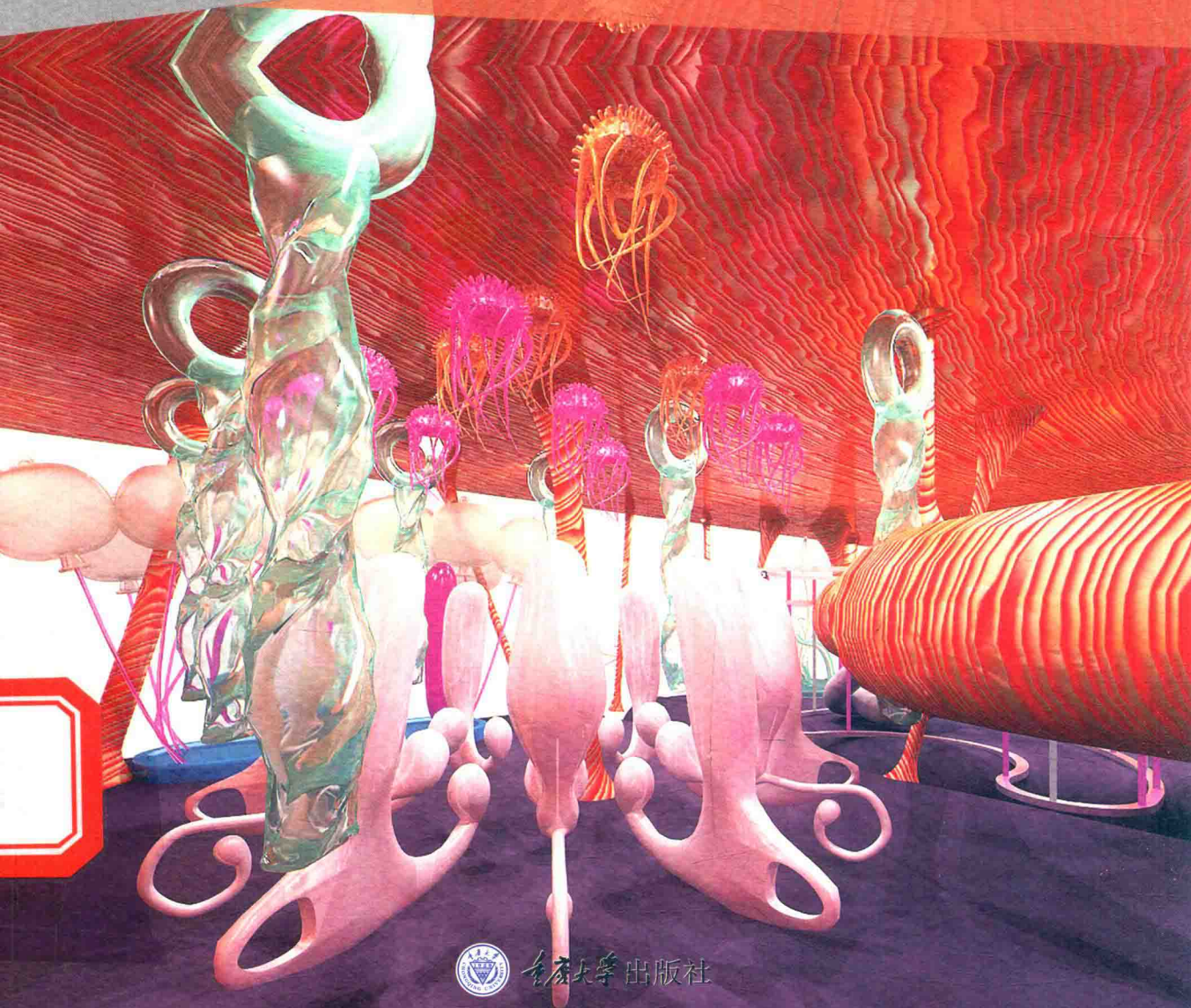


高等院校艺术设计专业应用技能型规划教材

EXHIBITION DESIGN

展厅设计

孙 磊◎ 编著



重庆大学出版社

应用技能型规划教材

EXHIBITION
DESIGN

展厅设计

孙磊◎编著

常州大学图书馆
藏书章

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

展厅设计 / 孙磊编著. --重庆: 重庆大学出版社,

2018. 1

高等院校艺术设计专业应用技能型规划教材

ISBN 978-7-5689-0455-1

I. ①展… II. ①孙… 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(2017)第053041号

高等院校艺术设计专业应用技能型规划教材

展厅设计

ZHANTING SHEJI

孙 磊 编著

策划编辑: 张菱芷 蹇 佳 刘雯娜

责任编辑: 蹇 佳 版式设计: 琢字文化

责任校对: 张红梅 责任印制: 赵 晟

重庆大学出版社出版发行

出版人: 易树平

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆高迪彩色印刷有限公司印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 7.75 字数: 197千

