

◆ 上海市‘十三五’重点图书出版规划项目

◆ 环境艺术设计专业标准教材

展示设计

吴卫光 主编 郑念军 于健 编著

EXHIBITION
DESIGN

上海人民美术出版社



市‘十三五’重点图书出版规划项目

艺术设计专业标准教材

展示设计

吴卫光 主编 郑念军 于健 编著



上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

展示设计 / 郑念军, 于健编著. — 上海: 上海人民美术出版社, 2018.1

环境艺术设计专业标准教材

ISBN 978-7-5586-0605-2

I. ①展... II. ①郑... ②于... III. ①陈列设计 — 教材
IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第273250号

环境艺术设计专业标准教材

展示设计

主 编: 吴卫光

编 著: 郑念军 于 健

统 筹: 丁 雯

责任编辑: 姚宏翔

流程编辑: 孙 铭

封面设计: 林家驹

版式设计: 庄 稼

技术编辑: 戴建华

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海丽佳制版印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16 10.5印张

版 次: 2018年1月第1版

印 次: 2018年1月第1次

书 号: ISBN 978-7-5586-0605-2

定 价: 65.00元

目录 Contents

序言	003
----------	-----

前言	004
----------	-----

Chapter 1

展示设计概述

一、展示设计的基本概念	008
二、展示设计的学科特征	009
三、展示设计的发展历程	010

Chapter 2

展示设计的原理和方法

一、展示空间的主题	016
二、展示空间的特点	018
三、展示空间的形式	021
四、展示的设计要素	025
五、展示设计的程序、方法与评估体系	034
六、展示设计的人体工程学	037

Chapter 3

展示空间的构成与表达

一、展示空间的构成要素和组合	046
二、展示空间图形	051
三、展示空间信息	058
四、展示空间媒介	060
五、展示空间的构筑方法	063
六、展示空间的设计表达	064

Chapter

4

展示的照明设计

一、照明的基本原理	073
二、展示的照明形式	075
三、展示照明设计的基本程序与方法	076
四、不同展示空间的照明	078
五、光源与灯具	087

Chapter

5

展示空间的传播设计 及展示的辅助设计

一、展示的版式编排设计	092
二、展示的传播模式	099
三、展示的多媒体的应用	102
四、展示的道具设计	106
五、展示模型制作	115
六、展示的材料及其设计	122

Chapter

6

展示空间类型设计

一、橱窗展示设计	130
二、品牌专卖店展示设计	137
三、商场空间展示设计	140
四、会展空间设计	143
五、博物馆展览设计	150
六、专题文化展览设计	156

后记	165
----------	-----

参考文献	166
------------	-----

《展示设计》课程教学安排建议	167
----------------------	-----



市‘十三五’重点图书出版规划项目

艺术设计专业标准教材

展示设计

吴卫光 主编 郑念军 于健 编著

上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

展示设计 / 郑念军, 于健编著. —上海: 上海人民美术出版社, 2018.1

环境艺术设计专业标准教材

ISBN 978-7-5586-0605-2

I. ①展... II. ①郑... ②于... III. ①陈列设计 — 教材
IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第273250号

环境艺术设计专业标准教材

展示设计

主 编: 吴卫光

编 著: 郑念军 于 健

统 筹: 丁 雯

责任编辑: 姚宏翔

流程编辑: 孙 铭

封面设计: 林家驹

版式设计: 庄 稼

技术编辑: 戴建华

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海丽佳制版印刷有限公司

开 本: 889 × 1194 1/16 10.5印张

版 次: 2018年1月第1版

印 次: 2018年1月第1次

书 号: ISBN 978-7-5586-0605-2

定 价: 65.00元

序言

培养具有创新能力的应用型设计人才，是目前我国高等院校设计学科下属各专业人才培养的基本目标。一方面，这个基本目标，是由设计学的学科性质所决定的。设计学是一门综合性的学科，兼有人文学科、社会科学与自然科学的特点，涉及精神与物质两个方面的考虑。从“设计”这个词的语源来看，创新与应用是其题中应有之义。尤其在高科技和互联网已经深入到我们生活中每一个细节的今天，设计再也不是“纸上谈兵”，一切设计活动都与创造直接或间接的经济利益和物质财富紧密相关。另一方面，这个目标，也是新世纪以来高等设计专业教育所形成的一种新型的人才培养模式。在从“中国制造”向“中国创造”转型的今天，早已在全国各地高等院校生根开花的设计专业教育，已经做好了培养创新型人才的准备。

