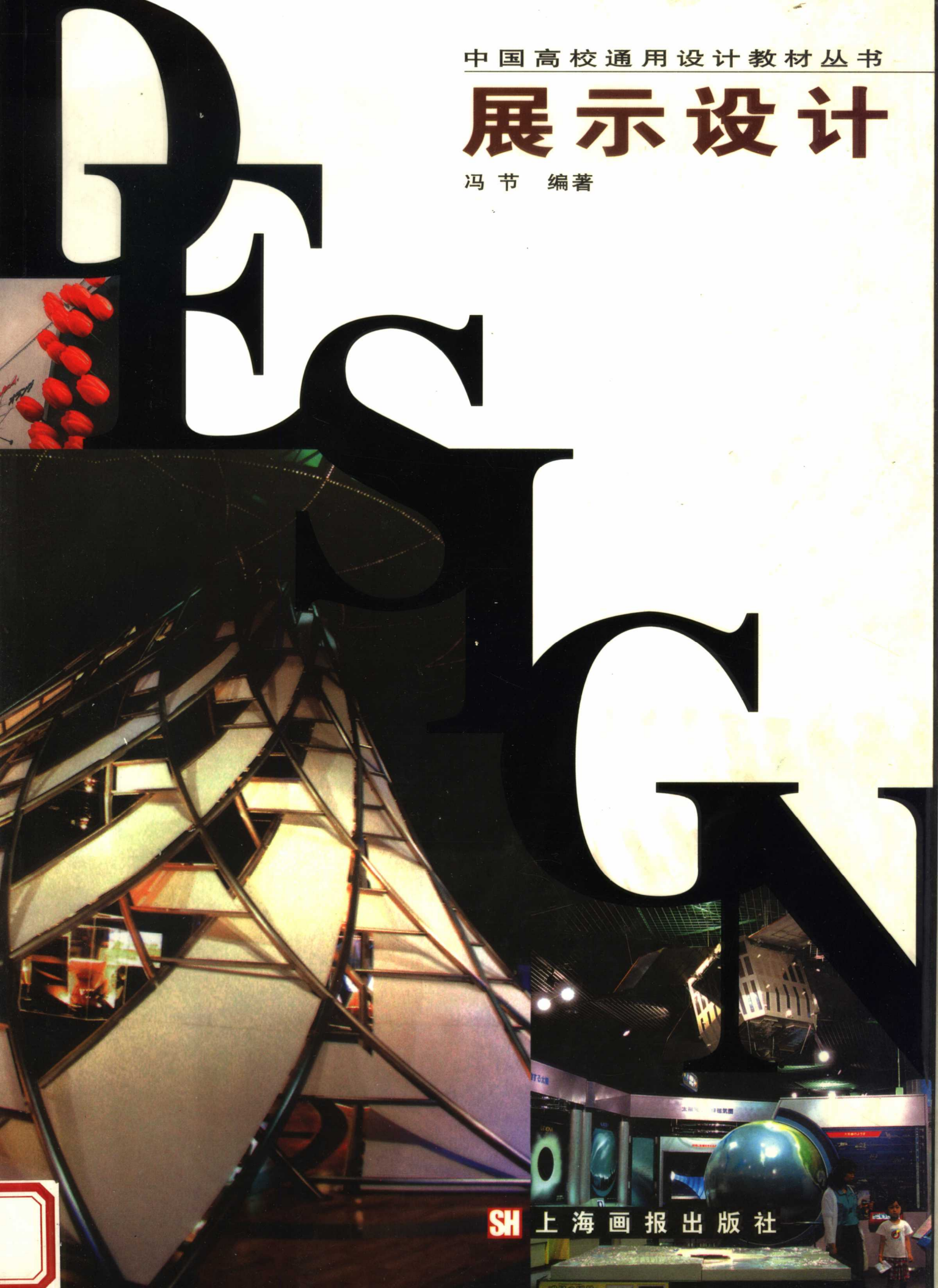


中国高校通用设计教材丛书

展示设计

冯节 编著



SH 上海画报出版社

第 1 章 绪论

展示设计

第 2 章 展示设计概述

第 3 章 展示设计的前期准备

第 4 章 展示设计的信息传达

第 5 章 展示设计的环境设计

第 6 章 展示设计的视觉传达

第 7 章 展示设计的陈设设计

第 8 章 展示设计的灯光设计

第 9 章 展示设计的色彩设计

第 10 章 展示设计的材料设计

第 11 章 展示设计的施工管理

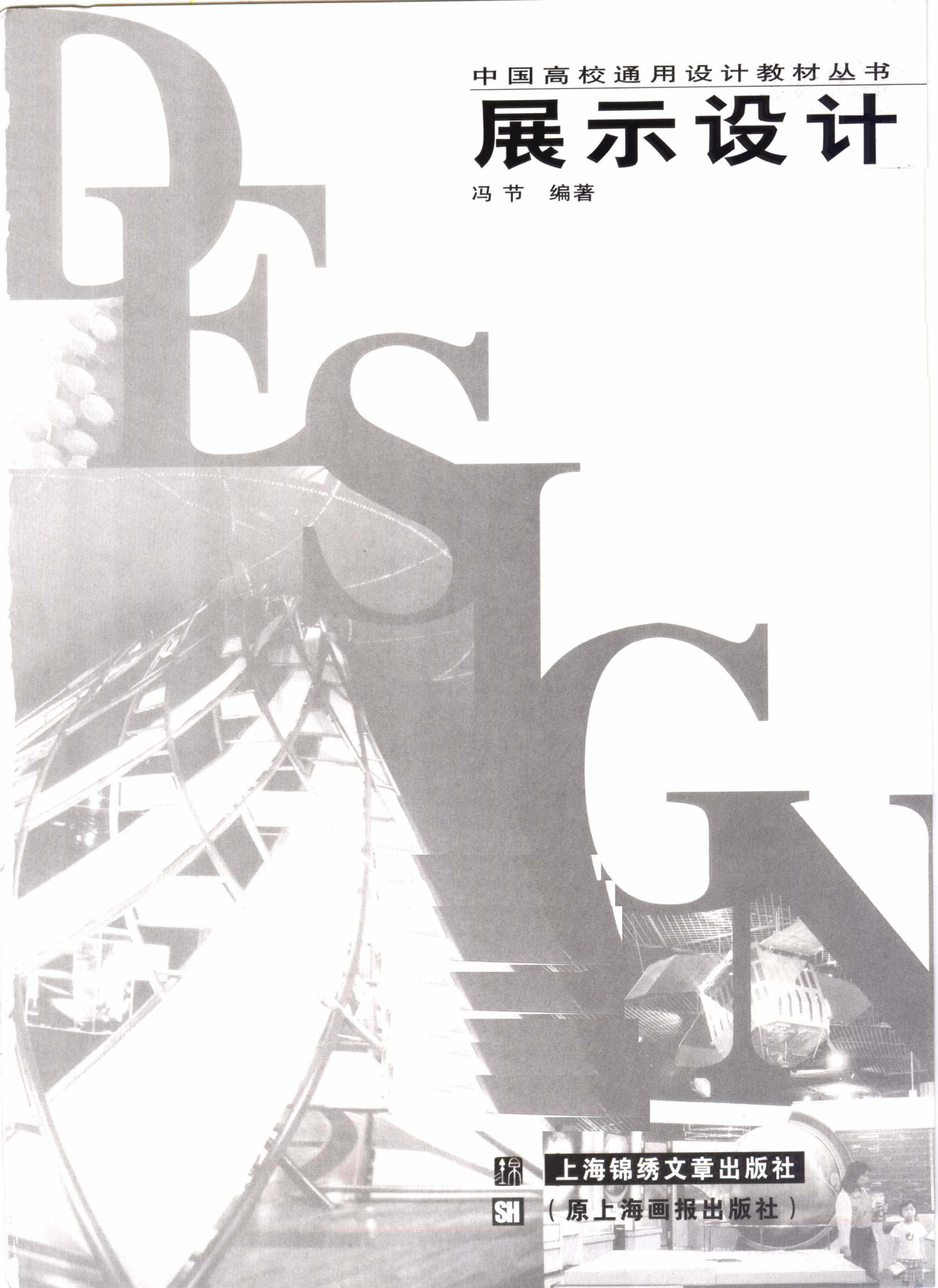
第 12 章 展示设计的评价与展望



中国高校通用设计教材丛书

展示设计

冯节 编著



上海锦绣文章出版社



(原上海画报出版社)

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 冯节 编著. — 上海: 上海锦绣文章出版社, 2007. 8

(中国高校通用设计教材丛书)

ISBN 7-80685-771-7

I. 展… II. ①冯… III. 展览会—陈列设计—高等学校:
技术学校—教材 IV. J535

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第111816号

策 划: 邓 明

张仲煜

主 编: 汤义勇

责任编辑: 叶 导

技术编辑: 李 荀

封面设计: 汤义勇

中国高校通用设计教材

展示设计

冯节 编著

出版: 上海锦绣文章出版社

(原上海画报出版社)

地址: 上海市长乐路672弄33号

