



梵高说：“没有不好的色彩，只有不好的搭配。”

资深色彩心理专家伊卉带领大家进入色彩的魔力世界

了解色彩的秘密，掌握色彩的搭配，
找到适合自己的色彩，让色彩为幸福加分。

色彩其实很有趣

“卉”生活 “卉”色彩

伊卉◎著



中国纺织出版社

色彩其实很有趣

“卉”生活“卉”色彩

伊卉◎著



中国纺织出版社

内 容 提 要

生活里人们离不开色彩，正确地使用色彩不仅能提升你的形象、美化你的环境，还有助于你的健康。资深色彩培训师伊卉老师通过本书向大家分享了有关色彩的心得：通过了解色彩的特性掌握色彩的秘密，利用色相环轻松练就色彩搭配高手，学习基因色彩，找到最适合自己的颜色，甚至可以以色彩为职业成为色彩顾问去帮助别人。

图书在版编目（CIP）数据

色彩其实很有趣：“卉”生活“卉”色彩 / 伊卉著
——北京：中国纺织出版社，2014. 7
ISBN 978-7-5180-0535-2

I. ①色… II. ①伊… III. ①色彩学 IV. ①J063

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第052455号

策划编辑：郝珊珊 特约编辑：蒋向利 责任印制：储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址：北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码：100124

销售电话：010—87155894 传真：010—87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

官方微博http://weibo.com/2119887771

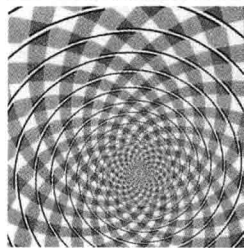
北京睿特印刷厂印刷 各地新华书店经销

2014年7月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：13 彩插：8

字数：111千字 定价：32.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换



色彩创造价值，形象决定命运

个人形象可以影响每个人的人际关系、婚姻、事业，进而影响人的一生。

产品形象可以影响顾客对产品的感知、认可和信赖度，进而影响产品成功与否。

企业形象可以影响员工、客户乃至社会，进而影响企业的腾飞。

城市形象可以影响市民、旅游者、投资者，进而影响城市的发展。

国家形象可以影响整个世界对其的认知，进而影响国家以及民众的国际地位。

大家都知道形象很重要，当人们通过视觉、听觉、触觉、味觉等各种感觉器官观察事物的时候，在大脑里就会形成一种印象，而这种感觉的再现就是形象。

形象是通过色彩、风格等元素来传达的，是这些元素对人的主观意识产生影响。由于形象不是事物本身，而是人们对事物的感知，而感知具有一定的差异性，所以，通过了解色彩等元素的特性，就可以借助改变色彩来改变事物的

形象。

在著名的“7秒钟”色彩理论里，人们发现消费者在挑选商品的时候，最多只需要花7秒钟时间，就可以确定对这些商品是否有兴趣。尤其是商场里同类产品很多，人们匆匆而过，选择的时间很短，甚至不需要7秒钟，就已作出了购买与否的决定。

这7秒钟太重要了！甚至可以说，谁抓住了这7秒钟，谁就抓住了顾客的心。经过研究，心理学家发现在这最关键的7秒钟里，色彩占到的作用高达67%！对于没有经过包装的商品，比如蔬菜、水果，人们会直接用色彩判断产品的品质，这个作用比值会更大。

于是，色彩成为决定产品价值的最重要因素之一。

在同样的品质条件下，很多消费者都偏爱进口产品。其实，很大程度上因为进口产品的包装或外形实在是太漂亮了，或者说，它们对色彩的应用要考究很多：蓝的情调迷人，银的气质深邃，白的宁静优雅，红的激情四射，黄的活力张扬……经过专业的色彩设计人员处理，进口商品的包装总能够体现出与众不同的迷人效果。

产品代表了企业的实力，而产品包装代表了企业形象。当产品的色彩具有先声夺人的效应时，一个企业的形象自然而然也就得到了提升。比如雀巢咖啡的红色杯子已经成为一张特殊的名片，给人一种强烈的印象冲击，让人爱不释手。

