



展示设计教学丛书
暨高级培训教程

展示设计

DISPLAY DESIGN
AND
ANALYSIS

与分析

郑曦阳 徐宏 王莉 编著



中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

展示设计与分析 / 郑曦阳, 徐宏, 王莉编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2013. 2

展示设计教学丛书暨高级培训教程

ISBN 978-7-112-15162-2

I. ①展… II. ①郑… ②徐… ③王… III. ①陈列设计
IV. ①J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 034988 号

本书共分六章,以展示设计为主线,从展示设计的沿革与发展讲起,具体介绍了展示艺术设计的各项基本原理、特点与范畴,进而详细描述了不同展示类别在实际设计中的设计特点与方法,并着重于通过各种类型的案例分析来阐述展示设计原理与方法在实际设计中的应用。

书中对展示的空间构成、展示环境气氛塑造、展示设计表现、展示空间的分类设计表述等均作了循序渐进、深入浅出的详细论述,本书分析叙述清晰,图文并茂,配有辅助学习光盘,易于理解,既可作为系统性展示设计教学的教材,又可以作为自学用书,可供展示设计从业人员参考。

* * *

责任编辑:张莉英

责任校对:刘梦然 关 健

展示设计教学丛书暨高级培训教程

展示设计与分析

郑曦阳 徐宏 王莉 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

文道思发展有限责任公司制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本:880×1230 毫米 1/16 印张:15 字数:390 千字

2013 年 3 月第一版 2013 年 3 月第一次印刷

定价:68.00 元(含光盘)

ISBN 978-7-112-15162-2

(23118)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码 100037)

Preface

丛书前言

展示设计是一门涉及面广、内涵丰富且具有强烈时代气息、新兴的综合性边缘学科，是艺术与技术的结合体。不断提升的展示市场要求展示设计更为完美、更为专业，同时也要求设计师具备更为完善的知识体系，基于这些因素，我们组织了南京工业大学、南京艺术学院、南京林业大学、江苏大学等开设会展设计专业或方向的高校编写这套以展示为主线的会展设计丛书，旨在对会展产业的进一步发展提供一定的帮助。

这套系列丛书现包括《展示设计与分析》、《会展家具设计》、《展示照明设计》、《会展策划与管理》、《展示设计的视觉传达》、《会展搭建与构建》、《户外展示环境设计》七本，分别从展示设计的各个设计知识领域出发，以国内外展示设计的方法为研究对象，通过大量的实际设计案例来探讨有关展示环境的各类设计方法和表达手段，聚焦了设计创意的策划、现在的艺术设计手段和最新的科技动态，以此来突出表达展示主体，使信息的传播更具有时代感和艺术性。本系列丛书可以作为大专院校会展设计类专业的教学用书，也可以作为会展专业人士和爱好者的实用参考书。本丛书配有素材丰富、制作精美、宜教宜学的电子光盘以帮助读者更好地理解与运用这套丛书。

在本套丛书的编写过程中，得到了许多会展企业及专家、技术人员的大量帮助与支持，在此谨向为本丛书的顺利出版付出辛劳的全体人员表示衷心的感谢！

2012年12月

preface

前言

随着社会的不断进步以及文化的不断发展,展示艺术在社会生活中的地位愈来愈重要,在当今的社会领域、信息领域、商业领域中,它已成为国际经济贸易相互交流合作纽带,成为宣传科学技术及社会文化的窗口,是展示自己国家的科学、经济、文化的舞台,是社会经济发展中一个不可替代的角色。但是,由于展示设计专业教育在我国发展的历史并不长,展示设计的方法梳理和课程体系还不健全,需要引起更多的关注和更深入的研究。

基于此,笔者以所承担主持的2010年度江苏省高校人文社会科学研究课题“会展设计研究与人文资源利用”的相关研究成果为基础编写了本书,希望本书能为会展设计教学与科研的进一步发展提供一定的帮助。本书在编写的过程中,针对学生知识基础特点与学生学习习惯,根据自身教学实践经验,在内容编写上尽可能做到系统全面,将本书分为六个章节,系统介绍了展示设计的历史、范畴以及展示设计中各个环节的设计要领与思路。为了便于学生理解,本书引用大量图例和实践设计案例,在叙述上理论与实践紧密结合,尽可能做到通俗易懂。

本书在编写过程中得到了许多会展企业的帮助,汇集了他们的优秀设计成果,并参考了国内外较多优秀设计案例,也引用了一些专家和学者成熟的设计理论,虽然大部分已在书后列出参考文献,难免还会有所遗漏,在此谨向这些文献作者以及为本书提供素材的会展企业一并表示真挚的谢意。南京工业大学的徐珊、刘浩、徐晓鸣、王大为等同学为本书的编写做了大量的收集及整理资料的工作,在此也向他们表示感谢。由于编者学识所限,内容上肯定有欠妥之处,衷心期望前辈、同仁和读者朋友对本书不足之处予以指正,以便日后改进、完善和发展,值此致谢于先。

