

CHINA
COLOR
TREND
BOOK
2010

The image features the title 'CHINA COLOR TREND BOOK 2010' in a large, elegant, serif typeface. The text is arranged in five lines. The first line is 'CHINA', the second 'COLOR', the third 'TREND', the fourth 'BOOK', and the fifth '2010'. The letters are filled with a light gray color and have a subtle, intricate pattern. The 'C' in 'CHINA' contains a small bird perched on a branch with berries. The 'O' in 'BOOK' features a stylized leaf and branch. The 'O' in '2010' is filled with a floral design, including a large flower and smaller buds. The entire text is set against a solid black background.



中国创意精神

中国クリエイティブマインド
CHINA CREATIVE MIND

1

中国创意精神

中国クリエイティブマインド

CHINA CREATIVE MIND

1

中国社会背景 中国の社会背景 CHINA OVERVIEW

04

社会現象考察 社会現象の考察 Social Events

10

消費者意識考察 消費者意識の地殻変動 Consumer Behavior

16

时代的象征符号 時代を読み解くキーワード Keywords of the times

2

中国创意 中国クリエイティブアクティビティ CHINA CREATIVE MIND

20

艺术灵感 アートインスピレーション Art Inspiration

38

锋锐的设计师创意 最先端のデザイン・マインド Cutting Edge Designer's Mind

66

色彩前沿 中国カラートピックス China Color Topics

72

时尚地标 トレンドスポット Trend Spot

80

活动精选 イベントトピックス Event Topics

3

中国平面设计花絮 中国のグラフィックエッセンス CHINA GRAPHIC DESIGN ESSENCE

86

汉字体 フォントの実態 Chinese Font Design

Cutting Edge Designer's Mind

锋锐的设计师创意
最先端のデザイン・マインド

translated by Asako Ohashi, Zhou Xin

本号で紹介の学者とデザイナー们都有一个共同点。拥有深厚的文化素养、丰富的经验、坚强的信念与使命感。同时又温雅谦和，充满幽默。洋溢东方美感的设计意境中细腻地融汇着当代的表现手法。精雕细琢的细节中投射着对于传统和现代的探究之心。他们能惊讶地将中国设计展示于世界舞台，充满创意和激情，魅力无穷。注视他们的身影，我们会悟到真正的中国文化人之精神所在。

彼らは深い文化素養、豊かな経験、強い信念と責任感を持ちながら、おろかで、謙虚で、ユーモアに富んでいた。そのデザインワールドは、東洋的な美意識に浸かっていた。現代のテクニクが繊細に生かされ、世界の人々にも響く魅力に満ちていた。こだわり抜いたディテールが、伝統と現代への探究心を物語っている。世界が注目する舞台に堂々と、驚きを持って登場する。クリエイティブ性とエネルギーに満ちた中国人デザイナーから、真の中国文化人の姿をみた。

All of them had deep cultural grounding, various experiences, strong faith and sense of responsibility, and refined manner, modesty, cheerful and humorous. Their world of design was entirely filled with the oriental sense of beauty, also expressing well-balanced modern technique. The well-honed materials and details demonstrated the tradition and spirit of inquiry to modernity. The Chinese designers globally reputed, with full of creativity and energy, indicated the genuine attitude of Chinese man of culture.

"I'll do my best to realize the ultimate beauty on the stage."



徐家华

PROFILE 1,

采访者：郑霞 / Interviewer: Zhan Xia

Xu Jia Hua / Hair & Makeup Producer





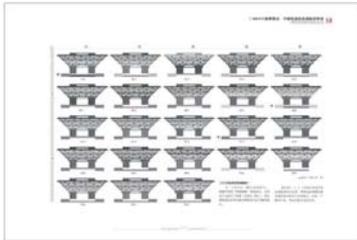
01 油漆材料调色



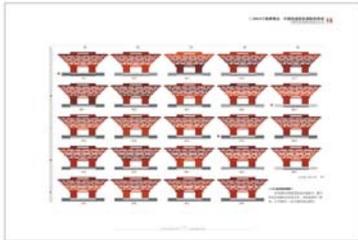
02 外立面用色材料样



03 工段材料样



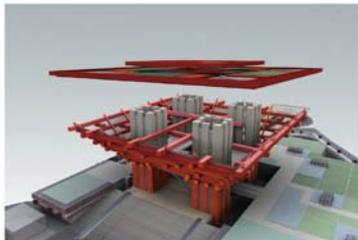
04 单色用色构成图



05 色彩构成图



06 方案效果示意



07 细节二面效果示意



08 正立面晴天效果三视示意



09 正立面阴天效果三视示意

采用多色塑造一个建筑立面的启示,来自两个方面,其一,得益于传统中国建筑色彩营造的启迪,诸如:故宫的色彩就善于采用多色营造,不同的墙、影壁、门、窗、柱、梁、枋、藻井……采用不同的红色色,其睿智表现在用色得体,浑然天成。其二,生命体色彩的启迪,凡有生命的色彩均由微差构成,而且,每一种色均处在合适的部位,而通体一色则显得呆板僵化,因此,深化设计的关键就是将这种启示融入建筑体中,取得比较满意的效果。

分析建筑形态与内外空间环境的关系,是非常重要的环节。我们发现中国建筑形态如同一柄巨大的“阳伞”,建筑立面在阳光下的光影变化不同于常态建筑,为此,我们专门作了白昼不同时间的日照分析,模型分析显示:中国建筑在地理上的经纬度方位决定了,建筑主体形除了早晨太阳东升和傍晚夕阳时分,东西西立面能够大面积受光之外,大部分时间的建筑立面均隐在大屋顶的遮掩下,为了使阴影中的建筑立面依然能够显示“中国红”生动的色彩效果,我们将这个组色根据在不同位置上的顶、梁、枋、斜撑、柱体等结构以及内外关系,赋予相应的颜色,使这个色彩形象的塑造策略呈现出上下关联,内外呼应,有机穿插,浑然一体的感觉。

