

 高等教育“十二五”全国规划教材
高等院校艺术类教材

展示设计

Exhibition Design

魏长增
主编

20%的传统教学内容 + 30%的最新教育理念 + 50%的经典案例解析与项目实训



人民美術出版社

中国美术学院美术考级教材
中国美术学院考级教材

展示设计

（第2版）

中国美术学院美术考级教材 / 中国美术学院考级教材



中国美术学院美术考级教材

▲ 高等教育“十二五”全国规划教材
高等院校艺术类教材

展示设计

Exhibition Design

魏长增
主编

20%的传统教学内容 + 30%的最新教育理念 + 50%的经典案例解析与项目实训

人民美術出版社

图书在版编目(CIP)数据
展示设计 / 魏长增主编. -- 北京: 人民美术出版社, 2010.6
高等院校艺术类教材
ISBN 978-7-102-05077-5
I. ①展… II. ①魏… 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(2010)第095723号

高等院校艺术类教材编辑委员会

委 员: (以姓氏笔划为序)
王广文 王著名 支 林 占必传 朴明姬 吕 波 刘颖悟
吴国梁 张新词 黄明秋 熊玛琍 臧 勇 魏长增

主 编: 魏长增
副主编: 傅 兴

高等教育“十二五”全国规划教材
展式设计

出 版: 人民美术出版社
地 址: 北京北总布胡同32号 100735
网 址: www.renmei.com.cn
电 话: 艺术教育编辑部: (010)65122581 (010)65232191
发行部: (010)65252847 (010)65593332 邮购部: (010)65229381

责任编辑: 王 远
封面设计: 肖 勇 贾 浩
版式设计: 傅 兴
责任校对: 黄 薇
责任印制: 王建平
制版印刷: 四川新华彩色印务有限公司
经 销: 人民美术出版社
2010年6月 第1版 第1次印刷
开 本: 787毫米×1092毫米 1/16 印 张: 8
印 数: 0001-3000册
ISBN 978-7-102-05077-5
定 价: 38.00元

版权所有 侵权必究
如有印装质量问题, 请与我社联系调换。

总序

肇始于20世纪初的五四新文化运动，在中国教育界积极引入西方先进的思想体系，形成现代的教育理念。这次运动涉及范围之广，不仅撼动了中国文化的基石——语言文字的基础，引起汉语拼音和简化字的变革，而且对于中国传统艺术教育和创作都带来极大的冲击。刘海粟、徐悲鸿、林风眠等一批文化艺术改革的先驱者通过引入西法，并以自身的艺术实践力图变革中国传统艺术，致使中国画坛创作的题材、流派以及艺术教育模式均发生了巨大的变革。

新中国的艺术教育最初完全建立在苏联模式基础上，它的优点在于有了系统的教学体系、完备的教育理念和专门培养艺术创作人才的专业教材，在中国艺术教育史上第一次形成全国统一、规范、规模化的人才培养机制，但它的不足，也在于仍然固守学院式专业教育。

国家改革开放以来，中国的艺术教育再一次面临新的变革，随着文化产业的日趋繁荣，艺术教育不只针对专业创作人员，培养专业画家，更多地是培养具有一定艺术素养的应用型人才。就像传统的耳提面命、师授徒习、私塾式的教育模式无法适应大规模产业化人才培养的需要一样，多年一贯制的学院式人才培养模式同样制约了创意产业发展的广度与深度，这其中，艺术教育教材的创新不足与规模过小的问题尤显突出，艺术教育教材的同质化、地域化现状远远滞后于艺术与设计教育市场迅速增长的需求，越来越影响艺术教育的健康发展。

人民美术出版社，作为新中国成立后第一个国家级美术专业出版机构，近年来顺应时代的要求，在广泛调研的基础上，聚集了全国各地艺术院校的专家学者，共同组建了艺术教育专家委员会，力图打造一批新型的具有系统性、实用性、前瞻性、示范性的艺术教育教材。内容涵盖传统的造型艺术、艺术设计以及新兴的动漫、游戏、新媒体等学科，而且从理论到实践全面辐射艺术与设计的各个领域与层面。

