

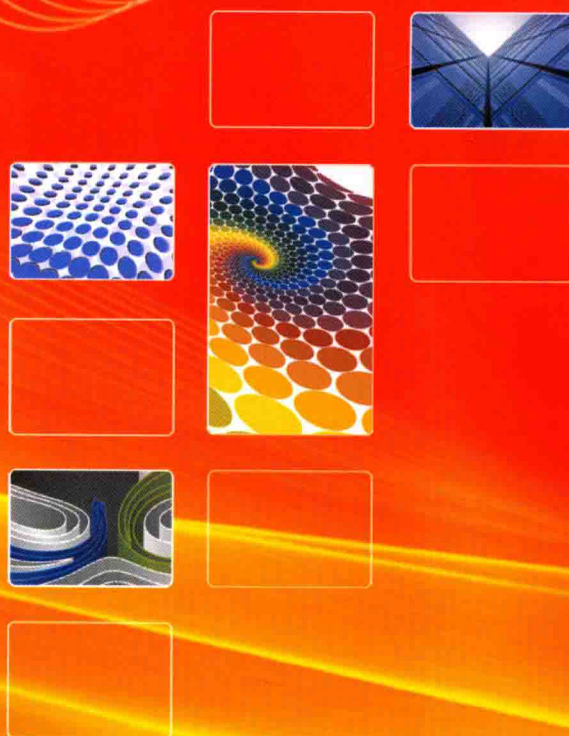
高等院校会展类“十三五”规划教材



展示工程与设计

EXHIBITION PROJECT AND DESIGN

王新生 等 著



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

高等院校会展类“十三五”规划教材

展示工程与设计

EXHIBITION PROJECT AND DESIGN

王新生 冯玮 黄劲松 著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 简 介

《展示工程与设计》是作者王新生原创“会展实务系列教材”中的一本,全书共九章,其内容以作者32年展示工程实践和十余年授课经验为基础,全书以实例为切入点,通过典型案例分析,以图文并茂的方式,诠释了展示工程的全貌。各章节主要讲述了展示工程与设计概述、展会与展台、地台、灯柱与天棚、背景、展台主体造型、展具、展台互动区、展台设备配置等,重点讲解了展台的设计、布局、结构、材料、制作和搭建。最后附录部分讲述了一家大型企业展台设计十五年的演变与发展史。

本教材具有讲解系统、完整,实操性强,资料丰富、新颖等特点。

为了方便教学和实际操作参考,作者将大量实例图片及视频素材制作为两份光盘。学习光盘中含365张PPT页面,包括大量书中未能收录的实例图片素材,可帮助学生学习和授课老师展开教材内容,丰富课堂教学;完整版教学光盘中含有611张PPT页面,更包含有140个实拍视频,可供使用者更加生动、全面、完整地参考和揣摩每个实例。学习光盘可向422964485@qq.com免费索取,完整版需付费购买,可联系495523305@qq.com详询购买事宜。

本教材可以作为高等院校会展、展示、环艺专业管理、设计等教学用书(其他专业也可参考),也可以作为会展企业培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

展示工程与设计 / 王新生等著. — 武汉:华中科技大学出版社, 2014.6

高等院校会展类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5680-0164-9

I. ①展… II. ①王… III. ①陈列设计—高等学校—教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第118676号

展示工程与设计

王新生 等著

策划编辑:曾 光 彭中军

责任编辑:狄宝珠

封面设计:揭红娟

责任校对:刘 竣

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027) 81321913

录 排:龙文装帧

印 刷:湖北新华印务有限公司

开 本:880 mm × 1230 mm 1/16

印 张:12

字 数:367千字

版 次:2015年9月第1版第1次印刷

定 价:49.80元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

序言

ZHANSI GONGCHENG YU SHEJI

XUYAN

欣闻王新生教授编著的教材近日付梓，颇为感慨，欣然为序。

《展示工程与设计》一书是王教授与其撰写团队合作完成的一部力作，该书的主要素材源于王教授历时数年原创撰写的《展示工程与设计》课件。

王新生教授从事展示工程三十余年，执教数十年。在其工作生涯中，主持的展示工程项目达百余项，堪称展示工程领域的资深专家，曾荣获“展览突出贡献奖”，曾主持各类展示工程项目的设计和运作，对于展示设计风格、展示工程材料、展台搭建以及展品展示有着深入的了解，亦非常熟悉展示工程项目运作流程。王教授近几年亦在多所高校任客座教授，常去全国各地为院校和企业授课培训，全心致力于中国会展教育事业，诲人不倦，乐于将宝贵的行业经验传授给在校大学生和同行，曾荣获享受政府津贴的湖北“楚天技能名师”称号。可以说，此书实乃王教授多年展示工程实践和教学经验的结晶之作。

