

廣告色彩應用與色彩心理學

廣告色彩應用

這是一則外賣廣告。設計者在畫面中運用對比色，各種色調的紅與綠穿插在人物中，使畫面頓時流光溢彩。色彩的運用已十分到位，在人物的編排方式上，由近到遠的視覺流程更增加了畫面的層次感，使對比色產生的刺激轉為輕盈飄逸。這則廣告顏色上的搭配個性而獨特，觀者將會被這豐富的色彩牢牢吸引。



色相對比



▲ 這是一則公益廣告，作者將兩種存在色相差異的洋蔥比作膚色不同的人，顏色上的差異使畫面的主次關係顯得明朗、直接，廣告將這種種族歧視表達得簡單而深刻。

明度對比

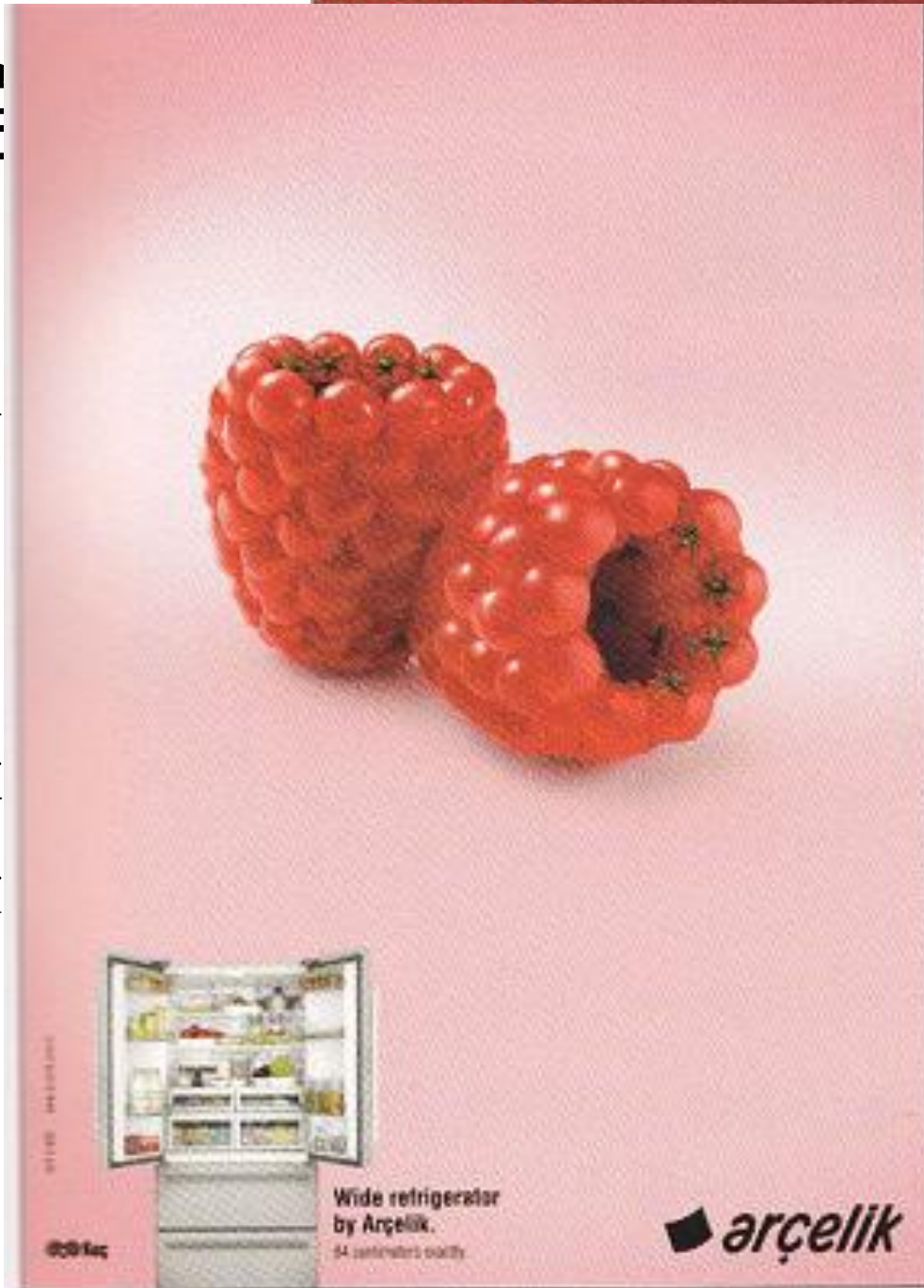