这批教材的作者均为一线教师，他们中很多人不仅是长期从事艺术教育的专家、教授、院系领导，而且多年坚持艺术与设计实践不辍，他们既是教育家，也是艺术家、设计家，这样深厚的专业基础为本套教材的撰写一变传统教材的纸上谈兵，提供了更加丰富全面的资讯、更加高屋建瓴的教学理念，与艺术与设计实践更加契合的经验——本套教材也因此呈现出不同寻常的活力。

希望本套教材的出版能够适应新时代的需求，推动国内艺术教育的变革，促使学院式教学与科研得以跃进式的发展，并且以此为国家催生、储备新型的人才群体——我们将努力打造符合国家“十二五”教育发展纲要的精品示范性教材，这项工作是有长期的，也是人民美术出版社的出版宗旨所追求的。

谨以此序感谢所有与人民美术出版社共同努力的艺术教育工作者！

中国美术出版总社 社长
人民美术出版社

第一章 认识展示设计

002 本章重点

002 第一节 无处不在的展示设计

004 第二节 认识展示设计

一、展示的发展历史

1. 宗教场所是展示设计的源泉之一

小贴士 / 清明上河图

2. 博物馆的出现是展示设计的又一个源头

3. 现代世界博览会

经典案例解析：2000 年德国汉诺威世博会的

冰岛国家馆

二、展示活动的基本特征

1. 从仿生学的角度看展示行为

小贴士 / 仿生学

2. 展示的特征

3. 展示的分类

020 第三节 陈列展览设计员国家职业标准

一、职业概况

二、基本要求

三、工作要求

022 课后作业 / 思考题

第二章 展示设计为了谁

024 本章重点

024 第一节 交流的双方

一、展示信息的发布者

二、展示活动的受众

三、展示内容与信息传达

经典案例解析：东京街头珠宝首饰品牌的
橱窗展示

028 第二节 交流的时间与场地

一、展示活动的时间

二、展示活动的空间

032 课后作业 / 思考题

第三章 谁造就了精美的设计

034 本章重点

034 第一节 理解展示设计的关键词

一、创新原则

二、正确处理内容与形式的关系

三、整体操作意识

四、多维表达意识

经典案例解析：多媒体设施的成功应用案例

044 第二节 展示设计文法 ——空间中的信息传播

一、信息传播的准确性

二、信息传播的趣味性

经典案例解析：爱知世博会国家馆优秀

设计案例

三、信息传播的艺术性

小贴士 / 扎哈·哈迪德

经典案例解析：国外电信展优秀设计案例

1. 塑造空间艺术形象的功能

2. 审美功能的建立

四、信息密度与传达效果

053 空间造型与信息传播练习

第四章 设计——启动

056 本章重点

056 第一节 轻轻松松做设计

一、展示空间的规划基础

1. 划分功能空间

2. 动线设计

3. 空间结构与造型设计

二、展示空间设计的形式法则

1. 造型与比例

2. 节奏与韵律

3. 对比与统一

062 第二节 关心“人”的设计 才是好的设计

小贴士 / 人体工程学

一、展示设计与人体生理特征

1. 人与空间的尺度

2. 观众与陈列设施的尺度

二、展示设计与视觉生理特征

1. 眼睛的视觉运动规律

2. 眼睛的错视现象

3. 眼睛的最佳视域分布

4. 信息传达效率的提高

5. 联觉现象的应用

069 第三节 光、色、材料的交响

一、展示空间中的灯光设计

1. 展示用光的基本概念和要求

2. 光的特性与效果

3. 常用的光源和灯具

4. 照明方式

二、展示空间中的色彩设计

1. 展示设计中的色彩
2. 彩色灯光的应用
3. 色彩的心理效应

三、展示设计中的材料应用

1. 材料类型
2. 材料质地

078 展会设计练习

第五章 让设计走得更远

080 本章重点

080 第一节 世博会——那就是会展

一、现代会展的基本特征

1. 信息综合性强