发行: 全国新华书店

印刷: 上海市印刷二厂有限公司

版次: 2007年8月第1版 第1次印刷

开本: 889×1194 1/16

印张: 9 印数: 0001-5000

书号: ISBN 7-80685-771-7/J.751

定价: 45.00元

序

21世纪是设计的时代

经过20世纪的蓬勃发展，设计已成为一门融科学技术、经济、艺术于一体的新兴的交叉学科和经济全球化背景下一种巨大的创意产业。设计正以创造性的活动不断推动着人类文明与社会经济的发展，受到许多经济发达国家的高度重视。

随着改革开放的深入和中国经济的强劲发展，中国的设计教育也得到了前所未有的快速发展，并逐步构建起高层次设计人才培养的教育格局。

为了更好地适应社会市场的变化与需求，更好地参与国际竞争，近年来，国内许多高等院校在设计教育的办学理念、目标、体制、教学模式、学科建设、人才培养计划、课程体系、教学内容等方面，不断加强改革的力度。而设计教材作为体现教学内容和教学方法的知识载体，在培养创新型设计人才，全面推进素质教育，深化教育教学改革等方面，越来越显现其重要的作用。

优秀的设计教材，必须为教育内容提供广度上的广阔空间，促进教与学的互动启发，进而独立感受、思考，掌握理论和实用的关系，推动传承与创新的实践。

《中国高校通用设计教材丛书》是上海画报出版社的重点项目，编委会特意邀请了国内著名设计院校的专家、学者来撰写这套教材，目的是为了在社会人才需求多样化和国内艺术设计本科教育发展的趋同性以及设计教材同质化现象形成的矛盾中，寻求突破、与时俱进。由于执笔时还未能读到这套丛书，它能否做到融理论性、实用性、前瞻性、权威性于一体，以形成新特色，创立新的品牌，则有待各同道的肯定。

