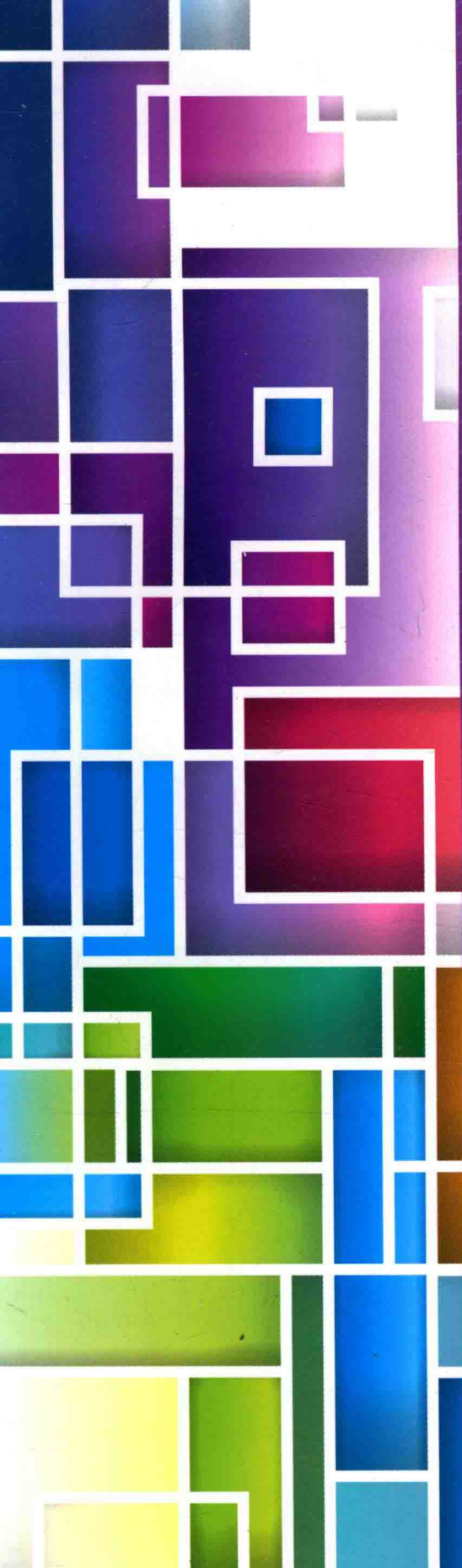




高职高专会展专业规划教材

DISPLAY COLOUR DESIGN

会展色彩设计

刘洋 编著

中国建筑工业出版社

高职高专会展专业规划教材

DISPLAY COLOUR DESIGN 会展色彩设计

刘洋 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

会展色彩设计 / 刘洋编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2014.6

高职高专会展专业规划教材

ISBN 978-7-112-16965-8

I. ①会… II. ①刘… III. ①展览会 - 陈列设计 - 装饰色彩 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 124928 号

色彩训练在会展设计学习中有着不可替代的重要地位。在会展设计中, 用色彩突出主题、营造气氛和创造意境是非常有效的。因此了解和认识色彩的表情, 研究会展设计中色彩运用的方法和规律, 掌握配色的原则, 对营造独特空间的色彩效果具有重要的意义。这让会展色彩设计成为会展专业的必修课程之一, 也是成为一个会展设计师所必须具备的能力。

本教材针对高职院校教学中教学时间较短、强调实用技术能力培养的高效性和实用性的特点, 通过案例对会展色彩设计的基本概念、设计原则、设计方法、设计范畴、设计要素等予以系统介绍。教材编写中尽力避免枯燥乏味的长篇大论, 而是从高职院校学生学习的实用性出发, 力图达到结构简洁、清晰明了, 对学生在色彩设计中容易出现的失误和忽视之处给予提示和重点讲解。把教学的重点放在结合案例的实训部分, 让学生在学习中通过练习应用理论, 熟练掌握会展设计中色彩运用的实际技能, 为后续的职业能力培养打下坚实的基础。

