



设计

计解码

[展示编]

陈炬 编著



江西美术出版社



[展示编] 陈炬 编著

江西美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

设计解码. 展示编. / 陈炬编著. —南昌: 江西美术出版社, 2004. 5

ISBN 7-80690-404-2

I. 设… II. 陈… III. 陈列设计—作品集—世界—现代 IV. J534

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 027131 号

责任编辑: 刘熹奇

装帧设计: 沈卓娅

陈 炬

■ 本书中选用的部分资料, 因无法与作者取得直接联系, 请作者见到此书后与本社联系, 以便支付稿酬, 并致谢忱。

设计解码·展示编

SHEJI JIEMA
ZHANSHIBIAN

陈炬 编著

江西美术出版社出版发行

(南昌市子安路 66 号江美大厦)

邮编: 330025 电话: 6566093

新华书店经销

江美数码科技有限公司制版

深圳华新彩印制版有限公司印刷

2004 年 5 月第 1 版

2004 年 5 月第 1 次印刷

开本 889 毫米 × 1194 毫米 1/16

印张 5.5 印数 1-4000

ISBN 7-80690-404-2/J·1176

定价: 40.00 元

Design Decoding ► ►►

主编
Editor
沈卓娅
Shen Zhuoya

责任编辑
Editor-in-Charge
刘熹奇
Liu Xiqi

装帧设计
Graphic Design
沈卓娅, 陈炬
Shen Zhuoya, Chen Ju

Foreword

主编絮语
沈卓娅



Design Decoding

虽然艺术设计不能如斯蒂芬·霍金预言的那样：人类在21世纪将掌握一个“包罗万象”的理论，用一个简单数学公式揭示一切事物的规律。而人类的主观思维也不会随着科学家们编排的基因组合、按照既定的公式进行思考。

但因为我们所观看的是同一个世界，虽然是透过自己的眼睛；由于我们所居住的都市越来越同质化，虽然地处天南地北，而可接受的资讯却几乎是相同且同步的，麦当劳快餐店、可口可乐饮料、各类手机广告……

因此，我们试图借助这种感性的感受所具有的普遍沟通的能力，穿过感性的管道，去解读普遍意义上的感受。因为设计工作本身就是心理感受，是被圈定在既定的具体环境中、限定的条件下的真实的生活理想。

每个设计项目，不管是一枚标志、一幅海报，抑或是配合营销而做的艺术设计，其最终的目的都是以最快的速度将资讯正确地传递给受众。而设计师正是借助字体讲述故事，借助色彩创造情绪，借助版面释放信息，借助图象传达情感，来实现自己的生活理想。

这套丛书从多个方面收录了众多上乘之作，并为每件作品加释注解。让我们一起来解读这些作品，一起来体味设计师们透过纸面做成的船儿所承载的各式各样的信息吧！

人在变、物在变、展示在变

陈 炬

展示,英文为Display,表示展现之类的状态行为。在中文里“展”有张开、陈列的意思;“示”是把事物摆出来或指出来使人知道,有演示、暗示的含义。展示的概念来自于展览一词的扩展。展览,即是将物品陈列出来供人们观看。这其中既可以是静态的呈现,又可以是动态的。

展示设计必须具备以下三个元素:主办者、展品、观众。



韩国汉城 IT 展

展示设计是以招引、传达和沟通为主要机能,将需要展示的对象进行有目的、有计划地形象宣传的空间设计。它通过采用艺术设计手段,借助于道具、设施和照明等技术,经过视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉和神经觉等全方位的设计,充分调动人的潜能,将一定量的信息内容告示于公众,以其对观众的心理、思想与行为产生有意识或潜在的影响,达到完美沟通的目的。

因此,作为展示设计师必须是一个掌握和熟识多种技术和材料的专家,能围绕自己展示的目标调动各种艺术的、科学的、技术的手段,创造最佳的展示空间。同时,由于展示设计有一定的时间限定,需要设计师具备丰富的创作经验、熟练的技术与高效的工作节奏,并要在充满艺术灵感的创作过程中融

