



广告设计中的色彩搭配与视觉引导



目录



- 色彩理论基础
- 色彩在广告设计中的作用
- 视觉引导在广告设计中的应用
- 实际案例分析
- 总结与建议



01

色彩理论基础





色彩的基本属性

01

色相

色彩的名称，如红、黄、蓝等

。

02

明度

色彩的明暗程度，即颜色的亮度。

03

饱和度

色彩的鲜艳程度，也称为纯度

。



色彩的情感与象征意义

● 红色

代表热情、力量和独立。

● 蓝色

代表信任、专业和稳定。

● 绿色

代表自然、健康和安安全全。





色彩的搭配原则

01

对比原则

通过明暗、冷暖、纯度的对比，增强视觉冲击力。

02

和谐原则

选择相近的颜色，营造和谐、统一的视觉效果。

03

重点突出

使用强烈的色彩对比，突出广告中的重点信息。



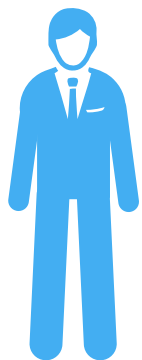
02

● 色彩在广告设计中的作用 ●



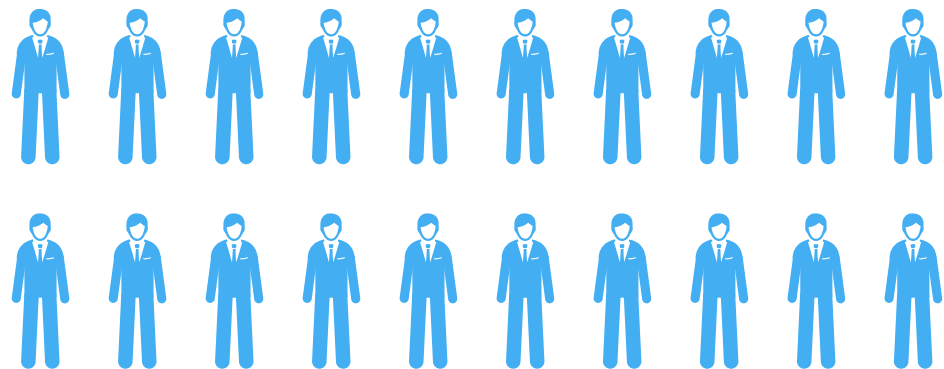


吸引注意力

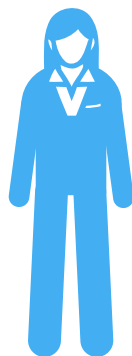


01

鲜艳的色彩

