

第五章

标志色彩设定

项目描述

标志设计中很大一部分是用色彩意向来描述或象征标志含义的。标志的色彩是设计师对标志符号所涉及的对象内涵进行选择、提取，经主观创造后所产生的一种含有特定意义的色彩形象。

本章通过项目实训，帮助学生在对企业市场调研的基础上，对标志色彩设计进行创意构思，并运用标志色彩知识和设定技能，完成标志的标准色和辅助色的设定，并结合标志图形、标准字等形象要素，组合成完整的标志设计作品。

学习要点

掌握标志色彩的基础知识，包括标准色和辅助色的作用、色彩特性、色彩心理认知、色彩设定原则和种类等。

能够结合企业的经营理念和产品特性，以及标志图形、标准字体等形象要素确定标准色和辅助色。

具备运用色彩设定技能完成标志标准色及辅助色的设定、标示工作的能力。

核心知识

标准色、辅助色、色彩特性、色彩设定、色彩标示。

第一节 标准色设定

一、标准色的概念

标准色是指某一特定的色彩或一组色彩系统，运用在特定企业的视觉传达设计媒介上，透过色彩具有的视觉刺激与心理反应，突出表现企业经营理念或产品的内容特质。标准色在企业视觉形象系统中具有强烈的识别效应，是企业营销策略的有力工具。

二、标准色知识讲解

1. 标准色的作用

标准色之所以成为企业形象战略的重要组成部分，是由于色彩本身具有视觉刺激，能引发观者强烈的生理、心理反应。在生活习惯、社会规范、宗教信仰、自然环境等影响下，人们看到某种色彩，就会条件反射地产生各种具体的联想和抽象的情感。

“远看色，近看花”，自古以来人们就认识到色彩具有先声夺人的视觉效果。例如，美国可口可乐公司的红色使人感受到青春洋溢、健康、欢乐的气息，柯达公司的黄色充分表现出了色彩纯正、品质卓越的产品特质，泛美航空公司的天蓝色给予乘客快速、便捷、愉悦的飞行印象，等等。正是由于标准色在视觉传达方面的这种微妙力量，因而成为当今企业识别系统中的基本要素，可通过它来强化企业或品牌形象。（图 5-1）



图 5-1 标准色对企业形象的烘托



2. 在色彩特性基础上选择标准色

1) 色彩的感染力

有色比无色，彩色比极色（白色、黑色）更抢眼。色彩在视觉上最容易使形象增强感染力，通过视觉刺激，色彩会直接影响人们的情感、情绪和行动。

色彩能使观者产生情绪和感情共鸣，人们的色彩感情与色彩心理反应是从生活中抽象获得的。大千世界变化万端的自然色泽是其抽象的基础。例如，红、黄色系的纯色使人兴奋，产生温暖感；蓝、绿色系的纯色则使人沉静，产生寒冷感；明度和纯度高的色使人感到高雅华丽；明度和纯度低的色使人产生朴实无华的感觉。色彩能造成活泼或忧郁之感，是以明度变化为主，伴随纯度的高低与色相的冷暖而形成的。由此可知，色彩不仅表现着自然景色，还能引发不同的心理奏鸣。（图 5-2）



