

横扫日本亚马逊书店畅销榜，被誉为本年度最有看头的一本书！
日本最流行的色彩心理学，销量超过2 000 000册，学生、上班族人手一本！！

别笑！

我是色彩心理学书

心をつかむ色のテクニック

【日】石井亚由美/著

高岚/译



最简单！ 色彩达人，从零开始。

最实用！ 按场合找颜色，最佳搭配，应有尽有。

最有趣！ 告诉你每种色彩背后的秘密，色彩的TPO是什么？

皮肤也能看见颜色吗？人究竟能看到多少种颜色？

粉色呼吸法让你变得更年轻！

把握心理的
色彩技巧！
感受不可思议的
色彩魅力！

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

别笑! 我是色彩心理学书 / (日) 石井亚由美著; 高岚译.
—北京: 中国传媒大学出版社, 2010. 11

ISBN 978-7-5657-0059-0

I. ①别… II. ①石…②高… 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 (2010) 第179318号

HITORIDE MANABU-KOKORO WO TSUKAMU IRO NO TEKUNIKKU
Copyright ©2008 by Ayumi ISHII

First published in Japan in 2008 by Kawade Shobo Shinsha, Publishers, Tokyo
Simplified Chinese translation rights arranged with Kawade Shobo Shinsha, Publishers,
Tokyo through Japan Foreign-Rights Centre/Bardon-Chinese Media Agency

北京市版权局著作权合同登记图字: 01-2010-2802号

别笑! 我是色彩心理学书

著 者 【日】石井亚由美

译 者 高 岚

责任编辑 欧丽娜

责任印制 曹 辉

封面设计 耿兆丰

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

地址: 北京市朝阳区定福庄东街1号

邮编: 100024

电话: 86-10-65450532 65450528

传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京旺银永泰印刷有限公司

开 本 880×1230mm 1/32 印张/6

版 次 2010年11月第1版 2010年11月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-0059-0/J·0059

定 价: 22.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

日本最火爆的色彩使用说明书——你不得不看！

别笑！

我是色彩心理学书

心をつかむ色のテクニック

把握心理的
色彩技巧！
感受不可思议的
色彩魅力！

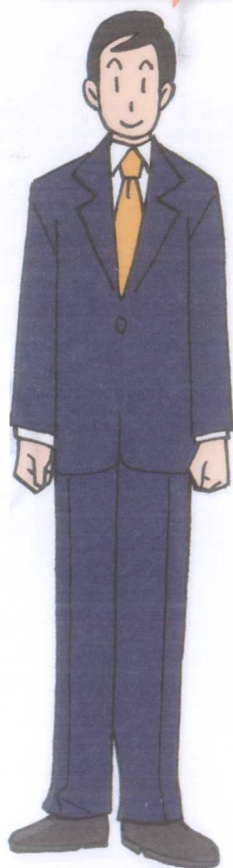
中国传媒大学出版社

你感受到身边的 “色彩魔力”了吗？



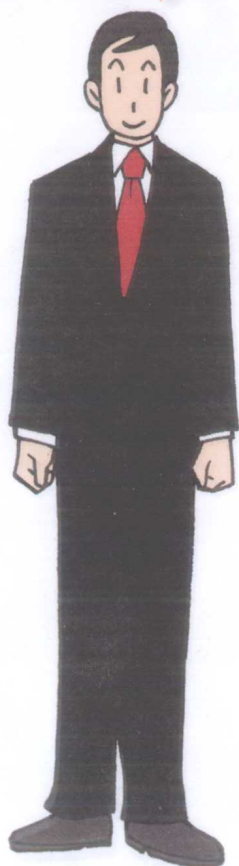
应对不同的场合需要选择不同的颜色来搭配，这样才能够引起他人的共鸣，并借此达到预期的目的。

