



品牌設計之美

冷色調的色彩詮釋



善本圖書 編著
飛思數字數位創意出版中心 監製

The Art of Cool Tone Color in Brand Design





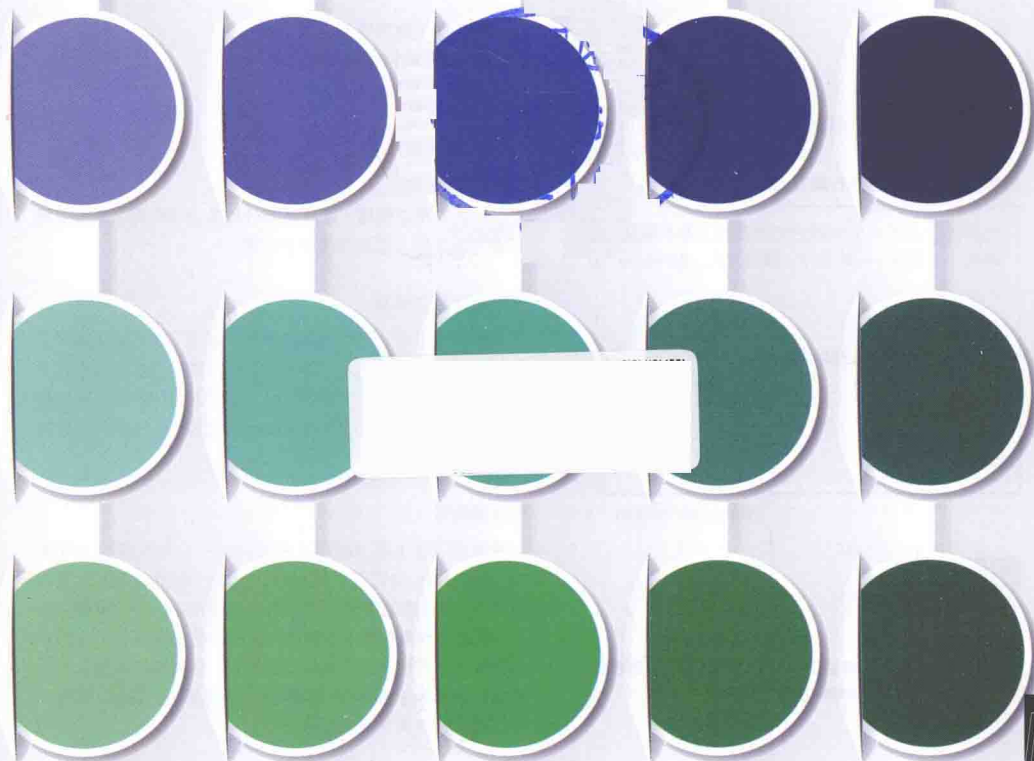
品牌設計之美

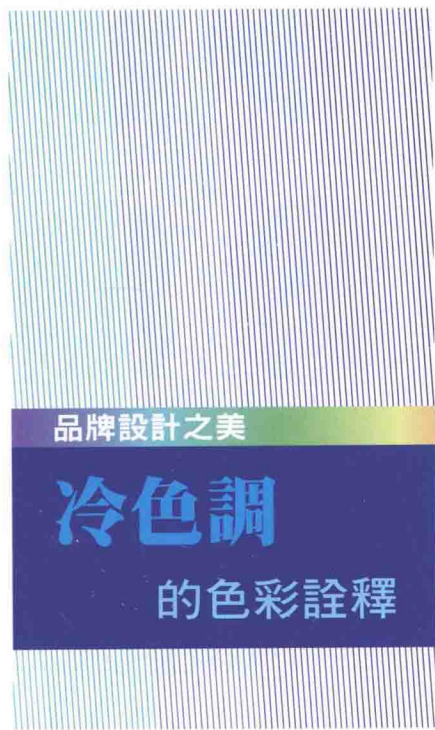
冷色調的色彩詮釋



善本圖書 編著
飛思數字數位創意出版中心 監製

The Art of Cool Tone Color in Brand Design





本書如有破損或裝訂錯誤，請寄回本公司更換

國家圖書館出版品預行編目資料

品牌設計之美—冷色調的色彩詮釋 / 善本圖書
編著. -- 初版. -- 新北市：博悅文化，2014.06

面；公分

ISBN 978-986-90769-2-0 (平裝)

