

COLORIST
COLORIST
COLORIST
COLORIST
COLORIST

色彩心理探析

小林重顺 著

日本色彩设计研究所 编

南开大学色彩与公共艺术研究中心 译

李军 总编译

人民美術出版社

色彩心理探析

小林重顺 著

日本色彩设计研究所 编

南开大学色彩与公共艺术研究中心 译

李军 总编译

COLORIST
COLORIST
COLORIST
COLORIST
COLORIST

人民美術出版社

《色彩形象系统应用学》丛书编辑委员会

中 方	程大利	李 军	吴本华	王玉山
	陈俊杰	刘继明	于瀛波	杜 森
	张红兵	杜松儒	彩罕娜	赵小来
日 方	道江义赖	杉山朗子	崛口势津子	稻叶隆
主 编	程大利	李 军	道江义赖 (日)	
副 主 编	刘继明	陈俊杰		
总 编 译	李 军			
编 校	张红兵	钟 健	孙继强	靳佳萍
责任编辑	刘继明	于瀛波	杜松儒	赵小来

序

2004年11月22日，日本色彩设计研究所（NCD）与南开大学共同设立了“南开大学色彩与公共艺术研究中心”，并正式决定在中国翻译出版NCD的相关著作。

作为色彩心理研究成果，“形象体系”在实际运行中得以广泛应用，甚至延伸至商品开发、色彩设计、流行预测、消费者嗜好分析等多方位的商业营销领域。

《色彩心理探析》一书为那些有志于从事色彩学习的人士以及色彩专业人士提供专业指导，使他们懂得在实际工作中如何应用色彩形象体系，从而掌握相关方法。不仅仅是色彩，通过形象还能将形态、材质以及视觉、听觉、触觉、味觉和嗅觉五感有机联系起来，同时还能够加深人们对生活方式、生活价值观以及所向往的生活方式的理

解。形象坐标从“事例、体系、模式”的角度，对有关技术进行定量、定性处理。除了本书中介绍的领域之外，在汽车、家电、数码相机、手机、时装、美容、家居、住宅外观装饰、楼宇建筑、工厂、发电厂、桥梁、城市景观等领域也得以广泛应用。通过形象决定造型，通过形象进行商品概念的设定，通过形象来捕捉人们的嗜好，这种思考方法和行为方式必将在推进色彩设计方面起到重要作用。

本书是南开大学色彩与公共艺术研究中心翻译出版的三部著作之一，如果能够对从事色彩工作的读者有所帮助的话，则是作者最大的希望。

最后，借此机会向南开大学副校长陈洪先生、南开大学色彩与公共艺术研究中心主任李军先生、陈俊杰先生以及多次给予我们协助的李韧先生；从事本书翻译校订工作的天津理工大学日语系张红兵老师、南开大学艺术设计系杜森老师、南开大学日本研究院博士生孙继强；人民美术出版总社的相关人员、讲谈社国际部中国分部的相关人员；对于本次出版给予大力协助的本书日文版编辑、讲谈社松冈淳一郎先生以及其他各位表示衷心的感谢。同时我代表名誉会长小林重顺以及NCD全体成员，衷心期望能够为国际色彩文化事业的发展尽绵薄之力。

日本色彩设计研究所所长 道江义赖

2006年8月

导言

中国的色彩文化自先秦以来不断完善，儒、道、释、俗的色彩观体现了天人合一的哲学思想，其色彩论和色彩观是建立在“玄学”基础上的亦是直觉的、心性的、主观的、经验的。西方在公元四五世纪建立理性的色彩学理论，至19世纪末形成体系，并确立科学的认识、研究、分析方法，即色彩科学系统。他们重实证、重体验。

日本色彩设计研究所（NCD）建立的色彩体系，在门塞尔色彩学原理的基础上将色彩的意义从形象上进一步系统化、体系化、数据化。用社会学、图像学、心理学的基础平台构建了适合本土人文环境的系统，即将“文化基因”重组、重构的具有普适意义的色彩形象系统。它所形成的理论体系和研究方法得到世界色彩学界的普遍认同。小林重顺先生的团队集40年的研究成果广泛应用于公共事业、环境建设、视觉传播、文化艺术、商业营销领域。对色彩的判定与运用是建筑设计、景观设计、交通设计、产品设计、数字设计、展示设计乃至个人形象设计不可或缺的环节，其准确的定位应该是“设计”（Design）的前端体系。它为设计师提供科学的色彩理论依据。“色彩形象坐标”将配色、语言、环境、人结成有机体，使我们“像使用语言一样使用色彩”，“像预测未来一样预测流行”。

