

---

# HOUSEHOLD EXPO

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

**27 – 29 МАРТА 2018**

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

---



*Всё, что дома  
пригодится!*

## Тренды HouseHold Expo: взгляд будущих специалистов по промышленному дизайну

Комментарии студентов 1 курса  
Московской художественно-промышленной  
академии имени С.Г. Строганова

Мартовская Household Expo стала для моих студентов полем исследования ряда актуальных направлений, как то внедрение актуальных тенденций в продукты дизайна, использование цветовой комбинаторики, оформление выставочных мест и др., представленных в экспозиции выставки. Студенты с большим интересом изучили ассортимент различных производителей и свои наблюдения довольно обоснованно изложили в аналитических справках. Такой опыт, безусловно, полезен будущим промышленным дизайнерам, также, я уверена, что и участникам выставки будет интересно ознакомиться с материалами, приведенными ниже, поскольку мнение стороннего наблюдателя, как правило, непредвзято, объективно и, раз это мнение студентов кафедры Промышленного дизайна, – интересно.



**Анна Валериевна Пахомова**

Профессор МГХПА им. С.Г. Строганова, кандидат культурологи,  
Член Международной Ассоциации Изобразительных Искусств-АИАП ЮНЕСКО, Союза художников России,  
Член Союза дизайнеров Москвы, Член творческого Союза профессиональных художников,  
Член Международной ассоциации писателей и публицистов,  
Член жюри Международного конкурса в области товаров для дома конкурса Household Russia Award,  
Председатель жюри конкурса «Лучшее оформление и выкладка в магазине товаров для дома»

Москва, март 2018

## Содержание:

- Признаки выбора удачной цветовой гаммы
- Примеры, представленные выставке
- Вывод

Современный дизайн богат различными цветовыми линейками, которые допускают сочетание разноплановых цветов с разными тонами, насыщенностью и светлотой. Чтобы не запутаться в буйстве красок, на помощь дизайнерам приходит цветовая комбинаторика, которая четко определяет удачные сочетания. Помимо этого существует разделение палитры на цветовые гаммы, которые так же способствуют удобству дизайнера в процессе проектирования. Так определяется спектр цветов для детской, спортивной продукции, палитра городских цветов и тд.

К тому же создавая цветовую линейку своей продукции не стоит забывать о символике цвета и его психологическом восприятии человеческим мозгом. Например, психологи установили, что синий, золотой, белый, черный, красный – цвета, которые отождествляют товар с элитным сегментом, поскольку это – «дорогие» цвета, исторически ассоциирующиеся с элитой общества. И действительно, в товарах верхнего ценового диапазона очень распространено сочетание синего или черного с золотым. Черный цвет позволяет эффектно выделить логотип или изображение самого продукта. Это помогает сконцентрировать внимание потребителя на продукте, показать его значимость и престижность. Сочетания красного цвета с желтым, напротив, связано с ощущением радости, теплоты, веселья. Не случайно эти два цвета используют «народные» рестораны McDonald's и чай Lipton. Свои ассоциации есть у зеленого и голубого, которые считаются цветами майского утра. Их принято использовать для того, чтобы показать свежесть продукта.

Исследуя представленные на выставке товары легко прослеживается общая тенденция использования вышеперечисленных методик цветоведения, и создания с их помощью удачных решений. Так же активно практикуется использование актуальных цветов сезона, отчет о которых предоставляет институт Pantone. Следуя тенденциям и учитывая классически устоявшиеся правила рождаются интересные палитры, работающие в пользу проектируемого объекта дизайна. Среди наиболее удачных линеек можно отметить коллекции пищевых боксов "Pudra" и "Miata" фирмы "Plast team". Используя единый цветовой прием для продукции каждой из коллекций, дизайнеры следуют последним тенденциям, создают общую систему. Помимо окрашенных в пастельно-розовый и мятный на крышках емкостей используется цветочный принт, выполненный в ярких цветах тех же гамм, что и остальные элементы коллекции. Это работает органично вписывающимся акцентом в общую композицию. Цвет емкостей не противоречит их прямому назначению, а наоборот придает ощущение легкости.