本教材可作为高职高专院校会展专业在校生的专业教材, 也可作为展示设计行业从业人员及对展示设计感兴趣的普通读者的参考用书。

责任编辑: 吴 绫 李东禧

责任校对: 陈晶晶 党 蕾

高职高专会展专业规划教材

会展色彩设计

刘洋 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京顺诚彩色印刷有限公司印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 8³/₄ 字数: 215 千字

2014 年 7 月第一版 2014 年 7 月第一次印刷

定价: 45.00 元

ISBN 978-7-112-16965-8

(25710)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

“高职高专会展专业规划教材”编委会

主 编：魏长增

编 委（按姓氏笔画排序）：

王雪莲 朱 琳 刘 洋 刘 梁

张 萌 曹维玥 蒋 琨 傅 兴

序

20 世纪 90 年代以来,随着国民经济的快速发展,会展设计行业越来越为政府和社会各界所重视,全国多个省、自治区、直辖市相继把大力发展会展业写入政府工作报告,并予以大力扶持。正是在这样的大背景下,会展设计逐渐形成体系相对完整、具有跨学科与综合性强等特点的新兴行业。

会展设计兼具艺术性、科学性、时代性,具有跨学科相互融合的特点,是多学科交叉发展后形成的新专业。会展设计业对设计从业人员的综合素质要求较高,对人才培养的适合度要求更加严格。然而,长期以来成系统的会展设计专业教材数量较少,能够有针对性地服务于高职高专会展设计专业教学特点的系列教材更是难觅踪迹。

本套规划教材的主要编写单位天津职业技术师范大学是天津市最早设立会展设计专业的高校之一,自 2009 年起,已培养出多届会展设计的职教师资和专业设计人才,在培养过程中形成一套具有特色的人才培养模式,为高职院校和企业输送了大量的专业人才,建立并完善了一套较科学合理的课程体系。本套教材在此基础上,结合高职院校学生培养特点,将近年来多位优秀教师的研究成果和教学经验编入教材中。

本次编写通过将最新的观念和信息与传统知识相结合,增加了全新案例的分析和经典案例的点评,从新时代的角度探讨了会展设计以及相关的概念、方法与理论。考虑到教学的实际需要,本套教材在知识结构的编排上力求做到循序渐进、由浅入深,并且通过大量实际案例的分析,使内容更加生动、易懂,具有深入浅出的特点。希望本套教材能够为会展设计相关专业的教师和学生提供帮助,同时也为此专业的从业人员提供一套较好的参考资料。

在本套教材出版之际,本人需要特别感谢中国建筑工业出版社的各级领导、相关编辑及所有为本书出版提供帮助的同志,正是他们的鼎力支持和指导才使本套教材能够及时出版。

目前,会展设计还是一个新兴专业,有大量的问题需要深入研究和探讨。由于时间紧迫和自身水平的限制,本套教材难免存在一些问题,希望广大同行和学生能够予以指正。

魏长增

2014 年 5 月

前言

色彩设计是各设计类专业所必须学习的专业基础课程,它是基础课程向专业设计课程过渡的桥梁,是在平面构成的基础上研究色彩要素的组织、搭配并获得色彩形式审美价值的原理、规律、法则、技法的课程。对于设计乃至其他视觉艺术的创作、实践均有指导意义。它是进行专业设计的基础,其任务是揭示色彩的基本规律,阐明色彩设计的基本原理。通过色彩理论和设计技巧的学习和训练,能使提高学生设计色彩运用的协调能力,从而切实提高其设计水平和审美能力。

色彩设计同样是会展设计中非常重要的组成部分,是对会展空间环境进行科学、和谐的色彩配置,使其能够调节人的心理、平衡人的情绪、利于信息的有效认知与传递。色彩在所有艺术表现形态中是最易感染人的心理的,会展色彩应用也不例外。它是商业会展设计中关键的一环,是成败的重要因素。如何体现商品,如何吸引消费者,如何投其所好,以求得消费者感情上的共鸣,都是值得设计师仔细推敲、把握的。因此,设计师必须进行色彩理论的学习,了解和掌握色彩的基本原理和搭配规律。熟练地运用色彩的三个属性和冷暖变化特性,是设计师必备的基本素质。了解和认识色彩的表情,研究会展设计中色彩运用的方法和规律,掌握配色的原则,对营造独特空间的色彩效果具有重要的意义。这些都让会展色彩设计成为会展专业的必修课程之一,也是成为一个会展设计师所必须具备的能力。

