

<<我最想知道的色彩心理学>>

图书基本信息

书名：<<我最想知道的色彩心理学>>

13位ISBN编号：9787807634812

10位ISBN编号：7807634812

出版时间：2010-7

出版时间：广西科学技术出版社

作者：(日) 木下代理子

页数：219

译者：苏喆

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>

<<我最想知道的色彩心理学>>

前言

用色彩的力量获取成功人们常常说“不能以貌取人”，但现实中又有谁真正能做到了呢？当然了，如果要了解一个人的本性和他的真实面目，需要在长期的交往中慢慢把握才行。但是在现实当中，无论是恋爱还是工作往来，很多时候我们都会凭第一印象——“外表”去判断一个人。当然也有这样的情况——初次见面虽然印象不好，但之后经过多次交往，慢慢地了解了对方的本质，最初的误会也因此而消除。但是大多数时候，只能凭第一感觉判断，如果印象不好，那就没有“下次”了。特别是在电脑如此普及的今天，凡事都讲求效率，交流一般也是通过MSN、电子邮件等方式进行，人与人见面的机会越来越少了。在网络上相识五年，每天都要聊上半个小时的两个人，可能连一面都没有见过呢。正是在这种情况下，初次见面的第一印象才显得尤为重要。最近有一本书叫做《看上去的印象》，在日本很是畅销。它主要介绍了第一印象的重要性，可以说也是一本反映了时代主题的书。从心理学的角度来看，一个人留给别人的印象通常也是由他的外表来决定。这并不是我在这里危言耸听、虚张声势，很多实验都已经证明了这一点。关于外表也是有一定法则的。如果最初你给对方留下的是好印象，那么今后给他的感觉也是积极的；如果第一次你给对方留下了不好的印象，那么他每次看到你总会无意识地往不好的方向去想。某位著名猎头公司的CEO曾经说过：“面试的时候，决定一个人合格与否通常只需要几秒钟的时间。”当然了，面试的时候也会结合个人简历综合地考虑。但如果初次见面印象好的话，就会只注意个人简历里好的方面。面试官可能会这么想：“虽然学历不是很高，但还很年轻，慢慢教就行了！”但是一旦你给面试官留下了不好的印象，那么对方就会不自觉地挑你简历中的毛病。也就是说，第一印象是非常重要的。如果能给人留下一个好印象的话，无论是在人际关系上，还是在工作上都能起到很好的推动作用，让事情朝好的方向发展。能帮助你做到这一点的就是“色彩”。色彩表现出来的印象和情感等（非语言交流），往往比语言表达出来的（语言交流）更有效果，可以在人们有意识或无意识的时候影响到他们。有一个人就很好地使用了色彩的这种力量，即历届首相中人气最高的小泉纯一郎。在大选的时候，他每到一处，都能根据当时的情况相应地调整自己的形象很好地进行宣传，终于取得了最终的胜利。小泉本是一个个性很强的人，但有时为了表现出自己的“大众，亲民”，他会穿能在一定程度上压抑个性的灰色衬衫；为了表现出自己“富有同情心，朴实”，就会佩戴绿色的领带出现在海报和电视广告当中；在提出改革、解散众议院后的记者招待会上，他身穿难得一见的黑色西装外加一条蓝色领带，给人们留下了很好的印象。可见，在所有的提升形象的战略中，直接给人以视觉上的冲击的“色彩”最能左右大众的心。我并不是说小泉的政策有多么正确，有时他的装扮也会让人难以接受。但是，单从颜色的使用上来看，像他这么善于运用色彩的人大概非常稀少吧。从现在开始，稍微改变一下自己的衣服或小饰物的色彩搭配吧！一个小小的改变，就能改变你给别人的印象，说不定还会因此改变你的生活方式，甚至改变你的人生呢。接下来，我给大家介绍一个实际生活中的例子吧。我刚认识了一个朋友，她今年大概有30岁，由于是职业女性，平日她总是穿一身黑色的职业装，看起来非常精干。

