

设计基础入门丛书

陈建军 著

展示设计入门



25
6

广西美术出版社

基础图案入门
装饰绘画入门
装饰色彩入门
环境艺术入门
包装装潢入门
CI知识入门

展示设计入门

J525
66

ISBN 7-80625-088-3



9 787806 250884 >

责任编辑:姚震西 苏 旅

责任校对:林志茂

装帧设计:雨 田

(桂)新登字 07 号

展示设计入门 陈建军著

设计基础入门丛书

广西美术出版社出版

广西新华书店发行

深圳当纳利旭日印刷有限公司印刷

开本 787×1092 1/16 3印张

1996年8月第1版第1次印刷

1996年8月第1次印刷

印数 1-20000 册

ISBN7-80625-088-3/J·65 定价:10元



河南纺专 00133985

目录

- 一、展览的历史与发展/2
- 二、展览的设计艺术/3
- 三、展览总体设计/3
- 四、展览设计图/5
- 五、展览的统一形象设计/11
- 六、展览的建筑设计/14
- 七、展览的空间设计/15
- 八、展览的构成设计/16
- 九、展览的色彩设计/17
- 十、展览的照明设计/19
- 十一、展览的道具设计/22
- 十二、展览陈列设计/24



一、展览的历史与发展

展览会在世界上已有近千年的历史。博览会的产生晚于展览会,是由于近代工业发展的结果。英国是第一次工业革命的先驱,1851年在伦敦举办了第一届世界博览会。博览会设在由铁架预制构件和玻璃建成的“水晶宫”展馆。展馆跨度大、施工快,馆内通体透明,空间开阔,象征着工业革命的成果,在建筑史上具有一定的地位(图1)。以后国际博览会的重心开始转移到巴黎,1889年巴黎博览会建造埃菲尔铁塔(图2)。塔后建成的机械馆是当时世界上最高、最大跨度的铁结构建筑物(图3)。1929年著名的巴

塞罗那世界博览会德国馆的设计,内外一体,全新的空间布局,没有多余的装饰,对后来的展览设计影响很大。1937年纽约世界博览会苏联馆的设计,苏联“工人和集体农庄女庄员”的著名雕塑,已长期作为苏联的象征(图4)。1970年日本万国博览会,以樱花形状为象征标志,中央的圆形是日本,五个花瓣意味着五大洲,博览会内单轨火车在会场内运行,计算机操纵着交通管理,这是一次集日本最尖端技术、令人畅想未来城市的博览会。

世界博览会传播科学技术信息,推进世界各国之间的了解与合作,带动了人类生产文明与生活文明的进步。

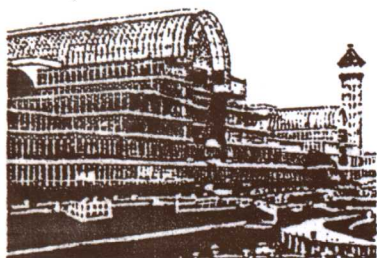


图 1

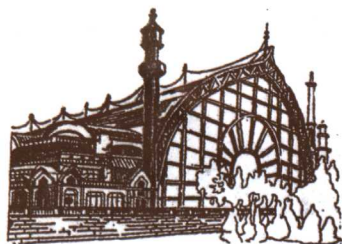


图 3

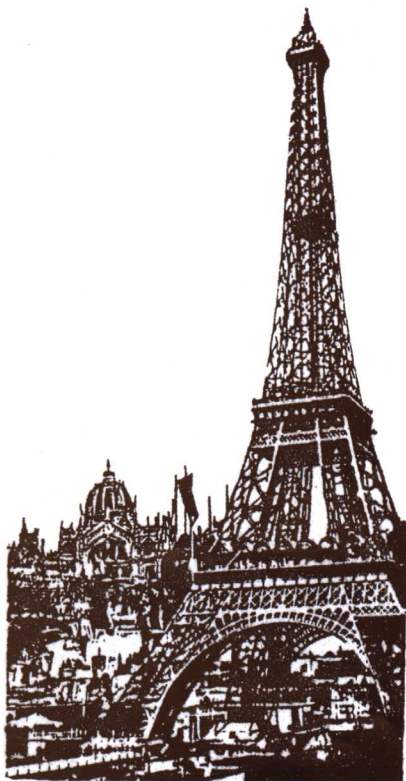


图 2



图 4

二、展览的设计艺术

展览设计是一种综合性很强的专业学科,是艺术和科学的综合,和建筑设计、室内设计、人体工程学、美学、销售学等多种学科有着极为密切的关系。展览设计是根据展览的主题,在一定的时间和空间环境里,设计既能满足功能要求,又能满足一定的审美要求的完整的实体。展览设计师在设计中可以发挥丰富的感情,无限的幻想,可以作任何的设计构思,但都必须是理性的、现实的,都要考虑到展品的使用功能和精神功能,都受到材料、技术和经济条件的制约。它又不同于一般的建筑设计。展览设计主要表达的是展览场馆的空间再组织,是一种空间形态的构成。空间环境有室内和室外空间,室内空间是以展品本位为出发点,在展示道具形式作用下的空间形态,其变化的主要在于展览道具的变化,室外空间主要有展览建筑、展馆环境、场地等,也是展览设计的重要部分。

