

商业展示设计

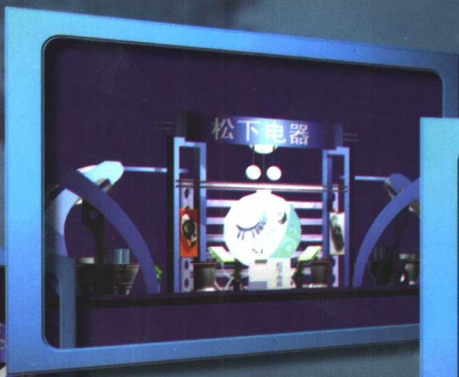
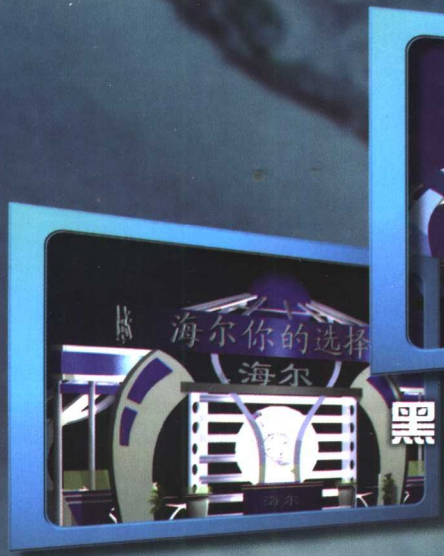
沈阳大学艺术学院工业设计



现代展示 4

Xiandai zhanshi

赵子夫 唐利 著



黑龙江科学技术出版社

商业展示设计

赵子夫 著
唐 利

现代展示 4



黑龙江科学技术出版社

中国·哈尔滨

Display Design Works Display Design Works Display De

图书在版编目(CIP)数据

现代展示 4/赵子夫,唐利著. —哈尔滨:黑龙江科学技术出版社,2004.10
(商业展示设计)
ISBN 7-5388-4761-8

I. 现... II. ①赵...②唐... III. 商品陈列 - 陈列设计 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 104033 号

责任编辑 车承棣
封面设计 孙振杰

商业展示设计

现代展示 4

XIANDAI ZHANSHI 4

赵子夫 唐利 著

出版 黑龙江科学技术出版社

(150001 哈尔滨市南岗区建设街 41 号)

电话 (0451)53642106 电传 53642143(发行部)

印刷 黑龙江新华印刷厂

发行 全国新华书店

开本 889 × 1194 1/16

印张 4

字数 100 000

版次 2005 年 1 月第 1 版·2005 年 1 月第 1 次印刷

印数 1 - 3 000

书号 ISBN 7-5388-4761-8/TU·411

定价 30.00 元

前 言

今天,中国的经济已经进入高速发展时期。加入 WTO 后,我们的企业、商业都面临着前所未有的机遇和挑战。然而成功的企业模式,不但要有技术“管理”,更要有树立品牌、宣传自我,表现企业形象,构建与社会沟通的平台。展示设计就是沟通企业与社会的最佳方式,是用事实、用形象、用人们从中感知的企业实力和发展前景,来表达企业的理念。

展示设计把视觉传达语意和产品设计的功能、形态融于一体,以时空环境和超前设计方式抽象地表达出来。展示设计是对特定的人为环境的创造,是一门空间与场地的规划艺术,是人与人、人与物、人与社会之间创造出的一个彼此交往的空间结构。这一结构形态以整体性和独特性的超维度空间“语汇”,塑造出一个企业表现自我为目的的生动艺术形象。

进入 21 世纪后,中国的展示事业迅猛发展,商品竞争的日趋激烈,迫使企业营销时效的把握和争取客源的手段加强,出现了大大小小的博览会、展销会、促销会、产品发布会,等等。商业展示带来的经济效益和社会效益令商家和企业十分鼓舞。国际间、地区间的展示会议,将特定的资源与信息交流融合,带动了当地的旅游、饭店、航空、运输及会展经济的发展。于是,在全国许多大城市都兴建了许多展览馆、会展中心、艺术馆,贸易广场,“会展业”这一种新型产业也适时生发。大大小小、形形色色的展示公司,更如雨后春笋。各大中城市纷纷争办各类展示活动,促进市场繁荣,已呈现出欣欣向荣的良好态势。

本书抓住展示设计教、学、用的核心,以通俗的理论解析了展示设计的概念、程序、方法及应用。对教学者可理清展示教学的脉络,并透过设计作业,找出展示空间形象的教学模式;对学习者,可系统了解展示设计的内容、要素、设计方法及程序,并通过众多清晰的范例,学习到空间形象的构成技巧,以更为直接地步入展示活动的核心问题;对于展示设计公司、广告公司、装饰公司,本书则提供了超大量的多视角、全方位的精品,展示空间形态,任其选择、截取、改造。这种集几十位专业创作者的思维观念而制作的大量素材库,是绝非某个公司,或几个人所能及的。因此,本书具有很强的使用、借鉴意义。时不我待,为快速提升我国展示设计创作的文化品味,加速中国经济的发展,本书期待着——为立志展示设计事业的人士提供帮助。

赵子夫
2004 年 10 月

目 录

第一章 展示空间形式	(5)
一、垂直处理形式	(5)
二、水平处理形式	(5)
三、结构空间形式	(5)
四、有机空间形式	(5)
第二章 展示空间构成	(6)
一、构成分析	(6)
二、立体构成分析	(6)
三、展示主体道具的构成	(6)
第三章 展示造型法则	(8)
一、比例与尺度	(8)
二、变化与统一	(8)
三、对称与均衡	(8)
四、节奏与韵律	(8)
五、重点与一般	(8)
六、对比与调和	(8)

第一章 展示空间形式

展示空间一般都是巨型的综合性空间形式，可以采用两种展示空间形式。一是开放式展示空间，二是封闭式展示空间。前者展示空间是开放的，像一个小岛一样自成一体，它的各个方向都吸引参观者的注意力。它是双层或三层的结构，规模宏大且具时代气息。后者则是封闭的，是展览会馆建筑的一间屋子、一套房间，它要千方百计地吸引参观者进入门内，并且让他们一直有兴趣地观看并且难以忘怀。具体展示空间处理形式有垂直处理形式、水平处理形式、结构空间形式和有机空间形式等等。

一、垂直处理形式

垂直处理形式是指竖向展示观览空间距离的处理。一般在竖向空间里，物体垂直距离越高，人们观览它的水平距离就越远。如果一个展品的垂直高度约为1m，那么参观者要在离它1m远的地方观看才能觉得舒适。一般人的视力高度可以达到16m。如果把展示媒体拔高到视觉空间距离之外，就会使展示失去存在的意义了，因为观者根本看不到，或者让观者感到很累。竖向垂直空间可以采取抑扬空间法和叠加空间法两种处理手法。

1. 抑扬空间法

这种手法是通过将展示空间的局部顶棚沿着垂直方向升高或降低来改变观者视觉、心理感受的方法。为了现实主体空间的博大与明亮，使个别局部空间人为地减弱，以形成强烈的对比来衬托主体。

2. 叠加空间法

这是一种沿垂直方向加层拔高的处理手法，一是可以扩大场地面积，二是可以节约建造的费用。在加层地板下面一定的高度安装投影屏幕，或者悬挂可移动的信息板、旗帜，宣传企业的形象，使所有参观者都能够看到。

