



modern design of environment

[现代环境设计教程丛书]

现代展示设计教程

MODERN DESIGN OF DISPLAY

编著:

朱 淳

CHINA ACADEMY OF ART PRESS

中国美术学院出版社

Sistema AMP C.O.

magic

现代环境设计教程丛书

现代展示设计教程

朱 淳 编著

中国美术学院出版社

责任编辑 陈 平
封面设计 成朝晖
版式设计 杨友群
责任校对 石同兴
责任监制 葛炜光

图书在版编目 (CIP) 数据

现代展示设计教程 / 朱淳编著. - 杭州: 中国美术学院出版社, 2002.6
(现代环境设计教程丛书 / 朱淳主编)
ISBN 7-81083-054-6

I. 现… II. 朱… III. 陈列设计-教材
IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 096545 号

现代展示设计教程

朱 淳 编著

中国美术学院出版社 出版发行

地址: 中国·杭州南山路 218 号 邮政编码: 310002

全国新华书店 经销 浙江广育报业印务有限公司 印刷

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 10.5

字数: 85 千 图数: 286 幅 印数 0001 — 3000

ISBN 7-81083-054-6/J · 55

定 价: 32.00 元

目 录

第一章 展示设计的概念	1
第一节 博物馆设计	
第二节 展览设计	
第三节 商业环境设计	
第四节 庆典礼仪环境设计	
第二章 展示与展览的沿革	13
第一节 展示的原始形式	
第二节 收藏与展示的结合	
第三节 综合性的世界博览会	
第四节 现代展示艺术与科学	
附：世界博览会的相关资料	
