

Die Kraft der Farben

色彩的魅力

Karin Hunkel

[德]卡琳·洪克尔 著

张继云 译

完美
身心

全方位的色彩咨询

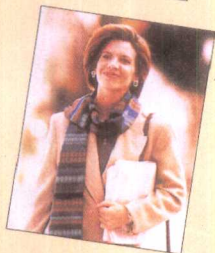
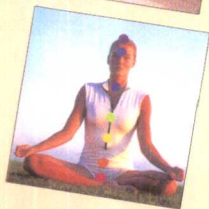
让您更健康

更靓丽

更快乐

GU GRAFE
UND
UNZER

辽宁人民出版社



色

彩

的魅力

成为
色彩行家的
捷径

- [德] 卡琳·洪克尔 著
- 张继云 译
- 辽宁人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

色彩的魅力 / (德) 洪克尔著; 张继云译

沈阳: 辽宁人民出版社, 2001.2

书名原文: Die Kraft der Farben

ISBN 7-205-04632-7

I. 色… II. ①洪… ②张… III. 色彩学 IV. J063

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 36923 号

Published originally under the title *Die Kraft der Farben*

by Karin Hunkel

© 1996 by Gräfe und Unzer Verlag GmbH, München

著作权合同登记号: 06-1999 年第 24 号

开本: 880 × 1230 毫米 1/32 字数: 60 千字 印张: 4.5

印数: 1 - 7,000

2001 年 2 月第一版 2001 年 2 月第一次印刷

辽宁人民出版社出版、发行

(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)

辽宁美术印刷厂印刷

(沈阳市皇姑区北陵大街 17 号 邮政编码: 110032)

责任编辑: 李雪萍

版式设计: 王珏菲

责任校对: 赵学良

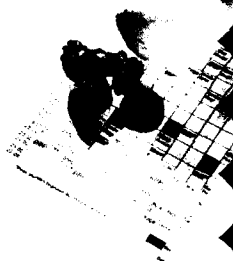
(如有印装质量问题, 请与印刷厂调换)



- 理想的形象就是恰到好处的穿着打扮。
- 喜欢某种颜色，表现了一个人的性格。
- 色彩可以治疗疾病，简便易行。
- 生活中有了色彩，便拥有了祥和美好的心境。
- 本书中配有大量的图表，加之以必要的提示，带您走进一个色彩缤纷的世界。

卡琳·洪克尔：德国最著名的应用色彩学家之一，法兰克福 INDIGO 整体色彩咨询中心主任，色彩咨询高级顾问。

前言



当漫长的“灰色的”冬天过去，春天来临。在早春的日子里，您是否会为树叶泛绿、小草吐青、花枝绽放而感到欣喜？当您仰望蔚蓝的天空，感受眼中浓艳的色彩，您是否觉得生命有如自然界的万物复苏一样，充满生机和活力？

色彩的魅力不同寻常。它的含义远不止“好看”那么简单。对待色彩，我们大家谁也不会无动于衷，相反，每个人都会情有独钟。色彩影响着我们的思想和情感，影响着我们的心理和感官。不同的色彩都以其独特的方式感染着我们，为我们塑造出千姿百态的形象。

可以说，色彩是个性的外衣。如果我们的穿着颜色适宜，那就会因此而光彩照人，充满魅力。在职业生活中，色彩还是一种有效的媒介，它能充分表现出一个人的整体形象。

如果我们学会把色彩与自己的兴趣和心情结合起来，色彩就能成为我们生活中的“快乐使者”。换句话说，如果我们能按照自己的兴趣和情绪设计服装和居室，能把每一种颜色都积极、有效地利用起来，颜色就会成为我们的朋友。它既能让我们心情舒畅，又能治病。

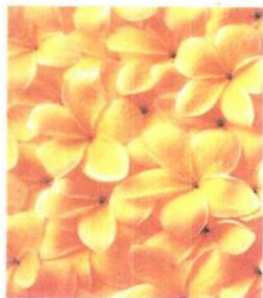
本书试图让您从各方面去感受色彩的魅力，帮助您运用色彩塑造一个全新的自我，并创造自己健康的生活。