现代意义上的色彩学对国人仍是比较陌生的领域，色彩事业在中国尚属起步阶段，中国飞速发展的经济给我们提出了崭新的课题和激动人心的挑战。时代需要色彩，中国需要色彩。我们引进NCD“色彩形象系统”系列丛书，旨在为盛世中国添彩。

感谢本书的作者NCD的奠基人、国际著名学者、我的忘年师长小林重顺先生。感谢日本色彩设计研究所道江义赖所长以及NCD的全体成员，他们无私地提供帮助使我感动。感谢南开大学陈洪副校长的鼎力支持和关怀指导。感谢人民美术出版社刘继明先生、于瀛波先生、杜松儒先生、赵小来先生、丁宝秀女士的通力协作与支持。感谢讲谈社松冈淳一郎先生、讲谈社国际部中国分部的相关人员。最后我还要感谢南开大学色彩与公共艺术研究中心（NCP）团队的诸位同仁，他们为丛书的编译、出版倾注了全部心力，付出了不懈的努力。

南开大学色彩与公共艺术研究中心主任 **李军**

2006年8月

前言——本书的目的

色彩工作有两种立场:一种是对色彩与形象的商业化处理,一种是为使日常生活的色彩更加丰富多彩而积极地对色彩的个性化运用。前者涉及物品制造和城市规划,小到商品策划、促销,大到环境的改善,如此不断发展的一类工作。换言之,就是把企业个性(corporate-Identity)、地域特性(Area-Identity)作为直观化的公共事业。后者是在日常生活中用心欣赏“色彩和形象”,并且追求自我个性(self-Identity)、家

庭个性(Family-Identity),以求个人审美水平升华的立场。对于色彩工作者来讲,最好莫过于将上述“公私”两种立场融洽地集于一身。

我认为21世纪是一个感性成熟的时代,为了适应这一感性化时代,帮助有志从事色彩工作的年轻朋友们,在此,我把自己长年积累下来的基本色彩心理知识提供给读者,这也就是本书的目的所在。

目 录

要 点

1 你也是色彩设计师——大众的喜好心理……………5

- ① 色彩调查 ————— 6
 - 调查 1 选择10种喜欢的颜色 6
 - 调查 2 选择20条喜欢的词语 10
 - 调查 3 选择8款喜欢的五色配色 13
 - 调查 4 把握对服饰的喜好倾向 16
 - 调查 5 选择喜欢坐的椅子 18
 - 调查 6 街头图片调查 20
- ② 如何成为一名色彩高手——了解自己的喜好 ————— 26
 - 调查及判定喜好的方法 28
 - 将喜好的色彩进行分类整理 30
- ③ 对色彩工作者的能力要求 ————— 32

2 享受色彩之旅——地域色彩心理……………33

- ① 地域色彩(Area-Color)的发现 ————— 34
 - 色 相 R YR Y GYG 35-41
 - BG-B-PB P-PP 42-44
 - 无色相 白 灰 黑 45-47
 - 视点…把握地域色彩的方法 48
- ② 与生活密切相关的配色技巧 ————— 50
- ③ 色彩的意义——都市的个性 ————— 54
 - R·哈默尔恩 YR·亚眠 Y·兰斯

第1章的色彩调查是要让大家了解自己的色彩喜好,希望大家通过实际的色彩实践体会配色中反映的形象并理解运用色彩操作来设计物品或塑造形象思想和方法。

此外,色彩体系在心理研究方面,其效果超过了语言。通过色彩调查可以发现许多心理现象。希望大家实际地感受这一点。

第2章中请大家随作者进行世界各大城市的地域色彩发现之旅。只要在地形、气候、物产及传统等方面有共同点,那么,即使是位于不同地域的城市,也还是能够发现色彩运用中的某些共性的。通过这个事实,相信读者也能注意到,色彩会超越民族和地域,使人们的心灵沟通,架起人与人之间相互理解的桥梁。

G·首尔 B&PB·不来梅 N(白)·卡塞尔

N(灰)·布列塔尼地区 N(黑)·切斯特

④ 色彩讲述历史 58

探索都市的个性 58

浮世绘的色彩和形象 60

巨匠笔下的女性形象 62

中国陶瓷器形象 64

3 重视自然的色彩——环境塑造的心理……………66

① 四季形象和色彩的变化——东京大学理学部附属植物园 67

冬(12~2月) 春(3~5月) 夏(6~8月) 秋(9~11月)