与王教授交谈得知，此书的撰写工作，始于2013年春，完稿于2015年夏，前后历时两年有余。著者团队对此书的撰写颇为用心，从整体框架的制定，到案例图片的选择以及教材体例的确定，均经过多次的讨论与修改，还专程邀请了高校相关专业的教师对此书的纲目及内容提出宝贵意见。华中科技大学出版社的领导和编辑也对此书的策划和出版给予了大力支持。因此，此书的完成得力于各方真诚的帮助。

综观全书，认为有两大特色：

其一，材料翔实新颖。王新生教授在实践工作中积累了诸多经典案例和海量图片，并据此编为课件，讲授多年。书中多见丰富的案例材料和精彩清晰的图片，内容可谓新颖、专业、丰富。

其二，实操指导性强。该书与展示工程的实践紧密衔接。内容涉及展台的布局、设计、结构、工艺、材料、制作和搭建；展台配套灯光、视频、音频的运用等，具有很强的指导性。

总之，《展示工程与设计》一书是一部资料翔实、图文并茂、内容实用、实操性强的教材，我很乐意将它介绍给读者，衷心希望这本教材能在相关课程的教学发挥积极作用，并对读者的实际工作有所裨益。我更期待着，王教授会继续在此领域不辍耕耘，在不久的将来推出新的佳作。

陈泽炎

2015.4.18

第 1 章 展示工程与设计概述	(1)
1.1 展示工程与设计的概念	(2)
1.1.1 展示工程的概念	(2)
1.1.2 展示设计的概念	(3)
1.2 展示工程与设计的范畴	(3)
1.2.1 展会展台	(4)
1.2.2 展厅、展馆	(4)
1.2.3 产品专营店	(4)
1.2.4 卖场专柜	(5)
1.2.5 商家橱窗	(5)
1.2.6 舞台舞美	(5)
1.2.7 标志标识	(5)
1.2.8 环境艺术	(6)
1.3 展示工程与设计的发展历程	(6)
1.4 展示工程与设计的特点	(8)
1.4.1 展示设计的特点	(8)
1.4.2 展示设计师的能力要求	(9)
1.4.3 展示工程与设计的核心要素	(11)
第 2 章 展会与展台	(13)
2.1 展会与展台	(14)
2.1.1 展会	(14)
2.1.2 展台	(16)
2.2 标准展台	(18)
2.2.1 标准展台的类型	(18)
2.2.2 标准展台的布局	(19)
2.2.3 标准展台的结构	(20)
2.2.4 标准展台的设计	(23)
2.2.5 标准展台的配置	(23)
2.2.6 标准展台的搭建	(24)
2.3 特装展台	(24)
2.3.1 特装展台的类型	(24)
2.3.2 展台的基本布局	(25)

第3章 地台	(33)
3.1 地台的功能	(34)
3.2 地台的类型	(34)
3.2.1 低地台	(35)
3.2.2 高地台	(35)
3.3 地台的结构	(36)
3.3.1 低地台的结构	(36)
3.3.2 高地台的结构	(36)
3.4 低地台的材料与应用	(40)
3.5 高地台材料与应用	(40)
3.6 高地台的设计	(41)
3.6.1 地台台面设计	(42)
3.6.2 地台收边设计	(46)
3.6.3 地台面材选用	(48)
3.7 高地台的搭建	(50)
3.7.1 调节地台基础构件组合	(50)
3.7.2 调节地台搭建程序	(51)
第4章 灯柱与天棚	(53)
4.1 灯柱与天棚的功能	(54)
4.2 灯柱	(55)
4.2.1 灯柱的类型	(55)
4.2.2 灯柱的结构	(55)
4.2.3 灯柱的造型设计	(56)
4.2.4 灯柱的材料	(57)
4.3 天棚	(57)
4.3.1 天棚的类型	(58)
4.3.2 天棚的结构	(58)
4.3.3 天棚的造型设计	(59)
4.3.4 天棚的材料	(67)
4.3.5 天棚的搭建	(68)
第5章 背景	(71)
5.1 展台背景造型设计	(72)
5.1.1 平面背景造型设计	(72)
5.1.2 立体背景造型设计	(73)
5.1.3 假两层楼背景造型设计	(73)
5.1.4 两层楼背景造型设计	(74)