展览设计是为展览会场实现信息传递功能、实物展示功能、洽谈交流功能和销售功能等而进行设计的,要求调动一切展览设计的艺术手段,即空间设计、展具装饰、色彩设计、灯光照明和视听图像等设计。从展览会的入口、序馆、主馆、分馆到出口的序列组合设计以及展览会的统一形象设计,都必须围绕着更好地实现特定的展览功能来进行设计,必须是在充分体现展览意图和功能的基础之上,调动各种艺术的、科学的、技术的手段,为展品创造最佳的展示空间、陈列空间与交流空间以及贸易洽谈和销售空间。为参展者提供最佳的展览展示环境和充分地显示产品市场的透明性,以吸引和激发参观者积极参与各种展览中的活动兴趣,促进展观双方的直接对话和信息交流等。只有为双方的共同参与提

供恰当的空间景观和展览氛围,展览的设计艺术功能才能得以发挥,才能形成较为理想的展览效果。

因此,作为一名展览设计师,必须具备良好的素质和才能,要具备有丰富的知识、技能和把握展览总体计划的能力,以及要有丰富的想象力、艺术修养和创造性,还要有组织、协调和指挥展览全局的能力。无论是在设计阶段,还是在施工实施阶段,都要有严谨的计划和严格的质量管理。

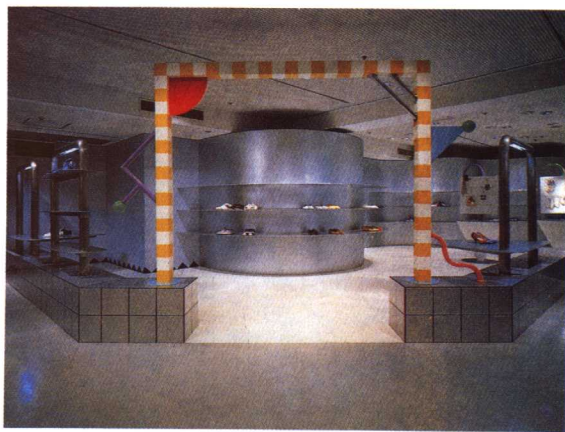
三、展览总体设计

展览的总体设计,是展览的设计与实施的主导,是根据展览展出方案主题结合展馆的情况,从总体的布局上对展出形式、展览效果、色彩、风格和展览的宣传等进行总体形象的构思设计,将不同的展品进行统一的组织安排,使之成为有机联系的整体,同时使展出者和参观者有着合理的工作和活动空间。

总体设计包括展览会的统一形象设计,展出场地的总平面、立面、空间的设计和处理,包括展览的展架、展台、展柜、展墙、地毯、灯具等用品进行统一的安排,使之有一个统一的格调,并根据不同的展馆或展位在其形体、色彩和方位上要有所变化来丰富展览的空间层次。在进行总体设计时要对展览会进行综合、全面的考虑,不仅要考虑展出的形式,还要考虑展览的视觉功能和使用功能的合理性;既要考虑展品的布置位置,还要使参展者有合理的工作条件,为参观者创造舒适美好的参观环境和交流、洽谈贸易的场所。展览的总体设计要针对具体的问题、针对不同性质的展览会而创造出不同的气氛,根据不同的展品内容而使用不同的道具、设计出不同的展览环境空间,并从展馆的平面布局到立面处理,空间造型到空间变化与过渡,从展览

的面积确定到道具的样式与材料,展板的图文编排及装饰手法和展览的照明、音像及演示都要进行全盘的考虑,并做出总体的设计方案和统一的安排。因此,好的设计方案,应当是符合组织者、参展

者和参观者的目的,应充分体现展览会的主题思想和商品的形象,使参展者得以成交和销售,给参观者留下深刻而美好的印象。



四、展览设计图

展览设计图既是展览的创造性思维的形象体现,对于设计者来说又是不断丰富、发展、审视和修正展览方案的手段,对于展览施工布展者,则是一种依据,同时也是给展览会主办者提供审查和批准的方案,设计图的优劣,直接关系到展览的成败。展览会的图纸设计可以分为平面设计图、立面设计图、设计效果图、设计施工图等。

1. 平面设计图

在展览设计中,展览会的总平面设计图和展馆的平面设计图,是体现整个展览规模、区域和构成的整体蓝图,是进行各项展示、施工的重要基础和依据。因此,在进行平面设计之前,设计师必须先作好充分的展览资料准备和分析,要了解展馆内的水、电等位置,安全门与安全通道、馆内高度、门窗结构高度及其地面负荷等,以便与展览的照明设计、安全设计、服务设施结合起来,并要熟悉有关标志符号系统。从而把握整个展览的特点与特殊要求,掌握展览内容相互间的内在联系及其轻重比重关系,熟知各参展国家和地区及展出部分的展品特征,所需重点展现的商品,以及展示表现的手段与手法。要有组织空间的概念,设计的是平面图,思考的则是立面,考虑展览的空间立体效果,考虑参展者的区位和展位划分,一般按展出的类别或按地区进行安排,要使商品的展出、贸易洽谈、办公服务、讲解表演等功能不同的内容进行合理的布局。展览的使用面积一般不得大于展馆场地面积的二分之一,展位布局和通道要结合展馆的出入口位置,要根据展馆的主通道、观众的流向来确定,通道的宽度一般为 2.5 米至 3 米左右,要与观众的流量相适应,以保证参观的流畅和安全,在设计中要避免展览出现的死角或死通道。