本套教材的编写，正是以培养创新型的应用人才为指导思想。

鉴于此，本套教材极为强调对设计原理的系统解释。我们重视对当今成功设计案例的批评与分析，更注重对设计史的研究，对以往的历史经验进行总结概括，在此基础上提炼出设计自身所具有的基本原则和规律，揭示具有普遍性、系统性和对设计实践具有切实指导意义的设计原理。其实，这已经是设计专业教育的共识了。本套教材希望将设计的基本原理、系统方法融会到课程教学的各个环节，在此基础上，以原理解释来开发学生的设计思维，并且指导和检验学生在课程教学中所进行的一系列设计练习。

设计的历史表明，推动设计发展的动力，通常来自社会生活的需求和科学技术的进步，设计的创新建立在这两个起点之上。本套教材的另一个特点，便是引导学生认识到设计是对生活问题的解决，学会利用新的科学技术手段来解决社会生活中的问题。本套教材，希望培养起学生对生活的敏感意识，对生活的关注与研究兴趣，对新的科学技术的学习热情，对精神与物质两方面进行综合思考的自觉，最终真正将创新与应用落到实处。

本套教材的编写者，都是全国各高等设计院校长期从事设计专业的一线教师，我们在上述教学思想上达成共识，共同努力，力求形成一套较为完善的设计教学体系。



吴卫光

于2016年教师节

前言

随着时代的变迁,时光的流逝,时间总是改变着一切。展示设计从一个边缘的设计学科发展到如今涵盖了多种学科及多元文化的综合设计,展示的空间理念和形式范畴也从单一走向多极。展示设计的手段与方法随着科学技术的进步而形成了多元化的主题空间的设计,技术越来越先进,而设计的个性也越来越强。各类主题展示设计日趋多样化,从而形成了一个规模巨大的展示文化产业。

新型的展示形式和丰富的展示主题,是由于商业社会的急剧发展,各类产品、商品的销售竞争日益激烈,促使了展示设计的不断创新和领先市场。设计师也通过各种手段、方式去改变人们的消费习惯和消费模式。特别是品牌商品的销售、展示更是一种形象宣传和促销的手段。

如今的展示空间已打破传统的展示形式,融入新的设计意念和高新技术,既像一个时尚多变的“空间魔术”,又像一个充满各种信息的“空间容器”。新的展览内容出现,随之而来的就是新型的展示形式,展示形式的多样化,也促进了展示产业的发展。展示的空间是时间的不断伸展延续的空间,也可以说是一个不间断连续的空间。它不像其他的环境空间那样,是一种静态的、凝固的形态,它是流动的。空间的形态在展示的过程中不断地交织、转换、重构,把空间的视觉形态和行为感知,通过一些媒介传播技术体现出空间不同的表现形式。所谓的“环境装饰”“装饰空间”,是人们对展示空间的一种错觉,是对展示的一种误读。展示空间形式构成因素很多,但最基本的元素是展台、展架及展板,这些元素又是通过材料、照明、构件组合在一起,形成了一组不同内容形式的空间形态。特别是在博览会、会展等展示空间中,这种形式得到普遍的应用。

展示设计构筑的视觉形态,不断地深化空间主题意义。展示空间的图形是由一些形态、图像、光影符号等具象和抽象的形态构成。而这些不同元素的变化、组合、变异就形成了一种新的环境信息交流形式,构造了一种新的艺术形态。人们在展示空间里漫步浏览时,会深深地被这些奇形异状的、富有创意的情景所吸引,在主题的环境空间中获得传播信息与情感的交融。

时空给予我们创造空间的机会,又提出许多的挑战。形形色色的空间常常引领着我们去思索、去创造。对设计师来说,今日就是为人们贡献有创意的空间形态;明天就是要逃离束缚身心的“合围”空间,找一个自由的地方,寻找创意的灵感和激情,发现自我无限的创造力。也许这本书就能给你一些展示空间设计的启示。

