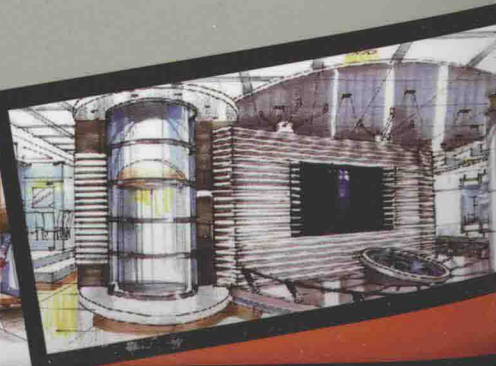


DESIGN

展示设计

快速表现

宋 杨 著



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

展示设计快速表现

宋杨 著

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

展示设计快速表现/宋杨著. —北京:北京理工大学出版社, 2015. 7

ISBN 978-7-5682-0819-2

I. ①展… II. ①宋… 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146332号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(总编室)

82562903(教材售后服务热线)

68948351(其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京紫瑞利印刷有限公司

开 本 / 889毫米×1194毫米 1/16

印 张 / 8

字 数 / 205千字

版 次 / 2015年7月第1版 2015年7月第1次印刷

定 价 / 59.00元

责任编辑 / 张正萌

文案编辑 / 张正萌

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

如果设计理念是设计环节中最重要的部分，那么设计技法是实现设计理念的重要手段。设计过程中的“手眼配合”，快速、准确、真实地实现设计理念的视觉效果，技法、技巧、工具、手段的水平和熟练程度都是重要的和必需的。科学技术的进步，为创造力的表现提供了探索新技法的可能，促使人们不断追求卓越和完美。以计算机为平台的数字艺术设计，作为工作的技法，对于创新的发展和实践水平的提高显得尤为重要。本教材著者在设计艺术的表达方式和技法方面展开研究，将工作经验与设计表现的技法融为一体，是设计表现的又一途径，是对设计表现的改进与创新。在电脑里进行自由和高效的绘画设计是设计的良性循环与可持续发展，为设计表现提供了更广泛的空间。

展示设计是现代设计中一门综合性强、应用范围广，并且随时代发展、观念更新而不断发展、充实的应用科学，是一门综合的视觉艺术，它能体现当代最新的科学技术水平、设计理念和审美情趣。在本教材中，著者灵活地应用电脑输入设备“数位板”，利用电磁感应方式，配合人性化压感笔进行工作，将手绘表现通过“现代画纸”进行展示，研究展示设计程序的新模式。创作方式自然、直观，表现方法丰富多彩，将油画、水粉画、水墨画、炭笔画等多种绘画法技巧运用于展现绘画作品中，给人以广泛的想象空间。扎实的设计基础，自然的笔画效果，通过新的工具完成表现，是艺术门类的又一创新。

在竞争激烈的商业社会当中，效率和作品的质量是赢得客户信赖的基本保证。数码插画、数码绘画等形式的数码艺术已经成为一种新门类的艺术，其快速、高效的创作特点，与现代人的工作节奏、易于传播相吻合，本教材从展示设计表现形式的角度出发深入系统地探究了数位板快速表现技巧，视角新颖、独特，具有时代性和实用性。

清华大学



前言

特定的机遇，让我从事了展示设计。设计理论和施工现场的摸爬滚打使我得到了属于自己的工作能力。在实践中总结经验是一种提高工作能力的好方法，在总结经验和改进创新的过程中，一种工具帮助我提高了展示设计中的工作效率，这个工具就是“数位板”。在本教材中我没有长篇论述展示设计发展史等理论，主要从设计实践实用的角度，详细讲解了应用“数位板”工具进行展示创意设计的全过程，目的是想帮助初识展示设计，将要从事这一行业的爱好者，能够快速入门并取得一定成效，帮助他们通过科学的途径成为未来优秀的展示设计师。

