

<<包装色彩学>>

图书基本信息

书名：<<包装色彩学>>

13位ISBN编号：9787800006739

10位ISBN编号：7800006735

出版时间：2007-9

出版时间：印刷工业出版社

作者：吕新广

页数：147

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>

## <<包装色彩学>>

### 内容概要

本书共7章，从包装色彩的物理理论、生理理论、心理理论、描述理论、设计理论、复制理论等方面，系统地反映包装色彩形成与表述、设计与再现的现象与规律，是对包装色彩感性认识和理性分析的有机结合。

本书可作为高等院校包装工程、印刷技术、工业设计、美术装潢等有关专业的教学用书，亦可供从事包装、装潢、美术、印刷、广告、摄影等技术人员阅读。

## 书籍目录

第一章 概论第一节 色彩的意义第二节 色彩感觉第三节 包装色彩学研究的内容一、包装色彩是写实色彩与装饰色彩的有机统一二、包装色彩是自然色彩、社会色彩和艺术色彩的有机统一第二章 色彩的物理理论第一节 光源一、色与光的关系二、光的本质三、相对光谱能量分布四、光源色温五、光源显色性六、光源三刺激值七、标准光源第二节 色彩混合一、色光加色法二、色料减色法三、加色法与减色法的关系四、设计软件中三原色的明度关系第三节 彩色物体一、物体对光的透射、吸收和反射二、物体呈色机理及影响因素第四节 密度一、光密度二、朗伯-比尔定律三、色料(油墨)密度与厚度的关系四、彩色密度五、色料(油墨)颜色质量的GATF密度评价方法第三章 色彩的生理理论第一节 眼睛一、人眼的生理构造二、眼睛成像原理第二节 色彩的视觉生理现象一、视觉的两重功能二、光谱光视效率三、视觉生理现象第三节 色彩视错及应用一、残像性视错二、膨缩性视错三、同时对比视错第四节 色彩的视觉理论一、三色学说二、四色学说三、色彩视觉理论的现代发展——阶段学说第四章 色彩的心理理论第一节 色彩的感情一、色彩的三种感情二、色彩的感情效果第二节 色彩的功能第三节 色彩的心理感应一、色彩联想二、各色相的心理分析三、色彩象征第五章 色彩的描述理论第一节 颜色立体一、色彩的心理属性二、色彩空间的几何模型第二节 孟塞尔颜色系统表示法第三节 奥斯特瓦尔德色系表示法第四节 CIE标准色度学系统一、CIE 1931 RGB真实三原色表色系统二、1931CIE-XYZ标准色度系统三、CIE 1976 L\*a\*b\*色度空间第五节 同色异谱色一、色彩的同色异谱现象二、同色异谱程度的定量评价第六节 数字图像的几种色彩模式一、色彩设计及处理软件中的色彩模型二、数字图像的几种色彩模式第六章 色彩的设计理论第一节 色彩的对比一、明度对比二、色相对比三、饱和度对比第二节 色彩的调和一、色彩调和的概念二、色彩调和的理论三、色彩调和方法的分析与归纳四、通过调和达到和谐第三节 色调一、色调的意义二、色调形成的影响因素三、色调的形成规律四、色调的情绪意义五、主观色调六、色调的地区特性与时代特性第四节 包装装潢色彩的应用一、色彩的配合二、包装的色彩设计第七章 色彩的复制理论第一节 色彩复制中的网点一、网点的作用二、阶调三、彩色复制的加网要素四、加网技术第二节 色彩的分解与再现一、分色原理二、色彩的再现第三节 色彩管理一、特征描述文件ICC Profile的建立二、色彩匹配第四节 配色理论一、概述二、色度配色原理三、密度配色原理主要参考文献

## <<包装色彩学>>

### 编辑推荐

本书共7章，从包装色彩的物理理论、生理理论、心理理论、描述理论、设计理论、复制理论等方面，系统地反映包装色彩形成与表述、设计与再现的现象与规律，是对包装色彩感性认识和理性分析的有机结合。

本书可作为高等院校包装工程、印刷技术、工业设计、美术装潢等有关专业的教学用书，亦可供从事包装、装潢、美术、印刷、广告、摄影等技术人员阅读。

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>