

# 透视的运用

演讲-王岳康

# 关于透视

日常生活中，当我们看周围事物时，会有远近、高低、长短、宽窄等不同，这是由于距离、方位等差异在视觉中呈现的不同反映，这种现象就是透视。透视学的出现可以帮我们非常科学的表现各种**空间感和立体感**，它广泛用于绘画、建筑、环艺、设计等诸多领域。

在设计中若想让画面无违和感，第一步就是要做到「透视准确」，而透视作为构图中的重要知识点，可以说是无处不在，我们只有**掌握透视的变化规律**，才能准确表现出元素的空间关系，如果透视不对，那空间将会失真。

# 透视的3个类别

# 一. 空气透视

空气透视又称「色彩透视」，由于空气介质的存在（雨、雪、雾、烟等），使人们看到近处景物比远处的轮廓更清晰、色彩更饱满的视觉现象，我们也叫**近实远虚**。例如下方海报中的「烟雨蒙蒙」，这种近实远虚感就是典型的空气透视，随着镜头拉远，山川也变得越来越模糊。



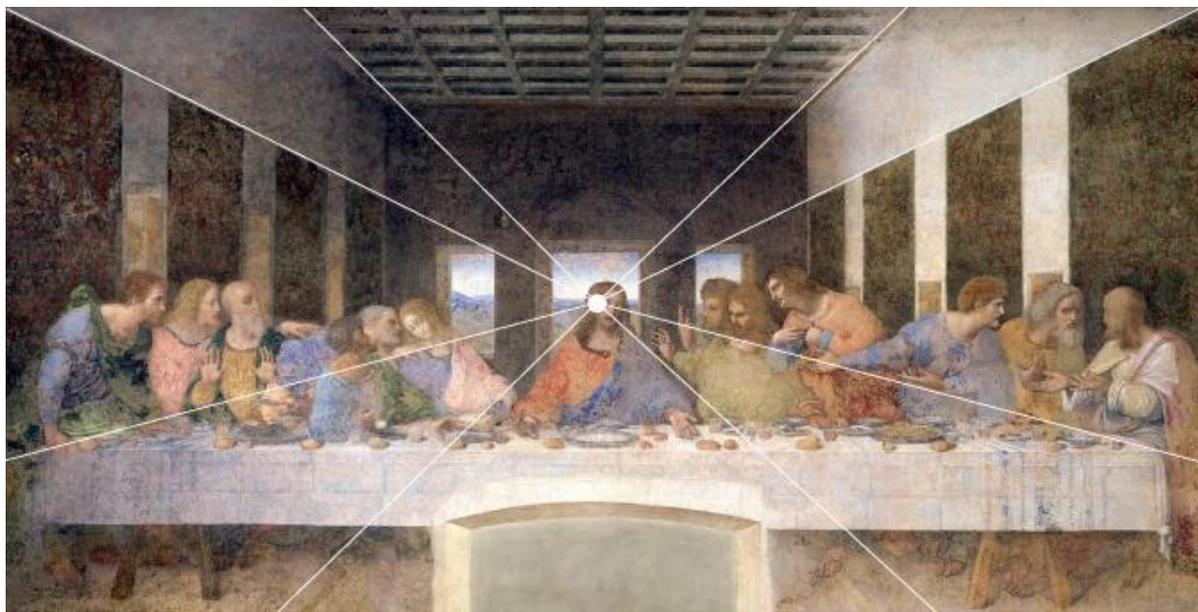
## 二. 散点透视

散点透视则是中国画特有的一种透视类型，《清明上河图》就是这类透视的代表作，在这五米长的画卷中，很难找出画家的具体观察位置，好似在移动中作画，每到一处画一部分，最后拼接起来，这种视点不断移动的法就是散点透视，散点透视适合表现景色的波澜壮阔，重在写意，体现一种气势和意境。



### 三. 焦点透视

焦点透视它是透视学中的核心理论，也是西方绘画所遵循的透视原则，最早研究透视就是从这里开始，如果散点



透视是「写意」，那焦点透视则「写实」，一切都以客观还原为准。

例如名画《最后的晚餐》，所有视线都汇聚一点（称为灭点），营造出一种立体空间感，就像自己身处画面中央所看到的逼真景象。

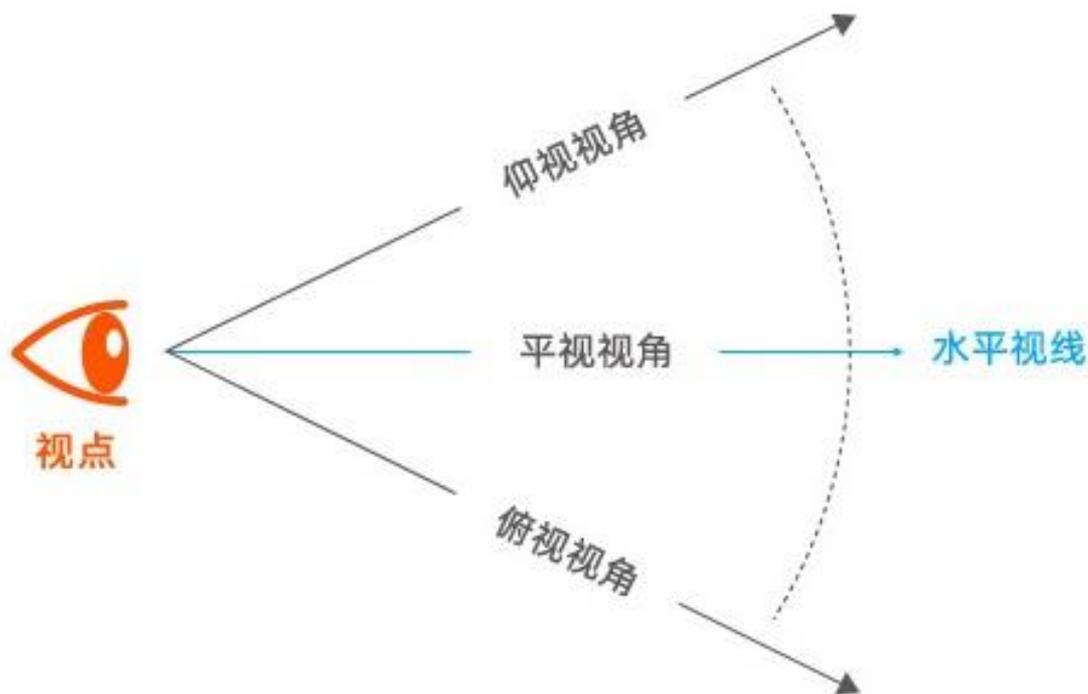
设计中常说的透视也都指「焦点透视」，这是我们需要掌握的重中之重。在绘画中画静物要「近大远小」，其实就是对焦点透视最为形象的描述，例如草地上的奶牛，离我们越近就越大，越远则越小，正是这种近大远小的透视变化才使场景有了空间和层次。



# 观察视角

# 观察视角

视角即指人眼（称为视点）在观察事物时视线之间所形成的角度。其中平视时人眼和物体形成的假想连线称为「水平视线」，这是判断视角高低的参考线

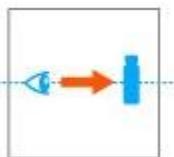


当我们将产品放入空间时，就要根据陈列形式选择合适视角，从下方的示意图中能看到，三种视角给人的感受都不相同：

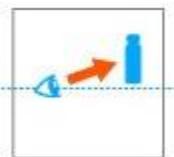
- 平视有种方方正正感，给人一种非常**自然的观察感受**，虽然中规中矩但**视觉舒服**；
- 仰视则能体现产品的**高大和气势**，用来**烘托价值感**；
- 而俯视最接近我们日常看桌面小物品的视角，很**真实也很亲切**，同时还凸显了产品的**立体感**。



