

高等院校室内与环境艺术设计实用规划教材

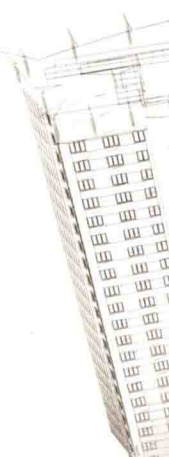


展示空间设计

高 勇 赵秀艳 编著

赠送
电子课件

清华大学出版社



高等院校室内与环境艺术设计实用规划教材

展示空间设计

高 勇 赵秀艳 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书从展示空间设计的基本概念、发展史、分类、人机工程学、展示环境、展示版面、展示照明、展示色彩、商业橱窗、展示道具等方面全方位地进行了清晰而细致的讲解。各章均设有学习目标、技能要点以及案例导入,章节内容包含基础知识、案例、教学检测,环节紧凑,塑造了一个完整的教学体系。本书将艺术理论与技能培训融会贯通,从内容选材、教学方法、学习方法等方面突出了艺术院校教学的特点,是一套既有系统的学术研究成果、又贴近当下设计教学实践的教材。

本书内容全面、条理清晰、实践性强,可作为应用型本科院校和高职高专类院校展示设计和环境艺术设计专业的教材,还可以作为行业爱好者的自学辅导书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

展示空间设计 / 高勇, 赵秀艳编著. —北京: 清华大学出版社, 2015
高等院校室内与环境艺术设计实用规划教材
ISBN 978-7-302-40141-4

I. ①展… II. ①高… ②赵… III. ①陈列设计—高等学校—教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第089559号

责任编辑: 李春明
装帧设计: 刘孝琼
责任校对: 周剑云
责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>
地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084
社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544
投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 装 者: 小森印刷(北京)有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 190mm × 260mm 印 张: 12.25 字 数: 298千字

版 次: 2015年6月第1版 印 次: 2015年6月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 39.00

产品编号: 060551-01

随着经济、社会生活的飞速发展,人类所接触到的信息量也越来越大。这些信息充斥着人们的眼球,衣食住行无一例外都成为信息展示的平台。有些展示信息给人以舒畅的感觉,但也有些展示信息使人难以接受,这主要取决于设计师的设计理念和文化底蕴。

要想寻找到成功的展示设计作品,需要先了解展示空间设计。展示空间设计是一门综合性艺术设计,它的主体为商品。展示空间是伴随着人类社会政治、经济的阶段性发展逐渐形成的。在指定的时间和空间范围内,运用艺术设计语言,通过对空间与平面的精心创造,使其产生独特的空间范围,不仅含有解释展品宣传主题的意图,还可使观众参与其中,达到完美沟通的目的。这样的空间形式,我们一般称之为展示空间。对展示空间的创作过程,我们称之为展示设计。