近年来,我国会展业的蓬勃发展使得国内展会的数量、规模和展馆都成倍快速增长。劳动和社会保障部在第八批新职业信息发布会上认定会展设计师为新兴职业。据业内人士预测,我国今后3年内会展市场需要的会展设计人员达200万人以上。这也催生了会展设计教育的发展。本教材正是根据这一新兴职业人才培养的最新需要而编写的。

在本教材的编写上,尽力避免枯燥乏味的长篇大论,而是从高职院校学生学习的实用性出发,力图达到结构简洁、清晰明了,对学生在色彩设计中容易出现失误和忽视之处给予提示和重点讲解。同时结合大量的案例和优秀作业示范,使学生能迅速地了解和掌握技法。编写上本着解决实际问题并极力提高学生专业素质的原则,从学生对概念的深入理解入手,结合当代会展的发展和中国的文化特色拓展学生的视野,提高学生的色彩认知和审美水平。以此引导学生养成自主创新的学习习惯,使学生掌握良好的会展色彩设计技巧和灵活的设计思维,为后续的职业能力培养打下坚实的基础。

在本书的编写过程中,作者得到了众多同仁的大力支持与帮助,吸取了很多宝贵意见,同时编写中也借鉴了多位前辈、学者的观点和作品,在此谨对所有支持者和帮助者表示最衷

心的感谢！由于时间仓促、水平有限，书中难免会有不足与疏漏之处，望广大读者提出宝贵的意见和建议。

刘洋

2014年3月20日

目 录

序 前 言

1 第一章 会展与色彩

2 教学目标

2 教学重点

2 教学难点

2 建议学时

2 第一节 会展设计中的色彩

6 第二节 会展设计中的色彩案例分析——Luxury China

10 本章小结

10 思考与练习

11 第二章 色彩基础

12 教学目标

12 教学重点

12 教学难点

12 建议学时

12 第一节 光与色

14 思考与练习

14 第二节 色的属性

16 本章小结

16 思考与练习

17 第三章 色彩设计实训

18 教学目标

18 教学重点

18 教学难点

18	建议学时
18	第一节 色彩三要素推移设计训练
21	思考与练习
24	第二节 色彩采集重构设计训练
29	思考与练习
32	第三节 色彩三要素对比设计训练
39	思考与练习
40	第四节 色彩共同感情设计训练
52	本章小结
52	思考与练习
53	第四章 会展色彩设计方法及案例应用
54	教学目标
54	教学重点
54	教学难点
54	建议学时
54	第一节 色彩的形式美法则
57	第二节 会展色彩设计要素
72	第三节 会展色彩的配色原则
88	本章小结
88	思考与练习
89	第五章 会展设计中的色彩运用与实施
90	教学目标
90	教学重点
90	教学难点
90	建议学时
90	第一节 色彩在会展设计中的功用
94	第二节 会展色彩的整体策划定位
98	第三节 会展色彩的设计与实施
113	第四节 会展设计中的色彩与材料
116	第五节 会展光源色彩设计
122	本章小结
122	思考与练习