二、水平处理形式

展示空间的水平处理是大量的，要求功能分区合理，内外通透和谐，形式丰富有趣，易于充分地流动和轻松地监督。水平处理形式可以运用围隔空间法、联系空间法和渗透空间法。

1. 围隔空间法

将外部空间的手法运用于展示空间，主要有三种形式：

第一，“围而不隔”在一些临时性展览会中，用道具从三面分别相围，形成“U”字形的平面空间，以区分不同类别或不同企业。

第二，“隔而不围”在展示空间的主要入口处，设置木板或玻璃等虚实有致的隔屏，观众在门外看不到厅内空间的全部，却透过隔屏隐约见到内部的一点精彩。以吸引观众。

第三，“又围又隔”在展厅内部，封闭围隔设置洽谈室、会议室、招待室等辅助功能的空间。

2. 联系空间法

联系空间法是两个空间之间相连接的处理手法，使它们之间自然而然的过渡相连，起到导向的作用。如展览馆入口处与通道的连接，需要用廊道、台阶、檐板或地毯等进行过渡；或者两个不同类型的展览、或者分布在不同楼层的展览之间的联系就可以采用地毯、过廊、摆花盆、彩带展板等方法，以加强展示空间的统一性。

3. 渗透空间法

渗透空间法是借用园林艺术“对景”、“借景”、“引景”、“泄景”等艺术手法来处理展示空间的方法。可以利用当今各种新材料、新工艺进行渗透空间处理，如展示空间内用大玻璃幕墙与室外相隔，“你中有我，我中有你”，将室外的自然风景引入室内空间。

三、结构空间形式

在展示空间内部采用壳体、蓬帐、充气结构、网架等新技术、新结构，以突出时代特色，强化人们对视觉空间的感受。尤其是网架结构空间形式，以球体节点的“三角锥体”或“四角锥体”的基本单元结构，可以创造富有冲击力的大空间，而且还能够拆卸和重复使用。

四、有机空间形式

在展示空间内可以模仿大自然的有机形态，大量运用自由曲线、自由曲面，打造有机形态，赋予其活力和生命力。曲线、曲面的运用，既给人以轻巧、和谐、飘逸的美感，又可以满足人们渴望大自然、回归大自然的心理需求。

第二章 展示空间构成

一、构成分析

在展示设计中的道具形态，往往都是最简单的基本形、几何体，我们研究它们的外形轮廓和内部各单体组合之间的形式关系，这就是构成分析。当然，所谓分析，也包括对已形成的展示作品的欣赏。

构成分析分为平面构成分析、立体构成分析两种。一般在草图构思中，对门面道具、主体道具、各展架、展台、展板构思常常从平面构成中入手，对形态的大致比例有一定估算后，再进入立体构思之中，加强其各部分的凸凹关系、递进关系、体量问题等，然后最终敲定方案。如第 11 页的彩图展示的入口门面的平面设计，对称入口门柱两侧是大型展板，中间上楣是三条金属线，将左右展板连接一起，展板前设置低矮的展台，整体处于一种对称的构图中，这是平面问题反映的形象，但当我们把它转化为立体形象时，又需要再次加工，考虑体量、力感、动态关系、空间关系、与环境的协调等等。构成分析是把展示道具形态整体化、组合化来进行设计的，这就意味着设计要先从大处着想，要从大的形态组合关系上把握设计方法，这就是设计的思路问题。当我们接到一个方案后，在熟悉了其中的诸功能关系和技术问题的基础上，应当从大处形象的整体性、均衡感、动态关系进行构思。

构成分析如何运用？这也是创作方法问题。例如某个展示设计，当我们把工程设计方面的基本情况把握之后，往往也有了一个比较朦胧的大概形态。这时，我们会有这样一些概念：它是高的或是矮的，圆的或方的，以实为主还是以虚为主，然后因势利导，就可以向某种几何形靠拢，试试行不行，动态关系如何，力量感、空间感如何。因是草图构思，要构思多个方案，然后进行比较、推敲。不过这时切莫做的太细，做细了会投入过多精力，如果不太满意时，弃之便觉可惜，勉强采用却会影响整个展示效果。因此，构成分析的一个重要原则是“到此为止”，而要再做其他的可行性分析。这种分析法是大学艺术类学习时老师经常强调的，然而许多设计者在从事实际工作后便不自觉地把它丢掉，或放在很轻的位置上，简单地做一两个方案了事，没有深刻去挖掘形态构成，没有不断从新的角度去想问题的习惯，懒惰的思维定势会在无形中助

长，从而干扰和阻止了设计者水平的提高。

二、立体构成分析

所谓立体，其实应当包括实体和空间两个方面，是三维的空间。当然，随着人流的移动，时空的变幻，它也就产生了四维空间，不过，这里暂不讨论时间所创造的四维空间。

立体构成分析，在很多方面借鉴了现代立体构成的手法，但它更为洗练，更为简洁。本文不想重述立体构成规律，只是从对实际范例的剖析上，看展示设计中立体构成的创作手法。

本书第 12 页的设计图展示的形态主要分为三部分：其一是入口处，采用强烈的节奏作竖向排列，左右两侧为对称式、上大下小的倒梯形；为了消除梯形呆板，在上部开一圆洞，使其轻巧、生动。门的上顶用弧形板作等距离节奏排列，与下面竖板形成对比、呼应，更增加其生动性。

其二是中间的主体道具，其竖向支撑板作四面对应的弧面排列，形态与门的竖板相统一，竖板上整齐地排列着从小到大的圆孔，玲珑剔透，再加上弧板上端微向外展，呈升发状，生动的力感，轻盈的姿态，轻轻地托起一块中间开圆光的方状弧面板，倍显挺拔的生机。竖板间上端密排三条细细的结构线，更显其亭亭玉立。而下部叠落的两个圆形展台，又奠定了形态的安定。

其三是主体道具两翼的大型弧面板，是由整齐划一的倒三角形金属网架构成，同样展现了强烈的节奏和生动的曲面展示效应。从造型上，两弧形板的构成形式是对中间主体道具的有利烘托，恰如一朵盛开的鲜花，喷吐芳香。设计者似乎非常看重这个最有力的节奏构成形式，多次采用，重复出现，由三构成的两翼展板，由三构成的中间展台，由三构成的门柱两翼，由三构成的错落绿化台。这些都为整体设计增加了内在的统一、协调，注入了一种无形的生机、灵魂。

三、展示主体道具的构成

展示主体道具在整个展示设计中起到至关重要的作用。展示主体道具有纪念碑式和空间构架式两种形式。在展示空间构成中，纪念碑式是常常被采用的构成方式，主要因其易于操作、实施，并且便于运输和

现场安装。纪念碑式的主体道具对整个展区中各部分的展位起到收纳和控制作用,但约束力较弱,也就是它的空间“场”的强度不够。对于一些面积不大的展览,采用这种形式是十分有利的。它可以直率地表达企业的崇高性格,表达企业的向上精神,在较大的整体展示大厅中,易于被观众发现,起到较强的广告宣传效益。然而空间构架式恰恰你补了纪念碑式的弊病,它对整体展示空间制约性极强,一旦处理好主体形象,下部低位上的展示道具便十分容易陈设。但空间构架式的缺点是,创作构思的难度较大,完全脱离了立体构成中的规律和法则,全靠设计者对企业精神的领悟,靠从自然界生物动态规律的摸索,靠设计者抽象逻辑思维向形象思维的转化,靠自然界各种内力的外在形象化。因此,作空间构成形式的表达,需要较深的训练和较高的艺术构想力。这里主要介绍纪念碑式主体道具的形态创造。

图1中的主体道具具有三个层面构成。底座为四星式方形构成,突出强调它的放射状,已构成扩展态势。四星上加两层叠落的圆形作展台,既强调四星中心,又起到与上部构成物的空间形态过渡。中间部分为由下向上大幅度展开的四板构成体,中间作圆形镂空,强调形态的空灵、轻盈和通透感。在圆形空间中置入一圆形台,既为形的核心和向心力的要求,又是展示功能的陈设性要求。上部为主体道具的头或称帽,由一圆板与圆台构成,对下部扩张的四翼起到收头的作用,同时圆台的厚度,恰是企业形象宣传的主要位置。扩张、生发、安定,是这一主体道具创作的灵魂。

