

XIANDAIZHANSHICEHUAYUSHEJI

现代展示 策划与设计



人民美術出版社

现代展示 策划与设计

赵衍文编著

人民美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代展示策划与设计 / 赵衍文编著. - 北京: 人民
美术出版社, 2000

ISBN 7-102-02138-0

I. 现… II. 赵… III. ①美术展览会 - 工作②美
术展览会 - 设计 IV. J-28

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 01531 号

现代展示策划与设计

赵 衍 文 编 著

人 民 美 术 出 版 社 出 版

(北京北总布胡同 32 号)

责任编辑: 吴传麟 刘普生

北京慕来印刷有限公司制版印刷
新华书店北京发行所发行

2002 年 10 月第 1 版 · 第 1 次印刷

印数 0001-5000 开本 787 毫米 × 1092 毫米 1 / 16 印张 7.5

ISBN 7-102-02138-0

定价 28.00 元

前 言

在人类社会即将迈进21世纪的今天,“信息”成为社会关注的焦点。而最集中、最直观、最富实际意义地向人们提供多角度、多方位的信息莫过于各种类型、各种品位的展示会。

近些年展现政治、经济、文化艺术、高科技的诸多展示会出现在中外各国。尤其随着我国各方面突飞猛进的发展,以及与外国政治、经济、文化艺术频繁交流的现状,高层次、高要求、高标准的展示会层出不穷,起到了快捷而直观传递信息的积极作用,促进了我们国家的对外开放和经济、文化艺术事业的发展。

时代的发展、社会的需求,对现代展示策划与设计提出了更高的要求。赵衍文教授90年代初毕业于中央工艺美术学院工业设计系,除去对现代工业产品设计有着专门研究之外,并对现代展示策划与设计有着其独到的见解与其深入的研究,他在繁忙的教学授课之余,系统地编写、整理、绘制有关现代展示策划与设计方面的文字与图稿,并搜集荟萃了中外现代展示的珍贵资料,编著成书,为我们学习、研究现代展示策划与设计提供了最可宝贵的资料。

赵衍文教授编著的《现代展示策划与设计》一书,图文并茂,由古至今系统而概括地介绍了有关展示策划与设计方面的知识,使此书具备了可读性、实用性与欣赏性。

《现代展示策划与设计》一书可与他已经由人民美术出版社出版的《外国工业设计百图》一书成为“姊妹篇”,愿他在工业设计专门学术方面不断努力,结出更多的硕果,奉献给读者。

纪 芳 1999.12.12 于北京观波楼

目 录

前 言	纪 芳
第一章 展示艺术概论	1
第一节 展示艺术的渊源及发展	1
第二节 展示艺术的分类及展示特点	7
第二章 现代展示策划	11
第一节 展示设计、施工的委托与承接	12
第二节 展示资料的收集与整理	15
第三节 编写展示设计脚本	15
第四节 展示设计的时间要求与划分	16
第三章 展示设计与人体工程学	18
第一节 人体工程学的性质	18
第二节 人体工程学的取值范围	18
第三节 人体工程学在展示设计中的应用	20
第四章 展示艺术的总体设计	23
第一节 总体艺术设计的内容	23
第二节 总体艺术设计前的准备	23
第三节 总体艺术设计的原则	25
第五章 现代展示分项设计	27
第一节 动线与空间设计	27
第二节 展示道具设计	30
第三节 展示版面设计	36
第四节 展示色彩设计	41
第五节 展示照明设计	45
第六节 展示音像设计	51
第七节 展示平面图、效果图的设计与画法	53
第八节 展示模型的设计与制作	56
第六章 展示尾声	59
附 图	61

第一章 展示艺术概论

第一节 展示艺术的渊源及发展

展示艺术的发展,如同其他艺术一样经历了漫长的岁月。追溯展示艺术的发展渊源,我们从史书中不难窥见其发展演变的过程。地球上的人类自靠劳作维持生存至有剩余价值,随之便出现了物品的交换这一当今展示所包容的最基本的形式。

