

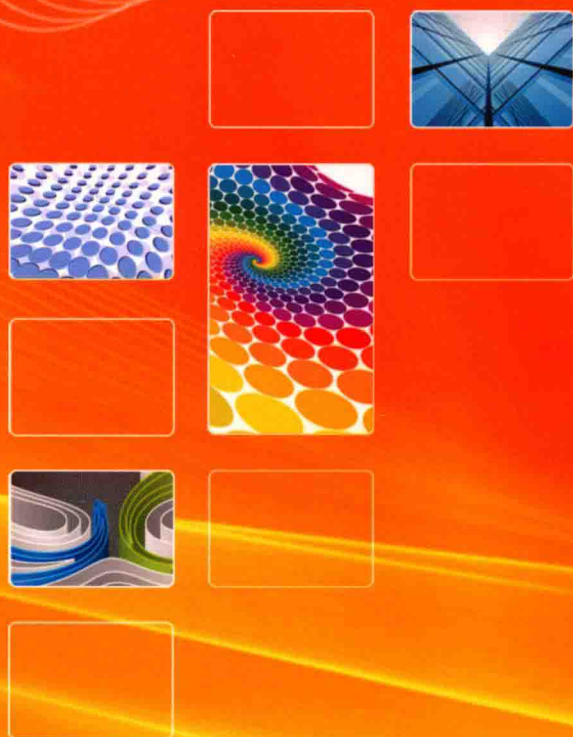
高等院校会展类“十三五”规划教材
全国会展业产学研合作联盟推荐教材



展示工程设计 与实操

EXHIBITION PROJECT DESIGN AND OPERATION

王新生 邓创造 应文心 著



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

高等院校会展类“十三五”规划教材
全国会展业产学研合作联盟推荐教材

展示工程设计与实操

EXHIBITION PROJECT DESIGN AND OPERATION

王新生 邓创造 应文心 著



撰写单位：广州波锴展览设计有限公司

参写单位：展徒展示设计培训机构

广州会展威客网络科技有限公司

广州毕加展览服务有限公司

广州加索展览工程有限公司



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 简 介

《展示工程设计与实操》是王新生教授团队原创的“展示工程实务系列丛书”中的一本，全书共九章，主要讲述展示工程的设计与实际操作。王新生教授以三十多年的展示工程实践与数十年的授课经验为基础，向读者传达了展示设计学科的基础知识和展示工程设计的必备技能。

本书是展示工程设计从入门到精通的技术类书籍，对于了解展示设计理论基础及计算机作图方法，了解展示工程的设计流程与思维方法，学习展台、展厅及其他展示工程的设计、制图、竞标等，给予了指导。

本书分为四大部分，分别是理论基础、软件操作、沟通技巧、案例分析。理论基础介绍了关于展示的相关知识及展示空间设计的流程、方法等，其中包括人机工程学、设计三大构成等设计方面的基础知识；软件操作立足于展示设计学科之上，详细介绍了展示设计学科必备的几种软件操作技能；沟通技巧所讲述的是与客户沟通时，如何能够更好地根据客户的要求，做出相应的、合适的设计，为展示设计师提供了很好的建议；案例分析从设计背景、设计理念、软件操作、工程制作及展台展厅设计、展台搭建等方面对经典案例进行剖析，进一步全面讲述整个设计流程和思维方法。本书注重理论与实际相联系，系统、完整地阐述了展示设计学科在应用中的基础知识，内容充实、架构合理、条理清晰。本书可以作为高等院校会展、展示、环艺设计专业的教学用书及其他相关专业的参考书，也可作为企业培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

展示工程设计与实操 / 王新生, 邓创造, 应文心著. — 武汉: 华中科技大学出版社, 2017.7

高等院校会展类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5680-2743-4

I. ①展… II. ①王… ②邓… ③应… III. ①展览会 - 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(2017)第 076686 号

展示工程设计与实操

Zhanshi Gongcheng Sheji yu Shicao

王新生 邓创造 应文心 著

策划编辑: 曾 光 彭中军

责任编辑: 段亚萍

封面设计: 揭红娟

责任监印: 朱 玢

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话: (027) 81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编: 430223

录 排: 武汉正风天下文化发展有限公司

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 880 mm × 1230 mm 1/16

印 张: 9.5

字 数: 296 千字

版 次: 2017 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 59.00 元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

