

二十一世纪环境艺术设计精品课程规划教材

EXHIBITION

展示设计

李 涛 耿舒畅 / 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

律师声明

北京市邦信律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通用户发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128。客服电话：010-58582300

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室

中国青年出版社

010-65233456 65212870

010-59521255

http://www.shdf.gov.cn

E-mail: law@cypmedia.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

展示设计/李涛，耿舒畅编著.—北京：中国青年出版社，2009.4

二十一世纪环境艺术设计精品课程规划教材

ISBN 978-7-5006-8728-3

I.展... II.①李... ②耿... 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(2009)第052215号

二十一世纪环境艺术设计精品课程规划教材——展示设计

李涛 耿舒畅 编著

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电话：(010) 59521188 / 59521189

传真：(010) 59521111

企划：中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：李廷钧 张军 沈莹

封面设计：于靖

印刷：北京嘉彩印刷有限公司

开本：787×1092 1/16

总印张：30.5

版次：2009年5月北京第1版

印次：2009年5月第1次印刷

书号：ISBN 978-7-5006-8728-3

总定价：105.00元(共三册)

本书如有印装质量问题，请与本社联系 电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.21books.com

二十一世纪环境艺术设计精品课程规划教材

EXHIBITION 展示设计

李 涛 耿舒畅 / 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

目 录

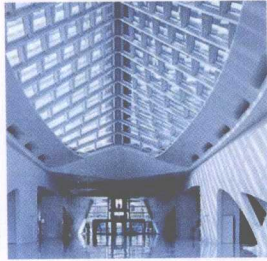
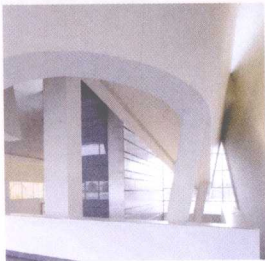
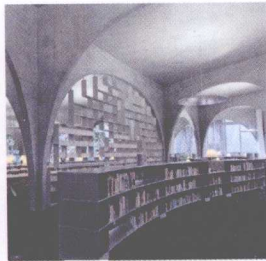


第1章 展示设计概述

1.1 什么是展示设计	10
1.1.1 展示设计的概念	10
1.1.2 展示设计的应用领域	10
1.2 展示设计的发展	11
1.2.1 展示设计的历史	11
1.2.2 展示设计的发展趋势	12
1.2.3 展示设计中的新技术	13
1.2.4 展示设计的范畴	14
1.2.5 展示设计的社会应用意义	14
设计点评	16
课后练习	19

第2章 展示设计的流程

2.1 展示方案的设计阶段	22
2.1.1 设计初期准备	22
2.1.2 设计思路确定	23
2.1.3 制作任务书	24
2.2 展示方案的施工阶段	24
2.2.1 施工准备	24
2.2.2 现场调整	24
2.2.3 施工撤除	25
教学实例	26
设计点评	28
课后练习	32



第3章

展示空间设计

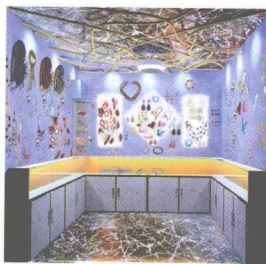
3.1 展示空间特征	34
3.1.1 展示空间的分类	34
3.1.2 展示空间的序列和造型	35
3.2 常见的展示空间造型风格	35
3.2.1 东方设计风格	35
3.2.2 古典主义设计风格	35
3.2.3 解构主义设计风格	36
3.2.4 超现实主义设计风格	36
3.2.5 自然主义设计风格	36
3.2.6 简约主义设计风格	37
3.3 展示空间设计的主要因素	37
3.3.1 整体规划	37
3.3.2 结构处理	37
3.4 展示空间设计的要求	38
3.4.1 空间功能	38
3.4.2 视觉效果	38
3.4.3 心理效果	39
3.5 展示空间设计的方法	39
3.5.1 平面布置	39
3.5.2 展示空间格局	41
3.5.3 时序与动线	42
教学实例	43
设计点评	45
课后练习	48



