

Application and Practice of Dalian City Brand Auxiliary Graphics in Exhibition Design

Wenzhe Zhao

Dalian International Studies University, Liaoning, Dalian, 116044, China

Abstract

This paper discusses the application of Dalian city brand auxiliary graphics in exhibition design, and analyzes its important role under the background of new quality productivity. This paper expounds the value of auxiliary graphics in visual identification system, puts forward design methods such as direct use of brand identity, structural reorganization and overall style expansion, and emphasizes the optimization strategies of spatial planning, graphic integration, visual flow and information transmission. In the future, auxiliary graphic design will pay more attention to innovation and integration with regional characteristics, and help create display designs with international vision and regional characteristics.

Keywords

Dalian city brand; Auxiliary graphics; Display design; Visual recognition system

大连市品牌辅助图形在会展设计中的应用与实践

赵文哲

大连外国语大学, 中国·辽宁 大连 116044

摘要

本文探讨了大连市品牌辅助图形在会展展示设计中的应用,并分析了其在新质生产力背景下的重要作用。本文阐述了辅助图形在视觉识别系统中的价值,提出了直接使用品牌标识、结构重组和整体风格扩展等设计方法,并强调了空间规划、图形整合、视觉流动和信息传输的优化策略。未来,辅助图形设计将更加注重创新和与地域特色的融合,助力创造具有国际视野和地域特色的展示设计。

关键词

大连市品牌; 辅助图形; 展示设计; 视觉识别系统

1 大连市品牌展示设计概况

作为新质生产力迅速发展的重要载体,艺术设计在展会设计实践中的应用越来越显著,对展会品质和会展业创新发展有促进作用。大连市地处东北亚国际航运中心、国际旅游城市 and 现代化的港口城市,具有一定的地理、经济、文化方面的城市品牌优势,艺术设计对大连市会展业发展起到了重要促进作用。

【基金项目】辽宁省教育科学“十四五”规划2024年度一般项目“艺术创意产业学院人才培养路径研究与实践”(项目编号: JG24DB097); 大连外国语大学创新创业项目“新质生产力背景下艺术设计融入展会设计实践研究——以大连打造东北亚国际会展文旅名城建设为例”(项目编号: 202510172D017)。

【作者简介】赵文哲(2004-),女,中国山东青岛人,本科,从事视觉传达品牌设计研究。

在徐适教授的著作《品牌设计法则》中,从多个层次和角度介绍了品牌设计的全貌,论述了辅助图形的应用及设计法则,指出辅助图形与品牌标志等要保持一致性,帮助读者很好地建立设计思路,从而使辅助图形设计更形象地做到统一。大连充分依借其得天独厚的地理条件与文化底蕴,将艺术设计与东亚文化之都相结合,建立起具有区域性与国际性相结合的会展设计,但现今仍存在会展展示设计存在水平不一、创新不足、与国际有差距等问题,主要体现在部分城市品牌忽视设计风格与视觉识别系统的统一性问题,忽略辅助图形构建,使品牌识别性弱。

2 辅助图形设计

2.1 辅助图形在视觉识别系统中的作用

品牌是无形的,是源于目标消费者心中,是目标市场保持的长期的品牌忠诚度。而视觉识别系统则将无形的品牌有形化,以此提高消费者对品牌的认识,进而维系品牌的存在感。

辅助图形是品牌视觉识别系统的重要元素,在作用上

是同品牌的各元素是一样的，如美化品牌形象、增强品牌认知性、表达品牌情感和提升品牌忠诚度等，但除此之外，辅助图形也有自身的特殊意义，如丰富视觉表现力、增强视觉冲击、区别产品线等。通过调研可以发现，评定辅助图形设计好坏的标准不再是设计是否好看，而是设计能否辅助视觉识别系统传递品牌信息，给消费者留下品牌的专属印象，提高品牌忠诚度。

对于品牌本身来说，视觉识别系统随着品牌的不断发展和产品更新的迭代，标志和标准颜色会出现无法满足品牌形象确立和信息传播的需求的现象。面对越来越庞大的品牌概念体系和不同概念的产品线，辅助图形起着重要作用。辅助图形实质上延伸于整个视觉识别系统中，在不偏离主要概念的同时以该系列的独特风格扩展和延伸设计，满足品牌的多样化应用需求，使品牌视觉识别系统更加系统化。

2.2 辅助图形设计方式

基于笔者对设计的分析，发现新质生产力发展的背景下，好的辅助图形设计不仅限于运用各种方式对品牌相关元素进行设计应用，其根本上讲是基于品牌概念核心导向，深度发掘品牌情感元素，而有机地、创造性地对品牌标志、标准字体这些视觉识别系统部分的辅助图形设计进行延伸、应用。简单来说，辅助图形设计并不是无中生有的创造，而是对已有信息的提取和整理。从日本设计师原研哉“再设计”设计思维中看，辅助图形设计并非仅是变化应用已有的设计元素，而是基于深入理解品牌的感情基础下而进行的实践创新。换句话说，它是对整个品牌信息（品牌理念、品牌情感、品牌愿景等）的挖掘。其中，在品牌情感的加持下，辅助图形设计，突破原有的视觉设计框架而挖掘品牌内涵，敢于打破旧的模式，勇于创新。常用的针对品牌的辅助图形设计方式有几种：