2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷

ISBN 978-7-5689-0455-1 定价: 48.00元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换

版权所有, 请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书, 违者必究

编委会

主 任：袁恩培

副主任：张 雄 唐湘晖

成 员：杨仁敏 胡 虹

曾 敏 王 越

序 / PREFACE

人工智能、万物联网时代的来临，对传统行业的震动与重组方兴未艾。各学科高度融合，各领域细致分工，改变着人们固有的思维模式和工作方式。设计，则是社会走向新时代的首要领域，并且扮演着越来越重要的角色。对于设计人才，要适应新时代的挑战，必须具有全新的和全面的知识结构。

作为全国应用技术型大学的试点院校，我院涵盖工学、农学、艺术学三大学科门类，建构起市场、创意、科技、工程、传播的课程体系。我院坚持以“市场为核心，科技为基础，艺术为手段”的办学理念；以改善学生知识结构，提升综合职业素养为己任；以“市场实现”“学科融合”“工作室制”“亮相教育”为途径，最终培养懂市场、善运营、精设计的跨学科、跨领域的新时代设计师和创业者。

我院视觉传达专业是重庆市级特色专业，以视觉表现为依托，以“互联网+”传播为手段，融合动态、综合信息传达技术的应用技术型专业。我院建有平面设计工作室、网页设计工作室、展示设计实训室、数字影像工作室、三维动画工作室、虚拟现实技术实验室。

我院建立了“双师型”教师培养机制，鼓励教师积极投身社会实践和地方服务，积累并建立了务实的设计方法体系和学术主张。

在此系列教材中，仿佛能看到我们从课堂走向市场的步履。

重庆人文科技学院建筑与设计学院院长 张雄

2017年冬

前言 / FOREWORD

展厅设计是随着我国经济发展而兴起的，具有强烈时代特征的设计门类。当代科技的发展推动了设计新思维、新观念在展厅设计领域的实践，也为展厅设计的课程教学带来了新思考。

展厅设计主要研究的是商业卖场、展会中心、展览馆和博物馆等的空间设计。各类展厅设计在实际工作中应用广泛，设计范畴也涵盖了公共、文化、商业等方面。目前，展厅设计师主要来自三个方面：一是装饰专业出身，曾经从事室内装饰设计的人；二是从事广告设计的人；三是近年来高等院校会展设计专业的人。从时代发展和社会需要来看，展厅设计的整体水平还有许多可以进步的空间。本教材立足于行业和专业特点，把握展厅设计领域的发展趋势，力求通过对专业知识和项目案例的讲解，培养学生熟练掌握展厅设计的专业能力和对项目的控制应用能力，以此来适应不断发展的市场需要。

本教材在编写中，坚持以课程为提纲，以项目实际设计流程为线索，以理论+分析实践为框架，注重教材的实用性和参与性以及延展性。阅读者或学习者能更好地了解展厅设计课程内容，拓展知识结构，扩展思维眼界，深化专业理解，提升设计能力，快速融入专业设计和项目操作。

编著者

2017年1月

教学进程安排

课时分类	导引	第一单元	第二单元	第三单元	第四单元	第五单元	合计
讲授课时	2	4	4	6	4	—	20
实操课时	—	8	8	8	8	12	44
合 计	2	12	12	14	12	12	64

课程概况

展厅设计是一门综合性、应用性较强的课程。展厅设计的课程由四个单元和综合案例组构，目的是培养学生展厅设计、应用和实践的能力。本课程以展厅设计流程为依据，以基础理论结合案例讲解与练习为内容。

