

张 德 等 编

展示空间设计与实践①

空间

设计

教学实践

SPACE DESIGN TEACHING AND LEARNING
Practice Series

辽宁美术出版社

张建等 编著

展示空间设计与实践 ①

空间 设计 教学实践

SPACE DESIGN TEACHING AND LEARNING

Practice Series

辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

展示空间设计与实践. 1 / 张建等编著. -- 沈阳 :
辽宁美术出版社, 2015. 5

(空间设计教学实践)

ISBN 978-7-5314-6585-0

I. ①展… II. ①张… III. ①陈列设计-高等学校-
教学参考资料 IV. ①J525. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第022009号

出版者: 辽宁美术出版社

地址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发行者: 辽宁美术出版社

印刷者: 辽宁彩色图文印刷有限公司

开本: 889mm × 1194mm 1/16

印张: 22.5

字数: 590千字

出版时间: 2015年6月第1版

印刷时间: 2015年6月第1次印刷

责任编辑: 林枫 王楠

装帧设计: 林枫

责任校对: 李昂

ISBN 978-7-5314-6585-0

定价: 280.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

Contents

总目录

01

展示设计与实训

李赛飞 等 编著

1 96

02

商业空间设计与实训

张 建 等 编著

1 144

03

展示空间设计

赵国斌 著

1 120

艺术设计教育改革是我国目前创新体系建设中极为重要的组成部分，艺术设计对于创新体系发展来说具有基础性的作用。设计无处不在，创新催生设计，国家的发展创新体系需要艺术设计教育培养出更多具有创新意识和创造能力的艺术设计人才。只有拥有创新能力强的设计人才，才能拥有繁荣兴盛的经济产业链。

现代设计学科必须注重成果转化，走教学、科研、开发一体化之路。设计学科作为应用学科要想得到更大的发展，必须与社会发展、与经济生活紧密对接，无论哪一种设计，如果得不到实践的检验，都不是完整意义上的设计，学以致用，才是设计教育的终极目的。

教育是一种有目标、有计划的文化传递方式，它所完成的任务有两个方面：一是要传递知识和技能；二是接受教育者身心状态得以提升，进而使接受教育者在为社会创造财富的同时实现自身价值。

然而，长期以来，我们的艺术设计教育模式一直未能跟上时代发展的步伐，各类高等院校在培养设计人才方面一直未能找到理论与实践、知识与技能、技能与市场、艺术与科技等方面的交汇点，先行一步的设计大家已经在探索一条新的更为有效的教育方法，在他们对以往的设计教育模式进行梳理、分析、整合的过程中，我们辽宁美术出版社不失时机地将这些深刻的论述和生动的成果集结成册，推出了一系列具有前沿性、教研性和实践性且体系完备的设计系列丛书。

本丛书最大的特点是结合基础理论，深入浅出地讲解，并集结了大量的中外经典设计作品，可以说，是为立志走设计之路的学子量身定制的专业图书。

Educational reform on art design is an integral part of current innovation system in China. Art design is of fundamental significance for the development of innovation system. Design can be found everywhere and innovation hastens the birth of design. The development of innovation system requires art design education to cultivate more talents with innovation consciousness and creative ability, for only by having such talents can our country have flourishing economic industrial chain.

Modern design discipline shall lay emphasis on achievement transformation and insist on the integration of instruction, scientific research and development. As an applied discipline, design discipline must be closely connected with social development and economic life if wishing for further development. No matter which design it is, if it is tested by practice, it's arguably not a complete design. Applying what one has learned is the ultimate goal for design education.

Education is a targeted and planned culture transmission mode, which accomplishes two tasks: First, transmitting knowledge and techniques; second, those who receive education can get improvement physically and mentally and thus achieve self-worth while creating wealth for society.

However, our educational mode for art design hasn't kept pace with the development of the times for a long time. Various institutions of higher education haven't found an intersection point for theory and practice, knowledge and technique, technique and market as well as art and technology in terms of cultivating design talents. However, masters who have moved one step forward in design are exploring a new and effective education method. While they are sorting out, analyzing and integrating previous design education modes, Liaoning Fine Arts Publishing House takes this chance to organize their profound achievements into books, releasing a series of innovative, instructional and researching and practical design books with complete systems.

