

For Training Schools & Vocational Colleges of Higher Education

高职高专艺术类专业[基础学程]

BASIC CURRICULUM

展示设计基础

汤洪泉 主 编

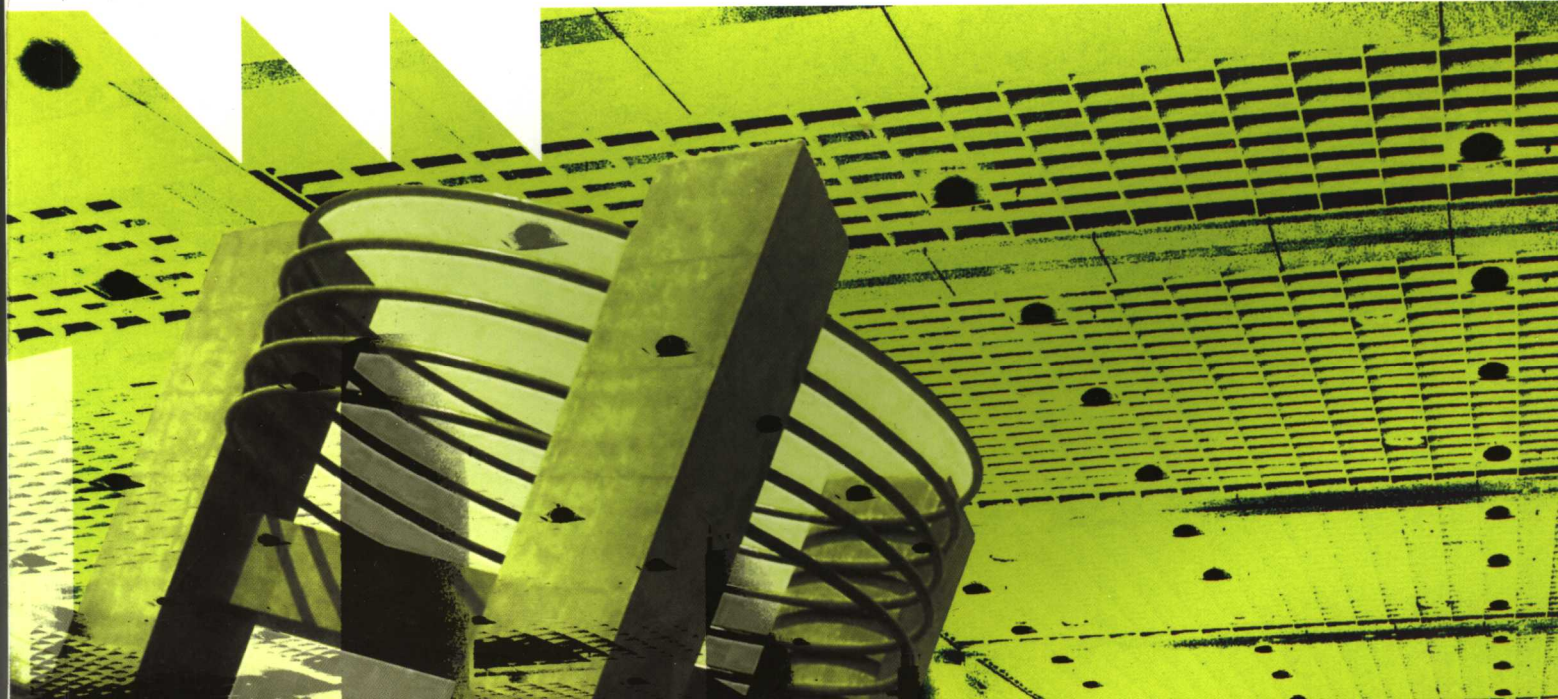
尹健君 副主编

刘 妤 郭 琳 王志刚 编 著

尹健君 汤洪泉

凤凰出版传媒集团重点出版项目

凤凰出版传媒集团 ◆ 江苏美术出版社



For Training Schools & Vocational Colleges of Higher Education

高职高专艺术类专业[基础学程]

BASIC CURRICULUM

展示设计基础

汤洪泉 主 编

尹健君 副主编

刘 妤 郭 琳 王志刚 尹健君 汤洪泉 编 著



大 视 觉
艺术教学系列

凤凰出版传媒集团 江苏美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

展示设计基础 / 汤洪泉主编. — 南京: 江苏美术出版社,
2007.8

高职高专艺术类专业基础学程

ISBN 978-7-5344-2424-3

I. 展… II. 汤… III. 陈列设计—高等学校: 技术学
校—教材 IV. J525. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 124625 号

策划编辑 徐华华

责任编辑 徐华华

朱 婧

装帧设计 武 迪

封面设计 武 迪

审 读 王春南

责任校对 吕猛进

责任监印 贲 炜

书 名 展示设计基础

主 编 汤洪泉

副 主 编 尹健君

编 著 刘 好 郭 琳 王志刚 尹健君 汤洪泉

出版发行 凤凰出版传媒集团

江苏美术出版社(南京中央路 165 号 邮编 210009)