В серии кухонных предметов, включающих ножницы, специальные ножи, многофункциональные наборы, прищепки и прочее из коллекции "Irsa", производства "Dosh Home" напротив используется яркая линейка цветов, которая так же как и у предыдущих объектов дизайна отлично вписывается в концепцию. Сочетая ярко-желтые прорезиненные вставки с ахроматичным серым корпусом и лезвиями ножниц подчеркивается пластика предмета и фактура. Солнечная, не скользкая и приятная на ощупь резина акцентирует на себе внимание, создавая теплое праздничное настроение, а серые пластмассовые и металлические части предмета напоминают о необходимости аккуратного обращения. Из-за такого контраста человек неосознанно тянется к безопасной стороне предмета – желтой. Ко всему прочему яркие вставки не позволяют ножницам "потеряться" как это часто бывает с мелкими ручными предметами. Такой же прием работает и в других представителях данной коллекции. Благодаря удачному выбору цветовой линейки согласно всем правилам и принимая во внимания модные тенденции, "Dosh Home" создали гармоничный набор, в котором цвет является не только художественным средством, но и имеет важное функциональное значение.

С 27 по 29 марта 2018 года в Крокус Экспо прошли международные выставки HouseHold Expo, Dacha Outdoor, Stylish Home, Christmas Box. Podarki, Horeca. Just Horeca. Участники из 45 стран мира представили огромное количество новинок в области дизайна, в частности промышленного.

Посетив эту выставку, я выделила ряд тенденций в дизайне:

### 1. Актуальные цвета

Промышленный дизайн следует цветовой моде. Самые актуальные цвета сезона (ультрафиолет, весенний крокус, император и другие) появляются в объектах промышленного дизайна.



### 2. Пастельные цвета

Актуальной тенденцией в дизайне является использование пастельных цветов. Именно пастельные сочетания встречались на выставке в большинстве. Практически каждый производитель использовал пастельную гамму в своих новинках.



### 3. Экологическое направление в дизайне.

Именно об этой особенности мне бы хотелось рассказать более подробно.

За последние годы экологическая ситуация в мире резко ухудшилась, природные ресурсы все больше истощаются, а плохая экология вредит здоровью людей, особенно тех, кто живет в крупных городах. Экологический дизайн способствует восстановлению нашего контакта с живой природой, ведь в большинстве городов, а особенно в мегаполисах, природе отведено совсем немного места. Экологический дизайн стремится предоставить человеку как можно больше возможности соприкоснуться с природой, не покидая привычную обстановку. Именно поэтому многие дизайнеры сосредотачиваются на единении с природой. Большое внимание уделяется взаимосвязи природы и человека. Отмечается тенденция к активному использованию натуральных материалов, изготовители стараются, чтобы продукция и материалы были безопасны и для человека, и для природы. В моду входит экостиль.

Большое количество товаров, представленных на выставке сделаны из экологически чистых материалов (дерево, камень), так же часто встречается и их имитация. Очень у многих производителей как в самих объектах, так и в выставочном пространстве используется именно дерево. Ведь именно эко-материалы помогают создать уют.



Производители уделяют большое внимание стилизации выставочного пространства, главной идеей которого зачастую является напоминание о близости человека и природы. В декорировании выставочного пространства помимо экологически чистых материалов используются цветы, а также фрукты или овощи.

Москва, 2018

27–29 марта в Крокус Экспо в очередной раз состоялась международная выставка Household Expo, которая зарекомендовала себя как мероприятие всероссийского масштаба в области товаров для дома. Особое место в экспозиции было отведено цветовым решениям продукции как известных производителей, так и компаний, начинающих свой путь в этой области.

Я бы хотела обратить внимание на изделия нескольких фирм, цветовое решение продукции которых мне кажется наиболее органичным.