The most important feature of this series is its combination with basic theories so as to explain profound classic design works both at home and abroad in simple language. It's arguably a professional book series specially created for students who are determined to commit themselves in design.

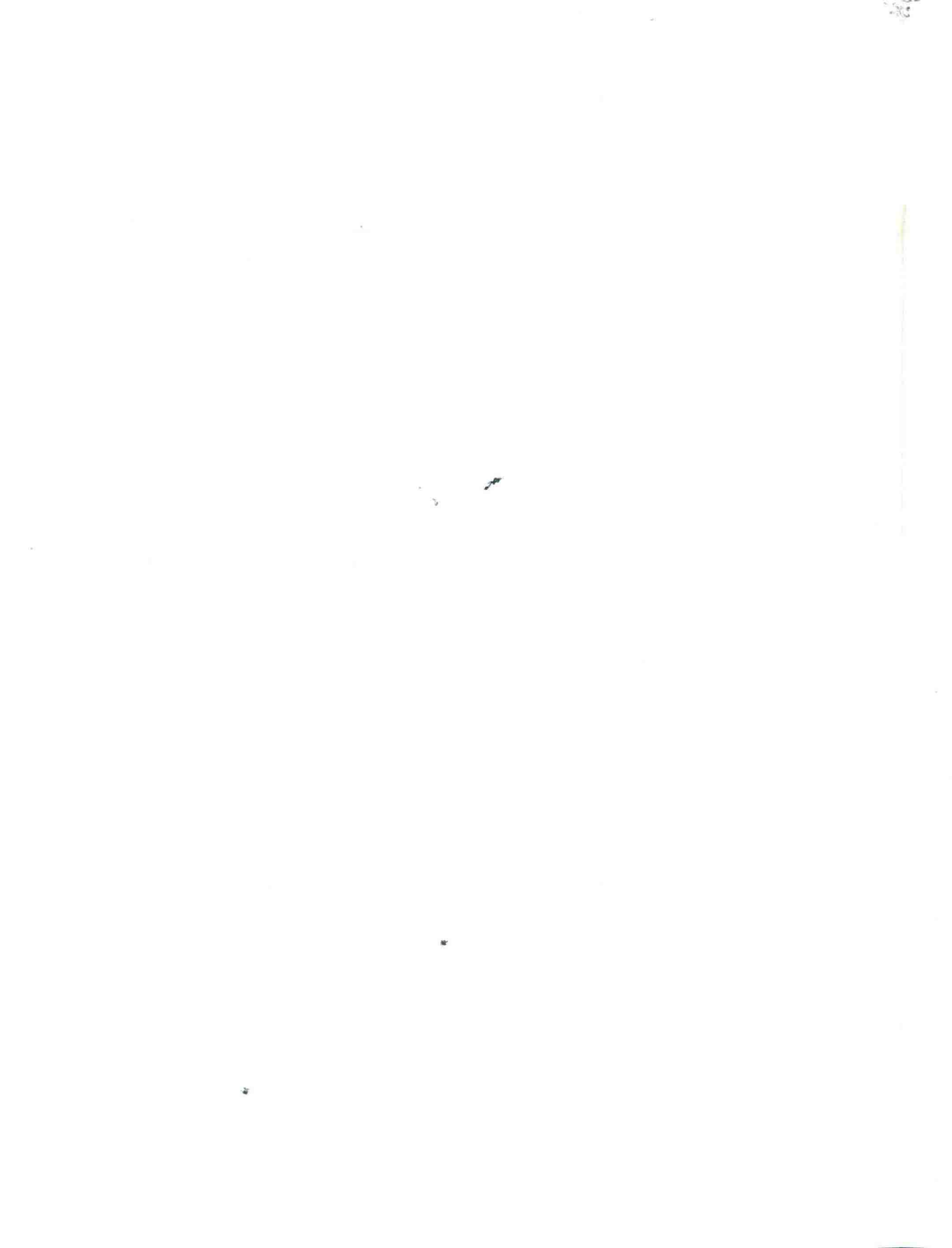
SPACE DESIGN

TECHNIQUES AND LEARNING PRACTICE SERIES

01

展示设计与实训

李赛飞 等 编著



目录 contents

序

第一章 展示设计概论

007

- 第一节 什么是展示设计 / 008
- 第二节 展示的本质 / 008
- 第三节 展示的特征 / 009
- 第四节 展示设计的种类 / 012
- 第五节 展示设计的演变及发展价值 / 014

第二章 如何做展示设计

017

- 第一节 概述 / 018
- 第二节 展示设计的前期准备 / 020
- 第三节 展示方案的创意 / 021
- 第四节 展示的工程实施 / 024

第三章 展示设计的空间

027

- 第一节 展示设计的空间形式 / 028
- 第二节 展示空间设计的平面规划 / 030
- 第三节 展示立面空间设计 / 033
- 第四节 展示空间的艺术处理手法 / 036

— 第四章 展示设计的照明表现

041

- 第一节 照明的形式 / 042
- 第二节 照明的种类 / 042
- 第三节 灯具和光源 / 045
- 第四节 照明设计常用的处理手法 / 051

— 第五章 展示设计的表现技法

053

- 第一节 展示设计的图纸应用 / 054
- 第二节 透视效果图 / 056
- 第三节 展示模型的设计与制作 / 061
- 第四节 计算机辅助设计 / 068

— 第六章 展示环境设计分类

071

- 第一节 商业展示 / 072
- 第二节 产品展示设计 / 080
