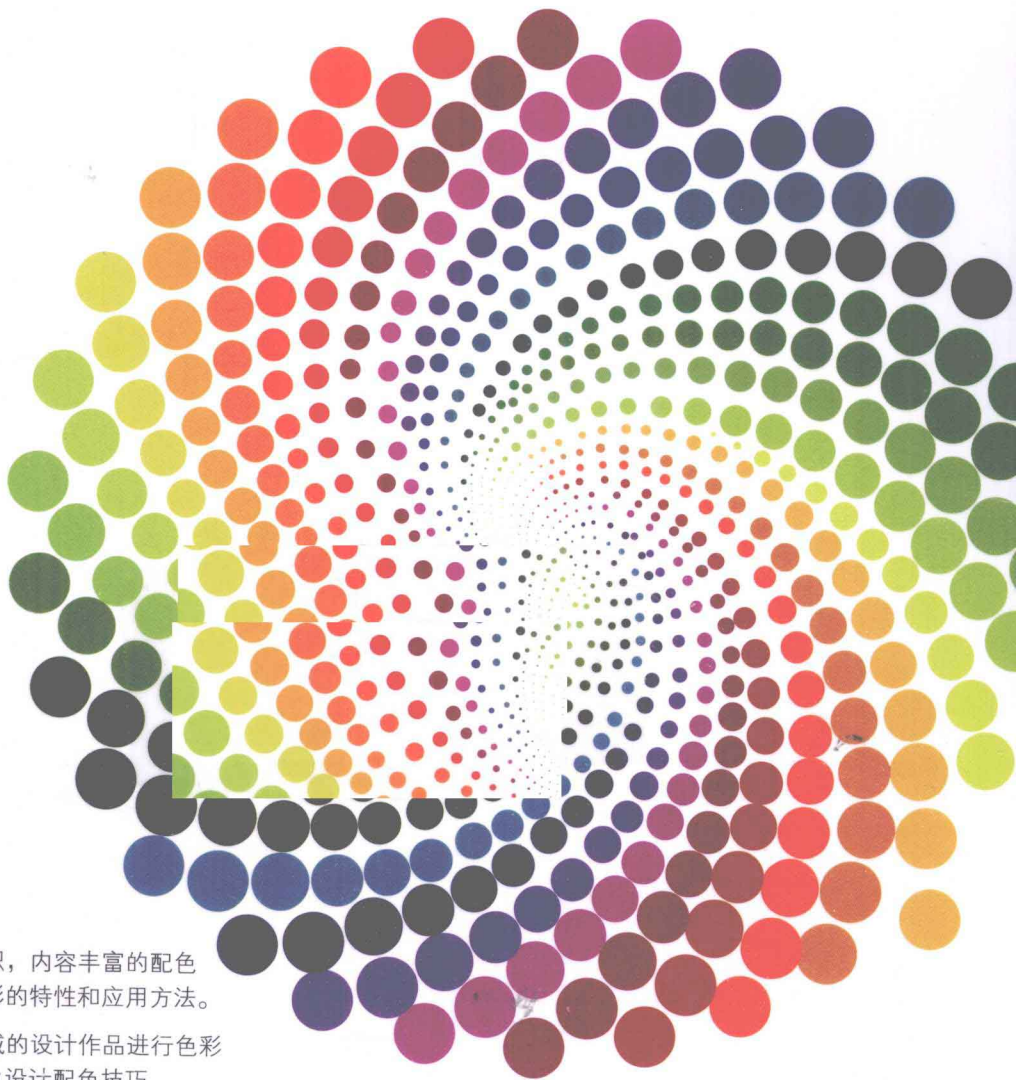
中国科学出版集团
新世纪书局

平面设计

综合配色手册

妙思品位设计研发中心

朱丽娟 郑国强 郑雪芹 编著



专业实用的色彩知识，内容丰富的配色方案，深入解析色彩的特性和应用方法。

精选近百种不同领域的设计作品进行色彩分析，全面掌握商业设计配色技巧。



