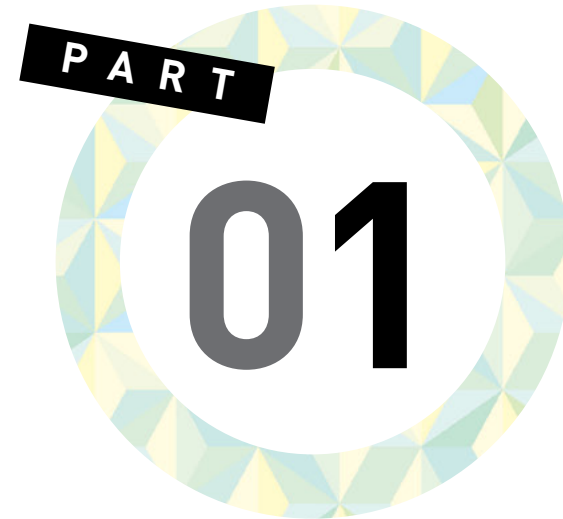


COLOR COMBINATION



韩国人 对色彩独特的理解

走在国外的大街上，我们会感受到与韩国截然不同的异域风情。所有的国家和民族都拥有自己独特的文化。当然，在色彩这个领域，韩国人也拥有自己独特的色彩文化。在此，我们就一起来研究一下以天下万物的和谐为基础形成的“五方色”和韩国人独有的色彩文化吧。

韩国人对色彩独特的理解

COLOR COMBINATION

五方色

有句话说：最韩国的也就是最世界的。

这句话当然不仅仅是指我们所从事的设计工作。

但当我们听到这句话时脑海中肯定会浮现出我们共有的独特爱好、花纹、色彩等等。我们独有的东西可以说就是在漫长的历史中已经深深植根于生活的传统文化。其中颜色对于相同文化圈的人们来说也有着已然形成固定观念的普遍性。简单地说，就如韩国人看到白衣服会联想到丧服，而西方人则会联想到婚纱一样，在漫长的历史中逐渐形成的思维习惯和传统文化决定了人们的喜好，并最终形成了该民族特有的色彩观。

那么韩国人的传统色彩观又是怎么样的呢？

根据我们祖先留传下来的色彩观可以分为两种，其一是喜欢代表纯洁性和简洁性的白色，其二是受到阴阳五行论影响而形成的五方色。

让我们先来看看五方色吧。

韩国文化最显著的特征之一，便是始终追求与自然的和谐。

在色彩方面也不例外，我们以遵循着自然与宇宙的自然规律的阴阳五行学说为基础，将朝鲜民族色彩观具体化。

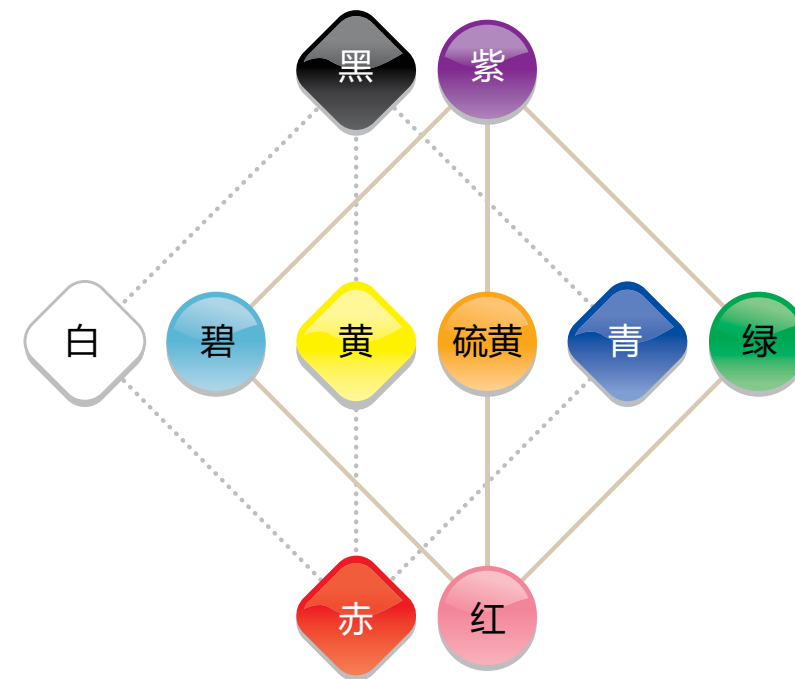
所谓阴阳五行理论，就是指宇宙万物都是由阴阳和五行来形成的，各种要素之间相互保持平衡统一，从而维持世间井然的秩序。用西方科学结构（用精确的数值来表现色值的

方法）来分析韩国人的传统色彩是毫无意义的。也就是说，每个人对黄色、淡黄色、金黄色等经常使用的颜色往往会采用不同的词汇去表达。要将这种饱含个人主观感情色彩的各种色彩差别用通俗的方式来表达是很困难的。因此，这次我们在修订版中特别添加了RGB和CMYK色值表，将传统颜色进一步具体化，输出时可以看到更丰富的色彩变化。

相比视觉上的美感往往更注重其理论上的意义。实际上从建筑到服装，我们可以找到例如色彩鲜艳的韩服、绿衣红裳、丹青等等以阴阳五行学说为基础的色彩运用实例。

从朝鲜民族的传统色彩观——五方色观来看，根据阴阳五行学说，青、白、赤、黑、黄五原色被看作是包罗万象的基本色的五正色，这些颜色都被看作是象征着阳刚、上升、明亮的精神。这些五正色分别对应着东、西、南、北、中的五个方位，我们常常说的左青龙右白虎就是出自这个原理。

另外与五正色相对的是象征着阴柔、内守的颜色，分别对应着东、西、南、北、中五个方向的绿、碧、红、紫、硫黄色，被称为五间色。



五方色概念图



对白色的偏爱

韩国的色彩观最明显的特征就是对白色的偏爱。

这就是人们常常将朝鲜民族叫做白衣民族的原因。

从很久以前开始人们就知道白色是朝鲜民族的象征。在韩国人的生活中和白色一样不可或缺的颜色还有青色。青色和韩国人心理双重吻合。

白色对韩国人而言是非常强烈的色彩。白色并不意味着空无一物，而是象征着历尽千辛万苦之后取得的成果。白色虽然没有色彩，但能反射光线，是一种看似无力但却绝不屈服的颜色。另外从喜爱白色这一点也可以看出韩国人的人生观更倾向于禁欲。可以说白色是圆满完整、没有丝毫画蛇添足的余地、一直伴随着朝鲜民族发展至今的颜色。