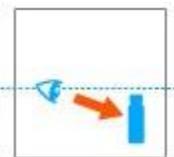
平视视角



仰视视角



俯视视角



# 焦点透视

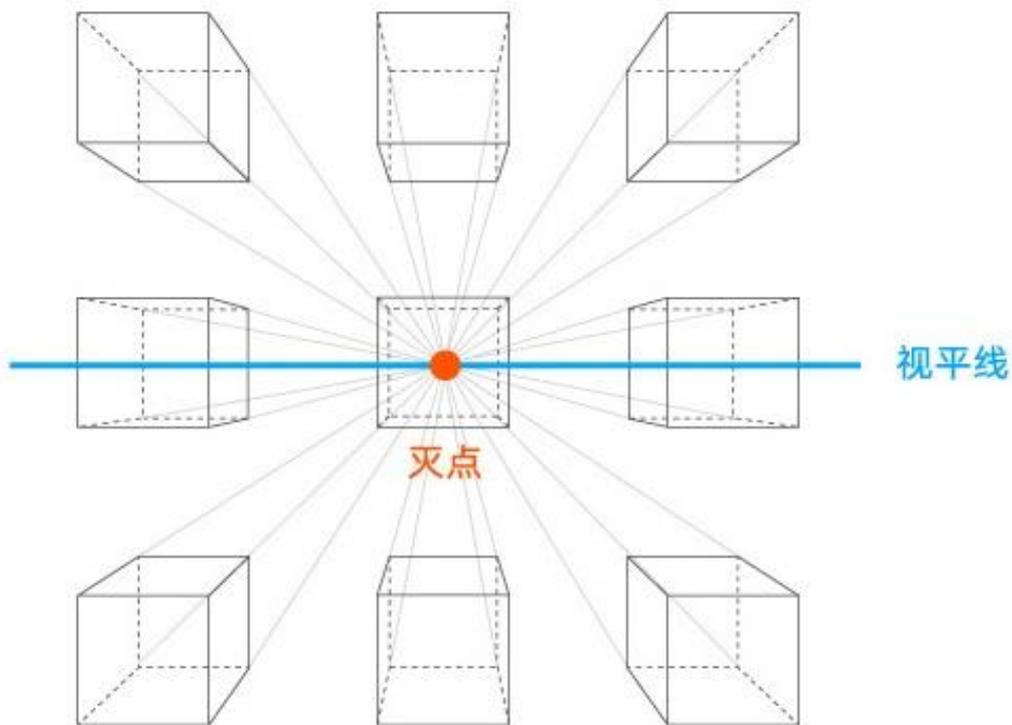
- 平行透视（一点透视）
- 成角透视（两点透视）
- 斜角透视（三点透视）

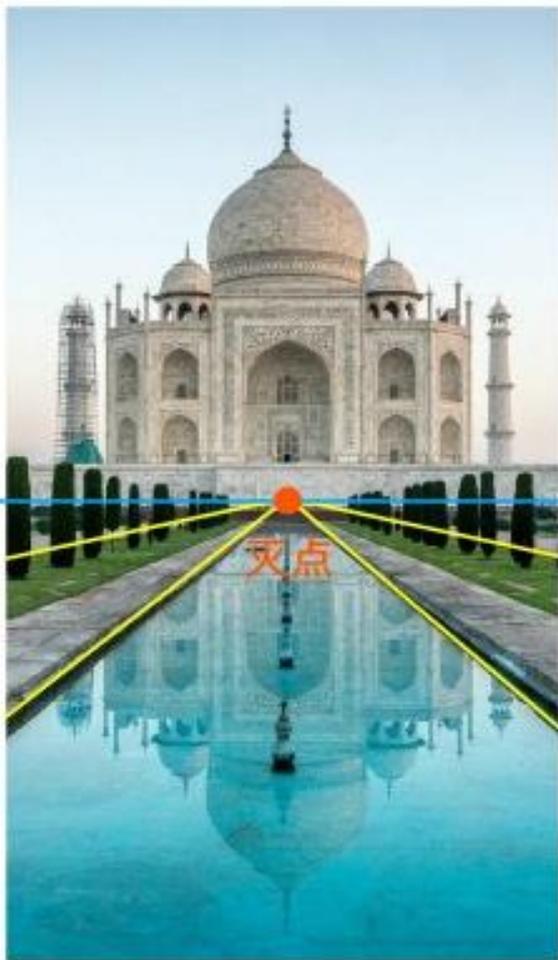
**平行透视**

PINGXINGTOUSHI

# 一、平行透视

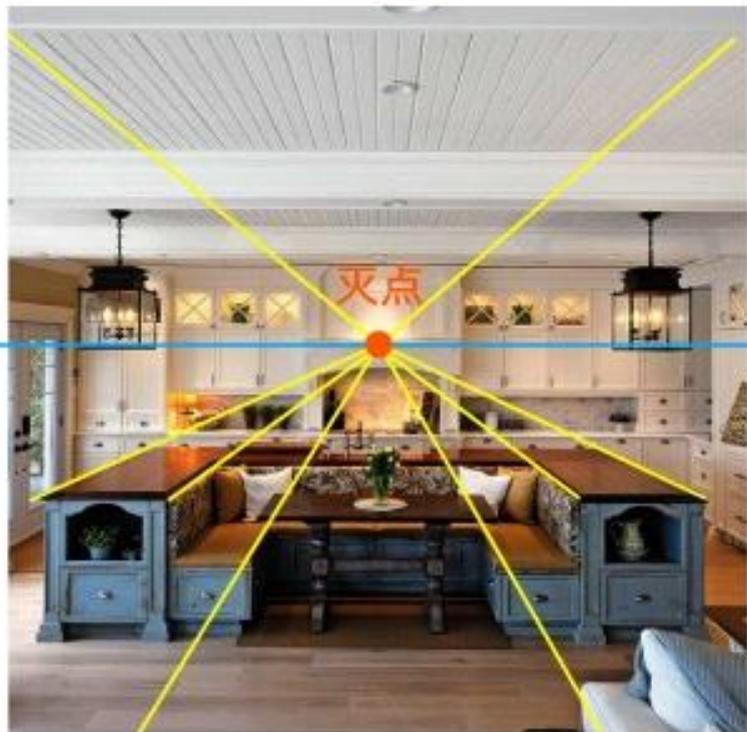
用立方体简单说明，就是有一面与画面平行，这时物体的厚度边线若向内延伸，最后都会汇聚到1个点上，因此又称「一点透视」。这是最简单也最易掌握的一种透视形式，其中汇聚点称为「灭点」，而灭点所在的那条线则是「视平线」，即与人眼等高的一条水平线。