我期望这套颇具创意的设计教材，在中国的设计教育领域发挥出其应有的重要作用。

是为序。



2005年2月5日于香港

靳埭强 中国著名设计家 靳与刘设计顾问
铜紫荆星章勋衔
国际平面设计联盟AGI会员
香港正形设计院校董会主席
汕头大学长江设计学院院长
北京中央美术学院客座教授

目 录

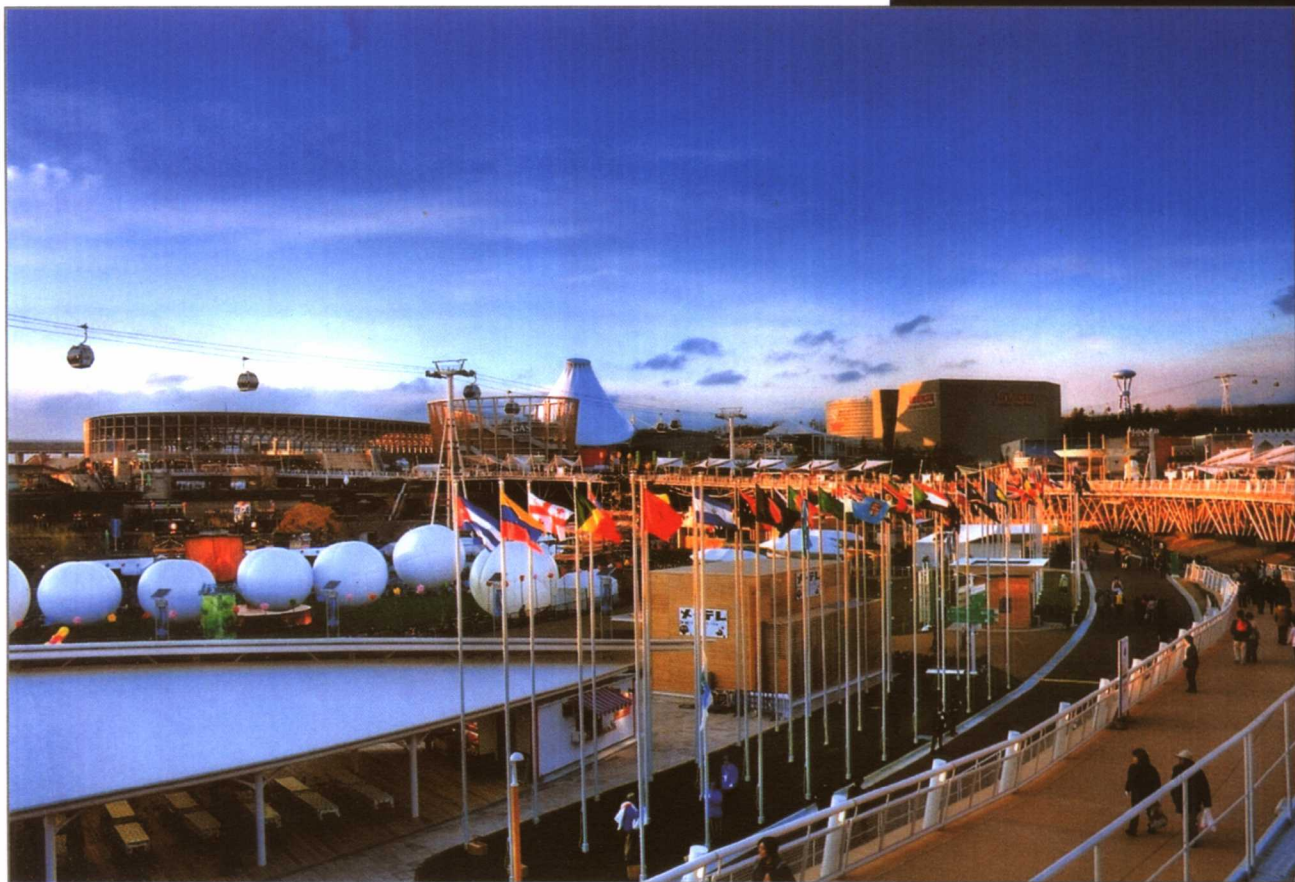
1	第一章	展示设计概述	
1	一	展示是公共交流的信息载体	
6	二	展示设计的原点	
15	三	展示设计体系	
24	第二章	展示设计的机能	
25	一	展示的定义	
32	二	展示的艺术风格	
34	三	寻找新的展示途径	
36	第三章	展示的规划和设计	
37	一	展示的规划	
42	二	展示设计的程序	
44	三	展示设计的原理	
66	第四章	展示的各项设计	
67	一	商业空间	
76	二	购买时点促销	
78	三	贸易性会展	

86	四	博物馆
92	五	产品陈列室
94	六	节事活动
100	七	游乐场和主题公园
106	八	导示标识
109	九	虚拟展示
112	第五章	设计实施和现场监理
113	一	设计实施
118	二	现场监理
121	三	展示的评价
122	第六章	展示设计作品赏析
123	一	国外展示设计作品
134	二	专业公司的设计作品
135	三	高校学生的设计作品
137	后 记	

**Display
Design**

第一章

展示设计概述



一、展示是公共交流的信息载体

假如，你是一个旅行者，慕名来到了某个尚未了解的国度。你应该会满怀期待地去游览那里的历史文化古迹、人文博物馆、美术馆、特色场馆，也绝不会错过那些热闹繁华的商业区。当然，你更不会忘记去中心城市的制高点眺望那个城市的全貌及其旅游景点。

假如，你是一个普通的市民，你不仅会满心欢喜地期盼着闲暇的周末，能携家人去看看最新的展览，或者呼朋唤友地去百货公司看看流行的季节性商品。而且不会忘记在忙碌的日子里留给自己一个空间，于假日的某个主题公园邂逅一段久违的宁静。当然，你更不会疏忽与亲朋在某个温馨、浪漫的气氛中庆祝自

己或亲友的生日。

假如，你是一个公司的主管，应该常常考虑如何利用行业的各种展览会来尽力宣传和推销自己企业的形象和品牌。一种生活方式、一种文化可以展示给许多人，并影响许多人。而一个人可以从不同的展示中解读出无数的文化解码和各种生活的启迪。

一座城市需要展示，它需要传递和弘扬本城独有的文化和人文精神。

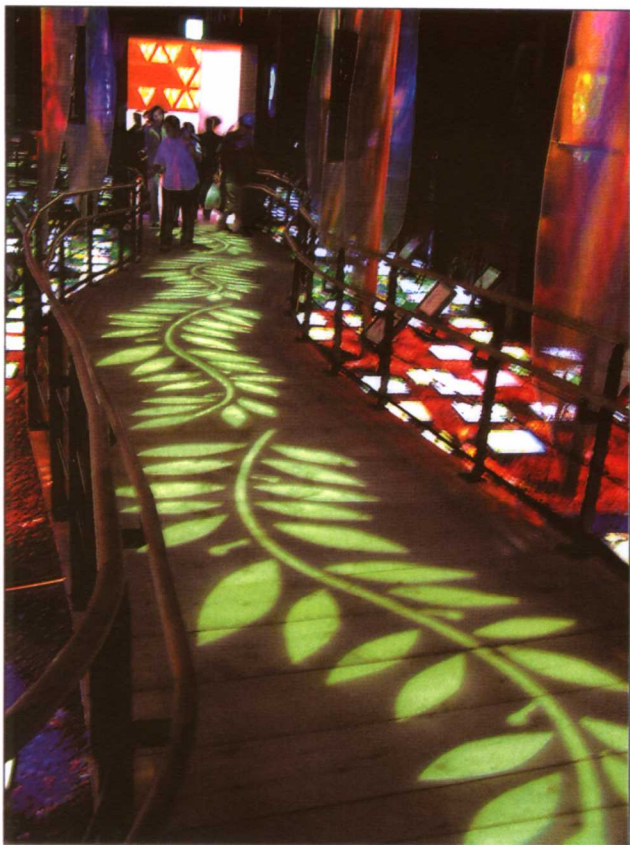
一个国家更需要展示，它需要通过各种信息交互途径来展示国力和人文风貌，实现国与国之间的和谐平等，以谋求共同发展的方向。

