

# 展示设计

Quanguo Gaodeng Yuanxiao  
Yishu Sheji Zhuanye  
Yingyongxing Rencai Peiyang  
Guihua Jiaocai

主 编：马卫华 马爱花  
副主编：焦 健 张 华 陈罗辉



全国高等院校艺术设计专业应用型人才培养规划教材

# 展示设计

主 编：马卫华 马爱花  
副主编：焦 健 张 华 陈罗辉

本作品中文简体版权由湖南人民出版社所有。  
未经许可，不得翻印。

#### 图书在版编目（CIP）数据

展示设计 / 马卫华，马爱花主编. —长沙：湖南人民出版社，2015.2  
ISBN 978-7-5561-0145-0

I.①展… II.①马… ②马… III.①陈列设计 IV.①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第035893号

## 展示设计

主 编 马卫华 马爱花  
副 主 编 焦 健 张 华 陈罗辉  
责任编辑 文志雄  
装帧设计 杨丁丁

出版发行 湖南人民出版社 [http://www.hnppp.com]  
地 址 长沙市营盘东路3号  
邮 编 410005

印 刷 长沙超峰印刷有限公司  
版 次 2015年2月第1版  
2015年2月第1次印刷  
开 本 889×1194 1/16  
印 张 6  
字 数 152千字  
书 号 ISBN 978-7-5561-0145-0  
定 价 35.00元

营销电话：0731-82683348 （如发现印装质量问题请与出版社调换）

## 《展示设计》编委会

主 编：马卫华 马爱花

副主编：焦 健 张 华 陈罗辉

编 委（以姓氏拼音为序）：

|     |               |     |            |
|-----|---------------|-----|------------|
| 陈 言 | 湘南学院          | 马爱花 | 湖南工业大学     |
| 邓小刚 | 湖南商学院         | 马卫华 | 湖南工业大学     |
| 范 坤 | 山西农业大学        | 孟 燕 | 湖南工业大学     |
| 付 予 | 湖南工业大学        | 倪 黎 | 中南林业科技大学   |
| 耿丽娟 | 南阳师范学院        | 庞 慧 | 湖南工业大学     |
| 郭 琼 | 湖南科技大学        | 彭 玥 | 湖南工业大学     |
| 郭雪蓉 | 湖南工业大学        | 商书满 | 南阳师范学院     |
| 虢海燕 | 湖南商务职业技术学院    | 石海滨 | 湖南商学院      |
| 江 峰 | 湖南大众传媒职业学院    | 王丽梅 | 湘南学院       |
| 匡丽春 | 湖南科技学院        | 吴 魁 | 湖南工业大学     |
| 黎 林 | 广州市土地房产管理职业学校 | 徐 朗 | 湖南环保职业技术学院 |
| 李荣华 | 江西师范大学        | 杨艳平 | 湖南工业大学     |
| 刘 芬 | 湖南工业大学        | 曾湘寓 | 湖南工业大学     |
| 刘春骅 | 湖南商学院         | 赵 佳 | 湖南工业大学     |
| 刘益明 | 湖南工业大学        | 周红娟 | 南阳师范学院     |
| 刘宗明 | 湖南工业大学        |     |            |

# 前言

在当代完全国际化、社区化、生态化的社会构成中，把内部的内容通过外显的方式有效传播出去，已成为现代社会构成的一大特色。而决定社会波及广度及影响深度的关键，在于采取何种有效的显示方式或手段。可见，展示设计已经成为社会存在中交流的一种方式、发展的一种因素，为现代生存质量的提高注入了极其丰富的表达内容。

展示，通俗地讲，对个人而言，是向大众展现自己的风度和气质；对组织、团体、公司、阶层或国家而言，是向外界宣传自身，让公众了解其观念、主张、成就等，以扩大其影响。

展示设计，是一门综合性艺术设计，它的主体为商品，是在既定的时间和空间范围内，运用艺术设计语言，对空间与平面精心创造，对展示的空间环境、展具、视觉传达方式或手段以及光环境作出完善的规划设计，使该环境条件有利于观众接受信息、受到教育和启迪。这是一种创造性的艺术设计活动，不仅含有解释展品宣传主题的意图，而且能使观众参与其中，达到完美沟通的目的。

