

传达空间设计

蔡涛 编著

SPACE

中青新世纪高等院校设计教材

传达空间设计是一项综合性创意设计，带给参与者的是整体感受，强调空间环境与形态、色彩、材料、布光之间的整体配合，具有公共性、开放性、时效性、综合性等特点。传达空间不仅要有信息传播和展示功能，同时还具有交流洽谈、现场体验等互动功能，它是以展示形象的方式传达信息，以视觉元素为主，触觉和听觉等元素也同样重要。这些都要求设计师不仅具备造型方面的创意能力，还要具有一定的整体策划能力。一个好的创意往往令我们兴奋不已，然而好创意是不能只靠讲授得来，还要自己心领神会。但没有谁在创意方面有天生的“悟性”，“见多识广”才是给麻木的头脑带来灵感的良方。因此，本书精选了大量富有创新精神的设计案例，并且为了便于研究和学习，还对它们进行了概括归纳，分类总结，使之成为具体实用的创意模式。

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明:本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可,任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。本书正版图书封底均贴有“中国青年出版社”字样的激光防伪标签,凡未有激光防伪标签的图书均属非法出版物。凡有侵权行为,必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报,对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话:

全国“扫黄打非”工作小组办公室
010-65233456 65212870

中国青年出版社

010-640669359 84015588 转 8002

E-MAIL: LAW@21BOOKS.COM MSN: CHEN_WENSHI@HOTMAIL.COM

图书在版编目(CIP)数据

传达空间设计 / 蔡涛 编著. —北京:

中国青年出版社, 2006

ISBN 7-5006-7002-8

I. 传... II. 蔡... III. 空间设计

IV. TU206

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)

第065962号

传达空间设计

蔡涛 编著

出版发行:  中国青年出版社

地址: 北京市东四十二条21号

邮编: 100708

电话: (010) 84015588

传真: (010) 64053266

责任编辑: 郭光 唐丽丽

封面设计:  敬人设计工作室

 吕敬人+马云洁

印刷: 北京国彩印刷有限公司

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 9

版次: 2006年7月北京第1版

印次: 2006年7月第1次印刷

书号: ISBN 7-5006-7002-8/J · 756

定价: 42.00元

中青新世纪高等院校设计教材

传达空间设计

1

2

3

4

5

6

7

8

传达空间是指以传播信息、展示物品、互动交流为主要目的的特殊空间类型。传达空间设计包括会展空间的设计、专卖场所的空间设计、产品发布（推介）现场的设计以及橱窗设计、博物馆展示空间的设计等。

传达空间是一种融空间和时间概念于一体的空间形式。它与一般的建筑空间不同，其所重视的不是遮挡、庇护等这些空间的原始功能，而是信息传播功能以及空间对人的吸引力。

传达空间是以展示形象的方式传达信息，以视觉元素为主，触觉和听觉等元素也同样重要，带给参与者的是整体感受。

传达空间设计是一项综合性的创意设计，强调空间环境与形态、色彩、材料、布光之间的整体配合，具有公共性、开放性、时效性、综合性等特点。传达空间不仅要有信息传播和展示功能，同时还具有交流洽谈、现场体验等互动功能，这就要求设计师不仅具备造型方面的创意能力，还要具有一定的整体策划能力。

一个传达空间设计的成功与否，取决于信息传播的效率。首先这个空间必须要吸引注意力，然后才能产生信息交换的互动。所以吸引注意力、成为视觉焦点就是这类空间要完成的首要任务，也是成功的第一步。那么如何才能在复杂场景中脱颖而出，成为众人瞩目的焦点呢？我们知道人都有一种视觉惯性，就是对熟悉的东西往往“视而不见”，而要引起关注就必须打破这种熟悉感，用不熟悉的东西来刺激视觉，还可以对熟悉的事物改头换面，让它出人意料地展现出来。这时候就需要设计师开动脑筋和发挥创意了。