在日本帝国主义统治期间，日本统治阶级曾经在市场的入口处设立了滚烫的黑色碱水，专门用于将过往行人的白色衣服染成黑色，从而阻止白色衣服在市场上流通。但这种政策最终没有收到任何的成效。在各种劝说、压迫、威胁的高压政策下白色始终作为朝鲜民族精神和意志力的象征深入人心、巍然不动。而青色则和象征韩国人意志力的白色以不同的面貌出现并深深植根于韩国人的生活中。



阴阳五行学说认为天地是在阴阳二气作用的推动下滋生、发展和变化的，并且阴阳二气还催生了五大元素。凡是上升的、阳刚的、明亮的，都属于阳；而相对下降的、阴柔的、晦暗的，都属于阴。而木、火、土、金、水是构成世界必不可少的五大元素。我们认为阴阳五行思想与世界上所有的现象（季节、人的气血、人性、味道等等）都有直接的联系，并会在下面和大家一起用阴阳五行思想来分析所有的这些现象。右表所示的就是根据阴阳五行思想整理出来的几种具代表性的现象。

五行	方位	颜色	四季	五官	味道
木	东	青	春	眼	酸
火	南	赤	夏	舌	苦
土	中央	黄	四季	身体	甜
金	西	白	秋	鼻	辣
水	北	黑	冬	耳	咸

对韩国的士大夫们来说，青色并非仅仅是视觉层面的青色，而是象征及隐喻了新绿，亦即宛如崇高、高贵、高洁的青松翠竹一般的印象。

另外有趣的是有关青色的双重心理。这个颜色无论是在我们的意识还是在语汇中，甚至在象征性意义上都有着绝对正面的意义。

比如说将德高望重或位高权重的人称为“青云之士”，将乌托邦的象征称为“青鹤洞”，将出人投地的梦想称为“青云之梦”，将满含憧憬和祝愿的心情用“青瓷的翡翠色”来比喻等等，将青色用于正面含义的例子不胜枚举。

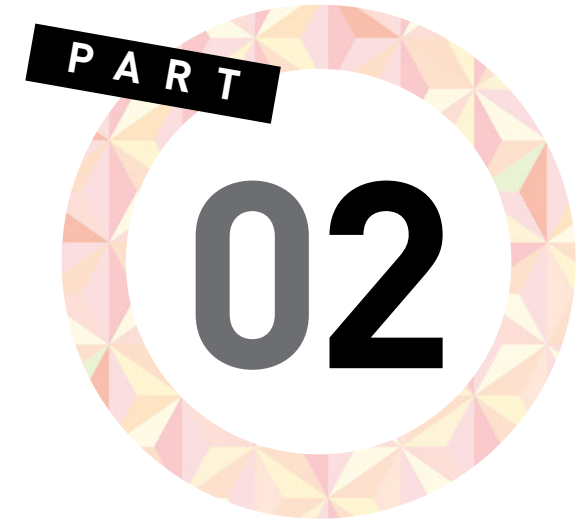
但假如我们从服饰方面来看，可能会发现我们无法给出一个合理的解释，解释为何历史上从古至今一直是官位越高官服越红，官位越低官服越青。也无法解释为何古人因成绩不佳从成均馆或弘文馆退学时会被称为“青云出社”，并且要脱去白色的长袍，象征性地穿上青色的衣服。

总之韩国人对于白色与青色的喜爱是古已有之且根深蒂固的，同时韩国人将三原色看作是十分幼稚的颜色。从韩国大多数人都选择白色、青色、绿色作为自己最喜欢的颜色这一点来看就可以知道，在韩国，人们用得最多的色彩语言就是白色和青色。

可以看出韩国人对于白色和青色的喜爱除了颜色本身的视觉特征之外，还和这些颜色包含的深层次意义恰巧和韩国人独特的心理十分吻合有关。



COLOR COMBINATION



当我们看到某一种颜色时 脑海中会浮现出哪些印象呢？

所有的颜色都有着各种不同的象征，给人不同的印象。这些印象和象征早已铭刻在了我们的心中，当我们看到某一种颜色时就会自然而然地联想到该种颜色给人的印象和象征意义。在本章中让我们一起来学习人类看到各种颜色时共通的感觉，韩国人看到某种颜色时普遍会产生感觉，以及这种颜色的历史、社会性象征意义。

当我们看到某一种颜色时 脑海中会浮现出哪些印象呢？

COLOR COMBINATION



红色

我们在每年召开的奥斯卡金像奖颁奖仪式上都可以看到明星们在鲜红色的地毯上摆着各种造型。精心打扮的明星们在红毯上更加显得华丽异常。红色就是这样华丽而又能大胆地激发起所有在场人物欢快情绪的颜色。因此从很早以前开始先驱们总是以红旗来指引大众。西班牙斗牛中的斗牛士拿着红布来回晃动激发观众们的情绪也正是运用了红色的这种特征。

红色与人的本能有着极深的关联。人在激动时脸会发红，而且人们只要看着红色心跳就会加速。

红色还是能增进食欲的颜色。正因为类似西红柿、草莓、西瓜、樱桃等水果或者熟牛肉等食物都是红色的，所以包括快餐店在内的餐馆都为了刺激客人的食欲而喜欢在装修上大量采用红色。另外人们常常用红色来表达炽热的爱情。如此说来红色果真象征着食欲、性欲、感情等人类无法自制的本能吗？

红色象征人类本能这一点还体现在一些负面的事物上。在很多电影及艺术作品中红色都象征着仇恨和愤怒、疯狂和战争、火和危险。

另外红色还象征着权力和力量。无论东西方都在各种政治、宗教场合大量地采用了红色。韩国也不例外，早在朝鲜时代龙袍就是红色的。因为红色象征着活跃的能量和高贵的地位，所以用来装饰绝对的权力是再适合不过了。而在现代，红色除了被用作勋章、徽章、国旗受到注目之外，也常常被用来将派对装点得更为华丽。

那么对于韩国人来说红色代表哪些意义呢？

韩国人认为红色是代表温暖、坚强的颜色。其中鲜红色给人以温暖华丽的印象，而暗红色则令人感觉坚强稳重。而且韩国人对于红色系列非常敏感，并能区分这个系列各种颜色之间的差异。因此在韩语中有“血红”、“红扑扑”等表现不同种类红色的形容词。

韩国人一直将红色看作是儿童和老年妇女喜欢的颜色。但实际上如今作为三原色之一的红色，它的用途变得十分广泛。

.....