- 第三节 博物馆展示设计 / 086
- 第四节 虚拟展示设计 / 092

后记

展示设计概论

第一章



— **本章重点** >>
通过本章的教学，使学生了解展示设计的基本概念，掌握展示设计的种类和其他设计专业的关系。

— **学习目标** >>
了解展示设计的定义，牢记展示设计的种类，为将来做展示设计之时把握行之有效的理论依据。

— **建议学时** >>
6学时。

第一章 展示设计概论

第一节 什么是展示设计

展示设计是指所展览和陈列的视觉艺术。包括各类商场、商店、饭店和宾馆等商业销售空间的室内外环境规划、美化等一系列工作,同时还包括室内商品陈列和各类附属促销品和陈列等展览工作,它的最终目的是提供给大众直观的视觉模式,来达到促进消费和引领消费的生活方式。

展示,在拉丁语中是“表现、显示”之意,在中文里以“展示”一词来表达,是被大众普遍接受的一种用法。“展示”二字的语义,包括了各种意味,仅以“示”来说,关联着的行为和现象就有各种“示”的行为方式,具有能动和被动的深层含义。含有“示”的词语也格外丰富,如有启示、告示、揭示、演示等。而作为“示”的修辞语“展”而言,则有打开、放开、展开等意义。因此,“展示”具有清楚地摆出来或明显地表现出来的意思。这种内涵是表现、显露、摆出、展开的行为和现象,主要是通过诉诸视觉感官来实现其意图的。

对于人类而言,从古至今,人们都懂得用穿上漂



图1-1 衣食住行是我们生活的必需品

亮的服装来表现自己的个性、气质和精神面貌。也力求住上金碧辉煌的房子来显示自己的尊贵和富有,这种求美的行为,除了与生俱来的本能驱使外,也包含着向社会、向别人展示的欲望,展示是一种包含着目的、意图的行为,具有深刻的意义,必须通过特定的环境和特别的方式来获取展示效果(图1-1)。

第二节 展示的本质

展示是一种有目的的行为,具有强烈的传达、告知和诱导的意图,必须调动一切可能性,千方百计地通过有力的展示活动来吸引、诱导顾客,以取得诉求效果。

从本质上来看展示的目的是为了促销,为商家实现营销目标进行最直接、最有效地宣传。同时,也是为了宣传自己的品牌,树立企业形象(图1-2)。因

此,展示设计是通过展示空间环境中,采用一定的视觉传达手段,借助一定的展示设施,将相关信息和内容展示在公众面前,以此达到对观众的心理、思想和行为产生重大影响的最终目的的创造性设计活动。