Компания «Дымов-Керамика» ярко выделилась среди других производителей посуды благодаря своей традиционности, авторскому подходу и использованию популярных цветов этого года. Несмотря на то, что компания находится в Суздале, вдалеке от модных трендов крупных городов, мастера в создании керамических изделий применяют такие модные цвета, как ультрафиолет, иволга, небесно голубой, чери. Наряду с ними на полках витрины можно увидеть керамическую продукцию, исполненную в пастельных цветах, не потерявших свою актуальность в этом году, а также выполненную просто в строгих черных и белых тонах. И кажется, что такое смешение цветов в одном месте должно напоминать винегрет, но грамотная расстановка и цветовое чутьё производителя создало для посетителей выставки незабываемую атмосферу чего-то напоминающего антиквариат и, в тоже время, современный дизайн. Трендовые цвета не кажутся дикими или не подходящими для столь архаичной посуды, скорее наоборот, они дают право на жизнь в дизайне нашего времени.



Компания керамической посуды Frybest, старается находить цвета для своей продукции в природе. Как заявляют производители: «Дизайн и цветовая гамма посуды разработаны с учетом самых модных современных тенденций – они соединили благородный минимализм и совершенство природной красоты». На выставке были представлены коллекции GREENWOOD и Round (Раунд). Они выполнены в приятных пастельных приглушённых тонах. При создании Коллекция Round дизайнеры используют мятный оттенок. Очень эффектно соединение с природой подчеркнуто благодаря деревянным ручкам. Создатели осознанно оставили цвет и текстуру натурального дерева для выразительности восприятия. Данная посуда благодаря своему цвету, по моему мнению, станет дополнением любого интерьера кухни.



Компания Fiako, представленная на выставке, специализируется на производстве и продаже пластиковых изделий для дома. Производитель использует только один материал (пластик), который у многих людей ассоциируется как дешёвый и повсеместно употребляемый. Но изготовители смогли при помощи правильно выбранного цвета его облагородить. Дизайнеры взяли для своей продукции приятные пастельные цвета и разные оттенки коричневого. Такой выбор вполне закономерен, так как компания производит продукцию в основном для ванных комнат, а интерьер таких помещений выполнен обычно в данных оттенках. Благодаря удачному использованию цветового решения любое изделие компании органично впишется в убранство любой квартиры различного достатка.



Привлекает внимание экспозиция компании KETER – одного из ведущих мировых производителей и поставщиков полимерных изделий для дома и сада. Если посмотреть издали, мало кто сможет определить, что данная мебель сделана из столь не благородного материала, как пластик. Но компания очень верно подобрала линейку цветов – все они имеют оттенки дерева, поэтому вся продукция смотрится красиво и достойно. Конечно, идея использовать оттенки натурального дерева не нова, но благодаря ей, достаточно дешевый материал, из которого изготовлена мебель, в итоге превращает ее в элегантный продукт, не тяжелый, удобный в употреблении. Такая мебель прекрасно вольется в интерьер сада для людей любого материального достатка, поэтому законно пользуется успехом среди дачников. Тем более что представленные на выставке продукты имели разные оттенки коричневого, в том числе и популярного в этом сезоне император. При этом каждое изделие марки KETER имеет свою текстуру – это может быть дерево, плетение, камень, что прибавляет компании еще большую востребованность у садоводов и владельцев индивидуальных домов.

Не могу не отметить коллекцию CHELSEA, где в дизайне пластиковой мебели используются железные ножки. Соединение двух материалов придает ощущение разнообразия текстуры и цвета, делает мебель более устойчивой и долговечной. Изготовитель берет идеи цветовых оттенков и текстуры для своих изделий у живой природы, из-за этого любая вещь марки KETER органично вписывается в любой ландшафт на приусадебном участке.



Интересной в цветовом решении мне показалась коллекция садовой мебели «Удачная мебель», производитель которой работает в сегменте садовых качелей и раскладных кроватей. Компания помимо основной своей продукции, предоставила новое дизайнерское решение в виде качелей, окрашенных в модный цвет «лаймовый пунш», переходящий в черный цвет. Рисунок материала изображает космическое небо, а с верхней перекладины свисают яркие светодиодные фонарики. Это должно походить на космос и звезды и выглядят такие качели довольно ярко. Но, учитывая вкус и пристрастие некоторых детей к ярким цветам, думаю, что данное изделие найдет определенный отклик у молодых людей, выросших на современных иностранных анимационных фильмах, во всю использующих подобные кислотные цвета.