5.1.5 高台背景造型设计	(76)
5.1.6 动态背景造型设计	(77)
5.1.7 全屏背景造型设计	(78)
5.1.8 实物背景设计	(78)
5.1.9 铝型材背景设计	(78)
5.2 背景的制作与搭建	(79)
5.2.1 房屋结构与搭建	(79)
5.2.2 房屋墙板制作与搭建	(81)
5.3 功能区房间的设计与布置	(84)
5.3.1 展台房间的功能	(84)
5.3.2 展台房间的设计	(85)
5.3.3 展台重点房间的布置	(85)
第6章 展台主体造型	(87)
6.1 展台主体造型设计	(88)
6.1.1 栅栏条造型设计	(88)
6.1.2 大跨度造型设计	(89)
6.1.3 镂空造型设计	(90)
6.1.4 大悬楣造型设计	(91)
6.1.5 呼应造型设计	(91)
6.1.6 建筑体造型设计	(92)
6.1.7 几何体造型设计	(93)
6.1.8 视频动态造型设计	(94)
6.1.9 悬挂造型设计	(94)
6.1.10 天地通造型设计	(95)
6.1.11 寓意造型设计	(95)
6.1.12 异型造型设计	(96)
6.1.13 独立展馆造型设计	(96)
6.2 展台亮点造型设计	(98)
6.2.1 单体结构造型设计	(98)
6.2.2 模型造型设计	(100)
6.2.3 饰物造型设计	(100)
6.2.4 灯光运用设计	(102)
6.2.5 动态造型设计	(102)
6.2.6 视频造型设计	(103)
6.3 建筑立柱的造型设计	(103)
6.3.1 普通造型设计	(104)
6.3.2 融入展台部件的造型设计	(104)
6.3.3 融入展台整体的造型设计	(105)

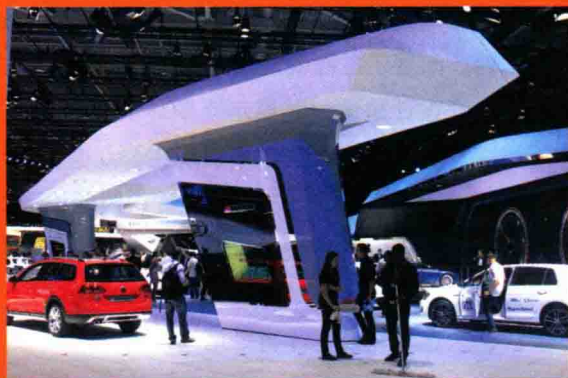
第7章 展具	(107)
7.1 图腾柱造型设计	(108)
7.1.1 图腾柱的功能与布局	(108)
7.1.2 图腾柱的类型	(109)
7.1.3 图腾柱造型设计	(112)
7.1.4 图腾柱的制作与搭建	(113)
7.2 接待台造型设计	(114)
7.2.1 接待台的功能与布局	(114)
7.2.2 接待台的类型	(114)
7.2.3 接待台造型设计	(120)
7.2.4 接待台的制作与工艺	(121)
7.2.5 接待台的配置	(121)
7.3 讲台造型设计	(122)
7.3.1 讲台的功能和布置	(122)
7.3.2 讲台的类型	(122)
7.3.3 讲台造型设计	(123)
7.3.4 讲台的制作与工艺	(123)
7.4 展示台造型设计	(123)
7.4.1 展示台的功能与布局	(123)
7.4.2 展示台的类型	(124)
7.4.3 展示台造型设计	(133)
7.4.4 展示台的制作与搭建	(134)
7.5 参数牌造型设计	(136)
7.5.1 参数牌的功能与布局	(136)
7.5.2 参数牌的类型	(136)
7.5.3 参数牌造型设计	(139)
7.5.4 参数牌的制作与工艺	(140)
7.6 舞台造型设计	(140)
7.6.1 舞台的功能与布局	(140)
7.6.2 舞台的类型	(141)
7.6.3 舞台造型设计	(143)
7.6.4 舞台的制作与搭建	(143)
第8章 展台互动区	(145)
8.1 互动多媒体技术	(146)
8.1.1 互动多媒体技术概念	(146)
8.1.2 互动多媒体技术的运用	(147)
8.2 展台休闲区设计	(150)

