

祖母绿色 (亮绿色) 78-07-69-00 057-156-091

高职高专“十二五”规划教材

迎春花色 (黄色) 02-14-93-00 250-217-020

陈启林 李雨桐 张力 编著

樱桃粉红色 (白粉红色) 03-11-02-00 046-225-235

草莓色 (鲜明红色) 15-94-95-04 208-017-009

兰草色 (亮紫朱色) 11-39-13-02 219-148-172

平面广告设计 色彩实践

丹青色 (浅蓝色) 32-15-13-02 169-187-190

钴蓝色 (蓝色) 97-80-00-00 024-033-1

绿枝色 (浅绿色) 47-02-39-00 135-202-148

树叶色 (深淡绿色) 40-09-97-00 153-189-027



化学工业出版社

祖母绿色 (亮绿色) 78-07-69-00 057-156-091

高职高专“十二五”规划教材

迎春花色 (黄色) 02-14-93-00 250-217-020

樱桃粉红色 (白粉红色) 03-11-02-00 246-225-235

草莓色 (鲜明红色) 15-94-95-04 208-017-000

兰草色 (亮紫朱色) 11-39-13-02 219-148-172

绿棕色

平面广告设计 色彩实践

陈启林 李雨桐 张力 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书是一部色彩学习和色彩实践相结合的应用型教材,以色彩实践为教学基础,从自然到印象,从印象到概念再从概念到设计,通过精彩的实例和理论讲解从不同的方向引领学生自主走进平面广告设计的色彩实践和学习中。全书从教学脉络上分为七个章节,其中囊括十个实践课程,即寻找色彩、寻找搭配色、寻找单一色、从中国建筑探寻色彩、从民族文化探寻色彩、寻找植物色、寻找动物色、寻找风景中的色彩、人物采访等十个实践项目。本着实践到理论的教学理念来激发学生的创作灵动性,通过对色彩资源的采集和分析将色彩印象转化为抽象概念,然后再用概念化的色彩描述客观事物以达到准确表现和传达对象思想内涵的目的。

本书适合于学习和从事艺术设计方面工作的人员,大中专艺术设计专业师生,以及涉及有关色彩实践与应用领域的人员。

图书在版编目(CIP)数据

平面广告设计色彩实践/陈启林,李雨桐,张力编著. —北京:化学工业出版社, 2011. 2

高职高专“十二五”规划教材

ISBN 978-7-122-10293-5

I. 平… II. ①陈…②李…③张… III. 广告-平面设计-色彩
IV. J524. 3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第262855号

责任编辑:李彦玲
责任校对:周梦华

装帧设计:唐 密 李含笑 韩 飞

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:北京画中画印刷有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张9¹/₄ 字数250千字 2011年3月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686)

售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 39.80元

版权所有 违者必究

前言

众所周知，在设计中色彩运用得当是设计成功的一半，恰到好处的色彩运用会第一时间抓住大众的目光，但如何运用好色彩，如何使色彩发挥它独有的艺术魅力成为设计的点睛之笔，却常常困扰着初涉设计领域的学生，甚至一些年轻的设计师也常因为色彩运用上的缺憾在商业设计中遇到尴尬。以往的色彩学习，往往使学习者学了很多、背诵了很多，但却没有亲身实践过，导致没有真正掌握色彩应用的要领，不能掌握色彩运用的精髓。

使用本书进行色彩学习会发现，在第一时间即可触摸到明确的学习目标，而其中丰富有趣的动手实践课程设置会让读者体验源源不断的动力，当按照本书的章节一点点做下来后便会发现，原本晦涩难懂的色彩理论会完全掌握在头脑中，并且牢固不忘。同时本书配以大量学生作业作为实例，指导读者尽快进入色彩世界，掌握商业平面广告设计色彩应用的技巧。本书以色彩实践为教学基础，从自然到印象，从印象到概念再从概念到设计，通过精彩的实例和理论讲解从不同的方向引领学生自主走进平面广告设计的色彩实践和学习中。