教学目的

通过本课程的学习，学生树立对展厅设计的整体认识，全面了解和掌握展厅设计方法和技术要点，能独立完成展厅空间设计的表达与施工，创造出适合时代特性，具有设计美感，满足不同功能的展厅设计作品。

目 录 / CONTENTS

导 引 设计有思——多元时代的展厅设计

- 1.空间设计语言的不断丰富 /1
- 2.创意与文化理念的多元融入 /2
- 3.新科技、新媒介的广泛应用 /3

第一单元 设计有知——展厅设计基础与认识

- 第一课 展厅设计综述 /6
 - 1.认识展厅 /6
 - 2.展厅设计的工作 /13
 - 3.展厅设计师的素养 /20
 - 4.展厅设计的流程 /23
- 第二课 S.A展厅设计项目解读 /25

第二单元 设计有识——展厅设计的因素与分析

- 第三课 展厅的设计构成 /32
 - 1.展厅的空间构成 /32
 - 2.展厅的形态构成 /37
 - 3.展厅的功能构成 /47
 - 4.展厅的色彩构成 /48

第四课 MVIO品牌展厅对比分析 /51

- 1.知识背景：展厅设计的前期因素 /51
- 2.MVIO品牌展厅项目分析 /52

第三单元 设计有法——展厅设计的思维与方法

第五课 展厅设计的思维 /58

- 1.展厅设计意识 /59
- 2.展厅设计的艺术手法 /59

第六课 展厅设计的方法 /62

- 1.展厅的流线设计 /62
- 2.展厅的空间设计 /63
- 3.展厅的照明设计 /68

第七课 ZUOAN时代天街

项目设计手法解析 /71

第四单元 设计有据——展厅设计的材料与工艺

第八课 展厅设计的实施 /76

- 1.展厅设计的材料认知 /76

2.展厅设计中的常用材料	/78
3.展厅设计中材料再定义	/80
4.材料的组合与再设计	/81
5.展厅设计中常规施工工艺	/81
6.地面铺装	/84
7.展厅的照明	/85
8.展厅设计中的新技术	/86

第九课 奥迪汽车展厅照明工艺 /88

第五单元 综合案例——展厅设计综合练习

第十课 W.F品牌生活馆展厅

项目设计案例	/92
1.项目设计单内容	/92
2.项目设计要求	/93
3.评分标准	/93
4.项目设计展示	/94
5.项目设计流程	/104
6.项目设计总结	/108

导引 设计有思——多元时代的展厅设计

近年来，商品生产的繁荣使营销成为必然，推动着展厅设计不断前进。多媒体展示设备的发展和建筑材料的多样化，又让展厅设计充满了新的机遇与可能。

1. 空间设计语言的不断丰富

展厅设计是以空间和环境为基本载体的设计应用，空间即是设计的物质载体，也是展厅设计的最终呈现。随着科技进步，更为丰富的空间表现得以在建筑或者环境中实现，这也推动着当代展厅空间设计语言从强调空间功能的组织，不断向空间形态、空间创意、空间趣味、空间光影、空间构成等转变。

不断丰富的空间设计语言，也将为展厅设计的发展提供更多可能（图0-1）。

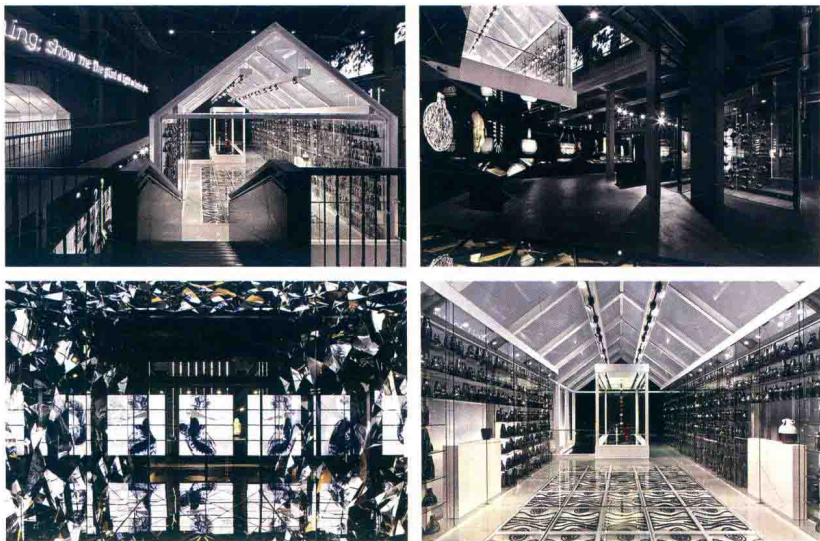


图0-1

上海玻璃博物馆具有艺术观赏性、互动娱乐性与再生创造性。博物馆坐落于曾经生产玻璃的车间内，设计师保留了原来开放式的顶棚和粗糙的地面，而展柜、家具和墙体等使用了黑色的烤漆玻璃。