图2(见第9页)中的主体道具主要有两部分构成。其一为底座,由最简练的圆台体现,上部是向上生发、向外扩展的六板式放射构成。其特点是六板的上、下部均作了不等量的弧形切割,使形态减少了许多呆板。尤其上部作弧线切割后形成的半圆体弧状空间,形成了一个虚的六板构成核心。这就是不往上作收头,便往下作收头,所作的形态别有情趣。六板面可做企业宣传。六板向外对位地设计了六个扇贝形展示道具,扇贝中间开孔,孔内斜置一圆板为贝核,生动而活泼。扇贝内核加设展台,既为展示陈设功能要求,又是形态构成中的层次递进要求。六个扇贝形态是对主体道具的有力烘托,共融一体,若去掉六个扇贝体,则主体便大失风采,这就是展示设计的整体性创意要求。

意向虚中取,形向实中求。

图3(见第9页)中的主体道具完全是一个抽象的雕塑体,展示一种令人寻味、深思的企业精神。它由三部分构成,底座作隐性处理,内收,观众不易看到,而中部为两层叠落的圆形展台,博大、宽宏。上部在圆台侧方作一个半壁环与三条斜柱构成。斜柱间用金属线交织缠绕,与半壁环的倾斜放置构成了一种动态平衡,十分生动,这自然会招引许多观众来展区参观。

图4(见第9页)中的主体道具形态较为洗炼、大方,没有多余之笔。该道具完全统一在正方形之中。下部底座为一正方形低矮的展台,中间支撑部位由四根钢柱构成,钢柱在上端作90°弯折后恰好托在一个正方形的四面中下部。正方形四面的功能作用是宣传企业形象。其形态得以产生活力的最大功效在于整体与下部为中线角对位关系,由此而消除呆板。整体展示均统一在这种洗炼的形态处理之中,简约而不失空洞,大方且耐人寻味。

图5(见第9页)中的主体道具由五个层次构成,构成要素多了些,但其实用性很强。底展台的方形与上层构架方形采用角对中线位法。上层方形在四角处做了四个凸出咬合的方柱,增加了展台许多亮点。上部三层为透明玻璃的展柜,这是虚的手法,以消除整体沉闷。方展柜上部为一个圆台。方、圆体均为设计中静的因素,但两个静的,差别较大的组合,使形态产生动的要求,这是对比。顶端为长方体实形,作展示企业功能要求的广告体。该设计最大成功点是灰色的运用及装饰线的宽窄对比运用,使观众产生许多回味。这种装饰线手法也是展示设计中重要的处理手法之一。在展区内的其他展示道具,也都非常注重形态的重叠错落,使小的构成中也赋予了很强的动势。

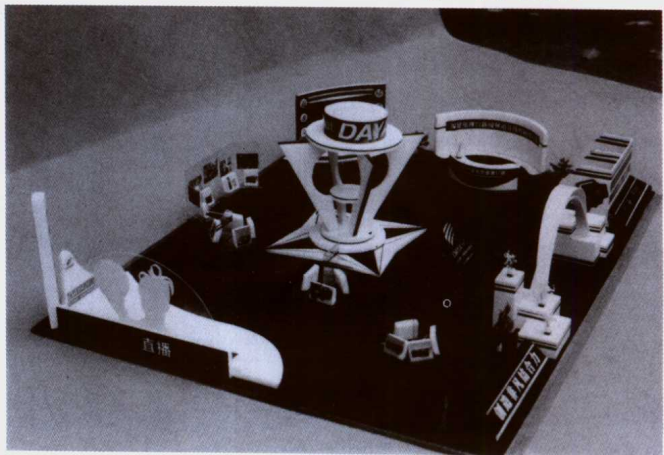


图1

第三章 展示造型法则

展示设计应遵循造型美学法则的原则来进行：

一、比例与尺度

展示设计要考虑整个展示空间长、宽、高之间，局部与局部、局部与整体之间的相互关系。要始终注意从空间的整体效果出发，来确定局部空间设计；而在进行局部空间设计的同时，必须时时处处记住与整体空间效果的关系，两者之间是相辅相成的。在进行展示空间布局时，要运用造型美学法则来处理好形象与形象的关系、宾主关系、疏密关系、聚散关系、空间关系、层次关系等等。

二、变化与统一

展示设计要运用变化与统一的造型基本法则，在统一中求变化，变化中求统一，塑造丰富多彩而又和谐统一的空间立体形态来。展览会空间形式构成中有体量和方向的因素，形体构成中又有方圆、曲直、轻重、厚薄、大小等对比因素，质地包括凹凸、软硬、粗细、透明度、光泽度等因素，色彩包括冷色和暖色、兴奋色和沉静色、轻重感和软硬感、华丽色和朴素色，以及明度、色相、纯度、虚实的对比等，其变化丰富多彩。对于各种关系必须有主有从，主次分明，立体突出，既要错落有致有变化，也要避免呆板僵死，要始终注意把握展示空间整体中的变化统一原则，以取得展示空间的整体艺术效果。

三、对称与均衡

点、线、面、体及色彩是展示空间的形式要素，运用对称与均衡法则来对这些要素进行构成处理，以保证展示空间形式的安定与优美。对称的展示空间造型具有整体、稳定、宁静的效果，均衡的展示空间造型则给人以玲珑、活泼、多变的感受。均衡常用的构图手法有等量均衡和异量均衡。前者是在对称中心线两边的形体和色彩不等量的情况下，通过对于展示空间形体或局部之间的疏密、大小、明暗、轻重、远近、高低以及色彩对比关系的调整，把握图形均势，使其上下左右分量相等，以求得富于变化、活泼、优美的平衡效果。

后者则无中心线划分，其形状、大小、方向、位置各不相同，而在不失重心的原则下把握力的均势，使整个展示空间形式在气势上取得统一而相互照应的稳定感。

四、节奏与韵律

为了使整个展示空间形式取得统一的艺术效果，还要运用节奏与韵律的法则。如在空间造型中，让一个主要的形式有规律地或连续、或起伏、或交错反复出现，来构成一个完整的形式体系；对于其外形、色彩、线条、装饰的材料、质地、及构件进行有规律地重复，有组织地变化，来形成聚散、往复、转换、重叠、更替、错综的效果，以塑造韵律优美、节奏鲜明的艺术形象，给人以旋律美感的陶醉。

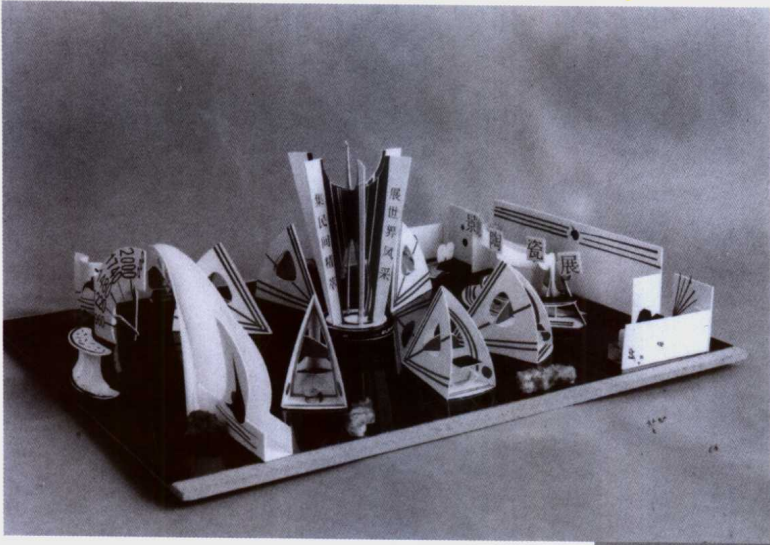
五、重点与一般

重点是在展示空间造型中创造视觉中心，首先要考虑位置的设置。一般在特定的空间框架中，有一个中心部位，凡是越靠近这个中心的形态，就会成为视觉中心。但也不能说位置必须在中心，这样会使构图显得呆板，应该根据具体的内容及要表现的气氛来确定。其次，要考虑设置的范围。在展示空间造型中重点要素所占的量必须限制在相对较小的范围内，否则，就会破坏形式的和谐，而失去整体形式的统一。最后，还要考虑周围环境。展示空间造型的重点必须注意与从属环境之间色彩、质感等的差别，强化它们之间的对比关系，以突出重点来形成视觉中心。