1.色彩學 2.設計

963

103011060

Printed in Taiwan



歡迎團體訂購，另有優惠，請洽服務專線
博碩粉絲團 (02) 2696-2869 分機 216、238

作者：善本圖書 編著 / 飛思數位創意出版中心 監製
責任編輯：Eddie、Judy
企劃主編：陳古清
設計總監：蕭羊希
行銷企劃：黃譯儀

總經理：古成泉
董事長：蔡金崑
顧問：鍾英明
發行人：葉佳瑛

出版：博悅文化股份有限公司
地址：221 新北市汐止區新台五路一段 112 號 10 樓 A 棟
電話 (02) 2696-2869 傳真 (02) 2696-2867

發行：博碩文化股份有限公司
郵撥帳號：17484299 戶名：博碩文化股份有限公司
博碩網站：<http://www.drmaster.com.tw>
讀者服務信箱：DrService@drmaster.com.tw
讀者服務專線：(02) 2696-2869 分機 216、238
(周一至周五 09:30 ~ 12:00; 13:30 ~ 17:00)

版次：2014 年 6 月初版一刷

建議零售價：新台幣 360 元
I S B N : 978-986-90769-2-0
律師顧問：劉陽明

商標聲明

本書中所引用之商標、產品名稱分屬各公司所有，本書引用純屬介紹之用，並無任何侵害之意。

有限擔保責任聲明

雖然作者與出版社已全力編輯與製作本書，唯不擔保本書及其所附媒體無任何瑕疵；亦不為使用本書而引起之衍生利益損失或意外損毀之損失擔保責任。即使本公司先前已被告知前述損毀之發生。本公司依本書所負之責任，僅限於台端對本書所付之實際價款。

著作權聲明

本書簡體字版名為《品牌的色彩設計——冷色調》，978-7-121-19177-0，由電子工業出版社出版，版權屬電子工業出版社所有。本書為電子工業出版社獨家授權的中文繁體字版本，僅限於臺灣、香港和澳門特別行政區出版發行。未經本書原著出版者與本書出版者書面許可，任何單位和個人均不得以任何形式（包括任何資料庫或存取系統）複製、傳播、抄襲或節錄本書全部或部分內容。

目錄

第一章 色彩與品牌

第一節 色彩簡述

15— 案例分析：Bistro Vida

第二節 品牌的色彩與傳播

17— 案例分析：UTSYN

19— 案例分析：Meteophoric Brand

第三節 冷色的類別與情感

20— 案例分析：Jennie Smith Photo

第四節 色彩的發展趨勢

24— 案例分析：Allo- 電信公司

第二章 品牌色彩 - 綠

第一節 綠色系的界定

29— 案例分析：Yellow 熟食店

第二節 綠色系的功能

30— 案例分析：Harmonie Interieure 品牌

第三節 綠色系的應用

33— 案例分析：Auktion 盒子

34— 案例分析：維多利亞的環保概念

38— 案例分析：The Potting Shed 品牌

42— 案例分析：Hebbes ! 品牌

44— 案例分析：Blix 互動式影像設計品牌

46— 案例分析：Drive-by 三明治品牌



- 48— 案例分析：Yasmin 餐廳
- 50— 案例分析：公共汽車形象
- 52— 案例分析：Decamp
- 54— 案例分析：Yauatcha Packaging
- 56— 案例分析：Soho Bridge 學習機構
- 58— 案例分析：BVD 品牌
- 61— 案例分析：SWAPTREE IDENTITY
- 62— 案例分析：Girl Scouts of the USA 品牌更新
- 66— 案例分析：Ana Isabel 水療品牌

第三章 品牌色彩 - 藍

第一節 藍色系的界定

- 75— 案例分析：Creative Collective Effect

第二節 藍色系的功能

- 77— 案例分析：Capital Jets 航空公司

第三節 藍色系的使用

- 79— 案例分析：Thymes Kimono Rose 化妝品包裝
- 80— 案例分析：Norwegian Shipowners' Association identity
- 82— 案例分析：Head to Toe Identity 定位包裝
- 84— 案例分析：JAQK 陳年葡萄酒的包裝
- 86— 案例分析：Saarinen 品牌
- 88— 案例分析：「笑容常在」品牌
- 90— 案例分析：Skream - 『Outside The Box』
- 93— 案例分析：PURE identity redesignvv
- 96— 案例分析：Restaurant Maaemo
- 100— 案例分析：Tinagent 品牌