1 2005年日本爱知世博会场景

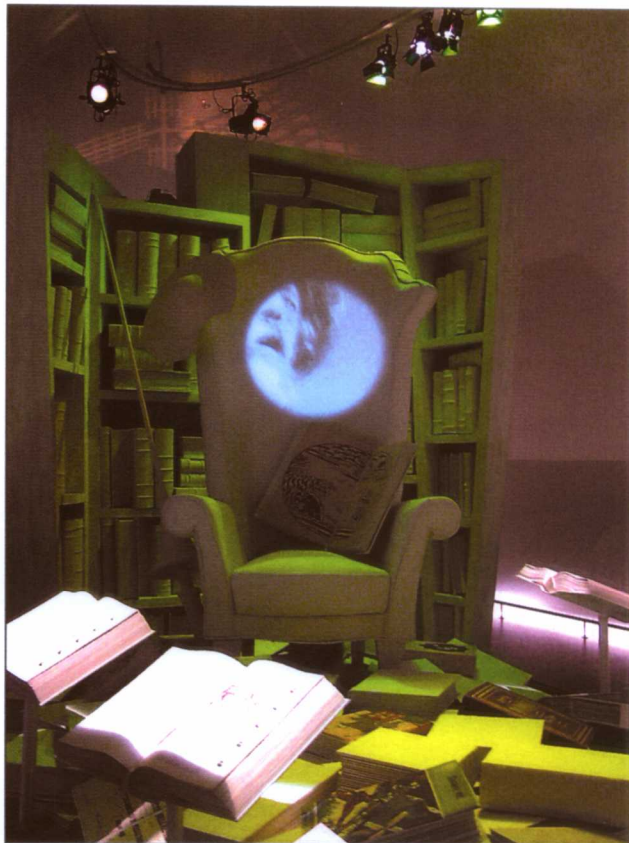
2 2000年德国汉诺威世博会
委内瑞拉国家馆



2

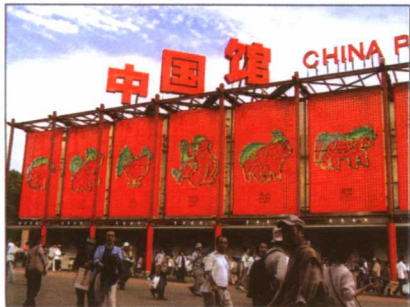


1

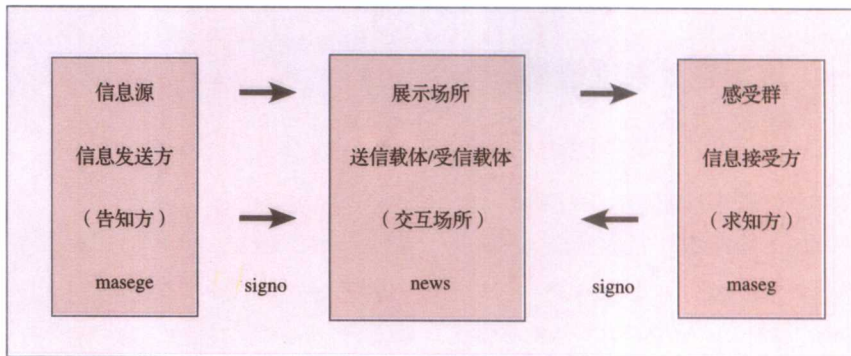


2

展示,是一种内涵广泛的艺术文化行为。譬如你曾游览过的那些琳琅满目的商业空间、生活广场,你曾身临其中的那些展示会、展销会、国际博览会,你曾徜徉其中的那些充满人文历史的博物馆、美术馆、科技馆和环境典雅的主题文化空间,你曾乐在其中的各种文化艺术节、表演秀、体育赛事、地方节祭活动。凡此种种,都以其特有的主题和形式交织着繁花似锦的信息网络,以此起彼伏的新鲜话题,奏响着社会发展的进行曲。



4



展示的位置传递途径

3

展示,作为公共交流的信息载体,在我们的身边随处可见,直接作用于我们的视觉和感官,潜移默化着我们的日常生活观念。同时,展示方式的日新月异也给我们的生活注入了无限清新的活力。

1. 展示的途径

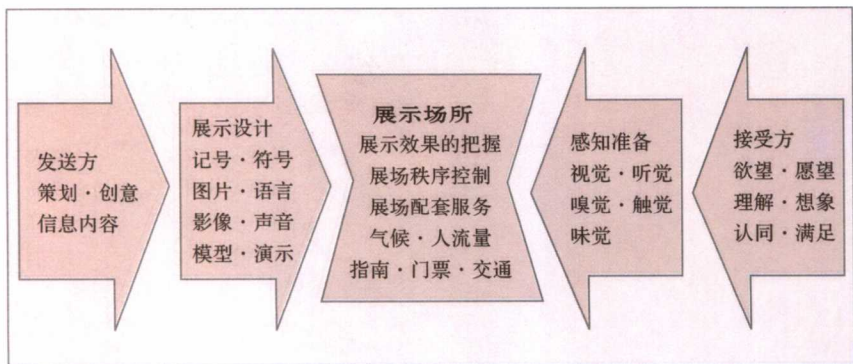
展示是信息传递的一种方式,而展示场所则是信息传递的途径。展示是以信息

传达为目的、以再创造的空间环境为手段,在非常广泛的领域里展开的公众性交流活动。

展示的信息传递途径可以用图3来表示。

(1) 信息传递的径路

首先是信息源通过信息发送方的信息发送载体,传递给信息接受方或叫做受众。作为信息载体的展示场所经过发送



展示媒介的构成要素

5

方的策划和创意设计将信息加以概括、提炼，用文字、图形、模型、动感影像、演示等手段使之视听化、形象化、互动化，让受众在展示场所通过自己的五官、五感接收信息，并通过自己的理解、想象、对信息进行认知和认同，从而获得满足和愉悦。（见P3图5）

(2) 信息传递的流程设定

我们把信息传递的过程叫做流程，国际上将其简称为6W+2H:

① Who——谁发送信息？

信息源和发送方通常指商业的业主、产品制造商、供应商（也叫参展商）；展示的主承办方、协办方、策划方；会议的组织者、召集方；节事活动的发起者；设计服务公司、制作服务公司等其他协助单位成员。

② Whom——向谁发送信息？

信息接受方主要指商场的购物者、顾客、消费者；参展的嘉宾、专业人员、新闻从业者、观众及游客。

③ What——发送什么信息内容？

即展示的内容物、信息层次、信息量、信息的价值取向。

④ Why——什么目的？

发送信息想要达到什么目的？预期的最高目标和最低目标是什么？

⑤ When——什么时间？

对于商业来说是什么季节、节假日（或平时）、节气日、纪念日、特殊日子？对展览、会议、节事活动、游乐场所来说是开展的什么时间和期限？

⑥ Where——什么地点？

商业的网点、展会、节事活动的举办地点、场馆位置、固定地点及活动地点。

⑦ How to——用什么方式去发送信息？

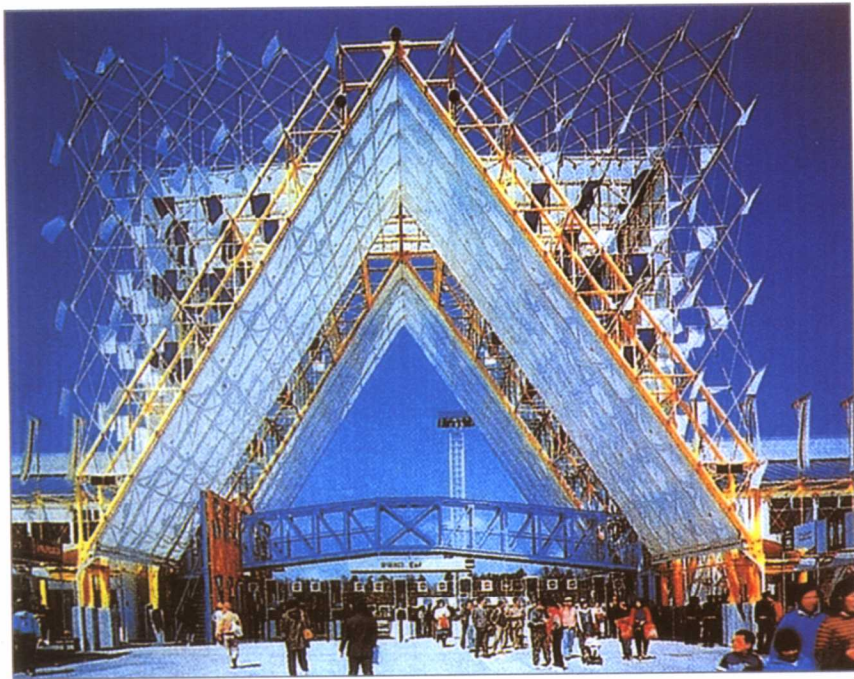


6



7

- 1 爱知世博会希腊国家馆内景
- 2 爱知世博会西班牙国家馆
- 3 展示的位置传递途径图示
- 4 爱知世博会中国国家馆
- 5 展示媒介的构成要素图示
- 6 爱知世博会广场
- 7 爱知世博会加拿大国家馆



针对不同需求制定展示手段及其设计评价的基准是什么? 定位要明确。

⑧ How mach——准备投入多少经费?

相对来说以一个主题内容进行展示, 该展期无论是一周、一个月、一个季度或者一年, 准备投入的总经费预算及追加的可能性如何要事先了解清楚。

2. 信息传递的领域

信息传递的领域即展示媒介的各个侧面, 从展示的形态来说又可分为现实空间和虚拟空间两大领域, 从机能特征及场合来说又可分为5大类和8个方面:

(1) 现实空间领域:

① 商业类:

A. 商业销售的展示: 百货店、购物中心、超市、专卖店、连锁店、商店街。

B. 商业会展系列: 新产品陈列室、发布会、展销会、订货会、技术交流会、各种专业会展。

② 教育类:

C. 文化教育设施的展示: 博物馆、美术馆、科技馆、纪念馆。

D. 文化形象展示: 世博会、地域博览

会、中外文化年系列展示。

③ 节事类:

E. 节事庆典活动: 国家、地域、宗教、民俗节庆祭祀活动, 盛大体育赛事。

F. 主题公园: 游乐场、健康中心。

④ 城市导示类:

G. 公共环境的导示: 城市道路的指示、标识、导示及环境艺术主题的装置。

(2) 虚拟空间领域:

⑤ 虚拟类:

H. 网上虚拟空间中的数码影像浏览展示方式, 是一种集信息交流、获取查询浏览、更个性化的展示方式, 按其发展速

度几乎能够涵盖以上所有的展示领域。

展示是与时俱进、继往开来的市民生活中不可缺少的信息机体, 真可谓从大街的橱窗到城市规划这样一个包罗万象的庞大的领域。

3. 展示的作用

展示是大众媒体的一部分, 是现代信息的载体, 是人们在现实生活空间中点燃热情、激励斗志的手段, 并使参与者在非日常的充满信息氛围的空间中获取商业价值、技术价值、文化价值和娱乐价值, 可以说有人群的地方就有展示形式的存在。

(1) 展示的广义作用

① 促进商业经济繁荣的社会意义

信息化时代的到来, 国际跨国集团对中国的青睐和纷至沓来, 促使国营体制迅速转型。商家越来越意识到不仅要加强对品牌的推广力度, 还必须把握对商品信息的时效性、概念性宣传, 借助别出心裁的销售空间的形象展示和细致周到的服务手段才能赢得市场和客户。由此商业空间的展示和贸易会展的展示效果起到了举足轻重的作用, 特别是贸易性会展在近20年来的蓬勃发展, 已成为展示行业的龙头产业, 以此牵动了相关旅游业、酒店宾馆业、运输业、娱乐业、商业的发展。有资料显示, 这个联动效应大约为1: 9。因而会展业获得了