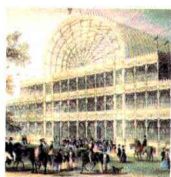
编者

于南京工业大学

2012年12月

contents

目录



第1章 设计的概论 / 1

- 1.1 绪论 / 2
- 1.2 展示设计的沿革与发展 / 3
 - 1.2.1 展示行为的起源 / 3
 - 1.2.2 展示设计的产生与发展 / 4
 - 1.2.3 展示设计在中国的兴起与发展 / 5
- 1.3 展示设计的特点与范畴 / 9
 - 1.3.1 展览展示 / 9
 - 1.3.2 商业展示 / 10
 - 1.3.3 景点展示 / 10
 - 1.3.4 庆典展示 / 10
- 1.4 设计的基本程序 / 10
- 1.5 展示文本的编写要素 / 13
- 1.6 心理与行为 / 15
 - 1.6.1 为展示空间提供必要的空间尺度依据 / 15
 - 1.6.2 为展示环境内的行为组织提供科学依据 / 17
- 1.7 设计法则 / 22
 - 1.7.1 视觉元素的应用 / 22
 - 1.7.2 比例与尺度 / 24
 - 1.7.3 对比与统一 / 25
 - 1.7.4 节奏与韵律 / 25
 - 1.7.5 构图的平衡 / 26
 - 1.7.6 形象的特异与错视 / 26



第2章 展示空间构成 / 27

- 2.1 形的组织 / 28
 - 2.1.1 空间的围合 / 28
 - 2.1.2 空间的分隔 / 29
 - 2.1.3 空间的组合 / 32
- 2.2 展示空间形态 / 33
- 2.3 展示空间序列设计 / 38
- 2.4 人流动线的组织 / 40



第3章 展示环境气氛塑造 / 43

- 3.1 空间的韵律节奏与虚实 / 44
 - 3.1.1 空间的韵律节奏 / 44
 - 3.1.2 空间的虚实与塑造 / 45
- 3.2 展示版面的形态 / 46
 - 3.2.1 以图片为主的版面设计 / 47
 - 3.2.2 以文字为主的版面设计 / 48
- 3.3 展台与展架的构成 / 50
 - 3.3.1 展台设计 / 50
 - 3.3.2 展架设计 / 52
 - 3.3.3 展柜设计 / 53
- 3.4 照明的方式与烘托 / 55
 - 3.4.1 照明方式 / 55
 - 3.4.2 照明烘托 / 57
- 3.5 色彩的表情与表达 / 61
 - 3.5.1 色彩的表情 / 61
 - 3.5.2 色彩的表达 / 62
- 3.6 媒体技术的运用 / 63
 - 3.6.1 声光电技术的运用 / 63
 - 3.6.2 多媒体技术的运用 / 64
 - 3.6.3 虚拟现实技术的运用 / 64
- 3.7 创意的表达 / 65



第4章 展示设计表现技法 / 67

- 4.1 电脑辅助设计——CAD / 68
 - 4.1.1 CAD在展示设计中的应用 / 68
 - 4.1.2 CAD的常用命令 / 69
 - 4.1.3 CAD的快捷命令 / 71
 - 4.1.4 AutoCAD的打印与输出 / 72
 - 4.1.5 展示设计CAD图纸的绘制 / 74
- 4.2 效果图表现 / 77
 - 4.2.1 3DMAX电脑效果图表现 / 77
 - 4.2.2 SketchUp效果表现 / 80
 - 4.2.3 马克笔手绘效果表现图 / 85
- 4.3 模型制作 / 88
 - 4.3.1 模型的价值 / 88
 - 4.3.2 模型的分类 / 89

contents

目录

4.3.3 模型制作的工具与材料 / 90

4.3.4 模型的拍摄与保存 / 92



第 5 章 展示空间的分类设计表述 / 93

5.1 展览展示 / 94

5.1.1 博物馆展示 / 94

5.1.2 会展展示 / 99

5.1.3 美术馆展示 / 105

5.1.4 教育科技型展览展示 / 105

5.2 商店展示 / 106

5.2.1 常见商业模式 / 106

5.2.2 商业空间陈列布局 / 107

5.2.3 橱窗展示 / 108

5.2.4 展台展示 / 111

5.2.5 货架展示 / 111

5.2.6 店面展示 / 112

5.3 景点展示 / 113

5.3.1 景点展示的形态设计 / 114

5.3.2 景点展示的材料选择 / 115

5.4 庆典展示 / 117



第 6 章 展示设计作品分析 / 119

6.1 展位展示 / 120

案例一 / 120

案例二 / 122

案例三 / 123

案例四 / 124

案例五 / 127

案例六 / 128

案例七 / 135

案例八 / 138

案例九 / 141

案例十 / 144
案例十一 / 146
案例十二 / 148
案例十三 / 151
案例十四 / 153
案例十五 / 157
案例十六 / 158
案例十七 / 162
案例十八 / 164
案例十九 / 168
案例二十 / 171

