

当代高等职业院校艺术设计规划教材

合肥工业大学出版社

视觉传达设计专业

● 傅颖哲 蔡丽芬 李文国 编著

# 展 示 设 计

王南杰 主编

DISPLAY DESIGN

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 傅颖哲 蔡丽芬 李文国编著. —合肥: 合肥工业大学出版社, 2010. 3

当代高等职业院校艺术设计规划教材

ISBN 978-7-5650-0167-3

I. 展… II. ①傅…②蔡…③李… III. 陈列设计-高等学校: 技术学校—教材  
IV. J525. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第038701号

展示设计 傅颖哲 蔡丽芬 李文国 编著

出版 合肥工业大学出版社  
地址 安徽省合肥市屯溪路193号  
邮编 230009  
电话 总编室: 0551-2903038 发行部: 0551-2903198  
网址 www.hfutpress.com  
E-mail press@hfutpress.com.cn  
版次 2010年3月第1版  
印次 2010年4月第1次印刷  
开本 889×1194 1/16 印张 6  
印刷 安徽联众印刷有限公司  
发行 全国新华书店



ISBN 978-7-5650-0167-3 定价: 35.00元

若发现印装质量问题影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

DISPLAY DESIGN

当代高等职业院校艺术设计规划教材

视觉传达设计专业

# 展 示 设 计

合肥工业大学出版社

# 当代高等职业院校艺术设计规划教材

总顾问 张道一

顾问 马 泉 清华大学美术学院装潢艺术系主任 教授

吴继新 中国美术学院艺术设计职业技术学院院长 教授

张 抒 南京艺术学院美术学院教授

倪建林 南京师范大学美术学院教授

季 翔 徐州建筑职业技术学院副院长 教授

姚寿广 南京工业职业技术学院院长 教授

潘立本 泰州职业技术学院院长 教授

孙亚峰 徐州建筑职业技术学院建筑与艺术系主任

吴 渊 浙江广播电视大学工商学院传媒系主任

周 斌 浙江万里学院设计艺术与建筑学院 院长

刘金彩 浙江纺织服装职业技术学院 副教授

主 编 王南杰

编 委 (以姓氏笔画为序)

马联飞 王 俭 王 远 王全杰 王宁梅 王 亮 王 健 王 霖 王宜川

王利娟 方学兵 尤 红 毛 明 刘 柯 刘 燕 刘剑波 刘金彩 邬守军

朱 列 江永明 吕平凡 孙 毅 李文国 李 克 李安东 吴京红 吴 静

吴 渊 宋青原 苏 澄 张一东 张光祥 张书霞 周 培 周 斌 郑 杰

林翠芳 金 刚 洪少锋 赵孟懿 赵 刚 赵金海 唐 峰 钱 涛 殷玲玲

徐 豪 徐鸿伟 徐 超 徐宗品 徐丽萍 袁自龙 班 石 梁 伟 曹德斌

彭庆云 童江涛 傅颖哲 詹 超 蔡丽芬

# 序

高等职业教育是高等教育的一种类型，也是职业教育的高级阶段。近年来，高职院校林立，艺术设计院系则独树一帜。艺术设计院系在国家大力发展高等职业教育的政策支持下，一直走在高职教育改革和发展的前列，全国高职艺术设计院校和院系数量与学生规模不断扩大。但同时，很多年以来，专业教材建设一直很薄弱。有的院系对教材不重视，仍旧采取师傅带徒弟“言传身教”的做法；也有的是教师根据教学实践自编讲义，随意性很大；更多的院系是将传统本科艺术设计类教材内容简单压缩。这些都不利于系统化、科学化、标准化、规范化地培养高素质职业艺术设计人才。实用的、专业化的教科书是高职艺术设计教育的前提，也是培养实用型高级艺术设计人才、传授专业知识和技能的有效载体。

本系列教材由多所国家示范型高职院校艺术设计类资深专业教师和相关专业领域具有丰富实战经验的专家共同编写。策划和编写本系列教材的目的，是力求体现全新的高职艺术设计教育理念，确保实现高职艺术设计类教育的人才培养目标，提高艺术设计教育的水平和人才培养的质量。