設計者在廣告中只用到了藍色系，並根據其明度上的變化形成廣告的中心肖像，表現了打印機對色彩不同明度的捕捉能達到驚人的精確程度。

廣告

- 色彩給人的感
- 情緒上如喜悅

- 機能上如冷暖
- 如冰箱廣告表



Wide refrigerator
by Arçelik.
64 centimeters quality.

arçelik

6'2"

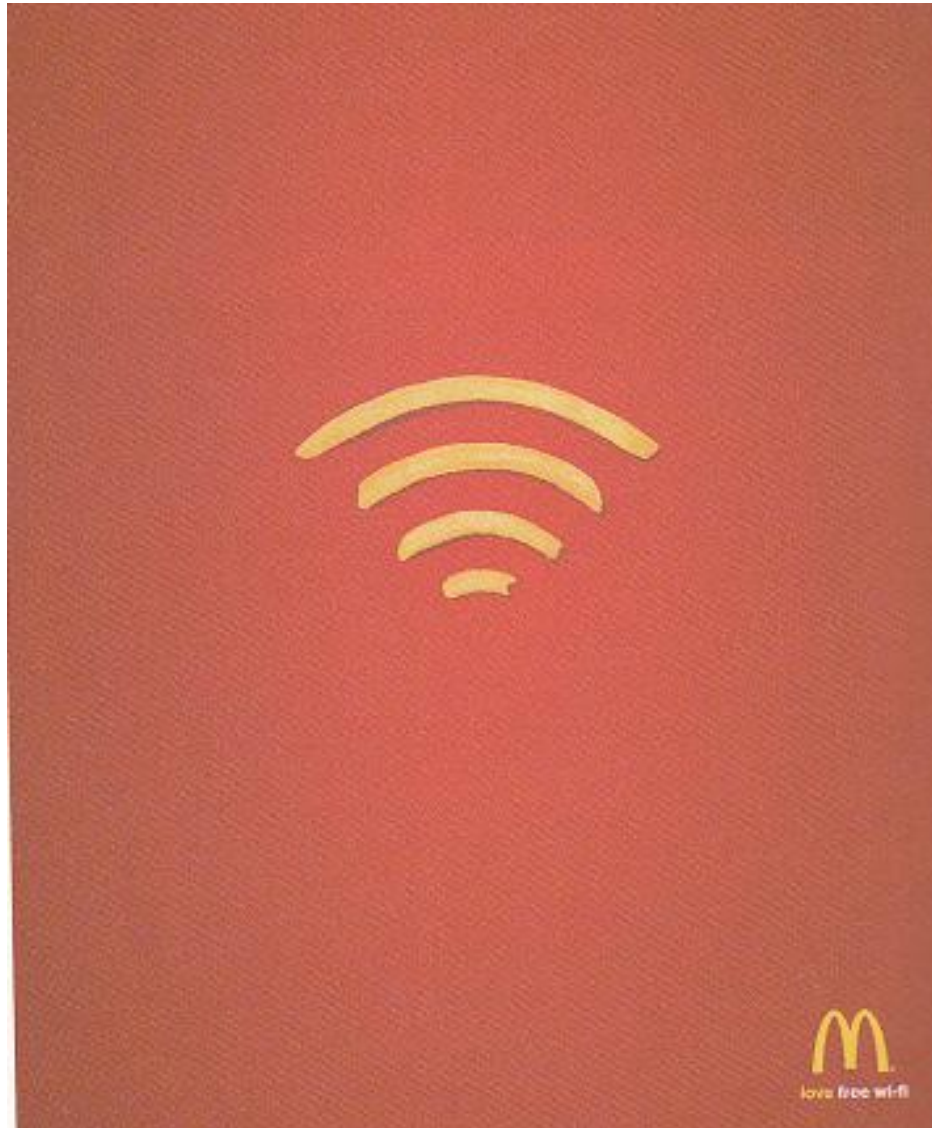
色彩

©2014

www.arçelik.com.tr

64 cm

企業標示(形象)

