

# 展示设计

蒋尚文 莫钧 编著

现代艺术设计系列教材

中南大学出版社

展示艺术是以科学技术和

艺术为设计手段，

并利用传统的或现代的媒体

对展示物及展示环境

进行系统的策划、创意、

设计及实施的过程。



# 展示设计

蒋尚文 莫钧 编著

现代艺术设计系列教材

中南大学出版社



### 图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 蒋尚文, 莫钧编著. —长沙: 中南大学出版社, 2004.8

ISBN 7-81061-949-7

I. 展... II. ①蒋...②莫... III. 陈列设计  
IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 086669 号

### 展示设计

蒋尚文、莫钧 编著

---

☐ 责任编辑 谢贵良

☐ 出版发行 中南大学出版社

社址: 长沙市麓山南路 邮编: 410083

发行科电话: 0731-8876770

传真: 0731-8710482

☐ 经 销 湖南省新华书店

☐ 印 装 湖南新华精品印务有限公司

---

☐ 开 本 787×1092 1/16 ☐ 印张 4.5 ☐ 字数 141 千字 ☐ 插页: 16

☐ 版 次 2004 年 8 月第 1 版 ☐ 2004 年 8 月第 1 次印刷

☐ 书 号 ISBN 7-81061-949-7 / J·020

☐ 定 价 16.00 元

---

图书出现印装问题, 请与经销商调换

# 现代艺术设计系列教材

## 编写委员会

学术顾问 朱训德

主任 何辉 蒋尚文

副主任 陈鸿俊 罗星源 丰明高 刘永东

委员 (以姓氏笔画为序)

丰明高 邓水清 刘永东 刘兆明

安吉乡 何辉 李杰 陈鸿俊

陈新 罗星源 周海清 周鼎

郁涛 赵小林 赵敏 杨友妮

莫钧 蒋尚文 曹大勇 黄宛萍

彭泽立

中国工艺美术史

设计概论

现代构成

设计色彩·静物写生

设计素描

基础图案

字体设计

现代摄影教程

广告设计

标志设计

展示设计

企业形象识别设计

新概念水粉风景写生

计算机辅助设计

毕业设计与毕业论文写作指导

# 总 序

现代设计的步伐随着社会和经济的发展日益加快。顺应时代的需求,设计艺术教育也以前所未有的速度在发展,这使我国在设计艺术教育的整体水平上有了较大幅度的提高。但由于现代设计教育在我国起步较晚,底蕴不足,发展无序,设计艺术教育的课程体系和教材建设令人担忧,全国各个设计艺术院校的教学计划与教学内容还不完善。通过教材建设使课程内容与社会需求相结合,并对课程体系中存在的问题进行调整不失为好的办法,特别是在当前各种教材、教科书,甚至所谓的专著泛滥,但适用性不强的情况下尤有必要。

对高等设计艺术教育而言,当务之急是调整 and 把握设计艺术人才培养的目标、方式和途径,努力使培养出来的人才符合和满足社会的实际需要。一方面,教学水平与教学质量的提高需要一套完整、规范的系列化教材;另一方面,由于高校设计艺术类在校生,经过专业测试后进入大学,他们对设计艺术学科领域的认识往往局限于应试需求,缺乏对设计艺术学科的全面理解,缺乏对设计艺术实践性与创造性的理解,教材要使学生在学习理论与应用上有一个质的飞跃。这正是我们组织编写这一套高校设计艺术类教材的初衷和编写思路。

延续这一编写思路,我们在编写时以必需、够用、实用、创新为原则,力求体现设计艺术类教材的特点,深化对实用技能知识的理解,跳出传统教材固有的模式。相对来说,我们想通过大量的实例与经典设计作品来提高学生对教材的理解能力和艺术修养,并由此激发出无限的创造力与想象力,同时,促使学生对技能知识的人文内涵进行全新的学习领会,使之与创造性、实践性技术手段紧密结合。

总之,本套教材集知识性、实践性、指导性与创造性一身,在知识结构、信息含量等各方面有所突破,以符合高校现代设计艺术专业教学要求。

本套教材在编写中参考了大量的资料,得到了众多同仁的支持,在此表示感谢,同时由于时间紧、任务重,在编写过程中难免会出现一些差错和不尽人意之处,恳请各位同仁批评指正,以便改正。

