



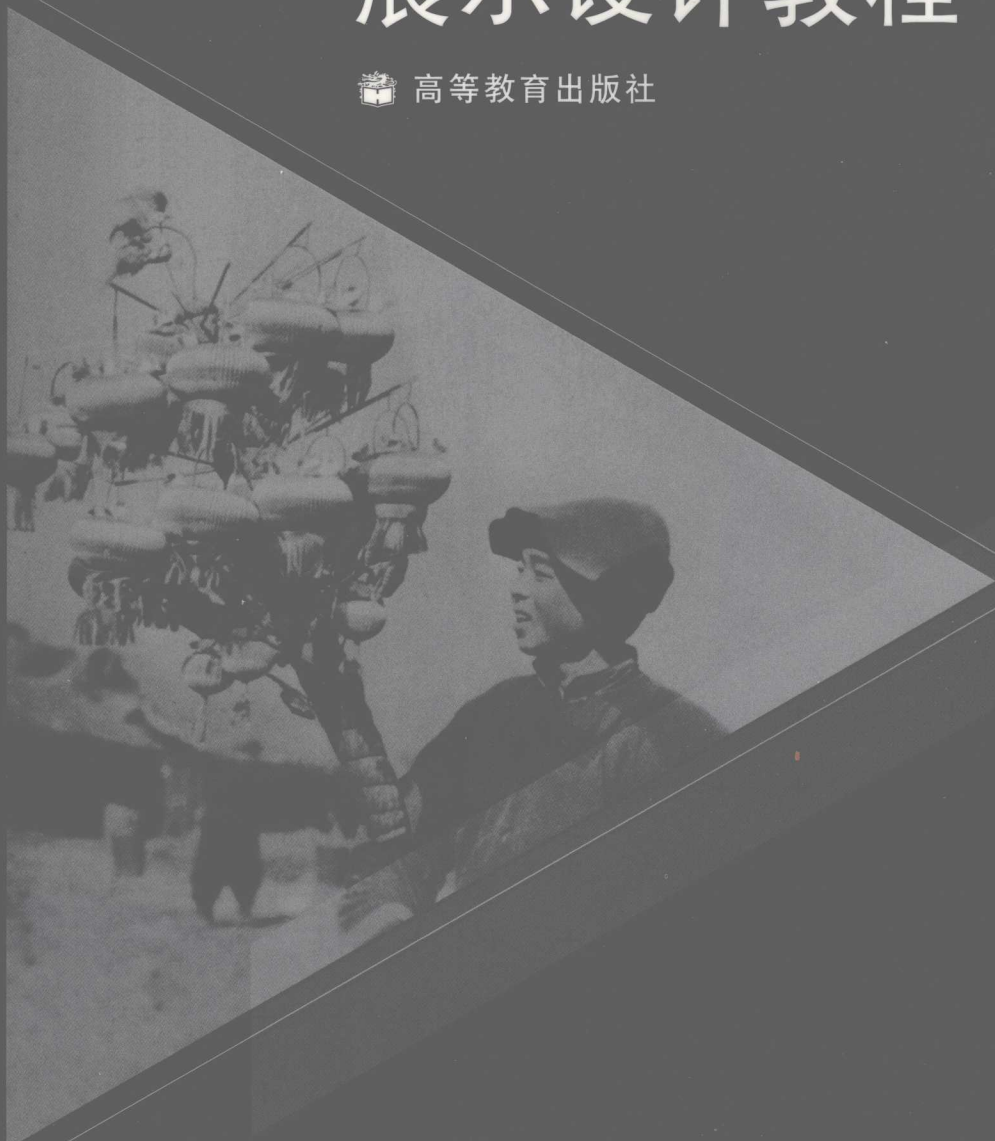
普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等院校环境艺术设计系列教材