我们是在力图创新、有所作为的意识支配下编撰本教材的，目的是想让读者建立起对现代展示设计的基本概念的认识，让读者清晰了解展示设计的全部内容、程序及方法，修正大众观念中对展示设计的片面认识，从商品经济发展的高度来认识展示设计的社会作用。本教材图片信息量大，其中有作者实地考察拍摄的作品，有近几年收集的教学图片及部分优秀学生作品，希望能借此帮

助读者理解有关问题。本教材对展示与市场定位,市场调研与分析,设计的社会责任及环保意识在设计中的体现,展示设计的形式与法则,展示的空间、色彩、材质、灯光、图形要素及道具等,都做了较为详尽的描述和较为深入的分析研究,具有较强的专业性及实用性,期盼读者能因此对展示设计有系统的、全方位的认识与了解。

在此,作者衷心感谢湖南工业大学包装设计艺术学院的领导和各位同事,衷心感谢在本书编撰期间付出心血、提供作品的各位同仁,同时感谢湖南人民出版社各位编辑在出版工作中所付出的艰辛劳动。根据教材的需要,在编写过程中,我们还借鉴了当前部分专家、学者的理论成果及国内外的文献资料,在此对相关的编著者一并表示感谢。

在本教材编写过程中,我们参阅了大量的有关资料,吸取了不少专家的意见,经过了多次修改,付出了诸多努力。但由于我们的知识、能力有限,书中难免存有诸多不足之处,还希望读者和同仁不吝赐教,以期进一步完善。

马卫华

2014年12月

## 第一部分 展示设计概述 / 1

- 一、展示设计的基本概念 / 2
- 二、展示设计的历史及发展 / 2
- 三、展示设计的范畴 / 6
- 四、展示设计常规造型风格 / 12

## 第二部分 展示设计基础 / 15

- 一、展示设计主客体关系 / 16
- 二、展示设计的形式法则 / 16
- 三、展示设计与人体工程学 / 19
- 四、展示设计的基本程序 / 27

## 第三部分 展示专项设计 / 29

- 一、展示空间设计 / 30
- 二、展示色彩设计 / 41
- 三、展示质感设计 / 45
- 四、展示照明设计 / 47
- 五、图形要素 / 53
- 六、展示道具设计 / 55

## 第四部分 展示设计的技术手段及其应用 / 59

- 一、数码视频技术的应用 / 60
- 二、计算机程控技术的应用 / 61

三、多媒体和网络技术的应用 / 62

四、虚拟现实技术的应用 / 65

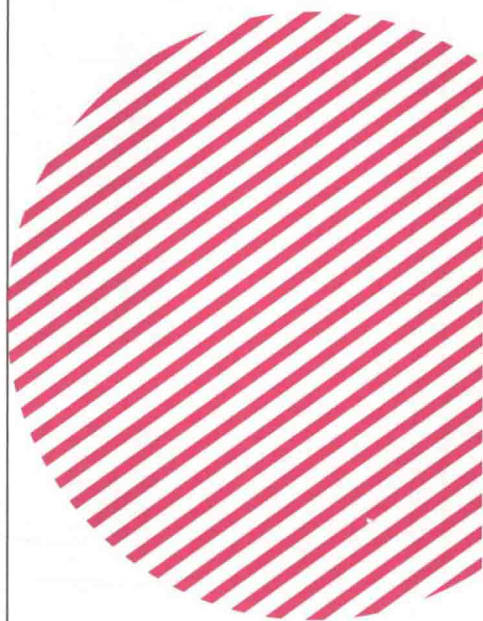
## 第五部分 展示设计作品赏析 / 67

一、实际案例分析 / 68

二、学生作品欣赏 / 74

# 第一部分

## 展示设计概述



## 一、展示设计的基本概念

### （一）展示、展示设计概念的界定

展示设计是一门综合的设计艺术。从空间上看，它既具备建筑空间的艺术风格，又极具象征和表现主义的雕塑精神；从平面上看，每个展示面的设计都充分显示了视觉传达的魅力；从造型和功能上看，展柜、展架、展台又是一件件精致的产品；从气氛上看，它又好像是迷人的舞台，在演出一场动人的戏剧。随着科学技术的不断进步，展示设计融入了大量的高科技和新材料，它是技术含量很高的艺术设计。因此，设计师必须是一个掌握和熟识多种技术和材料的专家，能围绕自己的展示目标调动各种艺术的、科学的、技术的手段，创造最佳的展示空间。

