

普通高等教育“十二五”规划教材

展示设计概论

陆江艳 编著

展示设计基础理论通用教材

中国美术学院出版社

普通高等教育“十二五”规划教材

展示设计基础理论通用教材

清华大学出版社
北 京

前言

展,陈也;示,现也。现代展示设计是综合的交叉性艺术设计,具有真实性、多维性、科学性、艺术性、综合性等特点。它是由设计人员设计、搭建的供展示方和公众交流沟通的桥梁,也可以理解为信息传递的一种媒介,其表现形式多样,如博览会、科技馆、美术馆、卖场橱窗等。现代展示设计从表现形式、艺术手段和总体设计上来看,已经从其他的设计门类中相对脱离了出来,它介乎环境艺术设计、产品造型设计和视觉传达设计三者之间,无论把它分到哪一个分支都略显偏颇。就空间创造而言,它具备建筑、室内空间的艺术风格,又极具象征和表现主义的雕塑精神,近乎环境艺术设计;就展示的道具而言,它运用到了产品造型设计的方法;就展示的内容而言,它充分显示了视觉传达的魅力,似乎又含有视觉传达设计的意味。因此,国内许多高校已经将展示设计作为一个新兴的专业方向,建立相关专业,开设相关课程。“展示设计概论”就是展示设计专业的入门基础课程。

本书根据展示设计入门课程的教学要求进行编撰,以期让学生能够循序渐进、由浅入深地对展示设计有较为基础而全面的了解。第1章绪论部分主要介绍展示设计的概念、特征及观念、范畴和分类,以及展示设计师所需要达到的专业素养,使学生对展示设计专业有大致地了解。第2章对展示设计的发展历程作了简单的梳理,主要介绍了各展示类型的演变历史、世界著名展示会及展示组织机构,以及当代展示设计的数字化趋势。第3章介绍了展示设计的常规程序与步骤。第4章和第5章是本书的重点部分,对展示设计的相关理论和方法技巧展开了详细的探讨。第4章从介绍空间的视知觉理论开始,深入探讨了功能空间的分类、如何进行展示空间的平面布置和立面设计,并根据形式美原理,列举了展示空间设计的一些艺术处理技巧。第5章分别提出了影响展示设计效果的若干要素,如人机工程学原理、视觉元素、展品陈列、展具、色彩、采光与照明、装饰与宣传品等,并对此进行具体分析和举例,使学生深刻认识到展示设计的具体工作内容和需要考量的设计要素。第6章介绍了展示设计的表达方法。最后,本书在第7章列举了4种最常见的展示设计类型的优秀实例点评,使学生对展示设计有更为直观的了解。

本书在编写过程中,研究生李颂、王雯、乔心天、贾娜帮助完成了文字校对和部分配图的工作;清华大学出版社的张秋玲、冯昕老师为本书的编辑出版付出了巨大的努力;武汉理工大学艺术与设计学院的领导和同事对本丛书的面世也给予了大力支持和鼓励。在此谨表深深的谢意。

本书参考了大量相关文献资料,在力所能及的范围内已经对引用来源进行了标注,但由于精力和时间有限,未能一一查明其原始出处,深表遗憾。在此感谢文献资料的提供者,为学生的专业学习提供了如此精彩的文字和图片。

II 展示设计概论

作为一个新兴的专业方向,展示设计仍处于发展阶段,其内容和方法、技术和观念都在快速变化之中。另外,编者才疏学浅,仅能在前人研究的基础上做梳理总结的工作,根据自己对教学的需要和理解,完成了这本展示设计的入门基础课程教材《展示设计概论》。书中难免有错漏之处,恳请读者批评指正。

编 者

2012 年 7 月

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 展示设计概念的内涵及外延	1
1.2 展示设计的特征及观念	3
1.2.1 展示设计的特征	3
1.2.2 展示设计的观念	3
1.3 展示的要素	5
1.4 展示设计的范畴及分类	6
1.4.1 博物馆设计	7
1.4.2 展览设计	8
1.4.3 商业环境设计	9
1.4.4 庆典礼仪环境设计	9
1.5 展示设计师应具备的素质	10
第 2 章 展示设计的发展历程	12
2.1 各展示类型的演变历史	12
2.1.1 商业展示	12
2.1.2 博物馆	13
2.1.3 展览会	15
2.2 世界著名展示会及展示组织机构简介	17
2.3 展示设计的数字化趋势	19
2.3.1 传统展示与虚拟展示	19
2.3.2 虚拟展示的特点	20
2.3.3 虚拟展示的优势	21
2.3.4 积极应用数字技术进行展示设计	21
第 3 章 展示设计的程序与步骤	22
3.1 分析设计要素	22
3.2 起草企划书和设计脚本	25
3.3 方案设计	26

