



COLOR
DESIGN

设计师的

平面广告

色彩搭配手册

卢琳琳 编著



配色超简单、超实用，
设计师喜欢的书！

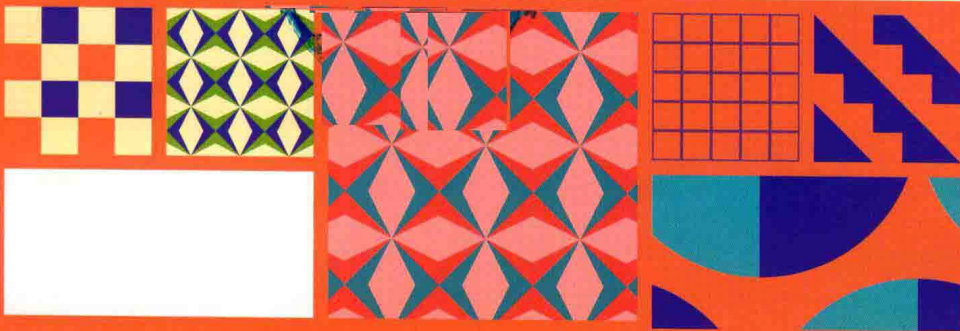


清华大学出版社



设计师的
平面广告
色彩搭配手册

卢琳琳 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一本全面介绍平面广告设计的图书，其突出特点是知识易懂、案例趣味、实践性强、发散思维。

本书从学习平面广告设计的基础理论知识入手，循序渐进地为读者呈现一个个精彩实用的知识、技巧、色彩搭配方案、CMYK数值。本书共分为7章，内容分别为平面广告设计的基础知识、认识色彩、平面广告设计的基础色、主题化色彩搭配、平面广告设计的行业分类、平面广告设计的色彩情感、平面广告设计经典技巧。在多个章节中安排了常用主题色、常用色彩搭配、配色速查、色彩点评、推荐色彩搭配等经典模块，丰富本书结构的同时，也增强了其实用性。

本书内容丰富、案例精彩、平面广告设计新颖，适合平面设计、广告设计等专业的初级读者学习使用，也可以作为大中专院校平面设计专业、广告设计专业、培训机构的教材，同时非常适合喜爱平面广告设计的读者作为参考资料阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

设计师的平面广告色彩搭配手册 / 卢琳琳编著. —北京：清华大学出版社，2020.1
ISBN 978-7-302-54083-0

I . ①设… II . ①卢… III . ①平面广告—广告设计—色彩—手册 IV . ①J524.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 239169 号

责任编辑：韩宜波

封面设计：杨玉兰

责任校对：吴春华

责任印制：宋 林

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者：涿州汇美亿浓印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×210mm 印 张：9.2 字 数：276千字

版 次：2020年1月第1版 印 次：2020年1月第1次印刷

定 价：69.80元

产品编号：082866-01

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

本书是从基础理论到高级进阶实战的平面广告设计类图书，以配色为出发点，讲述平面广告设计中配色的应用。书中包含了平面广告设计中必学的基础知识及经典技巧。本书不仅有理论知识和精彩案例赏析，还有大量的色彩搭配方案、精确的CMYK色彩数值，让读者既可以赏析，又可作为工作案头的素材书籍。

本书共分7章，具体安排如下。

第1章为平面广告设计的基础知识，介绍平面广告设计的概念、平面设计构成元素，是最简单、最基础的原理部分。

第2章为认识色彩，包括色相、明度、纯度，主色、辅助色、点缀色，色相对比，色彩的距離，色彩的面积，色彩的冷暖。

第3章为平面广告设计的基础色，包括红色、橙色、黄色、绿色、青色、蓝色、紫色、黑白灰。

第4章为主题化色彩搭配，包括自然主题、季节主题、节庆主题、人口主题、艺术主题。

第5章为平面广告设计的行业分类，包括服装平面广告设计、食品平面广告设计、化妆品平面广告设计、电子产品平面广告设计、日用品平面广告设计、房地产平面广告设计、旅游平面广告设计、医药品平面广告设计、文娱平面广告设计、汽车平面广告设计、奢侈品平面广告设计、教育平面广告设计、箱包平面广告设计、烟酒平面广告设计、珠宝首饰类平面广告设计。