集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>

经 销 江苏省新华发行集团有限公司

制 版 南京水晶山制版有限公司

印 刷 盐城市印刷总厂有限责任公司

开 本 889 × 1194 1/16

印 张 9

版 次 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-2424-3

定 价 38.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼

江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

序

职业教育是我国现代化进程中培养高素质劳动技术人才的基础工程。夯实人才金字塔结构的基础,必须坚持以服务为宗旨、以就业为导向、以学生为中心、以能力为本位的办学指导思想,进一步深化职业教育教学改革,真正办出职业教育的特色,提高职业教育的教学质量和办学效益,促进职业教育可持续健康协调地发展。

江苏省高职教育研究会艺术类专业协作委员会在省教育厅高教处的指导下,依托省内高职专科院校一线教师的教学实践和教学经验,组织开发、编写了此套体现江苏特色,反映新知识、新技术、新工艺和新方法的高职高专艺术类专业“四大学程”。学程着力体现能力为本、任务驱动的指导思想,通过任务、活动和主题等多样化的表现形式,将知识点和职业能力实践融进课题训练中,改革教学方法和学生的学习方式,以此提高艺术类专业学生的创造能力和综合素质。

江苏省高职教育研究会艺术类专业协作委员会和江苏美术出版社,经过三年多的研究和努力,在参编院校师生的积极配合下,“四大学程”第一批教材面世了。这是我省职业教育教材建设的新的探索和新的成果。“四大学程”已列入江苏“十一五”期间重点出版项目,是我省高职高专教材建设的新的增长点。希望该学程继续秉持实事求是、创新求精、面向未来的原则,省内各高职高专院校在使用好“四大学程”的教学实践中,进一步修订和完善本教程;同时,能够借鉴国外优秀职业教育专业课程和教材,吸纳全国高职高专院校教材编写的优点,不断优化内容,拓展体系,为加速培养适应我省经济社会发展需要的技术型、技能型人才,为建设江苏和全国的高职高专课程、培养高素质的技术人才做出贡献,为江苏的“富民强省”和“两个率先”服务。

高职高专艺术类专业
“四大学程”编写委员会
2007年5月20日

目录

序

前言	001
课题一 展示设计概论	002
子课题一 展示设计基础实训	002
子课题二 展示的功能与类别	005
课题二 展示设计基本知识	015
子课题一 形式法则的应用	015
子课题二 展示设计的制图	026
子课题三 展示设计效果图	034
子课题四 模型设计与制作	038
课题三 人体工程学与尺度	049
子课题一 人体工程学应用	049
子课题二 人体工程学尺度与视觉因素分析	051
课题四 展示的空间营造	064
子课题一 展示的灯光与色彩设计	064
子课题二 展示的绿化设计	075
子课题三 展示的设备设计	083
子课题四 展示的空间设计	093
课题五 展示设计材料与新技术的应用	106
子课题一 展示应用的相关材料	106
子课题二 声、光、电科学技术应用	115
课题六 综合设计	124
子课题一 商业展示设计	124
子课题二 文化展示设计	131
作者简介	140

前 言

在现代经济社会发展的进程中,贸易促销手段的日新月异,促成展示设计成为热门学科。它集艺术、科学于一身,利用现代媒体对展示物及展示环境进行系统的策划、创意等,达到宣传推介展示物的目的。无论是商业贸易、史迹再现、艺术表现等,都离不开展示新媒介。它以直观、形象、通俗易懂的方式向人们传递可视的、可触摸的信息,使人们在身临其境的氛围中感受展示艺术的魅力。展示会是传播科学技术信息的中心,最新的科技成果纷纷登场,参展者的国际化、展示内容的专门化,使各种展示活动犹如一个涌动的加速器和传动装置,加速了科技与新产品的推广、更新,有力地推进了世界各国间的了解与合作,推动了生产力的发展,密切了世界各国间的经贸关系,扩展了世界市场,带动了世界科技与贸易的协调发展,推动了生产文明与生活文明的进步。

本学程以课题的结构形式编写而成,对教学目的、知识点、教学阐述、教学过程等作了深入细致的研究。本学程传授了展示的基本知识、人体工程学的尺度,以及在展示设计中的应用、如何营造展示空间、合理选用展示材料、科技新技术的应用、综合设计等,把理论与技术有机地结合起来,构筑成独特的学程体系,是高职高专院校的专用学程,也适合中等职业学校及从业人员使用。

本学程的第一章展示设计概论由郭琳编写,第二章展示设计基本知识由王志刚编写,第三章人体工程学的尺度、第六章综合设计由尹健君编写,第四章展示的空间营造由刘好编写,第五章展示设计材料与新技术的应用由汤洪泉编写,全书由汤洪泉统稿。在此也得到占必传教授、薛生辉副教授、顾晓菁副教授的大力支持,还有江苏美术出版社同仁的鼎力相助,才使这本学程与读者见面。本学程引用了一些图片资料,因地址不详,未能与有关人员取得联系,深表歉意。

汤洪泉

2007年6月



课题一

展示设计概论

子课题一

展示设计基础实训

课题概述

本课题概述了展示设计的概念及发展,对展示设计的从属性、多维性、科学性和艺术性等特征作了深刻分析。

课题目标

通过本课题的学习,使学生了解展示设计的概念,区分展示设计的性质与特征。掌握展示设计的基本理论知识。

知识点

一、展示的概念

展示设计的宗旨就是运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置以及各种组织策划,有计划、有目的、符合逻辑地将展示的内容呈现给观众,并以此对观众的心理、思想和行为产生重大影响。

