

PACKAGING

PACKAGING COLOR DESIGN 包装色彩设计



印刷工业出版社

PACKAGING COLOR DESIGN 包装色彩设计

汪
兰
川
编
著



印刷工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

包装色彩设计 / 汪兰川编著. —北京: 印刷工业出版社, 2009.7

ISBN 978-7-80000-859-7

I. 包… II. 汪… III. 包装-色彩-设计 IV. J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第104597号

包装色彩设计

编 著: 汪兰川

策划编辑: 陈媛媛

责任编辑: 郭 平

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: [//shop36885379.taobao.com](http://shop36885379.taobao.com)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京多彩印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 100千字

印 张: 8

印 次: 2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

定 价: 49.00元

I S B N : 978-7-80000-859-7

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707 88275602

序

包装设计的历史与人类文明的发展有着密不可分的联系。技术、材料和生产的发展,以及不断演进的消费型社会所创造的各种条件都为包装开辟出一个全新的需求市场。包装设计的萌芽是从人们对自身的保护和衣食的需求而开始,早在公元前8000年,人们就已经开始利用各种天然材料,诸如植物的茎、叶、果实,动物的皮毛、骨,贝壳、黏土陶器和粗糙的玻璃器皿等来制作盛装物品的容器了。进入经济社会以后,产品的包装已成为各种商品进行市场营销最主要的载体。

包装设计是一门融各门学科为一体的商业艺术设计,其范畴包括包装造型、结构、图形、色彩、文字等视觉传达语言,同时也包括包装材料、包装容器、包装技术等包装要素,还涉及到消费心理学、市场营销学、技术美学、现代储运学等方面的知识运用。现代包装艺术设计最终随着市场经济中的商品竞争成为企业形象、销售策略、广告设计等行销活动的中心。

随着包装工业的蓬勃发展,高附加值的商品包装是各国都在努力发展的朝阳产业之一,对包装设计人才的需求不断增长。包装设计教育如何顺应社会的发展、如何确立完善的设计教学体系、如何突出自己的办学特色、如何完善学科建设、如何提高教学质量等问题,成为全社会关注的焦点。尽管我国高等院校设置包装设计专业方向的高等院校不下

500余家，其课程大多不成系统，不能形成完善的包装设计知识结构，尽管国内外有关包装设计的书籍层出不穷，但多是针对某一具体问题的探讨。印刷工业出版社有感此问题将对我国包装设计的发展产生负面的影响，通过多方调研，确定了本丛书的选题范围。本系列书包括《包装材料与结构设计》、《包装品牌塑造与促销设计》、《包装色彩设计》、《包装图形设计》、《包装文字设计与构图》等，系列书籍从多层面来阐述了包装设计新形态发展因素、包装材料发展到新产品技术需求的因素、消费形态发展新因素、流通发展新因素、市场营销发展新因素等。深入阐述了包装设计，包括包装与市场，包装设计程序与操作、包装的造型与结构设计、平面视觉设计、印刷与工艺、文化特征等。丛书贴近包装设计教育实践，涉及了包装功能与市场流通、包装的历史沿革与发展、包装与平面视觉与立体形态要素的设计原理与方法、包装设计的流程与制作工艺、包装设计文化特征等诸多方面的内容，并配了大量经典图例，内容丰富而实用，符合当前包装设计事业对专业人才知识结构的需求。

这是一套面向院校与企事业从事包装设计专业研究的丛书，参与编写的作者均是全国高等院校包装设计专业方向教学的中坚与骨干，他们不仅具有丰富的教学经验，严谨的治学态度，更重要的是具有强烈的使命感和责任心。本丛书将包装设计的全过程无比清晰地呈现在读者面前。无论您是设计师、品牌经理还是包装制造商，您都将会和包装设计过程的其他参与人员一样，从本书图文并茂的全面介绍中获益良多。

张 杰

二零零九年七月于京城望京花园

PREFACE

前言

色彩在人们的生活中无处不在，人们的生活也因色彩的绚烂而美好。人们在创造和设计生活的过程中，色彩知识的运用总是一个无法回避的问题。尤其对于从事艺术设计工作的人员和正在学习设计课程的学生来说，色彩知识的学习和训练更是必不可少。《包装色彩设计》是一本集色彩知识和训练方法于一体的包装设计色彩学习用书，系统全面地叙述了包装色彩设计的要点，力求通过理论和实践的良好结合，来给读者一个良好的创作平台。