本教材突出实用性，以提高学生就业能力为目标，将传授实用、有效的知识和技能贯穿始终。教材力求突出岗位所需求的知识点、能力点，强调能力训练的步骤，并通过一些最新的典型案例分析，将诸多相关内容进行整合，使学生在校期间即掌握就业最为有用的知识。教材在理论体系、组织结构和阐述方式方面均做了一些新的尝试，既注重艺术性、专业性，又重视科学性、实用性；内容上突出基础知识，又兼顾一定的深度和广度，力求适合高职教育规律，在强调技能训练和能力培养的前提下，突出教学的针对性、实践性和可操作性。

高职艺术设计教育是一个崭新的课题，其发展方兴未艾！愿我们共同努力，促使高职艺术设计教育进入一个更加辉煌发展的新阶段。

当代高等职业院校艺术设计规划教材 总主编



2009年1月



## 内容简介

展示设计是具有现实意义的综合性课程  
展示设计是现代设计中至关重要的环节  
本书分别对展示设计的演变与发展趋势  
展示设计的基本概念、原理与形态  
展示设计和创意策划的基本方法  
以及展示设计制作工艺、施工细则等方面进行了系统阐述

本书注重展示设计基础知识的掌握  
更侧重展示设计与创意的技能性训练  
体现培养实用型人才的教学特点

本教材适用于高等职业教育以及各类综合性的艺术院校  
可作为艺术设计类、广告传播类、媒体类、贸易类等专业的教学用书

# 目录

6

14

22

44

60

74

|      |                         |    |
|------|-------------------------|----|
| 第一章  | 展示设计的演变与趋势              | 7  |
| 第一节  | 我国展示设计的历史               | 7  |
| 第二节  | 国外展示设计的发展               | 9  |
| 第三节  | 展示设计的发展趋势               | 11 |
| 第四节  | 展示设计的新时代                | 13 |
| 第二章  | 展示设计的概念与功能              | 15 |
| 第一节  | 展示设计的概念                 | 15 |
| 第二节  | 展示设计的定义                 | 16 |
| 第三节  | 展示设计的特征                 | 17 |
| 第四节  | 展示设计的功能与价值              | 18 |
| 第三章  | 展示设计的要素与分类              | 23 |
| 第一节  | 展示设计的要素                 | 23 |
| 第二节  | 商业展示设计                  | 28 |
| 第三节  | 展览会展示设计                 | 35 |
| 第四节  | 博物馆展示设计                 | 40 |
| 第四章  | 展示设计的创意与设计              | 45 |
| 第一节  | 展示设计的原则                 | 45 |
| 第二节  | 展示设计的要求                 | 47 |
| 第三节  | 展示设计的方法与步骤              | 53 |
| 第四节  | 展示设计的表现                 | 56 |
| 第五章  | 展示设计的制作与实施              | 61 |
| 第一节  | 展示设计的道具                 | 61 |
| 第二节  | 展示设计的材料                 | 65 |
| 第三节  | 展示设计的照明                 | 67 |
| 第四节  | 展示设计的多媒体技术              | 72 |
| 附录   | 展示设计的章程与文件              | 75 |
| 一、   | 大型博览中心展厅规章制度            | 75 |
| 二、   | 划分专业性展览会质量差异的级别<br>设定标准 | 78 |
| 三、   | 展馆的场地管理                 | 80 |
| 四、   | 主场服务商对搭建商的场地管理          | 83 |
| 五、   | 国际展览会公约                 | 86 |
| 后 记  |                         | 95 |
| 参考文献 |                         | 95 |

