

基于人性化原则的森雅汽车色彩设计研究

阚志刚, 张媛

(长春理工大学, 长春 130022)

摘要: 依据人性化色彩设计原则在汽车设计中的重要意义, 对现代汽车的色彩现状进行了分析, 提出了在进行汽车色彩设计时, 要把握影响汽车色彩设计的各种因素, 结合视力特征对于色彩的适应度和偏好性, 色彩所具有的象征作用, 不同地区所特有的文化背景对色彩的影响等, 对一汽森雅汽车的色彩进行符合企业特征定位和发展需求的重设计, 从而提高了森雅汽车在市场上的品牌价值。

关键词: 汽车设计; 色彩设计; 人性化原则

中图分类号: J513 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)02-0018-04

Research on the Xenia Color Design Based on Humanity Principle

KAN Zhi-gang, ZHANG Yuan

(Changchun University of Science and Technology, Changchun 130022, China)

Abstract: According to the importance significance of human color design principle in automotive design, it analyzed the color situation for modern automobile, proposed how to grasp various factors affecting the design of car color such as the vision fitness and preferences for color, the symbolic role of color, the impact of the cultural background on color. Combined with these factors all above to do the redesign which meet the enterprise feature location and development needs of FAW xenia car, it could improve the value of brand.

Key words: car design; color design; human principles

随着科技的飞速发展, 自然资源被人们广泛利用。自然界中丰富的色彩为人类提供了基础的审美, 也催生出了不同的色彩文化和情感。设计者在开发实践中将这些色彩现象对人的心理感受与现实技术相结合, 以此来指导并进行新的色彩创造活动^[1]。汽车色彩的设计需要把握色彩对人所产生的心理和生理影响, 以及安全、环境、市场等因素, 再作出适宜的色彩企划, 并通过汽车鲜明动人的色彩表现, 达到准确传递概念、吸引消费者注意的目的。

1 汽车色彩设计和人性化设计

1.1 汽车色彩设计

在工业产品的选择中, 色彩具有先声夺人的展示力量, 成功的色彩设计可以为产品增加 15%~30% 的附

加值。汽车色彩设计是汽车设计中非常重要的一关, 当今时代物质的极大丰富使得消费者的消费层次和文化品位有了很大提高, 汽车的色彩已经渐渐成为品牌文化的重要组成部分。

1.2 色彩的人性化设计

色彩设计一般被理解为对物体进行颜色的叠加和搭配的设计。事实上, 在色彩投射到人眼睛和大脑的那一刻开始, 其所产生的心理学上的变化就开始同步进行了, 因此色彩的研究必然要同人的心理反应联系起来。甚至对色彩的成功运用, 也必然要结合由人心理作用引发的社会文化因素所产生的审美观念, 因此, 当设计师将一种色彩付诸于某项产品时, 色彩所承担的不仅仅是它本身散发的原始感受的传达, 更是人们情感的承载体和传播体^[2]。这种引发人们情感、联想和代表的作用, 对色彩的设计和运用具有非常重

收稿日期: 2012-08-11

基金项目: 吉林省教育厅“十一五”社会科学研究项目/吉教科文字[2009]第356号; 长春市哲学社会科学规划项目(2012ssk16)

作者简介: 阚志刚(1978—), 男, 吉林长春人, 硕士, 长春理工大学讲师, 主要研究方向为产品设计。

要的意义。

1.3 汽车色彩设计现状

当下中国的街道上到处可见多姿多彩的汽车,国内汽车企业认识到了色彩设计对于汽车产业的重要性,采取了模仿国际汽车色彩的方式进行了改革。模仿是一种被动的发展方式,从内在的发展动力来说,过于依赖外源信息必然遏制自身的成长。无法科学运用色彩,就很容易导致人们以个人对色彩的主观偏好取代客观意识的结果。这种色彩的运用方式必定会产生事与愿违的效果。例如在某些国内汽车展销会上,有些汽车产品不仅在涂漆和加工工艺方面影响汽车的整车视觉效果,而且车身的色彩运用也不恰当,没能从色彩的感染性方面给人轻松和亲近感;有些汽车主题色调很美,然而恰恰局部装饰色彩运用不当,切割了整体的漂亮色块,打破了原有的美感。汽车色彩设计的目的是为了从视觉上达到愉悦性,但有的汽车色彩设计却舍本逐末,为了把本企业的标志显著地展示在消费者面前,而不惜

牺牲了汽车整体的色彩节奏,使得产品表现出令人不舒服的突兀和不解,事实上这种“前大亮相”的方法非但没有让消费者更加喜爱该品牌,反而降低了汽车格调,从而降低了消费者的购买欲望。与我国的空洞模仿相反,国际一些大的汽车企业都具有丰富的品牌内涵和文化,具有自身独特的风格。中国汽车企业对汽车色彩的重视和投入过少,导致了我国本土汽车色彩的研究相当不足^[9],并无法引领中国汽车色彩的新潮流。