② 生态色彩的探索 76

视点…自然的循环和形象的变化 80

③ 令人心旷神怡的自然界色彩 82

色相配色 / 色调配色 统调 / 突显 82

色彩分隔 / 色彩渐变 清色配色 / 浊色配色 84

基调·强调(引人注目)/呼应 86

韵律 / 平衡 87

④ 向大自然学习的画家们 88

葛饰北斋笔下的红色富士山·蓝色富士山 90

色相配色的画家们 92

色调配色的画家们 94

⑤ 在自然色中融入人工色 96

色相配色 / 色调配色 统调 / 突显 97-98

色彩分隔 / 色彩渐变 引人注目 99-100

呼应 韵律 / 平衡 101-102

视点…从配色技巧看自然和人工 103

4 色彩心理的技巧——配色的心理学处理……………104

① 配色心理的观点——考虑三个配色心理轴的含义 105

冷·暖轴的观点 106

软·硬轴的观点 108

清·浊轴的观点 110

② 利用形象坐标分析配色技巧 112

色相配色 / 色调配色 统调 / 突显 112-115

色彩分隔 / 色彩渐变 清色配色 / 浊色配色 116-119

③ 由单色扩展的配色形象 120

④ 探索形象的发展心理 122

色彩反映人际关系 125

第3章中将学习人们以自然为师而学习到的色彩和形象、表达方式和技巧。

现实生活中,自然色和人工色越来越难以融合。如何驾驭自然色和人工色,使它们相互协调;以及如何推进景观建设,将一个舒适美丽的地球交给21世纪的人们,也是本章要探讨的问题。

第4章中将学习如何从心理和形象角度运用色彩的技巧。

色彩应该成为像语言一样可以灵活运用东西。为此,希望大家把单个的色彩相互联系起来,掌握创造有意义的形象配色技巧。

5 生活的智慧——生活的色彩心理……………127

[1] 感性生活方式——根据色感调查结果划分的八种类型 — 128

- ①柔和型 ②厚重型 130
- ③闲适型 ④自然·雅致型 133
- ⑤现代型 ⑥雅致型 134
- ⑦精致型 ⑧清爽型 136

[2] 变化的生活场景 ————— 138

日益接近的家庭场景和工作场景的形象 140

[3] 色彩及形象的设计 ————— 143

色彩工作者的专业素质 143

形象调查：商场柜台 / 地域 144-145

街头标识 / 随面积比变化而变化的形象 146-147

室内装饰 / 饮食方面 / 服饰 148-153

参考资料

色相和色调体系 130种颜色的名称 ————— 154

服饰的语言形象坐标 ————— 156

室内装饰的语言形象坐标 ————— 157

地图(作者进行过图片调查的欧洲主要城市)/

参考文献·论文 ————— 158

在最后一章(第5章)中,希望大家了解色彩工作者能够大显身手的舞台。了解色彩和形象的观点应该具体到不同学科,不同行业中所具有的多种多样的解释。

阅读完第一章到第五章的内容,加上穿插于其中的色彩实践,你对色彩与形象的看法将会有很大改变。希望读者能够亲身体会这种改变,因为这是迈向色彩工作者的第一步。

凡例

→ = 参照页码、出处
坐标 = 形象坐标
IS = 形象坐标
DB调查 = 数据库统计调查

最后,对给予我帮助的各位人士表示衷心的感谢,其中有讲谈社的松冈淳一郎先生,他作为一名编辑肯定了大部分照片和图版、数据的价值,为出版令作者满意的作品付出了很大的努力。设计师藤本京子女士以丰富的构思和想像力,设计出了生动的版面。还有,将卓越的凸版印刷技术应用于本书的技师及现场工作人员,以及三年来一直热情支持我调查研究的东京大学理学部附属植物园有关人士。NCD

的岩松桂先生将作者的意图和构思视觉化,使美观和舒适感跃然纸上。同样,福长嗣人对本书提出了具有建设性的意见,并给予很大帮助。亡妻小林纯子,在与疾病斗争的同时仍然不断支持我的调查研究,教给我自身所欠缺的一些生活感受。最后,本书是为日本色彩设计研究所30周年纪念而出版发行的,在本书全文的资料收集过程中得到了该所全体成员的大力协助,在此向他们一并表示感谢。

1997年1月9日 小林重顺

1

你也是色彩设计师——大众的喜好心理

大众的喜好心理

嗜好色調査用紙

ご自分の好きな色を10色、嫌いな色を5色、選んでください。
好きな色は○、嫌いな色は△を下記の番号にそれぞれつけてください。

トーン	色相	R	YR	Y	GY	G	GB	B	PB	P	PP	N
V	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		121
S	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		122
B	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		123
P	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40		124
Vo	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50		125
Lv	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60		126
L	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70		127
Gr	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80		128
Gr	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90		129
Dr	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100		130
Do	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110		131
Dk	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120		132

