

一本专为女人打造的最专业最具魔力的色彩心理学

女人要懂点 色彩心理学

把握心理的色彩技巧
感受不可思议的色彩魅力！

把色彩当做驾驭生命的工具，女人将一生精彩！

韦秀英 / 编著



 中国书画出版社
CHINA PICTORIAL PUBLISHING HOUSE

看色识人

从着装颜色洞悉一个人

色彩搭配

色彩搭配全靠直觉？

大错特错！

色彩搭配大法全揭秘！

服装选择

裙子、裤子、首饰、箱包，
这样搭配最得体！

职场

级、属下，

密同事竞争对手，统统搞定！

色彩扮靓

想再年轻10岁？色彩帮你实现！

色彩美容

巧用色彩让你更加美丽！

看色办事

求人办事也有诀窍，

察言观“色”暗藏奥妙！

女人要懂点 色彩心理学

韦秀英 / 著



图书在版编目 (CIP) 数据

女人要懂点色彩心理学/韦秀英著. —北京: 中国画报出版社, 2010. 12

ISBN 978 - 7 - 80220 - 945 - 9

I. ①女… II. ①韦… III. ①女性 - 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 217850 号

女人要懂点色彩心理学

出 版 人: 田 辉

作 者: 韦秀英

责 任 编 辑: 张光红

编 辑 助 理: 李 媛

出 版 发 行: 中国画报出版社

(中国北京市海淀区车公庄西路 33 号, 邮编: 100048)

电 话: 010 - 88417359 (总编室兼传真) 010 - 68469781 (发行部)
010 - 88417417 (发行部传真)

网 址: <http://www.zghbcs.com>

电 子 信 箱: cpqh1985@126.com

经 销: 新华书店

海外总代理: 中国国际图书贸易集团有限公司

印 刷: 北京彩眸彩色印刷有限公司

开 本: 145mm × 210mm 1/32

印 张: 6.5 插页: 24P

版 次: 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 80220 - 945 - 9

定 价: 28.00 元

(版权所有 违者必究)

目录 | CONTENTS

第一章

色彩世界的真面目：色彩感知觉的神奇魔力

色彩的三要素：明度、色相、饱和度	///002
色彩的冷、暖感	///003
色彩的轻、重感	///004
色彩的远、近	///005
色彩的大、小感	///007
色彩的华丽、质朴感	///009
色彩的兴奋与沉静感	///010
色彩的舒适与疲劳感	///010
色彩的积极与消极感	///012

第二章

色彩透露个性：十二种颜色的性格大透析

红色：生命力的象征	///014
蓝色：海那边的颜色	///021

黄色：相互矛盾的颜色	///027
绿色：希望和健康的色彩	///034
粉红色：甜蜜与温柔，典型女性色彩	///037
紫色：一面虚荣，一面神秘	///039
褐色：不讨人喜欢的颜色	///043
黑色：优雅与死亡	///047
白色：冷静中的完美色彩	///051
灰色：遗忘在没有个性中的色彩	///053
橙色：现代风格里的醒目和愉悦	///056
银色：人造的非自然的色彩	///059

第三章

妆色识女人：女性化妆的趣味色彩心理学

制造不健康脸色的玫瑰色口红	///063
“一白遮百丑”成为过去式	///063
红妆：如火一样的生活	///064
灰妆：灰妆传递的冷艳、高贵非俗人	///066
白色妆：年轻、纯粹、纯洁， 但容易受周围人的影响	///068
蓝色妆：“冷美人”是无奈的“绝唱”	///070
粉色妆：选择粉色的人都乐施好善	///072
黄色妆：神经系统格外发达	///074
橙色妆：自我主张明确、爱憎分明	///076

第四章

以裳养心：色彩心理学教你穿出个性流行色

气质美女穿衣经：服饰的颜色是抽象的语言	//079
配色法与配色效果	//085
选择衣服颜色体现性格	//087
选对色彩穿出好心情	//088
服饰是个性的反映	//091
黑色的鞋子为什么有时太刺眼	//094
黑色真能显瘦吗	//095
用偏爱色打扮自己不一定漂亮	//096
用色彩叩开你的爱情之门	//097
第一次约会的着装颜色有讲究	//100
恋爱中使用的颜色	//102
内衣的颜色也很重要	//102
通过喜欢的颜色看缘分	//103
破解服装传递的信息	//104
四季色彩理论：春夏秋冬的美丽各不同	//105

第五章

职场色彩达人：把色彩当做一种竞争武器

职场里服装色彩的搭配原则	//109
黑色让你底气十足	//112
红色和绿色帮你振奋精神	//113
红色可以调动我们的积极性	//115
黄色可以缩短我们内心的距离	//117
绿色能让人安心	//118