一个好的创意往往令我们拍案叫绝、兴奋不已。然而好创意是不能靠别人教授的，只能用心去领悟。但没有谁在创意方面有天生的“悟性”，所谓“见多识广”才是给麻木的头脑带来灵感的良方。因此，本书精选了大量富有创新精神的设计案例，并且为了方便研究和学习，还对它们进行了概括归纳，分类总结，使之成为具体实用的创意模式。当然这种分类可能不是非常全面，并且本书所关注的重点不是深奥的理论知识，而是围绕着在设计实践中如何去发挥创意这一主题展开的。所以每一章节的案例分析都很具体、细致，并以图文结合的方式，把一些文字很难描述的理念展示出来。

本书本着“授人以鱼，不如授人以渔”的原则，从空间创意的基本理念入手，结合空间设计的理念和实现手段，由浅入深、由表及里地研究一个完美空间设计的形成过程。通过剖析优秀作品设计创意的共性，启发读者构筑起自己的空间想像力。

第 1 章	传达空间的界定	7
1	界定传达空间的基本类型	7
1.1	闭合空间	
1.2	开放空间	
1.3	通透空间	
1.4	虚空间	
1.5	弹性空间	
1.6	拓扑空间	
2	距离关系的界定	18
2.1	感觉距离	
2.2	社会性距离(心理距离)	
2.3	影响距离界定的综合因素	
3	尺度比例的界定	20
3.1	展体与人的比例关系	
3.2	高度与水平距离的比例关系	
4	时间的界定	24
5	隔断和功能区域划分	25
第 2 章	传达空间的基本形态	26
1	点	27
2	线	28
3	面	33
3.1	曲面	
3.2	面的存在形式	
3.3	墙面的装饰处理	
4	体块	42
5	形态与结构的契合	46
6	狭长空间的形态关系	48

第3章	传达空间的材质应用	50	6	空间色彩协调搭配的基本方法	101
1	材料分类	50	第6章	传达空间的创意理念	104
2	材料的质感	51	1	确立统一的风格	104
2.1	触觉质感		1.1	优雅含蓄	
2.2	触觉质感的作用关系		1.2	追求朴拙	
2.3	视觉质感		1.3	生活气息	
3	材料的性情	57	1.4	崇尚自然	
4	加工工艺	60	1.5	趣味性和故事性	
5	透明材料	61	1.6	突出地域性特色	
6	材料的创新应用	66	1.7	塑造神秘感	
第4章	传达空间的光环境设置	69	1.8	追求极简	
1	用光的基本概念	70	1.9	象征比喻	
1.1	显色性		1.10	超现实	
1.2	两种显色光源		1.11	颠覆常规	
1.3	光色与色温		2	强调实际功能	117
1.4	照明强度		2.1	强调品牌符号	
2	传达空间的常用人造光源	77	2.2	强调互动功能	
2.1	常用光源类型		3	营造恰当空间气氛	119
3	照明灯具的分工	81	4	抓住观众的视觉心理	121
3.1	常规照明灯具术语		第7章	传达空间的表现手法	122
4	光与空间色调	84	1	抽象的简化	122
5	现场光源的创意应用	85	2	运用视错觉	123
第5章	传达空间的色彩应用	89	3	夸张比例尺度	126
1	色彩在空间设计中的功用	89	4	元素的组合	127
2	空间色彩与平面色彩的差异	90	5	多媒体手段	129
3	空间色彩的对比关系	92	6	道具的运用	130
3.1	异化现象和同化现象		7	不同视角的设计	131
3.2	色相的对比		8	气模的应用	132
3.3	纯度关系		9	悬挂	133
3.4	明度对比		10	强化单一对比	134
3.5	冷暖关系		11	分割	135
3.6	面积关系		12	投影的运用	136
4	色调	98	13	重复构成	137
5	空间色彩的穿插呼应	99	14	兴趣点	139

