



色彩 VS 搭配：
察“颜”观色巧搭配

雨佳 著

Color vs Match

服饰导购必胜技

Salespeople

 中国纺织出版社



服饰导购必胜技

色彩 VS 搭配：察“颜”观色巧搭配

雨佳 著

内 容 提 要

穿衣早已超越了人的生理需求而成为人的社会形象需求。本书从提升服装导购专业销售技能的角度出发,以实战为目的,用浅显的理论、翔实的案例,提示了人的肤色、神态所对应的个人着装色彩及搭配方法,并将作者多年来实际培训、咨询的精华提炼——色彩风格销售法融会在字里行间,使读者在掌握专业知识的同时,领会专业的销售技能。

本书适合服饰零售业导购人员、零售业从业人员以及服装爱好者阅读使用。

图书在版编目(CIP)数据

色彩VS搭配:察“颜”观色巧搭配/雨佳著. 北京:
中国纺织出版社, 2006.3

(服饰导购必胜技)

ISBN 7-5064-3761-9

I. 色... II. 雨... III. ①服装美学—配色 基本知识
②服装—销售—基本知识 IV. ① TS941.11 ② F768.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 018130 号

策划编辑: 杨 勇 责任校对: 俞坚沁
装帧设计: 视缘堂 责任印制: 初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街6号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010-64168110 传真: 010-64168231

http: //www. c. textilep. com

E-mail: faxing@c. textilep. com

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2006年3月第1版第1次印刷

开本: 889 × 1194 1/32 印张: 3.125

字数: 39千字 印数: 1—7000 定价: 19.80元

ISBN 7-5064-3761-9/TS·2142

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

北京雨佳美仪形象顾问有限公司是一家全方位的商业及个人色彩形象管理顾问公司，创办人暨教学总监雨佳女士凭借六年行业之经验，将国外的个人形象管理理论本土化，同时也把色彩理论导入服装零售行业，建立了色彩风格销售法。

一直以来，雨佳都有很强烈的草根情结，多年教学的经历，她发现一些普通人更渴望得到个人形象管理这样的帮助，但是由于自身经济的条件不允许，又使得她们无缘接受这种帮助。一些普通的女性，对美丽

：“色彩风格销售法”提升服装行业行销能力（代序）

有着更强烈的需求，又往往不知道如何装扮自己。如果导购人员不能适时地给出一些建议，顾客往往买回家的大多数是不适合自己风格的衣服。

零售行业都在高调提倡要和顾客建立朋友式的关怀，要更多地考虑朋友的个人风格、审美观念和消费能力，帮助她们买到合适的衣服。

同时，随着零售行业竞争的加剧，优秀零售人才的匮乏是一个不争的事实，很多企业都头疼找不到好的导购人员。而传统职业发展轨道一般都沿用导购—资深导购—店长—区长的发展路线，发展空间相对狭窄，所以人才的流失率特别高。

于是，雨佳开始了自己大胆的设想：如果把服装行业的零售人员都作为色彩管理培训对象，同时穿插新的销售语言技巧和陈列技巧，提升其专业技能，让导购人员在卖场中以新颖的沟通方式为顾客提供专业化建议，是不是可以帮助更多的人实现美丽梦想呢？“色彩风格销售法”由此孕育而生。

如果不是后来被北京赛特购物中心的于总经理慧眼识中，雨佳还不能完全验证自己“色彩风格销售法”的发展方向及对自己敏锐直觉的肯定。赛特购物中心是北京重要的大型高档商场之一，他们很敏锐地意识到顾客对于个人色彩管理的需求，专门成立了色彩工作室，请雨佳老师给购物中心培养形象顾问。

有了“赛特”这个典型的成功案例之后，在2005年的春节还未过完，雨佳又为深圳的一家服装商场做了专业的导购技能培训。近一年的时间，雨佳又和北京翠微商厦等多家服装商场及品牌公司进行了合作，也获得非常的成功。

“色彩风格销售法”是结合导购的岗位要求，通过对顾客的肤色、神态和体型的分析、判断出顾客的生命季节色彩和人生行为风格，然后再进一步给顾客推荐适合的服装款式、颜色及配饰。同时还让导购人员掌握了简单分析顾客消费模式的能力，可以针对不同的顾客采用不同的销售方式。它既简单实用，又综合全面；既科学专业，又通俗易懂。