<<我最想知道的色彩心理学>>

但是，工作进展还算顺利的她在恋爱上却屡屡受挫……于是，我向她推荐了橙红色。

刚开始的时候，她说自己没有穿过这么艳丽的颜色，心里很是抵触。

但还是硬着头皮按照我的建议，开始有意识地尝试穿橙色的衣服，数月以后就有了心仪的人，无论是工作上还是生活上都过得有滋有味。

此后，她的衣柜里也开始出现各种颜色的衣服了。

可能有人会想，这个例子太偶然了，但以我多年的经验来看，个性倔强或笃信自己的价值观的人，在日常生活中都不会轻易改变，服饰也是如此，有的人可能一柜子全是黑西装。

“能够很好地欣赏色彩的人，才能够很好地享受人生。

”这句话是我上学的时候，我的老师教给我的，也是我开始对色彩心理学产生兴趣的原因。

能够不断尝试新的颜色，正反映出一个人思想上的灵活性，也会让心情变得愉悦起来，慢慢地，思维方式和价值观可能也会因此而改变。

在平日的生活当中，当你想到“这种情况下，选用什么颜色效果比较好呢”的时候，就打开这本书看看吧。

希望在它的帮助下，你能够学会如何有效地利用色彩，但愿你能够快活地体味人生，过着愉快又有收获的生活，因为这才是我写下这本书的目的所在。

<<我最想知道的色彩心理学>>

内容概要

当下，越来越多的职场人士压力超载，病痛不断，甚至患上了焦虑症或忧郁症。

这些都是来自身体和心理的求救信号，我们该怎么办呢？

完全可以通过色彩加以缓解！

无论是想要释放压力还是提高业绩，或者赢得异性的青睐、提高工作效率、激发创意，懂点色彩心理学，绝对事半功倍！

有一个人就很好地使用了色彩的这种力量，即历届首相中人气最高的小泉纯一郎。

在大选的时候，他每到一处，都能根据当时的情况相应地调整自己的形象很好地进行宣传，终于取得了最终的胜利。

小泉本是一个个性很强的人，但有时为了表现出自己的“大众、亲民”，他会穿压抑个性的灰色衬衫；为了表现出自己“富有同情心，朴实”，会佩戴绿色的领带出现在海报和电视广告当中；在提出改革、解散众议院后的记者招待会上，他又身穿难得一见的黑色西装外加一条蓝色领带，给人们留下了很好的印象。