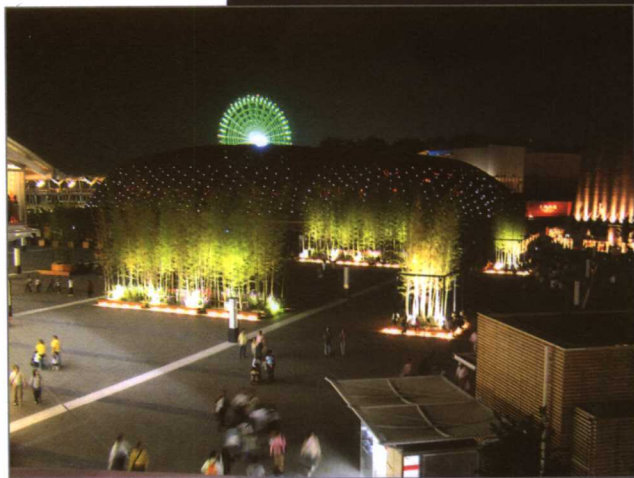
2



3



4



5

“触摸世界的窗口”、“城市的面包和奶酪”、“旅游业皇冠上的宝石”等美称,被世界各国所重视和开发。它对催化国民经济繁荣的作用及崭新的时代形象具有极大的社会意义。

② 促进教育科研发展的历史意义

在展示种类中,对文化性、艺术性、科学性要求最高的是各种博物馆、纪念馆、美术馆、科技馆、水族馆、音乐厅、大剧院、文化艺术中心、文化会馆、俱乐部、电视台等。它们是教育国民、培养后代、学习体验和研究的场所。从古至今、从自然到人文、从哲学到理工,是人类文明史承前启后的重要环节,也是启迪智慧的课堂和创造未来的基地,更是国际间各民族文化交流的窗口,无论是对教化思想还是科学实践来说都具有深远的历史意义。

③ 促进多元文化交流的国际意义

展示的最大特征是充分利用公共展示空间,以达到最大限度的传递经济、文化、政治方面的信息,达成公众性交流活动的的作用,从而加强人与人、民与民、国与国之间的感情交流,塑造自我形象、民族形象和国家形象。在创造和谐社会和维持世界和平的进程中起到一个极好的沟通平台的作用。

在过去的上百年历史中,西风压倒东风,而今东风始盛,东方文化中的中庸含蓄、刚柔相济、虚实相间的思想正日益为世人所瞩目,展示业对促进世界多元文化的交流具有重大的国际意义。

④ 促进地球生态环保的未来意义

千百年来,由于人类自我扩张行为的加剧,极大地破坏了地球表面的山、川、树木、大气的生态平衡,石油天然气和矿产资源的无序开发,几乎耗尽了地壳内部的自然资源,自然生灵的涂炭和人口的膨胀、地球的温室化趋势都向人类敲响了警钟。科学家在提出利用地下空间的同时开始了对宇宙空间的积极探索,而互联网的发明和运用将开拓出一片无形的虚拟展示空间,使有限的现实空间的使用密度得以缓解,使展示在时空运用上更趋高效和经济,它是实现环境保护的最快和最直接有效的途径之一,预示着无可替代的未来意义。

(2) 展示的狭义作用

对展示信息传达作用的分析和预测,可有即时性、长期性和周期性之分;有专业性、综合性之分;有地区性、全局性之分;还有等级性、权威性之分。还可以从以下6个方面去理解:

① 展示的集客力作用

- 1 1985年日本筑波科技博览会科学城西大门
- 2 德国汉诺威世博会匈牙利国家馆
- 3 爱知世博会TOYOTA企业馆
- 4 爱知世博会爱知县馆
- 5 爱知世博会日本国家馆
- 6 爱知世博会梦幻之山



6



1



2

能影响和动员多少人来参与? 有多少人对你的展示感兴趣?

② 展示带给参与者的满足度作用

能提供给参与者预想的信息和意外的满足吗? 不仅能获得专业的信息, 还能得到生活的智慧和启迪。

③ 展示活动将展现新的社会价值

充满艺术表现力的展示效果能否使参与者的情绪高昂, 从而促进产业和技术文化的交流和发展。

④ 新风尚通过展示得以流行和潜移默化

新生事物的问世和宣传推广通过展示载体是最快和最直接的方式。

⑤ 创造社会的热门话题, 共同探讨未来人类发展的主题

以展示的方式严肃地揭示人类发展过程中潜在的危机, 以带动人们思考、改善和寻求更合理的生存方式。

⑥ 参与活动的连带经济效益

由于参与者的消费活动以及服务行业的收益, 形成产业链以后的连带经济效益。古罗马的哲人曾经很精辟地说过: 内政的真谛就是“面包加足球赛”。假如面包是经济, 那么足球赛就是今天能引起社会热点, 唤起人们更高的生活热情的凝聚力活动。

4. 展示的现象与实质

展示现象充满社会生活的各个侧面, 它是丰富多彩、五花八门的。商业设施由于不同的业态又分为商品的常年信息和季节信息, 也称即时性信息展示; 会展是商业技术方面的专业或综合的定期信息和预测性信息展示; 文化设施与文化形象是文化教育与交流的领域, 是传授知识信息的场所, 是一种研究与教育并举、寓教于乐的场合; 游乐设施是现代生活中富于体验形式的休闲方式之一, 其他还有各种城市功能导示、指示信息等; 虚拟展示则大多是纯视觉参与的活动, 其中不乏严肃庄重的、热情洋溢的、生动活泼的、抒情浪漫的主题, 还有充满睿智思辨、充满戏剧性的主题, 更有惊心动魄、冒险超前的主题, 可谓百花齐放、百家争鸣。

古有“秀才不出门, 全知天下事”, 那是指秀才学识渊博、阅历深广、料事如神, 或叫做能掐会算。现代科技强化了信息传递的方式, 一介平民百姓只要有一台电脑挂上互联网即能通过搜索而“全知天下事”。但是由于人类的心理特征使得展示和非日常生活空间的存在成为亘古不变的需求, 正是应合了人们对万事万物有“百闻不如一见”的

心理, 人们还是喜好亲眼目睹、亲耳聆听、亲手触摸、亲口品味、亲临其境, 因为唯有五感的直接参与体验才是最真实和最具有感召力的。

展示其实是一群人为了一个目的向另一群人的诉求行为。展示是信息发送方(展示的主策划者们), 先设立了一个人们可能共鸣的主题, 预想借助某个契机发布。尔后, 通过设计的手段恰当地将信息内容进行整合提升, 并使之具象化、个性化和理想化, 在再造的展示空间中公示给信息接受方(观众), 以获得预期的信息传达作用和影响力的过程。这里就发生了展示的机能问题, 即什么样的展示方式能将策划者的目的明确地在展示空间环境中充分地表现出来, 以吸引信息接受方的注目, 让他们得到相关信息的满足并获得意外的赏心悦目呢? 对此, 我们还是从展示的原点来探究。