让我们共同创造出绚丽多彩的生活！



目 录

- (1) 1.您想了解颜色吗？
- (1) 1.色彩的魅力
- (1) 1.1 色彩成为热门话题
- (2) 1.2 让您的生命多姿多彩！
- (3) 2. 色彩 —— 比彩色含义更丰富
- (4) 2.1 让我们来体验色彩
- (4) 2.2 色彩能唤起联想
- (6) 2.3 心理测试的作用
- (8) 2.4 典型的颜色联想(表格)
- (8) 2.5 色彩招揽顾客
- (12) 3. 说说您喜欢的颜色
- (12) 3.1 您喜欢哪些颜色？
- (16) 3.2 红纱巾
- (29) 4. 颜色是看得见的光
- (20) 4.1 科学不存在真正的“透视”
- (20) 4.2 眼睛：光线的大门
- (24) 4.3 太阳让我们看见世界



- (26) 5. 生活中如何运用颜色理论
- (26) 5.1 彩虹的颜色
- (27) 5.2 颜色理论的基本概念
- (31) 5.3 您想学会自己调色吗？
- (32) 5.4 用颜色理论可以解决彩色图片问题
- (33) II. 认识颜色
- (33) 1. 塑造一个真实的自己
- (33) 1.1 您知道吗？
- (35) 1.2 简单地作一个自我分析
- (38) 1.3 设计自己的形象
- (38) 1.4 形象并不是一切
- (39) 2. “留下印象” —— 取决于什么？
- (39) 2.1 第一印象

(41) 2.2 “第二次机会”

(42) 3.颜色能使您风格独具

(43) 3.1 实现愿望的途径

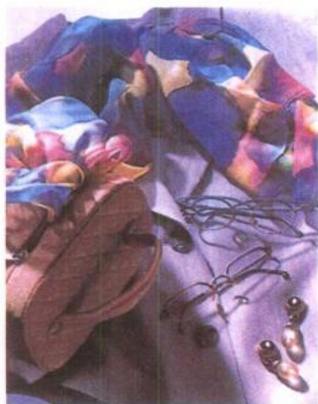
(46) 3.2 风格

(50) 3.3 商业活动中的“强者”
形象

(51) 3.4 庄重大方的形象

(54) 3.5 “朴素、拘谨”的形象

(55) 3.6 “性感”形象



(58) 3.7 形象与颜色 (表格)

(57) 4.如何确定自己的颜色?

(58) 4.1 肤色是表现形象的声音

(60) 4.2 色彩咨询是确定自己
颜色的良好开端

(63) 4.3 试一试: 哪些是“自己
的”颜色?

(66) 4.4 要找到最适合自己的
颜色

(68) 4.5 颜色与性格的关系

(70) 4.6 全方位的色彩咨询

(72) III. 哪些类型的人受欢迎

(74) 1.春天类型

(75) 1.1 哪些人属于春天类
型?

(76) 1.2 春天类型人的颜色

(77) 1.3 恰当的修饰

(78) 1.4 理想的发色

(79) 1.5 理想的化妆品颜色

(80) 2.秋天类型

(80) 2.1 哪些人属于秋天类
型

(81) 2.2 秋天类型人的颜色

(82) 2.3 恰当的修饰

(83) 2.4 理想的发色

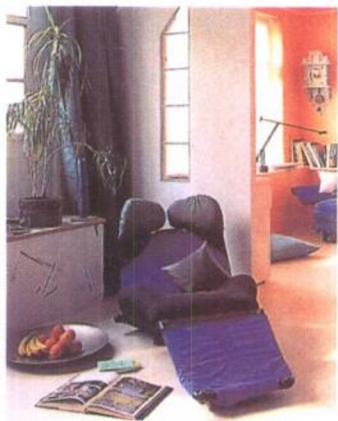
(84) 2.5 理想的化妆品颜色

(85) 3.春秋混合型

(85) 4.夏天类型

(86) 4.1 哪些人属于夏天类
型?





- (87) 4.2 夏天类型的颜色
- (89) 4.3 恰当的修饰
- (90) 4.4 理想的发色
- (91) 4.5 理想的化妆品颜色
- (92) 5. 冬天类型
- (92) 5.1 哪些人属于冬天类型?
- (93) 5.2 冬天类型人的颜色
- (94) 5.3 恰当的修饰
- (96) 5.4 理想的发色
- (96) 5.5 理想的化妆品颜色
- (97) 6. 夏 / 冬混合型

- (99) IV. 颜色如何能治病
- (99) 1. 颜色的治疗作用——昨天与明天
- (99) 1.1 古老的学问
- (100) 1.2 理代色彩疗法
- (102) 1.3 轮——颜色理论
- (107) 2. 用颜色减轻病痛