本教材的主要内容是展示设计的构思表达过程，这是展示设计中最为关键的一部分。构思是否新颖、表达是否清晰精致，决定了方案是否能继续实现，并因此而带来经济效益。

关于使用本教材，有以下几点建议。

第一，虽然在本书中没有对展示设计发展史等理论有太多的论述，但作为即将成为设计师的人员，应该有常识性的了解，这样有助于更好地设计。

第二，千万不要在动手绘画草图之前先给自己脚下放块绊脚石——“画不好”，从事什么行业都会有“开始”，只要认真做就会有收获。很多人省略草图沟通这一步骤，用三维仿真效果图来表现，虽然比较直观，但其中反复修改所浪费的时间和劳动，经历的人都会深有感触。草图表现是设计交流的关键，在项目开始时，用清晰的彩色草图表现和准确流利的语言表达，为客户描述设计想法，非常利于有效交流并与客户达成一致，能为设计过程安排合理的时间和劳动。所以在本教材中，数位板手绘草图绘制过程是重点内容。

第三，本教材没有把三维效果图制作过程作为重点。草图构思不完善，软件用得再好也无法表现，就好像手中握着一支很好的笔但不会写字时的那种感受。只有草图构思清楚，胸有成竹的时候，才会觉得是软件的掌控者。所以每个案例的三维效果图说明仅对使用到的软件工具进行概括的描述。

教材中使用的绘图工具是“数位板”，它的优势是可以方便地切换笔刷类型，还可以反复修改错误，在纸质的画面上是不可能反复使用“Undo”命令的。用“数位板”绘画草图，能够使创意淋漓尽致地泼洒在画面上，不用担心因画错而前功尽弃。在笔刷章节中，用星号标出了常用工具，并依据笔刷的特征画出实例，希望能帮助大家扩展想象。

展示设计是一门综合学科，设计的形式与风格是多样化的。本书重点从展示设计的草图构思实践角度进行研究，对几个实际案例较详细地编写了设计过程，并进行讲解和说明，如有不足之处，敬请读者指正。

本书编写内容中的案例均为实际项目，在编写过程中得到相关项目客户的大力支持，在此表示感谢。

宋杨

展示设计 EXHIBITION DESIGN 目录

理论

展示设计的概念	2
● 展示的分类	2
● 展示的功能和作用	3
展示设计的程序	4
● 策划阶段	4
● 设计与签约阶段	5
● 制作与现场施工阶段	5
● 展会期间及撤场阶段	5
● 展会评估阶段	6
展示设计的色彩	7
● 展示设计中色彩三属性	7
● 展示设计中的冷色和暖色	9
● 展示设计中的中性色彩	9
● 展示设计中的色彩调合	9
● 展示道具的色彩设计	10
展示设计的形态	11
● 展示设计中的形态概念	11
● 形态的基本特征	11
● 形态构成中的“有形”与“无形”空间	11
关于设计数据	12
● 展示设计中的人体工程学	12
● 展示设计中的常用材料	14
环保	16
● 可重复利用	16
展示设计中的透视	18
● 一点透视、二点透视与三点透视	18
● 展示效果图表现中的透视分析	19
● 展示效果图表现的两点透视	20
● 展示效果图表现的常用角度	21

展示设计 EXHIBITION DESIGN 目录

实践

数位板绘图技巧	25
● 数位板简介	25
● 数位板、笔和鼠标	26
● 绘图工具使用说明	28
Painter 软件概述	29
● Painter 软件简介	29
● Painter 软件的进入	30
● Painter 操作界面简介	31
● Painter 工具箱简介	32
● Painter 菜单简介	34
Painter 软件基本操作	36
● 选区	36
● 图层	38

案例

Painter 软件笔刷类型	39
案例一	69
案例二	81
案例三	92
案例四	104
案例五	108
案例六	111
植物配景	118

展示设计
EXHIBITION DESIGN

理论

设计前你要了解.....

