

COLOR
PSYCHOLOGY

设计中的 色彩心理学

(第2版)

【韩】金容淑 著
武传海 曹婷 译

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

韩国专业色彩分析师倾囊相授色彩心理学实用理论，让色彩成为市场营销的



이진사

COLOR
PSYCHOLOGY

设计中的色彩心理学

(第2版)

—韩一金容淑 著
武传海 曹婷 译



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

设计中的色彩心理学 / (韩) 金容淑著 ; 武传海, 曹婷译. — 2版. — 北京 : 人民邮电出版社, 2013. 3
ISBN 978-7-115-30906-8

I. ①设… II. ①金… ②武… ③曹… III. ①色彩学—艺术心理学 IV. ①J063-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第016697号

版权声明

“Color & Psychological Communication” by Kim, Yong Sook

Copyright © Kim, Yong Sook, 2008.

All rights reserved.

Originally Korean edition published by ILJINSA Publishing Co.

The Simplified Chinese Language edition © 2013 Posts & Telecom Press.

The Simplified Chinese translation rights arranged with ILJINSA Publishing Co. through BookDream Seoul, Korea.

本书中文简体字版由 ILJINSA 公司授权人民邮电出版社出版, 专有版权属于人民邮电出版社。

版权所有, 侵权必究。

内 容 提 要

色彩不只是一种视觉语言, 它更是传播情感的途径。

本书针对设计中的色彩心理进行探索和讲述, 阐述了色彩的基本理解、色彩在生活空间中的作用及色彩的形象, 生动地说明了 7 种光谱色与白、黑、灰等颜色所表达的情感特征及象征意义。

书中展示了海报、招牌、店铺陈列、广告设计、家居设计、服装设计和包装设计等设计案例, 把理论融入到设计中, 使读者掌握色彩心理学在设计中的应用要点。

本书适合从事各领域设计工作的读者参考。

设计中的色彩心理学 (第 2 版)

-
- ◆ 著 [韩] 金容淑
 - 译 武传海 曹 婷
 - 责任编辑 杨 璐
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京画中画印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/20
印张: 11
字数: 300 千字 2013 年 3 月第 2 版
印数: 8 501—12 500 册 2013 年 3 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2010-3760 号

ISBN 978-7-115-30906-8

定价: 49.00 元

读者服务热线: (010) 67132692 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

翻开本书……

色彩拥有比语言更为迅捷的沟通能力。与其说这是色彩本身的力量，更不如说是人类与色彩的情感交流对人的心理产生作用的结果。

在外出之前，尤其是与恋人约会之前，恐怕谁都要面对镜子思考一番衣服的色彩是否美丽与协调。相反，在情绪低落时，由于眼里没有漂亮的颜色，因此只穿暗淡的服装。另外在换季的时候，人们也常会把家中窗帘与床单换成与该季节相搭配的色彩与设计。像这样，我们在日常生活中正不经意间通过色彩进行情感与视觉上的沟通与交流。

沟通能力卓越的色彩也可以成为市场营销的手段。

市场中铺天盖地的各种商品正通过颜色吸引着消费者的眼球。实际上，不仅是商品的颜色，就连宣传商店的招牌与商店外观的色彩也会对销售带来巨大的帮助。让我们想象一下附近的快餐店或便利店，恐怕脑海中浮现出的都是黄、橙、红等明亮而生动的原色。这些色彩可以营造出一种轻松、舒适的氛围，成为吸引顾客的有力手段。

本书没有把重点放在色彩本身，而是力求培养读者读懂周围色彩的眼光，使读者能够利用色彩找到自己的真正形象，并在日常生活中有效地运用色彩。

本书主要内容如下。

第一部分以色与光为出发点，讲述了色彩的基本知识，并通过周围的实例引导读者用眼睛与心灵去阅读和感受丰富多彩的颜色。

第二部分通俗易懂地讲述了7种光谱色与白、黑、灰的情感特征与象征意义。

第三部分说明了个人色彩体系的种类与构成，介绍了装扮自己的最佳配色方法与感性居住风格。

第四部分与第五部分以色彩应用及配色心理为中心，阐述了色彩在生活空间中的作用及其呈现出的形象。

本书是一本独具特色的色彩书，愿本书能够成为对色彩专业人士与所有色彩爱好者有益的图书。在此，我向为本书出版付出努力的 Iljinsa 出版社职员及给予我无私帮助的人们表示真挚的感谢，特别要对祥明大学的崔秉宽教授表示深深的谢意。