IV 展示设计概论

3.4 工程实施	27
第4章 空间理论及在展示设计中的运用	30
4.1 空间的视知觉理论	30
4.1.1 空间的概念和特征	30
4.1.2 空间的分类	31
4.1.3 空间的感觉	32
4.1.4 空间的构成	35
4.2 功能空间的分类	37
4.3 展示空间的平面布置	39
4.3.1 区域划分与展位空间配置	39
4.3.2 参观路线设计	40
4.3.3 展示平面布置的形式构成	41
4.3.4 展示平面布置的方法	43
4.4 展示空间的立面设计	44
4.5 展示空间的艺术处理技巧	45
4.5.1 协调统一	45
4.5.2 稳定均衡	46
4.5.3 渗透与融合	46
4.5.4 主次关系	47
4.5.5 空间序列	48
4.5.6 空间程序	48
第5章 影响展示设计效果的要素	49
5.1 展示中的人机工程学原理	49
5.1.1 人体尺寸	49
5.1.2 视觉	51
5.2 视觉元素的运用	58
5.2.1 直线的运用	58
5.2.2 曲线的运用	59
5.2.3 圆形的运用	59
5.2.4 三角形的运用	60
5.2.5 矩形的运用	61
5.3 展品陈列	61
5.3.1 陈列形式	61
5.3.2 陈列的基本结构	62
5.3.3 陈列的基本方式	62
5.3.4 陈列的基本状态	63
5.3.5 陈列密度、高度和深度	63

5.4 展具	64
5.4.1 展架	65
5.4.2 展柜	66
5.4.3 展台	67
5.4.4 展板与屏障	68
5.4.5 护栏	69
5.4.6 其他辅助设施	69
5.5 色彩	70
5.5.1 色彩明度的心理感受	70
5.5.2 色相的心理感受	71
5.5.3 色彩的设计	71
5.6 采光与照明	72
5.6.1 采光的形式及其设计原则	72
5.6.2 照明的种类与照明设计	73
5.6.3 灯具和光源的选择	76
5.6.4 光造型的原则与技巧	77
5.7 装饰与宣传品	79
5.8 高技术多维度展示	82
5.8.1 音响和影视在展示中的应用	82
5.8.2 数字化视频技术在展示中的应用	83
5.8.3 计算机程控技术在展示中的应用	84
5.8.4 多媒体和网络技术在展示中的应用	85
第6章 展示设计表达	86
6.1 草图	86
6.2 制图	88
6.3 数字化表达	90
第7章 展示设计实例	92
7.1 博物馆展示实例	92
7.2 商业卖场展示实例	95
7.3 图书资料馆展示实例	97
7.4 会展展示实例	98
主要参考文献	101

绪 论

1.1 展示设计概念的内涵及外延

自古以来,“展”字就表示着出示、陈列的含义,如《左传·襄公三十一年》中有“百官之属,各展其物”,《左传·哀公二十年》中提到“敢展谢其不恭”时还有注释:“展,陈也。”另外《后汉书·边让传》中也有“贡之机密,展之力用”。现代高级汉语大词典中对“展”的解释还有打开让人看、展现、陈述等。《华严经音义》对“示”的释义为“示,现也”,即显现、表现。而《玉篇》中则解释为“示,语也,以事告人曰示也”,即指示、让人看、把事物摆出来或指出来让人知道。在英文中,“展示”一词按照类型和规模的不同可以是 exposition、exhibition、display、show 等。轻松地说,孔雀开屏就是自然界中最为自然的本能展示,因为开屏本身就带有了表现和显露、注意和引诱的广告意味,并欲求得到反馈。

在现代社会中,展示一般都带有较强的商业意味,它是由设计人员设计、搭建的供展示方和公众交流沟通的桥梁。因此展示空间具备 3 个元素:主办方、展品、观众。展示设计就是对展示空间进行设计的一种综合性的设计艺术。设计人员进行展示设计,就是在既定的时间和空间环境中,运用艺术设计语言,采用视觉传达手段,借助展具设施,通过对空间的精心创造,将信息和内容展示在公众面前。展示方以此解释展品、宣传主题,引导公众参与其中,期望达到完美沟通,从而使受众的心理、思想和行为产生对经济利益或社会效益有利的影响。因此,展示设计可以理解与信息传递的一种新型媒介,它整合了很多传统的信息传播媒介,如语言、绘画、音乐等。它的使命就是更快更充分地在人与人之间传递信息。