二、展示的本质和特征

展示空间的创造,实质上是一个人为环境的创造。就空间环境的创造来讲,近似于建筑设计,就展具设计、展品陈列来看,又具有产品设计与商业美术的特点,而信息传达的方式则又以视觉传达为基础。在空间环境中体现出组织者及展品的形象特征,使观众可以在参观的过程中全方位地感受展示环境的氛围,从而使展示设计在艺术设计门类中独具特色。

特征一:从属性

从属性——从属于功能,服务于功能。展示设计从属性的体现,涉及多方面的知识领域,功能要求是多层次的。

特征二:多维性

环境、产品、观众、时间是展示设计的基本要素,它们之间的组构关系表明展示具有多维的性质。

特征三:体验性与参与性

展示是一种有意图的借助展品及各种信息载体向观众传递信息,并影响他们生活的活动,观众是服务的最终主体。展示设计的成功与否,应由观众的反应来检验。

特征四:信息载体的多样性

在一个展览会中,我们最常见的有实物载体、图像载体、空间载体和视听载体。实物载体:以商品实物向观众提供了最丰富最可信的信息母体。图像载体、空间载



图 1-1 钢材和玻璃的展示建筑

体、视听载体等多样化的信息载体,在展览中合而为一,给观众提供了全方位、最富价值的信息。

特征五:科学性与艺术性

科学性是展示设计的基础,艺术性是展示诉诸效应的保证。展示业的发展是以科学技术的进步为前提的。

三、展示设计的目的

视觉传达的表述方式和产品设计的形态特征以及室内外环境构筑方式是展示设计的基础。作为大众传播媒介的视觉传达设计(包括广告、标志、字体、版面、光电声像等)和产品设计(展示道具、展示台架、照明灯具等)以及室内外环境设计(室内空间设计、环境绿化、氛围的塑造等),构成整个展示活动的三大设计主体,从而也表明展示设计的本质是一门综合性的艺术设计。

四、现代展示设计的发展趋势

自 1851 年伦敦举办了第一届世界博览会以来,国际展示业迅猛发展。时至今日,随着国际之间相互依赖、共同生存的环境的形成,随着世界范围内的信息交流与经济合作的加速,各种交流活动通过国际之间、地区之间的会议或大大小小的展示活动将特定的信息进行交流和传递。近 10 年来,世界各国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、纽约大都会艺术博物馆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。

经典解读

本方案选用钢材和玻璃作为展示设计的主料,弧形的造型曲线柔和,缓解了钢材和玻璃给人带来的冷漠感,灯光闪烁在钢材架成的曲线之上,既有照明的作用,又显现出精致与休闲。独特的展示建筑,打破了常规的陈列,吸引了前来的参观者,



带来了一定的经济效益(图 1-1)。

课题要求

通过分析展示的成功案例,理解展示设计的塑造和表现语言。

课题步骤

- ① 举实例进行课题分析。
- ② 参观 2~3 个商场橱窗,可用数码相机或传统相机拍照保存图片。(业余时间)
- ③ 根据图片总结出展示设计的性质,并要求学生制作成幻灯片在课堂上讲解。

教学辅导

- ① 搜集展示设计作品。
- ② 辅导学生简述展示设计的概念与特征。
- ③ 辅导学生了解设计的本质,明白现代展示设计是一门什么性质的学科,它的研究范畴包括哪些方面的内容。
- ④ 让学生了解作为一个展示设计师应该具备哪些基本知识和技能。

参考资料

- ① 汤洪泉:《室内设计原理》,南京大学出版社,2006 年
- ② 丁允明:《现代展览与陈列》,江苏美术出版社,1992 年
- ③ 张明:《现代展览设计》,中国美术学院出版社,1999 年
- ④ 福厚:《展示设计》,吉林美术出版社,1997 年

子课题二 展示的功能与类别

课题概述

本课题概述了展示艺术的演变与发展,对展示设计的研究范畴(展览会设计、博览会设计、博物馆陈列设计、商业橱窗环境设计、购物环境设计、观光景点展示设计等)进行了较为详细的解说。

课题目标

通过本课题的学习,使学生了解分析展示艺术的演变与发展过程,目的是掌握展示设计的类别。

知识点

一、展示艺术的演变与发展

据我国史料记载,在春秋战国时代,已出现了临淄、洛阳、邯郸等商业城市,商业展示艺术有了初步的形态,店铺门前出现了与经营商品有关的悬挂标识或实物。到唐宋时期,商贸有了长足的发展。北宋画家张择端的《清明上河图》生动地描绘了汴梁城里店铺林立,招牌店幌众多,商贸繁荣昌盛的景象。