郑念军

2017年6月

目录 Contents

序言	003
----------	-----

前言	004
----------	-----

Chapter 1

展示设计概述

一、展示设计的基本概念	008
二、展示设计的学科特征	009
三、展示设计的发展历程	010

Chapter 2

展示设计的原理和方法

一、展示空间的主题	016
二、展示空间的特点	018
三、展示空间的形式	021
四、展示的设计要素	025
五、展示设计的程序、方法与评估体系	034
六、展示设计的人体工程学	037

Chapter 3

展示空间的构成与表达

一、展示空间的构成要素和组合	046
二、展示空间图形	051
三、展示空间信息	058
四、展示空间媒介	060
五、展示空间的构筑方法	063
六、展示空间的设计表达	064

Chapter

4

展示的照明设计

一、照明的基本原理	073
二、展示的照明形式	075
三、展示照明设计的基本程序与方法	076
四、不同展示空间的照明	078
五、光源与灯具	087

Chapter

5

展示空间的传播设计 及展示的辅助设计

一、展示的版式编排设计	092
二、展示的传播模式	099
三、展示的多媒体的应用	102
四、展示的道具设计	106
五、展示模型制作	115
六、展示的材料及其设计	122

Chapter

6

展示空间类型设计

一、橱窗展示设计	130
二、品牌专卖店展示设计	137
三、商场空间展示设计	140
四、会展空间设计	143
五、博物馆展览设计	150
六、专题文化展览设计	156

后记	165
----------	-----

参考文献	166
------------	-----

《展示设计》课程教学安排建议	167
----------------------	-----

Chapter 1

展示设计概述

一、展示设计的基本概念.....	008
二、展示设计的学科特征.....	009
三、展示设计的发展历程.....	010



学习目标

认识展示设计的基本概念、学科特征以及发展历程，建立对展示设计学科发展的基本认知，明确展示设计的内涵和外延。



学习重点

1. 展示设计内涵的认知与理解。
2. 展示设计的基本概念和特征。
3. 展示设计的发展历程。

一、展示设计的基本概念

在英文中同展示意思相关联的主要词汇有：show——展现、展览、展出，display——陈列、展出、展示，exhibition——展览、展览会、博览会。

单纯从词义来看，三个单词都对展示的含义做了不同的解释，同时，也包含着对不同特性、形态的展示的表述。“show”是指一般性的展示活动，规模范围都比较小，但展示内容形式很丰富。“exhibition”是指大型的展览会、博览会，其范围、主题的包容度也相当广泛，并且，展览和展示的空间场地面积也较大，例如国际性的博览会，全球性的专题展览会。而“display”有将折叠好的东西打开之意，泛指展示、展览，表示展现之类的行为状态，它更明确地表述了展示的领域和属性。

1. 展与示的关系

“展”是表示陈列、展开、呈现，“示”是以目示意、示范、演示、观看、传达等。展示不仅是一个概念，更是一种行为，是环境空间中，人与物进行交流传播的模式。

展示设计是以环境空间为媒介，以物为主题核心，进行空间的创造和信息传播，让观众接受信息，并进行互动的设计行为。展示是把物品、事物通过某一种手段和方式展现给人们观看和欣赏，让人们去阅读了解并获取有益的信息资料。“展”和“示”是相互作用和协调一致的，它们都在空间形态里围绕着

物品、事物，用各种展示的方式手段，呈现出物体的各种信息，体现出内在所特有的主题意义和价值内容。

展示是空间的行为，是一种动态的接受信息的过程。展物的信息是通过某一主题有序的设计进行信息传播，使“展”与“示”在空间中有机地结合在一起。

2. 展示设计中的“人”与“物”的关系

展示空间是一种有主题意义的空间形态，是人与物品、事物交互的场所，是物品、事物的“归宿”。由于物品、事物的特征各异，也就形成了不同主题内容的空间概念。空间是展示容器和媒介，展示空间不同于一般的环境空间，它要把各种物品形态、媒介进行空间的重构组合，用某一主题连接相互之间的关系，用展示的形式语言来表现物品、事物的信息，让人们在特定的展示环境中对物品、事物进行空间的阅读。物是空间设计的第一切入点，也是空间的核心。