○ 主编 叶 苹

# 展示设计教程

 高等教育出版社





普通高等教育“十一五”国家级规划教材

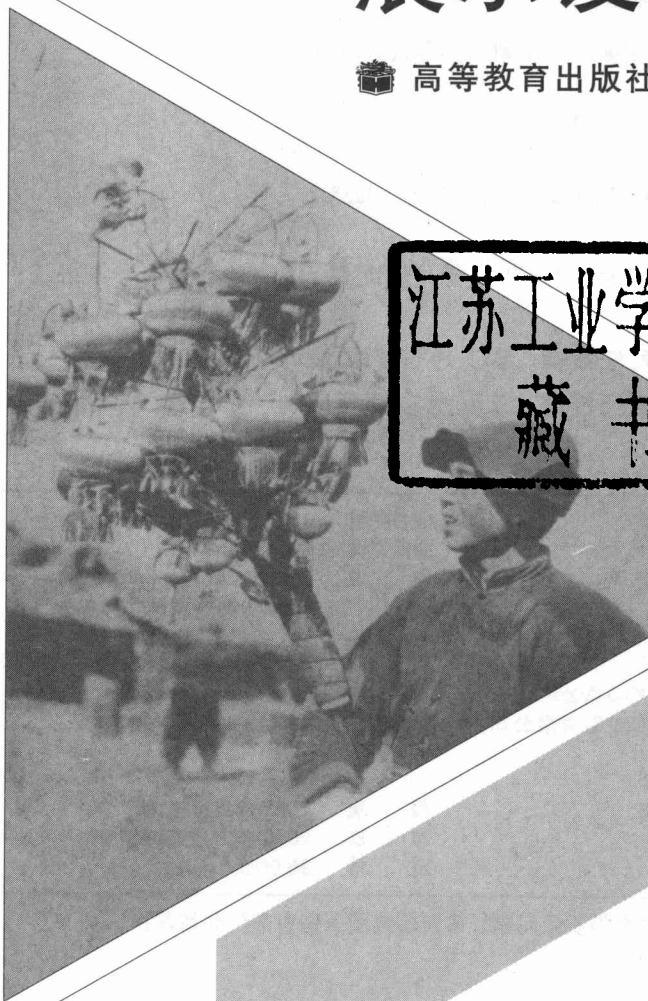
高等院校环境艺术设计系列教材

○ 主编 叶 苹

# 展示设计教程

高等教育出版社

江苏工业学院图书馆  
藏书章



## 内容简介

本书作者结合国际上最新的研究成果,以多元的视角论述了展示活动的基本原理,并结合展示会、展示馆、展示场和展示店等类别展开了阐述,其中不仅有原理阐释,更结合设计流程,从实际应用的角度提供了可借鉴的示范图例,以简明实用、贴近教学一线的教程指导学生深入理解展示设计的理论与方法。

本书适合高等院校艺术设计专业的师生使用,也可供广大设计爱好者、成人教育及各种培训机构使用。

## 图书在版编目(CIP)数据

展示设计教程 / 叶苹主编. —北京:高等教育出版社,  
2008.5  
ISBN 978-7-04-021518-2

I. 展… II. 叶… III. 陈列设计—教材 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 040908 号

策划编辑 梁存收 责任编辑 雷 铮 封面设计 王凌波  
版式设计 叶 苹 责任校对 王效珍 责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街4号  
邮政编码 100120  
总 机 010-58581000

购书热线 010-58581118  
免费咨询 800-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司  
印 刷 北京佳信达艺术印刷有限公司

网上订购 <http://www.landrac.com>  
<http://www.landrac.com.cn>  
畅想教育 <http://www.widedu.com>

开 本 787×1092 1/16  
印 张 10  
字 数 210 000

版 次 2008 年 5 月第1版  
印 次 2008 年 5 月第1次印刷  
定 价 36.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究  
物料号 21518-00

主编 叶 苹

编著 叶 苹 黄秋野

周鹏程 朱琪颖

范 龙 曹 星

中国社会正处在一个前所未有的发展时期。展示业在中国,得益于中国社会发展的同时,也对中国经济和文化的发展起到了积极的作用,这主要体现在两个方面:首先,在全球化背景下,中国经济同世界经济的联系越来越紧密,中国已成为世界商品的制造大国和消费大国,对外贸易扩大到各个经济领域,商品交易会、行业博览会等展示活动日益频繁;其次,随着中国城市化进程的加快,文化建设和文化产业已成为深受各级政府重视的发展方向,各类博物馆、科技馆不断增多,为推动地方文化建设发挥了重要作用。

