

<<色彩营销>>

图书基本信息

书名：<<色彩营销>>

13位ISBN编号：9787030173232

10位ISBN编号：7030173236

出版时间：2007-5

出版时间：科学出版社

作者：下川美知瑠

页数：248

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>

<<色彩营销>>

内容概要

色彩是一把打开消费者心灵的无形钥匙。

对品质优良的商品来说，即使东西再好，如果使用一套差劲的色彩营销方法，就很难使消费者了解商品的真实内涵，更谈不上激发消费者的购买欲望。

如果用消费者不愿接受的色彩去传达商品的信息，很难想像消费者会是怎样的感觉。

传统的营销手法包括广告、人员推销、价格等都采取灌输方式，往往使日趋成熟的消费者反感，导致误解，并采取更为谨慎的购买行为。

而色彩营销在这方面表现出一种无形却又非常有效的沟通作用，让消费者能很自然地引起购买行为。

色彩营销，就是要研究和了解消费者心理，给商品恰当定位，然后给产品、包装、人员的服饰、环境装饰一直到购物袋等配以恰当的色彩，使商品成为“人--心--色彩--物质”的统一体，将商品的思想传达给消费者，使营销事业省力化和高效化。

这是现代企业不可或缺的运作过程。

<<色彩营销>>

作者简介

作者：(日)下川美知瑠 译者：陈刚 屠一凡

<<色彩营销>>

书籍目录

第1章 将来营销的视点 1. 目前正在发生的市场变化 2. 21世纪的社会发展趋势 3. 人口构成的变化 4. 生活方式的变化 5. 不同世代的不同价值观 6. 合作的新方向 7. 时尚商品营销的应用

第2章 什么是色彩营销 1. 什么是色彩营销 2. 色彩营销在今天还有效吗 3. 色彩营销的历史 4. 色彩的相关领域 5. 色彩营销的结构 6. 色彩营销的分类(按商业概念分) 7. 色彩营销的分类(按色彩概念分) 8. 色彩营销的分类(按色调分) 9. 色彩营销的分类(按颜色类型分) 10. 色彩营销的分类(按商品的生命周期分) 11. 时装领域的色彩营销 · 如何培养对色彩的敏感性

第3章 颜色是什么 1. 颜色是什么 2. 人是怎样看见物体的 3. 颜色的作用 4. 颜色的构造 5. 颜色和五感 6. 颜色与设计、颜色与材料(质感) 7. 颜色的对比与同化

第4章 色彩营销的实践 色彩营销的过程 1. 色彩营销的基本过程 2. 时装的营销过程和企划的关键 3. 食品的营销过程和企划关键 4. 家电产品的营销过程和企划关键 5. 汽车的营销过程和企划关键 6. 商业设施的营销过程和企划关键 7. 企业CI(企业形象识别)的形成过程和企划关键 8. 包装的营销过程和企划关键 色彩营销的研究和分析方法 1. 色彩营销研究的种类 2. 色彩研究的种类 3. 游览城镇、色彩漫游 4. 颜色的表示 5. 色彩分析的方法(颜色的属性分析) 6. 色名分析 7. 产品的色彩定位分析 8. 产品的形象定位分析 9. 生活方式的风格分析 10. 色彩分析表(伴随质感分析) 色彩营销概念的确立 1. 色彩营销的概念的确立 2. 色彩概念的确立 3. 营销概念的确立 色彩设计 1. 色彩设计的过程 2. 色彩选定的关键 3. 着色方法 4. 最近的着色趋势 5. 色彩搭配的模式 6. 色彩名称的重要性 7. 材料(质感) 8. 了解色彩风格的变化 9. 了解色彩风格的变化 10. 了解色彩风格的变化 有效利用反馈 1. 在新一季营销中有效利用色彩营销的数据 2. 坚持站在顾客的角度上看问题 分析色彩营销 1. 色彩营销的有效因素是什么 2. 色彩营销成功的基本要素 3. 色彩营销成功的基本要素 4. 色彩营销成功的基本要素 5. 为什么那种颜色会“畅销” 6. 分析色彩营销 · 成为配色高手的关键