较早的博物馆展示陈列可追溯到古希腊。早在公元前5世纪,特耳非城的奥林匹斯神殿里就有一个收藏各类战利品和雕塑品的宝库。文艺复兴以后,随着自然科学、航海技术、考古学的发展,收藏的内容和规模扩大了,物种分类更加科学,陈列展览从家庭式走向社会,逐步发展成为不同规模、不同类别的博物馆。18世纪以后,欧洲各国已先后出现人文、地质以及自然科学的博物馆;其中以1753年建造的大英博物馆,1793年由法国皇宫改建的卢浮宫美术博物馆最为著名。博物馆传播科学、传播知识、传播艺术,已成为社会文明的重要组成部分。而专业展示设施、展示手段的完善,也对博物馆的发展产生了一定的影响。

1851年5月在英国伦敦海德公园举办了首届国际博览会(图1-2-1)。当时的英国为显示其产业革命所取得的巨大成就,政府不惜动用4500吨钢材、30万块大幅玻璃,采用了标准预制构件的方法,建造了总面积为74000平方米的巨型空间。这座外形为拱顶的阶梯式长方体,除了显示其材料本身质地外,没有多余的装饰。展览会建筑采用了规格化、预制化的平板玻璃、油面玻璃和钢骨架,类似当时常用的玻璃暖房,通体透明,内部光线充足,被称为“水晶宫”。此次展示吸引了欧洲各国和美国、加拿大、印度、中国等国家的参与,共展出精品14000件,历时160余天,接待观众600多万人,盈利达21万英镑。该展览会盛况空前、史无前例。首次博览会

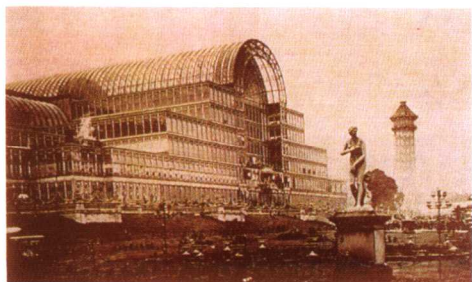


图 1-2-1 1851 年伦敦水晶宫博览会

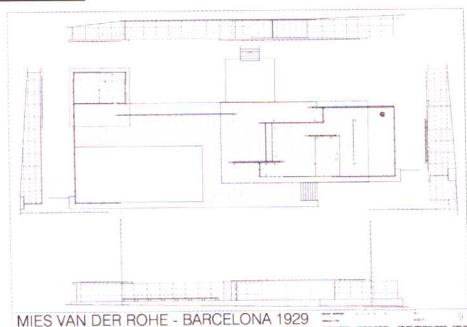


图 1-2-2 1929 年西班牙巴塞罗那世博会德国馆平面图



图 1-2-3 世博会结束后,展馆被拆除,1983 年西班牙政府重建这个对世界建筑有深远影响的展馆

是第一次产业革命的产物,使世界透过展览这面镜子,看到了产业革命给人类生产与生活带来的深远影响。从首届博览会到今天的 100 多年间,可圈可数的世界性博览会就有 40 多次,各地举办的博览会更是数不胜数。这些博览会犹如巨大的、多角度的折射镜,反映出始于 18 世纪 70 年代的产业革命,19 世纪 40 年代的工业革命,20 世纪以电力、化学制品和汽车的发展为标志的第三次工业革命,以及目前以网络技术、生物工程、高新技术开发为标志的信息革命的进程。可以说,展示设计的发展与人类科学的进步、经济的发展同步。

英国于 1852 年成立了世界上第一个工艺美术博物馆,瑞典、捷克、丹麦等国家立即效法英国,很快建立了工艺美术博物馆和工艺美术学院,促进了这些国家的科技进步和经济繁荣,同时推动了产品造型设计水平的提高。

1889 年,巴黎举办了万国展会。其中开设了机械馆,大胆采用了钢制的三铰拱、支撑筒拱形的展览馆,展馆长 420 米,跨度达 115 米,是展览史上的一大进步。在这届博览会开幕时,最引人瞩目的是博览会的象征建筑——埃菲尔铁塔。埃菲尔铁塔后来成为法国最著名的标志之一,在现代建筑发展史上,具有奠基作用。从这届博览会开始,各国有了自己的专业陈列馆。

1907 年,在德国慕尼黑由诺恩包伦倡议主持布置了“克·努德迈耶居室设备”展馆。这是一次有关工作和生活方式的讽刺性模拟陈列。到了 1909 年,在斯图加特城的国内工业博物馆内,开辟了永久性的陈列馆。

1923 年夏,德国举办的“包豪斯展览”,集中体现了对现代艺术和现代设计探索的成果。在这个展览会上可以看到学院教学向理性化设计的转变。在这个全称为“艺术与技术,新的统一”的展览会上,展出了大量的产品设计、建筑模型,还有学生的习作,为后来的样品陈列开创出先例。

1925 年在法国巴黎举办的“世界装饰艺术展览会”上,显示出“艺术与手工艺运动”和“新艺术运动”以后西方艺术设计新的进展,标志着“装饰艺术运动”的出现,对后来“装饰艺术运动”的广泛传播起了很大的推动作用。这次展出影响最大的是大方筒形拱顶、金属框架镶玻璃,上部空间用波浪形的吊挂物做装饰,给人的视觉造成了冲击。