在商品领域，恰当的色彩可以为企业创造价值；在生活领域，得体的色彩

可以为个人提升品位，比如在隆重的场合，男士应该着深色西装，而在下班后的娱乐时间及约会好友时，则可穿浅色、暗格等服装来展现自己与众不同的个人魅力。在某些场合，比如葬礼，不能穿鲜艳的红色；而在喜庆的场合，红色就是非常受欢迎的色彩了。

21世纪是视觉行销的年代，无论我们是否愿意，我们都被贴上了标签，彼此都有印象分，这个印象分影响着我们求职就业、职位升迁、事业合作、亲情友情、爱情婚姻……印象分是我们对一个人德行的综合评分。一个人的德行也就是这个人的整体形象。

德，是自我的教育，是内心的梳理，是道德观、价值观、人生观、信仰等精神层面的认知，称为静态形象，也就是内在形象。行，是表现在外的行为规矩，也是“德相”，表现在言谈举止、仪表风度、待人接物、服饰穿戴，为动态形象。

外在的形象，也是内在心境的展现，古人云：“有诸于内，必形诸于外。”万物皆有内外之别，形象也是如此，外在是内在的外化形式，内在是外在的灵魂所在。

形象如此重要，而我们一生中从没想过、或者觉得微不足道、或者知其然不知所以然的色彩问题，却是影响我们形象的一双无形的手，用得好，就是“帮手”，用不好，就成了“杀手”。

古人云：“路遥知马力，日久见人心”，“酒香不怕巷子深”，但在这个快节奏的全球化、信息化的社会中，人们又有多少时间来慢慢了解内在品质

呢？通过外在的形象来评估内在品质已经是不争的事实。

在有限的时间内，大量的信息冲击着头脑，人们不一定会记住你说过什么，但是一定会记住你给他留下的最初印象，你的一言一行是最有效的个人品牌广告。无论是人际交往还是产品营销，色彩在其中都起着决定性的作用。和谐的色彩搭配给整体形象赋予了美感。

色彩还影响着我们的情绪、欲望、健康、性格……无时无刻不在影响着我们的选择。

既然小小的颜色能决定一个商品的命运，让消费者在“7秒钟”里决定是否喜欢它，那么，颜色同样也可以影响个人的命运，让你潜在的贵人在“7秒钟”里决定是否喜欢你。

其实，生活的每个时刻都需要注意，因为每一秒都可能是更好的转机，我们需要让自己在最美好的状态下邂逅贵人。如果你想将“自己”这个产品推向你想要占领的市场，色彩是既廉价又便捷的提升产品附加值的有效手段，所以一定要善于借助色彩的神奇力量，机会可能就在下一秒！而且，机会只会给你7秒钟的时间！

服饰色彩可以体现个人的品位，外部形象总是与个人命运相关。在这点上，我们来看看拿破仑的妻子是如何以自己的智慧借助色彩这个工具赢回老公的。

拿破仑的妻子约瑟芬是位集美貌与智慧于一身的女人，她曾受到拿破仑的极度宠爱。当她知道拿破仑爱上了别的女人时，她一不哭，二不闹，三也不上

吊，而是整理好心情去积极地面对。她找了个恰当的借口在家中宴请宾客，举行舞会，并且向拿破仑新的女友发出邀请。当仆人送上邀请函给这个女人时，也顺便完成了约瑟芬交代的任务——获知这个女人将订制一款什么颜色的晚礼服出席这次盛大的宴会。然后，约瑟芬派人将宴会大厅所有的落地窗帘全部换成全新的墨绿色窗帘。晚宴当晚，她的情敌果真身穿新订制的墨绿色礼服出现在大厅时，消失在一片绿色的汪洋中，被众人议论这个女人没有着装品位。而约瑟芬自己却穿了一套乳白色的晚礼服，在墨绿色的背景映衬下，像一颗闪闪发光的珍珠，不但成为全场耀眼的明星，而且重新赢回了拿破仑的心。

国外科学实验证明：人的视觉器官在观察物体最初的20秒内，色彩感觉占80%，形体感觉占20%；2分钟后，色彩感觉占60%，形体感觉占40%；5分钟后，色彩感觉和形体感觉各占一半，并且这种状态将持续下去。