序言

ZHANSI GONGCHENG SHEJI YU SHICAO

XUYAN

展示工程在我国起步相对较晚，但现已处于蓬勃发展状态。对展示工程的学习和研究是发展会展业之所需，是基础性工作。当前，商业的发展和经济形态的转变给展示工程带来了多方面的影响。在这些影响下，我国高校展示专业开设的范围相对较窄，速度较缓慢，以致优质教材短缺，专业理论和学习方法杂乱，跟不上展示专业的发展步伐。所幸在此同时，我国展示专业的研究者们产生了对展示研究的自觉。他们搜集实物，考察过往，用严谨的治学精神，立足于我国展示特色与国际展示发展趋势，寻求新的突破，取得了可喜的成果。

有三十多年展示从业经验的王新生同志，执教数十年，是多个院校的特聘教授，在专业上获得了多个奖项，累积了丰富的展示实践经验和会展教学经验，是资深实战派会展专家和公认的优秀教师；广州波锴展览设计有限公司的总经理邓创浩先生，十二年来一直专注于展示设计行业，创办了展徒展示设计培训机构，对于展示设计的行业标准和规范以及展示专业的研究和造诣，都处于行业的领跑地位；应文心老师是从事展示专业教育的一线教师，长期与学生共处，从硕士研究生时期开始，就坚持不懈地对展示专业的理论和实践进行学习和探索。他们共同努力，合作完成本教材，成就显著。这批作者中既有业界开拓者，又有学界教育者，他们凭借深厚的专业基础和实践经验，提供了更加丰富全面的资讯、更加深入浅出的教学理念，以及与设计和技术实践更加契合的经验，从设计三大构成类基础到计算机实操都有所涉及。他们注重理论基础的学习，更强调实操的重要性，这使得本教材呈现出了不同寻常的活力，适应了新时代的需求，也推动了国内展示专业教育的发展。

我国展示工程与设计传承了我国两千余年的文化，又与当代商业的发展紧密联系，力图形成一个非凡的艺术系统，以体现我国的文化、艺术、商业及国力之水平。本教材发扬了我国展示工程与设计的优秀传统，是一部资料翔实、图文并茂、内容实用、操作性强的教材。因此，我很乐意将它介绍给广大读者，并衷心希望这本教材能在相关课程的教学发挥积极作用，对读者的实际工作有所裨益。希望本教材能够增加读者对展示专业的学识与兴趣，使他们的创造力发挥出来，促进展示设计研究的发展。

谨以此序向展示专业的教育与实践工作者们表达敬意。

陈泽炎

2017年4月12日

目录

ZHANSI GONGCHENG SHEJI YU SHICAO

MULU

第 1 章 展示工程与展示设计概况	(1)
1.1 展示的发展脉络	(2)
1.2 展示的社会背景和时代特征	(3)
1.3 展示的目的和展示设计的作用	(3)
1.4 展示设计的意义和前景	(4)
第 2 章 展示空间的适用性和美感	(7)
2.1 展示空间的尺度关系	(8)
2.2 展示空间的形式美感	(12)
第 3 章 展示空间的布局	(21)
3.1 展示空间的组织规划	(22)
3.2 展示设计的元素运用	(27)
3.3 展示空间的视觉焦点设计	(29)
第 4 章 展示设计手绘表现	(35)
4.1 展示设计手绘表现概述	(36)
4.2 手绘表现基础训练	(40)
4.3 手绘草图设计步骤	(43)
第 5 章 3ds Max 软件操作	(45)
5.1 3ds Max 软件介绍	(46)
5.2 3ds Max 界面介绍	(48)
5.3 3ds Max 建模案例	(51)
5.4 3ds Max 材质设置	(73)
5.5 3ds Max 摄像机设置	(76)
5.6 3ds Max 灯光设置	(77)
5.7 3ds Max-VR 渲染设置	(80)
第 6 章 其他重要软件	(83)
6.1 CorelDRAW	(84)
6.2 CAD	(96)
6.3 Photoshop (PS)	(98)