2. 专业化程度高,竞争激烈
3. 国际化程度高
4. 功能日趋多样

二、展台设计的一般规律

1. 充分利用品牌视觉形象系统
2. 依据展示内容构思空间主题
3. 强化主体造型的视觉效果
4. 开放式动线设计
5. 强调形式美感

三、新材料与新技术的应用

经典案例解析:意大利中国周天津展区

设计案例

087 第二节 专卖店设计巡礼

一、专卖店的类别

1. 大型卖场的店中店
2. 临街品牌专卖店
3. 概念店

经典案例解析:东京街头的电子产品概念店

二、专卖店的构成要素

1. 形象要素
2. 功能要素
3. 导购要素

三、专卖店展示设计的一般规律

1. 吸引消费者注意
2. 辅助销售
3. 提高商品附加值
4. 树立品牌形象

094 第三节 街边的设计

一、商业橱窗展示的基本特征

1. 展示产品促进销售
2. 宣传企业文化、提升品牌形象
3. 生活风尚的指引者

经典案例解析:东京街头的Chanel系列

橱窗设计

4. 美化生活环境、体现科技进步

二、商业橱窗的空间设计

1. 商业橱窗的空间类型

2. 商业橱窗的空间布局及构图

经典案例解析:东京街头的橱窗设计

三、橱窗设计的形式分类

1. 情节化的橱窗设计

2. 系列化的橱窗设计

3. 主题化的橱窗设计

4. 艺术化的橱窗设计

四、商业橱窗照明与色彩设计

1. 商业橱窗设计中的色彩

2. 商业橱窗设计中的照明

108 专卖店设计练习

第六章 设计师陈述——走进展示设计

110 本章重点

110 第一节 一个方案的自白

一、构思与创意

二、草案提出与沟通

三、提交正式方案

四、材料选择与施工图绘制

五、实施施工与现场监控

六、验收、开展,为下一个项目总结经验

118 第二节 窍门、盲区与规则

一、极少披露的窍门

1. 整体大于局部

2. 整体基础上的变化

3. 造型风格一定要统一

4. 一定要有主题色调贯穿始终

5. 让周围的信息亮起来

6. 照明设计

7. 施工图阶段

二、应该了解的盲区

三、必须遵守的规则

1. 展示方提出的要求

2. 施工场地的限制

经典案例解析:日本爱知世博会澳大利亚展厅

3. 以提高观众观展效率、有效传达信息为本

四、迎接挑战

1

认识展示设计

■ 无处不在的展示设计/002

■ 认识展示设计/004

展示的发展历史

展示活动的基本特征

■ 陈列展览设计员国家职业标准/020

DISPLAY DESIGN

第一章 认识展示设计

● 本章重点

- 展示发展的历史
- 展示设计的众多源头
- 展示设计的基本特征
- 展示设计的分类
- 如何取得陈列展览设计师资格

第一节 无处不在的展示设计

在一天早晨如果我问你：“你最后一次见到展示设计是什么时候？”你很可能会脱口说出：“昨天晚上，当我和朋友一起逛商场的时候。”也许还会赞道：“对，就是那个品牌的展示和橱窗，设计得真美，到现在想起来我还很兴奋。”你也可能会告诉我，上个星期的某一天去看了一个博物馆或是展会，在其中又有了新的发现。还可能想起前一段时间去了某个主题公园或参加了某项大型活动等等。说到这里我们会发现展示设计其实时时刻刻存在于我们的左右，无论是消费、获得信息或者是娱乐。现代城市生活空间正在变得像一个无比巨大的展示空间，人们无论是主动的还是被动的都被卷入其中，很多设计师也开始参与到这场运动中，发挥他们的创造力，创造出越来越多的设计，以至于设计过的再被重新设计，没经过设计的增加设计，一场声势浩大的展示设计运动拉开了帷幕。

作为即将成为展示设计师的我们将如何在这场运动中找到自己的

位置呢？我们的聪明才智又将怎样发挥呢？将需要传达的信息用合适的方式编排到生活空间中，再与个体需要有效地连接起来，通过我们的创造力改变人们的生活，听起来有点像艺术，不是吗？