现代展示设计是融社会学、传播学、心理学、美学、人机工程学等多学科的知识与技能为一体,具有极强的综合性的一门设计课程,需要具备环境设计、造型设计及平面设计的能力。

本书共分为9章,各章的主要内容说明如下。

第1章:展示空间设计概述,主要介绍展示活动的定义、展示设计空间概念、展示设计的分类以及展示行为的形成等。

第2章:展示活动的沿革,主要介绍展示与收藏的相关内容以及展会出现的各种形式。

第3章:展示设计规则,主要介绍展示设计的基本法则与展示设计的程序,使人们更加清楚地了解展示设计的过程。

第4章:展示环境的空间设计,主要介绍展示空间的特征、构成、动态的空间形式、区域分割等,展现出展示环境的空间格局。

第5章:展示的版面设计,主要介绍展示过程中宣传单、宣传栏等版面的设计,包括版式元素构成、文字排版、图片处理与图表应用、版面装饰、版面材料与制作技术等。

第6章:展示照明设计,主要介绍展示会或展览会的照明设备,包括照明设备的种类与选择、照明形式等。

第7章:展示色彩设计,主要介绍展示设计的色彩属性以及色彩给人们带来的心理感受,使读者了解在展示中如何调节色彩,使之符合展示要求。

第8章:商业橱窗陈列设计,主要介绍展览会、商场专柜的橱窗设计,包括橱窗的功能与表现、橱窗的分类与设计要点。

第9章:展示道具设计,主要介绍展示道具的功能与设计原则、展示过程中用到的各种道具(如展架、展台、展柜、展板等)。

本书精选了大量图片，图文并茂，语言简洁，结构完整，基础知识与案例讲解相结合，以便提高读者解决实际问题的能力。

由于作者水平有限，书中难免有疏漏和不妥之处，敬请业内专家、同行以及广大读者批评指正。

编 者

第1章 展示空间设计概述 1

1.1 展示活动概述.....4	
1.1.1 展示活动的定义4	
1.1.2 现代展示的形式5	
1.1.3 国际性的展示活动7	
1.1.4 展示的策划与设计9	
1.2 展示设计中的空间.....11	
1.2.1 空间的基本概念11	
1.2.2 展示设计与空间11	
1.3 展示设计分类.....12	
1.3.1 博物馆设计12	
1.3.2 商业展览设计15	
1.3.3 商业环境设计15	
1.3.4 节事活动环境设计20	
1.3.5 游乐场和主题公园中的展示设计21	
1.3.6 虚拟展示设计22	
1.4 展示空间设计的特性.....22	
1.4.1 展示空间设计的功能性22	
1.4.2 展示空间设计的艺术性23	
1.4.3 展示空间设计的信息化23	
1.5 展示行为的形成.....24	
1.5.1 宗教与祭祀24	
1.5.2 贸易与广告26	
1.5.3 表现与吸引27	
1.5.4 信息与传播28	
1.5.5 展览与观看30	
1.6 综合案例：佛教园林空间设计.....32	
本章小结.....33	
教学检测.....34	

第2章 展示活动的沿革 35

2.1 展示与收藏.....37	
2.1.1 展示的原始形式37	
2.1.2 收藏与展示的结合38	
2.2 展会的出现与形成.....40	
2.2.1 展销会与展览会40	

2.2.2 现代博物馆的形成41	
2.2.3 综合性的世界博览会44	
2.2.4 世界博览会的组织与活动48	
2.2.5 现代展示艺术与科学50	

2.3 综合案例：乔治·蓬皮杜国家艺术文化中心 设计.....52	
本章小结.....54	
教学检测.....54	

第3章 展示设计规则 57

3.1 展示设计基本法则.....60	
3.1.1 视知觉功能与设计60	
3.1.2 设计的形式法则67	
3.2 展示设计的程序.....74	
3.2.1 展示设计的规划工作74	
3.2.2 展示的总体设计76	
3.2.3 设计的程序与表达79	
3.3 设计中的人机工程学.....86	
3.3.1 展示中的尺度问题86	
3.3.2 展示的通道分布与陈列设计86	
3.3.3 展示中的视知觉问题88	
3.3.4 视觉传达效率的提高90	
3.3.5 展示照明质量90	
3.4 综合案例：图书馆展示空间设计.....92	
本章小结.....94	
教学检测.....94	

第4章 展示环境的空间设计 95

4.1 展示空间.....97	
4.1.1 展示空间的特征与构成97	
4.1.2 展示空间的表现形式100	
4.2 动态的空间形式.....102	
4.2.1 视觉暗示102	
4.2.2 心理提示102	
4.2.3 审美引导103	
4.3 展示功能区域的分割.....104	

4.3.1 合理的观众流线	104
4.3.2 有效的展示位置	104
4.3.3 安全性和可靠性	105
4.3.4 展示的辅助空间	105
4.3.5 空间的整体布局	105
4.4 综合案例：超级市场空间设计	105
本章小结	106
教学检测	106