通常情况下,贸易性的展览,所具备的服务设施区(商品销售部、海关、邮电、传真、银行、运输等)、商品展示区、贸易洽谈区等,都必须紧密相连,结为一体,以便创造一个高效率的商务活动的理想场所。教育性的展览,应要注意展览内容的逻辑性、说服性的表述设计,各部分的层次与连贯是设计的重点。艺术性的展览,则应注意展品本身的最佳显示、最佳欣赏环境的设计。这些,都是要在进行展览平面设计中定位和所需把握的原则。

展览平面设计确定之后,同时要按顺序进行编号,目的是便于分配展馆展位,以便给参展者开展各自的工作,对外也可使观众一目了然地知道某参展单位在展览会的区域和展馆中所在的位置,使他们寻找方便,便于参观和开展贸易洽谈。(图5、图6)

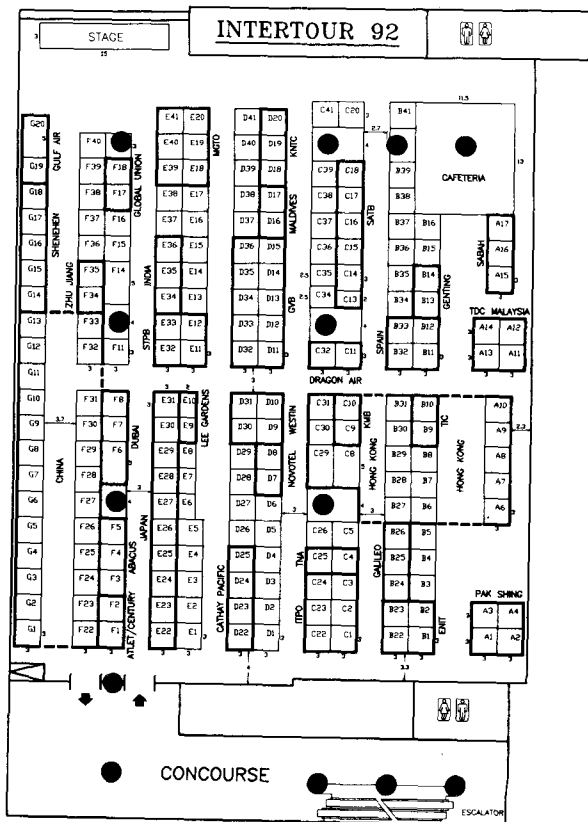


图5 '92国际旅游博览会会场平面图

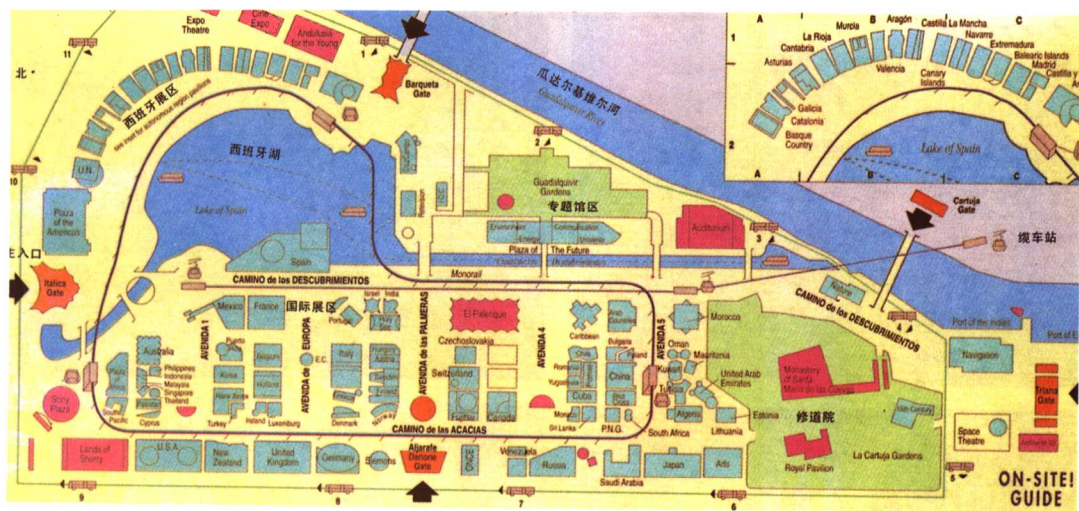


图6 '92塞维利亚世界博览会总平面设计图
2. 效果图设计

效果图的设计是在展览设计中必不可少的,是具有色彩、造型、笔法与个性风格等艺术表现力的图纸。效果图的绘制便于更形象地说明展览设计的环境、内容和意图,准确地展现展览设计思想、设计主题、设计效果和设计风格,因此,要讲究画面的艺术效果。效果图在表现手法上可以是多种多样的,但要求要有一定的绘画基础,绘画表达能力和艺术修养。效果图要恰如其分地表达展览的意图效果,以说明问题为原则,要注意避免过分单纯追求图纸的表面效果,而看不出设计的真实面貌。画面上的一切效果、表现的都应是展示与陈列的效果,而不单是画面艺术效果本身。效果图的设计类型通常有整体效果图 and 局部效果图这两种。(图7、图8)

整体效果图,即是在图纸上出现一个画面或一组画面,能够让人身临其境地感知整个展览会和展馆陈列的规模、构成、环境场景的外部形象,以及所具有的展览氛围。为使展馆的每一部位都明确和肯定,绘制中往往吸取散点透视的优点来设计绘制。如使用多幅画面组成的整体效果图,通常则采用平视或俯视的画法,分别展现展览门前的开阔(图9),中心馆内的宏大以及各分馆的布局设计等。从而给人以展馆外观与展馆内