第6章为平面广告设计的色彩情感，包括清爽、浪漫、热情、纯净、美味、活力、梦幻、科技、复古、简朴、神秘、沉闷、生机、柔和、奢华。

第7章为平面广告设计的经典技巧，精选了18个设计技巧进行介绍。

本书特色如下。

■ 轻鉴赏，重实践。

鉴赏类书只能看，看完自己还是设计不好，本书则不同，增加了多个动手的模块，让读者边看、边学、边练。

■ 章节安排合理，易吸收。

第1~3章主要讲解平面广告设计的基本知识、基础色；第4~6章介绍主题化色彩搭配、平面广告设计的行业分类、平面广告设计的色彩情感，第7章以轻松的方式介绍18个设计技巧。

■ 设计师编写，写给设计师看。

针对性强，而且知道读者的需求。

■ 模块超丰富。

常用主题色、常用色彩搭配、配色速查、色彩点评、推荐色彩搭配在本书都能找到，一次性满足读者的求知欲。

■ 本书是系列图书中的一本。

在本系列图书中，读者不仅能系统学习平面广告设计的基本知识，而且有更多的设计专业知识供读者选择。

编者希望通过对知识的归纳总结、趣味的模块讲解，打开读者的思路，避免一味地照搬书本内容，推动读者必须自行多做尝试、多理解，增强动脑、动手的能力。希望通过本书可以激发读者的学习兴趣，开启设计的大门，帮助您迈出第一步，圆您一个设计师的梦！

本书由淄博职业学院的卢琳琳编著，其他参与编写的人员还有董辅川、王萍、李芳、孙晓军、杨宗香。

由于作者水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，敬请广大读者批评和指出。

编者

CONTENTS

目 录



第1章 平面广告设计的基础知识

1.1 平面广告设计的概念	002
1.2 平面设计构成元素	003
1.2.1 色彩	004
1.2.2 构图	007
1.2.3 文字	009
1.2.4 创意	011

第2章 认识色彩

2.1 色相、明度、纯度	013
2.2 主色、辅色、点缀色	014
2.2.1 主色	014
2.2.2 辅助色	015
2.2.3 点缀色	016
2.3 色相对比	017
2.3.1 同类色对比	017
2.3.2 邻近色对比	018
2.3.3 类似色对比	019
2.3.4 对比色对比	020
2.3.5 互补色对比	021
2.4 色彩的距离	022
2.5 色彩的面积	023
2.6 色彩的冷暖	024



第3章 平面广告设计的基础色

3.1 红色	026
3.1.1 认识红色	026
3.1.2 红色搭配	027
3.2 橙色	029
3.2.1 认识橙色	029
3.2.2 橙色搭配	030
3.3 黄色	032
3.3.1 认识黄色	032
3.3.2 黄色搭配	033
3.4 绿色	035
3.4.1 认识绿色	035
3.4.2 绿色搭配	036
3.5 青色	038
3.5.1 认识青色	038
3.5.2 青色搭配	039
3.6 蓝色	041
3.6.1 认识蓝色	041
3.6.2 蓝色搭配	042
3.7 紫色	044
3.7.1 认识紫色	044
3.7.2 紫色搭配	045
3.8 黑、白、灰	047
3.8.1 认识黑、白、灰	047
3.8.2 黑、白、灰搭配	048

第4章 主题化色彩搭配

4.1 自然主题	051
4.1.1 晨曦	051
4.1.2 正午	053
4.1.3 黄昏	055
4.1.4 夜晚	057
4.2 季节主题	059
4.2.1 春季	059
4.2.2 夏季	061
4.2.3 秋季	063
4.2.4 冬季	065
4.3 节庆主题	067
4.3.1 春节	067
4.3.2 圣诞	069
4.4 人口主题	071
4.4.1 女性	071
4.4.2 男性	073
4.4.3 儿童	075
4.4.4 青年	077
4.4.5 老人	079
4.5 艺术主题	081
4.5.1 水墨丹青	081
4.5.2 波普	083
4.5.3 印象派	085
4.5.4 莫兰迪色	087
4.5.5 和风	089
4.5.6 哥特	091

第5章 平面广告设计的行业分类

5.1 服装平面广告设计	094
5.2 食品平面广告设计	096
5.3 化妆品平面广告设计	098
5.4 电子产品平面广告设计	100
5.5 日用品平面广告设计	102
5.6 房地产平面广告设计	104
5.7 旅游平面广告设计	106
5.8 医药品平面广告设计	108
5.9 文娱平面广告设计	110
5.10 汽车平面广告设计	112
5.11 奢侈品平面广告设计	114
5.12 教育平面广告设计	116
5.13 箱包平面广告设计	118
5.14 烟酒平面广告设计	120
5.15 珠宝首饰类平面广告设计	122