第1章 传达空间的界定

本章课题目标：

掌握传达空间的基本类型。学会根据人的生理感觉、人的社会性等因素界定空间的距离关系，并进一步了解其比例关系、时空关系以及功能区域的划分。

空间是一直存在的，当没有限定时，“空间”的概念是抽象的，同时也是虚无空洞的。比如在沙漠中有一扇孤立的门，它既可以向前开，又可以向后开，周围没有任何参照物，甚至没有太阳、月亮。当你站在门的一边，你很难确定自己是站在“门里”还是“门外”。因此，我们要确立一个传达空间，首先必须要把某个局部空间从整个大空间中界定出来，形成一个特定的空间范围。同时也包括对这个空间存在时间的限制（这与建筑空间的时间概念有所不同）。例如，在展览现场，拦一小段绳子就能把不同性质的展位区分开（空间）；在公园广场上一个用纸板做的广告亭，大家就会知道它是临时使用的，不久就会被拆除（用材质界定时间）。

创意性空间不能感觉，只能感受；不能经验，只能体验。就是有创意的界定不仅仅是从物理上，更是从心灵上。有时候一把椅子，一段悬垂的幕布就能让人感受到一个特定空间的存在，体验到创作者独特的匠心。空间无论多大都是有限的，但是好的设计师能通过富有创意的空间界定给参与者无限想象，这才是空间界定的至上宗旨。

1 界定传达空间的基本类型

实际上，选择一种界定方式就是选择一种空间的组合结构，这个结构决定着下一步布光、用色、材质的选择，还将决定整个空间的风格，是塑造气氛的基础。影响设计师作出选择的因素有三：一是空间的物理需要，即需要多大的空间能达到传达的目的或是能有多大的空间可用；二是满足参与者参观、交流、体验以及互动的需要；三是赋予传达空间某种特定含义。

满足种种需要的传达空间，其界定方式往往是综合的。为了方便学习研究，以下我们把现实中综合多样的界定方式按类型进行划分：闭合空间、开放空间、通透空间、虚空间、弹性空间、拓朴空间。

1.1 闭合空间

这是一种非常内向性的空间界定方式，空间都被严实地封闭起来，隔离性比较强，无论是视觉、听觉等都较少受到外界的影响。同时领域感很强，具有相当好的私密性，但是流动性较差。这似乎与传达空间“传达功能”相悖，事实上在较大范围的公共场合中，人声嘈杂、拥挤的空间使人的交流、自我体验等活动互相干扰，这时特别需要闭合的空间来满足个体或小群体的隐秘性需求。例如一些电子产品（音像、游戏等）的专卖店或展会中都设有小型的闭合空间让参观者去体验产品；还有服装专卖店里的试衣间这类的空间等，有创意的设计师花很大心思进行设计。[如图 1-4]

闭合空间在吸引注意力方面也并不是一无是处，含蓄内敛的闭合空间往往给参观者某种神秘感，刺激他们的好奇心，使他们有进入内部一探究竟的欲望。一家展览馆在举办一次展会时，觉得展馆中央的楼梯口造型与展览整体风格不符，就用黑色帷幔把它封闭起来，形成了一个圆筒型的闭合空间。结果是几乎所有经过的观众都要撩起布幔，看看里面到底是什么。