原始社会的展示是人类一种本能的、质朴的将自己的剩余物品展现给对方的形式,通过这种形式来达到用自己的剩余价值换取自己所没有的东西的目的,以此来丰富、满足自己的生活、生存之需要。这是一种毫无掩饰的、毫不造作的、不讲究环境、不讲究条件的把物品随便置于地面的行为,是一种本能的展现,是一种以物易物的再简单不过的交易形式,这种连文字符号都无法对其概括定义的行为,可视为当今展示艺术的雏形。

展示艺术发展到现在,其原始的展示行为仍能随处可见。在农村农贸市场,经营者仍然是将自己的物品置于地面让购买者任意选购,不同的是现在已不再是摆地摊这种单一的方式,交易形式随着社会的需求而发生了质的变化。当今文明社会所拥有的大型的农贸市场、专营农副产品的超级市场、大型农副产品展览会和展销会等形式早已形成。同样的农副产品,经过加工、包装,展示身价倍增,从地摊上了高档货架,进了恒温柜。这种从低级到高级,从原始到现代,从本能行为到追求设计艺术的质的变化,反映了社会发展对展示艺术的需求。市场的需求推动了展示设计的发展,展示设计满足了不同市场的需求,反过来又进一步促进了展示艺术的再发展。这种需求、满足,满足、需求的良性循环,从根本上推动着人类的文明、社会的进步。

从原始社会、奴隶社会到封建社会,我国的展示活动同社会文明同步发展着。我国唐代就十分重视与国外的贸易交流,国内盛产的陶瓷、丝绸等产品源源不断地运往国外展示展销,同时将国外的好产品运回国内,再满足我国人民的需要。尽管当时的交通条件十分落后,但仍与七十多个国家建立了贸易关系。

经历了宋朝、元朝至明朝,中国同国外的展销活动更加频繁、规模更加庞大,当时曾有“四方之货,不产于燕,而毕聚于燕”之说,充分反映了当时中国展示贸易活动的频繁及对社会的影响。

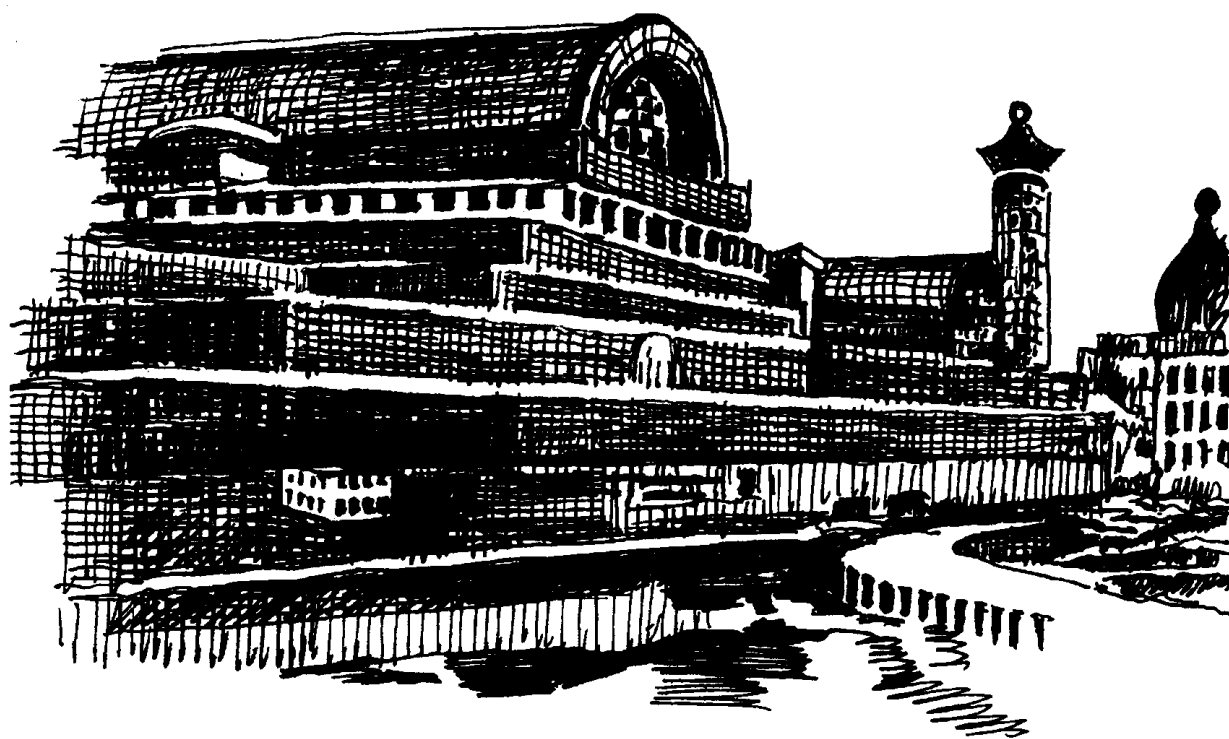
新中国成立以后,为了保护战争后遗留下来的各类文物,我国的博物馆类展览场所得到了巨大的发展,在全国相继建立了如“中国革

