

序 言

由于有了大自然的无私奉献,人类才得以生存于这个色彩绚丽的世界之中。从每年的春夏秋冬到每天的朝霞余晖,人们饱览和感受了各种不同的色彩变化。我们认识这个世界的美丽也是从色彩开始的,色彩不仅象征着自然的迹象,同时也象征着生命的活力,没有色彩的世界是不可想像的。现代艺术家们正是从色彩的世界中得到了足够的灵性而开始了他们富有特殊意义的艺术旅程。

现代设计的色彩研究正在随着设计理念的不断变化而快速发展,作为现代设计的重要组成部分,色彩在设计中的作用显而易见。当我们在为设计作品中色彩的精彩表现而陶醉时,也不得不为设计师的匠心独运而感叹。设计作品的色彩取向往往带有浓郁的时代背景,而时代的变迁又往往依赖于社会的政治、经济、文化、艺术等各方面的综合发展。在设计领域里,我们所说的各个设计专业的时代特征通常都可以从设计作品及生产的产品色彩中找到答案,如服装设计流行色彩的发布预示着着装风格及着装文化的改变与流行;环境艺术设计中也有着流行色与装修风格的主流走向;工业产品设计的色彩变化同样强调时代的鲜明性。如果我们能够多加留意和观察设计作品的色彩变化,就会发现许多有趣的现象:人们在不断变化自己的服装色彩,今年爱穿红色和黑色,明年爱穿白色和棕色;家居的色彩也是一年一个样;装修的色彩风格时而华丽,时而典雅,多少体现了人们对时代的进步与变化的积极反应以及对美好生活的强烈追求。在家电产品中,过去所提到的黑色家电指的是电视机,白色家电指的是冰箱、空调和洗衣机,但在今天的产品设计中,为了更好地迎合人们不同的欣赏习惯及审美需求,家电的色彩设计已经变得非常的丰富和多样化,除了黑色和白色,我们还会看到灰色、蓝色、绿色和紫色等多种色彩的家电产品,极大地丰富了人们的生活。没有设计的中国已成历史,没有色彩的中国也已过去。现代设计在中国虽然年轻,但充满活力;设计色彩的研究和教育虽然起步较晚,但却前程似锦。我们在国内外众多设计师及专家的色彩运用和研究成果的基础上,作了更进一步的拓展与探索,从不同角度和视角分析了设计色彩的相关特征和风格,使色彩研究更加全面和具有较强的艺术性和学术性。

《现代设计色彩教材丛书》在各位同仁的大力支持下,即将与广大的读者见面,我们颇感欣慰与遗憾,欣慰的是本套丛书在经历两年的艰苦耕耘下终于告一段落,完稿成书。遗憾的是本书的编写仍然有许多不足和欠缺,还希望各位读者给予批评和指教。

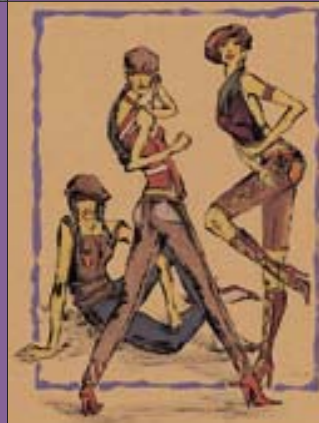
本书录用的图稿既有教学中学生的作品,也有国内外设计师的优秀作品,风格极为多样化,具有着很高的学习及鉴赏价值。

停笔之前,再次感谢为此书的编写给予过帮助的老师、同学及各位朋友。

编者写于广西艺术学院设计学院
2004年12月6日

04	01 认识色彩
06	02 关于设计色彩
08	03 服饰色彩设计
50	04 关于流行色
72	05 色彩的采集与借鉴
84	06 作品欣赏

目 录



第一节 色彩的产生

“色彩”在词典上的解释为：色，即颜色，是由物体发射、反射的光通过视觉而产生的印象；彩，即各种颜色。五彩斑斓、绚丽缤纷、五光十色……这些华丽的词组常被人们用来赞美充满生机、变化无穷的光色世界。