入逻辑理性的思维与科学技术的严谨态度。

一 随机应变的展示空间

在视觉造型领域中,所谓空间是指实体与实体之间的相互关联而产生的一种环境,由长度、宽度、高度等表现出来。展示空间便是指这个意义范畴上的空间,是一种具有实用性的空间,是人们按照某种活动要求,采用某些构成手段和组合方式创造出来的,有具体形象的展示形式。

展示设计的目的与展示功能的最终实现,是以占据一定场所空间为先决条件,并借助于实物陈列、版面、灯光、道具、音像、色彩等综合媒体来有效地传递信息,故展示空间设计是人为的环境创造。

展示设计主要分为商业展示和文化展示两大类设计。展览会往往具有很明显的时间性和季节性,在展出内容、时间、规模和形式等方面,具有极大的灵活性。在艺术设计方面,各类展览会都要求有强烈的形式感,注重创造丰富、活泼和热烈的气氛。

(一) 商业类展示的特征

商业类展示包括各类商品的展销会、交易会 and 博览会,如食品展销会、商品交易会、汽车博览会等。商业类展示的目的主要是通过展示商品的性能、用途、特点及企业形象,来促进商品的流通、技术的交流、企业形象的宣传。这种商业类展示的时间一般在3~8天,最长也不超过2周。

商业类展示空间的特征主要表现在以下几个方面:



韩国汉城 IT 展

1. 展示空间是一个四维空间

由于展示空间设计受特定时间的制约,因而展示空间是一个时间与三维空间高度集合的四维组合体。人们可以在展示场所进行视、闻、询、触摸等,全方位地参与和感受。当离开特定的时间,人们是无法全面认知和感受展览空间的。

2. 展示空间是一个多姿、多彩、多变的组合空间

展示空间特别是商品展示空间,由于展品、道具、灯光、

版面、装饰等的不同,使展示空间五彩缤纷。也由于展示内容、性质不同,分馆与摊位形态各异,故空间组合力求灵活多变。

3. 展示空间是一个流动空间

由于展示空间的独特作用,决定了它是一个川流不息的空间,而不是一幅静止的画面。

4. 展示空间是一个多功能、讲效率的复合空间

由于展示空间具有展示功能、销售功能、信息传递功能,以及服务功能等多种功能的重叠,因此决定了展示空间所具有的复合性。同时,由于要考虑馆租或摊位费,所以展出者更讲究空间的利用率、施工的高效率、人流分布的合理与通畅等。

5. 展示空间是一个开放型的空间

展示作为现代信息、市场营销策略的主要传播形式之一,它必须以“开诚布公”的姿态面向公众,以促进信息的沟通。因此,展示空间较之神秘的宗教空间与私密的生活空间更有极大的开放性。

(二) 商业类展示设计的要求

由于展示的性质、目标、对象等因素的不同,对展示空间设计的具体要求,一定也会有差异。主要表现在功能的、心理的、效益的、审美的等四个方面。

1. 空间功能设计

满足展示陈列、演示、交流、贸易销售与人流组织等多种实际功能的需要。空间利用是否合理?空间组合是否“顺理成章”?摊位空间是否适用?并且在欣赏空间、实用空间、过渡空间等的尺度、方位、色彩、走向等方面都须与空间功能相适应。

2. 空间心理设计

达到功能要求的心理与情绪效果。如适于儿童玩具陈列的是有趣的、活泼的、充满幻想的异形展示空间。严紧的、静谧的、暴露结构的展示空间,则有利于为科技展览制造凝思、遐想的心理环境与现代感。

3. 空间设计的效益性

既要注意展览空间充分有效地利用,又要符合经济的原则。尽量利用现成的组合式展架、道具架构,以隔连出新颖的空间来,而不轻易“大兴土木”地重新建造。

4. 空间设计的审美性



中国广交会展场

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。而空间的形象感、节奏感及其形式美感,则是空间审美的要素和形式。