展示空间里的物品、事物是以一种静态的形式存在的，要使这些物体变成一种传播信息的载体，就要采用展示设计的手段来建立人与物之间的交互，使人们在展示空间中通过视觉、触觉、感觉等体验空间，感受主题，从物品的展示中获取有意义和价值的信息。

二、展示设计的学科特征

1. 综合性

展示设计是集现代设计艺术与科学技术于一体的综合性的学科，多学科的发展使展示设计向更纵深方向发展，从中吸收、融汇，在整个发展进程中，走向多学科共生共融的发展道路。建筑环境空间为展示空间的设计提供了空间媒介，以主题性和物品为主角的空间的设计形成了多元性，把建筑环境空间、视觉传达、信息传播、商业文化、人文历史融为一体，把环境学、材料学、信息学、建筑学等学科统筹在展示设计学科中。

展示设计依赖于科学技术，各学科的技术也渗透到展示空间里。展示设计融汇了许多学科及产业，各种技术在展示空间中并存共融，如文案策划、商业广告、传播媒介、商业物流、材料技术等，它们之间的组合在一个建筑环境空间里，围绕着不同的物品主题，用展示设计的技术手段，构成了一个空间信息传播和行为体验的结构体系。展示设计和各种技术交融在一起，使各学科之间相互渗透，所形成的一切都是对主题空间的优化，并表达出一种空间环境中人对物品、事件的体验与交流。

2. 边缘性

在整个艺术设计学科中,展示设计是一个边缘性的学科,建立在环境空间、信息技术、视觉传播、造型艺术、营销物流等知识的基础上,运用不同学科的各种专业技术手段来服务于展示设计,从而构成了一种特有的专业特质和特性。多学科、边缘性的发展就是其中的一个特点。展示主题的多样性和建筑空间的包容性使展示设计边缘性的特点更为明显,如多媒体技术在展示空间中的变化,图像、光影、声音在空间媒介中围绕着主题的不断演变,使各学科之间的技术手段和方法日益向多元化发展,同时,也越发具有边缘性,使展示的主题形式和空间意义发生了深刻的变化。现代展示设计的理念也与现代艺术、公共艺术、流行文化并存交错,产生多极的变化,扩展了相关学科,并丰富了展示设计的内涵,促使展示设计从内容到形式都走向多元综合化。

3. 前沿性

在当今的消费时代,展示设计是促进产品销售的一种方式。品牌展示不仅是主题性文化展示,同时也是终端销售。大型的会展,都是以产品的销售为目的的展示设计。展示设计既是销售手段,也是销售目的。伴随着日益变化的商品的出现,展示设计也随之而变。展示空间是一个开放并具有极大包容性的环境空间,不管是固定的展览场所还是移动的主题会展,新材料、新技术的出现促进了设计手段的多样化。特别是一些环保材料、轻质材料的运用,使展示的形式、结构也产生了变化,从而影响了人们的视觉观念。多媒体技术是展示设计中的前沿技术,声光电的应用使展示的形式从单一变得多极,模拟技术、虚拟技术、移动展示、网络展示等一系列高端科技,使展示的主题空间变得丰富多彩(图1)。

三、展示设计的发展历程

每一门类的艺术都是要经过漫长的历史发展而逐渐形成的,展示艺术也是如此。在远古时期,人类自从有物品交换形式开始,展示艺术也就随之而产生了。当时,人们为了展现各自的产品,采用了各种展示形式,进行货物的销售——地摊式、架置式,还有活动的叫卖式,如穿街走巷的卖货郎(图2)。销售物品的视觉传播和声音传播一直是展示的主要手段和特征。人类除了对物品的展示以外,还把展示的功能运用在身体上,如纹身、印记等(图3)。因此,早期的图腾崇拜及原始部落的宗教礼仪活动,也是展示的最原始的表现形式和重要组成部分。