如上文所述,现代展示设计从表现形式、艺术手段和总体设计上来看与舞台设计极为相似,但实际上它已经从其他的设计门类中相对脱离了出来。展示设计介乎环境艺术设计、产品造型设计和视觉传达设计三者之间,无论把它分到哪一个分支都略显偏颇。就空间创造而言,它具备建筑、室内空间的艺术风格,又极具象征和表现主义的雕塑精神,近乎环境艺术设计;就展示的道具而言,它运用到了产品造型设计;就展示的内容而言,它充分显示了视觉传达的魅力,似乎又含有视觉传达设计的意味。可见展示设计是一种综合的交叉性艺术设计,它具有真实性、多维性、科学性、艺术性、综合性等特点。

时代的发展、社会的进步使得展示概念的内涵和外延不断扩展,展示也出现了多种多样的表现形式和使用目的,如博览会、展卖会、科技馆、广交会等。

2 展示设计概论

从 1851 年伦敦“水晶宫”世界博览会(图 1-1)到 2010 年中国上海的世界博览会(图 1-2),世界性的博览会已经有了 160 年的发展历史,并相应出现了各种世界规模的交易会;从迪斯尼乐园到各类商业性的娱乐场所、商品展销会、各种商品陈列等都是我们熟悉的现代展示设计实例。尽管这些展示在规模和性质上有着很大的差别,但在设计的性质上有着相近的特点。近十年来,世界各国许多文化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,如伦敦维多利亚和阿尔伯特博物馆(Victoria and Albert Museum,V&A 博物馆)、海沃德美术馆(Hayward Gallery)、纽约大都会艺术博物馆(Metropolitan Museum of Art)等都不惜巨资,投入大量人力物力、运用最新科技成果,使展示成为一种融尖端科技和密集信息于一体的艺术性的文化活动。一些展览还在各个国家巡回展出,如 2008 年 3—7 月,维多利亚和阿尔伯特博物馆在其一楼最主要的特展厅举办了“中国当代设计(China Design Now)”展览(图 1-3),这是英国首次全面探索中国当代设计的学术性展览,之后到美国和欧洲其他国家巡回展览至 2010 年,取得了良好的效果。

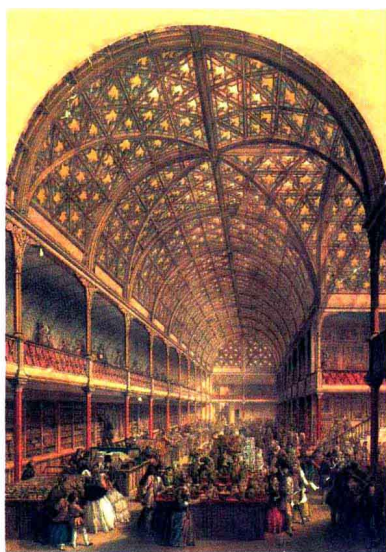


图 1-1 水晶宫博览会

(<http://tieba.baidu.com/p/1353143881>)



图 1-2 上海世博会中国馆效果图

(2010 上海世博会官网)

与此同时,旅游业的发展使各国都认识到这项“无烟工业”带来的巨大的经济效益,这也促使各国举办各种介绍当地人文历史、风土人情的展览,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,想方设法吸引旅游观光的客人。而用现代展示手段形象地再现各种失传的传统手工技艺、风俗人情,更是现代旅游文化的重要方面(图 1-4)。

商业和贸易是现代展示设计最重要的领域。大中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商业竞争中取胜,在广告和展示上都花费了巨大的财力物力。橱窗陈列、POP 设计,每每标新立异、推陈出新。在一些世界性的交易会上,展示的设计更是一项极其重要的内容,如 1992 年的西班牙塞尔维亚的世界交易会,曾聚集了无数的展示设计师,他们在 94 个展区为 100 多个国家工作,在这个人口不到纽约 1/20 的城市举办的交易会,在 6 个月内吸引了 4000 多万的观众。



图 1-3 V&A 博物馆的中国当代设计展

(<http://www.liuli.com.cn/cn/news/scnews20080408/china.htm>)



图 1-4 苏州民俗博物馆的民俗展示

(<http://www.14en.com/281.html>)

1.2 展示设计的特征及观念

1.2.1 展示设计的特征

展示设计的特征主要体现在以下 4 个方面。

(1) 综合性。展示设计综合了视觉传达设计中许多领域的内容,如企业形象一体化(CI)设计、广告设计等;展示设计包含了视觉和听觉,二维、三维和四维的物质形态;展示设计综合运用了各种技术手段,如工程技术、电子技术、计算机技术、激光技术、信息和通信技术等。