第三章 展示设计的基本法则	29
第一节 设计的视觉原素	
第二节 设计形式法则	
第四章 展示的设计与表达	39
第一节 展示设计的前期工作	
第二节 展示的总体设计	
第三节 设计过程与表达	
第四节 设计师工作和必备素质	
第五章 设计中的人机工程学	49
第一节 展示中的尺度问题	
第二节 展示中的视觉问题	
第三节 视觉传达效率的提高	
第四节 展示照明质量	
第六章 展示环境的空间设计	59
第一节 动态的空间形式	
第二节 展示功能区域的分隔	
第七章 展示的版面设计	65
第一节 版式	
第二节 文字	
第三节 图片与图表	

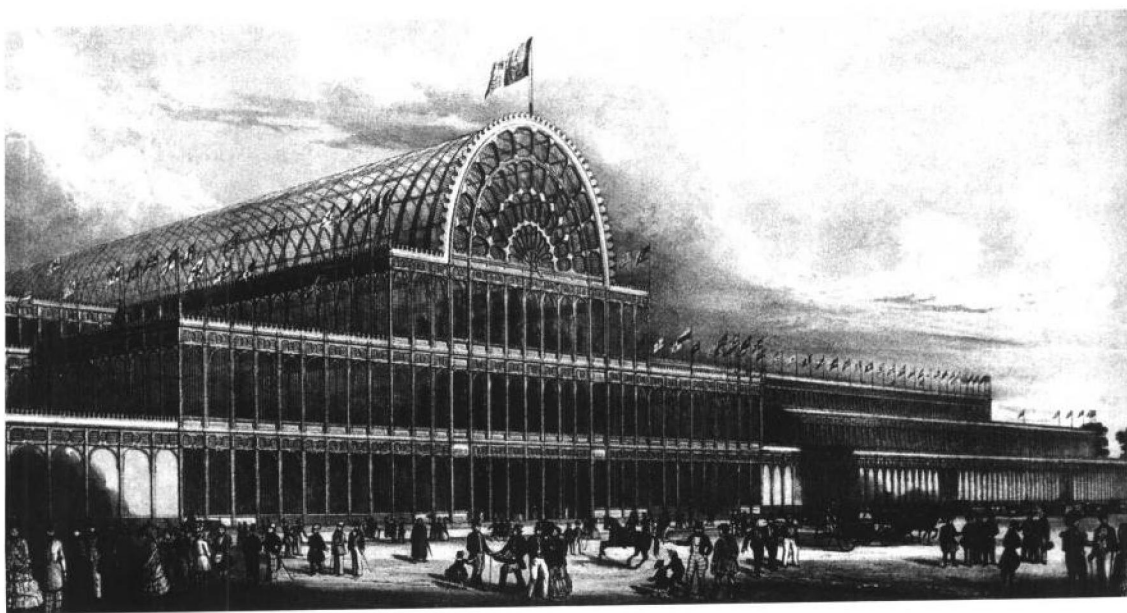
第四节	版面装饰	
第五节	版面材料与技术	
第八章	展示照明设计	71
第一节	展示照明设计的基本原则	
第二节	常用照明光源和灯具	
第三节	整体照明	
第四节	局部照明	
第五节	气氛照明	
第六节	照明光源的选择	
第七节	有关照明的参考标准	
第九章	展示色彩设计	81
第一节	色彩明度的心理感受	
第二节	色相的心理感受	
第三节	色彩的设计	
第十章	橱窗展示设计	85
第一节	橱窗展示的分类	
第二节	橱窗设计要点	
第十一章	展示道具设计	89
第一节	展架	
第二节	展柜	
第三节	展台	
第四节	展板与屏障	
第五节	护栏与标牌立座等	
第六节	其他辅助设施	
第十二章	展示设计中的新技术	97
第一节	数码视频技术的应用	
第二节	计算机程控技术的应用	
第三节	多媒体和网络技术	
第四节	虚拟现实技术 (VR)	
第十三章	电脑辅助展示设计	105
第一节	用电脑辅助设计展示空间	
第二节	展示区域的造型及细部设计	
第三节	展示环境的照明设计	
第四节	展示版面的电脑设计	
第五节	虚拟现实的表现技术	
第六节	展示设计方案实例	
第十四章	展示设计作品赏析	121
后 记	164