## 引言

伴随着世界经济一体化的加剧，各类经济交流不断扩大，我国正处于空前大发展的历史时期。作为经济交流的终端与前沿——现代展示设计，以其综合性、时代性、实用性，已经成为世界社会大分工的重要组成部分。展示设计涉及市场开发、策划创意、专业设计、现代科技的表现，经营模式的建立和相应法规的完善等内容，需要掌握多门学科的知识。展示设计与其他行业的相关性较强，注重实用性和时尚性。作为现代设计文化与高科技应用的边缘性、交叉性的经济运作行业，展示设计对从业者的要求相对较高。本书通过全方位、多角度的表述，特别是实际应用的剖析与说明，使学者“得其道、专其业、领其行”。随着上海世博会的召开，我国的展示设计定会加速迈向国际大舞台。

# 1

## 展示设计的演变与趋势

本章通过阐述展示设计的脉络  
通过分析和比较  
全景式展示设计的发展史



# 第一章 展示设计的演变与趋势

## 第一节 我国展示设计的历史

展示设计的历史由来已久，远古时期各种师法自然的图腾崇拜物、各种祭祀活动的礼仪形式、各种碑柱坛台等建筑物，都表明原始的社会主义意识形态通过公众展示予以体现。通过历史的记录和考古的发现，在人类早期的商业活动中，都可以看到原始的展示形式，商品交易和集市贸易形式出现，人们从将商品直接裸摊于地，发展为渐渐开始有意识的分类陈列，形成最初商品展示设计的雏形。展示设计的产生与发展有其自身的客观规律，并受到经济、文化、科技发展的深刻影响，反映着不同时期的社会风貌。古代的中国较早出现商品生产和商品交换，各类形态的展示由此产生。

展示起源的基本条件是商品生产和商品交换。中国的商业产生与发展可以追溯到夏商时期，商朝的“商”字是因为商业发展而命名，战国时代的《易经》中说：“神农氏作，列廛于国，日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”这段文字体现了当时商品交换的盛况。中国五千年的文明史造物颇丰，展品众多，不同历史时期都有其代表作，这其中历朝历代的皇宫可谓是艺术品与工艺品的博物馆，封建社会时期的展示主要体现在礼教和商业两方面。

礼教方面的展示主要包括：

(1) 皇权的礼节仪式、各类服饰、宫殿官府建筑等表现形式。中国的君主制度产生早、存在长，由此发展成为完善的外在表现形式，具有强烈的突出尊严的展示性。

(2) 宗教在我国民间十分普及，相关的庙宇神殿石窟壁画等具有特征性，各类宗教题材的艺术表现形式突出了展示效果。

(3) 地主士大夫的古玩书籍文物收集，专业博物官邸，书房客厅中的博古架等。被英法联军焚烧的万园之园——圆明园，从今天的遗址上仍能看出当年的壮观。

由于我国长期推行“重农抑商”的政策，所以商业展示多以民间市井形式出现，早期的商业展示形式主要有：



明代绢本设色长卷《南都繁会图》

图卷有1000多个职业身份不同的人物，109个商店的招幌匾牌，反映了明代南京城社会经济和生活的面貌。



明代杭州《北关夜市》图

钱塘八景之一，系旧时武林门北运河两岸街市夜景。当时外地游西湖者，晚间返归多集于此，因而成景。



20世纪初期老北京的街景，店铺的展示形态以招幌、灯笼、牌匾为主。

### （1）旗帜与招幌

旗帜是中国最早发明使用的，旗帜也是中国传统的户外媒体，尤以酒旗为代表。酒旗，也称酒帘、青帘、望子，是古时酒家的象征物。古代战国时期的韩非子在《外储说·右上》记述了最早的酒旗广告：“悬帜甚高，著然而售。”古代酒家以青白布制成大帘，或将布缀于竿头，悬在店前，招引酒客。唐代杜牧写道：“千里莺啼绿映红，山村水廓酒旗风。”明代画家所绘南京商业繁荣景象的《南都繁会图》中，北市街内外的各种店铺酒旗、市招、招牌五花八门，旗帜在各行业普遍存在，使用方法多种多样，有挂、插、举、扛等。