像他这么善于运用色彩的人还真是不多见呢。

从现在开始，稍微改变一下自己的衣服或小饰物的色彩搭配吧！

一个小小的改变，就能改变你给别人的印象，说不定还会因此改变你的人生轨迹！

<<我最想知道的色彩心理学>>

作者简介

[日]木下代理子，色彩心理学家。

日本色彩学会资深会员，日本临床心理学会会员，日本色彩诊断研究所所长。

擅长色彩心理分析，开创了运用图画进行心理分析的色彩诊断法，获有国际修曼色彩顾问许可证（国际专利）。

1999年获得“Color Floral Therapist”的商标，尝试用花进行心理治疗。

热心于个人咨询，学校和企业羁绊的人才教育研修或研讨会、各种演讲活动，此外也举办过上百场企业色彩指导和培训讲座。

所著书目《色彩为你带来好运的办法——工作、恋爱、金钱都会如你所想的色彩心理学》《从颜色看人的心理——32个成功法则》等。

<<我最想知道的色彩心理学>>

书籍目录

序章 色彩的力量 用色彩的力量获取成功 活用色彩，让我们的人生更精彩 颜色的真面目是电磁波？
根据颜色开出的心理处方——12种色彩的心理解说上篇 色彩处方笺——12种颜色的心理学 红色心理学 Red Column 1 红色，让理性判断变得钝化！
Red Column 2 “安全色”帮助我们避开危险！
Red Column 3 红色内裤必胜法，全身充满能量！
Red Column 4 红色的力量帮你增加自信！
蓝色心理学 Blue Column 1 缓解紧张情绪，带着蓝色签约！
Blue Column 2 看到蓝色的车，要谨防追尾呀！
Blue Column 3 手术服为什么多用“蓝绿色”？
Blue Column 4 蓝绿色帮你缓解压力，放松心灵！
绿色心理学 Green Column 1 有求于人？
去找喜欢绿色的人吧！
Green Column 2 使用深绿色，说教不再逆耳！
Green Column 3 海绿色帮你成为说服达人！
Green Column 4 绿色让会议不再难熬！
Green Column 5 妙用绿色来平息不满和怨言！ 黄色心理学 Yellow Column 1 黄色助你成为“求人高手”！
Yellow Column 2 黄色左右瘦肉店的销售额？
Yellow Column 3 借用黄色的力量打造健康体魄！
橙色心理学 Orange Column 1 橙色有助于唾液分泌，预防口臭！
Orange Column 2 巧用橙色，夸奖更具效果！
茶色心理学 Brown Column 1 想攒钱吗？
快换用茶色的钱包吧！
灰色心理学 Grey Column 1 灰色，让你的工作效率翻倍！
Grey Column 2 道歉时，看灰色的神奇效果！
黑色心理学 Black Column 1 黑色帮你提高忍耐力！
白色心理学 White Column 1 穿白色内衣，更快摆脱感冒！
桃色心理学 Pink Column 1 粉色呼吸法，揭秘明星的不老神话！
紫色心理学 Purple Column 1 活用紫色，包你创意无限！
Purple Column 2 紫色，好运源源不断的秘密！
淡蓝色心理学 Light blue Column 1 淡蓝色让凶巴巴的人瞬间变可爱！
下篇 商务场合中的实践技法 法则1 增加自信——红色和蓝色让你在激烈的竞争中坚持到底 法则2 博得好感(1)——色彩技法帮你增加“好感度” 法则3 博得好感(2)——蓝色，加深男人间的情谊 法则4 博得好感(3)——浅紫色，展露女性的魅力 法则5 博得好感(4)——多穿暖色系，赢得女性青睐 法则6 学会赞美——用粉色为女性再添一份幸福感 法则7 开拓新客户——使用正中对方下怀的黄色来决一胜负吧 法则8 强势营销——使用黑色，不再低声下气 法则9 常规销售——用橙色打造出让顾客放心的销售氛围 法则10 达成目标——红色和绿色，振奋士气的好搭档 法则11 调动积极性——用红色的力量激发我们的潜能 法则12 高效沟通——黄色能自然地缩短内心距离 法则13 出行海外——用绿色广交天下好友 法则14 商务应酬(1)——参加集会，根据情况选取不同的颜色 法则15 商务应酬(2)——茶色帮你做好东道主 法则16 商务应酬(3)——让铁蓝色来提醒你不要喝高 法则17 寻找赞助(1)——红色让你满怀激情地前进 法则18 寻找赞助(2)——有了普鲁士蓝，再精明的人都会放心 法则19 寻找赞助(3)——妙用橘黄色为你增华贵与温馨 法则20 激发创意(1)——黄色活跃思维，加强沟通能力 法则21 激发创意(2)——绿色开启创意的大门 法则22 产品研发——蓝色让你忽略研究工作的枯燥 法则23 提高工作效率(1)——米色让人静心，提高办事效率 法则24 提高工作效率(2)——小心，纯白色的墙壁让人焦躁不安 法则25 集中注意力(1)——蓝色帮你更好地集中注意力 法则26 集中注意力(2)——注意力小测验 法

<<我最想知道的色彩心理学>>

则27 缓解疲劳(1)——用让人苏醒的绿色跟压力说不 法则28 缓解疲劳(2)——在电脑四周摆放自然的绿色 法则29 缓解疲劳(3)——关于有放松效果的颜色 法则30 防范差错——不同情况下用颜色来防止差错 法则31 道歉(1)——灰色充分展现你的诚意 法则32 道歉(2)——代人道歉，蓝绿色提升你的可信赖度 法则33 道歉(3)——绝对不能在道歉场合使用红色和黑色 法则34 工作调动(1)——琉璃色给人以知性、可信赖感 法则35 工作调动(2)——蒲公英色帮你打造出爽朗亲切的形象 法则36 申请休假(1)——想休年假，请选用深蓝色 法则37 申请休假(2)——生病想休息，借用风信子的神奇效果 法则38 兼并与联合(1)——黑色和橙色，让并购顺利进行 法则39 兼并与联合(2)——谈判失败，用黑色和绿色来维持友好关系 法则40 表达抗议(1)——做好心理准备吧！
直接交涉时请选用黑色 法则41 表达抗议(2)——先下手为强！
让对手出乎意料的红色 法则42 制作海报——妙用让人出乎意料的黄色 法则43 培养忍耐力(1)——黑色让你拥有坚强意志 法则44 培养忍耐力(2)——蓝色为你带来忍耐下去的义务感和责任感 法则45 坚持到底——茶色催人孜孜不倦、脚踏实地 法则46 投资——用紫色来培养你的投资直觉后记参考文献