3.关于大面积红色对视觉褪色残像消解的办法,以及现场判断和修正
当方案及色卡打样确立之后,就要在施工现场审视材料打样,在审视打样过程中发现,处在受光部位的1号色明度较深,考虑到地标建筑色彩宜平和些,对其作了弱化调整,即将原来的1号色除去,将2号和3号色之间再生一色,而使2号色替代原1号

た。こうしてできたモノトーンのパレットを“中国红”のカラーパレットに置き換へ、赤グループの構成を解釈にした。そこから最適な色を選び、深化設計に進めた。多色で建体面を彩色したには、二つのヒントがあった。一つは中国伝統建築の彩色手法,例えば宮殿の彩色はまさに多色構造であり,異なる壁、影壁、門、窓、柱、梁、枋、横櫓一様な赤が巧みな技法によって実に調和している。次に,自然の生命体の色。生命を持つ色彩はすべて微妙な色差を持ち,個々の箇所に通した色がある。単色だけでは味気ない,深化設計のポイントは,そうしたヒントを生かして,建築にもっとも理想的なカラーリングを施すことにある。

建築形態と内外空間イメージ分析は重要なステップであった。中国の建築は巨大な“傘”のような形で,日照下の建築立面の影の変化は普通の建築と異なっていた。異なる時間帯の日照分析を行い,模型分析の結果,経緯度方位によって,建築主体は東西両面が朝日と夕日に大面積の受光を受ける以外,ほとんど大きな屋根の影に覆われている。除翳に置かれる建体面で見えなかった“中国红”の色彩効果を見せるために,頂、梁、たる木,斜め切梁、柱などの構造と内外部の関係に合わせてそれぞれ色を合わせた。この組み合わせによって,上下,内外が関連性をもち,有機的な一体感が生まれた。

3.大面積の赤色による视觉褪色残像の解消方法及び現場修正について
カラーパレット案と色見本が確定してから,施工现场での色確認が行われた。そこで,

under the natural sunlight, both in and outside. It is an absolute landmark building of unique shape and strong construction. For effective function of color palette standard, we numbered the colors correspond to the building's face and lightness of the palette, created a palette of 5 x 5 colors links up with the order of both lightness and constructional structure. When the mono-tone palette was shifted into the "China Red" palette, the component of the red group got to ready to work. The color structure planning was proceeded with the most suitable shade based on the palette.

There were 2 hints for us to choose multiple shades: Firstly, the color scheme of the Chinese traditional architecture. The coloring of the Imperial Palace demonstrates obvious multi-shade structure, such as each walls, screen wall, gates, windows, pillars, beams, sandalwood, horizontal inscribed board... they have been beautifully harmonized with skillful method, using multiple shade of reds. Secondly, the natural color. All the color of living thing shows delicately identified color, each part have their own suitable colors; the thing only with a single color looks absolutely flat. The point of color planning is to use these hints for the coloring on the building.

To analyze the building's shape and the space environment was an essential step. As the China Pavilion shaped like an enormous umbrella, the transition of

色, 2、3之间新生成的颜色变为2号色, 3号色是大面积和最大的主色, 依然保持不变。4号色最艳丽, 面积也最小, 位于最低的横梁和最低的椽子的位置上。中国建筑上的“中国红”, 其面积无疑是巨大, 我们依托建体表面的条状起伏结构的肌理面所产生的冷暖色平衡现象来消解褪色残像。在这个空间中, 建筑物的受光与背光, 以及反射光和影响色光之间总会形成互反关系; 前者呈冷色调, 与它相反关系的色光则呈暖色调。这种冷暖交织而成的复杂色彩关系, 与大的暖色色的天空背景结合, 在视觉中便会形成一种平衡关系, 这种平衡关系, 便有助于消解红色带给视觉的褪色残像。

中国建筑将这组颜色演绎得浑厚端庄, 大气磅礴, 使人能够感受到我国当代红色文化精神特有的风采——“红分七色, 一脉相承, 正气相融, 和而不同”的气象, 应该说; 本次设计及其实现能够获得公众认可, 有赖于博物馆中国馆领导、设计团队专家们对我们的信任, 有赖于高水平的工业制造保障, 以及我的助手们的努力。

受光部位の1号色の明度がやや低いことが分かった。ランドマーク建築の色彩の影響を考慮し, 弱めるように調整した。もとの1号色をはずし, 2号と3号色の間に新たな色を設け, 2号色を1号色に変更し, 新色を2号色とした。3号色は面積の最も大きい主色としてそのまま残し, 4号色はもっとも艶やかで, 面積も小さく, 一番低い横梁と低い位置のたる木に施した。

中国に施される“中国红”は, 面積が巨大であるため, 建体面の条状起伏構造の木肌面によって色の寒暖バランスを調整し, 褪色残像を解消しよう心がけた。この空間では, 建築物の受光と背光, 反射光と影響色光の間に相反関係が生まれる。前者は寒色色をおび, その相反関係にある暖色味が現れる。寒暖の組み合わせによって複雑な色彩関係が形成され, 大きなスケイラーの空の背景とあわせて, 視覚的なバランスをもたらす。このバランス関係が褪色残像を解消することになる。中国館建築はこのカラーグループに実に繊麗で威厳ある色彩効果をもたらした。これは, 中国の赤色文化特有の“红分七色, 一脉相承, 正気相融, 和而不同”(赤に七色あり, 道とした主張により色差に調和あり)の精神を現しているといえる。また, 今回の色彩設計は上海万博局, 中国館責任者, 設計團隊の専門家の信頼を得て, 高い技術力, 助手たちの協力を得て初めて実現できた。

shadow under the sun was extraordinary. We analyzed the sunlight by different time zone and the model test, concluded that the main part of the pavilion will be mostly located in the shadow of enormous roof, besides the period of sunrise and sunset which brings large lighting to the pavilion's Eastern and Western faces. In order to realize lively effect of the "China Red" on the face of pavilion covered with shadow, we chose the suitable shade of the red for the top, beams, rafters, braiding, pillar, according to the proportion between the internal and external structure. This coordination work delivered a systematic identification to the pavilion with a consistent connection between the top and bottom, inside and outside.