(2) 实物性。展示设计是以实物展出为基础,以视觉传达为方式的信息交流形式。展示主要是围绕实物——展品展开的,其真实性具有极大的说服力和吸引力。“百闻不如一见”的俗语十分确切地说明了实物在展示中的作用。

(3) 开放性。在视觉传达领域中唯有展示可以让观众直接参与其中。这种开放性特征主要通过两个方面显现:第一,透明度。展示中的一切都可以任人参观、询问、索取资料,甚至试用。第二,参与度。观众进入展示的特定空间后,可以通过五官体验、亲自动手、共同参与,获得真切、实在、丰富的印象。

(4) 展销结合性。现代展示的一个显著特征就是展销结合。这一点在贸易性展示中尤为明显,现在的一些博物性展示也逐渐具备了这种特征。所以,在世界性博览会上,不少参展国家和企业集团,对其参展项目与方式的择定无不潜藏着这种经济与贸易开发的目的。

1.2.2 展示设计的观念

展示设计的设计观念基本上可以分为 3 类。

(1) 功能设计观。功能设计观是指一切展示的表现内容与形式都以实现功能为设计的出发点和最后归结点,除此之外,一切东西都是多余的。比如,贸易性展示就是集中和突出展品本身的价值与魅力,最充分地传播展品的市场信息,创造一个最有利于促成直接交易的场所,争取最佳的工作效率和效益。而其他一切耗资费时、分散视点的艺术形式都被摒弃。因此,展示的功能设计观强调物性、物感和机能的展现,诸如展品的造型、色彩、声像、立体

感、容量感、体态感、机能感等,都会得到最充分的显现。

(2) 科技设计观。科技设计观主要追求现代工业的美感与当代科技成果的运用。一切新型材料、新型技术、新的信息传递手段,乃至新的建筑和构成思想,都会被设计师吸收和运用。这种观念的展示设计及展览会处处都显示出材料、肌理、构成、机械、工业等美感。各类大屏幕、彩色与音乐的动人装置等组合,给人以强烈的领先时代的超前意识和印象,体现出当代科学技术的伟大力量。这种设计观念往往淡化手工制作工艺及其痕迹、天然的道具和自然的展示等因素。

(3) 艺术设计观。艺术设计观是一种追求表现的意象美与形式美的展示空间设计理念。它常常通过自然和人工道具的结合,创造出艺术氛围,给人以审美情趣的享受。这种设计观念一般强调一切展示手段的运用,如道具、灯光、色彩、空间等,形成个性化的艺术风格。

实际上,功能观、科技观和艺术观这3种展示设计理念,从3个不同侧面反映了展示的3个基本特征。这3个基本特征的产生,源于展示重点的差异和设计师观念与知识结构的差异。而这种差异并不是完全相互排斥、相互对立的。在某种程度上,实用性很强的展示形式(如展览等),都是将三者相互融合的结果。纯粹的艺术设计观、科技设计观或功能设计观都是不存在的,科学技术和艺术手段只是实现展示功能的手段,那种纯功利主义或纯形式主义的设计观念和行为都是不现实的。

展示设计艺术形象的个别性、美感的主观性、艺术的独创性似乎“公说公有理,婆说婆有理”,但它们都不能违背人类艺术创造的普遍性规律,其综合评价标准还是能够找到的。

(1) 完整性标准。整合而统一,是展示艺术的首要标准。形态统一、色彩统一、工艺统一、格调统一。总之,好的设计在艺术形式的秩序方面,都是十分明确的。

(2) 创造性标准。任何艺术活动的最终目的都在于创造,展示设计的创造性主要表现在创意的新颖和艺术形象的独创性上,这个独特的形象给人以冲击、以震撼、以刺激,令人过目不忘,发挥最有效的市场作用,实现最有效的形象传播。这种创造涉及形式的定位、空间的想象、材料的选择、构造的奇特、色彩的处理、方式的新颖等。

(3) 时代性标准。也可称为观念性标准。时代的观念浸润着展示艺术设计的每一个细胞。在当代,展示设计应体现如下几点:新的综合观念、人体观念、时空观念、生态观念、系统观念、信息观念、高科技观念等(图1-5)。具体地讲,应注意下述5个方面:



图 1-5 富有时代感的展馆设计

(http://www.expo2010.cn/c/qy_zgfc_low_tpl_1925.htm? id=6)