命历史博物馆”、“中国人民革命军事博物馆”、“中国民族博物馆”等国家级博物馆以及一大批省、市级博物馆。这些博物馆的建立，为保护我国的历史文化遗产起到了巨大的作用。同时期我国还兴建了一批如“北京展览馆”、“全国农业展览馆”等适合工农业产品展示的展馆。所有这些解放初期兴建的各类场馆，至今仍发挥着巨大的作用。

本世纪末的20年，随着中国经济的迅猛增长，各类展览场馆得到了更快的发展，“北京国际展览中心”、“中国深圳展览中心”、“中国香港国际展览中心”等已达到了国际A类展览馆规模；“上海虹桥展览中心”，“中国济南国贸中心”等达到了国际B类展览馆规模；“唐山陶瓷展览馆”、“上海十六铺家具城”等一些地市级、行业展览馆，达到了国际C类展览馆规模。每年在我国举办的国际性展览、国内展览有数百个，走出国门、参加世界范围展览的数量也越来越多。展览环境的改变，展示活动的增加，大大促进了我国科技、经济的发展，也促进了展示艺术的发展。我国目前的展示设计水平比过去任何时期都高。当然，由于历史的原因，我国的展示设计艺术与发达国家相比，仍有着很大差距。

西方国家的大规模的产品展示活动随着第一次产业革命的到来就已经兴起。1851年5月，英国为显示其产业革命的巨大成就，在伦敦

图1-1、1851年在英国伦敦举办的“第一次世界博览会”，通体覆以玻璃的展览馆被誉为“水晶宫”。



海德公园举办了“第一届世界博览会”，被世人称为“水晶宫”的展览馆，是由铸铁与水泥预制件相互结构、通体覆以玻璃而成。象征着产业革命成果的万余件展品，代表了世界工业的最高水平。欧美及世界各国在震惊之余，纷纷前往参观学习。

首届“世博会”的举办，成为科学技术给社会带来巨大生产力的
一面旗帜，当这面旗帜飘扬在岛国上空的时候，欧美各国已经看到了
工业革命将给他们带来的希望，闭塞、落后的国家也好像在黑暗中看