第4章

人体工程学在展示设计中的应用

4.1 展示设计与人体工程学	50
4.1.1 人体工程学	50
4.1.2 人体工程学在展示设计中的应用	50
4.2 尺度要求	50
4.2.1 空间与尺度	51
4.2.2 人体静态与动态尺寸测量	51
4.2.3 展示设计中的基本尺度	52
4.3 心理因素	52
4.3.1 环境行为心理学	52
4.3.2 情感倾向	53
4.4 视觉因素	53
4.4.1 人的视觉特征	54
4.4.2 视觉是如何运动的	55
教学实例	56
设计点评	59
课后练习	62





第5章

展具和橱窗设计

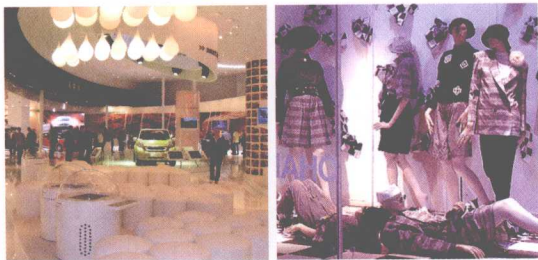
5.1 展台	64
5.1.1 静态展台	64
5.1.2 动态展台	64
5.2 展柜	64
5.2.1 高柜和矮柜	65
5.2.2 立柜式	65
5.2.3 桌柜式	65
5.2.4 布景箱	65
5.3 展架	66
5.3.1 展架的材料	66
5.3.2 展架的结构方式	66
5.4 橱窗	67
5.4.1 橱窗的分类和作用	67
5.4.2 橱窗的设计原则	68
5.4.3 橱窗表现形式	68
教学实例	69
设计点评	72
课后练习	76

第6章

平面设计在展示空间中的应用

6.1 平面设计在展示空间中的作用和功能	78
6.1.1 平面设计的信息传达功能	78
6.1.2 平面设计对展示空间的气氛营造	78
6.2 展示中常见的展板版面设计	79
6.2.1 展板版面的构成内容	79
6.2.2 展板版面的艺术设计原则	80
6.2.3 展板版面的不同类别和表现形式	81
6.3 平面设计常用元素及排版技巧	82
6.3.1 文字设计	82
6.3.2 图像设计	83
6.3.3 图文混编	83
6.3.4 纯文字编排	84
教学实例	85
设计点评	87
课后练习	90





第7章

色彩与照明在展示设计中的应用

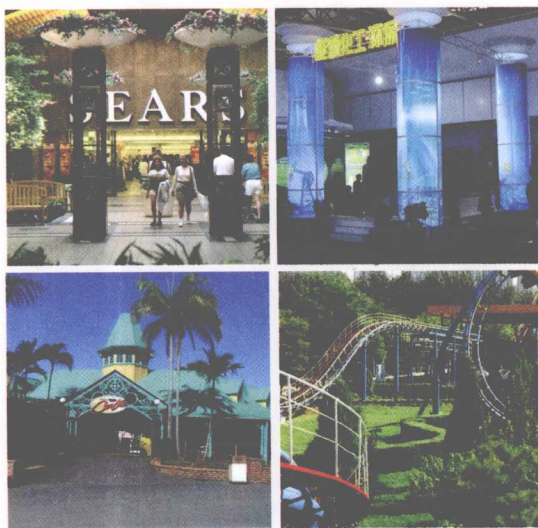
7.1 展示空间中的色彩应用原则	92
7.1.1 色彩呈现的一般原理	92
7.1.2 色彩的心理感受	93
7.2 色彩基础知识介绍	93
7.2.1 色彩的构成	93
7.2.2 色彩的协调	94
7.3 照明设计	95
7.3.1 照明的基本原理	95
7.3.2 光源术语	96
7.3.3 展示设计的照明原则	96
7.4 照明方式	97
7.4.1 采光方式	97
7.4.2 照明种类	98
7.4.3 整体照明和局部照明	99
教学实例	100
设计点评	102
课后练习	106

第8章

展示设计常用材料

8.1 材料的概念	108
8.1.1 材料属性概述	108
8.1.2 材料使用注意事项	108
8.1.3 材料的应用原则	109
8.2 木材和石材	109
8.2.1 木材	109
8.2.2 石材	110

