

## 中国元素在汽车展示设计中的应用研究

朱 慧

(北京工商大学, 北京 100048)

**摘要:** 将中国元素的应用研究, 融合于汽车展示设计之中。通过汽车展示设计中的色彩、主展厅展台、主展厅背景墙、主展厅照明、主展厅小品等方面研究, 将中国红、太极、灯笼、竹林等中国元素应用并设计其中。

**关键词:** 中国元素; 汽车; 展示设计

**中图分类号:** TB472; U469      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1001-3563(2011)22-0122-03

## Research on the Application of Chinese Elements in the Automotive Exhibition Design

ZHU Hui

(Beijing Technology and Business University, Beijing 100048, China)

**Abstract:** The research on application of the Chinese elements has been integrated in the automotive exhibition design. Color design, the main hall stand, the main exhibition hall backdrop, the main exhibition hall lighting, the main exhibition hall comedy, the entrance hall style and flat areas of planning of automotive exhibition design have been researched. The Chinese red, Taiji, lanterns, Bamboo, goldfish and other Chinese elements have been applied in the automotive exhibition design.

**Key words:** Chinese elements; automotive; exhibition design

中国元素, 即中国符号, 是由中国文化派生而来, 用于沟通使用的素材, 是体现中国文化精神的一种载体<sup>[1]</sup>。然而, 当今中国许多设计师为了作品与“国际化”接轨, 刻意应用国际化语言, 结果不仅失去设计原本的文化含义, 更脱离了本土文化。随着现代汽车工业和汽车文化在世界各地的蓬勃发展, 必然造就汽车展示的兴起。如何将承载中华民族 5 000 年文明的中国元素融入汽车展示设计之中将势在必行<sup>[2]</sup>。

这 2 种颜色的组合在中国人心中也有着不可替代的地位。依据上述原因, 本设计确定以红黄两色为展示空间主色相。红黄两色均属于暖色系色彩, 以此为主的色调构成的展示环境, 具有明显的色彩感染力, 在展示中能给人以较强向心力。

此外与主色相配色的辅色选择时, 根据色彩搭配及易见性原则, 与黄色和红色搭配较为理想的辅助色相分别是黑色、白色, 其次是紫色和青色。

### 1 色彩设计方案

在展示中展厅的环境不是展示的主体, 但展厅的环境色彩对整个展示的气氛及展示的效果有很大的关系。红色是中华民族最喜爱的颜色, 是中国人的文化图腾和精神皈依, 也是中国的象征<sup>[3]</sup>。

中国人自古崇尚黄色, 认定黄色是最高贵的色彩。在我国古代, 皇帝们都喜欢用红色和金色搭配, 来显示自己的威严和富贵。

### 2 主展厅展台设计方案

展台类道具是承托展品、模型、沙盘和其他装饰物的用具。本展台造型由中国传统元素太极图形演变而来。太极图形是以黑白 2 个鱼形纹组成的圆形图案, 俗称阴阳鱼。它形象化地体现宇宙天地、周而复始、循环往复这一自然现象的普遍规律, 表达了阴阳轮转, 相反相成是万物生成变化根源的哲理, 展现了一种互相转化, 相对统一的形式美<sup>[4]</sup>。

收稿日期: 2011-08-01

基金项目: 北京市属高等学校人才强教深化计划项目(0142131301)

作者简介: 朱慧(1973—), 女, 西安人, 博士, 北京工商大学副教授, 主要从事工业设计和包装工程的教学与研究。

现代展示设计的一个重要特征就是在静态的展示过程中追求一种动态的表现。动与静的结合使展示的过程变得生动活泼、别开生面。这种使静态展品运动起来的方法之一就是利用机动性的道具,旋转展台便是其中之一。在汽车展示中,旋转展台可以使汽车展品变得生动,观众可以在一个固定的位置,以不同的角度观看展品,多方位的品评展品。

考虑到旋转展台的优点,根据设计需要,将太极图案的汽车展台以旋转展台的形式呈现,并且设计出2层高度,使画面具有层次,全方位地表现展车特点。使汽车展品能够更好地得到表现,见图1。



图1 旋转展台效果图

Fig.1 Rotary booth rendering

### 3 主展厅背景墙设计方案

背景墙为观众提供了整体展示空间,具有平衡色调,营造气氛的作用。考虑到背景墙的设置可以起到宣传和装饰的效果,展厅正面背景墙设计为多媒体展示屏,体现现代高科技的同时可以达到宣传企业文化、介绍展品的效果。传统中透着现代,现代中揉着古典,是设计的亮点。多媒体展示屏边际形状设计为扇形,在造型上和整体展厅达到统一与呼应。

定位为皇家园林式的汽车展厅需要突出其皇室风格和园林特点。背景墙采用双层墙面,内侧材质选用玻璃,双层墙面中间营造竹林效果。由于展示设计有持续期间短的特点,本展厅选用真竹,能够满足竹子的存活条件,增强真实感和华丽感。玻璃墙面为配合青色的竹子采用淡蓝绿色玻璃。竹林背景墙面的设计正如一股清泉给观众带来清凉享受,见图2。