本书区别于其他相关书籍的地方在于不仅有对包装设计系统性的理论研究，而且对包装设计所赋予的深层次的文化内涵做了深入的研究，如对包装的民族性与国际性，文化性与商业性，传统性与时代性的研究等。

希望《包装色彩设计》能为广大读者开阔视野，并帮助大家快速掌握包装色彩设计基本知识和提高运用能力。

本书在编写过程中参考了许多国内外优秀的设计作品，由于条件的限制不能一一将设计师的名字列出，在此向这些优秀设计师以及商品生产厂家表示诚挚的歉意以及衷心的感谢。

本书由于时间仓促，书中难免会有疏漏，敬请广大读者提出宝贵建议和意见。



01

色彩的基本常识 01

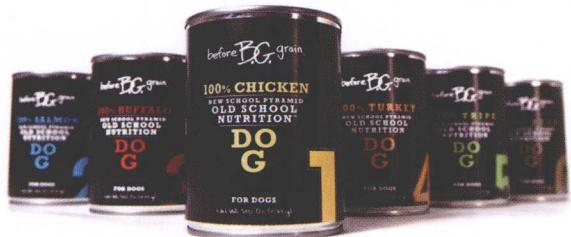
- 01 色彩形成的基本原理 4
- 02 包装色彩设计的属性与表示方法 12
- 03 包装色彩的设计与搭配 18



02

包装色彩的心理感情与联想 27

- 01 色彩与色彩感情 29
- 02 包装设计的色彩感觉 32
- 03 包装色彩联想 38



03

包装色彩的单纯性心理效应 47

- 01 红色产生的心理效应 49
- 02 橙色产生的心理效应 54
- 03 黄色产生的心理效应 58
- 04 绿色产生的心理效应 62
- 05 蓝色产生的心理效应 66
- 06 紫色产生的心理效应 71
- 07 无彩色系黑、白、灰的视觉心理效应 76



