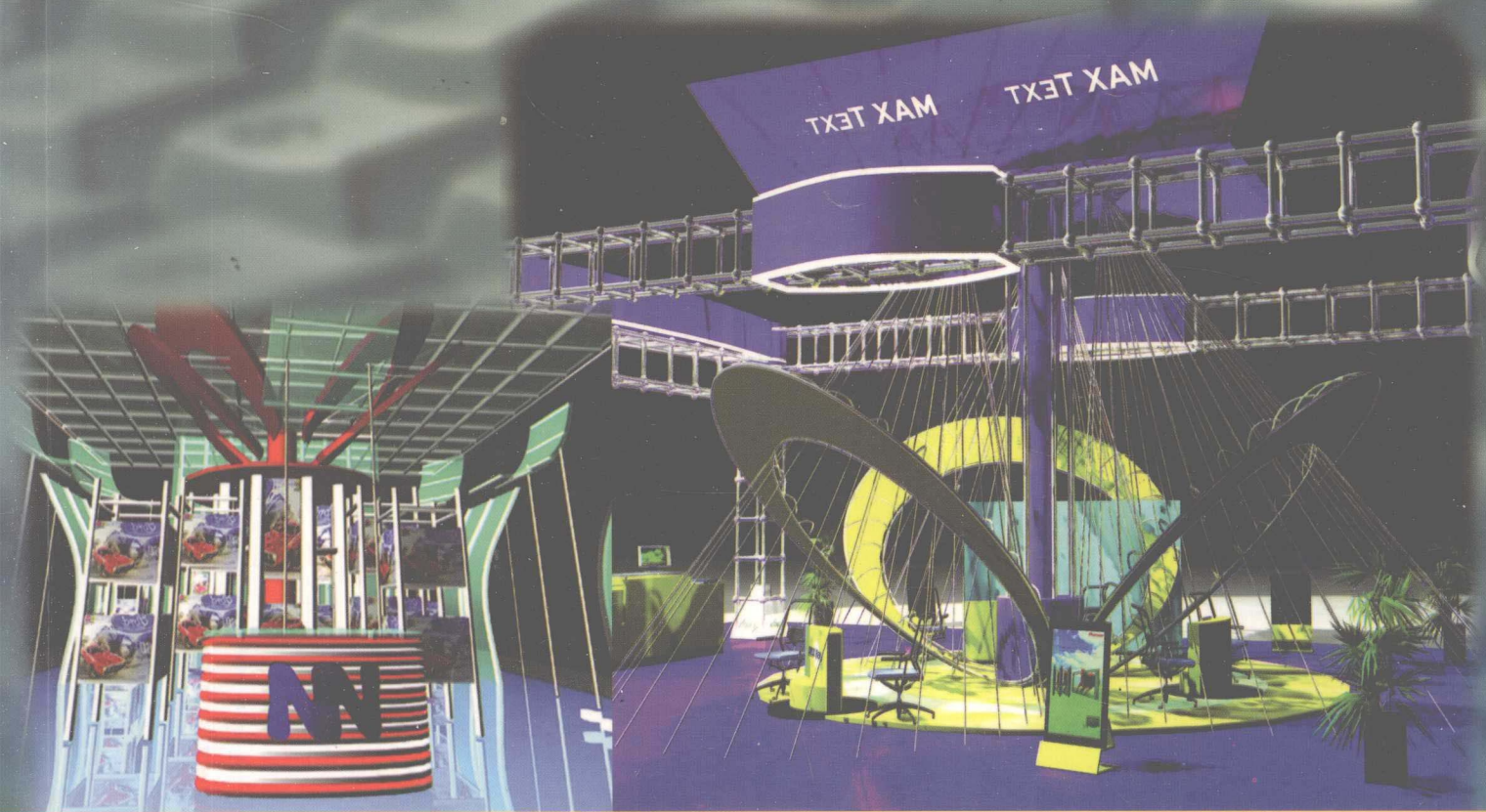


商业展示设计

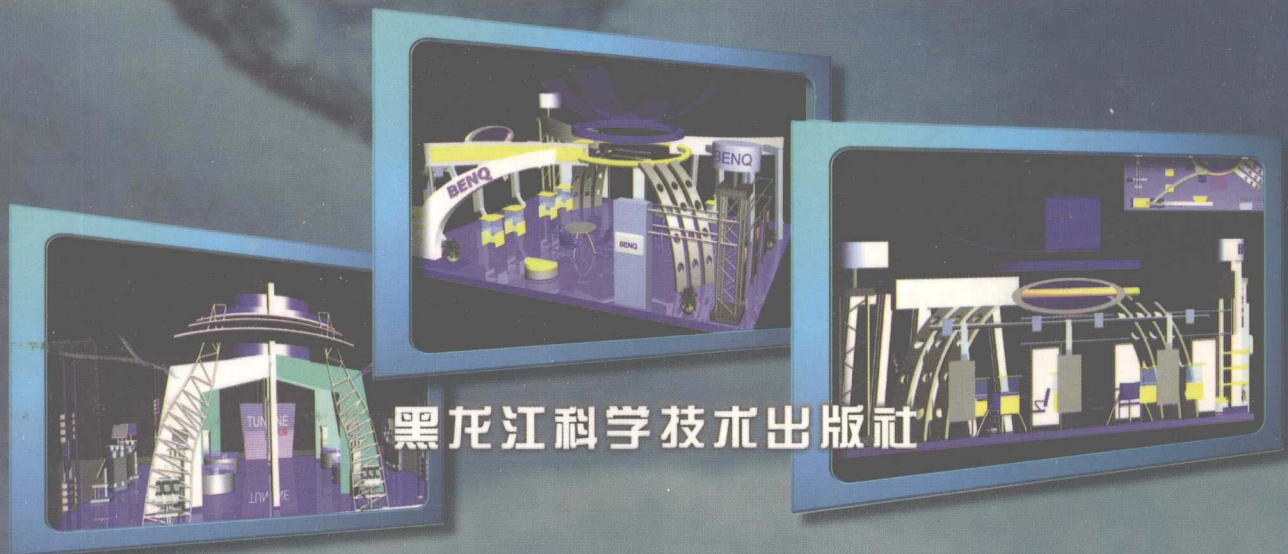
沈阳大学艺术学院工业设计



现代展示 1

Xiandai zhanshi

赵子夫 唐利 著

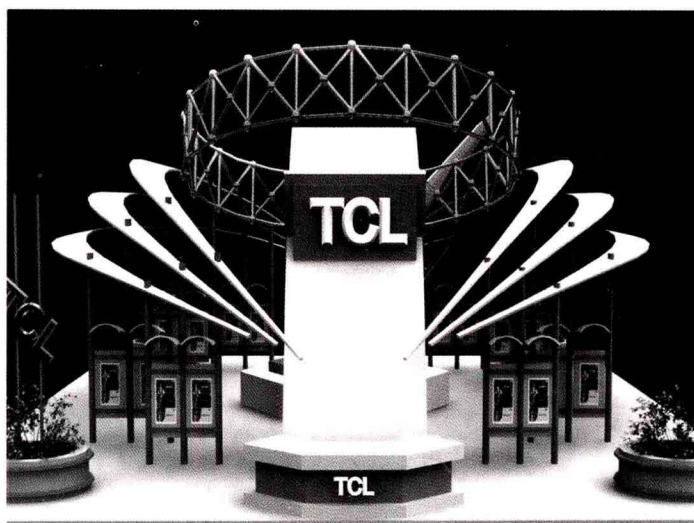


黑龙江科学技术出版社

商业展示设计

赵子夫 著
唐 利

现代展示 1



黑龙江科学技术出版社

中国·哈尔滨

Display Design Works Display Design Works Display D

图书在版编目(CIP)数据

现代展示 1/赵子夫,唐利著. —哈尔滨:黑龙江科学技术出版社,2004.10
(商业展示设计)
ISBN 7-5388-4756-1

I. 现... II. ①赵...②唐... III. 商品陈列 - 陈列设计 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 104022 号

责任编辑 车承棣
封面设计 孙振杰

商业展示设计

现代展示 1

XIANDAI ZHANSHI 1

赵子夫 唐利 著

出版 黑龙江科学技术出版社

(150001 哈尔滨市南岗区建设街 41 号)

电话 (0451)53642106 电传 53642143(发行部)

印刷 黑龙江新华印刷厂

发行 全国新华书店

开本 889 × 1194 1/16

印张 4

字数 100 000

版次 2005 年 1 月第 1 版·2005 年 1 月第 1 次印刷

印数 1 - 3 000

书号 ISBN 7-5388-4756-1/TU·408

定价 30.00 元

前 言

今天,中国的经济已经进入高速发展时期。加入 WTO 后,我们的企业、商业都面临着前所未有的机遇和挑战。然而成功的企业模式,不但要有技术“管理”,更要有树立品牌、宣传自我,表现企业形象,构建与社会沟通的平台。展示设计就是沟通企业与社会的最佳方式,是用事实、用形象、用人们从中感知的企业实力和发展前景,来表达企业的理念。

