



高等教育艺术设计专业“十二五”部委级规划教材（本科）

展示设计 zhanshi sheji

王峥 主编





高等教育艺术设计专业“十二五”部委级规

展示设计

王峥 主编

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 王峥主编. —北京: 中国纺织出版社, 2013.7

高等教育艺术设计专业“十二五”部委级规划教材.
本科

ISBN 978-7-5064-9833-3

I. ①展… II. ①王… 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(2013)第118740号

策划编辑: 谢婕妤 由炳达 责任校对: 王花妮
版式设计: 由炳达 责任印制: 刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

电话: 010-67004461 传真: 010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京圣彩虹制版印刷技术有限公司制版印刷 各地新华书店经销

2013年7月第1版第1次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 7

字数: 88千字 定价: 39.80元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

高等教育艺术设计专业“十二五”
部委级规划教材（本科）编委会

编委（以姓氏笔画为序）

王 峰（江南大学）

王 鹏（中国人民大学）

任文东（大连工业大学）

伍立峰（苏州科技学院）

孙宝珍（青岛大学）

吴 洪（深圳大学）

张 立（天津工业大学）

李超德（苏州大学）

陈建辉（东华大学）

姜竹松（苏州大学）

祝东平（中国人民大学）

徐青青（西安工程大学）

贾荣林（北京服装学院）

郭振山（天津美术学院）

廖 军（苏州大学）

《国家中长期教育改革和规划纲要》中提出“全面提高高等教育质量”，“提高人才培养质量”。教高[2007]1号文件“关于实施高等学校本科教学质量与教学改革工程的意见”中，明确了“继续推进国家精品课程建设”，“积极推进网络教育资源开发和共享平台建设，建设面向全国高校的精品课程和立体化教材的数字化资源中心”，对高等教育教材的质量和立体化模式都提出了更高、更具体的要求。

“着力培养信念执着、品德优良、知识丰富、本领过硬的高素质专门人才和拔尖创新人才”，已成为当今本科教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分，如何适应新形势下我国教学改革要求，配合教育部“卓越工程师教育培养计划”的实施，满足应用型人才培养的需要，在人才培养中发挥作用，成为院校和出版人共同努力的目标。中国纺织服装教育协会协同中国纺织出版社，认真组织制订“十二五”部委级教材规划，组织专家对各院校上报的

“十二五”规划教材选题进行认真评选，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性，使教材内容具有以下三个特点：

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点，从提高学生分析问题、解决问题的能力入手，教材附有课程设置指导，并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能，增加相关学科的最新研究理论、研究热点或历史背景，章后附形式多样的思考题等，提高教材的可读性，增加学生学习兴趣和自学能力，提升学生科技素养和人文素养。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容，并通过多媒体等形式，直观反映生产实践的最新成果。

(3) 实现一个立体——开发立体化教材体系。充分利用现代教育技术手

段，构建数字教育资源平台，开发教学课件、音像制品、素材库、试题库等多种立体化的配套教材，以直观的形式和丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威、编辑专业、审读严格、精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社教材出版中心

第一章 展示设计概述	001
第一节 展示的定义	001
第二节 展示的功能	005
第三节 展示的分类	007
第二章 展示设计原理	011
第一节 展示设计中的形式美规律	011
一、比例与尺度	011
二、中心	012
三、统一	013
四、均衡与稳定	017
五、对比	018
六、节奏与韵律	029
第二节 展示空间原理	031
一、功能与空间	031
二、展示空间的组合形式	031
三、单一展示空间的处理	033
四、多空间组合形式的处理	042
第三节 展示设计与人体工程学	046
一、尺度的控制	046
二、视觉活动	046
第三章 展示色彩设计	051
第一节 色彩的功能	051
第二节 色彩的象征性	051
第三节 色彩的心理感受	052
第四节 展示色彩构成及设计	056
第四章 展示照明设计	059
第一节 展示照明的类别	059