与此同时,展示行业的发展又促进了展示设计研究水平的提高和展示设计教育的发展,尤其是即将举办的上海世博会,进一步推动了对展示设计人才的需求。近年来,不少院校纷纷设立了展示设计专业或开设相关课程,加大了展示专业人才培养的力度。不过,展示设计专业教育在我国发展的历史并不长,还有许多方面有待完善和提高。从目前国内院校相关专业的课程设置来看,还没有建立起一套完善的课程体系,大多数课程的设置是相近专业课程的“拼合”。我认为造成这种现状的原因主要有两个:首先,展示设计学科知识结构的交叉性,为一些课程的开设提供了“便利”的途径;其次,没有独立设置展示设计专业的院校,其课程开设的对象和任课教师都来源于不同的专业方向。随着展示设计专业的发展,完善展示设计专业课程体系迫在眉睫。

基于上述考虑,本书希望为建构具有展示设计专业特点、符合展示设计专业知识结构的课程体系提供参考。本书是一本“概论”性的教材,其特点是从广阔的视野和多元的角度去建构展示设计的知识结构,归纳其

原理。本书从两方面体现了这种意图：一是对展示设计基本原理的阐述，力图体现众多类别展示活动的共通原理；二是选择主要的展示类别展开论述，以提供可资借鉴的案例和操作方法。本书对展示活动的分类采用了日本学者油井隆在《展示学》中的分类，即：展示会、展示馆、展示场、展示园和展示店，由于篇幅、资料和时间等原因，未能将展示园的内容写入，有些遗憾。

叶苹

2008年3月18日于社桥老轻院

# 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E-mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

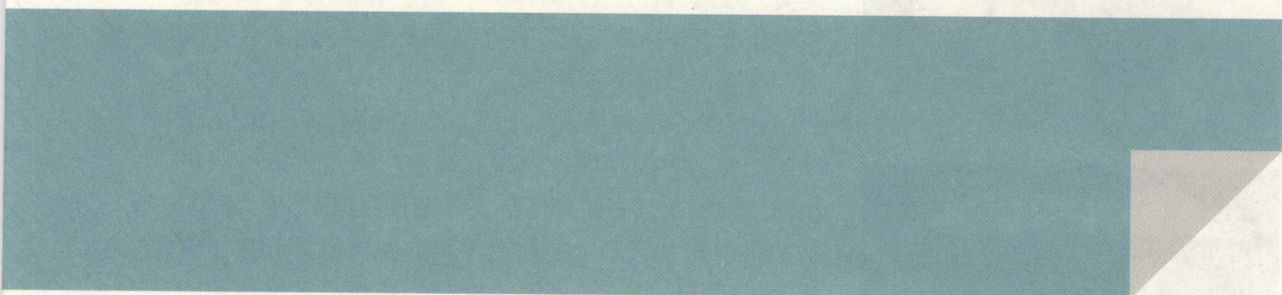
高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100120

购书请拨打电话：(010) 58581118

|          |                   |     |
|----------|-------------------|-----|
| 第一章 导论   | 第一节 展示活动与人类文明的发展  | 2   |
|          | 第二节 展示设计的学科基础与体系  | 6   |
|          | 第三节 展示设计的含义、目的与类别 | 8   |
|          | 思考题               | 14  |
|          | 练习题               | 14  |
| 第二章 基本原理 | 第一节 展示行为的形成动因     | 16  |
|          | 第二节 展示设计的传播属性     | 17  |
|          | 第三节 展示设计的要素与相关性   | 18  |
|          | 第四节 展示空间设计        | 20  |
|          | 第五节 展示道具设计        | 32  |
|          | 第六节 展示照明设计        | 36  |
|          | 第七节 展示视觉设计        | 41  |
|          | 第八节 展现方式设计        | 44  |
|          | 思考题               | 48  |
|          | 练习题               | 48  |
| 第三章 展示会  | 第一节 展示会概述         | 50  |
|          | 第二节 博览会展示设计       | 51  |
|          | 第三节 展示会展位设计       | 70  |
|          | 思考题               | 80  |
|          | 练习题               | 80  |
| 第四章 展示馆  | 第一节 展示馆概述         | 82  |
|          | 第二节 博物馆与博物馆展示     | 84  |
|          | 第三节 博物馆展示设计的要点    | 87  |
|          | 思考题               | 106 |
|          | 练习题               | 106 |
| 第五章 展示场  | 第一节 活动场展示         | 108 |
|          | 第二节 演示舞台设计        | 116 |
|          | 第三节 时装发布演示        | 122 |
|          | 思考题               | 126 |
|          | 练习题               | 126 |
| 第六章 展示店  | 第一节 店铺展示与陈列       | 128 |
|          | 第二节 店面展示设计        | 134 |
|          | 第三节 橱窗展示与陈列       | 136 |
|          | 第四节 POP展示         | 140 |
|          | 思考题               | 144 |
|          | 练习题               | 144 |
| 参考书目     |                   | 145 |
| 后记       |                   | 148 |