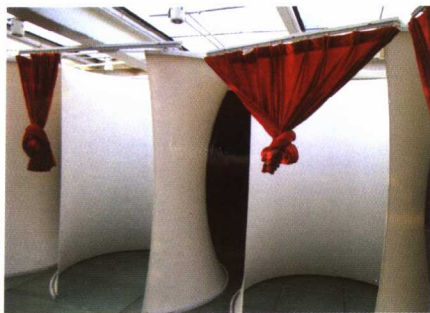
		5	8
		6	9 10
1	2	7	
3	4	11	

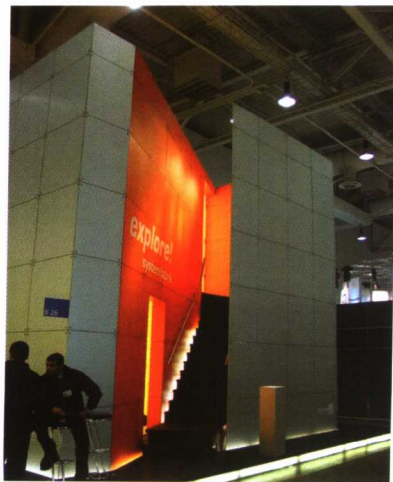
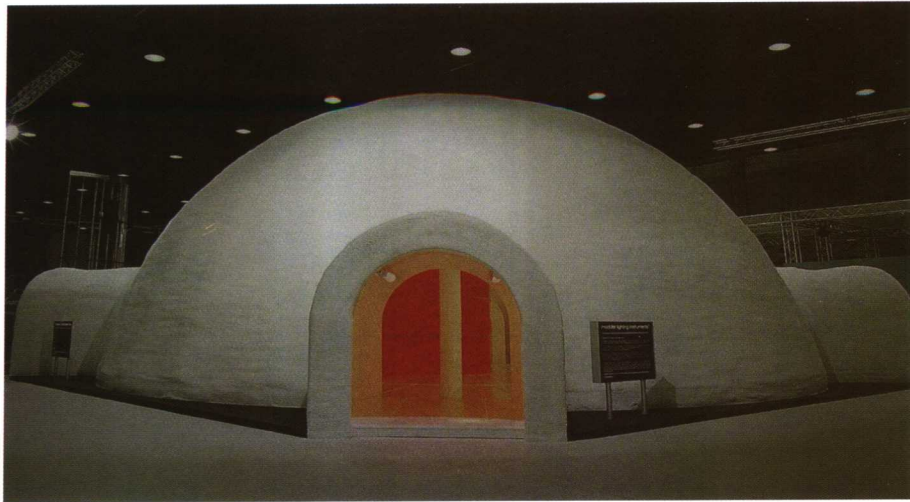
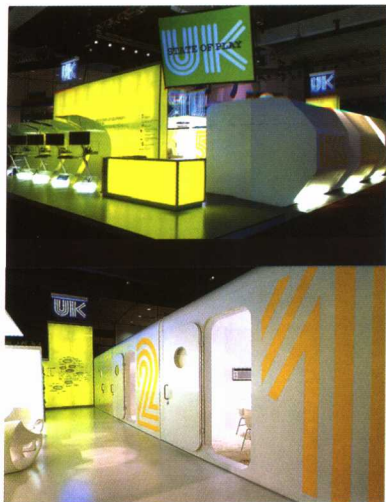
1 这个别致的试衣间是一个把顶部都封闭的小型闭合空间，却在踢脚处作了通透处理，这不仅增加了空间的情趣，还能让人知道里面有没有人。

3 用透明材料作的封闭空间只是为了隔音用。

5 在公共展示空间的旁边安置了像船舱或是集装箱一样的闭合空间，使闭合和开放形成鲜明对比。

8 模仿爱斯基摩人冰屋的闭合空间，虽然闭合得严实，但新奇的外表足以勾起观众的好奇心。





人们对幽闭空间的兴趣有时要大于那些一目了然的空间。有的设计师抓住参观者这种探幽的心理很偏爱以闭合方式来界定整个传达空间。【如图 5-6】

一旦选择了闭合空间，同时也就选择了它的弱点流通性差、信息传达不直接。设计师需要采取一些措施去扬长避短。以下是一些具体方法：

■ 在闭合空间的外立面上做文章。让人觉得在这些围墙封闭的空间内有很特别的东西不能轻易示人。【如图 7】

■ 设计一个精彩的入口。即使围墙是平淡的，一个新奇的入口也足以引起参观者的兴趣。【如图 8-9】

■ 让闭合空间的内部与其外表大相径庭，当参观者被灯光、色彩、造型等的巨大反差震撼后，会体会到一种别有洞天的新奇，从而对空间中所传达的信息留下深刻印象。【如图 10】