123 第六章 会展色彩设计综合训练

124 教学目标

124 教学重点

124 教学难点

124 建议学时

124 第一节 设计工具和步骤

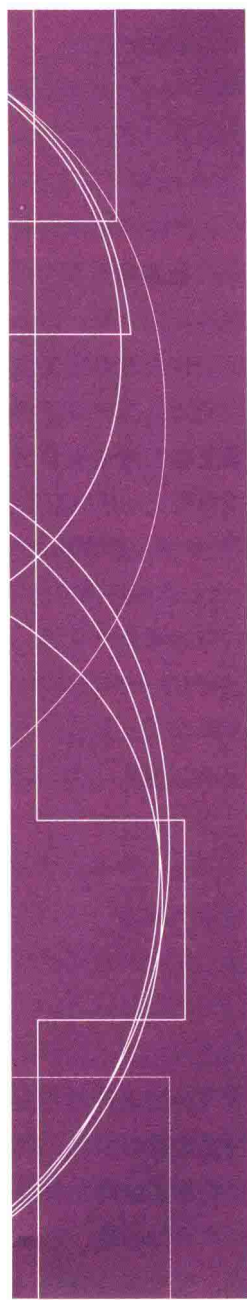
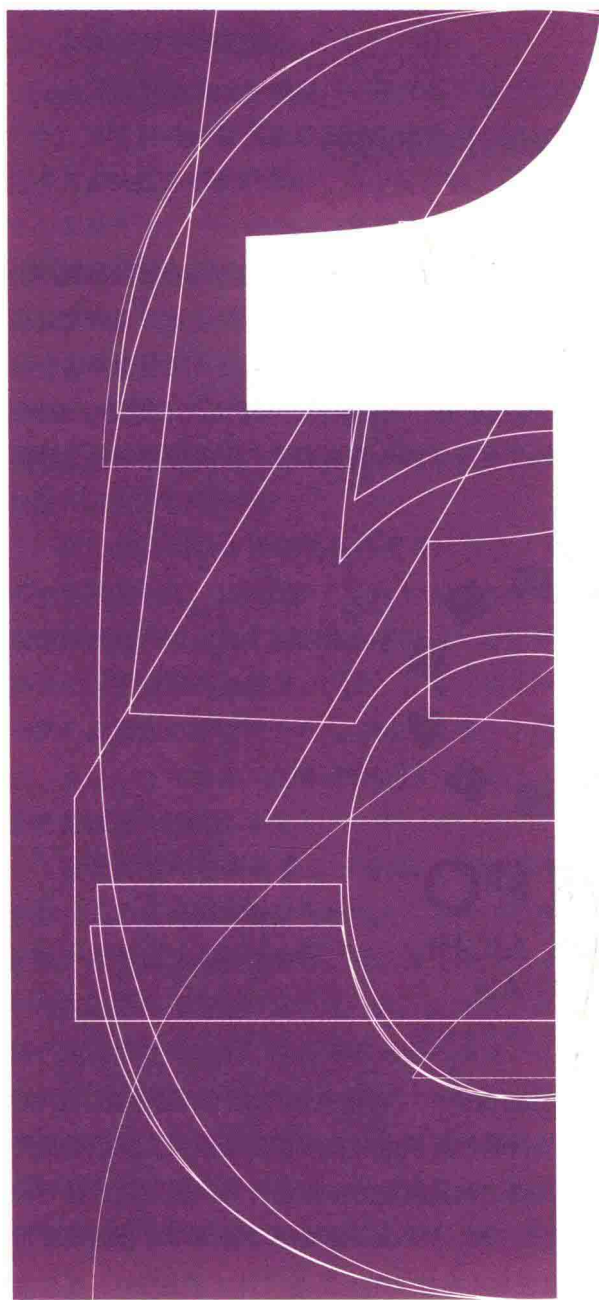
126 第二节 市场调研和选题设计练习

129 本章小结

129 思考与练习

130 参考文献

第一章 会展与色彩



教学目标

了解什么是会展和会展设计,着重理解会展设计中色彩因素的重要性,为后续学习打下基础。

教学重点

会展设计中的色彩因素和色彩设计在体现会展效果中的重要作用。

教学难点

案例中色彩设计的整体思路。

建议学时

4 学时。

第一节 会展设计中的色彩

一、会展设计

会展是会议、展览、大型活动等集体性活动的简称。其概念内涵是指在一定地域空间,围绕特定主题,许多人聚集在一起形成的、定期或不定期的、制度或非制度的传递和交流信息的群众性集聚交流的社会活动。狭义的会展仅指展览会和会议,广义的会展是包括各种类型的博览会、展览展销活动、大型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动的统称。会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等是会展活动的基本形式,世界博览会是全世界规模最大的最典型的会展活动(图 1-1)。