# 第一章 ■ 导 论



## 第一节

## 展示活动与人类文明的发展



图1-01



图1-02

## 一、展示与经济

在物物交换的商品经济初级阶段，人们将富余的产品摆放在道路两旁，供人挑选、交换，这种交易方式发展到后来就变为集市和庙会，这就是人类社会早期以商品买卖为目的的展示活动。宋代名画《清明上河图》为我们展现了当时汴京的繁华商业景象：川流不息的人群中，有商贩、挑夫、车夫，也有富商，大大小小的店铺上挂着造型各异的招牌、幌子，店铺里摆放着琳琅满目的商品。另外，中国的宋代定期举行的以商品交易为主要内容的庙会已非常成熟。《东京梦华录》记载：“相国寺每月五次开放百姓交易。大三门上皆是飞禽猫犬之类，珍禽奇兽，无所不有。”到了明清时期，京城北京的庙会更是热闹无比，除了商品交易外，还有手艺表演、杂耍、戏班表演等活动。

在地球另一端的欧洲大陆，早在古希腊时期就出现了沿城邦边界定期举办的带有宗教色彩的市集。11世纪前法国巴黎近郊的丹尼斯，每逢10月9日都会为纪念圣·丹尼斯举行四个星期的市集，各国商贾云集在市集上进行酒、蜂蜜、谷类、木材、染料、盐等商品的贸易。11世纪以后，欧洲历史上最负盛名的市集应属法国北部的香槟市集。在举行市集的几周内，商贾络绎不绝地从各地赶来，交易的商品各式各样，有羊毛、丝绸、亚麻、金银、皮革、乳酪、珠宝，等等。

从上文可以看出，早期的商品展示同繁荣的经济活

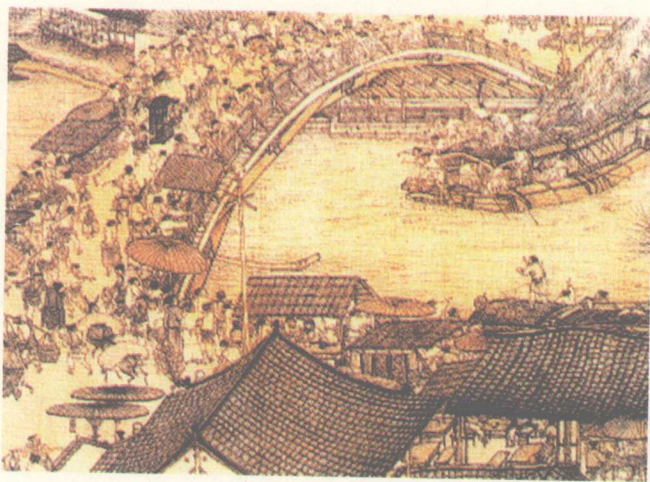


图1-03

动密不可分。

## 二、展示与文化

古代社会以商品交易为主要目的的展示活动同物质社会息息相关，同样，在古代人类的精神世界中，各种以宗教、民俗等为主要内容的展示活动也处处可见，而且这类展示活动远远早于人类商品交换的经济时代。

在原始社会，由于生产力水平低下，人们过着共享食物的群居生活，不仅没有剩余的食物和商品拿去交换，还担心天灾人祸，只有祈求神灵的庇佑以获得好的收获。在一些原始部落至今还保留着各种各样的祭祀活动，这类活动必须选择相应的场地举行，要设置祭坛、摆放神像和祭品，并由祭师（巫师）主持，按照规定的程序进行。人类早期的这种宗教活动发展到封建社会，已成为帝王统治阶级必不可少的思想武器。中国历代的封建王朝都延续了这种传统，他们大兴土木，建造了各式宏伟的神坛庙宇。北京的天坛与地坛是中国至今保留最为完整的祭祀建筑。

随着物质生活水平的提高，人们对教育和文化的需求增大，并逐步重视对文化遗产的保护和传承，出现了大量的宫廷和民间的文物收藏活动。公元前5世纪的古希腊奥林匹斯神殿就有收藏各类战利品和雕塑品的库房。17世纪法国每年定期举办的艺术“沙龙”，就是早期欧洲专为造型艺术举办的艺术品展览会。