景的综合性的总体形象,也可按展区、分馆来绘制效果图,然后按展览构成顺序排列成一幅总体效果图来展现。

局部效果图,是指展览局部的展示效果表现图,画面上可以是一个展位,一组展台或一个展台等局部效果的设计绘制,是以有所侧重和突出表现展览的局部,并不要求对展览的空间、构成、色彩、照明等氛围作具体和精细的表现。

效果图的表现手法与风格,大体上可分为以结构表现为主和以色光绘画效果表现为主这两种手法。以结构表现为主的手法注重展览结构的准确造型,线条明确,以固有色为主要表现,画面精确通透,显示出简洁清晰的构成效果,适宜于表现侧重展示构成效果和展示空间效果的图纸。以色光绘画效果表现的图纸,由于十分注重光色效果和展示现场的生动表现,其展览氛围效果较强,能给人以真切的临场感体验。

在展览设计中,展示效果所表现的设计内容大致有以下方面。

①空间设计效果:即包括展览场馆建筑与环境空间、展示与陈列空间、销售空间、洽谈空间、展示服务空间等。

②构成设计效果:展览建筑构成、展示与陈列道具构成、展示与陈列物品构成,宣传物品构成等。

③色彩设计效果:展示与陈列环境

色彩、展示道具色彩、展品陈列色彩。

④照明设计效果、自然光效果、普通照明效果、特殊灯光照明等。

⑤展览整体氛围设计效果。(图 10、图 11)

3. 展览立面图

展览的立面图可称为立体图或立体效果图,是相对于平面图而言的,比如在平面图上画上一个方形,表示一个方形展台,或画出一个长方形,表示一个长方形的陈列展柜等。在图纸中,通常一般人

并不知道展览所需的展台和陈列柜的高度、尺寸和结构放在展位上的样子,因此,可采用三度空间的立体画法,将两度空间的平面立体化和形象化,以便给人以具体切实的感受,并有所认识。立面图的表现可按立体结构的比例缩小来画。立面图要求以实际展出的效果来描绘,因此,也不需以其色彩、气氛来渲染(图 12)。立面的视觉效果图设计可以利用透视图法来表现,以明了展示场所的外观与内部效果。