2.创意与文化理念的多元融入

展厅设计作为展示、传播、推广的重要方式，伴随着社会发展进步和市场经济的繁荣以及市场竞争的加剧，其价值已经不再局限于营销和展示场所的构建，而是更多地通过展厅所融入的文化理念、创意内涵、行为模式等广泛内容进行实现。

在当代展厅设计中，元素符号、材料造型、媒介方式等手段得以广泛应用，这也为展厅的创意与文化理念的多元融入提供了条件。

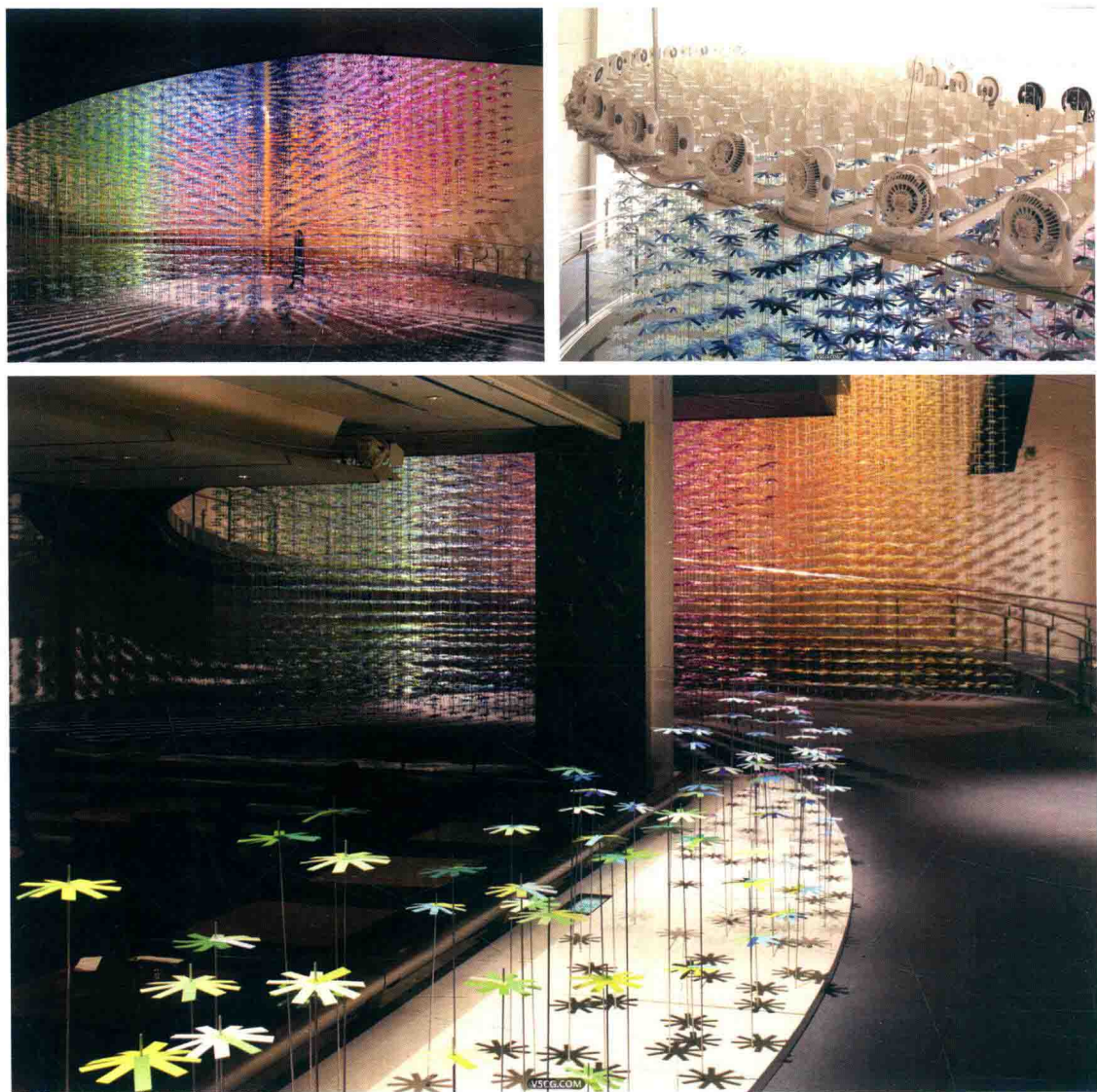


图0-2

日本精工株式会社是日本著名的发动机和汽车零部件制造商之一。“在运动中设定未来（setting the future in motion）”是庆祝日本精工株式会社成立100周年的展厅设计的主题。整个空间由100种颜色组成的25200朵花整齐排列成3D网格状。

3.新科技、新媒介的广泛应用

数字化、信息化、网络化对展厅设计行业产生了积极而重大的影响。革新性技术的广泛应用，数据的大规模生产、分享和应用，开启展厅设计在技术应用、媒介方式的巨大变革，也极大地改变着展厅设计思维、设计创造、设计实现的过程。

新媒体、新技术、新材料推动了展厅设计媒介的多元化、创新性发展，增强了展厅物理环境与数字化环境的关联和对接，使得展厅设计的空间功能化、效率化以及品质化成了可能，为展厅创意设计的实现提供了保障（图0-3、图0-4）。