### （2）实物与灯笼

悬物广告用商品有关的物体为标志，是古代实物展示的代表。明代杭州《北关夜市》图中，酒店悬着酒瓮。由《北关夜市》图中使用灯笼的描绘证明：当时以灯笼做展示尤为普遍。灯笼上多书有商店及其营业性质的文字，可以代替招牌，夜间点烛，引人注目，灯笼也有不同形状，如酒店门前有悬挂形似酒瓮的灯笼等。

### （3）招牌与彩楼

以招牌做展示，有用文图表示的，也有完全用文字的。除书明商店名称外，更有用某种词句专指职业的。如当铺和米店墙上书写巨大的“当”字和“米”两字，有的店门前悬挂诗句，如供旅舍题用的“宾至如归”，以商品名称加上制造者姓名的在古代也很多。

### （4）诗画与楹联

中国的诗画源远流长，表现形式上较以往实物悬物展示更进一步，它可以从平面上生动、真实地表现商品。例如古代酒店在招牌上画酒瓮，铁铺画铁具，剪刀店画剪刀，鞋店画鞋子，膏药店画膏药等，省去了挂实物的不便。也有以人物画为标志者，在店前悬挂古代名人的画像，使人一看便知该店所经营的行业与范围，如酒店挂李白的画像，占卜的挂鬼谷子画像等。有的还在画面上写以诗歌、楹联等文字，使展示效果大为增色，楹联兴盛于明代。

清朝末年，我国有了正式的展览会和博物馆。1905年在南京举办了第一届博览会，1919年开放了故宫博物院。老上海的十里洋场，可谓是我国展示设计的开端，随着国外商品的涌入，各类大小百货商店出现，橱窗展示应运而生，首先把橱窗出租给厂商陈列商品收取租金的是上海先施公司。上海发展到20世纪30年代，已经成为远东的金融中心，展示设计伴随着资本主义的发展空前繁荣。



传统风格的店面展示



## 第二节 国外展示设计的发展

### 一、近代展示设计

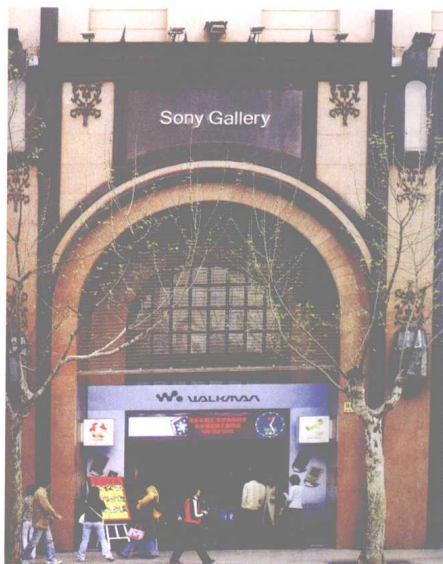
古代的埃及、巴比伦、印度、希腊、罗马等都率先从原始社会发展到奴隶社会,最早出现商品生产和商品交换,各类形态的展示由此产生。世界上第早的博物馆是罗马的卡皮托林山博物馆,该建筑由米开朗基罗在文艺复兴时期创作。12世纪末开始修建的法国巴黎卢浮宫经过几个世纪的发展,已经成为艺术品的宝库。

航海业的发展使世界的文化得到交流,从17世纪起,上流社会的人开始把自己收集的、来自世界各地的物品整理分类,陈列在较大的房间里,由于人们对于自然世界的好奇,大量的奇珍收藏室开始出现,这也是现代展示的前身。收藏者在进行陈列时把标本按照自己的审美与兴趣安放,与环境相融合,他们重视展示的艺术效果,或按形态与色彩分类,或按展品类别归项,如植物与动物分类;植物又分为花卉、草类、树木等;动物又分为鸟类、走兽、鱼类等。这些收藏室的精心设计,取得了极其成功的展示效果。18世纪早期,圣彼得堡曾经作为彼得大帝的冬宫,现在已经成为大型博物馆。18世纪末期梵蒂冈博物馆从宗教运动中产生,1799至1800年在英国伦敦和法国巴黎举办了欧洲跨国展览会,组织较为正规与完善。