059	一、全局照明
059	二、造型照明
060	三、气氛照明
061	四、导向系统照明
061	第二节 展示照明设计的技术问题
061	一、电的运用
061	二、光的运用
063	第三节 展示照明设计注意事项
063	一、展示照明要有主次
063	二、灯具设计位置要合理
064	三、安全照明
064	第四节 照明参考数据
065	第五章 展示道具设计
065	第一节 道具的分类
065	一、按照标准化程度分
065	二、按照材质分
066	三、按照功能分
068	第二节 道具设计的基本原则
069	第六章 展示设计与表达
069	第一节 展示设计流程
070	第二节 设计表现基础
075	第三节 展示设计创意与表现风格
075	一、展示设计创意
077	二、展示表现风格
081	作品欣赏
103	参考文献
104	后记

第一节 展示的定义

展示是一种人类综合性交流信息的方式，以高效、快捷地传递信息为目的，在一定的空间或者地域内，通过一系列诸如空间处理、气氛营造、道具设计、灯光设计、色彩处理等手法，并动用一切可能的媒体技术，创造最适合于信息传播与接受的人为环境。展示的历史由来已久，从人类早

期的商业活动中，都可以看到原始展示形式的雏形（图1-1）。

展示犹如一面镜子，折射出当代的科学技术水平、观念意识、审美情趣、意识形态等。有时候我们可以通过城市中展馆的多少、陈展水平的好坏来推断城市的发展状况，一个地区的经济文化水平也完全可以通过展示的形式反映出来。纵观展示的发展史，我们不难发现展示与经济发展密