3. The method of the complementary colors caused by the red of large area and its adjustment
Upon the determination of the color standard and palette, we moved to the building site to confirm the color plan. We have recognized the lightness of the shade No. 1 was slightly stronger. Taking the impactive impression of the landmark building, the shade was adjusted to milder. We have cancelled the original shade No. 1, and located a new shade between the shade 2 and 3, then numbered the original shade 2 into 1. The new shade was numbered shade 2. The shade 3 was maintained as main color for the largest area's coloring. The

色彩前沿

中国カラートピックス

China Color Topics

国际流行色 2011中国色彩流行趋势

中国流行色协会 拟定 配合：崔唯 高宇菲

インターカラー 2011 中国カラートレンド

中国流行色協会 調査 協力：崔唯 高宇菲

Intercolor 2011 Color Trend in China

China Fashion & Color Association / Zhaoxia
Cooperation: Cui Wei / Gao Yu Fei

「色彩前沿」一章中介绍的是中国流行色协会代表中国向国际流行色会议提出的《国际流行色2011中国色彩流行趋势》提案。作为政府机构，中国流行色协会主导着以服装面料行业为主的流行色研究和应用，介绍国际流行色动向，主持全国七大城市居民色彩嗜好调查，展开色彩教育和普及工作，为中国时尚产业带来品牌策划和新产品开发灵感。

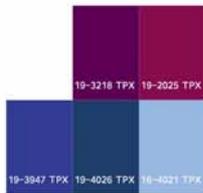
「中国カラートピックス」の章では、中国流行色協会が国際流行色会議(インターカラー)に対して提案した「国際流行色2011中国流行色トレンド」の内容を紹介します。政府機関として中国流行色協会は、中国のアパレル、テキスタイル業界を中心に流行色の研究及び応用を主導している。国際流行色トレンドの紹介、全国七都市における住民の色彩嗜好調査、色彩の教育や普及活動など、中国ファッション企業のブランドマネジメントや新製品開発を触発している。

This chapter introduced the "2011 China Fashion Color trend" proposal by China Fashion Color Association to the International Color Conference. As a government agency, China Fashion Color Association dominated the color research and application in fashion field, introduce international fashion color trends; led color surveys of urban resident's preferences over seven major cities; expand color education and popularization for the Chinese apparel and fabric industry profession in the brand planning and new product development.



EASY
COMFORT

REALITY



2011 春夏中国色彩流行趋势

2011 春夏中国色彩流行趋势
2011 Spring / Summer Color Trend in China

后经济危机下的反思

背景 世界的经济秩序，人们的生存方式和心态就像被推倒的多米诺骨牌一样，等待重新构建。

金融危机的爆发，生态环境的恶化，疾病的传播都在提醒着我们重新审视人类与自然的关系，是消极地应对？还是采取更加积极和主动的态度解决上述问题？我们正在反思。

从水晶宫到埃菲尔铁塔，从蒸汽机到电话……一个半世纪以来，世博会一直是人类文明进步的“万花筒”。2010年首次以“城市”为主题的上海世博会，将地球人的目光聚集在对生态的保护、对能源的有效利用、对人生存环境的尊重上。人，生命，星球，足迹，未来，这5个主题词，将成为中外人关注的焦点。

在这样的背景下，我们应该如何选择绿色来推动社会的发展和调节人们的心态。

色彩总体印象 2011年春夏的色彩是一种理性的选择，我们用人类的智慧去规划自己的未来。一系列明亮的、柔和的色彩伴随着人为的痕迹，鲜艳的色彩在灰色和白色的映衬下，像绽放在水中，清澈、透明，这对我们心灵的净化和洗涤，告诉我们该如何去思考，使我们远离焦躁不安。

本季关键词

自然、繁衍、净化、绽放、自由

1. 生生不息

关键词：生生不息、生命、自然、茁壮
今天，人类为了保护地球上的家园，使我们生存的星球永远生生不息，就需要学会与自然共生共存，珍爱生命，珍视自然。只有这样，地球和人类才能不断繁衍生长，永不停止。绿色是生命的象征，给予我们心灵的洗涤，让我们对经济和文化的繁荣充满新的希望，晶莹剔透的黄色、光滑、油质的浅棕色、木质的棕褐色、柔和的暖灰色，充分彰显紧张的心情。

2. 净化城市

关键词：净化、柔和、亲切、自然与科技
城市作为现代人类的重要家园，它的存在离不开与自然环境的协调，离不开科技手段的支持。预计到2010年，全球总人口中的55%将居住在城市，我们要利用自然与科技的结合，给生活在城市中的人们一个温暖、柔和、洁净、没有任何污染的空间。这是一组高明度的、柔和的色彩，细微变化的粉彩色是这一主题的主角，使我们感到亲切。

3. 初晴绽放

关键词：清新、洁净、崭新的、阳光下绽放、明媚的绽放

经历过风雨彩虹，初晴后带着雨露的花朵在明媚的阳光下绽放，每天都是崭新的一天，即使经济萧条、疾病蔓延、自然灾害时有发生，令人们的内心深处充满着不安与恐惧的阴影，但是，充满生命力的人类已经开始理智地反思，并在曲折的成长过程中走向成熟，在成熟中又不断探索并继续前进。所以，每一次危机压力过后总是黎明的绽放。

色彩如同露水犹过一样清新、洁净，红色、橘红色在白色、浅湖蓝的映衬下，显示了纯洁的希望之光。

4. 心灵狂欢

关键词：释放、绚丽的、艺术的、自由的
现实中虽然有很多问题存在，但我们坚信人类的智慧无限，对于今天，未来是一个不可预知的梦，但梦是彩色的，在梦中，人们的心灵得到释放，乐观向上、激情迸发、清幽的明黄、粉绿、暖光的紫色、大海的湛蓝交相辉映，色彩是绚丽的、复杂的、自由的，充满了未来派的艺术气息。