6.2 展厅与商业展示 / 174

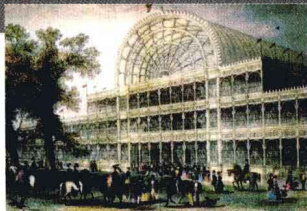
案例一 / 174
案例二 / 176
案例三 / 181
案例四 / 185
案例五 / 189
案例六 / 191
案例七 / 193
案例八 / 211
案例九 / 213
案例十 / 215
案例十一 / 218

6.3 户外与会场展示 / 219

案例一 / 219
案例二 / 221
案例三 / 222
案例四 / 224
案例五 / 227
案例六 / 230

参考文献 / 231

第1章 设计的概论



1.1

绪论

展示设计“display design”是一门涉及面广、内涵丰富且具有强烈时代气息、新兴的综合性边缘学科。展示一词 display 的英文含义即为：夸耀、显示、演示、陈列、展示之意。在英文中我们可以用 display 来代替 exhibition（展览）或 exhibit（展出），而它们在某些程度上却不能替代 display。可见，展示设计的含义不仅仅局限于展览设计，它还涉及更多与陈列、演示、招揽相关联的内容，如：商业空间设计、橱窗设计、博物馆陈列设计、庆典环境设计等等，并与建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、产品设计以及舞台美术设计等学科有一定的知识兼容，是社会经济发展产生的新生设计门类。

展示设计的目的是通过对展示空间的规划和布置、运用灯光和色彩的配置以及对文字的特殊处理，来突出体现展示内容的“美、精、新、特”。通过对展示内容的特殊包装来吸引观众的视觉注意力，从而使观者接受展示信息的传达。随着社会的不断进步以及文化的不断发展，展示艺术在社会生活中的地位愈来愈重要，在当今的社会领

域、信息领域、商业领域中，它已成为国际经济贸易相互交流合作纽带，成为宣传科学技术及社会文化的窗口，是展示自己国家的科学、经济、文化的舞台，是社会经济发展中一个不可替代的角色。文化表现与商业活动是现代展示设计的重要领域，自工业革命产生了首届国际博览会起，展示设计就与经济发展有着密不可分的联系。随着中国经济的迅速腾飞，商贸活动飞速增加，国际间的文化交流日益频繁，商业宣传与文化传播越来越广泛。多样的展示活动为社会带来了巨大的经济效益，展览业逐步成为一种新兴的产业，为社会广泛需求，这为展览、展示设计提供了更多的表现舞台。从 1851 年伦敦海德公园的世界博览会开始到现代生活中的各种博览会、展销会、博物馆以及丰富多彩的文化生活，新的设计理念和科技元素不断融入展示的设计手段和方法，使展示设计本身积聚了大量的高端科技产品，新概念、新材料为展示设计增添了许多新的艺术魅力，图 1-1 所显示的正是第一届世界博览会体现当时最新的建筑科技水平与设计理念的展馆空间。



图1-1 1851年伦敦海德公园的世界博览会

1.2

展示设计的沿革与发展

1.2.1 展示行为的起源

从远古时期的宗族图腾崇拜，到交易市场里商品的排列；从迎风招展的商铺旗幌，到贵族厅堂古玩珍品的陈列；从博物馆到世博会，伴随着人类政治经济文化的进步，展示艺术也一直伴随着我们的生活不断发展，可以说，虽然展示设计是一门新生的设计学科，但人类对展示的应用则在人类生活的初期就不知不觉地开始了。

展示行为起源于宗教活动与商贸活动。

远古时期部落为加强宗族统治，通过雕铸神像、树碑及繁杂的祭祀礼仪等行为，将部族图腾与宗教文化的意念展示于公众，以强化部族与宗教活动场所的神圣感。统治者为加强权力统治，以皇权与宗教的名义，修建体现权力与宗教文化的宫殿群、寺庙群与祭坛，铸造各种体现宗教文化的祭祀器物，布置场面宏大的祭祀空间，排演祭祀礼仪，以此展示国家的强大，并在精神上教化臣民。从考古发掘的祭坛、神庙到保存至今的寺庙、教堂中，我们可以清晰地看到历史文化在