陈启林老师在设计第一线有着二十几年的设计经验，同时他亦在设计理论研究领域颇有建树，有着多年丰富的教学经验。本书打破以往教材填鸭式教学方式，本着实践为先，从实践中总结理论，再将理论梳理提高后重新指导实践，这种实验性的教学思路当属首创，经多届学生实践反馈，效果极佳。为此，陈启林老师集结色彩教学研究团队编写此教材并深切希望能把实际授课和设计实践中的成果与经验毫无保留地传授给学生。

全书的编写力求严谨细致、图文并茂，在版式安排上也力求阅读和学习方便。团队其他主要成员：张力、唐密、李含笑、徐雪婷、孙婷、时阳等，在此一并表示感谢。

由于水平所限，加之时间仓促，仅作教学理念上的一次抛砖引玉，在编著过程中难免有疏漏和不妥之处，希望各界有识之士予以批评指正。

李雨桐

2011年1月

附：参与示范图设计和提供作业者名单（无排名顺序），在此表示感谢

刘 洋	卜紫月	徐雪婷	王丽娜	张 顺
李木子	李晓彤	刘昕铭	许国武	张鹏冲
赵耐思	王 蔚	胡楠楠	李艳萍	饶 诚
李 敏	孙 奇	赵云鹤	高 源	张 言
邱启丽	张 雪	李佳丽	樊甜甜	金梦楠
李宛霖	孙 颖	于 勇	唐大勇	李文东
刘 鑫	陈 佳	孙娇娇	何 杨	李含笑
余亚珊	李向臣	赵 威	张景元	孙 婷
李 哲	原学玲	李 捷	陈英杰	唐 密

特别致谢：我们有一项很特别的作业是实践采访，于是作业中涉及了许多热心的宾客，不仅给学生们提供了很多指教和帮助，更把自己的形象和生活侧影提供给学生使用。因而也就随作业收录到了教材之中，在此携广大学生向各位关心学生成长的宾客表示深深的敬意。

目录

第一章 关于本书

1

- 一、本书要解决的问题..... 2
- 二、本书的特性..... 2
- 三、本书的结构..... 3

第二章 关于色彩实践

5

- 一、两个有关色彩设计的经历..... 6
- 二、学习方法集要..... 11
- 三、关于广告设计色彩实践..... 14

第三章 自然印象

17

第一课 寻找色彩

18

- 一、走出教室,去拍摄色彩..... 20
- 二、调片常识..... 21
- 三、把照片像素化..... 23
- 四、色彩分析..... 24
- 五、用字体作构成元素作置换色彩练习..... 26
- 六、练习设计色环、立体色谱..... 27
- 七、平面作品欣赏..... 30

第二课 寻找搭配色

31

- 一、寻找搭配色..... 32
- 二、色彩分析和置换(1)..... 32
- 三、色彩分析和置换(2)..... 34
- 四、色彩联想..... 35
- 五、学习借鉴..... 36
- 六、欣赏、临摹和置换练习..... 38

第三课 寻找单一色

39

- 一、寻找单一色产品..... 40
- 二、手绘,用颜料体会色彩..... 41
- 三、电脑色彩分析和色彩感觉联想..... 42
- 四、色彩明度练习..... 43
- 五、色彩纯度练习..... 45
- 六、单一色彩实用设计..... 47

第四课 从中国建筑探寻色彩

48

- 一、从古典建筑上寻找色彩..... 49
- 二、色彩构成分析(1)..... 50
- 三、色彩构成分析(2)..... 51
- 四、对立色的调和..... 52
- 五、创意广告练习..... 53

第五课 从民族文化探寻色彩

54

- 一、民族服饰的用色特点..... 55
- 二、色彩分析与感觉联想(1)..... 56
- 三、色彩分析与感觉联想(2)..... 57
- 四、色彩相邻自然调和..... 58
- 五、提高对比度画面自然靓丽..... 59

六、色彩风格说..... 60

知识窗:色彩名称(1)..... 61

第六课 寻找植物色

63

- 一、寻找植物色..... 64
- 二、从静物到色彩再到设计色彩(示范1)..... 65
- 三、从静物到色彩再到设计色彩(示范2)..... 66
- 知识窗:色彩名称(2)..... 68

第七课 寻找动物色

70

- 一、寻找典型素材..... 71
- 二、花与色的分析与实验..... 72
- 三、动物花色的提取与置换练习..... 73
- 四、有关色彩的应用概念..... 75
- 五、附一件有趣的色彩实验..... 79