图 7 '89 横滨博览会总效果图

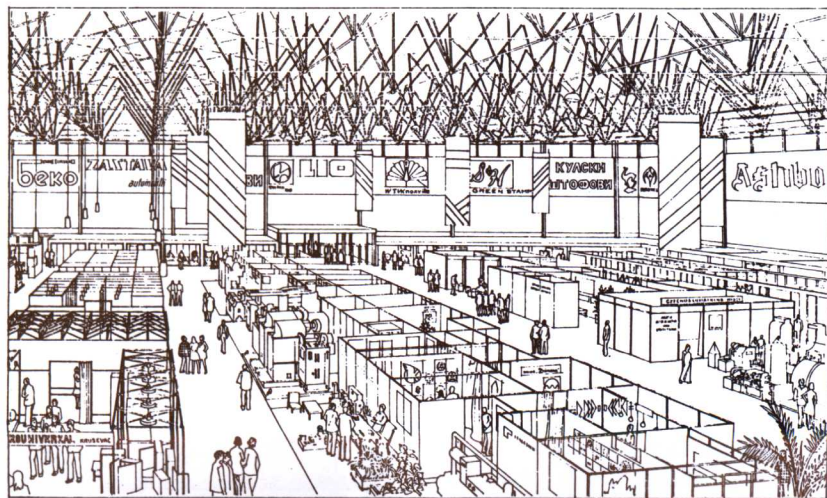


图 8 机械展馆内效果图

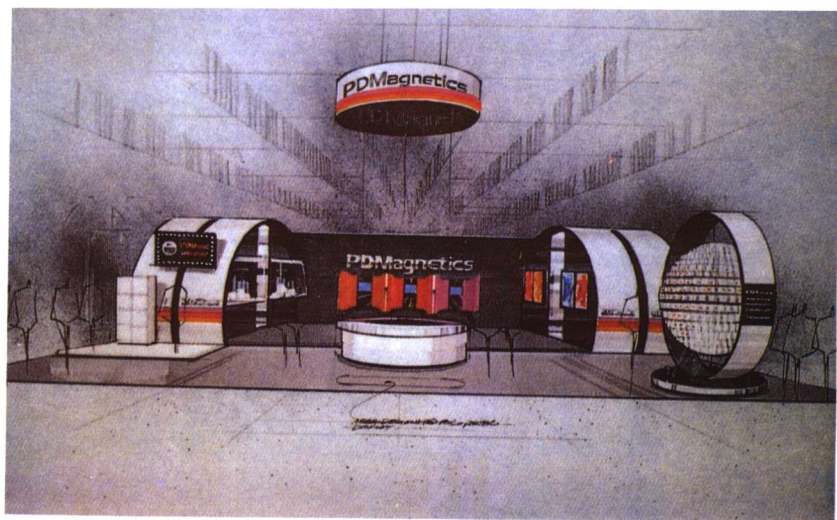
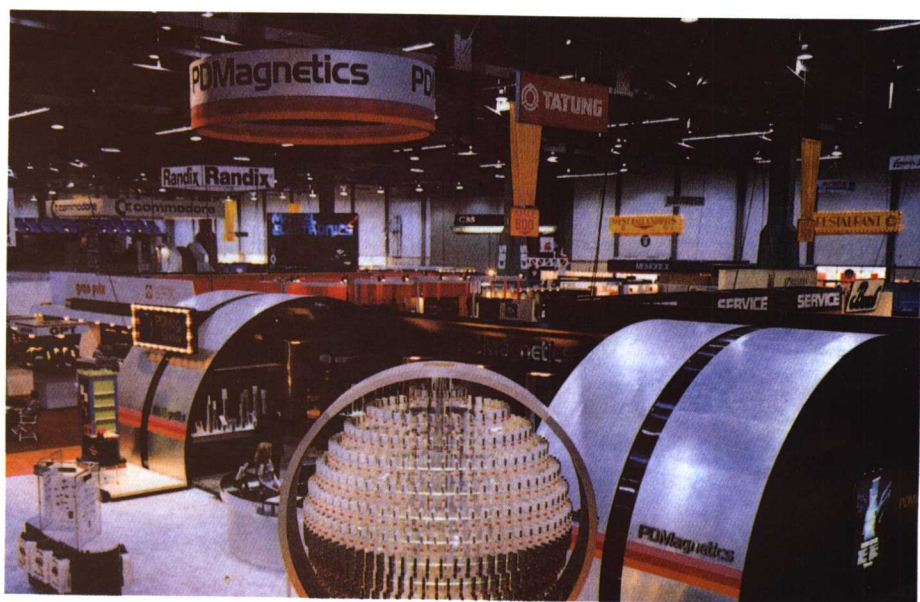
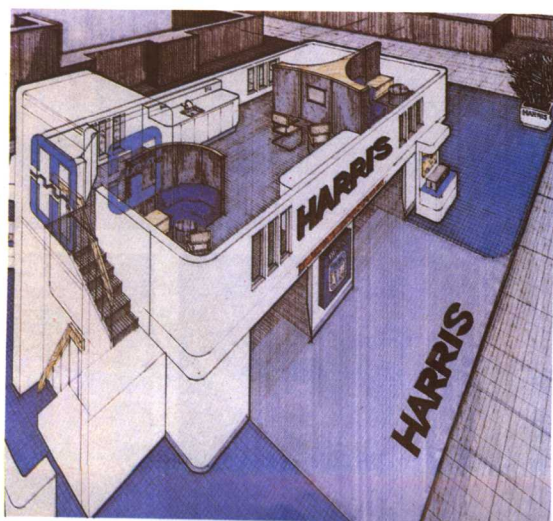
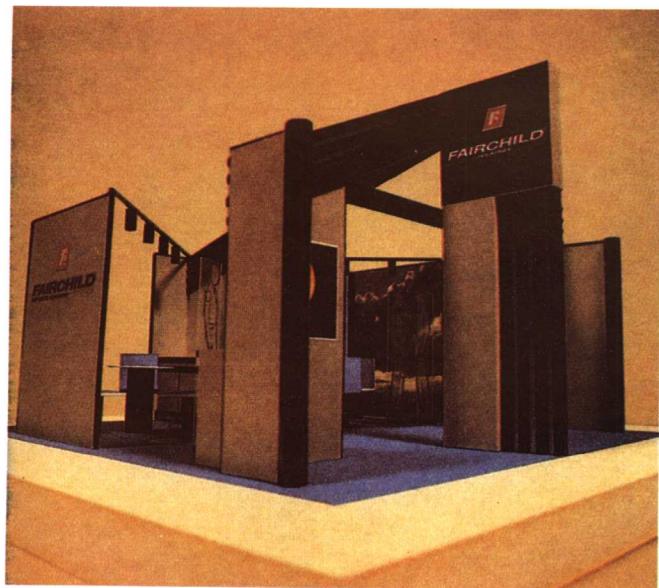
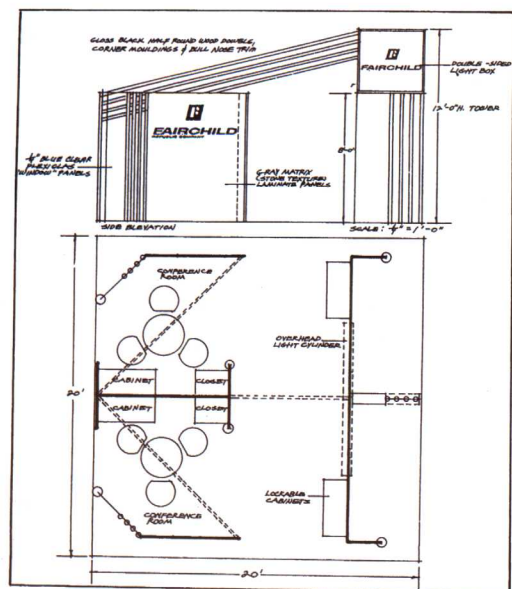