第 7 章	展示设计模型制作	(103)
7.1	展示设计模型制作概述	(104)
7.2	实用模型制作材料与工具介绍	(105)
7.3	实用模型制作流程与方法	(105)
7.4	模型成品实例	(107)
第 8 章	展示设计的一般流程和沟通技巧	(109)
8.1	展示设计的一般流程	(110)
8.2	展示设计的沟通技巧	(111)
8.3	设计师的良好心态	(113)
第 9 章	经典展示案例解析	(115)
9.1	案例一 广东星微五金展台设计方案	(116)
9.2	案例二 御捷电动汽车展台设计方案	(119)
9.3	案例三 中国信息化教育展湖北展位设计方案	(121)
9.4	案例四 世纪互联广州科技城机房预售中心项目	(125)
9.5	案例五 中国首届高校舞台空间艺术作品展展厅设计	(130)
9.6	案例六 优秀展台设计案例欣赏	(135)
参考文献		(145)
后记		(146)

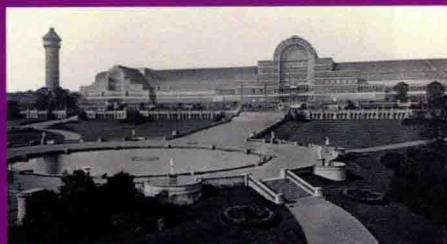
二维码资源目录

二维码对应资源	章	页码
铅笔打型	4	(43)
定稿	4	(43)
明暗设计	4	(43)
上色	4	(43)
3ds Max 安装	5	(47)
3ds Max 界面介绍	5	(49)
3ds Max 基本操作	5	(49)
18 m² 两面开方案建模视频	5	(52)
18 m² 三面开方案建模视频	5	(56)
24 m² 一面开方案建模视频	5	(60)
36 m² 台捷方案建模视频	5	(64)
54 m² 尚朵方案建模视频	5	(68)
150 m² 福乐门方案建模视频	5	(71)

第 1 章

展示工程与展示设计概况

SZ HANSHI
GONGCHENG
SHEJI **YU**
SHICAO



学习目标

- (1) 了解展示的发展脉络。
- (2) 了解展示的社会背景和时代特征。
- (3) 理解展示的目的和展示设计的作用。
- (4) 理解展示设计的意义。
- (5) 知晓展示设计的前景。

1.1

展示的发展脉络

展示的根本意义在于传递信息，最早在原始的宗教活动中就出现了。在远古时代，人们在与自然相处的一系列活动中，如图腾崇拜、祭祀、祈祷等，展示作为一种传达意念的形式，就已经存在。人们发明图腾，建造祭台、庙宇等，把对神的崇拜刻在工具上、山洞内、庙宇里，这就是最早的纪念馆或者说是博物馆展示。随着历史的前进、商品交换的出现，开始出现集市和摊位，人们把自己的剩余货品摆放其上，形成最早的商品展示。后来经过漫长的历史发展，展示艺术随之产生。

当时的人们虽然有了展示的意识，但是展示仍然没有被当作一个独立门类来区别对待。从 15 世纪开始，欧洲举办了多次大型的博览会。直到 18 世纪之后的很长一段时间，展示才逐渐作为一个门类被大家所知晓。其中最具有代表性的，是 1851 年英国在伦敦举办的首届世界博览会（也称万国工业博览会）的展示馆——约瑟夫·帕克斯顿设计的由钢铁和玻璃组成的水晶宫（见图 1-1），轰动了当时整个社会。水晶宫不但是指向未来建筑设计的一个重要标志，也是展示设计的一个里程碑。它是世界上第一座采用金属和玻璃建造的展馆，体现了工业革命的伟大成果。英国的万国工业博览会终于拉开了现代展示业的序幕，与各国陆续开展的博览会一起，推动着展示的发展，展示以及展示设计走上了历史的舞台并蓬勃发展起来。