今天的人们离不开色彩，在日常生活中，人们常接触的颜色有四百多个。人类借助科学仪器能辨认的颜色大约有两万个以上，不能想像没有色彩的世界是怎样的世界。在没有光的时候，我们看不到物体的形状和色彩。光源的种类繁多，但大体上可分为自然光源和人造光源。自然光源受自然气候条件的限制，光色瞬息万变，不易稳定，如最大的自然光源——太阳；人造光源有各种电光源和热辐射光源，如电灯光源等。在同样光线的条件下，我们能看到的景物具有不同的颜色，这是因为物体的表面对吸收光与反射光的能力各异，反射光不同，眼睛就会看到不同的色彩。因此，色彩的产生，是光对人的视觉和大脑发生作用的结果，是一种视知觉。

第二节 色彩的种类

世间的颜色是千变万化、丰富多彩的。它可简化为两大系，即有彩色系和无彩色系。

1. 有彩色(称彩色系) 视觉能感觉到某种色光的特征，看到的就是有彩色。有彩色是指红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等颜色。不同明度和纯度的红、橙、黄、绿、青、蓝、紫色调都属于有彩色系。

2. 无彩色 当投照光、反射光与透过光在视知觉中没有显出某种单色光的特征时，我们所看到的是无彩色，即是指白色、黑色和由白色黑色调和形成的各种深浅不同的灰色。严格地说，这一色系不含任何彩色，只有深浅明暗的变化，色度学上称此为黑白系列。纯白是理想的完全反射的物体，是最亮的色；纯黑是理想的完全吸收的物体，是最暗的色。无彩色不具备色相和纯度的性质，只有一种特性，即明度关系，也就是说它们的色相与纯度在理论上都等于零。色彩的明度可用黑白度来表示，愈接近白色，明度愈高；愈接近黑色，明度愈低。无彩色虽不像有彩色那



色相环

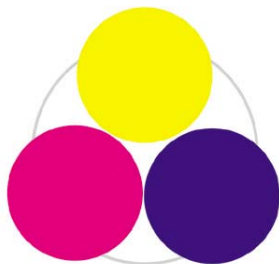
样五颜六色，但艺术的审美价值却是永恒的。

第三节 色彩的三要素

视觉所感知的一切色彩现象，都具有色相、纯度和明度三种性质，这三种性质是色彩最基本的构成元素。在色彩学上也称为色彩的“三大要素”。

1. 色相 色相是“有彩色”的相貌特征。所谓色相是指能够比较确切地表示某种颜色色别的名称。在可见光谱上，人的视觉能感受到红、橙、黄、绿、蓝、紫这些不同特征的色彩，是在光的波长作用下显现的，物体的颜色是由光源的光谱成分和物体表面反射(或透射)的特性决定的。从红色开始到紫色，按照波长的顺序排列，把有对比性质的色排在相对位置上，以便于色彩的实际应用，这样根据多种因素而设计的这个圆环，就是色相环，人们因此对色彩有了一个概念，给这些可以相互区别的色定出名称，我们看到的色相是色彩的性格和灵魂。

2. 纯度与艳度 色彩的纯度是指色彩的纯净程度。三原色是色彩中最纯的颜色，它表示颜色中所含有色成分的比例。多色混合，就会成为接近灰色的色，其色彩纯净度降低；当掺入的色达到很大的比例时，在视觉状态下，原来的颜色将失去本来的光彩，而变成掺和的颜色了。当然这并不等于说在这种被掺和的颜色里已经不存在原来的色素，而是由于大量的掺入其他彩色而使得原来的色素被同化，人的眼睛已经无法感觉出来了。艳度(也称为彩度)是色彩的鲜艳度，常用“高低”来指述，艳度越高，色越纯，越鲜艳；艳度越低，色越涩，越浊。如黄色加入黑色，它的纯度和明度降低，艳度也降低；加入蓝色，纯度和明度降低，艳度却没有降低。



