

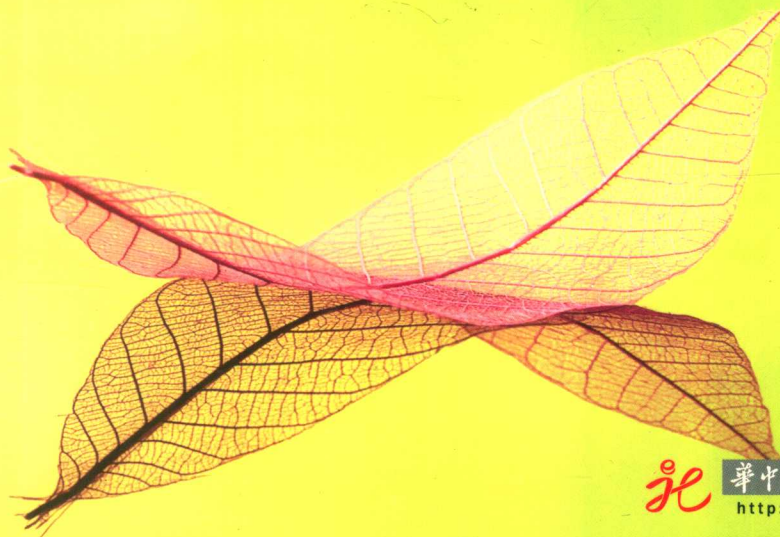


高等院校艺术设计类专业  
“十三五”案例式规划教材

# 设计色彩

李明 石晓宇 王宇 主编

# ART DESIGN



华中科技大学出版社  
<http://www.hustp.com>

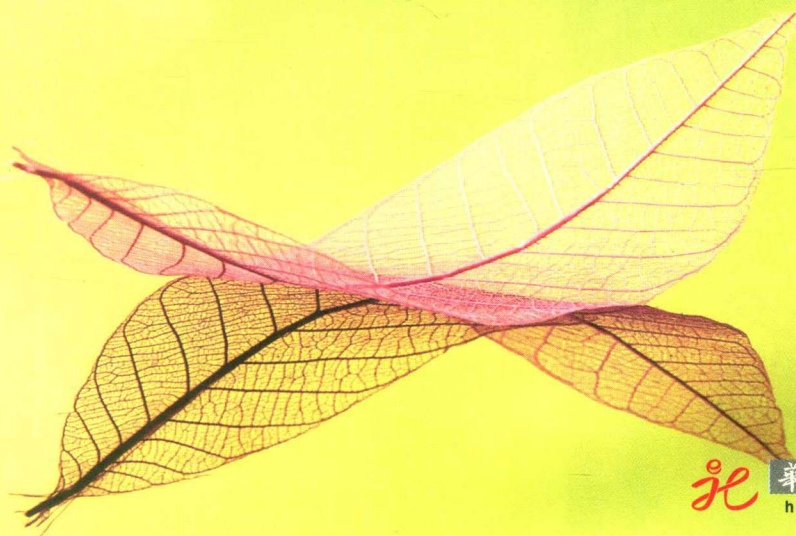


高等院校艺术设计类专业  
“十三五”案例式规划教材

# 设计色彩

■ 主 编 李 明 石 晓 宇 王 宇

# ART DESIGN



华中科技大学出版社  
<http://www.hustp.com>

中国·武汉

## 内容提要

本书采用案例式教学,将理论化的知识点以图解、图示的形式呈现出来,让读者能够轻松地掌握知识体系。设计色彩是设计类学科的一门重要课程,本书形象、直观地演绎了设计色彩的基本设计原则与设计形式。本书可作为环境艺术设计、视觉传达设计、广告设计等艺术设计课程的教材,也可作为美术爱好者的自学用书或相关设计行业的培训教材。

### 图书在版编目(CIP)数据

设计色彩 / 李明, 石晓宇, 王宇主编. — 武汉: 华中科技大学出版社, 2019.6

高等院校艺术设计类专业“十三五”案例式规划教材

ISBN 978-7-5680-4938-2

I. ①设… II. ①李… ②石… ③王… III. ①色彩学—高等学校—教材 IV. ①J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第099513号

## 设计色彩

Sheji Secai

李明 石晓宇 王宇 主编

策划编辑: 金紫

责任编辑: 周怡露

封面设计: 原色设计

责任校对: 李弋

责任监印: 朱玢

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话: (027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编: 430223

录排: 华中科技大学惠友文印中心

印刷: 湖北新华印务有限公司

开本: 880mm × 1194mm 1/16

印张: 8.5

字数: 191千字

版次: 2019年6月第1版第1次印刷

定价: 49.80元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究



## 前言

Preface

有形就有色，色彩是重要的视觉语言，它能够有效传递信息，所以色彩是消费者确认设计价值的重要因素之一。色彩将一切自然景物打扮得五光十色，绚丽多彩。生气勃勃的大自然色彩与人的生活发生密切的联系，它向人们展示着物质、生命、存在和运动状态。

