

中国高职院校艺术设计专业实用教材

展示设计

钟贞 编著



上海人民美術出版社

中国高职院校艺术设计专业实用教材

展示设计

钟贞 编著

上海人民美術出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

展示设计 / 钟贞编著. - 上海: 上海人民美术出版社,
2009.4

中国高职院校艺术设计专业实用教材

ISBN 978-7-5322-6022-5

I.展... II.钟... III.陈列设计-高等学校: 技术
学校-教材 IV.J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 033971 号

中国高职院校艺术设计专业实用教材

展示设计

编 著: 钟 贞

责任编辑: 孙 青

封面设计: 吕 良

版式设计: 赵 敏 陶春晨 陆剑诚

技术编辑: 陆尧春

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路672弄33号)

网 址: www.shrmms.com

印 刷: 上海市印刷十厂有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16 7.5 印张

版 次: 2009年4月第1版

印 次: 2009年4月第1次

印 数: 0001-4300

书 号: ISBN 978-7-5322-6022-5

定 价: 28.00 元

序

生活化的设计与艺术化的生活在当今社会呈现出相互交融的趋势。随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，人们在享用制品的同时，个人的审美态度、审美情趣也在悄然发生着变化。而艺术设计在创造高品质生活和高品位的艺术享受这一过程中，具有非常独特的作用。于是乎，艺术设计教育迈入了前所未有的历史发展时期。尤其在今天，在“建立创新型国家”和“大力发展创意产业”的国策指引下，培养高素质的艺术设计创意人才，又将艺术设计教育的意义提升到一个新的高度。

令人鼓舞的是，近几年战斗在教学一线的广大教师，勇于探索，敢于实践，不断进行教学的创新与改革，取得了丰富的教学成果。与此同时，我们出版界也积极主动参与和投入到艺术设计教育的改革洪流中，组织编写和出版了大量相关图书和教材，将众多优秀的教学成果推向社会，为提高我国艺术设计教育水平做出了重要的贡献。上海人民美术出版社，面对蓬勃发展的艺术设计，主动调整方向，推出了许多高质量的专业图书和教材。在出版《中国高等院校艺术设计专业系列教材》这套丛书后，又推出了针对高职教育的艺术设计系列教材，这种定位和举措是明智的，也是非常具有现实意义的。首先，高校在经过几年的大规模扩招后，国家加大了对人才培养质量和人才培养目标的宏观调控力度。在“国家十一五教育发展规划”中，明确提出要大力发展我国的职业技术教育，培养社会急需的高技能的专业应用人才。为此，可以预期艺术设计的职业教育也将迎来一个新的发展阶段。其次，艺术设计人才培养本身就分为不同的层面和不同的定位。众所周知，多年来在艺术设计专业教育领域，本科与高职这两个不同层面的教育存在许多不够明晰的方面，比如课程设置、名称、内容等趋于雷同的现象非常普遍。如果说国内不少本科院校的人才培养还游离在“研究型”与“应用型”之间的话，那么高职教育人才的培养定位是非常明确的。这种明确的定位使高职院校的艺术设计在课程体系以及教学内容上都具有相对的共通性和标准性。从这个角度看，高职类教材建设的意义、作用和适用范围更具有普遍性。

当然，与自然学科不同，艺术类专业具有自身特有的个性化特征，其“共同性”与“差异性”始终相互交织。我期待这套系列教材能够在寻求共性学理与多元方法两个方面有所创新，给高职类学生的学习带来新颖和实用的内容，并给高职类艺术设计专业的教材建设提供一些值得借鉴的东西。

江南大学设计学院

叶 苹

2007年1月于无锡老轻院

目录

序

第一章 展示设计的源起 1

- 第一节 展示与陈列的溯源 2
 - 一 展示 3
 - 二 陈列 5
- 第二节 展示设计的历史 6
 - 一 展览的历史 6
 - 二 展示设计的现状和发展 8
- 第三节 展示设计的定义和特性 9
 - 一 展示设计的定义 9
 - 二 展示设计的类型 10
 - 三 展示设计的基本程序 13
 - 四 展示设计的发展趋势 16