8.3 展台游戏互动区设计	(151)
8.4 展台技术体验区设计	(151)
8.5 展台互动多媒体应用案例	(152)
第9章 展台设备配置	(157)
9.1 展台照明配置	(158)
9.1.1 展台照明设计	(158)
9.1.2 展区灯具的类型	(161)
9.1.3 展台灯具的效果	(162)
9.1.4 展台灯具的布置	(163)
9.2 展台视频配置	(163)
9.2.1 LED 全彩屏发光原理	(164)
9.2.2 LED 全彩屏的类型	(164)
9.2.3 LED 全彩屏的布局设计	(166)
9.2.4 彩幕与 LED 全彩屏的匹配	(166)
9.2.5 彩幕与 LED 全彩屏的展台效果	(166)
9.2.6 彩幕与 LED 全彩屏的搭建	(167)
9.3 展台音响配置	(167)
9.3.1 音响系统设备	(167)
9.3.2 音响系统的构成	(168)
9.3.3 音响系统的类型	(168)
9.3.4 音响系统的设计	(168)
9.3.5 音响系统的布局	(170)
附录：东风雪铁龙展台设计十五年的演变与发展	(171)
参考文献	(177)
后序	(178)

第 1 章

展示工程与设计概述

Z HANSHI
GONGCHENG YU
SHEJI



学习目标

1. 了解展示工程和展示设计的概念。
2. 理解展示工程与设计的范畴。
3. 了解展示设计的发展历程。
4. 讨论展示设计人员应具备的能力。
5. 掌握展示工程与设计的核心要素。

1.1

展示工程与设计的概念 <<<

中国经济的高速发展为中国展览业的发展奠定了坚实的基础。2008年奥运会和2010年世博会在中国举办,更为我国展览业实现跨越式发展创造了条件。展会经济的高速发展,给展示设计和工程行业的发展提供了发展机遇,也对我国展示行业人才提出了更高的要求。

无论是世界博览会,还是各种专业展览会,都给展示工程和设计提供了广大的舞台。对于展会而言,设计者需要通过对展台的设计满足展会观众的特别需求。世界博览会是一项由主办国政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性博览活动。世博会的设计者向世界各国展示当代影响各种生活范畴的文化、科技和产业成果,因此,从某种意义上说,展示设计以其强大的信息传达功能被誉为“文化科技的结晶、历史的影子、经济发展的晴雨表”。

1.1.1 展示工程的概念

ONE

所谓展示就是展现、显示,即将事物通过某种形式呈现给观众。工程则定义为由一群人为达到某种目的,在一个较长时间周期内进行协作活动的过程。工程是科学和数学的某种应用,通过这一应用,使自然界的物质和能源的特性能够通过各种结构、机器、产品、系统和过程,以最短的时间和精而少的人力做出高效、可靠且对人类有用的东西。而展示工程就是通过多种艺术表达方式创造的一种立体形式的视觉传达。

展示工程设计是通过对展示空间环境的创造,采用一定的视觉穿插手段和照明方式,借用一定的展具设置,将广泛的信息和传达内容艺术地展现在公众面前,以期对观众的心理、思想和行为产生重大的影响。展示工程设计包括总体设计、空间设计、色彩设计、照明设计、展具设计、陈列与布展等。