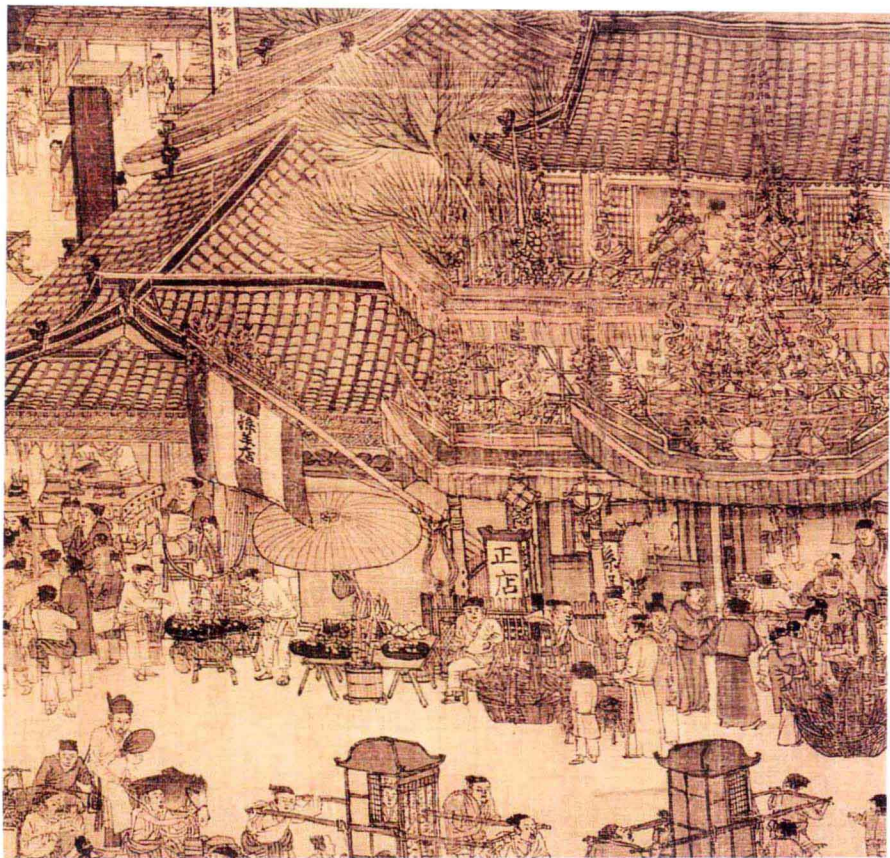


图1-1 清明上河图（局部） 张择端（北宋）

图中可见展示商品的摊贩和为招揽生意而搭建彩楼欢门的酒楼。

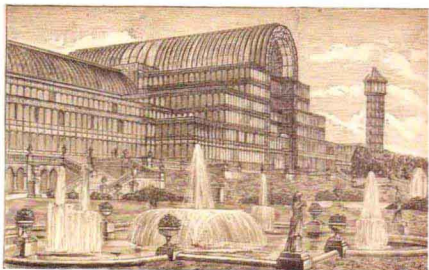


图1-2 为1851年伦敦首届世界博览会而建的水晶宫



图1-3 为1889年巴黎世界博览会而建的埃菲尔铁塔

不可分（见表1-1）。从1851年英国伦敦海德公园的第一届世界博览会开始，贯穿整个19世纪，世界性的博览会大都集中在英、法两个国家，因为工业革命从这里开始；20世纪初，博览会集中在美国，20世纪中期转向日本，而中国上海在2010年承办了世界博览会（图1-2～图1-6）。



图1-4 为1937年巴黎世界博览会而建的复佑宫



图1-5 为1958年布鲁塞尔世界博览会而建的原子球



图1-7 展览会会场

表1-1 世界博览会历程

年代 (年)	展会名称	年代 (年)	展会名称
1851	伦敦世界博览会	1958	布鲁塞尔世界博览会
1853	纽约世界博览会	1962	西雅图21世纪世界博览会
1855	巴黎世界博览会	1964~1965	纽约世界博览会
1862	伦敦世界博览会	1967	蒙特利尔世界博览会
1867	巴黎世界博览会	1970	日本世界博览会
1873	维也纳世界博览会	1975	冲绳海洋博览会
1876	费城世界博览会	1982	诺克斯威廉国际能源博览会
1878	巴黎世界博览会	1984	新奥尔良国际河川博览会
1889	巴黎世界博览会	1985	国际科学技术博览会
1893	芝加哥世界博览会	1986	温哥华国际交通博览会
1900	巴黎世界博览会	1988	布里斯班国际休闲博览会
1904	圣路易斯世界博览会	1990	国际花与绿博览会
1915	巴拿马太平洋世界博览会	1992	塞维利亚世界博览会
1926	费城世界博览会	1992	热那亚国际船舶与海洋博览会
1930	列日产业科学世界博览会	1993	大田国际博览会
1933~1934	芝加哥世界博览会	1998	里斯本国际博览会
1935	布鲁塞尔世界博览会	1999	中国昆明世界园艺博览会
1937	巴黎世界博览会	2000	德国汉诺威世界博览会
1939~1940	纽约世界博览会	2005	日本爱知世界博览会
1939	金门世界博览会	2010	中国上海世界博览会



图1-6 2010年上海世界博览会中国馆

展示设计是现代艺术设计中的一门综合性强、应用范围广，并且随时代发展、观念更新而不断发展、充实的应用学科，它涉及众多领域，包括建筑学、结构力学、人体工学、材料学、市场营销、心理学、视觉传达、灯光照明、计算机、智能化控制等学科的知识（图1-7~图1-11）。现代展示设计表现出与现代科技发展成果相结合的明显特点，强调高科技与艺术设计相结合（图1-12~图1-15）。