作者

目录 CONTENTS



PART 01

感受色彩之美

色彩与人类的心理·····	14
色彩的知觉·····	16
光的波长与色彩·····	17
照明与色彩·····	18
色彩的发现·····	19
色相与色相环·····	20
明度·····	21
彩度·····	22
无彩色与有彩色·····	23
色立体·····	24
色调 (tone) ·····	26
色相的色调调色板·····	28
明色调·····	30
华丽色调·····	32
朴素色调·····	34
暗色调·····	36
印象空间·····	38
无彩色的印象空间·····	39
单色与色调的印象空间·····	40
配色·语言的印象空间·····	41
色卡与面积对比·····	42



PART 02

色彩的象征 (color symbolism)

红色—强烈的视觉刺激·····	47
粉红—呼唤爱情的颜色·····	59
黄色—成为世界的中心·····	63
橙色—寻找丢失的自我·····	75
蓝色—推动逻辑性思考·····	85
靛色—商人的卓越选择·····	97
绿色—回到自然的怀抱·····	99
棕色—成熟人类的清香·····	109
紫色与紫红色—散发无尽的魅力·····	115
黑色与白色—无与伦比的魅力·····	123
灰色—彰显都市的智慧·····	129



PART 03

表现自我的色彩 (personal color system)

个人色彩体系·····	134
个人色彩的分类·····	136
个人色彩的构成与调和·····	138
增强自信的个人色彩·····	142
我的个人色彩·····	143

华丽轻快的春天型·····	144
春天型的搭配·····	146
凉爽柔和的夏天型·····	148
夏天型的搭配·····	150
深沉成熟的秋天型·····	152
秋天型的搭配·····	154
鲜明清晰的冬天型·····	156
冬天型的搭配·····	158
色彩搭配体系·····	160



PART 04

触动心灵的色彩 (color power)

人气商品的色彩·····	172
散发味道的色彩·····	178
焕发力量的色彩·····	182
女性喜爱的色彩·····	184
男性喜爱的色彩·····	188
为老年人设计的色彩·····	189
儿童喜爱的色彩·····	190



PART 05

生活中的色彩心理 (color coordination)

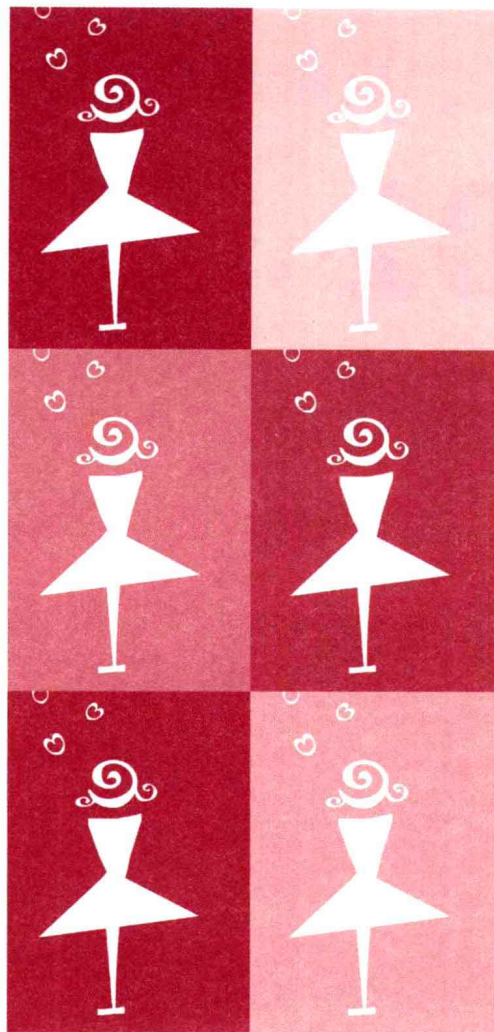
店铺外观的色彩心理·····	194
吸引眼球的招牌色彩心理·····	196
餐饮店的色彩心理·····	198
橱窗的色彩心理·····	200
强调统一感的色彩心理·····	201
彰显高贵的色彩心理·····	202
强调色调的色彩心理·····	204
应用渐变的色彩心理·····	206
单调印象的色彩心理·····	207
类似色的色彩心理·····	208
调整明度的色彩心理·····	209
对比色的色彩心理·····	210
依据心理效果进行配色·····	211
色彩的沟通·····	213



闹钟的鸣响拉开了新一天的序幕
当我们睁开眼，就会有无数缤纷的色彩跃入我们的视线
然而色彩给每个人的感受并不相同
我们是在用心灵观察与感受色彩
色彩正是情感的体现
入睡时，紧闭的双眼虽然看不到任何事物
却依然可以通过心灵看到美丽的色彩，享受美丽的梦



