

<<服装色彩设计>>

图书基本信息

书名：<<服装色彩设计>>

13位ISBN编号：9787811119367

10位ISBN编号：7811119366

出版时间：2012-1

出版时间：东华大学出版社

作者：陈彬 等编著

页数：60

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>

## <<服装色彩设计>>

### 内容概要

色彩是现代服装设计一个重要形式，完美的色彩设计能提升服装美感，诠释设计内涵。陈彬、彭灏善编著的《服装色彩设计(第2版)》共分九章，从色彩知识、色彩心理到色彩具体搭配包括所涉及的形式原则、整体设计、流行色，内容具有时代感。采用实例阐述、图文并茂形式，分析介绍详尽细致，既有理论铺垫，又兼具实用性和可操作性。《服装色彩设计(第2版)》可作为服装类高等院校色彩课程的教材，也可作为服装企业技术人员和服装设计爱好者自学的参考书籍。

## <<服装色彩设计>>

### 作者简介

陈彬，1965年生于上海，祖籍宁波，1995年获硕士学位。  
东华大学服装学院服装艺术设计系副主任，副教授，硕士生导师，主讲时装画、款式设计、毕业设计等专业课。

上海市服装设计师职称评定负责人  
曾获第一届“中华杯”服装设计大赛上海赛区金奖  
1997年赴丹麦研修毛皮设计  
1997年获上海市优秀青年教师称号  
1999年获上海市“育才奖”  
1999年获上海市高级服装设计师称号  
曾出版有《服装设计》、《服装设计(初级)》、《服装设计(中级)》、《色彩设计》等八本专业书。

## <<服装色彩设计>>

### 书籍目录

#### 第一章 色彩的基本知识

- 一、色彩的产生
- 二、色彩的混合
- 三、色彩的三属性
- 四、原色、间色、复色、补色
- 五、色调
- 六、色彩的种类
- 七、色立体

#### 第二章 服装色彩与视觉心理

- 一、服装色彩综述
- 二、服装色彩与视觉心理效应
- 三、色彩联想
- 四、色彩的象征
- 五、色彩心理因素

#### 第三章 服装色彩搭配基础

- 一、以色相为主的色彩搭配
- 二、以明度为主的色彩搭配
- 三、以纯度为主的色彩搭配

#### 第四章 服装色彩搭配的综合运用

- 一、支配式色彩搭配
- 二、重点式色彩搭配
- 三、渐变式色彩搭配

#### 第五章 服装色彩搭配的形式美原则

- 一、调和的原则
- 二、对比的原则

#### 第六章 服装色彩设计与视错觉

- 一、色彩的冷暖错觉
- 二、色相错觉
- 三、明度错觉
- 四、纯度错觉
- 五、补色错视
- 六、色彩面积错视
- 七、距离错视
- 八、色彩的重量错视
- 九、边缘错视

#### 第七章 服装色彩的整体设计

- 一、构思方法
- 二、时装色彩的系列设计

#### 第八章 流行色与时装

- 一、流行色概念、产生和流行周期
- 二、影响色彩流行的因素
- 三、流行色的研究机构与预测分布

#### 第九章 服装色彩设计作品分析

后记

参考文献



## 章节摘录

版权页：插图：英国是世界上最早设立流行色研究机构的国家，其后美国、法国、德国、意大利、波兰也先后设置了类似部门，亚洲有日本、中国、菲律宾、韩国。

1963年9月法国、瑞士、日本共同发起成立了“国际时装与纺织品流行色委员会”

(International Commission for Color in Fashion & Textiles)，简称Inter Colour，总部设在法国巴黎。

我国是1982年2月以中国丝绸流行协会及全国纺织品流行色调研中心的名义加入该委员会。

世界上许多国家都成立了权威性的研究机构，来担任流行色科学的研究工作。

如：伦敦的英国色彩评议会 (BRITISH COLOUR COUNCIL)，纽约的美国纺织品色彩协会

(AMERICAN TEXTILE ASSOCIATION) 及美国色彩研究所 (AMERICAN COLOUR AUTHORITY)，巴黎的法国色彩协会 (LOFFICIEL DELACOURLEUR)，东京的日本流行色协会等。

此外，一些专门从事纤维材料研究的国际机构，如国际羊毛事务局 (IWS)、国际棉业协会 (IIC)、国际纤维协会 (IWA)、法国流行时装工业组织以及法国第一视觉 (Premiere Vision)、美国的《国际色彩权威》 (International Color Authority) 等也参与流行色的分析和发布。

2、流行色的预测发布 对流行色的预测涉及到自然科学的各个方面，是一门预测未来的综合性学科，人们经过不断的摸索，分析，总结出了一套从科学的角度来预测分析的理论系统。

流行色的预测需要做大量细致的准备工作，包括研究色彩学的色彩要素及秩序特征，研究人们的生理、心理因素，研究消费者的风俗习惯和消费动向等。

因此，流行色的产生既带有人为主观因素，又有客观依据。

主观因素是预测者排斥周围环境的影响，将自己存于记忆中的信息以主观形式表达的内容，每年的流行色均带有一定的主观成分；客观因素来源于预测者经常有意识或无意识地观察生活，购物、旅游、参观、看电视电影、出席各类社交活动等都可用来体察时尚背景下的环境、人群、氛围、情调等，尽管其中不乏个人观点，但这些预测元素都具有客观性。

由于流行色的延续性特征，因此每季流行色的发布往往带有上一季流行色的痕迹，预测者在客观地评估上一季流行讯息的基础上。

<<服装色彩设计>>

编辑推荐

《纺织服装高等教育"十二五"部委级规划教材:服装色彩设计(第2版)》是纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材。

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>