

Информационно-аналитическая справка

По результатам посещения выставки

с 27 февраля – 1 марта 2019 года

**«HouseHold Expo», «Stylish Home.Gifts», «Christmas Box. Podarki», «Dacha  
Outdoor».**

Тема:

«Рассмотрение главных направлений и тенденций в дизайне промышленных товаров.

Усвоение законов цветовой комбинаторики на практике, изучение методов выигрышного оформления выставочных пространств и оценка самих экспонатов на выставке «HouseHold Expo»

Выполнила студентка:

Земскова В. Д.

Москва 2019г.

Уже не однократно я являюсь посетителем выставки «HouseHold Expo», которая предоставляет нам возможность увидеть продукцию промышленного дизайна в самых различных сферах. Индустриальная экспозиция в очередной раз произвела на меня благоприятное впечатление. Объектами моего поля зрения являлись великое множество интересных бытовых приборов. Именно правильная постановка предметов, их гармоничное цветовое распределение и яркое оформление успешно привлекали внимание гостей выставки.

Во всём обустройстве выставочного помещения господствовала цветовая комбинаторика, присутствовавшая почти в каждом павильоне. Она либо сосредотачивалась в одном предмете, либо обобщала ряд нескольких бытовых приборов. И то, и то выглядело в значительной степени эффектно. Ведь цветовая гамма, когда она грамотно и хорошо подобрана, оказывает сильное влияние на общее впечатление. В зависимости от цветового тона можно создавать различные образы, которые психологически воздействуют на человека.

Например, комбинирование бледных пастельных цветов (подходят *монохромные* и *нейтральные* сочетания) производит умиротворяющее впечатление. Их характеристика схожа с характеристикой *родственных* цветов, которые тоже создают единый спокойный образ.

Ежегодно появляются новые тенденции использования цветового оформления. На сегодняшний день выделяют следующие трендовые цвета: фиеста (красно – оранжевый), винный (глубокий и интенсивный бордовый цвет), куркума (яркий оранжевый оттенок), живой коралл (придаёт деликатность и живость), стебелёк перца (жёлто-зелёный оттенок), золотая осина (солнечно – жёлтый), синяя принцесса, тоффи, манговый мохито, террариумный мох, сладкая сирень, соя, затмение, сладкая кукуруза, коричневый гранит. На выставке «HouseHold Expo» была отображена вся вышеперечисленная модная палитра.

Обратимся к фирме «Архимед», которая представляет комплекс изделий, производимых из пластика. В основном, эти изделия принадлежат к кухонной утвари и к средствам для уборки. В товарах преобладает простой, лаконичный дизайн, со спокойной цветовой гаммой, ненавязчивой и в то же время привлекательной.



Компания «Svip» тоже изобилует товарами, которые по колориту относятся к монохромной и нейтральной цветовой гамме. Ассортимент фирмы очень разнообразен. Здесь собраны товары для сухой и влажной уборки пола, окон и других поверхностей, щетки для мытья посуды, щетки для ухода за одеждой и обувью, комплекты для туалета, автомобильные щетки, мусорные баки, ведра для порошка и др. Помимо достоинств, касательно качества и удобства в использовании, следует отметить специфику формы и обратить внимание на декоративное решение в



разработке вида объектов. Очень привлекательно и изысканно смотрятся разнообразные орнаменты, обрамляющие предметы. Их конструктивным элементом является *раппорт*. В общем, дизайнерский подход данной компании впечатляет.



При использовании ярких контрастных цветов создаётся динамичное сочетание. Но применение чистых противоположных цветов не всегда приветствуется. Исключением являются комплиментарные сочетания, которые воспринимаются положительно.

Для того, чтобы убедиться в этом, рассмотрим фирмы: «Mayer & Voch», «Hoffmann», «Биосталь» и «Мультидом». Видно, что эти компании руководствуются методом использования «кричащих» цветов, гармонично сопоставленных друг с другом. Так, например, у известнейшей фирмы «Hoffmann» ассортимент содержит в себе насыщенный колорит, состоящий из контрастных или тетраидных сочетаний.

Кастрюли и ковши из нержавеющей стали, сковороды из литого алюминия с мраморным покрытием, чайники эмалированные и чайники из нержавеющей стали – всё это – совокупность красоты, качества и прочности, которые гарантируют покупателям долговечность и удобство в использовании приобретённого товара.



Продукция компании «Мультидом» схожа по многочисленному количеству различных оборудования с «Hoffmann». Но в «Мультидоме» цветовых решений в объектах значительно больше, буквально каждый предмет задействован в определённом колере. Здесь также заметно прослеживается взаимодействие формы и цвета, которое придаёт презентабельный вид объекту.



Изучив общий вид представленной экспозиции, я заметила, что оформление выставочного места напрямую зависит от условий расположения бытовых приборов. Декоративная часть стенда ни в коем случае не должна быть ярче экспонатов. Фоновый колорит подстраивается под цвет и форму оборудования, в результате чего складывается общая стильная постановка, приятная для рассмотрения и вызывающая положительные эмоции у зрителя. Значимость фирмы (бренда), разумеется, тоже учитывается. Ведь это придаёт имидж выставке.

Все экспонаты обладают заметным качеством, конкретным предназначением, многофункциональностью, определённой технологией, многообразием форм, размеров и цветов. В продукции прослеживаются общие соотношения материала и, главное, общая проектная направленность. Таким образом, дизайн отвечает за целостность предметного мира.