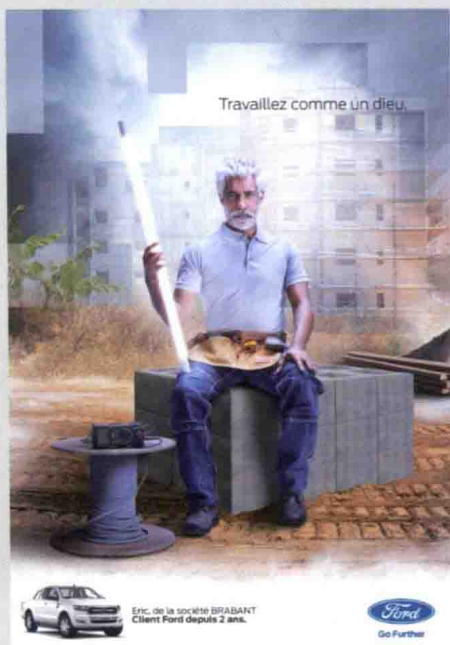
第6章 平面广告设计的色彩情感

6.1 清爽	125
6.2 浪漫	127
6.3 热情	129
6.4 纯净	131
6.5 美味	133
6.6 活力	135
6.7 梦幻	137
6.8 科技	139
6.9 复古	141
6.10 简朴	143
6.11 神秘	145
6.12 沉闷	147
6.13 生机	149
6.14 柔和	151
6.15 奢华	153



第7章 平面广告设计的经典技巧

- | | | |
|------|-----------------|-----|
| 7.1 | 大胆留白 | 156 |
| 7.2 | 利用色彩突出对比 | 157 |
| 7.3 | 通过置换物象赋予新的含义 | 158 |
| 7.4 | 放大与缩小产生夸张作用 | 159 |
| 7.5 | 利用重组拼合调整元素原始形象 | 160 |
| 7.6 | 开拓思维,使画面趣味性十足 | 161 |
| 7.7 | 巧妙搭配多种色彩 | 162 |
| 7.8 | 色彩节奏与韵律感的运用 | 163 |
| 7.9 | 巧妙地将色彩进行调和与运用 | 164 |
| 7.10 | 利用行动号召力增强海报宣传效果 | 165 |
| 7.11 | 巧妙使用形状进行构图 | 166 |
| 7.12 | 使用3D元素增强画面空间感 | 167 |
| 7.13 | 巧妙运用字体排列 | 168 |
| 7.14 | 巧妙运用色彩对比 | 169 |
| 7.15 | 负空间的巧妙运用 | 170 |
| 7.16 | 少即是多原则 | 171 |
| 7.17 | 将文字图形化,打造视觉亮点 | 172 |
| 7.18 | 运用对称平衡画面 | 173 |

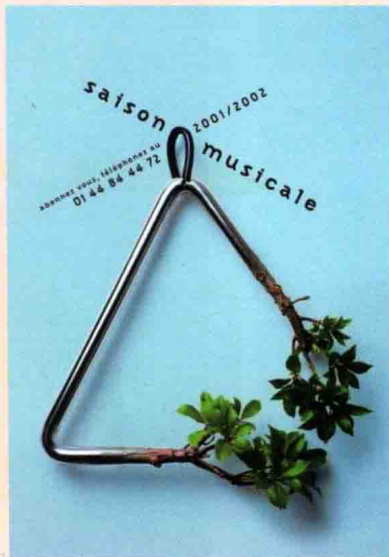
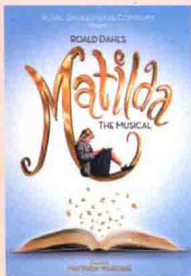


1

第1章 平面广告设计 的基础知识

平面设计也称为视觉传达设计，是一切设计的基础。平面广告设计是平面设计中应用领域广泛的设计类型。其特点如下。

- 创意：将两个或两个以上元素重新组合，形成一个新的主体，并赋予它较强的视觉冲击力。
- 构图：构图是平面设计中的造型艺术，常用的构图有垂直构图、平衡构图、放射性构图、三角形构图等。
- 文字：文字在平面设计中有着举足轻重的地位。不同的字体、字号、字形表达出不同的象征意义，并通过这种多变的形象来直观地传递作品的主旨和作者的思想。



1.1 平面广告设计的概念

平面广告设计是传递信息的一种方式，是通过色彩、构图、文字和创意表达作品、传递主旨内涵的艺术。平面广告设计除了向消费者传达广告基本信息和理念，还需要在视觉上传递出震撼的、美的、趣味的、新奇的感受。