8.3 金属和玻璃材料	112
8.3.1 金属材料	112
8.3.2 玻璃材料	113
8.4 塑料和合成材料	114
8.4.1 塑料材料	114
8.4.2 合成材料	115
8.5 涂料和喷绘材料	116
8.5.1 涂料的种类	117
8.5.2 使用油漆的注意事项	118
8.5.3 网格布	119
8.5.4 喷绘布	119
8.5.5 灯箱招牌布	119
8.5.6 喷绘墨水	120
8.6 高科技新型材料	121
8.6.1 包膜钛白	121
8.6.2 高密度复合材料	121
8.6.3 纳米材料	121
8.6.4 环保装饰材料	122
教学实例	123
设计点评	125
课后练习	126



第10章

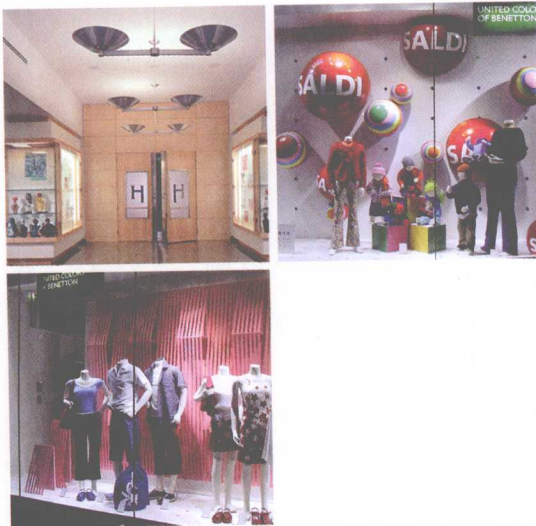
展示设计的分类

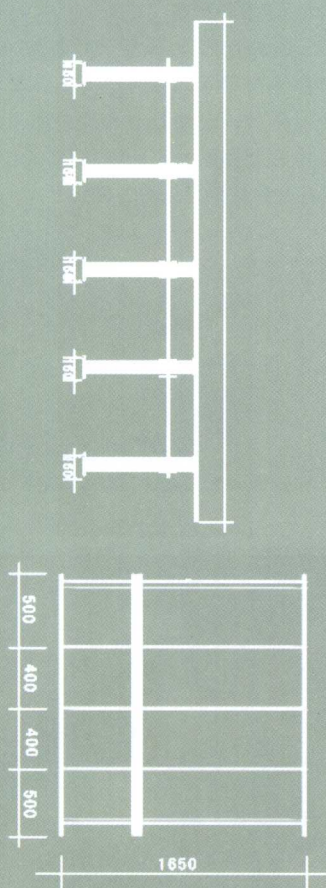
10.1 展示设计的分类原则	142
10.1.1 时间原则分类法	142
10.1.2 展出面积分类法	142
10.1.3 展示环境分类法	143
10.1.4 展出形态分类法	143
10.1.5 类别分类法	143
10.2 商业类展示设计	143
10.2.1 商业空间	144
10.2.2 专卖店	144
10.2.3 橱窗	144
10.2.4 城市导示	145
10.3 文化类展示设计	145
10.3.1 博物馆	145
10.3.2 图书馆	146
10.3.3 美术馆	147
10.4 展览类展示设计	148
10.4.1 车展	148
10.4.2 国际消费电子展	149
10.4.3 科技博览会	149
10.5 游乐场与主题公园	150
10.5.1 游乐场	150
10.5.2 主题公园	150
教学实例	151
设计点评	155
课后练习	157

第9章

展示设计的施工管理与规范

9.1 工程施工与管理	128
9.1.1 施工组织与现场监理	128
9.1.2 施工质量与安全隐患管理	129
9.1.3 材料控制管理	130
9.1.4 应用配套设施管理	130
9.2 各种施工规范	131
9.2.1 油漆施工	131
9.2.2 吊顶施工	132
9.2.3 地板施工	133
9.2.4 文化石的施工	134
教学实例	135
设计点评	138
课后练习	140





第1章 展示设计概述

- 1.1 什么是展示设计
- 1.2 展示设计的发展

课题概述
本章主要介绍了展示设计的基本概念、应用领域、发展历史以及社会作用等内容，同时对现代展示设计进行了较全面的介绍。

教学目标
通过学习，了解什么是展示设计、展示设计的发展和社会影响，对其进行分析并将其应用于实际的展示设计中。

章节重点
了解展示设计的概念，并熟悉展示设计的发展历史和社会作用。

1.1 什么是展示设计

展示设计是一门综合艺术,它是伴随着人类社会、政治、经济的发展逐渐形成的。其目的并不是展示本身,而是运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置等各种设计元素将展示内容有目的地传达给观众,可以将其理解为特殊形式的商业广告。