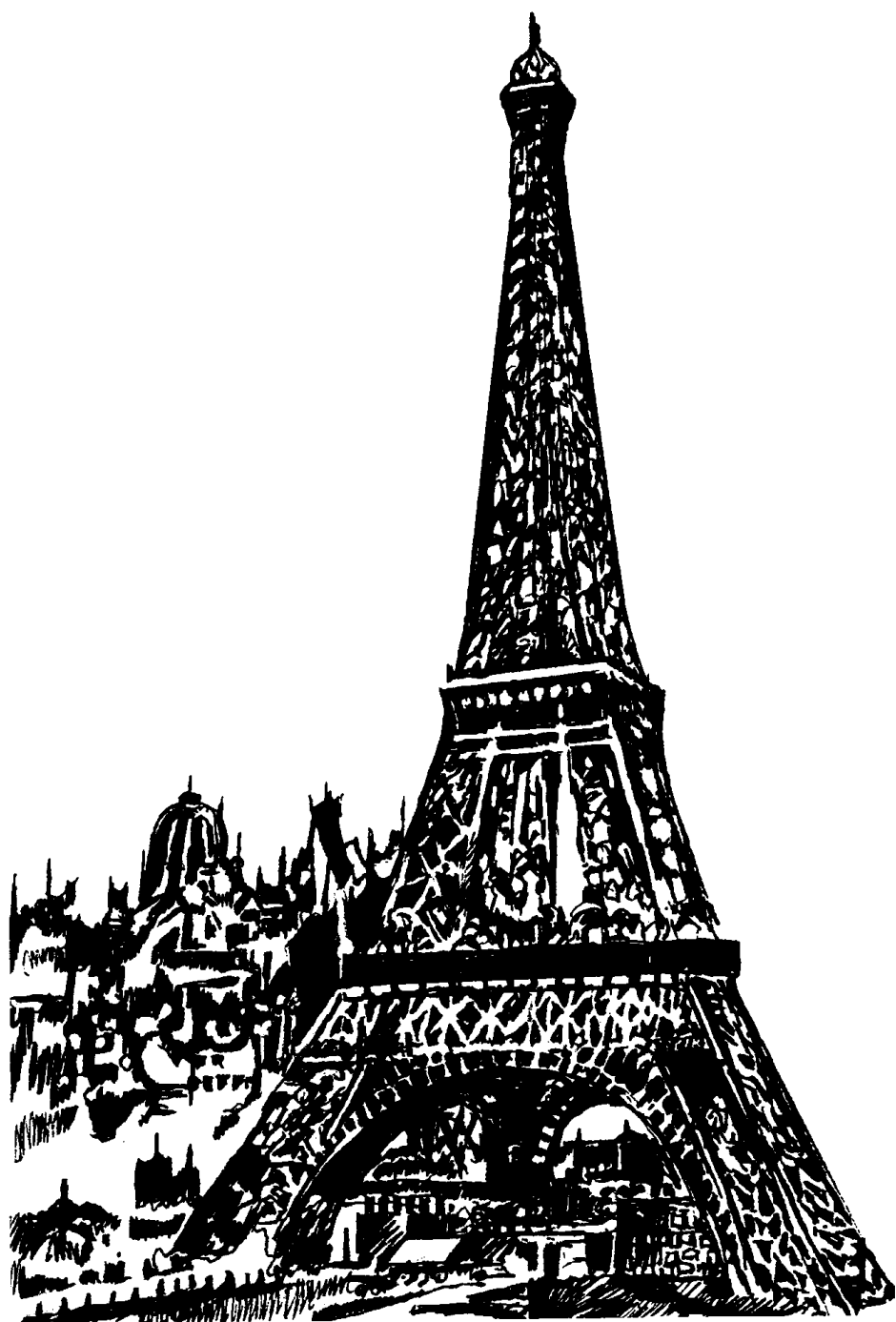


图1-2、1889“巴黎万国博览会”展出了大马力发动机、发电机等产品，专为展览会设计的埃菲尔铁塔，现已成为法国的象征。

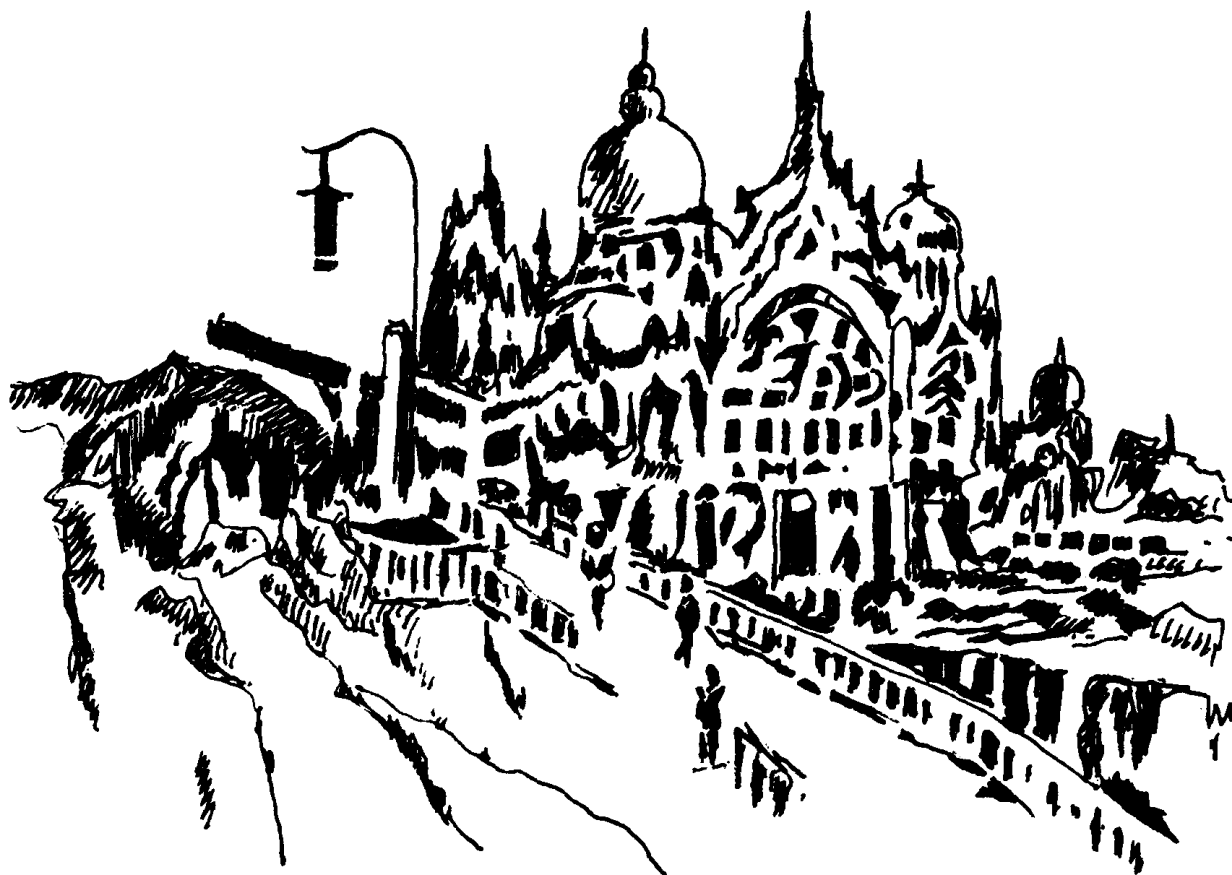


图 1-3、1900 年“巴黎万国博览会”是 19 世纪最后的一个万国博览会

到了光明。自此，世界范围内的产业革命由于第一届“世博会”的举行而加速了其发展的进程。

自第一次工业革命之后，经历了近一个世纪，相继完成了第二次、第三次工业革命。在此期间，“世博会”的足迹遍及世界各国。1876 年为纪念美国独立 100 周年，在《独立宣言》发表地——美国费城举办了“费拉德菲尔独立 100 周年博览会”，展出了当今仍负盛名的贝尔电话机，双重电信、打字机、缝纫机等先进工业产品。由各参展国自行设计建造的展馆，构成了丰富多彩的展示环境。1889 年为庆祝法国革命 100 周年举办的“巴黎万国博览会”，展出了 100 马力煤气发动机、磁石发电机、电气电动机等产品。专为博览会而设计的高 300 米的埃菲尔铁塔，现已成为法国的象征。1937 年在法国巴黎举办的“艺术与科技博览会”，展出了毕加索的壁画，各种汽车和飞机。1939 年“纽约世界博览会”，会期长达 348 天，会场前庭设置的巨型三角形纪念碑和直径 60 米的球体，形成了长达一年之久的具有特殊视觉效果的空间环境。该次展览会展出了录音机、电视机以及风靡世界的尼龙制品。