具有跨时代意义的是1851年在英国伦敦海德公园召开的第一届世界博览会,为博览会而建造的水晶宫举世闻名,其构造由玻璃、钢铁、木材组成,晶莹透明、流光溢彩,成为建筑历史上的奇迹。在第一届博览会上,英属殖民地印度的手工艺以及美国的机械化产品受到关注,英国由此受到启发,1852年成立了工艺美术学校,隶属于同期成立的工艺美术博物馆。法国、荷兰、奥地利等都国纷纷仿效,各类展览馆、博物馆在欧美不断增加。1853年的美国纽约、1855年的法国巴黎都举办了世界博览会。在19世纪,博览会都集中在欧美等国,伴随着工业革命而发展,1876在美国费城举办的第7次世界博览会上,各国自己设计、建造具有本国特色的展览馆,成为延续至今的惯例。而在1937年法国巴黎举办的第18次世界博览会中,法国的发明展馆第一次允许观众触摸展品和进行亲自操纵,这是开放式与互动式展览的首次尝试。

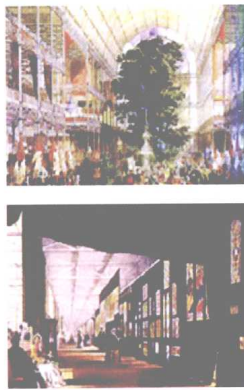
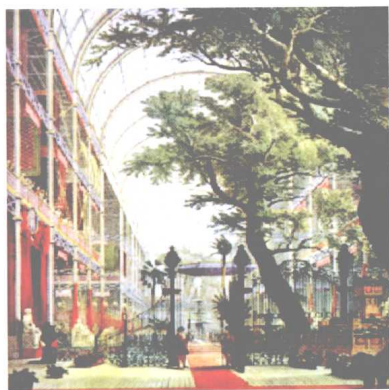
### 二、现代展示设计

20世纪以来,各种建筑风格与科技应用于展示设计,照明器具、展



国外商业空间展示





水晶宫内的热闹景象



参观者在室内喷泉旁观赏



1851年5月1日，维多利亚女王出席第一届世界博览会开幕式



水晶宫展出的印刷和信封折叠机



示器材、室内陈设等不断发展,建立了展示的管理组织,有了相当规模的展示从业者,出版了展示专业的书籍与刊物,这标志着展示行业进入了发展的快车道。展示设计也与时俱进,得到迅猛发展。

20世纪中期,展示设计逐渐从建筑设计、室内设计、视觉传达设计中独立出来,形成了一门综合性强、应用范围广,涉及领域多的学科。展示设计包括建筑结构、人体工学、行为心理学、平面三维设计、光电科技、智能控制、多媒体、市场营销、材料学等学科的知识。在现代高科技的推动下,展示设计可调用的创意手段越来越丰富。利用现代画面制作技术、多光源照明等方法,加上音效、配合周围环境,形成了全方位的感官刺激,使展示设计的效果大幅度提高,对观众的吸引力也显著增强。科技化的到来,使展示设计开始真正跨入了高科技、专业化时代。

### 第三节 展示设计的发展趋势

世界经济一体化为展示设计提供了前所未有的大舞台,在促进文化交流、引导经济发展、提高城市影响力等方面,展示设计一直发挥着巨大的作用。我国展示设计虽然起步较晚,但日益受到重视,近年来以每年20%的平均速度逐年增长,在经济舞台上大展风采。与发达的欧美日等国相比,我国展示设计还处于初级阶段,在规模、质量和效益方面都存在相当差距,主要体现在管理、运营、设计等方面,这些问题又反映在相关人才短缺的层面上。这就要求相关学校与科研机构、从业单位提高自身素质、培养应用型人才,相信上海世博会的召开,会使我国展示行业迈上新台阶。在展示设计全球化格局已经形成的今天,展示行业的发展将呈现以下趋势:

