

第一部分

理论知识模块

第一章

色彩构成与设计

学习要点及目标

1. 掌握色彩构成的概念。
2. 了解色彩构成在设计中的作用和重要性。
3. 理解色彩构成在设计中的应用技巧。
4. 结合设计应用认识色彩构成与其他学科的关系。

核心概念

色彩构成、视觉传达设计、环境设计、网页设计、产品设计、数字媒体艺术

引导案例：宜家家居标志的色彩构成

宜家（IKEA）家居的标志（图 1-1）是一种简洁且具有辨识度的色彩构成设计，它由蓝色的正方形背景和黄色的字母 IKEA 组成。宜家家居标志的色彩构成设计灵感来自大自然。宜家家居标志主要采用蓝色和黄色两种颜色。蓝色代表天空和深海，占据了主要的面积，象征着清新、宁静和舒适，传达出可靠、稳定和信任；黄色作为点缀，代表阳光、快乐和温暖。这两种颜色的组合不仅引人注目，而且能够给人带来温馨、友好、舒适和欢快的感觉，同时传达了宜家对环境的关注和对顾客的品质承诺，即追求环保和快乐的生活。



图 1-1 宜家（IKEA）家居的标志

总的来说,宜家家居标志的色彩构成简洁而实用,颜色搭配自然,适应全球化的需求。

学习情境一 色彩构成概述

一、色彩构成的概念

色彩构成 (interaction of color) 是指色彩之间的相互作用,旨在从人类对色彩的感知与心理效应出发,通过科学分析方法将抽象的色彩现象还原为简单的基本元素,并根据特定的规律和原则进行组织和组合,从而创造出新的色彩效果。色彩构成是艺术设计领域的重要理论基础,与平面构成和空间构成紧密关联。色彩通过形体、空间、位置、面积和肌理等因素在视觉表达中实现和谐与统一。

色彩构成涉及色彩的选择、对比、搭配、情感、层次及其运用,以达到特定目的和表达特定主题。

(1) 色彩选择。色彩选择是设计过程中对特定颜色的战略性决策。所选色彩应与设计的功能、情感传达以及目标受众的审美偏好相一致,以确保设计意图的有效实现。

(2) 色彩对比。色彩对比是指不同颜色间在饱和度、明度及色相方面的差异性。有效的色彩对比可以显著增强设计的视觉冲击力与吸引力。常见的对比方式包括互补色对比、明暗对比及冷暖对比等,这些方法能够在视觉传达中创造戏剧性效果。

(3) 色彩搭配。色彩搭配是将多种颜色有序组合,以实现特定的视觉效果和情感传递。常用的配色策略包括类似色搭配、互补色搭配以及三色搭配法等。这些搭配技巧能在视觉语言中营造和谐或对比的效果,加强观感体验。

(4) 色彩情感。颜色具有固有的情感联想,能够唤起特定的情绪反应。例如,红色常与激情与能量相关联,而蓝色则传达出平静与冷静的感觉。通过对色彩情感特性的把握,设计师可在作品中实现所需的表达效果。

(5) 色彩层次。色彩层次是通过运用不同明度和饱和度的颜色,构建空间深度与立体感的手段。在设计中,较暗的色彩通常用于背景,而较亮的色彩则作为前景,以营造层次感和空间的深度。

二、色彩构成与包豪斯

包豪斯是 1919 年由建筑师瓦尔特·格罗皮乌斯在德国魏玛创立的一所革命性艺术与设计学院 (图 1-2)。包豪斯对色彩构成理论的发展产生了深远的影响。它不仅将色彩构成纳入设计教育体系,还通过其实践推动了这一领域的进步,为后续的设计教育体系提供了宝贵的参考与借鉴。在包豪斯的基础课程中,色彩构成被列为重点研究与教学对象。这一教育模式强调对色彩进行理性解析与实际应用,通过深入探讨色彩的基本特性、色彩混合原理,以及色彩的对比与调和等关键概念,有效培养了学生的色彩美学感知与设计思维能力。

包豪斯的教师们积极探索了色彩构成的教学方法。其中,约瑟夫·阿尔伯斯作为包豪斯的一位重要色彩教育者,对色彩的研究和教学做出了卓越贡献。阿尔伯斯的色彩教学方法强调观察与实践,鼓励学生通过直接的观察和实践体验来理解色彩的属性与特征。他通过实验和练习,向学生传授关于色彩的明度、饱和度和色相等基本概念。此外,他还提出了色彩三角理论,将颜色划分为原色、次要色和中性色,并系统性地阐释和应用这一理论。

同样,约翰·伊顿的色彩教学也建立在严谨的理论体系之上。他要求学生首先进行色彩与图形的研究,强调对色彩的数量与质量进行对比,从而深入探索色彩的基本特性。他认为,所有的感知都源于对比:一个孤立的事物若缺乏与其特性不同的事物进行衬托,便无法被有效感知。因此,他在课后布置大量作业,要求学生合理组织

相互对比的材质、色彩与色调。对伊顿而言,色彩的特性远不止于光学层面。在他看来,色彩传递着普遍的情感状态,而图形也同样承载着类似的信息。通过对三种基本几何图形的研究,他发现这些图形与特定色彩之间存在某种精神和情绪上的相似性。例如,圆形象征着宁静、无限、均匀,与蓝色相关;正方形则代表死亡、和平与暗淡,与黑色和红色相联系;三角形表达热烈与活力,常与黄色对应。因此,各种图形天然地携带着伊顿所称的“本家色彩”,即色彩与图形所传达的情感相匹配。若某位艺术家希望其作品具有和谐与均衡的效果,就必须重视这些天然且富有亲和力的组合:圆形与蓝色、正方形与红色、三角形与黄色。这一理论构成了色彩情感的基础,也是色彩情感发挥作用的核心。



图 1-2 包豪斯校舍

瓦西里·康定斯基在绘画教学体系中引入三原色(红、黄、蓝)。他从完全抽象的形体和色彩理论出发,将这些抽象内容与具体设计相结合,强调不同艺术形式之间的关联,如绘画与音乐的对比形式。对于色彩与点、线、面等形态,康定斯基赋予其象征意义与心理内涵,并重视形体之间的交融与相互依存关系。他在强调科学的同时,更加关注人文因素,追求实践与理论的结合,突出感觉的关联性与创造性在理论课程中的重要性。瓦西里·康定斯基将色彩划分为“四个主音”:亮冷色、暗冷色、亮暖色、暗暖色。在上课过程中,他时常通过布置大量作业,帮助学生寻找出色彩和图形间的恰当对位。他认为,原色应和基本形状相对应,产生蓝色的圆形、红色的正方形、黄色的三角形,那么图形的混合必然与色彩的混合相统一。若一个五边形中混有三角形与正方形,那么它一定是橙色的。