第八课 寻找风景中的色彩

81

- 一、如何看到风景中的色彩..... 82
- 二、实践基本练习——从无色中看有色..... 83
- 三、印象派——一百多年前的色彩分析师..... 85
- 四、色彩分析与实用设计(示范)..... 87
- 五、与自然界的色彩沟通..... 88

第四章 印象概念

93

- 色彩感觉经验参考表..... 94
- 阶段总结..... 96

第五章 概念设计

97

第九课 人物采访(1)——简单采访

98

- 一、作业示范(1)..... 99
- 二、作业示范(2)..... 100
- 三、作业示范(3)..... 101

第十课 人物采访(2)——深度采访

102

- 一、理念定位商业设计..... 103
- 二、作业示范(1)..... 104
- 三、作业示范(2)..... 109

第六章 结课附录——色彩知识点总结

113

- 一、认识色彩..... 114
- 二、色彩的空间关系..... 114
- 三、色彩的基本属性..... 118
- 四、色彩的心理效果..... 118
- 五、配色..... 120
- 知识窗:(一)关于CMYK和RGB..... 122
- (二)一种配色经验——色环配色..... 122
- (三)一组有趣的色彩欣赏..... 128

第七章 学生作业示例

129

- 参考文献..... 142

第一章 关于本书

- 本书共七章：关于本书\关于色彩实践\从自然到印象
 \从印象到概念\从概念到设计\色彩知识点总结\学生作业示例
 - 从学习和使用本书的角度说，本书只有两大部分：
 - ▶ 第一部分是通过对各种色彩资源的采集分析，
 将色彩印象转化为抽象概念；
 - ▶ 第二部分是用概念化的色彩描述客观事物，
 以达到准确表现和传达对象思想内涵的目的。
- 这种方法学习和色彩应用训练非常实用且直观生动。

一、本书要解决的问题

学习者都期待获得成功的喜悦，而品尝到成功滋味的却总是不多。因为人们常把目标设定得过于宏伟，之后会倍感旅途漫长，中途丧志者便是正常。笔者首先最想做的就是给学习者找到动力，于是解决学习者以下三大困惑便成为写作本书的初衷：

1. 不知道在学什么；
2. 不知道学了能干什么；
3. 不知道学到了什么。概括来说大概就是三缺：目标、兴趣和成就。本书想用最简单的方式实现以下三个愿望：

1. 触手可及的目标；
2. 互动交流诱发的动力；
3. 不大不小的成就感。

二、本书的特性

这是一本关于平面广告色彩设计的书，凡学习和从事设计方面工作、涉及有关色彩实践与应用的领域都用得到，色彩应用的知识和技术在设计领域应该是通用的。但这不是一本关于色彩知识或新知识与新发现的研究专著，所讲内容与色彩理论都是前人已经讨论好的，甚至或还没有前人的专著论得深透详尽。

本书所列的实在只是一种教学方法和学习方法，但却是一些要改变原来套路的方法。虽然限于笔者本人的学识与文笔水准尚不足以著论教人，但我们一直认为改变一下延续了无数年的学习方式和教学程序都是值得激动的；或许缘于此仅是于刚开始的初步探索，但却很是自信，不仅能给学生们课堂带来许多新意，还能给更高



（组图1-1）

层教学科研者提供一点好的建议, 之后必然会有更详尽更科学的研究实验结果成为系统完善的专业教材。所谓抛砖引玉尔。

三、本书的结构

本书采用先实践, 后理论再应用的训练模式, 学生既可以在课堂上学习, 也可以参照本书自学。其实跟着老师学与自学之间只差作业质量评价一件事, 这里特示范了一种学习模式, 既用来说明这本书中的课程结构, 也说明一下自学时怎样检验自己的作业质量。

如右列图例:

1. 到自然中寻找一种色彩事物, 比如一丛爆裂的蒲草穗, 用数码相机拍下它, 同时准备三张大小适当的画纸 (图1-2)