第二章 展示设计的构成元素 19

- 第一节 展示设计的空间 20
 - 一 展示中的空间概念 20
 - 二 展示环境中对功能空间的处理 23
- 第二节 展示设计的道具 33
 - 一 展示设计道具的功能 33
 - 二 展示设计道具的设计原则 35
- 第三节 展示设计的照明 36
 - 一 展示空间对照明的要求 37
 - 二 照明与艺术效果 40

第四节 展示设计的色彩 41

- 一 色彩在展示设计中的作用 42
- 二 展示设计中色彩与主题表现 44
- 三 色彩的禁忌 48
- 四 展示环境空间的色彩设计原则 48
- 五 展示道具的色彩设计原则 49

第五节 展示设计的光色体系 49

- 一 光色体系中的造型 50
- 二 光色体系设计的一些原则 52

第六节 展示设计的材质 54

- 一 展示设计材质的类型 54
- 二 展示设计中材料使用的原则 58

第三章 展示设计的形式法则 61

第一节 展示设计与空间的二次分割 62

- 一 室内设计中的空间 63
- 二 展示设计中的空间基本分割方式 64
- 三 空间分割的注重点 72
- 四 展示设计中空间分割的新趋势 76

第二节 展示设计的空间序列与流线 76

- 一 空间序列 76
- 二 展示空间的流线设计 79
- 三 展示空间的结构特征 81
- 四 展品空间的规划 82

第三节 展示设计的信息量 83

- 一 展示设计中所包含的信息 83
- 二 有效信息量 85

第四章 展示设计的风格类型 87

第一节 展示设计的艺术风格 88

- 一 艺术风格综述 88
- 二 影响展示设计艺术风格的因素 91

第二节 展示设计的类型 95

- 一 展示设计类型的共性特点 95
- 二 展示设计不同类型 97

第五章 展示设计的技法表现 101

第一节 大型展示设计的流程和特点 102

- 一 初期筹备阶段 103
- 二 剧情框架的搭建 103
- 三 细化和完善阶段 104
- 四 整体的协调和统一 104
- 五 具体实施阶段 104
- 六 安全性考察 104

第二节 表现技法概述 106

- 一 展示设计的平面表达方式 106
- 二 展示设计三维模型制作表达方式 110
- 三 计算机绘制表达方式 111
- 四 结束语 112

参考书目 114

参考论文 114

第一章 展示设计的源起

第一章 展示设计的源起

第一节 展示与陈列的溯源

展示，通常也被称为展览或陈列，是指在一定范围的空间或地域内，以实物样本或者信息本身为基本要素，以有效信息传达为目的，按照一定主题，使用或者辅助特定的处理手法，以陈列或演示的方式，创造和设计出适合特定信息传达和接受的人为环境的方式。



图1 专卖商品整体展示

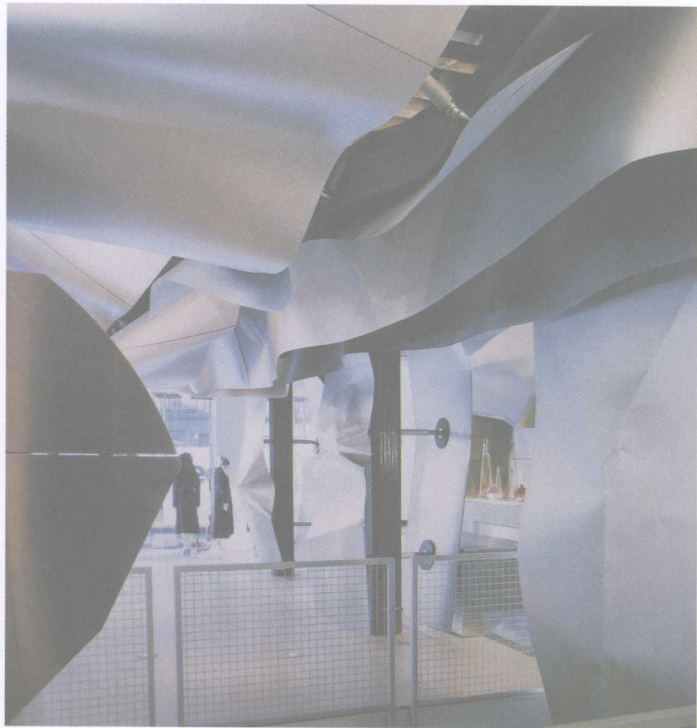


图2 展示空间入口



图3 展示空间

一 展示

展示设计，其实质上是一种人为的信息传播活动，它以一种特定的方式实现了人与物之间的交互过程。展示设计中需要处理的主要关系是传达者与受众之间的关系，由于传播及不同传播模式的介入和所占的重要地位，展示设计的设计过程从一开始就不是单纯传统意义上的艺术创作过