继康定斯基后,教师保罗·克利又进一步发展了色彩构成理论。与伊顿一样,克利的色彩课程也是以光谱色为切入点,并将这些色彩绘制为一个圆圈。相较于伊顿所采用的球形,克利的教学方法更具常规性。色彩作为视觉体验中最多样的要素,不仅具备线的长度和色调的浓度与量度,还多了第三类要素——性质。克利要求学生运用比喻性的天平,对各色彩的分量进行轻重衡量(如蓝色较红色轻),并深入思考色彩间的级差递进关系,例如紫色向红色的过渡等。克利的教学与指导并不设定僵化的色彩运用法则,而是通过实际操作培养学生自行得出结论的能力。他将颜色视为一种基础材料,使学生在训练过程中有自主探索的机会,以便他们逐渐形成并深化对色彩的理解和认识。这种方法高度强调学生的主动参与和实践经验,通过积累经验,促进个人对色彩理解的深化。通过这种教学方式,克利成功地引导学生在色彩理论与实际运用之间建立了紧密联系,从而推动他们实现更加有效和创新的色彩应用。

包豪斯的设计实践显著推动了色彩构成的进步。通过对不同材料的实际操作和实验,包豪斯的设计师们深入探讨了色彩与材料、色彩与形态之间的关联,为色彩构成提供了新的思路与方向。具体体现在以下几个方面。

(1) 简约色彩的运用。包豪斯坚持简约与实用性相结合的设计原则,通常采用中性色调辅以几项基础色彩,力求色彩的纯粹性和平衡感。这种简约的色彩运用方式对后续设计实践产生了深远影响,促进了现代设计中色彩简洁性与纯净表达的普及。

(2) 几何形态与直线的色彩构图。包豪斯的设计师们借助几何形态和直线构图来增强色彩的表现力。通过色彩与几何形态的相互作用,创造出既简洁又具有力量感的设计作品。此种几何形态与色彩的结合方式对后续设计实践有所启发,推动了更多实验性的探索和创新。

(3) 跨学科色彩构成的研究与教育。包豪斯推崇在艺术与设计各学科间的交叉互动。色彩构成成为绘画、建筑、工艺及平面设计等领域的共同焦点。他们强调色彩教育,提升学生对色彩的敏感度、创造力及其表达能力。这种跨学科的色彩构成研究与教育促进了不同领域间的创意交流与相互启发。

(4) 实验性色彩构成的研究与创新。包豪斯的教师与学生进行了大量实验性色彩研究,探究色彩在不同材质、光线及环境下的变化及表现。这些实验推动了色彩构成理论的发展,激励着设计师与艺术家展开更广泛的探索与创新。这种实验性态度对色彩构成的发展具有重要影响。

三、色彩构成在中国的发展

中国色彩构成教育可追溯至 20 世纪 80 年代。伴随西方设计理念的引入,中国教育体系逐步吸纳了色彩构成等现代设计基础课程。从此,色彩构成教育在中国日益受到关注,许多高等院校的设计类专业相继将其设置为核心基础必修课程,从而确立了其在设计学科教育中的重要地位。

1. 初期引入阶段

20 世纪 80 年代,中国的艺术设计教育开始引入色彩构成等西方设计基础课程。这一时期的色彩构成教育主要受包豪斯设计学院的影响,强调对色彩的理性分析和应用,注重对色彩的基本属性、色彩混合、色彩对比和调和等内容的研究。当时的色彩构成教育主要是以模仿西方为主,缺乏对中国传统色彩文化的深入研究。

2. 发展与探索阶段

进入 20 世纪 90 年代,随着中国经济的崛起和市场经济的繁荣,色彩构成在中国得到了越来越广泛的研究和应用。这一时期的色彩构成教育开始注重实践和应用,强调通过实际案例来培养学生的工作能力和创新意识。同时,中国的设计师们也开始探索具有中国特色的色彩构成体系,将传统色彩文化与现代设计理念相结合。

3. 中西融合阶段

进入 21 世纪,中国的色彩构成教育逐渐呈现出中西融合的特色。一方面,持续深化对西方设计理念和方法的引进和学习;另一方面,开始深入挖掘中国传统色彩文化的精髓,将其与现代设计理念和方法相结合。这种中西融合的色彩构成教育模式为中国的设计教育注入了新的活力,也为中国传统色彩文化的传承和发展提供了新的机遇。

4. 创新与实践阶段

近年来,中国经济的迅猛发展与国际影响力的显著提升,推动了色彩构成教育的创新与实践。在这一时期,色彩构成教育愈发重视学生创新能力与实践能力的培养,强调通过实践活动来发现并解决问题。与此同时,中国

设计师也积极参与国际交流与合作,将本土色彩构成理念及其创作成果推向国际舞台。

四、案例解析

1. 《向正方形致敬》

《向正方形致敬》(*Homage to the Square*)是约瑟夫·阿尔伯斯探索色彩实践的代表作,是其在包豪斯时期创作的一系列作品(图1-3)。这个系列由多幅作品组成,旨在探索颜色的相互作用和影响,也是对色彩构成和知觉规律的深刻思考与表达,对后续的色彩理论和应用产生了显著的影响。