优秀平面广告设计的标准如下。

- 功能：平面广告设计的首要标准是功能性，绝不能因为追求美观而忽视功能，要让观者可以阅读并理解它，清晰地将信息进行传达。
- 美观性：一个好的设计作品要给人以美的享受，它与观者的生理和心理反应密切相关，起着画龙点睛的作用。
- 聚焦：所谓“聚焦”便是要突出作品的核心，将画面中最重要的内容进行突出，通过清晰的视觉表达将这一信息传递出去。

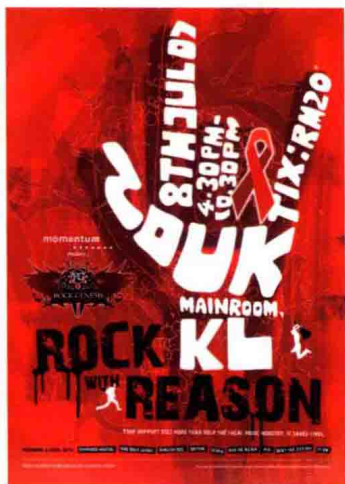


1.2 平面设计构成元素

平面设计的主要构成元素为色彩、构图、文字以及创意，熟练地掌握与运用构成元素能够更有效地传达设计的意图，表达设计的主题和构思理念，升华画面的整体价值。

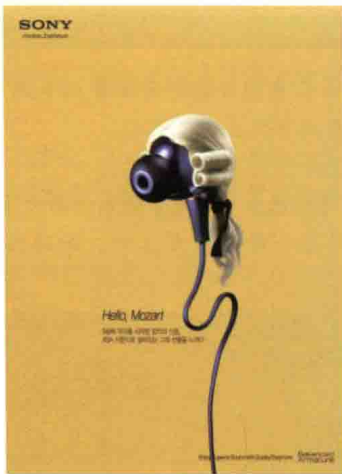
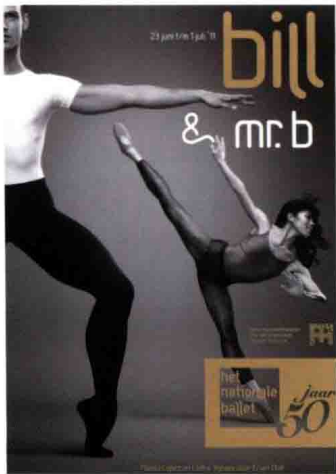
特点

- 色彩元素：观者对于一幅作品的第一印象便来源于画面中的色彩，具有迅速诉诸感觉的作用，色彩的艳丽、典雅、灰暗等感觉影响着消费者对于作品的注意力。
- 构图元素：通过合理的构图，表达出作品的节奏和韵律。
- 文字元素：文字的排列组合、字体字号的选择和运用直接影响着版面的视觉传达效果，赋予版面审美价值。
- 创意元素：作品中的创意元素会将整个画面以更生动、新颖的形式呈现，能为作品带来出其不意的效果。



1.2.1 色彩

人们生活在一个五彩斑斓的世界里，对它的关注自然不会少。在平面设计中，色彩也同样很关键，它是提高设计水准的必要因素，有时它给人的第一印象会强于结构线条和轮廓的表现力，所以色彩在平面设计中具有重中之重的作用。合理搭配色彩是提升平面设计关注度最有力的一种方法。



运用色彩注意事项

- 色彩与平面设计的关系：色彩与平面设计的关系相辅相成。恰当地利用色彩在平面设计作品中的完美呈现，不仅可以给人以强烈的视觉冲击力，让人对作品印象深刻，还可以在在一定程度上增强设计作品的层次。
- 色彩在平面设计中所占的比重：只有把握好色彩与色彩之间的对比，才能更好地为欣赏者传达重要的信息与寓意，使欣赏者能够快速找到一幅设计作品的重点。
- 色彩在平面设计中的搭配原则：色彩在平面设计中的正确搭配，不仅是只有艺术感观就可以的，这其中还需要遵循一定的规律，应充分考虑欣赏者的心理变化。合理运用色彩搭配，使得画面更具情感。