第5章 展示的版面设计 109

5.1 版式设计	111
5.1.1 组版元素	111
5.1.2 版面的组合形式	111
5.1.3 版面的构图手法	112
5.2 文字设计与编排	115
5.2.1 文字设计的功能	115
5.2.2 文字群体的基本要素	118
5.2.3 版面文字的编排形式	118
5.3 图片处理与图表应用	121
5.3.1 图片的选择	121
5.3.2 图片的调整与裁切	121
5.3.3 图表的应用	122
5.4 版面装饰	122
5.4.1 版面的嵌线	122
5.4.2 色彩的搭配	123
5.5 版面材料与制作技术	124
5.5.1 版面材料	124
5.5.2 版面制作技术	125
5.6 综合案例：上海世博会海报版面设计	127
本章小结	128
教学检测	128

第6章 展示照明设计 129

6.1 照明设计的原则和常用照明光源、灯具	132
6.1.1 照明设计的原则	132
6.1.2 常用照明光源和灯具	134
6.2 展示场所的照明方式	137

6.2.1 整体照明	137
6.2.2 局部照明	138
6.2.3 版面照明	139
6.2.4 展台照明	139
6.2.5 气氛照明	140
6.3 照明光源的选择	143
6.4 综合案例：艺术画廊各厅的照明设计	144
本章小结	147
教学检测	147

第7章 展示色彩设计 149

7.1 色彩的属性与心理感受	151
7.1.1 色彩的属性	151
7.1.2 色彩的心理感受	152
7.2 色彩的设计	153
7.3 综合案例：T台空间色彩设计	156
本章小结	157
教学检测	157