三原色



艳度高的色彩

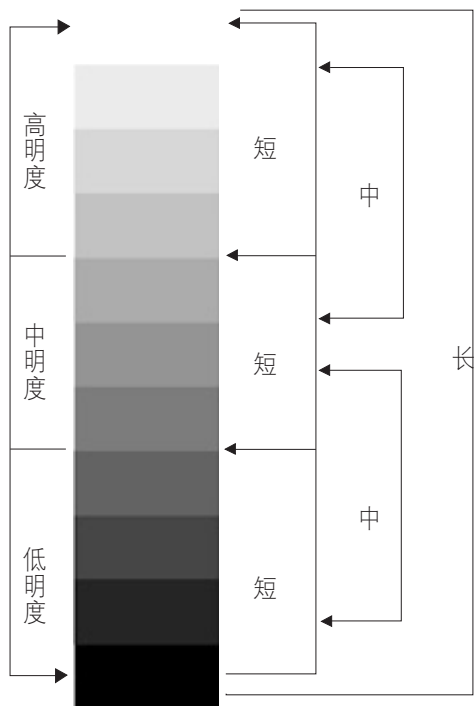


李静



陈玉蓉

3. 明度 明度是指色彩的明暗程度。用绘画颜料调出的各种颜色明度的高低是由白色的量决定的，如果白色量多则明亮，黑色量多则暗。而决定色彩明度高低的是色光的多少及所含波长强度是否均等。各种有色物体由于它们的反射光量的区别而产生颜色的明暗强弱。在无彩色中，明度最高的色为白色，明度最低的色为黑色，中间存在一个从亮到暗的灰色系列。



明度区域划分

色彩的明度有两种情况：一是同一色相不同明度。如同一颜色在不同强弱的光照射下色彩的明度有所区别，同一颜色加黑或加白掺和以后也能产生各种不同的明暗层次。二是各种颜色的不同明度。在有彩色中，每一种纯色都有其相应的明度。黄色明度最高，对视觉刺激程度大；蓝紫色明度最低，对视觉刺激程度小；红、绿色为中间明度。

色彩的明度变化往往会影响到纯度，如红色加入黑色以后明度降低了，同时纯度也降低了；如果红色加白色则明度提高了，纯度却降低了。可见，明度涉及颜色“量”方面的特征。

有彩色的色相、纯度和明度三特征是不可分割的，应用时必须同时考虑这三个因素。



思考练习题

1. 明度推移构成练习。
2. 色相推移构成练习。
3. 纯度推移构成练习。

训练目的：通过该作业理解色彩三要素的性质，并得到感性的印象，为以后的服装配色打下基础。

我国自有文字记载以来，已有数千年的文明史，装饰色彩运用之早可从史料中推断其概貌，在无数出土文物中，都记载着装饰色彩演变的痕迹，如：刺绣、彩陶、漆器等。这种利用自然界美丽的色彩形象，创造出生活中需要的美的色彩，充分显示了人类的智慧与创造力。

如今，在我们的日常生活中，衣、食、住、行、用样样都离不开色彩的点缀。随着生活水平的日渐提高，人们越来越在意生活的质量和精神的享受，对生活中的出现的产品品质提出了更高的要求。

色彩是造型艺术的重要元素，没有色彩的作品是缺乏生命力的。作为最响亮的视觉语言，最强烈的视觉冲击力，色彩在人们的视觉中起着先声夺人的作用，并充分彰显个性魅力，在产品及包装设计、企业CIS形象设计、室内装饰设计、建筑设计、城市景观环境设计等多种领域发挥至关重要的作用，并可用最低的成本创造出最高的附加值，产生不可估量的经济效益。色彩的适用范围广泛，它不仅限于广告和工业产品那样的面和立体的范围，而且还涉及到由图像和声音构成的通讯设计，生活空间和社会景象的环境设计等。眼下，色彩营销已渐渐地被一些企业所接受。国内众多企业在通过质量、技术、价格、功能、服务等提升企业竞争力的同时，也在色彩上去寻找新的竞争点以出奇制胜。作为设计者必须明确产品以哪种色调或色彩的设计最能吸引观者的视线而留下深刻的印象。

在进行色彩设计时，考虑视觉功能的需要应从形式美感的角度出发，功能与美感之间的关系是水乳交融的。色

彩设计与绘画具有相似的色彩原理与应用规律，同时又有不同于绘画表现的市场制约的因素。绘画是纯审美的情感表现，色彩设计则是功用与审美的结合，并会受到材料、加工、工艺及科技条件、色彩流行信息、经济成本、市场销售等一系列因素的制约。色彩设计在产品中是通过物质材料来呈现的，不同的材料会产生不同的效果。由于它是以产品的形式出现，那么产品的色彩将受到消费者与使用者的检验，产品市场销售的好坏是鉴定色彩设计是否成功的最终标准，因此，色彩设计必须考虑产品的销售区域、对象、季节以及流行预测等因素。针对应用领域的实际需要，将色彩学说、配色原理、流行色应用相互结合，配合市场营销、经营策略、产品外观与色彩的整体设计相关的因素，构成了我们所说的设计色彩。我们可以说设计色彩是一项复杂的工作，要涉及到多领域、多学科的专业知识，其设计的方法必须在实践中不断总结、研究才能得以完善。商家在制造色彩，用户在消费色彩，但只有将这两个“色彩”有机地结合起来，消费者才会发现你的产品，使用你的产品。