图 5-2 令人兴奋的美国职业足球大联盟形象设计

2) 色彩的表现力

有色或在此基础上多一种颜色，其目的都是为了丰富标志的元素和表现手段，从而强化标志的表现力。色彩的良好运用，能提升企业及其产品具有的个性特征。

（图 5-3）

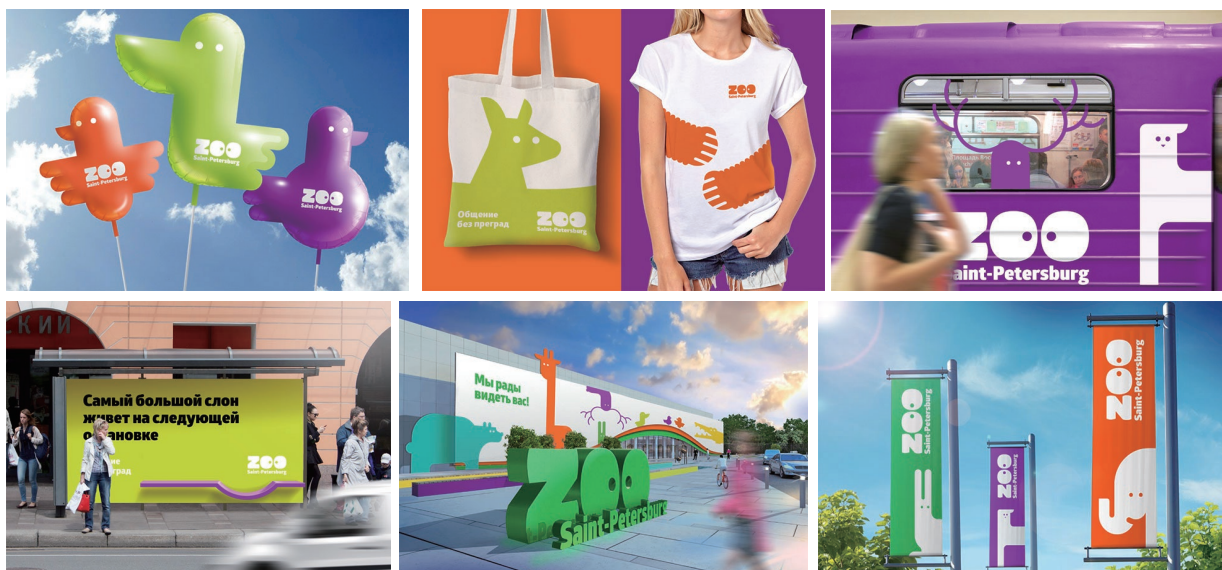


图 5-3 圣彼得堡动物园具有感染力、表现力的标准色及企业形象设计

3) 色彩的记忆力

人们在接触事物时，事物的色彩特征比形状特征更能使人印象深刻，难以忘却。因此，准确而富有冲击力

的色彩表现，有勾起回忆、引发联想、强化记忆的功能。

4) 色彩的想象力

借助人们的观念、认识和共同的心理联想，色彩可以传达企业及其产品的个性特点。复杂、抽象的事物经色彩处理能变得简洁、明快、醒目。例如，红色用在交通标志上时，传达危险和禁止的信号，而在其他的情况下则可能体现喜庆吉祥的意念。红色用于药物包装，暗示是滋补性药物；而蓝色和绿色则暗示消炎、清热药物等。

5) 色彩的识别力

从信息论的角度讲，企业色彩的运用，一是要迅速传递商品信息，二是要防止市场上的信息干扰。在企业色彩计划中，有时为了加强视觉冲击力，可以运用不合常理的特异手法，以期成为竞争中的优胜者。(图 5-4)



图 5-4 浓重的红色强烈地烘托出了西藏牛肉干品牌视觉形象

3. 标准色设定方式

标准色的设定并非限于使用单色，可根据色彩的特性，按照完整、准确表现企业形象的需要，选择单色或多色组合。一般设定标准色有以下两种情况：

1) 单色标准色

单纯有力的单色标准色可使人产生强烈的印象，留下深刻的记忆，如可口可乐公司的红色、3M 公司的红色(图 5-5)、泛美航空公司的蓝色(图 5-6)、星巴克咖啡的绿色(图 5-7)等。



图 5-5 3M 公司红色标准色设计



图 5-6 泛美航空公司蓝色标准色设计



图 5-7 星巴克咖啡绿色标准色设计

2) 复色标准色

为了追求色彩组合的对比效果，增强色彩律动的美感与完整体现企业的形象特质，企业标准色可以选择两种及两种以上的色彩搭配，如美孚石油公司的红与蓝、壳牌石油公司的红与黄等。（图 5-8~ 图 5-10）



图 5-8 美孚石油公司的红蓝标准色设计



图 5-9 壳牌石油公司的红黄标准色设计



图 5-10 运用多种色彩设计的香港理工大学 80 周年校庆标志及应用

当标准色确定后，应将其与其他基本设计要素组合使用，并规划各种应用设计项目的色彩配置与使用规定，以加强标准色的展开运用，贯彻表现到所有传播媒介上，形成企业视觉形象上的统一化、标准化印象。