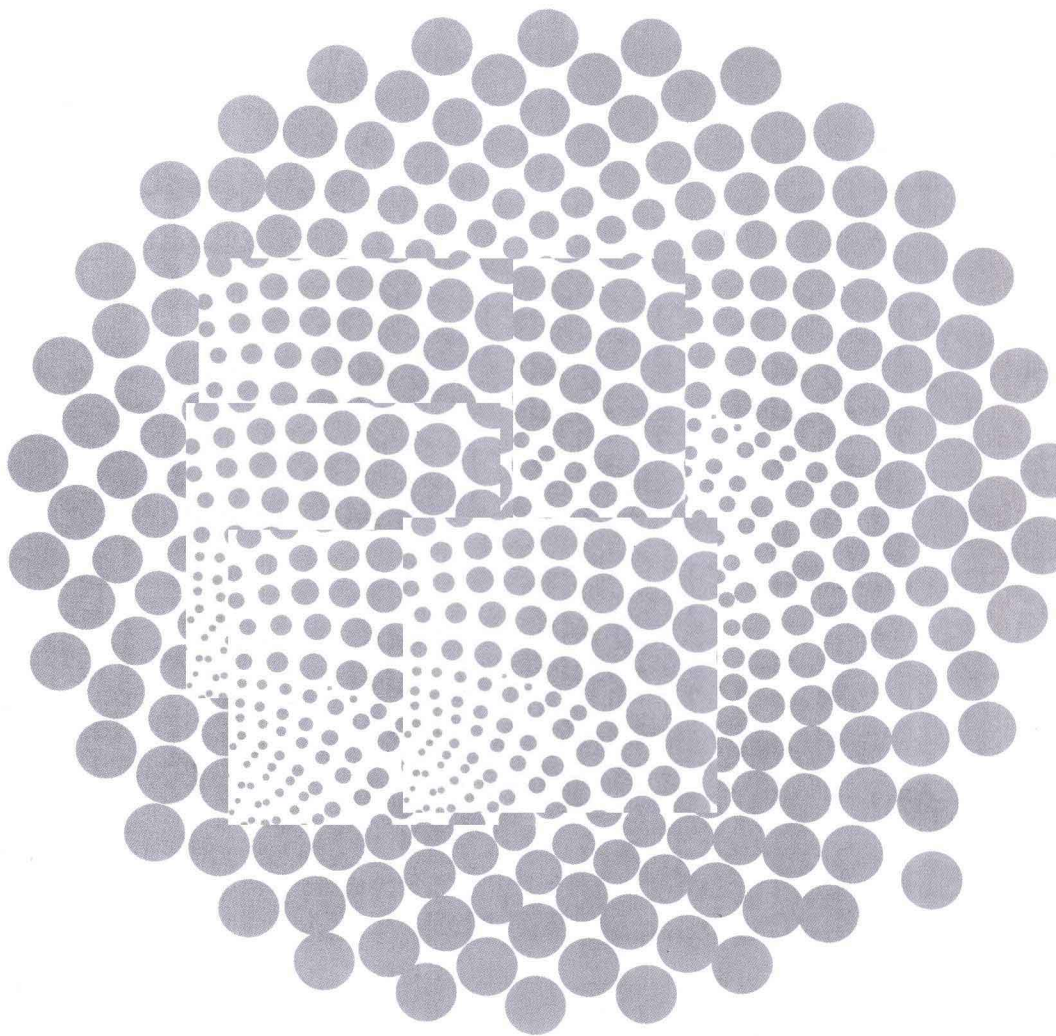
科学出版社

平面设计

综合配色手册

Quality Digital Design Studio

朱丽娟 郑国强 郑雪芹 编著



 科学出版社

内 容 简 介

本书集色彩知识、色彩原理、配色方案、配色技巧、配色实例、商业色彩调研、色彩分析、商业色彩范例等内容于一体，专业、实用，帮助读者分析和掌握配色方案在设计实战中的应用技巧。