- (107) 2.1 颜色在实际生活中的应用
- (111) 2.2 能治病的颜色及其效果
- (121) V. 这里, 一切都那么美, 五彩缤纷……
- (121) 1. 让我们生活、工作在色彩里
- (121) 1.1 哪些颜色适合居室
- (123) 1.2 居室颜色也能治病
- (124) 1.3 令人惬意的居室颜色
- (128) 1.4 如何营造工作的气氛
- (131) 1.5 如何把颜色带进日常生活?
- (133) 1.6 用颜色创造气氛 (表格)
- (134) 1.7 房间与用途 (表格)
- (136) 附表格
颜色作为治疗剂
居室颜色

1. 您想了解颜色吗？

天空的蓝、阳光的黄、玫瑰的红还有那分外耀眼的绿……它们都意味着什么？颜色究竟有什么作用？为什么不同的人会对颜色有不同的喜好？不同的颜色又会对人们的感受产生哪些不同的影响？

“不论我们意识到与否，颜色都在以其独有的魅力，对我们产生着积极或消极的影响。”

——约翰内斯·伊顿

(Johannes Itten, 1888 — 1967)

瑞士画家及艺术教育家

1. 色彩的魅力

“是谁在世人面前获得如此多的赞誉？是色彩艺术家！因为是他们把我们眼前的世界打扮得如此绚丽。”

——威廉·布什

(Wilhelm Busch)

1.1 色彩成为热门话题

生活中，人们对色彩充满了兴趣：媒体在谈论着色彩的魅力；妇女杂志把色彩作为首要的话题；服装业也在不断地



尝试,大胆地运用各种颜色以创造出不同的效果,使您尽显风采。

新的色彩咨询服务中心也应运而生。因为大家都认识到,谁的穿着打扮颜色最恰当,谁就会因此而光彩照人。

当然,色彩不只是能让我们的外表具有吸引力,更重要的是会在许多方面给我们以积极的影响。

1.2 让您的生命多姿多彩!

在我们的眼里,自然界万物的色彩是那么的自然。我们总是为春天的万物复苏而感到欢欣鼓舞,而对寒冷的灰色的冬天却总是抱怨个不停。

不论我们意识到与否,色彩都对我们产生着巨大的感染力。色彩既美化着我们的生活,又影响着我们的身心,从而使我们的生命变得多姿多彩。

色彩是通过眼睛来发生作用的。可是,盲人也能感受到色彩。他们要么是通过感觉,要么是通过他人准确的描述。这就说明,色彩是可以感觉的。您不妨也试一试:闭上眼睛试着感受一种颜色。它摸上去的感觉是什么样的?

颜色是什么?

颜色学是一门相当复杂的学问,从不同的角度可以有不同的解释:

- ① 自然科学范畴的定义
- ② 心理学的含义
- ③ 对感官产生的影响
- ④ 美学价值,包括在服装和居室设计方面颜色的作用

通过本书,我试图让大家对颜色有一个全面的了解。但重要的是,您自己去亲身体验。因为色彩的魅力会感染每一个人。

通过阅读您会了解到,色彩在多大程度上影响着我们的

生活，色彩在我们的内心深处唤起了什么样的联想。

颜色的作用

当我们意识到，颜色可以美化我们的生活时，它只能说明我们只是认识了色彩魅力的一个方面。

您知道吗，医院就是利用特殊的颜色来帮助病人康复的。也许有人认为，不喜欢穿什么颜色的衣服是心理原因造成的。但是，又是什么原因使您偏爱某些颜色呢？当您穿着某种颜色的衣服时，您是否知道这种颜色在向他人述说着什么？

近几年来，颜色的治疗作用重新受到人们的重视。但总的来说，我们对颜色作用的认识还很少。但有一点十分明显：在我们选购商品时，首先就是对包装的颜色产生反应。这充分说明了颜色与我们的关系。如果我们了解了颜色的作用，并能恰到好处地利用它，就会给我们的生活和工作带来许多快乐。

没有色彩也就没有生活。色彩是大自然赐予我们人类的一份厚礼。有意识地运用色彩是一种冒险，但这种冒险本身就是一种珍贵的体验。让我们充分利用生活中的色彩，因为它是我们身心的食粮。

“经验告诉我们，有些颜色能带给我们特别的心情。”

——约翰·沃尔本冈·封·歌德

(Johann Wolfgang von Goethe, 1749 — 1832)

德国诗人及颜色学家

2. 色彩——比彩色含义更丰富

色彩的作用超出了理论研究的范畴。它无时无刻不在与



我们进行着直接的交流。当我们注视着某种颜色时，我们的所思所想和所感会告诉我们这种颜色的真正含义。200年前歌德就曾说过：我们总是以心情解释色彩。

2.1 让我们来体验色彩

拿一张自己喜欢的彩色图片。可以是一张本人或是从杂志上选来的照片，也可以是一幅油画或是美术印刷品。仔细看一看，然后把灯关掉，或者干脆闭上眼睛静静地呆一会儿。大约一分钟后，再重新看看这张图片。您的感觉如何？请您细致地体会每一种感受。