1.1.1 展示设计的概念

展示是一种综合性的信息交流平台,在特定的空间或地域内通过空间处理、气氛营造、展具设计、灯光和色彩处理等手法,创建最适合于信息传播和接受的人为环境。

而展示设计是一门庞大、复杂的应用学科。从本质上讲,展示设计是指所有展览和陈列的视觉表现,包括商店、博物馆等商业或公益空间的环境规划和室内设计工作,同时还通过室内展品陈列起到提供展示商品、促进消费或普及宣传等作用。(见图1)

从另一个角度来讲,展示设计还能不同程度地折射出一个时代或地区的科学技术水平以及社会意识形态。

展示设计作为随着经济发展起来的产物,渗透着经济学的知识,自然与市场也有着不可分割的联系,是商家与市场沟通的最有效手段,而商业繁荣的程度将决定展示的规模大小。如通过服装展形式获取的客户所使用的成本远低于其他形式。对于消费者来说,可以体验各种服饰,自由地选择;对于商家来说,则是最有效率的推销方式。(见图4)

图1 雕塑展近照

图2 军事博物馆武器展展区

图3 军事博物馆坦克展展区

图4 工业机械展示



图2



图1

1.1.2 展示设计的应用领域

在现代社会中,展示设计的应用领域非常广,它广泛应用于各种展示,包括各种商业性质的展示和专门性的展示,如商业性质的商品陈列、展销会、交易会,公共环境中的博览会、图书馆等。展示与展示设计涉及到社会的政治、军事、经济、科学、技术、文化、艺术、教育等各个领域。

(1) 政治和军事

通常情况下,政治和军事类的展示都是在国际范围内进行的,其中往往具有一定的政治和历史因素,并具有世界性的领先科技和综合性的社会文化。(见图2~图3)



图3

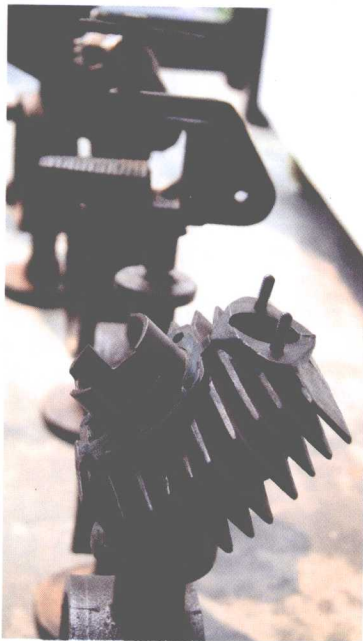


图4

(2) 经济和技术

在经济和科技领域，每年都有大量各种类型的大型展会，展示各大厂商的代表经济产品，如纺织展、摄影器材展等。经济与技术是密不可分的，在以经济为主题举行的展会中往往也包含了大量新技术的应用。当然，也有专门为展示专项技术而举办的展会（见图5），如种植技术交流展会，这样的展会以互动的形式交流先进的种植技术等。

(3) 科技与艺术

艺术的展示多数是非商业性质的，着重于对设计师和艺术家的技术和理念的展示。特别是艺术展，涉及到美术、音乐等传统领域，展示这些领域中独具特色的一面，如著名的巴塞尔艺术展览会，诠释了国际的艺术潮流。

科技作为第一生产力，是社会和经济发展的基本动力。在世界范围内，与科技相关的展会比比皆是。无论是在农业、医疗还是电子领域，这些展会共同的特点都是展示最前沿、最高端、最具特点以及未来将普及的各种科学技术，如新型的农用喷药器、全新的医疗器械、全息影像技术应用等等。（见图6）

(4) 教育与文化

教育与文化领域的展会和技术、艺术等领域的展会基本上可定义为同个范畴，但展示的内容是根据展示的目的来定义的，应用领域则根据展示对象来决定的，所以一个美术画展可以看作是艺术展，也可以看作是文化传播交流会。（见图7）

1.2 展示设计的发展

在近代，展示设计的本质和艺术特征都比较简单。从市场的角度来讲，展会更像一个集市，便于人们交易。但随着展会的不断发展，展示设计已被看作是推动展会发展和宣传参展单位的重要工具，展示设计也受到了更多的重视。