设计色彩与现代科技发展紧密联系，色彩涉及的范围也越来越广泛，视觉传达设计、环境艺术设计、动画设计、服装设计、工业设计等都与色彩息息相关，色彩设计是当下设计者的重要职业技能，有效利用色彩成为当下设计工作的重要内容。

霍金认为：“色彩能直接影响人类的思维状态与心理活动，这是商品生产与销售的命脉。”色彩在无形之中改变着我们的生活，带着生活的节奏感。本书在编写过程中，从生活实际角度出发，结合广告设计、标志设计、包装设计、服装设计、室内设计各个空间的色彩设计，将设计色彩的主要功能落实，以帮助读者更好地认识到色彩与设计之间的关联。

本书全面讲述了色彩设计的基础知识与应用、表现形式与设计原则、配色设计与使用人群、绘画的基本方式与色彩搭配等内容。本书还结合国内外优秀的设计色彩案例，对时尚元素进行分析，让读者更加真实地感受到设计色彩与生活相关联。另外，采用本章小结的形式将每一章节的内容进行归纳总结，有利于学

生理解每一章节的主要内容。本书是一本形式新颖、内容丰富的艺术设计类教材，适合普通高等院校和高等职业院校相关专业使用，对丰富高校教材、提高学生的理论水平及实践能力，有良好的引导作用。

本书在编写过程中得到了以下同事的大力支持与帮助：王思艺、王志林、王子乐、翁欣悦、肖吉超、肖伟、颜海峰、杨洋、余沛、余嗣禹、张婷、张圆、赵甜甜、赵维群、周洲、朱玉琳、王宇星、郑坚、蔡壮、严庆、邓志焱、秦雪凯、张立威、王鹏、曹鑫、汤留泉、金露，在此表示感谢。

编者

2019年4月



# 目录

Contents

- 第一章 设计色彩概述 /1
  - 第一节 色彩的概念 /2
  - 第二节 色彩的基础课程 /15
  - 第三节 设计色彩的应用 /25
  - 第四节 案例分析——色彩对比设计 /27
- 第二章 设计色彩的形式 /33
  - 第一节 色彩的表现形式 /34
  - 第二节 色彩调和设计 /39
  - 第三节 色彩构成设计 /45
  - 第四节 案例分析——色彩印象 /48
- 第三章 设计色彩的配色 /55
  - 第一节 常见配色设计 /56
  - 第二节 配色设计原则 /58
  - 第三节 配色与使用人群 /60
  - 第四节 案例分析——婚房配色设计 /70
- 第四章 设计色彩的表现方法 /75
  - 第一节 色彩的感觉表现 /76
  - 第二节 色彩的符号表现 /81
  - 第三节 案例分析——色彩的引申应用 /86
- 第五章 设计色彩应用 /91
  - 第一节 设计色彩与广告设计 /92
  - 第二节 服装与设计色彩 /96
  - 第三节 标志与设计色彩 /96
  - 第四节 包装与设计色彩 /97
  - 第五节 案例分析——海报设计 /101
- 第六章 设计色彩案例分析 /105
  - 第一节 办公空间设计色彩 /106
  - 第二节 餐饮空间设计色彩 /111
  - 第三节 酒店设计色彩 /115
  - 第四节 商店设计色彩 /118
  - 第五节 展示设计色彩 /121
  - 第六节 医疗设计色彩 /122
- 参考文献 /127

## 第一章

# 设计色彩概述

学习难度：★☆☆☆☆

重点概念：色彩的概念、发展、属性、分类、应用

### 章节 导读

感知色彩是人的一种基本能力，在日常生活中，色彩有着多种多样的变化。从艺术设计的角度出发，色彩具有独特的艺术审美性，不同的色彩展现出不同的视觉感受与情感。对从事设计的人来说，学习设计色彩是一门必修课（图 1-1）。



图 1-1 色彩感知

## 第一节 色彩的概念

### 一、色彩的由来

从广义上讲，色彩是指波长在380～780nm之间的可见光在人的大脑中形成的色彩印象和判断，它包含了人类能感知到的色彩现象——色光色与颜料色。色光色由红、绿、蓝三种颜色构成，如电影、电视、电脑等影视图像显示的色彩（图1-2）；颜料色是由红、黄、蓝三种原色混合而成的色彩。从狭义上讲，色彩主要是指颜料色，它是绘画学习者的主要研究课题之一（图1-3）。

### 二、常见的设计要素

色彩是通过颜色之间的有序混合所形成的关系和效果。色的混合一般分为色光的混合和颜色的混合。结合色彩概念中的内容，我们了解到色光的混合又称加色混合。它们的三原色是红、绿、蓝。它们之间的混合等于白光。色光相加，越加越

亮。用色光的三原色按不同比例混合可以调配出自然界中所有的色彩。而在美术中所讲的三原色红、黄、蓝是指颜料混合，又称减色混合。这三个原色按不同的比例混合，一般可以合成其他各种颜色，而它们却是用其他颜色混合不出来的，用这三种原色同比例混合几乎变成黑色。颜料混合中常见的色彩名词如下。