图 1-1 超市已经成为了生活中不可或缺的场所，我们的大部分生活品都来自那里。图为超市货架上展示的代表商品。



图 1-2 服装专卖店已经深入到城市中的大街小巷。图为生活中常见的专卖店展示设计。

图1-3 现代城市中处处充斥了商业展示，品牌之战像一个万花筒，你方唱罢我登台，令人眼花缭乱。

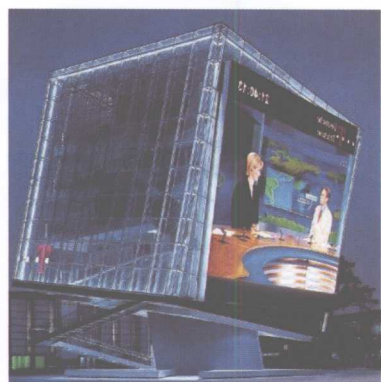


图1-4 随着科技的发展，多媒体设施越来越多地出现在展示中。图中为汉诺威世博会与多媒体结合的主题建筑。

第二节 认识展示设计

一、展示的发展历史

市场经济与自由贸易是展示出现的一个重要原因。展示的出现可以追溯到人类开始进行物物交换的年代。随着生产技术的进步、生产力的提高,人们开始有了剩余产品,这就为彼此交换需要的物品创造了条件。当交换发生得越来越频繁,交换的场所和时间也逐渐固定下来时,市集就出现了。市集的出现一方面方便了交换,另一方面也提供了最早期的展示空间。在那里,交换者将自己的物品分别陈列出来供他

人选择,物品摆放整齐、美观的摊位很容易引起他人的注意,进而可以提高交换成功的概率。

我国很早就有了这方面的记载,据《易经言辞》载:“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。”又如《左传·襄公三十一年》中有“百官之属,各展其物”。

《左传·哀公二十年》中提到“敢展谢其不恭”时,还加有注释:“展,陈也”。可见在文明早期,通过展示方式推销物品的优点已

被人们发现。随着社会经济的发展,集市也发生了巨大的变化,由综合性的集市到专业化的展览会;由简单的以货易货到高科技下的信息交换与传播;展示的空间、展具也开始有意识地加以设计,于是店面展柜、展台以及各种五花八门的展示方式纷纷出现。

当然,除了商业展示还有其他方面的展示,以下列举几种服务于其他目的的展示类型。

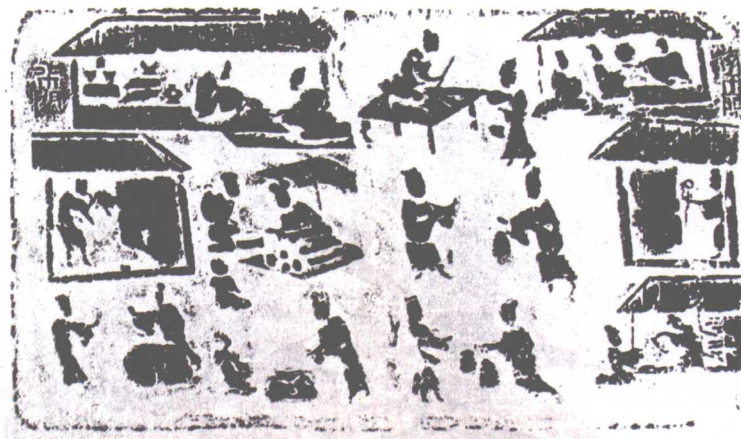


图1-5 图中是于四川成都出土的汉代画像砖,表现了市集的场景。从中我们可以窥见到汉代市井中商业已经很发达,各行各业分工明确,店铺鳞次栉比分布于街道两旁,路中间还散布着摊位。这些店铺陈列商品于临街的窗前,从中可以看到现代专卖店的影子。



图1-6 明 绢本设色《货郎图》,这是一幅非常难能可贵的实例,图中货郎货架上挂满了各种商品,货车上也摆满了商品。我们可以清晰地看到这种古代展示方式是如何起到促进销售作用的。