- 102— 案例分析：Circus 設計
- 108— 案例分析：Aeroplano 設計
- 110— 案例分析：「智能電腦」品牌
- 112— 案例分析：Dist 視覺設計
- 119— 案例分析：Environmental use in your region
- 121— 案例分析：「Curaj」Cover
- 122— 案例分析：Grand
- 124— 案例分析：Pottery Barn Kids 品牌

第四章 品牌色彩 - 紫

第一節 紫色系的界定

- 131— 案例分析：Poca 包裝和網站設計

第二節 紫色系的功能

- 133— 案例分析：海爾達爾的包裝設計

第三節 紫色系的使用

- 135— 案例分析：阿曼達馬斯登品牌
- 138— 案例分析：Impact Salon



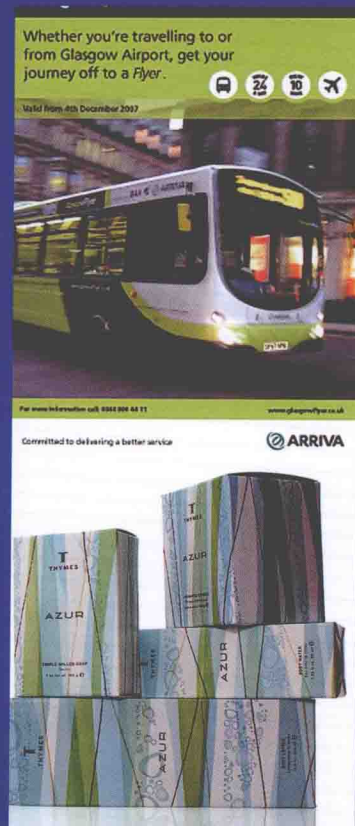
第五章 冷色系設計

冷色的選擇與應用

- 143— 案例分析：Jennie Smith Photo
- 144— 案例分析：Wanderlus
- 146— 案例分析：Heart
- 148— 案例分析：Skin+Bones 時尚潮流與建築上的「相對論」
- 152— 案例分析：Flow 設計

- 154— 案例分析：Micheline 品牌
- 156— 案例分析：xWare 合作品牌包裝
- 160— 案例分析：Visark——建築與工程
- 161— 案例分析：歐洲大學跆拳道冠軍賽
- 162— 案例分析：Bankside
- 164— 案例分析：5411 互動設計
- 166— 案例分析：YPF TC 2000 賽車隊
- 171— 案例分析：NNSS 品牌系統
- 172— 案例分析：Wanderlust
- 174— 案例分析：Solberg & Hansen 的視覺設計
- 178— 案例分析：Feasy 品牌
- 180— 案例分析：Mundo Verde 有機餐廳
- 184— 案例分析：Truform Pools 品牌
- 186— 案例分析：Atelier LaDurance 的牛仔布品牌
- 190— 案例分析：Altreforme 品牌
- 192— 案例分析：ted. 的廣告印刷品
- 194— 案例分析：一個歧視藝術設計邀請展
- 196— 案例分析：THE NORTH FCCE