#### 1. 原色、间色与复色

原色、间色与复色是按照颜色可否调配或调配程度来进行划分的（图1-4）。

（1）原色。红、黄、蓝三种颜色无

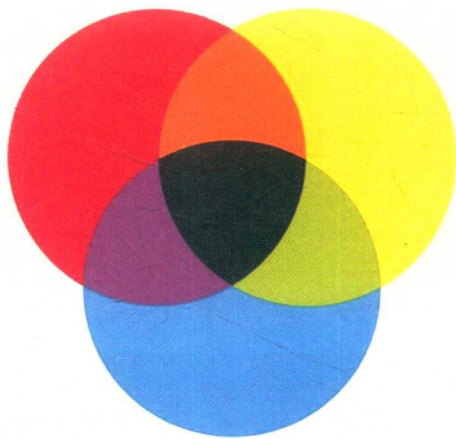


图 1-3 颜料色

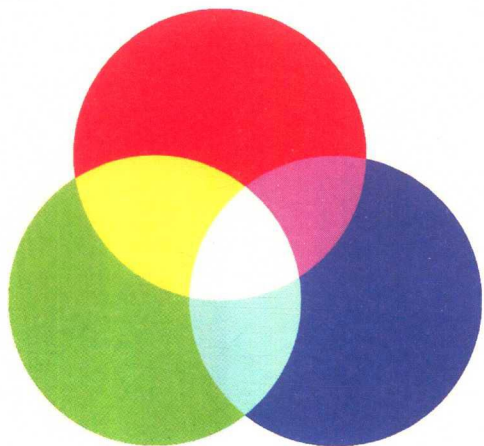


图 1-2 色光色



图 1-4 原色、间色与复色

法用其他任何颜色调配而成,故称为原色。

(2) 间色。间色指两个原色相混合所产生的颜色。如橙、绿、紫(红+黄=橙,黄+蓝=绿,红+蓝=紫)。

(3) 复色。复色是由三种原色或两种间色按不同比例混合调配出来的各种不同颜色。如蓝灰、黄灰、绿灰等。

## 2. 补色

补色也称对比色,指两个颜色的冷暖相反,并列时产生相互对比作用,同时又相互补。一个颜色与之互补的颜色可以有很多。一般在色轮中处于 $90^{\circ} \sim 180^{\circ}$ 之间的两色为对比色,其中处于 $180^{\circ}$ 的两色为补色,而补色是最强烈的对比色。如红与绿、黄与紫、蓝与橙是三对最基本的补色。

## 3. 色彩的三要素

每种色彩都有三种属性,或称三要素。通常把色相、明度、纯度称为色彩的三要素。这三个要素不是孤立的,而是联系在一起。在作画过程中,设计者要将这三方面同时加以考虑,不能顾此失彼。

(1) 色相。色相指颜色的基本相貌特征,表示各种颜色的名称,如红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等色相。它与色彩的强弱、明暗没有关系,仅仅是区别某一色

与另一色的名称。在写生中我们会遇到不易确定的色相,也就是说颜色难以叫出名字,只可以从接近光谱的倾向加以区别。例如在黄与绿之间从微微带绿的黄绿,然后过渡到微微发黄的绿,都属于色相的差别(图1-5)。

### ①色相环。

色相环是一种圆形排列的色相光谱,色彩是按照光谱在自然中出现的顺序(光谱顺序:红、橙红、黄橙、黄、黄绿、绿、绿蓝、蓝绿、蓝、蓝紫、紫)来排列的。暖色位于包含红色和黄色在内的半圆之内,冷色则包含在蓝绿色和紫色的半圆内,互补色则出现在彼此相对的位置上。

常见的色相环分为12色与24色(图1-6)。

色彩可以分为有彩色和无彩色,色相环中的色彩就属于有彩色。无彩色就是黑与白,以及不同程度的灰。无彩色可以与任一颜色搭配(图1-7)。

### ②色相对比。

色相环上任何两种颜色或多种颜色并置在一起时,在比较中呈现色相的差异,从而形成的对比现象,称为色相对比。色相对比的强弱之分如下:同一色相对比在色相环上的色相距离角度是 $0^{\circ}$ ;邻近