图2 背景墙效果图

Fig.2 Backdrop rendering

### 4 主展厅照明设计方案

照明设计目的是满足观众参看汽车展品照度要求;其次目的是渲染气氛,创造特定艺术氛围<sup>[6]</sup>。

由于本设计中主色相是红黄两色,材质多采用木质,可以归为橙色,这3种颜色的物体色在红色光下变色不大,而黄色光源可以增加物体颜色亮度。又由于白色光源对任何颜色的物体都没有颜色上的影响,所以白色为最佳光源颜色,还可选用红色和黄色光源。

顶灯、壁灯造型采用中国元素灯笼为原型。通过重复的造型增加心理提示,给观众留下深刻的印象,同似避免了展厅造型过多产生的凌乱感。展台灯,背景墙灯均采用内置光源,增强照明的同时突出重点展品。灯笼造型照明灯见图3。



图3 灯笼造型

Fig.3 Dome light

### 5 主展厅小品设计方案

中式空间讲究灵气,在展厅中加入金鱼池的元素,给整个展示空间带来灵气同时也符合中国人风水观念,同时与竹林背景墙相映成趣。小品设计见图4。



图4 小品设计效果图

Fig.4 Pieces design rendering

### 6 入口处造型设计方案

入口是展厅的门面,能够起到良好的宣传效果。本设计选用拱桥和城门造型,用拱桥造型打造高低起伏的园林地势,而宏伟的城门式墙面则体现了皇室的

威严与气派。拱桥的代表当属赵州桥,本设计入口造型就借鉴赵州桥的设计造型,体现中国特色。而故宫在中国乃至世界都有很大影响力,故宫城门的造型作为经典的中国元素,应用于展示设计中则不失为佳策。

设计中入口处拱桥右侧设置弧形小水池,与展厅内的金鱼池流水相同,形成呼应。同时也为入口处增添了灵动效果。有了水的应用也不至于让桥的造型设计显得突兀,达到整体和谐。水池内设绿色植物盆栽,给整个展厅带来生气,也正迎合了现代都市人与自然融合、沟通的“天人合一”的审美理想追求。绿色植物还有过渡、延伸展示空间、丰富剩余空间、柔化展示空间的作用。

## 7 区域规划与观众流线分析

汽车展厅整体空间形式一般分为大厅式、单元式和中庭式3种类型。因大厅式的汽车展厅具有面积大、空间大的特点,开阔的空间使参观者对汽车一览无余,故本设计选用大厅式展厅。功能区域分别为接待区、洽谈区、休息区和展示区。

中式空间设计的设计思想讲究:宜设而设,精在体宜;删繁去奢,绘事后素;因景互借,环境统一。常用展厅形状有长方形、圆形、正方形、多边形4种;常用展厅布局类型有串联式、放射式、放射串联式、走道式、大厅式5种<sup>[7]</sup>。本设计对圆形展厅做了进一步修改和优化,最终设计为扇形展厅。扇形分割空间,在视觉上具有向心作用,并能起到引导观众的作用。同时,配合扇形展厅,选用串联放射式流线。拱桥斜向设置,有效地把接待区的观众引导到主展厅内,见图5。

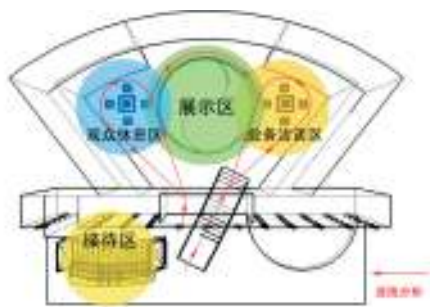


图5 功能区域划分及观众流线分析图

Fig.5 Functional zones and sketch map of the audience flow lines

## 8 汽车展厅整体效果

汽车展厅设计整体效果图,见图6。

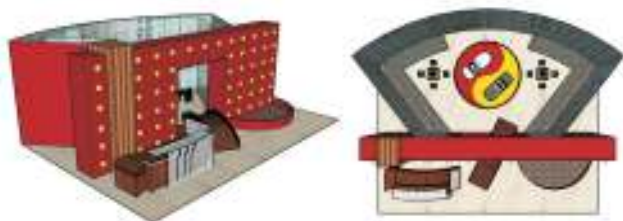


图6 汽车展厅整体效果图

Fig.6 The overall rendering of car showroom

## 9 结语

“中国元素”这一设计理念的确立与提升充分展现中华文明的博大精深,强调提出了弘扬中国文化理念的重要性,担负着向世界展示中华文化,让本土走向世界重任,为中国设计师提供了灿烂的发展前景和创新之路。通过吸收借鉴中国元素并将其运用到现代汽车展示设计中,更加体会守一方水土研究自成体系的展示设计的重要性。

## 参考文献:

- [1] 马原.中国元素在包装设计中的应用[J].包装工程,2007,28(10):25—27.
- [2] 朱慧.中国汽车造型本土化设计研究[J].包装工程,2008,29(7):65—67.
- [3] 魏艳丽.浅析“中国红”的文化内涵[J].电影评价,2010(20):44—46.
- [4] 胡左英.中国传统艺术元素在包装设计中的应用[J].包装工程,2008,29(10):32—34.
- [5] 鞠清绘.论汽车展览的展示设计[J].湖北汽车工业学院学报,2004(3):68—69.
- [6] 崔晨耕.浅谈展示设计中图形符号的作用[J].艺术与设计,2008(6):80—82.
- [7] 黄建成.空间展示设计[M].北京:北京大学出版社,2007.