展示设计是一个有着丰富的内容、广泛的涉及领域，并随着时代的发展而不断充实其内涵的课题。就字面意思而言，展示有展出、陈列、示范、体现的意思。展示，英文为“display”，源于拉丁语“diplico”和“diplicare”，表示展现事物的状态和行为。展示的概念是展览概念的扩展（展览，即是将物品陈列出来供人们观看）。展示活动是公众参与的活动，公众在接受信息的同时反馈信息，是信息交流与传递的主体。目前展示设计正以它的综合性、广泛性和社会性日益受到人们的重视。

展示一词涵括的内容应该更为广泛——凡是人类视觉感官能够接受的一切行为和各种形态的事物都是展示的内容。在这里，展示活动是一种通过视觉传达信息的广义形式。也有人提出，展示设计是一种立体形式的视觉传达。

综上所述，我们可以归纳出展示设计的定义：通过对展示空间环境的创造，采用一定的视觉穿插手段和照明方式，借用一定的道具设置，将广泛的信息和传达内容艺术地展现在公众面前，以期对观众的心理、思想与行为产生重大的影响。展示设计主要包括总体设计、空间设计、版式设计、色彩设计、照明设计、陈列与道具设计、展示施工布展等。它通过多种艺术表达方式创造符合展示特点的视觉形象。

### （二）展览、陈列与展示的异同

现代人常常将展览、陈列作为展览会的简称。它是一种用固定或巡回的方式，公开展出产品、艺术品、图书、图片以及各种重要实物、标本、模型等，供群众参观、欣赏的活动。按照习惯，人们将长期的展出活动称作陈列，而将短期的展出活动称作展览。

展示设计中的展示与陈列、展览虽有相似之处，但存在本质上的差异。

首先，从词语的意义看，展览和陈列都指把物品摆出来供人看，具有列队、排列之意。《汉书·朱买臣传》：“坐中惊骇，白守丞，相推排陈列中庭拜谒。”而展示除了伸张、放开、排列之意外，还有显现、表示的意义，强调清楚地呈现，以便于观众的理解。

其次，从方法论的角度说，展览和陈列是一种技术手段，展示是一种思想观念。前者以方便顾客观看、选择、拿取和购买为主要目的。因此，它是展示的一种具体体现。而后者作为一种思想方法，是以观念为基础，以展览、陈列为手段，其目的在于吸引观众注意、增进理解、产生共鸣、刺激欲望，最后促成具体行动（如销售等）。所以，展示具有明显的宣传、诱导功能。

## 二、展示设计的历史及发展

展示与人类的生活有着十分密切而又广泛的联系，人类在物质与精神上的一切交流无不与展

示活动联系在一起。现代展示设计的理念形成于20世纪末,但人类对展示设计的应用要早得多。

### (一) 展示艺术的萌芽与演变

#### 1. 远古时代

早在原始社会和奴隶社会时期,就出现了具有展览形态的活动,如悬挂图腾、物物交换等,这就是展示展览的萌芽。当时,人们将商品直接裸摊在地,并有意识地分类陈列,后期还出现了专门摆放商品的摊床,形成了商品展示和展销会的雏形。

#### 2. 封建时期

封建社会时期的展示形式,主要体现在宗教化活动和商业活动两大方面。宗教化活动包括封建交易和民众的宗教艺术,如庙宇神殿、教堂和石窟像等,一度达到空前的极盛时期。商业活动主要体现在店铺行会和集市贸易等方面。一些店铺、行会组织为了促销,开始注意宣传形象。从我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的店铺主人通过实物陈列和口头叫卖来招徕顾客的情景。从张择端的《清明上河图》中可以清楚地看到一些店铺、商行以及以个人姓名命名的店面招牌,如行医兼卖药的“赵太丞家”“王员外家”“刘家上色”等;同时还可看见一家“正店”的店面装饰已经非常讲究(如图1-1)。



图1-1 张择端《清明上河图》(局部)

