

## <<品牌的色彩设计>>

### 图书基本信息

书名：<<品牌的色彩设计>>

13位ISBN编号：9787121191787

10位ISBN编号：7121191784

出版时间：2013-1

出版时间：电子工业出版社

作者：善本图书

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<品牌的色彩设计>>

### 内容概要

任何色彩都有积极和消极的色彩情感。

暖色的正面心理意向是活力、喜悦、幸福、快乐，它给人一种视觉上的迫近感和扩张感，并容易引起人们的兴奋、激动以及紧张情绪。

此外暖色也有警告危险和不安的含义。

在餐饮、服饰、日用品、快消品等行业暖色常被运用，在工业安全、物流等行业中也会被运用到。

善本图书编著的《品牌的色彩设计(暖色调)》的内容包括：分析暖色的类别、不同的色彩给人的心理感受及其他特性以及分析暖色在品牌设计中的运用方法。

《品牌的色彩设计(暖色调)》中的作品用色大胆、特征鲜明，展现了暖色在品牌设计中的积极作用，引领了色彩在品牌设计中的应用趋势。

## &lt;&lt;品牌的色彩设计&gt;&gt;

## 书籍目录

目录第一章 色彩与品牌第一节 色彩的简述15—案例分析：an old one from the tour w/patstome第二节 品牌的色彩与传播17—案例分析：餐厅18—案例分析：“360”建筑品牌第三节 暖色的类别与感情23—案例分析：Aerlift第四节 色彩的发展趋势25—案例分析：Packaging26—案例分析：罗西品牌设计第二章 色彩品牌-红第一节 红色系的界定31—案例分析：“厨房主义”设计室32—案例分析：“生活管家”品牌设计35—案例分析：TS-Red Branding第二节 红色系的功能第三节 红色系的应用39—案例分析：礼物40—案例分析：vinseum45—案例分析：Sant Ambroeus 餐厅46—案例分析：Bachy 冰淇淋店50—案例分析：男孩Del 合作活动52—案例分析：Lewin 咨询合作设计54—案例分析：enGarde！传媒57—案例分析：Sunnyday Clothing Company58—案例分析：皇家歌剧院60—案例分析：吉尼香肠店的视觉设计66—案例分析：维克托德莫特尔设计67—案例分析：汤姆斯照明公司68—案例分析：Cars appear to70—案例分析：Friendly folders72—案例分析：KIKI Hotel74—案例分析：I ' M XXX my card第三章 色彩品牌-橙第一节 橙色系的界定79—案例分析：索顿餐饮咖啡店的品牌设计第二节 橙色系的功能81—案例分析：Znips 的品牌设计第三节 橙色系的使用83—案例分析：Specialty 的品牌设计84—案例分析：Hive 品牌设计86—案例分析：Inno 兽医医院87—案例分析：席勒的酒吧88—案例分析：B 餐厅的品牌89—案例分析：Oloom visual identity91—案例分析：Combines/Art Design Gallery Identity第四章 色彩品牌-黄第一节 黄色系的界定94—案例分析：HakaGroup 的品牌设计和邀请函第二节 黄色系的功能97—案例分析：“阿漫飞梨”品牌第三节 黄色系的使用103—案例分析：Gosloto 合作品牌设计104—案例分析：D & AD ICON SET106—案例分析：D & AD ICON SE110—案例分析：Wissotzky 茶坊第五章 暖色系设计暖色的选择与应用115—案例分析：菲利克斯酒店品牌116—案例分析：“甜蜜站”糖果店122—案例分析：2009 耐克全民竞跑124—案例分析：Everlasting adhesive calender126—案例分析：Ed 麦克洛克摄影工作室品牌131—案例分析：Emigre 电影工作室132—案例分析：Mooi Identity135—案例分析：Greta Gold - Fine Foods136—案例分析：Artwork for Fl.ag issue 15137—案例分析：Things Can Be Easier138—案例分析：Hungrys140—案例分析：“庆典”品牌144—案例分析：GOLDEN HOME146—案例分析：Southbank Centre148—案例分析：A. SELECT150—案例分析：Launch Campaign152—案例分析：Joie153—案例分析：Tapio154—案例分析：2007 illustration editorial magazine156—案例分析：Cimatics 07 AV Festival158—案例分析：Get Up Printing Kit164—案例分析：Restaurant Freud167—案例分析：Equal Exchange168—案例分析：广告小册子169—案例分析：Dott170—案例分析：Mont Orchid Riverlet172—案例分析：Centro Dram á tico Nacional179—案例分析：Bankside180—案例分析：优尚生活182—案例分析：Art Design184—案例分析：Dog Poo Bags186—案例分析：Grafik188—案例分析：STYLE YOUTH CITY191—案例分析：Casarotto Ramsay & Associates192—案例分析：Evident Mixtape & Grasu XXL & DJSwamp193—案例分析：切尔西品牌设计194—案例分析：费沙服饰198—案例分析：QUIZ BOOK第六章 色彩资讯

## <<品牌的色彩设计>>

### 编辑推荐

《品牌的色彩设计》为系列丛书，其中包括《品牌的色彩设计—冷色》、《品牌的色彩设计—暖色》、《品牌的色彩设计—协调色》三本，本系列丛书主要讲述了如何区分色彩，色彩与品牌的关系，消费者对于品牌形象色彩的视觉心理感受，不同类型的色彩对品牌建设的重要性，色彩如何体现品牌的文化特征等。

最后，以品牌设计师的角度，阐述在品牌建设中选择合适的色彩等有关品牌建设的重要观点。

本系列丛书通过这些色彩与品牌的内容阐述，能够使读者掌握在品牌设计中应用色彩来表达品牌形象理念的巧妙方法。

本书为《品牌的色彩设计(暖色调)》，由善本图书编著。

<<品牌的色彩设计>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>