第一章 展示设计的概念

现代展示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其内涵的课题。展示环境的设计也是一个以环境艺术设计学科为主，涉及其他多种相关学科的设计领域。在设计方法和设计程序上，展示环境设计具有环境艺术学科相关的领域，如室内设计、公共空间设计、景观设计及视觉传达设计等方面的特点；同时又兼有自身的专业特征。

从1851年伦敦“水晶宫”世界博览会到2000年德国汉诺威的世界博览会，世界性的博览会已经有了150年的发展历史，并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

图1-1 约瑟夫·帕克斯顿(Joseph Paxton)为1851年伦敦世界博览会设计的“水晶宫”展厅，他采用了装配温室的方法修建了水晶宫的宏大建筑外壳。



的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)、海沃德画廊(Hayward Gallery)、纽约大都会艺术博物馆(Metropolitan Museum of Art)和现代艺术博物馆等都不惜巨资,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的艺术性的文化活动。

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,想方设法以各种方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。

商业和贸易是现代展示设计的最重要的领域。大中城市中的大型百货商场、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

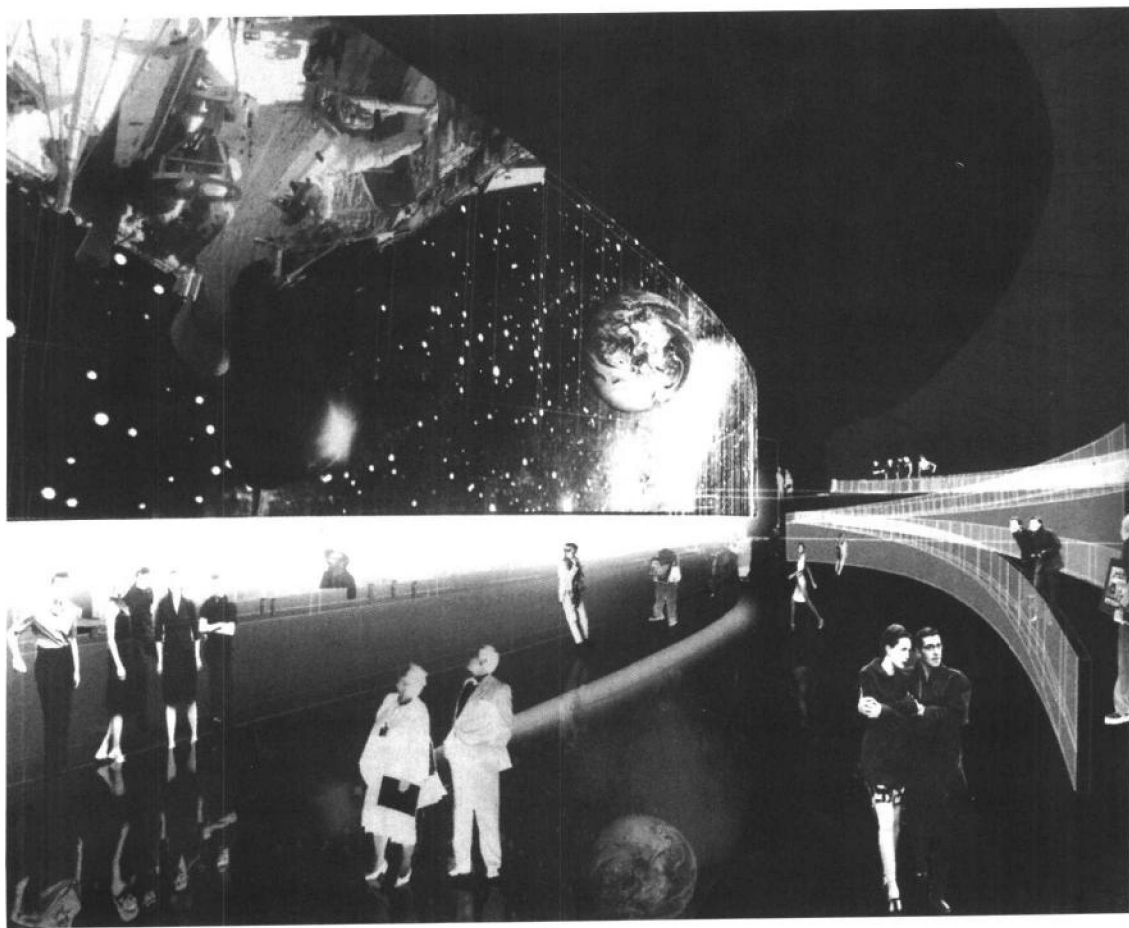
图 1-2 伦敦著名的海沃德画廊(Hayward Gallery)内的展厅。



界性的交易会上，展示的设计更是一项极其重要的内容，如1939年纽约的世界交易会创下了观众达4300万人的纪录；而1992年的西班牙塞尔维娅的世界交易会，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二十分之一的城市中举办的交易会，在6个月中吸引了四千多万的观众。

原来以经济和贸易为主题的世界博览会，如今已经发展成为以进行国际文化交流，展示技术进步，促进共同繁荣为宗旨的世界性的活动。最近举办的2000年汉诺威世界博览会，更与往届世博会着重展示高新技术不同，其主题是“人类—大自然—科技：一个新世界在诞生”，通过倡导新的生活方式，使地球的明天变得更好。主办者认为这是一次全新的世界博览会，它展示了技术的进步是如何为实现人类与自然和谐相处的新目标而服务的。这次世博会在170公顷（相当于300个足球场）的展场上，主题公园、展馆、全球性项目以及丰富的文化娱乐活动应有尽有。有173个国家和地区以及14个国际组织参展，其