小结 本提案通过四组色彩讲述了人、生命的繁衍，社会的发展以及人与地球环境相似、共生共荣的关系，我们只有跟随自然的足迹，才能在宽广的草原上驰骋。

经济危机以降を考ふる

背景 世界経済の状況、人間の生活様式と人生に対する姿勢は、今やドミノ倒しのようになり、再構築される必要がある。

経済危機、エネルギー資源の減少、生態学的環境の崩壊、広範囲に見出された汚染物質などに直面している今、私たちは健全な自然との関係を見直さなくてはならない。私たちは、もっと先を見越した行動を、あるいは単純にこれらの危機に対し責任ある態度を取るべきなのであろうか？これは私たちの前に差し出された問いかけである。水晶宮からエッフェル塔まで、蒸気エンジンから電話まで—150年以上の間の、万国博覧会は人間の文明化の進歩を露呈する万華鏡であり続けた。

2010年、初の上海万博では、“City”をテーマに掲げ、その世界の焦点を環境保護、エネルギー効率そして私たちが生活している地への敬意に置いている。更に、“People”“Life”“Planet”“Footprint (足跡)”そして“Future”と名付けられた5つのテーマも同じくスポットライトを浴びることになる。

メインカラー 2011春夏のカラーは、人が希望を抱いて想う未来と一致し、理にかなった選択を反映している。人間味を感じさせる輝きのタッチを伴う、鮮やかで柔らかな色の展開。これら光沢感のある色は、グレーとホワイトの背景を持って、あたかも水に沈むような、非常にビジュアルな見え方になる。この色のコンビネーションは、魂を浄化して気を持ちかきでやさしいものにさせる。また、肌感へ寄り着く道を貫いて行く、フラストラーションを解消してくれる。

シーズンキーワード

自然、繁衍、浄化、花、自由

1. Persistent and Striving—不変と努力

キーワード：不変、努力、命、自然、オイル
今日、私たちの生活の場であり不変の努力を惜しまない地球を守るために、私たちは自然と共生することを学ぶべきである。命を尊重し、自然を愛することでのみ地球と人は長く共存共生出来るのだ。グリーンを尊ぶのシンボル、魂の汚れをぬいで、私たちに活力のある経済と文化的繁栄への希望をもたらしてくれる。黄味がかかったクリアなグリーン、薄らかなでオイルなフロンズ、ウッペーなアンバーと柔らかなグレーはストリスを和らげる完璧なラインナップである。

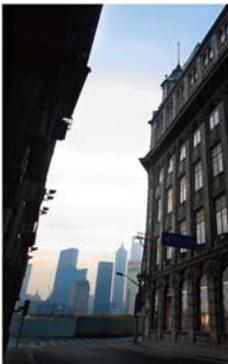
2. Purify the City—街をきれいに

キーワード：浄化、やさしいタッチ、親密さ、自然とサイエンスとテクノロジー
今日、都市に住む場所を意味する。都会の面は、自然環境と科学とテクノロジーをサポートの優れた均衡によって成り立っている。2010年迄に、全人口の55%が都市部に居住することが予測されている。それゆえに私たちはそこに住む人間が、健やかに過ごすクリンで汚れない住空間を享受できるように、自然とテクノロジーを

TREND SPOT 2009 IN CHINA

THREE ON THE BUND & SONG FANG MAISON DE THÉ & THE CHINA CLUB BEIJING

translated by Anko Ohashi, Zhou Xin



REFORMATION

在迅速演变的中国城市文化风潮之中，这一期的时尚地标选择“重塑”为主题。从上世纪上海显赫繁华之象征，转变到今日时尚中心的外滩建筑；融汇中国五千年茶文化与浪漫的法国茶情调的异质空间；以及以美国贵族情调相称的豪华的贵族豪宅。东方与西方的美学与精髓，以一种开放的后现代的精神再相融，互汇其中。

今回のトレンドスポットは、現代中国のアートとデザインをもっと刺激するキーワードの一つ「リフォーメーション」に焦点を合わせた。前世紀の上海の栄光を象徴しながら最新のトレンドスポットとして甦った外灘建築、中国五千年の茶文化とロマンチックなフレンチブレンドティーが融合する異空間そして清朝の宮殿建築に英国貴族調インテリアを

取り入れたメンバーズクラブ。東洋と西洋の美意識が、開放的なコスモポリタンスピリットによって、惹かれあい、溶け込んでいく。

The selection of trend spots focused on the keyword "Reformation", the most exciting element to raise the spirit of arts and designs of modern China. The revived architecture of Bund, being an edgy trend spot and a symbolize of Shanghai's glory of the last century, the fantastic world of tea created by the fusion of 5,000 years history of Chinese tea culture and romantic French blend teas, and the membership club furnished with English aristocratic taste onto the Qing dynasty palace. Through the mediation of the open cosmopolitanism, the Eastern and the Western sense of beauty encountered, charmed and melted into each other.



2009 IN CHINA
TREND SPOT

THREE ON THE BUND 外滩三号/外滩三号



上世纪20、30年代，外滩“万国建筑群”是上海城市文化的起源。90年代，武汉路华的外滩建筑群与浦东大厦群隔江相对，成为世界瞩目的商业、时尚中心，奢侈品与高端艺术的展示空间。

外滩三号是个引领其光的时尚地标，凝聚艺术、文化、美食、时尚和音乐于一体的模式，随着外滩改造风潮波及整个中国，成为上海最优越的社交场所之一。

20世纪20、30年代，上海的都市文化是“外滩”から開花した。90年代、リノベーションされた外灘建築群とポストモダニズムの商業高層ビル群が川を挟んで向かい合い、世界に注目される商業、トレンドセンター、そして贅沢品や最先端アートの展示空間となった。外滩三号は再開発のさきがけの存在であり、アート・フード・ファッションそして美容のプレゼンテージ感溢れるトレンドアイズスポットとして、そして上海の社交の場としても名高い。

In 1920-30s, the "Bund" architectures used to be the origin of Shanghai's urban culture. In 1990s, the renovated architectures in Bund and the skyscrapers in Pudong are facing each other, also being globally reputed center of business and the showcase of high-end luxury goods and edgy works of art.

The Three on the Bund is the forefront of successful outcome, which serves as Shanghai's premier meeting place where sophisticated art, culture, food, fashion and wellness converge.



EVIAN SPA 碧云水疗/エビアンスパ

法国以外全球首家、全新升级，是都市女性修身养性的绝佳去处。エビアン初のフランス国外店舗。シッパでエビアンが作り出す水のひとときへと誘う。The first Evian branded Spa outside of France, offers a chic, contemporary escape.