目前，服装导购的专业技能培训工作刚刚起步，“我们通过导购培训，会把更多的美丽送到爱美人的生活中！”雨佳很幸福地描绘着。

衷心地祝福她和她的事业，并期待色彩风格销售法能够真正帮助企业及销售！

摘编自《服装时报》

2005年10月7日



目 录 Contents

6 肤色神态识顾客

7 与生俱来的肤色

13 至关重要的神态

18 雨佳提示

20 察“颜”观色在感觉

21 色彩大家族

26 色彩的分类

29 色彩三属性

34 色彩的象征意义

36 色彩的视觉感受

42 雨佳提示



46 衣色肤色对对碰

47 肤白与衣色颜色的关系

49 色彩的冷暖与人的肤色

52 精调肤色的服装颜色

58 黄调肤色的服装颜色

64 棕调肤色的服装颜色

70 褐调肤色的服装颜色

72 各类肤色的最佳颜色

74 神态与服饰色彩的配对关系

77 雨佳提示



78 服饰色彩百样搭

79 常用色彩搭配法

84 服饰色彩搭配规律

87 服饰颜色经典搭配组合

98 雨佳提示



FUSE SHENTAI SHI GUKE

肤色神态识顾客



与生俱来的肤色

传说女娲造人时，为了取水方便而选择了黄水滔天的黄河岸边作为她的造人工厂，所以黄河就成了中华民族的母亲河，中华民族也就成了黄皮肤的黄种人。

在西方人的眼中，黄种人都一身的黄皮肤，但仔细辨认，黄皮肤还可以细分为粉色的、黄色的、米色的、褐色的以及浅的、深的……





肤色的深浅明暗、粉黄米褐，取决于人的遗传基因——
血红色素、胡萝卜素、黑色素在人体中所占的比例。

血红色素所占比例高的人，皮肤呈现出粉调；

胡萝卜素所占比例高的人，皮肤呈现出黄调；

黑色素所占比例少的人，皮肤白皙，呈现出米调；

黑色素所占比例高的人，皮肤暗沉，呈现出褐调。

穿衣时，脸部的肤色是决定服饰色彩的主要因素，根据肤色的调子，脸部的肤色可划分为粉调肤色、黄调肤色、米调肤色、褐调肤色四大类。

粉调



黄调



米调

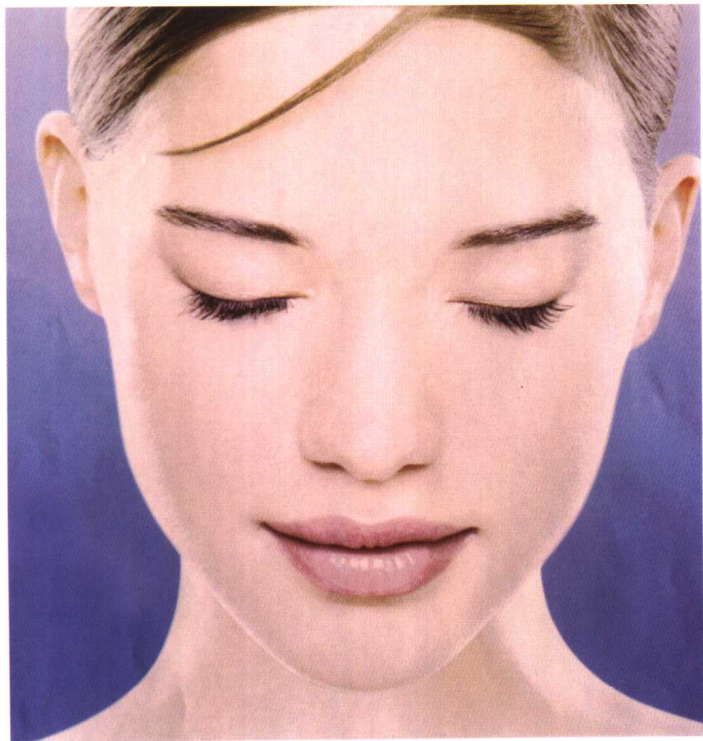


褐调



▶ 艳如桃李的粉调肤色

粉调的肤色，如同粉色的玫瑰绽放在脸的两颊，淡淡的艳若桃李芬芳，浓浓的艳若玫粉佳人。粉调肤色的人，大部分只是在两颊呈现粉红调、玫红调的红晕，有极少部分人整脸的肤色都是粉调的。粉调肤色的人有一个非常明显的特点，一笑起来“红霞”满脸飞。