程，尤其处在信息时代的社会，展示设计更多地趋向于体现和设计一种传播的过程和方式。

1 展示设计的过程中存在着两个不同的层面：

1) 科技数理层面：在这个层面里，设计师必须涉及与科技、场学、统计、规划等相关的知识和信息，这个层面也被称为“硬

层面”。具体而言，它包括了应用科技的新手段；模糊概念的环境空间的划分；交通、人流走向的数理推测，这些存在的共性原则，数理规律和运算模式是展示设计必须遵循的硬件条件。

2) 人文艺术层面：这个层面与艺术学、设计学密切相关，是设计师发挥主动性和创造才能的层面，也被称为展示设计的“软

层面”。具体而言，这个层面包含了种种和设计艺术相关的课题，例如：主题与表现，局部与整体关系；内容的有效传达；设计风格和设计要素；审美感知和符号共识等，这个层面是最终衡量该展示设计能否被称为成功的艺术创作，能否被受众、市场接纳，从而达到充分传达信息的最终目的的标准。

在具体的展示设计中，这两个层面互相交叠互相影响。从而使得展示设计具有其他设计艺术学范畴所不具备的特性。在软硬两个层面中，所有的元素借由设计艺术语言来进行融合、再创造、赋予新的意义并且直观地展示于受众。处于主导地位的设计语言中所涵盖的元素包括：展示



图4 统一风格的展示空间



图5 现代展览馆

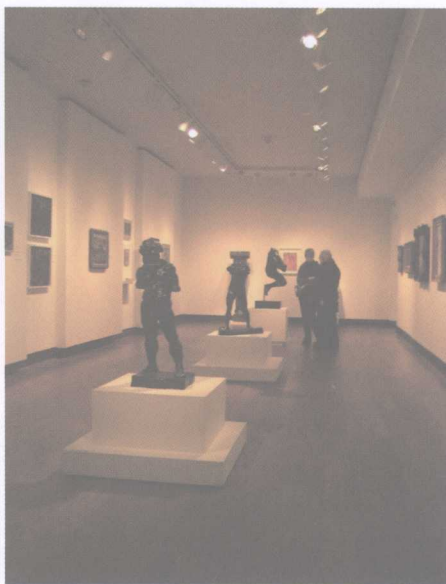


图6 展览空间

主题的设计解析、理解和构建；空间平、立面的布局；受众流线的导向设计；科技手段的综合运用；材料和多媒体的灵活应用；色调的平衡和对比；局部与整体的关系和张力；最终效果的统调和定案，等等。最终使得展示设计作为一个整体，呈现出富有艺术魅力的观赏形态，同时也圆满完成信息交流和传达的基本目的。缺乏艺术创新灵魂的展示设计只会让展示流于粗糙和低劣。

二 陈列

陈列，是直接面对信息传达受众或是商业活动对象而进行的展示行为。其设计对象和设计过程更加注重空间规划、区域划分，强调信息的直接传达效果，

并将设计重心直指具体的对象。

作为展示设计中不可缺失的一个重要部分，陈列设计担负着信息传播的最终结果，是展示设计目的达成的最后一环，是和受众最接近的设计环节。结合展示设计的整体设计风格，充分利用各