根据《展览工程企业资质等级标准》,展览工程企业是为各类会议、展览(包括综合性展览会、专业性展览会、消费展览会)、永久和半永久性展示的博物馆、陈列馆、展览馆和商业陈列场所,以及各类事件活动(包括庆典、节庆、文化、科技、体育等活动)提供以下服务的企业:①策划和设计;②展具的制作与安装;③配套器材调试与安装;④搭建和拆除;⑤装饰与装潢;⑥人工、电力和维护;⑦设备、器材租赁。

对展示工程技术师的职业描述为：为会展经济服务，从事展览展示工程的方案设计、施工、管理、展具设计、开发等方面的技术工作人员。该职业分三个等级：初级（国家职业资格5级）、中级（国家职业资格4级）、高级（国家职业资格3级）。职业能力要求为：①有良好的三维空间思维能力，对空间形态有较好的把握与理解，具有空间的再创造能力；②能熟练使用计算机辅助工程设计软件；③具备展览展示工程的设计、制作及施工管理能力；④具备一定的展会活动策划能力、语言及文字表达能力；⑤具备标准展具的安装、使用和设计开发能力。

1.1.2 展示设计的概念

TWO

展示活动从古老的货品集会到现代的店铺展示、各类商品技术专题展览以及各种主题性文化、博览馆展示，直到世界博览会这种世界性、非贸易性、大规模的产品展示和技术交流活动，构成一个完整经济社会文明体系。

“展示，是一种传达；设计，让传达更完美地面对它的观众。”展示是以高效传递信息和接受信息为宗旨，在限定的空间和地域内，以展品、展具、建筑、照片、文字、图表、装饰、音像等为信息载体，利用一切科学技术调动人的生理、心理反应而创造宜人活动环境的行为。《辞海》里对“设计”的定义是：“根据一定要求，对某项工作预先制定图样、方案。”

关于展示设计的定义各有不同，展示设计（display design）是通过实物、版图、灯光、展具、音响、色彩等综合手段有效地传递信息，强调空间环境和展具形式的视觉传达设计。它涉及材料、功能、技术、艺术等因素，其范围包括橱窗、商店、展览会等各种展示形式。美国 SEG D（美国非营利性国际环境平面组织）对展示设计的定义为：信息传达与环境的融合。也有学者将展示设计定义为：采用一定的视觉传达手段，借助于展具、设施和照明技术，通过对展示空间环境的创造，将一定量的信息内容告示于公众，以期对观众的心理、思想与行为产生有意识或潜在的影响进行的综合性设计工作。

1.2

展示工程与设计的范畴



展示设计内容和范围各不相同，产生了多种划分的方法，现有的对于展示设计的划分大概有以下几种。一是从传统意义上划分，展示分为文化展示和商业展示，既可长期展也可短期展，是一种较为常用的展示设计分类。当今，各种展示类型之间的界限变得越来越模糊，技巧和概念正在所有类别中转移。二是按设计所采用的手段划分，可分为展厅设计、展台设计、专营店设计等。

展示工程和设计涉及的范畴广泛，如从造型、制作、材料、搭建、运营方法上分类，完全相同的有：展会展台、展厅展馆、专营店、卖场专柜、商家橱窗、舞台舞美、标识等。部分相同和相关的有：环境艺术，包括室内外环境艺术等。

展示工程的范畴如图 1-1 所示。

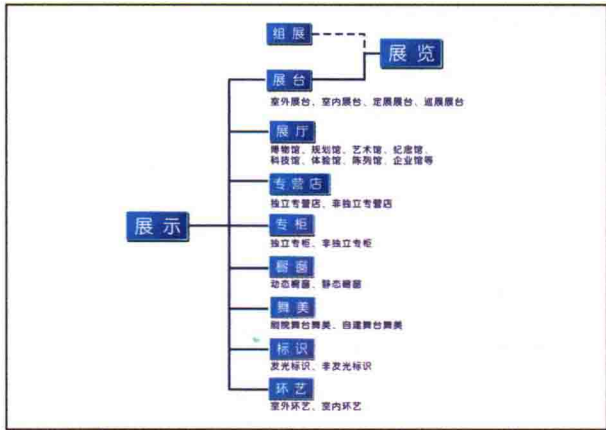


图 1-1 展示工程的范畴

1.2.1 展会展台

ONE

展会主要由以下两大部分组成。

- (1) 前期，展会的立项、招商和摊位安排等组织展会工作，称之为组展。
- (2) 后期，展台的设计、制作、搭建、展出、撤展等工作，称之为展台工程。其中，展台属于展示工程的范畴。根据标准，展台是指展览会上用于展示活动的结构单元，通常包括室外展台、室内展台、定展展台、巡回展台等。