1.2.1 展示设计的历史

1851年，英国万国博览会的水

晶宫可以算是第一次正式的现代展示。从古老的货品集市模式到今天的大众资讯传播模式，展会已经历了150余年的发展历程。（见图8）



图6



图5



图7



图8

图5 航天科技展

图6 Siggraph 2008展

图7 图书馆

图8 博物馆中的展品

在远古时期,人类由于图腾崇拜和进行宗教活动,进行绘刻岩画等活动,由此产生的场所就是当时人类宗教生活和社会生活的综合场所,这可以看作是展示的最初始时期。

随着社会的发展,集贸市场开始出现,逐渐发展出定期举办的庙会。再后来随着贸易活动的发展,形成了“交易会”和“展览会”的雏形。处于这一阶段的展示只是为了满足人们的贸易需求,并不需要依靠展示设计来达到宣传和促进销售的目的。在商业活动进一步繁荣后,真正的商品展示艺术开始成形并得到发展。

展示设计发展到今天,它不仅仅再是一种简单的设计形式,更是推动展会文化发展、宣传展示对象和促进销售的有力工具。(见图9)

赫伯特·拜耶提到,“展示设计已经发展成为一门新的学科,作为大众传播与集体努力和影响的力量与多种媒体的顶点。视觉(形象)传播的整合方式组成了一种引人注目的复杂体;语言作为形象的印刷(载体),图片、绘画、照片、雕塑物、材料和外表、色彩、光线、运动、影片,图表等等都是作为符号象征,所有有形的与心理的方法的运用产生了展览设计的强化核心的设计语汇。”

在全球经济一体化、各种文化碰撞的今天,展示设计随着展示的发展已经进入到非常成熟的阶段。它已经具有反映时代特征和变化的社会使命,并从设计观念到表现形式都在不断地推陈出新、纵深发展,同时也扩展整合出更专业更科学的特点。

1.2.2 展示设计的发展趋势

展示设计从诞生开始,就不断地吸纳最新的传播和表现手段,使其内涵不断地充实。加上资讯传播的直接性和社会文化的敏感性,展示设计往往是各种前沿思潮的试验场。

当今的展示设计受社会意识形态影响最大,世界性的展示设计发展将更具信息化、专业化、多元化、创新化和电子化的特点。

(1) 信息化

在展示形成的初期,展会的作用更接近于市场,人们在展会进行贸易。在展示愈发成熟的今天,已经远远超过最初的意义,而其本身也已成为信息传递的一种方式。展示设计肩负着将展示内容所包涵的大量信息呈现给参观者的任务。(见图10)

(2) 专业化

在各种行业激烈竞争的今天,展

示业早已发展成专业的学科,并涉及到广泛的领域,要突出展示设计精髓并形成展示规模就需要专业的展示设计师进行设计策划。大到展场选择、小到装饰品的摆放,都是影响展示最终效果的因素。而设计师的能力直接决定了展示设计的专业程度,专业性越强的展会设计师,其设计特色越鲜明,对参观者产生的吸引力也就越强。(见图11)

图9 电影的交流展会

图10 主题为信息交流的现代通信展

图11 考古领域的成果展



图9



图10

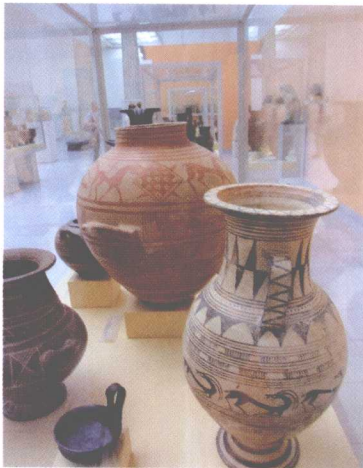


图11

(3) 多元化

伴随着设计师的思想变化,多元化体现在如何应用更多的技术手段和文化理念来表现展示的主题。技术的多元化体现在各种高科技设备,越来越多地参与展示。除了传统的灯光、音、视频设备,新技术的加入使设计创意得到更好的表现。

(4) 创新化

创新是展示设计发展的一贯原则,同时也是必然趋势。在历史上,展示设计的发展始终都在加入新的元素,技术、理念、材料、空间结构等每一个构成元素都体现了要发展就必须创新的趋势。(见图12~图14)