4. 标准色标示

标准色设定后，还需要制定严格的管理方法，采用科学化的数值符号或统一编号等标示方法，为以后标准色的实际运用提供依据或样本，以达到标准化、同一化的色彩再现。标准色的标示方法大致有以下三种：

1) 色彩学数值标示法

按照色彩学中表示色彩三要素（色相、明度、纯度）的数值标示标准色的相应数值，以求取精确的色彩。

2) 印刷油墨或油漆涂料色彩编号标示法

根据印刷油墨或油漆涂料制造厂家所设定的色彩编号来标定标准色。

3) 印刷制版标示法

根据印刷制版的色彩分色百分比标明标准色的百分比数值，以利于制版分色作业。

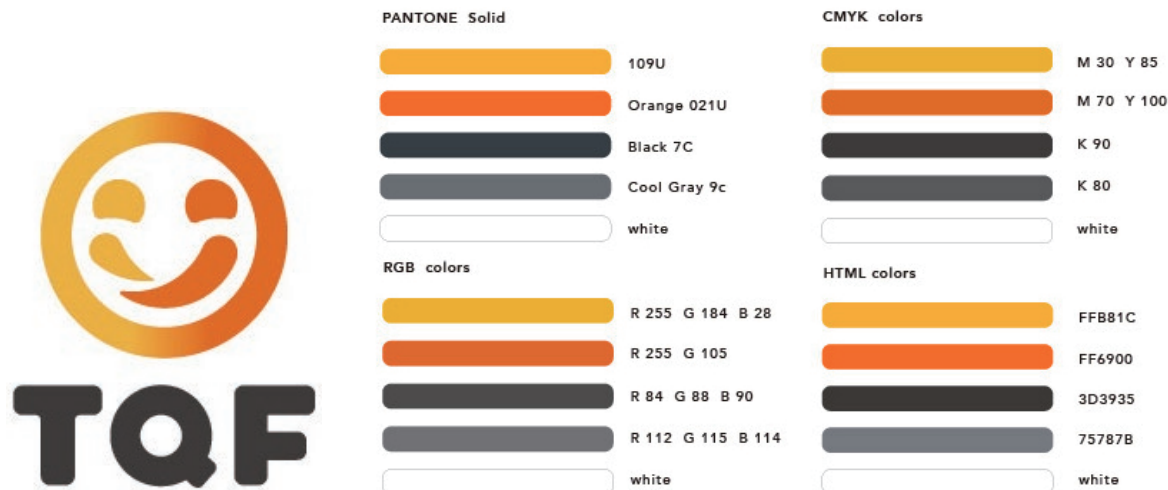


图 5-11 台湾优良食品发展协会标志标准色标示

5. 颜色管理

1) 色彩心理学

在打造品牌个性上，颜色的选取至关重要，不同的色彩带给人不同的感受，因此色彩的选取也必须经过一番斟酌。不同色相有着不同的性格和情感意味，表 5-1 列举了主要色彩的象征意义。

表 5-1 主要色彩的象征意义

颜色	象征意义
黑色	象征权威、高雅、低调，也意味着执着、冷漠、防御
灰色	象征诚恳、沉稳、考究，中灰与淡灰色则有沉静的意味
白色	象征纯洁、神圣、善良、信任与开放；如白色面积太大，会给人疏离、梦幻的感觉
褐色、咖啡色	典雅中蕴含安定、沉静、平和、亲切等意味
红色	象征热情、性感、权威、自信，能量充沛
粉红色	象征温柔、甜美、浪漫、女性化的热情
桃红色	象征洒脱、大方、性感
橙色	给人亲切、坦率、开朗、健康、安适的感觉，浪漫中带着成熟的意味
黄色	具有警示的意味，象征信心、聪明、希望；淡黄色象征天真、浪漫、娇嫩
绿色	象征自由、和平、新鲜、舒适，给人安全的感受；黄绿色给人清新、活力、快乐的感受；草绿、墨绿、橄榄绿色则给人沉稳、知性的印象
蓝色	明亮的天蓝象征希望、理想、独立，暗沉的蓝意味着诚实、信赖与权威，正蓝象征着坚定与智能，淡蓝则会让人放松
紫色	象征高贵、优雅、浪漫；淡紫色带有神秘的感觉，而深紫色、艳紫色则喻示魅力十足、狂野、华丽