04

包装设计色彩美的构成方法 85

- 01 明度对比构成的包装设计 86
- 02 纯度对比构成的包装设计 89
- 03 包装设计的色相构成法 94
- 04 纯度构成法 99



05

包装色彩设计的形式美法则 105

- 01 色彩的和谐美 107
- 02 色彩的平衡美 112
- 03 色彩的节奏美 114
- 04 色彩的比例美 116



01

GENERAL KNOWLEDGE OF COLOR

色彩的基本常识



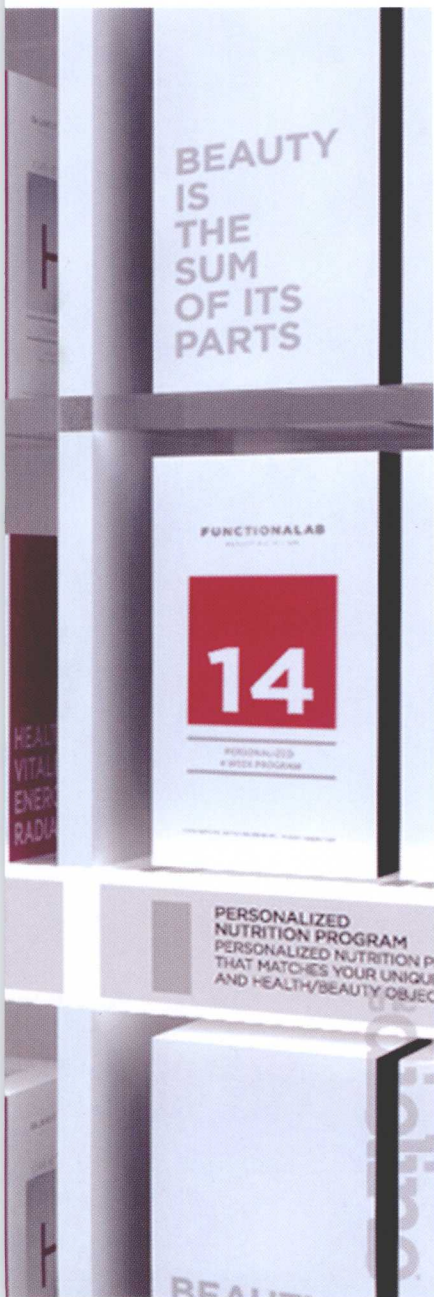


图1-1 “Functionalab”，药品包装设计图 设计：Sid Lee

享誉欧洲的瑞士艺术家、理论家和教育家约翰内斯·伊顿曾在那本被美术界视为“色彩圣经”的《色彩艺术》的最后一句话中说道：“不论造型艺术如何发展，色彩永远是首当其冲的造型要素。”严格说来，人类获得一切视觉表象都是由色彩和亮度产生的。那界定形状的轮廓线，是眼睛区分几个在亮度和色彩方面都截然不同的区域时推导出来的。组成三度形状的重要因素是光线和阴影，而光线和阴影与色彩和亮度又是同宗。即使在线条画中，也只有通过墨迹与纸张之间亮度和色彩的差别，才能把物体的形状显现出来。

对于包装设计师而言，包装色彩设计中色彩基础科学知识固然重要，但不是学习包装色彩设计的终极目标或主体内容。概括起来，包装色彩设计美感的学习与表达集中体现在理论与实践两个层面上。按照艺术辩证法的逻辑观，两者完整地反映了包装色彩设计本质中所包含着的既相互独立又彼此补充的对立统一关系。另外，理论与实践之间的配合是否默契也将直接规范着包装色彩设计学习的质量及效果。优秀的包装色彩设计配置方案可以提升包装的视觉美感，如图1-1所示。

现代科学研究证明，色彩是光刺激眼睛，再传至大脑视觉神经中枢而产生的一种感觉。因此说，色彩是客观对象作用于主体感受的产物。

一、色彩的定义与内涵

所谓色，是感觉色和知觉色的总称。总括起来讲，色是被分解的光(从光的构成上说是可见光；从光的现象来说是漫射光、反射光和透射光)进入人眼并传至大脑时开始生成的感觉，是光、物、眼、心的综合产物。

所谓彩，是多色的意思。一般来说，“色彩”和“色”是同义语。不过，色彩一词常与物体相联系，因此它在很大程度上包含着知觉的要素，与知觉色相对应。如果将它按感觉色处理时，它被称为色刺激，仅与光色相对应。由于知觉的恒常性和错觉，往往不能正确认识色彩，所以学习色彩必须将物体色和光色作综合处理，如图1-2所示。

二、色彩的物理属性

色彩是人的视觉元素之一，是人根据物体遇到并分解可见光所产生的一种视觉反应。没有光源便没有色彩，人们凭借光源才能看见物体的形状、大小、肌理、色彩等视觉元素，从而认识客观世界。