对色彩的这种认识，十多年前就被国外众多企业所接受，并由此产生了色彩营销战略，许多企业将此作为市场竞争的有力手段和再现企业形象特征的方式，通过设计色彩抓住美好商机，像绿色的“鳄鱼”、红色的“可口可乐”、红黄色的“麦当劳”以及黄色的“柯达”等。在欧美、日本等发达国家，设计色彩早就成了一种新的市场竞争力并被广泛采用。



李鸿安



邓玉萍



邓玉萍



李鸿安

思考练习

简述设计色彩与绘画色彩的区别。

服饰是人类生活中的必需品，人类的审美功能决定了服饰必须具有造型美，而服饰色彩是服饰造型的一个重要组成部分，为使色彩关系能更好地作用于服饰造型，使服饰的价值更具可视性与实用性，有必要对服饰色彩进行研究。

服饰的色彩设计是以服装为产品对象，以色彩学的基本原理为基础，以人体为直接客体，以服装面料的肌理组合表现进行的色彩造型和创造的活动。利用色彩原理和点、线、面的结合，使服装的材质形态有机地组合起来。在服装的造型中，色彩设计要以服装的原形设计为基础，符合人体活动的变化规律，表现出更加完美动人的色彩艺术形象。服饰的色彩设计不仅仅是考虑单件服装的配色，还要考虑到整套服饰或是整个系列的色彩搭配，在色彩运用上要利用人的视觉流程因素，突出服装款式的重点部分，从心理感觉上诱导人的视觉。

远看色彩近看花，无论是一件艺术品、一件商品，还是一套时装，让人先入为主的首先是色彩，其次才是款式和用料。不见其人，已闻其声，说的是先声夺人；不闻其声，但见其人，说的是先“色”夺人。“色”，是指服饰的色彩所传达的信息，它能使穿着者在众多人群中脱颖而出，最先跳入视线，也吸引人的眼球。我们在挑选服装时，总是先看颜色，后看款式，所以服装色彩设计在服装设计中尤为重要。款式是服装造型的基础，色彩是通过服装的款式来表现的，服装的造型直接影响到色彩的表现，服装的设计又必须以面料为材料，而面料的变化又直接受到色彩流行趋势的影响。可以说服装是色彩、织物和款式的载体，

反映着人们衣着功能、时尚审美各要素的积累和凝结。服装色彩的合理设计可以决定服装产品的价格，做到投入少，收益大。可见，在目前及未来的市场竞争中，在服装和纺织品的设计方面，色彩占有突出的地位，因此，我们说色彩设计对服装是极其重要的。

翻开当今走在流行时尚前列的报刊杂志，“色彩理论”、“色彩设计”、“色彩搭配”、“色彩季型”等等已经成为时髦的话题。然而，人体的结构及行为动作已经决定了服饰款式不能做太大的变革，但是服饰的面料和色彩却可以千变万化，不断推出新的时尚，一方面，我们知道，服饰色彩具有显著的装饰功能，它不仅是服饰构成的重要因素，也是影响服饰风格的重要因素。其涵义有两种：一是指用色彩去设计服装，服装本身是被装饰的对象，服装的面料、花色，镶拼的色块、配饰等，都作为色彩装饰使服装设计更具有艺术气息；二是指用服装色彩去装饰人体，人是被装饰的主体。我们研究服饰色彩，就是要让更多的人了解怎样利用色彩来形成服饰化妆与个人自然美的和谐、统一，根据不同职业和人的肤色、形象、体态和性格特征，找到最适合的色彩风格，达到服装、鞋帽、佩饰等全套包装的最佳效果，从而最大限度地挖掘自身的美。服饰色彩衬托着人，服务于人，服饰真正成为了人的装饰物。另一方面，服饰色彩不是纯粹的造型艺术作品，它具有实用性功能。与服饰的款式、面料相同，服饰色彩具有自己独特的功能性，服饰色彩的实用功能是在追求形式美感的同时，又兼顾人体活动及服饰着装心理等方面的实用性因素，应在满足使用功能的基础上再考虑它的装饰美化功能。