何 辉 蒋尚文

# 前 言

展示设计属于艺术范畴,同时也是艺术的实用表现。进入 20 世纪 90 年代,随着经济的发展和人们市场观念的增强,展示作为一种十分有效的宣传手段,在企业的经济活动中占有越来越重要的位置,这也给新兴的展示系统设计带来无限的发展机遇。特别是在我国成功举办了“昆明园艺世界博览会”以及各地的会展经济快速升温以后,展示设计显得尤其重要。

面对机遇与挑战,展示设计的教学也面临着前所未有的发展。作为教学的基础,教材是课程教学过程的知识平台。本书从教学研究与教学实践的角度出发,阐述了展示设计各方面的内容,涵盖了展示设计原理、设计方法与设计实务。同时,本书采用了文字与图示相结合的编写方式,力求通过多方面的展示设计因素拓宽课程的知识内容,让教师可以根据学生的特点来展开并有所侧重地分析与讲解,提高教材与学习过程的互动性。这些内容在教与学的两个层面体现较大程度的新观念,并且通过内容的陈述,基本构建了重点突出、条理清晰、结构合理的展示设计知识体系。

# 目 录

## 第一章 展示设计概述

- 第一节 展示设计的定义 ..... 1
- 第二节 现代展示设计的发展 ..... 1
- 第三节 展示设计原理与要素 ..... 4
- 第四节 展示设计的领域类型和特点 ..... 7

## 第二章 展示设计与人机工程学

- 第一节 人体的比例尺度 ..... 10
- 第二节 展示设计与视觉听觉的关系 ..... 14
- 第三节 展示的分布通道与展品陈列设计 ..... 17
- 第四节 展示设计中的心理因素 ..... 18

## 第三章 展示的空间设计

- 第一节 展示空间 ..... 19
- 第二节 展示空间设计方法 ..... 24

## 第四章 展示的主要专项设计

- 第一节 展示道具与陈列 ..... 25
- 第二节 展示版面设计 ..... 32
- 第三节 照明设计 ..... 39
- 第四节 展示色彩设计 ..... 43
- 第五节 橱窗设计 ..... 47

## 第五章 展示设计中的新形式

- 第一节 科技的应用 ..... 49
- 第二节 模拟现实 ..... 51
- 第三节 新材料、新工艺 ..... 52

## **第六章 展示设计务实**

- 第一节 展示施工程序 ..... 54
- 第二节 展示设计图的表现技法 ..... 55
- 第三节 展示设计模型制作 ..... 58

## **第七章 展示设计实例精析**

- 第一节 湖南省博物馆新陈列大楼 ..... 62
- 第二节 辽宁大连自然博物馆 ..... 64

## **优秀展示设计作品欣赏**

# 第一章 展示设计概述

## 第一节 展示设计的定义

展示艺术是以科学技术和艺术为设计手段,并利用传统的或现代的媒体对展示物及展示环境进行系统的策划、创意、设计及实施的过程。

因此,展示艺术也可说是一种综合媒介,并有着其他媒介不可比拟的优势。另外,现代展示艺术也是一门综合技术,它不仅结合了美术、视觉传达和造型艺术,而且广泛涉及到制造、IT、电气等现代科技行业,并以静态的、动态的和互动的手段使参观者主动地参与到展示活动中。它现场感强、直观、形象、通俗易懂、深入浅出,采用各种方法向人们传递可视的、可听的、可触摸的信息,使人们在身临其境的氛围中感受展示艺术的魅力,从而达到交流宣传、接受信息的目的。

展示艺术,以前也称为展览艺术,从展览到展示虽然只一字之差,但其内涵却发生了很大变化。我们说展览是把事物陈列摆放出来给人们观看欣赏,这是静态的和被动的;而展示却是动态地、主动地把事物表现出来,引人观看。因此,展览应理解为只是展览方表明自身主体,而展示则似乎是把自身主体和观众有机地融合起来,甚至还有一点夸张的作用。它综合地向人们展现自己的耀眼魅力,又使观众理解自己的目的,这非常符合现代社会的发展趋势。所以,这一字之差把传统的艺术带入了一个非常广泛的展示表现空间中。