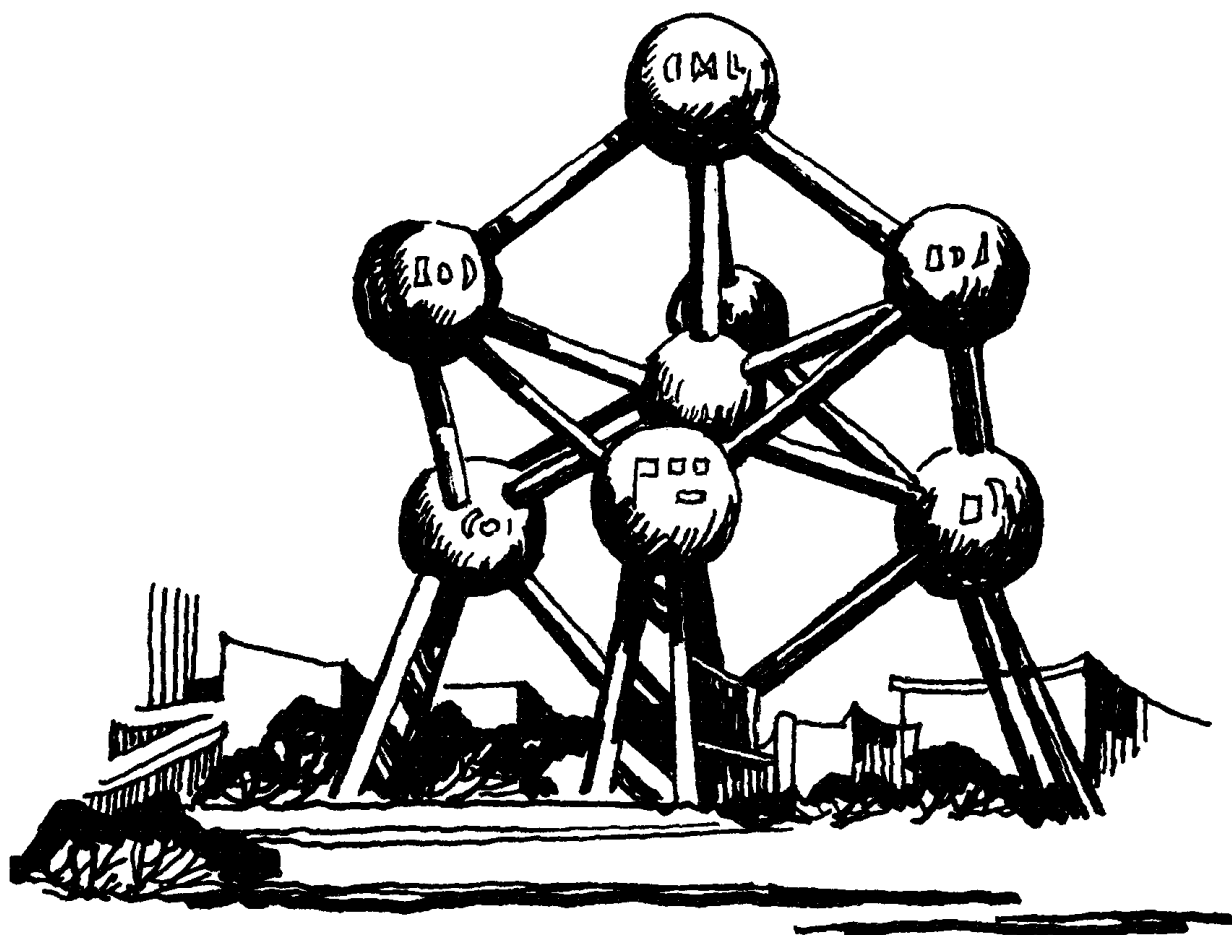


图1-4、“布鲁塞尔万国博览会”提出了科学技术与人类共存的主题。展览会的主题塔“原子球餐厅”，已成为著名于世的名胜。

1958年为纪念比利时统一五十周年而举办的“布鲁塞尔万国博览会”，提出了“如何使科学技术与人类共同生存”的主题。建筑师温·戈西姆设计的展览会主题塔——布鲁塞尔今日的“原子球餐厅”，已成为当今著名于世的名胜新迹。它是一个放大的铁分子模型，由九个巨型圆球组成，每个球直径18米，各球体间由直径3.3米，长23米的金属管连接，人在这种甬道里从一个球体走向另一个球体，仿佛乘着宇宙飞船在太空中遨游，自然产生一种对科学世界的向往之情。1962年在美国西雅图举办的“21世纪大博览会”，揭开了人类进入计算机时代的序幕。1970年在日本举行的以樱花作为象征性标志的“日本万国博览会”，集中展现了日本最尖端的科学技术。世界上第一次以海洋为主题的博览会——“冲绳国际海洋博览会”，1975年在日本举行。1978年、1985年、1989年又相继在日本东京举办了“世界宇航博览会”，在日本筑波举办了“国际科学技术博览会”，在日本名古屋举办了“国际设计博览会”。自本世纪中叶在亚洲连续举办的博览会，表明了亚洲的