全艳丽

服饰色彩的这一实用功能在职业服装设计中体现最为突出。我们在设计职业服装时，更多地考虑服装的功能需要，由于工作权限、工作岗位分工的不同，在色彩上进行特殊的设计，目的是便于工种识别、岗位识别，以提高生产管理和工作效率，加强安全防护。例如：建筑、采矿、筑路等室外作业的服装，常采用鲜明的色彩进行整体或局部搭配的设计，目的是提高人在危险环境中的识别性，保障人身安全；军队穿用的迷彩服与所在地区的环境色彩一致，可以起到不被对方发现、隐藏自身的作用，是为了保护战士的生命；医生、护士的服装采用白色、浅粉色、浅蓝色为基本色彩，给人一种素雅、洁净之感，也符合卫生功能要求，如果穿上大红色的大褂，不但与医院宁静、素雅的气氛不相符，也会使病人心情不宁，影响治疗效果；以酒

店职员服装为代表的室内职业服装，则是结合室内环境的色彩，要求相互协调统一，以营造一个舒适的服务和工作环境，让顾客没有距离，更具有亲和力。还有一种功能性体现在职业服装的标识性方面，职业服装的色彩设计通常会用具有象征意义的色彩和本企业、团队的标志色彩，强调整体统一的标识性及与其他行业的区别性，体现企业的团队精神和服务理念，如邮政部门的服装采用绿色，象征着安全、快捷、准确的服务理念。

可见，服饰色彩的设计应以色彩学原理为服装色彩设计的理论基础，只有在充分了解服装色彩的特殊性、市场需要、色彩流行趋势的变化、新材料的开发等情况下，才能创造出具有美感的、和谐的、深受消费者喜爱的服饰产品。

蓝舞



黎萍



黎萍



黎萍

第一节 服饰配色中的色彩对比与调和

颜色绝不会单独存在。事实上，色彩搭配的效果是在变化中求得统一的，是多种因素来决定的。

一、色彩对比

色彩对比是指两种或两种以上的颜色放在一起进行的对照与比较，由于相互影响的作用显示出差别现象。是区分色彩差异的重要手段，因为相互比较而存在的差异性，我们称之为对比，它是一个因相对而存在的概念。由于色彩对比的千变万化，形成了丰富的色彩情感效果。



全艳丽



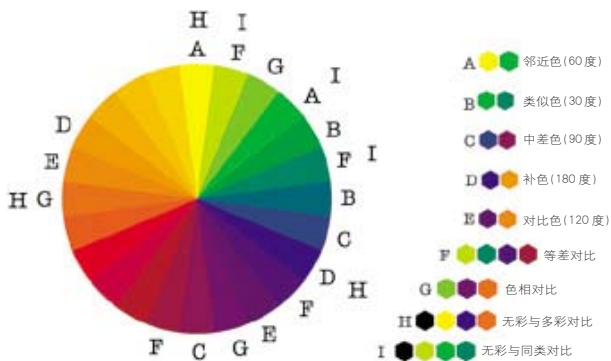
邓玉萍



李鸿安

一般情况，我们看到的服饰色彩对比类型有以下几种：

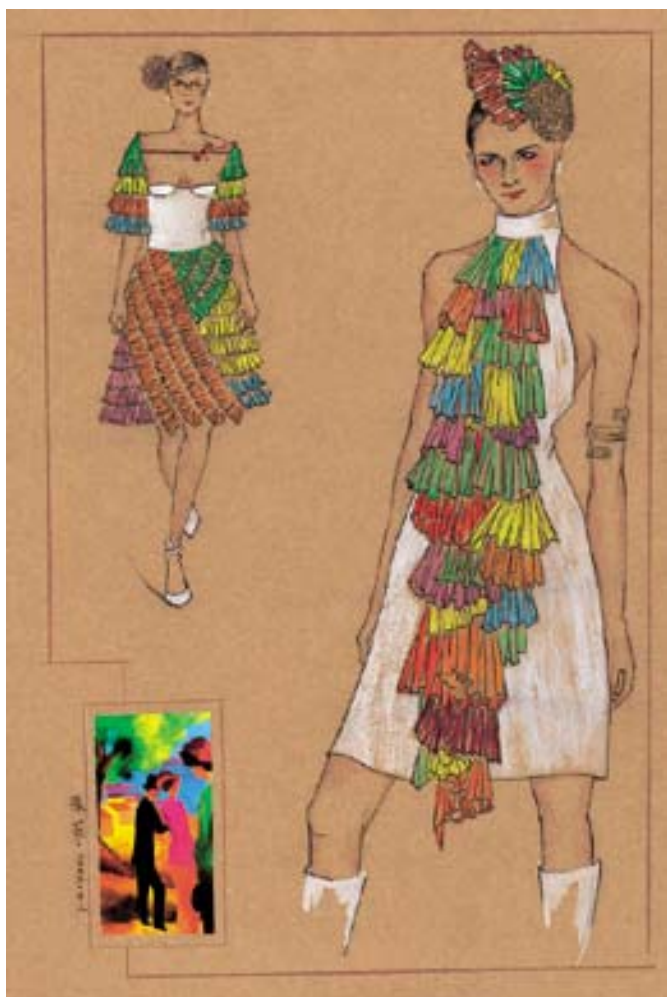
1. 色相对比：色彩的对比有很多方面，色相的对比是其中的一种。不同颜色并置，在比较中呈现色相差异，称为色相对比。色相对比给人带来色彩知觉，丰富色彩感受，满足人们对色相感的不同要求。