不同的色彩会使人们产生不同的心理反应，而不同的反应会在人们的脑海中形成不同的形象。色彩是一个人身上首先吸引别人注意力的元素。

改变形象，从改变色彩开始。

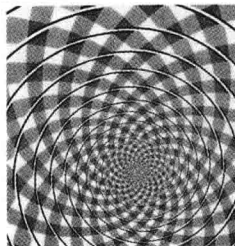
改变心情，从改变色彩开始。

改变运气，还是从改变色彩开始。

著者

2014年6月

目 录



Chapter1

色之特点——

你所不知道的色彩秘密

001

色彩的味觉、嗅觉与听觉/002 色彩与听觉/002
色彩与味觉/008 色彩与嗅觉/011 感受色彩/012
膨胀与收缩/013 软和硬/015 轻和重/016 活泼与庄重/019
寒冷与温暖/020 明快与忧郁/024 时间的快慢/024
兴奋与沉静/026 前进与后退/027 华丽与朴素/028
积极与消极/029 色彩的联想/030 红色/030 橙色/032
黄色/033 绿色/034 蓝色/035 紫色/036 黑色/037
白色/038 灰色/039 褐色/041

Chapter2

色之辨识——

045

一起来认识色彩

色彩的特性/046 残像/046 顺应性/048

恒常性/048 诱目性/049 视认性/050

色彩的形成/051 色彩的分类/054 色彩的三个属性/055

色相 (hue) /055 明度 (value) /055

彩度 (intensity) /056 色调 (tone) /057

Chapter3

色之搭配——

059

色彩高手练出来

认识色相环/061 色相搭配法/062 同一色相配色/062

邻近或类似色相配色/062 中差色相配色/063

对比色相配色/063 补色色相配色/064

明度搭配法/064 纯度搭配法/066 色调搭配法/067

同一色调配色/068 邻近或类似色调配色/068

对照色调配色/068 其他配色法/069 渐变配色/069

节奏配色/069 优势配色/070 分离配色/071

三角、四角配色/071 自然配色/072

反自然调和配色/072

我适合什么颜色

什么是基因色彩/077 基因色彩的分类/079 诊断我的基因色/080 我是春季型人吗/087 我是夏季型人吗/088
我是秋季型人吗/089 我是冬季型人吗/090
懒人配色法/091 发色/105 妆色/106 指甲油/108
色彩在形象中的灵活运用/109 色彩与性格/109
色彩与性别/112 色彩与年龄/114 色彩与体形/116
色彩与地域/120 色彩与TPO/121 色彩与季节/124
色彩与风格/125

世界因色彩而美丽

饮食色彩/130 就餐环境色彩/133 食物的色彩能量/134
居室色彩/140 交通工具的色彩/147 建筑色彩/149
环境色彩/153 商店/155 办公场所/156 酒店及娱乐场所/157
车间及厂房/158 城市环境色/159 杂志色彩/162
计算机表色方法/165 专色的运用/166 流行色彩的表达/167

企业色彩/168 视觉色彩营销/173 陈列色彩/179

Chapter6

色之传承——

183

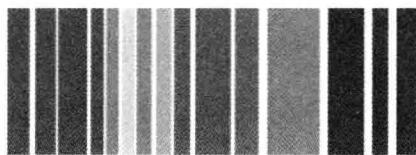
如果你也有兴趣成为色彩顾问

色彩行业的发展与前景/184 职业定义/186

职业规划/188 色彩顾问的要求、素养与礼仪/191

色彩顾问的学习内容与学习方式/195

Chapter 1



色之特点

——你所不知道的彩色秘密

色彩的味觉、嗅觉与听觉

我们通过五个感觉器官来认识这个世界：视觉、听觉、触觉、嗅觉和味觉，实验表明，人们所获得的信息中，87%通过视觉，7%通过听觉，3%通过触觉，2%通过嗅觉，1%通过味觉。我们所有的人生经验均是借助这五个感觉器官去感知外界而产生出来的，在NLP（神经语言程序学）里称之为“表象系统”，是我们获取、储存与运用经验的感官通道。色彩直接可以影响我们这五个感觉器官对事物的认知。