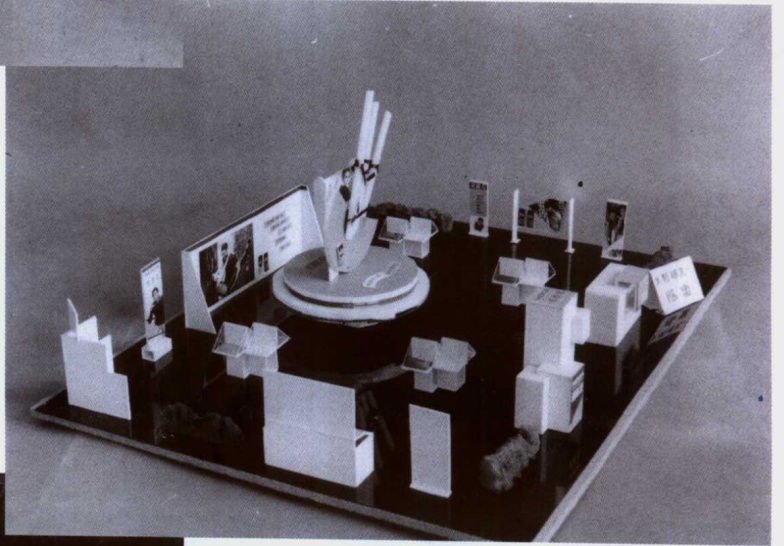
六、对比与调和

在展示空间造型中，运用大小的对比、形状的对比、方向的对比、高低的对比以及色彩、质感的对比等处理手法，来衬托或丰富主调效果，以取得醒目、突出、生动的艺术形象。在采取对比的手法同时也要考虑各体量之间的联系，整体的协调、呼应，以达到和谐、统一的效果，使展示空间形体以其整体形态和色彩给人一定的感染力。