图1-8 展览会会场

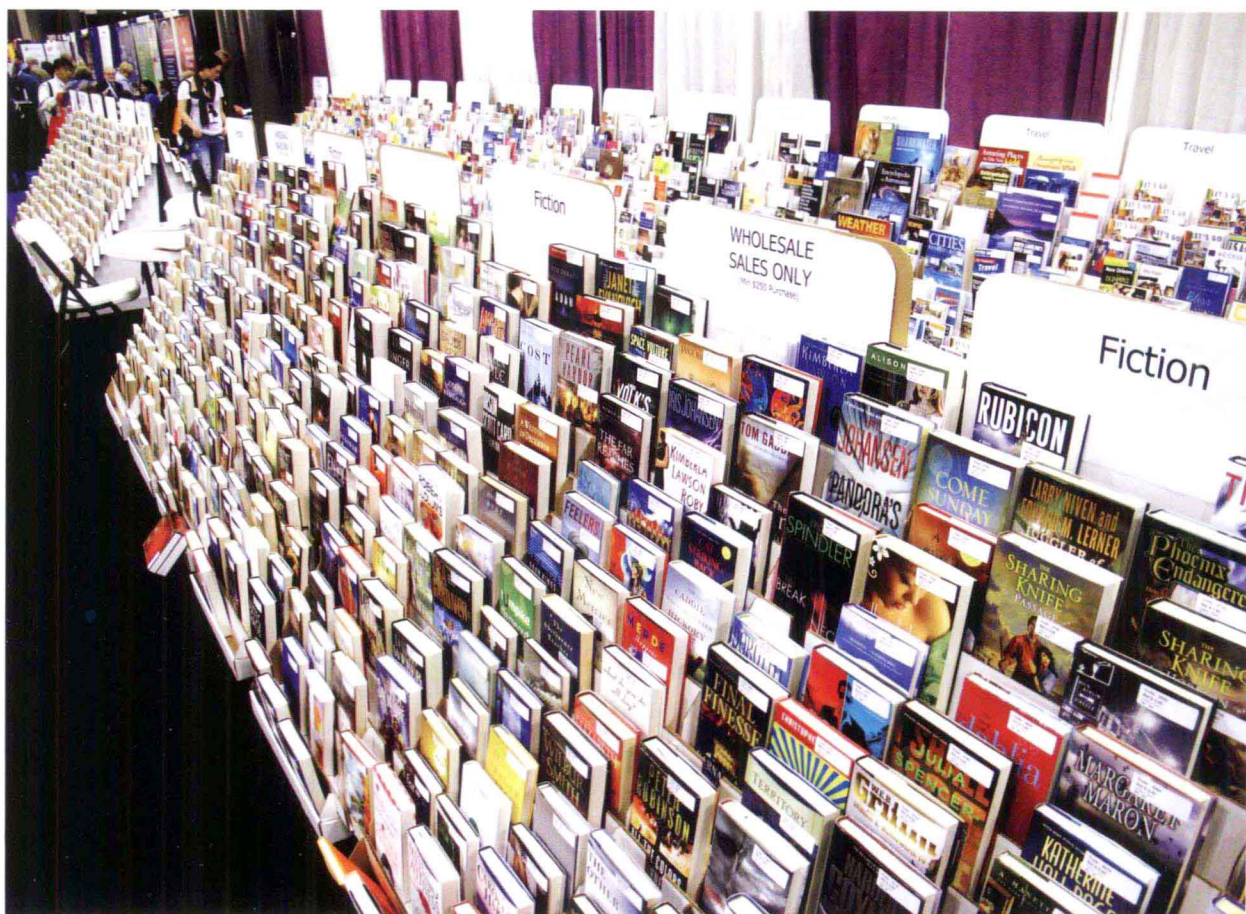


图1-9 图书博览会展示设计



图1-10 展示设计



图1-11 展示设计



图1-12 展示设计



图1-13 展示设计



图1-14 展示设计

第二节 展示的功能

展示行为在商业活动中是最为常见的一种形式，从商业的角度来看，展示较其他促销手段有着高效、直接的特点。展览在为企业提供巨大商机的同时，也为企业节约了不少资金。据英联邦展览联合会调查结果显示，通过展览为企业寻找客户的费用是通过一般渠道寻找客户所需费用的1/7。展示给商家提供了一个直接面对消费者的平台，供求信息交流和意见反馈较为直接，往往是很多新产品推向市场的前奏，在展览会中获取的信息往往对产品最终的完善起着至关重要的作用（图1-16）。