2) 品牌色彩运用统计

不同行业的色彩运用也不尽相同，图 5-12 所示为荷兰 GraphicHug 公司制作的全球部分知名品牌标志色



彩的调查统计图谱，调研结果显示蓝色是多数品牌最为偏爱的色彩基调，其次是红色。

从世界 100 强网络品牌标志色彩调研分布图中可以看出，虽然网络世界色彩缤纷，但是蓝色系和红色系仍是品牌标志的两大阵营。(图 5-13)

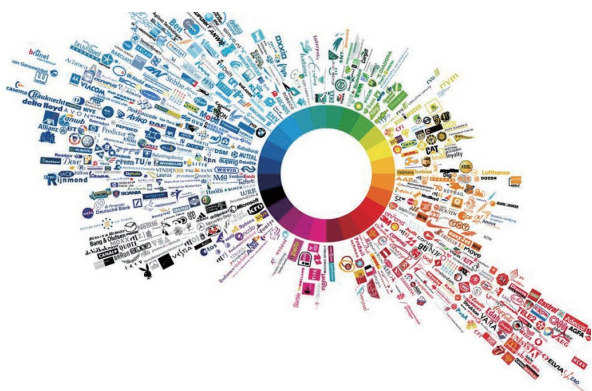


图 5-12 荷兰 GraphicHug 公司制作的全球部分知名品牌标志色彩调查统计图谱



图 5-13 世界 100 强网络品牌色彩调研分布图

当然，颜色各有各的优、缺点，选取大众公认的保守色彩较为稳妥，但是千篇一律未必是最佳，关键还是要结合品牌理念和品牌个性主张来选择品牌形象的主打色。

除了主色彩的心理感受外，色彩的搭配也是设计人员需要考虑的。往往一个标志配色由多种色彩组成，延伸色彩也多种多样，色彩之间的互相搭配能够产生出新的感觉。

6. 标准色彩的设计技巧

1) 取色途径

色立体呈现的是色彩规律和色彩关系。利用色立体可以有效地帮助我们理性而快速地疏通取色途径，从而为获得理想的色彩而铺平道路(图 5-14)。看似神秘又复杂的色立体带给我们的是一个有规律的色彩组织，是一个完整而概括的色彩世界。将其分解后就可以获得一个既可以宏观观测又可以微观取色的便捷网络。所谓的分解，就是将色立体解剖成为平面色盘，使该色盘成为实用的而非理论上的取色途径。(图 5-15)