视平线

灭点



视平线

灭点

电商或广告中的产品展示也一样，不管哪种视角，产品和立方体都是正对观众，让人觉得摆放角度正正好。

平行透视



平视视角



仰视视角



俯视视角

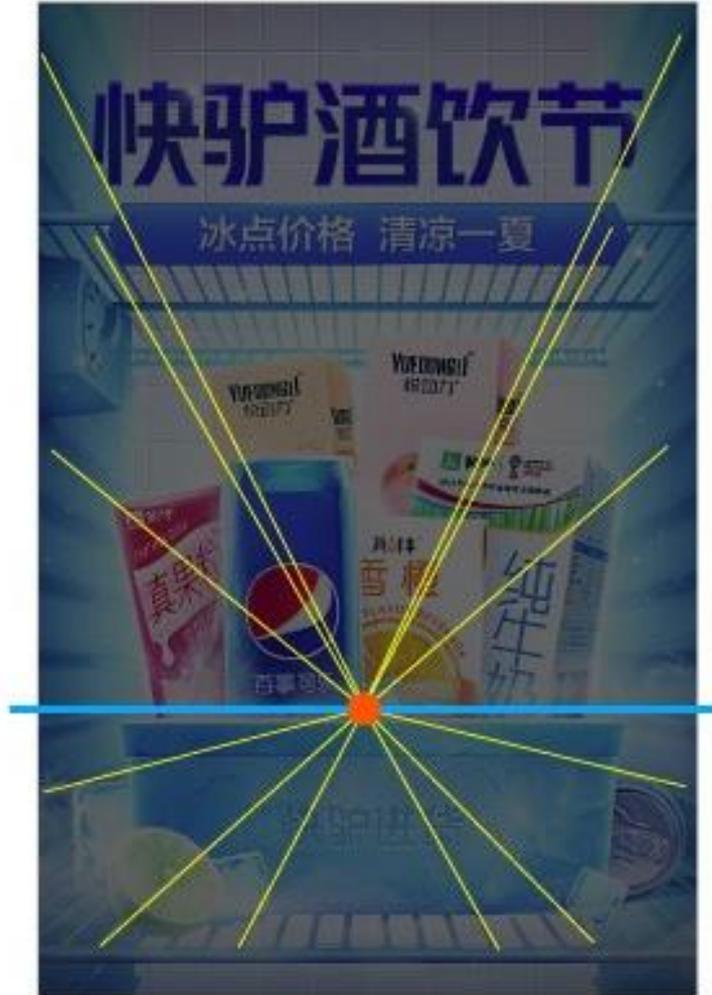
# 平行透视的三个视角

# 平行平视



天猫全球酒水节宣传海报

# 平行平视



快驴进货2018年酒饮节宣传海报

## 平行平视

总结：当画面为平行透视和平视视角时，这时的观察位置很正。空间和产品都显得有些平整，虽然场景的立体感较弱，但视觉舒服协调，表现起来也相对简单。注意平视的「视平线」基本**位于主体元素的中心处**，即是说人眼此时正对前方物体的中心，这样才会有平视效果。

## 平行仰视



daewoo天猫旗舰店2020年年货节首页

当画面为仰视时，一般视角都不会太大，微微仰视即可，这样视觉才舒服。其实和平视比起来，小角度仰视的透视变化并不明显，没有夸张形变，但依然能体现**空间和产品的高大**。此时「**视平线**」位于主体中心靠下的位置，这时人眼明显是从下往上看。

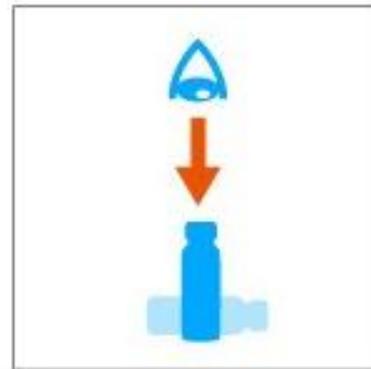
# 平行俯视



汤臣倍健京东自营旗舰店2020年超级品牌日活动页

## 平行俯视-正俯视

行透视的俯视还有一种特殊情形——正俯视，即视角为 $90^\circ$ 的俯视，这时我们是从物体的正上方低头往下看，当产品平放桌面时，正俯视能清晰看到产品的全貌。



## 平行俯视-正俯视

在空间陈列中这是一种常见视角，上手简单，展现清晰。俯视下的产品摆放非常灵活，根据构图需求可以工整也可以随意，并且产品多以正面展现为主，整体直观、舒服。

## 平行俯视-正俯视



水不够，吃来凑  
SK-II补水套装天天送

每小时送依云补水喷雾

—— 全场商品第二件半价起 ——  
活动时间：10.25-10.28

The poster features a light blue background with a subtle water ripple pattern. It displays a variety of fresh ingredients including an avocado, salmon, oysters, and mushrooms, alongside SK-II skincare products like a cream jar and a spray bottle. The text is in a clean, modern font, emphasizing the theme of hydration through food.

① 每日优鲜补水活动页



浓情团圆节  
中秋好礼提前购

大闸蟹99元起  
美心月饼限量抢

大闸蟹券  
99元起

The poster has a dark blue background with a starry night sky effect. It features images of traditional Mid-Autumn Festival foods: a plate of mooncakes, a steaming basket of crabs, and a tray of mooncakes. The text is in a golden, traditional font, creating a warm and festive atmosphere. A circular badge highlights the '99元起' price for the crab coupons.