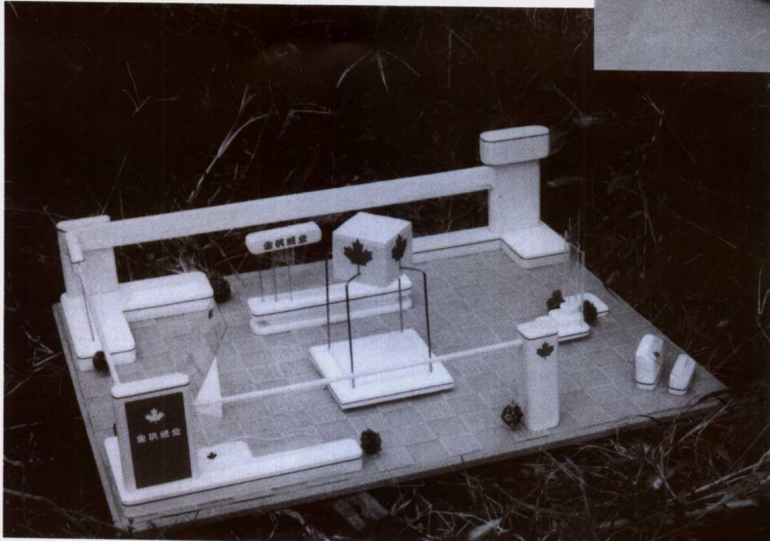




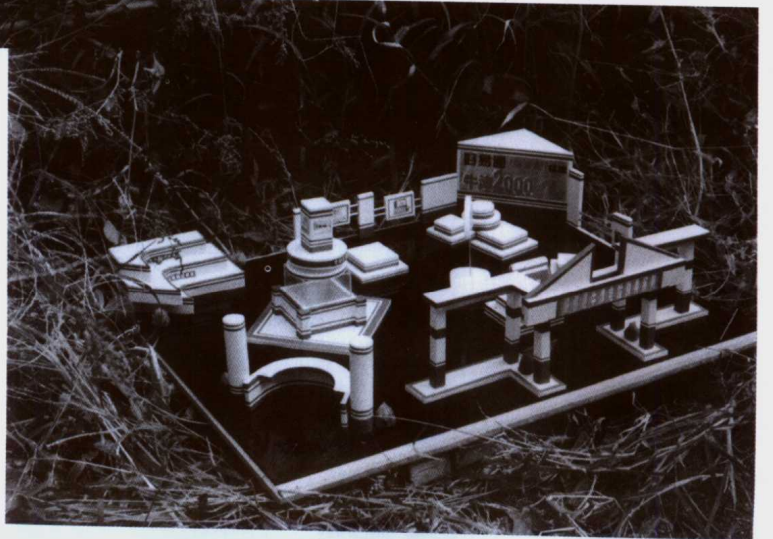
◀图 2



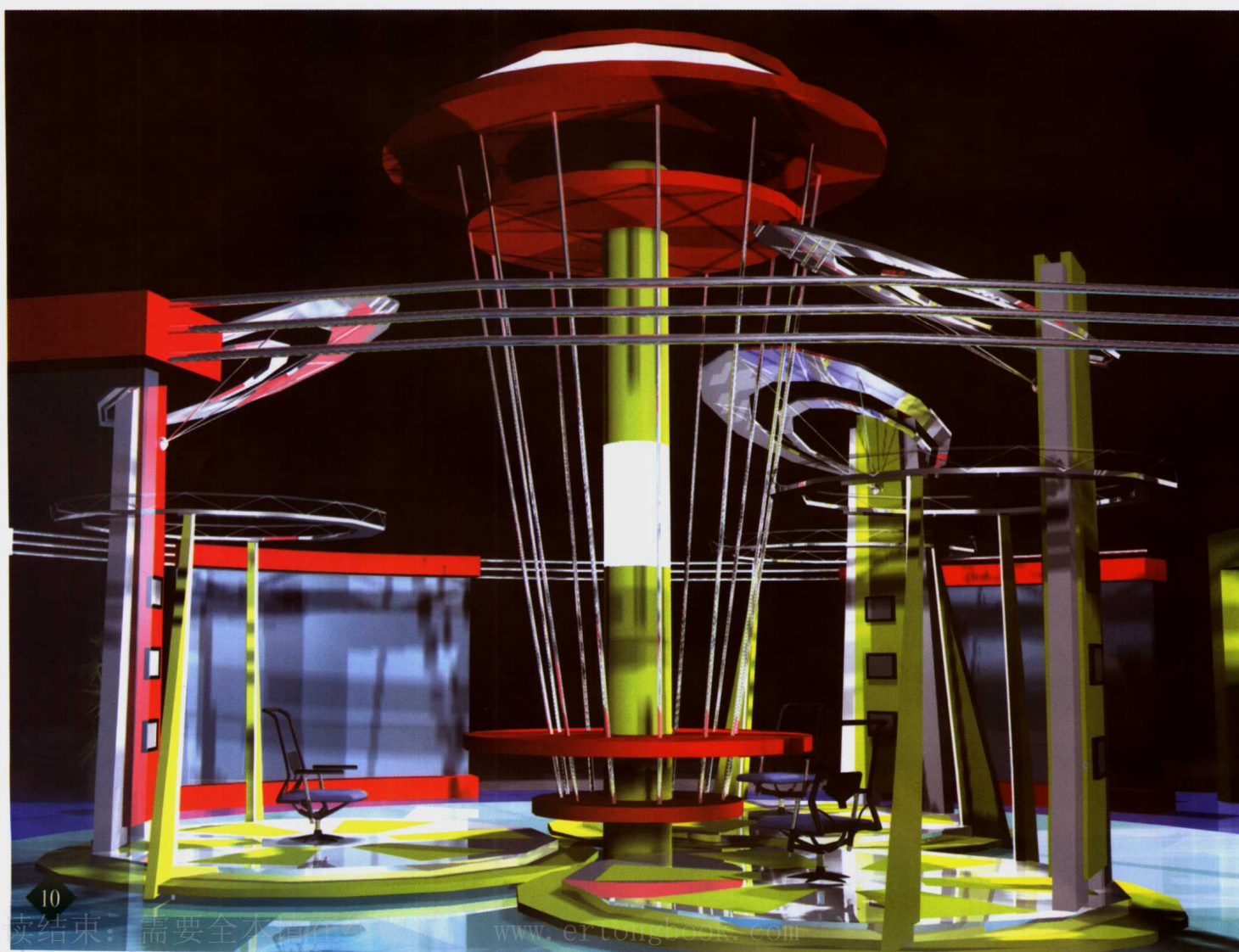
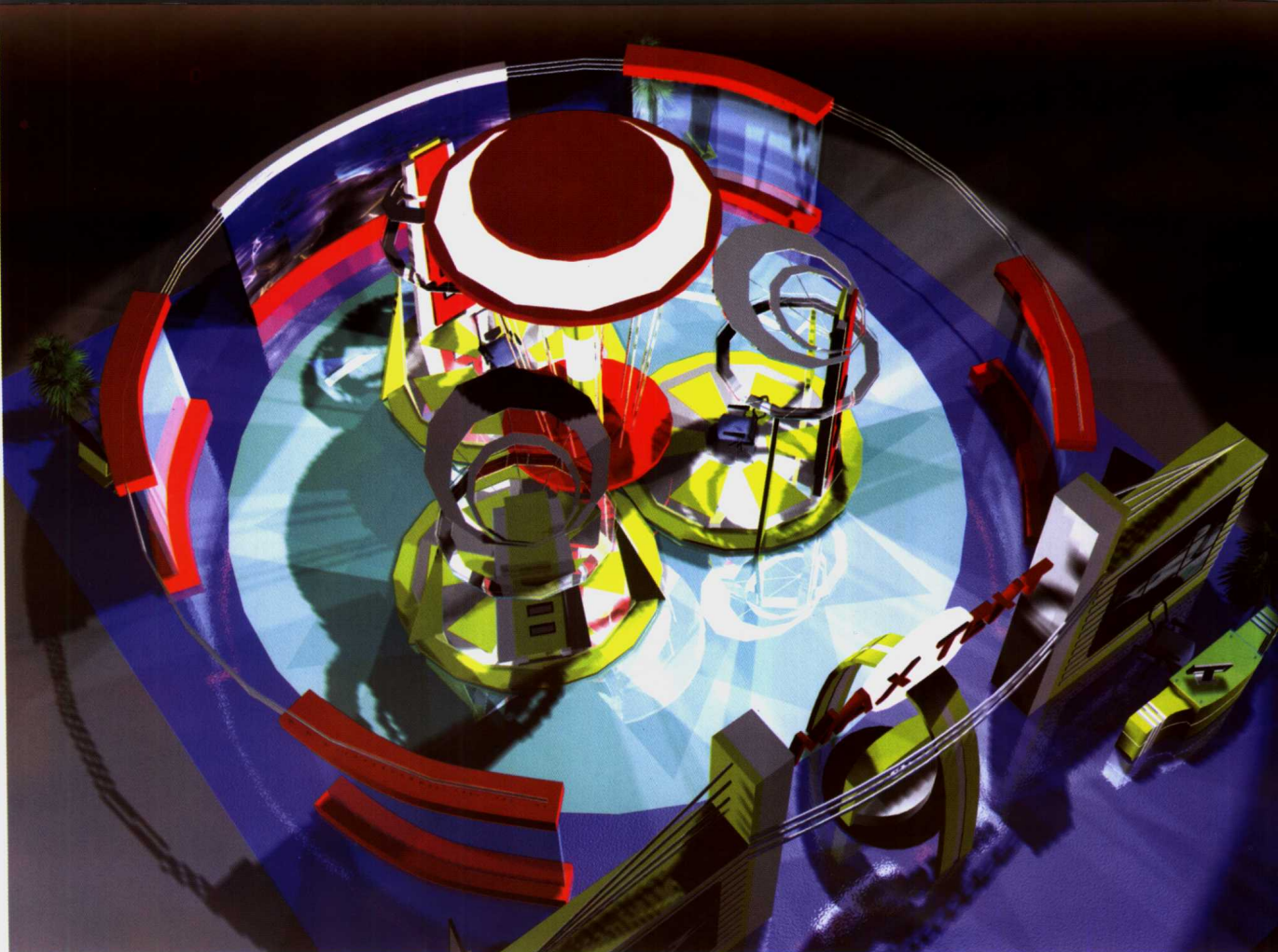
▶图 3

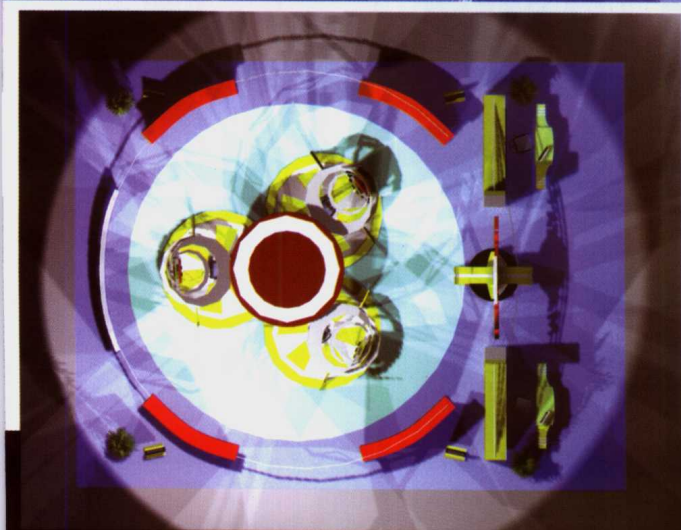
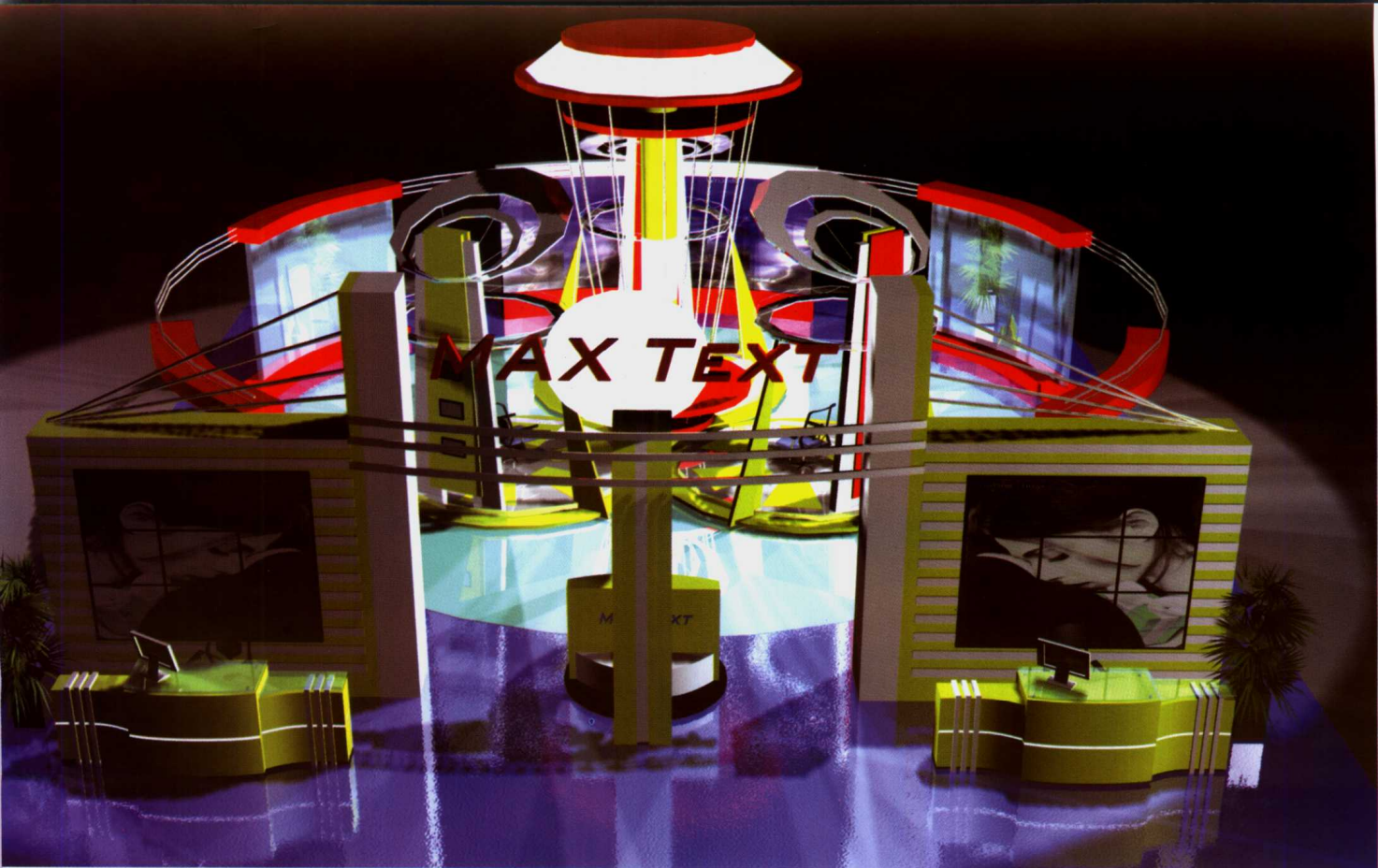