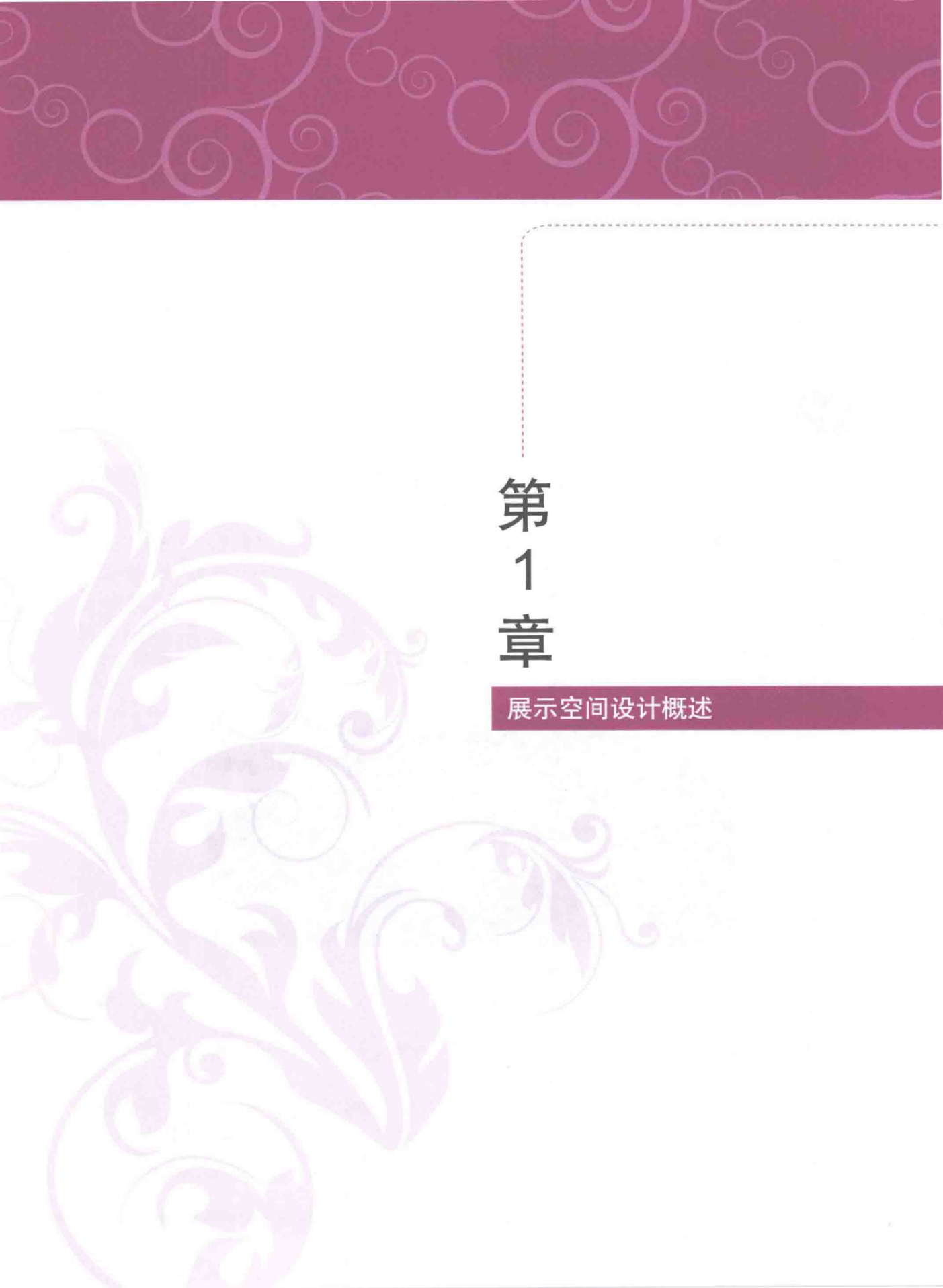
第8章 商业橱窗陈列设计 159

8.1 橱窗的功能与表现	161
8.1.1 橱窗的功能	161
8.1.2 橱窗的表现	162
8.2 橱窗展示的分类与设计要点	164
8.2.1 橱窗展示的分类	164
8.2.2 橱窗设计要点	167
8.3 综合案例：英国伦敦Make My Magnum 橱窗设计	168
本章小结	169
教学检测	169

第9章 展示道具设计 171

9.1 展示道具的功能与设计原则	173
9.1.1 展示道具的功能	173
9.1.2 展示道具的设计原则	176
9.2 展架	178

9.2.1 展架道具	178	9.5 展板与其他辅助设施.....	184
9.2.2 展架的形态	179	9.5.1 展板	184
9.3 展台	180	9.5.2 其他辅助设施	185
9.3.1 展台道具	180	9.6 综合案例：自然堂化妆品展台设计.....	185
9.3.2 展台的形态	181	本章小结.....	186
9.4 展柜.....	182	教学检测.....	186
9.4.1 展柜展具	182		
9.4.2 展柜的形态	183		
		参考文献	187



第1章

展示空间设计概述

学习目标

- 了解现代展示活动的定义、展示的形式、国际性的展示活动。
- 熟悉展示设计中的空间内容。
- 掌握展示设计分类以及空间设计的特性。

技能要点

国际性的展示活动 展示空间基本概念 展示设计分类



案例导入

上海世博会中国馆建筑空间设计

2010年上海世博会，中国国家馆（以下简称中国馆）作为中国展馆向世界展示出了中国建筑的特色。中国馆以城市发展中的中华智慧为主题，表现出了“东方之冠，鼎盛中华，天下粮仓，富庶百姓”的中国文化精神与气质。整个展馆以“寻觅”为主线，带领参观者行走在“东方足迹”“寻觅之旅”“低碳行动”三个展区，在“寻觅”中发现并感悟城市发展中的中华智慧。