2. 图1-3, 用色彩描摹这丛蒲草穗给你的最好的色彩印象, 这时你不要顾及蒲草穗的形态和光影关系, 也不要管蒲草穗以外的环境。

3. 图1-4, 把用过的色彩简略出三到五种最接近蒲草穗的色彩印象, 用这些色彩绘制一幅方格构成, 横10块竖10块。

4. 组图1-5, 找一幅好的色彩图案素材, 用刚刚简略出来的色彩置换原作品色彩, 成为新的图案作业。

5. 图1-6, 把蒲草穗的毛绒直接贴在纸上成为一幅简单的装饰画。

6. 最后写出你的色彩感觉评价, 即蒲草穗的色彩定义。

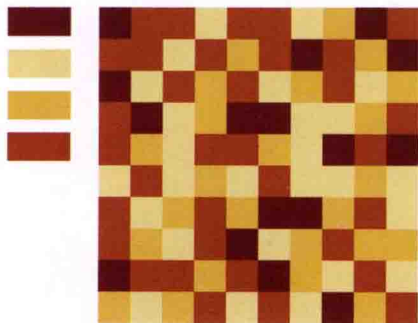
完成这些之后, 你可以请任何人来参观你的作业系列, 并请求他们做出评价, 哪一幅最符合你的色彩定义, 他们最喜欢哪一幅作业, 这便可以很好地成为你作业的成绩标准。以后, 你要经常地收集更好看的平面作品来欣赏, 找到你的差距, 这是一种很好的自学方法。



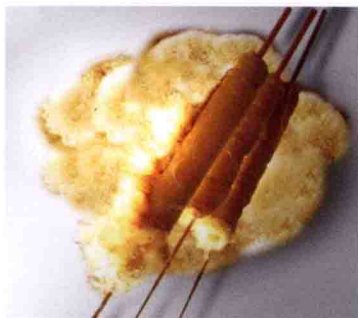
(图1-2)



(图1-3)



(图1-4)



(图1-6)



蒲草穗的色彩定义：
饱满成熟的，秋收的。



第二章 关于色彩实践

▼ 这是两个有关色彩设计的经历,第一个经历,是为一个幼儿园的环境作装饰设计指导。

▼ 为幼儿园选择的色彩搭配示例

一、两个有关色彩设计的经历

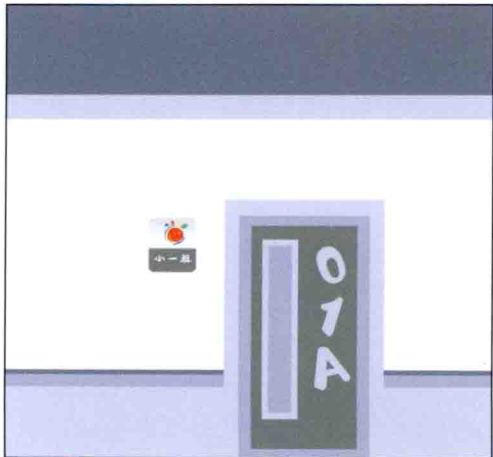
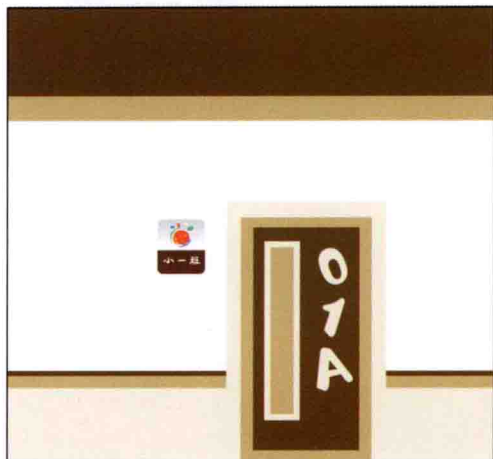
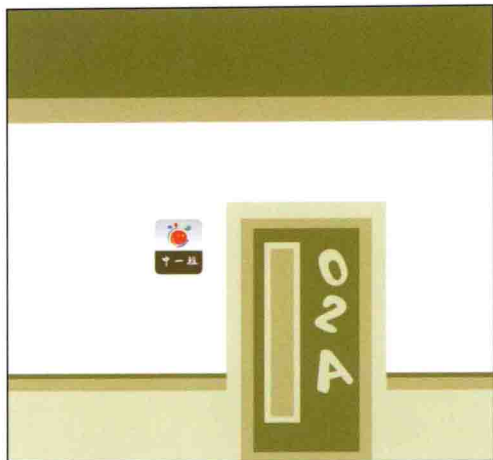
不一定是最典型的,也并非说色彩设计就是这样的,只是比较有意思也有意义,便首先写出来,算是给本书的一个开头。