图1-3 2000年德国汉诺威世界博览会展示设计示意图。



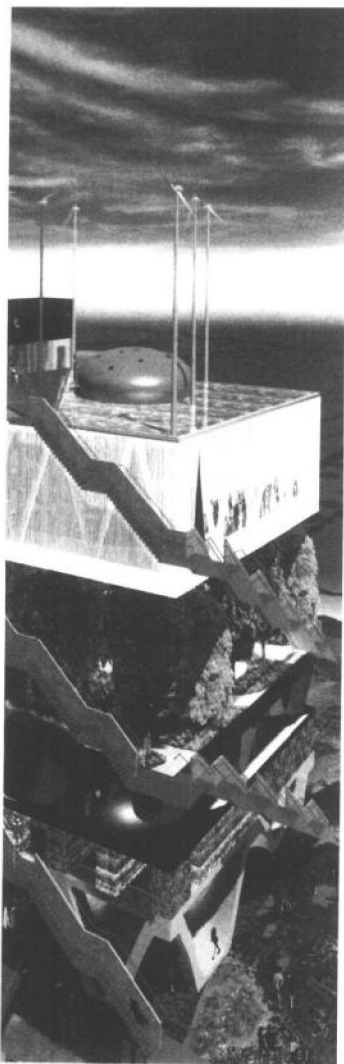


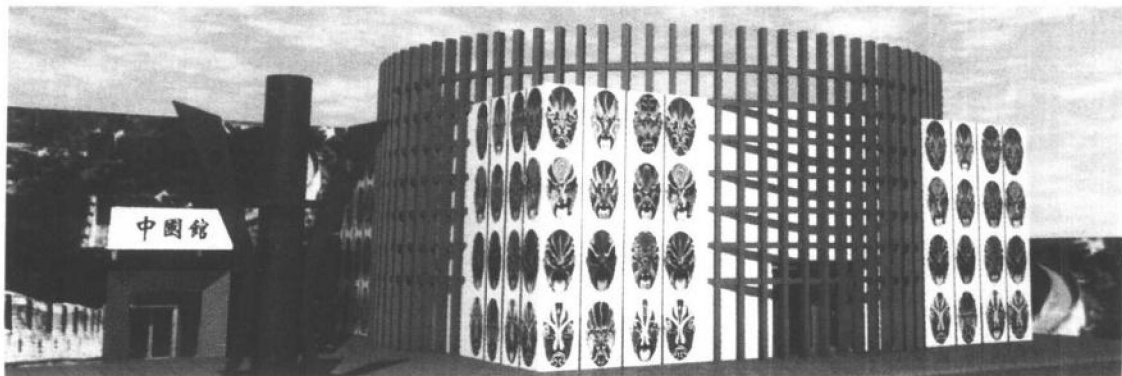
图 1-4 2000 年汉诺威世界博览会上的荷兰馆，一座被称为“环保三明治”的三层建筑物。

中 53 个国家和组织建盖了自己的展馆。这些展馆以各自独有的建筑特色和展览内容吸引着观众：面积 3600 平方米的日本馆采用的建筑材料竟然全部是可以回收再利用的纸张；匈牙利利用一个超大型的、宛如含苞欲放的花蕾似的“木壳”状展馆来展示自己国家的繁荣；阿联酋为了修建自己的展馆“阿拉伯城堡”，专门从中东空运来一飞机黄沙，建成了这座沙漠绿洲。在所有的展馆中，最受欢迎的展馆之一是荷兰馆，一座被称为“环保三明治”的三层建筑物，它融合了荷兰的各种风光，从沙丘、花园到森林、湖泊，甚至还包括了一座风力发电站。这座占空间极小、层层叠叠的景观拥有自给自足的电力系统和封闭的循环水系统，它充分展示出尖端科技在环境保护以及可持续发展方面所能作出的贡献。

中国馆位于这次博览会的东区，占地 3600 平方米，分上下两层。展馆外墙装饰有巨幅长城布景和京剧脸谱，显示出浓厚的中国特色。大门前竖立着一个高 6 米、三面古代刀币形式的青铜器，取名为“升”，象征着中华民族奋发向上的精神。馆内着重向世人介绍了中国的三峡工程、生态林工程以及航天等高科技领域的成就。这届博览会中国馆的规模是历届参展规模最大的。在世博会结束后，中国馆将作为永久性建筑留在汉诺威。通过世博会，世界将更多地了解中国，中国也会更多地了解世界。

除了各国家展馆外，“新世纪的发现”主题公园是汉诺威此次对博览会的一大贡献。“人类、自然、技术——新世界的诞生”的主题在这里变成了有形的现实。主题公园由 11 个相对独立的展览组成，题目分别是：“充满想象力的星球”、“人类”、“环境、

图 1-5 2000 年汉诺威世界博览会上的中国馆，展馆的外墙装饰有巨幅长城布景和京剧脸谱，显示出浓厚的中国特色。



风景、气候”、“营养”、“健康的未来”、“知识、信息、通信”、“工作的未来”、“迁移”、“能量”、“基本需求”和“21世纪”。在一个面积为10万平方米的区域内，来自世界各地的参观者将体验未来的观念和解决未来问题的方法，尝试未来的生活方式。