第3章 色彩唱主角的不同领域营销 1. 时尚界的案例 2. 食品案例 3. 汽车的案例 4. 商业设施案例

第6章 色彩营销的基础知识 了解色彩形象 1. 色彩的形象构成 2. 色彩的心理效果 3. 色彩的联想 4. 色彩的形象 5. 色彩的象征性 6. 色彩的联觉 7. 色彩的喜好性 8. 形象与配色的关系(配色形象) 9. 用SD法进行形象测定 10. 色名引起的形象变化 11. 色彩的记忆 12. 色彩形象的变化事例 了解形象 1. 形象的重要性 2. 形象语言是形象的源泉 3. 流行形象的分类 4. 流行意识的分类 5. 流行品味的分类 6. 流行等级的分类 7. 流行趋势 8. 时代、样式、风格的分类 9. 个性色彩分析 了解时代(流行的变迁) 1. 流行色产生的过程 2. 经济景气度与色彩 3. 流行色的传播路径 4. 流行色的周期 5. 色彩变化趋势的着眼点 6. 流行色的发展过程 7. 流行色的变迁 8. 流行的变迁 9. 食品的变迁 10. 家电色彩的变迁 11. 汽车颜色的变迁 12. 时代变化导致色彩变化的事例 了解材料(质感) 1. 颜色丰富、种类多样的材料(质感) 2. 材料(质感)不同引发的色彩形象差异 3. 材料(质感)和色名 4. 材料的色彩战略事例 5. 新时代需要创造具有新质感的色彩 · 形象差异化战略的事例

第7章 不同领域的色彩相关知识 1. 时装领域的色彩知识 2. 食品的色彩知识 3. 室内装修的色彩知识 4. 美术的色彩知识 5. 展示的色彩知识 6. 日本传统色的知识 · 日本的传统色名

第8章 21世纪的社会发展趋势与色彩营销 1. 21世纪的色彩发展趋势与色彩营销 2. 老龄化社会与人性化色彩 3. 色觉与色彩营销 4. 回归日本传统颜色的色彩营销 5. IT社会与色彩营销 6. 生态与色彩营销 7. 企业、人的想像、创造 8. 食物和色彩营销 9. 治疗与色彩营销 10. 美容与色彩营销 11. 看护与色彩营销 12. 色彩和服务 · 成为配色高手的关键 参考文献译者跋

<<色彩营销>>

章节摘录

书摘 3. 游览城镇、色彩漫游 注意色彩，注意倾听 色彩营销的第一步始于对各种以色彩为主的事物的观察。

一边在街上散步，一边欣赏周围的色彩，可以给我们带来许多启示。

我们应该记下单色、配色、主题、材料等重要因素。

如果可以的话，使用色卡，在物品上贴近似的颜色，这样更加一目了然，还可以用相机、摄像机将店内的事物拍下来，保存视觉记录。

此外，观察场所要定点(确定街上易辨认的场所，例如原宿前的人行横道和银座的和光十字路口)、定店(确定有人气的商店和卖场)，这样更容易发现变化，随着时间的推移，人们对颜色的认识也在发生变化。

总之，“坚持就是力量”，我们要伸长头上的天线，保持对色彩的敏感度。

在街上做一番色彩调查后我们会发现，时装的流行色容易影响其他商品。

例如，“白色”作为流行色登场后，很快被采用到物品和装饰用品当中，并展示在橱窗和卖场。

如果一个受欢迎的时装品牌发布了橙色系的服装，橙色系列的物品会很快出现其他品牌的店铺里，这种情况也会出现在汽车和家电产品中，反映时代的颜色和我们的生活密切相关。

无论在哪里，我们都要认识清楚一种颜色是否具有威力，此外，还要注意配色的使用，把握配色倾向

。下页的图表是以街道为调查对象的案例，可以应用于对时装卖场和便利店内调查，以及超市的食品卖场、商场地下卖场的调查。

P80

<<色彩营销>>

编辑推荐

《色彩营销》从讲解颜色入手详细分析了色彩营销的概念、实践、应用领域及发展趋势，为读者从全方位展示了一个全新的营销方式。

《色彩营销》适合各行业营销人员、企业经理及对色彩营销感兴趣的读者阅读，同时也可以作为市场营销专业学生的参考用书。

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>