① 空间环境的开放性、通透流动性、可塑性和有机性。给人以自由、亲切之感,让人可感、可知,可以自由地出入、参观和交流。

② 实现展品信息的经典性原则,严格落实少而精的要求。

③ 实现固有色的“交互混响”的综合色彩效果,重视对色彩系列的运用。

④ 尽量采用新产品、新材料、新构造、新技术和新工艺,积极运用现代光电传输技术、现代屏幕映像技术、现代人工智能技术等高技术的成果。

⑤ 重视对可塑材料的运用,利用自由曲线、自由曲面的造型,追求展示环境的有机化效果。

(4) 行业性标准。也可称之为功能性标准。主要是形式和内容统一性的问题。“冶金”业的展台设计与“日化”业的展台设计不可能是一样的。

(5) 文化性标准。设计要有凸显的风格和品味,其中地域和民族性的文化传统应当有自然而然的表現,体现出历史继承下发展的“有根”的特征。

(6) 环境性标准。这里面包含两层意思,首先是任何一个美的客观存在都是在特定环境中实现的,好的设计必然是充分研究四周环境后的产物,必须与环境在形式上达到相得益彰;其次是任何一个好的设计都不会造成环境污染,都要符合“可持续发展”基本国策的要求。

总之,好的展示设计应当是坚持了内容与形式的统一、整体与局部的统一、科学与艺术的统一、继承与创新的统一的设计。

1.3 展示的要素

展示的要素主要有:展品、展示场所、展示设备、参观者。

(1) 展品。展品是展示活动的基础和依托,是展示内容的载体,也是展示目的和任务的具体体现。一般来说,在展示场所陈列出来供观众参观的物品,统称为展品(图 1-6)。展品的形态差异较大,有自然物品和人工制品、文物和当代物品、原件物品和仿制品等之分。从严格的意义上来说,并不是所有的物品都能成为展品,展品一般须具备 3 个条件:

① 可感性。展出的物品必须能让人通过五官(视、听、嗅、味、触五觉)直接感应到。② 典型性。展出的物品必须能清晰地表达展示的目的。③ 公开性。展出的物品必须能在公共场合陈列,让公众都能参观。



图 1-6 博物馆陈列的展品

(<http://np.zgjr.com/imageinfo-77318.html>)

(2) 展示场所。展示场所是展示生成的物质基础,一般可分为场、馆、园 3 种基本类型,

如展览馆、体育场、博物馆、美术馆、植物园等(图 1-7)。这种对展示或展览的宽泛性理解,已为许多先进国家所认可,在日本的展示专著中就把剧场、图书馆、水族馆、动物园、野鸟园等都列入展示的范畴之内,成为展示的场所之一。

(3) 展示设备。展示设备主要是指承载展品的设备,如展台、展墙、展架、展柜、展板、橱

窗等。展台是放置和展现展品的展示设备,它的造型、色彩和体量对展示空间的“性格”与“表情”具有重要影响。展墙又称假墙、隔板,主要用于展示空间的垂直分割,在展示中展墙大多由展架和展板组合而成。展架是作为吊挂、承托展板,或拼联组成展台、展柜及其他形式的支撑设备,也可以用作隔断、顶棚以及复杂的立体造型设备。展柜是以木料或金属材料作框架和支架,以玻璃和板材封闭而成的,一般有桌式柜、坡面柜、墙面柜、柱式柜等(图 1-8)。展板是荷载图片和说明文字的展示设备,其造型以平面为主。虽然展板的大小尺寸可按展示空间而定,但标准化和规格化的趋势也不容忽视。展示设备既是展品陈列的主要承载物,也是分割和创造展示空间的展示实体。换言之,展示空间的界面主要是由它们决定的。一般来说,现代展示设备有标准化、组合化、方便化等 3 个基本特点。标准化是指各种展示设备之间具有通用性,尤其是构件可以互相替换。组合化是指各种展示设备可以根据展示场地的具体情况进行适合性的组接,比如既可以横向组接,又可以纵向组接。方便化是指展示设备能够方便快捷地安装与拆卸。

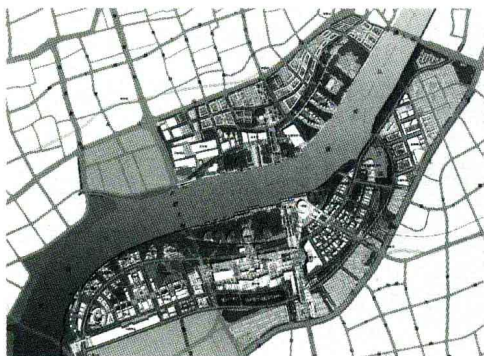


图 1-7 上海世博园区平面图

(http://www.expo2010.cn/expo/sh_expo/zhbz/zxxx/userobjectlail3992.html)