A

嗜好色調査用紙

ご自分の好きな色を10色、嫌いな色を5色、選んでください。
好きな色は○、嫌いな色は△を下記の番号にそれぞれつけてください。

トーン	色相	R	YR	Y	GY	G	GB	B	PB	P	PP	N
V	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		121
S	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		122
B	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		123
P	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40		124
Vo	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50		125
Lv	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60		126
L	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70		127
Gr	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80		128
Gr	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90		129
Dr	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100		130
Do	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110		131
Dk	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120		132

C

嗜好色調査用紙

ご自分の好きな色を10色、嫌いな色を5色、選んでください。
好きな色は○、嫌いな色は△を下記の番号にそれぞれつけてください。

トーン	色相	R	YR	Y	GY	G	GB	B	PB	P	PP	N
V	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		121
S	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		122
B	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		123
P	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40		124
Vo	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50		125
Lv	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60		126
L	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70		127
Gr	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80		128
Gr	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90		129
Dr	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100		130
Do	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110		131
Dk	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120		132

B

嗜好色調査用紙

ご自分の好きな色を10色、嫌いな色を5色、選んでください。
好きな色は○、嫌いな色は△を下記の番号にそれぞれつけてください。

トーン	色相	R	YR	Y	GY	G	GB	B	PB	P	PP	N
V	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		121
S	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		122
B	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		123
P	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40		124
Vo	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50		125
Lv	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60		126
L	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70		127
Gr	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80		128
Gr	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90		129
Dr	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100		130
Do	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110		131
Dk	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120		132

D

〈嗜好色調査〉

从130种颜色中选出10种喜欢的颜色，再选出5种讨厌的颜色P.8-9

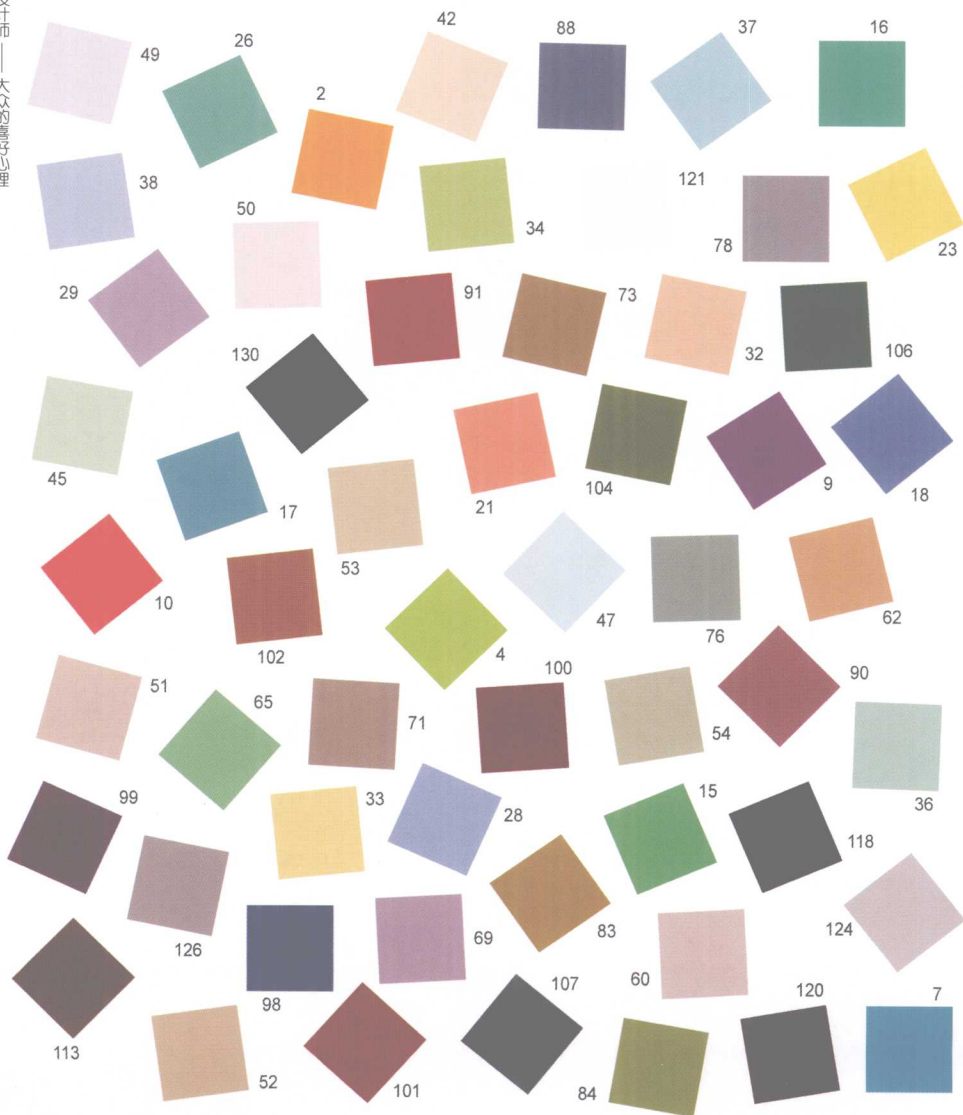
例：A（女20-29岁） B（男20-29岁）
C（女20-29岁） D（男20-29岁）