种不同设计手段所显现出的不同性格特色和文化内涵，通过动态的、丰富的和有说服力的互动空间，发现和传递静态展品或者单一信息的丰富内涵，成功地售卖或是传达给受众。



图7 家居产品陈列



图8 专卖店陈列

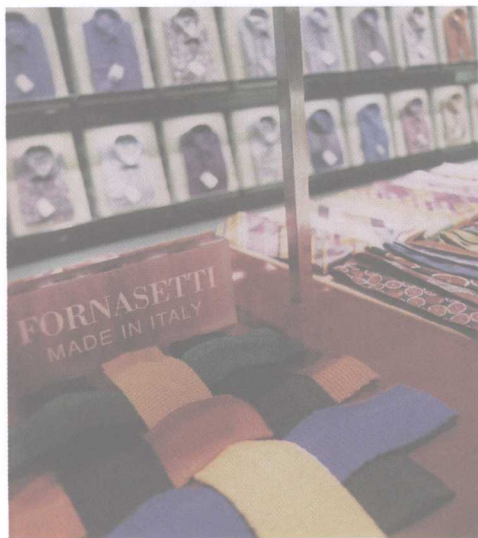


图9 另类陈列



图10 家具室内陈设

第二节 展示设计的历史

一 展览的历史

展览 (exhibition), 是由展览会而产生的一个历史悠久的行业, 是展示设计诞生的母体。历史上林林总总的展览会除了展示产品, 更多的时候是一种综合实力的象征, 甚至由于展览会的举办而衍生出了特定的建筑形式。

有着近千年历史的展览会在世界上有着无数的表现形式, 追根溯源, 由第一次产业革命而成为世界先驱的英国于1851年在伦敦举办的第一届世界博览会, 是宣告展览会作为一种展示综合国力的方式登上世界舞台的里程碑。

1851年的会场设在有铁架预制件和大量玻璃部件建成的恢宏“水晶宫”内, 展馆跨度大、施工快、空间广阔, 是工业革命推动科技发展的有力象征, 在建筑史上具有特殊的地位, 可以说是最早的大型展览馆的雏形。