<<我最想知道的色彩心理学>>

章节摘录

插图：开拓新客户——使用正中对方下怀的黄色来决一胜负吧销售，根据商谈对象的不同，包含了个人、大企业、中小企业、事务所、学校等多种情况。

对方的职业和公司的规模、谈判事项不同时谈判的战略也会有所不同。

面对突然增加的客户或是新兴的业务，大概谁都会变得踌躇不决。

确实，双方彼此互不认识，彼此的印象都如白纸一般，稍感不安也是情理之中的事。

可事实上，这初次见面正是创造机会的最佳时期。

有这样的一种说法，叫做“第一印象”。

这是由美国著名的心理学家所罗门·阿希（Solomon E. Asch）提出来的。

他说：“人们最初给人的印象不管是好是坏，一旦形成就很难改变。”

也就是说，一个人（或一事物）最初留给人的印象往往决定了他的全部。

根据这个理论，我们可以推知第一印象是非常重要的。

既然如此，为什么不好好利用一下色彩带来的无意识的力量，从而给别人留下一个更好的第一印象呢？

初次见面，最重要的就是让对方接受你。

为此，我向你大力推荐“沟通色”——黄色。

黄色色彩明艳，给人以积极上进的感觉，容易让对方的心扉打开，也就是让对方有一种冲动或者说是欲望——“不妨听听他是怎么说的！”

除此之外，黄色也可以让你自身变得积极起来。

现在众多母亲的众多烦恼之一，就是“初次带着孩子上社区公园去玩的时候，如何进入邻居们的圈子里”。

也就是所谓的“公园初次亮相”。

这个时候如果你穿黄色的衣服，一定会较为容易被大家所接受。

商务场合中的颜色运用，最重要的是领带。

也就是说在经营新兴行业的时候一条黄色的领带是很不错的选择。

即便是黄色，也最好选用色彩较为鲜明的蒲公英色或中黄色。

亲自搭配一下吧西装：藏蓝色领带：鲜明的黄色或是中黄色、蒲公英色衬衫：白色鞋子：黑色Point

如果没有黄色领带，可以挑战一下黄色的手绢等小饰品。

Point 像内裤等看不见的衣物可以选择给你带来精气神的红色。

强势营销——使用黑色，不再低声下气销售过程中，根据对手的不同战术也要发生相应的变化。

“强势营销”说起来可能会给人一种很傲慢的印象，但销售的时候也不能一直低声下气的。

即便是“强买强卖”，也不乏成功的销售人员，他们能够充分抓住对方的心，提高实际的工作业绩。

那些认为销售工作就应该低声下气的业务员们，无意识地就会“黏上”对方，可是即便你打算通过喋喋不休来完成这项业务，心里面也是没有什么底气的吧。

“怎么就没有自信呢？”

“你大概会这么想。”