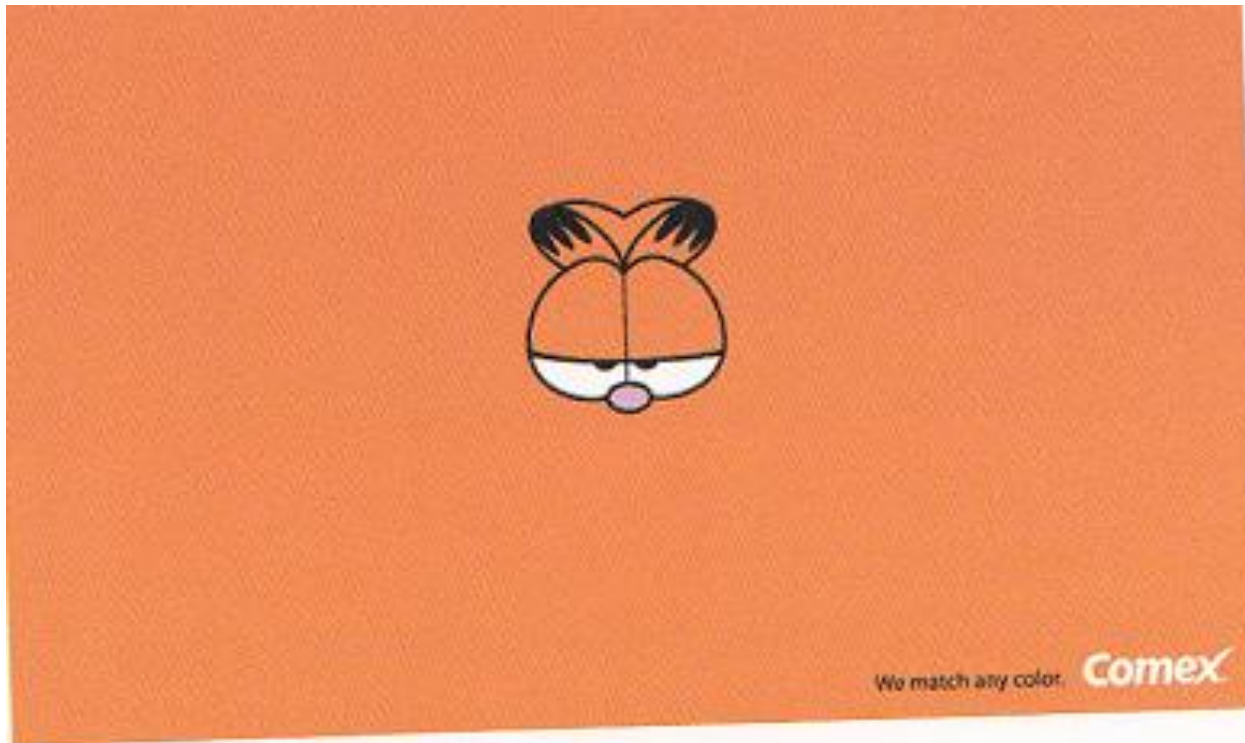


紅色: 鮮豔與熱情，表喜慶與好運



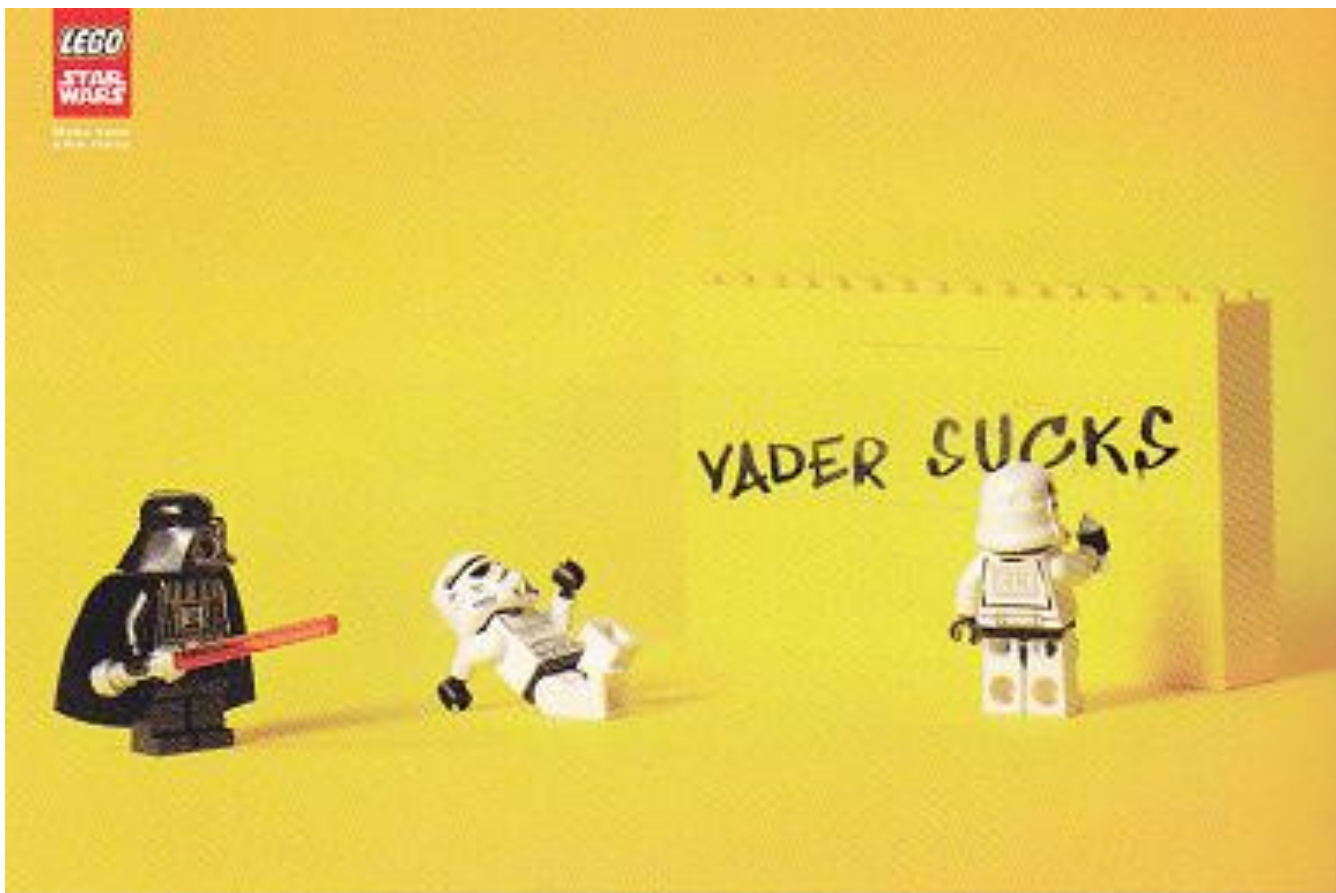
這是一則食品廣告，畫面的主色調為紅色，辣椒的剖面與鮮豔的紅刺激著觀者的視覺神經，激發其味覺。紅色的張揚與刺激將辣椒的口味詮釋得地道而形象。