中国馆无论地理位置还是馆内、馆外设计都别具匠心，既突出了中国元素之美，又不失现代艺术之感，如图 1-1 所示。

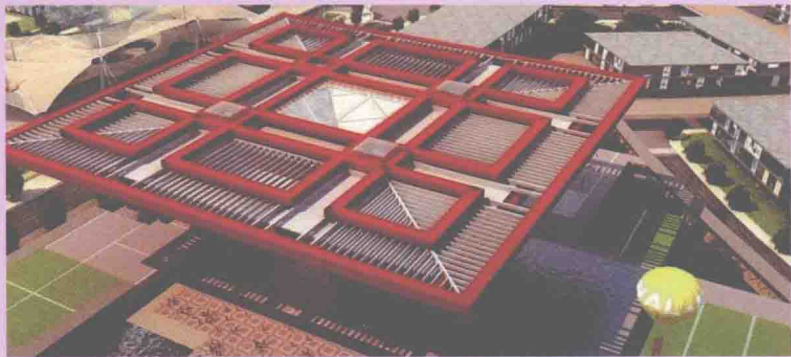


图1-1 上海世博会中国馆

分析：

中国馆馆内布局设置分成了“东方足迹”“寻觅之旅”和“低碳行动”三大区域，展示出了中华民族绵延不绝的智慧。

第一展区“东方足迹”，放置着 128 米巨型画卷《清明上河图》，如图 1-2 所示，再现了北宋宣和年间世界上最大的城市汴京（今河南开封）的繁荣昌盛，画卷以全景式的构图，细致而真实地记录了当时城乡、街市、水道间的形形色色。



图1-2 《清明上河图》

第二展区“寻觅之旅”，如图1-3和图1-4所示，采用轨道游览车方式，以古今对话的方式让参观者在最短的时间内领略中国城市营建规划的智慧，完成一次充满动感、惊喜和发现的参观体验。



图1-3 寻觅之旅其中一角1



图1-4 寻觅之旅其中一角2

第三展区“低碳行动”，如图1-5所示，以低碳环保为主题，强调中国未来城市的发展，以及如何通过“师法自然的现代追求”来应对未来的城市化挑战，为实现全球可持续发展提供“中国式的回答”。

中国馆内以“水的流动”联系各个展层和展项。参观者可以在不同的地方看到形态各异的水，既有真“水”，也有高科技的模拟“水”，还有装置性的抽象“水”，更有让人意想不到的“新新水模式”。

水是地球资源之一，以“水”元素贯穿整个场馆，既表达出对全球水资源紧缺问题的呼应，更展现了人与人、人与环境、城市发展与自然环境之间的和谐。



图1-5 水和环保创意空间设计

(资料来源：中国园林网)

1.1 展示活动概述

1.1.1 展示活动的定义

展示是人类社会性活动的一种形式。在现代社会中,展示涉及各个领域,如娱乐文化、产品工业、商业活动等,其内容丰富多彩。另外,展示也随着时代的发展而不断地充实着其自身内容。

欧洲工业革命的兴起,带动了新纪元的发展,使人类进入到了现代工业化的文明国度。由于政治、经济等各方面的原因,欧美诸国相继进入了发达国家行列,这也促成了当代展示业起步于欧美。其涵盖内容之繁,涉及领域之广,使得展示成为一门综合的信息服务产业。

展示活动设计作为一项综合了现代设计艺术和设计科学成果的综合学科,体现出环境艺术设计学科的优点。展示活动设计涉及诸多其他相关学科的设计领域,在设计方法和程序设计上,展示环境设计有着与艺术学科密切相关的领域,涉及室内设计(如图1-6所示)、公共空间设计(如图1-7所示)、景观设计(如图1-8所示)及家具设计(如图1-9所示)等诸多方面的内容。同时展示活动又兼具自身的专业特性,在内容设定与布置上,展示的陈列设计与视觉信息传达的表现和现代设计艺术中的视觉传达设计、多媒体艺术等有着密切的关系。



图1-6 室内设计



图1-7 公共空间设计



图1-8 景观设计

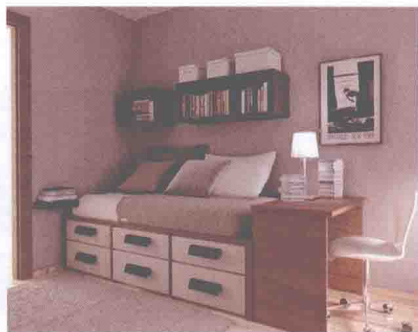


图1-9 家具设计

【知识链接】

展示不仅仅是停留在陈列商品、摆放展品的层面,而是通过信息传递、教育启蒙、活动、节日、娱乐、休闲等各种方式,来达到商品宣传促销和文化交流的目的,营造人与人之间沟通并富有趣味的空间环境。