二、展示设计的原则

1. 展示是生活的本能

生物学家从生命发展本源的角度分析展示行为, 认为它是自然界中一切生物的本能行为。透过展示的现象与特性, 不



3



4



5

仅表现了人类本能的行为，而且是有意识的行为和具有文化传承性的行为。

(1) 本能的行为

① 示美示爱示求

本能的行为首先是指动物性本能的行为，即示美、示爱和示求的本能。比如孔雀开屏、丹顶鹤跳舞、发情期大象和梅花鹿的求偶鸣叫、在繁殖期的雄性动物的羽毛特别漂亮、经过蜜蜂和蝴蝶传粉的花开得特别美。人类也有少数民族的对歌传情，但这几乎都是生态系统的轮回特征之一，并非生物自身的意志，也可以说这是原始的本能的审美意识，是与生俱来的。

② 示敬示畏示威

“可惜事实不是这样，人不仅仅有动物性本能，还有人的自主意识，人的活动总是在对象中投射自己的主观愿望和目的，并通过和对象的联系或对对象的改造等实践活动发现和实现自己。”

(见马克思《1884年经济——哲学手稿》)。人类自身创造的美及其审美的意识与动物性本能有着天壤之别。新石

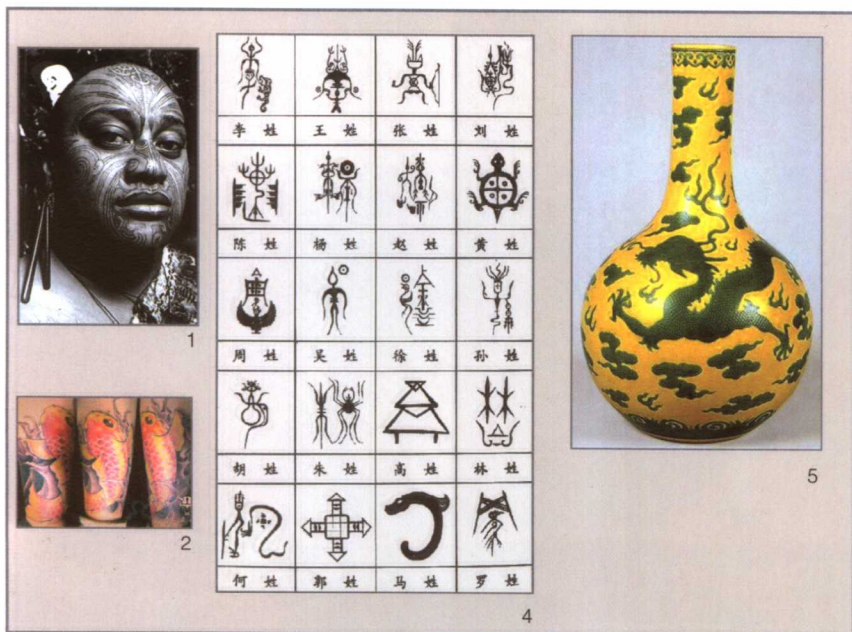
器时代农耕的出现，使人类的生存方式从山野、游牧、渔猎生活的移动型变为定地域的定住型的生活方式。各种各样的人居住在一定的区域，慢慢地形成了部落，逐渐出现了原始社会的雏形。对自然的崇拜和对部落自身必要的秩序和约束，又产生了原始宗教。人类把对超越自身掌控的神力的祈求，对五谷丰登、生老病死的祈愿，用一些象征行为来昭示。原始社会的部落民用动物的血、羽毛来装饰头部、涂饰脸、做披甲，用动物的皮毛来装饰居处，用动物形象来纹身，或采用某种具有特殊象征意义的符号刺青等行为，是为了显示自己的个性和呈现与敌对方的抗争威慑力。人类的这种借助自然界强悍的形象因素来装饰自身、坚强自体的行为，本质上是为了强化和拔高自身的形象，同时也为了寄托自己的心愿，表示虔诚的祈祷、祈求和某种追思或感谢的意念。

李泽厚在《美的历程》中指出：“山顶洞人‘穿戴都用赤铁矿染过’和在‘尸体旁撒红粉’等现象，‘红’对于他们

- 1 爱知世博会印度国家馆
- 2 爱知世博会西班牙国家馆
- 3 爱知世博会某馆
- 4 德国汉诺威世博会人类馆
- 5 爱知世博会HITACHI企业馆
- 6 孔雀展屏——与生俱来的意识



6



已不是生理感受的刺激作用（一种动物性的本能），而是包含着或提供着某种观念上的（非动物性本能的）意义。中国古代神话中的女娲炼五色石以补苍天、断鳌足以立四极、攘黄土以作人。那人面含鱼的彩陶、那龙飞凤舞的旗帜、那狞厉的青铜纹样、那凝重艳丽的漆器，都有其社会性的巫术、礼仪性及其符号意义的存在。”这些所谓远古图腾的形式积淀了原始观念性的想象、理解和祈愿，也是最原始朴素的展示形式。

(2) 有意图的行为（示愿示祭示诚）

这种对自然的崇拜和宗教的信仰使人类的这些有意图的行为得到了历代的传承，并且不断地发展和成熟起来，于是偶像崇拜及其信仰的仪式得到了空前的发展，而图腾便成为崇拜的象征物。

《山海经》中也揭示了人类把动物当神灵崇拜，甚至有兽面人身。要么尊为祖先，要么视为图腾，都说明人类对动物的神秘意识和恐惧心理。有资料说秦陵顶砖上有将人类的始祖——女娲和伏羲描绘为人首蛇身，连体交尾。还有仰韶文化中人面含鱼的彩陶图腾以及鱼纹、

水纹、云纹；南蛮人的图腾是狗、古越人的纹身断发等。古代的图腾大致分为个人图腾、性别图腾、氏族图腾、宗教图腾。延续至今的主要是源于华夏南北的两种图腾文化，即北方中原黄帝部落的为龙图腾和南方楚人为凤图腾。据说秦始皇统一六国建立秦以后，南北统一，就出现了龙凤呈祥的图腾，也由于是中原统一了中国，就有了华夏文化、龙的传人和炎黄子孙的说法，而北方的强龙则逐渐成为了整个中华民族的象征。