所有的展示都是一种高效传递信息和接受信息的交流,也必然符合信息交流的主要特征。1984年美国学者H.拉斯韦尔在《传播在社会中的结构与功能》的文章中,首次提出了构成信息过程的五种基本要素,即著名的“5W”模式:Who(谁)、Say what(说



了什么)、In which channel (通过什么渠道)、To whom (向谁说)、With what effect (产生什么效果)。这个模式并不复杂,无非是说任何一个信息活动过程都由五个部分组成:信息传播主体、信息内容、信息传播渠道、传播对象和传播效果。

图1-2 三星品牌展示

第三节 展示的特征

展示设计是一种将产品在一定的三维空间环境中诉诸视觉感官的“广告形式”。展示设计就诉求性的特定功能而言,似同于商业美术;就其表现形式、艺术手段和总体设计而言,又与舞台美术有异曲同工之处。总体来说,有以下七方面特征。

一、真实性

可将实物与文字、图形、环境、音乐相互配合,全方位地进行展示(图1-3)。真实地展示人们生活的具体环境、用途和生活方式,使消费者有身临其境的感觉,产生一定的联想,促使消费者对产品有一个全面的了解。

二、综合性

设计是一门包容广泛的综合性学科。一个专门



图1-3 空间布局展示

的展示设计,往往要涉及多个领域,流行趋势、市场供求、消费心理、展示空间、美学、视听艺术等方面的知识。需要具备包括绘画、雕塑、摄影、幻灯、录像、电影、现场演示、装饰材料、照明技术、管理知识、展示计划、成本核算、展览人才配备与现场工作



图1-4 科技产品设计



图1-5 虚拟的背景展示

管理等方面的能力(图1-4)。因而一个合格的展示设计者,不是只偏于一门的专家,而是通晓多门知识并善于将其具体应用于设计工作的“多面手”。

三、多维性

在当今的网络信息时代,信息的交流已经不受时间、空间的限制。在这样的背景下,要使展示大厅这样的空间存续下去,首先要对其有续的意义进行讨论。除了可以直接接触、感受等最直接的理由,另外就是让人能对某种品牌理念有一个感性的认识。而对于感受这一人体行为,真实的多维空间再合适不过了。观看者由上到下、由左到右、由前到后、由远及近地游历于展示空间中,通过角度和位置的变化以及



图1-6 体现了展示的主题

身临其境的感受,全方位地观看展品或接受信息,从而获得更深入仔细的认识和了解(图1-5)。

四、流行性

展示的流行性主要体现在企业的新品发布上。即向社会及消费者展示下一季的产品流行趋势。流行性具有很强的时间和空间的界限,流行的时间一过,再漂亮的时装也成了过时的衣着。对于流行性的把握,一定要了解消费者的心态、社会的文化思潮等相关信息,每一次的流行都是有社会背景的,有一种潜在的心理需求。由于展示的流行性,企业就要不断地进行产品创造,以展示为手段,把品牌的形象、设计思想和设计风格予以充分地展示(图1-6)。



图1-7 具有视觉亲和力的橱窗设计

五、独特性

展示属于视觉营销的一种方式，在激烈的市场竞争下，促使商家通过各种手段来展示自己品牌的个性。所谓的独特性就是指在展示设计的表现手法上要更新颖。营造一种适合自己品牌特点的环境和氛围。