此后国际博览会的重心开始向巴黎转移, 作为巴黎城市地标的埃菲尔铁塔就是1889年巴黎博览会的杰作。塔后的机械馆是当时世界上最高、跨度最大的钢铁结构建筑物。

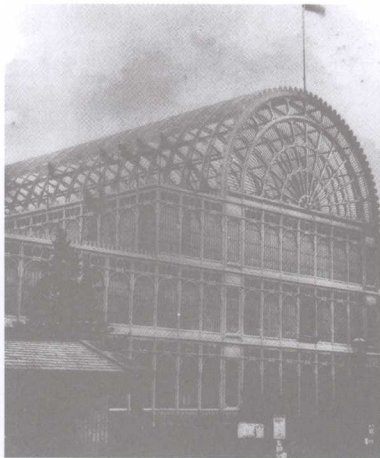


图11 水晶宫

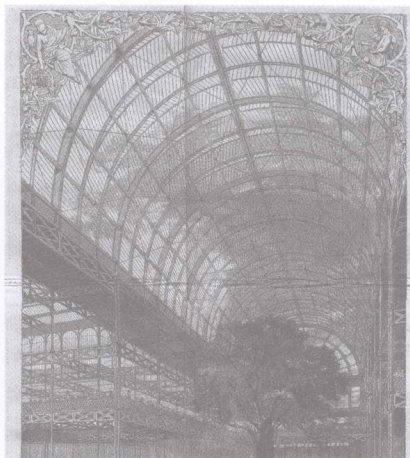


图12 水晶宫内部空间

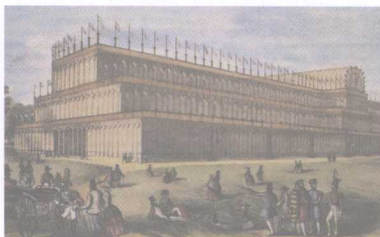


图13 巴黎世博会场地规划

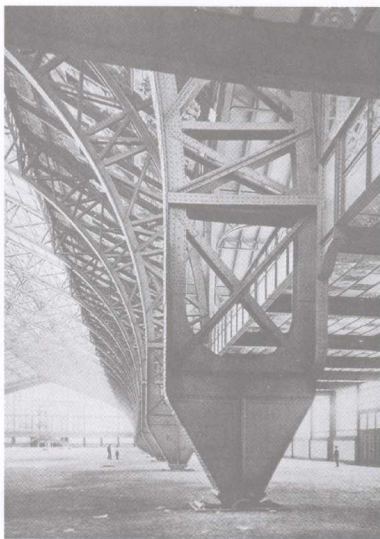


图15 巴黎世博会机械馆



图14 埃菲尔铁塔

1929年巴塞罗那世博会德国馆的设计堪称经典，简洁通透内外一体的建筑空间，对后来的展览设计产生了很大的影响。

1970年日本万国博览会日本国家馆的设计在展览设计史上也堪称经典，建筑造型设计源自日本国花樱花的五个花瓣，也是直接将世博会会标图形建筑物化的案例。会馆由五个直径为58米、高28米的鼓状结构建筑物围绕一个80米高的花蕊塔柱组成，花蕊象征日本，五个花瓣象征五大洲；单轨列车井然有序地在博览会园区内运行，整个展览园区的内部设施都由计算机操控；这是一次集日本最尖端技术，令人畅想未来城市的博览会。

世界博览会通过展示当时最新的科技成果传播科技信息，让世界各国能共享人类文明的最新成果，缩短了国家之间的距离，这些展览会遗留下来的建筑和地标，直到现在，都是这些城市的象征或者是被人们所熟知的经典标志物。

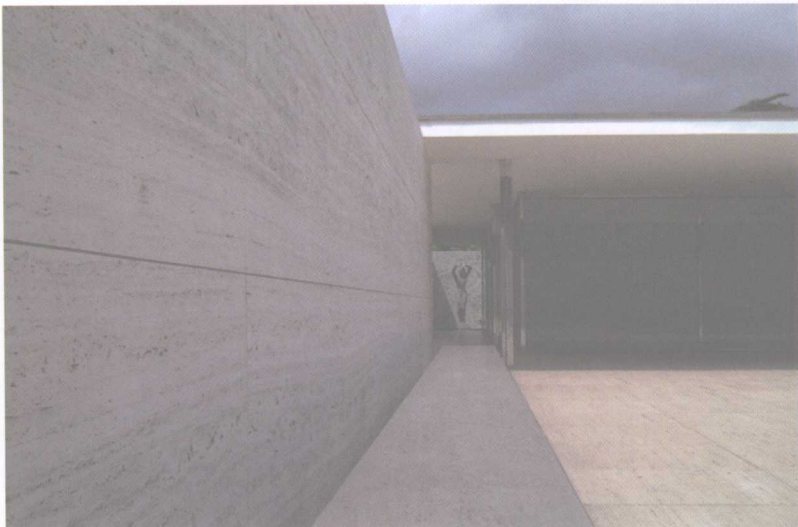


图16 巴塞罗那世博会德国馆

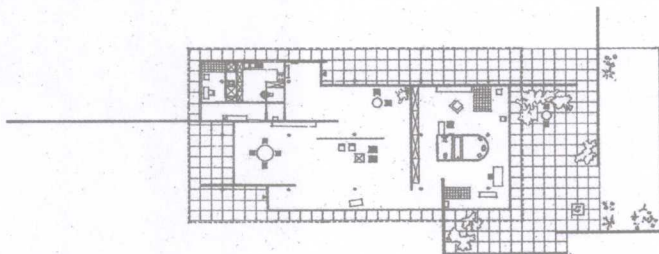


图17 巴塞罗那世博会德国馆平面图



图18 日本万国博览会日本馆

二 展示设计的现状和发展

时至今日，展示设计的范围涵盖越来越广，细分也越来越明显，已经不仅仅局限于展览会的设计。在逐渐延伸的不同设计领域里，既有涉及到建筑设计领域的建筑、场馆设计；也有牵涉到工业设计领域的展架、展品设计；亦有与平面设计相关的海报、视觉设计；甚至还有涉猎到规划和传播学角度的人流和信息设计。在展示设计学科逐步发展的过程中，它逐渐成为了一门涉猎多重领域、涵盖广泛的学科。既不断吸收许多其他学科的知识，同时也为这些学科的综合运用提供了一个广阔的舞台。

