

<<包装色彩设计>>

图书基本信息

书名：<<包装色彩设计>>

13位ISBN编号：9787800008597

10位ISBN编号：7800008592

出版时间：2009-8

出版时间：印刷工业出版社

作者：汪兰川

页数：119

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<包装色彩设计>>

内容概要

色彩在人们的生活中无处不在，人们的生活也因色彩的绚烂而美好。人们在创造和设计生活的过程中，色彩知识的运用总是一个无法回避的问题。尤其对于从事艺术设计工作的人员和正在学习设计课程的学生来说，色彩知识的学习和训练更是必不可少。

《包装色彩设计》是一本集色彩知识和训练方法于一体的包装设计色彩学习用书，系统全面地叙述了包装色彩设计的要点，力求通过理论和实践的良好结合，来给读者一个好的创作平台。

本书区别于其他相关书籍的地方在于不仅有对包装设计系统性的理论研究，而且对包装设计所赋予的深层次的文化内涵做了深入的研究，如对包装的民族性与国际性，文化性与商业性，传统性与时代性的研究等。

希望《包装色彩设计》能为广大读者开阔视野，并帮助大家快速掌握包装色彩设计基本知识和提高运用能力。

<<包装色彩设计>>

书籍目录

01 色彩的基本常识01 色彩形成的基本原理02 包装色彩设计的属性与表示方法03 包装色彩的设计与搭配02 包装色彩的心理感情与联想01 色彩与色彩感情02 包装设计的色彩感觉03 包装色彩联想03 包装色彩的单纯性心理效应01 红色产生的心理效应02 橙色产生的心理效应03 黄色产生的心理效应04 绿色产生的心理效应05 蓝色产生的心理效应06 紫色产生的心理效应07 无彩色系黑、白、灰的视觉心理效应04 包装设计色彩美的构成方法01 明度对比构成的包装设计02 纯度对比构成的包装设计03 包装设计的色相构成法04 纯度构成法05 包装色彩设计的形式美法则01 色彩的和谐美02 色彩的平衡美03 色彩的节奏美04 色彩的比例美

章节摘录

01 色彩的基本常识 01 色彩形成的基本原理 现代科学研究证明，色彩是光刺激眼睛，再传至大脑视觉神经中枢而产生的一种感觉。

因此说，色彩是客观对象作用于主体感受的产物。

一、色彩的定义与内涵 所谓色，是感觉色和知觉色的总称。

总括起来讲，色是被分解的光（从光的构成上说是可见光，从光的现象来说是漫射光、反射光和透射光）进入人眼并传至大脑时开始生成的感觉，是光、物、眼、心的综合产物。

所谓彩，是多色的意思。

一般来说，“色彩”和“色”是同义语。

不过，色彩一词常与物体相联系，因此它在很大程度上包含着知觉的要素，与知觉色相对应。

如果将它按感觉色处理时，它被称为色刺激，仅与光色相对应。

由于知觉的恒常性和错觉，往往不能正确认识色彩，所以学习色彩必须将物体色和光色作综合处理，如图1-2所示。

二、色彩的物理属性 色彩是人的视觉元素之一，是人根据物体遇到并分解可见光所产生的一种视觉反应。

没有光源便没有色彩，人们凭借光源才能看见物体的形状、大小、肌理、色彩等视觉元素，从而认识客观世界。

<<包装色彩设计>>

编辑推荐

奇妙色彩，完美搭配……色彩永远是首当其冲的造型要素。
用色彩触动美的神经！

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>