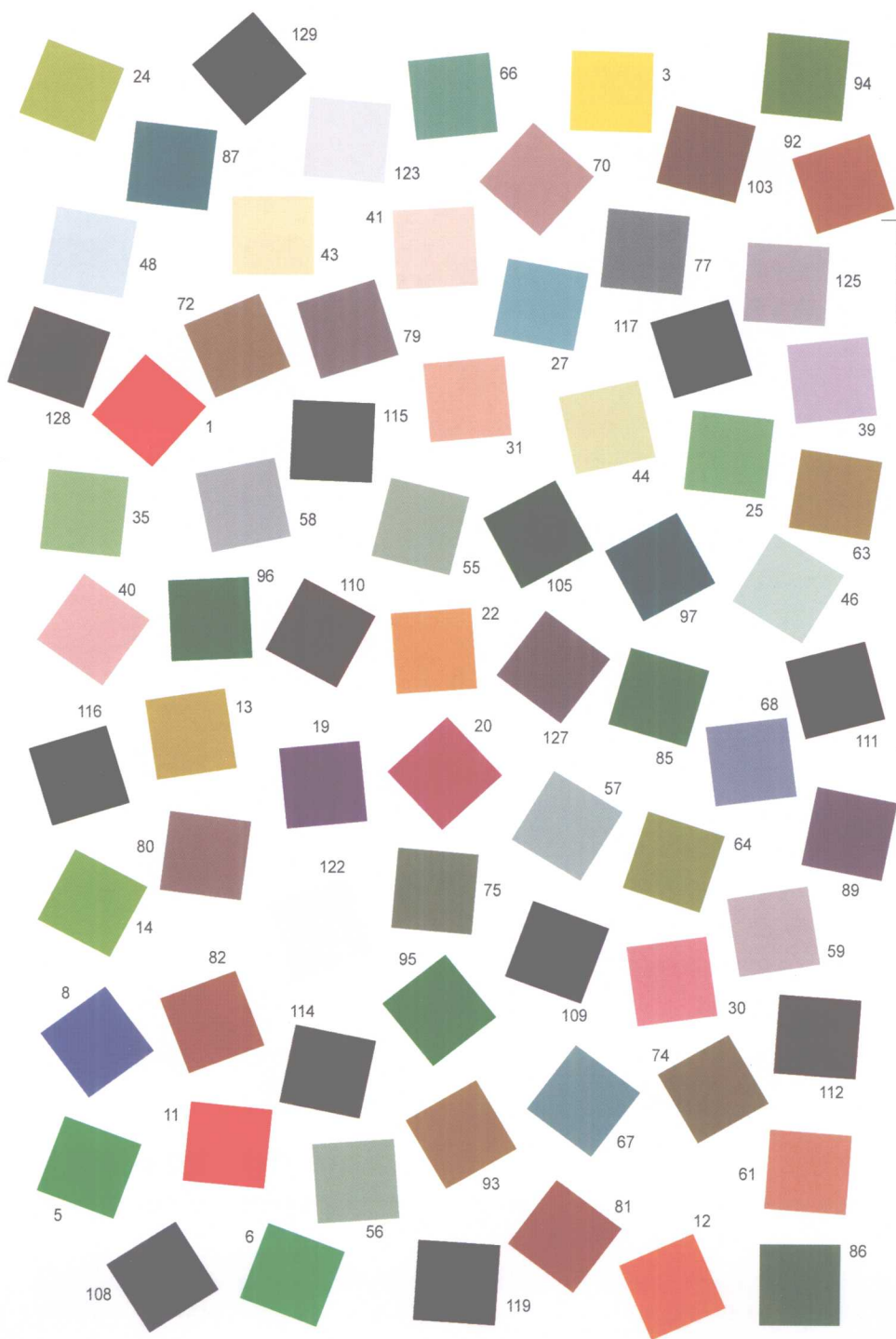
1 色彩调查

调查

选择10种喜欢的颜色

白色的桌子上散布着130种单色，请从其中选择10种喜欢的颜色。再选择5种讨厌的颜色，请参照P. 8~9的“色相及色调体系”来核对所选颜色的编号。





色相和色调体系

由横向依色相顺序、纵向依色调顺序排列的120种有彩色，加上10种无彩色共130种颜色构成。

这130种颜色就是本书中要介绍的基本色。在其分类中引用了“门塞尔体系”*中提到的10种色相，在色调分类上，首先大致分为鲜艳、明亮、朴素、沉暗，然后进行了进一步细致的分类。