展示设计把视觉传达语意和产品设计的功能、形态融于一体,以时空环境和超前设计方式抽象地表达出来。展示设计是对特定的人为环境的创造,是一门空间与场地的规划艺术,是人与人、人与物、人与社会之间创造出的一个彼此交往的空间结构。这一结构形态以整体性和独特性的超维度空间“语汇”,塑造出一个企业表现自我为目的的生动艺术形象。

进入 21 世纪后,中国的展示事业迅猛发展,商品竞争的日趋激烈,迫使企业营销时效的把握和争取客源的手段加强,出现了大大小小的博览会、展销会、促销会、产品发布会,等等。商业展示带来的经济效益和社会效益令商家和企业十分鼓舞。国际间、地区间的展示会议,将特定的资源与信息交流融合,带动了当地的旅游、饭店、航空、运输及会展经济的发展。于是,在全国许多大城市都兴建了许多展览馆、会展中心、艺术馆,贸易广场,“会展业”这一种新型产业也适时生发。大大小小、形形色色的展示公司,更如雨后春笋。各大中城市纷纷争办各类展示活动,促进市场繁荣,已呈现出欣欣向荣的良好态势。

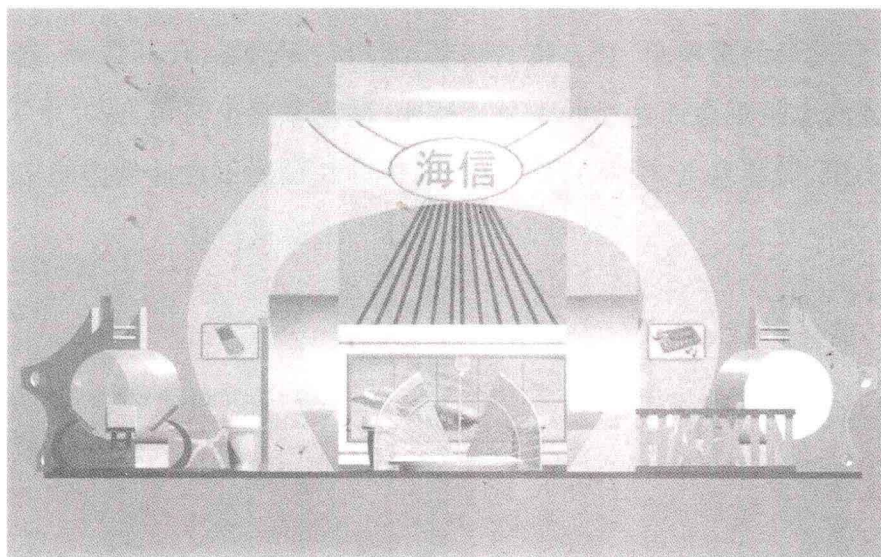
本书抓住展示设计教、学、用的核心,以通俗的理论解析了展示设计的概念、程序、方法及应用。对教学者可理清展示教学的脉络,并透过设计作业,找出展示空间形象的教学模式;对学习者可系统了解展示设计的内容、要素、设计方法及程序,并通过众多清晰的范例,学习到空间形象的构成技巧,以更为直接地步入展示活动的核心问题;对于展示设计公司、广告公司、装饰公司,本书则提供了超大量的多视角、全方位的精品,展示空间形态,任其选择、截取、改造。这种集几十位专业创作者的思维观念而制作的大量素材库,是绝非某个公司,或几个人所能及的。因此,本书具有很强的使用、借鉴意义。时不我待,为快速提升我国展示设计创作的文化品味,加速中国经济的发展,本书期待着——为立志展示设计事业的人士提供帮助。

赵子夫

2004 年 10 月

目 录

第一章 展示设计概论	(5)
一、展示的概念	(5)
二、展示的分类	(5)
三、展示空间功能	(6)
第二章 展示道具设计	(7)
一、展示版面设计	(7)
二、展架设计	(7)
三、展柜设计	(7)
四、展台设计	(7)



第一章 展示设计概论

一、展示的概念

展示是人类社会发展到一定阶段的产物,它产生于商品交换与精神文化生活开始发展并进行交换的历史时期。因为人们要从事商品生产,就要进行商品交换并相互交流各种商品信息与经济信息。而展览正是传递商品信息与经济信息最有效的手段。广义展示的内容与形式也在不断地发展和演变,它包括利用组合各种物品进行经济与文化的宣传、教育、交流等一切形式和手段。

展示是设计者将其目的与意图及其周围环境组合成一个空间造型,以陈列实物、文物、照片、图表、沙盘、模型、幻灯片、影片等来反映社会生活,并综合运用各种形式创造展示艺术形象,在空间做综合的表现,进而取得宣传教育、交流的客观效果,以达到有效沟通。随着新技术革命和现代化建设的发展,电脑等微电子技术的普及,展示的定义的内涵与外延已超出了早期狭隘的范畴。其表现形式是多种多样、多种艺术的综合体,其内容包括政治、经济、军事、文化、科技、工业、农业、教育等社会生活的各个领域,而且日益发挥着任何学科、任何艺术不可代替的独特作用。

展示是陈列、展览、展示之意,是促成人与物之间传递功能的手段。展示是将创意的主题在特定空间中演出的综合技术。

展示是以传达信息、促进销售、教育启蒙等为目的,在一定期间以及在特定空间里,将所有传递的内容表演给参观者的一种传递方法。

展示主要的功能是传达信息,展示传达信息主要目的如下:

1. 销售观念

展示物品,不仅是销售物品本身,而是要推销某种观念,展示的物品让观看者欣赏,甚至作为道具来运用和玩耍,以便说服人们购买。

2. 展现艺术品

将珍贵的或杰出的艺术作品展示给大众观看。

3. 展示新产品

展示传达的信息能说明新产品或新观念,使大众能接受科学技术新观点,跟上社会、政治、经济的发展。

4. 说服大众

创作的展示空间效果、传达的信息能说服大众及参观者,使其能认可及参与。

5. 启发教育

展示传达的信息能启发大众,使其能了解并灵活运用。

6. 共同娱乐

以有系统、有主题的方式开发有趣的展示、带大家开心和娱乐,也就是要把展示空间作为舞台,让大众共同参与娱乐。

当代的展示设计师面对的已不是呆板的展示空间和功能单一的展品陈列;它已被充满信息和生活情调的、以人的行为方式和行为信息为依据的设计观念所替代。现代展示设计无论从创意、构思、场地、空间、环境、造型、结构、材料、施工及现代科技的应用还是从规模、社会影响、参观的人数都是空前的。尤其在展示功能的多元化、展示方式的多样化方面,更是给人以耳目一新、前所未有的感受。当代的展示设计更多地采取开放的空间形式、流通自如的通道、符合人体工学的设计、清晰快捷的信息传递处理、适合人们活动的措施设置、调节人们情感的灯光与色彩等等。

展示是一门综合性的艺术,它在以实物为基础的基础上综合了语言艺术与各种造型艺术,又综合了电、声、光等科学技术,成为包罗万象的、具有较强表现力的综合性造型艺术。

展示艺术作为一个框架将其他一种或数种艺术纳入其中作为自己总体的一部分,成为表现其他艺术的媒介。展示艺术在保持自己特征的基础上,吸取其他各种艺术的情节、效果、结构和风格、时空形式等方面的某种艺术效果,构成展示的完整艺术造型。

博览会是指组织众多国家参加的世界性大型产品展览会或一国的大型产品展览会。

商业展览较之工农业展览在国际上有更为悠久的历史,而且是“展览会”一词的真正来源。欧洲在很古的时代即产生了商品交易的“市集”,到14世纪初,市集开始衰弱,而被“商品展览会”或“样品市集”所取代。有时,人们又将展览会称作博览会,或把博览会称作展览会,后来也有把展示多种项目的综合性展览称作博览会,展示单项的称展览会。

二、展示的分类

在展示艺术手法与技术不断创新以及展示设计者的巧思创造下,要将展示清楚地分类并不是容易的事,而且切入角度及切入点的不同,必然会有不同的分类结果。展览艺术由低级到高级、由简单到复杂,由纵向到横向的全方位发展过程中,由于其内容不断增多,形式变化无穷,也会导致展示分类的多样化。

展示分类可以使人们在参观时,根据展示类型的不同特点,来仔细考虑展示形象塑造的优劣,以提高对展示艺术的鉴赏能力。同时,展示分类的每一种展示的组织形式、结构形式各有殊异,都有其各自特殊的规律性,只有认识和掌握了这种规律,才能在创作时,根据不同特点进行选材、构思,进而设计制作出艺术价值较高的展示作品。