橙色在色盘中介于红色和黄色之间，所以兼有红色的兴奋和热情以及黄色的温暖印象。橙色能给人带来生机勃勃和愉快的感受。就像喜欢派对的人一样，开放前卫的橙色能打开人们关闭的心门，让人的情绪变得更加积极。和黄色一样，橙色也是孩子们最喜欢的颜色，无论是在儿童服装还是玩具上，我们都可以看到橙色大行其道。另外像在派对等欢乐的活动上使用橙色也非常有效。橙色是最受具有社会性的人类欢迎，并能给人带来跃动、爽朗感受的颜色。

橙色是十分醒目、脱俗的颜色，所以能给人带来生机勃勃的印象。和赤陶一样接近土色的土橙色给人带来沉静稳重的感受，而彩度较高的亮橙色无论到哪里都是人们目光的焦点。因此橙色经常被用作广告牌和路牌的颜色，并且橙色还有提示“危险”、“警告”的作用。但橙色的这些特征同时也是它的缺点。正因为橙色醒目且使用频率高，所以就失去了高贵的感觉；也因此橙色难免给人廉价的印象。

和红色一样，橙色也能促进人的食欲。芒果、胡萝卜都是橙色的。凡是促进食欲的颜色都是在自然界中经常可以看到的颜色。在自然界我们可以常常接触到橙色，夕阳、泥土、花朵、珊瑚……橙色是富有自然界表情的色彩。尤其是秋天，烤面包和咖啡的茶色让人充分感受到自然界的气息。如果深色调的橙色让人感受到温暖肥沃的大地的话，那么从色泽鲜艳的亮橙色中则可以看到未来。染了亮橙色头发的年轻人坐在橙色苹果电脑前的模



橙色

样就是最好的例子。

荷兰应该是最喜欢橙色的国家了，橙色是荷兰的象征。但是如果问一下荷兰人喜欢什么颜色的话，选择橙色的人却并不多，因为在荷兰人的日常生活中处处可以见到橙色。韩国人认为橙色带给人温暖的感受，但同时也认为橙色与高贵而明快的印象不符。



黄色是在各种颜色中让人感觉最明亮的颜色，象征着太阳的黄色是温暖和丰盛的颜色。比如我们看到像柠檬这样在日照强烈的地区能很好生长的柑桔类水果，它的颜色能让我们感受到春日阳光般的能量。因为黄色的象征性意义和太阳有着密切的关联，因而人们在祈愿秋天丰收的时候也常常会用到黄色。

在东方，因为皇室和佛教都大量地采用了黄色，所以黄色象征着神圣。而在西方黄色却象征着胆怯和偏见这样的负面意义。正如希特勒让犹太人戴上黄色星星一样，又如英语中有黄色言论(Yellow Journalism)这个词一样，在西方人眼里黄色是胆怯和偏见的象征。比如说在敌人空袭前响起的黄色警报(Yellow Alert)，运动场上裁判员向运动员出示的黄牌(Yellow Card)，为了强调是色情小说甚至采用黄色封面(Yellow Back)等等，黄色被用于负面意义的现象随处可见。例如在韩语中也将吝啬鬼叫做“黄人”。但尽管如此，一般来说黄色主要还是让我们感受到明亮、幸福、轻松愉快、可爱等正面的印象。

因为亮度很高的黄色十分引人注目，所以常被用于安全设施、雨衣、校车。尤其是同时采用黑色和黄色的安全设施十分醒目。这是由于阴暗的黑色和明亮的黄色形成了鲜明的颜色对比。像这样明亮醒目的黄色与其说是给人安静的感觉，不如说是让人感觉到了喧嚣。书桌前贴的黄色便签(Post-it)仿佛在大声叫嚷着：“请看看我！”

黄色给韩国人带来的感觉极其多样。有人认为它是温暖柔和的颜色，有人认为它是明亮可爱的颜色，更有人认为它是快乐单纯的颜色。尤其值得强调的一点是和其他颜色相比，韩国人在看到黄色时会和“味觉”联系起来的倾向十分明显。I.R.I设计研究所于1997

年在进行韩国人色彩感性尺度的开发研究时以韩国人为对象进行了调查。调查结果显示，韩国人认为亮黄色象征着甜蜜，暗黄色象征着苦涩。另外认为深黄色和灰暗色调的黄色会给人以“年老”的印象。

另外韩国人对于黄色的喜好程度随着色调一个层次一个层次地变化也有所不同。大部分人非常喜爱明亮鲜艳的黄色，而人们对于色彩度较低的黄色喜爱程度则相应较低。

绿色是大自然的颜色。树木、小草、苔藓以及热带海洋的绿色总是能让人感到放松。绿色又是生命的颜色。万物复苏的春天就是遍地绿色。地面上长出的绿色嫩芽能让我们感受到蓬勃的生命力。就像大自然赐予我们空气和食物一样，绿色不仅给我们带来清新爽快之感，还能让我们心神宁静。

绿色象征着青春。如果说茶色和灰色让人联想到老年人的话，绿色则让人联想到生命力旺盛的青年人。就像树木春天发出绿色的嫩芽，秋天化身为茶色的落叶飘零一样，绿色是新鲜而健康的颜色。我们看见刚刚采摘下来的蔬菜时能感受到的生命力正是绿色的印象。当然有时候绿色也意味着不成熟。这正与血气方刚、缺乏经验而常常犯错的年轻人形象十分切合。

绿色固然象征着旺盛的生命力，但有时候却给人留下截然不同的印象。比如没有血色的脸会让人感觉发绿或发青。而人们厌恶的爬虫类生物基本上都是绿色的，电影中外星人的颜色也是非绿即青。