与人初识见面时的造型范例
接下来→70页



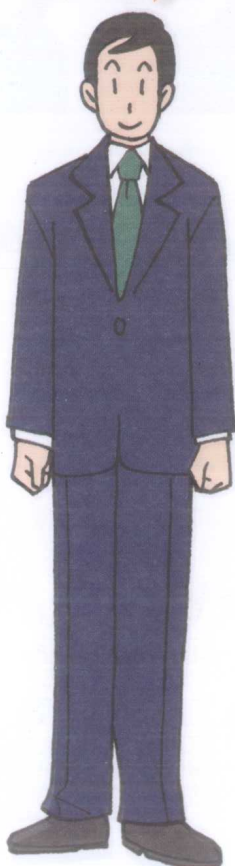
期待展现满满自信时的
造型范例

接下来→74页



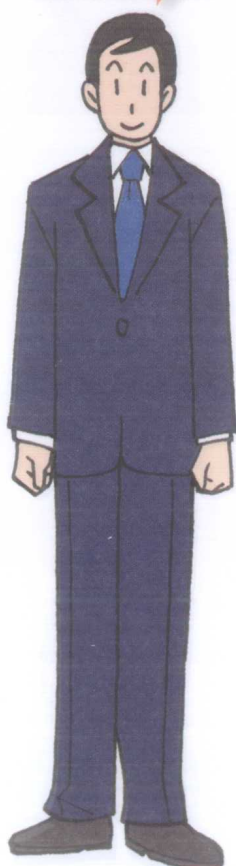
想在下属面前展示威
严时的造型范例

接下来→88页



想提升注意力时的造
型范例

接下来→94页

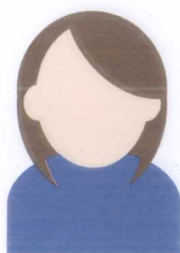




同一个人穿着不同颜色的衣服，就能够展现出活力、酷感、时髦等各种不同的形象。（参阅 22 页）



红



蓝



绿



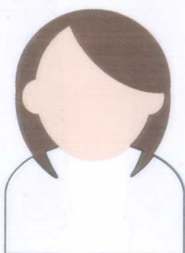
黄



橙



黑



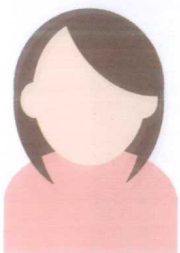
白



茶



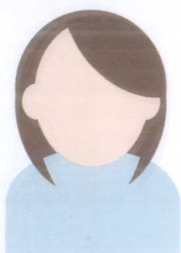
灰



桃



紫



淡蓝



“适合自己的颜色”能够帮助你给别人留下良好的印象。适合的颜色可以通过自身的头发、瞳孔以及肌肤的色调推测出来。



适合
接下来→53 页

不适合
接下来→53 页

适合
接下来→52 页

不适合
接下来→52 页



色彩魔力
4

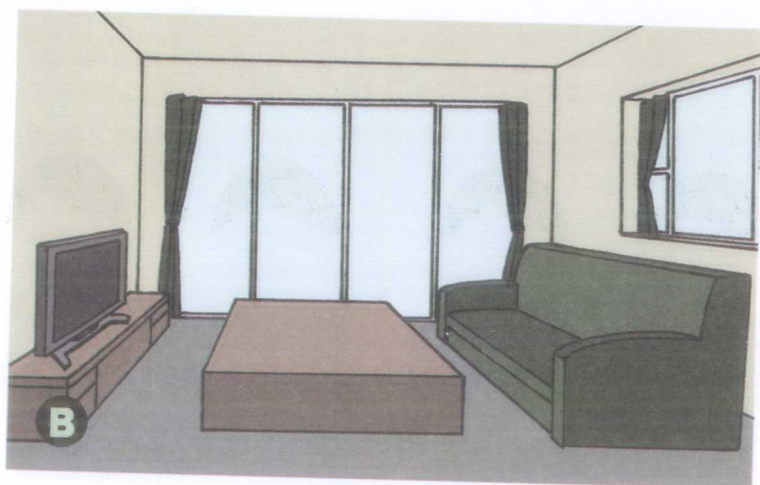
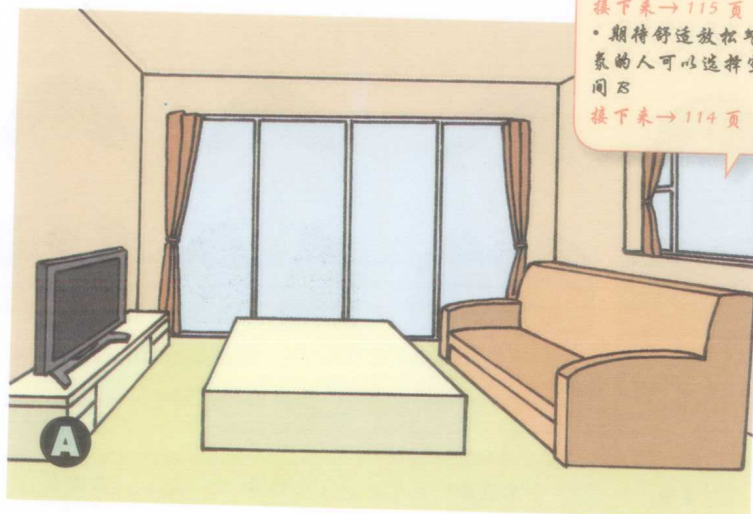
颜色能够对人的心理产生影响。配合不同目的挑选居住空间的色调，就可以使你的生活变得更加轻松舒适。