第一个经历,是为一个幼儿园的整体建筑环境作装饰设计指导。这个号称政府机关幼儿园的单位在本地相当范围内是很有影响的,园领导也始终把自己放在领军位置。适值暑期要全方位改造装修,内外翻修,园长请设计师为他们做设计参谋,要求延续其中为人们所熟知的视觉形象和其中好的风格,其余则要大胆设计,强调同行业中的领军地位和高雅品质,不喜欢通常幼儿园的花花绿绿,花团锦簇,卡通童话之类。总之既要有儿童的生机活力,又要有成熟的文质高雅。

关于设计,一般来说,第一个程序是了解客户。因为之前为这个幼儿园作过一些环境设计,设计师对他们的风格、文化理念、主观喜好已经有所了解,加上园长个人的个性风格、衣着习惯,知道她对新颖新潮的设计很为接受,对有一定文化深度、领先于一般潮流的东西感兴趣,不很喜欢太过流行的所谓时尚,个人在穿着上喜欢灰或黑而有质感的衣料,不喜欢软鲜艳的附加饰品等。

第二个程序是确定设计方向。从上述了解中整理理解,为设计做了初步定位:庄重、淡雅、生态、活力,既适合儿童、又新颖高贵,既生机纯朴,又前卫时尚,有耐读的内容,动中求稳。据此,在色彩上确定的是以低纯度、中对比度、雅静的生态色系为主。人们通常会听到一个词叫“高级灰”,似乎远离黑白区的灰色色级系列更会给人高贵的感觉。

经过反复比对尝试,资料参考,确定采用



(组图2-1)

▼ 设计过程的通常程序:
1. 了解客户,总结中心思想和客户的文化理念 2. 设计定位,或叫确定利益点(商业企业)或立意点(文化机构) 3. 初步方案,征求意见 4. 采集素材 5. 修改调整,有必要的话可以模拟试验 6. 定稿,制定推广计划并指导实践

▼ 组图2-2中,上图为一儿童用品品牌的用色例。
下图是为幼儿园设定色彩系列的标准色标(由于CorelDRAW软件的色彩在位图转换时会有因电脑屏幕直观差异而产生的偏差,在作色彩标准定义时需Photoshop位图软件予以校正,用Illustrator一般不用有这个顾虑)。

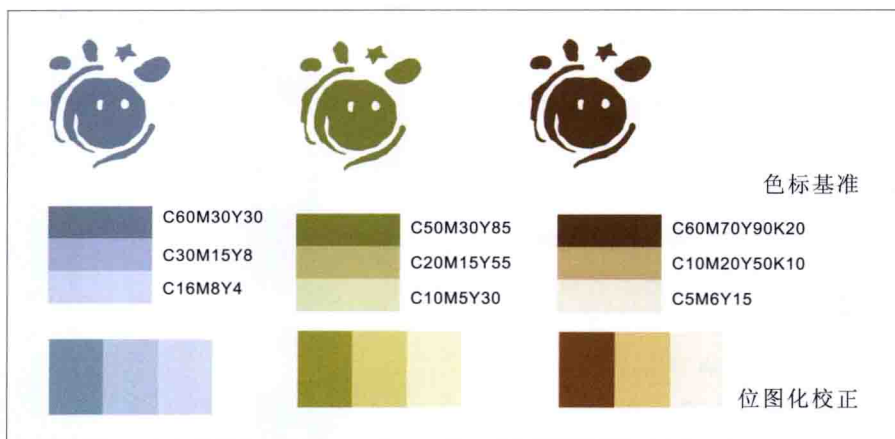
的是三个对比色系列:降纯的土绿系列、降纯的黄土褐色系列、降纯的灰蓝系列。明度在中高区(组图2-1)。