图 1-1 爱知世博会标志

会展设计是指在这些会议、展览会、博览会活动中,利用空间环境,采用建造、工程、视觉传达等手段,借助展示的方法,将所要传播的信息和内容呈现在公众面前。其中包括展台设计、空间布局设计、平面设计、照明道具设计以及相应的展馆设计等。会展设计是一种对观众的心理、思想和行为产生重大影响的创造性设计活动。会展设计是一门综合的设计艺术,包含视觉传达设计(简称 VD)、空间环境设计(简称 ED)、工业设计(简称 PD)等全方

位的设计。目的是将要传达的信息准确地传达给观众,并在观众接受信息的同时有一种美的享受。除了会展项目策划、产品本身等因素,会展设计的形式也是不可忽视的,西方美学家克莱夫·贝尔在他著的《艺术》中指出:“一种艺术品的根本性质是意味的形式”,而线条、色彩以及其组合的方式就构成了这种意味的形式。因此设计师需以美的形式作为设计原则,以恰当的线条、色彩来表达主题内容。根据对参展商意图与展品特性的认识、了解,借助当今的科技手段,通过一定形式的材料和色彩组合,创造出一种和谐统一、震撼人心的展示气氛。

二、会展设计中的色彩

会展设计是涉及建筑设计、视觉传达设计、工业设计等多个设计门类而形成的一个新型产业,其目的是通过营造独特的空间氛围,将一定的信息内容传达给观众,以期待对观众产生有意识的或是潜在的影响。用于营造会展环境的各要素中,色彩要素占有非常重要的地位。在会展设计中,对色彩的设计要求与其他设计门类相比更加细化,熟悉并能恰如其分地运用色彩是设计从业人员必备的专业素质。因此,会展中色彩的设计和运用必须引起设计师的关注与重视。

会展设计中色彩的运用是指在会展设计中有目的、有计划地将色彩运用到特定的场合和环境中,使之有助于达到会展效果,充分详尽地表现展品,有效地宣传企业品牌形象,促进商业合作的顺利进行。为达到这一目标,在会展设计空间中安排色彩必须遵循一些区别于其他设计门类的运用原则。

在会展空间总体环境气氛和情调的营造方面,设计色彩时,首先应该确定色彩的基调。确定色彩基调时,必须有助于会展主题内容的表达,不能太花哨而脱离了会展的目的与主题,或是减弱观众对这种主题的体会;同时,要能够有效地将展品突出出来,因为在会展设计的舞台上,主角永远是展品。因此,主题环境的色彩最好与展品成互补色或有较明确的对比,当然与此同时必须要符合观众的色彩心理,不能让观众产生厌烦的情绪或引起观众视觉的不适,从这一方面来讲,也要注意在用色时考虑目标人群的色彩喜好和禁忌,努力使所运用的色彩符合观众的欣赏习惯。

设计师运用色彩要素来帮助自己营造会展氛围时,要着重注意色彩对人心理的影响。色彩对人心理的影响是指色彩对人在心理和情感上产生的作用。比如,色彩可以使人产生温度感,冷色调让人感觉凉爽,暖色调让人感觉温暖以至炙热;重量感,高明度色调轻柔,低明度色调厚重;体量感,高明度色调与暖色调显得膨胀,低明度色调和冷色调有收缩感;远近感,暖色调有靠近的感觉,冷色调有离散的感觉。在某种情境下,色彩甚至能够使人产生强烈的味觉感受,这是由于色彩的刺激使人产生味觉的联想而产生的现象。有些时候,人们会在看到色彩时感受到音律的效果,一般而言,高明度色彩能够使人产生高音阶的感受,低明度的色彩使人产生重低音的感受。会展设计师可以依据人对于色彩的感受,通过色彩的合理搭配和应用来影响和左右观众的情绪与情感,进一步达到为会展服务的目的。