(三) 文化类展示的特征

作为全社会的“立体百科全书”的各种博物馆、展览馆、陈列馆、纪念馆等,有国家政府兴办的,也有各类社团机构企业兴办的,它们都是社会文明的重要组成部分。它们是一个地区甚至国家文明发展程度的重要标志。现代博物馆不再是简单的文物标本的收藏、展示、研究机构,而是应该成为面向社会、服务于公众的文化教育机构和信息资料

咨询机构。它们对于传播社会文明、树立榜样和普及科学知识有良好的作用,是现代社会文化生活的一个重要部分。

艺术展览馆展示的内容大多是绘画、雕塑、手工艺品、设计作品等等。

科技展览馆主要展出的是古代或现代科学技术及其应用的展品。科技展览馆展示的范围相当广,它包括尖端的电子、



Lcheon城市展览馆

电信、国防、生物、医学、工农业等方面的技术展示,有些科技馆所陈列的展品在尺度上有极大的反差,这就要求展馆有足够的空间容量。

自然博物馆展示的多数是图文和标本,还有部分的文物、化石,这类博物馆为了更好地给观众以最大程度上的想象空间,往往营造模拟的场景空间。

公益、教育方面的展览利用展览有公开性、公众性、实证性和形象性的特点,向公众宣传政策、普及知识、扬善抑恶、



Lecheon城市展览馆

推广经验,起到很好的说理和感染、鼓舞的作用。

这些名目多样的展示,在风格、空间上千姿百态,但知识性、教育性、趣味性和审美价值成为这类展示陈列的基本特征。

(四) 文化类展示设计的要求

文化类展示的内容大多是艺术品、文物、历史事件和公益、教育及发展过程。因此,不同的展示内容,在展示的整体设计上就有不同的要求,在重视艺术效果的前提下,前者偏重于观赏性,后者则偏重于严密的逻辑性和连续性。展示设计还将充分考虑到交通流线、照明采光、展品安全、观赏效果、观众休息等各方面的因素。因此,其设计的要点:

1. 科学规律性

展示陈列设计在内容上要按一定的规律进行分类,如按年代、地域、类别进行分类,编排要有严谨的时序性。

2. 合理的布局

展品陈列的布局合理,秩序性强,可使观众少走弯路、看得全,应采取相应措施尽量减轻观众的疲劳度。

3. 适当的陈列密度

陈列所占面积不应超过陈列室地面和墙面面积之和的60%,以40%为最佳。对于单体的艺术品或文物,根据其自身的体量需要有适合的观看距离和范围。尤其对于体量大的艺术品或文物,应该多留些空间给观众以充分的观赏,甚至在展品前有可供休息的座椅,让人轻松品味。



数字媒体城公共信息中心

4. 选择恰当的艺术形式

不同历史时期、不同主题的展示陈列,要采取不同的艺术表现形式,可以选用与其相适应的历史环境来烘托展示,以特定的文化形式氛围,给观众留下鲜明深刻的印象。

5. 统一的色彩基调

按各陈列室的内容、主题要求,确定整个空间环境的色彩、版面、道具的色彩和光色,努力创造符合主题需要的意境情调。

6. 合理的休息空间

参观最容易使人产生疲劳,疲劳的周期一般在1.5小时。因此,每隔600m—800m的陈列区域,就应设置一处休息空间。在休息空间应进行专门的绿化设计,使之色彩明快、空气



数字媒体城公共信息中心

新鲜。在参观的必经之道,应设置休息座椅等辅助设施。

7. 注意文物展品的保护

在文化展示的空间里,由于其展品多数是珍贵的艺术品或文物、标本等有保留价值的东西,所以在光照度上有极其严格的要求。许多展品必须提供日光效果的照明才能完全真实地表现,但又要避免直接日光的照射,以防紫外线对其侵害,所以大多数展馆提供柔和、自然的照明配置。