1. 光与色

所谓光，就其物理属性而言是一种电磁波，它们有着各自不同的波

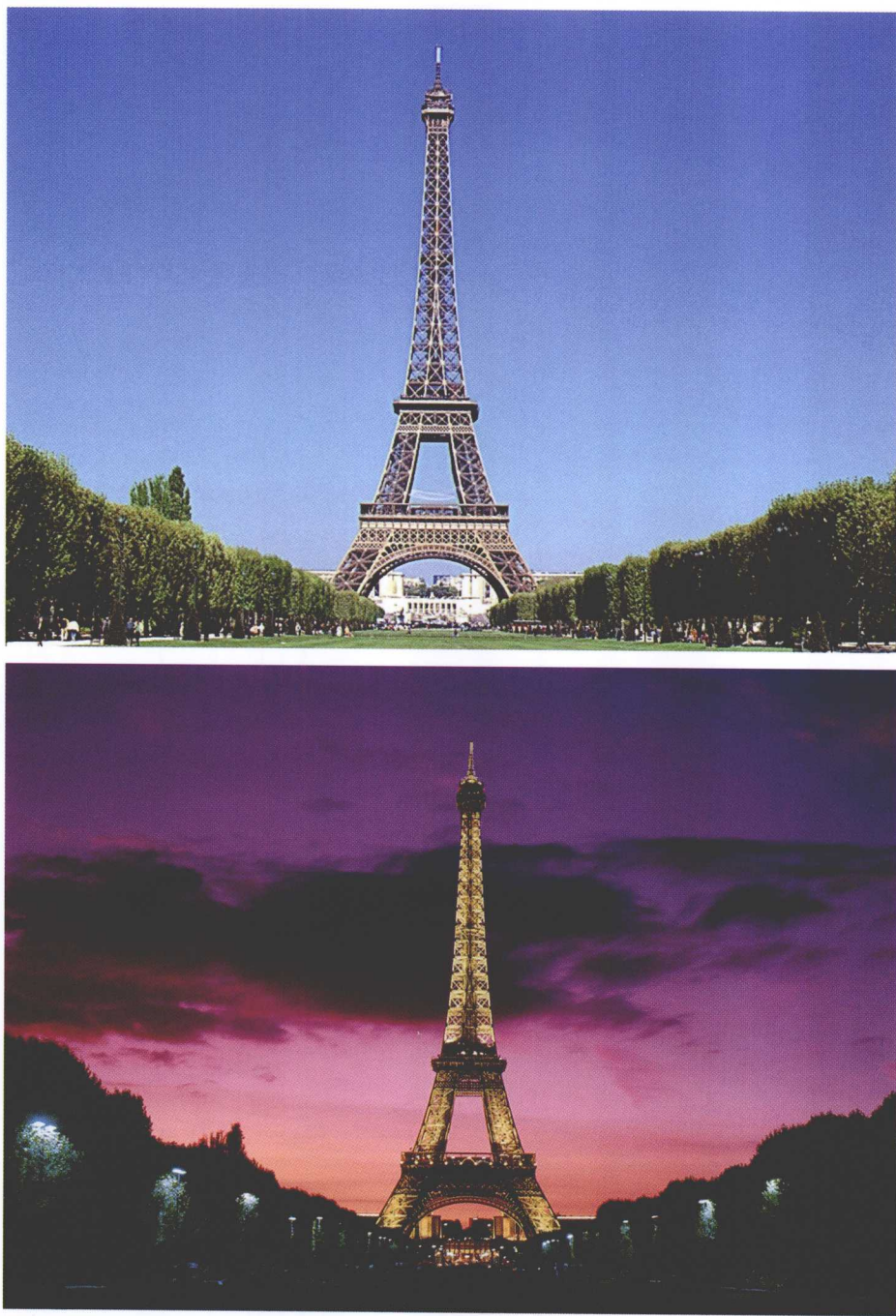


图1-2 艾菲尔铁塔的物体色和光色对比效果图

长和振动频率。但并不是所有的光都有色彩，只有波长在380~780nm之间的电磁波才有色彩，称为可见光。其余波长的电磁波都是人眼所看不见的，通称不可见光，实际上是不同的射线或电磁波。波长大于780nm的电磁波叫红外线，小于380nm的电磁波叫紫外线。七色光谱通过三棱镜是不能再分解的，故称为单色光。光源碰到物体时，一部分被物体所吸收，剩下的部分被反射到人的眼睛里，这才使我们看到颜色。因此，色彩是因可见光的作用导致的视觉现象，可见光刺激眼睛后能引起视觉反应，使人感觉到色彩和知觉环境。光的物理性质由光波的振幅和波长两个因素决定。波长决定色相的差别，波长相同，而振幅不同，则色相就有明暗的差别，如图1-3、图1-4所示。