橙色: 活潑充滿朝氣，有成熟感



這是一則油漆廣告，加菲貓凌人的眼神與大篇幅的橙色結合搞怪與穩重的畫面，顯得格外俏皮，這種心理與視覺上的呼應讓人忍俊不禁，為廣告的宣傳達到了積極作用。

黃色:明亮純潔天真,象徵歡樂與活力



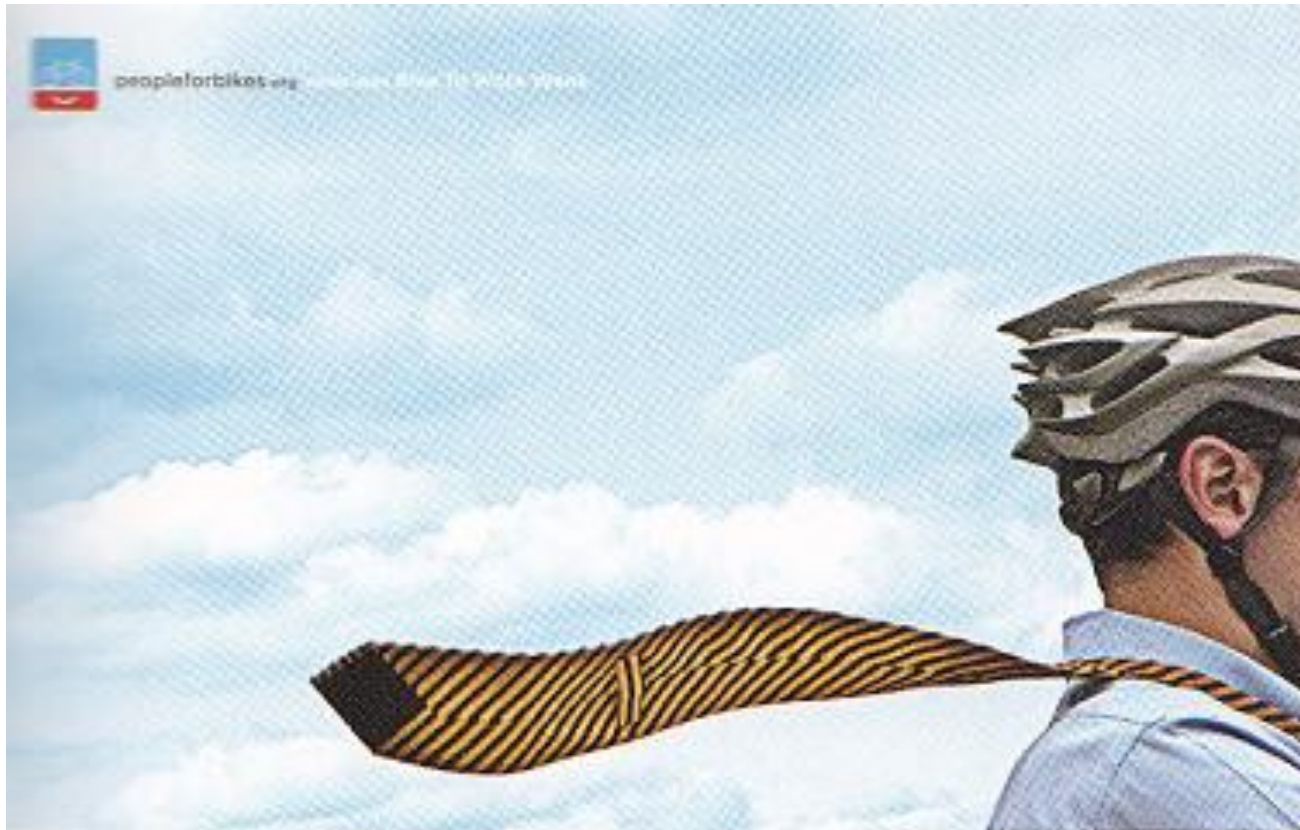
這是一則玩具廣告，亮麗的黃色使畫面內容顯得單純而有活力，設計者在畫面中合併黃的醒目與玩具的吸引，以達到對兒童最強的吸引。

綠色:原始色, 象徵新鮮安全和平



這是一則牙線廣告，畫面以深綠為主，蔬菜以及綠色的無公害象徵著健康，與廣告的主題不謀而合。畫面中的綠拉近了廣告與觀者之間的距離，這種自然而清新的廣告更容易被消費者接受。

藍色：淺藍表乾淨，深藍表憂鬱



這是一則單車廣告，設計者選擇從側面來對產品進行闡述，廣告主體人物的定格充斥著流線美，結合背景中令人舒暢的蔚藍天空，廣告將踏單車的舒適與運動的韻律感表露無遺。

紫色：浪漫與神秘，淺紫名貴高不可攀，深紫浪漫與神秘的貴族風



▲ 這是一則兒童廣告，畫面集合了紫以及接近紫色的深藍作為主要基調，設計者借助紫的神秘，將孩童單純的夢境塑造得生動活潑，深邃的畫面色彩恰好勾起消費者的好奇心，為在消費者心中留下深刻印象埋下伏筆。