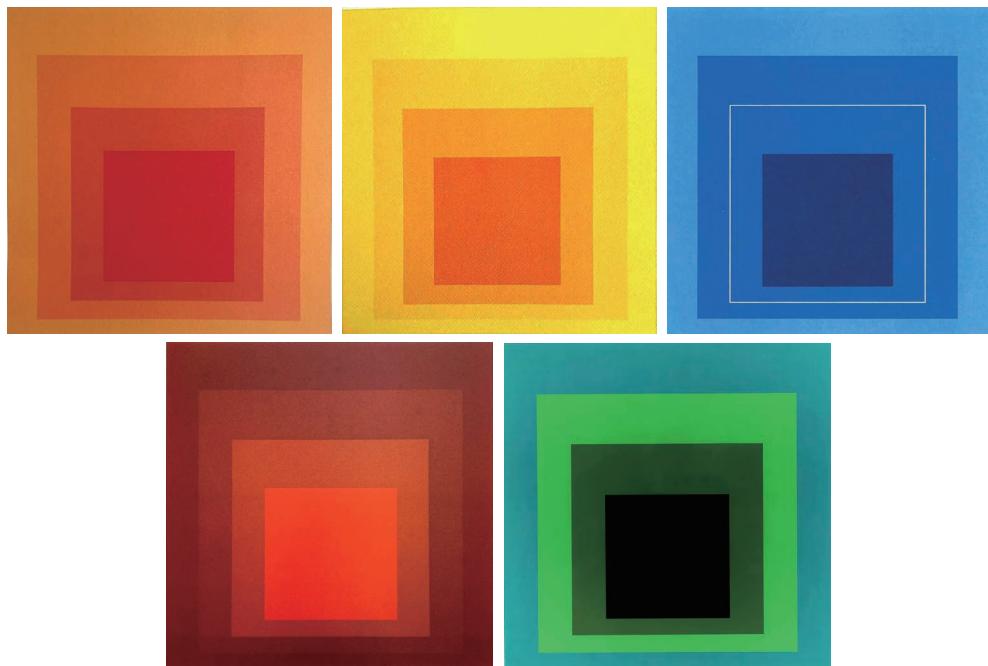


图 1-3 《向正方形致敬》

《向正方形致敬》系列作品以简洁的形式呈现,主要由多个垂直叠加的正方形组成。每个正方形均为单一色彩,颜色从外到内呈现渐变效果,或变亮或变暗。这种简约的结构使观者的注意力集中于色彩的相互关系与动态互动方面。该系列显著突出了色彩的光学效果及其相互作用。阿尔伯斯在创作中运用了多种色调和互补色,探索了颜色对比及相邻色彩的交互关系。通过观察这些作品,观者能够体会到颜色的动态效果,感知相邻色彩间的相互作用、色面变化及空间渗透感。每个叠加正方形的尺寸及颜色均经过精确计算与调整,以实现准确的色彩关系和知觉效果。阿尔伯斯追求的是色彩的准确平衡与和谐,旨在创作出富有静谧和安宁感的作品。

《向正方形致敬》系列作品体现了阿尔伯斯对色彩感知影响的深入研究,以及把握色彩在视觉传达中激发情感反应的能力。阿尔伯斯运用几何形式、色彩对比和层次叠加的手法,构建了一系列引人入胜的视觉体验。该系列作品之所以成功,在于其简洁而精确的几何构成,以及设计者对色彩构成原则的透彻理解和创新应用。阿尔伯斯通过系统性的色彩实验,揭示了色彩之间的相互作用和视觉混合的效果。

2. 《黄·红·蓝》

《黄·红·蓝》(*Yellow-Red-Blue*)是瓦西里·康定斯基一系列创作中的重要代表,集中体现了其关于颜色和几何形状的理论探索。他相信色彩和形状可以直接激发人们情感的共鸣。他认为每种颜色具有不同的情感意义,黄色代表欢愉和阳光,红色代表激情和力量,蓝色代表冷静和深远。通过将这些颜色以几何形状划分和组合,

康定斯基试图传达一种与现实世界脱离的纯粹感受和情感体验。

如图 1-4 所示,这幅作品由纯净且鲜明的黄色、红色和蓝色组合构成,康定斯基将这三种基本颜色巧妙地融入一组几何形状的构图之中。作品中的方形、三角形、矩形等多边形被用来划分和组织颜色区域,以此形成视觉上的有序结构。康定斯基通过颜色和形状的运用,营造出一种既平静又充满能量的视觉效果。黄色、红色和蓝色之间的对比和交叉赋予作品均衡感和动态感。此外,通过几何形状的应用与精心布局,康定斯基凸显了构图的结构性与平衡性。作品体现了康定斯基对抽象表达方式的追求。他试图超越具象和物质的限制,通过色彩和形状的组合来表达他内心的情感和精神层面的追求。



图 1-4 《黄·红·蓝》(瓦西里·康定斯基)

《黄·红·蓝》代表了康定斯基对色彩构成的独特理论和实践,也成了抽象艺术和现代设计中的经典之一。它具有直观的视觉冲击力,同时也透露出一种和谐的感觉,影响了后来色彩理论和实践的发展。