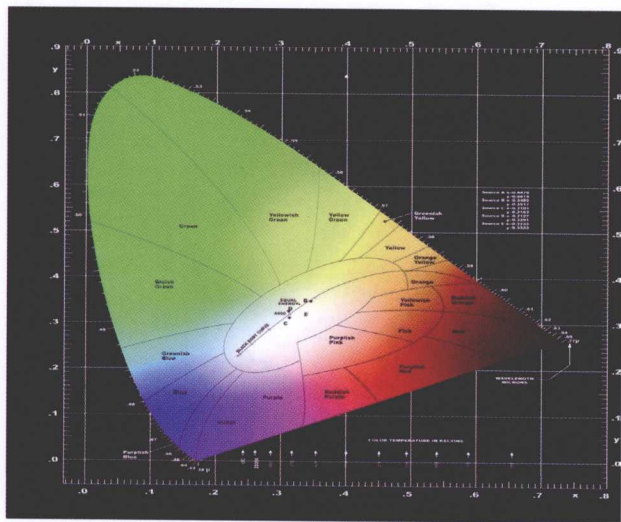


图1-3 光谱图

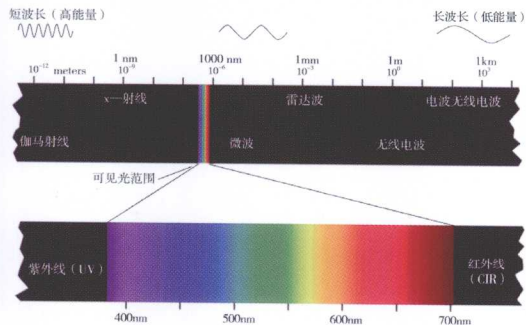


图1-4 光的波长图

2. 光源色、物体色、固有色

所有物体的色彩总是在某种光源下产生的，同时随着光源色以及环境色的变化而变化，但是其中以光源色的影响最大，同一物体在不同的光源下将呈现不同的色彩。在白光照射下白纸呈白色，在红光照射下白纸呈红色，在绿光照射下白纸呈绿色。因此，光源光谱成分的变化，必然对物体色产生影响，如电灯光下的物体带黄，日光灯下的物体偏青，清晨和傍晚的物体呈橘红、橘黄色，白昼阳光下的物体带浅黄色，月光下的物体带青绿色等。光源色的光亮强度也会对照射物体产生影响，强光下的物体色会变淡，弱光下的物体色会变得模糊晦暗，只有在中等光线强度下物体色才最清晰可见。

每一种物体对各种波长的光都具有选择性吸收、反射或透射的特性。以物体对光的作用而言，大体可分为不透光和透光两种，即透明体和不透明体。对于不透明物体，它们的颜色取决于对波长不同的各种色光的反射和吸收情况。如果一个物体几乎能反射阳光中所有的色光，那么它就是白色的；如果物体几乎能吸收阳光中所有的色光，那么该物体是黑色的；如果物体只反射波长520nm左右的光，而吸收其他波长的光，那么该物体则呈绿色。可见，不透明物体的颜色是由它所反射的色光决定的，而透明物体的颜色是由它所透过的色光决定的，如红色的玻璃所以呈红色，是因为它只透过红色的光而吸收其他色光的缘故。由于物体在相同的条件下具有相对不变的色彩差别，人们习惯把白色阳光下物体呈现出来的色彩效果总和称为“固有色”。如白光下的红花绿叶，绝不会在红光下仍然呈现原来的颜色，红花会显得更红些，而绿叶并不具备反射红光的特性，相反它吸收了红光而呈黑色了。严格地说，所谓的固有色是指物体固有的属性在常态光源下呈现出来的色彩。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，它们相互依存又相互制约。只强调物体的特征而否定光源色的作用，物体色就变成无水之源；只强调光源色的作用不承认物体的固有特性，也就否定了物体色的存在，如图1-5所示。