全书共分三大部分。第1部分为第1~4章，介绍了色彩的理论知识、配色方法，为读者打下搭配色彩的基础；第2部分是第5章，讲解如何在商用配色实施之前，做一个专业的色彩计划书，以此给配色实践建立科学的依据；第3部分为第6~7章，此部分内容是经典案例的配色讲解，对各种实用案例进行用色分析，以此提高读者对色彩的应用能力。

本书是平面设计、造型设计、环境艺术、服装设计、影视后期制作、工艺美术设计从业者必备的配色参考手册，也是各大、中专院校相关专业学生的配色设计工具书。

图书在版编目(CIP)数据

平面设计综合配色手册 / 朱丽娟, 郑国强, 郑雪芹
编著. —北京: 科学出版社, 2010

ISBN 978-7-03-029309-1

I. ①平… II. ①朱… ②郑… ③郑… III.

①平面设计—配色—手册 IV. ①J506-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第205979号

责任编辑: 刘薇 张静 / 责任校对: 杨慧芳
责任印刷: 新世纪书局 / 封面设计: 妙思品位

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学出版集团新世纪书局策划

北京市彩和坊印刷有限公司印刷

中国科学出版集团新世纪书局发行 各地新华书店经销

*

2011年1月第一版

开本: 16开

2011年1月第一次印刷

印张: 11.5

印数: 1—4 000

字数: 280 000

定价: 49.80元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前言

我们无时无刻地被包围在色彩的世界里。春天的鹅黄嫩绿，夏天的姹紫嫣红，秋天的金黄枫红，冬天的白雪皑皑，伴我们度过四季。人们穿戴的服饰、餐桌上摆放的食物、房间里的精美摆设、街道上穿梭的车辆，无一不被色彩环绕。色彩通过无穷的变换方式，将喜悦、欢快、悲伤、忧郁淋漓尽致地表现出来并影响着人们的生活。

在商品世界里，千姿百态的色彩以其不同的搭配方式引起人们的关注，促使人们消费，色彩搭配对商品来说极其重要。灵活应用色彩并形成优秀的色彩搭配方案不仅需要掌握色彩的理论知识，还要在实践中多练习，积累经验与技巧，逐渐形成自己对色彩的理解，掌握色彩搭配规律。

本书集色彩知识、色彩原理、配色方案、配色技巧、配色实例、商业色彩调研、色彩分析等内容于一体，专业、实用，帮助读者分析和掌握配色方案在设计实战中的应用技巧。

全书共分为三大部分。第1部分为第1~4章，具体介绍色彩的理论知识和配色方法，为读者提供系统的色彩基础知识，为后面的学习打好基础。第2部分为第5章，系统讲解了如何在商用配色实施之前，做一个专业、科学的色彩计划书，以此给配色实践提供客观的依据。第3部分为第6~7章，此部分内容是对经典案例的配色讲解，通过对海报设计、包装设计、标志设计、书籍封面设计、网页设计等各种实用案例进行色彩分析，帮助读者提高配色水平。