1. 根据展示的内容分类

(1) 以宣传为内容的展示。如展示中心、展览会、商展、博览会等。

(2) 以销售为内容的展示。如展销会、百货公司、购物中心、超级市场、便利商店、杂货店等。

(3) 文化教育为内容的展示。如美术馆、博物馆、资料馆、水族馆、科学中心、动物园、植物园、图书馆、博览会等。

(4) 以民俗表现为内容的展示。如庙会、灯会、国庆、冰灯等。

(5) 以公共信息传递为内容的展示。如道路指示、地图指示、电话亭等。

(6) 以娱乐为内容的展示。如游乐园、休闲山庄、度假村、水上世界等。

当然这样的分类多有重叠之处，如博物馆有宣传、娱乐等功能，也兼有文化教育的功能。

2. 根据展示的场合分类

(1) 巡回展示。巡回各地的展出的展示。

(2) 室内展示。在室内封闭空间中的展示。

(3) 户外展示。在室外开放空间中的展示。

3. 根据展示的时间分类

(1) 临时展示。一周或几周以内便拆除的展示。

(2) 长期展示。至少维持4~6月的展示。

4. 根据展出的形态分类

(1) 动态展示。展品有动作变化的展示。

(2) 静态展示。展品只有纯粹观赏的静态展示。

三、展示空间功能

展示中不同的空间形态有其不同的实用功能，在设计时要注意这种人工环境的创造，对于人们千差万别的心理刺激及其反应，以满足功能需求。

1. 序幕空间功能

序幕空间的功能主要是介绍展览的主题内容、传达展览的主要信息；通常还会用作开幕剪彩仪式的活动场地。序幕区域设置展览名称的装饰屏台及展板、前言板以及其他为突出主题而安排的展板、展台、音响设备等技术措施。展览会正门室外环境的装饰布置、广告招牌等也属于此区域的设计范围，重大的展览可以架设门楼、牌坊等，以营造隆重热烈的气氛。

序幕是整个展示的前奏，好的序幕设计能使观众一进展厅就能对展览有一个概括的了解。因此，在形式上要新颖大方、不落俗套，要充分利用现代新技术、新材料等，在形式上恰当表现内容的情况下，大胆创新，设计出完美的序幕造型。

2. 展示空间功能

展示空间是展览会的主要部分，其主要功能是利用展架、展板、展台等道具陈列展品、模型、图片、音响等。展示空间的大小是由参展企业的数量、展品的大

小、数量以及每天接待参观者的数量决定的。要尽可能分行业、分类地安排展位，大型的展览还可分成若干个展示区。展示空间是为参观者设计的，要为观众提供一个“难忘的刺激”和“兴奋的经历”。

3. 大众空间功能

大众空间也可以称作“公用空间”，主要功能是提供大众使用和活动的区域，它包括三部分内容：

(1) 通道过廊区域。通道必须方便进出，有足够的面积；过廊除了容纳一人站着或弯腰观赏之外，还要让身后有两个人能轻松地通过。过廊还可采取各种装饰手法，如曲折变化、灯光处理等来增加空间感和趣味感。

(2) 交谈逗留区域。沿展示媒体立面的地区或单元与单元之间、展区与展区之间、展厅与展厅之间的空间过渡地区，都是受欢迎的交谈逗留区域。设计者应注意留有足够的空间，让人们谈话而不影响其他参观者。

(3) 休息饮水区域。沿展览建筑内壁四周、沿柱子四周、靠窗户处以及其他空间边缘来设置座椅，以提供休息和饮水的空间，让那些参观疲劳的观众、让那些老弱病残者有一个安坐小憩的地方。

4. 接待空间功能

接待空间主要是用于接见来宾而设置的，在这里可以招待来宾喝饮料、放录像带、经济贸易洽谈、专题讲座等。主要是根据展品的多少和洽谈的方式来设定此区域的大小。在正规的博物馆里，往往作为展示建筑的一部分而固定设置；而临时性展示会内，却需要临时搭建，常常被安置在展览会的结尾处。

5. 附属空间功能

附属空间包括储藏空间和工作人员空间。储藏空间应该是参观者看不到、摸不到的地方，主要是储藏一些给参观者带走的简介性的小册子、样本、样品、各种资料，以及零售货品、工具、杂物等。

工作人员空间也是参观者看不到、摸不到的地方，是为管理人员休息、饮水和整理衣服等活动准备的小房间。一般都安排在展示道具与建筑立柱的交界处、或不同展区衔接处、或展出媒体背后多余的空间里。主要要求是，区位要合理，出入口要隐蔽。

在展示空间造型中，运用大小的对比、形状的对比、方向的对比、高低的对比以及色彩、质感的对比等处理手法，来衬托或丰富主调效果，以取得醒目、突出、生动的艺术形象。在采取对比的手法同时也要考虑各体量之间的联系，整体的协调、呼应，以达到和谐、统一的效果，使展示空间形体以其整体形态和色彩给人一定的感染力。

第二章 展示道具设计

展示造型艺术中,各种实物展品要采用不同的道具作为依托,以共同组合成为统一完整的艺术造型,由于展品的形状千差万别,因此,也需要设计各种不同的展示道具。

一、展示版面设计

展示版面可以起到展出墙面、分隔室内空间的作用,尤其是以图文为主的展览,多利用这种形式。展示版面的规格一方面要考虑与展柜的规格相适应,以便两者相结合使用;另一方面,又要参考所用材料的规格,以避免浪费和影响展板的质量。为了总体造型的变化或内容起伏的需要,设置时可采用大的展示版面与小的展示版面、展示版面与展柜相结合使用,也可以完全用大的展示版面,以显示出大气魄的展示效果。

展示版面设计多采用体积小、结构简单的组合连接件结构,主要结构有多向夹接式结构、两片瓦夹接式结构、合页夹子式结构、八向卡盘式结构。

二、展架设计

展架适用于支撑固定展示版面,拼联组合展台、展柜等的骨架,构成摊位的隔断、顶棚等等。展架多采用钢管(杆)结构、网架结构、木制结构、或其他轻金属的异性材料结构等,并且还要拆装方便,多次使用,造型多变,组装坚固,以便能在较短的时间内就能装配展示构架出来。展架的结构也要有变化,即可安装展示版面,又可装配展柜、展台等,以充分灵活运用。

展架设计最常用的是钢管(杆)结构主要有插接组合式、沟槽卡簧式、球节点多项螺栓紧固式、合抱节点夹固式、套管与插座拼联式、千斤顶式立柱、卡簧锥体接点式等等,以及卷曲或伸缩的整体折叠式展架。

三、展柜设计

以实物为主的展览需要设计展柜,一是为了陈列艺术的多变和采用灯光的方便,二是为了展品的安全和清洁。展柜主要有立柜、平面柜、斜面柜、特制柜等几种形式。

1. 立柜

多置于展厅的中间,即可陈列大件展品,又可分为组陈列小件展品。立柜的高度一般在2m左右,因空间较大,展品的组合造型可以多变。展柜可以是一面、两面或三面的玻璃,可以随着展柜结构的变化而调整。供四面参观的展柜多置于展厅的中间部位。展柜的造

型结构应简单,而且应采用可拆装的活结构,以便于多用。

2. 平面柜、斜面柜

这两种柜的高度一般在视平线以下1m左右,可以展品的具体情况而确定适当的高度。此类柜适于陈列较精致的小件展品,可靠墙或靠展板结合使用,也可在展厅中间分组使用。

3. 特制柜

特制柜是根据展品的特点而特意设计制作的,如特殊的展品、体积过大或过重的展品,都需要特制柜。由于展品的特殊,特制柜的材料、规格都有所变化,因此会突出展品,还可活跃展厅的气氛。

四、展台设计

展台是陈列实物展品的道具,其作用是既可使展品与地面彼此隔离衬托和保护展品,又可进行组合,起到丰富空间层次的作用。

展台设计按照其形式有以下几种:

1. 台座类

主要用于陈列一些大型机械、沙盘、模型、雕塑、家用电器、交通工具及不适宜在展柜中展出的展品。

2. 积木类

有单体几何型和组合几何型两类。前者又有水平台面、斜坡梯形台面等多种形式。台座高度在10~8cm之间;后者是按照一定的模数关系将多个不同形体或同一形体的积木作不同大小、高矮的展台组合构成。

3. 套箱类

套箱类是按照一定模数关系制作的系列方形箱体,其功能与积木类相同,但其特点是适于以流动性和机动性强的展示陈列,而且方便储藏和运输。

4. 支架类

用于展台、展板或展柜内支撑、吊挂、拼联展品的辅助道具。如用钢筋、塑料、胶木插件构成的梯形托架,铅丝、铁丝、有机玻璃和塑料弯成的小支架。展示陈列实物时,运用这些小型、多变的支架,再配以各色、各种质地的衬料,可突出展品,增强美感。