■ 做一些局部的通透性设计，让闭合空间在保留隔音、遮挡、阻断、私密的基础上增加一些吸引力。调节四周严密封堵的闭合空间笨重沉闷感，在里面的人也不会感到压抑。如使用半透光材质、局部镂空以及前面提到的悬空围墙。【如图 4】

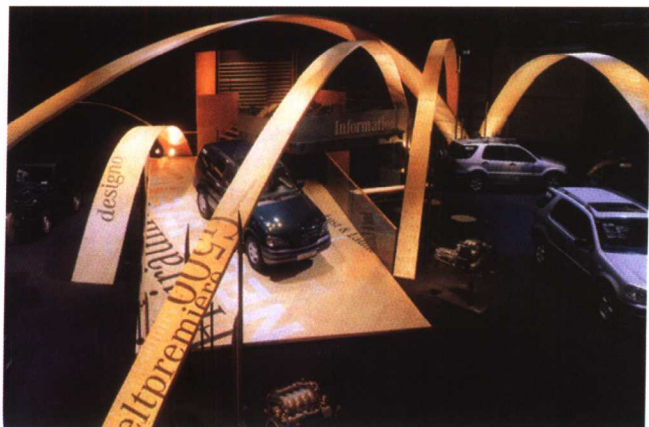
1.2 开放空间

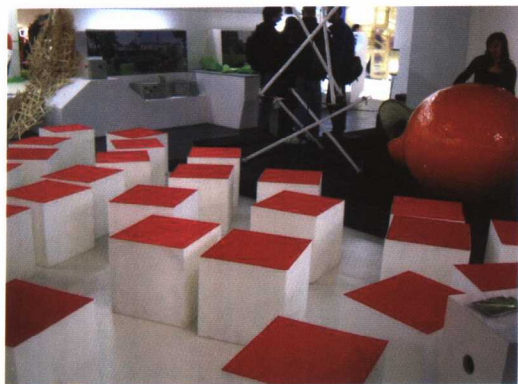
在这种界定方式中,很少或几乎没有明确和完全的隔断,而是象征性地通过一些形体的提示,利用心理完形来构筑空间感。开放空间视野开阔、流动性好,与外界的沟通交流比较畅通,非常易于视觉、声像的直接传达。[如图 1-2]

设计师为了让参观者能透彻的从四面都看到传达内容,往往不使用阻隔视线的墙面,而是尽量用立柱、悬挂等方式承载主题信息。但是,开放式空间界定在方便与人沟通的同时,也失去了很多展示信息的载体。与一般建筑景观中开放空间不同,视觉传达空间一般要有大量信息需要传达,至少需要一个背景墙去承载主题信息,从严格意义上讲这就成了半开放空间。[如图 3]

3
1 4 5
2

2 由于汽车是较大的展品,适合在较大空间展示。在这个空间中设计师把顶面也去掉,形成一个全开放空间,然后用有弹性的板材自然下垂,圈定空间的范围。





3 伞柄(或蘑菇)型支撑确保空间至少有一个顶,这样明确空间范围,又能让四边完全开放。

4 红色的方块既是座位又是不妨碍流通的标界体。

由于没有或者说缺少分割空间的隔墙,区域划分就成了设计师在开放式空间中要解决的首要问题。当然,除了隔墙还有很多方式可以在保留视野开阔、便于交流传达的基础上让空间区分开:

■ 设置小型标界体。很多人马上就会想到软绳护栏之类的东西,但它们不能让人跨越,会影响流动性。其实生活中就有现成的例子:小学生在没有球门的空地上踢球,只用书包、汽水瓶就能把球门和边界界定的很清楚。【如图4】