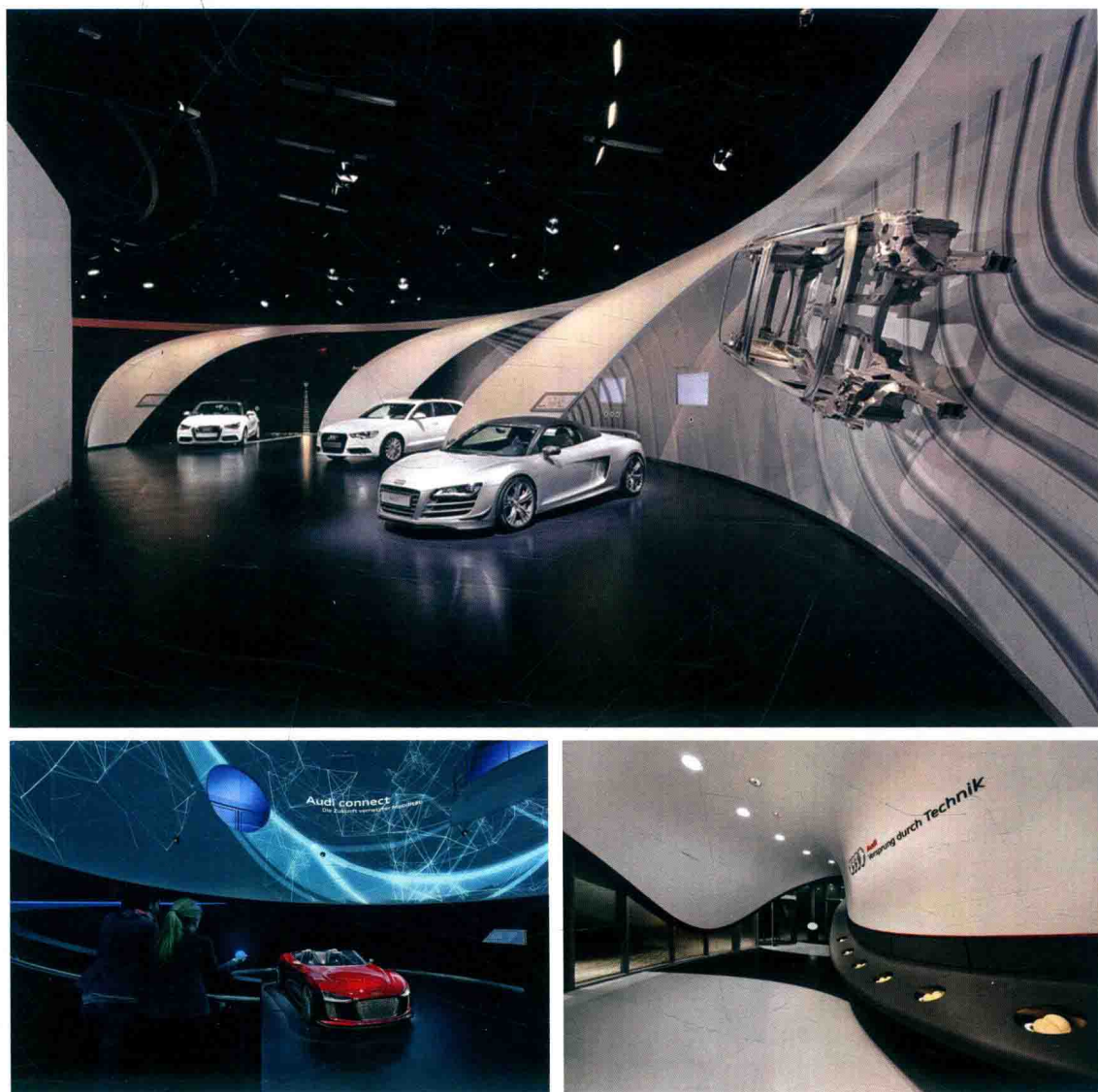


图0-3

沃尔夫斯堡汽车城的奥迪品牌展厅，展示出了奥迪现有的技术和创新。展厅最大的亮点是一个互动的“奥迪圆球”。“奥迪圆球”是参观者参观展厅的随身伴侣，也是整个展厅的钥匙，参观者可以根据自己的需要使用钥匙，选择自己喜欢的欣赏内容。



图0-4

浮石展厅大面积同质化的材料应用，降低了材料与工艺风险，并建立快速复制应用的施工工艺标准，现场组装的模块化材料很大程度上提升了工程进度与效率。作为完整的空间—陈设—家具—标识一体化设计应用项目，浮石展厅设计获得2014APIDA亚太室内设计金奖。

第一单元

设计有知——展厅设计基础与认识

课 时：12课时

单元要点：①全面认识展厅设计的基础知识。

②熟悉在展厅设计行业中设计师应具备的知识素养。

③通过实际案例了解展厅设计项目的工作内容，为后续课程的学习打下基础。

第一课 展厅设计综述

课时：4课时

重点：了解展厅发展沿革，认知展厅设计的工作内容，培养展厅设计的能力。