物化的建筑、雕塑、壁画、器物展示中的演变，同时也可以看到这些文化的展示对现代展示设计理念形成的重要意义。修建于公元前5世纪的古希腊收藏各类战利品与艺术品的奥林匹克神殿就被认为是现代博物馆展示的最初萌芽。

除宗教活动外，人类的展示行为更多地体现在商业活动之中。人类的经济活动是在商品交换中产生的，这其中离不开物品的展示。为了更好地促成交易，人们注重对商品进行有效的陈列，注重通过辅助道具来吸引更多的视线。城市的形成必然伴随着集市贸易出现，据史料记载，中国商代就有专门从事商贸活动的商人，并且在春秋战国时期就涌现出以洛阳、邯郸为代表的一批繁华的商业都市。汉代的画像砖中就惟妙惟肖地描绘了一幅市场交易的场景。之后，随着经济文化的发展，商贸活动成为人们生活与城市文化的组成部分。南宋吴自牧著的《梦粱录》中就对宋都杭州有这样的描述：“自五间楼北，至官巷南街，两行多是金银盐钞交易铺，前列金银器皿及现钱……纷纭无数”。在图1-2所展现的张择



图1-2 《清明上河》图局部

端的《清明上河图》中,也可以清晰地看到悬于店首门前的旗帜、招牌以及店内的商品陈列。可以说,这些展示表达也是现代商业展示的雏形。

1.2.2 展示设计的产生与发展

1. 博物馆的出现

在西方,贵族阶层为炫耀品位与财富,喜好收藏各种艺术品、珍品与战利品,并将之陈列于殿堂。至欧洲文艺复兴时期,这种爱好在科技发展的引领下,得到更为广泛的拓展。贵族阶层开始以收藏人的身份向公众展示自己的藏品,博物馆的雏形初具。到18世纪,出现了综合展示人类与科学发展成就的博物馆,著名的“大英博物馆”即是这一时期博物馆的代表,虽然其展示方式为简单物品陈列,学科内容混杂,展示的设计成分还相对较弱,但它标志着现代博物馆展示的开始。18世纪后半叶,自然科学的发展,使得资料丰富的博物馆成为科学研究的重要场所,同时它也成为向公众传播科学知识、促进社会文化教育的重要途径。人们开始意识到博物馆不仅仅具有陈列、收藏的功能,它也是社会文化宣

传的重要殿堂,至此,博物馆在西方社会得到迅速发展。

2. 世界博览会的诞生

18世纪末19世纪初,进入产业革命的欧洲国家,经济迅猛发展,为了显示他们的工业成就,以及增强产品的市场竞争力,衍生出了新的展示类型——展览会。这种展示形式先是局限于国内,之后跨国型的展览会在欧洲出现,1799~1800年欧洲正规的跨国展览会首先在伦敦与巴黎举办。1851年,英国伦敦举办了首届世界博览会,并为此次世界博览会专门建造了展览馆,展馆的总面积达74000平方米,为梯形长方体,该建筑体现了一种全新的建筑理念以及工业化大生产的特点,由标准预制构件的钢架与玻璃构成,是当时世界上最大的钢铁与玻璃建造的建筑,被人们誉为“水晶宫”,其外观造型如图1-3所示。世界博览会的开创对于展示设计是一个重要的里程碑,它标志着现代展示艺术的开始。而此次世界博览会的成功举办为英国带来了全球性的巨大影响,欧洲等西方国家掀起了举办世界博览会的热潮,之后的每届博览会都在艺术与技术上体现了举办国的设计创造能力和科技能力。自1851年来的世界博览会留下了许多为世人瞩目的设计