2.2.1 对品牌标志地直接使用

直接将品牌标志作为设计的主要元素，以重复、叠加或变化色彩等方法，维持品牌适配度而可变化的设计方式。瑞幸咖啡在标志中以鹿的图腾为辅助图形，根据不同的主题以及活动融入不同的元素或更改色彩。留住了品牌标识的可识别性，搭配文案同时传达品牌情感，丰富了设计表达的可变化性与视觉冲击性，直接高效强化了消费者的品牌记忆印象。

2.2.2 对品牌标志地结构重组

该方法深入分析品牌标志的结构，提取核心元素和设计理念，通过变形、拆分、重组等方式对标志进行设计。形成的新的图形元素既强调了品牌标志的核心特征，也实现“陌生化”，即补充品牌标志等元素没有传达的信息与情感，使品牌形象更完整。

2.2.3 结合整体风格的延伸设计

这种方法从品牌的整体风格出发，进行延伸设计。通过品牌风格提炼、产品概念提取、应用场景思考一系列步骤，

寻找并建立能够传递的品牌信息、品牌情感的图形元素。它不仅能够丰富品牌的视觉体系，还可以提高消费者对品牌的认知度。

2.3 大连城市品牌辅助图形的构建理念

大连市山环海绕、地形富有变化，海纳百川，群山磅礴的自然风光，同时，大连是具有历史的海港城市，城市展现了中外的多元性文化融合，独具历史名城的文化传统，传统与现代的结合，自然与人文相得益彰，独具魅力的城市化背景为大连城市品牌辅助图形设计元素与设计视野提供了广阔的空间。

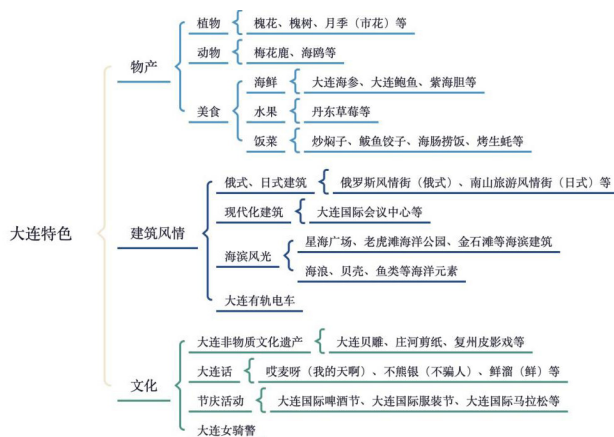


图1 大连特色罗列图（作者自绘）

大连拥有众多标志性的产品、建筑和文化（图1）。大连的这些独特元素可以在延续品牌理念的基础上进行重新设计，也可以作为大连城市品牌辅助图形设计的参考和应用对象。作为大连本土品牌，大连棒棰岛啤酒选择了海洋元素，即波浪。将波浪形状抽象、简化，形成不规则的深蓝色纹路，彰显现代简约的设计风格，传达了棒棰岛啤酒“每一口都是海洋的韵味”的信息，既传达了海滨城市品牌的特征还与表达产品本身属性。

3 辅助图形在展示设计中的布局策略

3.1 空间规划与图形整合

在展示设计上，将场所做合理划分设计，才能使展览更加体系化、系统化。按其展览功能进行划分，可以分为：展示区、洽谈区、服务区和互动体验区。每个区域各自具有各自的功能和目标，对这些功能区域起强效辅助和烘托作用的是辅助图形的运用。为了引导消费者，围绕品牌信息，不同区域的辅助图形应用也有自己的侧重。

3.1.1 展示区

在展示区中，由于对品牌产品展示的需要和品牌信息传达的要求，这类区域常展示较多的产品信息以及文字品牌信息。在辅助图形上需有所区分，让它可以在明确主题的同时，突显品牌和产品主体特征，但也要注意避免喧宾夺主，影响受众获取信息的能力。基于此，可以利用辅助图形设计

与展示内容互补,可适当通过色彩、形态及布陈关系设计,在统一性的基础上形成和谐统一的整体氛围,但仍需要依从品牌风格、展览主题、接受对象、展示环境等各方面因素来进行辅助图形的运用。例如,笔者以“大连海鲜”为主题,将海洋元素作为辅助图形,如波浪、鱼群等,以蓝色和透明色为主色调,进行设计与尝试。这些辅助图形不仅与展示的海鲜产品相得益彰,还通过色彩和形态的巧妙设计,引导观众更加关注产品本身。