5. 接待台及各种异型接待台

用于接待、咨询、引导及提供资料等功能的服务台。

6. 旋转展台

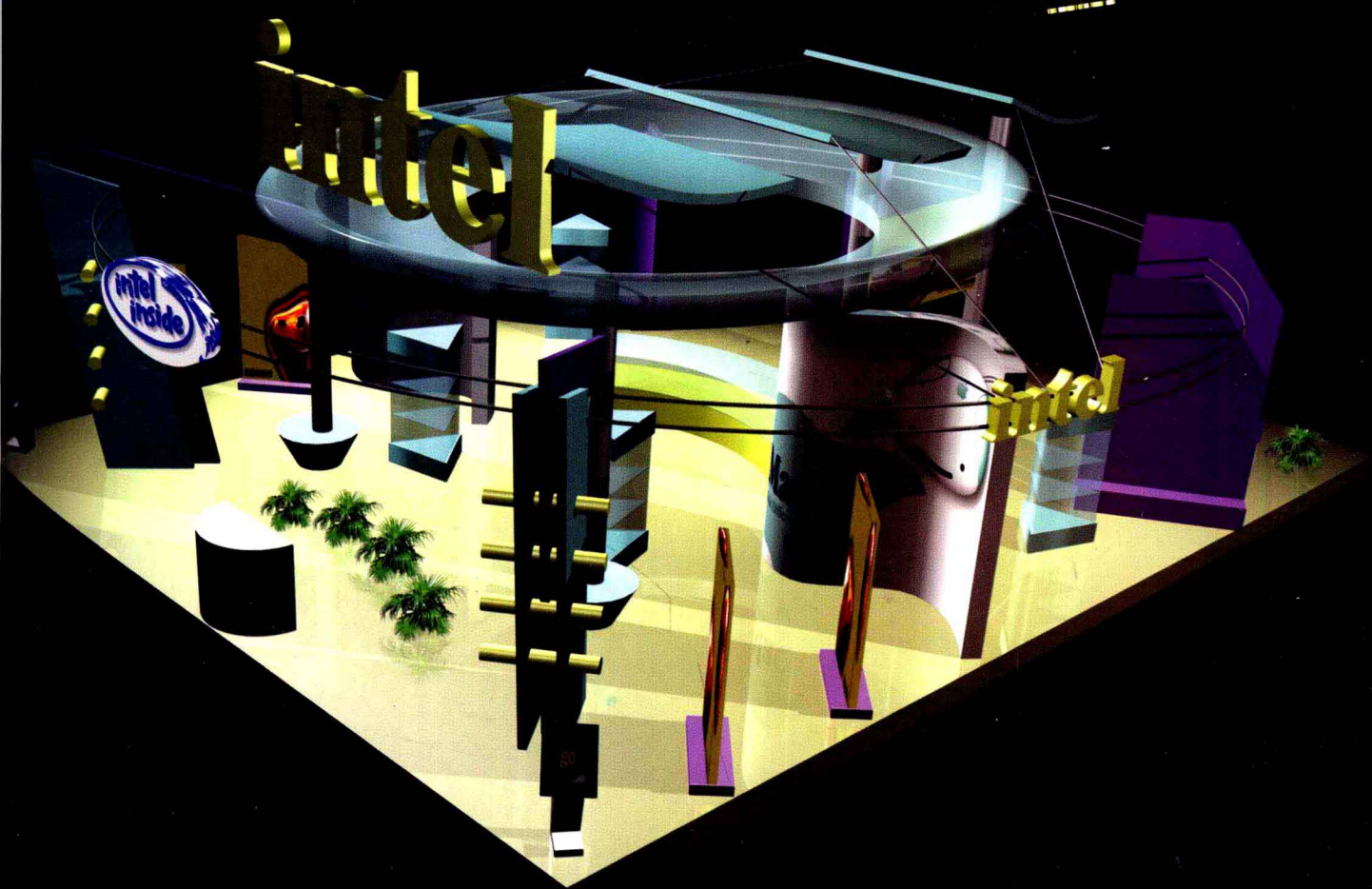
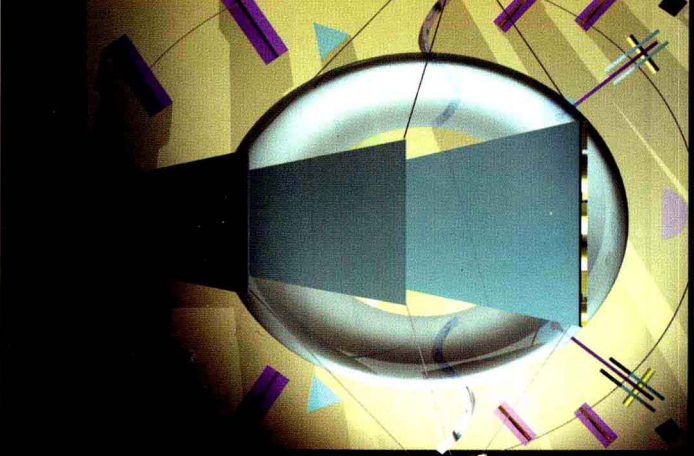
旋转展台一方面通过旋转创造动感、创造生动,另一方面可以使观众在固定位置上就可以观赏到展品的几个面。

过大、过重的展品应先固定在展区内,然后再进行展台的设计。展台的设计在造型上应与其他道具及整个展示环境的风格相统一。



该设计运用椭圆形的弧面体为顶部的主体,运用弧形排列的钢线将展板联系在一起,使展区更加统一;顶部的装饰处理使展区在统一中不失活泼之感。

/苏玉虹



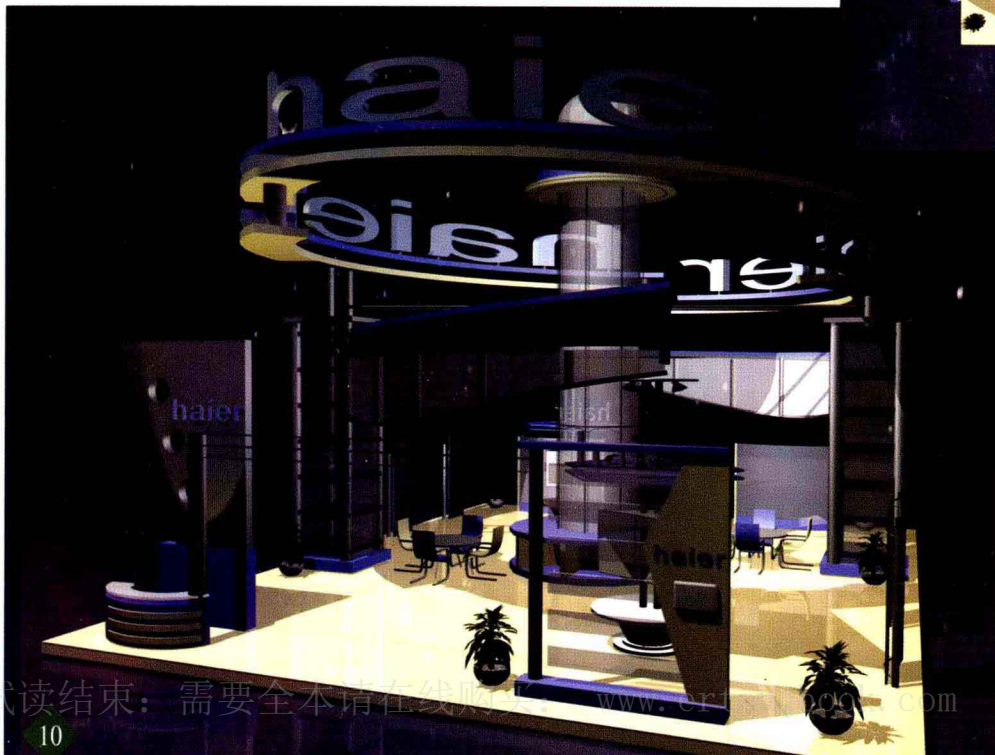
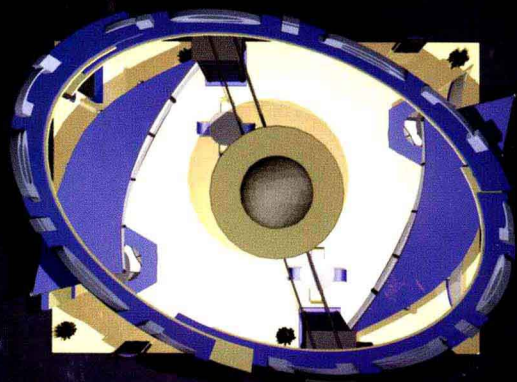
intel