看着下面几页黄色、蓝色和红色的画片，把这个小试验接着做下去。在这几幅画片当中，总可以看到灰色和白色。即使关掉灯、闭上眼睛这两种颜色也依然可见。我们可以一起来体会一下，这几种颜色给您带来的心情有什么不同？

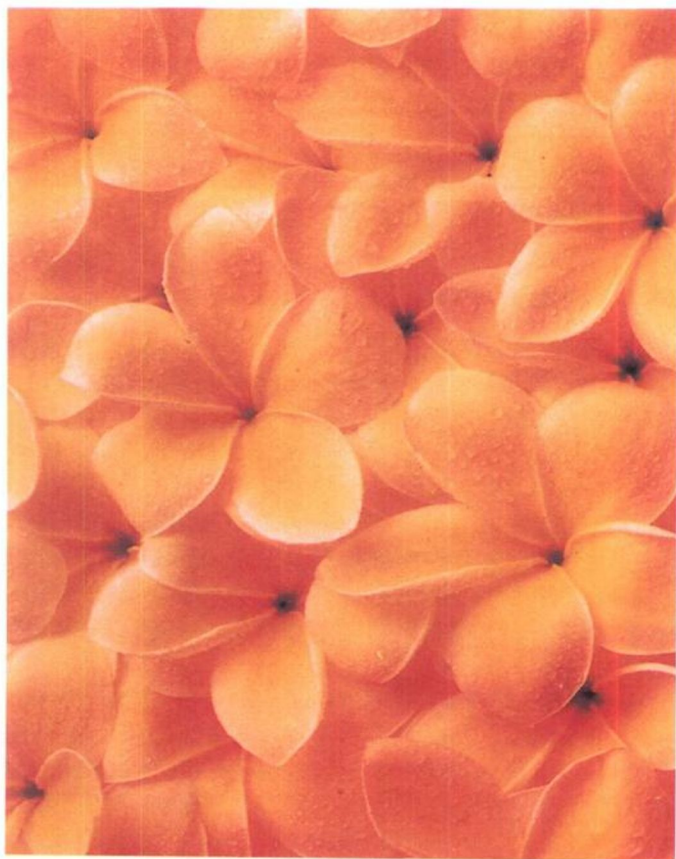
为了进一步弄清色彩的“本质”，我们必须亲身走进色彩。因为每个人都会对色彩有各自不同的感受。这一点，您也许已经体会到了。

但是，如果凭几次试验就得出这样的结论：红色使人激动，蓝色让人安静，而黄色激发精神，那么这种说法就未免太肤浅了。因为个人的心情与色彩体验密切相关。

色彩体验就像“吕舍尔诊断法”一样，是一种心理测试方法。它可以帮助我们判断一个人的性格。与色彩疗法没有关系。

2.2 色彩能唤起联想

许多著名的色彩心理学家在经过数百次的试验以后，得出这样的结论：面对某种颜色，不同的人却有相近的联



有这样一个问题：在您眼里，什么颜色才算是纯黄、纯蓝和纯红？如果我们把不同的黄、蓝和红色画片放在不同的人面前，并请他们说出哪一种才是真正的黄、蓝和红色，那么我们得到的答案一定是不同的。正如颜色存在着差异一样，每个人眼中的颜色也都千差万别。



想。最常见的对颜色产生的联想可在附表中略见一斑。对颜色的联想也有负面的。在这方面，红色尤为突出；而黄色、灰色和黑色虽然也会让人产生负面联想，但却不像红色那么明显。

另外，人们对颜色的联想还表现在语言上：植物、动物、宝石、自然现象和金属等的名称都能体现出颜色的差异。（见附表）

2.3 心理测试的作用

我们每个人都有自己偏爱的颜色，也有在直觉上就加以排斥的颜色。如果一个人在成长过程中改变对颜色的选择，那么在这一现象的背后一定有许多原因。

心理学家马克斯·吕舍尔(Max Liösch) 博士、教授在40年代末曾作过一个试验，接受试验的人要对一些颜色、几何图形作出选择，是喜欢还是排斥。对颜色的选择表明了一个人在无意识状态下的精神和身体状况。如面对压力时的反应，潜在的理想的职业和运动，与他人交往的方式等等。这一测试方法在今天仍然作为大型康乐恩企业高级职员录用考试方式之一。