#### 一、壮大化

展示是高速发展的行业,很多城市将其列入优先发展的产业加以扶持,经济的高速发展伴随着行业的壮大,产业规模快速膨胀、产业流程趋于完善、资源配置趋于合理。

#### 二、多元化

随着现代经济文化大融合局面的形成,对展示设计提出了更明确的目标要求,现代展示设计大多采用多种材料和手段的综合处理,使效果最佳化,通过电脑控制,表现出各种图文变化,密集的信息给受众以视觉上的冲击,有些展示还配上音响和特殊的效果,全面调动观众的感官,展示画面的表现力很强。许多展示由二种或三种以上的多元化组



国外现代展示设计



合,经过精心设计在一个展示题材中加以组合应用,不仅起到了展示效果,还增添了美感和活力。

### 三、综合化

展示设计是将展品的造型结构、材料工艺、视觉感官等方面进行整合设计。工程技术与环境艺术的结合是现代展示的鲜明特点,它是工业设计、视觉设计、环境设计的综合体现。因为再先进的工艺和技术,要使它变为成功的展示设计,创意和创新是首要任务。看起来简单的设计,其实并不简单,它不仅融入了设计者新的思想,而且在技术上也要保障切实可行。

### 四、创新化

从展示设计的发展进程看,每一次展示形式的创新与进步,都是科技、材料、工艺发展的结晶。展示设计是人类生活追求美的享受而产生的应用艺术,对形式的追求离不开对技术的把握,一个优秀的设计不仅来源于创作上的灵感,它还包括了设计人员对展示工程安装、结构、材料、步骤的全面了解。我们应该意识到展示设计就是要高度融合技术与艺术,利用展示设计集工业、工艺、美术和科技为一体的特性,来实现现代社会对展示设计的要求。

### 五、人文化

展示设计主要集中在城市,它反映着一个城市的风貌,如城市的历史、文化、人文景观、建筑风格等,这就要求展示设计对城市的景观文化给予理解和尊重。要有效借鉴发达国家在处理展览馆、博物馆、会展中心等规划方面的成功经验,积极地贴近公众,并将公共艺术的观念体现其中。

### 六、动态化

以往的展示设计大多以静态为主,为提高展示的记忆力和影响力,新的电子技术和高科技含量的动态展示陆续出现。研究表明,人类和动物所共同具备的特点是对动态事物敏感,动态的展示大大提高了观众的注意力。

### 七、差异化

未来展示设计的发展趋势是多种技术综合运用,使展示设计的形式多样化、综合化,将改变展示设计单一性和布局的平均性的格局。个性化、差异化、多样化、综合化将是未来竞争的利器。新材料、新工艺,将使展示设计符合日益进步的公众审美要求,满足观众日益增长的个性化、差异化需求,获得观众的认同与好感,使展示行业的发展能够与时



商业空间的内部展示

俱进。

## 八、国际化

展示设计要科学、高效、现代，要积极借鉴和参考国外对展示行业的成功经验，这将是我国展示行业的大方向，大趋势。以展示行业作为经济发展的风向标，加强展示行业网络化、信息化的管理与建设是未来展示行业的具体要求。

## 九、一体化

全方位、跨地区、一站式、配套型的服务是展示行业所应该具备的；要宏观调控，通过行业协会组织与领导，加大投入建设，共同发展。

# 第四节 展示设计的新时代

展示设计的新时代已经到来，利用多媒体和网络完成有机的组合，进行虚拟的展览参观，各大型展览馆、博物馆、图书馆等进行展馆的电脑三维处理，展示内容的电脑编程，使观众足不出户就可以查询有关知识，甚至网上看展览，等等。当然到目前为止，网络作为展示的辅助手段，身临其境的感觉还是要观众到展馆中自己体会。展示设计的网络时代主要表现在：

## 一、数字化

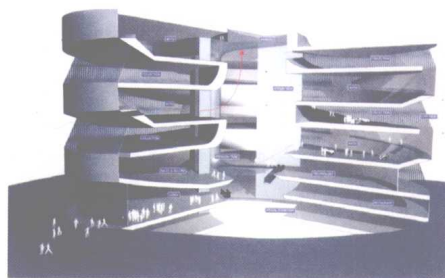
各类显示屏的控制，灯光音响的配合，展品的说明等都是高科技的载体，需要电脑的编程控制，观众的素质提高，互动与参与增加。