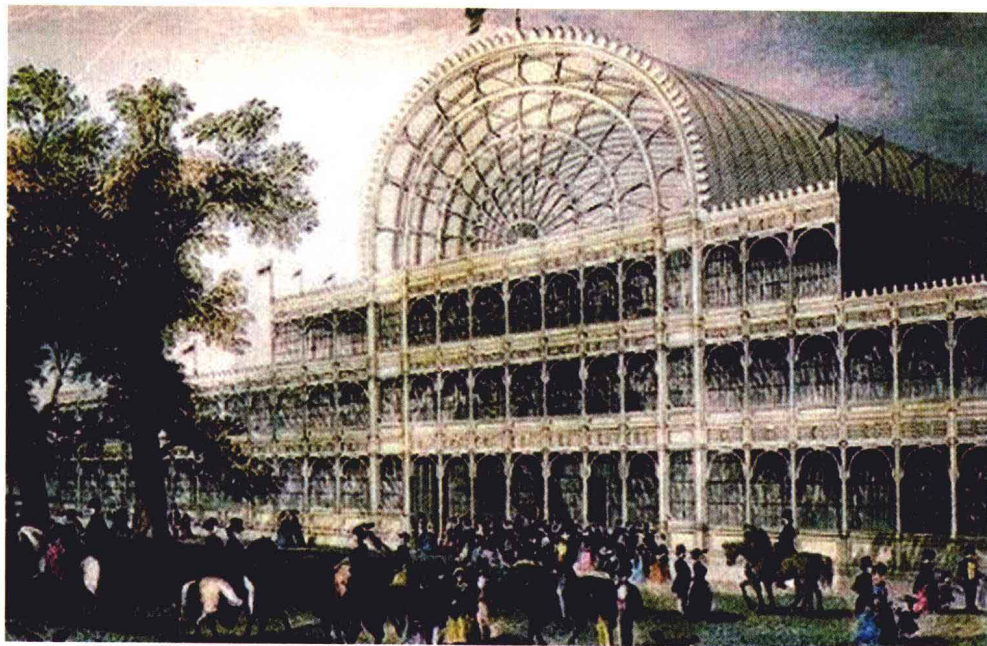


图1-3 水晶宫

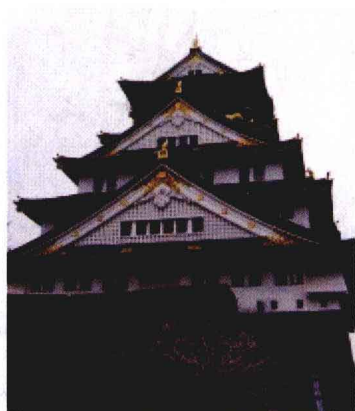
作品,这其中不乏如图1-4所示的我们耳熟能详的埃菲尔铁塔(法国巴黎)、“原子球塔”(比利时布鲁塞尔)、“天宇阁”(日本大阪)等建筑作品。新思想、新技术总是在世界博览会上被大胆应用,1893年美国芝加哥世界博览会上首次使用交流发电系统进行展示场馆照明并出现霓虹灯这种照明形式,1962年美国西雅图世界博览会中首次利



法国巴黎埃菲尔铁塔



比利时布鲁塞尔原子球塔



日本大阪天宇阁

图1-4 世界博览会设计作品

用电子计算机进行展览演示与管理,预示了电脑时代的到来。可以说,世界博览会为展示设计学科的发展提供了重要的设计舞台。

3. 新技术与新思维对展示设计发展的推动

20 世纪初,机械化生产与欧洲工业设计标准化新思潮,对博物馆展示也起到了革命性的推动。为了吸引更多的观众,英国的一些自然科学博物馆在展示形式上进行了重要的变革。首先,在原有的文字说明之外,伴随展品还配置一定的图片、图解以及形象化的模型等辅助展示资料,便于观众更好地理解展示内容。其次,设计了一系列影响深远的“标准化陈列柜”。陈列柜有三种基本形式:立柜、中柜、桌柜,造型简洁,具有标准化的结构与尺寸,能更有效地利用展示空间,便于在任何展示环境进行灵活组合。“标准化运动”对展示设计意义非凡,时至今日,还有一些博物馆,如:英国大不列颠博物馆、牛津大学 Bodleian 图书馆陈列室等,还沿用标准化陈列柜进行展示。20 世纪中叶,玻璃生产技术的提升,使博物馆展示与建筑环境有了更为紧密的融合,大尺寸玻璃与高强度钢化玻璃的出现,使博物馆展示的方式有了进一步的提升,使用于商业展示的大型橱窗式的展示模式被应用于博物馆展示之中,这种展示橱窗高度一般在 3~4m,进深通常在 0.6~1m 左右,甚至可以根据展品的尺度进行专门设计,是一个相对密闭的空间。橱窗中空间较大,内置展示灯光,可以展出一些大型

展品,更有利于对展品的保护,在空间中通常以一面展墙的形式出现,整体感加强,一直到现在这种展示形式都是博物馆展示的主要方式。到 20 世纪后半叶,声光及微电子技术的进步,又使展示形式得到了新的发展,展示形式更加丰富,个性化与趣味化表达增强。一些博物馆为了使观众更好地了解展示内容,运用这些新技术与艺术表现相结合,创造出一个个场景式的展示表现空间,使观众有一种身临其境的身心感受,同时,视频技术、虚拟空间等微电子技术被大量运用于展示表现之中,展示设计的艺术魅力不断加强。可以说,现代展示设计是艺术与科技的结合体。随着展览业在世界范围内的发展,使展示设计以前所未有的姿态出现在设计领域。从 20 世纪中期起,展示设计就逐步从建筑设计、室内设计等学科中脱离出来,尤其在欧美,展示设计的科学体系逐步形成,成为一门独立的学科并得到长足的发展。