随着不同的学科和新兴科技的发展，无线网络、新材料、交互设计、符号学、语言学、心理学、行为学等等不同的新元素持续地涌入展示设计这个开放的平台，为展示设计未来的发展提供了无限的可能。

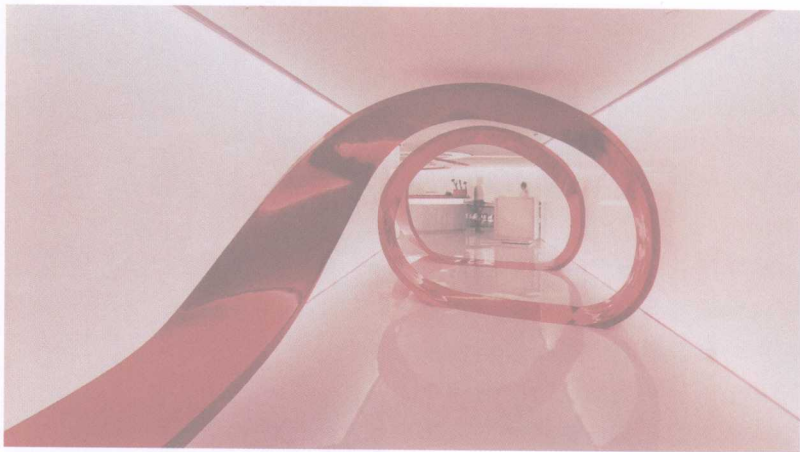


图19 室内展示方案



图20 卫浴展示方案



图21 科技感极强的展示空间入口

第三节 展示设计的定义和特性

展示设计作为设计艺术学的重要组成部分，是一个有着丰富内容、涉及广泛领域并随着时代发展而不断充实和丰富其内涵的交叉学科。

展示设计的过程是综合运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置，技术应用，以及各种组织策划，有计划、有目的地将展示的主体以有效的方式传达给受众的综合艺术设计过程。展示设计的目的并不是展示其本身，而是一个价值发现和价值传递的过程。从某种意义上来说，展示设计是在一定空间范围内通过各种设计手段进行的信息传达设计。

一 展示设计的定义

展示设计是一门综合性强，学科跨越度大的融合性专业学科，它在广义角度上已经不再局限于艺术和应用科技的综合，它和其他多种学科都有着极为密切的联系。展览设计师在面对具体设计时，虽然依旧可以发挥创造的灵感或是探寻无限的表现形式，然而任何的大胆的设计构思，最后都必须接受理性和现实的考验。