1.认识展厅

（1）展厅的发展过程

展厅的发展可以追溯到古代的商业活动。店铺为了促进商品形象的展示而产生了展厅设计。

在中国四川广汉出土的东汉市集画像砖中，可以清晰地看到当时店铺实物陈列的场景。南宋吴自牧著的《梦粱录》(图1-1)，曾详细描述了南宋杭州城内多姿多彩的店面展示和商品陈列的场面：

“自五间楼北，至官巷南街，两行多是金银盐钞交易铺，前列金银器皿及现钱……纷纭无数”。当时的餐饮店铺“其门首，以仿木及花样沓结缚如山棚，上挂半边猪羊，一带近里门面窗墉，皆朱绿五彩装饰，谓之‘欢门’”“沛京熟食店，张挂名画”。这类广告形式发展为以商品实物或其他材料做成的相关商品模型，悬于店首门前，作为一种营业标志。在张择端的《清明上河图》(图1-2)上可清楚地看到一些以个人姓名命名的店铺和商行的店面招牌。

在西方，古希腊时期就出现了沿城邦边界定期举办的带有宗教色彩的市集。到了11世纪法国的巴黎近郊丹尼斯，每逢10月9日都会举行四个星期的市集。11世纪以后，以法国的香槟市集为代表的各类市集大量出现。