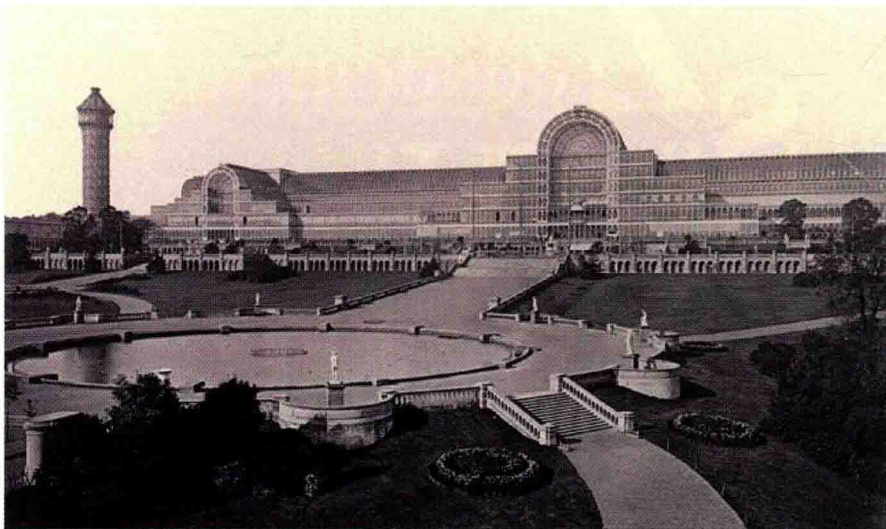


图 1-1 水晶宫

1.2

展示的社会背景和时代特征



随着社会的发展,21 世纪的今天,商品日益繁多。为了达到商品销售的目的,商品的展示陈列的重要性也逐渐显现出来,陈列方式也发生了巨大的变化。以交易为目的的各类展览会在全世界范围内越来越多,展示设计也变得越来越多样化、专业化(见图 1-2)。科技的发展给人们的生活带来了许多改变,网络、手机等现代化科技的运用不但便利了我们的生活,也给展示的发展带来了更大的空间。

在物质生活已经得到极大的改善和满足的 21 世纪,人们更加注重追求精神生活——美与艺术。艺术作为高于生活的精神层面,在生活的方方面面都可以体现。从城市环境的完善,到小工具的适用度和外观美,都成为人们生活中的一部分。人们的审美能力越来越高,对美的、有思想的东西的要求也逐渐上升。商业展示也是如此,这使得为展示提供设计显得尤其重要。

各国在文化类展示方面都体现出高投入、长期化的趋势,人力、物力的大量投入以及最新科技成果的运用,将展示推向了更高的地位。展示朝着更专业、更实用的方向快速发展。

展示是一门综合性学科,同时也是一个随着时代的发展而不断进步的依托于经济的领域。现代展示富于多元化、人性化、趣味性、体验性特征,将咨询、传播、观光、娱乐、交流等功能融入其中,通过一系列的展示引导,达到商贸合作、引导潮流、传达信息、传播文化等目的。随着科学技术的不断发展,将会有越来越多的新科技、新材料、新工艺、新能源用展示的方式呈现出来,并从展示扩散到生活中去。



图 1-2 熙熙攘攘的参展人群

1.3

展示的目的和展示设计的作用



1.3.1 展示的目的

ONE

展示是一种有目的性的行为。商业展示的目的是促销,是为商家赢得利润而进行的最直接、最有效的宣传。

博览会、博物馆等展示活动，其目的是扩大影响，取得良好的社会效益。因此，展示活动是一项以高效传递信息和接收信息为根本宗旨的活动，它体现了展示活动主体（展出者和观众）之间相互交流、相互沟通的愿望。

1.3.2 展示设计的作用

TWO

展示设计的作用是更好地帮助展示活动组织者和展出者达到信息传播的目的。也就是说，从展示的角度来看，展示设计的目的并不是展示本身，而是通过设计，运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置等手段，创造一个富有艺术感染力的展示环境，并通过这一环境，有计划、有目的、合乎逻辑地将展示的内容展现给观众，力求使观众接受设计者所要传达出来的信息。

1.4

展示设计的意义和前景



现代展示活动以其独有的开放性、参与性和形象性而成为人们乐于接受的一种教育方式，博物馆展示在这方面尤为突出。人们在参观的过程中，不知不觉地接收着历史、地理、自然、人文、科技等诸多方面的信息，对工作、生活、学习产生积极、有益的影响。各大博览会对传播社会文明、人类文明及普及科学知识起到了良好的作用。可见，对于参观者来说，展示设计具有教育意义。

历届国际与国内的博览会、展览会、展销会可以说明，展示活动已经成为国际贸易的重要组成部分，成为国家之间、企业之间相互沟通的文化桥梁，成为新技术、新产品推广的良好场所。从中我们不难看到，展示设计具有促进贸易发展的意义。