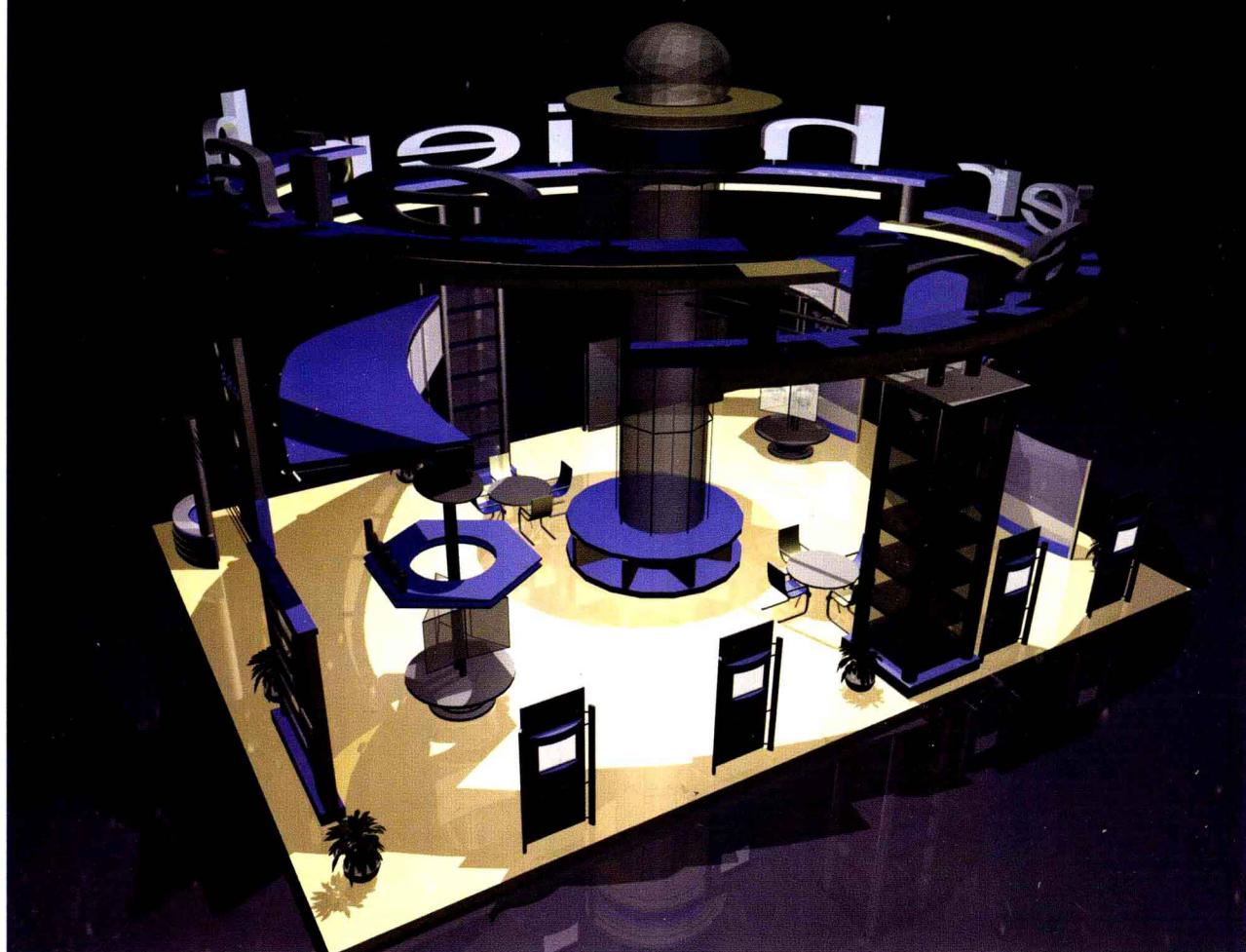


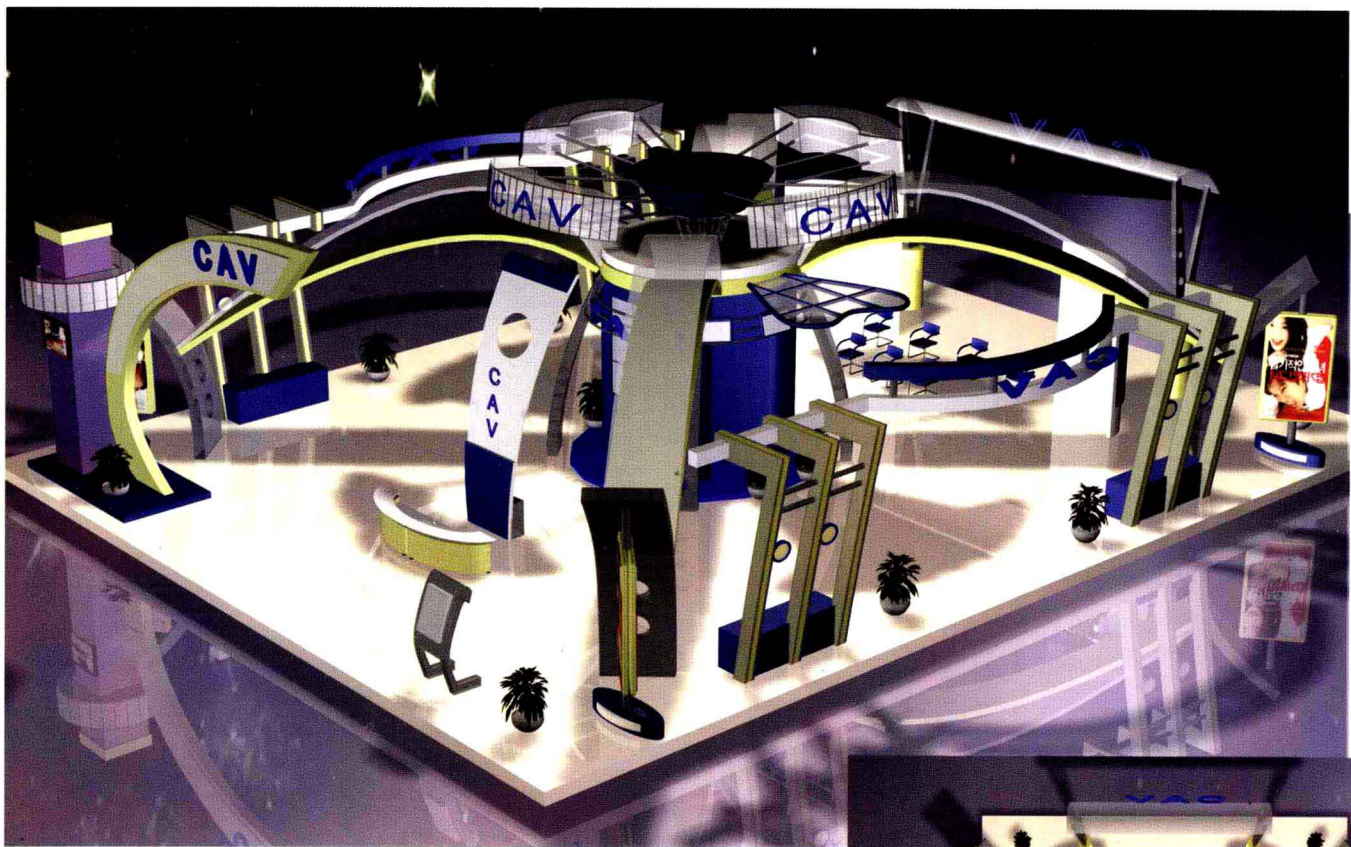
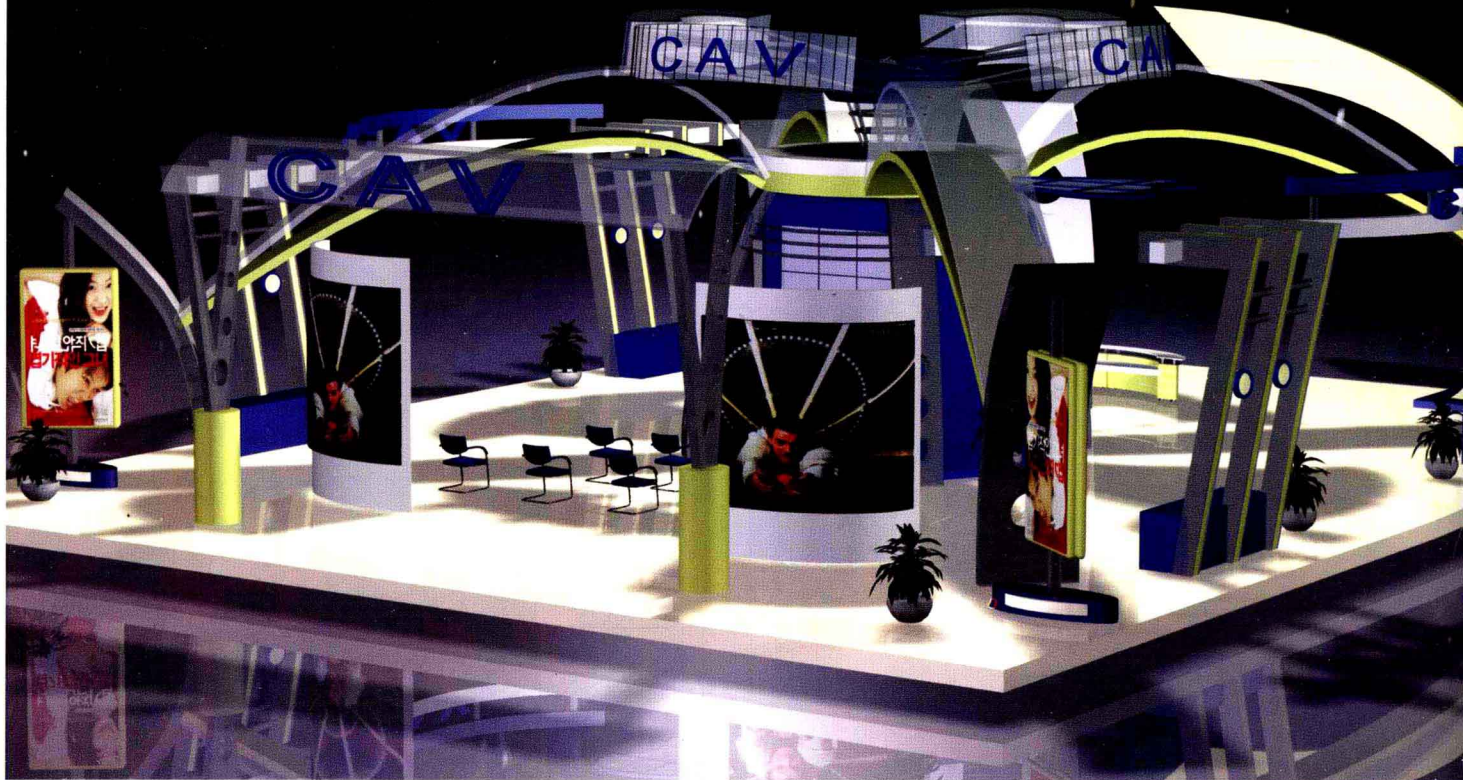