在人事决定方面，海因里希·费利林(Heinrich Frieling) 博士的色彩测试法具有极大的启发性和参考价值。从一位接受测试的人对23张彩色卡片所作出的反应可以看出：这种测试的结果可以判断一个人的性格。颜色的作用早已得到科学家们的认识和利用。然而遗憾的是，在我们日常生活和预防及治疗疾病方面的作用，至今仍未得到足够的重视。

“颜色本身就在向我们讲述着什么，我们要利用这一点。”

——文森特·梵高

(Vincent van Gogh, 1853 — 1890)

荷兰画家

如果有人说到蓝色,那您想的是天空的蔚蓝色还是深蓝色?每一种蓝色都有特定的名称,而每个人对蓝色也都有各自的想象。





典型的颜色联想(表格)

正面联想	负面联想	联想的颜色名称
灵性、虔诚、庄重、玄想	魔力、势力	紫红色、丁香色、百合花色、紫罗兰色
宁静、宽广、深邃、天空、空气、水、渴望、凉爽、忠诚、信任	被打得青一块，紫一块；喝得烂醉；布鲁士舞曲	水溶蓝、天蓝、深蓝、黑莓色、灰蓝、土耳其蓝
自然、生长、和谐、生命、和平、同情、满意、新鲜		苹果绿、草绿、叶绿、橄榄绿、芦苇绿、淡绿、刺眼绿
灯光、太阳、照明、光亮、成熟的水果、花香、花、金子	毒品、胆汁、脓、硫磺、嫉妒	芦草黄、玉米草、柠檬黄、金黄、硫磺色
温暖、夕阳、火、情爱、甜橙、肥沃、女性		杏黄、胡萝卜色、蟹虾、鲑色
能量、力量、爱情、热情、兴趣、火、炽热、意志力、勇气、玫瑰、樱桃	斗争、受伤、谋杀、愤怒、牺牲、狂热、骚乱、自私自利、危险、暴力、妖婆、战争、恐怖	珊瑚色、红宝石色、玫瑰红、草莓色、深红色、樱桃红、西红柿色、血红
树、木头、硬壳果、皮草、烟草、“大地母亲”	知足、纳粹、人类	土地色、硬壳果色、巧克力色
清白、整洁、聪明、神圣、空白		雪白、石灰白、苍白、清白
灰、沥青、老鼠、年龄	单调、失望、不显眼	青灰色、石头灰、深灰色、花岗岩色、鼠灰色
黑夜、撤退、性爱、秘密、潜意识	死亡、悲痛、恶魔、暴力、禁令	漆黑、乌鸦般的黑、如夜一般黑

2.5 色彩招揽顾客

首当其冲利用色彩的是广告业和包装业，并由此而出现了一门真正科学的行业，那就是：研究什么样的颜色与什么

样的产品相匹配，从而达到促销的目的。谁都不能否认，人们的购物决定有百分之七十是在商场作出的。而在决定了买什么以后，购买行为通常受到商品包装的颜色和形式所左右。有时即使没有购物的打算，也常常会因为商品的包装而产生购买欲望。可以说，在这一点上就如同对人是一样的：“第一印象”在起作用。

颜色吸引顾客的注意力

让我们带着“色彩意识”逛一趟商场，把那些特殊吸引自己的商品颜色记录下来。然后向自己提这样一个问题：当我的目光扫过商品货架时，哪些商品引起了我的兴趣？是不是包装颜色吸引我的那些商品？

当然也有这样的事：包装的颜色与商品完全不相称，但商品却很畅销。像淡紫色包装的巧克力、黑色包装的肥皂以及红一蓝一黄相间包装的洗涤剂等等。为什么会这样，原因很简单，因为顾客会产生这样的想法：这些商品与众不同。采取这种奇特的包装很容易引起顾客的兴趣并购买欲促使顾客去购买那些“无名”的商品。

“快来买我吧！”

商品包装的颜色常常左右消费者的购买行为。因为包装的颜色时刻在提醒消费者：“快来买我吧！”通过包装，消费者对商品的认识一目了然。比如，洗涤剂的包装通常是用绿色和红色：因为绿色代表热爱环境，红色象征“力量”。灯饰品的包装用白色和淡蓝色，给人一种轻松的感觉。红色最容易激发性欲，有如“电源”一般，所以，性用品多用红色包装。纯自然的商品用绿色包装，儿童用品用彩色包装。另外，还有一些有着不同寻常的颜色对比的包装，同样能引起消费者的兴趣。