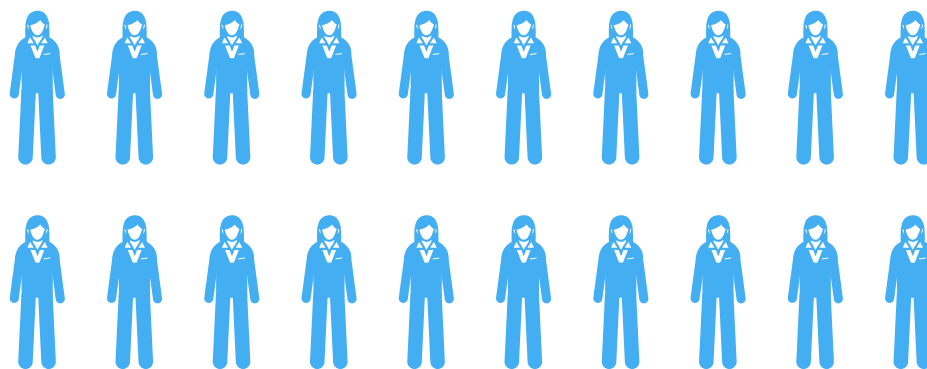


使用鲜艳的色彩可以迅速吸引观众的注意力，如红色、黄色和橙色等。



02

对比度



通过增加色彩的对比度，如明暗、冷暖等对比，可以突出广告内容，引起观众的兴趣。



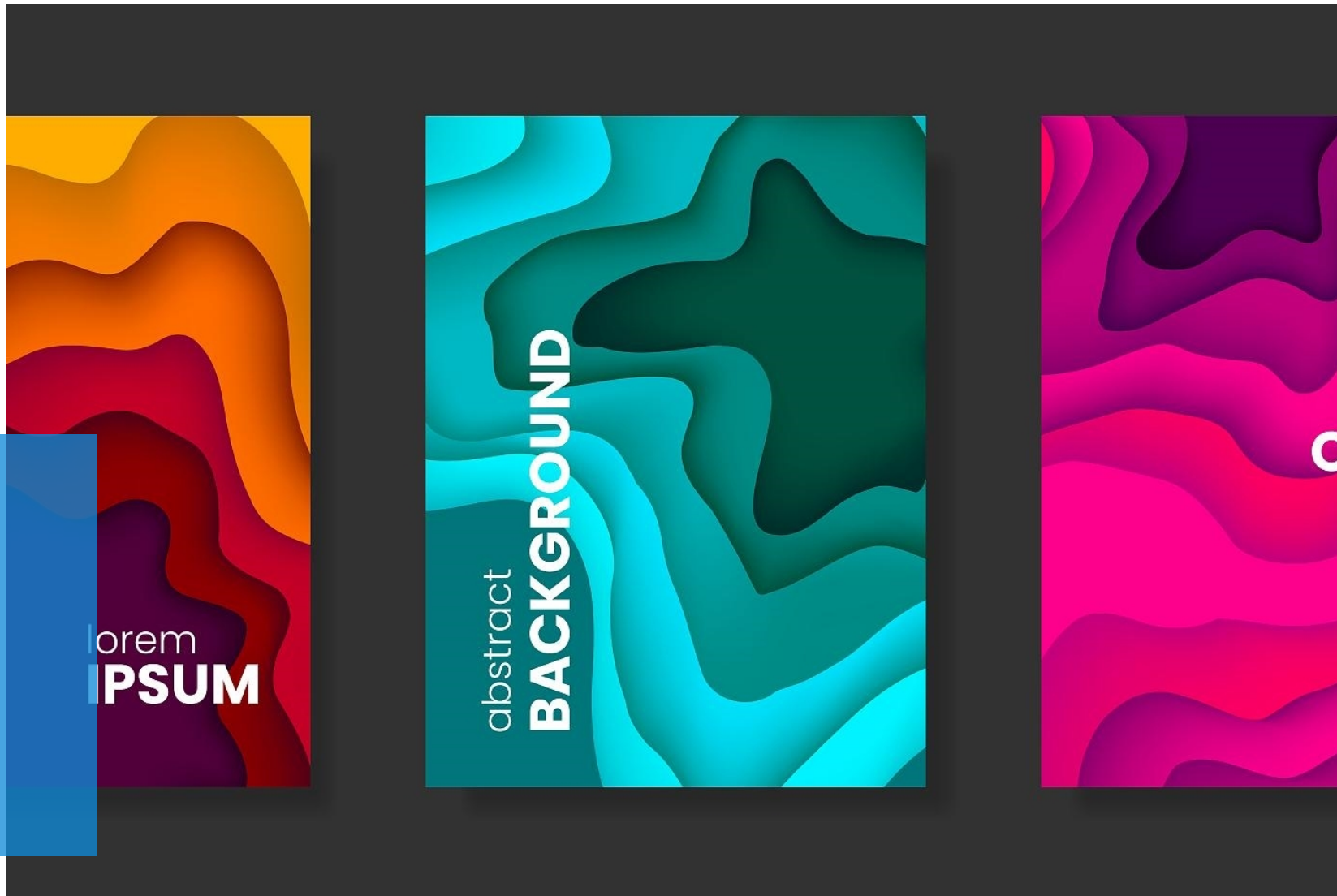
传达信息

色彩的情感意义

不同的色彩可以引发不同的情感反应，如蓝色代表平静、绿色代表自然等。根据广告主题选择相应的色彩，有助于传达品牌形象和信息。

色彩的象征意义

色彩在文化中具有象征意义，如在中国红色常代表吉祥和繁荣。利用色彩的象征意义可以更好地传达广告的深层含义。





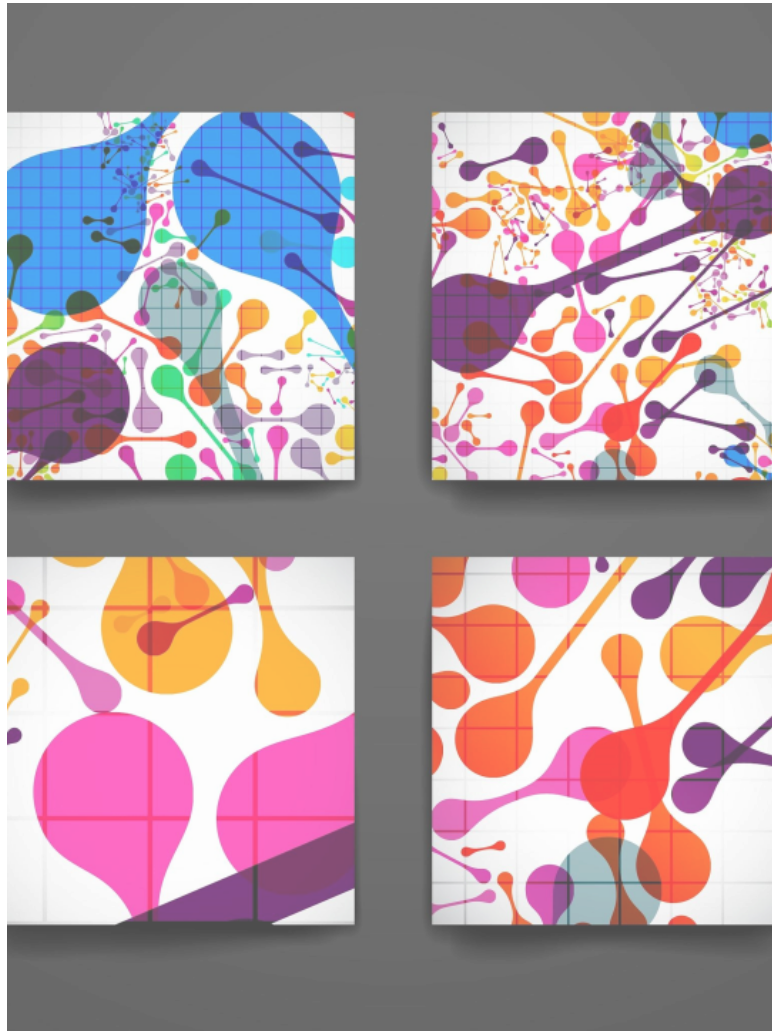
营造氛围

色彩心理学

色彩心理学研究不同色彩对人的心理影响。通过合理运用色彩，可以营造出符合广告主题的氛围，增强广告感染力。

色彩搭配

通过巧妙的色彩搭配，可以创造出和谐、有层次的视觉效果，使广告更具吸引力。





03

● 视觉引导在广告设计中的应用 ●



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/508070064013006135>