二 千变万化的展示空间设计

(一) 单一空间的处理

单一空间是构成展示空间的基本单元,大型展示空间大多数都是由多个空间构成的,但是只有在处理好每一个空间的基础上,才能进而解决整个展示的空间问题。

1. 空间的形状与面积

不同空间形状使人产生不同感受。矩形的空间在实际中应用广泛,但是过多的矩形空间也会产生

单调感,因此一些展示空间常采用其他几何形状的平面,配以不同的顶部形式,更能产生不同的空间感受。

展示空间的面积,一般以该空间的使用性质和人员规模,以人体的尺度、各种活动区域的尺寸和空间范围,以及交往时的人际距离等为依据来确定。常见展出摊位规格(长×宽)有 $3\text{m} \times 3\text{m}$ (9m^2)的国际通用标准展位,或采用 $3.4\text{m} \times 3.6\text{m}$ 、 $2.5\text{m} \times 4\text{m}$,以及 $2\text{m} \times 4\text{m}$ 等的摊位规格。

2. 空间的比例与尺度

空间几何形状的比例对空间的使用和艺术效果都会产生一定影响,在设计中也应该给予充分注意。展示空间的尺度感应该与展示的使用性质取得一致,在设计过程中要根据展示的使用性质,充分考虑人的心理需求,把握恰当的尺度,创造良好的空间效果。

3. 空间界面的处理

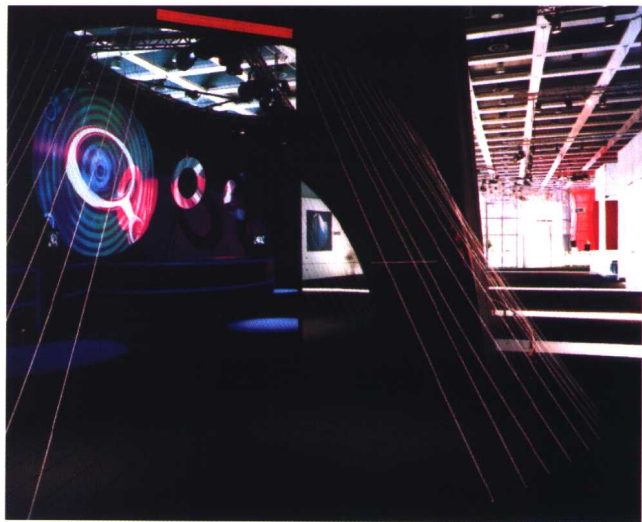
空间是由不同界面围合而成的,界面的处理对空间效果具有很强的影响。

顶界面对空间形态的影响非常大,例如同样是矩形平面,平顶和拱顶的区别,使得空间形态完全不同,天花的处理,在条件允许的情况下,应该与结构巧妙结合。

空间的侧界面以垂直的方式对空间断围合,处在人的正常视线范围内,因此对空间效果来说至关重要,侧界面的状态直接影响到空间的围、透关系,围与透应该是相辅相成的。因此在展示空间设计时要很好地把握围与透的度,根据具体使用性质来确定是围还是透。

地面的处理对整体空间效果的影响程度虽然不及天花与墙面,但如果处理得当会起到意想不到的效果。

(二) 复合空间的处理



克朗那克的洛伊·奥普塔公司

展示空间多数都是由多个空间复合而成的纯粹的单一空间,内部空间也会因不同的使用功能而有所划分,因此我们还要在处理好单一空间的基础上,解决多个空间组合在一起所涉及到的问题,使人们在连续行进的过程中得到良好的空间体验。

1. 空间的组合方式

任何展示空间的组织都应该是一个完整的系统,各个空间以某种结构方式联系在一起,既要有相互独立又能相互联系的各种功能场所,还要有方便快捷、舒适通畅的流线,形成一种连续、有序的有机整体。空间组合方式有很多种,选择的依据:一是要考虑建筑本身的设计要求,如功能分区、交通组织、采光通风以及景观的需要等;二是要考虑建筑基地的外部条件,周围环境情况会限制或增加组合的方式,或者会导致空间组合对场地特点的取舍。