图1-5 根据色相写生

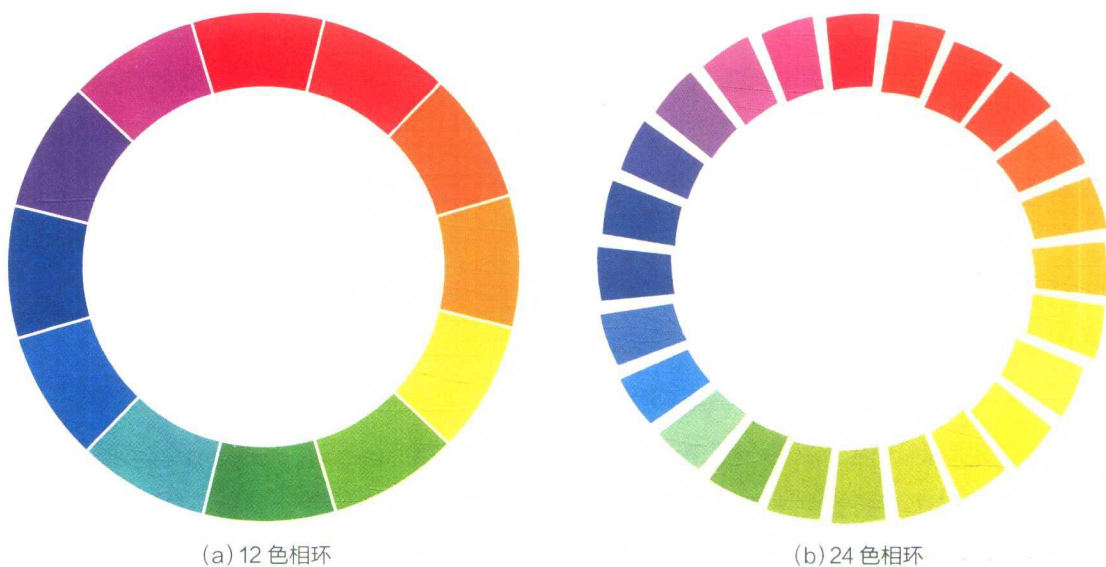


图 1-6 色相环

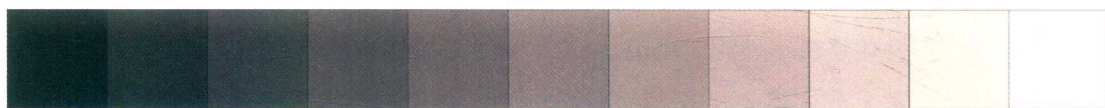


图 1-7 黑、白与不同程度的灰都属于无彩色

色相在色相环上相距  $15^\circ$  到  $30^\circ$ ；类似色相对比在  $60^\circ$  以内；中差色相对比在  $90^\circ$  以内；对比色相对比是  $120^\circ$  以内；补色相对比在  $180^\circ$  以内；全彩色对比范围包括  $360^\circ$  色相环。任何一个色相都可以自为主色，组成同类、邻近、对比或互补色相对比（图 1-8）。

同类色相对比。同类色相对比是同一色相里的不同明度与纯度色彩的对比。这种色相的一致性为色相调和的因素，也是把对比中的各色统一起来的纽带。因此，这样的色相对比，色相感就显得

单纯、柔和、协调，无论总的色相倾向是否鲜明，调子都很容易统一。初学者容易掌握这种对比方法。

邻近色相对比。邻近色相对比的色相感要比同类色相对比明显些、丰富些、活泼些，可稍稍弥补同类色相对比的不足。

对比色相对比。对比色相对比的色相感，要比邻近色相对比鲜明、强烈、饱满，容易使人兴奋、激动，甚至产生杂乱和过分刺激，倾向性不强，缺乏鲜明的个性。

互补色相对比。互补色相对比的色

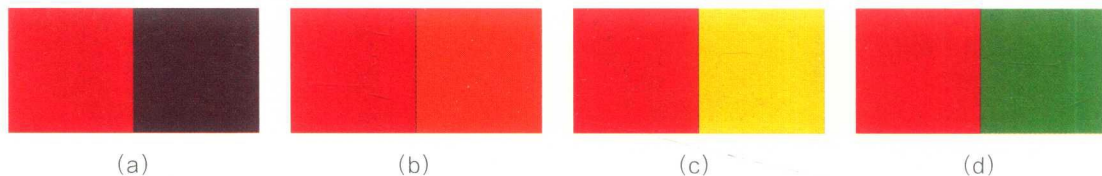


图 1-8 色相对比

相感,要比对比色相对比更完整,更丰富,更强烈,更富有刺激性,但它的短处是不安定、不协调、过分刺激,有一种幼稚、原始和粗俗的感觉。

### ③暖色、冷色与无彩色。

对于非专业人士来说,用色相分类来建立色彩印象是比较困难的,更多时候,我们选择用冷色和暖色作为基调来进行区分,这样很容易掌握整体的环境氛围,不易出错。

色相环上所有的色彩中,绿色与

紫红色属于中性色,中性色左侧的为冷色,中性色右侧的为暖色(图1-9、图1-10)。

图1-9为色相环冷暖。暖色位于包含红色和黄色在内的半圆之内,冷色则在包含蓝绿色和紫色在内的半圆之内,互补色则出现在彼此相对的位置上。

图1-10为暖色调的配色。红色的地毯、浅黄色的墙面与原木色的地板,形成了强烈的对比,加以米色系的床具和家纺,营造出温馨的氛围。

黑、白、灰属于无彩色,可以与色相环上的任何颜色相调配。

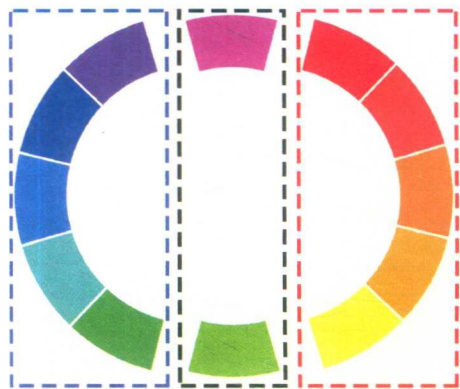


图 1-9 色相环冷暖



图 1-10 暖色调的配色

## 色彩调配的基本方法

### 小贴士

(1) 色彩的混合。色彩的混合即把两种或两种以上的颜色混合以获得一种新的色相。

(2) 色彩的重置。色彩的重置就是指两种或两种以上的颜色分开涂层,将一种颜色罩在另一种已干的颜色上,光穿透透明色层,又经水彩纸的反射,再穿透透明色层,被人的眼球的感色细胞感知。这就是所谓的“视觉灰色”。