五、作品欣赏

色彩构成作品欣赏如图 1-5 ~ 图 1-10 所示。

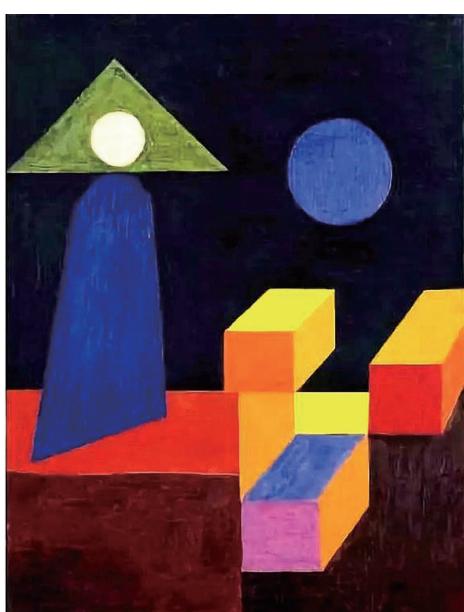


图 1-5 约翰·伊顿作品中的色彩之一

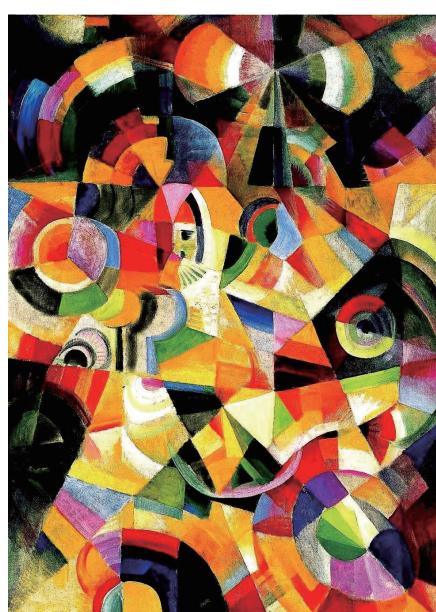


图 1-6 约翰·伊顿作品中的色彩之二

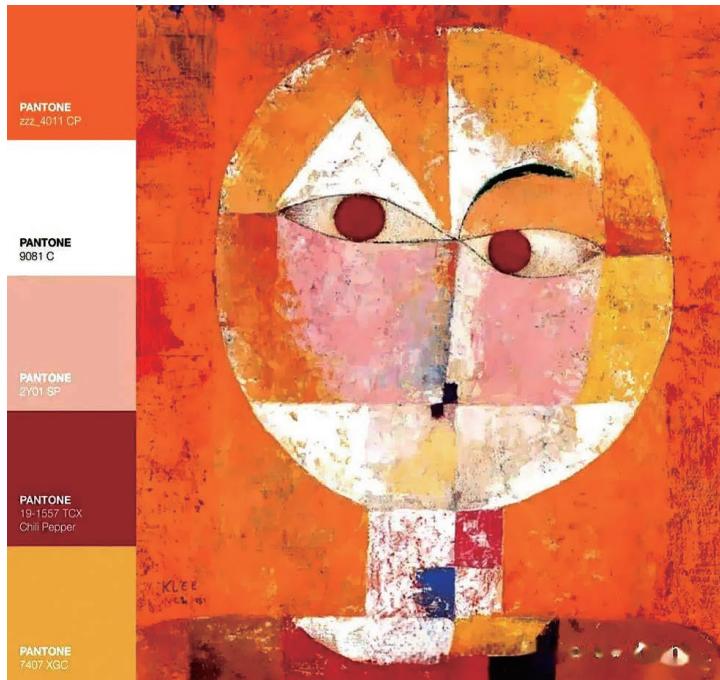


图 1-7 保罗·克利作品中的色彩



图 1-8 莫霍利·纳吉作品中的色彩

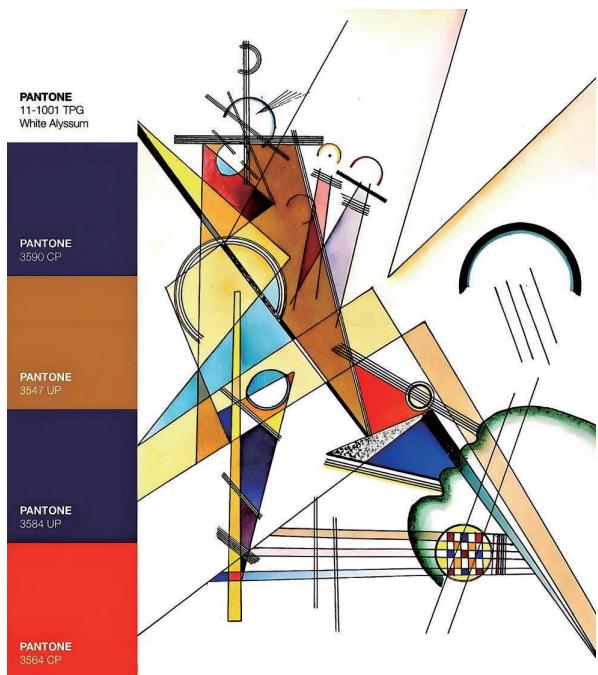


图 1-9 康定斯基的线条色彩搭配之一



图 1-10 康定斯基的线条色彩搭配之二

六、任务分析

1. 课题内容

- (1) 理解色彩构成的概念。
- (2) 运用色彩对比、搭配和情感等色彩关系进行创作,达到色彩的和谐统一。

4. 品牌识别与形象塑造

在品牌的标识设计中,色彩构成的作用尤为显著。品牌通过特定的色彩策略来建立独特的视觉识别,从而在竞争激烈的市场中脱颖而出。色彩的战略性使用,有助于品牌在消费者心中构建特定的形象认知和情感联系。

二、案例解析

1. 可口可乐标志

可口可乐 (Coca-Cola) LOGO 作为全球著名的品牌标识,以其简洁而富有辨识度的特征而备受推崇。该 LOGO 的设计始于 19 世纪末,可口可乐公司确立了红色与白色作为标准色彩。其中,红色象征着活力与热情,白色传达出清新与纯粹。这种色彩组合与可口可乐的广告宣传策略相辅相成,通过鲜艳的色彩与简约的线条有效地展现了可口可乐品牌的独特魅力。

如图 1-11 所示, Coca-Cola 的品牌标志设计以红色和白色为主要色彩构成。红色通常象征激情、希望、活力与能量,能够有效激发消费者的情感反应;白色则代表纯真、青春及平和。这两种色彩对比鲜明,红色主要作为背景色,而白色作为标志的颜色。实际使用中,这两种颜色会根据具体情况灵活调整。值得强调的是,可口可乐对于红色的有效运用及其卓越的营销策略,成功地在其品牌与红色之间建立了强大而持久的情感联结。这种现象不仅强化了品牌识别,而且在文化层面上影响了全球对圣诞老人传统形象的理解。在可口可乐的广告传播历程中,圣诞老人的红衣形象与品牌标志中的红色始终紧密结合,这种独特的品牌联想策略深入人心。最终,全球范围内的圣诞老人形象受到可口可乐广告的影响,红色与圣诞老人的组合逐渐成为一种新的文化符号。这一系列营销活动被视为营销史上最具影响力的品牌推广案例之一。可口可乐的红色品牌色彩在消费者的认知中已根深蒂固,成为其品牌资产的核心组成部分。



图 1-11 可口可乐 LOGO 设计

2. 《如果国宝会说话》系列海报

《如果国宝会说话》系列海报 (图 1-12 ~ 图 1-15) 运用不同色彩的毛笔笔触,融合了青花瓷、青铜器、山水画等国宝意象,充分展现中国传统文化的魅力,显得大气磅礴、古色古香且韵味悠长。

在图 1-15 所示海报的国风渐变背景中,主体视觉聚焦为一支醒目的毛笔轻触水面,激起波纹,与之相对的是文物局部放大的精美展示,整体传达出一种端庄且富有人文情怀的氛围。整个海报以温润、内敛的大地色系棕色为主调,与该国宝的特性形成有机呼应。