伴随着科学文明的发展，人们对象征着大自然的绿色需求也越来越大。这是因为绿色本身就意味着环保、无污染、纯净。

绿色这个单词不仅仅是颜色的名字，还蕴含了人类所必需的自然、健康、清新等深层的含义。





蓝色



紫色

我们通常看到绿色会联想起“快乐”、“年轻”、“清纯”等形容词。无论到了世界任何地方，白色、绿色、蓝色都是受人欢迎的通用色。韩国人对于绿色的印象几乎都是正面的，可以说绿色是非常讨人喜欢的颜色。有趣的是，韩国人对于类似橙色等红色系列颜色之间只要稍有差别就十分敏感，而对于像绿色和蓝色这种蓝色系列颜色之间的差别却几乎没有什么感觉。比如说韩国人习惯将交通信号灯的绿色说成蓝色，并且在韩语中有“新绿如蓝”这种说法都是具有代表性的例子。

蓝色让人联想起大海与天空，给人带来凉快、清爽、清澈的感觉。具有水和天空般的清澈印象的蓝色会让人感觉非常凉爽，并且有明快的感觉。蓝色和象征着热情生命力的红色形成了鲜明的对照。红色是肉体而主动的，蓝色是精神而被动的。和促使人们呼吸与心跳加速的红色相反，蓝色则能减慢心跳降低体温。蓝色有着让人镇静下来的力量。

虽然水其实是透明的，但如果水很深的话看上去就会呈蓝色。蓝色象征着水清澈见底。同时蓝色也是很高贵的颜色。那种远远望去就很醒目的高彩度红色和橙色使用上稍有不慎就会给人廉价的感觉。但是蓝色却始终保持着明快的印象。比如说在珠宝界颇有名气的蒂芙尼就出了非常著名的天空色宝石箱。因此可以说蓝色在以时尚为首的各个领域都汇聚了极高的人气，时而演绎休闲气氛，时而演绎正式印象。

虽然蓝色和绿色一样是象征大自然的颜色，但实际上在自然界见到蓝色的机会并不多。当然大海、天空、三色堇、勿忘我都是蓝色的，但和黄色、红色相比，自然界中蓝色的种类要少得多。而且可以说几乎没有蓝色的食物，可能正因为如此，蓝色可以让人食欲减退。

虽然喜欢红色的人非常多，但讨厌它的人也不少。可是对于蓝色，人们普遍都抱有好感。这和蓝色给人带来年轻、自然、信任等印象是分不开的。

蓝色作为幸福的象征广为人知。韩国人在将蓝色视作想象力和创造力的象征的同时，也看到蓝色还会产生凉爽、爽快的感觉。以毕加索为代表的很多画家都被蓝色蕴藏的神秘

感而吸引。而说到蓝色的负面印象时，则可列举出“忧郁”和“担忧”。

蓝色和黄色、绿色一样都是韩国人最喜欢的颜色。其中蓝色是冷色，同时也是象征男性的色彩。就像我们爱穿的蓝牛仔裤一样，蓝色在我们的生活中可谓随处可见。虽然如此，但绝对不会让人感到厌烦、腻味，这正是蓝色的魅力。

紫色由红色和蓝色调和而成。由于紫色是由具有两种极端印象的红色和蓝色混合而成，这就给紫色披上了一层神秘的面纱。紫色是非常特别的颜色。我们在日常生活中常常可以见到绿色和蓝色，但要看到紫色却并不容易，而且紫色并非人见人爱。喜欢紫色的人并不多，并且要用好紫色也并不容易，因此可以说紫色是非常特别的颜色。

紫色是华丽优雅的颜色，给人带来神秘科幻的感觉。喜欢紫色的人通常被认为是具有艺术感性，具有丰富的想象力和创造力的人。紫色的优雅感觉与女性的形象相吻合。因此，在男性用品上很少采用紫色。

和其他颜色一样，紫色也同时具有正负面两种不同的印象。和其他颜色不同的是，紫色的正面印象和负面印象之间的差距极其悬殊。首先，紫色是“高贵”和“权力”的象征。在需要从自然界提取染料的过去，由于紫色染料非常昂贵，自然而然就成了富贵的象征。过去西方国家的皇帝和主教们都很喜欢穿紫色衣服。

而紫色给人带来的负面印象则有“忧郁”和“虚荣”。华丽的紫色给人带来喜欢打扮、羡慕虚荣的印象；并且紫色还让人感觉忧郁和悲伤，而暗紫色则给人一种病态的感觉。

最近紫色作为象征同性恋的颜色而广为人知。有人认为这是由于象征女性的红色和象征男性的蓝色调和后就变成了紫色，因而才有此一说。

一般来说韩国人比较喜欢素雅的淡紫色，对亮紫色和深紫色则会感受到心理负担。因

此紫色在韩国人心目中的印象更倾向于“忧郁”、“虚荣”。而且因为紫色很难搭配亚洲人的肤色，所以与西欧人不同的是，韩国人在日常生活中很少使用紫色。

但到了上个世纪90年代后半期，不仅是女性的服饰，在家庭装饰上也开始涌现出各种各样的紫色。

颜色与感觉 的神秘联系

COLOR COMBINATION

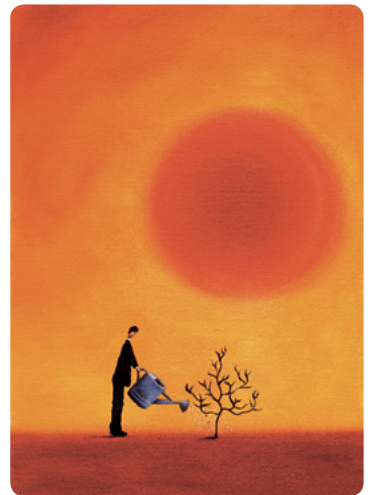
颜色与感觉的神秘联系——颜色和温度感

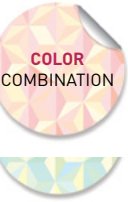
颜色和温度感有着密切的联系。红色、黄色等颜色本身并不像我们所想的那样可以充分表现出温度感，只有当颜色与明度、彩度完美结合的时候才能体现出真正的温度感。因此根据不同颜色的色调我们可以表现出凉快的红色和温暖的蓝色。

但是在色调相同的情况下，不同颜色给我们带来的温度感则有着很大的差别。例如将橙色饮料和青绿色饮料调整至相同温度后分别倒入两个透明的容器里，让试验对象分别将手指伸入两种饮料中并让其判断哪种饮料更冷，测试结果表明，大部分的人都认为青绿色饮料温度更低。这就是色彩给人带来的温度感，普通人认为的暖色系颜色和冷色系颜色之间的温度差往往会达到三度以上。