## 二、网络化

通过展览馆内部资料与图片电脑三维化的处理，配合各类解说，特别是视频与动态画面的利用，与观众近距离、直观的感受展示内容，这是网络化媒体的特点，因为它亲切、直观、丰富，贴近大众。

## 三、开放化

开放化是展示的根本目的，通过不同的展示平台扩大了展览的观众范围，顺应了现代观众对于物质与精神追求的需要，使展示成为人们学习与工作的有机组成部分，起到丰富人类生活的作用。



现代风格的商业展示

# 2

## 展示设计的概念与功能

展示设计是科学与艺术的完美结合  
是人类经济、文化、科技发展的产物  
本章阐述展示设计的概念  
特别是对展示设计功能的探讨  
具有实践指导意义



## 第二章 展示设计的概念与功能

### 第一节 展示设计的概念

展示设计是以现代科学技术和多种艺术表现形式为设计手段,利用传统的或现代的载体,对展示环境进行科学系统的前期策划与创意,经过方案比较,进行后期施工的过程性工作。随着人类经济、文化的快速发展,展示设计的地位日益突出,作为经济贸易交流的桥梁与科技文化宣传的驿站,其中转站的作用对于科技、文化、艺术、经济、时尚等与人类一切生活密切相关的活动都产生了积极影响。现代展示是提供信息的场所,设计师通过舞台造型、图片视频、灯光音响、展具展品、实物或模型等各种元素将信息直观、浅显、美化地提供给观众。这就要求设计师运用创造型与发散型思维,把展示内容进行科学分析,将流程归类,进行整体风格的统一设计和单项内容细化的设计,通过有计划、有目的、有次序、有重点、有规律的综合手段进行表现,用最合理最完善的方式将展示内容传达给观众。展示设计是过程美的演绎,终极目标是让观众在心理上产生共鸣。

展示设计既是大众艺术、时尚前沿,又是科技成果的展现。作为现代社会生活重要的组成部分,展示主要包括:

#### 一、媒介

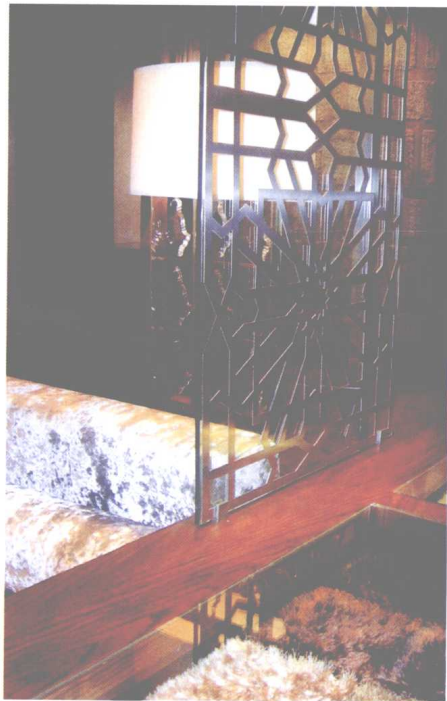
展示设计是信息传达与交流的综合媒介,是交流信息的中间方式,是应用多种媒介对环境、展具、展示物,作出完整的信息规划,形成多层面的、立体的信息传达途径。

#### 二、环境

展示设计对环境的要求表现为:展示设计必须借助建筑物或公共空间才能发挥信息传播的作用;展示设计要适应和体现展示环境的风貌,通过整体规划、合理布局,风格化地表现展品。

#### 三、载体

展示设计的载体很多,如说明性的宣传品、多媒体系统、展柜与展架、室内的陈设与建筑物外观的改造等。通过这些先进、快速、形象的展示载体,把展示信息传播给观众。



展示设计的色调处理