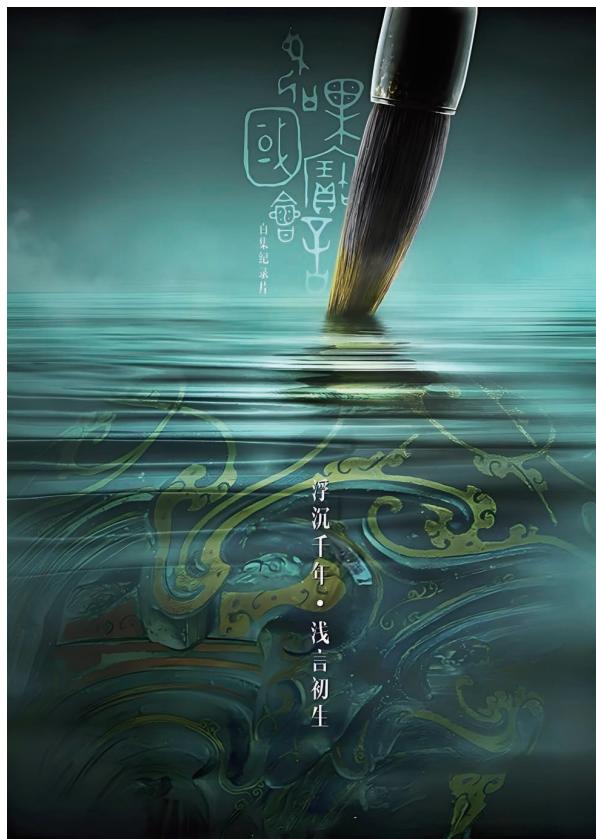


图 1-12 《如果国宝会说话》系列海报之一



图 1-13 《如果国宝会说话》系列海报之二



图 1-14 《如果国宝会说话》系列海报之三

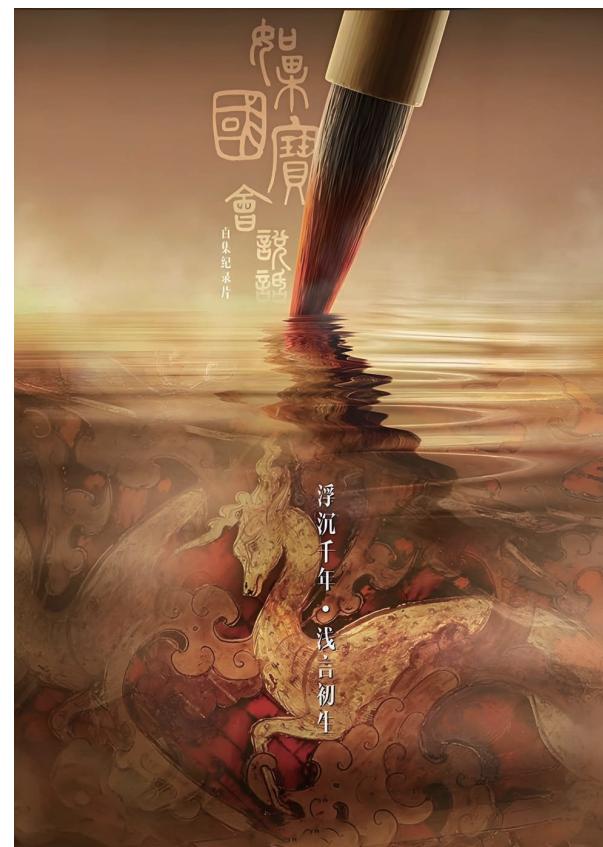


图 1-15 《如果国宝会说话》系列海报之四

在色彩运用方面,海报以高纯度的鲜艳色彩如黄、蓝、绿等颜色为主要元素,构筑出鲜明且生动的画面基础。这些色彩通过其高饱和度有效地吸引了观众的视觉,同时传达了国宝的活力与生命力。此外,海报中还巧妙地融入了黑色、白色和灰色等中性色调,这些色彩的结合不仅丰富了画面的色彩层次,也与国宝主题相得益彰,如黑色赋予的庄重与神秘,白色带来的纯净与高雅,灰色提供的平衡与过渡。

在色彩对比和过渡处理上,海报巧妙地糅合了两种手法。以图 1-12 为例,通过在黑白之间引入绿色作为过渡色,增强了色彩对比度,使得整体视觉效果更为丰富和细腻。局部色彩的渐变和混合技巧的应用进一步增强了海报的立体感和动感。

总体而言,《如果国宝会说话》海报的色彩构成极具专业性和艺术性。通过高饱和度色与对比色彩的巧妙搭配,以及不同色彩间的过渡与调和,海报不仅具备了强烈的视觉吸引力和冲击力,同时也精准地契合了其弘扬国宝文化的核心目的,展现了出色的艺术性与传播效果。

三、作品欣赏

色彩构成与视觉传达设计作品欣赏如图 1-16 ~ 图 1-21 所示。



图 1-16 《睡莲》之一 (莫奈)



图 1-17 《睡莲》之二 (莫奈)

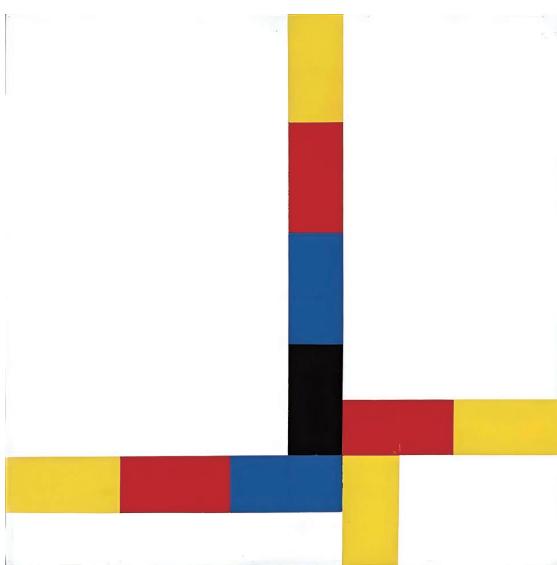


图 1-18 《基本色的浓度》 (马克斯·比尔)

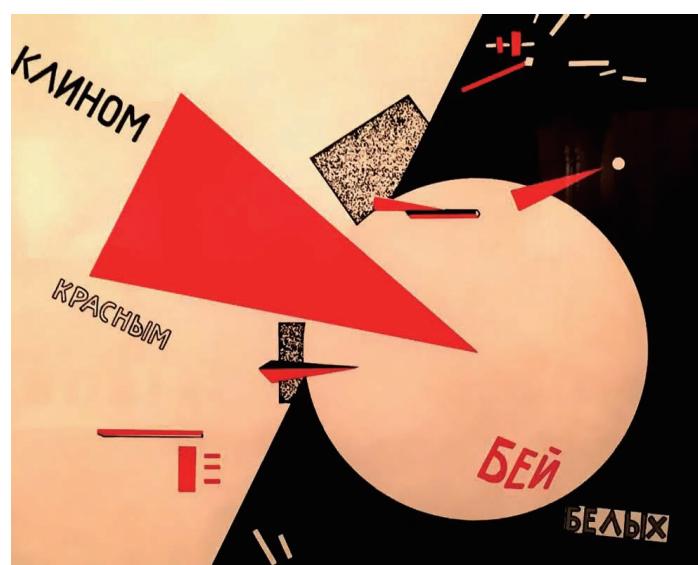


图 1-19 《用红色楔子击破白色》 (埃尔·利西茨基)

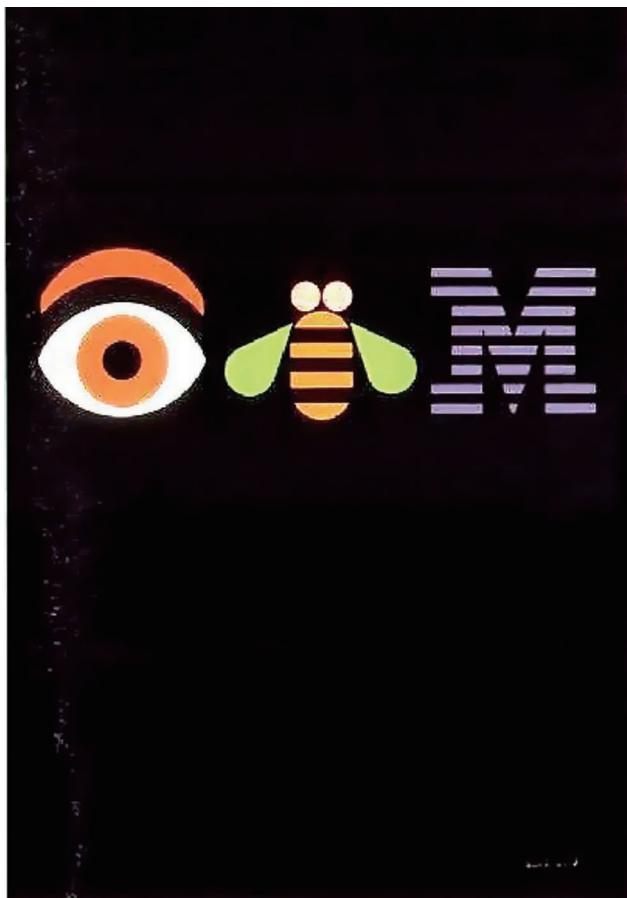


图 1-20 IBM 公司招贴 (保罗·兰德)