展示设计还能够促进科技进步。参加过展示会的人都会有这种感觉，每次展示会展示的都是当今最新科技成果，参展的国家、企业都是以最好、最新的产品来展示自己的实力。许多国家及企业通过展览、参展，互通有无，取长补短，从而推动了人类科技水平的进步。

展示活动周期短、收效大，一些城市兴建各类展览馆，吸引世界各地的企业、厂商前来参展，无形中提高了当地的知名度和影响力，同时带动了相关行业的发展，从而对国家和地方的经济建设起到一定的作用，具有促进地方建设和经济发展的意义。（见图 1-3）

展示设计是把视觉传达和产品设计融合在一起，以环境设计的方式来表现出来的。由此可见，展示设计是一个人为环境的创造，实质上是一门空间与场地的规划艺术，是在人与物、人与人、人与社会之间创造一个彼此沟通的空间结构，是塑造出来的一个以整体性和独特性为特征的展示活动艺术形象。

随着社会经济的飞速发展，我国展示业虽然起步较晚，但近 20 年来，社会已经普遍认识到这一新兴行业的重要性。现代展示业已经成为一个不可或缺的产业，展览会仍然在迅速发展，给商业贸易带来巨大商机，商业贸易的发展又进一步推进了展示设计的发展。各大城市纷纷建设博物馆、文化馆以及会展场馆，争相举办各类展示活动以推广城市形象、促进城市繁荣，我国的展示业已经呈现出一片欣欣向荣的良好态势。较之展示业发展的形势，展示人才的短缺已经成为制约我国展示业发展的瓶颈，展示设计专业人才的培养越来越重要。随着展示业的发展，



图 1-3 参展者扫描二维码促进商品交易

我国的展示业终将与国际接轨，规模、效益以及质量方面都将有一个迅猛的发展，展示设计的前景是非常广阔的。

【思考题】

- (1) 简要说明展示的发展脉络。
- (2) 现代展示的社会背景和时代特征有哪些？
- (3) 展示的根本目的是什么？展示设计有什么作用？
- (4) 展示设计有什么意义？

实训模块

【实训目标】

通过对历届世界博览会（简称世博会）的资料收集，进一步了解展示的发展脉络，熟悉展示的发展方向和时代特征。

【实训项目】

收集每一届世博会的资料，了解其举办国家、规模、主题以及代表展馆等相关内容。

【实训任务】

- (1) 收集资料。
- (2) 将资料进行整理。
- (3) 设计成不少于 18 页的 PPT。

【实训要求】

- (1) 个人独立完成。
- (2) 收集的世博会资料要具有代表性和进步性。
- (3) 资料整理规范要求。

① 封面文字内容：名称“展示基础之世博会”，学院 LOGO，学院名称，系名，年级，指导老师，学生姓名。

② 内页文字内容：按照世博会时间先后顺序将各展会代表展馆和进步的表现列出。

- (4) 整体要求：图文结合，条理清晰，美观。

【实训考核】

实训考核以过程评价与结果评价相结合，针对项目关键环节实施重点考核。按专业具体考核评分标准如下。

- (1) 管理专业：PPT 内容整理 50 分，PPT 汇报总结 50 分。
- (2) 设计专业：PPT 内容整理 50 分，PPT 汇报总结 30 分，PPT 文件设计 20 分。

第 2 章

展示空间的适用性和美感

S Z HANSHI
S GONGCHENG
S HEJI Y U
SHICAO



学习目标

- (1) 掌握展示空间的尺度关系。
- (2) 掌握展示空间的心理尺度。
- (3) 理解形式美法则及其运用。
- (4) 掌握空间上的构成美感。
- (5) 掌握平面上的构成美感。
- (6) 掌握展示空间的色彩美感。

2.1

展示空间的尺度关系

人们在展示空间内各种工作和活动范围的大小,是确定展示空间尺度的重要依据之一。对于展示空间的尺度关系的研究,要立足于对单个人体尺寸的研究之上,了解清楚最基本的人体活动尺寸,才能够根据人体活动尺寸确定展示空间的尺度以适应人们的需求,如图 2-1 和图 2-2 所示。设计者在设计展示空间时,对空间的尺度关系有了正确的决策,就能够设计出最佳的展示环境以提供适应人们所需的最佳物理环境。