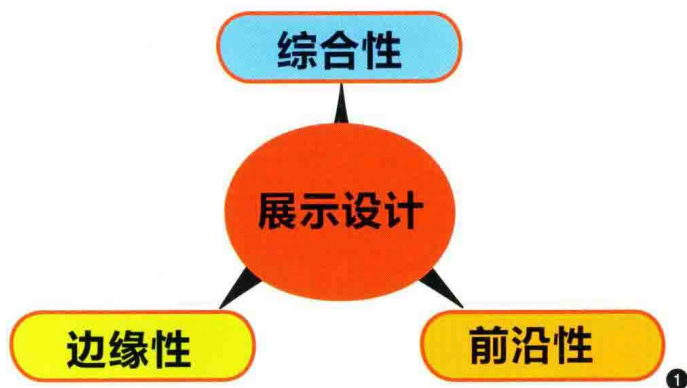
封建社会农业生产的逐步发展,促进了制造业、纺织业、酿酒业等行业的



小贴士

集市

集市(菜市场)是指定期聚集进行的商品交易活动形式,主要指在商品经济不发达的时代和地区普遍存在的一种贸易组织形式,又称市集。集市起源于史前时期人们的聚集交易,以后常出现在宗教节庆、纪念集会上,并常附带民间娱乐活动。据说集市贸易,上古称为“廛”,在原始社会中有“列廛于国,日中为市”(《路史·炎帝》)的记载。其实,原始商品交易最早是由炎帝神农开创的。



① 展示设计的学科三大特征

② 卖货郎

③ 毛利人纹身脸谱



小贴士

《清明上河图》

《清明上河图》，中国十大传世名画之一，为北宋风俗画，北宋画家张择端仅见的存世精品，属国宝级文物，现藏于北京故宫博物院。

清明上河图宽 25.2 厘米，长 528.7 厘米，绢本设色。作品以长卷形式，采用散点透视构图法，生动记录了中国 12 世纪北宋都城东京（又称汴京，今河南开封）的城市面貌和当时社会各阶层人民的生活状况，是北宋时期都城汴京当年繁荣的见证，也是北宋城市经济情况的写照。