(3) 色彩的并置。色彩的并置就是用不同颜色的点、线、面并列一起,通过空间、距离和视觉生理混合产生新的色相,也就是所谓的“空混”。

颜料中最接近光谱色的大红、柠檬黄、翠绿、普蓝、鲜紫为彩色最高的“纯色”。

(2) 明度。明度是指颜色的亮度、深浅和浓度。一般来说,物体表面对光的反射程度的高低决定其明度的高低。同一色相的颜色,由于光照强度不同(距光源近,明度强,反之则弱)或者在同样的颜色中加入不同程度的白色,它们的明度也不同。明度一般用高、中、低来表示(图1-11~图1-13)。

在相同颜色的情况下,因光线照射的强度会产生不同的明暗变化。在无彩色中,白色明度最高,黑色明度最低。有彩色中,黄色明度最高,蓝紫色明度最低。亮度具有较强的对比性,它的明暗关系只有在对比中才能显现出来。

(3) 纯度。纯度指颜色的饱和程度,

指颜色中的纯净度和单一程度。一种颜色中掺入了灰色,它就失去了纯度,也就是说颜色中所含灰色量越少,纯度就越高,也就越饱和。同时纯度与明度也有着密切的关系,当一种颜色调入白色或黑色时,不仅明度降低,纯度也随之发生改变。

从科学的角度看,一种颜色的鲜艳度取决于这一色相发射光的单一程度。人的肉眼能辨别的有单色光特征的色,都具有一定的鲜艳度。不同的色相不仅明度不同,纯度也不相同,越鲜艳的颜色纯度越高(图1-14)。纯度的强弱是指色相的感觉明确或含糊的程度,高纯度的颜色加入无彩色,不论是提高明度还是降低明度,都会降低它们的纯度(图1-15)。

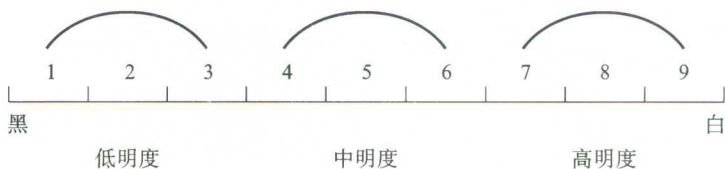


图 1-11 明度划分图

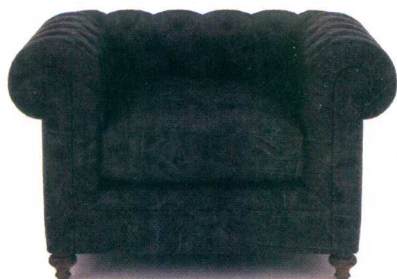


(a) 加入不同程度白色的色彩变化



(b) 加入不同程度黑色的色彩变化

图 1-12 明度变化

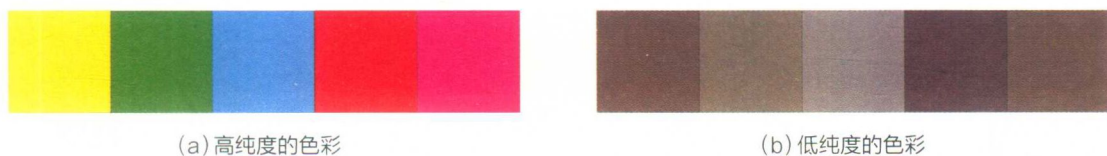


(a)



(b)