随着博览会对世界各国影响的不断扩大,1928 年 11 月 22 日,由法国等国发起,31 个国家参与,签订了《国际博览会公约》,展览朝着规范化、专门化、定期化方向发展,展示活动逐渐步入了健康的发展轨道。

1929 年在西班牙的巴塞罗那举办了世界博览会。其中的德国馆建筑(由密斯·瓦·德罗设计)开创了现代建筑的新纪元(图 1-2-2~图 1-2-3)。这座展览建筑打破了以往建筑的封闭式格局,具有划时代的意义。展览会平面布局集中而又四通八达。在展厅建筑处理上,用 8 根钢柱支撑起平屋顶,采用独立式幕墙,建筑材料选用世界名产意大利的染色玻璃。主体是长方形的展馆、两个水池和一个附属用房,有短有长,独立的墙将它们连接起来,是 20 世纪公认的伟大建筑之一。

1933 年美国芝加哥举办的芝加哥世界博览会主题是“进步的一世纪”,它不仅展示了过去一个世纪人类文明的辉煌成就,如电话、电报、汽车和飞机,而且明确



图 1-2-4 毕加索《格尔尼卡》

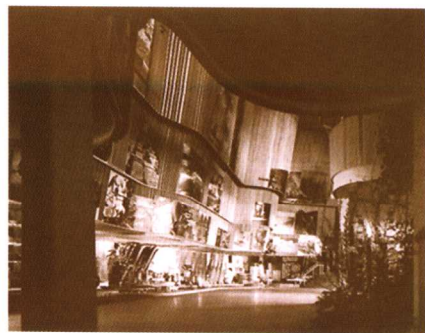


图 1-2-5 1939 年纽约世博会芬兰馆

提出科技发明和创新将成为今后人类发展的主要动力。

1937 年,巴黎举办了“艺术和技术博览会”。毕加索《格尔尼卡》(图 1-2-4)的发表成为大众话题,技术要实际地得到应用这一理论得到认同。展览会上还展示了汽车等交通工具,一种被称为综合设计——“高科技”的设计风格得到了人们的喜爱。1939 年的纽约世界博览会,会期 348 天,是迄今为止举办时间最长的博览会。其设计特点为,会场前厅树立着作为象征物的 230 厘米长的三角形纪念碑和直径 60 米的环体。展览馆大多是没有窗户的一层楼建筑,这样可以利用它展示壁画。其中芬兰馆设计具有独特创意,采用了外形一般而内部展示空间特别的新颖设计(图 1-2-5)。出挑三层并向前倾斜的、满钉木条的曲面展墙不仅增加了展出面积,更重要的是使照片不会透视变形,使观众视觉舒适。展厅的底层(曲面展墙的下面)是放实物的展台,另一面的二层挑廊上布置咖啡座、餐饮或休息的观众可以舒适地观看对面的展览图片,也可看清展馆内的全貌,布置生动活泼,极有表现力,它使这一时期类似的室内外建筑物成为博览会的主流。

1950 年,在美国的敏奈阿波里斯城举办了艺术展览会。在平面布置上,展板走向与展厅墙面是 45 度斜向交叉,展板的下方是长条底台(内装日光灯),两组展板之间用立柱连接,下面则为通道。在展览设计方面又有了新的探索。

1951 年,在意大利的米兰市举办了“国际艺术三年汇展”。瑞士馆区只有 9 平方米,弧形展厅内陈列着首饰、陶器、小五金与小织物等,展柜的直径有三种规格,分别为 100 厘米、200 厘米、300 厘米。这在展示上又走出了一条新路。

1952 年,在瑞士的巴富尔城举办了“最好的形式”展览会。本次展览设计的亮点是用木框架连接起来组成弯曲的展架,木架中部固定小型展板。弯曲展架排列成展墙,分隔空间和组织参观路线,活泼新颖。

1958 年,比利时布鲁塞尔举办了主题为“科学、文明和人道主义”世博会,明确地告诫人民在战后的废墟上面对现实,靠自己的力量重新建设家园,人类希望进步的科学和人道主义。该会第一次提出了如何使科学与人类共存这一主题,建设了整体形状为原子结构的原子馆(图 1-2-6)。它象征着把铁原子的结构放大 2000 亿倍形成的原子模型。象征物高 110 米,是由 9 个铅球组合而成的纪念碑。另外,前苏联的第 3 号人造卫星也成为当时的话题之一。

1962 年,西雅图举办世纪大博览会。“宇宙之针”这个象征着宇宙时代的建筑物是这次博览会的特征(图 1-2-7)。另外,用计算机预测入场人数,其得出的数字基本上与实际数字相近。这次博览会可以说标志着计算机时代到来了。

1964 年,纽约举办世界博览会。初次公布于众的核融合实验成为本次博览会的话题。它的象征物是直径为 42.6 米的巨大地球仪,表现了从 9600 米的高空所看到的地球的大小。

1975 年,日本冲绳国际海洋博览会以“海洋——充满希望的未来”为主题,体现了人们珍惜资源、保护环境、治理污染的意识,强调了对海洋的保护。

1978 年,日本东京举办了“世界宇航博览会”。这届博览会首次使用巨幅幻灯片映出“飞在空中”和“我们的行星”等激动人心的大场面图像,取得了空前的展示效果。



图 1-2-6 1958 年比利时布鲁塞尔世博会原子馆



图 1-2-7 西雅图“宇宙之针”