(3) 传承性的行为（示庆示吉示福）

一旦人类得到了祈愿的心灵感应，这种形式便成为一种必要的意愿展示手段



（或曰宗教仪式）。经过千百年的历史发展过程，人类不断地加以创造和完善，有些便被约定成俗地定格为农耕的节气时令、宗教纪念日、地域的节日、庆典及祭奠日。成为地域的通用时序或固定年历，进而成为人类代代相传的传承性行为。例如中国的二十四节气、传统的节日行为如春节与饺子、鞭炮；元宵节与灯笼、汤团；清明节与青团、扫墓；端午节与粽子、咸蛋；七夕节与牛郎和织女；中秋节与月饼、赏月；重阳节与登高、敬老；以及春耕、夏耘、秋收和冬藏成为了日常生活的传承性行为的原点。

现代还有国家的开国大典、国庆节（国旗）、庆祝的大游行检阅、“八一”建军节（军旗）、三军仪仗队检阅典礼、“七一”党生日（党旗）、“六一”儿童节、“五一”国际劳动节、“三八”国际妇女节、元旦、教师节；宗教的有释迦牟尼诞辰日、初一和十五的斋戒日、北方公祭黄帝陵、南方公祭大禹陵。近年来国外圣诞节的圣诞老人、雪橇、天使、精灵、圣诞鹿；情人节的互赠情侣巧克力；万圣节的巫婆、黑猫、恐龙；复活节的卡通动物兔子、鸭子；感恩节的农夫玩偶、火鸡、南瓜等也相继渗入中国。现在还有更多的内容：如诉求环境保护的植树节、世界海洋日、世界电报日、诉求和平的联合国日等。





7

2. 展示中的装饰语言

人类历史的文明，创造和记载了许多特殊的生活样式和庆祭奠礼仪，并且形成了约定俗成的象征概念、象征道具、象征物、象征行为等，以表达自己的喜怒哀乐，来装饰自己、装饰生活环境和强化宗教意念及权力等级制的概念。据说远古的人们就喜欢把贝壳串起来作项链佩戴在脖子上装饰自己，而贝壳同时又是最早的货币，说明他们的交换价值等同。如果说装饰只是个人行为，那么货币就是连接人与人的生活活动的必然纽带物，或者说是价值比照物。

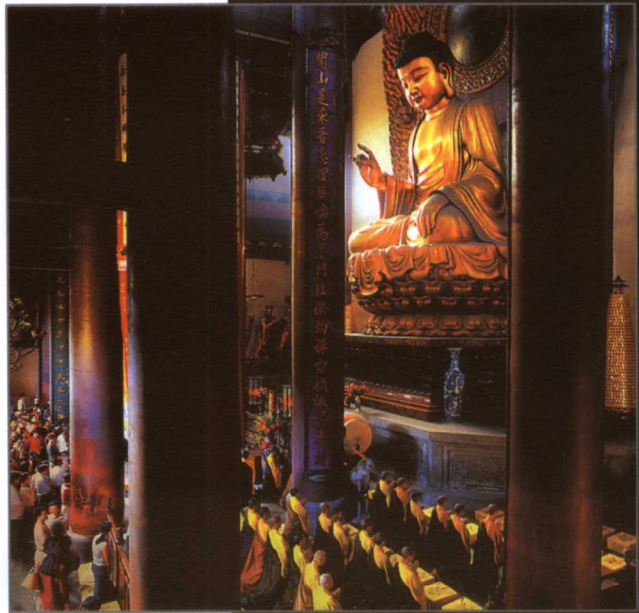
原始部落首领的头盔、披挂、弓箭、骑具都与众不同；历代帝皇登基加冕、封侯晋爵、顶戴礼帽，不仅衣帽色彩不同、配饰不同，帽子式样也不同，以体现君臣等级；皇帝的早朝、议事、出巡、祭天、祭祖仪式等都显示其权力和地位，比如源于春秋时期（公元前770~公元前476年）秦文公时代的清明公祭黄帝陵的活动，是我国历史最悠久、规模最宏大、等级最森严的官方组织的大型祭祀活动，历经汉、唐、宋、元、明、清、民国到今天。2006年的公祭活动被称为历史上规模最大，其祭器均是天子等级，仿2400年前曾侯乙的编钟，与此相对的是32件彩绘石编磬布置在黄帝像正前方。而象征国土社稷的从小到大9个青铜鼎，也像武士一样陈列于雕像脚下；其程序谨严隆重，整个礼仪



8

场所的布置、绘画、音乐、舞蹈都由专家小组考古制定，包括主祭、参祭的仪仗、服饰都有严格的规定；其祭祀乐舞名为《轩辕黄帝颂》，分“祥云吉雨、百兽率舞、中华鼓魂、驭龙飞天”四个乐章。在激烈的鼓声中，千鸽冲霄、万民叩拜、黄色巨龙腾空而起，象征民族精神的腾跃。

西方宗教有天主教堂、基督教堂、东正教堂、修道院，其代表性建筑空间环境装饰有中世纪拜占庭风格，洛可可、巴洛克风格，象征性器物中有圣坛、蜡烛、十字架、玻璃彩绘窗棂，有释义经书内容的壁画、雕塑、符号标志，牧师的诵经布道、教徒们的顶礼膜拜，有唱颂的圣歌、钟声、祷告。东方佛教则有以印度、中国为代表的庙堂寺院、尼姑庵，佛教传入中国后演化为国教，其代表建筑有西安大雁塔、小雁塔、敦煌石窟、云冈石窟、永乐宫，还有被誉为四大佛教圣地的名山。象征物有贴金佛像、莲花座、彩塑四大金刚、菩萨、罗汉、香火、纸钱、佛珠、木鱼，还有磕头、祈祷、开光等形式。象征极乐的中



9

- 1~3 纹身——刺脸
- 刺青——鱼
- 刺青——龙
- 4 中国古代姓氏图腾
- 5 瓷瓶——龙图腾
- 6 丹顶鹤长鸣——求偶
- 7 佛教寺院方位
- 8 藏传佛教佛座
- 9 寺院诵经