色彩的力量是无穷的，所以我们应不断地了解色彩，学习如何应用色彩、把握色彩。希望通过本书的学习，读者可以掌握色彩原理，灵活应用色彩，设计出精彩的作品。

本书是平面设计、造型设计、环境艺术、服装设计、影视后期制作、工艺美术设计从业者必备的配色参考手册，也是各大专院校相关专业学生的配色设计工具书。

作者水平有限，配色设计无限。书中如有错误，欢迎读者指正。

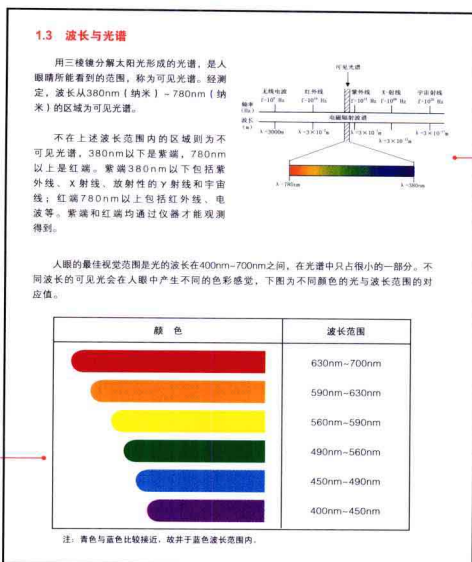
声明

本书部分图片和内容来源于相关著作和网络，版权归原作者所有，引入本书是为了辅助读者对配色内容的理解。

Part 1 色彩认知

第1部分为第1~4章，具体介绍色彩的理论知识和配色方法，为读者提供系统的色彩基础知识。

运用直观的图表体现色彩理论知识。



图文结合讲解复杂的理论知识，便于读者理解。

通过文字系统讲解色彩理论知识。

3.2.3 以彩度对比为主的色调

在应用色彩中，单纯的彩度对比很少出现，一般还包括明度对比和色相对比在内。但是以彩度对比为主的对比可构成极其丰富的色调，具有含蓄、柔和、耐人寻味等特点。

当高彩度色彩占画面面积70%左右时，构成高彩度基调，即鲜调。这种色调给人的感觉是积极、强烈而热情，有膨胀、外向、快乐、热烈、冲动、活泼的感觉，但如果运用不当也会产生残暴、恐怖、疯狂等效果。

当中彩度色彩在画面面积上占70%左右时，构成中彩度基调，即中调。这种色调给人的感觉是中庸、文雅、可靠。如在画面中加入5%左右面积的点颜色可取得理想的效果。

当低彩度色彩在画面面积上占70%左右时，构成低彩度基调，即灰调。这种色调给人的感觉为平淡、消极、无力和陈旧，但同时也有自然、简朴、耐用、脱俗、安静、无争和随和的感觉。低彩度色彩，如果运用不当会产生死无生气、悲观、消极等感觉。在使用中如加入适量的点颜色，会使画面产生理想的效果。

运用相关的色彩图片，形象地呈现出色彩理论知识。

阐述基本色彩传递信息以及基本色的正负意向。

4.1 红之力量

红色在我国的使用历史悠久，一直以来都是我国传统的喜庆用色，还广泛应用于标志、旗帜、警报信号和交通标识等方面。红色是一种积极而有活力的色彩。在可见光谱中，红光的光谱最长。

4.1.1 红色联想

各种色彩都有其正负象和负象象。红色的正象象和负象象表现有：

正象象：热情、力量、能量、运动、年轻、幸福、快乐、爱、精力、激情、欲望、热情、爱国心、欢喜、自由、进取的、外向的


负象象：死亡、愤怒、愤怒、攻击性的、冲动的、喧闹、嘈杂、苦痛、挫折、禁止、战争、危险

配饰说明：

红色的温暖和干燥常在白色的背景映衬下，显得十分醒目，同时营造出欢快的温暖气息；烘干机上的绿色的叶子和烘干机内的绿色衬垫物与高饱和的红色形成对比，使得画面在充满节日欢快气氛的同时兼具点题属性。

配饰说明：

红色的沙发让人联想到幸福、快乐的生活；背景偏暗的橙色和红色到丰富红色沙发与高明度背景色之间颜色简单调的作用，同时赋予画面色彩以节奏感。



基本色的配色实例结合文字，体现基本色配色方案。

4.1.2 红色系的搭配

1. 纯红

纯红 Red
#E67E22
Hex: #E67E22
RGB: (230, 126, 34)