Привлекает внимание продукция фирмы BIOTAL – ведущего российского производителя термосов из нержавеющей стали. На выставке помимо основной части своих изделий, представленных в шаблонном серебряном цвете, компания представила новую серию FLËR, которая исполнена в смелых ярких цветах. Помимо популярных в этом сезоне цветов, таких как лаймовый пунш и черри, авторы также применяют открытый синий и оранжевый цвета. Эти цвета не столь модные в этом сезоне, но они использованы в данной коллекции, так как эти оттенки, по мнению психологов, вызывают у человека позитивную реакцию. Такая посуда порадует не только взрослого, особенно в унылую холодную погоду, но и ребенка, который любит яркие цвета.



Также хотелось бы сказать о парфюмерной компании Cristalinas, которая, по словам создателей, имеет самые инновационные арома-диффузоры и освежители воздуха, сочетающие в себе богатые арома-композиции и эксклюзивный дизайн. Вся продукция бренда не содержит спирт, поэтому она, по мнению Cristalinas, безопасна для здоровья. Основной продукт производителя это ароматические диффузоры, которые произведены в двух формах: прозрачной стеклянной бутылке и матовой круглой баночке. В зависимости от формы товар имеет соответственно цвет яркий или пастельный. Представители данной компании признались, что выбор цвета продукта обусловлен не модой, а стремлением показать натуральность изделия. Так каждый диффузор имеет цвет, приближенный к своему аромату. Но для упаковки создатели все-таки выбрали популярные пастельные оттенки.

Также в коллекции Cristalinas Mikado для того, чтобы подчеркнуть связь с природой, дизайнеры применяют деревянную вставку. Текстура и цвет дерева очень гармонично сочетается с флаконом и подсознательно вызывает у человека ощущения естественного благоухания. К тому же, компания продумала и внешний дизайн выставочного павильона. Для демонстрации своего товара оформила своё место деревянными стеллажами.

В экспозиции можно выделить основные доминантные цвета, такие как не теряющие никогда актуальность белые и черные, пастельные тона, которые уже несколько лет держатся на лидирующих позициях в промышленности, а также модные цвета этого года. Также многие производители стремятся брать цвета из живой природы, чтобы показать натуральность своих изделий. Мне кажется, данный поход весьма удачен, так как естественные цвета всегда вызывают у человека чувство гармонии с миром и с самим собой.



Международная выставка Household Expo – это всегда яркое событие в выставочном пространстве Москвы, как в сфере товаров для дома, так и в сфере дизайна. Она всегда полна новых творческих идей. Выставка также даёт небольшим производителям возможность заявить о себе и не только найти покупателей, но и показать свой взгляд на современный дизайн.

Я считаю, что такие мероприятия, как Household Expo, необходимы для творческого и профессионального развития не только начинающих специалистов, но и маститых профессионалов в сфере промышленного дизайна.



**Содержание:**

1. PANTONE FASHION COLOR REPORT SPRING 2018
2. Актуальные цвета 2018 в объектах дизайна
3. Актуальные цвета прошлых лет в объектах дизайна
4. Вывод

**PANTONE FASHION COLOR REPORT SPRING 2018**

Институт цвета Pantone (Pantone Color Institute) определили актуальные цвета сезона весна-лето 2018 года, основываясь на модных коллекциях, представленных на New York Fashion Week. В цветовую палитру вошли 12 цветов:



**Цвет года**  
Ультрафиолетовый  
(Ultra Violet)



Meadowlark – Иволга



Помидоры черри  
(Cherry Tomato)

**АКТУАЛЬНЫЕ ЦВЕТА 2018 В ОБЪЕКТАХ ДИЗАЙНА**

Эффективное использование цветов играет большую роль в дизайне. Так или иначе воздействуя на восприятие потребителем товара, у производителей есть шанс привлечь покупателя, заинтересовать своим товаром, в следствие чего больше продать. Для этого компаниям и брендам необходимо ориентироваться на наиболее важные цветовые тенденции сезона.