筹办一次世界性的博览会对一个国家来说，也是一次政治、经济、文化和艺术水平的全面检阅。当然这样大型的博览会的策划和设计，更是对设计师和其他专业人员的想象力和创造力的挑战。另一方面，每年频频举办的各类专业性的商品订货会、展销会则要求展示设计师在非常有限的时间和空间里，充分展现商品的特色、功能、色彩等诸方面的内容，同时，又要充分考虑布展、照明、经济的因素。生产厂商为了在很短的期间内达到最佳的展示效果，设计并生产了各种标准化的展示器材、各种专用的展示道具，使得展示设计得以在一个标准化、专业化的基础上展开。可以这样说，商业化的展示需求促使展示设计的发展，适应了市场的需求；同时也促进了展示科学和展示设计艺术的发展。所以现代展示设计艺术是建立在高度繁荣的商品经济和充分发达的现代科技的基础之上的一门跨学科的设计专业。

从展示设计的角度而言，设计的目的并不是展示本身，而是通过设计，运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置等手段，营造一个富有艺术感染力和艺术个性的展示环境；并通过这一环境，有计划、有目的、合逻辑地将展示的内容展现给观众，并力求使观众接受设计者计划传达的信息。从这个意

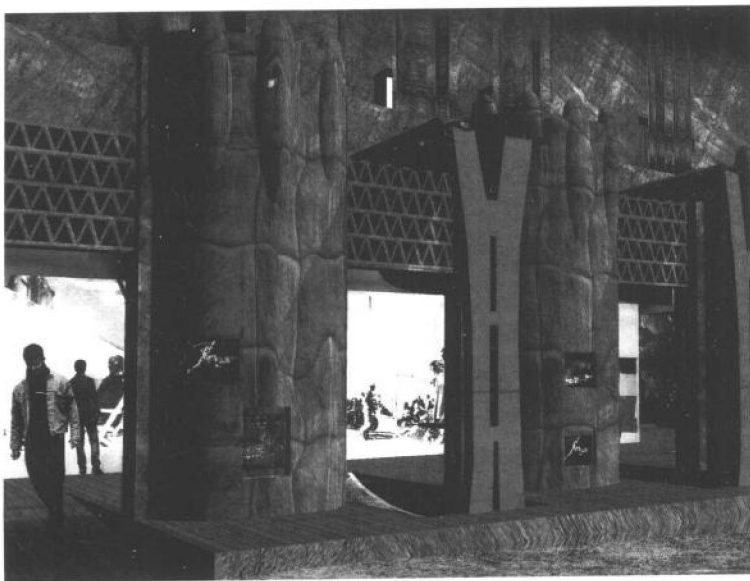


图 1-6 汉诺威世界博览会中的“主题公园”的人口设计。

义上说,商业化的展示也是一种特殊形式的广告。

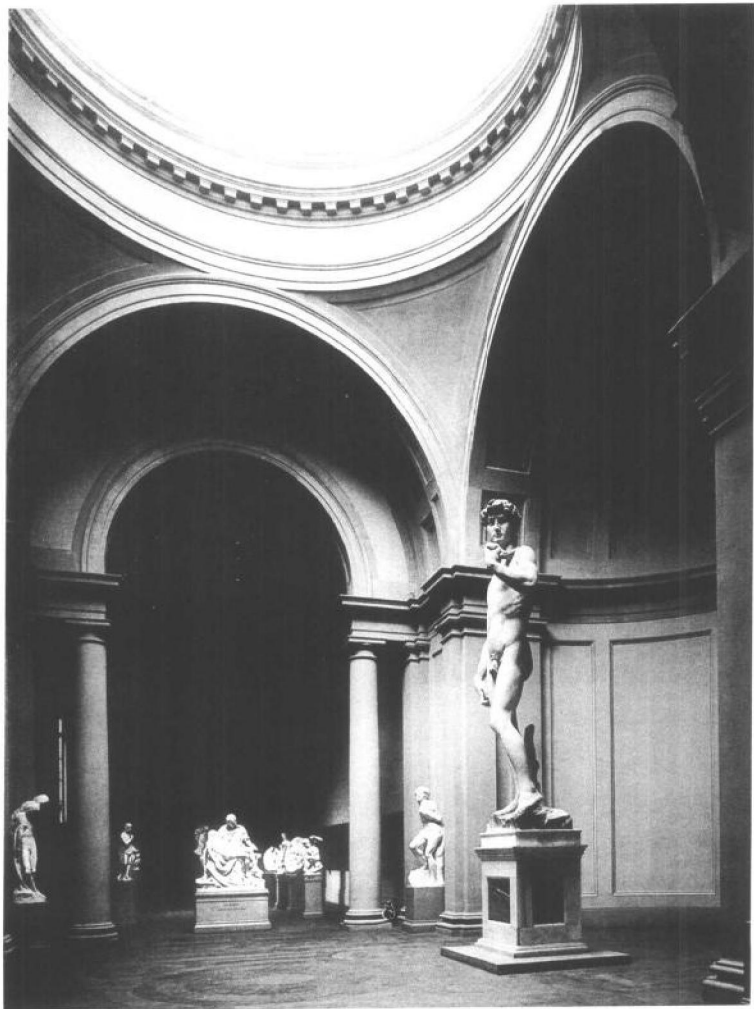
现代展示本身所包含的范围非常广泛,所以展示设计的范畴应当包括以下几方面。

第一节 博物馆设计

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(或主题博物馆或科技馆等)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的标志性的建筑之一。

博物馆陈列主要以长期、固定为主,并在一定程度上反映国家和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

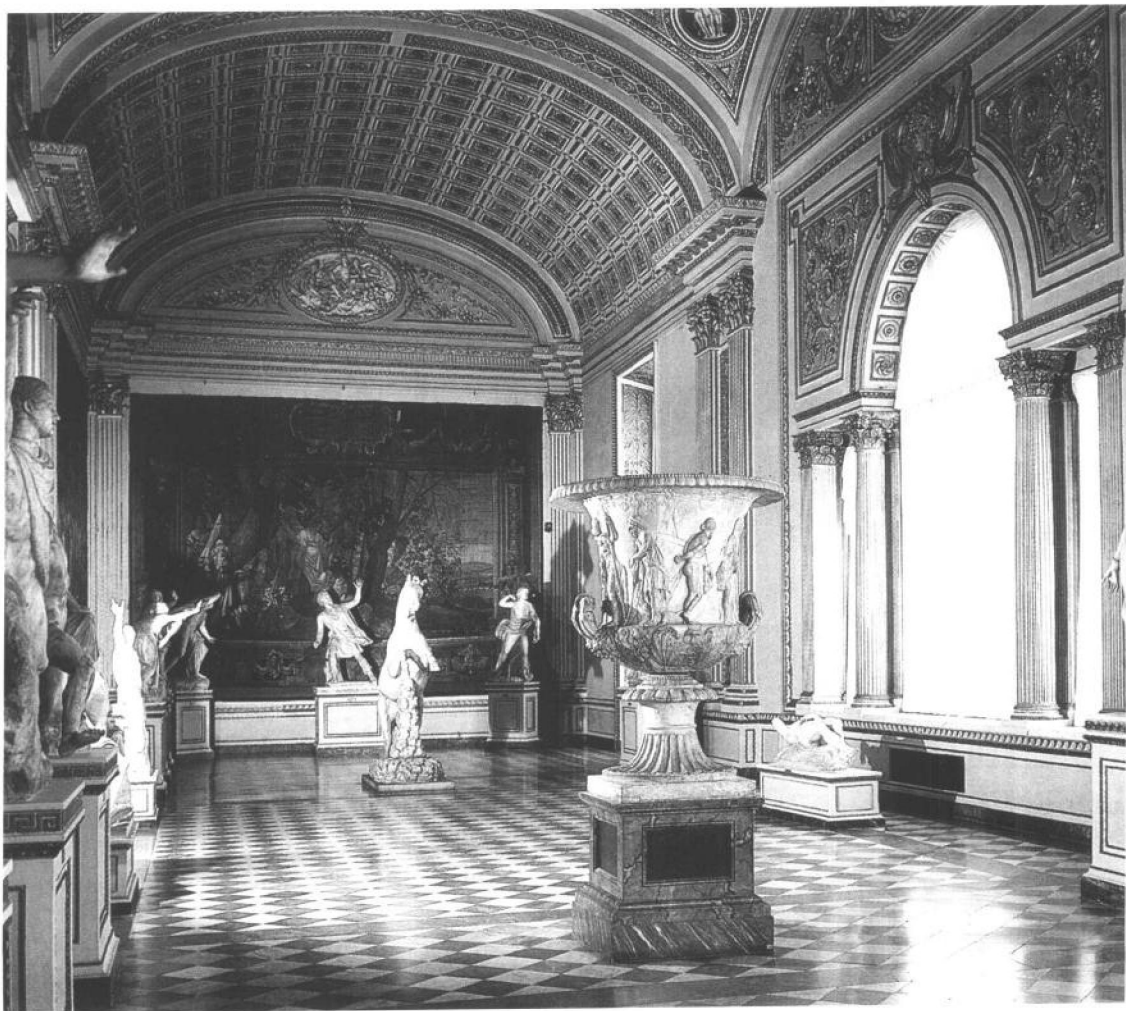
图1-7 意大利佛罗伦萨著名的学院(Academia)美术馆内陈列的米开朗琪罗的《大卫》。