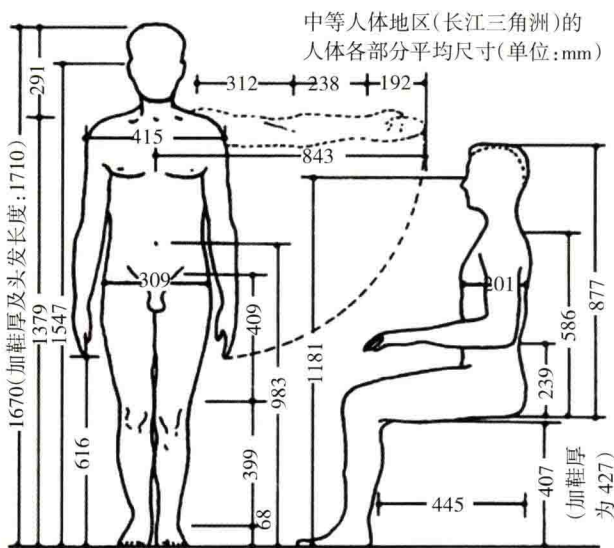


图 2-1 男子活动尺寸(网上图片)

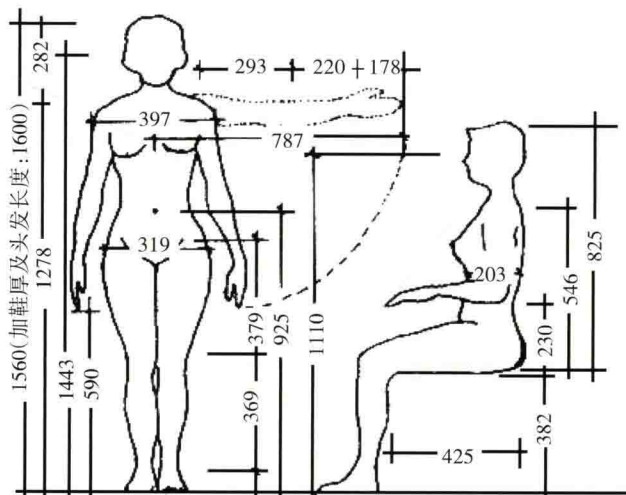


图 2-2 女子活动尺寸(网上图片)

人机工程学的研究表明,人体的最佳视觉区域是在水平视线高度以上 20 cm 与以下 40 cm 之间的 60 cm 宽的水平区域。按我国成年男子平均身高 167 cm 计算,视高为 154.7 cm;成年女子平均身高 156 cm,视高为 144.3 cm。两者平均视高约为 150 cm,其最佳视觉区域为 110~170 cm。这一数值区域可视为黄金区域,展示设计陈列高度在此区域中较易获得良好的视觉效果,如图 2-3 所示。