THE SHANGHAI GALLERY OF ART

沪中画廊 / 上海ギャラリー・オプ・アート

現在或为全球展示和经营中国当代艺术最具权威性和影响力的私人画廊。幅広い投資と深い専門家で中国のコンテンポラリーアートを支える。国内第一のコンテンポラリー・ギャラリー。

As a premier contemporary art gallery in China inspire a broader understanding, appreciation and development of contemporary Chinese art.

汉字体

Chinese Font Design
中国フォントの実態

translated by Asako Ohashi, Zhou Xin

汉字最早出现于公元前1800年商代甲骨文，以象形为基础，刀刻成硬而锐的笔道，显露古朴而灿烂的情趣，秦始皇统一中国后将汉字统一为小篆。汉时隶书为正式书写体，唐代楷书发展到鼎盛时期。11世纪中叶发明活字印刷，产生宋体。1300年前后楷书、宋体、明体等活字印刷字体广泛采用。近代出现西化字与受西方影响的楷体，变化缓慢。

20世纪80年代随着中文字库的建立和设计电脑化的普及，字体设计出现许多新的表现形式。如通过文字排列组合产生多种含义，从一个或多个汉字中选取元素组合成新内容，将中文字体繁复的影射意义和西方字母体系结合，对字体笔画边缘进行图形化处理产生全新的视觉效果等等。现代的中文字体设计，发挥传统字体的特点与风采，将象形、指示、会意、转注、假借等技法与现代设计工具结合，于文化的传承中寻求突破。汉字设计还将设计思路延展到质感层面。汉字最适宜的介质是宣纸、毛笔。手写字体的单化质感越来越多地出现在设计中，表明在电脑、印刷技术普及之后，设计对于情感需要，以及植根于历史文化底蕴的传统美感的回归。汉字形体所具有的表现情感的功能，是其独特的魅力。民间产生的文字图案具有鲜明的视觉装饰性和文化内涵，如“福禄寿”“双喜”，文字亦是广告、商标、包装等媒体中传递信息的重要元素。许多国际品牌在进入中国市场时采用汉字表现，既转化读音，又传达寓意，如COCA-COLA“可口可乐”、CHANEL“香奈儿”等。

漢字は紀元前1800年商時代の甲骨文に出現し、象形の細く鋭い筆道が素材で酒脱な情趣を生んだ。秦始皇の中国統一後、漢字を小篆に統一。漢代に隷書、唐代に草書が最盛期を迎え、11世紀中葉活字の発明により宋体が生まれ、1300年前後には楷書、宋体、明体など活字書体が普及。近代に簡体の採用、西洋の影響を得た黒体ゴシック体が発達して以来大きな変化はなかった。

20世紀80年代、中国フォントバンク(中文字庫)の出現とデザインのコンピュータ化に伴い、フォントデザインに新しい表現が増えた。文字の組み替えで生まれるさまざまな意味、一つや複数の文字から要素を取り出した新しいコンテンツ、複雑な意味を持つ漢字と変化に富むアルファベット文字の組み合わせ、筆道の縁処理で斬新な視覚効果を作り出すなど、伝統文字の果敢を活かしつつ、象形、指示、会意、轉注、假借などの手法に現代のデザインツールを組み合わせ新しい意匠性を生み出している。また質感にもこだわりを見せた。漢字は宣紙、筆と最も親性がよいが、にじみの質感がデザインに多く使われるようになった。これはコンピュータ、印刷技術の普及を経て、情緒的、伝統的美意識への回帰ともいえる。

漢字は、その形態で感情を表現できるのが独特な魅力だ。“福禄寿”や“双喜”など民間で生まれた文字図案が鮮明な視覚裝飾性と文化性を持ち、現代では広告、ロゴ、包装デザインでメッセージを伝える重要な要素。多くの国際ブランドが中国市場で漢字ロゴを作り、COCA-COLA“可口可乐”、CHANEL“香奈兒”等、音と寓意を巧みに転化した例が多い。

Chinese character firstly appeared in the form of oracle in Shang Dynasty, 1800 BC. After Qin "Small Seal Script", Han Dynasty "Lishu", Tang Dynasty "Cursive character", middle 11th century Song character, 1300 Regular script, Song and Ming character was widely spread. In modern times, simplified character and gothic style from Western used popular.

1980s, Chinese character library and font design by computer is commonly. People bring the character various kinds of definition through combination; elements are picked from one or multiple characters into a new form; methods such as combining the Chinese character with the western character; stroking on the edge of the font to have a new graphics visual effects, are commonly appeared. People also extend the design to the texture. The blurring design using rice paper and brush for the character reflects the need of the emotion and the traditional aesthetic.

Form of Chinese characters with the performance of emotion is its unique charm. It civilian generated visual patterns with decorative and cultural connotations, such as "Happiness, Fortune, Longevity" "Double Happiness". It is an important element of advertising, Logo, packaging. Many international brands in the Chinese market use the Chinese characters Logo in the performance of both the pronunciation and messages, such as COCA-COLA, CHANEL etc.

字体的运用例

フォントの使用例 Font in Product Design

传统风韵

古典書風 Traditional Style



傳統书法字體，大方幹練，剛健有力，是中國品牌的文化底蘊。常用於老字号品牌、店鋪、傳統的工藝禮品等。變遷作為力強い。ブランドの歴史とこだわりを表現する老舗商品や看板に多い。Traditional calligraphy font, express the stately and dignified. Used in traditional old products and stores to show the history and power.

创意时尚

創作モダン風 Originality Vogue



新字結合の芸術字体，強調動感、張力、變化多端，常用於針對年輕人的時尚品牌、店鋪。裝飾的に文字をデザインしたアール・ヌーヴ風のフォント。ダイナミックに変化に富む。若い世代向けのファッションブランドや店舗に多い。Art form of combination of shape and word, emphasize moving and tensility, full of variety. Used in fashion brand and stores for young blood.