本设计为海尔展区,构思以“海尔产品早已跨出国门走向世界”为主题。顶部运用立体悬挂式的大型广告牌和单体竖立式结构进行对比。主要体现视觉语汇的新颖和视觉传达的准确,以更好地表现出海尔集团是一个全球化的企业。运用企业标识的颜色黄、蓝对比,使设计鲜明、醒目;再加上周边展板的点缀,让整体形成对应和统一的关系,从而具有“雕塑性”。

/王永楠

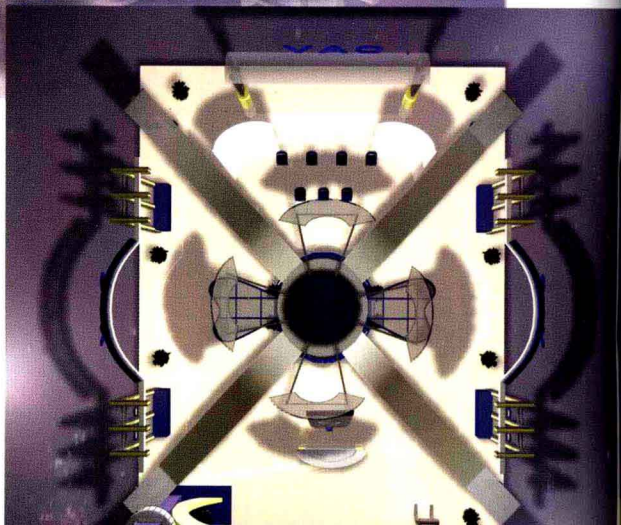






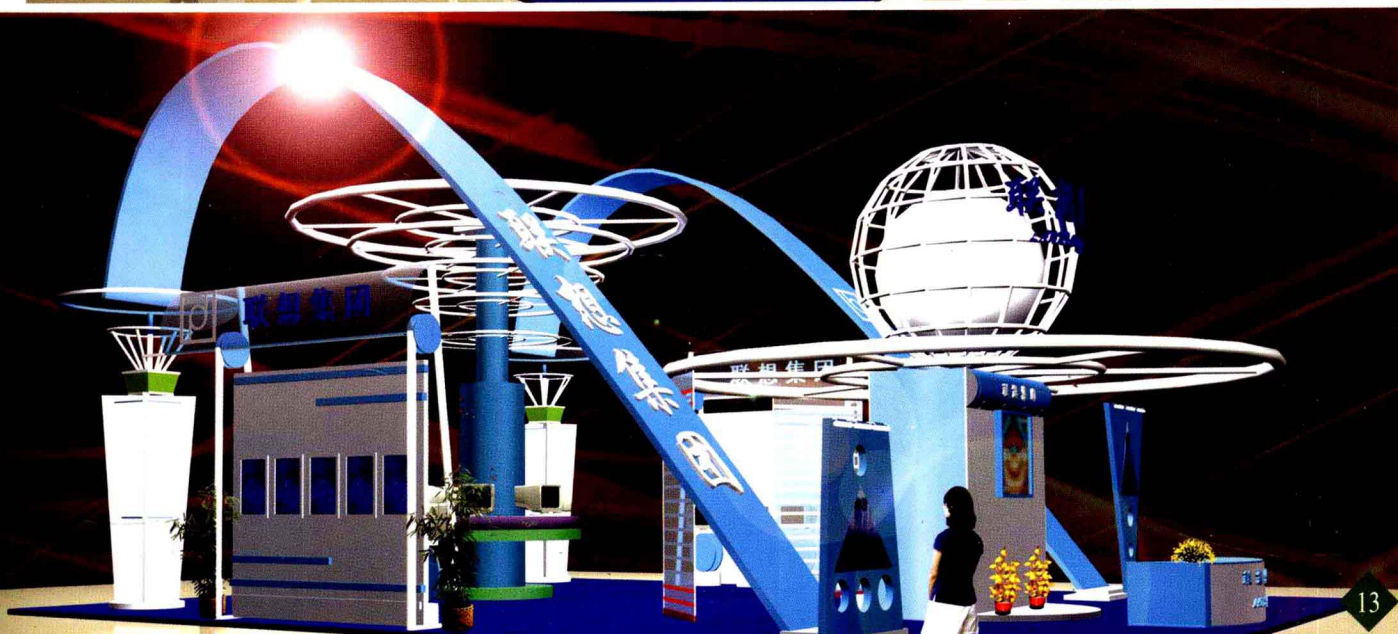
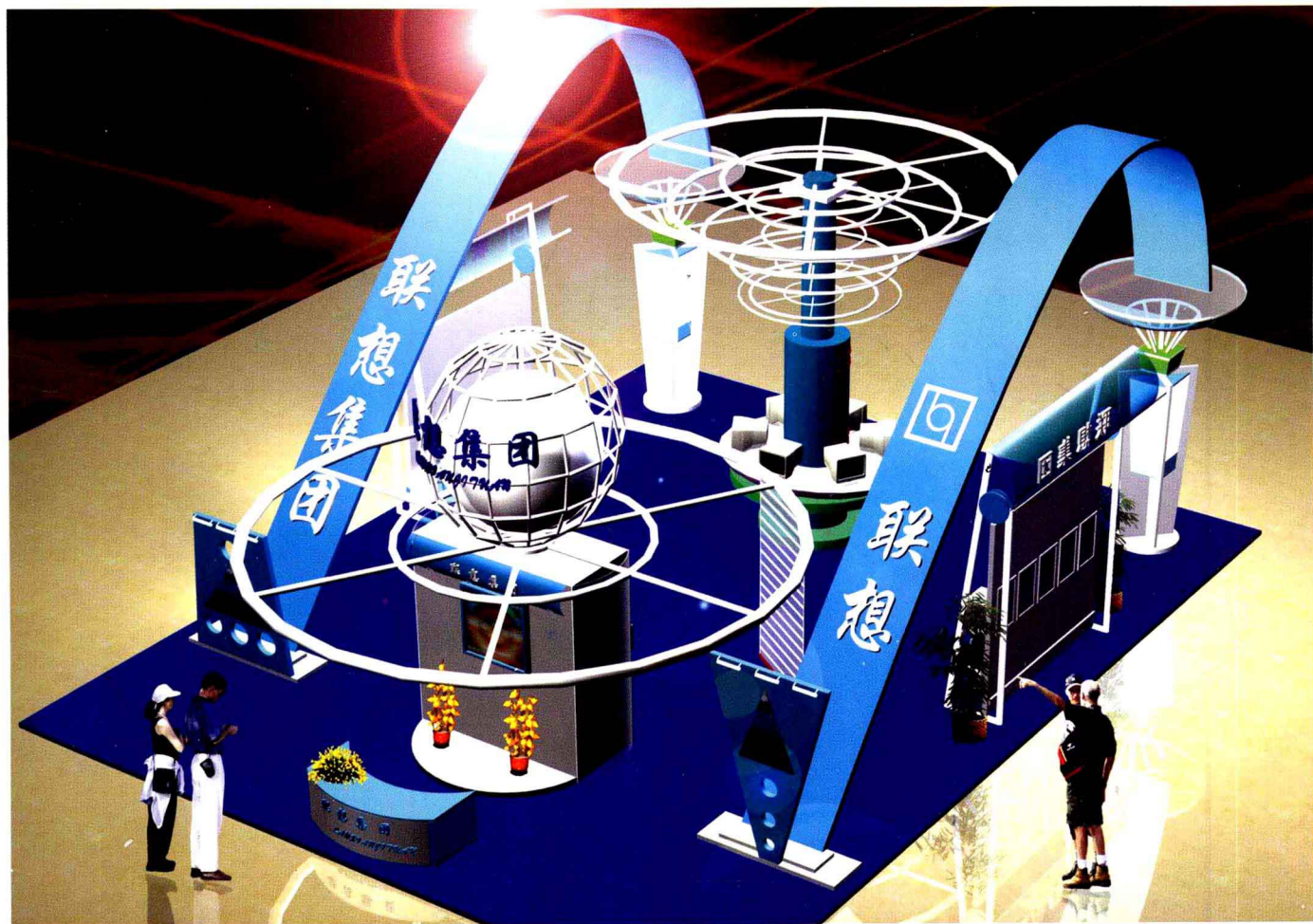
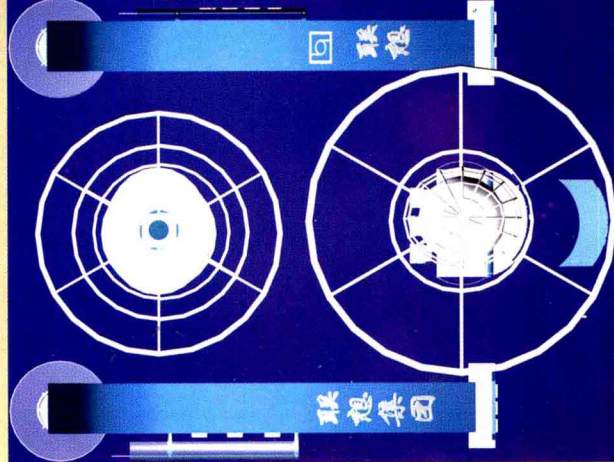
本设计为音响展区，颜色以浅色调为主，色彩之间的巧妙结合，给人一种高雅舒适的感觉。很好地运用“线”构成，以突出整体的韵律感，也体现出了音乐给人的和谐美。对周边环境的巧妙应用及造型的新颖，无不体现出了目的的鲜明性，紧紧地扣住了主题，提升了整个展区的整体效果。