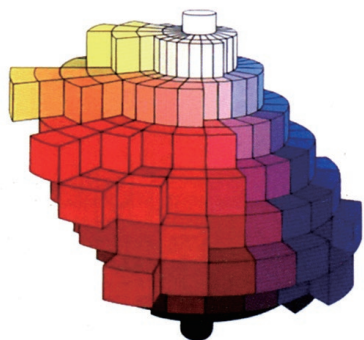


图 5-14 色立体是科学取色的重要途径

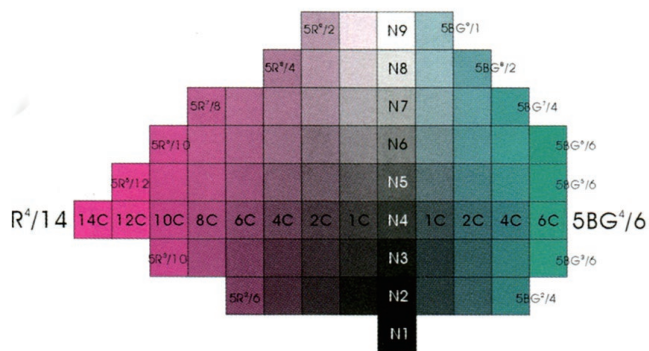


图 5-15 色盘取色非常直观、便捷

2) 配色角度

合理配色是在对色彩基础知识、色彩空间理解的基础之上达成的，同时对于企业文化和产品特质的理解

和认识度也决定了配色的选取角度。在上述前提下，可以先对色彩倾向做出决定，而后再建立色彩组织关系。（图 5-16）



图 5-16 法国 Agrosolutions 农业咨询公司标志配色及应用

第二节 辅助色设定

一、辅助色的概念

品牌的视觉识别应用范围很广，包括广告、包装、展会活动等各方面。为了突出标志的识别性、整体性，标准色一般运用色彩的数量较少。在实际应用中，较少的颜色并不能满足各种环境的现实需要，因而在色彩计划中还要扩充辅助用色范围。这些附加的色彩在整个色彩计划中只能占据辅助的地位，因此被称为辅助色。

辅助色的确定是建立在已经先期完成的标准色基础之上的。辅助色的设定要以标准色为主导，并注意与标准色彩的关联和配合，互为补充，演化出灵活多变但不脱离主体色彩基调的多样化方案，保持标志各要素（如图形、文字、色彩）的个性和共性的和谐、均衡。（图 5-17）



图 5-17 优来网辅助色搭配设计

二、辅助色知识讲解

辅助色的应用为视觉识别系统设计开拓了更大的变化空间。在视觉识别系统的创意设计中，辅助色的应用要特别注意处理好其与标准色的关系，具体如下：

- (1) 设定辅助色时，要发挥不同的色彩组合所产生的视觉冲击力、感染力和凝聚力。
- (2) 辅助色的选择要注意与标准色彩的协调，以及与用色环境和表现对象的协调。

辅助色是视觉识别系统中标准色的有效补充，主要可以从两个方面弥补标准色可能存在的短板：一是因为标准色的严格性和局限性，在实际应用中常显得单调乏味；二是企业在母、子公司不同部门、不同场合和不同品牌的传播活动中，需要有相应变化的色彩作为辅助色，以便于内部区分和加强视觉效果等。例如，日本大荣百货公司针对各种产品、广告媒体规划了多达 78 色的色彩系统，详细规定了各色彩运用的项目与配置面积，使企业的视觉形象更丰富且具有条理。(图 5-18 ~ 图 5-20)