图 1-2-8 1985 年日本筑波 国际科学技术博览会



图 1-2-9 1999 年昆明世博会人与自然馆

1985 年,在日本的筑波城举办了“国际科学技术博览会”(图 1-2-8)。这次展览会的主题是“人类、居住、环境与科学技术”,占地面积 100 公顷,规模空前巨大。它超越了国家和民族、政治和思想及风俗习惯等方面的界限,显示了以发展为目的的国际性合作日益加强的意向,故被誉为“人类的盛典”。它充分体现了现代科技的进步。

1988 年,在澳大利亚东部城市布里斯班举办了题为“科技时代的休闲生活”的博览会,展现了在科技高度发展的时代中,生活节奏加快,精神高度紧张,人们如何通过休闲生活来获取放松和平衡,体现出人类生活的丰富多彩。

自新中国成立以后,经济有了长足发展,会展业也随之发展迅速。为了增加国际商品交流,我国以广交会为龙头带动了一大批地域会展活动的开展。特别是进入 20 世纪 90 年代以后,我国成功举办的昆明世界园艺博览会(图 1-2-9)以及即将举办的上海世博会都是通过会展活动促进综合国力发展的有力佐证。

二、展示的分类

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个方面:

- ① 按展示的目的与功能可分为:观赏型展示,如美术作品展、珍宝展、花卉展、服装表演等;教育型展示,如成就展、历史展、宣传展等;推广型展示,如科技成果展、教育成果展等;交易型展示,如展销会、交易会、洽谈会以及购物环境等(图 1-2-10)。
- ② 按展示主题与内容可分为:专业型、综合型、会议展示型等(图 1-2-11)。
- ③ 按展示手段可分为:实物展、图片展、花样展、样本展等(图 1-2-12)。
- ④ 按参展范围区划可分为:地方展、全国展、地域展、国际展等(图 1-2-13)。
- ⑤ 按展览规模可分为:大、中、小、微型展览等(图 1-2-14)。
- ⑥ 按展览时间可分为:固定长期的展示陈列、定期展、不定期展、短期展、流动展等(图 1-2-15)。
- ⑦ 按展览的级别分为:国家级展示、省级展示、部级展示等(图 1-2-16)。

展示设计是有目的地将科学、技术、艺术和经济融为一体,对展品的陈列与空间环境进行综合策划,创造出更合理、更符合人们物质与精神需求的生活方式的系统工程。

三、展示设计的研究范畴

展示设计的本质是以时空艺术为主角、以视觉传达为基础。其内容和种种特性表明,展示涉及的范围较为广泛。传统的观念只将展(博)览会、博物馆陈列、橱窗设计列为展示范围,显然落后于现代展示的实际需要。近年来,商业销售环境、景点标识、盛大庆典等观展活动也被划属于展示范围,展示的范畴呈现出扩展变动的趋势。

1. 展览会设计

展览会是指用固定或巡回的方式公开展出以经贸、科技和文化等为内容的实物和模型等的展示活动。其主题明确、周期短、实效性强,在空间组合、表现形式和规



图 1-2-10 汽车展销会展示设计



图 1-2-11 AXIS 产品介绍会议展示

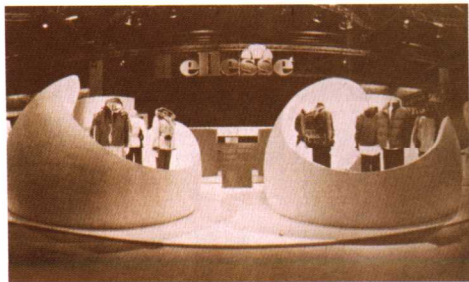


图 1-2-12 品牌服饰展示



图 1-2-13 1998 年北京国际电子通讯技术博览会



图 1-2-14 “今日意大利”大型展



图 1-2-15 房地产广告的短期展示



图 1-2-16 1994 年中国社会发展山东展厅



图 1-2-17 专题展览会

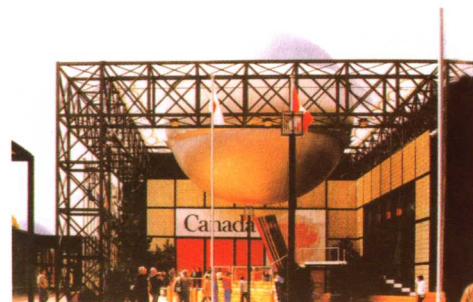


图 1-2-18 1985 年日本筑波万国科技博览会富士通馆

模上具有很大的灵活性,时间上具有很明显的时间性和季节性。按内容可分为专题性展览和综合性展览两大类,按形式和规模可分为大型、中型、小型和流动型(含展览车等)四类。展览会设计的特点是:各类展览会都追求新颖的形式感,强烈的视觉效果,要求创造活跃、热烈的气氛,以此争取观众最佳的印象(图 1-2-17)。