红色系倾向暖色系的色彩，它的视觉感受，是活力、热情与积极向上。

三色配色



给出基本色的三色配色方案，并标出了色值。

将基本色配色方案运用到图案中，使配色效果一目了然。

给出基本色的名称、颜色、色值及其简介。

五色配色



给出基本色的五色配色方案，并给出了色值。

Part 2 色彩计划书

第2部分为第5章，系统讲解了如何在商用配色实施之前，做一个专业、科学的色彩计划书，以此给配色实践提供客观的依据。

醒目且形式活泼的步骤，快速、便捷地指导读者进行色彩计划。

5.2 色彩表现

想要通过色彩传达的观点都必须在决定色彩设计前确立。色彩表现的概念与企业形象、产品形象、顾客形象、行业概念及时代走向等紧密相关。通过色彩传达设计概念，向观者传达出令人印象深刻又容易看懂的信息，使观者凭借对色彩的感受关注企业活动和商品，提升企业认知度，对产品留下良好的印象。

那么，有效的色彩表现概念的确立要做哪些工作呢？除了色彩平时给人的感官印象以外（喜庆的红色、悦快的黄色），还要参考年龄层特征、职业属性、性别特征、购买商品的用途进行分析，还可以从身边的电视节目、海报、书籍装帧和标识上收集配色方案，不断积累才会创作出完美的配色。

色彩设计需要和相关部门交流意见，并对目标客户都能做好调查，在参考不同行业、不同领域的色彩表现概念后，再决定选择什么样的色彩表现概念。

有了色彩的表现概念之后，还必须将它具体化。用关键词来表达，例如想要传达的概念是时尚的、有活力的、或是温暖的、快乐的，可以用几个关键词来表达，以便将相关的设计概念一目了然。

►► 一般常用的工作流程为：

- ① 对流行色进行调查
- ② 确立商品和顾客形象的概念
- ③ 进行消费者偏好调查
- ④ 研究不同年龄层不同行业的色彩表现概念
- ⑤ 可能成本分析
- ⑥ 新素材和新色彩的信息收集
- ⑦ 色彩的市场调查与分析
- ⑧ 分析企业形象和商品形象

►► 完成以上几个步骤的调查后，才能进行以下四项工作：

- ① 关键词的选择
- ② 概念的具体化、形象化
- ③ 收集符合形象、概念的色彩
- ④ 视觉化色彩关系的完成

为了能将表现概念更完整地传达，关键词的选择尤为重要，最好稍为开放，这就需要设计师大量收集各种形象和概念的图片、文字、色卡等素材并将其组合成视觉化的色彩图表，使形象更为清楚、明了地表现出来。

对做色彩计划书时要注意的事项做出阐述。

Part 3 实用案例

第3部分为第6~7章，这部分内容是对经典案例的配色讲解，对海报设计、包装设计、标志设计、书籍封面设计、网页设计等各种实用案例进行色彩分析。

运用网页配色实例图展现出配色魅力。

7.2 美食类网页

美食网页的配色原则：这类网页的色彩搭配最好避免大面积的使用无彩色，因为无彩色对视觉的刺激度较低，使用最易刺激人食欲的绿色和能人带来新鲜感的绿色是多数美食网页的选择。

配色说明：
该美食网页用明度较高的浅绿色做背景色，使整个网页散发清新的气息。红色的草莓和黄色的柠檬在绿色背景衬托下显得十分诱人。这样的色彩搭配获取了以绿色为主的网页，使网页色彩丰富，耐人寻味。

配色说明：
橙色最易引起人们食欲的色彩。这个网页的配色运用了橙色能激发人们食欲的作用。高明度背景色的运用平衡了橙色系过暖的色调，使网页整体色调的平衡。

运用文字阐述网页配色实例中的配色亮点。

标出了实例中的色彩主色调并标出了色值。

Part 1

色彩认知

第1章 什么是色彩	2
1.1 色彩的关系及价值	3
1.2 色彩构成定义及七色光的由来	4
1.3 波长与光谱	5
1.4 光源色和物体色	6
第2章 色彩三要素	7
2.1 色彩的分类	8
2.2 色彩三要素	9
2.2.1 色相及色相环	9
2.2.2 明度	10
2.2.3 彩度	11
第3章 色彩对比	14
3.1 常见的色彩对比方式	15
3.1.1 同时对比	15
3.1.2 连续对比	15
3.2 以对比为主的色彩构成	16
3.2.1 以明度对比为主的色调	16
3.2.2 以色相对比为主的色调	18
3.2.3 以彩度对比为主的色调	19
3.2.4 以冷暖对比为主的色调	20
3.2.5 以面积对比为主的色调	21
第4章 色彩搭配	23
4.1 红之力量	25
4.1.1 红色联想	25
4.1.2 红色系的搭配	26