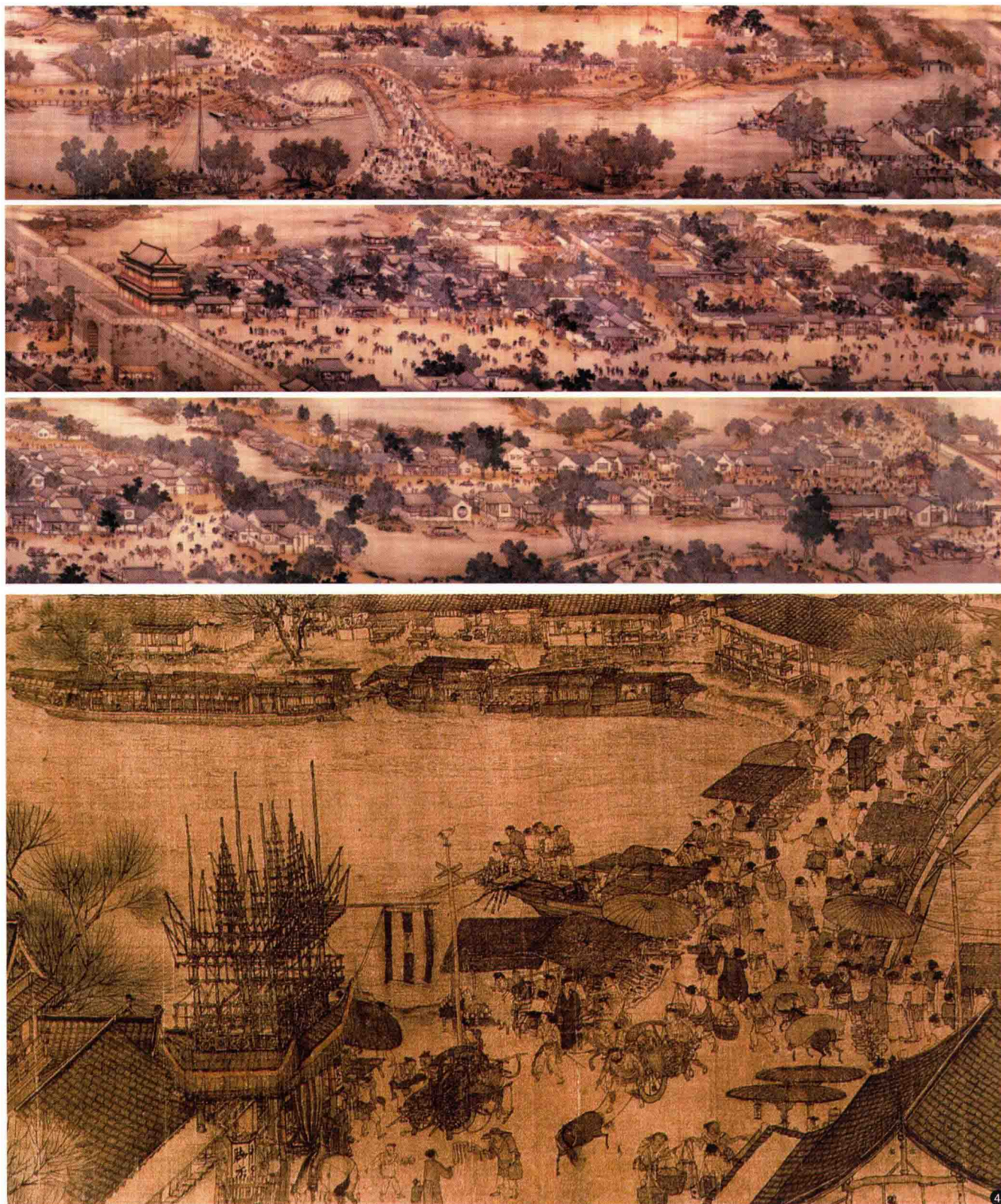
建立，各种农产品、纺织品、手工制品等贸易活动进一步地繁荣，也促使展示艺术有了新的发展。商业活动的繁荣促使出现了新型的商业形式，市场和商人也随之而产生；同时，也加速了封建农业社会商业的发展，展示的形式从简易、单一走向多元，如市场、集市、店铺、行会、招牌、告示等形式的出现。商家为了推销各自的产品和商品，使出了形式多样的营销方式。古代的销售者通过悬物的方式以点代面地将自己所经营的行业特点、商品信息传递出去，既起到了促销的作用，又逐渐形成了自身店铺的独特形象。北宋开始，城内城外都可开设商店，而且相同行业的店铺往往集中在一起，小卖行贩十分普遍。《清明上河图》就是描绘了宋朝时期商业贸易繁荣的历史画卷，记载了各种各样的商业贸易形式，我们可以从中领略到当时东京的繁华，也能看到各种经营模式并存、相得益彰的景象（图 4）。

在封建社会里，宗教仪式和活动也极为盛行，如庙宇、神殿、教堂、石窟等大型建筑场所的建立。人们对宗教的信仰，对神灵的崇拜，也促进了文化展示的发展。从田野中的石碑、石像、牌坊，到大型的石窟雕像，无不展示着宗教礼仪的文化景观，表现了当时展示活动的多样性。尤其到了封建社会的中晚期，地主、皇室、贵族对财物的贪婪和挑剔，同时，社会中附庸风雅的达显贵人热衷于收藏奇珍异宝，促使了博物馆的产生，使一些有主题性的文化展示逐步形成。

进入资本主义社会，经济进一步繁荣。科学技术促进使制造业迅猛地发展，工业化的产品制造日益多样化，商业贸易活动也随之发展，这样就产生了许多新的商品贸易行为和场所，如商场、交易会、展销会、博览会等。

在农耕社会里，人们往往在庆贺丰收、宗教仪式、欢度喜庆的节日里展开交易活动，后来逐渐发展成为定期的、有固定场所的、以物品交换为目的的大型贸易和展示集会。公元 5 世纪，波斯举办了第一个超越集市功能的展览会。

从 15 世纪起，欧洲诸国举办过多次有影响的大型博览会。如 1475 年，为



④ 《清明上河图》（局部）