结果自己最真实的想法也没有传达过去，也同样没有获得对方的好感。

销售行业中，那些自信满满甚至可以说是盛气凌人的业务员反而会取得好的成果也是常有的事情。

最好的例子就是电视购物。

在这样的购物中，你感受不到对方是强加给你的，他们只是单纯地介绍商品的特性，或者表明他们对商品的超乎寻常的自信。

在介绍的过程中，消费者是感受到商品的魅力然后才决定购买的。

既然顾客会有这种心理，那么你该如何利用这种心理来表现商品的特性或是“特别的感觉”呢？

你需要使用什么颜色呢？

那个时候，诚心地为你推荐黑色。

你会看到那些著名的建筑师、设计师、艺术家都经常穿黑色的衣服。

<<我最想知道的色彩心理学>>

黑色象征着骄傲、自豪和权威。

不管是用于商品还是个人，黑色都可以带来不一样的效果。

如果是选用领带的话，建议你选择黑底带红色的款式。

因为黑色和红色搭配最能表现出“独一无二的特性”，最能制造出特别的感觉。

什么都不用你说，就能传达出你的意志！

常规销售——用橙色打造出让顾客放心的销售氛围那些有着固定客源的巡回销售，比起新兴业务来说会相对轻松一些。

但也正是这种安心感容易让人疏忽，在细小的事情上不断犯错。

如果定期去拜访客户的话，除了交谈最基本的话题，有时也不免会提到杂志和身边发生的事情。

可不要小看了这样的交流，你可能会觉得这是在浪费时间，而事实上，你却正在和对方建立一种更深层次的信赖关系。

最后，客户很可能对你信任有加，作出“非你不行”的决定。

这个时候，不妨使用橙色来加深安心感和亲近感。

橙色常被比喻成太阳的颜色，能给人以很温暖的感觉。

那种“家一样的安心感”会让对方打心眼里喜欢你，把你看作是个“善良的好心的人”。

因此很适合用此颜色来抓住对方的心。

比方说，你可以把它用在领带或是手绢等小东西上。

达成目标——红色和绿色，振奋士气的好搭档实际工作当中，除了“想提高销售成绩”的目标以外，人们还有很多其他的目标。

职业不同，人们的目标也各有不同，但无论是谁，都是为了“某种目标”而不断努力的。

要实现目标，首先要做的就是振奋自己的士气。

定目标一定要符合自己的内心，否则不管你设定多少目标也只是停在表面的层次上。

成功的关键，是你如何让目标深入到内心当中。

那么，怎样才能把“士气”灌输到心中呢？

要对内心施加影响，最好的办法就是首先从视觉上接近。

如果你留意一下，就会发现人寿保险公司或者汽车销售公司，总是会把“今年的签约目标”，还有“今年的销售目标”等张贴出来，或是登在板报上。

但是如果光写数字的话，初期的时候可能还会有具体的数字记录，但是再过半年、一年就会变得千篇一律，渐渐地就忘记了当初的目标。

这样好不容易定出来的数据到最后反而没了效用。

所以很有必要在这方面下点功夫，让大家可以长时间的记住，并且始终保持对数字的鲜明印象。

多项实验已经证明，和语言相比，人们对通过视觉得到的信息印象更深，记的时间更长。

明白了这一点，制作海报的时候就不要忘了灵活地运用颜色的效果。

颜色的运用，可以使原本卖得出去的东西卖不出去，相反的也有可能大大提高销售量。

在这方面，最有效的颜色组合是红色和绿色。

这两种颜色互为“补色”，也就是说在色彩的世界里可以互为补充。

类似于“阴和阳”“正和负”的关系，两种颜色处于一个相对的位置。

从单个颜色的效果上来看，红色象征“干劲和勇气”，是能给人带来进取心的颜色。

绿色则会带来“安定和平和的心情”。

而红色和绿色进行组合又会产生新的意义。

这样的组合被称作是“色彩复合词”。

红色和绿色的组合，象征着“强烈的愿望”、“强烈的成功感”。

作为一名色彩顾问，我也常用这样的组合去形容那些正在尝试一件新事情或是士气高昂，一定要达成某种目标的人们。

利用这种特性，你如果用这种红色和绿色的组合来表述数据的话就一定会加深大家对数据的印象。

因为这种颜色会深入人心，使大家在心里树立朝着这个方向去努力的目标。

另外，不知道大家有没有注意到，这种“红绿”组合在平时也可以看到哦。

<<我最想知道的色彩心理学>>

想想看，“圣诞节”的时候，是不是到处都巧妙地运用了“红绿”组合呢。

特别是到年末的时候，不只是圣诞节，面向岁末和新年的高消费时期也常常会看到这样的组合。

在颜色的影响下，顾客就会从“是买呢，还是不买呢”的疑虑中走出来，直接性地选择购买。

实际上，如今已经形成了一个专门的学科——色彩营销学。

色彩对商品的销售影响实在太大了，在产品同质化趋势日益加剧的今天，如何让你的品牌第一时间“跳”出来，快速锁定消费者的目光，只能完美地使用色彩。

色彩就是一把打开消费者心灵的钥匙。