(5) 电子化

互联网将对展览经营模式产生重大影响,其中影响最深远的是网上营销,也就是展览业的电子商务活动,包括宣传、招展、信息交流等。

1.2.3 展示设计中的新技术

展示设计是在特定的空间中进行的,在满足基本原则和参展者需要的前提下,适当应用新技术,可以有效地抓住人们的视线,并使之成为展场中的点睛之笔。现代科技成果不断更新,新技术的构成因素也愈来愈复杂。合理地应用新技术,可以控制展示设计的节奏、韵律,并正确把握其空间的位置关系,从而真正体现出理想的展示精髓。(见图15)

随着展示的发展,新技术的应用越来越受到重视,应用的范围也越来越广,从服饰卖场到经济博览会,从美术展到博物馆,随处都能见到新技术的应用。



图12



图13



图14



图15

图12 拥有先进保护技术的美术馆

图13 应用新型照明的展场

图14 休闲与展示的大厅

图15 复杂的光影应用

展示设计中的新技术主要是指各种电子高端技术,最主要的是数码视频、计算机程控、多媒体、虚拟现实等计算机技术。如在国际博览会中,使用翻译耳机可以有效解决语言障碍问题。在电子产品展厅中使用三维全息影像,不仅能展示商家实力,还可以提高展场气氛,以独特、炫目的效果更好地吸引参观者。(见图16)

1.2.4 展示设计的范畴

展示设计作为一种基于信息收集、策划、传播与接受反馈的设计活动,不仅需要具有功能和精神上的内涵,还应该具备传播与接受的互动性,并且符合社会经济活动的规律。

展示设计中包含了各种表现手段和方法。发展到今天,展示设计已经成为一条多元整合的设计链,它涵盖了众多的设计门类 and 形式,如建筑设计、平面设计、灯光设计等。展示设计真实地反映了时代的脉络和特征。

在直观、形象、通俗易懂的展示表现理念下,它能够清晰地展示各类学科的概念以及涉及的范畴,成为科技文化与经济发展的结合点。(见图17~图18)

1.2.5 展示设计的社会应用意义

无论是商业展示设计还是公众性展示设计,都可以对社会的发展起到积极作用。如各种商业展示能够促进消费以推动经济发展,而公众性展示则更具有普及知识、传播信息、观赏娱乐等社会功能。同时展示也被作为大众传媒的一部分,向人们提供商业价值、技术价值、文化价值和娱乐价值的参考标准,完整地诠释了人的生活本能、城市与文化的传承以及商业的激烈竞争。

(1) 促进经济繁荣

在全球资讯几乎同步的信息化时代,商家对产品的宣传也达到了新的高度。网络打破了以往地域的局限性,商家可以借助网络传媒,更好地进行产品的宣传。但商业空间的展示和贸易会展的展示仍然是最主要的产业。并且牵动了相关的行业的发展,如旅游业、运输业等。有关资料显示,由举办会展而产生联动效应所获得的利益为1:9,有效地促进了国民经济的发展,因而也得到了世界各国的重视和开发。(见图19)



图16



图18



图19



图17

图16 游戏展

图17 大英博物馆1

图18 大英博物馆2

图19 最能代表经济发展的服饰展厅

(2) 教育科研意义

在各种具有文化气息的展示场所中,如博物馆、图书馆、剧院、科技馆等记录和展示知识、艺术的展场,文化、艺术、科学以及宗教等各种信息不仅能促进全球各国各民族的多元文化交流,更是人类文明史的记录册,对教育思想和科学实践的发展都具有深远的历史意义。(见图20)

(3) 商业竞争与城市发展

展示是经济发展的产物,也是促进商业竞争的关键因素。从地摊发展到小店再到连锁店以及百货商店,已经不单纯是商家的发展,更是一个城市崛起的象征。一个城市商业和贸易中心的规模大小,反映着城市富裕繁荣的程度,其中也暗含着背后激烈的商业竞争。(见图21~图22)

(4) 文化传承

在城市的发展过程中,会在不同的标志性时间建立起纪念展示物,如纪念广场、公园等。这些建筑会真实地记载城市的发展过程或特殊事件的发生,如5.12汶川地震后建立的地震遗址。这些标志性的建筑物,能够使后人不忘历史,并真实地传承一个城市的文化。(见图23~图24)

图20 文物展

图21 图书卖场

图22 最能代表现今商业的服装卖场

图23 具有教育意义的博物馆

图24 专业乐器展示



图20



图21



图24



图22



图23