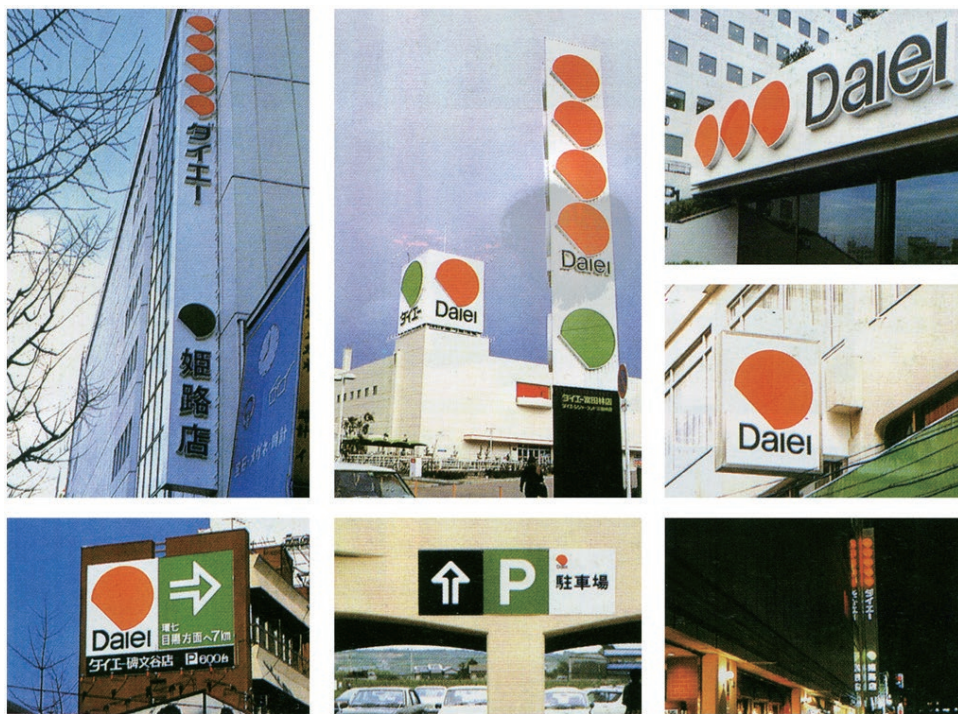


图 5-18 日本大荣百货公司标准色及辅助色应用



图 5-19 在标准色的基础上，于同类色中挖掘色彩的丰富变化，可以提高用色的协调性

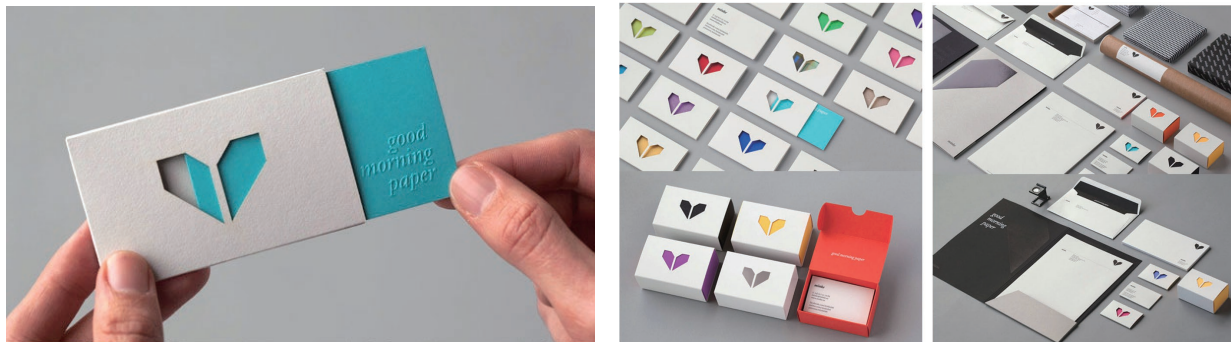


图 5-20 标准色及辅助色搭配设计

案例项目链接

案例——华东师范大学标志标准色、辅助色设定

1. 项目说明

华东师范大学简称华东师大，是由中华人民共和国教育部直属，位列“211工程”“985工程”的综合性全国重点大学。大学形象识别系统是大学文化的重要组成部分，为弘扬具有华东师大特色的大学精神，迎接华东师大建校60周年，学校决定启动新的视觉形象识别系统。设计师选择以华东师大的“华”“东”的繁体字，以及校树“水杉”作为基础造型元素，设计完成了符合学校发展内涵、彰显学校独特魅力的标志形象。但同时对于一个标志的整体设计而言，标准色、辅助色的设定会对标志的视觉效果并最终确定产生至关重要的作用。为了使广大受众对华东师大形成良好的认知印象，全面准确地进行学校形象展示，确定标志的标准色和辅助色设计是十分重要的环节。（图5-21）



图 5-21 华东师范大学标志设计

2. 任务实施

1) 搜集、整理资料

中国有句成语为“形形色色”，其体现出物体需要通过形态与色彩相结合才能呈现出丰富的形象。色彩依附于形而存在，形也需要通过色彩来体现，形与色是相辅相成的一个整体。标志的形态确立后，色彩便成为必须考虑的问题。

标志色彩，尤其是标准色的选择，应以色彩心理调查成果为依据，针对华东师大的办学理念 and 大学精神及关系群体来确定。只有当选定的标准色既符合色彩心理学的一般准则，又能准确表现学校的理念及特质时，才能达到利用色彩准确传达学校信息、强化学校形象、提高学校竞争力的目的。

2) 确定设计方向

标志设计师选用汉字作为标志造型元素，标志形态积极向上、挺拔健康，厚重而有内涵，可有效地烘托华东师大的特质，传达学校的品牌精神。标志色彩的设定就是要延续这一形象特质，在充分了解学校背景特点、关系群体心理需求的前提下，对不同色彩的视觉效果、感染力、情感象征等方面深入分析，在充分领会色彩特性基础上选择符合品牌形象，满足人们心理需求的色彩。