图 1-7 北宋 张择端《清明上河图》，从这幅古画中我们可以窥见北宋都城汴京当时店铺林立、车马喧闹、人流熙攘的繁荣景象。图中每家店铺前都有用于宣传的“幌子”，很多店铺前还设置了摆放、展示商品的货架。我们不妨将这幅图看做是古代展示活动的活化石，从中体会宋代展示设计的滋味。

1. 宗教场所是展示设计的源泉之一

在人类文明漫长的发展过程中，宗教始终占据着非常重要的地位，从图腾崇拜到救世主宗教；从原始部落到现代社会到处可见宗教活动的身影。举行宗教活动的场所与道具大多兼具向信众展示宗教力量的作用。例如现在我们还能见到的世界上较早的宗教场所之一，距今 5000 多年的古埃及金字塔，它以巨大的体量屹立在天地之间，向古代人们昭示出作为神在人间的代理人——法老的伟大。

随着时间流逝，大多数古老

的宗教活动场所都已消失，现在我们还可以在一些历史遗迹中看到一些影子，通过这种类似宗教展示的设计可以引导信徒在潜意识里逐渐脱离现实进入精神世界。典型的例子除了埃及的金字塔外还有雅典卫城的巴特农神殿、我国敦煌的莫高窟等等。这些遗迹除了在建筑上取得辉煌的成就外，都普遍具有展示的特征和展出的意义。

今天的宗教场所（无论是西方的教堂还是东方的寺庙）依然对展示的功能极为重视，往往不惜花费巨资聘请最有名的艺术家

小贴士

■ 《清明上河图》

北宋 张择端

这幅画描绘了汴京清明时节的繁荣景象，是汴京当年繁荣的见证，也是北宋城市经济情况的写照，栩栩如生地描绘了北宋都城汴京的日常社会生活与习俗风情。通过这幅画，可以了解北宋的城市面貌和当时各阶层人民的生活。

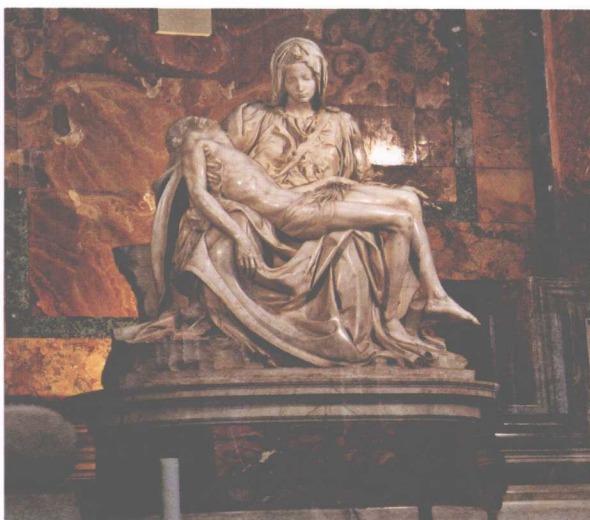


图 1-8 米开朗基罗为梵蒂冈圣彼得大教堂创作的圣母像。通过圣母抱起耶稣的一瞬间，表现了她苦难、惋惜的精神状态，形成了极强的视觉焦点和精神中心。使观众看过后不禁触景生情，大为感动。



图 1-9 现代商场中设计的岛式服装展示区。通过模特与商品的结合形成小的场景，体现出轻松、活泼、时尚的品牌理念。消费者很容易在千篇一律的商品中看到该品牌的服装，进而获得品牌价值认同。