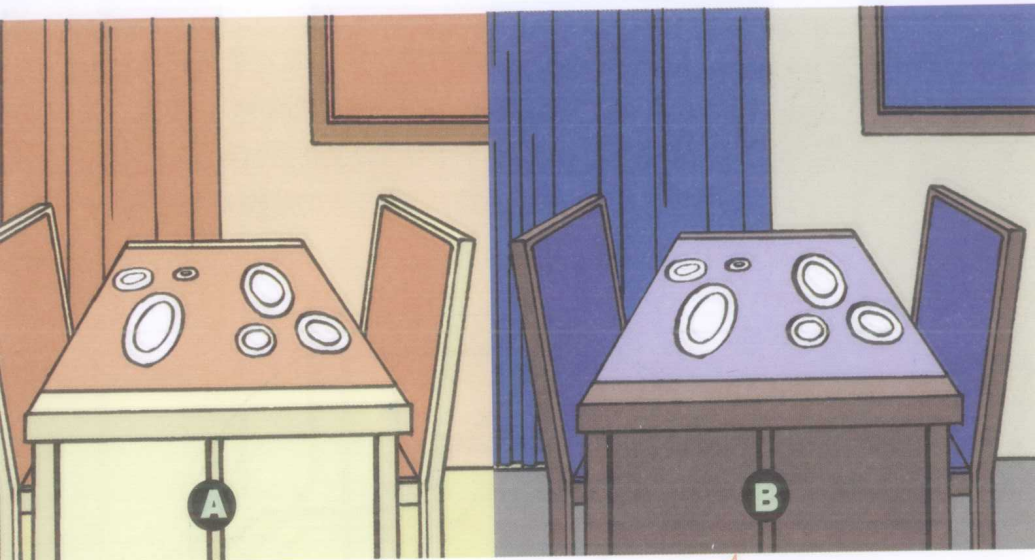
• 想要消除身体疲劳的人可以选择空间 A

接下来→115 页

• 期待舒适放松气氛的人可以选择空间 B

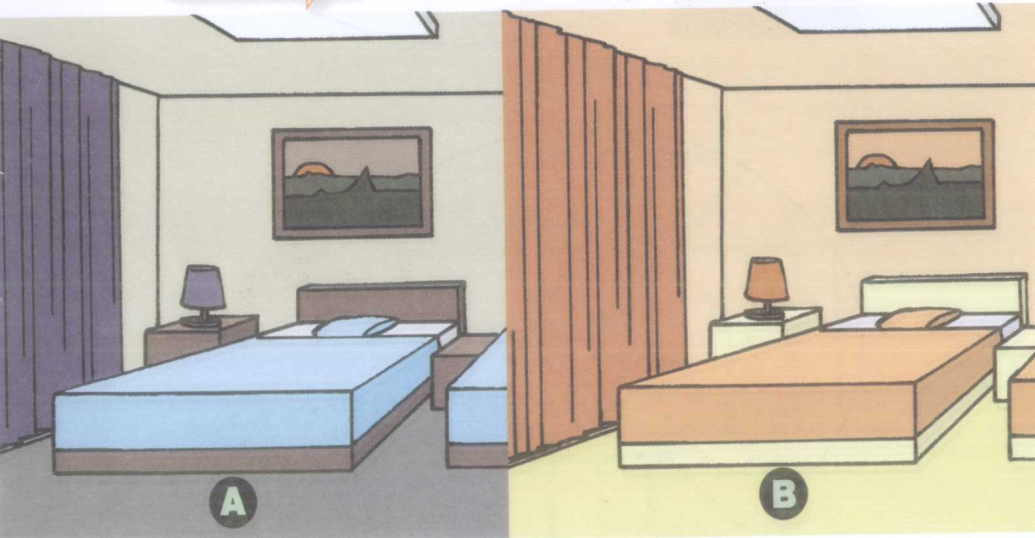
接下来→114 页





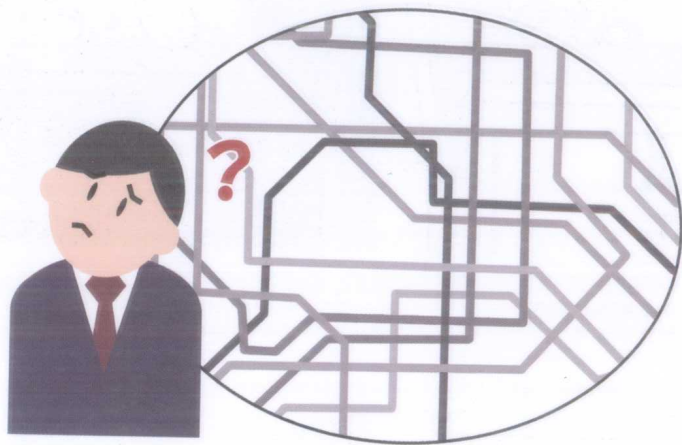
想要安然入睡的人
应选择卧室A
接下来→119页

期待减肥效果的人应
选择餐桌B
接下来→118页



色彩魔力
5

地铁线、地图上的道路线、办公文件或便签……对于这些十分相似并容易混淆的事物，若能通过颜色进行区分，将会使思路变得更加清晰，进而提升信息的传达效果，有利于人们对整体印象的把握。（参阅 11 页）



色彩魔力

6

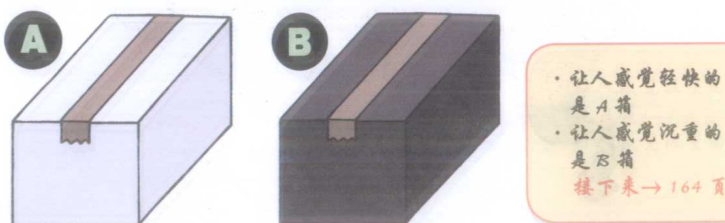
通过外部包装可以更好地展现出商品的内在特性，包装上的色彩运用十分具有代表性。例如医药类商品就会对应不同的症状采用“有效治疗”的包装颜色。