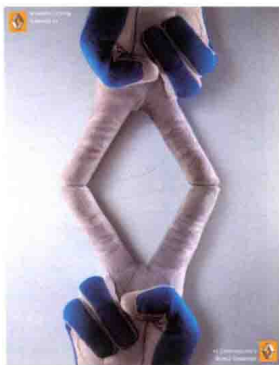


常见的平面广告色彩系列如下。

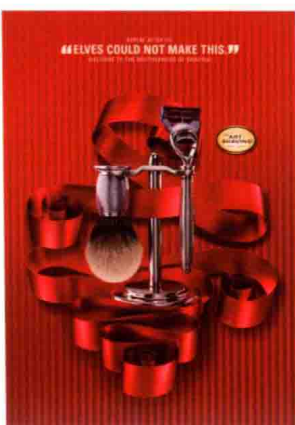
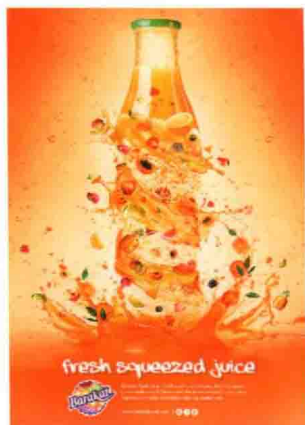
- 食品广告通常选用鲜艳明亮的颜色，突出食品的美味，从而吸引观者味蕾。（红色、橙色、黄色、绿色）



- 安全类广告一般用色简洁，避免过于花哨，给人以单纯、明快的视觉印象，从而体现作品散发的安全感，以稳定的用色打动观众。（蓝色、绿色、灰色）



- 热情感的平面广告设计所涉及的行业比较广，它的感染力较强，带给人亲切、舒适的感觉。（橙色、红色、黄色）



- 环保广告具有强大的公益宣传效果，能够带动人们的保护意识，具有较强的突出性，可以促进人与自然和谐发展。（蓝色、绿色）



- 科技类广告中丰富用色的层次感可以使画面强调严谨、稳重的同时更加生动、活泼，只需稍加注意用色的比例、侧重即可。（灰色、白色、蓝色）



- 浪漫类广告往往很受女生的欢迎，情侣、恋爱中的人同样是这种风格的受众群体，富有诗意又充满幻想。（紫色、粉色、玫红色、蓝色）



1.2.2 构图

要想学好平面广告设计，首先应确定作品的风格，然后考虑采取哪种构图方式最合理，更容易清晰表达作品的内涵。

平面广告设计的构图方式有以下几种。

1. 三角形构图

三角形构图，给人坚实、稳定、向上的感觉。



2. 十字形构图

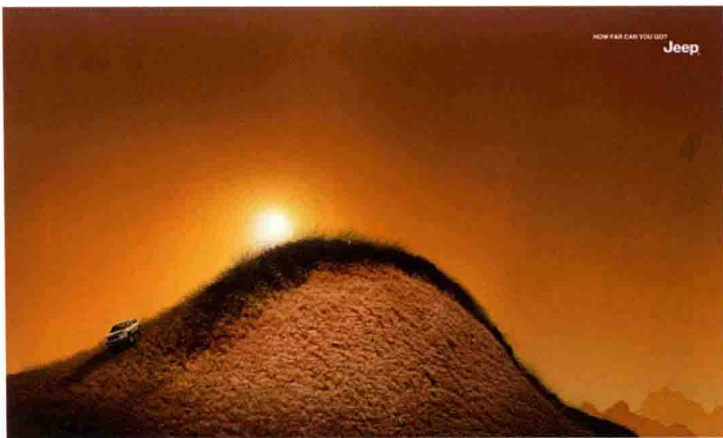
十字形是一条竖线与一条水平横线的垂直交叉。无论交叉的倾斜度如何变化，画面给人的第一印象是视觉中心始终都会集中在十字的交叉点上。



3. 曲线构图

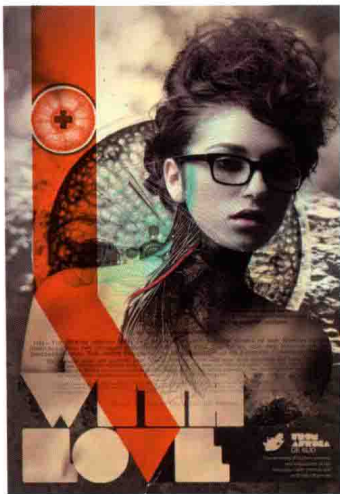
构图所包含的曲线可分为规则形曲线和不规则曲线。它象征着柔和、浪漫，带给人一种非

常优美的感觉。在设计中曲线的应用非常广泛，表现手法也多种多样，可以运用对角式曲线构图、S式曲线构图、横式曲线构图、竖式曲线构图等。



4. 九宫格构图

九宫格构图通俗来讲就是把一幅画面划分为9个相等的矩形，在中心块上四个角的点，用任意一点的位置来安排主体位置，常用2:3、3:5、5:8等近似值的比例关系进行构图，来确定主体的位置，这种比例也称黄金分割法。



5. 对角线构图

画面中各元素连接在一起所形成的对角关系，使画面产生了极强的动势，表现出纵深的效果。其透视也会使整体变成斜线，引导人们的视线到画面深处，给人不稳定的视觉感受，容易引起视觉关注。