4.2	橙之欢快	47
4.2.1	橙色联想	47
4.2.2	橙色系的搭配	48
4.3	黄之温暖	67
4.3.1	黄色联想	67
4.3.2	黄色系的搭配	68
4.4	绿之和平	79
4.4.1	绿色联想	79
4.4.2	绿色系的搭配	80
4.5	蓝之沉静	97
4.5.1	蓝色联想	97
4.5.2	蓝色系的搭配	98
4.6	紫之神秘	113
4.6.1	紫色联想	113
4.6.2	紫色系的搭配	114
4.7	无彩色	130
4.7.1	黑、白、灰的联想	130
4.7.2	无彩色的搭配	131
4.7.3	金属色联想	132
4.7.4	金属色的搭配	133

Part 2

色彩计划书

第5章	色彩计划书色彩选择的调查和分析	136
5.1	色彩调查	137
5.2	色彩表现	138
5.3	色彩设计方案与样本制作	139
5.4	色彩管理	140
5.5	色彩检定	141

Part 3 实用案例

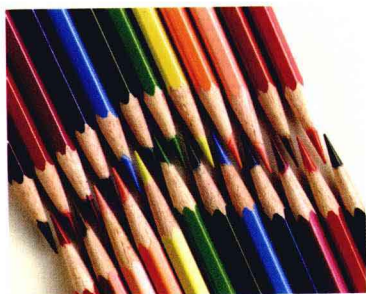
第6章 印刷品设计配色	144
6.1 海报配色	145
6.2 标志配色	154
6.3 包装配色	159
6.4 书籍封面配色	162
第7章 网页设计配色	165
7.1 商业类网页	166
7.2 美食类网页	167
7.3 医疗类网页	168
7.4 运动类网页	169
7.5 旅游类网页	170
7.6 教育类网页	171
7.7 房地产类网页	172
7.8 科技类网页	173
7.9 个人网页	174

Part 1

色彩认知

- 第1章 什么是色彩
- 第2章 色彩三要素
- 第3章 色彩对比
- 第4章 色彩搭配

第1章 什么是色彩



我们生活在一个充满色彩的世界。蓝天、白云、绿树、红花，这些自然界的色彩生机勃勃；大街上流动的各色汽车、身着五颜六色服装的人们、商店里琳琅满目的各色商品，这些生活领域的色彩也同样魅力无穷。

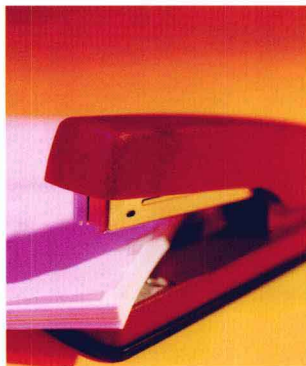


什么是色彩？这些千姿百态的色彩是如何形成的？下面我们将在第一节先来了解一下色彩的原理和构成。



1.1 色彩的关系及价值

每一个可见物在光的作用下，与其他可见物相互影响，呈现出特定的色彩关系。首先要明确一个概念，通常所说的颜色并不等于色彩，只有在特定的环境中，颜色与颜色、颜色与空间（空间也具有颜色）相互作用以及可见物自身属性的不断变化，才能形成一定的色彩关系。