#### 3. 近代资本主义时期

近代中国由于资本主义商品的输入和民族工商业的发展,陆续出现了许多新的商业展示形式,如路牌广告、霓虹灯广告、街车广告、报纸杂志广告和其他印刷品(样本卡、月份牌等)广告。它们相继在上海、天津等大的城市出现,广告公司也相继成立(如图1-2)。

清朝末年,我国有了正式的展览会和博物馆。1905年在南京举办了第一届博览会。1919年开放了故宫博物院。从1920年起,我国开始建设博物馆和展览馆。1934—1937年,青岛水族馆、上海博物馆和南京博物馆正式建成,并在南京举办“中国建筑展览会”,共展出古代及近代建筑模型、图纸、材料和工具等1000余件。



图1-2 月份牌广告

(二) 现代展示设计的确立与发展

世界公认的第一届博览会，是1851年在伦敦海德公园举办的万国博览会。博览会的展馆是一座玻璃和钢铁构件构成的巨型展览厅，被称作“水晶宫”（如图1-3）。“水晶宫”通体透明、空间开阔，象征着工业革命的成果，由英国建筑师约瑟夫·伯克斯顿（Joseph Paxton）设计。“水晶宫”占地面积为74000m<sup>2</sup>，总长1851英尺（合564m），象征着博览会的时间1851年，高20m，宽139m，覆盖面积78000m<sup>2</sup>。博览会从5月1日

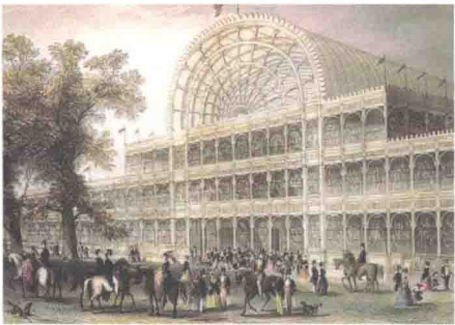


图1-3 英国“水晶宫”

开幕到10月15日闭幕的160余天里，先后接待了观众600多万人，共展出精品14000件，其中有英国的机床、机车、冶金、轻纺及细瓷产品，俄国乌拉尔山的白金、皮毛、地毯，法国的家具、化妆品，等等。博览会加强了欧洲各国之间的交流，打破了所有工业国家的封闭状态，促进了工业革命的进程。革命导师恩格斯曾对这届博览会作了这样的评介：“1851年博览会，给英国岛国的封闭性敲起了丧钟。”

继英国举办了1851年的博览会后，欧洲掀起了一股举办博览会的热潮。1889年法国巴黎第四次举办世界万国博览会，这届博览会的展馆建筑在工程技术方面取得了重大进步，以钢制筒拱形式创造了跨度115m、长420m的巨大空间，为设计师创造性塑造空间提供了可能，并且首创了专业性陈列馆的开设。这次博览会最大的特点是在巴黎玛尔斯战神广场建造了永远令世人赞叹的纪念建筑——埃菲尔铁塔，日后它成了巴黎的象征。这座铁塔高达320m，重为7000吨，塔身有三层平台，从第三层平台276m高处起，四周均为玻璃，方便观赏巴黎市容，它为丰富世界旅游文化的内涵做出了贡献。

历年世界博览会一览表

| 年 份   | 举办国 / 城市   | 名 称          | 类型 | 主 题 |
|-------|------------|--------------|----|-----|
| 1851年 | 英国 / 伦敦    | 万国工业博览会      | 综合 |     |
| 1855年 | 法国 / 巴黎    | 第1届巴黎世界博览会   | 综合 |     |
| 1862年 | 英国 / 伦敦    | 伦敦世界博览会      | 专业 |     |
| 1867年 | 法国 / 巴黎    | 第2届巴黎世界博览会   | 综合 |     |
| 1873年 | 奥匈帝国 / 维也纳 | 维也纳世界博览会     | 综合 |     |
| 1876年 | 美国 / 费城    | 费城美国独立百年博览会  | 综合 |     |
| 1878年 | 法国 / 巴黎    | 第3届巴黎世界博览会   | 综合 |     |
| 1880年 | 澳大利亚 / 墨尔本 | 墨尔本国际博览会     | 综合 |     |
| 1883年 | 荷兰 / 阿姆斯特丹 | 阿姆斯特丹国际博览会   | 专业 |     |
| 1888年 | 西班牙 / 巴塞罗那 | 巴塞罗那万国博览会    | 综合 |     |
| 1889年 | 法国 / 巴黎    | 第4届巴黎世界博览会   | 综合 |     |
| 1893年 | 美国 / 芝加哥   | 芝加哥哥伦布纪念博览会  | 综合 |     |
| 1897年 | 比利时 / 布鲁塞尔 | 布鲁塞尔国际博览会    | 综合 |     |
| 1900年 | 法国 / 巴黎    | 第5届巴黎世界博览会   | 综合 |     |
| 1904年 | 美国 / 圣路易斯  | 圣路易斯百周年纪念博览会 | 综合 |     |
| 1905年 | 比利时 / 列日   | 列日国际博览会      | 综合 |     |