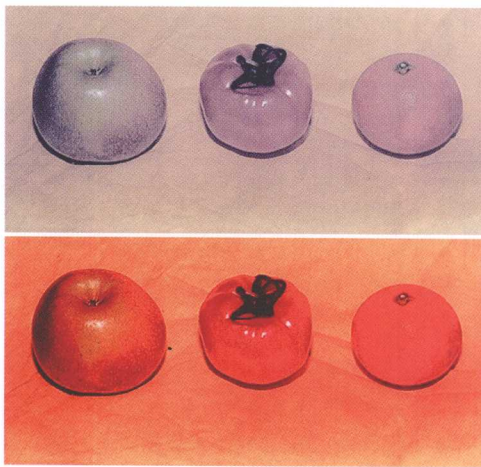


图1-5 物体的固有色与光源色

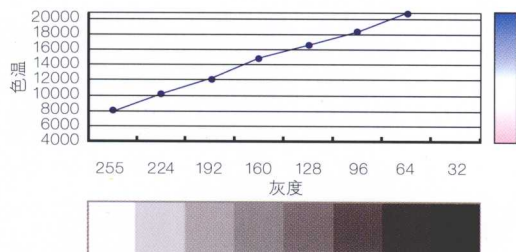


图1-6 灰阶相关色温变化图

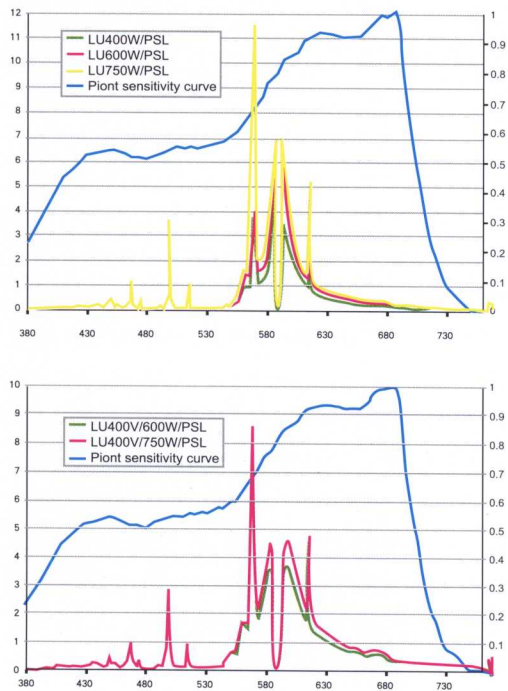


图1-7 色温图

3. 色彩与色温

一般的物体在温度变化时都可产生色光及色彩的变化。有经验的炼钢工人根据铁水的色彩可以判断出大致的温度，天文学家也是根据恒星发光的色彩来确定其温度。水汽稀少时无色，受冷后变成小水珠，形成雾，为白色。人的皮肤受热呈偏红色，受冷则呈青灰色。树叶夏天为绿色，秋天霜降之后呈红色。这些都是温度影响色彩的事例。反之，色彩的变化也能影响温度的变化。当原子弹首次在广岛爆炸时，穿着花纹服装的人，如果是浅色的皮肤灼伤轻，若是深色的皮肤灼伤重，并且相差很大；而穿白色服装的人则几乎免于灼伤。根据美国科学家的实验，在沙漠地区穿黑色军服的士兵每小时可吸收热荷为606kJ的太阳光，穿绿色军服的士兵为472kJ，而穿白色军服的士兵只有384kJ。可见，白浅色反射能力强，而深暗色则吸收能力强，温度各不同。

色温是根据发光面颜色衡量其实际温度的物理量，等于辐射同样光谱成分黑体的物理量。如果物体的颜色和黑体在某一温度的颜色接近或相同，那么这个黑体温度就称为该物体的“色温度”。以加热的铁块色彩变化为例：铁块的颜色会随着温度的升高而变化，当温度达到一定高度时，铁块呈红色，然后由红变橙；当温度升高到1535℃时，铁块开始熔化，变为橙色；当温度继续升高到3000℃时，铁的颜色接近于蓝白色。从铁块的色彩变化过程中可以得出色温与色彩变化的基本规律：在色温低的光源中，蓝光成分少，红光成分多；在色温高的光源中则相反，如图1-6、图1-7所示。

三、色彩生理反应

生理学家发现，肌肉机能和血液循环在不同色光的照射下会发生变化。刺激程度随颜色不同而不同。蓝色最弱，绿、黄、橙、红逐渐递增。色彩的生理反



图1-8 暖色系“Shiner”啤酒包装设计图

应主要表现在错觉与幻觉中，比如说色彩的收缩和膨胀、前进和后退、冷与暖、轻与重以及兴奋与沉静等感觉方面。

1. 胀缩感

视网膜接受不同波长的色光而使人产生对象膨胀、收缩的感觉。造成这种感觉的原因主要在于色光本身。波长长的暖色光与光度强的色光对眼睛成像的作用力强，从而使视网膜接受这类色光时产生扩散，造成成像的边缘线出现模糊带产生膨胀感。相反，波长短的冷色光或光度弱的色光则成像清晰，相对有收缩感。例如，相同品牌“Shiner”啤酒，暖色系列包装设计明显会比冷色系列包装设计给人带来膨胀的感觉。相反，冷色系的包装设计更加有收缩感，如图1-8、图1-9所示。



图1-9 冷色系“Shiner”啤酒包装设计图