2. 空间的分隔与划分

展示空间的组合在某种意义上说就是根据不同的使用目的,对空间进行水平或垂直方向上的分隔与划分,从而为人们提供良好的空间环境,空间的分隔与划分大致有三个层次:一是室内外空间的限定,如入口、共享空间、陈列展示空间等;二是内部各个空间的限定,如何处理空间的封闭与开敞、静止与流通以及空间的过渡、序列的组织等一系列关系,都要通过具体的空间分隔与划分手段来实现;三是同一空间里不同部分的限定,通过一些更为灵活的手段对展示空间进行再创造。空间的分隔包括水平和垂直两个方向的限定。



因特鲁伯克公司



日本体育用品展

空间的分隔和划分可以是固定式的,也可以是活动式的,具体来说大概有下列几种手段:

①利用非承重构件进行分隔,如利用轻质隔断、玻璃隔断、折叠、帷幔等,根据具体使用需要对空间进行任意的自由分隔。

②利用水平面高差进行分隔,一是通过压低次要空间天花高度的方法可以有效地突出主要空间,二是局部抬高或降低某一部分地面可以改变人们的空间感,借此来强调或突出某部分空间,也可以用来划分不同的功能部分。

③利用展具、装饰构架等进行分隔,如利用柜、展台、道具、桌椅、屏风等非固定的灵活分隔手段,来自由地划分空间。展览中常用展板、展台等来划分空间。

④利用色彩或材质进行分隔,如在展示厅里,利用石材和木地板、地毯材质的不同就可以有效地区分了。

除了上述方法外,还有诸如水体、绿化、照明等,还可以综合运用这些手段。

3. 空间的衔接与过渡

空间的间接过渡方式就是在两个空间中插入第三个空间作为过渡,也就是过渡空间。过渡空间的设置具有一定规律性,它常常起到功能分区的作用,如一个展区与另一个展区、



松霖卫浴

动区与静区、净区与污区等的中间,经常要有过渡地带来分隔。在空间的艺术形象处理上,过渡空间经常要与主体空间有一定的对比性,正所谓“欲扬先抑、欲高先低、欲明先暗、欲散先聚、欲阔先窄……”

4. 空间的引导与暗示

许多展示空间是由多个空间组合在一起的,有些空间处于比较显眼的位置,有的处于比较隐蔽的位置,不易被人们发现。这就需要在空间的设计中采取某些具有引导或暗示性质的



日内瓦汽车展

措施对人流加以引导,从而使人们可以循着一定的途径到达这些不明显的区域。另外,在设计过程中,有时为了避免开门见山或一览无遗,也可能有意识将某些“趣味中心”置于比较隐秘的地方,通过某种引导和暗示的处理手法,获得“柳暗花明又一村”的意境。

空间的引导和暗示不同于路标,空间上的引导和暗示属于空间处理的范畴,处理得要含蓄、自然、巧妙,大大增加了空间的趣味性,能够使人于不经意之中沿着一定的方向或路线从一个空间依次地走向另一个空间。

5. 空间的渗透与流通

通透、开敞,具有流动感,彼此之间相互渗透的空间,将会大大增加空间的层次感。展示设计,由于运用新技术、新材料,分隔空间更为自由灵活,空间的互相连通、穿插、渗透,呈现出极其丰富的层次变化。

6. 空间的秩序与序列

展示空间作为三度空间的实体,人们不能一眼就看到它全部,而是在连续行进的过程中,从一个空间走到另一个空间,才能逐一地看到它的各个部分,从而形成整体的空间印象。因而逐一展现出来的空间变化保持着连续的关系,每一个空间所产生的效果都是前后关联的,组织空间序列的任务就是要空间的排列和时间的先后这两种因素有机地统一起来,使人感到各个展示空间既协调一致,又富有变化,同时具有起伏



安佳卫浴

的节奏感，从而留下完整、深刻的印象。

7. 序列长度的选择

序列的长短直接涉及到空间高潮的出现时机，高潮一经出现，接下来便是尾声了。因此，一般说来，正常空间序列高潮部分的位置总是偏后，前面做一些铺垫，使人产生一种期待感，然后来到高潮部分才会感受更深。正所谓“千呼万唤始出来”，其空间效果对人心理的影响也必然更加深刻。