图 1-13 不同明度的沙发



(a) 高纯度的色彩

(b) 低纯度的色彩

图 1-14 纯度色彩

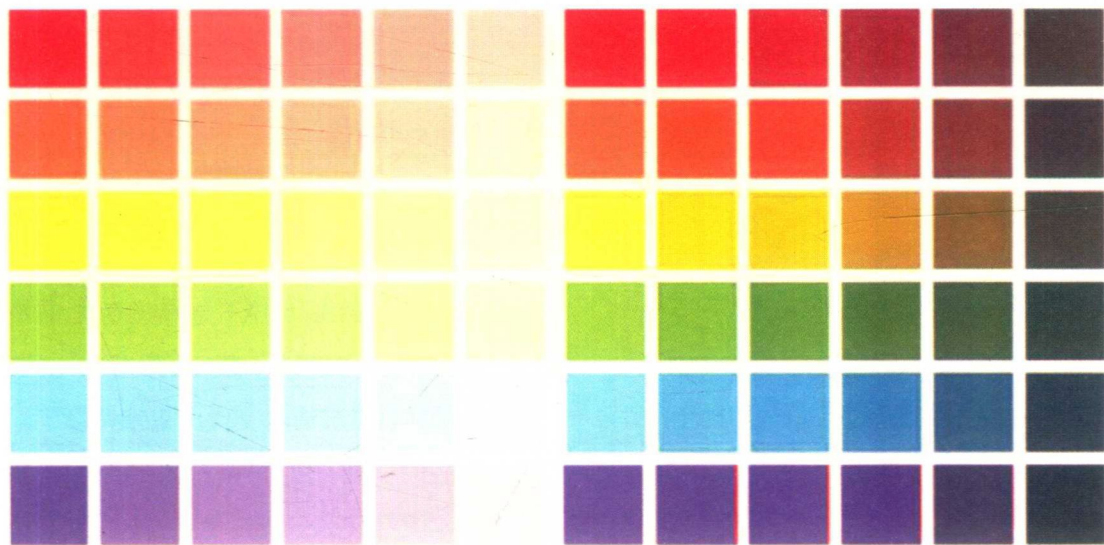


图 1-15 纯度变化

### 降低色彩纯度的方法

(1) 加入无彩色，即黑、白、灰。纯色混合白色可以降低其纯度，提高明度，同时色彩会变冷。各色混合白色以后会产生色相偏差，色彩感觉更加柔和、轻盈、明亮。纯色混合黑色，则既会降低纯度，又会降低明度，同时色彩会变暖。各色加黑色以后，会失去原来的光亮感，变得沉稳、安定、深沉。加入中性灰色，则会使色相变得浑浊，相同明度的纯色与灰色混合后，可以得到不含明度和色相变化的不同纯度的含灰色，具有软弱和柔和的特点（图 1-16（a））。

(2) 加入颜色的补色。加入互补色就等于加入深灰色，因为三原色相混得到深灰色，而一种色彩的补色正是其他两种原色相混所得的间色，所以也就等于三原色相加（图 1-16（b））。

(3) 加入其他色。一种纯色加入其他任何有彩色，会使本身的纯度、明度、色相同时发生变化（图 1-16（c））。

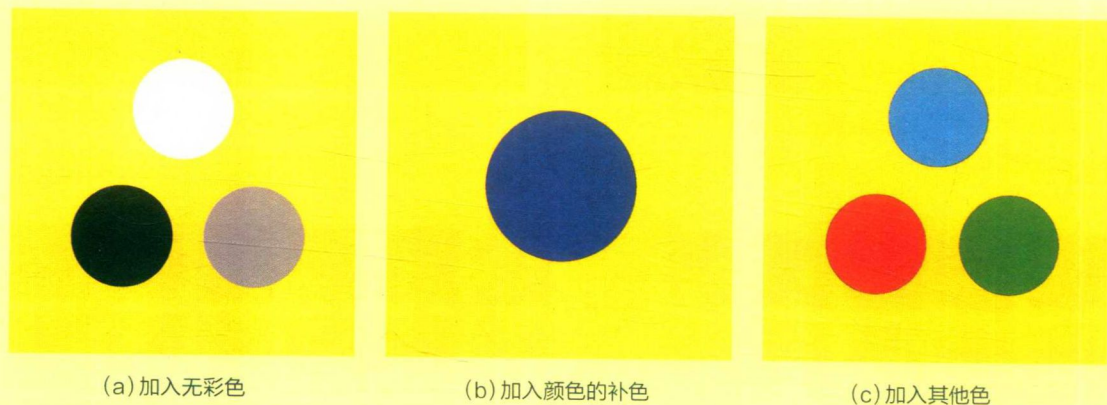


图 1-16 降低色彩纯度

### 三、色彩的表现性

色彩写生是作为基础训练的一种手段，它要求在较短的时间里将所描绘的对象通过运用色彩的基本规律真实生动地表现出来。我们经常会遇到几位画家同时画一组静物或是风景写生，最后画面的效果却各不相同，确切地说是各有千秋。所以所谓用色彩表现对象实际上是表现对象的色彩关系，而不应该机械地模仿对象的颜色。颜色的准确与否是相对而言的，辨别颜色准不准不是你在调色盘里所调出的颜色与实际物体的颜色是否一致，而应是这种颜色画到画面上之后所产生的色彩关系是否合适。如何在色彩写生中更好地表现色彩可参考以下几个方面。

#### 1. 先色彩后形体

这是针对初学者进行色彩感觉训练的一种行之有效的办法。因为初学者总喜欢将形体轮廓画得非常严谨，一丝不苟，然后严格按照轮廓一个物体接一个物体“填色”，而且喜欢将一个物体全部画完之后，再画另一个物体，这样会造成画面僵硬、死板，色彩缺乏比较与联系，不能形成画面的整体感。

先色彩后形体并不是指上色之前不打形，而是形要概括，整体的构图、比例、透视、空间关系基本交代出来就可以了。铺色的时候首先要强调对象的色相、明度、纯度变化及冷暖、补色关系，每一个区域的色彩都要有所交代，点到为止即可。在深入刻画阶段，在继续深入色彩感受的同时，再把形慢慢地找出来。一定要注意，形要有虚实和节奏变化，形是“色彩的形”。