黄琼

依据色相环中各色的间隔决定色相对比的强弱。

A. 纯色对比: 红、黄、蓝表现了最强烈的色相气质, 它们之间的对比属最强的色相对比。令人感受到一种极强烈



张莉



唐甜

的色彩冲突, 似乎更具精神的特征。

B. 间色对比: 橙、绿、紫为原色相混所得的间色, 其色相对比略显柔和。



陈玉蓉

C. 补色对比: 在色环上 180 度相对立的两种色并置产生的对比效果。即是把色性完全相反的色彩搭配在同一个空间里, 例如红与绿、黄与紫、橙与蓝色彩的并置。对比的色彩比例如果用得不好, 会产生俗气、刺眼的不良效果, 适度地把握“大调和, 小对比”的原则, 把总体的色调相对统一, 局部的地方可以有一些小的强烈对比。若将一对明度相同、彩度很高的等量补色并置在一起, 可以使对方的色彩更加鲜明、炫目, 如红色和绿色。但黄色与紫色由于明度差大, 不会产生炫目效果。因此, 在运用补色相配时, 一定要考虑它们之间的明度差和面积比, 才有安定感。

补色对比的对立性促使对方的色相更加鲜明。





林梅

林梅/设计说明：灵感来源于民间面具，在民间面具用于戏曲演出中，面具主要用于装扮鬼神和动物形象，此设计运用的主要是豫剧《烈火旗》中狄青的面具。此外面具中的颜色又代表不同的人物性格特征。绿色的狄青面具代表了他刚正不阿的性格，是一位深谋远虑的统帅。此组服装运用针织的手法来表现面具的纹样更方便，也更舒适，与反差极大的薄纱及绒球相搭配更具女性气息。