② 每日优鲜2018年中秋活动页

## 平行俯视-正俯视（场景应用）



每日优鲜2018年双12活动页



顾家家居天猫旗舰店2019年88会员节首页

# 平行透视-空间平行透视

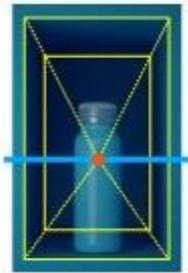
## 空间平行透视

这种形式即画面的正前方有个类似方盒的纵深空间，而人物或产品就放置在空间里。

该形式也有视角的3种变化，但为了确保视觉的自然舒服，仰视和俯视也都是小角度的上下摆动，所以产品的透视变化并不明显，场景呈现也没有很夸张。



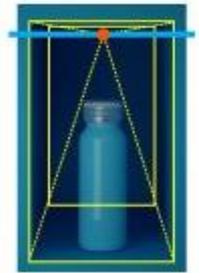
空间平行平视



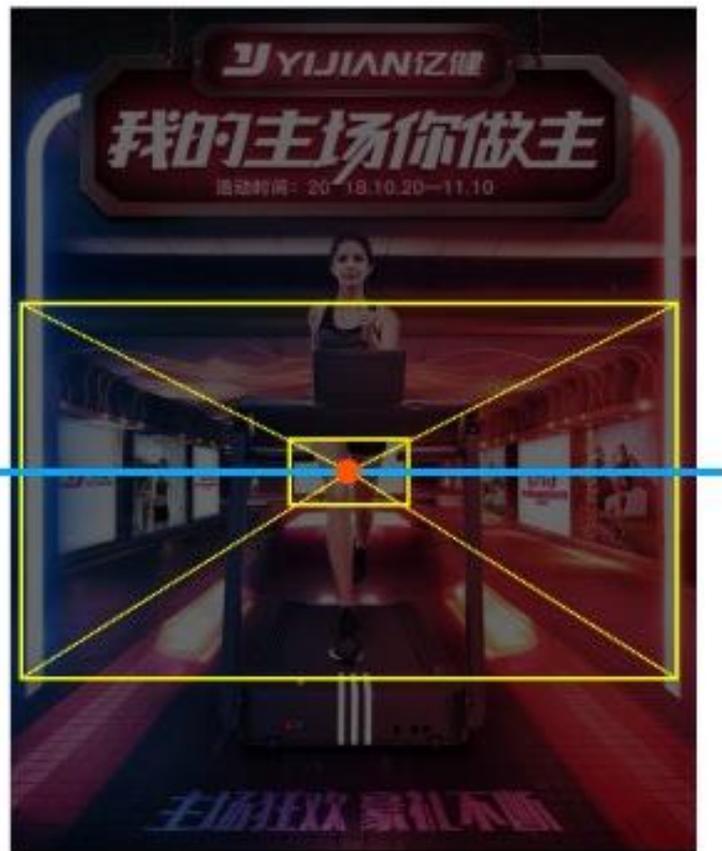
空间平行仰视



空间平行俯视

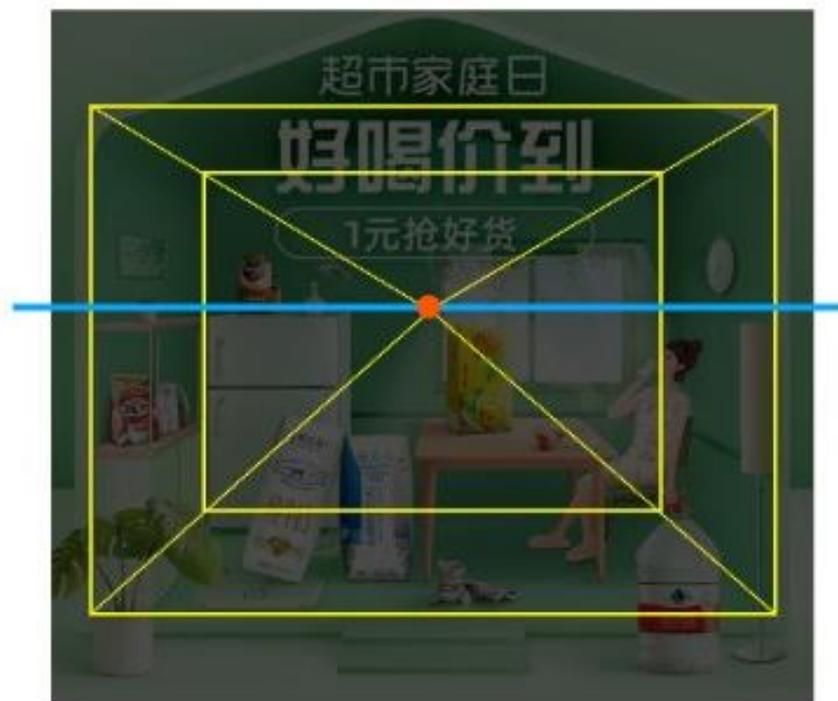


## 空间平行透视-空间平视



3 亿健运动天猫旗舰店2018年双11首页

# 空间平行透视-空间平视



2 天猫超市2019年家庭日活动页

# 空间平行透视-空间平视



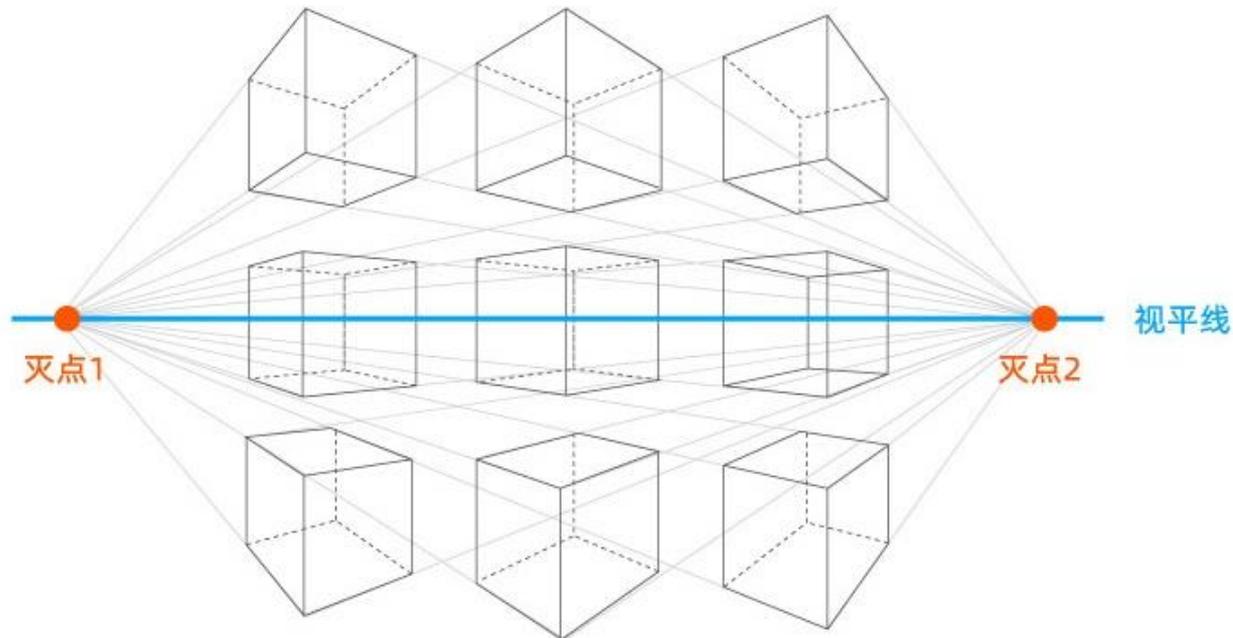
1 京东2019年男神季活动页

**成角透视**

CHENGJIAOTOUSHI

## 二、成角透视

物体与画面形成一定夹角，这时物体的所有边线分别向各自方向进行延伸，最后会在视平线上形成一左一右2个灭点，因此又称「两点透视」。这类透视最接近我们日常的观察角度，即是说大部分时候，我们看到的物体都属于成角透视。



## 成角透视

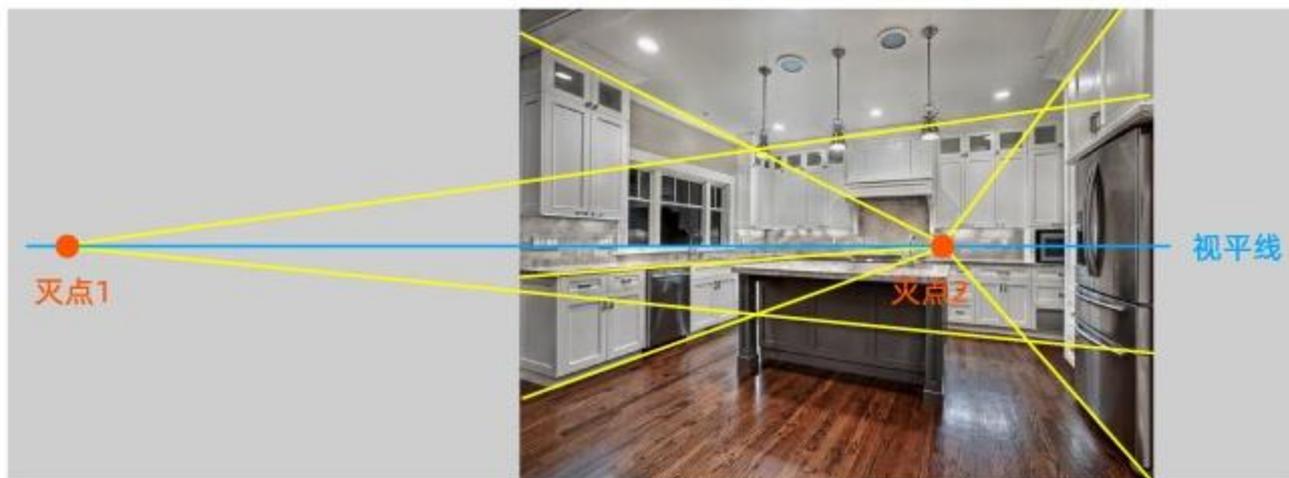
然成角透视只比平行透视多了1个灭点，但2个灭点的位置却很灵活，这样空间的透视变化也更加丰富。

例如下方是我们经常看到的景象，虽然都是典型的成角透视，但①是2个灭点都在画面外，这时建筑给人的感觉结构平稳，立体感强，侧重写实；而②则是1个灭点在画面内，另1个在画面外，这时空间右侧的透视形变较大，产生纵深感，整个场景更有张力和冲击。

① 2个灭点在画面外



② 1个灭点在画面内，另1个灭点在画面外



## 成角透视

不同于单面展示为主的平行透视，成角透视则以展示物体的两面为主，这样立体感更强，构图也更稳定。注意在成角透视中，画面所有的竖向边线都是平行，不会产生灭点。

成角透视



平视视角



仰视视角



俯视视角

## 成角透视

相比平行透视，成角透视在表现上更复杂一些，一般都以2灭点在画面外的情形为主，这时透视最舒服。注意要想画面只产生2个灭点，那当中的所有元素都需排列整齐，这也是成角透视的常用做法，此时画面会显得整齐统一。下面列举3种视角下的案例，其中以仰视和俯视最为常见。