科学技术已跨入了世界先进行列，亚洲的展示艺术设计也随之兴起。

20 世纪末在中国昆明举办的“世界园林艺术博览会”，是一次国际园林艺术的盛会，它既充分展示了世界各国的园林艺术特色，又将各国园林艺术融为一体，表达了世界人民向往美好、崇尚自然的共同心声。它预示了 21 世纪人类赖以生存的环境一定如园林一样美好。

纵观世界博览会一百多年的历史，展示艺术这种美好的表现事物的形式，无论是对科学技术的创新和利用，还是对人类文明的弘扬和发展，都起到了无法估量的巨大作用。它所产生的综合效益，已汇成一股推动人类前进的巨大浪潮，把人类带入一个更加科学、更加文明的新世纪。而随着新世纪的到来，随着人类和平运动的发展，随着世界范围内的经济合作、信息交流的加速，随着人类相互依赖、共同生存的大环境的形成，世界博览会、各种展览会将以更高的展示设计水平发挥它应有的作用。

图 1-5、1985 年日本“筑波国际科学技术博览会”三得利馆





图 1-6、1985 年日本“筑波国际科学技术博览会”苏联馆

第二节 展示艺术的分类及展示特点

展示艺术因其展示内容、展示环境、展示规模、展示区域、展示时间等不同而具有多角度分类的特点。不同种类的展示活动需要不同的策划与设计手段。现从展示内容的性质方面分类简述如下：

图 1-7、博物馆类

分 类	展 示 内 容	实 例
综合类 博物馆	人文景观、居住环境、 珍宝、绘画、钟表、陶瓷等	北京故宫博物院 福建省博物馆
社会历史类 博物馆	中国历史、中国革命史、中国 军事历史等历史文献和实物等	中国历史博物馆 中国革命博物馆
文化艺术类 博物馆	中国绘画、雕塑、 民间工艺、音像制品等	中国美术馆 中国工艺美术馆
自然科学类 博物馆	海洋、陆地动植物标本， 天文资料、矿石、地理构造资料等	海洋博物馆 自然博物馆
专题陈列类 博物馆	古代丝绸、古代陶瓷、 琉璃等	丝绸博物馆 琉璃博物馆
其他	名人故居、古遗址、 藏书阁等	徐悲鸿故居 宁波天一阁藏书阁

博物馆类展示场所，大部分是通过陈列形式展示历史文化、自然科学等资料，以期对后人进行某些方面的教育或为科学研究、文学艺术创作提供资料或借鉴。在该类展示艺术设计中，需先对展示内容作专门的研究和深刻的了解再进行设计，或简单质朴、或渲染、营造某一历史环境，均需要根据展示物的性质、展示的目的而定。

博物馆陈列艺术具有较强的序列性、逻辑性和严肃性。

图 1-8、展览馆类

分类	展示内容	实例
综合类展览馆	可供不同内容，同时或分期展出	北京国际展览中心 香港国际展览中心
专业类展览馆	展示内容局限于某一范围，如工业、农业、地质、交通等	北京农业展览馆 山东工业展览馆
国际博览会	同时展出众多国家的各类展示物	法国巴黎国际博览会 中国昆明世界园艺博览会
其他	可供不同内容，分期展出	青岛展览馆 苏州贸易中心

展览馆类展示场所是通过对最新产品、图片等的展示来传递信息、促进交流。该类展览展示环境多、展示内容广泛、展品科技含量高、信息输出量大、紧扣时代脉搏。展示设计要突出其新颖性，要具有灵活性，要体现时代感。

图 1-9、商业展销类

分类	展示内容	实例
综合类商场	同时陈列、销售多种商品	王府井百货大楼 济南银座商厦
专营类商场	陈列、销售同一类商品	北京建华皮货店 北京同仁堂药店
连锁店	环境设计基本一致，销售内容统一	百货连锁店 久久连锁店
专卖店	专门销售某一企业产品、统一店面装饰	联想电脑专卖店 海尔专卖店
超级市场	销售内容多为生活日用品	东单超级市场 华联超级市场
其他	小食品、日用品、书籍、报刊等。	街头商亭、 食品流动车