▶ 匀如瓷器的黄调肤色

黄调的肤色，呈现为深深浅浅的象牙色，肤质多数像瓷器般光滑、细腻、均匀。较浅的黄调肤色，有些人的脸颊处同时会呈现出红晕，其中多数人的红晕类似于珊瑚红，少部分人的红晕则呈现粉红调；较深的黄调肤色，个别人呈现的是蜡黄色或土黄色。



▶ 细腻如霜的米调肤色

米调肤色的最明显特征是皮肤细腻、均匀，但不一定白皙；脸上淡淡如雾般蒙上了一层霜，缺少透明感。

米调呈米色，泛冷感，米调肤色分为浅米色、中米色和深米色。





▶ 深若赭石的褐调肤色

那些黑色素在体内占据上风的人的肤色，尽管或多或少有粉调的倾向、黄调的倾向，但总体的感觉是暗沉的，像阴沉了好多天的浓云，厚厚的、重重的。这类人的肤色归为褐调肤色，一般情况下此肤色的明度明显偏低，多厚重而不均匀。在当今以白为美的时尚下，褐调肤色经过长期的美白护肤后，多数呈现出粉调的倾向。



至关重要的神态

肤色对应了服饰的色彩，但要驾驭、战胜色彩还要靠神态。肤色来自天成，神态得益于后天的历练，神态表露的是一个人的气质、修养和经验。按照眼神的不同，分为温柔神态、稳重神态、灵动神态和锐利神态。

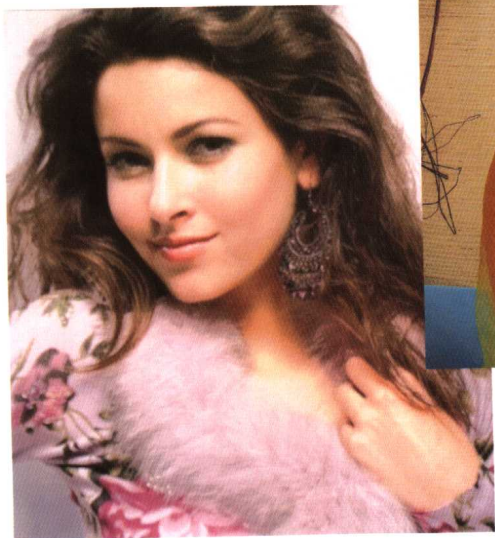




▶ 柔情似水的温柔神态

顾客的眼神柔和，让人感到非常的亲切，如同沐浴在亲情的氛围中，有时甚至会给人一种错觉，不是导购人员在为这些具有柔情似水的温柔神态的顾客服务，而是她们在为导购人员服务。这类人一般不会使人产生距离感，性格多内向含蓄，导购人员所说的话，不论是否对了她们的心思，她们都会礼貌地点头呼应。

温柔神态的顾客，大多喜欢柔软、浅淡的色彩。



品牌：YJB

深沉端庄的稳重神态

眼睛是心灵的窗口，但是偏偏在稳重的顾客眼中，几乎看不到她们任何的心理活动。稳重眼神的顾客大多沉稳，轻易不表现出她们的喜怒哀乐。不动声色，是稳重神态顾客的招牌表情，似乎拒人于千里之外。在面对稳重神态的顾客时，导购人员常常会不知所措，因为不论说什么，她们几乎不作任何反应，对热情推荐不置可否。

稳重神态一族比较喜欢中性和沉稳的色彩。



品牌：五色土



俏丽活泼的灵动神态

灵动的眼睛明亮而机灵，眼窝中似乎含了一汪水，总是左顾右盼，很难让它们定定地盯住哪一件服装超过一分钟，除非灵动眼神的主人喜欢上了这件衣服，它们才会放光的。

具有俏丽活泼的灵动神态的人，多数表情生动，喜形于色，性格外向，透着孩童般的纯真。鲜艳的颜色是她们的较好选择。