## 第二节 现代展示设计的发展

在人类的发展史上,很早以前就有了现代展示设计某些范畴的陈列活动。那时的统治者和权贵利用宗教、政治等场所向人们展示自己的威严和权利。到后来,随着商品经济的发展,出现了用于产品交换和商品交易的场所,这就形成了最初的商品展示会。特别是城市功能区域的划分,更是给农、工、商等行业提供了专门的物品展示、销售场地。现代展示艺术起源于欧洲。在资本主义发展的前期(18世纪末至19世纪初),欧洲出现了商品广告和陈列货样的橱窗。从开始的易货贸易到样品博览会和信息交流博览会的发展历程表明,展览会已成为当前国际经济技术交流的重要手段。随着人类社会的进步和商品经济的发展,展览会和博览会所体现的综合职能,已不仅包括经济贸易,还包括社会、文化、科技和政治等,并以其有目共睹的经济效益和社会效益,成为显示综合国力的窗口、开展商品宣传的场所,成为进行市场竞争的舞台、沟通交流信息的场所、建立和发展贸易关系的桥梁。

展示设计作为一门学科,18世纪末在欧洲开办世界性博览会时才开始

建立。随着国际性展览会的不断举办,展示艺术设计水平逐步提高,展示艺术的功能、作用逐步被人们认识和理解。

1851年5月在英国伦敦海德公园举办了首届国际博览会。展览会建筑采用了规格化、预制化的平板玻璃、油面玻璃和钢骨架,类似当时常用的玻璃暖房,通体透明,内部光线充足,被称为“水晶宫”。

英国于1852年成立了世界上第一个工艺美术博物馆,瑞典、捷克、丹麦等国家立即效法英国,很快建立了工艺美术博物馆和工艺美术学院,促进了这些国家的科技进步和经济繁荣,同时推动了产品造型设计水平的提高。

1876年,菲拉德菲独立100年博览会举办。参展各国首次建成了自己单独的展览馆,这不仅使各国的展览面积增大,而且各国陈列馆建筑都可以有自己独特的风格。这种各国独立分开展出、自己建馆或独占一座展馆的做法,从这届展览会开始一直持续至今。

1889年,巴黎举办了万国展会。其中开设了机械馆,大胆采用了钢制的三铰拱、支撑筒拱形展览馆,展馆长420m,跨度达115m,是展览史上的一大进步。在这届博览会开幕时,最引人注目的是博览会的象征建筑——埃菲尔铁塔。埃菲尔铁塔后来成为法国最著名标志,在现代建筑发展史上,具有奠基作用。从这届博览会开始各国有了自己的专业陈列馆。

1907年,在德国慕尼黑由诺恩包伦倡议主持布置了“克·努德迈耶的居室设备”展馆。这是一次有关工作和生活方式的讽刺性模拟陈列。到了1909年,在斯图加特城的国内工业博物馆内,开辟了永久性的陈列馆。

1923年夏,德国举办的“包豪斯展览”,集中体现了对现代艺术和现代设计探索的结果。在这个展览会上可以看到学院教学向理性化设计的转变。在这个全称为“艺术与技术,新的统一”的展览会上,展出了大量的产品设计、建筑模型,还有学生的习作,为后来的样品陈列开创出先例。

1925年在法国巴黎举办的“世界装饰艺术展览会”,显示出“艺术与手工艺运动”和“新艺术运动”以后西方艺术设计新的进展,标志着“装饰艺术运动”的出现,对后来“装饰艺术运动”的广泛传播起了很大的作用。这次展出影响最大的是大方筒形拱顶,金属框架镶玻璃,上部空间用波浪形的吊挂物做装饰,给人的视觉造成了冲击。

1929年在西班牙的巴塞罗纳举办了世界博览会。其中的德国馆建筑(由米斯·瓦·德罗设计),开创了现代建筑的新纪元。这座展览建筑打破了已往建筑的封闭式格局,具有划时代意义。展览会平面布局集中而又四通八达。在展厅建筑处理上,用8根钢柱支撑平屋顶,采用独立式幕墙,建筑材料选用世界名产意大利运送染色玻璃。主体是长方形的展馆、两个水池和一个附属用房,用短或长、独立的墙将它们连接起来,是20世纪公认的伟大建筑之一,展厅展品少而精,展出效果极佳。

1937年,巴黎举办了“艺术和技术博览会”。毕加索“格尔尼卡”的发表成为大众话题。技术要实际地得到应用这一理论得到认同。展览会上还展示了汽车等交通工具。一种称为综合设计——“高科技”的设计风格得到了人们的喜爱。