褐色成就你的干脆利落	///119
黄色让你的思维变得活跃	///120
米色帮你提高办事效率	///121
蓝色帮你及时集中注意力	///122

第六章

轻松减肥：巧用色彩为你增加减肥荷尔蒙

人类饮食与心理有着密切联系	///126
不同色彩产生不同的味觉	///128
巧妙利用颜色减肥	///129
根据食物颜色选择饮食可帮助减肥	///130
喜怒哀乐源于食物颜色？	///132
你适合吃什么颜色的食物	///134
不同颜色食物的食疗作用也不相同	///137
减肥就是算对颜色穿对衣服	///143
颜色与减肥——一周减肥食谱	///145
减肥时，哪种颜色的水果更适合你	///147
你吃了几种颜色的蔬菜	///148

第七章

色彩改变生活：色彩心理学是生活大智慧

如何利用色彩心理学进行家居装修	///152
做错事，让灰色充分展现你的诚意	///154
如果是自己做错了，怎样去道歉呢？	///154
大吉大利满天红	///156
生活中的白色	///157

毒药的颜色	///158
绿色裙子——或简单或夸张	///160
功能性的绿色	///161
哀悼的颜色	///162
从孩子的画里知晓孩子的想法	///164
从“画风”的改变掌握儿童内心的秘密	///165
从儿童画看孩子认识大人的情感反馈	///165
从色彩看孩子性格	///166
家长要重视孩子的房间颜色	///168
用房间色彩进行心理治疗	///170
色彩与消防安全	///171
色彩与医用	///172
爱车颜色的选择安全第一	///173

第一章 色彩世界的真面目： 色彩知觉的神奇魔力



色彩的三要素：明度、色相、饱和度

色彩可用色相（色调）、饱和度（纯度）和明度（亮度）来描述。

人眼看到的任一彩色光都是这三个特性的综合效果，这三个特性即是色彩的三要素，其中色调与光波的波长有直接关系，亮度和饱和度与光波的幅度有关。

① 明度：

表示色所具有的亮度和暗度被称为明度。计算明度的基准是灰度测试卡。黑色为0，白色为10，在0~10之间等间隔的排列为9个阶段。色彩可以分为有彩色和无彩色，但后者仍然存在着明度。作为有彩色，每种色各自的亮度、暗度在灰度测试卡上都具有相应的位置值。彩度高的色对明度有很大的影响，不太容易辨别。在明亮的地方鉴别色的明度比较容易，在暗的地方就难以鉴别。

② 色相：

色彩是由于物体上的物理性的光反射到人眼视神经上所产生的感觉。色的不同是由光的波长的长短差别所决定的。作为色相，指的是这些不同波长的色的情况。波长最长的是红色，最短的是紫色。把红、橙、黄、绿、蓝、紫和处在它们各自之间的红橙、黄橙、黄绿、蓝绿、蓝紫、红紫这6种中间色——共计12种色作为色相环。在色相环上排列的色是纯度高的色，被称为纯色。这些色在环

上的位置是根据视觉和感觉的相等间隔来进行安排的。用类似这样的方法还可以再分出差别细微的多种色来。在色相环上，与环中心对称，并在180度的位置两端的色被称为互补色。

◎ 饱和度：

用数值表示色的鲜艳或鲜明的程度称之为彩度，即饱和度。有彩色的各种色都具有彩度值，无彩色的色的彩度值为0，对于有彩色的色的彩度（纯度）的高低，区别方法是根据这种色中含灰色的程度来计算的。彩度由于色相的不同而不同，而且即使是相同的色相，因为明度的不同，彩度也会随之变化。



色彩的冷、暖感

暖色：人们见到红、红橙、橙、黄橙、红紫等色后，马上联想到太阳、火焰、热血等物像，产生温暖、热烈、危险等感觉。

冷色：见到蓝、蓝紫、蓝绿等色后，则很容易联想到太空、冰雪、海洋等物像，产生寒冷、理智、平静等感觉。

色彩本身并无冷暖的温度差别，是视觉色彩引起人们对冷暖感觉的心理联想。

色彩的冷暖感觉，不仅表现在固定的色相上，而且在比较中还会显示其相对的倾向性。如同样表现天空的霞光，用玫红画早霞那种清新而偏冷的色彩，感觉很恰当，而描绘晚霞则需要暖感强的大红了。但如与橙色对比，前面两色又都加强了寒感倾向。人们往往

用不同的词汇表述色彩的冷暖感觉，暖色——阳光、不透明、刺激的、稠密、深的、近的、重的、男性的、强性的、干的、感情的、方角的、直线型、扩大、稳定、热烈、活泼、开放等。冷色——阴影、透明、镇静的、稀薄的、淡的、远的、轻的、女性的、微弱的、湿的、理智的、圆滑、曲线型、缩小、流动、冷静、文雅、保守等。