2 人性化汽车色彩设计的原则

2.1 汽车色彩的舒适倾向性

对汽车色彩进行人性化设计,设计师需要研究人们对不同色彩的生理和心理的舒适性,人的视觉对不同明度和纯度的色彩产生大小、远近、轻重、明暗等不同的感觉,同时造成兴奋、紧张、烦躁、安全等的心理反应。部分常见颜色对心理的作用见表1。

表1 部分常见颜色对心理的作用
Tab.1 Psychological effects of some colors

颜色	兴奋	忧郁	安慰	热情	爽快	轻松	沉重	遥远	接近	温暖	寒冷	安静	愤怒	力量	柔和	希望	警觉	安详
红	√			√			√		√	√			√				√	
橙	√									√				√			√	
黄	√			√		√			√	√								
绿			√		√			√			√	√			√	√		√
蓝		√			√		√	√			√				√			
紫		√			√		√	√			√							
白					√	√												
黑							√											

一般环境下,只要几种颜色具有适当的对比,在整体明度不高的情况下,也是可以被人眼很好地识别出来的,不容易造成视觉疲劳^[4]。视觉具有游移性,为了防止增加视觉负担,应避免明度差异或纯度差异过大的搭配,使得视力范围内的色彩保持均匀一致。不同颜色会引起人体内分泌系统、血液循环系统和血压的变化,比如红色能够刺激人体各种机能器官的兴奋,蓝色则使人整体状态趋于平稳,黄色能够增加食欲等,因此在选择色彩的过程中要慎重运用。

2.2 汽车色彩的象征倾向性

汽车的色彩在不同的消费者眼中具有不同的含

义,男性和女性对于色彩的喜好具有巨大差异,通常也使产品带有了性别意识,比如黑色、灰色、银色代表男性,粉色、红色代表女性。利用性别色彩刺激的设计可以激发消费者的购买欲望,如带有女性特征的汽车色彩,见图1。

人们的生活节奏越来越快,压力不断增大,在潜在的社会规范中不被允许出现非常规的行为和情绪,因此某些反年龄的色彩被人们用来作为转移压力的情感通道。许多目标群体为青年人的设计采用了儿童化的色彩倾向,汽车本身的色彩经常被青年人DIY为朝气和稚嫩的颜色,以此传达出“不想长大”的心理呼声。



图1 带有女性特征的汽车色彩

Fig.1 Car color of feminine traits

由于科学技术的发展,人们对私家车的处置越来越随性,更多人愿意自己动手对汽车进行重新改造。其中青年人占了很大比重,他们观念前卫,喜欢张扬新潮的事物,因此在他们的作品中更多地体现出了带有时尚元素符号的色彩^[5],例如抢眼的红色火焰图案,见图2。



图2 带有时尚元素符号的色彩

Fig.2 Color with fashion element symbols

2.3 色彩的文化倾向性

同一种颜色在不同的环境中具有不同的含义:红色在中国具有喜庆吉祥的象征,在英国却被视为巫术、死亡、流血及赤字;黄色在中国古代代表帝王色,而在伊斯兰国家中,黄色则代表了死亡的含义^[6]。由此可见,不同的文化背景对于色彩运用的表现具有很大的差异。

从以上几种设计原则中可以得出,想要对汽车的色彩进行人性化的考量,必须要从视力的色彩舒适范围出发,把握各种色彩的象征含义倾向性,同时了解在我国综合环境下消费者对色彩的偏好,这也有助于设计出适合不同消费群体的汽车色彩。以下根据总结的设计原则对森雅汽车的色彩进行分析设计。

3 一汽森雅汽车色彩设计

森雅在品牌定位上主打为硬朗、时尚的形象,因此在宣传部分选择了孙红雷作为品牌代言人。孙红雷在银屏上塑造了一个个硬汉形象,在硬汉的外表下有一颗缜密、细致的心,这与森雅的品牌定位完全吻合,从心理感情方面达到了统一。

2010年森雅S80上市后的销量很好,但与时尚劲酷的外形相比,内饰的造型就有些落伍了。在内外一致思想的指引下,2012年北京车展上,经过设计师的再设计,全新的内饰与消费者见面了。新的内饰色彩注重了经典与流行的双重保留,对部分不合整体效果的元素进行了突破,使这款城市SUV的外形和内饰造型搭配更加协调,具有了符合文化的内涵和品味。

3.1 经典灰调

最华丽的实际上是最简单的^[7],这也印证了乔布斯“至繁归于至简”的理念。将其运用在色彩中,灰色便以一种简洁包容的姿态显现出相对激烈炙热的色彩优势,灰色的内涵可以在此得到飞跃性的诠释。