色彩对人们心理与生理产生的作用，决定了色彩在美学上的极高价值。但色彩只有在一定的环境关系中，才能确定它的价值。红色是比较鲜明的颜色，但如果把它放在一个类似红色的环境中，它就不那么鲜明了；红色可以代表快乐、活泼和喜庆（如红衣服、红色的中国结），但也可以令人感到危险和恐怖（如大火、鲜血），这种感觉取决于它所处的环境色及其他因素与之形成的关系。



1.2 色彩构成定义及七色光的由来

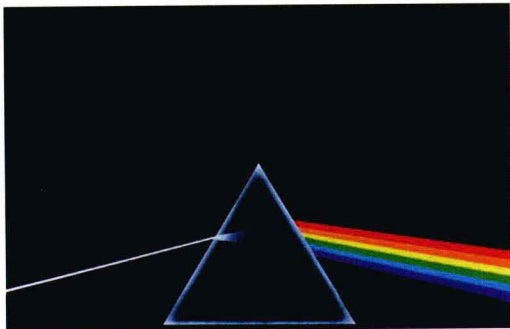


色彩是光刺激眼睛，再传到大脑视觉中枢而产生的一种对光的视觉效应。将两个以上的色彩，根据不同的目的，按照一定的原则，重新组合、搭配，构成新的、美的色彩效果就叫做色彩构成。

大自然的色彩千变万化，丰富多彩，天地、山川、动物、植物、矿物，色彩斑斓；春、夏、秋、冬、早、午、晚、夜和阴、晴、雨、雪，色彩变幻无穷；灯光、颜料、服装和建筑等人造色彩光彩夺目……而光，则是这一切色彩的主宰。光，给世界带来了色彩，反之，光如消失，色彩也会随之暗淡甚至消逝。

1666年，著名的物理学家牛顿用三棱镜将太阳光分解成七色光谱，从此打开了科学认识色彩的大门。七色光谱依次为红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七种颜色，这说明太阳光是由光谱中的色光构成的，是上述七种色光的混合。所以白色光即为复色光。而不能再分解的光则称为单色光，包括红、橙、黄、绿、青、蓝、紫，它们中的每一种都不能通过三棱镜再次进行分解。

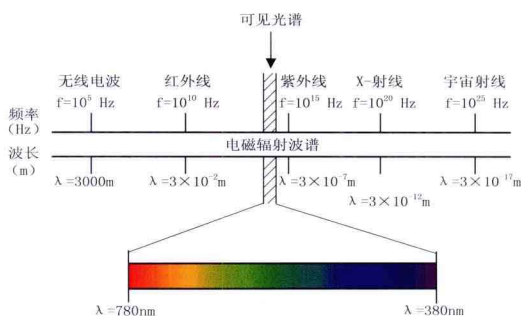
这七种颜色的排列顺序与波长排列有关，在自然光照射下的各种颜色是对一定范围内不同波长的光的反射。如红色，是对橙、黄、绿、青、蓝、紫六种颜色进行吸收后反射出红光，其他各种色彩也是根据这个原理形成的。









1.3 波长与光谱

用三棱镜分解太阳光形成的光谱，是人眼睛所能看到的范围，称为可见光谱。经测定，波长从380nm（纳米）~780nm（纳米）的区域为可见光谱。

不在上述波长范围内的区域则为不可见光谱，380nm以下是紫端，780nm以上是红端。紫端380nm以下包括紫外线、X射线、放射性的 γ 射线和宇宙线；红端780nm以上包括红外线、电波等。紫端和红端均通过仪器才能观测得到。



人眼的最佳视觉范围是光的波长在400nm~700nm之间，在光谱中只占很小的一部分。不同波长的可见光会在人眼中产生不同的色彩感觉，下图为不同颜色的光与波长范围的对应值。

颜色	波长范围
	630nm~700nm
	590nm~630nm
	560nm~590nm
	490nm~560nm
	450nm~490nm
	400nm~450nm