图22 会展方案

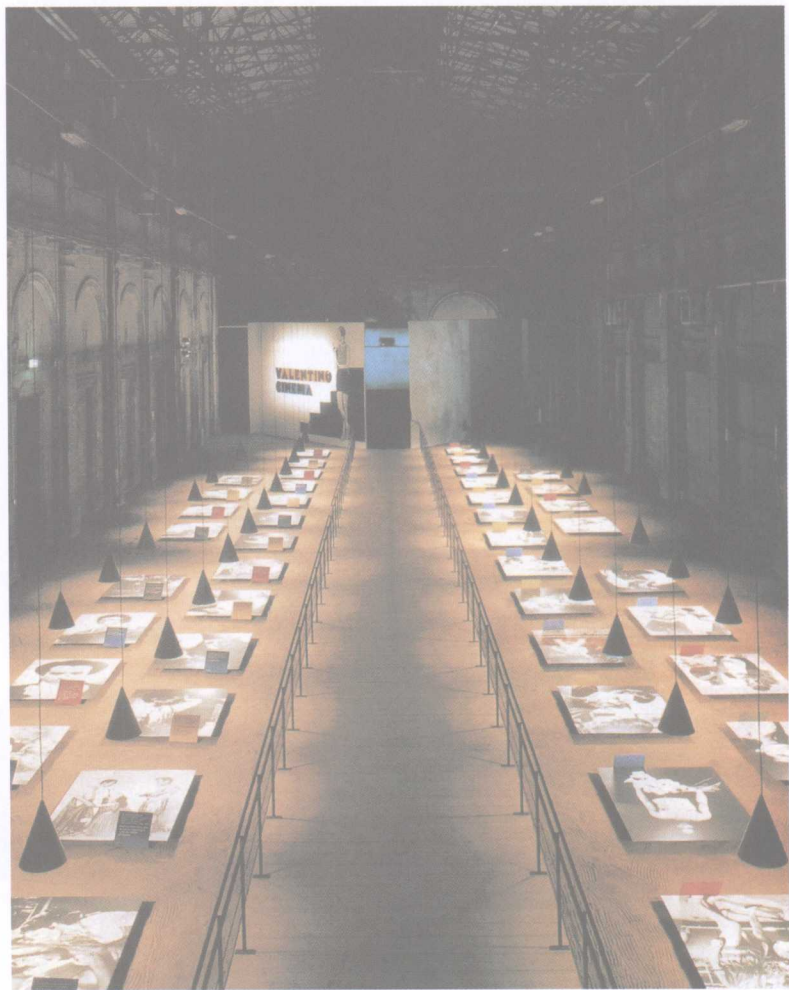


图23 个性的图片展

展示设计主要的设计表达手段是对空间的再设计,或称为对展览场馆的空间再组织,是对空间形态的解构和构成。在展览设计中涉及到的空间有内部和外部空间,内部空间是以展品样本本身为中心,在相关辅助设计形式作用下的空间形态;外部空间则包含有展馆设计、展馆环境、展示场地等。两者相互作用,构成了展示设计研究的主要设计对象。这种空间的再组织和互动,要求设计师调动一切可能的艺术手段,包括了平立面设计、展具设计、色彩设计、灯光和照明设计和视觉设计等多种手段,充分体现设计意图和功能,为展品创

造最佳的展示空间、陈列空间与交流空间,从而实现发现价值和传递价值的过程。

因此,作为一名展示设计师,必须具备开阔的眼界和丰富的知识结构,除去艺术修养、创造性思维、专业技能和设计能力,如何去把握和规划展示的总体规划,有效组织、协调和指挥全局的能力更是尤为重要。无论是在展示设计阶段,还是在实施阶段,都要有大局观和细致到位的执行力。

二 展示设计的类型

1 展示设计的分类

从不同的角度,可以对展示

设计进行不同的类别规划,如:

按照内容和功能划分,可以分为:

- 1) 展览会设计
- 2) 公共展示与设施设计
- 3) 服务性场所的展示与设施设计

按照时间长短分类:

- 1) 定期展示,如:四年一次的世界博览会
- 2) 不定期或者短期展示

按照展示形式分类:

- 1) 静态展示,如橱窗展示
- 2) 动态展示,如某些高科技展示

按照展示场馆分类:

- 1) 室内展示
- 2) 室外展示

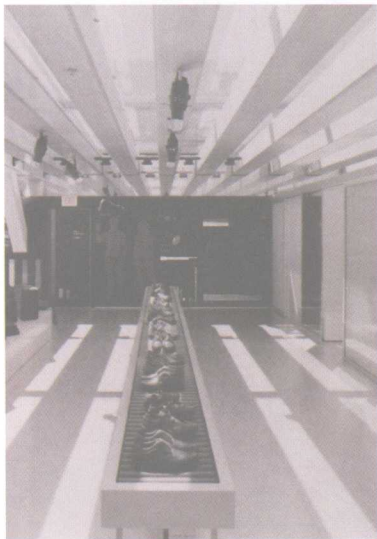


图24 导向性展台

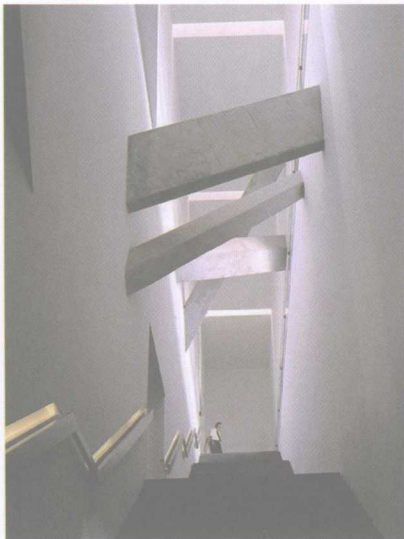


图25 现代展览馆建筑设计



图26 博物馆展品