让人感觉温暖的暖色有红色、橙色、黄色等颜色，而让人感觉寒冷的冷色则有青色和蓝色等颜色。同样，白炽灯的光线会让人感觉温暖，而日光灯的光线会让人感觉寒冷。

红色、橙色、黄色等波长较长的颜色会让人感觉温暖，相反青色、紫色等波长较短的颜色会让人感觉寒冷。





颜色和感觉的神秘联系——颜色和厚重感

色彩的厚重感最主要受到色彩三大属性色相、明度、彩度中的明度（色彩的明亮程度）的影响，当然根据色相和彩度（颜色的浓度）的不同也会有所区别。例如从色相角度来说，紫色系列相比橙色系列呈现出更加沉闷的感觉。从彩度角度来看，即使两种颜色明度相同，色泽更鲜艳的那种颜色看上去会更轻巧，彩度较低的颜色则看上去更厚重。也就是说，和接近纯色的鲜红色相比，接近栗色的暗红色看上去更有厚重感。

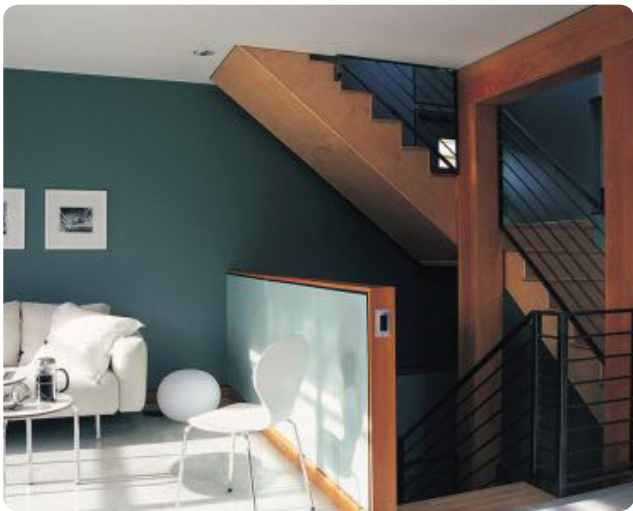
颜色的明度不同，厚重感的区别更大。明度较高的色彩给人以轻快的感觉，明度较低的色彩则让人感觉厚重。

尤其是黑色和白色相比，其给人的厚重感差异几乎高达两倍。

因此，在我们进行室内装修、色彩搭配时，必须充分考虑到色彩和厚重感的关系。比如说上部应该配置给人轻松感觉的色彩，底部则应该配置给人厚重感觉的色彩，这样才能给人一种稳定的感觉。



明度较高的亮色让人感觉轻快，明度较低的暗色则让人感觉沉重。

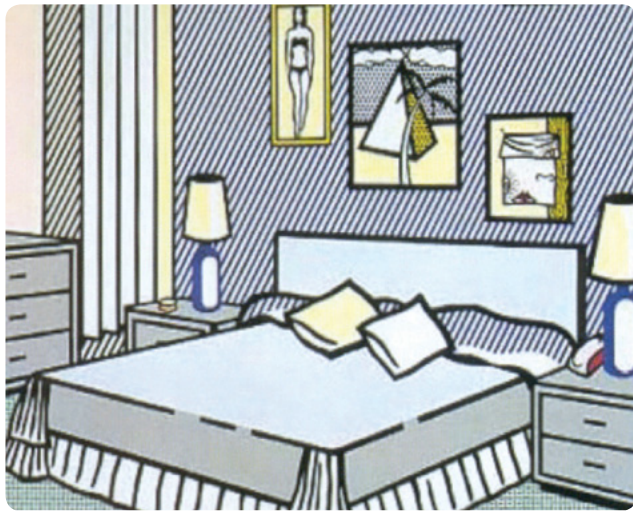


颜色与感觉的神秘联系——色彩与声音

对于喧闹的色彩、安静的色彩这种说法大家可能会感觉比较陌生，但实际上色彩与声音有着密切的联系。那么什么样的色彩是喧闹的色彩呢？如果我们留意过市中心大马路边耸立的众多广告牌就会产生这样的感觉。使出浑身解数试图吸引人们目光的广告牌极好地诠释了喧闹一词。本来就因为不绝于耳的汽车噪音和川流不息的人群而喧嚣吵嚷的市中心，加上这些喧闹的广告牌就更加让人感觉嘈杂了。

那么安静的颜色又有哪些呢？请试着联想一下既和人非常协调又井井有条的室内空间色彩吧。例如我们到了在装修上大量采用若隐若现的中间色体现庄重气氛的餐厅，就会不知不觉地小声说话。工业设备、建筑设备、飞机、汽车等发出的噪音公害都会让健康人也突然感觉很累。当噪音过大时甚至会引发头痛和歇斯底里的症状，而色彩公害也能引发相同的症状。例如长时间呆在满眼红色的房间里会让人精神陷入极度不安就是这个道理。

在环境设计和商品设计领域都非常重视颜色与声音的关系，用颜色来减轻噪音影响这种聪明的做法必然会收到良好的成效。



《出水芙蓉》（Interior with Waterlilies）局部
创作：列支敦士登（Roy Lichtenstein）



《蓝色骑士》（Blue Rider）局部
创作：弗朗兹马克（Franz Marc）

左侧的画采用了明度和彩度适中的中间色绘制而成，给人一种安宁的感觉。而右侧的画则采用了明度和彩度较高的颜色，具有强烈的视觉冲击效果。



亨氏公司的海报。食品公司通常偏爱让食物看起来更美味的红色。



Parkay公司开发的人造黄油。

颜色与感觉的神秘联系——色彩和味觉、嗅觉的关系

上世纪80年代，有一家饮料生产厂家以消费者为对象进行了一项盲人体验测试。让接受测试的消费者带上眼罩后喝下分别装在两个杯子里的饮料，并让测试对象选出味道更好的那种饮料。这个盲人体验测试还被应用到了电视广告中，很多测试对象在摘下眼罩的那一刻看到自己选择的饮料品牌后表示非常吃惊。这个广告显示了因为竞争对手H公司的品牌力量十分强大，所以消费者实际上在对味道做出评价之前就一直无条件地选择了H品牌。人们在吃东西或者喝饮料时并不仅仅是靠舌头来感受味道的，视觉、嗅觉、人脑中保存的相关记忆都会同时影响人的判断。就算实际上味道完全相同的食物，如果食物本身的色彩和盛放食物的器皿颜色不同的话，人们也会感觉味道两样。这也就是如果我们闭上眼睛捏住鼻子后再吃相同的食物会感到十分难吃的原因。