1.2.3 展示设计在中国的兴起与发展

1. 清末时期

相比于展示设计在西方的发展历程,我国真正意义上的展示设计历史是短暂的。传统的展示文化多显示于店面招牌、旗帜等商业招揽之中,手段也比较单一。直到清朝末年,西方文化

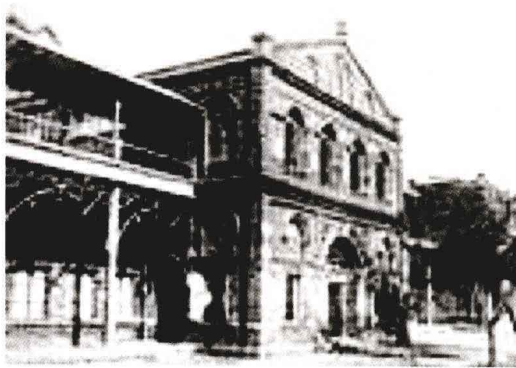


图1-5 南通博物苑遗址

及商业理念的输入,近代中国才陆续在上海、天津、广州等一些通商城市中出现了霓虹灯、店面橱窗、路牌广告等新的现代商业展示形式。商业广告、商业展示以一种新生事物的形象,伴随着商品竞争走入寻常百姓的日常生活。除此之外,已在西方社会普及的博物馆、展览会也被移植进中国社会,并逐渐被人们接受。1905年,晚清状元张謇在南通创办了中国第一所博物馆——南通博物苑,建成之初,博物馆占地35亩,由展馆、植物园和动物园组成,展馆由近代建筑师孙支厦设计,为英式洋房的建筑样式,藏品分天产、历史、美术、教育四部分,主要陈列于南馆、北馆等展馆内,而大型文物标本则展示于室外,图1-5所示的是留存至今的南通博物苑遗址。苑中广植花草树木、养殖珍禽鸟兽,与室内展品相呼应,营造出一种高雅精致而又轻松闲适的中西合璧的展示氛围。这种馆园结合的展示特色,是西方博物馆与中国古典园林完美结合的设计产物,也体现了张謇独到的“设为庠序学校以教,多识鸟兽草木之名”的博物馆是学校教育后盾的创办公念。清朝末年,国内对日本自明治维新之后迅速发展的国力尤为震惊与羡慕,特别是甲午战争后,社会民族危机不断加剧,中日两国国力发展日渐悬殊,使朝野上下对振兴工商业的“商战”呼声日渐强烈。当时的北洋大臣袁世凯认为,“西人赛会为商务最要关键,为工艺第一战争。”而“中国不兴商务则已,中国而兴商务必自赛会始。”至此,中国掀起了一股兴办“赛会”



图1-6 天津劝功所建筑遗址



的热潮。1906年,在成都举办了成都商业劝工会,这是近代中国最早的商品博览会。当时的四川总督锡良在开会训词中称:“今日为成都第一次商业劝工会开会之日,即川省工商业发达之第一日也……蜀居僻远,提倡斯举,旁观私计或恐先时。”同时他还称博览会在当时中国“南北各省皆未有之也”。

此后,1907年天津商务总会主办了天津劝工展览会。图1-6为举办天津劝工展览会的天津劝功所遗址,这是我国近代史上第一座商品展览馆。1908年上海总商会举办了上海南市劝业会。1909年,湖广总督陈夔龙在武汉倡办了劝业奖进会,此次展会与之前的展会最大的不同是,设立了直隶、湖南、上海、宁波四个展馆,除展览本省工商品外,还展出外地商品,展会规模盛大。1910年6月至11月,南京举办了南洋劝业会,这是中国最早举办具有国际性质的博览

会的雏形。同时还附带举办了一次进行现代体育项目比赛的体育赛会,即“中华全国学校分区运动会”,后来此次运动会被中华民国政府追认为第一届全国运动会。据专家考证,南洋劝业会和体育赛会的举办地点在今天的南京玄武门一带,占地约200余亩。全国大部分省份都参与展会,还有来自南洋的华侨和英、美、日、德等国家的商家赴会,这是清末规模最大的全国性的展览会。图1-7为南洋劝业会门楼造型。