图 9 ▼▼



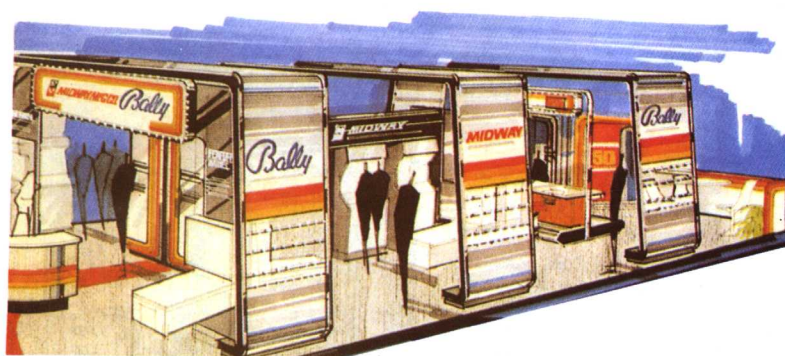
◀▼ 图 10





▲ 图 12

▼ 图 11



4. 展览施工图

展览的施工图与效果图有所不同,其图纸要求是规范化、具体化的,其表达越明确越好,以便不论任何施工人员都能看得懂,并一目了然,便于施工。施工图也应是一种国际化的国际语言,绘图时必须细致、正规、标准化。施工图如果发生错误,将会导致返工浪费,并影响展览的效果和展览时间。展览的施工图包括筹展阶段的各类施工图和正式布展阶段的各种施工图。筹展阶段的是关于展

馆的内部装修,各种展览道具的制作加工图、正式布展阶段的道具施工图、灯具施工图、特制演示台施工图等都需要绘制专门的图纸,并且多是技术性方面的,主要以线型结构表现的立面图、剖面图、分解图为主来绘制。施工人员必须严格地按照施工图的要求进行施工,施工图也应在图纸的右下角或左下角标明设计者、制图者、审校者与核准者的姓名,并注明日期,以表示图纸的严肃性和责任感。(图 13)

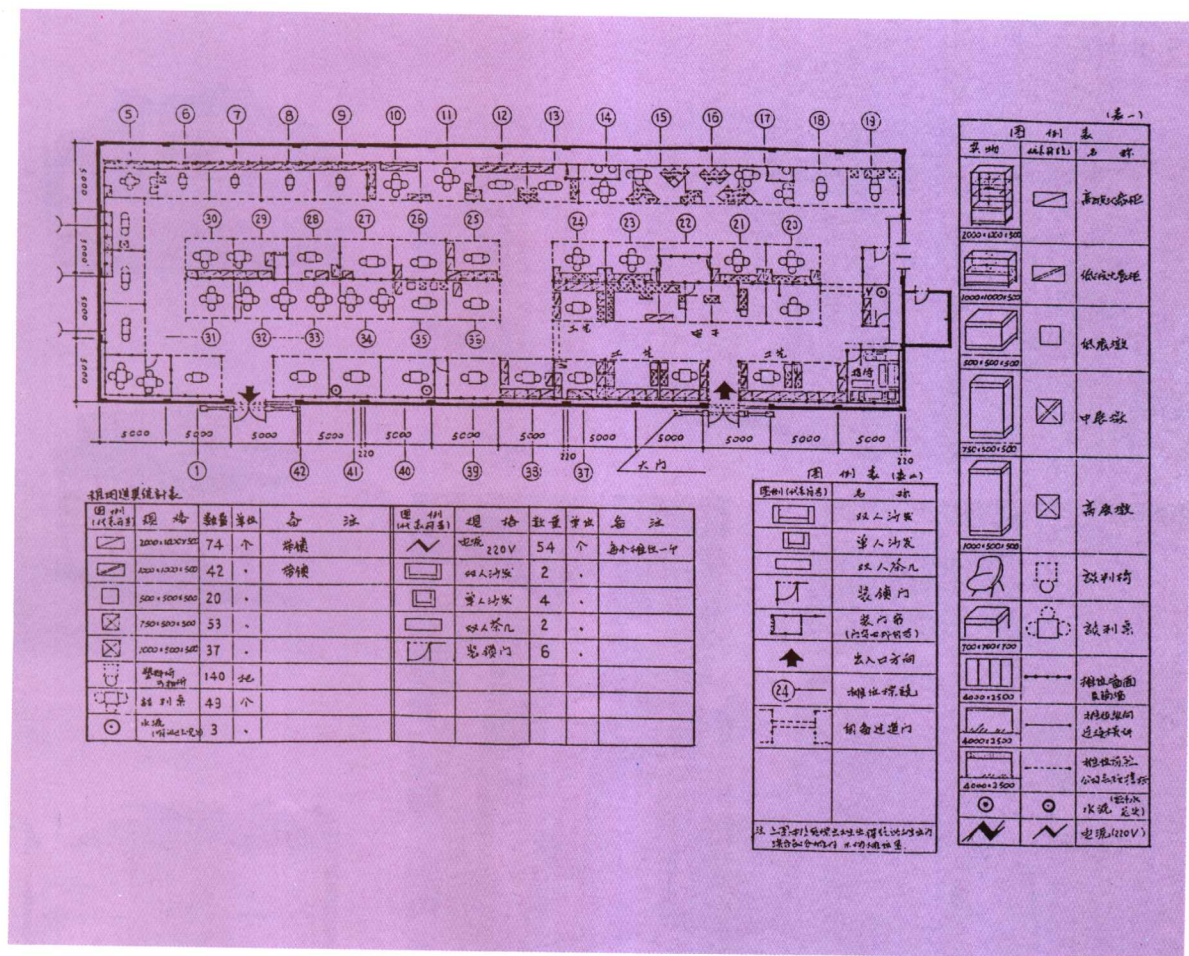


图 13 展览施工总设计图

五、展览的统一形象设计

展览的统一形象设计主要为会徽、会旗、吉祥物和工作人员制服以及展览指示符号系统和招贴广告等设计。它们是根据展览会的主题和统一的设计指导思想来进行设计的,对于展览的展馆,展览的宣传以及展品的陈列展示,都具有指导的意义。(图 14、图 15、图 16、图 17)