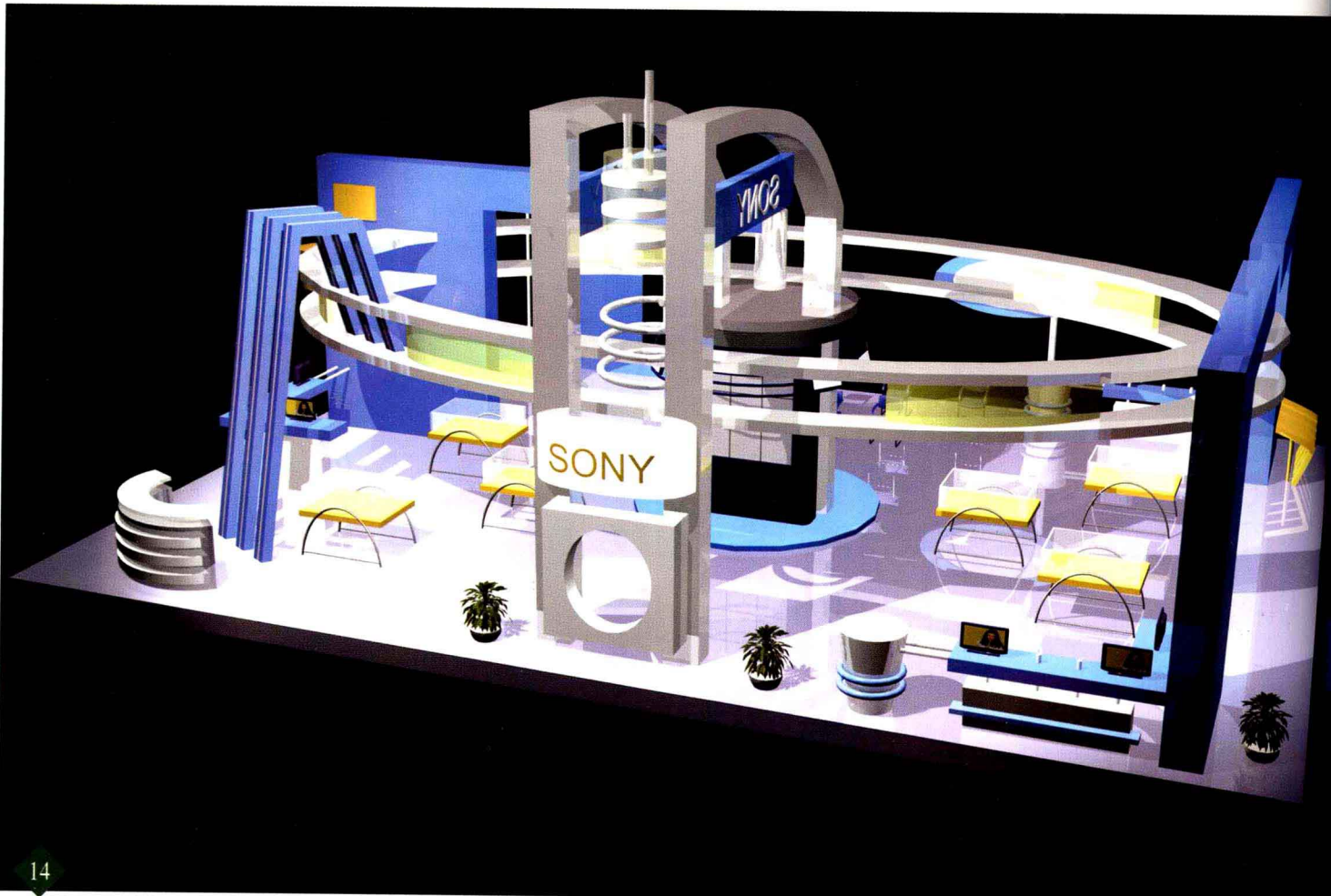
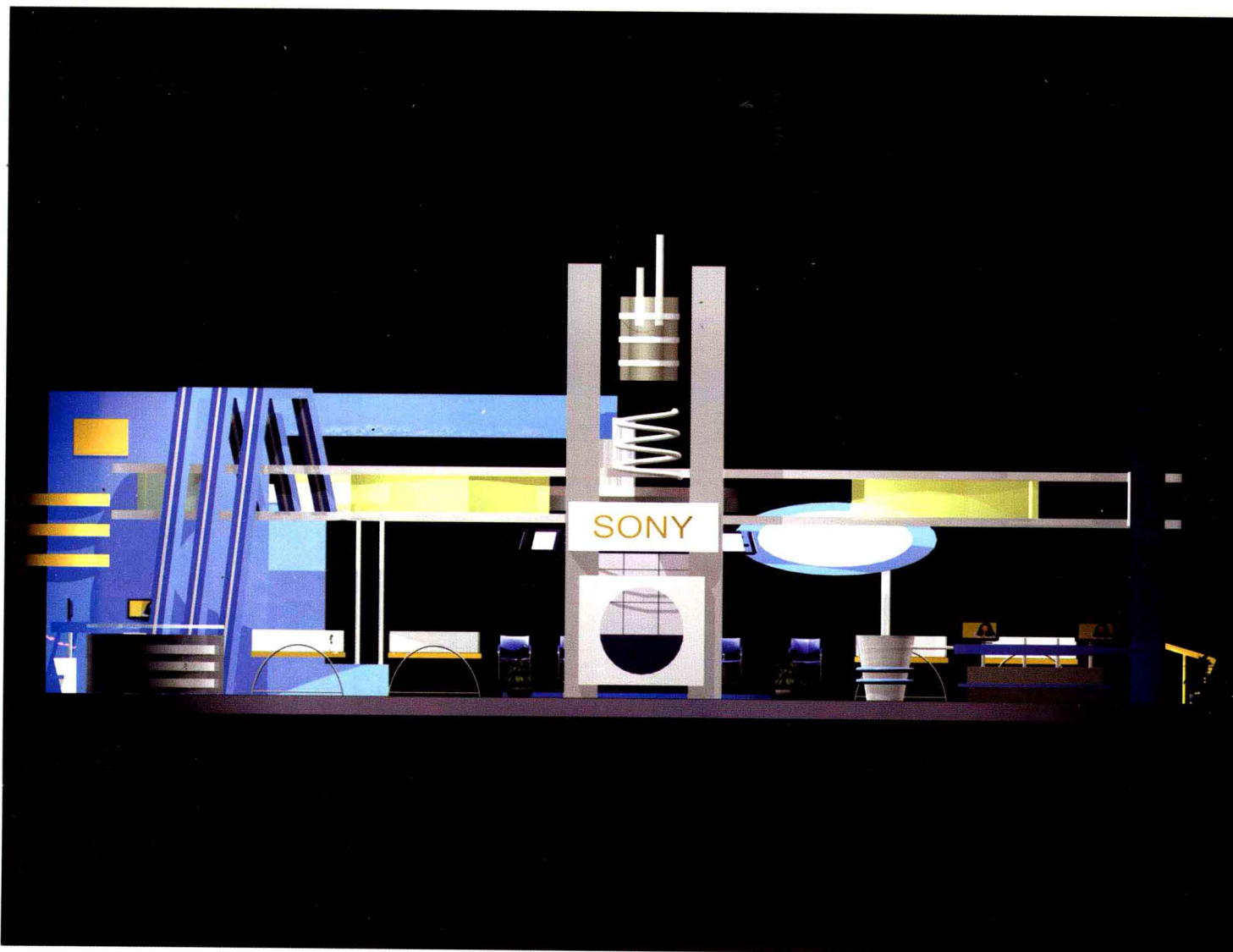
/王永楠