1.1.2 现代展示的形式

从1851年的伦敦世博会,到2010年的中国上海世博会,世界博览会的形式数不胜数。从迪士尼乐园的各种景观和游乐节目到各类商品展销会和商品陈列,从卢浮宫庞大的艺术博物馆到近年来中国各新兴中小城市兴建的规模不一的博物馆和纪念馆等,其中不乏人们所熟悉的艺术空间展示。尽管这些展示活动在规模和内容上都有着很大的差别,但在其展示的性质上有着相近的特点,都是为所要展示的主题服务。

1. 博览会、博物馆中的展示

近年来,世界各国的文化和商业性的展示都呈现出高投入、长期化的趋势。一些著名的博物馆(如纽约大都会艺术博物馆)、世界性的博览会上的各国展馆都不惜斥巨资,投入大量人力、物力,运用最新科技成果,使展示成为一种融高端科技和信息艺术为一体的文化活动。随着人们环保意识的不断增强,近年来的世博会等大型展示活动以绿色、节能、环保为主题,使材料能够被二次利用。

图1-10所示是2010年上海世博会主场区内的“主题馆”夜景灯光效果,其倡导环保的设计理念,建筑外立面附着一层绿色植物,对温控起到有益的作用。



图1-10 上海世博会主场区内的“主题馆”

2. 汽车4S展示中心

图1-11所示的是北京现代汽车4S展示中心,现代展示设计已将人性化设施作为设计过程的一项重点,并将展区和休息区按比例划分。



图1-11 北京现代汽车4S展示中心

3. 人文历史、风土人情的展览

现在人们非常喜欢旅游，旅游业近年来增长很快。越来越多的国家认识到了旅游业这一“无烟工业”给本国带来的巨大经济效益，因此想尽各种方法来吸引游客。例如，举办各种当地人文历史、风土人情的展览，或组织各种传统的节日庆典活动，展示具有历史意义的建筑和景观等。如图1-12所示的剪纸，作为中国传统民间艺术文化已有几千年的历史，无论是北方派系，还是南方派系，都有各自的特色，尤其在春节这样的传统节日里，各地更是会举办一些剪纸活动或庆典来宣传当地文化。



图1-12 剪纸

4. 广告和展示会

每个城市的大型百货商场、超级市场和各类专卖店、连锁店为了在激烈的市场竞争中存活，在广告和展示会上都会花费巨大的财力、物力。橱窗陈列、POP(销售点)设计，不断标新立异、推陈出新。尤其在一些大型节假日，百货商场、超级市场等都会推出宣传活动，以此吸引顾客光临，如图1-13所示。



图1-13 美妆宣传单

1.1.3 国际性的展示活动

曾经以经济和贸易为主题的世界博览会，如今已经发展成为以国际文化交流、展示技术进步、促进共同繁荣发展为宗旨的世界性活动。回顾一个世纪以来举办的不同类型的世界博览会，不难发现一个共同现象：各个国家政府或国际组织参与者通过世界博览会展示各自在发展过程，在社会、经济、文化、科技领域里取得的成就，展望人类社会的发展前景以及寻求解决面临的重大问题的方案。

2005年日本举办的爱知世界博览会以“自然的智慧”为主题，表达了人们重新审视人与自然关系的意愿。中国在此次博览会上的展出建筑面积为1 620平方米。展出场地分为正式展示区(约1 100平方米)、餐饮及零售区(约300平方米)、VIP接待室及办公区(约220平方米)三个部分。中国设计人员以及组织者在与国内外有关机构、专家学者反复商讨后，将2005年日本爱知世博会中国馆主题定为“自然、城市、和谐——生活的艺术”。根据这一主题，中国馆的设计方案体现出中国传统哲学中朴素而睿智的“尊重自然、回归自然、天人合一”思想。中国馆的设计将自然界的元素、中国文化的元素、中国城市的元素、人类的活动通过现代化的展示手法，有机融合，创造出万物生机盎然、人与自然亲切交流的氛围。图1-14和图1-15所示为中国馆的设计。