1939年的纽约世界博览会,会期348天,是迄今为止举办时间最长的博览会。其设计特点为,会场的前厅竖立着作为象征物的230m长三角形纪

纪念碑和直径 60m 的环体,展览馆大多是没有窗户的一层楼建筑,这样可以利用它展示壁画。其中芬兰馆设计具有独特创意,采用了外形一般而内部展示空间特别的新颖设计。出挑三层并向前倾斜的,满钉木条的曲面展墙不仅增加了展出面积,更重要的是使照片不会透视变形,使观众视觉舒适。展厅的底层(曲面展墙的下面)是放实物的展台,另一面的二层挑廊上布置咖啡座、餐饮或休息的观众可以舒适地观看对面的展览图片,也可看清展览场内的全貌,布置生动活泼,极有表现力,它使这一时期内类似的室内外建筑物成为博览会的主流。

1950 年,在美国的敏奈阿波里斯城举办了艺术展览会。在平面布置上,展板走向与展厅墙面是 45°斜向交叉,展板的下方是长条底台(内装日光灯),两组展板之间用立柱连接,下面则为通道。在展览设计方面又有了新的探索。

1951 年,在意大利的米兰市举办了“国际艺术三年汇展”。瑞士馆区内只有 9m<sup>2</sup>,弦形展厅内陈列着首饰、陶器、小五金与小织物等,展柜的直径有三种规格,分别为 100cm、200cm、300cm。这在展示上又走出了一条新路。

1952 年,在瑞士的巴富尔城举办了“最好的形式”展览会。本次展览设计的亮点是用木框架连接起来组成弯曲的展架,木架中部固定小型展板。弯曲展架排列成展墙、分隔空间和组织参观路线,活泼新颖。

1958 年,布鲁塞尔举办万国博览会。该会第一次提出了如何使科学与人类共存这一主题,建设了整体形状为原子结构的原子馆。它的象征是把铁原子的结构放大 2000 亿倍形成的原子模型。象征物高 110m,是由 9 个铅球组合而成的纪念碑。另外,前苏联的第 3 号人造卫星也成为当时的话题之一。

1962 年,西雅图举办世纪大博览会。“宇宙之针”这个象征着宇宙时代的建筑物是这次博览会的特征。另外用计算机预测入场人数,其得出的数字基本上与实际数字相近。这次博览会可以说标志着计算机时代慢慢地到来了。

1964 年,纽约举办世界博览会。初次公布于众的核融合实验成为本次博览会的话题。它的象征物是直径为 42.6m 的巨大地球仪,它表现了从 9600m 的高度所看到的地球的大小。

1978 年,日本东京举办“世界宇航博览会”。这届博览会首次使用巨幅幻灯片映出“飞在空中”和“我们的行星”等激动人心的大场面图像,取得空前的展示效果。

1985 年,在日本的筑波城举办“国际科学技术博览会”。这次博览会的主题是“人类、居住、环境与科学技术”,占地面积 100 公顷,规模空前巨大。它超越了国家和民族、政治和思想及风俗习惯等方面的界限,显示了以发展