第三个程序是将色彩精确化并为向客户推荐作好理由准备。设计师到商业街较为高档的店做了一些考察,找到几家儿童宝宝用品专营区,比如维尼熊、Baby Piyo Piyo、拉比Baby等,这些品牌的商品中,其色彩的总体感觉并不鲜艳,有很多色彩较淡,但色彩搭配有一种品牌感(组图2-2)。业内人士介绍说,儿童用品就是这种类似洗褪了色的感觉才贵,因为儿童皮肤的细嫩最需要无刺激而贴身的呵护,而那些色彩纯鲜饱满的东西被认为是人造的或染织过的,天然纯棉彩棉才生态。所以儿童用品,尤其服装,越是好的,看上去色彩越是不鲜艳。了解这些后,设计师对设计中的色彩使用作了微调,同时记下了这些品牌类型的儿童用品和经营店,一并作为设计依据和推荐理由汇报给了园领导,很快得到了认可(图2-3)。

附带说一个实践体会,即作为设计人,在推荐自己作品的时候很需要坚持和自信,且要准备充分。当幼儿园的内装饰开始涂色时,在只刚刚涂刷了墙裙深色的时候,因为没有整体



(组图2-2)



(图2-3)

第一个案例的经验是，色彩设计不是拍着脑袋想出来的，而是从经验、从实践中采集而来。
第二个案例在设计时涉及了色彩调和、色彩刺激和色彩心理理论。

组图2-4是幼儿园装修之后的实景照片，由于环境中光的相互折射，在这张照片中已经看不出真实的用色，但这种色彩的和谐关系还感觉得到，这是使这些环境充满了温与亲切的依据。

色彩的搭配对比，显得十分晦暗，幸亏有园方领导对方案的高度信任，才在广泛的怀疑中保证了工程的继续，并最后实现了效果（组图2-4）。

其实这里所使用的色彩归根结底还是依据了天然色的感觉印象，借鉴了前人的经验，采集了天然生长的可以用于织品的彩棉类事物的色彩，而不是简单地依靠经验印象和主观理论。

这一次的经验：设计色彩不是拍着脑袋只管想，而需要更多地了解用户，然后是广泛地学习考察、采集总结。很多时候，灵感元素都是从周围事物中发现的，而不是直接想出来的。最后是自信与坚持。

本书中有个观点说的就是不只向前人学习，更重要的是不要忘了向自然学习，向社会学习，法国著名建筑设计师保罗·安德鲁在为中国国家大剧院设计时，回答记者关于怎样在这个建筑里设计中国元素的问题时说：我其实不是一个民族文化的设计者，而是民族文化的采集者。

第二个经历，这次设计比较有意思，用户新家装修，需要设计师在设计形式和色彩上给一些指导，其中值得一说的是主卧室。这家主人是一对年轻夫妇，有一个女儿5岁左右。所了解的这对夫妇在性格上正是水火两极，男主人细腻涵养，喜文好学，言语少而精准；女主人则快言快语，性急手快，但事过之后很少记挂。两人性格就像一水一火，正是古人所说的水火难调的那种。虽然很少知道他们家庭情况，但猜测也是常常斗嘴。经现场询问证实有过之无不及，吵的都是不是原则问题的小事，却一吵就升级，常常气得两人几乎要打起来，幸亏是有个孩子在中间。



（组图2-4）

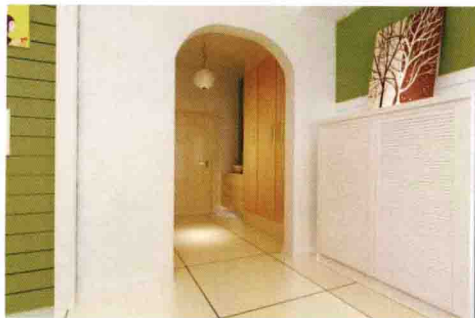
这种情况下，当然是首先征求主人的意见，女士希望红火热烈、活泼现代，理由是希望孩子性格外向活泼；男士想要清雅冷静、色彩透明，强调庄子之论“上善若水”，孩子的成长更要有理性的教导。

在色彩设计上需要调和两个人的意见，但肯定不能有红有蓝，冷暖各半，一是难以表达出统一的色调感，会使室内视觉混乱，二是两类色彩的混搭也不可能满足两个人的欣赏需求，等于把冰块放在热茶水里，谁也尝不到自己的口味。