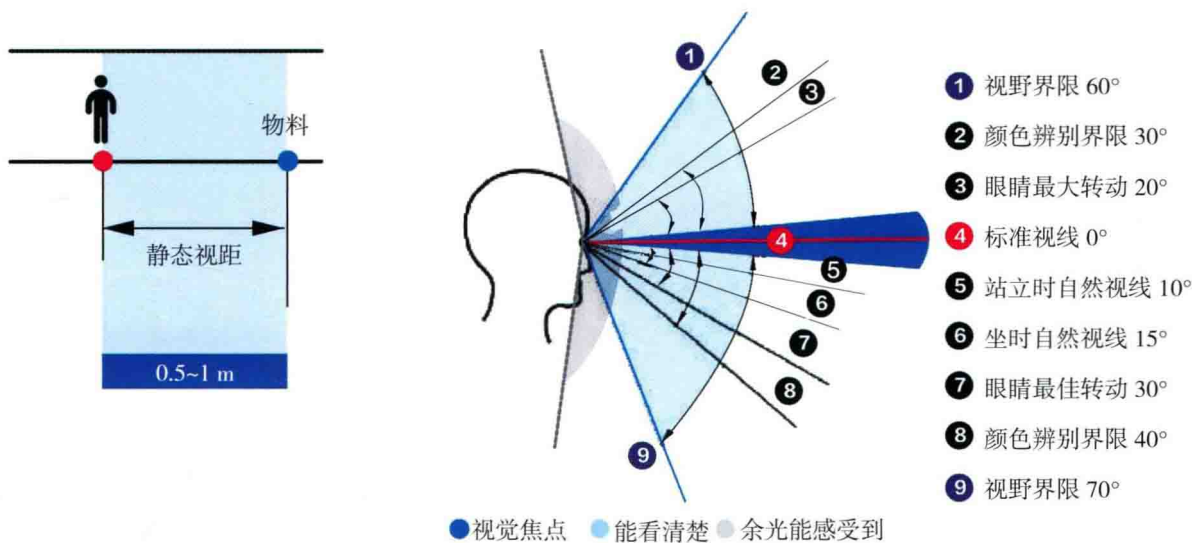


图 2-3 视野分布图(网上图片)

从整体来看,在展示空间中,展品或展具所占的面积占展地总面积的40%为宜。如果超过展地总面积的60%则显得拥挤。当展品面积较大时,陈列密度要小,否则会对观众产生压迫感,不利于观众产生愉悦的心理感受,也会造成一定程度的拥堵。

展示设计中的基本尺度主要包括三个方面的内容:一是有关通道的尺度,具体表现为一般性通道和用于残疾人通行的特殊通道,即地面上的尺度关系;二是有关展品陈列的尺度,具体表现为展厅高度和陈列高度,即空间上的尺度关系;三是参观者对周围环境的感知尺度,即心理上的尺度关系。下面我们将会从这三个方面来进行阐述。

2.1.1 地面上的尺度关系

ONE

展示设计地面上的尺度关系实际上是指陈列密度,陈列密度表现在展品及道具在其所处环境中多与少的程度。陈列密度的具体表示值是由展品及道具所占地面面积与展位或展厅面积之间的百分比显示的。一般而言,大型展示设计活动的陈列密度以30%~50%为宜,如图2-4所示;中小型展示设计活动的陈列密度不宜超过60%,如图2-5所示。



图 2-4 大型展品陈列



图 2-5 中小型展品陈列

适当的陈列密度是展示方利益和参观方权益之间的一种平衡。一方面,它在最大限度上满足展示方要求多展出、多信息传达的要求;另一方面,它维护了观众愉悦的基本权益。因此,适当的陈列密度不仅可提高展示的效率,也能使观众在轻松的氛围中观赏展品。陈列密度过大,容易形成参观人流的拥挤堵塞,使观众心情烦躁、视觉疲劳;而陈列密度过小,又会使展示空间显得空旷、乏味,空间利用率过低,影响展示组织者和参展者的经济效益。

陈列密度还与场馆的空间跨度、净高有着直接的关系,同时受到展示设计形式、参观的视距、展品的陈列高度、展品的大小、展示设计规模以及观众人数等因素的影响。总体来说,展示空间宽敞时,陈列密度可大一些;展示空间低矮时,陈列密度应减小。当展示形式是实物模型时,陈列密度应减小;当展示形式是展板、图片时,陈列密度可增大。当客流量较大时,陈列密度应减小;客流量较少时,陈列密度可增大。(见图 2-6 和图 2-7)



图 2-6 陈列密度一

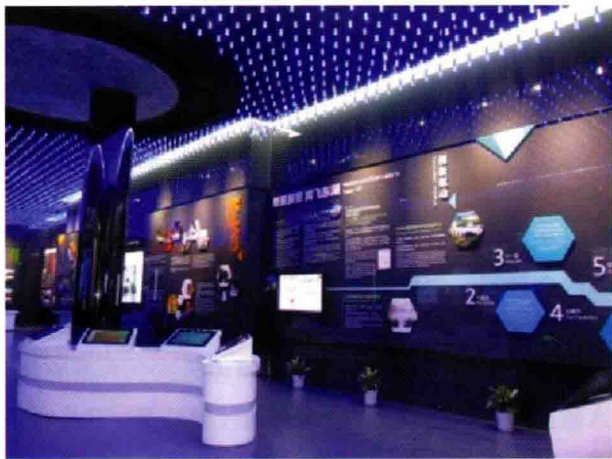


图 2-7 陈列密度二

2.1.2 空间上的尺度关系

TWO

1. 展厅高度

展厅净高不得低于 3 m, 过低会让人产生不适感。以博物馆为例, 博物馆展厅的建筑层高与展厅面积的大小、展品的体量有着密切的关系。一般来说, 展厅面积大, 层高应该高一些。面积与高度的比例保持相对协调, 不仅使观众有一个舒适的空间感觉, 同时有利于保持较好的空气质量。另外, 展厅的高度应与展品的体量特别是展品的高度相适应, 如大型的恐龙标本、人物造像等展品, 需要较高的展厅空间。(见图 2-8)