图1-14 2005年世博会中国馆远景图



图1-15 2005年世博会中国馆局部图

2010年上海世博会整体规划布局

第41届世界博览会于2010年在中国上海举办。这次博览会以“城市，让生活更美好 (Better City, Better Life)”为主题，在整体规划上，“一轴四馆”的理念给人以耳目一新的感觉，分别代表的是2010年上海世博会的世博轴、中国国家馆、世博会主题馆、世博中心和世博会文化中心五个标志性的永久建筑，如图1-16所示。



图1-16 2010年上海世博会整体规划布局

分析：

上海世博会的代表建筑——中国馆以城市发展中的中华智慧为主题，结合几千年来来的中华文明，向世界展现了中国的过去、现在和未来。主题馆、世博中心和世博文化中心等项目都以不同的方式、不同程度地呈现了世界一流水准的展示成果，真正是集科技、综合演绎、艺术展示、时尚娱乐为一体的综合性展览。中国建筑与其他240个国家(地区)的参展馆交相辉映，共谱美妙而灿烂的世博景观。图1-17～图1-21所示分别为主题馆、德国展馆、俄罗斯展馆、英国展馆、中国展馆。

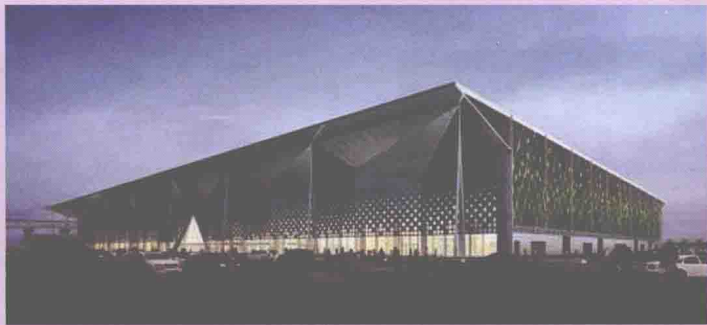


图1-17 主题馆



图1-18 德国展馆



图1-19 俄罗斯展馆



图1-20 英国展馆



图1-21 中国展馆

(资料来源：中国园林网)

1.1.4 展示的策划与设计

筹办一次世界性的博览会对一个国家来说，既是对政治、经济的检阅，也是对文化和艺术水平的展示。而对设计师和其他专业人员来说，更是一次对想象力、创造力的挑战。

每年世界各地举办的各类专业商品订货会、展销会则要求设计师在有限的时间和空间里布置场地，充分展示出商品的特色、功能、色彩等，另外还要考虑布展、照明、经济等因素。

由上述可知，无论举办大型展会还是小型展会，都并非易事，需要各方的联合行动，方能保障展会的顺利展开。举办展会之所以面对这么多的挑战因素，是因为今天的市场已经发展得极其丰富而多元化，大量产品的同质化促使品牌概念营销的手段应运而生。成功的营销、宣传与推广，正是当代展示会存在的最终目的。

从展示策划的角度分析，展示会的核心是将营销方式在同类产品市场中进行细分；从人的生存需要、个性化、精神需求等诸多方面的服务为出发点进行分析，展示会带给消费者的不仅仅是使用功能上的产品，还包括引领和服务消费者的核心概念，针对不同层次、不同范围的消费群体，满足其基本需要、奢华需求和精神需求。

进入21世纪，商店橱窗展示设计已成为推销产品的一种便利方式，橱窗展示品也已成为具有主题意义和情景性的舞台场景，集造型、灯光、情景于一体，如图1-22所示。