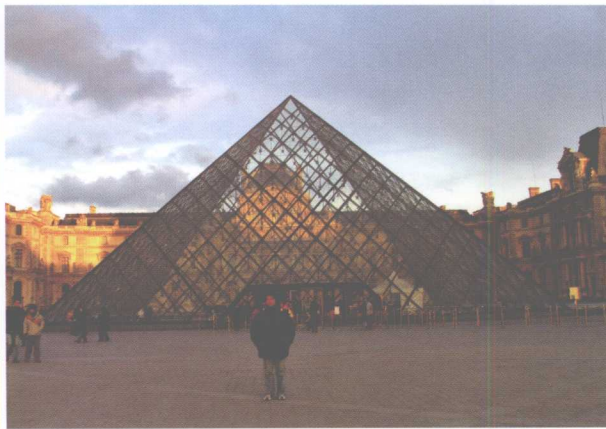
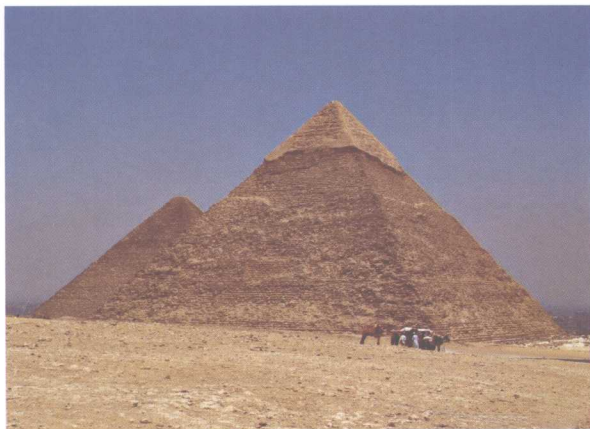


图 1-10 左边图中是古代世界八大奇迹之一的古埃及胡夫金字塔，它一方面是古埃及最高统治者法老的陵墓，昭示了法老至高无上的权利；另一方面也是古埃及的精神象征，起到了沟通神与人间、阳间与阴间桥梁的作用。右边图中是贝聿铭为卢浮宫设计玻璃金字塔的入口，和前者相比两者时间相差数千年而且材料与规模都相去甚远。但是，从玻璃金字塔中我们还是可以看出很强的象征意味，古代的形式、现代的材料二者碰撞后产生了对世界别样的理解，魅力无穷、回味无穷。

进行设计，并使用最名贵的材料制作，制成后要求既要具有精神象征，又要给人以美的感受。

展示设计在宗教领域发展的过程中逐渐形成了一系列的设计原则，如对称性与庄重感的产生、

展示层次与神秘感的产生、展示体量给人的心理距离等等。这些原则都极大地影响了现代展示设计的发展，为现代展示设计基本原则的建立提供了参考，打下了

基础。

2. 博物馆的出现是展示设计的又一个源头

中国最早的博物馆出现在公元前 300 多年的春秋战国时期燕国的都城,名为“碣石宫”,说到这里还不得不提到一个名叫邹衍的人。邹衍是中国古代有名的阴阳家,在阴阳学的基础上他提出了“五德始终”说,即指水、火、木、金、土五种物质德行相生相克和周而复始的循环变化,并以此来解释王朝兴衰的原因。司马迁曾概括他的学说为“必先验小物,推而大之,置于无垠”。“碣石宫”就是邹衍一手创办用来展示他的学说的。

日本人考证在公元前 5 世纪,

波斯王大流士举办过类似现在的展览活动。西方最早的博物馆可以追溯到公元前 3 世纪托勒密·索托在埃及建立的亚历山大博物馆,其中包含有图书馆、研究所和专门收藏文化珍品的宙斯神庙。文艺复兴时期,随着自然科学、考古学等多种学科的发展,人们的收藏领域得到了极大的扩展,这就需要有更多、更专业的场所来展示这些收藏品。到 18 世纪后期,现代意义上具有展示交流研究性质的综合博物馆开始出现,随后博物馆的种类也开始进一步细化,