展示设计的概念
展示设计的程序
展示设计的色彩
展示设计的形态
关于设计数据
环保
展示设计中的透视

展示设计的 概念

- 展示的分类
- 展示的功能和作用

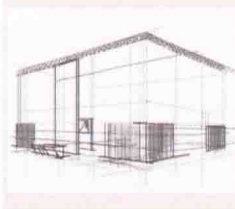
展示的分类

目的

经济 人文

按照展示的目的来区分,展示的类别可以大致分为经济类和人文类。经济类展示包括各种规模的交易会、商展、促销活动、订货会等。此类展示的表现形式多种多样,最终目的是确立企业形象,促成消费行为。

人文类展示包括科技馆、纪念馆、美术馆、博物馆、森林公园、自然保护区等,其主要目的是传承人类文明、传播科学知识,促进文化交流等。

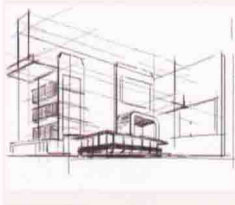


时间

长期 短期

按照时间来区分,展示可以大致分为长期展示和短期展示。展示时间长短,对展示环境中的材料、灵活性、拆装形式等要求有所不同。长期展示包括博物馆、纪念馆等,展示场地比较固定,展示内容比较珍贵,需要充分考虑展品的安全性,参观的逻辑性、连贯性等。

短期展示包括各类贸易博览会、商品展销会等,此类展示形式灵活,气氛活跃,追求视觉印象,短时间需接纳较多的参观者,应该设有洽谈和销售空间。

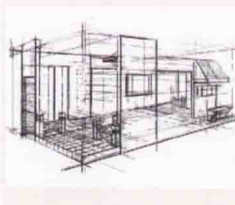


形式

动态 静态

按照展示的形式来区分,可以分为动态展示和静态展示。

动态展示多采用活动式、操作式、互动式等进行展示活动,观众可以触摸展品、操作展品,可以与展品互动,让观众更加直接地了解产品的功能特点。动态展示能调动参观者积极参与的意识,使展示活动更丰富多彩,取得好的效果。动态展示采用高新技术和现代化的展示手段,更符合时代的要求。静态展示是以固定形式为主进行的展示活动。



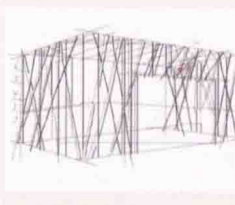
人群

专业 大众

按照参展人群区分,展示可以分为专业和大众。

专业展示主要指针对某一领域中的单位或人士进行的展示活动。

大众展示主要指参展单位众多,而且不局限在同一领域,适用大众的广泛需求,面向大众的展示活动。



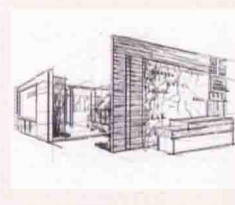
规模

巨型 大型 中型 小型

按照展示的规模来区分,可分为巨型、大型、中型、小型展示。

一般以9平方米为一个单元展位,小型展示展位面积小于27平方米,中型展示面积一般占据1~3个展位,巨型展位展示面积一般超过162平方米。

大型展示除了可显示竞争实力外,其宣传效果往往令顾客难以忘怀,中型展示应用比较广泛,小型展示较为经济,多适用于小型企业。



展示的功能和作用

优秀的展示活动能促进经济发展，提升营销水平，提高知名度，传播区域之间的信息、知识和观念，提高生活品质，展示活动可带动城市基础设施建设，给人以美的享受。展示设计的发展越来越受到人们的重视，并将在社会经济中起着更为重要的作用。

商业类展示既有观赏、展览、教育等功能，又有推广、销售、洽谈的作用，给商家提供一个高效、直接面对消费者的平台，为企业提供巨大商机，促进企业建立和完善自己的营销体系。