图 1-8 展示设备

(<http://np.zgjr.com/imageinfo-77315.html>)

(4) 参观者。参观者是展示服务的对象,也是艺术展示之所以产生、存在和发展的社会基础。参观者的构成因素较为复杂。依据知识的差异,参观者有专业观众和一般观众之分。专业观众是带有专业针对性的参观者,具有明确的目的性和权威性的特点;一般观众的数量较多,其成分复杂,其目的多为求知、求新、欣赏和娱乐。

1.4 展示设计的范畴及分类

展示设计的研究范畴包括设计的程序与步骤、空间的理论及其在展示设计中的应用、影响展示空间效果的要素及其设计(包括展品陈列方式、展具设计及材料运用、色彩的选用、采光与照明的形式、装饰和宣传品的设计、多维度空间展示设计等)、展示设计表达等。展示设计需要达成 3 个目的:创造良好的陈列空间和展示环境;创造最佳的陈列方式和展示形象;创造和谐的人机关系与有效的信息传递。

社会在发展,人类在进步,展示发展到今天也出现了多种多样的形式,并且呈现多样化、复杂化、综合化的趋势,按不同的分类方式可有多种类型。按展示规模大小,有小、中、大型

展示之分,按照惯例,标准摊位为 $9\sim 60\text{m}^2$ 的属于小型展示;为 $60\sim 150\text{m}^2$ 的属于中型展示;在 150m^2 以上的就是大型展示了。按“两个文明”建设分,则美术馆、博览会、博物馆属于社会精神文明型的展示;而交易会、商品展示会、商业售卖展场等则属于社会物质文明型的展示。按参展地区分,有国际级展示、国家级展示、省级展示、地级展示等。按展出时间长短分,则有永久展示和临时展示两种,如博物馆是展示珍藏品,预期长久进行展示,属于永久展示;而交易会是展示新商品,当然有一定期限,属于临时展示。按展示目的分,又可分为政治型展示、公益型展示、文化型展示、经济型展示等。

某一展示属于哪一类,定位如何,并无绝对定数,必须视具体情况而定。如美术馆,它属于社会精神文明展示,可以确定是国际级或是省级等;可它又同时包括永久展示和临时展示两种类型——名画珍藏需永久展示,而当代画家的手笔却只是临时展示,以供收藏家鉴赏购买;其展示目的更是多样:永久展示大多是文化型展示,而临时展示则可以是政治型、公益型、经济型、文化型等。

一般来说,下述4种情况均列为展示范畴:

- (1) 展示会——博览会、展览会、交易会等;
- (2) 展示场——竞技场、剧场、商场等;
- (3) 展示馆——博物馆(历史、自然、科技、民俗、物产等类别)、美术馆、图书资料馆、水族馆、纪念馆等;
- (4) 展示园——动物园、植物园、名胜园等。

最主要、最常见的4种展示类型分别为:博物馆、展览会、商业卖场展示和庆典礼仪展示。以下对这4种常见展示类型作简单的介绍。

1.4.1 博物馆设计

博物馆是进行展示活动的专门场所,它除了具有一般展示的功能外,还具有研究、教育、收藏的目的。国际博物馆协会(International Council of Museum, ICOM)在其章程中指出:“以研究、教育和欣赏为目的,收藏、保管具有文化或科学价值的藏品并进行展出的一切常设机构,均应视为博物馆。”进而指出:“公共图书馆、公共文书保管所(档案馆)如设有常设展览室者,亦可视为博物馆。”法国关于博物馆的定义是:“博物馆是旨在保存并向公众展示介绍永久性藏品的公共机构。”

一个大型的综合性博物馆往往在一定程度上反映了一个城市,乃至一个国家的文明水准。而众多的专业博物馆(包括主题博物馆、主题公园、美术馆、科技馆等)更是一个城市或地区经济和文化建设的重要内容,博物馆的建筑也往往是一个城市标志性的建筑之一。如由著名建筑大师贝聿铭担纲设计的苏州博物馆新馆借鉴了苏州古典园林风格,成为展示传统苏州和现代苏州文化的标志性建筑(图1-9)。