第六章 色彩資訊





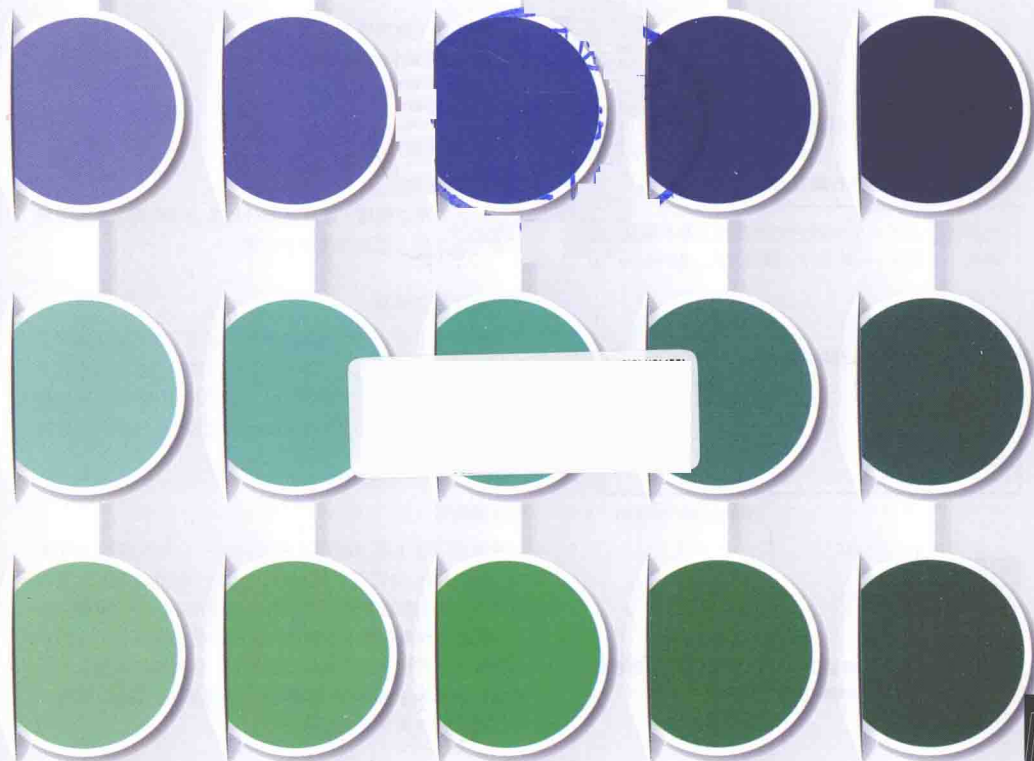
品牌設計之美

冷色調的色彩詮釋



善本圖書 編著
飛思數字數位創意出版中心 監製

The Art of Cool Tone Color in Brand Design





本書如有破損或裝訂錯誤，請寄回本公司更換

國家圖書館出版品預行編目資料

品牌設計之美—冷色調的色彩詮釋 / 善本圖書
編著。-- 初版。-- 新北市：博悅文化，2014.06

面；公分

ISBN 978-986-90769-2-0 (平裝)

1.色彩學 2.設計

963

103011060

Printed in Taiwan



歡迎團體訂購，另有優惠，請洽服務專線
博碩粉絲團 (02) 2696-2869 分機 216、238

作者：善本圖書 編著 / 飛思數位創意出版中心 監製
責任編輯：Eddie、Judy
企劃主編：陳吉清
設計總監：蕭羊希
行銷企劃：黃譯儀

總經理：古成泉
董事長：蔡金崑
顧問：鍾英明
發行人：葉佳瑛

出版：博悅文化股份有限公司
地址：221 新北市汐止區新台五路一段 112 號 10 樓 A 棟
電話 (02) 2696-2869 傳真 (02) 2696-2867

發行：博碩文化股份有限公司
郵撥帳號：17484299 戶名：博碩文化股份有限公司
博碩網站：<http://www.drmaster.com.tw>
讀者服務信箱：DrService@drmaster.com.tw
讀者服務專線：(02) 2696-2869 分機 216、238
(周一至周五 09:30 ~ 12:00；13:30 ~ 17:00)

版次：2014 年 6 月初版一刷

建議零售價：新台幣 360 元
I S B N : 978-986-90769-2-0
律師顧問：劉陽明

商標聲明

本書中所引用之商標、產品名稱分屬各公司所有，本書引用純屬介紹之用，並無任何侵害之意。

有限擔保責任聲明

雖然作者與出版社已全力編輯與製作本書，唯不擔保本書及其所附媒體無任何瑕疵；亦不為使用本書而引起之衍生利益損失或意外損毀之損失擔保責任。即使本公司先前已被告知前述損毀之發生。本公司依本書所負之責任，僅限於台端對本書所付之實際價款。

著作權聲明

本書簡體字版名為《品牌的色彩設計——冷色調》，978-7-121-19177-0，由電子工業出版社出版，版權屬電子工業出版社所有。本書為電子工業出版社獨家授權的中文繁體字版本，僅限於臺灣、香港和澳門特別行政區出版發行。未經本書原著出版者與本書出版者書面許可，任何單位和個人均不得以任何形式（包括任何資料庫或存取系統）複製、傳播、抄襲或節錄本書全部或部分內容。

內容簡介

在色彩的世界裡，冷色給人的心理感受是深沉、陰鬱、不安，同時又給人以理性、安靜、安詳的心理感受。正由於冷色的這種多面性，使它在品牌設計中的作用也是多面性的。在特定行業，如 IT 技術、網路、數位、醫藥以及餐飲行業中都會運用冷色來給人以清涼、安靜、時尚、睿智等心理感受。由此可見冷色在品牌設計當中的合理應用，將會起到非常積極的作用。本書內容包括：分析冷色的類別、介紹不同的色彩給人的心理感受及其他特性以及分析冷色在品牌設計中的運用方法。本書中的作品用色大膽、特徵鮮明，展現了冷色在品牌設計中的積極作用，引領了色彩在品牌設計中的應用趨勢。