商业展销类环境设计包括销售空间和橱窗两部分。综合类商场因展销内容丰富，设计师应以合理的功能区划、醒目的导购标识、讲究的广告陈列为设计标准，达到控制环境气氛、协调顾客情绪、培养购买兴趣、促成购买行为的设计效果；专营类商场、超级市场、连锁店除以上设计特点外，还须设计出本店、本行业的特色；专卖店只展销本企业产品，店面设计以体现本企业形象为标准。

商业展销类橱窗设计，以展示销售内容特色为主，其形式要简洁、大方，即有强烈的视觉效果，又与外界环境相协调，使之既能成为展销宣传的主渠道，又能成为城市环境中一道亮丽的风景线。

图 1-10、陈列室类

分类	展示内容	实例
综合类 陈列室	陈列、展示某一行业中 不同类型的产品	轻工厅样品陈列室 纺织厅样品陈列室
专业类 陈列室	只陈列展示本企业各种产品	华光陶瓷厂陈列室 兴远抽纱厂陈列室

行业样品陈列室是长期展示某一行业、某一单位生产样品的固定场所。通过样品陈列室，可以从中了解其过去、现在产品生产的状况。展品陈列有较强的时序性、系列性。展示设计要简洁、大方、朴实，充分体现企业形象、企业素质、企业发展战略。

图 1-11、其他展示类

分类	展示内容	实例
专题类	具有时间规律，性质、目的 相同，内容不同的活动	3·15 消费日 大连国际服装节
礼仪类	临时性庆典、 纪念活动等	北京西客站落成典礼 上海体育馆建馆十周年纪念
娱乐类	供娱乐、聚会的 活动现场	四川自贡元宵灯会 中日中学生夏令营篝火晚会

此类展示艺术设计主要是围绕着某一社会活动的具体内容而进行。定期举办的专题活动，既要在设计中体现呈前启后的连续性，又要突出本次活动的特点，一定要新颖，具有独创性。突发性礼仪、娱乐活动，多以对比强烈的艺术手法进行处理。设计时主要利用主会场周围

的环境（如建筑、街道、树木等）采用条幅、路牌、标语、充气物、鲜花等形式，大力制造、渲染、烘托出一种活泼、热烈的气氛。

图 1-12、用铝合金标准展具，在 $3\text{m} \times 3\text{m}$ 的标准摊位搭设的展示环境。



第二章 现代展示策划

现代展示策划是指展示设计前的组织筹备、计划安排等工作。这些工作大部分由展览主办单位来完成,有些要由设计师或与设计师共同完成。

展览主办单位在确定展览任务后,应先成立领导机构,由领导机构成员商讨、策划,确定本次展览的指导思想、展览要达到的最终目的、本次展览展示的内容、展示的主题、资金的来源渠道与使用分割、脚本的编写内容与作者组成形式、展示的设计、施工单位、时间的安排与要求、各类资料的收集与整理、宣传渠道和宣传方式的选择与利用等等。

策划工作开展得如何,直接影响着展示的总体效果。

图2-1、三角形的空间造型设计,改变了展厅的空间界面,使展示环境变得更加优美。



第一节 展示设计、施工的委托与承接

除少数展览主办单位外,一般单位不设有自己的设计、施工部门,在确定展览任务后,通常是委托社会上专门的展示设计部门或设计师来承接设计和施工任务。设计单位也很少有自己固定的设计任务,他们面对的是社会市场的需求,这就形成了一种委托和被委托的关系。

一、委托展示设计任务

展览主办单位要根据自己的展示内容,自身的资金实力选择展示设计、施工单位。在选择展示设计、施工单位时,为确保设计、施工质量,收到最佳展示效果,应先对展示设计单位作必要的了解和考查。了解和考查的主要内容有:营业证书、资职级别、设计力量、设计水平、设计实例、施工能力、设备、资金状况等。

图2-2、简洁大方的咨询台、中心展台的设计,显得十分严谨。