Примером таких компаний может называться FRYBEST ООО «ФРАЙБЕСТ», которая на выставке HouseHold Expo представила новую линейку кухонной утвари, исполненной в цвете Помидоры черри (Cherry Tomato).

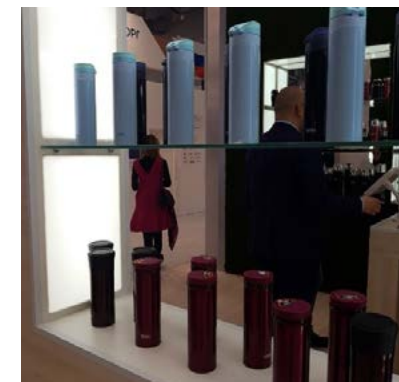
Посуду, выпаленную в таком насыщенном цвете невозможно игнорировать, а его теплота и энергия вызывает аппетит у покупателя.



Хочется отметить цветовое решение товарной линейки торговой марки Genuine Thermos® Brand. В цветовой палитре продукции бренда немало актуальных цветов сезона 2018, таких как: Иволга (Meadowlark), Мальчиковый голубой (Little Boy Blue), Масло чили (Chili Oil), Моряцкий синий (Sailor Blue) и Emperor (Эмперадор).

GENUINE  
**THERMOS**  
BRAND

Genuine Thermos® Brand (GTB) выпускает продукцию премиум-класса с наилучшими потребительскими характеристиками. Ассортимент отличается передовыми дизайнерскими решениями, что подтверждает постоянно обновляющийся цветовой ряд продукции.



Так же на выставке HouseHold Expo бренд DOSH | HOME® представил коллекцию аксессуаров для выпечки, исполненных сразу в двух актуальных цветах сезона: Мальчиковый голубой (Little Boy Blue).

Бренд Ladelle разнообразил свой ассортимент, добавив аксессуары для кухни в модном цвете Цветущий георгин (Blooming Dahlia).

Далеко не все производители согласуют цветовое исполнение своего товара с модными цветами сезона. Например, производители бытовой техники в большинстве случаев предпочитают оставаться в сдержанной монохромной гамме.

Бренд «Sam Cook»



### АКТУАЛЬНЫЕ ЦВЕТА ПРОШЛЫХ ЛЕТ В ОБЪЕКТАХ ДИЗАЙНА

На выставке можно было увидеть и продукцию в цветах минувшего сезона. Так, Бренд Морех bel привлекал аудиторию аксессуарами для уборки, выполненными в актуальных цветах 2017 года: Island Paradise (райский остров) и Pale Dogwood (бледный кизилловый).



**PANTONE®**  
14-4620  
Island Paradise



**PANTONE®**  
13-1404  
Pale Dogwood

Утюг от «Zimber» в цвете Greenery (зелень), актуальном в 2017 году.



**PANTONE®**  
15-0343  
Greenery

Салатница от «Glaretti» в цвете Pink Yarrow (тысячелистник розовый) – 2017 г.



**PANTONE®**  
17-2034 TCX  
Pink Yarrow

### ВЫВОД

Как показала выставка Household Expo, дизайнеры часто обращаются актуальным цветам сезона в процессе выбора цветовой палитры изделия, дабы заинтересовать покупателя. Большинство товаров, исполненных в «модном» цвете является: посуда, кухонные принадлежности, аксессуары, органайзеры и пр., так как изготовление этих товаров легко корректируется, есть возможность с легкостью изменить цветовую палитру объектов дизайна. Такого нельзя сказать о производстве более крупных промышленных объектов, техники и пр., где производству намного сложнее резко поменять цветовой вектор. Таким образом, можно сделать вывод: непрерывно меняющиеся актуальные цвета прослеживаются в малогабаритных и простых объектах дизайна, так как их цветовое исполнение можно легко изменять.

На международной выставке товаров для дома Household Expo было представлено множество разнообразной продукции, интересной с точки зрения цвета.