中性色：绿色和紫色是中性色。黄绿、蓝、蓝绿等色，使人易联想到草、树等植物，产生青春、生命、和平等感觉。紫、蓝紫等色使人易联想到花卉、水晶等稀贵物品，故易产生高贵、神秘等感觉。至于黄色，一般被认为是暖色，因为它使人联想起阳光、光明等，但也有人视它为中性色，当然，同属黄色相，柠檬黄显然偏冷，而中黄则感觉偏暖。



色彩的轻、重感

色彩的轻重感的基本规律为：

（重）>低明度>中明度>高明度>（轻）

（重）>高纯度>中纯度>低纯度>（轻）

白色的物体轻飘，黑色的物体沉重，这种感觉是来自于生活中的体验，如白色的棉花是轻的，而黑色的金属是重的。

两个体积、重量相等的皮箱，分别涂以不同的颜色，然后用手提、目测两种方法判断木箱的重量。结果发现，仅凭目测难以对重

量做出准确的判断，可是利用目测木箱的颜色却能够得到轻重感：浅色密度小，有一种向外扩散的运动现象，给人质量轻的感觉；深色密度大，给人一种内聚感，从而产生份量重的感觉。

色彩的轻重主要与色彩的明度有关。明度高的色彩使人易联想到蓝天、白云、彩霞及许多花卉还有棉花，羊毛等，产生轻柔、飘浮、上升、敏捷、灵活等感觉。明度低的色彩易使人联想钢铁、大理石等物品，产生沉重、稳定、降落等感觉。

色彩的软、硬感主要也来自色彩的明度，但与纯度亦有一定的关系。明度越高感觉越软，明度越低则感觉越硬，但白色反而有软感。明度高、纯度低的色彩有软感，中纯度的色也呈柔感，因为它们易使人联想起骆驼、狐狸、猫、狗等好多动物的皮毛，还有毛呢、绒织物等。高纯度和低纯度的色彩都呈硬感，若它们明度又低则硬感更明显。色相与色彩的软、硬感几乎无关。

明度低的深色系具有稳重感，而明度高的浅色系具有轻快感。通常室内色彩设计大多采用上轻下重物法，天花顶棚适宜采用明亮的浅色，而地面一般采用较深沉的色彩。



色彩的远、近

色彩的距离与色彩的色相、明度和纯度都有关。人们看到明度低的色感到远，看明度高的色感到近，看纯度低的色感到远，看纯度高的色感到近。环境和背景对色彩的远近感影响很大。在深底色上，明度高的色彩或暖色系色彩让人感觉近；在浅底色上，明度低



的色彩让人感觉近；在灰底色上，纯度高的色彩让人感觉近；在其他底色上，使用色相环上与底色差 $120^{\circ} \sim 180^{\circ}$ 的“对比色”或“互补色”，也会让人感觉近。色彩给人的远近感可归纳为：暖的近，冷的远；明的近，暗的远；纯的近，灰的远；鲜明的近，模糊的远；对比强烈的近，对比微弱的远。

例一：在黑暗的舞厅中心旋转的玻璃反射球反射出红、黄、蓝、紫四色光点，好像是在太空中运行的星球，我们可以发现，在这四色光点中，红、黄光点似乎近些，而蓝、紫光点似乎远些。

例二：清晨，太阳只照在雪山顶上，其他山林均处于冷灰色的晨雾之中，此时橙黄色的雪山顶显得格外近，结构清晰可辨。此时写生，万不可被这种前进感所迷惑，否则，雪山就无法推远。待太阳完全升上天空，所有的山林大地均被阳光普照，此时再看雪山，一下子被推得很远很远，此时的远近才是正确的感觉。

即便是中午看雪山，雪显得十分明亮，洁白明净，但在写生时也不可用纯白去写生，需加冷色，因为雪山离我们很远很远，在这之间有大量的空气和水分子，只要与其他景物比较即可发现。这就是色彩的透视。

从生理学上讲，人眼的晶状体的调节，对于距离的变化是非常灵敏的。但它总是有限度的，对于长波微小的差异无法正确调节，这就造成波长长的暖色，如红、橙等色在视网膜上形成内侧映像。波长短的冷色，如蓝、紫等色在视网膜上形成外侧映像，从而使人产生暖色好像前进，冷色好像后退的感觉。

如：黄色与蓝色以黑色为背景时，人们往往感觉黄色距离自己比蓝色近。换言之，黄色有前进性，蓝色有后退性。较底色突出的前进性的色彩称“进色”；较底色暗淡的后退色彩称“退色”。一般而言，暖色比冷色更富有前进的特性。两色之间，亮度偏高的色

彩呈前进性，饱和度偏向的色彩也呈前进性。但是色彩的前进与后退不能一概而论，色彩的前进、后退与背景色密切相关。如在白背景前，属暖色的黄色给人后退感，属冷色的蓝色却给人向前扩展的感觉。