图 1-11 亚历山大图书馆假想图。由于战火和岁月的侵蚀其遗迹已经荡然无存。

主要有艺术类博物馆、史实类博物馆、主题展示类博物馆和科技类博物馆等。

艺术博物馆以弘扬人类优秀艺术作品、提高参观者艺术素养、

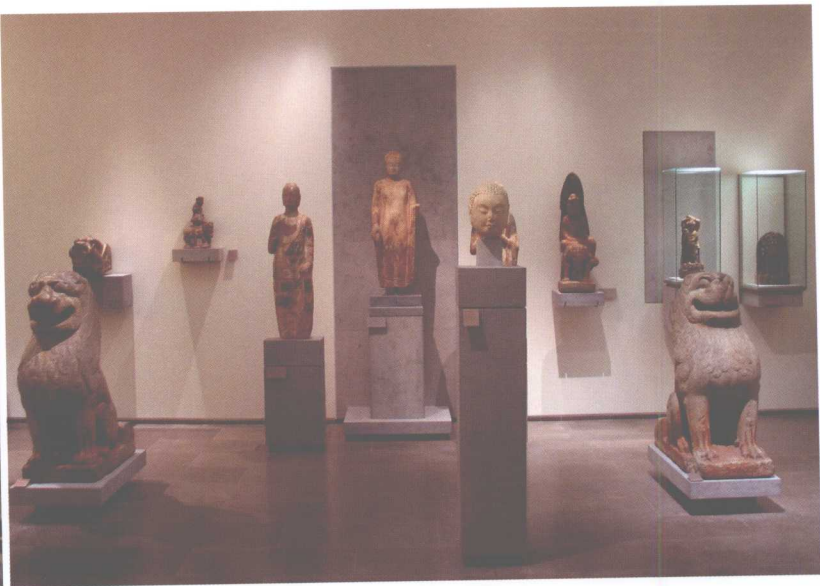
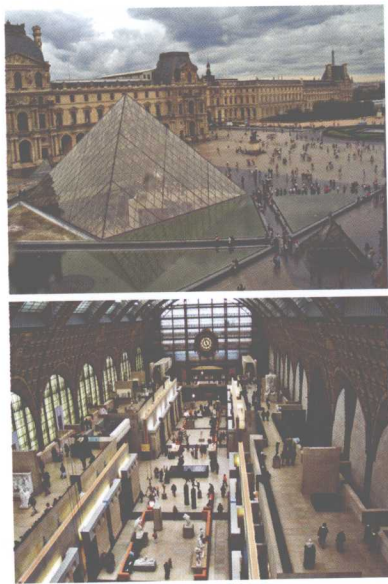


图 1-12 三幅图中左上图为巴黎卢浮宫,左下图为巴黎奥赛博物馆,右边图为巴黎吉美亚洲艺术博物馆。其中,浮宫始建于 13 世纪,是当时法国王室的城堡。1793 年 8 月 10 日,卢浮宫艺术馆正式对外开放,成为一个博物馆,其馆藏从古代埃及、希腊、埃特鲁里亚、罗马的艺术品,到东方各国的艺术品。有从中世纪到现代的雕塑作品;还有数量惊人的王室珍玩以及绘画精品等等。1898 年奥赛博物馆的原址为巴黎通往法国西南郊区的一个火车站,1986 年将火车站改建成博物馆。馆内主要陈列 1848—1914 年间创作的西方艺术作品,内容涵盖绘画、雕塑、家具、手工艺品、建筑、摄影等几乎所有的艺术范畴。吉美亚洲艺术博物馆是亚洲之外收藏亚洲各类艺术文物数量最多的场馆,其中主要以克美艺术(6—13 世纪)、阿富汗犍陀罗文化(2—7 世纪)、敦煌艺术(8—10 世纪)、中国陶瓷器、东南亚吴哥文化以及经书(15—18 世纪)等最为著称。



图 1-13 慕尼黑近代工业博物馆。

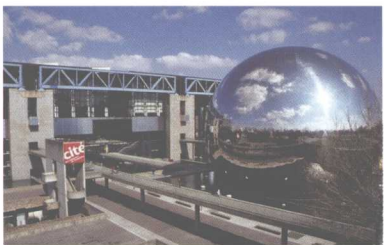


图 1-14 巴黎拉维莱特科技城外景。

图 1-15 大英博物馆成立于 1753 年，1759 年 1 月 15 日起正式对公众开放，是世界上历史最悠久、规模最大、最著名的博物馆之一。大英博物馆包括埃及文物馆、希腊罗马文物馆、西亚文物馆、欧洲中世纪文物馆和东方艺术文物馆。其中以埃及文物馆、希腊罗马文物馆和东方艺术文物馆藏品最引人注目，所收藏的古罗马遗迹、古希腊雕像和埃及木乃伊闻名于世。