1.2.2 展厅、展馆

TWO

展厅、展馆也是展示工程的一个重点，展馆涉及博物馆、规划馆、纪念馆、艺术馆、科技馆、体验馆、企业自办馆等，它们都归属于展厅的范畴，规模不同但展厅功能都是一样。与展台相比，除没有地台和功能区外，其他方面完全一致，其实它就是一个固定展台。展厅如图 1-2 所示。

1.2.3 产品专营店

THREE

对于一些大型产品或有特殊需要的产品，它们需要把产品摆放在专门的建筑物内进行展示并销售，如汽车、房地产等。对于独立专营店其展示设计包括建筑物外形造型设计和室内展示设计两部分，对于非独立专营店仅有室内的展示设计，对于专营店除外形设计外，其室内部分设计与展台设计完全一样。

专营店如图 1-3 所示。



图 1-2 展厅



图 1-3 专营店

1.2.4 卖场专柜

FOUR

所有商场、卖场都是商家的展览馆，专柜就是各类商品的展台，当然与展台设计完全一样，其布局无功能区，只有展示区。区别在于在展示的同时还要进行销售，其实它就是一个展销展台。专柜展示如图 1-4 所示。

1.2.5 商家橱窗

FIVE

随着人们生活和物质水平的提高，日常消费的品种越来越多，档次越来越高，所以近年橱窗的设计已不是单纯的陈列摆放，而是和展台一样，有背景、有展品、有灯光、有造型等，其实它就是一个浓缩的展台。橱窗展示如图 1-5 所示。



图 1-4 专柜展示

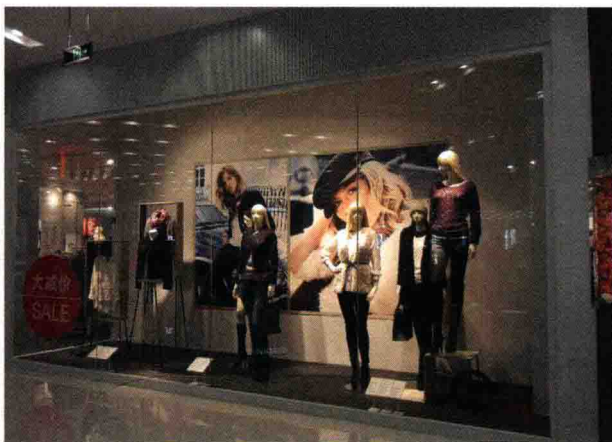


图 1-5 橱窗展示

1.2.6 舞台舞美

SIX

随着人们文化生活的丰富和各种活动的增多，都需要有舞台去展示或表演，而为了完成展示和演出，就必须要有舞台并进行舞美设计，如整体舞台、背景、道具、烟火、灯光及视频等，所有这一切都基本与展台设计一致。

舞台舞美展示如图 1-6 所示。

1.2.7 标志标识

SEVEN

标识是一个设计出来的平面图样符号，它能够瞬间将品牌凸显出来，是将不同类型的平面或立体品牌材料有机联系在一起的基本工具。

随着我国城市化的高速推进，全国各类大小城市会越来越多，有城市就必须会有标识，现有标识已不同于以前的老标识仅有简单的文字和箭头，而是有造型甚至附带各种功能，除有指示性的文字和符号外、其都是与展台设计一致。标志标识展示如图 1-7 所示。



图 1-6 舞台舞美展示



图 1-7 标志标识展示

1.2.8 环境艺术

EIGHT

环境艺术分室内环艺和室外环艺，与展台基本相同的是室内环艺，即家装和工装，与展台相关。与展台不完全相同的是室外环艺。环境艺术与展台是互通的，但各有特点，可以相互借鉴。室外环艺展示如图 1-8 所示，室内环艺展示如图 1-9 所示。