博物馆陈列主要以长期、固定为主,并在一定程度上反映政府在某一方面的立场或倾向。所以,政府有关部门通常会参与整个博物馆的设计和布展过程。通常情况下,展示内容都经过严格的审核,以保证展品和展示内容的权威性。展品多以珍贵的历史文物和文献为主,所以在设计中要充分考虑到展品的安全(图1-10)。展示内容往往体现某些历史发展过程或重大历史事件,因此,在展示的整体设计上就要求具有非常严密的逻辑性和连续性。



图 1-9 苏州博物馆

(http://www.shanghang.gov.cn/dzsw/qysw/sczx/200910/t20091012_29751.htm)



图 1-10 香港历史博物馆的展品以文物为主

博物馆的展示设计还要充分考虑展示的环境空间、交通流线、照明采光、展品安全、修复维护、观赏效果、观众休息等各方面的因素,并在展示设计中采用先进的手段,以反映当地的技术水平。因此,博物馆的设计也是所有展示设计中艺术效果和技术含量要求最高的。

1.4.2 展览设计

与博物馆不同的是,展览会(包括各类博览会和展销会)往往具有很明显的时间性和季节性,在展览内容、时间、形式和规模上具有很大的灵活性。

博览会是一种大型展示活动,大多是由政府认可,社会团体出面主办,以促进经济贸易和文化科学的交流为宗旨。通过正式外交途径邀请其他国家并通过国际展览局(Bureau of International Exposition, BIE)批准的博览会称为世界博览会。国际上对举办国际性的博览会的周期与次数有统一的规定,并有一定的申办程序。由于世界性博览会的举办需要大量的资金和人力物力的支持,并对举办国与当地的经济带来重大的影响,所以各国政府都对举办世界博览会极为重视。博览会的申办、设计等过程往往就成为一种政府行为。世界博览会的总体设计和布展过程是一个涉及诸多方面的、庞大的系统工程。2002年12月3日,经国际展览局大会投票表决,中国获得2010年第41届世博会举办权,本次上海世博会是有史以来第一次在发展中国家举办的世博会。

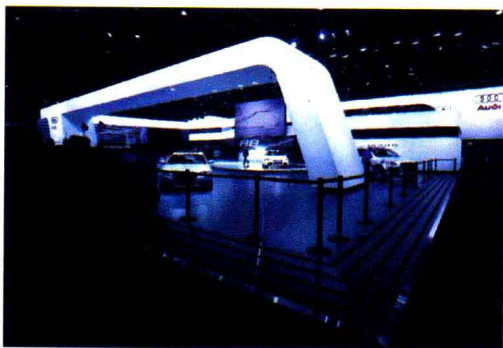


图 1-11 2008 北美国际车展

(<http://www.zhanshi8.com.cn/thread-31244-1-3.html>)

除了世界性的博览会以外,各种以商业和文化交流为目的的展览会、展销会等则是现代社会中日常的经济和文化活动。除了规模上的差别外,在展示的内容、周期及展示的形式上,展销会与世界性博览会也有较大的差别,但在展示环境的设计方法上却具有共同的特点。

各类博览会、展览会、展示会等,都要求在展示设计上具有明确的形式感,要求创造活跃、热烈的气氛,追求强烈的视觉冲击力,给人留下深刻的印象,并在布展条件上具有较大的

灵活性(图 1-11)。同时还要能保证在较短的时间内接纳较多的参观者,并保证参观者的安全、便利。一些商业性的展览会或展销会,除了考虑商品的展示外,还必须考虑在空间的设计上具有一定的洽谈、销售空间。

1.4.3 商业环境设计

商业环境设计指各类商场、商店、超级市场、售货亭等商业销售环境的展示设计。现代化的购物环境往往采用开放式的销售方式,因此购物环境的设计必须与商店的室内装修相协调,采用适合于销售商品的陈列、展示方式(图 1-12)。灯光照明、货架、货柜、展台、柜台等要方便顾客选购,广告招贴布置既要醒目,又要协调。一些现代化的大型商场内还可能设有快餐、酒吧、银行、邮电等设施,这些空间的设计,也都和展示环境的设计有关。

广告橱窗也是购物环境的一部分。橱窗是商业的窗口,也是一个城市中最重要都市景观之一。在市场经济高度繁荣的都市,橱窗也是商业竞争的阵地。商店橱窗没有固定的规格和模式,多取决于商店建筑的格局和布置,通常有封闭式、开敞式和半开敞式等形式。从位置分布上,橱窗还可划分为店头橱窗和店内橱窗等。橱窗的设计除了充分展示商品的功能外,还要充分考虑多维空间的关系、立面构图、色彩调配、照明等诸方面的因素,以达到宣传品牌形象的作用(图 1-13)。