那么哪些颜色可以增进食欲呢？

一般来说最能增进食欲的颜色是红色。红色、橙色、黄色等给人温暖感觉的暖色调能让人感觉食物十分美味。相反碧绿色、蓝色、紫色等颜色就无法增进食欲。不过伴随着如今越来越多样的颜色使用手法，颜色使用上的禁忌也渐渐消除，很多创新型色彩的食品已闪亮登场。像韩国产的蓝色巧克力和美国产的蓝色和桃红色人造黄油都大受欢迎。但像这样的例子毕竟是少数，使用违背大多数人常识的颜色还是需要很大勇气的。



色盘和色坐标的定义

| 色盘 |



色盘就是根据蒙赛尔表色体系将红色(R)、橙色(YR)、黄色(Y)、黄绿色(GY)、绿色(G)、青绿色(BG)、蓝色(B)、蓝紫色(PB)、紫色(P)、红紫色(RP)等十种色相按等距分隔的圆盘。

从这个色盘来看，在红色的两侧分别是与红色色相比较接近的橙色和红紫色。然而位于红色对面的青绿色则与红色有着很好的互补关系，如果用这两种颜色来搭配会产生强烈的对比感。而且包括青绿色在内的从黄绿色到蓝色的五个相邻的颜色都是红色的相反色相。这样只要看色盘我们就可以很方便地理解颜色之间的相似、相反、互补的关系。

* 本书中所展示的色彩感觉可能会因为显示器或印刷的不同，在各种使用环境中产生些许差异。

| 色坐标 |

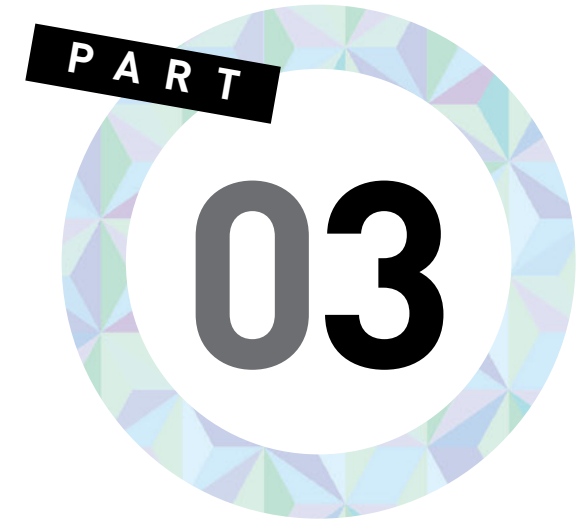


看颜色坐标就可以很清楚地了解伴随着色相的明暗变化（明度）和浓度（彩度）变化，颜色会产生哪些改变。在色盘中的十种色相都分别有自己的色坐标表（本书以红色为例进行说明）。

请大家仔细对比颜色坐标中相对应的颜色和名称。我们会发现颜色坐标上所处位置越高的明度就越高，越往下的明度就越低。另外越是靠近颜色坐标右侧彩度就越高，颜色就越鲜亮；越是靠近相反方向彩度就越低，颜色也就越混浊。

- Vivid 鲜明
- Pale 清澈
- Very Pale 苍白
- Bright 明亮
- Light 隐约
- Light Grayish 亮灰
- Strong 高亮
- Dull 阴暗
- Grayish 浅灰
- Deep 深暗
- Dark 黑暗

COLOR COMBINATION



我们会用 哪些颜色来配色呢？

当人们看到某种颜色时会产生很多相同的感觉，但从科学角度来进行解释是很困难的。因此，我们可以向人们提供客观性的资料来帮助人们按照一定的标准对颜色进行分析、分类。在本书中向大家提供了“色相和色调体系”、“颜色印象空间”等用于分析颜色的工具，并向大家介绍了如何自行利用这些工具的方法。

我们会用哪些颜色来配色呢？

COLOR COMBINATION

色相和色调(Hue & Tone) 120色体系

在各种色彩体系中，最具代表性的就是蒙赛尔研究的由色相、明度、彩度构成的色彩体系。但蒙赛尔色彩体系中对颜色感觉和印象的描述非常复杂，或者说很难让人产生相同的联想。因此本书采用的是根据人类心理的角度对颜色进行分类的色相和色调体系。

在色相和色调体系中可以从色相和色调两个角度对颜色进行分类。从色相角度可以将颜色分为红、黄、青、白、黑等颜色，本体系中将色相的彩度和明度合二为一，主要从人们看到某种颜色时产生的共通印象角度来进行分析。

举例来说，当人们看到三原色红、黄、蓝时会联想到“鲜艳”、“强烈”等形容词。另外比如人们看到包含大量白色的水粉色时一般会形容说“柔软”、“温和”。像这样只要能用相同的形容词来表达的颜色在色调体系中就归为同一种色调。

各种不同的色相都拥有明亮或灰暗、鲜艳或优雅等不同层次的色调。色相和色调120色体系向大家提供了10种色相的11种色调构成的110种有彩色以及根据明度变化分为10个层次的10种无彩色一共120种颜色。

色体系中采用的英文字母缩写

色相 (Hue)		色调 (Tone)	
R	Red 红色	BG	Blue Green 青绿色
YR	Yellow Red 橙色	B	Blue 青色
Y	Yellow 黄色	PB	Purple Blue 蓝色
GY	Green Yellow 黄绿色	P	Purple 紫色
G	Green 绿色	RP	Red Purple 紫红色
		VP	Very Pale 苍白
		Lgr	Light Grayish 灰亮

HUE TONE	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Neutral	
V											N9.5	
S											N9	
B											N8	
P											N7	
Vp											N6	
Lgr											N5	
L											N4	
Gr											N3	
DI											N2	
Dp											N1	
Dk												

色相和色调120色体系

评论颜色印象的基准是什么呢？

本书根据多种印象对配色进行了分类。那么分类的基准又是什么呢？

一般来说使用不同的颜色会令设计对象给人留下不同的印象。只有当颜色和我们想要的印象吻合时才能说是好的色彩设计。因此我们必须掌握各种颜色所具有的客观视觉印象。下面我们要讲的颜色印象标尺就是对颜色的客观印象进行分析时很有用的工具。