好的色彩不仅可以向消费者传达商品的信息，而且能吸引消费者的目光。

美国流行色彩研究中心的一项调查表明，人们在挑选商品的时候存在一个“7秒钟定律”：面对琳琅满目的商品，人们只需7秒钟就可以确定对这些商品是否感兴趣。

在这短暂而关键的7秒钟内，色彩的作用占到67%，成为决定人们对商品好恶的重要因素。

美国色彩研究中心曾做过一个有趣的试验，研究人员将煮好的咖啡，分别倒入红、黄、绿三种颜色的咖啡罐中，让十几个人品尝比较。

结果，品尝者一致认为，咖啡的味道不同：绿色罐中的咖啡味道有点酸，红色罐中的味道极好，黄色罐中的味道偏淡。

由此，在系列试验的基础上，研究者得出结论，颜色能左右人们对商品的看法，适当的色彩包装能促进产品的销售。

很多国际大公司都很精通色彩的应用，能够成功运用色彩促进产品销售的案例很多。

在“汽车王国”德国，因色彩不同导致的汽车价差更可多达300欧元。

大众公司就成功推出了自己的“立体色彩营销”方案：经济型轿车市场定位在普通收入的消费者，由于这个价格区间的目标消费群体数量最庞大，大众汽车制定了尽可能丰富的备选颜色，主要为鲜艳、明朗、轻快、时尚的色彩；中档车型已逐渐融入了商务用途，颜色过于鲜艳自然与场合不相匹配，因此所选颜色应比一般经济型轿车略有收敛，但又不宜过分凝重，如深绿等色彩；而高档车一般集家用、商用于一身，所以颜色比较沉稳，以黑、白、银色为主。

最让人津津乐道的一个案例是美国的苹果电脑。

1999年苹果在整个公司业绩平平的情况下，推出了名为“iMac”的新款电脑，放弃了过去一成不变的米黄色而将外壳色彩变为五种颜色，虽然当时售价比其他电脑高出数百美元，但却创造了平均15秒钟售出一台的销售奇迹，扭转了当时苹果公司的不利局面。

<<我最想知道的色彩心理学>>

后记

后记13年前，我有幸成为色彩心理学大师——大守光子老师的学生。
当时关于色彩的读物非常少，只有图书馆或者专业书店才有相关的介绍。
但现在到书店里转转，就会发现关于色彩的书已经很多了，这也正说明大家对色彩的重视程度在不断提高了。
在这里，我由衷地感谢你在众多的书中选中了我这本书，并坚持读到最后。
看过以后，你是不是也对颜色有点兴趣了呢？
最初的时候，这本书是以“色彩改变人类心理”为名，于2004年3月在日本开始发行的。
但是对于色彩的活用，并不是看完一遍就能立即掌握的。
我认为只有在不断尝试的过程中才能得以真正的掌握。
“这种情况下选什么颜色比较好呢？”
“为了方便大家在想到的时候可以随时拿出来阅读，特意又发行了这种小型的方便携带的版本。
我感到特别开心的是，现在有很多男性也开始对色彩有兴趣了。
虽然经常听到有人说色彩的作用比较感性，形态的作用比较理性，但是一向主张理论优先的男性能对颜色产生兴趣，也着实是件让人开心的事。
因为不管怎么说，颜色能丰富你的心灵，提高你的感性程度。
近年来，为工作等身心疲惫的人越来越多，这其中有心病的人也越来越多。
如果你正为营业额或是一些数字烦恼着，不妨多去看看都市当中的自然的绿色，借此来丰富一下你的心灵。
也有人看过一瞬间的夕阳而顿时觉得心情大好，心病自然消除的。
不要光想着“要再出点成果、把销售额再提高一点”，你要知道如果自己正处在一个不健康的状态，这样下去，本来可以售出的东西到最后都有可能卖不出去了。
反映身体和心理的某种信息的颜色，正是你解决当前的烦恼和问题的关键。
衷心地希望你能根据色彩判断自己正处于一个什么样的状态，然后再通过颜色适当的解决，并争取人生的“胜利”。
最后，要特别感谢所有为本书做过贡献的人，在这里向你们表示衷心的感谢！

<<我最想知道的色彩心理学>>

编辑推荐

《我最想知道的色彩心理学》：日本亚马逊书店顶级畅销书,FBI必知的色彩读心术打破年龄界限，最实用、可操作的职场色彩百科全书把色彩当做竞争武器，在职场赢取最终的胜利木下老师的色彩教室：

● 看色识人：从着装颜色洞悉一个人的内心秘密，轻松变身色彩FBI！

● 职场提升：黑色绝对不是职场霸王色，活用色彩，平步青云！

● 服装搭配：商务场合讲究多多，正装的N种色彩搭配全揭秘！

● 色彩营销：提高销售业绩有多难？

最为神奇的色彩营销法帮你搞掂一切！

● 看色求人：求人办事也有诀窍，察言观“色”暗藏奥妙！

● 色彩减压：抑郁、烦躁、焦虑……色彩疗法无敌PK职场副作用！

● 色彩理财：省钱or投资，你不可不知色彩的法则！

● 色彩养颜：想再年轻10岁？

试试粉色的魔力！

<<我最想知道的色彩心理学>>

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>