文艺类展示的功能，如博物馆、科学馆、艺术展馆、民俗馆等是社会文明的重要组成部分，起着传承文明、启迪智慧、展现现代科学、促进精神文明建设的作用。



展示设计

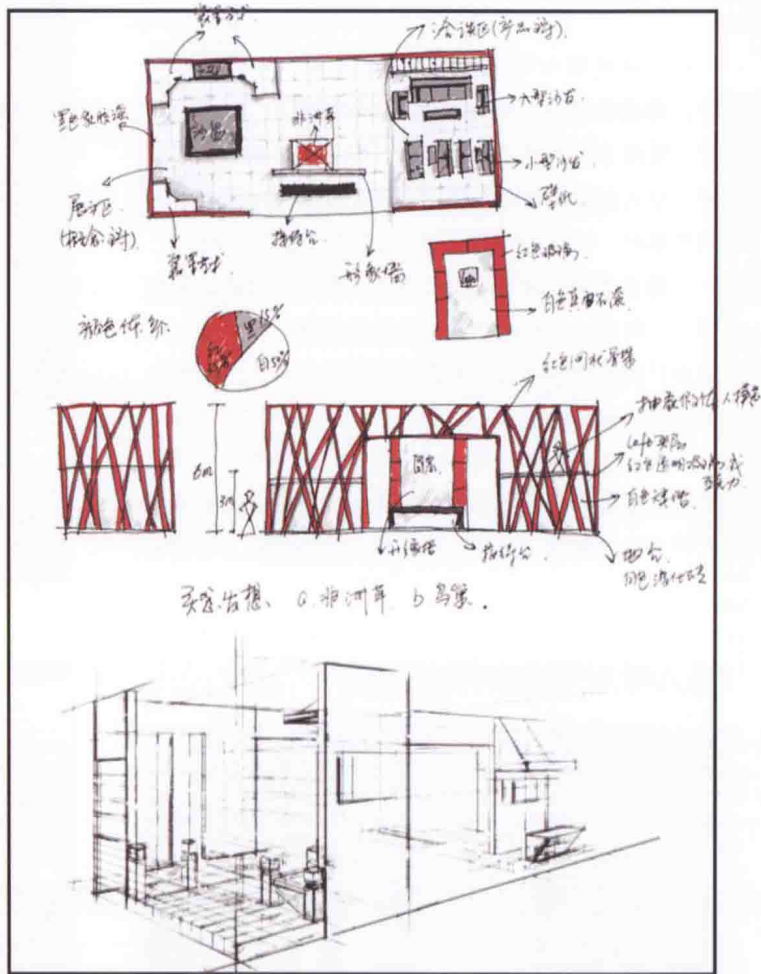
EXHIBITION DESIGN

展示设计的程序

- 策划阶段
- 设计与签约阶段
- 制作与现场施工阶段
- 展会期间及撤场阶段
- 展会评估阶段

策划阶段

根据	确定	目标
目标客户群	→ 展示的策略	→ 吸引顾客
展示的产品	→ 展示的主题 传达的信息	→ 主题突出 宣传销售
综合的品质	→ 整体的风格 独特的构思	→ 精彩设计
展场的位置	→ 展台的形式	→ 造型独特
展场参观流	展示主方向 双层的结构 完全封闭式 多面的开口	结构合理
展台的功能	→ 服务接待区 产品展示区 企业形象区 交易洽谈区 展场储藏室	→ 空间独特 规划合理 传达信息
视觉设计	→ 整体的色调 形状与节奏 企业与标识	→ 视觉美观 空间简洁 气氛独特
配套活动	→ 公关表演 招待会议 研讨会议	→ 经济效益
环保设计	→ 新型的材料 环保的材料	→ 节能环保
费用投资	→ 展示施工 实物设备 现场活动	→ 费用合理 易于实施



设计阶段草图

设计与签约阶段

设计阶段具体内容

- 确定具体展示设计信息。

时间、地点、出入通道、展示面积、限高、产品体积、产品重量、产品数量、产品类型、运输方式、展示设计经费等。

- 向客户交付设计初稿，利用立体空间的造型方法，有计划、有目的、符合逻辑地空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置，进行展示设计创意表达，提供设计草图与客户进行概念交流。将展示内容展现给客户，向客户交付工程报价，力求接受设计。