8. 空间的对比与变化

两个毗邻的空间，如果在形式方面呈现出明显的差异，会使人从这一空间进入另一空间时产生情绪上的突变，从而获得兴奋的感觉。在具体设计中，经常采用形状对比、体量对比、通透程度对比等几种手法。

9. 空间的韵律与节奏

形式美中的韵律与节奏就是通过元素的重复而得以实现的。在空间设计中，一定要把对比与重复这两种手法结合在一起使用，使之相辅相成，才能获得好的空间效果。同一种形式的空间，连续多次或有规律地重复出现，就会富有一种韵律节奏，给人以愉快的感觉。

10. 空间的多样与统一

空间的大小、形状、比例、尺度可以造成不同的空间气氛，但各空间之间又应该彼此联系、前后衔接。应按照形式美的规律，把各个空间组织在一起，形成有序而又富于变化的多样统一的空间集合。

三 变在其中的流动线设计

展示空间人流的路线设定，要有明确的顺序性、短而便捷

的构成形式，要让观众按顺序遍观整个展览，尽量避免观众形成相互对流或重复穿行的现象。通常流动线的方向是按视觉习惯由左至右按顺时针方向延展的。流动线的设计大致上可分为直线流动和环线流动。

(一) 直线流动

即空间的入口和出口在不同的两侧，观众从入口进入后，不论怎样流动，最后从另一侧出口离开，不用再回到入口一侧。

(二) 环线流动

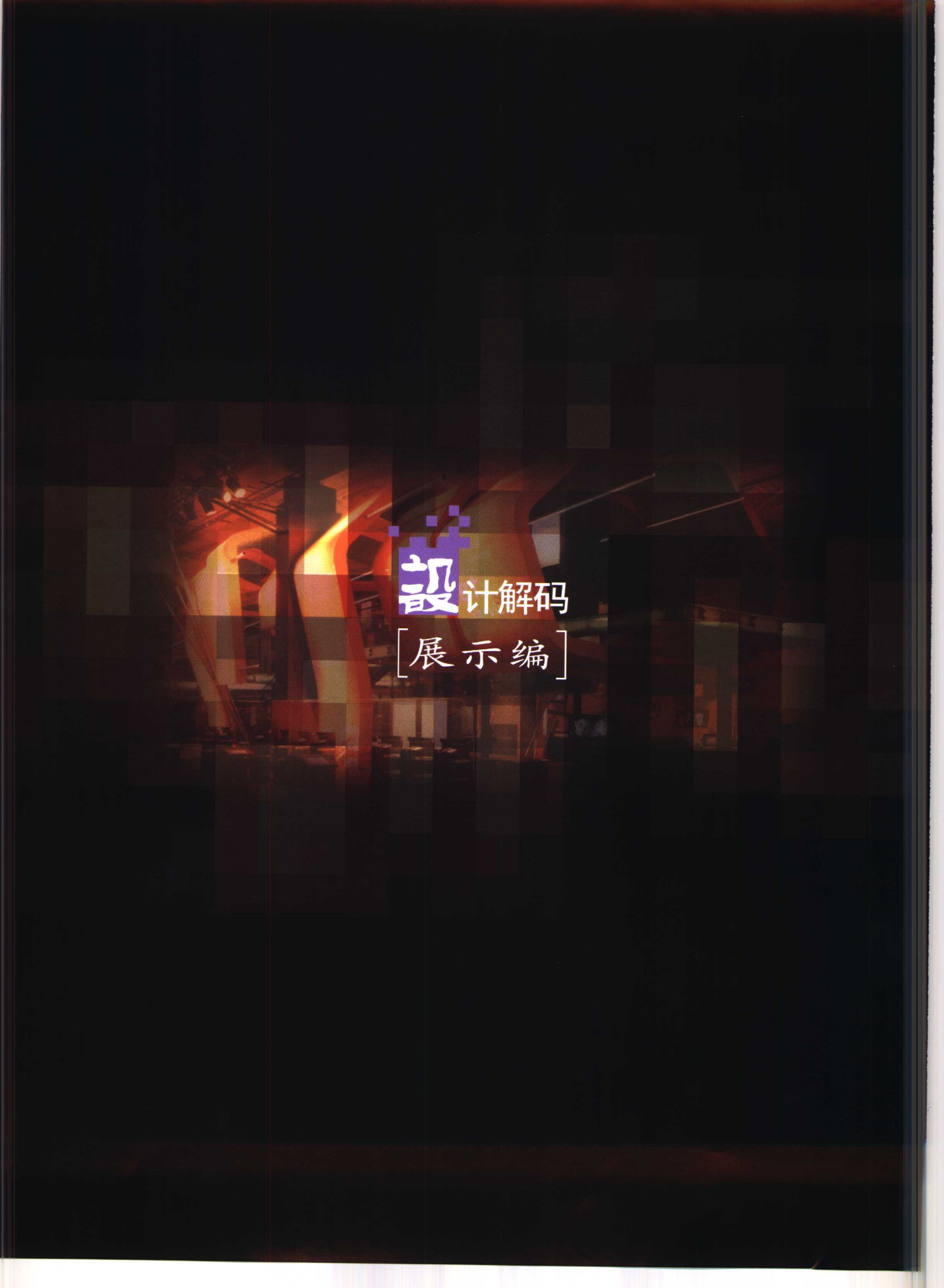
在一些三面围合的空间里，入口和出口同在一侧，观众在进入展区之后，经过环线流动，又从同一侧的出口离开。环线流动的展区，布局比较复杂。理想的参观路线，要能使观众按顺序遍观全体，将观众视点集中于陈列中心，尽可能避免观众相互对流或重复穿行。