图 1-8 室外环艺展示



图 1-9 室内环艺展示

综上所述，展示工程包括八项，其中前七项其造型设计、结构工艺、材料运用及音视频使用完全与展会展台相同，仅最后一项环艺与展台部分相同。所以本书只重点讲述展示工程中最具代表性的展台工程与设计。

1.3

展示工程与设计的发展历程



展示行为的原始起源不外乎原始的商业行为和宗教活动。早期的展示设计活动，可以追溯到中国集市、庙会，源于商品展示、交流，萌发在原始社会。由于有了剩余物资和社会分工，出现了以贸易物为主的集市，各部落将

自己生产的物品摆摊展示,供外人挑选,这就是最原始的展览会,包括举行的文化活动:有各种风味小吃、民间手艺表演、商品交易以及人们进行宗教等活动所建立的祭坛、图腾、神庙或佛寺等原始的博物馆,这是展示艺术的萌芽时期。而出现的时间和地点相对固定的集市、庙会等形式被学术界公认为展示业开端的初级形式。从封建社会中期起,人类社会就有了展卖商品的商店,店铺有专门的牌匾、商标、招牌与广告,有摆放货物的货架与柜台,此外,还出现了收藏书画、珠宝和文物的私人博物馆,这是展示艺术自然发展的初级阶段。古代展示活动往往是综合性的活动,由物质文明向精神文明发展,具有较高的实用性和审美性,对当时的经济、文化、科学发明有很大的推进作用。

在国外,古老的货品展览会同样源自于集市市场:中世纪欧洲商人均要举行定期商品交易集会,这种集会当时也曾叫“市集”,在德语则是“集众活动”之意。约19世纪20年代,有些市集贸易功能转化为商品批发,这种“样品集市”就是当时的展示会、博览会。中世纪娱乐市场的摊位、巡回戏班和马戏班的舞台与古老的货品展览会,这些早期的展示活动为现代展会奠定了功能基础,它具有三个方面的功能:①货品流通;②信息交流;③娱乐。直到今天这依然是商业展会的三大主导功能。资本主义社会时期,各类商店、博物馆日益增多,出现了专门用于展示活动的展览馆,各类展览会频繁地举行,展示设计开始脱离小巧紧凑的风格转而向那种结合有灯光、颇具动感、可变性的理念发展,显示了它的开放明亮和透明的特征。同时,舞台设计的发展创造出“想象”空间的概念,以“体验”的表现形式,神奇地激发人们无穷的视觉联想。

1683年,英国牛津的阿什莫林艺术和考古博物馆成立,开始向一般大众开放,成为世界上第一座公共博物馆,由此成为博物馆展示理念的分水岭。在此之前的博物馆展示理念可以称为“古典博物馆的展示理念”,其后则被称为“现代博物馆展示理念”。古典博物馆的展示理念是以收藏为主、展示为辅。以收藏为主要目的的古典博物馆注重精神层面的意义,博物馆的存在是为了显示帝王贵族的珠宝和府邸的豪华,展品只是建筑的装饰品,博物馆的功能没有得到应有的重视。这一时期的博物馆存在诸多展示方面的不足,如空间浪费,照明不足,参观路线不合理,布局缺乏灵活性,温度、湿度、防蛀条件差。

在展示理念发展的同时,科技的发展为展示设计提供了新的思路和条件。其中平板玻璃的成功制造对于展示的影响最大。此前的非艺术类实务展示都用木板隔板上下隔开,并没有柜子式的陈列。18世纪以后博物馆里开始出现使用玻璃制作的展柜。1850—1900年间,整片大玻璃的生产,使得玻璃材料广泛应用于展示设计中,使得展示布置更为自由,观众的视线也不再受阻。至此,博物馆展览理念完成了从收藏到展示的转变。博物馆的展示方式可分为以下五种类型。