Те предприниматели, которые хотят, чтобы их бренд оставался на высоком уровне, помимо строгого соблюдения контроля качества стремятся к тому, чтобы дизайн совмещал в себе правильное и гармоничное сочетание функции, формы и цвета. Многие компании стараются придерживаться модных цветовых тенденций. Цвет несомненно влияет на восприятие объекта дизайна: каждый оттенок способен вызывать различные ассоциации, поэтому очень важно не промахнуться с выбором цветового решения при проектировании. Цвет должен дополнять содержание, быть уместным, ясно демонстрировать предназначение объекта, указывать на содержание, а не наоборот – вызывать сомнения в функции объекта. Допущенная ошибка в выборе цвета может привести к тому, что дизайн продукта будет отталкивать потребителя, даже если содержание продумано идеально.

Среди представленных брендов я отметила для себя OTECHESTVO – компанию, занимающуюся производством мебели из экологических материалов, таких как дерево и камень. Уникальность их дизайна заключается в использовании необыкновенного сочетания древесной фактуры, драгоценных необработанных камней или эпоксидной смолы, единство которых образует красивые динамичные формы. В каждом объекте продумано цветовое решение. Например, стол под названием «Река» привлекает контрастом нежного бежевого оттенка дерева и яркого бирюзового цвета смолы. Вставка из смолы олицетворяет реку (отсюда следует название). Благодаря выбранному цвету данная интерпретация определенно работает. В основу дизайна многих объектов бренда OTECHESTVO взяты природные образы, что делает их продукцию не менее интересной.

Разнообразием оттенков выделилась компания Dosh Home. Различные бытовые предметы, изделия посуды представлены в разных цветовых вариантах как отдельные небольшие линейки. Здесь можно найти предметы таких модных цветов Pantone весна-лето 2018 как Emperador, Lime Punch, Meadowlark, Little Boy Blue и многих других. Стоит отметить, что все цвета яркие, но не «кричащие», а даже скорее успокаивающие и умиротворяющие. Выбор каждого оттенка для определенного предмета направлен на поднятие настроения, на улучшение домашнего обихода и облегчение ежедневного рабочего процесса в быту, ведь каждый цвет обладает своим собственным психологическим влиянием и способен вызывать определенные эмоции, производить как положительные, так и отрицательные эффекты. Считается, что зеленый цвет в большинстве случаев снимает напряжение, бодрит и вызывает радость. Возможно, этим можно обосновать большое количество салатовых, лаймовых (Lime Punch), мятных и многих других приятных оттенков зеленого цвета (например, Arcadia) у продукции Dosh Home.

Одним из самых распространенных цветов среди предметов домашнего обихода на выставке, по моему мнению, оказался приглушенно красный Chili Oil. Сам по себе этот цвет очень приятен, в отличие от классического красного он не провоцирует, не раздражает и гораздо меньше вызывает отталкивающие ассоциации среди предметов быта (красный – «горячий», «обжигающий», чаще всего кажется неуместным для окраски острых режущих предметов или изделий для приготовления еды). Но именно этот оттенок красного обладает скорее положительным эффектом и реже вызывает опасение обжечься или порезаться. Много объектов дизайна данного оттенка можно найти в рядах Thermos, Emile Henry, Dosh Home, Lekue и т.д.

Бренд «ОТЕЧЕСТВО» на выставке Household Expo



Объекты в цвете Chili Oil



Стол «Река»



До сих пор остаются популярными нежные, пастельные, пудровые и нюдовые оттенки. Скандинавская фирма Plast Team представила отдельную коллекцию Pudra из пластиковых предметов мягкого розового цвета, напоминающим Almost Mauve, а также Miata из предметов ментоловых оттенков.

Цвет безусловно влияет на восприятие объекта дизайна. Современные компании и бренды отчетливо продемонстрировали свое трепетное отношение к выбору цвета на прошедшей выставке, начиная от самого объекта и заканчивая оформлением витрины.

Компания керамической посуды Frybest, старается находить цвета для своей продукции в природе. Как заявляют производители: «Дизайн и цветовая гамма посуды разработаны с учетом самых модных современных тенденций – они соединили благородный минимализм и совершенство природной красоты.» На выставке были представлены коллекции GREENWOOD и Round (Раунд). Они выполнены в приятных пастельных приглушённых тонах. При создании Коллекция Round дизайнеры используют мятный оттенок. Очень эффектно соединение с природой подчеркнута благодаря деревянным ручкам. Создатели осознанно оставили цвет и текстуру натурального дерева для выразительности восприятия. Данная посуда благодаря своему цвету, по моему мнению, станет дополнением любого интерьера кухни.