1. 会徽设计

会徽是展览会的标志。会徽有永久性和一次性两种,对于长期固定的博览会、展览会、交易会,以及历年定期举办的展览会和展销会,其会徽是永久性的;而偶尔举办一次的各种展览会、展销会等,其会徽则是一次性的。会徽主要作用于展馆内外的各类展示设计之中,作用于展览会的各种广告媒体,宣传品和用品设计之上,对于扩大展览会的社会影响,树立展览会在社会大众心目中的形象,具有着重要的识别作用和记忆作用。

2. 会旗设计

会旗设计则是将会徽置于会旗之中,会徽为会旗的主要图形构成因素,会旗主要悬挂于展览会展览外的主要场地和主要展馆建筑物之上,一般长期、定期和固定举办的博览会和展览会都有着各自的会旗。

3. 吉祥物设计

吉祥物设计是以富于吉祥含义的人形、动物等作为平面的或立体的艺术品造型,成为展览会的宠物和象征图形。吉祥物能给观众以亲切、吉祥、可爱的感受,对于加深观众对展览的理解和热爱

具有影响的作用。吉祥物可制作成小的礼品和纪念品赠送给观众,其图案形象则可广泛用于展览会的各种广告和宣传用品之上,以及将吉祥物放置于展览的陈列布置之中,以增强展览会的气氛和宣传效果。

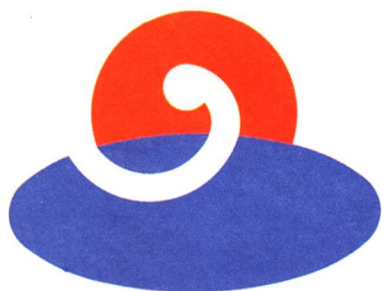
4. 馆服设计

馆服的设计主要包括服装、鞋帽、手套等。馆服的作用具有方便观众辨识与询问,扩大展馆形象宣传和给展馆增添欢快的展览气氛,馆服的设计必须与展览会的性质相吻合,要有鲜明、突出的象征,式样要新颖并具有整体效果,要有别于观众的着装和避免不同展馆的相互雷同。馆服主要分为导向小姐制服、礼仪小姐制服、公关小姐、讲解员、翻译员以及展览会工作人员制服等。

5. 展览指示符号系统

大型的展览会、博览会有其展览区、销售区、表演影视区、娱乐区、贸易洽谈与专业交流区、生活服务设施以及相应的展览会务区,服务于展览的银行、海关、保险、通讯、旅游等机构的集聚区等,犹如一座小城市,一个小型的社会。如何将各个区域规划的方位准确地告知来自不同国家或地方的参展者及参观者,以及他们能明确自己随时所在的方位,又如何知道走什么路线是达到要去的目的地,这便有助于展览活动现场指示符号系统的设计。安置和显示。

指示符号系统欲求达到明确的指示功能,其符号设计应以简洁、标准、明了的视觉印象,给人以准确的信息,使之成为一个提高工作效率、参观效率、给人以方便的一种形象符号。



会标

横浜博覧会

YES'89

YOKOHAMA EXOTIC SHOWCASE

标准字体



吉祥物

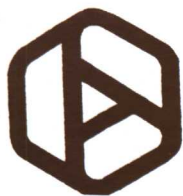


会旗与吉祥物



馆服

图 14 日本横浜博览会会标、吉祥物、会旗、标准字体及馆服设计。



美国世界博览会(1974年)



中国电子产品展览会(1982年)



英国第五次控制仪器展览



东京国际包装展览(1980年)



意大利包装机械及电气医疗设备展览会



世界儿童玩具展览会



国际纺织机械展览(印度1980年)



普莱西公司电信设备展览(1979年)

图 15 各国展览会会标设计



图 16 展览会指示符号系统

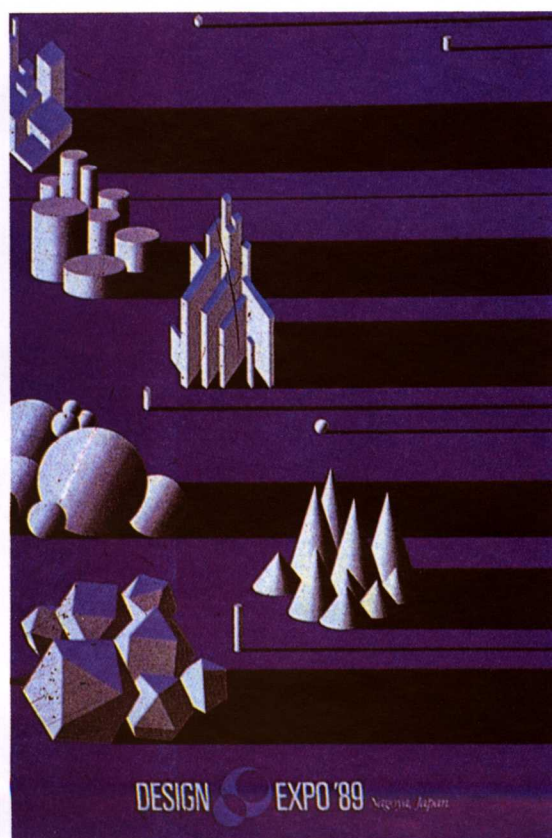


图 17 博览会广告招贴画

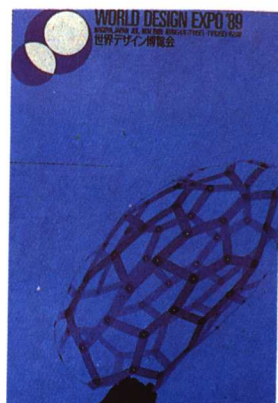
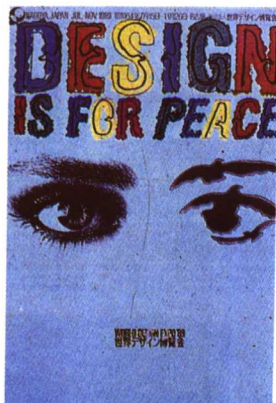


