

高等院校艺术设计精品教程
顾问 杨永善 丛书主编 陈汗青



ZHANSHI SHEJI

李远 宋春艳 编著

展 示 设 计

华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

高等院校艺术设计精品教程

李 远 宋春艳 编著

展 示 设 计



华中科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

展示设计/李 远 宋春艳 编著. —武汉:华中科技大学出版社,2007 年 4 月
ISBN 978-7-5609-3913-1

I. 展… II. ①李… ②宋… III. 陈列设计-高等学校-教材 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 159105 号

展示设计

李 远 宋春艳 编著

策划编辑:王连弟

责任编辑:刘 飞

责任校对:朱 霞

封面设计:潘 群

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:武汉正佳数据系统有限公司
印 刷:湖北新华印务有限责任公司

开本:880mm×1230mm 1/16

印张:8

字数:120 000

版次:2007 年 4 月第 1 版

印次:2007 年 4 月第 1 次印刷

定价:39.80 元

ISBN 978-7-5609-3913-1/J·55

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

高等院校艺术设计精品教程

编 委 会

顾 问 杨永善 清华大学
丛书主编 陈汗青 武汉理工大学

编 委 (按姓氏笔画为序)

王心耀	江汉大学	范汉成	湖北美术学院
过伟敏	江南大学	赵 阳	中国美术学院
全 森	广州美术学院	徐人平	昆明理工大学
汤重熹	广州大学	殷正声	同济大学
李中扬	首都师范大学	涂 伟	江汉大学
何 方	武汉理工大学	曹金明	中南民族大学
何 辉	长沙理工大学	黄作林	重庆师范大学
辛艺华	华中师范大学	黄建军	华中科技大学
汪尚麟	武汉工程大学	鲁晓波	清华大学
张乃仁	北京理工大学	蔺宝钢	西安建筑科技大学
张瑞瑞	湖北工业大学	魏 嘉	山东轻工业学院

中国经济的持续发展,促使社会对艺术设计需求持续增长,这直接导致了艺术设计教育的超速发展。据统计,现在全国已有1 000多所高校开设了艺术设计专业,每年的毕业生超过10万人。短短几年,艺术设计专业成为中国继计算机专业后的高等院校第二大专业。经历了数量的快速发展之后,艺术设计教育的质量问题成为全社会关注的焦点。

正如中国科学院院士、人文素质教育的倡导者、华中科技大学教授杨叔子所说:“百年大计,人才为本;人才大计,教育为本;教育大计,教师为本;教师大计,教学为本;教学大计,教材为本。”尽快完善学科建设,确立科学的、适应人才市场需求的教学体系,编写质量高、系统性强的规划教材,是提高艺术设计专业水平,使其适应社会需求的关键。华中科技大学出版社根据全国许多高等院校的要求,在精品课程建设的基础上,由国家精品课程相关负责人牵头,组织全国几十所高等院校艺术设计教育的著名专家及各校精品课程主讲教师,共同开发了“高等院校艺术设计精品教程”。专家们结合精品课程建设实践,深入研讨了艺术设计的教学理念,以及学生必须掌握的基础课与专业课的基本知识、基本技能,研究了大量已出版的艺术设计教材,就怎样形成体系完整、定位清晰、使用方便、质量上乘的艺术设计教材达成了以下共识。

1. 艺术设计教育首先应依据设计学科特点,采用科学的方法,优化知识结构,建构良好的、符合培养目标的教育体系,以便更好地向学生传授本学科基本的问题求解方法,并通过基本理论知识的传授,达到培养基本能力(含创新能力和技能)、基本素质的目的;注重培养学生的社会责任感,强化设计服务于社会、服务于人类的思想,从而造就适应学科和社会发展需要的高级设计人才。

2. 艺术设计基础课教学要改变传统的美术教育模式,突出鲜明的设计观念,体现艺术设计专业特色,探索适应21世纪应用型、设计型人才需求的基础教育模式。

3. 艺术设计是一门实践性很强的学科,社会需要大批应用型设计人才,因此教材编写应力求以专业基础理论为主,突出实用性。

4. 艺术设计是创造性劳动,在教学方法上要通过案例式教学加以分析和启发,使学生了解设计程序和艺术设计的特殊性,从而掌握其规律,在设计中发挥创造精神。

5. 艺术设计是科学技术和文化艺术的结合，是转化为生产力的核心环节，是构建和谐社会不可缺少的组成部分。艺术设计的本质是创新、致用、致美。要引导学生在实训中掌握设计原则，培养创新设计思维。