另外，商业展示对于商家建立销售网络也起着重要的作用。直接销售产品并不是商家参加展会的唯一目的，一次展览所面对的消费是有限的，但展览会为产品寻找代理提供了机会，便于与会企业建立和完善自己的营销体系（图1-17、图1-18）。

文艺类展示的功能不言而喻，博物馆、科学馆、艺术展览馆、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，同时更是一种十分重要的文化资源（图1-19~图1-22）。



图1-15 展示设计



图1-16 展览会现场



图1-17 展示设计



图1-18 展示设计



图1-19 文艺类展示



图1-20 文艺类展示



图1-21 文艺类展示

第三节 展示的分类

展示的类别繁多，不胜枚举。展示的类别不同，其设计要求也有所不同（图1-23~图1-28）。

从目的来区分，展示大致可以分为经济和人文两种。各种规模的商展、促销活动、交易会、订货会、新产品发布会等都可视为经济类展示活动，其表现形式也许多种多样，但最终目的还是确立企业形象，促成消费行为。人文类展示包括科学馆、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。

从时间上区分，展示可以分为长期和短期或者临时和永久两种，由于展示时间的不同，对展示环境的要求也有所不同，包括展示的材料、灵活性、拆装形式等都要加以考虑。

从形式上区分，展示可以分为动



图1-22 文艺类展示

态展示和静态展示，这里的“动态”与“静态”并不是指展示手法上的动态与静态，而是指展示区域。动态展示包括巡回展示、流动展示等，而静态展示多是固定地点的展示活动。

从参展人群区分，展示可以分为纵向和横向两种，纵向展示主要指相对某个专业的展示或活动，适用面较窄，例如一些专业器材、设备的展会，与会者往往都是某一领域中的单位或人士。横向展示则适用范围较

广，参展单位众多而且不局限在同一领域，例如博览会。

从规模上区分，还可分为巨型、大型、中型、小型展示。如果以一个单元展位 9m^2 计算，巨型展示空间一般面积超过 162m^2 ，占据18个以上的展位，大型展示空间占据8~18个展位，面积在 $72\sim 162\text{m}^2$ 之间。中型展示空间占据3~8个展位，面积在 $27\sim 72\text{m}^2$ 之间；小型展示空间一般占据在1~3个展位，面积小于 27m^2 。