#### 2. 多画记忆色彩和色彩速写

生活中转瞬即逝的美好的色彩感受有时候由于作画条件的限制而不能现场描绘，但这种记忆通过画笔表现出来，让它成为再现的画面。记忆作画可以促使你观察对象更加深入，更能把握要害，对提高概括能力、艺术的想象力大有裨益。如条件允许，进行短时间的色彩速写能训练你捕捉对象大的色调和瞬间的色光关系，用尽可能简练的色块、笔法直抒胸臆，追求“神似”而不是“形似”，以少胜多，以简胜繁。作画时间短则三五分钟，长则半个小时，应随机而定（图 1-17、图 1-18）。



图 1-17 风景速写水彩画(大卫·考克斯)



图 1-18 建筑速写水彩画

### 色彩的感受与理解

人们看物体的时候,最深刻的感受是第一印象。这种感受是直观的、感性的,同时也是最真实的。色彩规律对于我们观察理解和表现对象的色彩无疑是起指导作用的,但如果过分地依赖它而失去自己独立的感受,那便失去了意义。

训练和培养敏锐的感觉和正确的观察方法尤为重要,良好的感觉可以使画面始终保持一种较为生动、鲜活的气氛,但是如果缺乏坚实的色彩理论基础支持,是不会长久的,感觉与理解相辅相成。强调写生中注重感觉不是有意削弱理解的成分,反之如果没有理解,没有掌握好色彩变化的规律,所画出来的画也不可能生动自然,充其量也只是昙花一现。应该说,色彩理论知识有助于我们更敏锐、更准确地感觉对象的色彩关系,只有当把感性认识上升为理性的、规律性的认识时,我们才会在平时的色彩写生中掌握主动,艺术的表现手段才能得以尽情发挥。

## 小贴士

### 3. 加强色彩写生训练

艺术来源于生活,坚持在自然中写生,用画笔触摸美的点点滴滴,用心灵与自然对话,可以有效提高对色彩的感受能力、表现能力、概括能力与分析能力。

在色彩写生中,初学者可以在掌握了正确的观察方法和规律以及基本绘画技

能的情况下,充分发挥自我的艺术想象力和潜在的原创性,力求形式风格多样化。

## 四、色彩的发展

### 1. 色彩理论的发展历史

绘画作品的语言是指构成画面传达的特定的思想感情、精神内涵,它的主要

工业设计色彩专家安契尔·霍金认为：“色彩能直接影响人类的思维状态与心理活动，这是商品和生产销售的命脉，甚至关系到家庭生活的美满幸福，它是感染你心灵的窗户，你所居住的环境和自然条件，涉及你桌上、床头陈列品的色彩，都是促使你条件反射的第一信号。”

表现手段是形、光、色、线、体积、明暗、空间、构图等，色彩语言是其中一个基本因素。无论是画水彩、水粉、油画，还是表现风景、静物、人物，色彩语言都是必须掌握的基本理论和技能。绘画的色彩语言，包括色彩学的基本理论、色彩造型、色彩表现等基本手段和规律。

色彩语言的研究综合了色彩学、心理学、美学等多方面的成果，扩展丰富了绘画色彩的表现领域，对绘画、装饰、设计许多方面的发展起了推动作用。现代社会由于文化生活以及社会交往的发展，对色彩语言的理解和应用，已经成为现代人文化修养的一个组成部分。无论是绘画的制作还是欣赏，以及其他的文化艺术生活，例如摄影、摄像、电视、服装、家具、室内布置等的选择和使用，都离不开相应的色彩知识。学习和掌握色彩知识也已经成为人们日常工作和生活中的一种需要。

## 2. 地位与影响

### (1) 价值体系。

现代设计已从造型时代演变为色彩主导设计的时代，色彩可以使人产生丰富

的联想和强烈的感性认识，在现代艺术设计中，人们要求设计产品不仅能满足物质需求，更重要的是要具有一定的文化品位，从精神需求上当作人类心灵和情感的投射。加大对色彩设计与研究的力度及深度，把握色彩运用的发展趋势与特征，确立色彩在经济活动与艺术设计中的重要地位，是促进国内色彩设计、色彩营销等不断走向成熟，并且利用色彩为企业带来效益的重要举措。

①色彩具有先声夺人的艺术感召力。我们生活的世界是一个色彩的世界，色彩这位“自然的化妆师”把一切自然景物打扮得五光十色，绚丽多彩。生气勃勃的大自然色彩与人的生活发生密切的联系，向人们展示着物质、生命、存在和运动状态。来自外界的一切视觉形象，如物体的形状、空间、位置的界限和区别等，都是通过色彩和明暗关系来反映的，人们必须借助色彩才能认识世界、改造世界。因此，色彩是传输信息，吸引人的注意力的主要手段（图 1-19）。