(续表)

| 年 份   | 举办国 / 城市    | 名 称            | 类型 | 主 题            |
|-------|-------------|----------------|----|----------------|
| 1906年 | 意大利 / 米兰    | 米兰国际博览会        | 综合 |                |
| 1908年 | 英国 / 伦敦     | 伦敦世界博览会        | 综合 |                |
| 1910年 | 比利时 / 布鲁塞尔  | 布鲁塞尔国际博览会      | 综合 |                |
| 1911年 | 意大利 / 都灵    | 都灵国际博览会        | 综合 |                |
| 1913年 | 比利时 / 根特    | 根特万国博览会        | 综合 |                |
| 1915年 | 美国 / 旧金山    | 旧金山巴拿马太平洋博览会   | 综合 |                |
| 1925年 | 法国 / 巴黎     | 国际装饰艺术及现代工艺博览会 | 专业 |                |
| 1926年 | 美国 / 费城     | 费城建国150周年世界博览会 | 综合 |                |
| 1929年 | 西班牙 / 巴塞罗那  | 巴塞罗那国际博览会      | 综合 |                |
| 1933年 | 美国 / 芝加哥    | 芝加哥世界博览会       | 综合 | 进步的世纪          |
| 1935年 | 比利时 / 布鲁塞尔  | 布鲁塞尔世界博览会      | 综合 | 通过竞争获取和平       |
| 1937年 | 法国 / 巴黎     | 巴黎艺术世界博览会      | 专业 | 现代世界艺术和技术      |
| 1939年 | 美国 / 纽约     | 第1届纽约世界博览会     | 综合 | 建设明天的世界        |
| 1949年 | 海地 / 太子港    | 太子港万国博览会       | 综合 |                |
| 1958年 | 比利时 / 布鲁塞尔  | 布鲁塞尔世界博览会      | 综合 | 科学、文明和人性       |
| 1962年 | 美国 / 西雅图    | 西雅图世界博览会       | 专业 | 太空时代的人类        |
| 1964年 | 美国 / 纽约     | 第2届纽约世界博览会     | 综合 | 通过理解走向和平       |
| 1967年 | 加拿大 / 蒙特利尔  | 加拿大世界博览会       | 综合 | 人类与世界          |
| 1970年 | 日本 / 大阪     | 日本世界博览会        | 综合 | 人类的进步与和谐       |
| 1974年 | 美国 / 斯波坎    | 斯波坎世界博览会       | 专业 | 庆祝明日的清新环境      |
| 1975年 | 日本 / 冲绳     | 冲绳世界海洋博览会      | 专业 | 海——充满希望的未来     |
| 1982年 | 美国 / 诺克斯维尔  | 诺克斯维尔世界能源博览会   | 专业 | 能源推动世界         |
| 1984年 | 美国 / 新奥尔良   | 路易西安纳世界博览会     | 专业 | 河流的世界, 水乃生命之源  |
| 1985年 | 日本 / 筑波     | 筑波世界博览会        | 专业 | 居住与环境, 人类居家科技  |
| 1986年 | 加拿大 / 温哥华   | 温哥华世界运输博览会     | 专业 | 世界通联, 世界脉动     |
| 1988年 | 澳大利亚 / 布里斯班 | 布里斯班世界博览会      | 专业 | 科技时代的休闲生活      |
| 1990年 | 日本 / 大阪     | 日本大阪园艺世博会      | 综合 | 人类与自然          |
| 1992年 | 意大利 / 热那亚   | 热那亚世界博览会       | 专业 | 哥伦布, 船舶与海洋     |
| 1992年 | 西班牙 / 塞维利亚  | 塞维利亚世界博览会      | 综合 | 发现的时代          |
| 1993年 | 韩国 / 大田     | 大田世界博览会        | 专业 | 挑战新的发展之路       |
| 1998年 | 葡萄牙 / 里斯本   | 里斯本世界博览会       | 专业 | 海洋, 未来的资产      |
| 1999年 | 中国 / 昆明     | 昆明世界园艺博览会      | 专业 | 人与自然——迈向21世纪   |
| 2000年 | 德国 / 汉诺威    | 汉诺威世界博览会       | 综合 | 人类、自然、科技       |
| 2005年 | 日本 / 爱知     | 爱·地球世界博览会      | 综合 | 自然的睿智          |
| 2008年 | 西班牙 / 萨拉戈萨  | 萨拉戈萨世界博览会      | 专业 | 水和持续发展         |
| 2010年 | 中国 / 上海     | 上海世界博览会        | 综合 | 城市, 让生活更美好     |
| 2012年 | 韩国 / 丽水     | 丽水世界博览会        | 专业 | 有生命的大海, 会呼吸的海岸 |