律动的曲线是跳跃的音符，不同的圆做错落变化，穿插秩序化的柱体使整体设计动中有静，亲切活泼使人感到温馨。展示空间的每一处都以较少的线面构成，舍弃更多的装饰，获取更好的形象。这些艺术形式恰到好处的比例，高低、错落的关系，前后位置的调整，都为整个空间的变化增加了许多耐人寻味的思考空间。

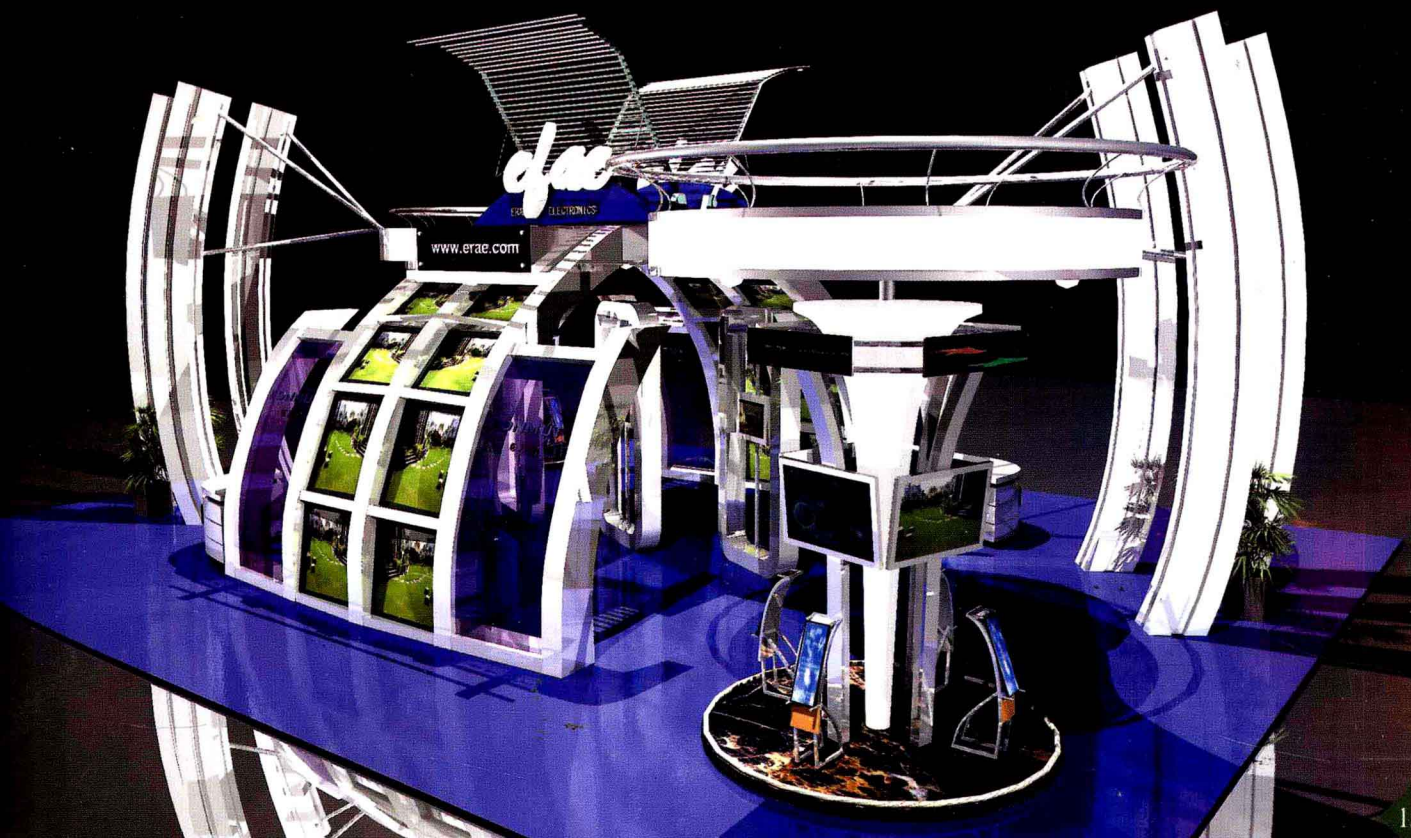
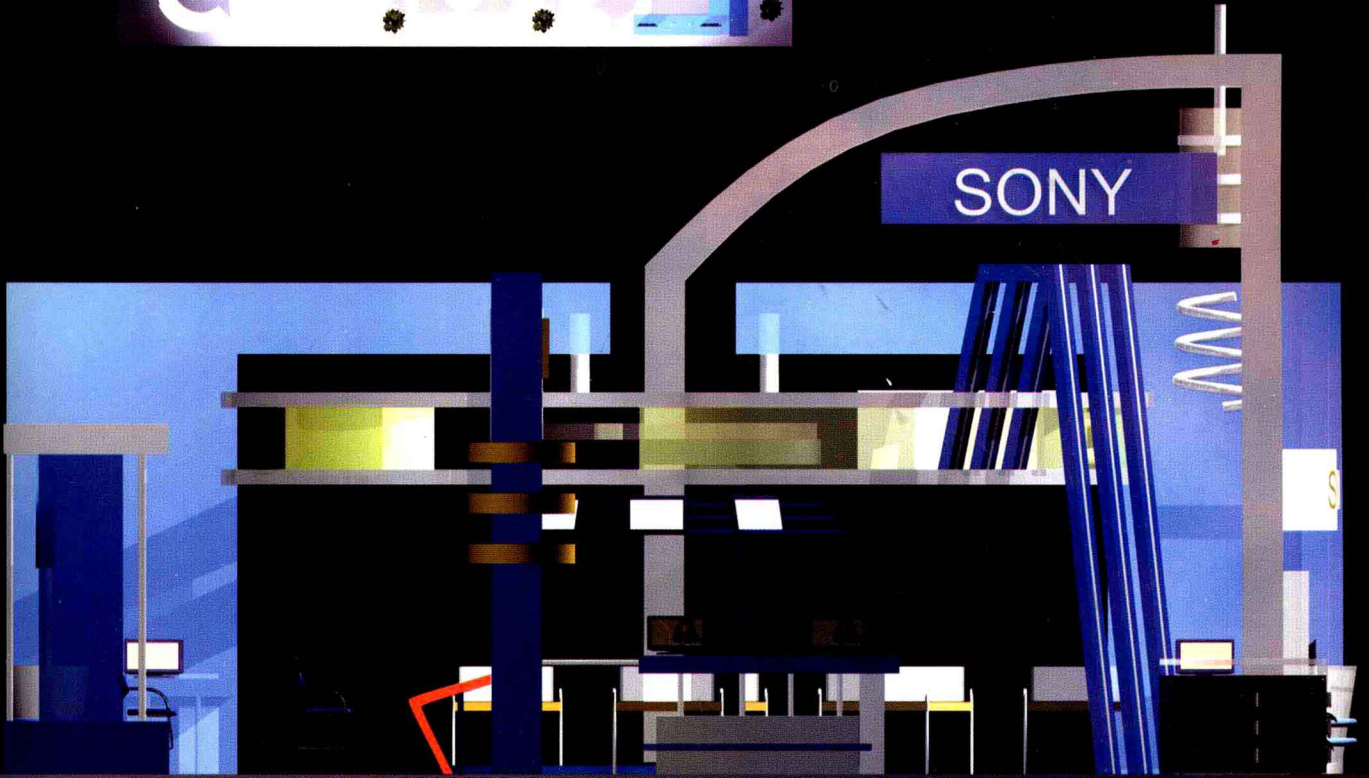
／赵骏





顶棚双椭圆环与地面支架穿插、连接，锁定了现代高科技的展示区域，直线、曲线和折线，错落有致，虚实相间，共同演绎着现代的风采。

/康丽丽



采用大的曲面设计，同时穿插点和线，充分地表达了现代企业形象。高科技树脂材料大量地使用，更加体现了简洁而又富于规律的现代展示设计。大胆的颜色使用和整体框架上的高低错落有序，充分地展示了现代展示艺术的独特理念。

/康丽丽