Компания Fiako, представленная на выставке, специализируется на производстве и продаже пластиковых изделий для дома. Производитель использует только один материал (пластик), который у многих людей ассоциируется как дешёвый и повсеместно употребляемый. Но изготовители смогли при помощи правильно выбранного цвета его облагородить. Дизайнеры взяли для своей продукции приятные пастельные цвета и разные оттенки коричневого. Такой выбор вполне закономерен, так как компания производит продукцию в основном для ванных комнат, а интерьер таких помещений выполнен обычно в данных оттенках. Благодаря удачному использованию цветового решения любое изделие компании органично впишется в убранство любой квартиры различного достатка.

С 27 по 29 марта в «КРОКУС ЭКСПО» проходила 21-я международная специализированная выставка HOUSEHOLD EXPO Выставка №1 в России в секторе товаров для дома, дачи и подарков, главное профессиональное событие, объединяющее ритейл-сообщество страны. Особо впечатлила продукция одной компании.

«Гирляндус» занимается производством гирлянд составленных из нитяных или ротанговых шариков, а также хлопковых шаров-светильников больших размеров.

Шарики из ниток – казалось бы, что может быть проще? Каждый из нас делал в детстве шары из ниток своими руками, доставал из папиной кладовки клей ПВА, из бабушкиного сундучка клубки пряжи, надувал воздушные шарики и часами обматывал их липкими, скользящими нитями. Результат гордо становился главным новогодним украшением, а пол и одежду приходилось потом долго отмывать – но ведь это того стоило!

История появления компании: «Побывавшие в гостях в Таиланде наверняка видели на рынках тайские фонарики – гирлянды из шариков, так похожих на те, что мы делали в детстве. Обычно они выглядели гораздо более аккуратными, а главное – светились настолько чистыми и яркими цветами, что устоять было невозможно, и коробка с шариками находила себе место в чемодане, между футболкой со слоном и сочнойшим, ароматным манго.

Мы были поражены не меньше – и через полгода после первой поездки в Таиланд решили навеститься снова – и уж в этот раз везли с собой в ноябрьский Петербург четыре огромных, но очень лёгких коробки с отличным антидепрессантом.

С этого и пошёл «Гирляндус»



Прошло совсем немного времени и огромное количество ниток - и Гирляндус предлагает гирлянды уже отечественных шариков, как минимум, ни в чём не уступающих тайским, а на самом деле – качество уже превосходит азиатских предков.

Теперь шарики производятся в Санкт-Петербурге, всё так же вручную, по оригинальной, но существенно оптимизированной технологии. Шарикам уже не нужно лететь через половину глобуса, придавленными хоть и ароматными, но очень тяжёлыми манго, а провод гирлянды оканчивается не непонятной штукой с плоскими штекерами и чёрным переходником, а аккуратной прозрачной евровилкой. Да и сам провод стал тонким и прозрачным, не нуждающимся в драпировке тканью.

Продукция подходит для оформления свадеб, праздников, фотозон. Недорогой корпоративный или личный подарок, выполненный вручную. Яркий акцент интерьерный акцент для дома, светильник-ночник в детскую. Украшение магазинов, кафе, ресторанов и баров.

Гирлянды создают очень красивую и атмосферную обстановку. Для выбора представлена большая палитра цветов, более 68 оттенков.

«Гирляндус» развивается уже пятый год, расширяя границы и привлекая все больше поклонников. Большим спросом пользуются товары компании в предновогодний период.

Впечатлило оформление стенда на выставке. Гирлянды смотрятся стильно, можно использовать для оформления любого интерьера.

Все выполнено вручную и очень качественно. Осенью обязательно постараюсь посетить эту выставку и надеюсь, что меня снова порадуют такой красивой и атмосферной продукцией.