核对上一页所选色彩的编号，看看集中于色相·色调体系中的哪个区域，从而能了解自己的喜好倾向。

你是选择了涉及很多色相的色相型，还是按照明暗感觉选择的色调型？是选择暖色系的暖色型，还是冷色系居多的冷色型？是喜欢明亮的清色呢，还是喜欢朴素的浊色呢？这也是一种自我发现。

*门塞尔体系是美国画家和美术教师门塞尔(A·H·MUNSELL)于1905年发表的色彩学说，后来该学说被修改并加以普及。色彩的三个属性由色相、明度/彩度(HV/C)构成。

→130种单色色名见P.154-155
→P.5 P.12 P.106 P.108

色调\色相		R/ 红色	YR/ 橙色	Y/ 黄色
鲜艳	V Vivid 锐调	1	2	3
	S Strong 强调	11	12	13
明亮	B Bright 明调	21	22	23
	P Pale 淡调	31	32	33
	Vp Very Pale 最淡调	41	42	43
	Lgr Light Grayish 淡弱调	51	52	53
朴素	L Light 弱调	61	62	63
	Gr Grayish 涩调	71	72	73
	DI Dull 钝调	81	82	83
	Dp Deep 浓调	91	92	93
沉暗	Dk Dark 暗调	101	102	103
	Dgr Dark Grayish 最暗调	111	112	113

GY/黄绿色 G/绿色 BG/蓝绿色 B/蓝色 PB/蓝紫色 P/紫色 RP/紫红色 Neutral/无彩色

4	5	6	7	8	9	10	121
							N 9.5
14	15	16	17	18	19	20	122
							N9
24	25	26	27	28	29	30	123
							N8
34	35	36	37	38	39	40	124
							N7
44	45	46	47	48	49	50	125
							N6
54	55	56	57	58	59	60	126
							N5
64	65	66	67	68	69	70	127
							N4
74	75	76	77	78	79	80	128
							N3
84	85	86	87	88	89	90	129
							N2
94	95	96	97	98	99	100	130
							N 1.5
104	105	106	107	108	109	110	
114	115	116	117	118	119	120	