世界博览会不仅为参展国家和企业提供了交流和沟通的机会,更为主办国带来了可观的经济利益和很多其他益处。由于博览会举办过于频繁及组织工作上的困难,1923年由英、德、法等国发起,在巴黎成立了国际性展示组织——国际博览会办公署(简称BIE)。1928年11月22日,31个国家的代表参加了在巴黎的国际会议,签署了世界上第一个关于协调与管理世界博览会举办的公约——《国际博览会公约》。国际展览局是该公约的执行机构,成立于1939年,总部设在法国巴黎,宗旨是通过协调和举办世界博览会,促进世界各国经济、文化和科学技术的交流与发展。20世纪80年代末,我国第一次加入该组织,代表我国加入的单位是中国国际展览公司下属的北京国际展览中心。经国务院批准,并获国际展览局确认,中国国际贸易促进委员会以国家名义,于1993年5月3日正式申请加入国际展览局,并于1999年12月当选为该局信息委员会会员。

### 三、展示设计的范畴

现代展示已经深入人类生活和社会发展的各个领域,其内涵随着时代的发展得到不断的充实,呈现出多元化的发展趋势。不同的表现主题,展示活动的目标及表现形式的规律与特征都有所不同,所以展示设计的范畴也相当广泛。概括地讲,展示设计的范畴可以分为展览会设计、博物馆陈列设计、商业环境设计、演示空间环境设计、庆典礼仪环境设计、旅游景观环境设计等几个大的类别,每个类别又可以按展示的内容作进一步细分。

#### (一) 展览会设计

人们日益重视在商贸、文化、科技、工业、农业等方面进行全面的交流活动,展览会搭建了这种交流的平台。展览会设计主要包括各类展览会、展销会、交易会以及博览会的设计,此展览既有一定观赏功能、教育功能,又有推广、销售的作用。展览会往往具有很明显的时间性和季节性,在展出的内容、时间、规模和形式上具有很大的灵活性。

政府机构、政治组织、宗教团体及实力雄厚的企业,当他们作为展览会的主办方时,强调的是公关作用,期待借此对公众施加影响。对于那些已有相当影响力的企业或组织,当他们作为展览会的主办方或参展商时,注意的也不是眼前的经济获利,而是长远的社会效益,他们期盼维护企业的公众形象和声誉,以提高公众的信任和支持,强调的是该组织的社会形象乃至社会影响。

从这种展览会的表现手法来说,象征性与形象性是展览会使用较多的表达方式,即运用各种设计和操作概念来表现公关策略。为此,展览会必须要围绕一定的专题内容举办,但现代社会可展示的内容越来越多,其展示的形式、规模也变得多样化。因此,展览会从内容上主要分为以下几种:

##### 1. 大型产品展示

在市场竞争日趋激烈的今天,有实力的大型企业为了拓展市场,花费大量资金参加世界各地举办的大型产品展示活动,如工程技术、交通工具、大型机械电子设备展示等。对于这类大型产品的展示,相应需要有足够大的展示空间,展品的运输、装卸、摆放都需谨慎考虑,安全性要求也高,除了实物以外,以视觉化元素和识别系统表现形象概念也十分重要。一般由主办单位为参展商提供展览平面后,由每一个参展单位选择适合自己的展位布展,其展位面积通常在 $100\text{m}^2$ 以上,有的达到 $200\sim 300\text{m}^2$ 。按一般标准,这种面积已经属于大型或超大型展位。

##### 2. 中小型产品展示

中小型产品展示是最为频繁的展示活动,展示轻工、电子、科贸等产品。其展位面积较小,

一般在 $100\text{m}^2$ 以下。这类展示形式通常被许多同类组织或行业的公司,以同一个方向或共同点联合起来举办。这类展示除展出产品外,参展商的品牌形象也得以充分体现。展会上一般有工作人员分发介绍产品的传单、回答观众的咨询。展区内通常会设置一定区域的洽谈空间,便于观众与参展商直接交流(如图1-4)。

### 3. 文字与图片为主的展示

对一些不以实物为主或本身实物展品数量不多的,多采用以文字和图片介绍为主的展示形式,重在企业或机构自身形象的展示。这类形式的展示因具有良好的沟通作用,在现代社会受到越来越多的组织机构和企业的关注。这类展示又可细分为以下几种:

(1) 政治性展示。通常为一个地区、国家或国际性的政治性展示活动,规模往往较大,主办方一般是政府或有着同一政治观点的公共机构或组织。政治性展示重在介绍、宣传有关方面的观点、成果及产品和服务机构的信息,对公众产生说服力。

(2) 公益性展示。由各种公众组织举办的展示,旨在向公众推广活动或介绍本地区的服务和公益活动。这些公众组织期望通过展示,在公众心目中塑造一种形象,扩大影响,促进其推广活动。

(3) 地方文化展示。这种展示活动常常以某历史性或地方性的节日为举办日期,有一定的时间性,重在展示区域性的特色文化、经济成果等内容。

(4) 文化艺术展示。这种类型的展示有广泛的内容,如摄影、绘画、雕塑、艺术收藏品等,规模和形式取决于展示活动的规格、组织者的目的和经济状况(如图1-5)。



图1-5 文化艺术展示

## (二) 博物馆陈列设计

博物馆陈列设计主要包括艺术博物馆、历史博物馆、自然博物馆、科技馆、民俗博物馆、物产博物馆、军事博物馆、地理博物馆等的陈列设计,这些博物馆一般有三项基本功能——搜集保护、学术研究和观赏教育。按1974年第十届国际博物馆协会通过的章程,博物馆是一个不追求营利的、为社会和社会发展服务的、向公众开放的永久性机构,它以研究、教育和欣赏为目的,对人类和人类环境的物质见证进行搜集、保护、研究、传播和展览。另外,章程的补充说明还将图书馆和档案馆长期设置的保管机构和展览厅,在搜集、保护好传播活动方面具有博物馆性质的考古学、人种学和自然、历史方面的遗迹与遗址,动物园、植物园、水族馆等陈列活标本的机构,自然保护区,科学中心和天文馆纳入广义的博物馆范畴。

根据藏品内容,博物馆可划分为综合型和专门型博物馆。博物馆展示是展示业的主要组成部



图1-4 电子产品展示



图1-6 中国汽车博物馆

分,它是一种文化交流和保存、研究文化遗产的特殊展览空间,其目的、展示的要求以及整个表现手法都与商业展示不同。与贸易型展示会相比,博物馆展览属于长期固定型。其展示陈列一经确定,展览时间就是长久的,在没有客观不可抗力的因素下,甚至是永久的。博物馆展品多以珍贵的历史文物和文献为主,设计中要充分考虑展品的保护和安全。由于博物馆有较充足的经费,在人力、物力和时间上的投入更有保障,因此,博物馆陈列有更多的试验余地,常在新的展示技术和材料方面领先(如图1-6)。