# 成角透视的三个视角

# 成角平视



平视下的成角透视相对少见，因为使用成角透视就是为了凸显物体的立体感，但平视由于视角很正，恰恰就会显得立体感较弱，这时2种效果会有矛盾，影响场景的协调性。



天猫2020年618活动海报

# 成角平视



欧莱雅天猫旗舰店2018年双11预售页

## 成角仰视

仰视下的成角透视就显得刚刚好，如下图所示，所有元素均用2个立面展示，加上透视形变，这时空间的立体感强，产品和立方体也都有明显的体积感，视觉平稳、饱满，而且还能体现产品形象的高大，凸显价值感。

注意2个案例中，视平线上都只有2个灭点，这是因为产品和立方体的排列都很整齐，反之若无序排列，就会产生多个灭点，这样画面会显凌乱，视觉不舒服，所以在表现成角透视时，尽量确保所有元素都能整齐排列。

# 成角仰视



韩国VDL官方商城活动页

# 成角仰视



LAB SERIES天猫官方旗舰店2020年38节首页

## 成角俯视

在成角透视中，俯视视角最常见。因为该视角下的物体可以展现3个面，能进一步强化元素的立体感和方位感，如图所示，物体的空间关系明显，层次分明，构图也平稳。

一般成角俯视适合小场景陈列（若是大场景则垂直方向会发生严重形变，这就是后面要讲的「斜角透视」）

# 成角俯视



天猫2018年618活动海报

# 成角俯视



美团外卖活动海报

# 空间成角透视



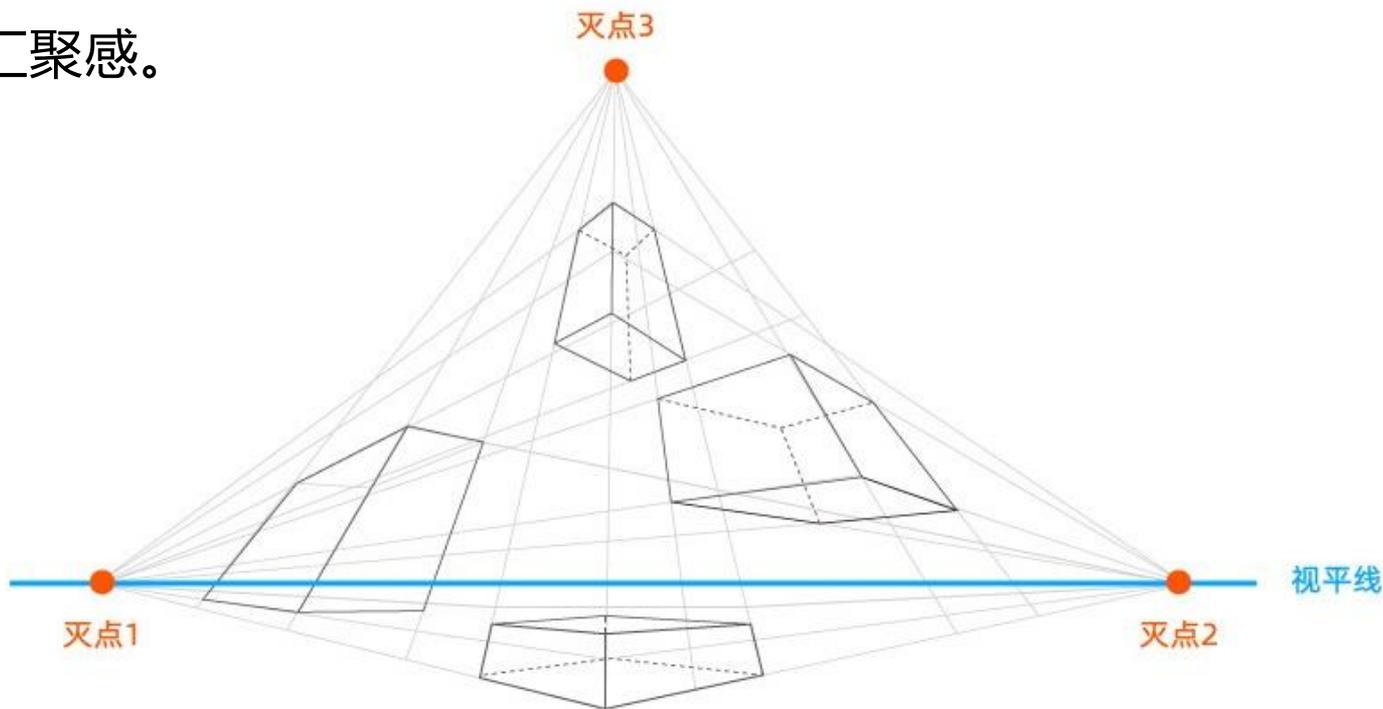
2 罗尚天猫旗舰店2018年双11首页

# 斜角透视

XIEJIAOTOUSHI

### 三、斜角透视

物体与画面存在一定夹角，并且在2点透视的基础上，再加入了高度变化，这样垂直方向的连线会向上或者向下汇聚，最终画面形成3个灭点，又称「三点透视」。相比成角透视，斜角透视其实就是让本没有交集的竖线有了交集，这样垂直方向就有了强烈的汇聚感。