1. 审美性展示

审美性展示主要通过展示艺术作品,反映人类的艺术实践和审美意识的发展,给人以美的感受和教育。

2. 时间轴展示

时间轴展示以时间顺序为线索来安排展示空间和展品。

3. 主题性展示

主题性展示是按照某一个主题思想对展品进行选择 and 排列组合的展出。

4. 系统分类展示

系统分类展示将同一类别的展品按一定的体系序列依次排列展出。

5. 开放库房式展示

开放库房式展示按库房保管的现状,将藏品向参观者开放展出。这种展示方法在我国很少见。

1851年的首届世界博览会,开创了展示设计的历史新纪元,同时,奠定了现代展示设计学科开始形成。近代资本主义时期的展示活动,在文化方面主要体现在各类博物馆和文化艺术性展览方面。19世纪以后,随着西方自然科学对物种分类的研究进一步发展,以及各类珍宝、艺术品等私人收藏规模的扩大,专业性博物馆出现了。在经济方面,国际博物馆和商业店铺的营销活动日益活跃,展示理念和技术也有了进一步发展。在此阶段,博物馆展示的一大进步是:将藏品的储存保护和展示欣赏区分开来。除了精选展品,还搭配了文字、图片或模型等辅助

陈列资料，并设计了标准化展柜，由此极大地提升了展示效果。

到 20 世纪中期，西方设计学界开始就电脑介入当代信息环境设计、制造业，研究在电子环境中的变革等诸多问题进行探讨。虚拟化设计、信息设计、网络界面之类的设计成为中心话题，这类设计都涉及数字语言的程序化问题，都具有数字化性质，因此称为“数字化设计”。数字化设计是以信息设计为主的设计，数字化设计理论的提出，是艺术设计发展史上的一个重要事件，展览设计进入崭新的发展阶段，其展示方式是多种手段并存的：图像—文字—三维空间—数字化展示。然而，文字、图像很难完整展示事物变化的动态过程，展示设计便出现了采用三维空间的方式：直接展示事件发生的场景或现实的事物，来表达运动着的物品或具体的事件。由此，数字化、网络化、智能化成为展示设计发展的大趋势，展示设计进入快速发展阶段。

早期的展示活动和西方现代艺术的发展，当代艺术品在形式上突破了三度空间的限制：艺术展品脱离了墙面装饰地位的窘境和空间风格的限制，实现了信息传达的纯粹性与独立性，为后来展示设计在多种媒介传播的实验提供了平台。在此基础上，设计者们得以开展对于信息展示传播方式的实验，由此明确了展示设计的意义。20 世纪 60 年代以后，展示设计将科学与艺术相结合迅速发展并走向成熟，大工业化以及科学技术的发展，展览设计走向专业化、工业化、社会化，出现了地区性、全国性和国际性的展示协会，有了展示专业的刊物或专集出版，展示艺术成为一门专业学科被公众承认，不少国家的艺术设计院校设立了展示设计专业，展示设计其独立性初步形成。

1.4

展示工程与设计的特点 <<<

1.4.1 展示设计的特点

ONE

现代展示设计是一门跨学科的综合性设计学科，它涉及的领域非常广泛，涵盖了色彩学、广告学、人机工程学、空间学、声光电等学科。

展示设计的元素包括现场实践、可用空间、运动、各种交流的记忆等创造性经验，具有广泛性和多样性的特点。展示设计需要在空间、物体、信息中寻求平衡，需要各种技术的巧妙结合，综合多种因素才是展示设计的特点。它与建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、多媒体艺术设计、照明设计、产品设计、舞台美术设计、视听艺术等学科都有兼容的内容，具有复杂的跨学科特征。

“不论本质上是文化的还是商业的，通过空间来传达一个故事的理念贯穿于各种形式的展示设计之中。”如何在互动环境中通过探索和试验来寻求最有效的交流媒介，是展示设计者面临的一大挑战。

信息时代展示设计所呈现的突出特点如下。①多媒体技术的引入与广泛使用。其作用首先是参观者可以接触到更广泛的网络信息，资源可以共享，大大扩充了信息的容量。其次，节约展示空间面积，在空间心理体验上，虚拟空间具有更大的自由度，从参观者的视角、路径和情节上都具有在现实空间中所无法实现的可能性，从而带给人们更加真实的心理体验。②展示策划、设计与主题相结合更加密切，集中体现在世界博览会的展示设计上。例如 2005 年日本国际博览会，本次世博会的主题是“自然的睿智”，吸引了来自全球的 120 个国家参加，每个国家以世博会主题为依据，各自进行演绎，把该国人民与大自然和谐共生的技巧与智慧、与社会和平共处的文化和