- 研究客户反馈意见并进行再次修改。

- 交付最后定稿的设计整体效果图、施工图、电路图及工程报价明细，把整个展区或展馆的环境、空间、色彩、道具、展品陈列及其具有的规模、区域关系、形态关系、色彩关系等信息完整表达出来。

签约阶段

- 再次与客户确定造型效果，工程报价明细，工程材质。

- 明确与客户的相互配合要求、双方的职责范围，签定合同。

制作与现场施工阶段

场外制作阶段

- 核对制作时间、入场时间。

- 核对施工图中具体内容。

- 调研确定展示场地入口尺寸。

- 根据项目具体要求完成准备工作及制作工作。

- 注意防火材料的应用。

- 安排客户到现场实地察看准备工作及制作工作情况。

- 完成主办、主场、展馆等各项审批手续。

- 安全运输。

现场施工阶段

- 入场前检查，确定产品的品质与性能符合标准。

- 设计师到现场监督现场展位搭建施工。若到客户处展示，要事先确认安装的各项条件如电源、地点、操作空间等符合规定。

- 同客户及时交流，处理现场追加、变更项目。

- 配合客户展品进场。负责该项目的业务服务人员到现场陪同客户现场布置展品。

- 客户验收。

展会期间及撤场阶段

展会期间工作

- 安排展会期间现场安全检测工作。

- 安排展会期间现场应急服务。

- 检查展示用品是否备齐，如投影机的展示需准备备用的投影灯泡，以免展示中突然坏掉。

- 安排展会期间现场增值服务。

- 安排展会期间现场实录工作。

展会撤展工作

- 制订撤展计划，标明完成各项工作所花费的时间，具体包括托运箱进馆时间、拆装工人撤台时间、展品重新打包时间、展具返还时间，以及全部展品离馆时间。

- 按照规定时间撤展。

- 配合客户展品离场。

- 现场拆除，节省时间，注意安全。

后续跟踪服务

- 为客户提供展会现场照片。

- 会后总结。

- 展会的行业信息等服务。

展会评估阶段

展后评估作用

展后评估可以通过对有关材料的分析,得出展会效果评价、发现问题、总结经验、提高办展水平,对下届展会的举办提出一些好建议。展会评估是一个有计划、有步骤的动态过程,必须循序渐进。

展会评估程序

■确立展会评估目标

根据展出目标确立评估的具体目标和主要内容,了解展出的效率和效益。依据评估目标的主次,排列优先或重点评估的次序。

■选择规范的评估标准

会展效果的评估标准系统包括整体成效、宣传效果、接待成果、成交结果等。评估时应该根据展出目标确定展会评估标准的主次。

■制定评估方案

根据评估项目、对象和方法,安排各项必要措施。

设计制作各种测评问卷及情况统计表,如参展商问卷调查表、观众问卷表和展览会举办情况统计表等。

■实施评估方案

通过收集资料、安排记录、召集会议、组织座谈、向参观者收集调查问卷等方式收集各种信息,整

理收集的信息,处理分析数据,根据不同阶段的效果测评和汇总分析,撰写整个展览活动过程的效果评估报告。

展会评估报告

展会评估报告是反映市场状况有关信息,包括某些调研结论和建议的载体,它是展会评估活动过程的直接结果。(报告内容包括评估项目、评估目的、评估过程与方法、评估结果统计分析、评估结论与可行性建议及附录等。)

评估结果

评估结果是用若干统计表和统计图呈现所得资料,并对图表中的数据资料隐含的趋势、关系和规律加以客观描述,对评估结果加以说明、讨论和推论。评估结果中应包含展台效果、成本效益、观众质量等内容。