在森雅的内饰色彩选择上,首先对仪表板进行分色,使上黑下灰的对比中有统一,统一中有变化,相对全黑色内饰来说,少了沉闷,多了动感。造型设计上,上仪表板的黑色从前至后环绕,给乘坐者连续不间断的包裹感。如同服装需要点缀一样,内饰中的点缀起到了画龙点睛的作用,仪表装饰罩、中央出风口、GPS中控台、侧门扶手按钮面板采用亚光银进行喷漆装饰,既起到装饰提亮内饰色彩的作用,又互相呼应给人以整体感。面料的选择与车型的造型风格交相呼应,其色彩进行了统一的设计。座椅面料的主料采用风格硬朗的黑加白色装饰线,运动几何图形从上流淌而下,双层编织,黑白对比,层次清晰,立体感加强;座椅辅料的选择,采用颗粒感强的小花型,与主料的大花型形成对比,同时银色的星星点点潜伏在黑色的十字花形中,越发灵动;顶棚面料上镶嵌流动的波纹,就像在车流中穿行的S80,动感流畅。森雅经典灰色内饰色彩设计见图3。

3.2 橄榄绿调

在S80众多外饰色彩中,受到消费者广泛青睐的是橄榄绿,它给人硬朗、理智、野性十足的印象,符合森雅整体气质,给乘坐者以安全可靠之感。经济型城



图3 森雅经典灰色内饰色彩设计

Fig.3 Classic gray of Xenia interior color design

市SUV的外形搭配橄榄绿,给消费者的心理感觉就是十足的都市SUV“小霸王”。橄榄绿内饰色彩的选择与经典灰的内饰不同,设计师选择对仪表板进行分色,仪表板上盖是含有绿色的黑,此处微小的协调将给消费者带来完全不同的感受;仪表板下盖是墨绿色,颜色的差别很细微,偏绿或偏黄就在毫厘之间,但结果却完全不同。

面料的选择准则同经典灰相同。座椅主料选择的是“三明治”,俗语就是网眼,黑色与墨绿色的纱线交织在一起,黑中透露着绿,绿中包含着黑,似乎和军人一样,外刚内柔;辅料也采用类似“三明治”的编织方式,银灰色暗藏于内,流动的黑线在缠绕中彰显力道。森雅橄榄绿色内饰色彩设计见图4。



图4 森雅橄榄绿色内饰色彩设计

Fig.4 Oliver green of Xenia interior color design

汽车色彩设计与不同车型的用途、体量等有着密切联系,也有着客观的科学道理需要遵循。森雅的色彩设计就是紧紧围绕着森雅的产品定位,让科学的道理以艺术的形式呈现。

4 结语

汽车颜色作为品牌文化的组成部分,在品牌的开发、生产、营销等领域正起着越来越重要的作用,它成

为了品牌文化内涵个性而时尚的表达。色彩在提升“情绪价值”的同时,已经成为汽车品牌的符号特征,成为表达汽车品牌文化内涵的无声语言。正如法拉利红已经固化为当代色卡中的专业术语,同时也为自己的品牌文化增值^[8]。设计师在对项目进行设计的过程中,不仅需要考虑色彩对于人的视觉接受颜色的舒适范围,更要把握不同色彩所具有的不同象征倾向性,根据这些人性化的原则进行汽车色彩设计,才能够得到消费者的青睐。

参考文献:

- [1] 李亮之.色彩设计[M].北京:高等教育出版社,2006.
LI Liang-zhi.Color Design[M].Beijing:Higher Education Press, 2006.
- [2] 柳沙.设计艺术心理学[M].北京:清华大学出版社,2006.
LIU Sha.Design Psychology of Art[M].Beijing:Tsinghua University Press, 2006.
- [3] 刘锐,郑广军.汽车文化[M].北京:北京大学出版社,2009.
LIU Rui,ZHENG Guang-jun.Car Culture[M].Beijing:Beijing University Press, 2009.
- [4] 朱慧.论公路客车内饰色彩设计研究[J].包装工程,2011,32(18):101—103.
ZHU Hui.Research on the Highway Passenger Interior Color Design[J].Packaging Engineering, 2011, 32(18): 101—103.
- [5] 王雯,刘影.20世纪产品色彩设计简述[J].创意与设计,2011(2):98—100.
WANG Wen, LIU Ying.20th Century Color Design Brief[J].Creativity and Design, 2011(2): 98—100.
- [6] 崔永春.汽车色彩设计论[J].世界汽车,2008(11):15—19.
CUI Yong-chun.Automobile Color Design Theory[J].World Automotive, 2008(11): 15—19.
- [7] 武林青.浅析中国汽车色彩设计[J].汽车实用技术,2011(1):19—21.
WU Lin-qing.Analysis of the Chinese Car Color Design[J].Car Practical Technology, 2011(1): 19—21.
- [8] 李理.略论汽车色彩设计中的安全因素及其对策[J].设计艺术研究,2012(1):84—87.
LI Cheng.On the Car Color Design Safety Factors and Countermeasures[J].Design Art Design, 2012(1): 84—87.
- [9] 招霞.色彩流行趋势的发展与研究[J].涂料技术与文摘,2011(9):6—10.
ZHAO Xia.Color Trends of Development and Research[J].Coating Technology & Abstracts, 2011(9): 6—10.