使消费者进入一种生活空间或理想境界，被这一独特的魅力所吸引，全身心地得到感受和熏陶，使消费者把这个品牌及其商品作为首选，成为忠实的消费者（图1-7）。

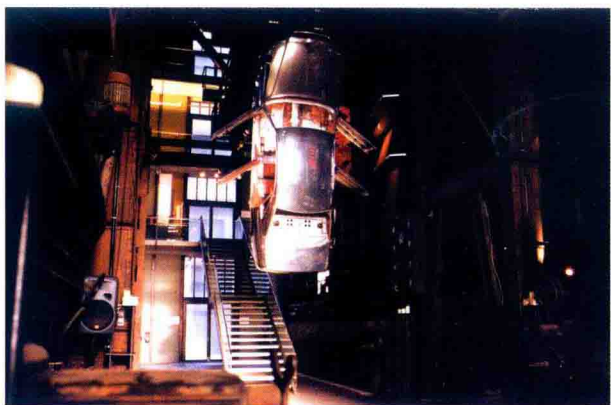


图1-8 突出金属质感的展示设计

六、科学与艺术性

许多现代艺术形式与思潮都对现代展示设计产生了重大影响。展示不是盲目的,要科学地布置空间,合理地设计展示的灯光、展具、色彩等,符合人体工程学和人们的视觉心理需要,同时又要针对不同风格的品牌,将艺术性展示的风格相结合,融为一体,起到突出和烘托作用。随着艺术思潮的发展,展示作为一门艺术形式也要与时代的发展紧密结合,不断营造服装品牌文化(图1-8)。



图1-9 用材简单、线条明快的设计手法

七、经济性

经济性是寻求商家与市场沟通的最有效手段。以展演为例,寻求一个客户,以展览形式获取的成本远低于其他形式。产品展演正成为现代都市中的一道新的风景,观众得到的是全新的体验,而对于商家这是最具效率的推销形式,双赢的结果成为此类展示的最佳推动力。事实上,这样的因果关系也同样适用于其他大多数商业展示(图1-9)。

第四节 展示设计的种类

展示艺术设计的方面比较广泛,在我们的生活中,展示设计包含三个门类:

第一类是商业展示。各类商店为了吸引顾客,勾起顾客的购买欲望,将自己的商品展示出来,达到推销的目的,实现盈利的愿望。整个商业营销空间包括周边环境、门面、牌匾、店堂的橱窗、空间色彩、照明方式与光色、绿化与休息条件等都要精心设计,符合展示艺术的需要。在商业展示中根据新兴行业的不断涌现,它们都具有自己的行业特点,针对这些具体有时尚性的新兴行业的空间展示设计,也应该突破旧有的商业设计模式,以适应行业要求(图1-10)。

第二类是展览会展示。展览会按内容、规模、展出地点和时间长短可分为综合性展览会、专业性展览会、国际性展览会、地区性展览会、固定地点展览会和流动展览会等多个类别。展览的时间大多为7~10天,最长的是为期半年的世界博览会,也有两三天的短期展览会。展览会在设计上主要是展台和展厅的空间布局,要新颖、独特、吸引观众的视觉,在平面布局上要合理,参观路线顺畅、便捷、安全;广告宣传表现多样,无论是动态和静态在视觉上要有视觉冲击力,照明方式的选择、照度分布、光源与光色的使用要恰当;同时还要考虑到展厅内的空气流速对室内温



图1-10 视觉冲击力较强，突出产品的内容



图1-11 在展会上突出自己的产品标识

度、湿度的影响。只有这样，才能取得较为理想的展示效果（图1-11）。

第三类是博物馆展示设计。博物馆分综合性博物馆和纪念馆。这些博物馆都对管内藏品的保护要求极高；造型与装饰要符合陈列内容的需求；馆内陈列的温度、湿度要恒定；展品防盗设施可靠性要强；要有充足的休息空间和设施，卫生间、询问处、安全通道指示清楚；文字说明要简明，外语翻译要准确；参观



图1-12 通过灯光的照射将文物体现得更有艺术和历史价值

路线要设计合理等（图1-12）。

展示设计侧重于为展示活动提供空间、树立形象、传递信息、促进交流，是一个传递特定信息的动态过程。展示设计在现代社会生活中与许多的学科、领域有着相兼容的复杂关系。但是无论什么类型的展示设计，它的最终理念是为商品而展示，是为商品而服务的。