中国色彩 趋势预测 2010

中国カラートレンド予測 2010
CHINA COLOR TREND 2010



2

中国色彩趋势预测 2010

中国カラートレンド2010テーマ

CHINA COLOR TREND THEME 2010

-
- | | |
|----|--|
| 03 | 中国色彩趋势2010主题 中国カラートレンド2010テーマ China Color Trend Theme 2010 |
| 28 | 中国色彩趋势预测流程2009-2010 中国カラートレンドの流れ2009-2010 Confirmation Color China Trend 2009-2010 |
| 31 | 中国色彩趋势2010色谱 中国カラーパレット2010 China Color Trend Palette 2010 |

04

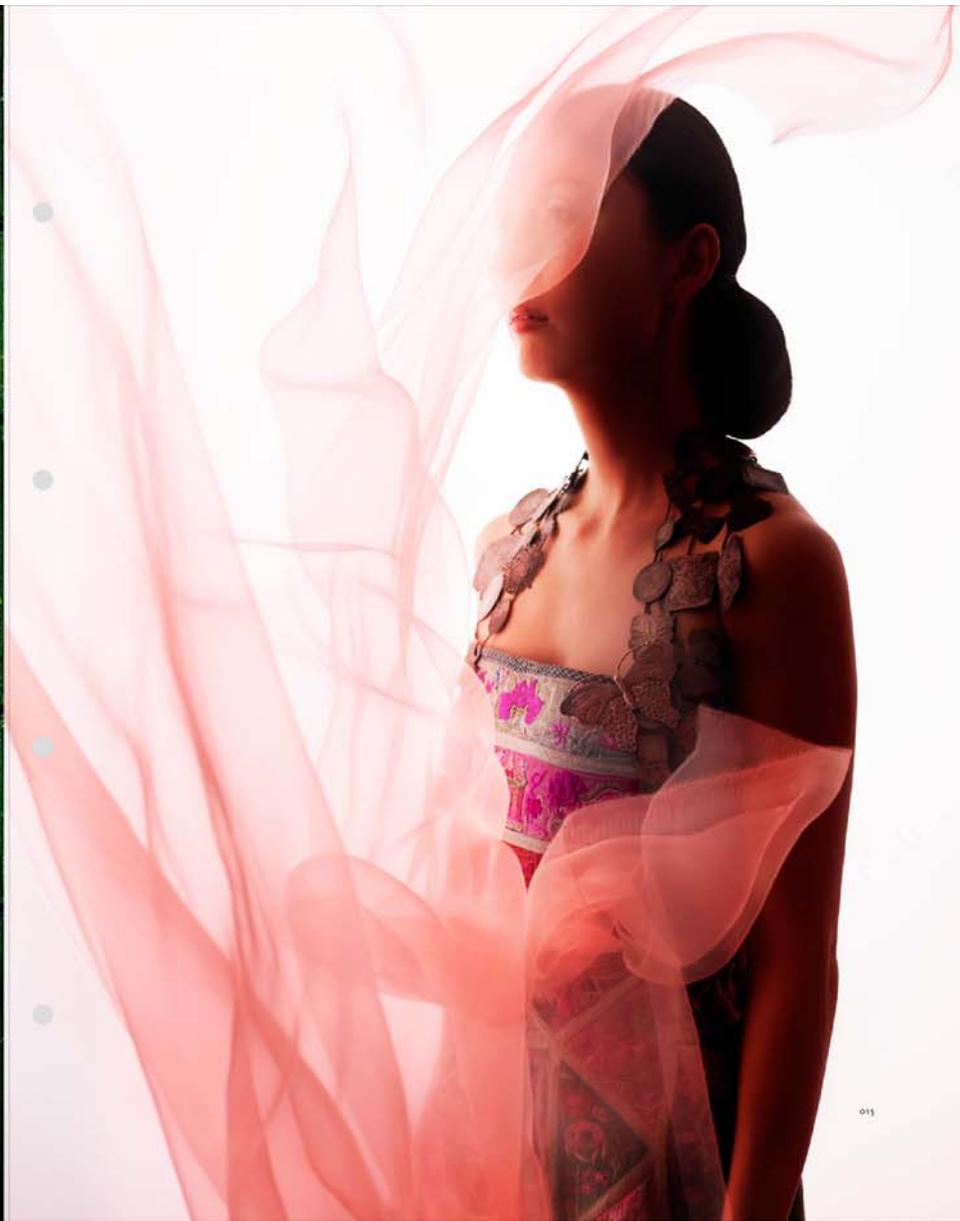
SUPERNATURE

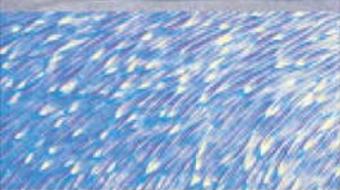
空間的鼓動
空間的鼓動

自然の哲理、本質的法則、神祕能量的奇蹟、潜伏深淵の生命之源、誕生瞬間、光死中の力量……人類對於肉眼難見的能量之探求、人體自身所蘊藏之無意識的感覺和超能力、無欲無為の禪意中隱含の靜寂奧妙の力量、死と誕生の循環、延続不斷の生命軌跡、創造會呼吸の人工空間成為最打動人心的時尚。

自然の深淵、本質的なメカニズム、秘められたエネルギーの渦巻き、深淵に潜む生命の源、誕生の瞬間、光から染せられるパワー……人間の見えないエネルギーに一步踏み込んだ探求。人間の中に眠る無意識の感覚に訴えかけるもの、無欲、無為の禪の精神に秘められるパワー。死と誕生の循環、連続する生命の軌跡。息づくような人工空間、呼吸する壁紙の創造。

Depth in nature, substantial mechanism, a swirl of hidden energy, the origin of life lurk in the ocean depths, the moment of birth, the radiated power of light...the exploration stepped into the world of invisible human energy. Something appeals for involuntary feeling lying in human mind. The enshrined power of unselfish and idle spirit of Zen. Death and birth, tracks of life go on, artificial space alive, creation of breathing wall paper.