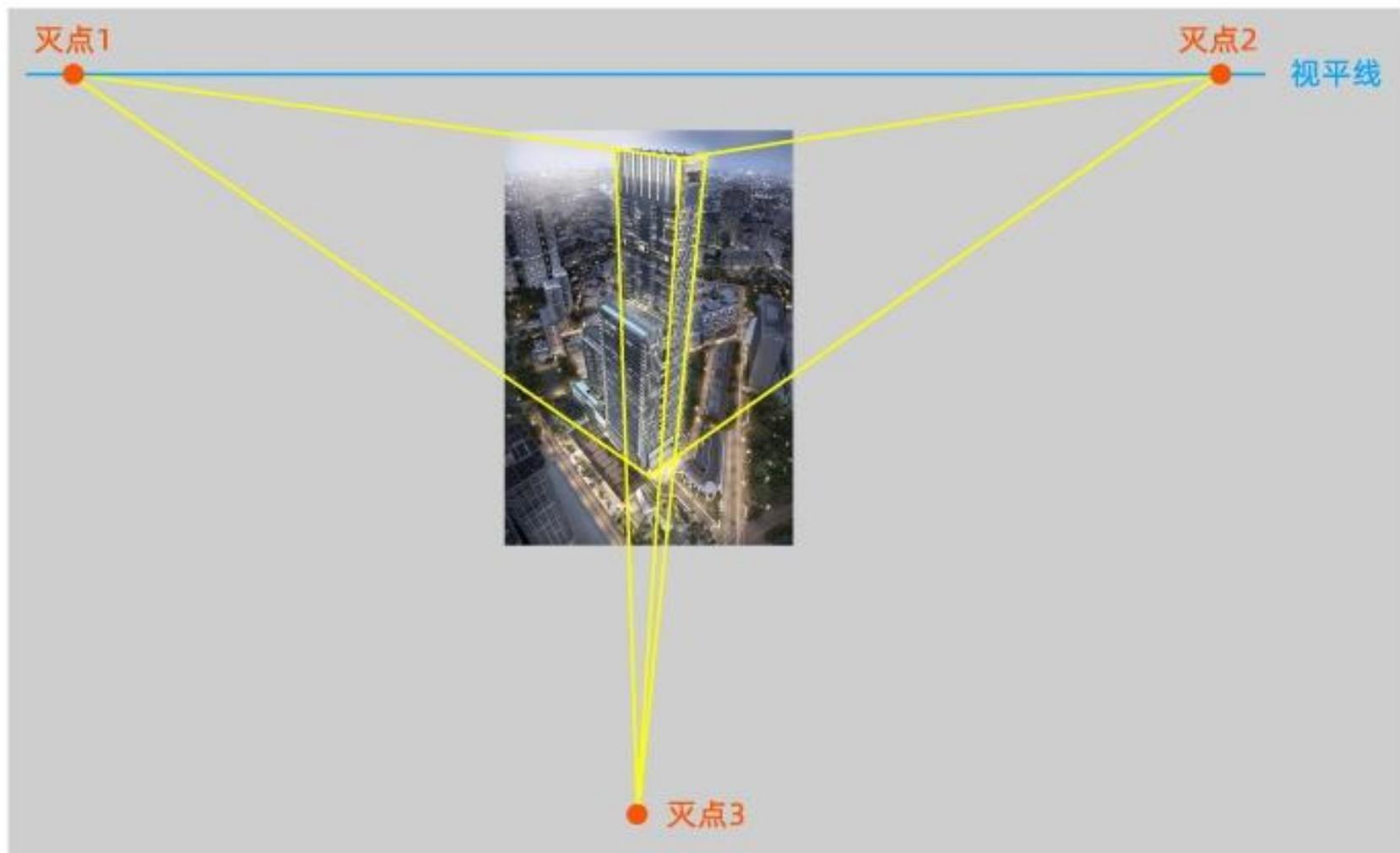
## 斜角透视

斜角透视的形变夸张，常用于大型物体的仰视或高处俯瞰，类似广角拍摄。该透视能表现出建筑或空间的宏大感，并且越宏大透视就越强烈。这时画面的夸张构图会显得观者渺小，给人一种压迫感，也让场景有着极强冲击力，带来了更加刺激的视觉感受。

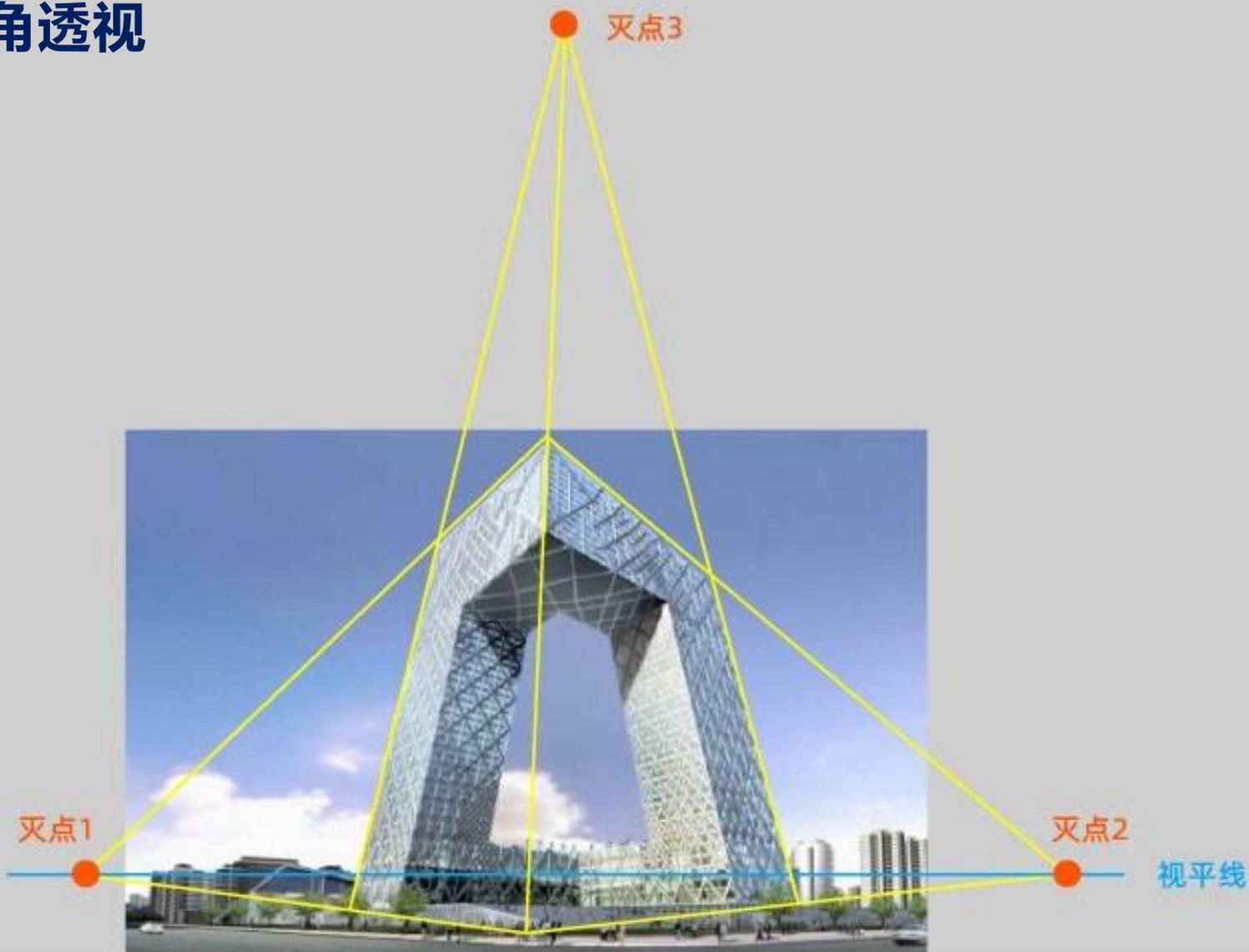
其实只要观者在场景中显得很小时，这时看到的画面就会产生斜角透视，例如当我们仰望高楼时，相对高楼而言，渺小的我们就会看到斜角透视。

如果产品展示采用斜角透视时，就会有一种强烈的不真实感，因为相对产品来说，我们并不渺小，所以日常是不会看到这样的场景，这种场景更像是「昆虫视角」，斜角透视下，虽然画面不真实，但会有种特别的戏剧效果。

# 斜角透视



# 斜角透视



## 斜角透视

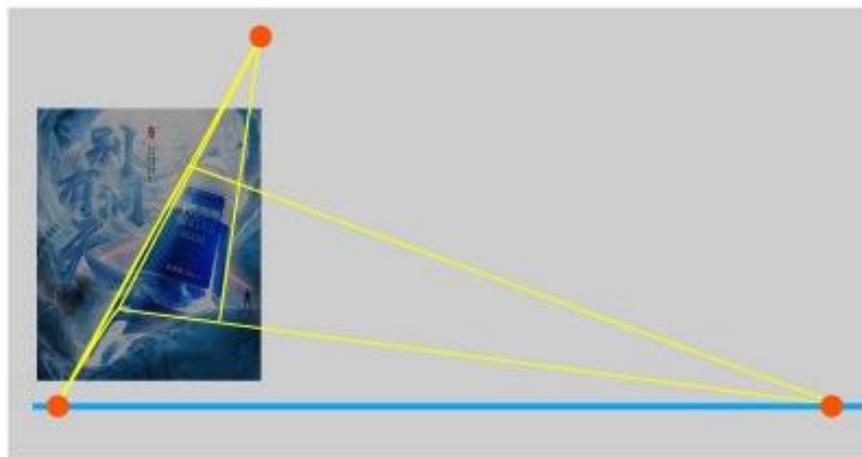
另外斜角透视没有平视视角，因为平视物体的竖向边线依然平行，不会在垂直方向产生第3个灭点，因此仍属于成角透视。总之只有在大角度仰视或俯视大型物体时，才会看到斜角透视。