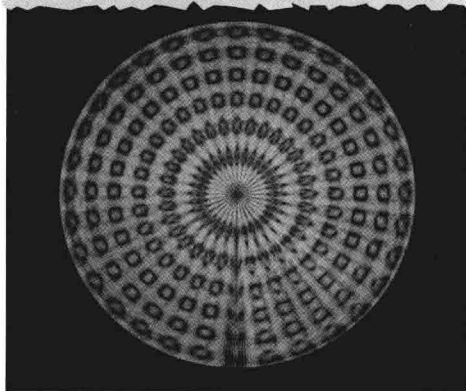
色彩与听觉

据英国《新科学家》杂志报道，声学工程师利用一些特殊的技术可将鲸类和海豚的歌声变成一种可视化的美丽图案，欣赏一下下面的图片，你会惊奇地发现，不同的声调居然具有不同的色彩。

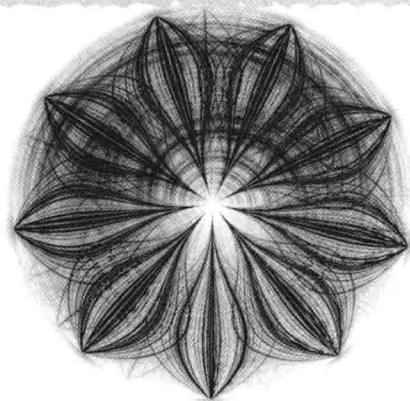
色彩是光的本质，光则是生命的能量。



小须鲸的歌声



花斑鲸原海豚的歌声





音乐和色彩一样，都拥有着无穷的能量。噪音是负能量的声音，那么，负能量的色彩就是杂乱无章、不和谐的色彩配色。在音乐作品中运用的不同音色与在绘画艺术中运用的不同颜色是极为相似的，音色与颜色之间存在这种自然的联系从物理角度讲，它们都是一种波动，只是性质和频率范围有所区别。人类的耳朵能听到的声波大约从每秒16Hz至每秒2万Hz，而人类的眼睛能看到的电磁波大约从每秒380万亿Hz至每秒790万亿Hz。绚丽灿烂的色彩视觉形象能暗示旋律优美的听觉形象，人们在欣赏一幅优秀的色彩艺术作品时，似乎能从中“听”到用颜色谱写的乐曲；欣赏一首优美动听的乐曲时，似乎又能从中“看”到用音符描绘的色彩。

米黄色、浅咖啡色、浅淡的橄榄绿色，用在居室中，可以让人精神放松，消除肌肉紧张。

当我们心情忧伤的时候听到节奏舒缓的曲子，就把它叫作“蓝调”。当我们情绪高昂的时候听到进行曲，就把激昂的旋律想象为红色。当我们听到欢快的儿歌时，觉得那是明快的黄色。其实，中国的古人早就发现了色彩和音乐之间的关系。唐代的女皇武则天爱好音乐，在她撰写的《乐书要录》中说，五音的美丽就像散发光晕的五彩一样，这就肯定了“五音”与“五色”的关系。

实验心理学表明，视觉形象和音乐形象的转换，必须通过联想和想象。不同的乐曲通过联想和想象才能“翻译”成明快、晦暗、艳丽、沉静、朴素、典雅、华丽等不同的色调。音乐色彩感受能力的强弱不仅与音乐和色彩艺术的修养有关，而且与联想力和想象力有关。

柴可夫斯基的著名芭蕾舞曲《四小天鹅》音乐轻松活泼，节奏干净利落，描绘出了小天鹅在湖畔嬉游的情景，质朴动人而又富于田园般的诗意。贝多芬的《命运交响曲》中惊惶不安的第一主题贯穿第一乐章，激昂有力，具有勇往直前的气势，表达了贝多芬充满愤慨和向命运挑战的坚强意志。圆号吹出了由命运变化而来的号角音调，引出充满温柔、抒情、优美的第二主题，抒发了对幸福、美好生活的渴望和追求。曾获得第34届奥斯卡最佳电影歌曲的《月亮河》（Moon River）是《蒂凡尼的早餐》的主题曲，婉转低回的曲调勾勒出由奥黛丽·赫本扮演的女主角的迷人轮廓。无需看电影，便