- DIC-C253 
- DIC-C86 
- DIC-C244 
- DIC-C295 
- DIC-C199 
- DIC-C89 
- T10-207 
- T10-208 

COLOR & TEXTURE

两极端相对互补的色彩与元素的组合。黄与蓝、紫与绿、金与银的对比，补色配色中显示的阴阳调和。以来宾蓝绿、暖灰、褐色等自然平和的色彩为基调，巧夺天工的、致密的造型美中混合着匠心独运和手工艺的亲切温暖，构筑一种极致微妙的美学平衡。

対照な色彩と要素の組み合わせ。イエローとブルー、パープルとグリーン、ゴールドとシルバーのような対比。補色配色に際と際らしいバランスをみる。ベージュとイエローグリーン、グレーとブラウンのようなナチュラルな色相をアクセントに、ため息の出るような緻密な様式美に、ヒューマンなやさしさと手仕事のぬくもり感がミックスされた均美感覚。

A combination of antithetic colors and elements: Yellow and blue, purple and green, gold and silver, the contrast and harmony of complementary colors realize a beautiful proportion of Yin and Yang. Beige and yellow-green, gray and brown are the colors function to naturalize the color combination. The sense of balance based on admirable and elaborate style of beauty, mixed with human tenderness and warmth of handcraft.

卷末語

編集後記
EDITOR'S LETTER

去年創刊発行の《中国色彩趨勢年刊》获得了出人意料的反响。欧美、日韩以及中国本土的品牌策划、市场运营及设计领域的专业人士给予了我們高度的评价，俯瞰中国社会现象、归纳价值观、提炼设计信息、预测色彩与质感趋势，全方位的内容为他们的品牌与产品开发带来了丰富的灵感。我们十分欣慰地看到这些灵感被运用于文化交流活动，以及不同领域为中国市场量身订做的品牌设计中，在市场中为中国消费者带来优质而富有情趣的选择。

新一期的年刊仍然运用我們独到的眼光，从中国社会、消费者、艺术、设计、流行色、活动、时尚地标等庞大的数据库中精选出那些既象征中国当今时尚、又势将不断牵引出新意象的内容。我们新增加了「中国平面设计花絮」一节，本期介绍的中国汉字设计概况，是国外众多设计师们所热切关注的信息。

我們最倾注全力所制作的「中国色彩趋势2010」一章，分6个主题，以蕴含象征意义的图像、色彩和材质预测中国的新设计精神。我们设定一年的预测期，以顺应中国迅猛的发展速度。本书精选的内容得到了中国最有代表性的社会学者、色彩学者、策划人、艺术家、设计师、创意空间的主人、中国古典家具与服饰的收藏家等各方面人士的大力协助。制作成员包括中国与日本的平面设计师、色彩设计师、服装设计师、摄影师、化妆造型师、翻译家、陶艺家、玻璃作家等各行各业的专家。而在素材方面，我們更得到了中国、日本以及欧洲素材制造工房莫大的支持。

中国正身处“变革的时代”，浮光掠影、错综复杂，但确实迈进着不断成长的步伐，一个独特的中国发展模式正在形成。如此一个前所未有的、拥有多元的价值观的时代，其所创造的意识形态和创意精神，显然不是迄今为止的时尚分析预测的方法论所能概括言尽。多年来对中国色彩与设计发展进程不断的观察，对中国色彩文化根脉的潜心研究，对中国市场品牌策划、市场运作与设计的第一线的参与，使我們能够一边发挥自有的知识与经验，同时以中国、日本、亚洲以及欧美等多角度视点制作中国色彩趋势预测。我們衷心期待本期年刊再次为全世界的创造者们带来新颖而精致的灵感。

DIC Color Design, Inc.
《中国色彩趋势年刊》主編
大前裕理(周昕) 2009年9月

去年発刊した「中国カラートレンドブック」は予想外の反響を得た。欧米や日本、韓国、そして中国本土のブランディング、マーケティング、デザイン関係者から、中国社会の俯瞰、価値観のまとめ、デザインエッセンス、カラー&マテリアルのトレンド予測までの幅広い内容から、ブランドマネージメントや研究開発のアイデアソースを得られたことを高く評価していただいた。本書がインスピレーションとなって開発された、多分野のブランドオリジナル商品が実際に中国の市場にさざわっていることに、この上ない喜びを感じている。今年のトレンドブックも、我々の独自の視点で、中国の社会、消費者、アート、デザイン、流行色、イベント、トレンドスポットの動向を莫大なデータベースから、いまの中国を象徴しながらも今後の新しい動きを牽引しうる、エッジの利いたものを厳選した。新たに追加したコンテンツとして、世界中のデザイナーが高く関心を持つ、「漢字フォントの実験」をデザイン情報としてそのニーズに応えることにした。

そして我々が最も精魂を込めて提案した「中国カラートレンド2010」は、6つのテーマを通して、イメージビジュアル、カラー、テクスチャーの角度から中国のデザインズピリットを予測している。一年先という設定は、めまぐるしく変化する中国社会のスピードに対応するよう考慮したものである。

今回のトレンドブックのコンテンツ選定において、中国の社会学者、色彩研究家、キュレーター、アーティスト、デザイナー、クリエイティブスペースの経営者、中国アンティーク家具、民族衣装やアクセサリのコレクターなど多くの方々のご協力をいただいた。また制作にあたっては、中国と日本のグラフィックデザイナー、カラーデザイナー、ファッションディレクター、写真家、メイクアップアーティスト、翻訳家、陶芸家、ガラス作家など異分野の専門家がチームを編成している。素材の提供において、中国、日本、欧州の素材メーカーから多大な支持を受けている。

中国はいま「変革の時代」の真っ只中にあり、多くの課題を抱えながら確実に成長し、独自の

中国発展モデルを形成しつつある。さまざまな価値観が多元的に関わりあうそんな時代に生まれるイデオロギーやクリエイティブマインドも、今までのトレンド分析や予測の方法論では計り知れないことが容易にわかるだろう。

中国の色彩やデザインの歩みを長年にわたって観察し、中国の色彩文化を研究し、中国におけるブランディング、マーケティング、プロダクトデザインの第一線に関わってきた我々が、自らの知見と経験を生かしつつ、中国、日本、アジア、そして欧米の多角的視点から捉えたカラートレンド。ぜひ今年も世界中のクリエイターたちのアイデアソースとして役に立つことを心より願っている。

DICカラーデザイン株式会社
「中国カラートレンドブック」チーフエディター
大前裕理(周昕) 2009年9月

The first number of our "China Color Trend Book" issued in 2008 has created unexpected sensation. The contents consistently focused on the design overlooking Chinese society was highly evaluated by the Western, Japanese, Korean and Chinese pros of branding, marketing and design sectors, while having a very good reputation that enjoys the book as a great idea source for their brand management, research and development. I'm greatly appreciated to know that Chinese market has been enlivened by the global brand original products from various industries developed with the inspiration picked up from our book.