注：青色与蓝色比较接近，故并于蓝色波长范围内。

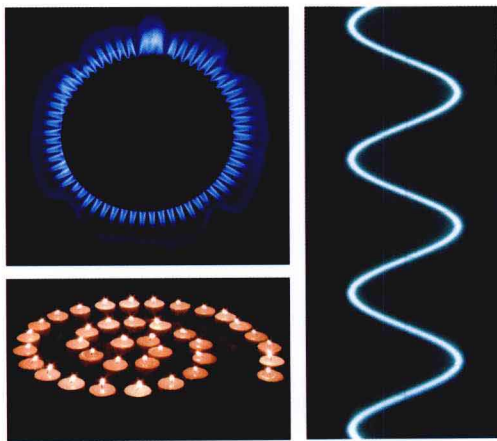
1.4 光源色和物体色

凡是能自行发光的物体都叫光源，如太阳、恒星及各种灯光、火光、激光等。对地球来说，太阳是最大的光源。由各种光源发出的光，因光波的长短、强弱、比例和性质的不同，形成了不同的色光，叫光源色。如普通灯泡的光所含黄色和橙色波长的光比其他波长的光多而呈黄色；普通荧光灯的光含蓝色波长的光多而呈蓝色。

只含有一种波长的光为单色光。含有两种以上波长的光为复色光。含有红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等所有波长的光为全色光。

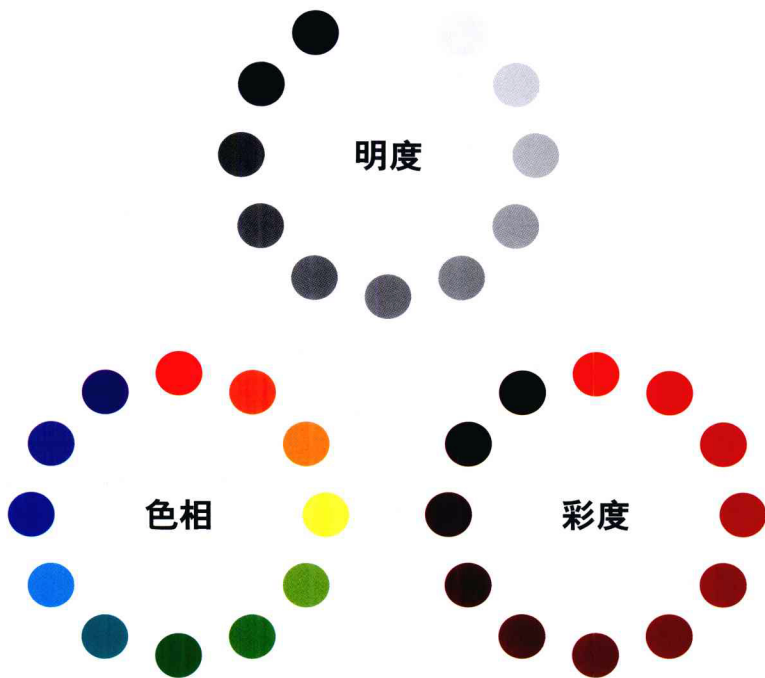
物体色本身并不发光，它是光源色经物体吸收、反射并反映到视觉中的光色感觉。如平时我们看到的颜料的颜色、动植物的颜色、服装的颜色等，我们把这些本身不发光的色彩统称为物体色。光源色与物体色的关系如下表所示：

各种物体由于所投照的光源色不同、物体本身特性的不同、表面质感的不同、对光的吸收与反射的不同及所处周围环境的不同，所形成的物体色也各不相同。其中，物体色白色与光源色为互补关系时物体色彩的变化最明显，黑色受光源色的影响变化最不明显。



光源色	复色光	白色光(全色光)	照在不同物体上	a. 透明物体	透射
		有色光		b. 半透明物体	反射
	单色光	c. 不透明物体			

第2章 色彩三要素



任何一个色彩（除无彩色只有明度的特征外），都有色相、明度和彩度三个方面的性质，因此我们把色相、明度和彩度称为色彩的三要素。