结论和建议

以简洁明晰的语言作出结论,阐述评估结果说明的问题和实际意义。针对已存在的问题,提供好的改进措施和行动方案,以获得更好的效果。



展示设计

EXHIBITION DESIGN

展示设计的色彩

- 展示设计中色彩三属性
- 展示设计中的冷色和暖色
- 展示设计中的中性色彩
- 展示设计中的色彩调合
- 展示道具的色彩设计

展示设计中色彩三属性

色彩三属性(色相、明度、纯度)影响人的视觉神经接受刺激的结果,可以在人的心理上形成重量、面积、冷暖、位置等不同的感受。所以,在展示色彩设计中,主色调、辅助色、灯光氛围等色彩选择,应该以取悦人眼视觉器官的要求和达到心理平衡作为设计工作的出发点,调节出良好的空间环境气氛。

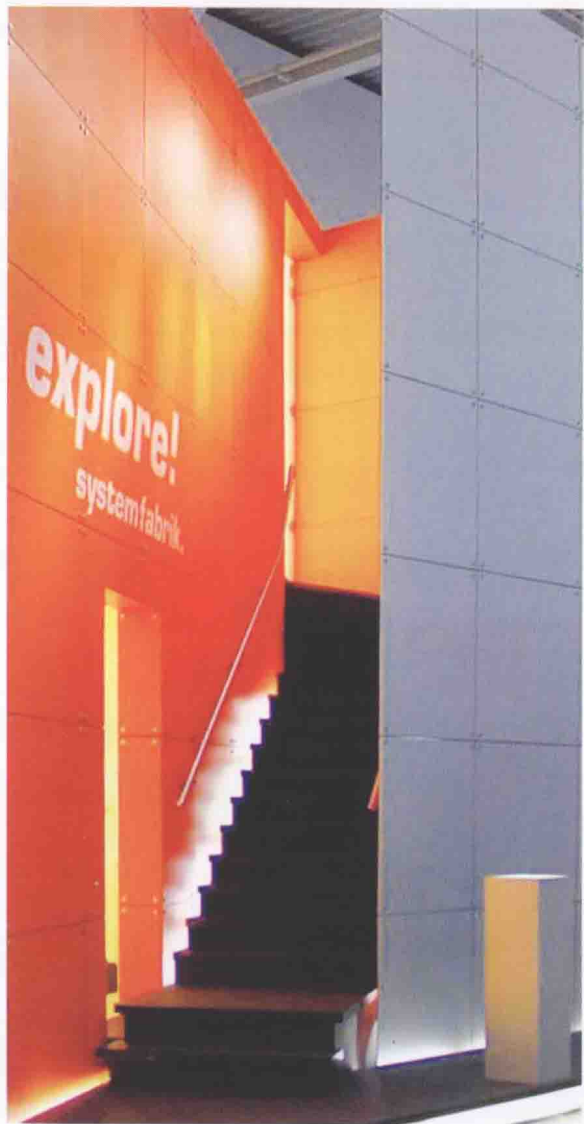
■ 红色,属于暖色,纯度大,具有刺激性和冲击力。视觉上给人以迫近和扩张感,视觉量感大,表达出快乐、热情的气氛。

应用在展示产品方面,起强调和突出物像的作用,一般用在标题设计、色彩提示、色点和色带,使文字内容更加耀眼,引人注目。

■ 粉红,明朗而亮丽,粉红色意味着“似水柔情”。

■ 橙色,属于暖色,温暖明亮,在视觉上的注目性较强。橙色的色彩强度大,能产生活力,诱发食欲,含有成熟与幸福之意。

■ 黄色,属于暖色,明度最大的色彩。比红色刺激性小,容易接受,在色彩心理上明度给人以光感,是象征健康的颜色。黄色给人以醒目、轻快、纯净、辉煌的感受,令人兴奋。



一般展示儿童商品宜用黄色作背景,能带来一种活跃的气氛。但是注意,小面积使用时,在视距远时分辨性差,设计使用时需要一定的量才能达到效果。

■ 蓝色,有后退视感,以色调深浅来分,有海蓝和天蓝两种,可以造成宁静的气氛,有清新舒爽之感。

运用在展示方面,一般采用浅蓝色为背景,象征着蓝天和海浪,令人产生遐想,蓝色的环境使人感到幽雅宁静。这种强烈的色彩,在某种程度上可隐藏其他色彩的缺点,是一种搭配方便的色彩。