图 17 博览会广告招贴画

六、展览的建筑设计

展览的建筑是进行展览活动的场所,优秀的展览建筑是在体现展览功能性、审美性、纪念性以及经济性等共性特征的前提下,表现出具有独特而鲜明的个性,达到展馆内部、外部一体化,建筑艺术与展览艺术一体化。(图 18)

首先展览建筑的功能性是第一位的,展览要求的是信息的透明度,根据展览活动的要求,展览馆应相应提供良好的展览的陈列展示、贸易洽谈、技术交流和销售的场所,以及相应的各种现代化

的服务设施。因此,对展览馆的建筑总体布局,建筑构成,陈列展示及路线的分布,展馆建筑的跨度、高度、长度、采光、通风等设计,都有着严格的要求。设计师应围绕展览展示功能这一特殊要求来进行设计。展览建筑要显示出独具个性特征,没有个性的展馆建筑是平庸的建筑。展览建筑的个性特征主要来自展览特殊功能的要求。特定的展览主题,来自地方性、民族性和新的建筑技术、新的展览观念以及设计师的个性风格。它们在表现展览建筑主题方面各自显示出独特的个性。

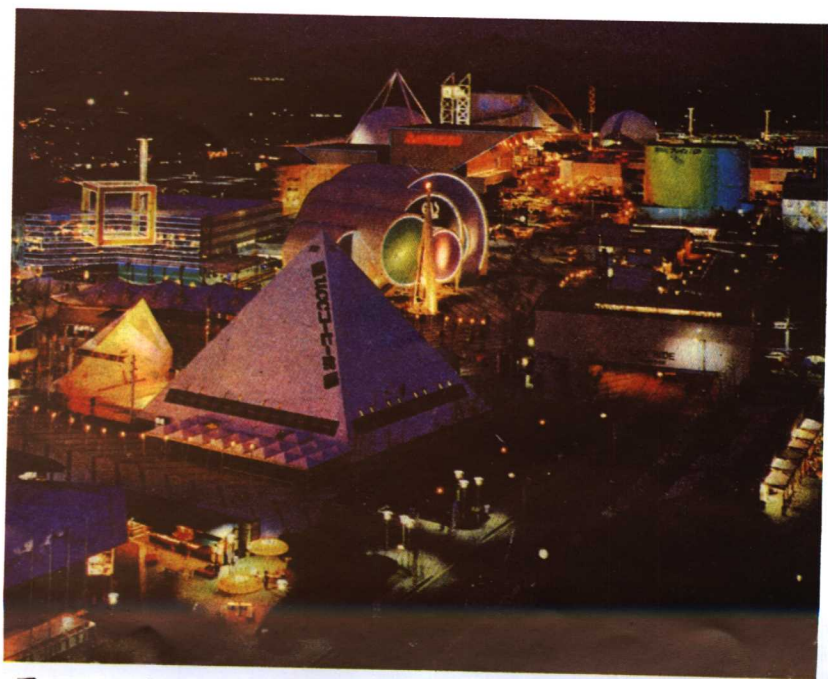


图 18 日本筑波万国博览会建筑设计

七、展览的空间设计

展览的空间,由于是供众多参观者进行观赏、欣赏与贸易洽谈和交流的场所,所以它与公共建筑有着许多共同特点,但由于展览目的的多元化,展出形式的多样化,因此展览空间具有灵活多样的组合变化特征。主要是由展示空间、环境空间、销售空间、交流空间、演示空间所构成。展览的空间设计主要表现在展览的空间功能、心理、效益、审美等几个方面。

1. 空间功能设计

即是展览陈列、展示、演示、交流、贸易销售与人流组织等多方面实际功能的需求。

2. 空间心理设计

要达到功能要求的心理与情绪效果,根据展出的主题,可以是有趣、活泼、充满幻想的异形展出空间,也可以是严谨、静谧、暴露结构的展出空间。

3. 空间的效益设计

既要注意展览空间充分有效地利用,又要符合经济的原则。

4. 空间的审美设计

有效的空间功能设计和适当的空间心理设计,是空间美感的基础内涵。展览空间的审美设计,要求多样统一,简练并富有变化。

5. 展示内容与空间分配

展馆的展示内容在设计上可以分成数个展区,这样能使参观者在移动行走中,感受到不同的变化,同时也使其印象在参观者中获得较持久的记忆。内容与空间的分配因此要做到有效的安排,说明性的内容可以缩小空间,使参观者能接近而清楚地看到或听到展示中所表达的事物;图表或商品性的内容,则可加大其空间,使参观者能以适当的距离观看展出的商品和资料等。展示的内容以实物为好,用照片、图表、模型、影视做为辅助说明,以其多样的变化,才能将展示活动带入新的境界,特别是在现代展示观念中,是应采取的办法之一。