COLOR PSYCHOLOGY



从被简化的少女背影中，我们依然可以感受到她的羞涩与幸福
虽然呈现的只有背影，没有脸庞
却足以通过形与色来传递情感

PART

01

感受色彩之美





色彩与人类的心理

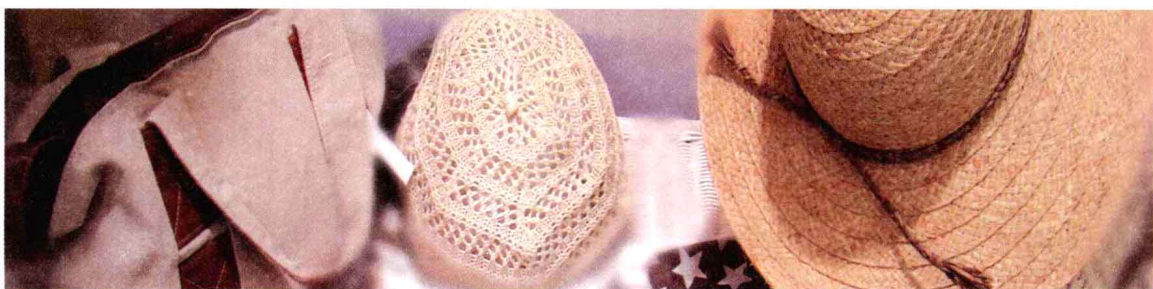
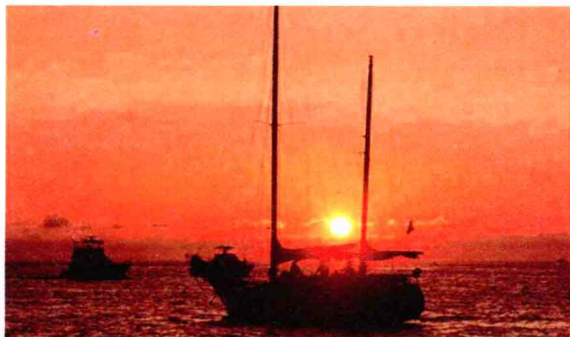
人类从外部获取的信息中，有80%以上是通过眼睛获得的。在我们生活的环境中，通过眼睛获取的一切信息都充满了色彩，所以色彩无疑是视觉传达中极其重要的元素。然而，对色彩的观察与感受却不是仅仅通过眼睛来实现的。

即使在入睡时，我们也可以梦中感受到黑白与彩色。而有时，我们也可能记不起刚刚去过的咖啡屋或工作的办公室中窗帘与墙纸的颜色。

在我们生活的环境因素中，通过眼睛获取的一切信息都充满了色彩，所以色彩无疑是视觉传达中极其重要的元素。



鲜艳的原色给人以生动的感受。



分别呈现出温暖、凉爽、朴素印象的色彩与风景。

我们能够在无意识的睡眠状态下看到色彩，也可能在有意识的状态下无法记起不久之前看到的颜色，还会因过去的记忆而喜欢或厌烦某种色彩。从这些现象中可知，除视觉信息之外，色彩还伴随着观念上、象征上以及生理学上等的多种认识效果。

在语言的表现中，人们也经常利用色彩来表达更加丰富的情感（如韩语中有“我的心被烧黑了”、“红色的谎言”等说法）。

色彩的这种与人类心理密切相关的特性使得色彩的应用领域除设计和色彩营销之外，又扩展到色彩的内在影响、色彩治疗和色彩心理等多个方面。

除视觉信息之外，色彩还伴随着观念上、象征上以及生理学上等的多种认识效果。

色彩的知识

如果没有光，我们就看不到任何事物。认识的主体在光的作用下被眼睛所感知，这就是视觉，而辨别色彩的能力则被称为色觉。

色彩知觉的形成过程是：首先由眼睛在光的作用下看到物体的颜色，然后通过大脑的分辨来感知色彩。

虽然见到色彩的是眼睛，但感知、分析和接受色彩的是大脑。不过并不是所有人对色彩的感知都完全相同。当色彩使人感受到各种意义，并引起人们的“心理反应”时，色彩才被感知。因此，感知色彩的最后一个阶段应当是“记忆在大脑中”或“刺激大脑”的过程。

大脑记忆着我们关于色彩的经历、印象和感情。例如，蓝色可以使我们感到寒冷，而红色可给人以温暖的感受；被大雾笼罩般的中间调有种柔和的氛围，而鲜艳的原色却传达出生动的情感。

这一切都是在大脑的作用下、因我们的经验而产生的对色彩的知觉。

眼睛首先识别的是明暗，然后才是颜色。

视网膜上存在两种感光细胞，即视锥细胞与视杆细胞。视杆细胞用于分辨明暗，视锥细胞用于分辨色彩。色盲或色弱就是由于视网膜的视锥细胞存在缺陷而导致的难以分辨色彩的视觉障碍。