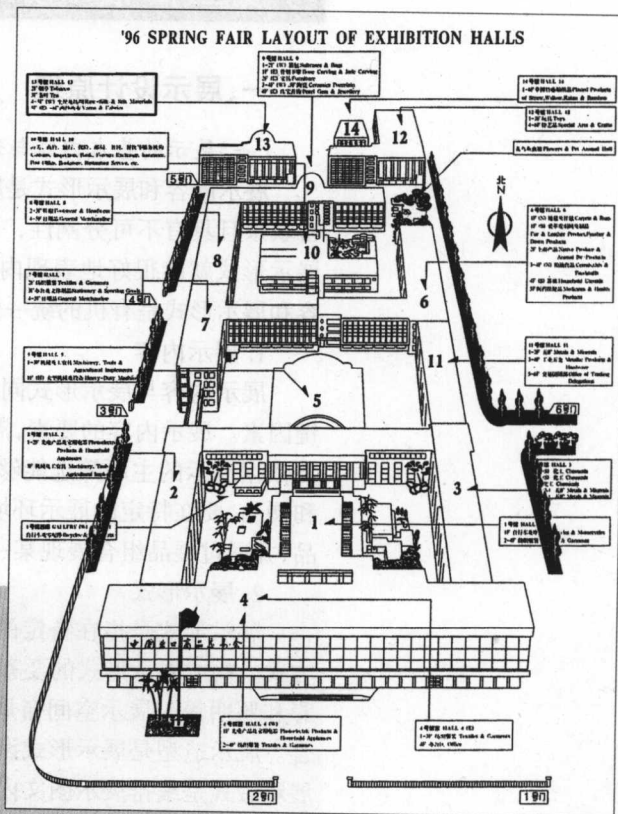


图 1-2-1

为目的的国际性合作日益加强的意向,故被誉为“人类的盛典”。它充分体现了现代科技的进步。

从 1851 年首届博览会举办至今,历届国际性博览会均显示出人类巨大的创造力,标志着人类的进步并推动人类社会的发展。

自新中国成立以后,经济有了长足发展,会展业也随之发展迅速。为了增加国际商品交流,我国以广交会(见图 1-2-1)为龙头带动了一大批地域会展活动的开展。同时,为了丰富人们的精神文化生活,进一步完善了国家展馆机构。这些对人民大众的生活、商品经济和科学技术的发展以及国际交流与来往具有重大影响和作用,特别是进入 20 世纪 90 年代以后,我国成功举办的昆明世界园艺博览会以及即将举办的上海世博会都是通过会展活动促进综合国力发展的有利佐证。

现在随着社会的进步、经济发展的需要,展示设计使用的新技术、新材料也不断涌现,展示设计得到了很大发展。它的发展趋势有四大特征:

(1)体现科技发展的主流趋势,展示最新科技形象;

(2)贸易性的展览会大都是最新产品,是该行业最高成就,是未来发展的趋势;

(3)追求世界同一性,展示全球共有的新课题,加强地域和世界的交流与探讨;

(4)重视参与性与互动性,观众将成为组成展示的一个重要部分。

### 第三节 展示设计原理与要素

#### 一、展示设计原理

##### (一)展示的基本内容与形式

展示内容和展示形式是展示设计的两大部分。展示内容和展示形式紧密联系且具有不可分割性,当展示形式与展示内容基本吻合甚至一致时,展示形式就能很好地表现内容,甚至会产生超过预期的效果,所以展示内容和展示形式是有机的统一体。

##### 1. 展示内容

展示内容与展示形式同为展示活动的主体构成,是决定展示活动的关键因素。展示内容的要素,需贯穿整个展示主题,包括人物、事件、环境等。要依据展示的主题筛选能够反映展示内容,并具有代表性、典型性的实物和展品,要在特定的展示环境和展示范围内,有目的、有系统地展示多种展品,并通过展品组合展现某一思想主题。

##### 2. 展示形式

展示形式是指在特定的展示环境中,将展示内容直观、形象地展现的方式。构成展示形式的要素主要有展示空间布局、展示造型、展示版式、色彩和照明等。展示空间布局是指根据展示需求进行合理的空间划分与组合。展示造型是展示形式设计的基本手段,主要有平面造型、立体造型等。展示版式是编排展示图文内容的手段,通过图文的编排给人以主题的提示与艺术的欣赏。而色彩设计是渲染展示环境气氛,增强艺术感染力,统一色

彩基调的手段,是使展示形式更加生动、谐调、统一的重要因素。照明则是展示中不可缺少的重要形式要素,展示内容的体现与空间的氛围都需照明来处理。

## (二)展示设计环节

### 1. 展示筹备过程

在前期筹备阶段,展示大纲是重点。展示大纲应依据展示主题、展示目的和展示目标而定,应符合展示内容和形式有机结合的总体要求。它包括以下内容:

- (1) 明确展示名称、展示主题和目的;
- (2) 列出展示内容纲要,分别拟定标题;
- (3) 明确主要展示资料和实物展品;
- (4) 初步提出主题表现形式;
- (5) 确立划分展示标题;
- (6) 详细的展示说明文字,按比例做出图纸样稿。

### 2. 展示设计前期准备

- (1) 明确展示大纲的要求,把握展示主题,展品的种类与属性;
- (2) 统盘考虑展览规模、设计标准、投入经费材料和技术要求;
- (3) 定位设计,科学预测观众层次、观众类型和观众流量;
- (4) 确立入口、出口的位置与方向,勘查展厅高度及建筑结构,对展示平面图和实际空间详细核对。

### 3. 展示施工与布展

展示设计实施过程是一个非常系统的工程,它需要准确的平面图、立面图、照明和动力电器等各类图纸来指导布展施工。这些技术性的图纸是整个布展、制作、实施的基础,是布展最后成功的关键。