提升生活品质为己任，典型的代表如巴黎奥赛博物馆、卢浮宫博物馆、纽约现代艺术博物馆等。

史实类博物馆旨在向观众展现人类已经走过的恢宏历史，让观众清晰了解历史发展的逻辑关系，唤起他们的民族自豪与爱国情怀。这类博物馆一般由国家出资，具有很强的官方背景，体现出国家的意志。这类博物馆的代表有大英博物馆、中国故宫博物院等。

主题展示类博物馆展示的展品专业性更强，往往涉及很深的专业知识，目标展示范围也相对明确。这类博物馆展示设计取得成功的关键是特色鲜明，既要求展出的内容

独特，又要求展示的形式和效果与众不同。因此，展出中多使用多媒体交互设施等手段丰富展出效果。

主题展示类博物馆的典型代表如慕尼黑工业设计展览馆、巴黎拉维莱特科技城等。

20 世纪初，博物馆在展出方式上发生了巨大变革。从英国开始，为了能为博物馆吸引来更多的观众，开始设计新型、美观、耐用的立柜、中心展柜和桌椅等展具。展出方式除了实物之外再配以图片、模型和辅助的文献资料等，以便于观众能更好地理解展出内容。

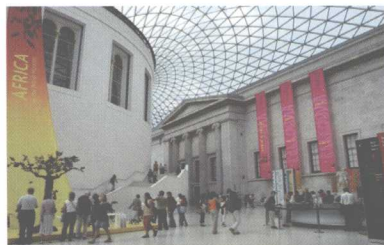




图 1-16 丹麦国家博物馆中的标准展柜。



图 1-17 大英博物馆中大量使用的标准展柜。

这种博物馆设计体系逐渐形成标准，并与欧洲在工业设计上推广的运动相吻合，从而形成了一种新的设计运动，即“标准化运动”。它为现代展示设计的展出形式确立了基础，有些影响直到今天还在发挥着巨大的作用。第二次世界大战之后，由于技术进步，人们能够制造出更大尺寸的玻璃，于是大型玻璃展柜应运而生。它具有通透、优雅等特点，能够达到更好的展出效果。20 世纪 70 年代之后科技进步带来的新技术也很快被博物馆所使用，如电子计算机演示、虚拟现实技术、声光电综合多媒体艺术手段等。

这些技术都为展示设计提供了新的表达方式，促进了展示设计的创新，为展示设计的发展起到有力的推动作用。



图 1-18 大型玻璃展柜使展出效果得到很大的提升，图为中国北京首都博物馆展厅一角。

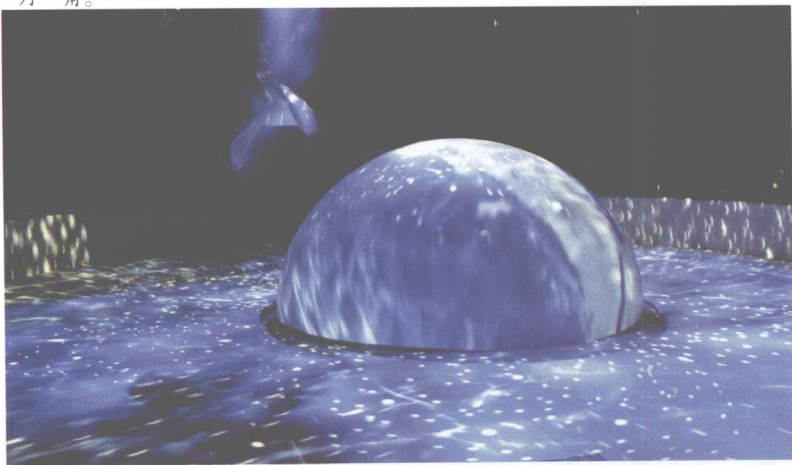


图 1-19 日本爱知世博会丰田展馆使用光电技术的展厅，效果独特。