下面列出了180条形容词。请仔细浏览这些词语，从中选择自己喜欢的20条，用

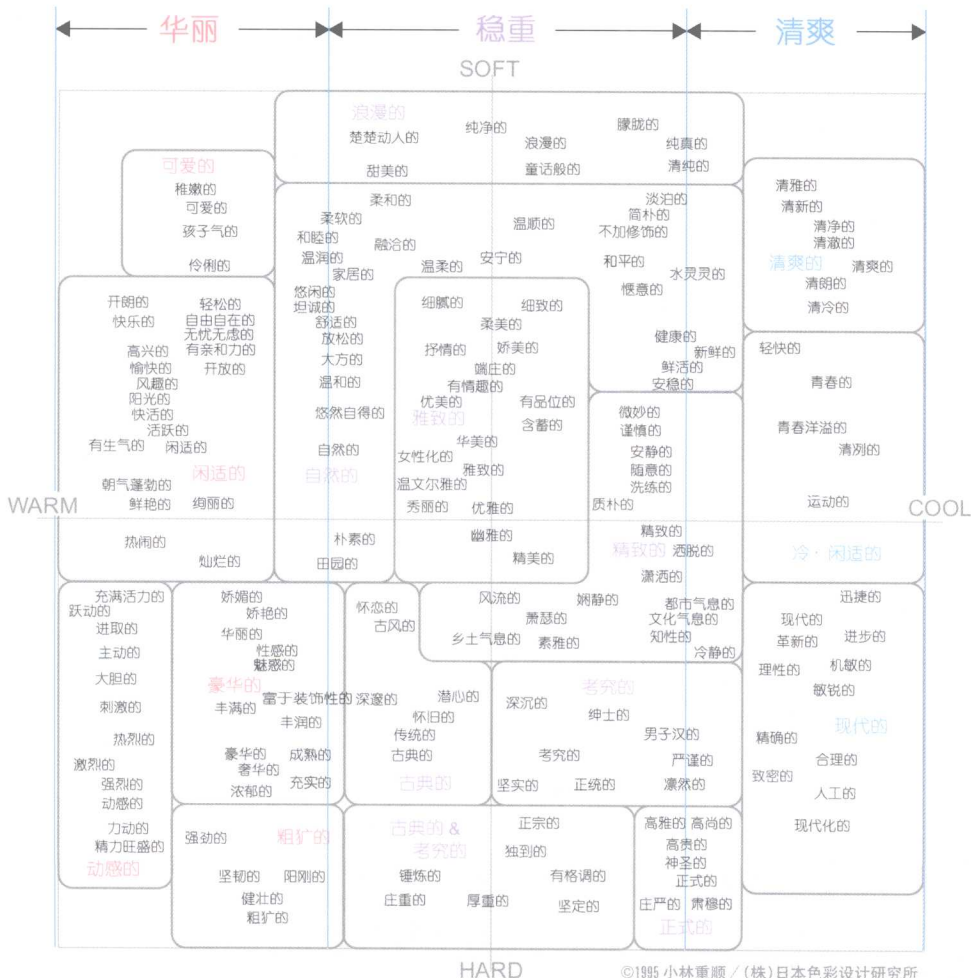
○作标记。

数据统计调查(嗜好)

- | | | | |
|-----------|----------|-----------|-----------|
| 1 进取的 | 46 稚嫩的 | 91 安稳的 | 136 纯净的 |
| 2 快乐的 | 47 大方的 | 92 阳刚的 | 137 快活的 |
| 3 开放的 | 48 闲适的 | 93 坚定的 | 138 萧瑟的 |
| 4 可爱的 | 49 轻松的 | 94 机敏的 | 139 强烈的 |
| 5 严谨的 | 50 轻快的 | 95 有生气的 | 140 高雅的 |
| 6 高尚的 | 51 孩子气的 | 96 清雅的 | 141 安静的 |
| 7 有亲和力的 | 52 素美的 | 97 素雅的 | 142 充实的 |
| 8 有情趣的 | 53 抒情的 | 98 人工的 | 143 进步的 |
| 9 清新的 | 54 运动的 | 99 清淨的 | 144 精确的 |
| 10 细致的 | 55 朴素的 | 100 动感的 | 145 男子汉的 |
| 11 潜心的 | 56 致密的 | 101 娇艳的 | 146 庄重的 |
| 12 融洽的 | 57 柔和的 | 102 自由自在的 | 147 活跃的 |
| 13 绚丽的 | 58 独到的 | 103 娇美的 | 148 丰润的 |
| 14 正宗的 | 59 魅惑的 | 104 童话般的 | 149 安宁的 |
| 15 愉快的 | 60 阳光的 | 105 理性的 | 150 粗犷的 |
| 16 娇媚的 | 61 深邃的 | 106 舒适的 | 151 鲜活的 |
| 17 成熟的 | 62 雅致的 | 107 温和的 | 152 温文尔雅的 |
| 18 不加修饰的 | 63 有格调的 | 108 华丽的 | 153 家居的 |
| 19 甜美的 | 64 娴静的 | 109 清澈的 | 154 伶俐的 |
| 20 清爽的 | 65 古典的 | 110 肃穆的 | 155 坚实的 |
| 21 浓郁的 | 66 合理的 | 111 刺激的 | 156 清爽的 |
| 22 端庄的 | 67 质朴的 | 112 厚重的 | 157 潇洒的 |
| 23 热烈的 | 68 锤炼的 | 113 新鲜的 | 158 神圣的 |
| 24 迅捷的 | 69 坦诚的 | 114 奢华的 | 159 清纯的 |
| 25 富于装饰性的 | 70 庄严的 | 115 坚韧的 | 160 高兴的 |
| 26 知性的 | 71 强劲的 | 116 都市气息的 | 161 传统的 |
| 27 热闹的 | 72 怀恋的 | 117 柔软的 | 162 激烈的 |
| 28 微妙的 | 73 乡土气息的 | 118 和平的 | 163 文化气息的 |
| 29 水灵灵的 | 74 正统的 | 119 温柔的 | 164 跃动的 |
| 30 风趣的 | 75 优美的 | 120 浪漫的 | 165 冷静的 |
| 31 鲜艳的 | 76 朦胧的 | 121 怀旧的 | 166 秀丽的 |
| 32 精力旺盛的 | 77 幽雅的 | 122 温顺的 | 167 惬意的 |
| 33 革新的 | 78 朝气蓬勃的 | 123 充满活力的 | 168 楚楚动人的 |
| 34 简朴的 | 79 精美的 | 124 细腻的 | 169 无忧无虑的 |
| 35 放松的 | 80 高贵的 | 125 健康的 | 170 豪华的 |
| 36 主动的 | 81 古风的 | 126 随意的 | 171 自然的 |
| 37 精致的 | 82 深沉的 | 127 敏锐的 | 172 纯真的 |
| 38 有品位的 | 83 女性化的 | 128 绅士的 | 173 清冽的 |
| 39 清冷的 | 84 洒脱的 | 129 青春的 | 174 性感的 |
| 40 洗炼的 | 85 大胆的 | 130 健壮的 | 175 考究的 |
| 41 淡泊的 | 86 谨慎的 | 131 田园的 | 176 华美的 |
| 42 和睦的 | 87 悠闲自得的 | 132 悠闲的 | 177 灿烂的 |
| 43 含蓄的 | 88 风流的 | 133 正式的 | 178 开朗的 |
| 44 温和的 | 89 现代化的 | 134 现代的 | 179 优雅的 |
| 45 丰满的 | 90 力动的 | 135 凛然的 | 180 青春洋溢的 |