图 1-21 New Man (埃尔·利西茨基)

四、任务分析

1. 课题内容

- (1) 运用色彩对比和色彩搭配等色彩关系提升视觉传达吸引力。
- (2) 运用色彩情感和色彩层次等关系增强视觉传达的情感表现力与情绪共鸣。

2. 课题目的

- (1) 培养学生掌握色彩构成在视觉传达设计中的运用方法。
- (2) 培养学生将色彩语言与视觉符号相结合的方法, 提升作品的表现力和信息传递效率。

3. 课题教学

- (1) 讲解色彩构成在视觉传达中的基本原理和要素。
 - ① 介绍色彩的选择、对比、搭配与象征意义。
 - ② 解析色彩构成在传递品牌情感及文化信息中的作用。
 - ③ 探讨色彩构成如何影响视觉注意力及信息层次。
- (2) 示范色彩构成在视觉传达设计中的运用。
 - ① 展示品牌设计中的主色与辅色的搭配, 分析配色的逻辑。
 - ② 讲解广告海报中的色彩对比如何吸引受众的注意力。

4. 课题作业

选择一个校园活动（如运动会、艺术展、社团招新等），设计一张简洁的活动海报，表达活动的主题与氛围。海报尺寸为A4纸大小（210mm×297mm）。

学习情境三 色彩构成与环境设计

一、色彩构成与环境设计的关系

色彩构成在环境设计中通过对色彩的选择、搭配，实现特定氛围与感受的营造。色彩构成的运用与组合不仅影响着环境设计的美学表现，还涉及环境设计功能性、用户体验、空间感知等多个层面。

1. 色彩的物理特性与环境设计

（1）色相：氛围营造的关键元素。色相作为色彩的核心特征，涵盖了诸如红、黄、蓝等多种色彩。在环境设计中，不同色相的选用能够塑造出截然不同的空间氛围。红色系凭借其高饱和度与暖色调特质，往往传递出热情洋溢、活力四射的情感信号，因而在娱乐场所这类追求热闹、欢快氛围的空间中应用广泛，可有效激发人们的积极情绪与互动欲望。与之相对，蓝色系散发着宁静平和、沉稳内敛的气息，与书房、卧室所需的静谧、舒适环境高度适配，有助于使用者放松身心、专注思考或安然休憩。

（2）明度：影响空间感知的重要因素。明度指色彩的明亮程度。像白色、浅黄色这类高明度色彩，具有反射光线能力强、视觉扩张感显著的特性，能够使空间在视觉上呈现出宽敞明亮的效果，因此极为适合小面积空间或采光欠佳的环境，可有效弥补空间的局促感与阴暗感。反之，深灰色、黑色等低明度色彩会赋予空间一种沉稳厚重的质感，常用于打造私密、安静的空间环境，如私人书房、卧室等，其吸光性强的特点能够营造出深邃、静谧的氛围。

（3）纯度：决定视觉冲击与舒适度的变量。纯度指色彩的鲜艳程度。高纯度色彩鲜艳夺目、视觉冲击力强，大面积运用易引发视觉疲劳与刺眼感。例如，在艺术展厅等特定场所，局部高纯度色彩可作为焦点元素吸引人们的视线，但整体空间需谨慎使用；而低纯度色彩显得柔和淡雅，给人一种舒适惬意之感，在环境设计中被广泛用于营造温馨舒适的居住或休闲空间，符合人们对舒适环境的心理需求。在实际的环境设计过程中，必须紧密结合空间功能以及使用者的具体需求，科学合理地选择色彩纯度，以实现理想的设计效果。

2. 色彩的心理效应与环境设计

色彩对人的心理具有显著影响。

（1）暖色调。暖色调（如红色、黄色）常引发人们兴奋、温暖和精力充沛的心理感受。在寒冷地区的室内环境设计中，暖色调的运用可增强人们的温暖感受；在儿童活动空间中，则有助于激发孩子们的活力与创造力。

（2）冷色调。冷色调（如蓝色、紫色）常带来宁静、凉爽和放松的心理体验。在医院、图书馆等需要安静氛围的场所，冷色调的运用能助力人们放松心情，提升专注力。

（3）中性色。中性色（如白色、灰色）具备简洁、大气、稳重的特点。白色广泛应用于现代简约风格的环境设计中，营造干净、明亮的空间；灰色具有较高包容性，可与各种色彩搭配，创造多种多样的氛围。

3. 色彩的搭配原则与环境设计

(1) 协调统一原则。在环境设计中,色彩搭配应追求协调统一,避免杂乱或冲突。通常选择主色调,辅以一至两种次色调,以维持整体和谐感。例如,白色为主色调的客厅,搭配浅木色家具和灰色沙发垫,可营造简洁舒适的氛围。

(2) 对比突出原则。适当运用色彩对比可增强空间层次感与视觉冲击力,这可以通过色相、明度和纯度等属性的对比来实现。例如,深灰色为主色调的卧室与黄色台灯形成鲜明对比,突出了空间层次感。

(3) 顺应自然原则。环境设计中的色彩搭配应顺应自然色彩变化,如季节、天气等。春季可选用明亮色彩如粉色、浅绿色,营造生机盎然的氛围;冬季可使用暖色调如红色、橙色,增强温暖感。

(4) 功能需求原则。不同空间功能需相应色彩搭配。例如,厨房和卫生间宜选耐脏、易清洁色彩,办公室需选能提高工作效率的色彩,卧室需选有助于睡眠的色彩。

二、案例解析

1. 北京故宫

北京故宫(图1-22)是中国明清两代的皇家宫殿,旧称紫禁城,位于北京中轴线的中心位置。其色彩构成高度契合中国传统宫廷建筑的特征与中国传统的审美理念。故宫的核心建筑大多采用多层布局,自上而下依次分布:最顶层为琉璃黄色的屋顶,屋脊下方的斗拱及其连接部分以青绿色彩绘装饰,再下方是朱红色的木质立柱、门窗与墙壁,建筑基座由汉白玉构成,显得庄严而高贵。故宫以黄色和红色为主色调,这是中国古代帝王所偏爱的色彩。黄色在五色中具有至高无上的地位,象征着神圣、辉煌,激发人们的敬畏和崇高感。红色一直以来都被视为一种象征着喜庆和活力的色彩,它能够激发人们的情感共鸣。红色立柱与黄色屋顶形成鲜明对比,汉白玉基座进一步强调了这种反差。故宫的辅助色彩包括绿色、白色和黑色。绿色用于宫殿的屏风、花卉和园林,象征自然和生机;白色用于墙壁和天花板的涂料,营造宏伟、明亮的效果;黑色用于木质家具和装饰品,突出宫殿的庄重和典雅。故宫还以金色和镶嵌的宝石饰物为特点,如琉璃瓦、金丝漆工艺和玉石镶嵌等。金色不仅象征财富和权势,更以其金碧辉煌的装饰效果彰显出皇家的尊贵地位。故宫的色彩运用以对比和互补为主,同时巧妙地借助黑色和白色等中性色,通过色彩渐变手法进行调和。这种色彩搭配不仅具有强烈的视觉冲击力,而且不失和谐,展现了建筑色彩美学统一性和多样性的完美结合。