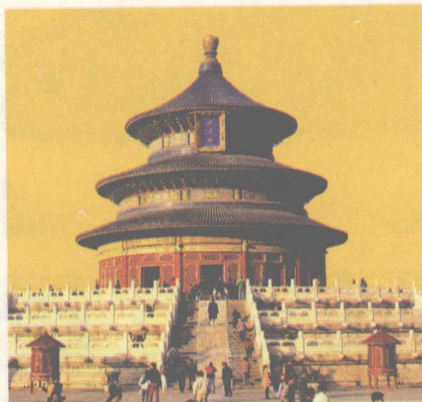


图1-04



图1-05



图1-06

图1-01 香格里拉路边卖牦牛制品的店铺

图1-02 上海城隍庙的货摊

图1-03 《清明上河图》（局部），宋代，张择端

图1-04 北京天坛

图1-05 曲阜祭孔大典

图1-06 大英博物馆非洲馆



图1-07



图1-08



图1-09

### 三、展示与教育

人类传播知识、教化公众的形式多种多样，其中通过各种展示馆、展示会等展示手段进行的教育方式有着独特的、不可替代的作用。博物馆是保护和展现人类历史文明最具代表性的空间场所，所有的国家和地区都将博物馆作为保护和展示本民族、本地区历史文明的重要场所。

展示活动的教育功能主要体现在两个方面：首先，展示活动能够传承历史、传播文明。以博物馆、纪念馆、资料馆等为主的展示馆已成为人们收藏与保护历史文物、研究与学习人类文明的重要场所。在欧洲，博物馆林林总总，展示内容极其广泛。巴黎城区大小和类别不同的博物馆就有二百多个，有文史类、艺术类、科技类和自然类等大型博物馆，也有各种专题性的小型收藏馆，如钟表博物馆、自行车博物馆、下水道博物馆等。在我国，伴随着经济的发展，对历史文化遗产保护的呼声越来越高，近几年，博物馆的建设迎来了一个前所未有的发展时期。博物馆已成为传播人类文化、艺术、宗教、政治、军事等精神文明的重要展示窗口。其次，展示活动是传授知识、教化大众的一种重要方式。我们教科书中的许多知识、史料和物证都是博物馆研究的成果。另外，各类展示馆也为学校教育和大众学习提供了丰富的学科资料，尤其是科技类博物馆，对学校教育，特别是中小学教育以及科学知识的普及发挥着极其重要



图1-10

的作用。展示活动的形象性、体验性和互动性等特点也使得它成为一种寓教于乐的学习形式。1982年,迪斯尼公司经过10年的建设,在迪斯尼乐园的一角建立了“EPCOT CENTER”展示园,即模拟未来社会,向人们展示未来社会的生活状态。同以往乐园的定位不同,该乐园针对包括成人在内的所有人群,具有全方位、终身化的教育意义。

#### 四、展示与生活

从以上论述中我们认识到,展示活动是展现人类物质文明和精神文明的重要窗口,而人类生活又同物质与精神文明息息相关。展示与生活的关系体现在两个方面:首先是社会化、大众化的展示活动对人们生活产生的影响。就物质层面而言,各种产品、服务等商业性展示活动为人们的生活提供了丰富的消费信息,而各种文化类展示活动不仅为人们获得知识和教育等创造了条件,还极大地丰富了人们的精神生活,提升了人们的生活品味。其次,展示活动的家庭化、个人化又为丰富个人生活、追求个性化生活和培养审美情趣起到了潜移默化的作用。个人化的展示行为分为本能性的展示和意图性的展示。如果说“梳妆打扮”是一种本能展示的话,那么居室的陈列摆设就是一种刻意追求的展示行为。家庭里的陈设,除了工艺品外,还有书架、花卉等具有展示功能的居室用品。