有时，参观路线的顺序可有可无，这要根据展示的规模、性质而定。在一些较大规模的国际性博览会中大都无固定的路线，仅规定出入口设置导向板，即使观众未按规定亦不加干涉，因为此类展示活动规模较大、内容较广，若忽视观众的志趣使其处处受到约束限制，既不尊重观众，又降低了观众的观赏兴趣。

人在变，事在变，物在变，没有什么东西不在变化之列，可能唯一不变的是不断地“改变”。展示也是一样，科技不断地发展，材料不断地更新，人的审美观不断地改变，展示设计亦不能驻足不前，应与时俱进，不断创新！



日本设计展



设计解码

[展示编]





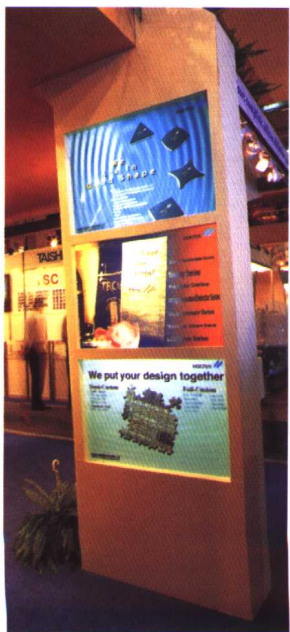
■ 工商银行

整个展台的造型就像一把拉满的弓,箭在弦上即将射出,寓意着工商银行已经准备就绪,随时能为顾客提供优质的服务。

► 上海贝尔

覆盖整个展台是两个对称的、白、橙两色的钢结构天花,下面不规则吊着一个个发光的小球,既起了照明的作用,又仿似一个个游离的电子,体现了电讯公司的行业特征。敞开式的展示板、通透的展台、上扬的天花造型、艳丽的橙色,这一切都仿似张开手欢迎参观者的到来,显示了企业是提供技术服务的。





HOLTEK 公司

由于展位面积不大，搭建两层楼面，上层为洽谈间，下层是接待与信息传达区，展台与展架都因地制宜，充分利用空间。大幅内弯的海报能够让参观者近距离观看小巧而精致的展台。上述这些让参观者忽略了展位的狭小，能从容自在地浏览。