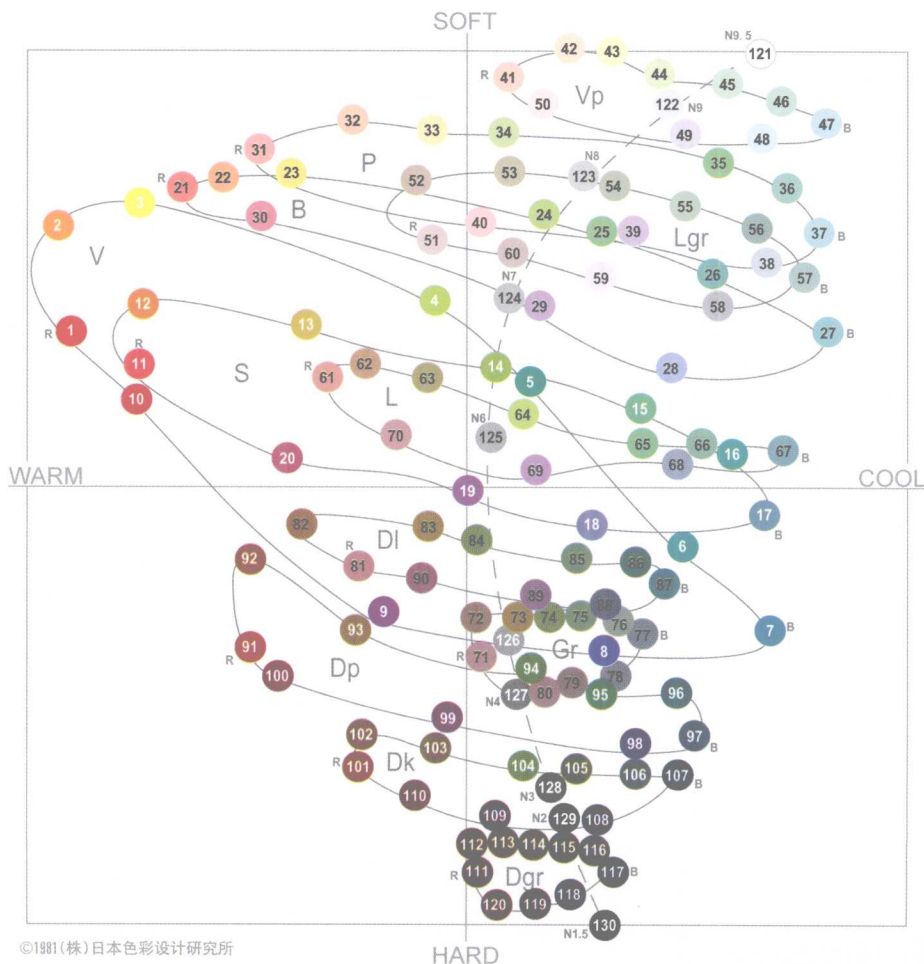
左侧为“华丽”，中间部分为“稳重”，右侧为“清爽”，即按照语感形象的不同大致进行了划分。

另外请你的亲友、同事等也做一下测试, 和自己的结果进行比较, 看看他们喜欢的词语集中在哪一区域。



将P.6~7中所选的10种颜色在这个单色形象坐标中也进行核对。比较一下上页调查过的“你喜欢的语感”和这页的“色彩感觉”在形象坐标定位上有多少重合。你的色彩感觉是倾向于软还是硬？暖还是冷？还是集中于中心区域？

这个单色坐标是根据语感运用心理学的方法调查得出的数据为依据制定的，同一色调的颜色都用线连接起来。例如我们可以看到V(锐调)色调中各种颜色形象差别很大，而Dgr(最暗调)或Gr(涩调)色调中各种颜色的形象差别不大。



©1981(株)日本色彩设计研究所