实际上这是视错觉的一种现象，一般暖色、纯色、高明度色、强烈对比色、大面积色、集中色等有前进感觉；相反，冷色、浊色、低明度色、弱对比色、小面积色、分散色等有后退感觉。



色彩的大、小感

由于色彩有前后的感觉，因而暖色、高明度色等有扩大、膨胀感，冷色、低明度色等有显小、收缩感。

比较两个颜色一黑一白而体积相等的正方形，可以发现有趣的现象，即大小相等的正方形，由于各自的表面色彩相异，能够赋予人不同的面积感觉。白色正方形似乎较黑色正方形的面积大。这种因心理因素导致的物体表面面积大于实际面积的现象称“色彩的膨胀性”。反之称“色彩的收缩性”。给人一种膨胀或收缩感觉的色彩分别称“膨胀色”、“收缩色”。色彩的胀缩与色调密切相关，暖色属膨胀色，冷色属收缩色。

据说法国国旗一开始是由面积完全相等的红、白、蓝三色组成的，但是旗帜升到空中后感觉三色的面积并不相等，于是召集了有关色彩专家进行专门研究，最后把三色的比例调整到红35%、白33%、蓝37%时才感觉到面积相等。

这究竟是什么原因呢？

因为当各种不同波长的光同时通过水晶体时，聚集点并不完全在视网膜的一个平面上，因此在视网膜上的影像的清晰度就有一定差别。长波长的暖色影像似焦距不准确，因此在视网膜上所形成的影像模糊不清，似乎具有一种扩散性；短波长的冷色影像就比较清晰，似乎具有某种收缩性。所以，我们平时在凝视红色的时候，时间长了会产生眩晕现象，景物形象模糊不清似有扩张运动的感觉。如果我们改看青色，就没有这种现象了。如果我们将红色与蓝色对照着看，由于色彩同时对比的作用，其面积错视现象就会更加明显。

色彩的膨胀、收缩感不仅与波长有关，而且还与明度有关。由于“球面像差”物理原理，光亮的物体在视网膜上所成影像的轮廓外似乎有一圈光圈围绕着，使物体在视网膜上的影像轮廓扩大了，看起来就觉得比实物大一些，如通电发亮的电灯钨丝比通电前的钨丝似乎要粗得多，生理物理学上称这种现象为“光渗”现象。歌德在《论颜色的科学》一文中指出：“两个圆点同样面积大小，在白色背景上的黑圆点比黑色背景上的白圆点要小 $1/5$ 。”日出和日落时，地平线上仿佛出现一个凹陷似的，这也是光渗作用而引起的视觉现象。

宽度相同的印花黑白条纹布，感觉上白条子总比黑条子宽；同样大小的黑白方格子布，白方格子要比黑方格略大一些。超市中，小商品、小包装若要使它显眼一些，宜采用鲜艳的浅色；如果要它显得高贵精致，宜采用沉稳的深色或黑色。为了扩大建筑或交通工具的室内空间感，色彩设计宜采用乳白、浅米、象牙白等淡雅明快的色调，像卫生间等特别狭小的空间还可以利用镜子作墙面，利用镜子的反射来增加面积的宽畅度和明亮度。



色彩的华丽、质朴感

色彩的三要素对华丽及质朴感都有影响，其中纯度关系最大。明度高、纯度高的色彩，丰富、强对比色彩感觉华丽、辉煌。明度低、纯度低的色彩，单纯、弱对比的色彩感觉质朴、古雅。但无论何种色彩，如果带上光泽，都能获得华丽的效果。

色彩的三要素是互相依存，互相制约的，很难截然分开。其中任何一个属性的改变，都将引起色彩个性的变化。

一般认为，如果是单色，饱和度高，则色彩艳丽；饱和度低，给人素雅的感觉。除了饱和度，亮度也有一定的关系。不论什么颜色，亮度高时即使饱和度低也给人艳丽的感觉。

色彩是否艳丽、素雅，取决于色彩的饱和度线段，亮度尤为关键。高饱和度、高亮度的色彩显得艳丽。

混合色的艳丽与素雅取决于混合色中每一单色本身具有的特性及混合色各方的对比效果。所以对比是决定色彩艳丽与素雅的重要条件。此外，结合色彩心理因素，艳丽的色彩一般和动态、快活的感情关系密切；素雅与静态的抑郁感情紧密相连。

另外，色彩的特性还包括联想、象征意义。对色彩的联想事物，根据观看人的年龄不同，想到的结果也不一样，例如中学生看到白色，容易联想到墙、白雪、石膏像、白兔等。成年人可能会想到护士、正义、白房子等等。白色象征纯洁、神圣的事物，例如新娘的婚纱都是用的白色，代表婚姻的神圣和严肃。