对此设计师选择了一种暖的土绿，着重表现在卧室里。这有两个依据，一是土绿色中包含了冷色系的蓝，同时包含了暖调系的黄和一点红；外观表现为类似夏季的凉爽色。同时土绿并非单纯的绿，它降低了色彩的纯度，绿得不那么直接，并略去燥的热感。总之这是一种间和在热和冷、动与静、火与水的两种性格之间，从色彩调和的道理上说，土绿也是可以调节水火的(组图2-5)。

第二个依据，是色彩刺激和色彩心理。当下在个人形象设计领域很流行一种色彩治疗，称作“色彩能量”，讲的是利用色彩的刺激量和心理感应来判断一个人的身体状况、工作状态、心情状况等，并用色彩感应引起的心理反应，乃至生理反应来调节人的身体、心理运行，达到疗病健心的目的。关于色彩能量是另一种行业所研究的专业，据说起源于德国，有兴趣的同学也可以去留心一下，算是个职业吧。这里我们权且借鉴其中色彩的心理影响原理，土绿色系会使人闲静恬适，有使人生机好学的潜动力，可以令水性格的人有所积极并生机起来，使火性的人有所平和缓解燥气，用在主卧之中，旨在中和两种性格的对立。

关于这些色彩设计理由权且统统放下，道理归道理，我们来关心一下结果。在事后的聊



天中得知，这对夫妇果然安静了很多，几乎没怎么吵过。深入总结一下有三个原因，一是搬了新家，一直保持着好的心情，大多数时间是共同经营新家，少了引起争吵的缘由；二是这装修后的主卧淡土绿的色彩确实让人看着有心情，在心理上的确起到了调解作用；三是设计师在推荐绿色时借用了风水的玄秘，古人的五行之道，水（蓝色系）能生木（绿色系），木能生火（红色系），木的土绿是火与水的调和色，两人后来一直沉浸在对风水的关注中，一时忘了争吵的家习。借此我想像，古人所谓的风水调解法说不定也有这种心理暗示的成分，但这种暗示不能明说，说穿了就没了作用，所以古人常说的天机不可泄露，心诚则灵可能就是用了这个道理。

总之色彩的使用在这次设计中是成功的，说明色彩的作用不光是视觉艺术，还有“药理”作用，能调节人的情绪和人之间的相处关系。

在这一节里，主要是想通过两个实践设计的小事例，为大家讲色彩的作用和过程，让大家了解实践的重要性，设计是需要多方面知识的交织与共同作用，设计有时需要在实践中采集和发现，而不只



(组图2-6)

是头脑中已有的东西。人的大脑是用来思维的，不单是资源库，一定要根据自己的特点有效地使用。

二、学习方法集要

若论学习的方法也许听了题目就老调，但现在要说的却是另一件，是在教学中所见到的普遍需要解决的一个现实问题。

在色彩分析课上，很多学生的画纸只是用四只塑料图钉钉在画板上，画纸铺上有水分的颜料之后开始皱起，完成后的作业纸更是起伏不平，另外，大家所用的纸大小不同，横竖也不一致，叠在桌上很是零乱。

其实这样很不好，我们不是在学习艺术绘画，不追求材料质感的分解与形状的自然破裂感。我们的专业是设计，设计是商业的，设计的态度需要工整严谨，需要反复琢磨推敲，如同对木头的加工一样，不仅只劈出形状，还要修理到尺，还要刨削到平，还要打磨到精，最后要如产出成品一般美观完整，这是需要从一开始就养成习惯。

在工作实践中也常有一种情况，给客户作的画册或有工艺的贺卡设计需要打样剪裁并模拟成实物，有太多的新毕业生在实习中不知道应该做到尽可能完美才更能得到客户认可的机会，把打印稿折叠得很是粗糙，以为手工做的就该是这样简陋。但事实并不如此，我们需要视客户的要求精度决定我们把样品做到什么程度，有时候就需要做得如成品一样精致，更有时给客户的成品就是手工的。学习设计的学生一定要首先知道制作样品时该持有的态度，所以开头就要求学生严谨认真是必需的。

正如刚才说的色彩分析作业，首先要求作业纸要有统一的格式，包括大小、纸张类型、