图1-13



图1-11

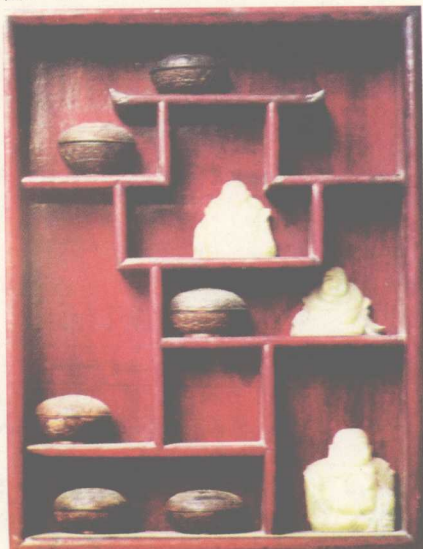


图1-12

图1-07、图1-08 洛桑奥林匹克博物馆

图1-09、图1-10 上海科学技术馆

图1-11 某美妆杂志

图1-12 中国古代陈设架

图1-13 某景点中的同心锁和红丝带

## 第二节

### 展示设计的学科基础与体系

从展示的含义和展示活动的不同类型来看,展示设计具有很强的综合性和学科交叉性。

#### 一、设计学科分类与展示设计

随着设计同人类生活关系的日趋紧密,设计的范围也扩展到了社会生活的所有领域。“设计”作为一个成熟的学科名词出现后,对设计的含义和包含的内容就有了许多不同的解释和分类。下面我们介绍三种不同的分类:

1. 依据设计的形态分成平面设计、立体设计、空间设计,或者依据次元构成分为二次元、三次元、四次元等。

2. 日本学者川添登根据人、自然、社会的对应关系将设计分为精神装备(视觉)、工具装备(制品)和环境装备。

3. 日野永一在大智浩和佐口所提出的“三个设计领域”的基础上,从设计目的的角度将设计划分为三大类,即为了居住的设计、为了使用的设计和为了传达的设计。

| 次元  | 分类                                        |
|-----|-------------------------------------------|
| 二次元 | A标志/图案/文字/编辑/插图/海报等<br>B纺织品/壁纸/挂毯等        |
| 三次元 | A包装/POP/陈列/展览等<br>B服饰品/服装/家具/机器/室内/园林/设施等 |
| 四次元 | 影视/广告/动画/舞台等                              |

图1-14

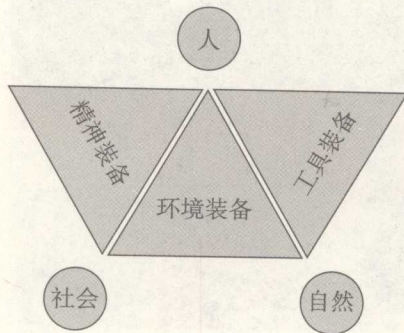


图1-15

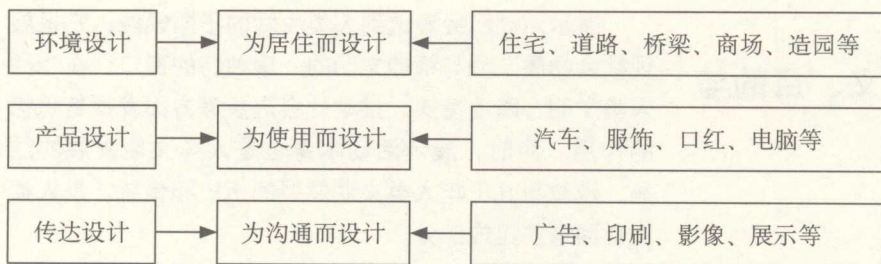


图1-16

## 二、展示设计的学科体系

展示设计就目的而言应属一种传播行为，但在构成的形态上被列入三次元范围。现代展示设计的方式和形态已经扩展到多元的领域，从平面到立体，再到影像和表演等艺术形式，充分体现了展示设计学科的交叉性特点。

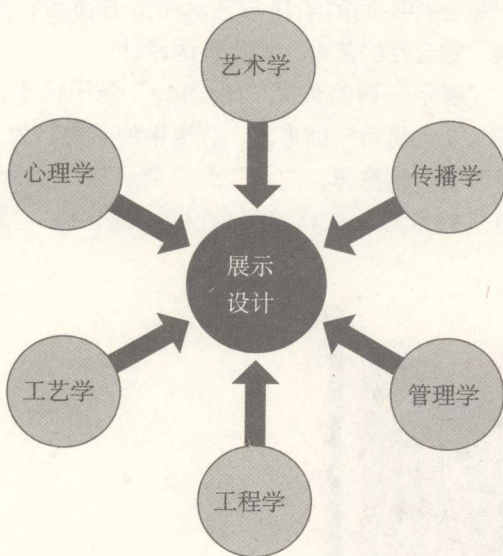


图1-17

- 图1-14 按空间次元的设计分类  
 图1-15 日本学者川添登的设计分类  
 图1-16 日本学者日野永一的设计分类  
 图1-17 展示设计相关学科