由此可以看出，古代社会的展示是以商品交易为主要目的，与经济活动的繁荣密不可分。

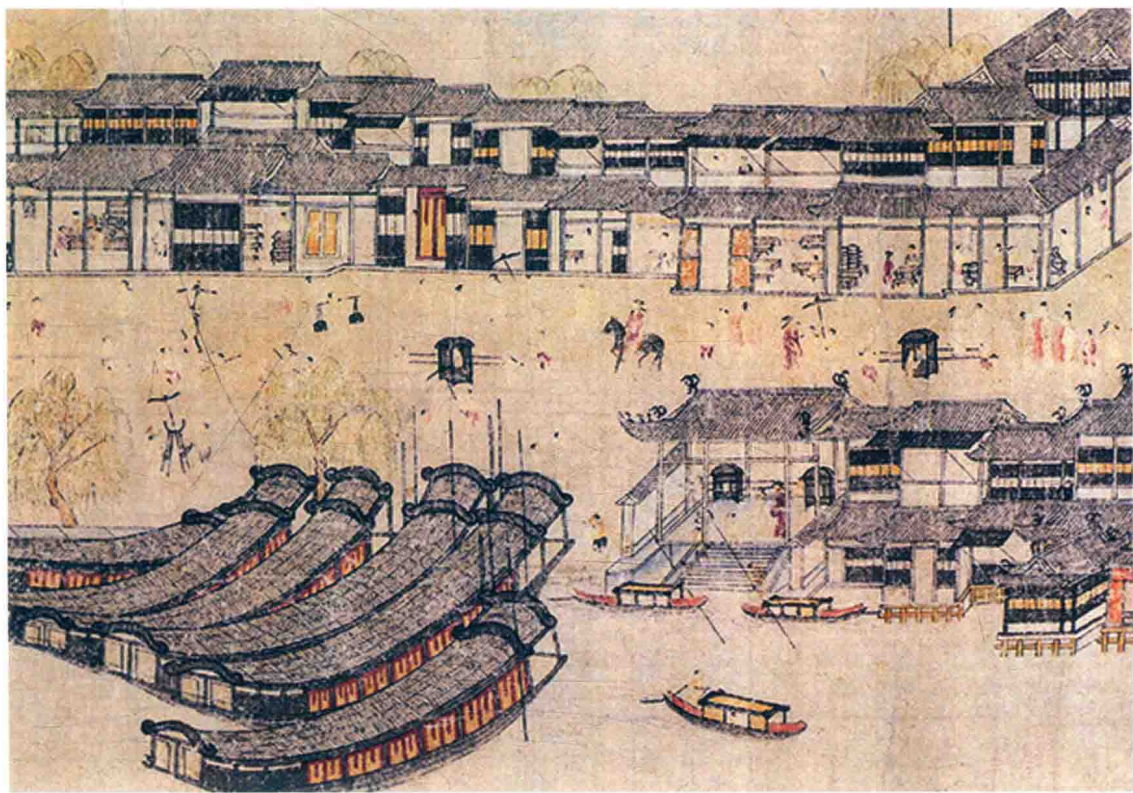


图1-1 《梦梁录》插图

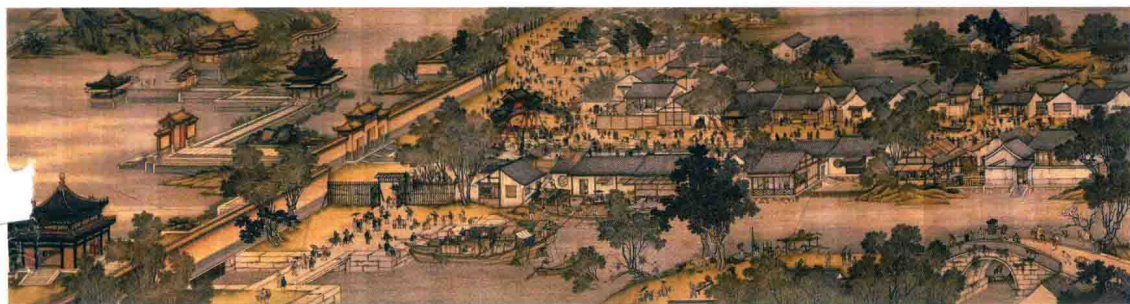


图1-2 《清明上河图》局部

工业革命时期，展厅的意义已经不再是以商铺形式出现。展厅在空间上为展示艺术和媒介赋予了更多内涵和意义。各类博物馆的建设和文化艺术性的展览活动的出现推动着展厅文化的传播。国际博览会的产生和发展、商场店铺的营销活动激发着展厅设计在经济方面扮演着越来越重要的角色，以各类商品包装广告为代表的视觉传达系统也对展厅设计内容和方式产生了重要的影响（图1-3）。