◀图 4



▶图 5





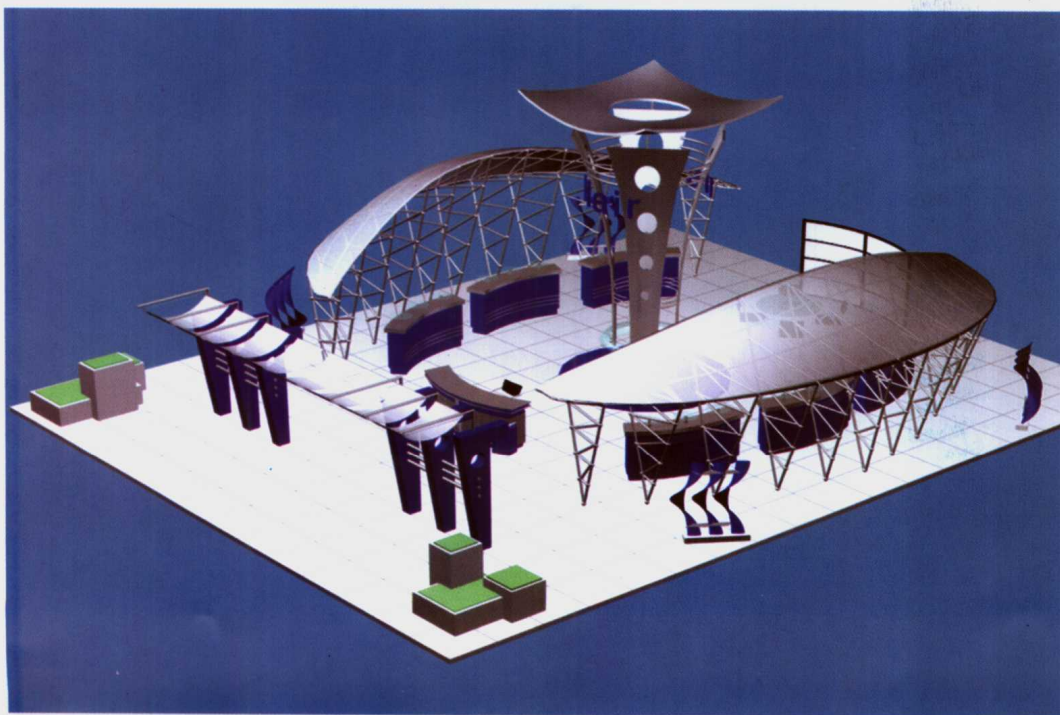
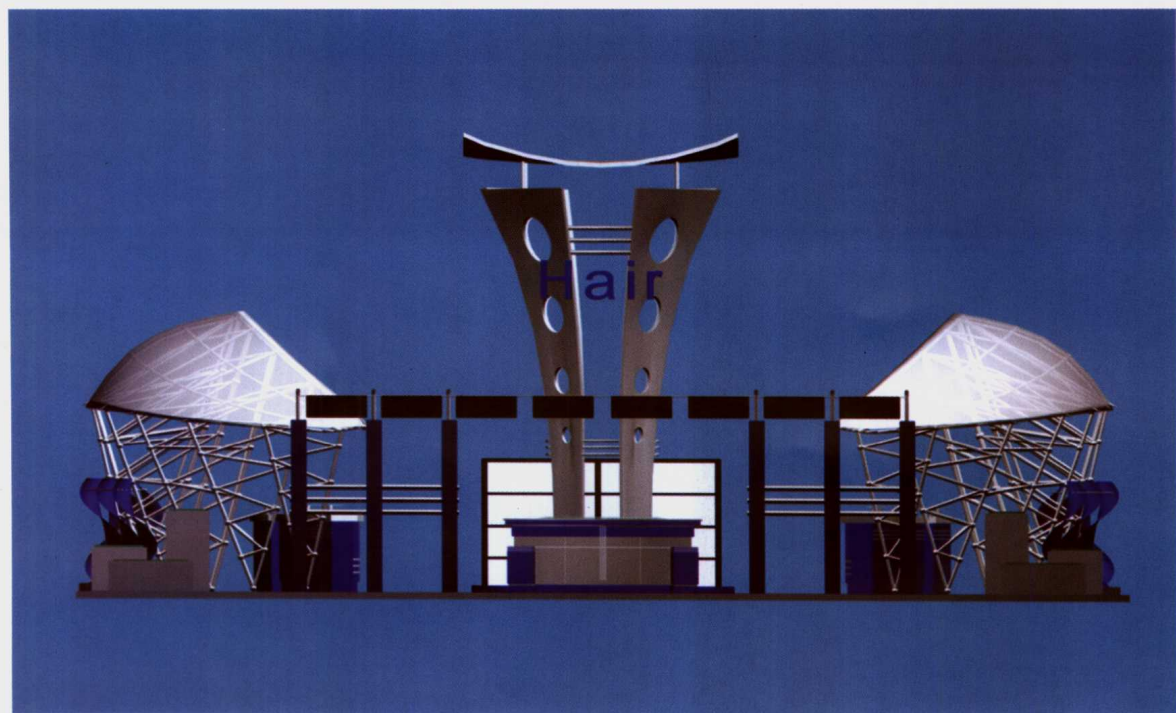
用展架和展板围合出一个圆形展示区域,展区内三个圆形地台又划分了各自的小区域。中间主体柱用金属线由下而上连接到柱顶圆形天花,高耸入云。三个圆台边的支承柱顶部曲线圆环指向中心主体柱,象征着企业有极强向心力。