容都经过严格的审核，以保证其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展品的保护和安全。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。

博物馆的展示设计还将充分考虑到展示的环境空间、交通流线、照明采光、展品安全、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。

图1-8 意大利乌菲齐美术馆内的展厅，主要以收藏意大利文艺复兴时期的艺术品为主，而博物馆的展馆本身也是那一时期的建筑杰作。



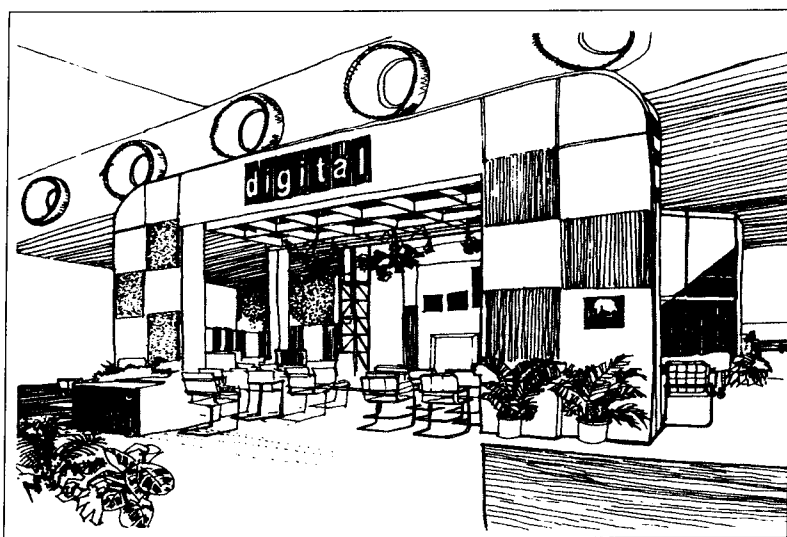
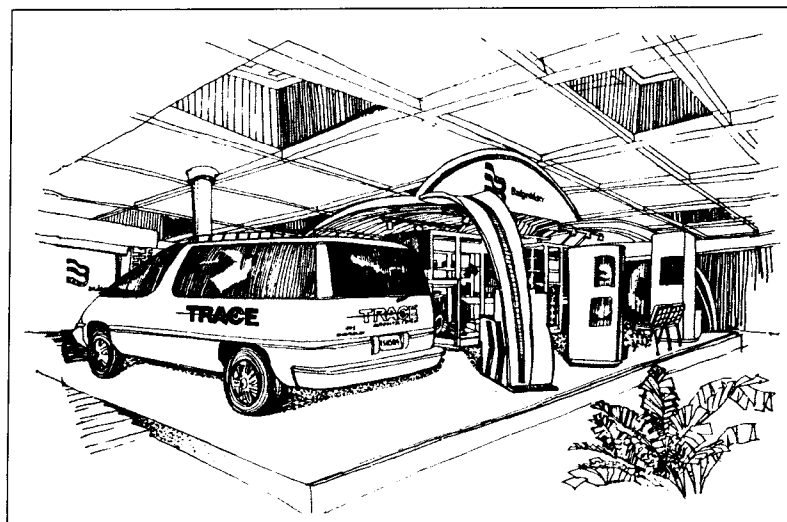