这种形变强烈的夸张透视虽然生活中相对少见，但电商中用的还真不少。这种透视可以体现物体的巨大（仰视）或者场景的宏大（俯视），正是这样一种不真实也不自然的视觉感受，反倒给人一种强烈的气势和冲击，画面极具张力的构图往往能脱颖而出，并在第一时间抓人眼球，吸引注意，所以成角透视特别适合大促主题的场景搭建和氛围营造。

## 斜角仰视

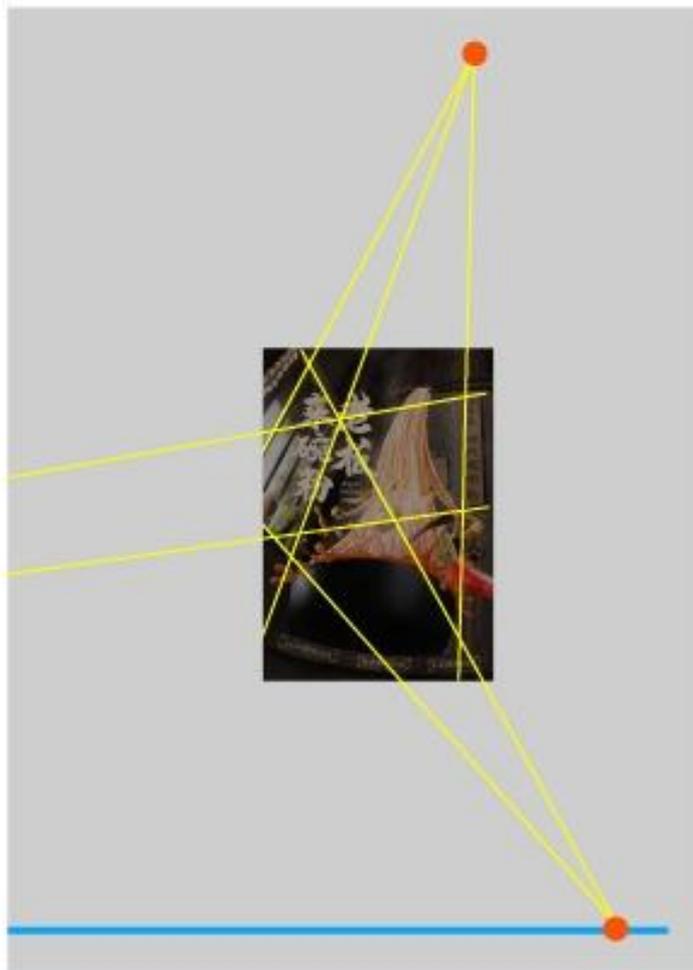
视能让物体显得高大，而斜角仰视则让物体显得「巨大」。产品都十分「巨大」，通过这样一种「刁钻」视角和夸张手法渲染出了产品气势，使产品显得分量十足，同时也提升了视觉冲击力，整个场景都变的大气。

# 斜角仰视



卓玛泉旗舰店2018年618首页

## 斜角仰视



① 李子柒天猫旗舰店螺蛳粉详情页

## 斜角俯视

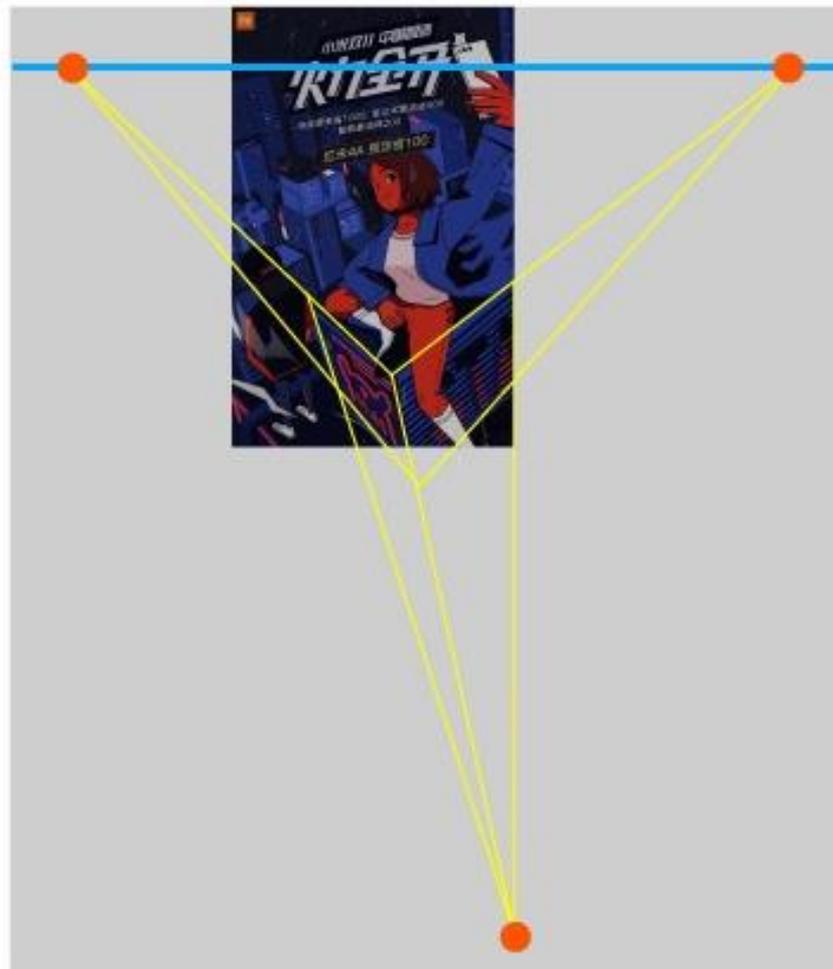
当我们站在一个很高的地方俯瞰周围，或者用无人机在高空航拍，这时看到的景象就是斜角俯视。场景的宏大，视觉冲击强，这种居高临下感使人视野开阔。