图1-7 南洋劝业会门楼造型

2. 民国时期

标榜西方民主思想的民国政府成立之后,西方教育体系与文化理念成为中国社会主流文化,博物馆、展览会得到迅速的发展。1912年在北京国子监成立的历史博物馆筹备处(中国历史博物馆前身),是我国最早筹备的第一座公立博物馆。1914年在北京开放的古物陈列所是中国最早建成的公立博物馆。从1920年起,民国政府在全国开始营造博物馆和展览馆,并将收回的明清皇宫及皇家园林向公众开放。1914年,随着北京中央公园的开放,其他前清的皇家园林、坛庙相继对公众开放。1925年10月10日,经过一年的紧张筹备,故宫博物院正式成立。1928年,北伐战争取得胜利,南京国民政府派员入京。颐和园被南京国民政府内政部接收,8月15日交北平特别市政府进行管理。颐和园完全脱离了皇家管理,正式成为国家公园。在1934~1937年间,民国政府还分别建成了青岛水族馆、上海博

物馆和南京博物院,如图1-8为一组民国时期建造的博物馆。北伐胜利后,政局相对稳定,为抵抗洋货,推行国货,发展民族工业,1928年,民国浙江政府决定筹办西湖博览会,并为博览会专门兴建了展览馆——西湖博览会工业馆,这是我国最早的展览馆,这座中国最早的展览馆为长度约50米,南北宽度约35米,总建筑面积达2200平方米呈长方体的建筑物,建筑物中部为方形天井,从空中鸟瞰,就像是一个巨大的长方形“口”字,故也称“口字厅”。同时政府还修建了用于博览会开闭幕式的大礼堂与连接孤山和北山路的博览会桥,后大礼堂与博览会桥被毁。1929年6月6日,西湖博览会开幕,这是中国会展史上第一个全国规模的大型综合性博览会,共开设了八馆两所。除展出普通工商品外,还展出了飞机、舰船模型和活动火车头等大型展品。展会跨时4个月,参观人数总计达2000余万。1929年的西湖博览会不仅在全国产生了深远的影响,同时也是当时国际上具有很大影响力的展览盛会,有人将之比作与1893年的“芝加哥博览会”、1900年的“巴黎博览会”、1927年的“费