三、色彩在会展设计中的作用

（一）色彩与会展空间功能相协调

会展空间中不同的功能区域在色彩运用上既要符合整体协调的原则更应该针对不同的功能综合考虑,我们可以利用色彩的变化来区分会展空间的不同分区。会展空间中,一般可分为通道行走区、展示区、休息区和洽谈区。不同区域环境间的色彩变化可以有效地将各个区域的相关信息传达给观众,有效地营造会展环境。比如,通道行走区要求具备一定的空间导向和指引功能,对参观人流起到一定的疏导作用,在运用色彩时,可以通过色彩的渐变、色调的高低变化、饱和度的变化、色彩冷暖的变化,甚至色条或色块的大小、宽窄的变化来起到特定的指向作用;休息区要营造宁静、温馨的氛围,有助于消除疲劳,绿色系给人的心理感受比较适应这种要求;洽谈区要求相对私密,色彩运用时要尽量使用一些理智、稳重的颜色,给人以安全感;展示区要尽量提高视觉冲击力与感染力,要求具有个性,为展品提供炫丽的会展舞台,保证观众在此区域内充分地接受信息(图1-2)。

（二）色彩与会展道具相协调

会展道具设计中,色彩的运用也有一些要求,尤其是那些直接与展品接触的道具。如展台、展柜、小型陈列架、托盘等。首先,会展道具的选材和外部色彩最好是中性色彩,色彩搭配上要尽量简明、单纯,切忌多色相乱搭;其次,会展道具外表色彩要能够衬托展品色彩,不能与展品色彩过于接近,应该能够与展品色彩形成明显对比。因此,在会展道具设计过程中,一定要先明确展品是什么,展品的色彩特征是什么,然后有针对性地设计会展道具的色彩。大家在展会中如果仔细观察,一定会注意有很多会展道具是以白色、灰色、黑色为主色的。从色彩分析的角度,这样的设计一方面能够与呈鲜艳色彩的展品形成有效对比,从而可以将观众的注意力集中到展品上;另一方面,中性色不会形成明显的环境色,不会影响展品色彩的真实表现。再次,在确定展具色彩时,还要考虑与总体会展环境的气氛与情调的对应,展具处于一定的基调当中既要协调,又要有效地吸引观众的视线,为观众提供展品信息的补充与说明(图1-3)。

（三）色彩与光源运用相协调

在会展设计中,色彩运用方面还有一点十分重要,那就是色彩与光源的关系问题。会展环境当中,可能用到各种类型的人造光源和灯具。由于光照环境复杂,因此必须考虑光源色温对展品、会展道具、会展环境色彩的影响。照明光源的颜色可以分为暖白色、冷白色、中性色和日光色等。因为光的颜色会和被照射物的颜色产生叠加,从而影响物体真实颜色的表现,所以一般来讲,暖白色的光源适合表现暖色系列的物品,冷白色的光源适合表现冷色系列的物品,这样才能保证物品的色彩呈现得最为真实和漂亮。因此,在会展环境中对色彩进行设计,应该与光源的选择协同考虑(图1-4)。

（四）色彩与流行色相匹配

在会展设计中,为了给观者与客户营造最满意的环境,还必须注意对流行色的合理掌控。流行色是指在一定时期和地区内,被大多数人喜爱或采纳的带有倾向性的几种或几组时髦的色彩,即合乎时代风尚的色彩。



图 1-2

图 1-3

图 1-4



图 1-2 色彩划分功能区

图 1-3 灰色展具

图 1-4 暖色光

色彩的流行被认为是最具心理学特征的时尚现象,人们对较长一段时间内出现的几组流行色会产生审美疲劳,所以就会希望让富有新意的色彩来代替看腻了的色彩。这种现象正符合了心理学中关于美感产生的原理,会展设计师在利用色彩来渲染会展环境时,一定要明确了解当时当地的流行色,更要能够预测流行色的发展变化。

总而言之,在会展设计这个特殊的领域中,色彩设计与运用的要求与其他设计门类有明显的差异。会展设计师应该在深刻体会会展设计内涵的基础上,依据色彩的基本规律与特定的设计手法合理准确地进行设计,才能满足行业的需要,才能保证会展设计按照人性化设计的方向向前发展。