# 斜角俯视



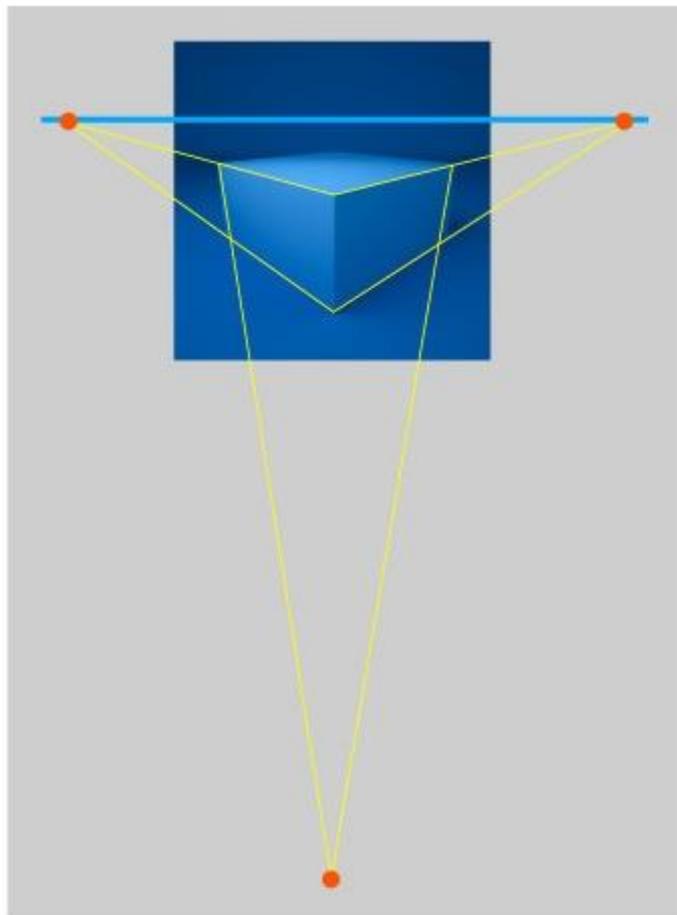
李子柒天猫旗舰店2019年双11首页

# 斜角俯视

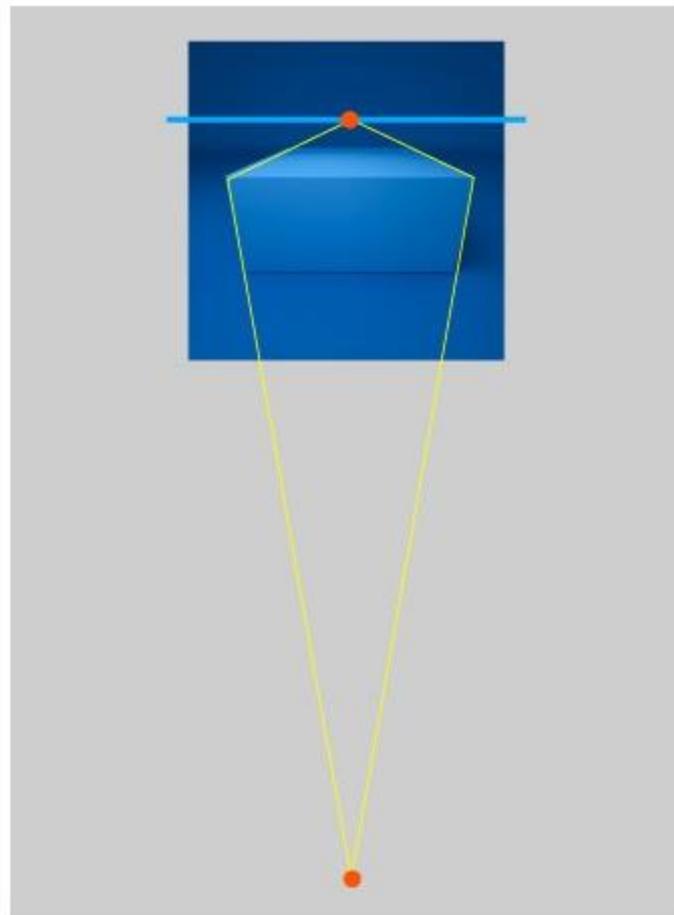


小米天猫旗舰店2017年双11首页

# 平行斜角透视



斜角透视



平行斜角透视

# 平行斜角透视——仰视



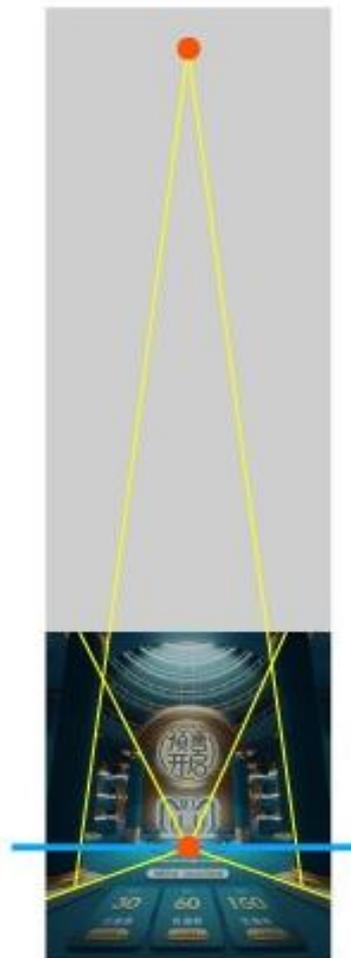
天猫2018年双11宣传海报

# 平行斜角透视——仰视



水密码天猫旗舰店2018年双11首页

# 平行斜角透视——仰视



九阳华深天猫专卖店2018年双11预售页

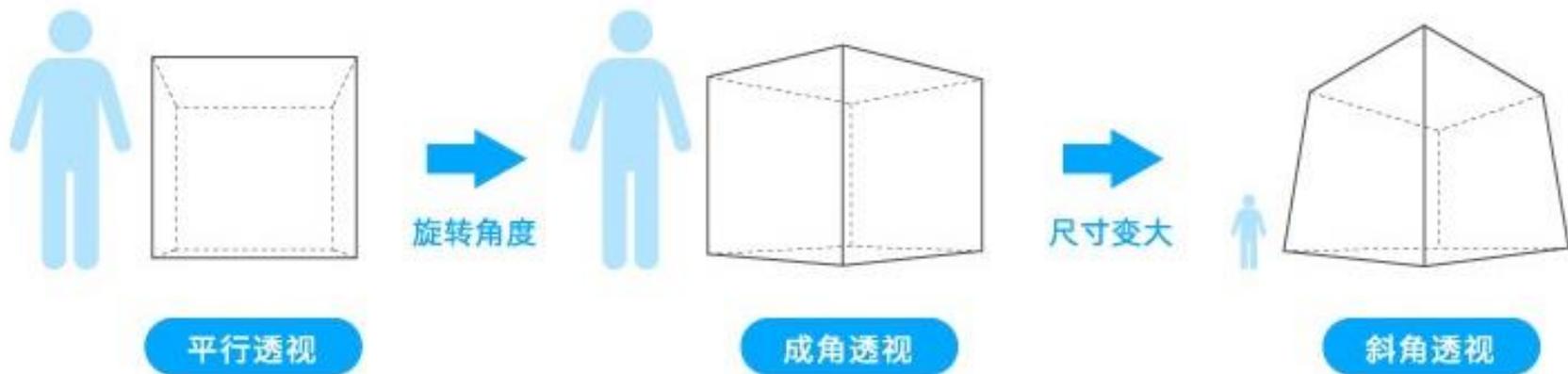
# 平行斜角透视———俯视



粮悦食品天猫旗舰店2018年618首页

## 总结

- 当立方体的一面正对观察者时，就是「平行透视」，这时除了物体厚度的边线会汇聚1点，其余边线均无交集；
- 而当立方体旋转一个角度，任何一面都不正对观察者时，就是「成角透视」，这时横向边线会向各自方向汇聚成2点，竖向边线则无交集；
- 此时若将立方体变的巨大，大到需要仰望，就是「斜角透视」，这时在2点基础上，本无交集的竖向边线将汇成1个新点。



# 场景案例

CHANGJINGANLI

# 案例展示



产品大小一致，比例失真，缺少层次感



产品大小合理，比例真实，层次感强

大小展示

# 案例展示

正俯视视角



禾博士天猫旗舰店618首页

正俯视视角



东阿阿胶天猫旗舰店2018年双11首页

正俯视视角



美团打车圣诞节海报

盒子陈列

# 案例展示

平视视角



贝店2019年一键开店宣传海报

俯视视角



globalgo天猫海外旗舰店2019年双11首页

盒子陈列

# 案例展示

俯视视角



口碑春季活动海报

正俯视视角



小象生鲜2018年秋分活动页

台面陈列

# 案例展示

俯视视角



饿了么2019年大牌惠活动页

俯视视角



饿了么2019年晚餐秒杀活动页

台面陈列

# 案例展示

俯视视角



饿了么新客活动页

俯视视角



天猫超市2018年生活进化论宣传海报

台面陈列

# 案例展示

平视视角



每日优鲜2017年夏季活动海报

俯视视角



韩国VDL官方商城活动页

台面陈列

# 案例展示

仰视视角



植美村天猫旗舰店2018年618首页

俯视视角



天堂伞天猫官方旗舰店2017年双11首页

舞台陈列

# 案例展示

平视视角



天猫2018年618活动海报

平视视角



天猫2018年618活动海报

俯视视角



天猫2018年618活动海报

舞台陈列