/乔曦光



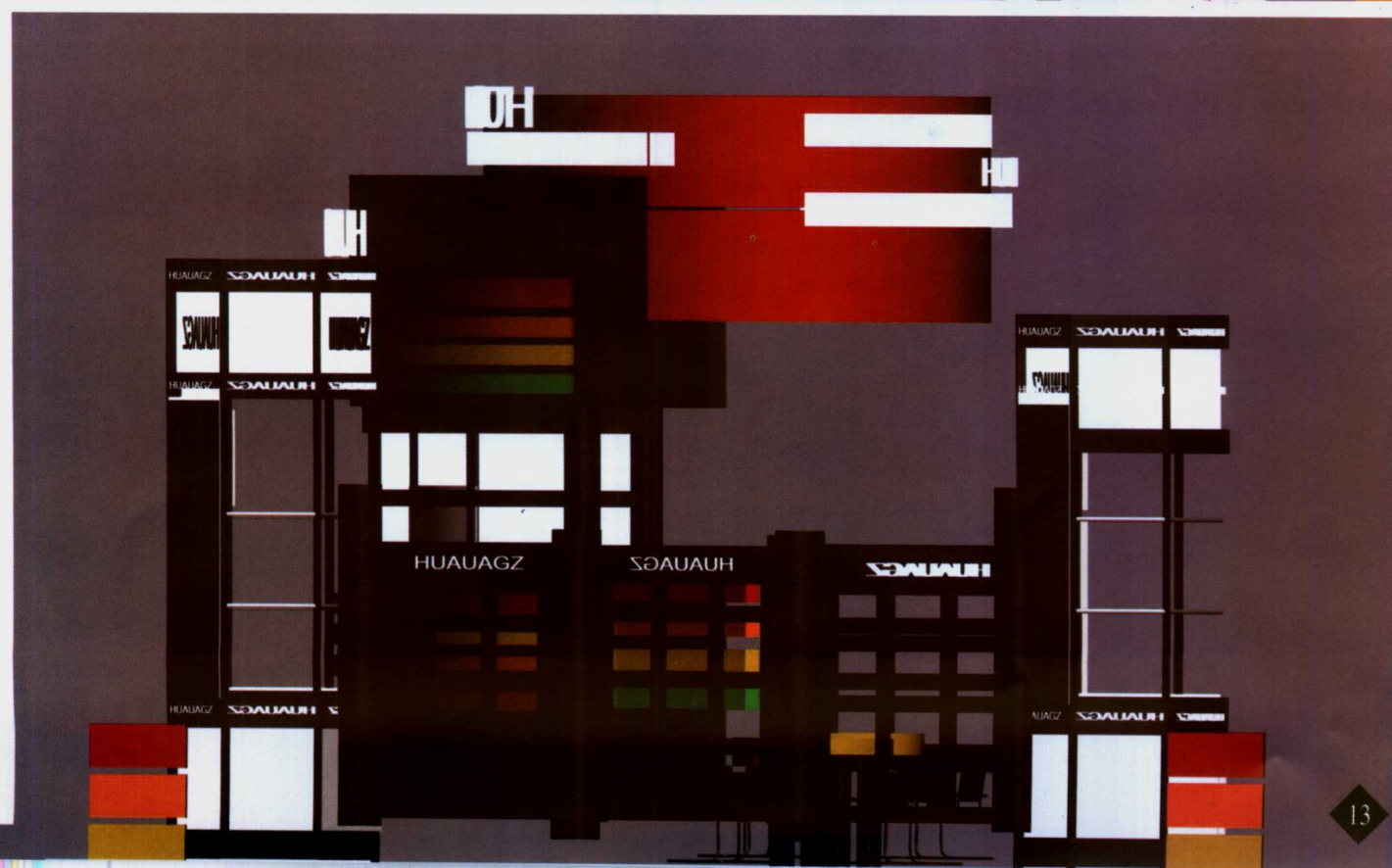
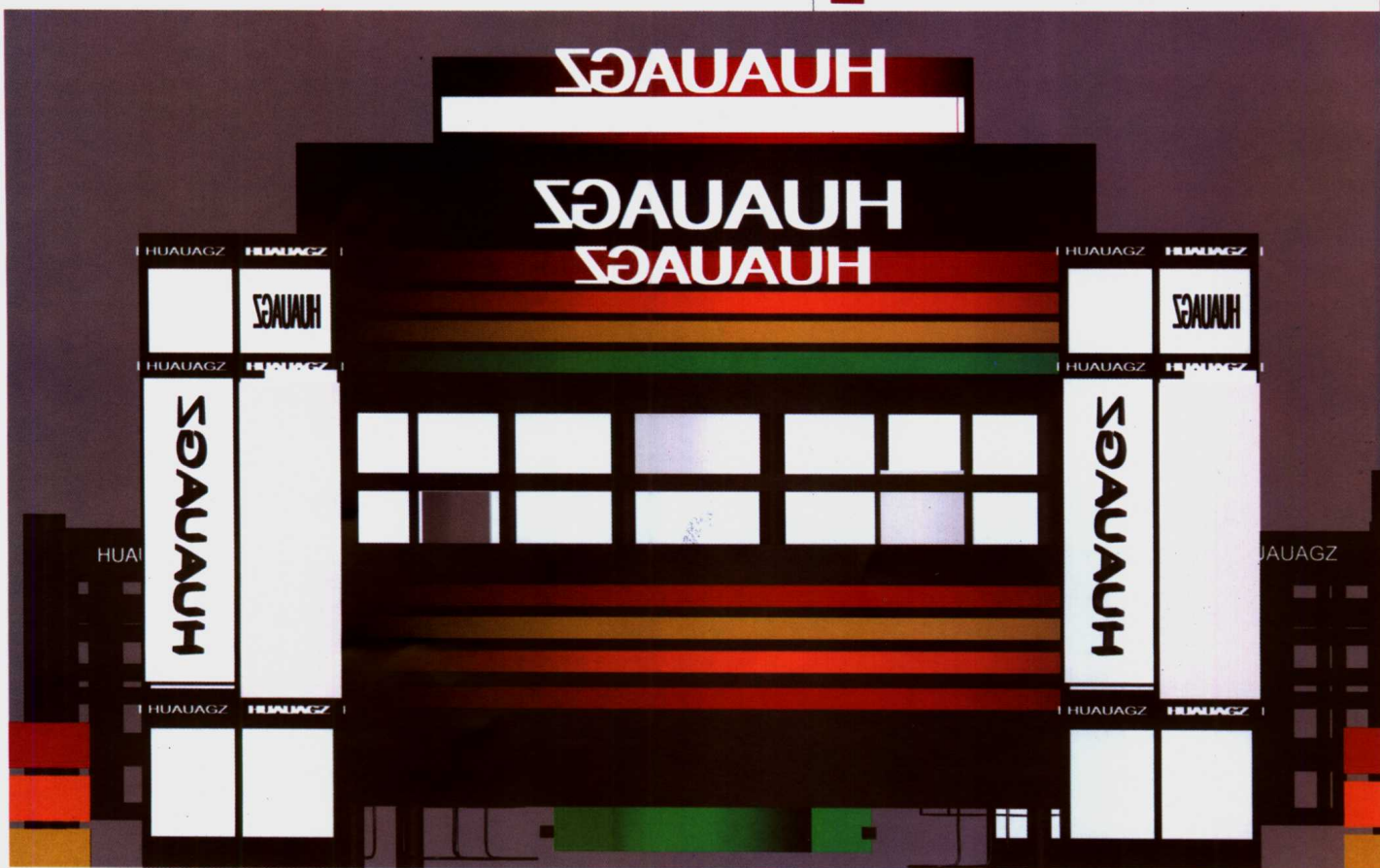
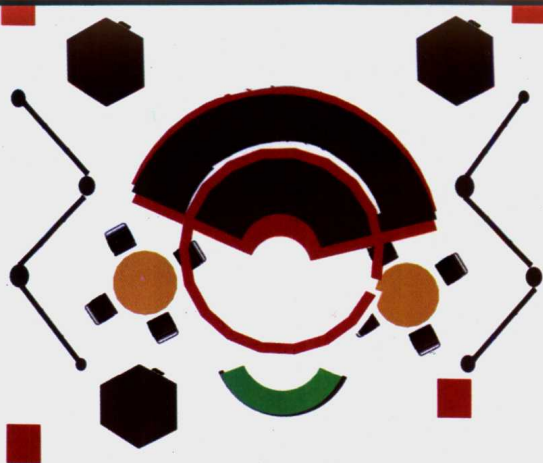
两侧金属网架如同
分开的贝壳，拥抱中
间的主体柱；主体柱
四个打孔曲板由下
而上伸展，如同含苞
欲放的花蕾；周边
蓝色的展台、展架
错落相间；优美、
飘逸的空间效果跃
然纸上。