在展示设计中巧用辅助图形,不仅表现在选择、组合设计元素上,还表现在考虑到品牌文化、展览主题、空间特征、生产工艺上。例如从展示空间的展览主题考虑,生动活泼的主题,常用鲜明的色彩、圆润的线条、卡通风格来设计和运用辅助图形,而技术创新主题则常用冷色系、几何线条、未来主义几何形状进行设计运用,传递出科技感、理性感。通过契合主题的设计及运用,辅助图形可以发挥好辅助和衬托的功效,不仅引导参观者关注展示产品,还以巧妙的方式增强品牌信息的传递感。

3.1.2 洽谈区

洽谈区是展商双方洽谈主要场所,更侧重于理性和专业的形象展示,使洽谈顺畅无碍。与展区注重信息展示、传达相比,洽谈区更需要清静和专心的环境。因此在辅助图形设计中应尽量避免活泼的图形,采用中性或冷色调为主基调,运用品牌辅助图形的形式简洁化设计辅助塑造品牌形象。就大连市品牌而言,结合大连依山傍海的地域特征,通过少量的色彩应用和点、线、面的转化、组合,以及合理的空间布局,营造出一种既符合大连城市品牌调性又适合洽谈氛围的环境,增强理性的视觉效果。

3.1.3 服务区

服务区是展览中的一个多功能区,集信息查询、接待、安保、医疗等功能于一体,为参观者提供全面的服务。在服务区,辅助图形的应用侧重于营造一个舒缓、安心的休息气氛或可靠的咨询氛围,同时确保与品牌信息的一致性。因此,辅助图形多选择品牌色彩中的柔和色调,像大连市品牌可选用淡雅的海洋蓝和清新的海藻绿,并将其与流畅的图形设计相结合来应用。这些图形能够灵活运用在服务区的墙面、标牌及座椅区,美化空间,也有效通过视觉和谐的途径缓解观众的视觉疲劳,促进服务效果。

3.1.4 互动体验区

交互体验区实际上是展示区的一种,主要是供游客对产品进行直接的操作体验,增加游客对产品和品牌的信心。辅助图形在这里多以增强游客对品牌和产品的信任为主,在表现方式上要突出产品的功能,以易于被观众认可的风格传

达品牌信息。例如,采用能体现品牌形象的图形,将辅助图形运用到产品的功能图形、品牌图形上。大连市品牌应用产品功能图、品牌标志图案等图形,可以补充在交互体验内容上,让观众在体验当中从辅助图形上得到对产品的好评、对品牌的信赖。

3.2 视觉流动与信息传递

从心理学的角度来看,视觉流动的规律是由人类的认知结构和注意力驱动的。按照格式塔心理理论,人们会本能地把视觉元素结合成一个独立的集合体,目光会沿着元素间的连接而平滑地移动,并且视线很容易受到引人注意的或突然出现的视觉刺激的吸引,如艳丽的颜色对比或动态几何图形等的引导。

在展示设计中,辅助图形设计通过符合心理原理的设计手法,形成符合人的心理与行为特征的线条、图形与色彩布局,引导参观者沿着路径有序地移动。如平滑的线条能够引导视觉流穿梭于展厅,突出的色块引导视线聚集于重要的信息点。如此引导能够使人顺畅有序地进行观展、体验,保证信息能依据信息级别的层级和重要性传达。因此,有针对性地设计和应用辅助图形,可以帮助展示设计有效且顺利地吸引参观者视线的关注,使品牌想要传达的主要信息传递给人们,加深人们在内心对展示信息的理解和记忆,得到更有效的信息传递与品牌展示效果。

4 结语

总之,大连市品牌辅助图形在展览展示中的应用与实践,不仅提升了展览品质、推动了会展业升级,还突出了辅助图形在VI系统中的重要性,通过结合空间设计与视觉流方式,有效引导观众、改善信息传递,提升了品牌知名度与认同度。期待未来大连展览业在国际化发展中,辅助图形设计能更加新颖、融合地域特色,为打造具有国际视野和地域文化特色的展览展示设计,提升大连市品牌的整体宣传力和影响力。

参考文献

- [1] 靳埭强.品牌设计 100+1 [M].北京:北京大学出版社,2016:102-106.
- [3] 王宝桥.甘当绿叶的企业象征图形研究[J].艺术与设计(理论),2011,2(08):69-71.
- [4] 李伟豪,赵之昱.城市区域品牌视觉符号设计的构成方法研究[J].艺术与设计(理论),2024,2(12):45-47.
- [5] 刘亚璇.VI 中辅助图形的非辅助作用及设计方法[J].设计,2020,33(02):126-128.
- [6] 岳虹.品牌设计中象征图形的设计与传达方式[J].艺术品鉴,2022,(08):75-77.