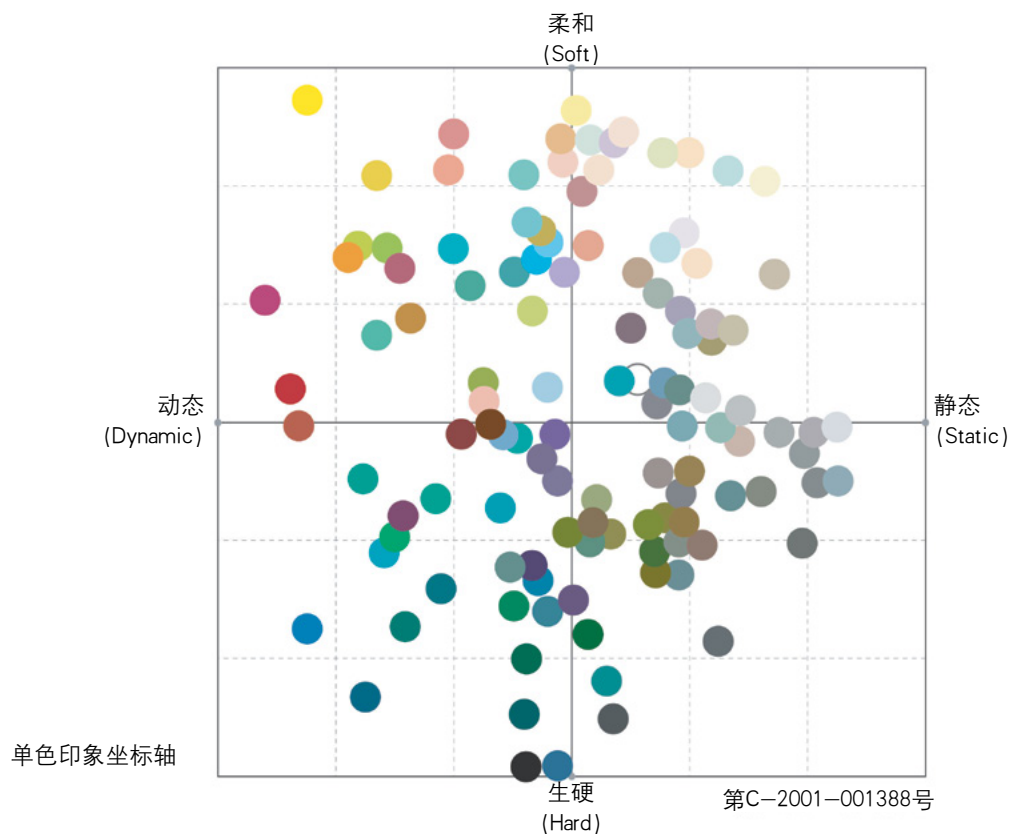


单色印象坐标轴

红色、黄色、蓝色和绿色的视觉印象截然不同。像这样可以让人们一眼就看出各种颜色之间的印象差异的工具就是单色印象坐标轴。

在这个单色印象空间中各种颜色都分别在“柔和—生硬”和“动态—静态”两个纵横坐标轴（用于判断颜色印象的心理基准）组成的坐标图中占一席之地。在“颜色印象空间”中，相距较远的颜色之间的印象会有较大的差异，而距离较近的颜色之间的印象会比较相近，也就是说颜色间的距离与印象的差异大小成正比关系。

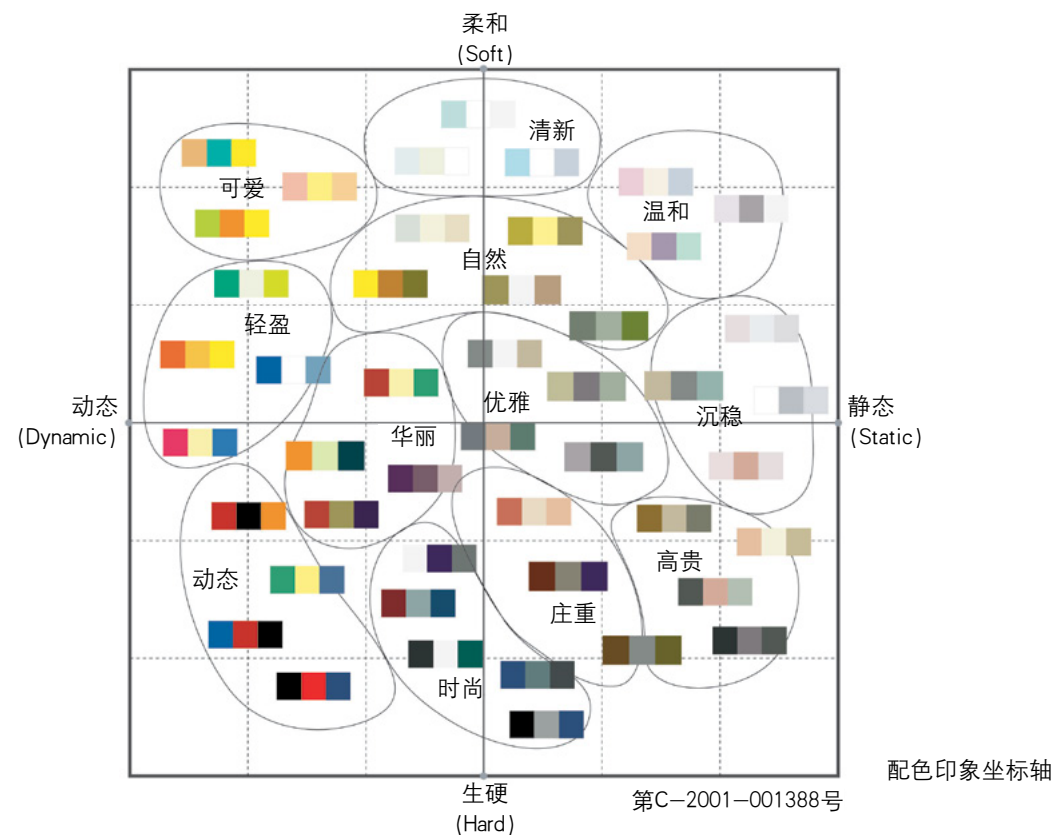
比起色相，人们对颜色的印象更大程度地取决于色调，这主要表现为鲜明的色调通常给人柔和、动态的印象，阴暗的色调则给人生硬的印象等等。另外灰暗土气的色调通常给人沉寂生硬的印象，而淡雅柔和的色调则偏向于给人温和安静的印象。比起色相，这些印象更大程度上都取决于色调，可以说色调是改变颜色印象的最大因素。