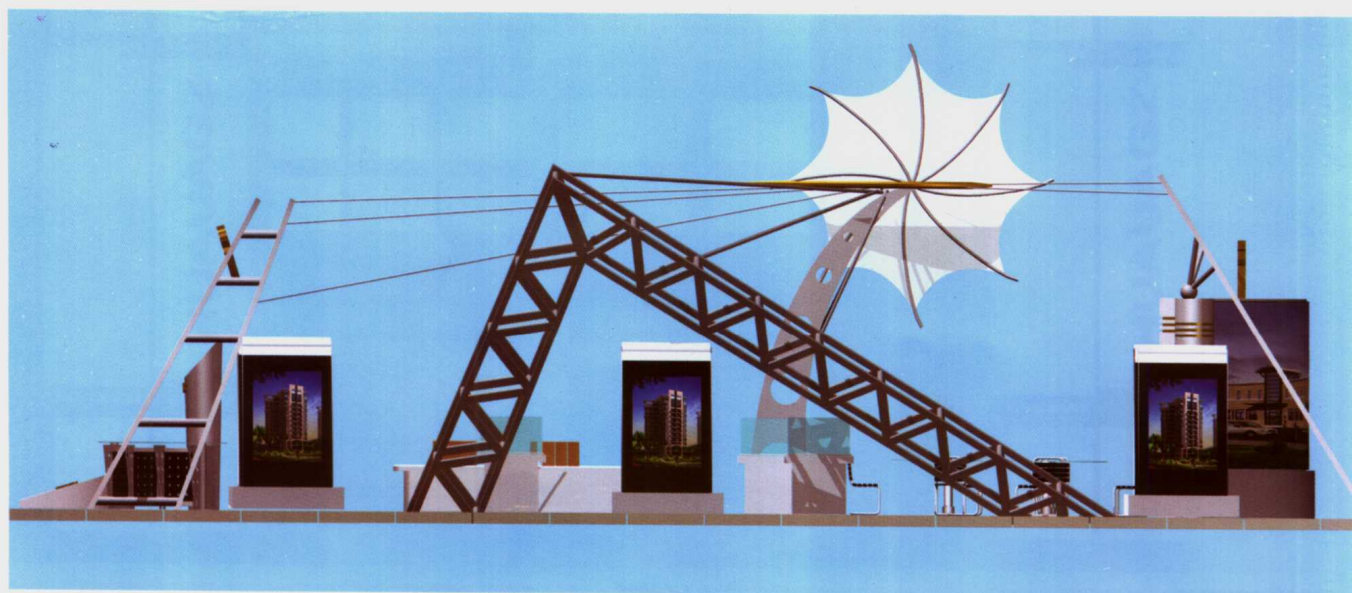
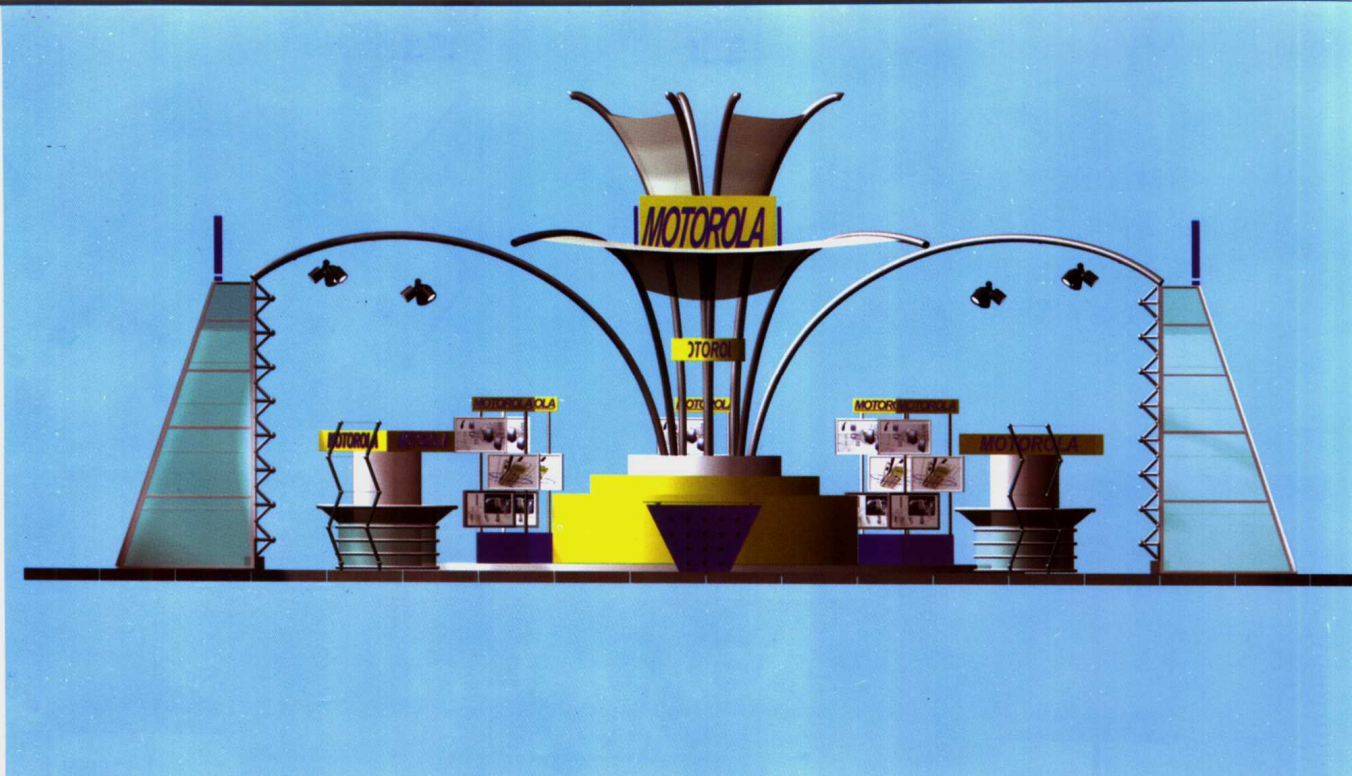
/宋丹



开敞展示空间透过两个门柱体，在迎面半圆形展示主体的黑色地上嵌数条多彩装饰条，上部展示白色的企业形象。四角错落四个小展台，红、橘、黄三色既构成韵律之美，又规划了展示空间的范围。

/李刚





环上网架结构镶嵌灯箱布仿佛是船上的风帆,并用四个网架柱来支撑,向外伸展的多个金属展架,支撑上部弧形楣板,并用钢线连接四周弧形展板,整体造型活发生动。

/唐雷圆