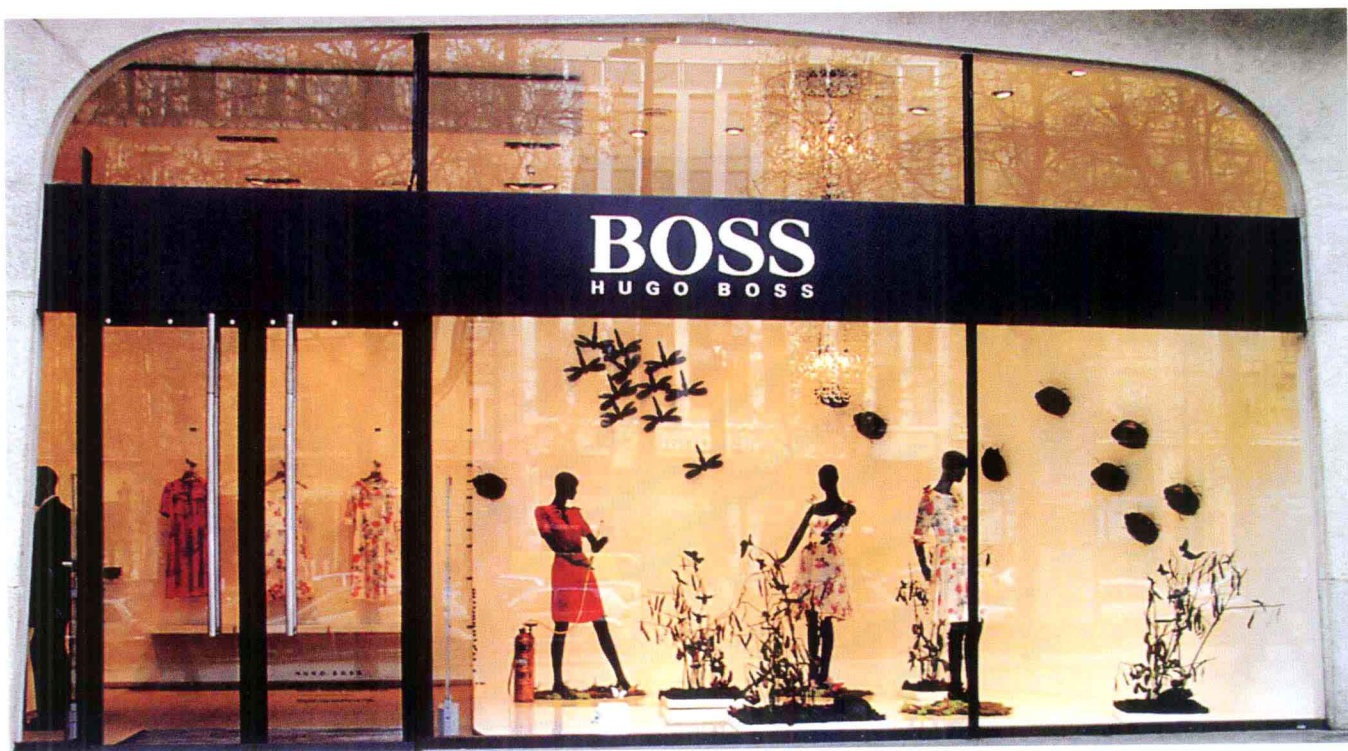


图1-23 展示设计



图1-24 展示设计



图1-25 展示设计



图1-26 展示设计

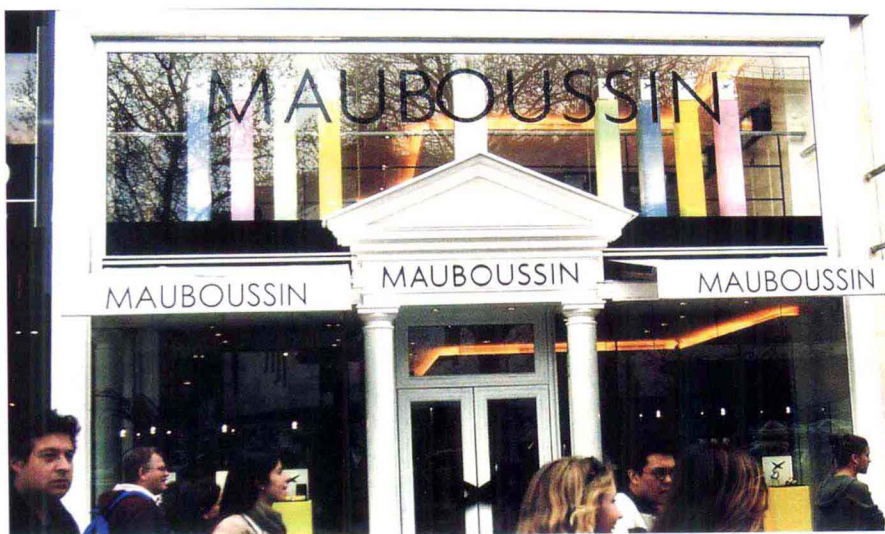


图1-27 展示设计



图1-28 展示设计

● 思考与练习

1. 简述展示的定义。
2. 展示设计有哪些功能？为什么说商业展示对于商家建立销售网络起着作用？