色彩是通過我們的眼、腦和生活經驗所產生的一種對光的視覺效應。自從牛頓通過三稜鏡把白光發散成可見光譜到發展出色彩理論之後，人類對於色彩的認識逐漸深刻起來。

不同的色彩可以產生不同的心理作用。從個體來說這些感受每個人都不盡相同，但總體來說即使是來自不同文化的人往往也會有同樣的感受。比如紅色使人心情激動，藍色使人安靜。對於與色彩打交道的特定行業而言，恰當地運用色彩的心理作用非常重要。

品牌是人們對一個企業及其產品、售後服務以及文化價值的一種評價和認知，也是一種信任。企業在創立品牌時不斷地創造時尚經典、宣傳企業文化，隨著企業的發展，不斷地從低附加價值轉向高附加價值升級，並向產品開發優勢、產品質量優勢、文化創新優勢的高層次轉變。當品牌被市場認可並接受後，品牌才會產生其本身應有的市場價值。一個沒有經過任何設計的品牌，僅僅靠品牌特有的文化來打造是不夠的，現代品牌的發展，需要對品牌自身外在的宣傳包裝，前提是品牌自身文化內涵豐富，如果再加上好的設計包裝，就會使品牌產生巨大的積極影響力。

於是，色彩和品牌的結合應運而生。

人們在創立品牌時都在尋找一種色彩作為在消費者視覺中的映射。當宣傳品牌獨特內涵文化時，就會以該色彩為主要表現元素。可以說，色彩是品牌最直接的代言人，即便人們想不起該品牌的品牌特徵或者行業特點，但只要看到一種色彩，人們也可以大概對該品牌的定位和特點有一個印象。色彩對於品牌而言就是一種語言，但品牌的一切設計和裝飾，都要以品牌特點為基礎。

《品牌設計之美》為系列叢書，其中包括《品牌設計之美—冷色調的色彩詮釋》、《品牌設計之美—暖色調的色彩詮釋》、《品牌設計之美—協調色的色彩詮釋》三本，本系列叢書主要講述了如何區分色彩，色彩與品牌的關係，消費者對於品牌形象色彩的視覺心理感受，不同類型的色彩對品牌建設的重要性，色彩如何呈現品牌的文化特徵等。最後，以品牌設計師的角度，闡述在品牌建設中選擇合適的色彩等有關品牌建設的重要觀點。本系列叢書透過這些色彩與品牌的內容闡述，能夠使讀者掌握在品牌設計中應用色彩來表達品牌形象理念的巧妙方法。

編著者



the
SWEETSPOT
delivered to your door



Allo 33
აქცენტები



i'm xxx

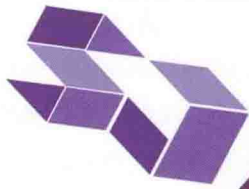
Blix



SUPERMARCHITECTURE



EASTWIND
Fashion



:D



PINK JEEP
BOOK



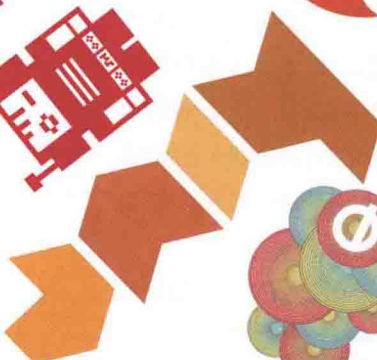
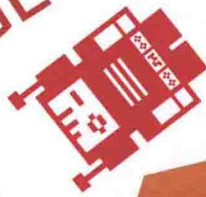
Blix
INTERACTIVE