D. 邻近色相对比：在色环上顺序相邻的基础色相，如红与橙、黄与绿、橙与黄这样的色并置关系，属色相弱对比，色彩关系比较暧昧、模糊。特征是具明显的统一协调性，如能在配色中适当地加入点缀色，可在统一中不失对比的变化。



全艳丽

E. 类似色相对比：在色环上非常邻近的色，如蓝与绿、蔚蓝这样的色相对比，是最弱的色相对比效果。在配色时如果选择明度和彩度有很大变化的类似色即可达到既统一又有变化的效果。

类似色色相的弱对比，具有统一性、协调性；
邻近色色相的中对比，既统一，又协调。



黄莹



全艳丽

对比色的中强度对比色彩鲜明饱和。



李静

高强度补色对比，色相对比极端，讲究配色技巧。



李鸿安

无彩色与多彩色对比。



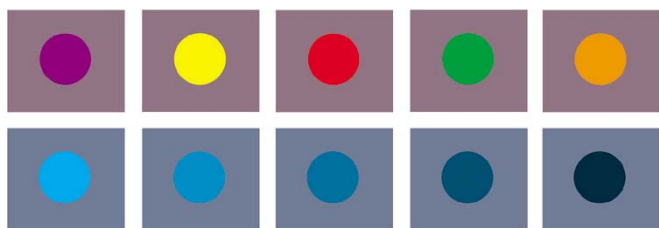
雷甜

无彩色与同类色对比。



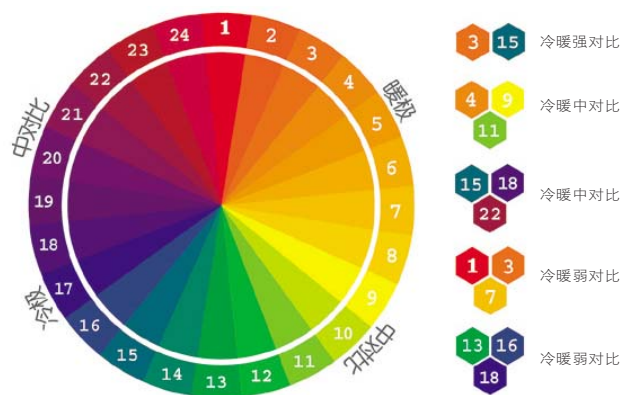
黄莹

2. 灰艳对比: 色彩间的对比还有灰艳对比, 这就是两块不同艳度的色彩并置形成的对比关系(强对比兴奋、炫目, 中对比稳定、沉着, 弱对比模糊、细腻)。一个鲜艳的红色与一个含灰的红色并置, 能比较出它们在鲜浊上的差异。黄色是鲜艳夺目的色, 但是加入灰色会失去其夺目的光彩。通常可以用混入黑、白、灰色来对比艳色, 这样可以减低其艳度。艳度的对比会使色彩的效果更明确肯定。鲜艳色的色相明确, 容易引起人的注目, 但长时间注视容易引起人的视觉疲劳; 含灰色, 其色相不明确, 含蓄、柔和能持久注视。



3. 冷暖对比: 人类对色彩的冷暖感是心理的作用, 这种因为色彩冷暖感的差别而形成的对比效果称为冷暖对比。从色环上看, 明显有寒冷感的色彩是蓝绿至蓝紫的色, 其中蓝色为最冷的色; 明显有暖和感的色彩是红紫至黄的色, 其中红橙色为最暖的色。暖色温馨、和煦、热情, 冷色宁静、清凉、高雅。冷暖色并置, 会让人感觉冷色更冷, 暖色更暖, 由于暖色有前进感和扩张感, 冷色有后退感和收缩感, 因此冷暖对比会产生明显的空间效果和美妙、生动、活泼的色彩感觉。

黄褐色对比, 明暗对比强烈, 色相个性悬殊。



4. 明暗对比: 不同明度的色彩并置形成的对比关系。每一种颜色都有自己的明度特征。当它们对比时, 视觉除能分辨出色相的不同外, 还会明显感觉到明暗的差异, 这就是色彩的明暗对比。两种不同明度的色彩并置, 能使明的更明, 暗的更暗。



邓玉萍

邓玉萍



黄莹

蓝、橙色明暗对比居中，冷暖对比最强，是最活跃的色彩对比。

红、绿色明暗对比近似，冷暖对比居中，有炫目的效果。

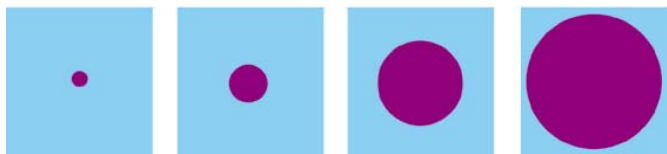


韦智



张莉

5. 面积对比：两种或两种以上的色彩共存于同一视觉范围时，相互间必定存在面积比例关系，这种关系就是面积对比。不同面积的比例，显示色彩不同量的关系，产生不同的色彩对比效果。同一色彩由于面积大小不同，也会有不同的色彩感觉，同一色彩面积越大，其明度及艳度越强；面积越小，明度及艳度的感觉越弱。



6. 同时对比：当两种或两种以上色彩并置配色时，相邻两色会互相影响，这种对比称为同时对比。色彩同时对比，在交界处更为明显，这种现象又称为边缘对比。现将色彩同时对比的规律归纳如下：

① 亮色与暗色相邻，亮者更亮，暗者更暗；灰色与艳色并置，艳者更艳，灰者更灰；冷色与暖色并置，冷者更冷，暖者更暖。



邓玉萍

- ②不同色相相邻时，都倾向于将对方推向自己的补色。
- ③补色相邻时，由于对比作用强烈，各自都增加了补色光，色彩的鲜明度也同时增加。
- ④同时对比，效果随着纯度增加而增加，并以相邻交界处即边缘部分最为明显。
- ⑤同时对比，作用只有在色彩相邻时才能产生，其中以一色包围另一色时效果最为醒目。



邓玉萍



黄琼



李静



邓玉萍



陈玉蓉