配色印象坐标轴

设计师在进行色彩设计时几乎不可能只使用一种颜色。一般来说都要用到3~4种以上的颜色。和各种不同的单色一样，不同配色也会带来不同的感觉。配色印象坐标轴是一种让人们可以一眼看出各种不同配色之间印象差异的工具。配色印象坐标轴是由可以体现各种印象之间微妙差别的三种基本色搭配构成的，和单色印象坐标轴一样，各种配色方案都在“柔和—生硬”和“动态—静态”两个纵横坐标轴中占有一席之地，位置相距越远的配色之间的印象差异也就越大。

我们在这个印象空间中挑选了感觉类似的配色方案，合并归类并用一个核心单词（“可爱”、“清新”等等）予以总结，将配色方案分成了几大类，使各种配色的特征更为明显，让读者能明确感受到不同配色之间的差别。



本书对色相和色调以及印象坐标轴的应用

本书采用了印象坐标轴及色相和色调体系对演绎各种不同印象的配色方案进行了整理和分析。

本书按照各种不同的印象整理了在相关印象的配色中常用色彩的色相和色调资料。

比如说我们要演绎“可爱”印象时经常会用到红色、黄色等颜色，从色调角度来说通常会使用色调鲜艳、强烈、明亮、柔嫩的颜色。如果想要借助本书来通过颜色搭配演绎“可爱”印象，可以参考我们已整理出来的资料，选择明亮鲜艳的红色系列或黄色系列中的颜色就可以演绎可爱印象了。

而且本书还使用“柔和—生硬”和“动态—静态”两个纵横坐标轴对各种印象配色方案进行了分析。

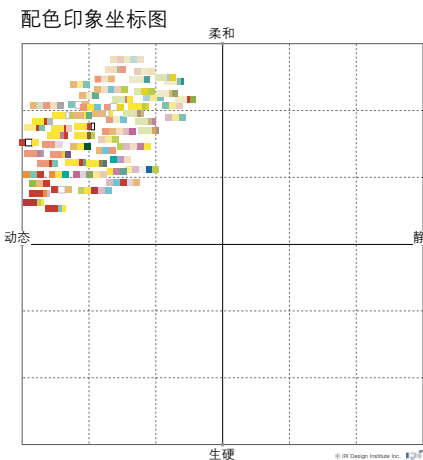
色相	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Neutral
V											N9.5
S											N9
B											N8
P											N7
Vp											N6
Lg											N5
L											N4
G											N3
DI											N2
Dp											N1.5
DK											

构成“可爱”印象的色相和色调系列

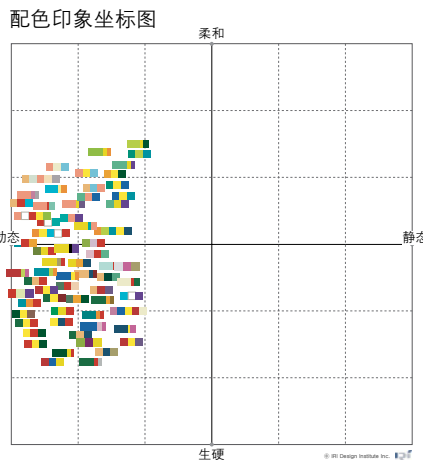
使用印象坐标轴就可以很直观地区分各种配色感觉之间的差异，在印象坐标轴图上所处的位置越近，两种配色方案的感觉就越相似，相反两种配色方案距离越远，配色感觉的差异也就越大。

因此，本书不仅能让读者直观地了解各个形容词在印象配色中使用的印象配色方案处于印象空间的什么位置，又能让读者一眼就看出某种印象配色方案与另外一种印象配色方案相比感觉上的差异有多大。

比如说“可爱”印象配色方案在印象坐标轴图中位于“柔和”和“动态”的交叉区



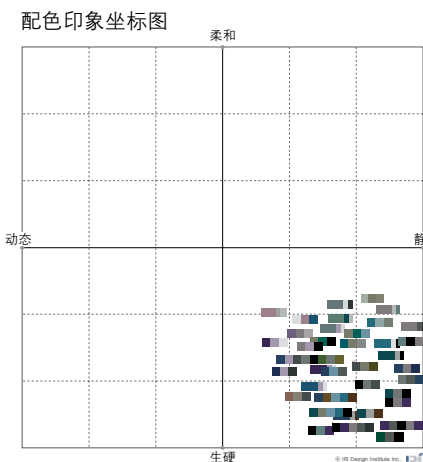
“可爱”配色印象坐标图



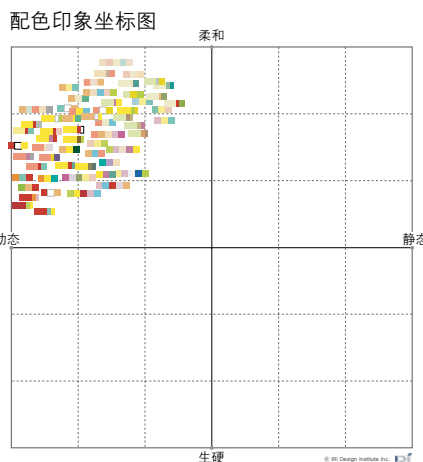
“休闲”配色印象坐标图

域，而“休闲”印象配色方案虽然在坐标轴上所处的位置相比“可爱”印象配色方案整体上要更靠近“生硬”一侧，但还是处于“动态”的区域内，因此可以说“可爱”印象和“休闲”印象给人的感觉比较类似。

另一方面，“沉闷”印象在坐标图上的位置处于“生硬”和“静态”交叉部分，可以说说给人的正是与“可爱”印象截然相反的不同感觉。可以说类似这样在印象坐标图上正好处于相反位置的印象给人的感觉也同样是截然相反的。



“沉闷”配色印象坐标图



“可爱”配色印象坐标图