## (三)展示设计制作原则

在展示设计的各个环节中,除了要正确处理内容与方式的关系以外,还应从以下制作重点出发把握整体的设计效果。

- (1) 以传达最新商品信息为原则,选择相应展品;
- (2) 以吸引参观者视线为原则,合理设计空间;
- (3) 以增强展品印象为原则,巧妙布展陈列;
- (4) 以缓解参观者视线压力为原则,保留展览空白。

## 二、展示设计的要素

### (一)从创意开始

设计的开始必须创意在先。根据整体的风格思路进行创意,首先要考虑的是主体的造型、大小高度位置以及它和周围展厅的关系。另外其他道具设计制作与运作方式也必须在创意中有明确的体现。例如,柱子如何处理?是全包,还是半包?展台是静止的还是运动的?有什么局部的创意亮点?等等。

### (二)平面感

平面感是指对展示艺术设计平面图纸审美和功能两个方面理性的感觉认识,它是三维空间设计认识的基础,也是施工的重要依据。展示空间的设计应先在展场环境的平面上作长、宽的平面考虑。好的平面图会给人一

种充实而通透的感觉,给立面空间设计带来极大的方便。

### (三)空间感

空间感可分为三种:视觉空间、生理空间、心理空间。视觉空间要讲究通透和流畅,开阔的空间总会给人的视觉带来舒适、轻松的感觉;生理空间也叫人机空间,讲究的是顺畅、自由和方便。因此活动空间、参观空间都应符合人机工程学的原理,使观众行走观看非常方便;心理空间是指观众对空间的心理体验,例如,放松、紧张、闭塞或者是开阔的,因此在展示空间的处理上,最重要的是对道具体量的把握。道具在空间中到底占有多大的位置?太大使心理造成压抑感,太小使人觉得单调空虚。因此,对大的道具应注意其通透性,对小的道具应放大空间里,对大空间进行隔断处理(见图 1-3-1)。展示空间有很多是公共的,所以必须在某些操作环境中设计一定的

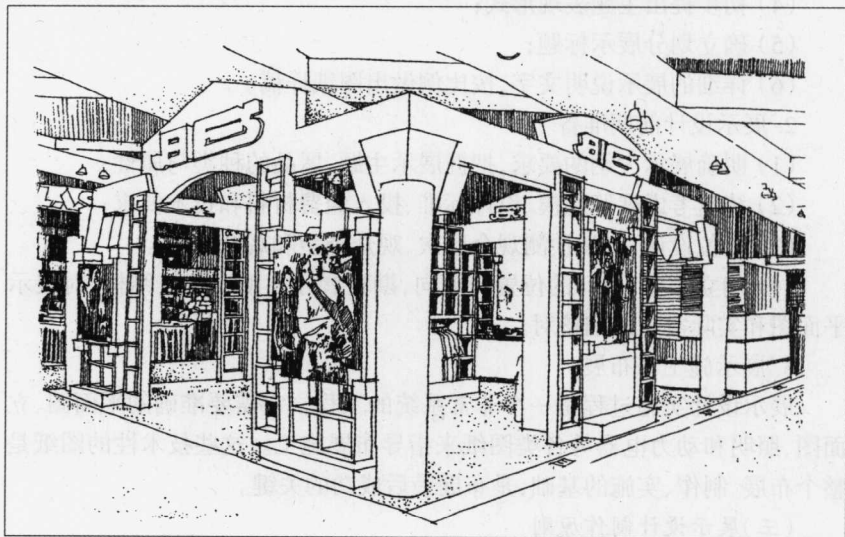


图 1-3-1

个人空间感。在对空间进行处理时,我们应当从三个方面入手:

1. 空间的分隔:在分隔空间时我们既可以采用明示的手法,如护栏、展柜、轻体隔墙、展台等,还可以采用象征分隔的手法,如用不同的色彩、不同的材料、灯光的局部照射等。这些方法都可以起到分隔空间的作用。
2. 空间的节奏:人流的聚集、疏散、休息要做到张弛有度,视线到达的距离要远近变化有致。
3. 空间的利用:展示空间是限定的,常常是不够用的,因此要充分地利用空间的四周及地面、天花板几个方面,甚至还要注意利用相邻的展厅的空间,借用人家的空间来扩大自己的空间。