2. 陈列高度

通常情况下, 地面以上 80 cm~250 cm 之间为最佳陈列视域范围。上节提到的 110 cm~170 cm 区间的高度范围为黄金区域, 可在此范围内设计重点陈列, 以引起观众的注意。距地面 80 cm 以下的空间可作为大型展品如机械设备、汽车等展品的陈列区域; 距地面 250 cm 以上空间, 可作为大型平面展品如壁挂、壁毯、纺织品、大型喷绘作品等的陈列区域。根据人体的标准身高, 展板和隔断墙的高度一般为 2.2 m~2.4 m。展示设计陈列高度是指展品或版面与参观者视线的相对位置。当然, 如果展品本身需要参观者采用仰视或者俯视的角度来看的话, 也可以与展品特性结合起来设置展品位置的高低, 如灯具的展示可以高挂, 盆栽或扫地机器人等展品可以直接摆放在地面上。

在一般情况下, 展示设计中将离地面约 60~190 cm 的水平区域称为展品的有效陈列区域, 这是一个能被观众主动注视的范围; 距地面 60 cm 以下、190 cm 以上的区域是观众不易注视、接触的区域, 如图 2-9 所示。



图 2-8 陈列高度



图 2-9 陈列区域示例

在实际应用中,距地面 60 cm 以下的区域常作为仓储空间使用;而 190 cm 以上的区域有多种用途,如导引系统的标示、广告的布置、企业形象的宣传等,但其高度一般不宜超过 250 cm。这一限定因近年来展位的大型化而被突破。因为 190 cm 以上的区域难以吸引观众的近距离目光,但能引起观众远距离的注意。这样,人们在参观时不需抬头或弯腰下蹲,人的颈椎、腰椎处于正常的活动范围之内,不会感到吃力和疲劳。

展品的宽窄、大小对人的水平视角也有影响。人们的正常水平视角为 45° 。如果展品的高度超过水平视角,在密度大的展厅中,展品的前后、左右、上下都会相互干扰,观众会因为找不到理想的观赏角度,而让自己的颈部左右摇摆及腰部来回扭动,或频繁地前进、后退,这样势必会增加观众的疲劳感。

展示设计陈列小件展品的平桌柜的桌面离地约 100 cm 左右,总高不超过 150 cm。高度相对较高的展品,展柜就相对低一些;高度相对较低的展品,展柜就相对较高。这样的设置充分考虑到了观众的最佳视觉位置。

2.1.3 心理上的尺度关系

THREE

尺度对人的心理影响是与距离密切相关的。当距离越近时,人与人的关系越亲密;当距离越远时,人与人的关系越疏远。同样,人与展品的距离颇似人与人的距离,不同的展品类型与人的距离不同,就产生了不同的展厅尺度。例如:对于家具类的展示空间来说,过大的空间很难使其保持小巧、亲切、宁静的气氛;而一些大型汽车展示或纪念性展示,从功能和艺术上讲要有庄严、博大的气氛,要有巨大的空间形体和量度。不同类型的展示空间有不同的尺度。对于人来说,展示空间除了要符合一般尺度关系之外,还应符合人的心理尺度的特性,如图 2-10 所示。

所以,把握好心理尺度对于展示设计来说是必不可少的一个方面。那么哪些心理感受会影响到空间尺度呢?从心理感受来说,并不是越开阔、越宽广的空间就越好,人们在大型室内空间中通常更愿意有“依托”的物体。比如在火车站和地铁车站的候车厅或站台上,人们并不较多地停留在最容易上车的地方,而是愿意待在柱子边,适当地与人流通道保持距离,这是因为在柱子边人们感到有了“依托”,更具安全感。

由各个界面组合而成的展示空间,其形状特征常常



图 2-10 心理上的尺度关系