标志标准色设定的主色调为深红色和灰色，深红色使人产生高雅、华贵、大气、活力的心理感受，而灰色

有包容、平和、理性的精神意味。标志色彩设定与标志图形设计和谐统一，高度符合华东师大追求的学校精神和文化内涵，达到了提升华东师大品牌形象的作用。(图 5-22)



图 5-22 华东师范大学标志标准色应用

3) 评估修正

评判修正阶段，设计师结合前期调研结果，紧密围绕设计定位，将重心放在如何体现学校内涵，深化学校形象上。为此，设计师充分发挥色彩的感染力和表现力，设定了相对标准色更加鲜明的纯净的蓝、绿、土黄、银四个辅助用色。辅助色变化丰富，同标准色彩协调一致，且能引发人们不同的内心情感，强化了标志色彩的情感表达，拓宽了标志形象的应用领域。(图 5-23)



图 5-23 华东师范大学标志辅助色应用

4) 定稿制图

在标志标准色、辅助色的设定上，设计师把色彩对品牌表现具有的魅力和举足轻重的作用进行了充分的发挥，设计出了充满感染力的标志色彩形象。

标志色彩设定后，还必须按照规范化的标示方法对标志的标准色和辅助色进行确定，准确标示色彩的配比数值，以便于规范标志色彩使用的精确度。

色彩的应用在设计及使用环节中会受到许多因素影响，为避免因颜色的偏差而影响标志的视觉效果，标志色彩的设定按国际印刷业通用的方法以四色印刷 CMYK 的色彩标准标示。(图 5-24、图 5-25)



图 5-24 华东师范大学标志标准色数值

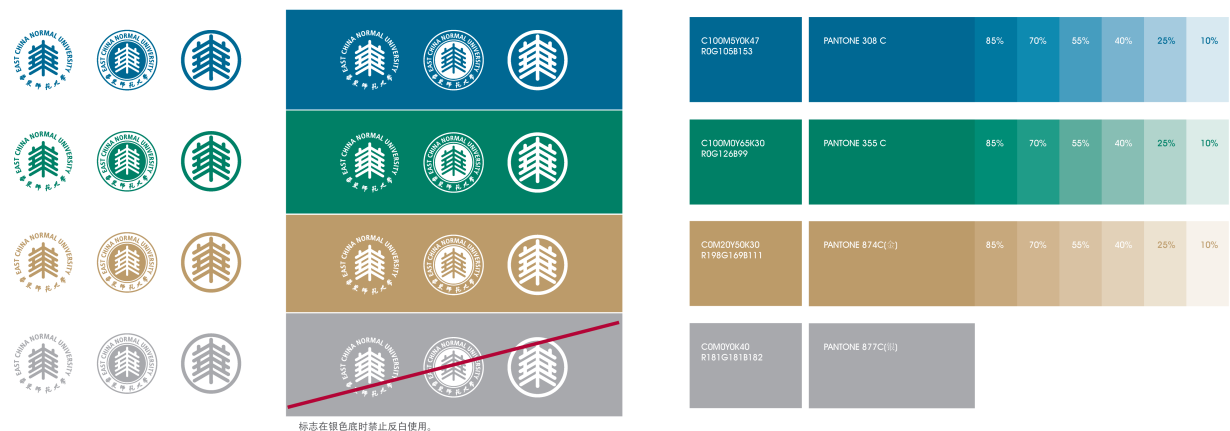


图 5-25 华东师范大学标志辅助色数值

【综合项目实训】

项目名称——标志色彩的构思、设定方式、标志色彩标示制图练习。

实训形式——搜集有关标准色、辅助色设计的分类信息，并结合资料分析标志色彩的特性及设计方法；设计标志的标准色及辅助色，并进行色彩标示制图。

实训目的——通过资料信息搜集、分析，增强对标志色彩的深入认知；通过学习标志色彩的特性及设计方法，并通过标准化制图达到对标志色彩设定的理解，掌握标志色彩设定技能。

实训时间——2 课时。

实训要求——结合前期已经完成的标志设计项目进行标志色彩设定。以四色印刷 CMYK 的色彩标准设定，并根据规范的色彩标示方法标志色彩数值。建议每人出标准色和辅助色各两套方案，在 A4 纸上打印。