Москва, 2018



**Содержание:**

1. Вступление.
2. Соответствие цвета функциональности.
  - а. Удачные примеры
  - б. Несоответствие цвета функциональности.
3. Интересное и оригинальное оформление стендов.
4. Актуальные цвета Pantone в данном сезоне.
5. Выводы.

Каждый дизайнер, архитектор, инженер должен уметь анализировать товары, представленные на рынке, чтобы чётко понимать основную концепцию внешнего вида определённых товаров промышленности. Выставки типа HouseHoldExpo сильно помогают человеку, связанному с дизайном, понять основные цветовые тенденции данного временного промежутка. “Какие цвета сейчас актуальны?”, “Какие цвета всегда пользуются популярностью?”, “Как той или иной цвет влияет на восприятие объектов дизайна?”. На все эти вопросы нам поможет ответить выставка HouseHoldExpo.

На протяжении многих лет выставка HouseHoldExpo впечатляет всех огромным ассортиментом товаров различных категорий потребления. Необычное и оригинальное оформление, лёгкость восприятия информации, оригинальность, с которой дизайнеры подходят к созданию обыкновенных, в нашем понимании, предметов, представление новой оригинальной продукции – вот что привлекает потребителей на выставку HouseHoldExpo. Также на выставке наравне с отечественными производителями присутствует большое количество иностранных фирм, которые принимают участие в выставке, чтобы представить свою продукцию российским потребителям.

Любой товар должен сочетать в себе как удобную и понятную функциональность, так и привлекательные форму и цвет. Форма и цвет должны отвечать функциональности объекта дизайна. Отличным примером соответствия цвета и формы функциональности служит продукция компании «GOODGRILL», а именно сковорода «Чудо Гриль-Газ». Данный товар имеет простую форму без лишних деталей, которая приятна взгляду. Также он красным цветом, который предупреждает нас о том, что данный объект может быть горячим и, что с ним следует быть аккуратнее. Тем самым, этот цвет идеально подходит под функциональность данного объекта дизайна.

Также, в качестве примера соответствия цвета и области применения можно привести немецкую фирму Lechuza. Продукция компании появилась на рынке комнатного озеленения в 2000 году и почти сразу стала доступна в Москве. Сегодня это безусловный лидер в нише товаров для цветоводства. Основа ассортимента – современные кашпо с системой автополива. Они делаются из пластика, а технология производства включает ряд инновационных решений. Это дает горшкам лечуза целый набор преимуществ:

- небольшой вес,
- устойчивость к понижению температуры вплоть до морозов,
- хорошая переносимость ультрафиолета,
- мобильность при любых размерах (благодаря дополнительной подставке на роликах),
- стильный дизайн, отвечающий требованиям интерьерной моды.

Зелёный цвет, являющийся одним из основных цветов этой компании, такой же нежный и умиротворяющий, как и растения, выращиваемые в кашпо с таким цветом. Нельзя не отметить красиво оформленный стенд данной компании. Цветовая гамма продукции хорошо сочетается с растениями, которые стали частью оформления стенда.





Говоря об оформлении, нельзя обойти стороной стенды Michael Aram и FineDesign. Эти производители подошли к оформлению своих стендов с оригинальностью. Michael Aram, являясь брендом, производящим фарфоровые изделия, оформила свой стенд, элегантно расставив свою продукцию, которая выгодно подчёркивала сама себя. FineDesign же, оформила свой стенд, придерживаясь цветам

Pantone, что придавало стенду изысканности и выглядело чудесно.

Если говорить о цветах «Pantone» этого сезона, то ими стали – Ультра-фиолет, Едва-лиловый, Весенний крокус, Цветущий георгин, Иволга, Лаймовый пунш, Аркадия, Черри, Голубой, Чилли оил, Эмперадор.

Проанализировав эти товары можно прийти к выводу, что цвет, форма, подача очень важны для любого вида продукции. Итогом посещения выставки HouseHoldExpo стало выявление основных цветов – светлые, нежные тона и то, что большинство производителей стараются сделать так, чтобы цвет товара соответствовал его функциональности.

Сочетание основных трендовых цветов с приятными формами предметов даёт товару успех на рынке. Выставка была очень интересной и поражала многообразием представленного на ней товара.

Москва, 2018