色彩魔力

7

不同的颜色带给人的轻重感觉也有所不同。例如，物流公司在搬运箱子时，为了尽量减轻搬运过程中工人所感觉到的重量，就会在箱子颜色的选择上花费心思。

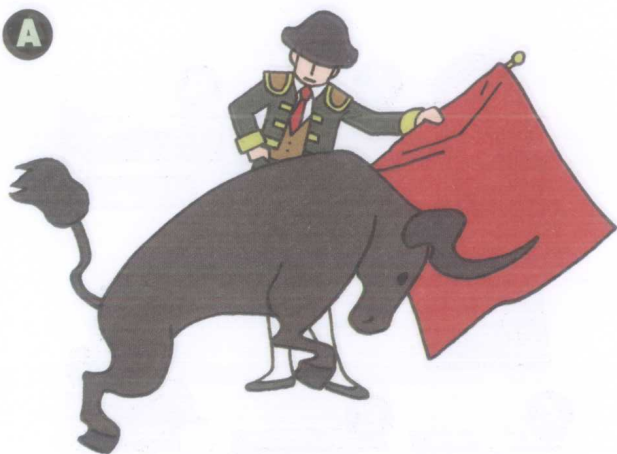


色彩魔力

8

世界上还有许多被人们特定的颜色，其中大多数色调会带给观赏者强大的视觉冲击力。

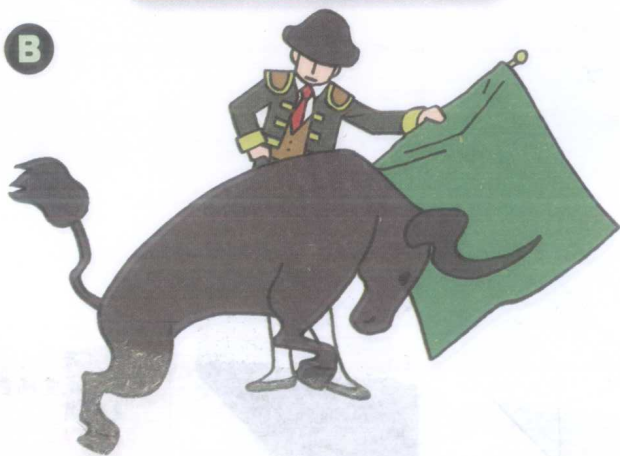
A



会令观赏者感觉兴奋的当然是A。
而会令牛兴奋的是……

接下来→165页

B



开 篇

散落于生活各处的色彩讯息

丰富多彩的颜色散落在我们生活的各个角落。如同呼吸一样，人们早已对这些颜色习以为常。然而当我们有意识地抬起头来环顾四周时，就会强烈地感觉到我们每日的生活与色彩之间竟然存在着如此紧密的联系，每一个细节都与颜色息息相关。

从清晨睁开双眼到夜晚进入梦乡，甚至连我们的梦境都会受到“颜色”巨大而深刻的影响。那么这种影响力究竟是通过怎样的方式来表现？其影响的程度又有多深？这些问题涉及诸多领域，解释起来较为复杂，同时还会受到地域及个人因素的多重影响，因此有待人们做进一步的研究和解答。然而，“颜色对人的身心有巨大影响”这一论点已得到了无数次的证明。

在我们的日常生活中，潜意识里通过颜色去认知事物的情形十分常见。

举例来说，都市之中遍布着有如丝网一般的 JR（私营铁路）、电车以及地铁。对于经常选择公共交通的人来说，当听到“某某线”时，脑海中最先浮现出来的就是颜色。无论在车厢内还是站台内，乘车路线都会通过醒目的色调进行区分，并以路线图的形式表现出来。尽管标注符号错综复杂，却可以让

人通过各种颜色轻而易举地把握住其中的内容和重点。诸如此类赋予颜色某种特殊含义，将其区分并予以灵活运用，从而呈现出某种特定的效果就被称为颜色的识别性。

有些人希望借由颜色的作用达到某种意图，这种效果往往会被观赏者无意识地接受。比如常见的折叠宣传单、POP广告或者各种竞争激烈的商品外部包装等。另外商店或医院等不特定人群出入的公共场合，也都会通过某种空间色调来烘托出特定的氛围。

如快餐店的广告牌或者内部装饰等大多会选择红色系，因为红色的远观效果十分醒目，识别性很强，同时使食物看起来更加美味，能够大大增进顾客的食欲。另外弹珠店以及游戏厅等场所也经常会使用红色。这是因为具有血色感的红色能够促进血液循环，激发起人们的热情，带给人更大的冲劲。

除此之外使用红色的场合还有很多，大家可以通过阅读后文的内容来加深了解。

从这一点来讲蓝色的作用正好相反。曾经有一家弹珠店就在装修的色彩上花了不少的心思。他们将客人进店后视野所及的地方装饰成红色，同时将客人离店时的背景设置成蓝色。这样一来客人进店时的兴致就得到大大的提升，相反在离店时，即使成绩不好的客人也不会耿耿于怀，反而会感觉更加的冷静和放松。