### 第三节

## 展示设计的含义、目的与类别

展示活动已经渗透到人类生活的不同领域,它是展现社会物质文明与精神文明的一扇独特的窗口,在传播人类文明、陶冶情操、推动社会进步等方面发挥着积极的作用。同时,展示活动本身也是人类文明发展的结晶,承载着几千年人类文明发展的历史和传统,是人类文化的重要组成部分。

我们在上面的章节里从人类文明发展的视野论述了展示活动所体现的文化特性。那么,在设计文化学当中,展示设计又有什么样的特征呢?要弄清这个问题,就必须从设计文化学角度对展示设计的含义进行必要的界定分析。

### 一、展示设计的含义与界定

日常社会活动中有着各种各样的展示活动,不同的人对它有着不同的感受和理解,对其含义的解释也多种多样。究其原因,首先,展示活动具有广泛性。展示活动内涵丰富,其外延随着社会的进步也在不断扩大。尽管在人类文明的萌芽时期就出现了原始的展示行为,但从学术上来讲,完整的展示设计概念的形成是在近代工业文明出现以后。其次,展示设计因素具有多学科性。展示设计包含了从空间、造型、图像到技术、材料、工艺等各种不同的学科与艺术的方方面面,是一门跨学科、综合性的艺术化信息传达设计。

展示一词的英文“display”源于拉丁语,为“打开”、“显示”的意思。汉语中的“展”为“翻动”、“伸张”的意思,“示”为“启示”、“演示”和“示范”的意思。在我国展示设计领域中,“展示”一词



图1-18

的提出是在20世纪80年代改革开放以后，过去常用的是“展览”一词。韩斌在其所著的《展示设计学》一书中，对“展览”和“展示”两个词所表达的含义与差别做了很好的论述，他认为展览的概念之所以长期沿用，其原因是它涵盖了展示者（传者）和观览者（受者）的双向功能，并将人们的视知觉功能约对化，但它忽略了现代展示全面调动观众所有感官系统、更加注重参与性这一特点。而“示”字相对“览”字更为主动，含义更为深刻。

在许多专著中，尽管对展示含义的界定不完全相同，但都对以下三条特性具有共识：1.基于某种意图的传达行为；2.必须以特定场地和空间为形成条件；3.符合技术与艺术的准则和规律。

## 二、展示活动的目的

人类的任何行为都存在着某种意图和目的。由于展示活动所包含的内容极其广泛，其目的也就各种各样，但总体可归纳为商业性目的和非商业性目的以及介于两者之间的意图。

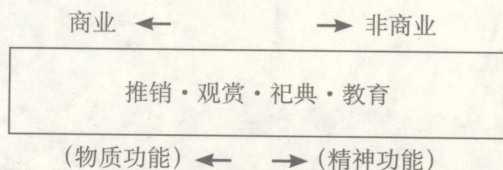


图1-20

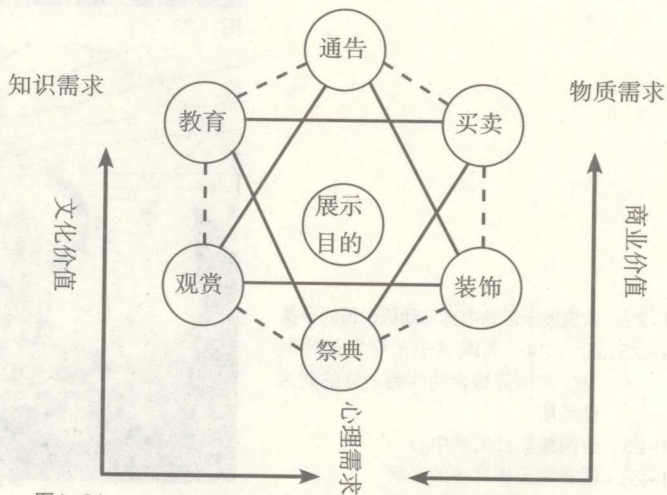


图1-21



图1-19

图1-18 展开的卷轴书画

图1-19 时装演示

图1-20、图1-21 展示设计的目的和意图