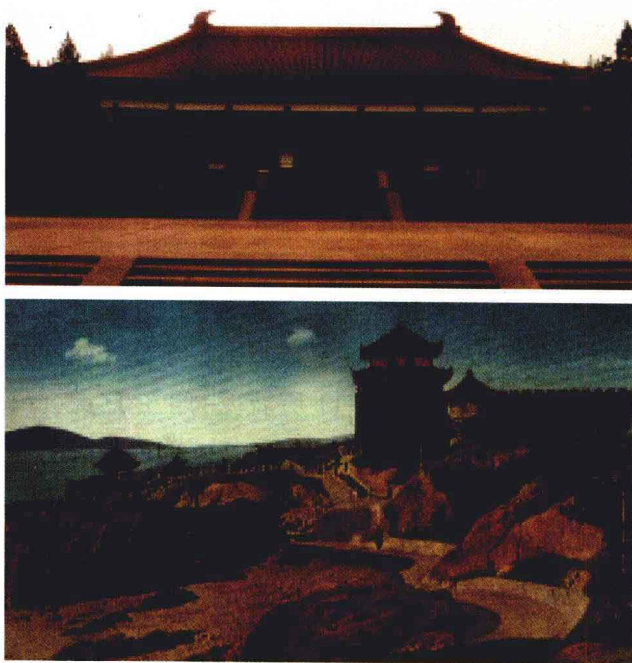


图1-8 民国时期建造的南京博物院与青岛水族馆

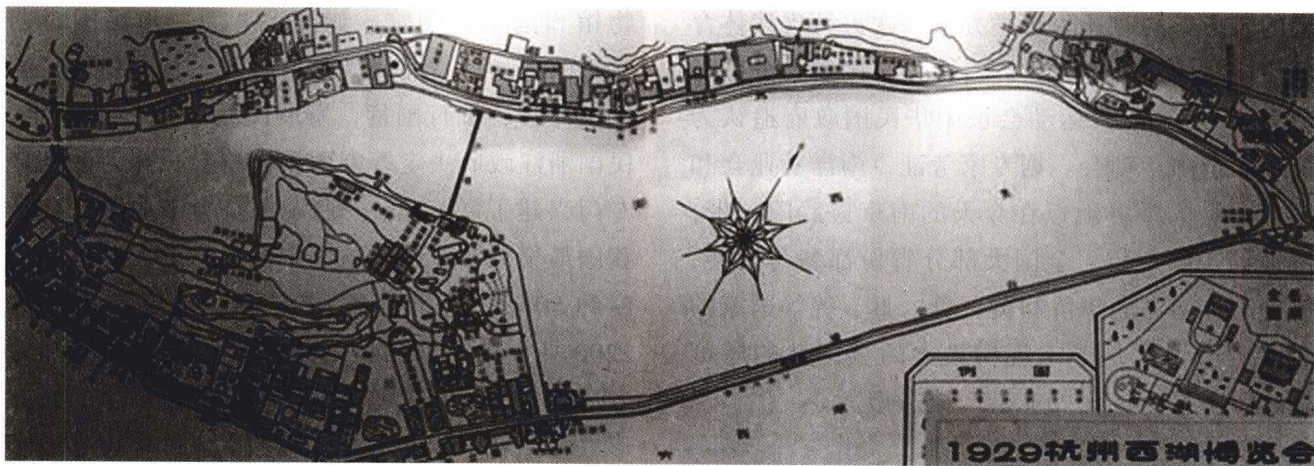


图1-9 1929年杭州西湖博览会

城博览会”相齐名的博览会，并称其为国际性的盛典，图1-9所示为1929年杭州西湖博览会的规划平面图。

3. 新中国时期

新中国成立后，各行各业百废待兴，中央政府很重视对博物馆的建设，各省、市、地区都兴建了许多大型的博物馆与科技馆，这为展示设计的发展奠定了很好的物质基础与设计空间。而展览业的发展更是深刻地记录着新中国政治和经济的变迁，同时，也为新中国的展示业培育了一批设计人才。在新中国成立近一年半的时候，我国首次组团参加了“莱比锡春季博览会”，这标志着新中国展览业发展的开端。1957年，在广州举办的“第一届中国出口商品交易会”（广交会），对新中国会展业的发展具有深远的意义，到2011年春季，广交会已举办109届，这是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会，号称“中国第一展”，也是世界第三大展览会，它也见证了新中国展示设计的从无到有。图1-10、图1-11所展现的正是广交会由青涩到相对成熟的发展历程。改革开放后的30多年，是新中国展览业蓬勃发展的时期。1978年，中国贸促会在北京成功举办了“十二国农业机械展览会”，这是新中国成立以来中国首次举办国际博览会，标志着新中国展览业由“单国展览时期”向“国际展览时期”的过渡。1984年，

在北京建成的中国国际展览中心，是北京20世纪80年代十大著名建筑之一。而从20世纪90年代中期开始，中国许多城市都将会展业作为当地的支柱产业来发展，在中国许多大城市都陆续修建了大型的展览中心，中国会展业进入了迅速发展的阶段。1993年，中国国际贸易促进委员会以国家名义正式向国际展览局申请入会，并于同年12月正式成为国际展览局信息委员会会员。1999年，中国首次成功举办昆明世界园艺博览会，反响热烈。2010年上海首次成功举办了综合性世界博览会，让世界看到了中国的发展与力量，也让我们感受到了展示设计的魅力。目前全国除西藏外，各省市都有了自己的展馆，并且，越来越多的省份提出要大力发展展览业。所有这一切都说明中国会展具有广阔的发展前景，也预示着展示设计在中国具有很大的发展平台与空间。



图1-10 第一届中国出口商品交易会



图1-11 广交会新展馆建筑

1.3

展示设计的特点与范畴

展示设计是一个集多种设计于一身的综合性设计，同时也是一项理性设计，具有很强的目标性、科学性、公众性和实用性。设计必须在统一的规划下进行，有明确的主题。设计本身永远是配角，设计者必须时刻把握设计的主线即展示对象，并围绕这个主题，从空间排列、形象塑造到平面的刻画，层层展开，相互映衬，设计本身的形象并不能作为设计最终的目标，而要以突出展示对象为宗旨，这也是展示设计区别于其他设计的最大特点。

作为一门边缘学科，展示手法各种各样，展示内容五花八门，展示形式也是千变万化，人们对它有多样的理解，就目前常能接触的展示设计而言，我们通常可将之粗略地分为：展览展示、商业展示、景点展示和庆典展示四大类别。

1.3.1 展览展示

展览展示是展示设计最主要的设计内容，广义地讲，展览展示包含会展展示、博物馆展示与

美术馆展示三大部分。

但从狭义的方面，展览展示的分类就比较多。

1. 按展示的动机来分，可将展示活动具体归纳为观赏类（博物馆、美术馆等）、教育科技推广类（以宣传教育和科技成果为主导的展示活动）、交易类（各种展销会和商业展示活动）、指示类（各种景点的指示）。

2. 按展示的规模来分，可将之分为大型展示（如世界博览会、广交会等）、中型展示（如某项行业全国展等）、小型展示（如某些企业自备的产品展示厅等）。

3. 按展示的方式来分，可以归纳成实物类、图片类、文字类、样本类、综合类等展示类型。

4. 按展示的地点来分，则有地方性展示、全国性展示和国际性展示等。

5. 按展示时间来分，可分为长期固定展示（博物馆类）与短期展示（交易会展示、美术馆展示等）。

6. 按展示的表现形式来分，则有动态展示与静态展示、活体展示与标本展示、室内展示与