### 1. 历史博物馆

人类经历了漫长的发展历史,一个国家、地区的历史展览馆,往往浓缩了这个国家和地区的历史文化积淀。实物是这类博物馆展示的基础,重在展出物的博与真;展示内容往往体现某些历史发展过程或重大历史事件,在展示整体设计上要求具有严密的逻辑性和连续性,创造一种有序列感的空间氛围,让人们在其中回顾历史轨迹,思考历史积淀,产生跨越历史长河的体验(如图1-7)。



图1-7 香港历史展览馆

### 2. 自然博物馆



图1-8 伦敦自然历史展览馆

### 3. 科技博物馆

自然科学揭示了自然和生命发展的奥秘,许多国家或地区都设有自然博物馆。这类博物馆的展品既有图文和标本,也有部分文物和化石,往往需要模拟合适的场景空间,力图给观众最大限度的想象空间,以更好地对展品进行解释。一般依照物种分类来安排展示空间和流线设计,空间体现出体系感和规律感,多数设置柔和甚至幽暗的环境照明,只在展品或文字上有较明亮的照明(如图1-8)。

科技所涉及的领域相当广泛,它和人类的生活有密切的联系。工业、农业的基础科技和高精尖的新型科技在每个阶段都会有新面貌,因此,建立专门的科技展览馆来记述科技进步的历史确有必要。近年来,我国也相继建成了国家级和地方级的科学技术馆。科技馆是普及科学技术知识的大型综合性科技教育和公共文化设施,可以进行对外展出、技术交流、试验、咨询等活动。科技馆所陈列的展品在尺度上有很大的差异,一般要求有足够大的空间容量(如图1-9、图1-10)。



图1-9 科技展览馆之一

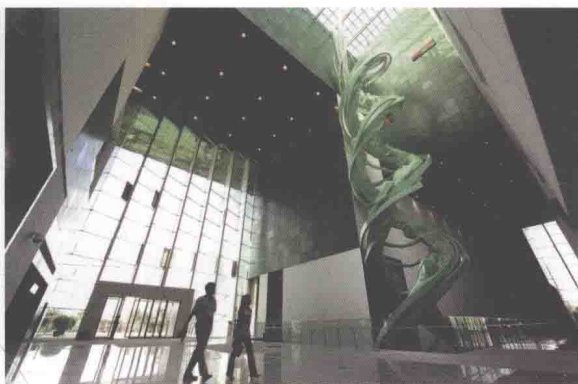


图1-10 科技展览馆之二

#### 4. 艺术博物馆

艺术展示是文化性展示范围中最主要的内容。艺术贯穿于整个人类发展史，它是所处年代和社会的最好记录。法国的卢浮宫、美国的大都会博物馆，这些功能齐全且陈列和收藏着大量艺术珍品、文物资料的大型艺术博物馆不仅是所在国家，也是全人类的宝贵财富。

艺术展示的内容大多是绘画、雕塑、手工艺术品、设计作品等。由于艺术的种类很多，有的展览馆包罗万象，有的则分专项展出。无论采取何种陈列形式，都应力求营造美的空间氛围以提供良好的展示空间（如图1-11）。



图1-11 上海博物馆石刻艺术馆

#### （三）商业环境设计

商业环境设计的展示一般指各类商场、商店、超级市场、货亭等商业销售环境的展示。其设计主旨是在销售空间上要考虑商品的分布及人流交通的基本需要，并通过商品的陈列方式，以及借助灯光照明、货架、柜台、展台等要素，营造便于顾客选购商品或适合于商家进行销售的形式，给顾客以舒适感、方便感和亲近感，使顾客视觉舒适，心情舒畅，进而萌发出购物的种种乐趣。

商业环境的展示设计可以分为室外商业环境设计和室内商业环境设计两大类。室外（户外）商业环境设计主要包括商业空间外观环境的规划设计、商场店面外观设计、节庆和促销气氛的营造、指示标牌设计、店面形象设计以及户外广告设计等。室内商业空间设计主要包括商业空间的规划设计、商品陈列设计、专卖店设计、POP广告设计、展柜展台设计、商业橱窗设计、餐馆饭店室内设计、宾馆室内设计等。

销售环境中常设置POP等广告招贴，以吸引人们的注意力和调节展示环境气氛（如图1-12）。



图1-12 某家具品牌商业展示