2. 博览会设计

博览会一般是由国家或由国家认可的团体主办,以工业、农业、经贸、科技和文化等为主题,并邀他国参加的多元巨型的展示活动(图 1-2-18)。国际博览会也称为世界博览会,其举办必须经过国际博览会联盟(简称 UFI)的批准。博览会分为专门性博览会和综合性博览会两大类。国际上称专门性博览会为“命题国际博览会”,是指展示某一应用学科、应用技术、某一系列产品和某一服务系统等的专门性的展示活动。国际上综合性的博览会统称“世界博览会”,是指足以展示两个以上的主题或领域的大型综合性的展示活动,综合性的博览会有时也以大区域命名,如“亚太地区博览会”等。

3. 博物馆陈列设计

博物馆是征集、收藏、陈列、研究代表自然和人类的实物,并为公众提供知识、教育和欣赏的文化教育展示机构。大致可归纳为三类:第一类是美学展出,适用于艺术藏品的展示,要使展品单独陈列,以便可观全貌,其重点应放在背景、光线、空间感的表现上;第二类是综合性的历史文物展示,适用于历史、考古、人类学和人种学博物馆,要以视听和文献资料结合在一起进行展示;第三类是科学展出,包括自然科学博物馆、实用科学博物馆和技术博物馆等,其任务是以立体形式传达科学精神或思想,激发观众对科技的兴趣,提供科技信息,展示科技成就,以生态和历史的观点去了解、鉴别和保护自然与人类环境(图 1-2-19)。博物馆的展示活动还经常与



图 1-2-19 日本黑部川电气博物馆

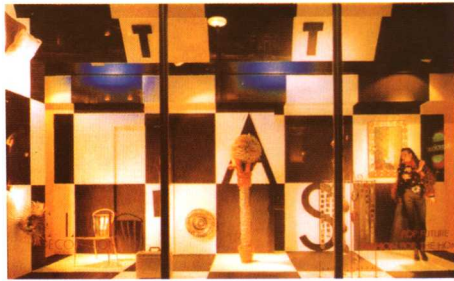


图 1-2-20 某品牌橱窗环境设计

工业设计界合作,举办设计竞赛和评奖活动。如“全国美术设计竞赛”、“为残疾人而设计”等,优秀设计除由博物馆收藏展览外,还申请专利,推动了工业设计的发展。

4. 商业橱窗环境设计

在市场经济高度繁荣的都市,橱窗也是商业竞争的阵地。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。这是商业广告的窗口,是对琳琅满目、色彩纷呈的商品如何通过展示设计的手段,准确、快速地传达信息,使商品与消费者之间产生视觉冲击力、形成心理诱导、促成情感共鸣,乃至对消费者产生购买欲望的设计(图 1-2-20)。橱窗的设计除了充分展示对商品进行有目的的构想以达到宣传商品、推销商品,满足生产者、推销者和消费者以需求为目的的生活环境的总体设计商品的功能外,还要充分考虑到多维空间的关系、立面构图、色彩调配等诸方面的因素。

5. 购物环境设计

指各类商场、商店、超级市场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(图 1-2-21)。灯光照明、货架、货柜、展台、柜台等要方便顾客选购时的光照明亮和货物醒目;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、邮政等设施,这些空间的设计,也都和展示设计有关。



图 1-2-21 国外某服装店的内部设计

6. 观光景点展示设计

包括各类旅游观光景点、名胜古迹的环境。为了吸引更多的游客,方便游览,很多地方都要通过展示来传达信息、介绍历史,甚至一些路标、导游图、说明标志、广告宣传等都属于展示设计的范畴(图 1-2-22)。

7. 节庆礼仪环境设计

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氛围。如大型活动的整体环境、具体细节,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(图 1-2-23)。

8. 景点标识设计

在旅游观光景点和名胜古迹的环境中,为方便游客游览需要而设置的展示设计。多为一些导游指示图、路标、说明标志、广告宣传等设施(图 1-2-24)。

9. 庆典礼仪环境设计

重要的节日庆典、礼仪活动,其空间环境的设计也属于展示设计的范畴。在这一类活动中,大到整体空间环境的平面布局、花坛景观,小至会徽标志、灯彩旗帜等都是展示设计的内容(图 1-2-25)。