■ 搭地台。这是一种比较有效的分区方法,地台不仅有高度水平的变化,还可以发光,形成低光区域,使界限更加明确。【如图5】

■ 用聚光灯划分区域。这种方法要求整体空间的亮度较低，所以不是所有的空间都适合。 [如图 1]

■ 在地面上画线或是涂不同的色彩。然而人们往往对运动场上的线和色彩比较敏感，而对展会、商场等场所地面上的线和色彩不太敏感，所以一定要用对比较强烈的色彩。 [如图 2-3]





1.3 通透空间

通透实际上是一种调和闭合与开放之间矛盾的手段，也可以说是集闭合与开放的优势于一体的空间类型。带着欲说还羞的犹豫，若隐若现的景物特别能勾起人们的好奇心，使人产生进去一探究竟的欲望。从技术层面上讲，通透的空间界定有利于光照共享、声音传递以及空间通风，还可以使造型、色彩以互相透叠的方式产生一些特殊空间效果。

通透还可以细分成几种不同的情况。“通”与“透”本身就有区别，前者是指对实体无阻隔，后者主要是针对视觉的。[如图4-5]

“通”与“不通”是指空间某个方向上是否有实物隔断。在传达空间中主要是指人的通行、声音、气流的流通性，可以分为直接相通和间接相通两种情况。直通的空间大方爽朗、一目了然，光线和视线自然也是“透”的；间接相通的空间是靠影壁、屏风、隔断把空间变得迂回，视觉不能直接到达目标，这样的空间有利于安排展示顺序，就是参观者既能总览空间全局，又必须按照一定的顺序观看。

1 2 3 4 5

3 为了使地面上的界线更加明显，设计师为它增加了光带，但这种设计的前提是开放空间的整体位于地台之上。

“透”与“不透”是指在某个方向上对视觉和光线是否有阻挡。当采用透明和半透明材料隔断空间时，可以在不通的情况下实现“透”，透明度高的材料可以实现“透视”，透明度低的材料仅能透光。“通”与“透”在应用上常常相互结合，以取得更丰富的空间层次效果，隔而不断，意境相连。

界定通透空间的透明与半透明材料不一定是玻璃、PVC之类不透气材料（PVC材料是塑料装饰材料的一种。是聚氯乙烯材料的简称，此种材料具有轻质、隔热、保温、防潮、阻燃、施工简便等特点。规格、色彩、图案繁多，极富装饰性。）纱布、金属网、竹帘、密布孔眼的金属（或防火板）材等都可以作为通透空间的间隔材料。当然，还有更多有趣的间隔方式有待设计师们去发现。关于透明和半透明材料在第3章中会专门叙述。〔如图1〕



1.4 虚空间

简单的说虚空间就是不能把现实物体置入其中的空间。产生虚空间的情况有以下几种：

- 由镜面体反射形成的虚空间，镜面体不一定是玻璃镜，它可以是镜面不锈钢、塑料、水面等。〔如图2-3〕
- 由仿真画面构成的虚空间。





1 4
2 3 5

■ 由投影机投射出的虚拟空间。

虚空间虽然不能扩大现实空间、承载物体，却可以扩大心理空间、营造特殊气氛以及丰富空间层次。特别是投射，很容易营造出虚幻、神秘的意境；镜面体则因其反射角度、形体的不同，可以塑造出各种有趣的、足以乱真的虚空间。

1.5 弹性空间

如果一个传达空间中的参观者人数变化较大，或者展品是活动的，这时设计师就要预留出伸缩的空间以备容量的变化，这种能伸缩变化的空间就是弹性空间。感觉上弹性空间的边界应该是橡皮做的，就像拳击台上的护栏或者是活动的边界，[如图4-5]再就是用小型的悬垂物（不妨碍流通的）作为标界间隔。

其实弹性空间的界定还有更多的方式，这儿有一个很好的实例：电视台在播放一档回忆性的纪事节目，演播室中主持人和嘉宾背后