在设计时,有时对比较复杂的空间难以把握,可以制作一定比例的小模型来进一步推敲空间的组成,体会空间的感觉。

### (四)交通线

交通线是指观众在参观中行走的路线,分有序线 and 无序线。有序的线总有一条主线贯穿大厅,这条主线可以用时间为序,也可以用类别为序,还可以在设计上动脑筋设计流畅迂回的参观通道,总之它是有意地去引导观众的参观路线。它的好处是让人们可以看完全部的展览,并得到一个完整

的印象。无序的线是一种较自由的动线。它强调展示的重点性和参观者的自主选择性,其好处是自由性强、互动性强,展示的形式也可以由此变得非常活泼,以富有创意的展示手法来吸引观众的目光,留住观众的脚步(见图1-3-2)。

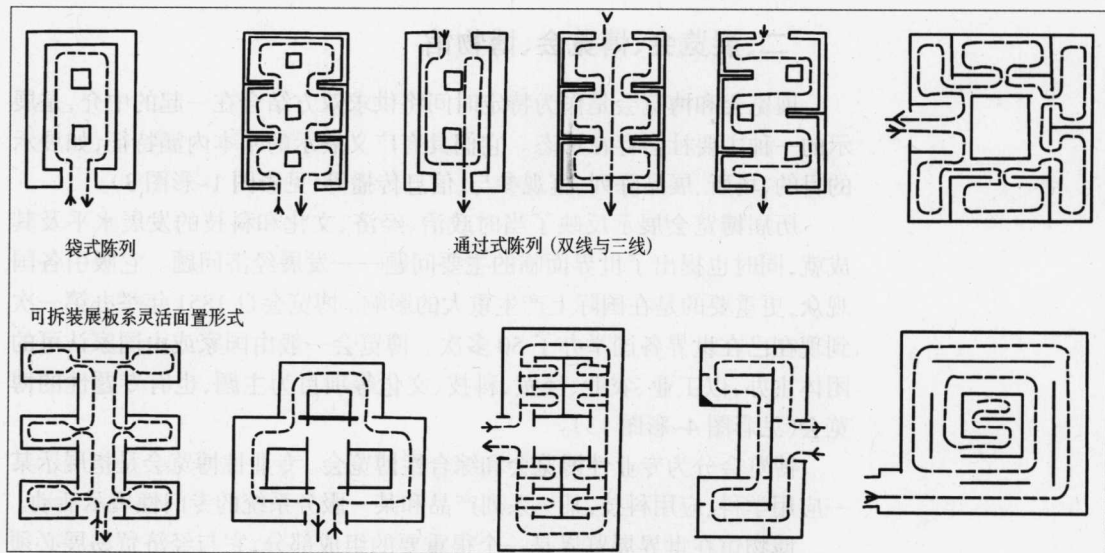


图 1-3-2

#### (五)形式感

任何展示艺术最终都要落实到视觉形式上,因此展示艺术的形式能否表达展品内容、设计定位准不准确、形式是否美观等是展示艺术设计形式所要求的基本内容。形式感有:和谐与对比、节奏与韵律、渐变与突变、对称与均衡等。

#### (六)技术感

精湛的、物化的技术是可以欣赏的。巧妙的结构、精细的加工、新颖的材料等,都会给人带来一种美的享受。技术感要求严格的细节设计、严格的材料选择和严格的施工。

## 第四节 展示设计的领域类型和特点

### 一、展示的分类

展示一词的意义涵盖很宽广,有展现、展出、示现、示范的含义,因此展示艺术的涵盖面也是十分广泛的。博物馆是展示艺术,展览会也是展示艺术,交易会也是展示艺术。所以展示艺术是一门综合性很强的艺术学科,它涉及面非常广泛。既有很强的艺术性,又有科学性;既有社会性,又有商业性,因此在其分类上有众多的方法。

按展示内容分类有:文化类、商业类、科普类、纪念类、娱乐类等。

按展示规模的大小分类有:小型、中型、大型和超大型。

按类别分类有:综合性展览、专题性展览或行业性展览、会展结合型展览。

按地域区别分类有:地方展、全国展、洲际展和国际展(如世界博览会、亚太地区博览会等)。

按级别分类有:国家级、省级、部级、市级等。

按时间和地点分类有:长期展、固定期展、短期展、不定期展和巡回展。

## 二、展览会、博览会、博物馆

展览会和博览会是作为特定时间将供求双方结合在一起的中介,是展示的一种主要社会存在形态。它们具有广义展示的基本内涵特征,如展示的目的、场所、展品陈列、直观参与、信息传播等(见彩图 1~彩图 3)。