②色彩是情感与文化的象征。色彩

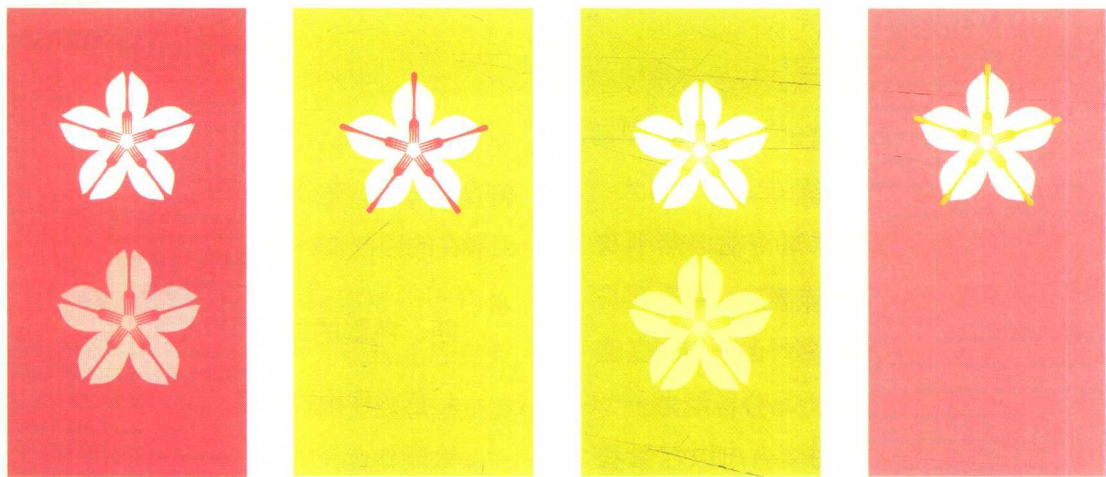


图 1-19 色彩给人的心理感知

本身是无意义的,但自从人类开始有意识地进行装饰活动起,色彩就被赋予了不同寻常的象征意义。色彩作为产品的外在表现,不仅具备审美性和装饰性,而且具备符号意义和象征意义。作为视觉审美的核心,色彩深刻地影响着人们的视觉感受和情绪状态。

色彩所引起的心理反应,有些是人们长期生活实践中自然形成的印象,有些则带有强烈的社会文化烙印。如原始社会山顶洞人的墓葬,就已经开始用赤铁矿进行有目的的装饰了,红色对原始人来说是与生命、活力有关的象征。红色不但在中国是一种极为重要的色彩,在节庆日用来表达庄重、喜庆、吉祥的气氛,对其他大部分国家的人民来说,也具有同样的意义。但有些色彩在不同的国度有着不同的意义。如在西方,由于叛徒犹太身着黄色外衣,所以,与黄颜色有关的词语多含有轻视的意味。但是,在佛教国家缅甸,黄色却没有任何的消极含义。

社会文化对色彩审美的影响是巨大的。由社会背景所决定的色彩喜好,有时甚至会与习惯的色彩心理背道而驰。国家的政治制度、文化体系,人们的风俗习惯等,甚至群众广泛关注的某个事件,都会对色彩的审美观念造成影响。色彩一旦被赋予了道德、思想、信仰等方面的内涵,它也就变成了一定社会状态的外在表现符号。色彩还体现了地域文化。生活在北欧地区的人们,习惯了湖泊、雪峰的自然景观,对青、绿色系比较偏爱;我国东北地区空气晴朗,房屋的窗格多是蓝色的,而华北地区则大都是绿色,多雨雪地区的人

喜爱淡淡的灰色等。还有些色彩喜好是处于特定环境中的人们,对严重缺乏的事物的渴望和追求所致。如沙漠地区的人们对于绿洲、水源的渴盼而对绿色有着特殊的情感。

③色彩体现商业价值。色彩在工业产品的设计、生产、营销中具有巨大的商业价值。

物质的极大丰富给人们带来了更多的选择机会,人们不再愿意更长久地拥有某些产品,人们在选择产品时往往会根据自己的喜好、自身的心理需求来选择。这时的产品竞争已经开始由“物”过渡到了“精神”的层面,同质化趋势使制造商们必须提升产品的附加值,色彩这时自然就成了参与产品竞争最简单、最有效的方法之一了。

色彩是一种强大的具有吸引力的表达工具,可以快速地吸引人们的注意力(图1-20、图1-21)。据国外产品开发行业统计,只需要增加少量的成本,就可以利用色彩将产品的附加值提高15%~30%。

如今,很多公司都开始成立了专门的色彩研究所,通过色彩研究,将市场细分,挖掘新的市场空间等,以便把握消费者,占领市场。

## (2) 发展趋势。

从古至今,色彩的发展历史是人们色彩持续的迷恋以及对设计色彩观念更新的一个过程。在21世纪,色彩作为设计整体的重要因素与组成部分,和其他设计形式语言一样都存在着审美和实用的双重作用。色彩既能装饰和美事物,引起

色彩理论中有一种说法称为“7秒钟色彩”,即对一个人乃至一个商品的认识,会在7秒钟内以色彩的形态留在人们的印象里,也就是说通过色彩很容易使产品成为关注的焦点。