This issue is absolutely fresh essence of the edgy topics concerning the movement of Chinese society, consumers, art, design, colors in trend, events, trendy spots, all extracted from a mountain of reliable data, with careful selection by our unique view point. It also contains "Chinese Font design", practical information interested by the designers all over the world.

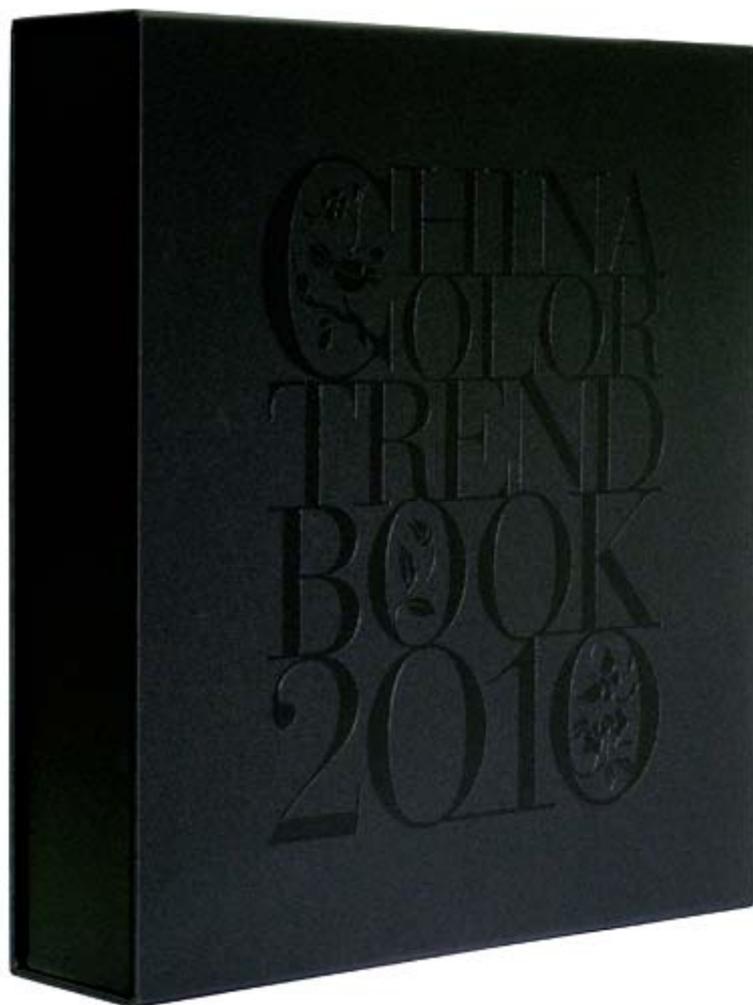
"China Color Trend 2010" is the topic devoted all our energy, composed of 6 themes speaking about the forecast of Chinese design spirit, with each individual angle of visual imageries, colors and textures. The targeted season one year ahead would be actually adapted to the speed of current Chinese society in the series of rapid change.

The selection of contents was completed thanks to the united efforts of a great number of people in China; sociologist, colorist, curator, artist, designer, the owner of creative space, and collectors of Chinese antique furniture and dresses. The editorial team is composed of both Chinese and Japanese pros from diverse sectors; graphic designer, color designer, fashion director, photographer, makeup artist, translator, ceramic artist, and glass-work artist. The producers of textile and other materials from China, Japan and the West also gave us a considerable support.

Today, China is located in a midst of the "Period of Change", holding a mountain of tasks but growing steadily, forming a unique model of its development. The existing method of analysis and forecast of trend are no longer used when facing to the ideologies and creative mind appeared in the period of diverse and plural values.

The entire contents of the book is the fruits of our long experience to study Chinese market and society, its history of colors and design, and the layers of our effort dealing with the forefront of local branding, marketing, product development, always based on our global viewpoint networking China, Japan, other countries in Asia and the West. I do wish that the book functions to enrich the source of idea of each individual creators play everywhere in the world.

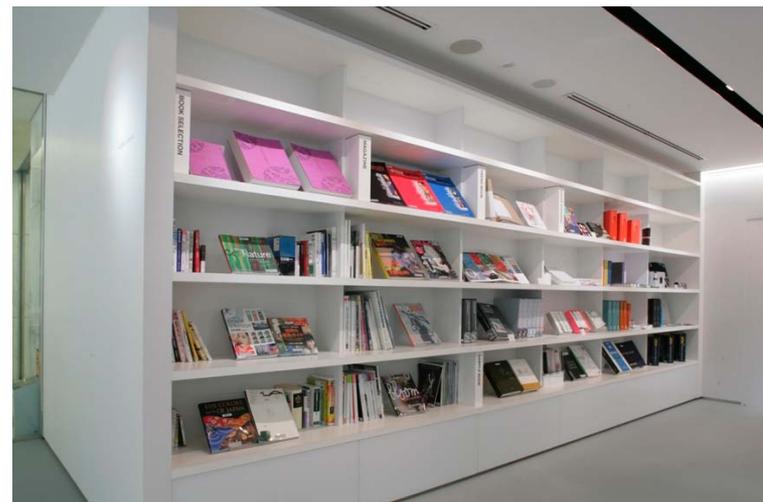
September, 2009 Eri Omae (Zhou Xin)
Chief Editor of "China Color Trend Book"
DIC Color Design, Inc.



China Color Trend Book 2010

中国カラートレンドブック 2010

中国色彩趨勢年刊 2010



★見本はDICカラースクエアにてご覧いただけます