图 1-9、10 各种科技类产品展览会上的展区设计。



图 1-11 汽车展是工业产品展示中的一项重要内容。



第二节 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。

所谓博览会,大多是由政府或国家认可的社会团体出面主办的,以促进经济贸易和文化科学的交流为宗旨的大型展示活动。通过正式外交途径邀请其他国家并通过国际博览会组织(简称BIE)批准的博览会可称为世界博览会。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都是一个涉及到诸多方面的、庞大的系统工程。

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。除了在规模上的差别外,在展示的内容、周期及展示的形式上,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强烈的形式感,要求创造活跃、热烈的气氛,追求强烈的视觉印象,并在布展条件上具有较大的灵活性。同时还要能保证在较短的时间,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保证具有一定的洽谈、销售空间。



图1-12 第21届国际酒店与餐厅设备展示会的“厨房”展示区。

第三节 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,购物环境的设计就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。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。在一些现代化的大型商场里,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。

广告橱窗的设计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。橱窗的设计除了充分展示商品的功能外,还要充分考虑到多维空间的关系、立面构图、色彩调配、照明等诸方面的因素。

图 1-13 气氛活泼的服装商场内的展示设计。





图1-14 开放式的商场橱窗设计，店内的购物环境就成为橱窗的展示内容。

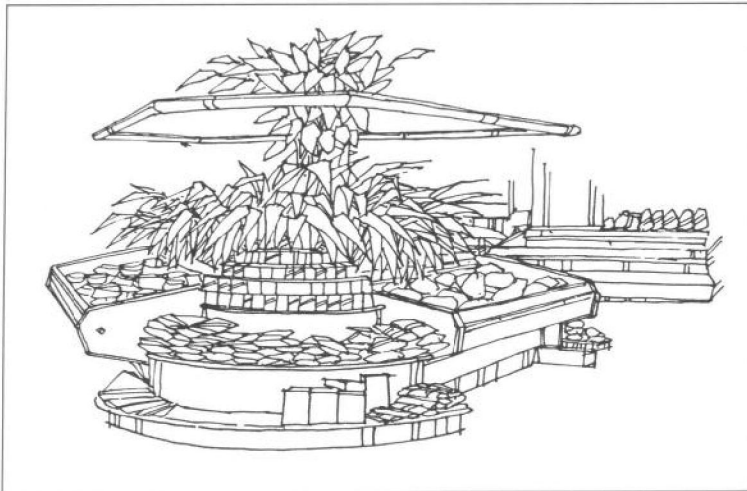
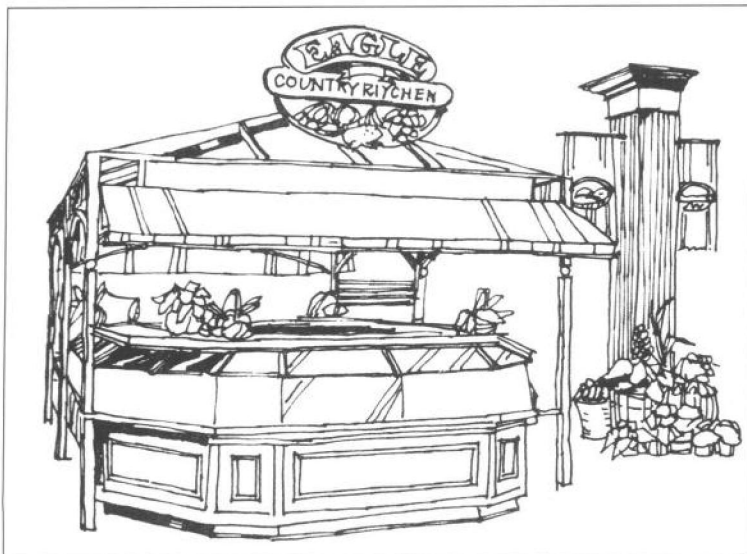


图1-15、16 超市内的食品陈列架既是货架，也是展示台。



第四节 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是属于展示设计的范围。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，都是展示设计的任务。至于一些现代化的大型节庆活动则更是结合了现代科技的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。

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，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 1-17 美国拉斯维加斯城内用夸张和诙谐的手法设计的场景，在室内用高科技的灯光技术与电脑控制模拟了室外的天空和云彩。