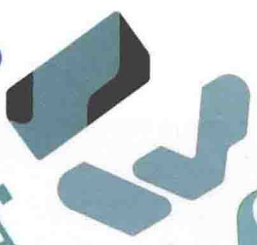
JAPAN SPECIAL SERIE



SAUSAGE



2015

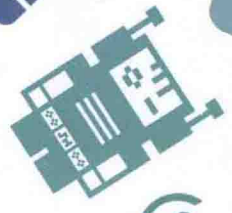


AEROPLANO



MILD

DIST



the **pollingshed** DESIGN & ADVERTISING



SM/LES FOR M/LES



APOTEK ♡



the **SWEET SPOT** delivered to your door

Blix

+DESIGN+



Thornston restaurant + cafe



Hold™

Yellow Design

2011

the **SWEET SPOT** delivered to your door

目錄

第一章 色彩與品牌

第一節 色彩簡述

15— 案例分析：Bistro Vida

第二節 品牌的色彩與傳播

17— 案例分析：UTSYN

19— 案例分析：Metaphoric Brand

第三節 冷色的類別與情感

20— 案例分析：Jennie Smith Photo

第四節 色彩的發展趨勢

24— 案例分析：Allo- 電信公司

第二章 品牌色彩 - 綠

第一節 綠色系的界定

29— 案例分析：Yellow 熟食店

第二節 綠色系的功能

30— 案例分析：Harmonie Interieure 品牌

第三節 綠色系的應用

33— 案例分析：Auktion 盒子

34— 案例分析：維多利亞的環保概念

38— 案例分析：The Potting Shed 品牌

42— 案例分析：Hebbes ! 品牌

44— 案例分析：Blix 互動式影像設計品牌

46— 案例分析：Drive-by 三明治品牌



- 48— 案例分析：Yasmin 餐廳
- 50— 案例分析：公共汽車形象
- 52— 案例分析：Decamp
- 54— 案例分析：Yauatcha Packaging
- 56— 案例分析：Soho Bridge 學習機構
- 58— 案例分析：BVD 品牌
- 61— 案例分析：SWAPTREE IDENTITY
- 62— 案例分析：Girl Scouts of the USA 品牌更新
- 66— 案例分析：Ana Isabel 水療品牌

第三章 品牌色彩 - 藍

第一節 藍色系的界定

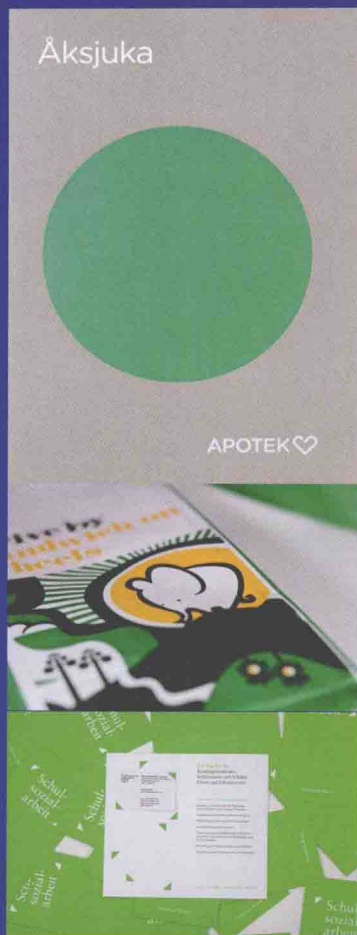
- 75— 案例分析：Creative Collective Effect

第二節 藍色系的功能

- 77— 案例分析：Capital Jets 航空公司

第三節 藍色系的使用

- 79— 案例分析：Thymes Kimono Rose 化妝品包裝
- 80— 案例分析：Norwegian Shipowners' Association identity
- 82— 案例分析：Head to Toe Identity 定位包裝
- 84— 案例分析：JAQK 陳年葡萄酒的包裝
- 86— 案例分析：Saarinen 品牌
- 88— 案例分析：「笑容常在」品牌
- 90— 案例分析：Scream - 『Outside The Box』
- 93— 案例分析：PURE identity redesignvv
- 96— 案例分析：Restaurant Maaemo
- 100— 案例分析：Tinagent 品牌



- 102— 案例分析：Circus 設計
- 108— 案例分析：Aeroplano 設計
- 110— 案例分析：「智能電腦」品牌
- 112— 案例分析：Dist 視覺設計
- 119— 案例分析：Environmental use in your region
- 121— 案例分析：「Curaj」Cover
- 122— 案例分析：Grand
- 124— 案例分析：Pottery Barn Kids 品牌

第四章 品牌色彩 - 紫

第一節 紫色系的界定

- 131— 案例分析：Poca 包裝和網站設計

第二節 紫色系的功能

- 133— 案例分析：海爾達爾的包裝設計

第三節 紫色系的使用

- 135— 案例分析：阿曼達馬斯登品牌
- 138— 案例分析：Impact Salon



第五章 冷色系設計

冷色的選擇與應用

- 143— 案例分析：Jennie Smith Photo
- 144— 案例分析：Wanderlus
- 146— 案例分析：Heart
- 148— 案例分析：Skin+Bones 時尚潮流與建築上的「相對論」
- 152— 案例分析：Flow 設計