图 1-12 适合于销售商品的陈列、展示方式



图 1-13 橱窗设计要充分考虑色彩和照明等因素

1.4.4 庆典礼仪环境设计

许多重要的节日庆典、礼仪活动的环境设计也属于展示设计的范畴(图 1-14)。一般这些活动要求有一个符合其内容气氛的环境,展示设计的目的就是创造这样一种气氛,如大型的游园活动环境,大至平面布局,小至会徽标志、灯彩旗帜、绿化花卉等,都是展示设计的对象。还有一些现代化的大型节庆活动则更是结合了现代科技各个领域技术的综合性设计——激光广告、烟雾焰火、电子科技等,如一些大型运动会的开幕式、闭幕式、游园活动、灯会等就不是单纯的展示设计所能概括的。

综上,随着高科技的发展,许多展示活动都包含着高科技的因素,呈现出与其他领域交叉的局面。同时,随着广告科学的发展,以及对传播学、信息学、心理学和设计美学研究的深化,展示设计也日臻成熟,成为一门融各类科技和设计艺术为一体的设计专业。

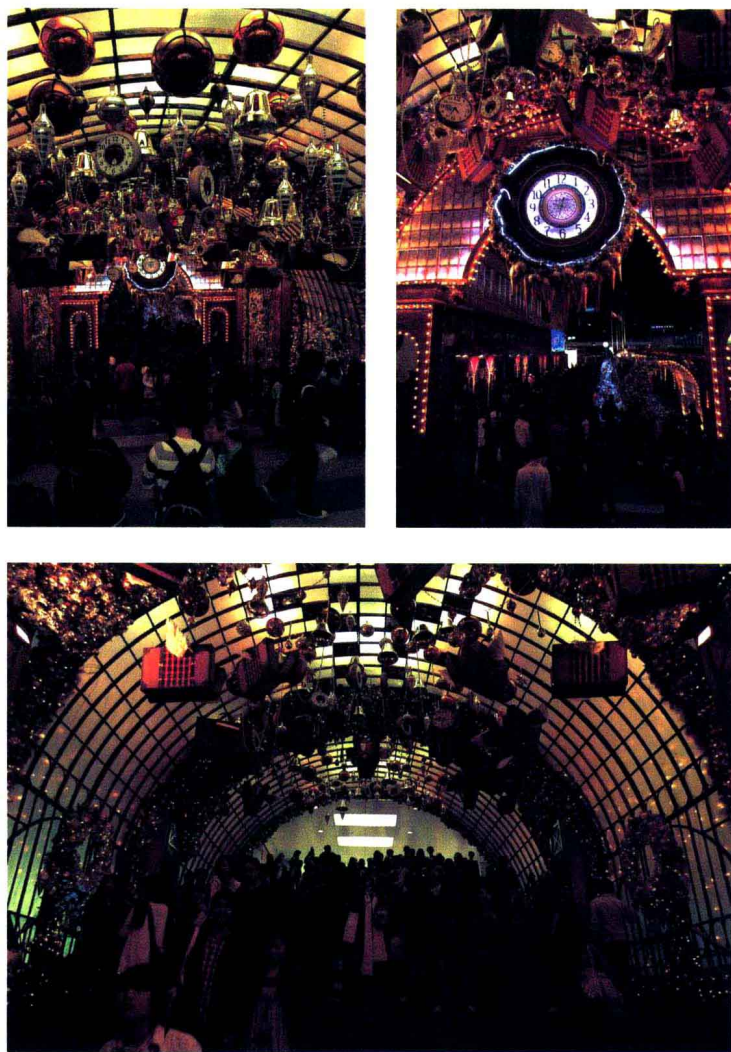


图 1-14 香港海港城 2008 年圣诞节节日庆典展示设计

1.5 展示设计师应具备的素质

一个展示活动的策划者、设计者实质上是一个系统工程的组织者。设计师,尤其是负责总体空间设计的设计师是决定展示活动的组织、艺术形式、空间布置、艺术趣味等诸方面质量的关键。作为一个设计师,必须具备各项专业设计的能力和素质。素质,对于展示设计师而言,主要指人的学养、修养,也就是作为展示设计师,必须具备的学识、技能、艺术修养、创造才能等。

1. 相关的艺术素养

作为一个优秀的展示设计师,必须经常关注国际展示艺术和其他相关艺术的风格、流派的变化和动态;必须具备敏锐的艺术洞察力和鉴赏力,善于捕捉新的艺术思潮和动向,以保证在艺术构思中体现出时代感;同时,还必须具备相关的文化修养,对文学、戏剧、电影、音