能够刺激右脑（掌控感觉）的颜色

艺术·设计领域内的色彩搭配技巧与以实验结果为基础、

研究并总结的色彩心理技巧相结合的方法，近年来被广泛地应用于我们的日常生活当中。如果从颜色的角度出发，重新审视我们平日熟悉的场所，你一定会发现与以往完全不同的崭新面貌。

例如，近年来人们对色彩能量的运用愈加重视，利用颜色治疗心理疾病的色彩疗法也颇受关注，这种治疗方法正是利用了颜色会对人类心理产生影响的特性。

借用这种特性，医生或咨询师就可以帮助当事人解决心理需求等多方面的问题，同时提供有效的建议并向正确的方向加以引导，这在深受压力和烦恼困扰的年轻女性当中拥有颇高的人气。

此外，颜色还能对右脑产生有效的刺激。人类大脑分为左脑和右脑，在我们平日的生活中能够真正平衡使用左脑和右脑的人少之又少。左脑主要负责掌控计算·语言以及分析数据，而右脑则控制着音乐·图形等艺术类情感。个体之间的左右脑差异较大，人们应该在平日的生活中多接触一些必要的颜色，从而锻炼到我们较少使用的右脑，尽可能地实现左脑和右脑的平衡使用。

本书中介绍的色彩信息

虽然我们都知道颜色具有某种潜在的能量，但如何在生活中灵活运用这些色彩的效果，促使其发挥出积极的作用，真正掌握这种技巧的人并不多。本书以期待掌握色彩技巧的人群为

目标，将最基本的色彩入门方法介绍给大家，并通过《实践篇》和《知识篇》两部分进行详细讲解。

在第一章《实践篇》中，我们将对颜色使用过程中需要把握的3要素，即“喜欢的颜色”、“适合的颜色”以及“应搭配在身上的颜色（TPO：time=时间 place=场所 occasion=场合、配合自身立场的色调）”分别加以说明。其次将以日常生活中接触最多的“应搭配在身上的颜色”，根据商务和私人两种不同的场合分别向大家进行介绍。相信读者们通过仔细地阅读，都能够轻松地掌握这些可马上应用的色彩信息，并将之付诸实践。

在接下来的《知识篇》中，会以“颜色是一种怎样的物质”这一基本问题为开端，向大家介绍有关颜色的基本常识。我们将综合在小学课本中曾经学习过的光谱以及不同颜色的视觉效果，还有许多我们看似了解却很不清楚的有关色彩的复杂知识来为大家进行讲解。

关于本书的阅读顺序，希望尽早实践色彩技巧的读者可以从《实践篇》开始，而期待先掌握基本的色彩常识，而后再加以应用的读者则可以按照《知识篇》到《实践篇》的顺序来阅读。

颜色对人类身心到底有多大影响至今仍旧是一个“未知数”。读者们若能从此刻开始就有意识地通过生活中的每一个细节去使用和感受颜色，与本书携手，共同迈出步入广阔色彩世界的第一步，将是我们最大的期待和荣幸。

目 录

Prologue 序言

你感受到身边的“色彩魔力”了吗?	2
开篇	11

实践篇 一 了解自己喜欢的颜色 21

喜欢或关注的颜色能够反映出性格及心理状态?	22
-----------------------------	----

色彩印象

红色	色彩印象①	外向型 / 精力充沛 / 感情丰富 ...	24
蓝色	色彩印象②	内向型 / 逻辑性 / 慎重	26
绿色	色彩印象③	中立性 / 安宁 / 希望	28
黄色	色彩印象④	光明 / 发展 / 活力	30
橙色	色彩印象⑤	开朗 / 活跃 / 自由奔放	32
黑色	色彩印象⑥	严肃 / 敏感 / 酷感	34
白色	色彩印象⑦	纯粹 / 纯真 / 天真无邪	36
茶色	色彩印象⑧	安定 / 不屈 / 可靠	38
灰色	色彩印象⑨	迷茫 / 绝望 / 失意	40