图 1-2-22 美国某旅游观光点导向设计



图 1-2-23 庆祝建国 50 周年成就展览会外部环境设计



图 1-2-24 日本某旅游环境导向设计

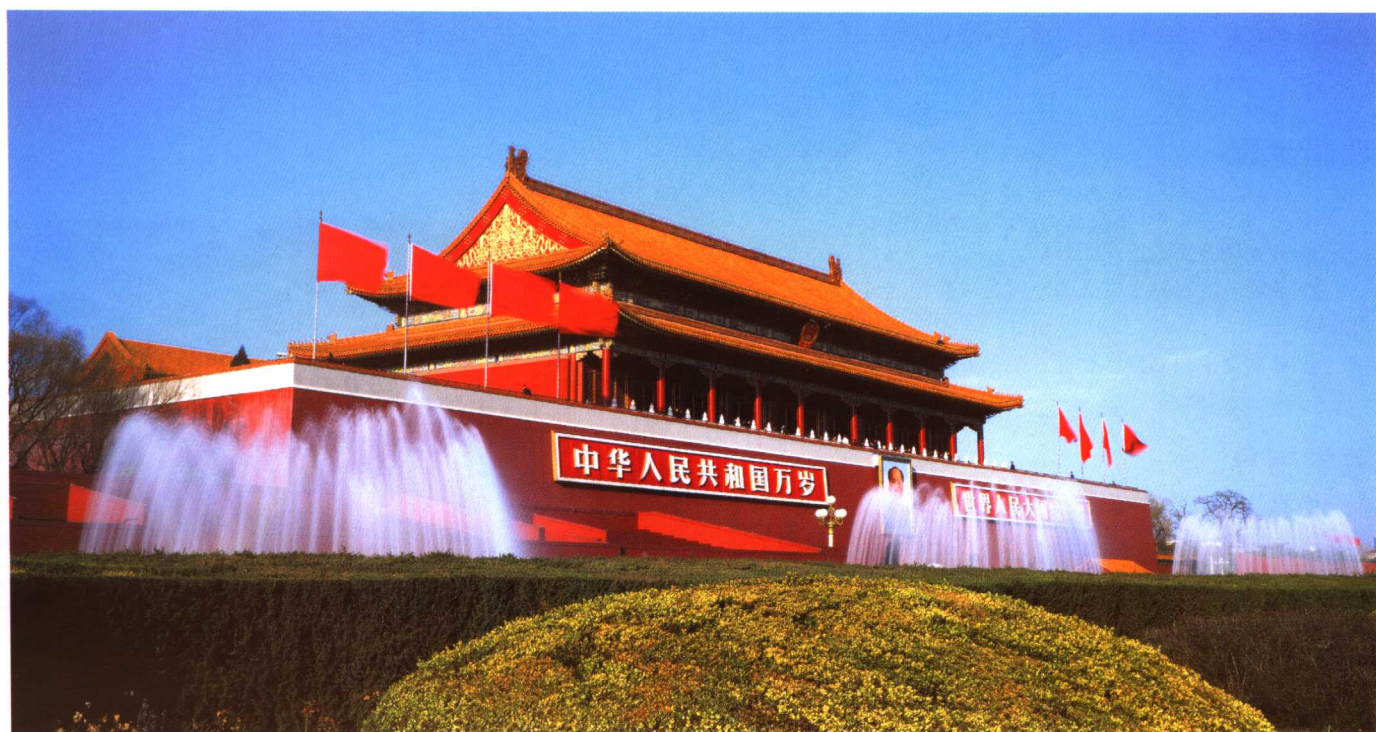


图 1-2-25 国庆节天安门广场的空间环境设计



经典解读

上海的博士蛙专卖店(图 1-2-26)。该设计属于商业橱窗环境设计。形状上仿佛是一个博士帽,颜色以纯度较高的红、黄色为主调,既吸引了观者的眼球,又较好地体现了儿童的朝气。在夜色下,室内的灯火通明与室外的灯光交相辉映,格外醒目。

某展览的墙体展示设计(图 1-2-27)。设计较好地运用了民族图形、图案元素,墙体具有壁画的感觉,给人百看不厌之效果,同时又良好地宣传了该展览的主题。

某企业的展览会设计(图 1-2-28)。该设计的顶棚与地面均着重突出了该企业的标志,给观者强烈刺激的印象。展示的物品以敞开式的方式摆放,让观者一目了然,即使走马观花式地浏览,也可对企业的产品略知一二。

课题要求

- ① 参观不同的展示设计,可用数码相机或传统相机拍照保存图片,并将其分类。
- ② 思考某一项目的展示方案,并绘制出草图(图 1-2-29、图 1-2-30)。

课题步骤

- ① 分别举实例进行课题分析。
- ② 参观一次展览会或品牌专卖店或商场,条件允许的话可拍成数码照片。(业余时间)
- ③ 要求学生根据自己设计的某一项目的展示方案,在课堂上讲解。

教学辅导

- ① 联系展示设计的演变与当前展示设计的发展趋势,辅导学生谈谈对展示设计的认识。
- ② 要求学生简述展示设计的功能与分类。简述展示艺术的发展历程与现代展示的发展趋势。现代展示在各个不同的领域内具体有哪些形式?
- ③ 帮助学生了解为什么展示设计是随着社会的进步和经济的发展而不断发展起来的艺术。展示活动对现代社会的发展具有哪些重要作用?



图 1-2-26 上海的博士蛙专卖店

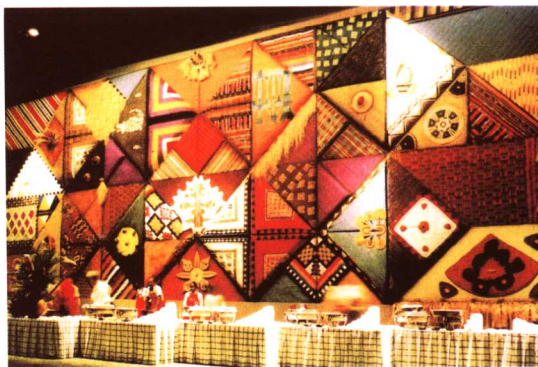


图 1-2-27 某展览的墙体展示设计



图 1-2-28 某企业的展览会设计