历届博览会展示反映了当时政治、经济、文化和科技的发展水平及其成就,同时也提出了世界面临的主要问题——发展经济问题。它吸引各国观众,更重要的是在国际上产生重大的影响。博览会自 1851 年举办第一次到现在已在世界各国举办了 50 多次。博览会一般由国家或由国家认可的团体主办,以工业、农业、经贸、科技、文化等项目为主题,也有专题性的博览会(见彩图 4~彩图 13)。

博览会分为专业性博览会和综合性博览会。专业性博览会是指展示某一应用学科、应用科技,某一系列产品和某一服务系统的专门性展示活动。

博物馆在世界展览界是一个很重要的组成部分,它与经济贸易展必须分开考虑,在实际要求上不同,整个表现手法也不同。

博物馆和贸易展会最明显的区别是它代表着永久、继承和发展。国际博物馆协会章程规定:“博物馆是一个不追求营利,为社会和社会发展服务的公开的永久性机构。它以收集、保存、研究有关人类及其环境见证物当作自己的基本职能,提供人们学习、教育、欣赏的机会。”博物馆应具备以下要素:①藏品和资料;②场地和设施;③向公众开放的陈列展览;④专业人员的社会职能是收藏文物、标本和有关材料,传播科学文化知识,进行思想道德教育和科学研究等。

博物馆的类型根据博物馆的情况大体分为历史、自然科学和综合性博物馆三大类,我们可以从彩图 14~彩图 34 中看出博物馆的具体分类。

## 三、展示构成的特征、要素和主要属性

### (一)展示时间的规定性

所有展览会的活动都是在预定的时间内开始,在严格限定的时间内实施并完成。

### (二)实施地域的选择性

任何一个展览会都必须选择在最需要、最有条件、最能实现其价值和目的的一定地区范围内举办,这是成功的必要条件。

### (三)观众对象的针对性

所有的展览会除具有观众的广泛适应性一般特征外,更表现出主要观众对象的针对性和相对选择性。如果没有特定范围内的观众到场参观,其举办目的就不能全部实现。

### (四)活动方式的多样性

根据不同的内容和目的,展览会采取不同的、灵活多样的活动方式,如洽谈、表演、品赏、评比、咨询、交易、娱乐等。

#### (五)小型展览会的规模

一般展示会的标准摊位面积为  $9\text{m}^2(3\text{m}\times 3\text{m})$ ,而有一些展会对展位的需求为  $12\text{m}^2(3\text{m}\times 4\text{m})$ 。小型展会是面积小于  $36\text{m}^2$  的展览,此规模恰是国际展示联合会为其年度比赛“展示焦点”所规定的4个规模中的一个。

小型展会的特殊性是把场地中心和主导位置的展区分配给主要参展商,并从中向外延伸。小型展位通常在展地的边缘位置。小型展位常常是小公司。不了解展览会的人只对特定的商品感兴趣时才会留步注意。

#### (六)中型展览会的规模

中型展览会的规模比小型展览会大,但不会超过  $148\text{m}^2$ 。

随着空间的增加,设计师将会发挥更大的作用。当参展商有更多的产品展示或想使其产品的影响力更大时,则需要更大的空间。设计师必须考虑焦点之间的关系来引导观众对产品的注意。

随着展会面积增大,可以看出对空间的利用有所不同:一部分面积可向观众展示产品,另一部分可用于观众与商家交流。

#### (七)大型展览会的规模

面积大的展示要求一般更复杂。展会中陈列较大的实物设备,在这一空间里必须留足够观众与商家交往的通道。

设计这样的展出面积,一般需要一个比例模型进行初步研究。即使有经验丰富的设计师参与,但他还是希望通过模型观察到空间关系,这样比图纸或透视图更容易透视,以便于控制现场制作。

#### (八)超大型展览

设计规模超出  $370\text{m}^2$  的展览称作超大型展览。这样的展览室内外空间要求特殊,一般只出现在时间间隔较长或专业性最强的展览会上。展出商家有着一一种主要目的和投资方向。超大型展览使设计者考虑的因素较多,但从另一方面来看,更大的展出场地和面积以及雄厚的奖金投入赋予设计更大的余地和创造力,如车展、航空展等。