图 1-22 北京故宫

2. MOBIUS 艺术空间

MOBIUS艺术空间(图1-23和图1-24)作为一个充满创意与想象力的场所,其色彩构成也展现出活力与

艺术性。在该空间中,色彩的应用成为表达空间情感的重要媒介。设计师通过多样化的色彩搭配,精心营造出独特的空间氛围与情感体验。



图 1-23 MOBIUS 艺术空间 (1)



图 1-24 MOBIUS 艺术空间 (2)

(1) 色彩基调的确立: 空间的整体色调以白色和灰色为主。白色作为背景色,与多种材质的家具和陈设形成对比,突出了空间的纯净、明亮和简洁。灰色则多用于地毯、窗帘等软装饰,为空间增添了沉稳和内敛的气质。

(2) 色彩与空间结构和光线的互动: 在 MOBIUS 艺术空间中,色彩的运用受到空间结构和光线条件的影响。设计师根据不同区域的功能需求和光线特点进行了精确的色彩搭配。例如,在会议区域采用浅色调以营造清新明亮的氛围,在展示区域则更多使用鲜艳色彩以吸引观众的视觉焦点。

(3) 鲜艳色彩的创新使用: 设计师巧妙地运用了高饱和度的鲜艳色彩,为空间注入了活力和趣味性。红色、黄色、蓝色和紫色等色彩的运用不仅丰富了空间的色彩层次,还为空间带来了动感和活力。这些鲜艳色彩主要用于家具、装饰画和部分陈设,与白色和灰色形成对比,产生了强烈的视觉冲击力。

总之, MOBIUS 艺术空间的色彩设计充满创意与想象力,其色彩构成灵活多变,旨在营造出独具特色的空间氛围与情感体验。无论是白色和灰色的基础色调,还是鲜艳色彩的点睛之笔,均使得空间散发出独特而又迷人的魅力。

三、作品欣赏

色彩构成与环境设计作品欣赏如图 1-25 ~ 图 1-30 所示。



图 1-25 水立方



图 1-26 苏州博物馆



图 1-27 鸟巢

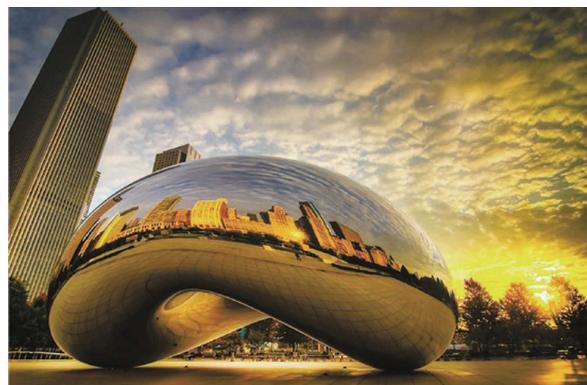


图 1-28 芝加哥千禧公园云门雕塑



图 1-29 库肯霍夫花园



图 1-30 彩虹村

四、任务分析

1. 课题内容

- (1) 运用色彩的物理特性和心理效应，提升空间氛围和感知。
- (2) 运用色彩的协调、搭配，顺应自然，提升空间的功能性和审美性。

2. 课题目的

- (1) 培养学生掌握色彩构成在环境设计中的基本原理与实践能力。
- (2) 训练学生在不同环境中运用色彩构成提升空间体验的能力。

3. 课题教学

- (1) 讲解色彩构成在环境设计中的原理和要素。
 - ① 介绍环境设计中色彩的选择原则、色彩对比与搭配。
 - ② 分析色彩对环境氛围、功能分区和心理感受的影响。
 - ③ 探讨色彩在不同空间（如公共空间、室内空间、景观设计）中的运用。
- (2) 示范色彩关系在环境设计中的应用。
 - ① 展示办公空间中的冷暖色调运用，解析如何利用色彩构成提升工作效率和舒适度。
 - ② 通过案例分析学校、医院、商场等环境中色彩的情感引导作用。

③ 介绍不同色彩关系在空间设计中的具体应用,如互补色提升活力、类似色营造平和氛围等。

4. 课题作业

为校园中的一个小型休闲角进行色彩方案设计,营造轻松、愉悦的环境氛围。尺寸为 A3 (297mm × 420mm),手绘或计算机设计。

学习情境四 色彩构成与网页设计

一、色彩构成在网页设计的作用

色彩构成在网页设计中起着非常重要的作用。色彩的运用可以为网页创造视觉吸引力,提升用户体验和品牌识别度。

1. 色彩的情感引导与氛围营造

在网页设计中,色彩构成作为一种强有力的设计语言,能够引导用户的情感反应和心理预期。暖色调(如红色、橙色和黄色)因其波长较长,能够激发用户的活力、热情和兴奋情绪。在电商促销页面中,红色经常被用来吸引人们的注意力和刺激购买欲望。相对地,冷色调(如蓝色、绿色和紫色)因其波长较短,通常与宁静、稳重和专业感相关联,在科技类公司的网页设计中得到了广泛应用,以传达品牌的创新精神和可靠性。

通过精心挑选的色彩组合,设计师能够为网站营造特定的氛围。明亮的色彩搭配(如粉色和浅蓝色)能够营造出活泼而轻松的用户体验,适合儿童产品或娱乐网站。而深色调的组合(如黑色和深灰色)能够传递出神秘而高端的品牌氛围,这在奢侈品或高端科技产品的网页设计中更为常见。

2. 色彩的对比度与文本的可读性

在网页设计中,色彩对比度是确保文本可读性的关键因素。高对比度的色彩组合,如黑色文字与白色背景的组合,不仅提高了文本的辨识度,也优化了用户的阅读体验。在网页创意设计中,设计师有时会采用低对比度的色彩组合来创造独特的视觉效果,但必须平衡美学和功能性,确保不会对用户的阅读造成障碍。

色彩对比度也用于区分网页上不同内容区域和功能模块,通过颜色的差异化来引导用户的注意力。例如,导航栏、按钮和重要信息可以通过色彩的对比来突出,使用户能够迅速识别和访问。此外,色彩对比度强调行动呼吁(call to action, CTA)元素,如有“立即购买”或“注册”按钮时,就可以有效地引导用户进行期望的操作。通过色彩构成不仅增强了设计的美观性,也提升了用户界面的可用性和互动性。