■ 紫色,宁静之感,表现高雅,贵族的象征。一般只是为了得到某些特殊效果,才使用紫色,加以渲染。

■ 绿色,纯度较低,大自然的色彩,稳重舒适。视觉刺激适宜、平衡。绿色充满青春的活力,使人的视神经得到休息,消除疲劳,给人轻松、柔和的感觉。绿色是春天的象征,因此,绿色给人心理上的感受是休息、镇定、生命、安全。展示春季产品使用绿色较为适宜。





展示设计中的冷色和暖色

	暖 色	冷 色
视觉感受	膨胀色 视觉膨胀感	收缩色 视觉收缩感
错 觉	显得比实物大 前进	显得比实物小 后退
应 用	应用在需要视觉冲击强、兴奋、注目的设计上。展示空间中，展橱、展台、展柜等色彩，不宜采用过分暖的色相，避免因暖色的前进错觉夺走人们对展品的注意力。	空间感觉宽松，墙壁的色彩可以使用后退色；可使用冷色、暗色，产生视觉错觉，使物体面积缩小。应用在展示空间中的效果比较显著。

展示设计中的中性色彩

黑色，高贵并且可隐藏缺陷，它适合与白色、金色搭配，起到强调的作用，使白色、金色更为耀眼。

灰色，是一种极为随和的色彩，具有与任何颜色搭配的多样性，所以在色彩搭配不合适时，可以用灰色来调和。灰色可以算是中间色的代表。

白色，会反射全部的光线，具有洁净和膨胀感，所以在布置较小的空间时，可能以白色为主，使空间增加宽敞感。

金色，是一种豪华的色彩，本身能够发出华丽而绚烂耀目的光芒，所以令人有目不暇接之感。

褐色，最容易搭配的颜色，它可以吸收任何颜色的光线，是一种安逸祥和的颜色，可以放心运用在空间中。

展示设计中的色彩调合

色彩设计在展示设计中有着特殊的地位和作用。展示色彩包括展品色彩(主体色)与环境色彩(衬托色)，两者互为联系、相互依托。

色彩调合的方法

展示空间配色一般不超过三种(白色、黑色不算色)，这样空间配色会有色彩基调，构成展品中的色彩协调关系。这种协调关系可以作单调处理，在色彩



的浓度和明度上作一些变化。例如展示米色产品，米色是棕色加白色产生的色彩，背景可以选棕色作为主要色调。金色、银色可以与任何颜色相配衬，还可以应用在基调范围内的纹理，例如木纹等。有基调的空间配色，就可以避免花哨，有助于展示主题内容的表达，表现明显的情调和气氛。

在大基调的展示空间色彩环境中，色彩的对比应用在展示产品和背景的关系处理上，背景与展品适当选择互补色或有鲜明对比的色彩，会强化展品美感，更加吸引观赏者，有助于突出展品，有益于观众参观。但是，过于刺激可能伤害观众的视觉器官。



协调设计还要考虑选择符合观众欣赏习惯的色彩，了解观众对色彩的喜好和禁忌，有针对性地使用色彩。例如运用绿色造成宁静的气氛，使用紫色让人获得安全感，运用蓝色使人富有理智等。

在展示设计时，如果遇到产品色彩多样不和谐的情况，要注意不能放得太接近，避免因展品的种类多出现色彩混乱，造成色彩不协调而相互抵触。这时的补救方法，可以用中性色彩或粗线条图案作背景，或用具有产品色彩色系物品将产品分隔，能达到视觉空间和谐的效果。只要仔细考虑和作适当调整，任何色彩上的不协调，都是可以改善的。



展示道具的色彩设计

道具用材及外表色彩应该是中性色和单纯的色相，一般不选择五颜六色。

道具外表色彩对展品起到衬托作用，色彩不能太靠近，应和展品有鲜明的对比，道具与展品在色相、纯度或明度上都应该区别明显。

确定道具色彩时，要考虑与展示空间环境的色彩既协调又有对比。