第二节 会展设计中的色彩案例分析——Luxury China

2013年6月,北京国际顶级生活品牌(奢侈品)博览会即Luxury China吸引了意大利、瑞士、法国、美国、德国、西班牙、韩国、马来西亚、澳大利亚等20多个国家和地区的300多个国际高端品牌,顶级跑车、私人游艇、珠宝、腕表、奢华家居、艺术品等奢华亮相。三天的展会共接待了13000多名高端消费者,342家中国代理商及经销商前来洽谈合作。尤其是意大利展团和瑞士展团因消费需求巨大而现场卖断货,更多的展品现场被抢购一空,意向成交额高达9.2亿元。作为世界上最老牌的传统手工跑车之一,摩根汽车在现场举行Aero Coupe和Plus 8两款新车型的大中华区首发仪式;“钢琴之王”的施坦威携全球限量的顶级钢琴亮相;价值千万的红宝石、全球唯一的羊脂玉腕表等高端品牌纷纷亮相。庞巴迪快艇、贝尔直升机、捷豹、路虎、意大利纯手工制造的Mechini水晶灯、Toscana Immobiliare顶级豪宅、澳大利亚五星级名庄葡萄酒、顶级的德系腕表、享有欧洲第一名瓷的德国麦森瓷器等都吸引了众多买家的关注。至此,北京国际顶级生活品牌博览会已成为亚太地区最具影响力的顶级生活方式体验殿堂,是国内外高端品牌在中国宣传推广和消费的第一平台。

这个展会不一定是中国最大规模的展会,但却是顶级的展会之一。其参展商均为现今国际上最昂贵的顶级消费品牌和中国自主高端品牌,目标受众是少数高端消费群体,意在引领国际时尚创意产业发展趋势,对接全球高端资源,展示全球时尚前沿。

展会的邀请函、海报和开幕式背景、基本展位设计统一运用了红黑两色的渐变过渡(图1-5~图1-9),这两种色彩的搭配体现了展会承载品牌所具有的厚重的历史、沉稳的品格、精良的品质和华贵的生活品位。这些世界顶级奢侈品品牌的展位设计也代表着现代会展设计的最高水平,由于展品本身的精美华丽、夺人眼球的魅力,所以很多的展位设计并没有选用花哨的色彩和复杂的形式,反而大多运用了黑、白、灰、红这些经典、内敛、单纯的色彩。有的以黑色为主,用庄重的黑色衬托展品的品质,除此以外,还有不少展台被布置成华丽的金色,或者是代表神秘高贵的紫色(图1-10~图1-16),这些色彩都极好地贴合了产品的商业价值,为参观者带来了尊贵的心理感受。

会展设计色彩定位准确,对展场气氛的调节、视觉环境的改善、会展信息交换频率的增强都有极其重要的作用。应用准确的色彩,会增强视觉引导与导向作用,能充分体现会展空

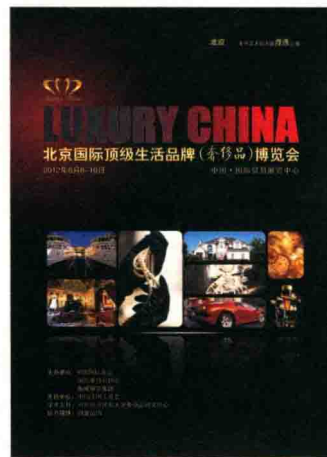
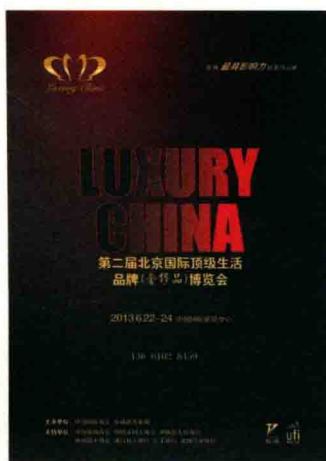


图 1-5	图 1-6
图 1-8	图 1-7
图 1-9	图 1-10

图 1-5 邀请函
图 1-6 海报 1
图 1-7 海报 2
图 1-8 基本展位设计
图 1-9 开幕典礼
图 1-10 施坦威钢琴