3. 色彩动态变化与用户交互

在网页设计中,色彩的动态变化构成了一种关键的视觉反馈机制。这种机制不仅有助于用户理解其操作是否得到有效执行,还能引导用户顺畅地进行后续操作。

首先,在操作反馈方面,色彩的动态变化能够实时地向用户传达其操作是否被系统所识别。例如,当用户将鼠标光标悬停于某个按钮之上时,按钮颜色的瞬时变化即是对用户的一种明确提示,表明该按钮处于可点击状态。

其次,色彩动态变化在增强网页可用性方面也发挥着重要作用。通过调整链接或按钮的颜色以反映其不同的状态(如已访问、悬停、活动或禁用),用户可以更加清晰地理解自己当前所处的位置以及可进行的操作选项。

最后,在引导用户流程方面,色彩变化同样具有显著效果。特别是在涉及多个步骤的操作流程中,通过色彩的变化来指示各步骤的完成情况,可以极大地提升用户体验。例如,已完成的步骤可以用绿色进行醒目标记,而未完成的步骤则可以用灰色来表示,从而帮助用户直观地掌握整个流程的进展情况。

4. 色彩一致性与品牌识别

通过持续地运用特定色彩方案,品牌能够在用户心中构建强大的视觉识别系统。在网页设计过程中,色彩的运用必须与品牌的整体形象高度协调。具体而言,品牌的标志、宣传资料以及其他营销渠道中所采用的色彩方案,应当在网页设计中得到充分延伸与体现,从而有效提升品牌的辨识度及一体化感。举例来说,可口可乐在其网页设计中通常会选用红色与白色作为主色调,这一色彩策略与品牌的标志和产品包装设计形成紧密呼应,共同塑造出独特的品牌视觉形象。

二、案例解析

1. 谷歌网页设计

谷歌 (Google) 是全球最具活力与影响力的互联网企业之一。作为目前十分流行、规模庞大的搜索引擎和信息发布平台,它在网络世界中占据着重要地位。如图 1-31 所示,谷歌网页设计体现了其功能性与美观性的完美结合。网站界面以白色为基调,上方显示着谷歌的商标,中央部分为一个带有灰色边框的搜索框,右侧则是默认以蓝色显示的扩展链接。搜索框下方设有银灰色的搜索按钮,按钮下方居中排列的其他可选链接及版权信息均默认为蓝色显示。整体界面设计清新简洁,展现出现代感与科技感,色调搭配适中,符合大众的视觉习惯。该网页设计成为搜索引擎页面设计的典范。通过对其信息界面的具体布局进行分析,可以发现界面整体分为左右两部分:左侧为可选项目框,右侧为信息排布栏。可选项目框的边框采用红色、绿色和蓝色三种对比色,形成鲜明的区分,避免了使用同类色或相似色导致的单调感。信息排布栏的四个栏头背景色分别为红、黄、蓝和绿四种颜色,代表奥斯特瓦尔德色相环的四种主色,色相鲜明,增强了信息的可读性与视觉吸引力。

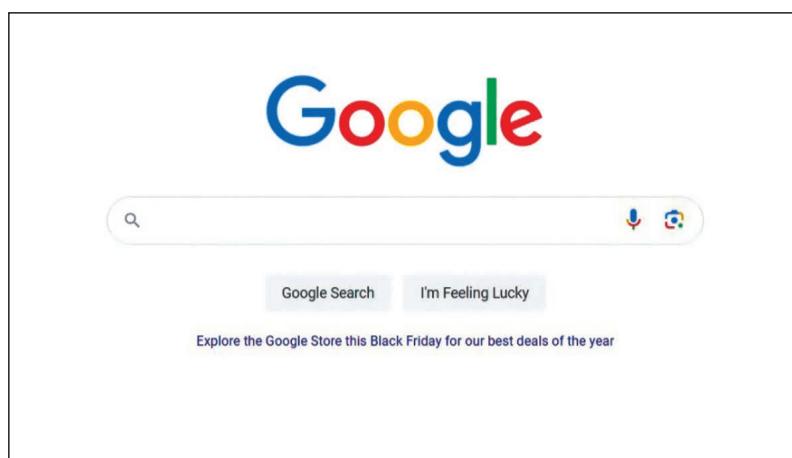


图 1-31 谷歌网页设计

2. Adobe 网页设计

Adobe 网页 (图 1-32) 以白色为主色调,通过鲜艳颜色的灵活运用和其他颜色的点缀,营造出层次分明且富有创意的视觉效果。这种颜色搭配不仅体现了 Adobe 网页的设计美感,也使用户能够快速获取页面信息并对网站产生兴趣。

The screenshot shows the Adobe website homepage. At the top, there is a red header with the Adobe logo and navigation links for Creativity & Design, PDF & E-signatures, Marketing & Commerce, and Help & Support. A 'Sign In' button is also present. The main content area features a large image of a proposal document with a red 'PROPOSAL' stamp. Below this, there is a grid of product cards:

- ADOBE PHOTOSHOP**: Generative AI. This changes everything. Now with Generative Fill and Generative Expand. Powered by Adobe Firefly. [Start free trial](#). Includes a screenshot of a leopard.
- Get it done with Acrobat.**: Edit, share, and e-sign PDFs — all in one place. Acrobat's got it. [Learn more](#). Includes a screenshot of a proposal document.
- Creative Cloud**: Creative Cloud All Apps free trial. Creative Cloud for business. Student pricing — save over 60%.
- Acrobat**: Acrobat free trial. Online PDF tools.
- Explore**: View all products. See all plans and pricing.
- ADOBE EXPRESS**: Level up with generative AI. Easily make social posts, videos, flyers, and more with Text to Image or Text Effects features. Powered by Adobe Firefly. [Get Adobe Express free](#). Includes a screenshot of a colorful pop-up shop illustration.
- ADOBE ILLUSTRATOR**: Recolor your world. Unlock endless color combinations with simple text prompts and Generative Recolor. Powered by Adobe Firefly. [Learn more](#). Includes a screenshot of a complex illustration.
- Adobe GenStudio**: Amazing apps. Endless possibilities. Create something beautiful, boost productivity, and deliver engaging, custom experiences with Adobe software. [View all products](#). Includes a grid of Adobe app icons: Ai, Ps, N, Id, S, A, Ae, Lr.
- IN THE NEWS**: Marking a new era of creativity with generative AI. Spark creative magic with the all new, AI-powered Creative Cloud release. [Read the story](#). Announcing the new, all-in-one Adobe Express. Try the latest version with generative AI features powered by Adobe Firefly. [Read the story](#). Write Adobe Firefly prompts in over a hundred languages. Generate endless creations, now using your language of choice. [Read the story](#).

At the bottom, there are sections for 'Shop for', 'For business', 'Experience Cloud', 'Support', and 'Adobe', along with links for 'Featured products' and 'Change region'. A footer bar at the very bottom contains links for Privacy, Terms of Use, Cookie preferences, Do not sell or share my personal information, and AdChoices.

图 1-32 Adobe 网页