6. “高等院校艺术设计精品教程”将依托华中科技大学出版社的优势，立体化开发各类配套电子出版物，包括电子教案、教学网站、配套习题集，以增强教材在教学中的实效，体现教学改革的需要，为高等院校精品课程建设服务。

令人欣慰的是，在上述思想指导下编写的部分教材已得到艺术设计教育专家的广泛认同，其中有的已被列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。希望“高等院校艺术设计精品教程”在教学实践中得到不断的完善和充实，并在课程教学中发挥更好的作用。

国务院学位委员会艺术学科评议委员会委员

中国教育学会美术教育专业委员会主任

教育部艺术教育委员会常务委员

清华大学美术学院学位委员会主席

清华大学美术学院教授、博导

楊永善
2006年8月19日

展示设计是一个有着丰富内容,涉及领域广泛并随着时代的发展而不断充实内涵的课题。它是一项面对公众,以传达相关信息,展示经济、文化、艺术等内容的公共性艺术活动。展示设计教育的目标在于培养优秀的、富有创造力的设计人才,教学水平及教学质量的提高也需要有一套完整、规范的优秀教材。作为展示设计专业主干课程的《展示设计》,承担着将学生已具备的造型能力、创造性思维方式转化成专业所需的方向与方法的重任。

本教材力求从展示设计的本质原理切入展示设计的训练指导,强调教程的实践意义和可操作性;更加关注新兴专业、新材料、新技术,更加关注展示设计的实际操作等诸多方面的问题;重在强调展示设计创造性思维的表现,注重知识性、基础性、创新性和实践性的结合。

本教材力求通过丰富而翔实的图片资料,深入浅出地概述展示设计中各方面的关系;力求教材的结构合理,线索清晰,语言简洁,具有可读性;引导学生在今后的设计实践中得出正确的判断和定位,指导设计。

本书的编写旨在为众多艺术院校设计专业的学生提供一本较为系统的教材,为从事本专业的设计工作者提供一本较为系统的参考书。编写过程中,作者参阅、吸收了国内外展示设计以及相关学科的诸多研究成果,并选用了许多设计大师的设计作品。凡注明或未注明出处者,在此一并表示衷心的感谢!由于时间仓促,错漏在所难免,诚待专家及广大读者批评指正。

编者

2007年1月

第一章 展示设计概述	1
第一节 展示设计的概念	2
第二节 展示设计史	3
第三节 展示领域的分类	8
复习思考题	12
第二章 展示设计的基本原理	2
第一节 展示内容和展示形式	14
第二节 展示设计中形式美的造型要素及运用	15
第三节 展示设计中形式美法则的运用	17
第四节 展示设计的一般程序	19
复习思考题	20
第三章 展示空间设计与人体工程学	3
第一节 展示空间中的人体尺寸	22
第二节 展示空间中的视听关系	25
第三节 展示设计中的心理因素	29
复习思考题	30
第四章 展示空间的设计	4
第一节 展示空间的特征及构成形式	32
第二节 展示空间的设计	37
第三节 展示空间设计的艺术化处理手法	42
复习思考题	44
第五章 展示空间版面设计	5
第一节 展示版面设计的基本原理	46
第二节 展示版面的功能与形态	49
第三节 展示版面的文字设计	53
第四节 展示图片与展示图表设计	55
复习思考题	58
第六章 展示空间色彩设计	6
第一节 展示空间色彩设计的原理	60

64	第二节 展示空间色彩的情感
66	第三节 展示空间色彩的构成
68	复习思考题

7 第七章 展示空间采光与照明设计

70	第一节 展示照明设计的基本原理
72	第二节 展示空间光造型原则
75	第三节 展示照明的应用
76	复习思考题

8 第八章 展示材料与新技术

78	第一节 现代展示设计中的常用材料
83	第二节 展示设计中的新媒体和新技术
86	复习思考题

9 第九章 展示道具

88	第一节 展示道具设计原则
89	第二节 展示道具分类
94	复习思考题

10 第十章 展品的陈列与施工步骤

96	第一节 展品陈列设计的基本原则
99	第二节 展品陈列的设计程序及方法
103	第三节 展示的动态陈列
105	第四节 展示施工的一般程序
106	复习思考题

11 第十一章 展示空间设计的表现技法

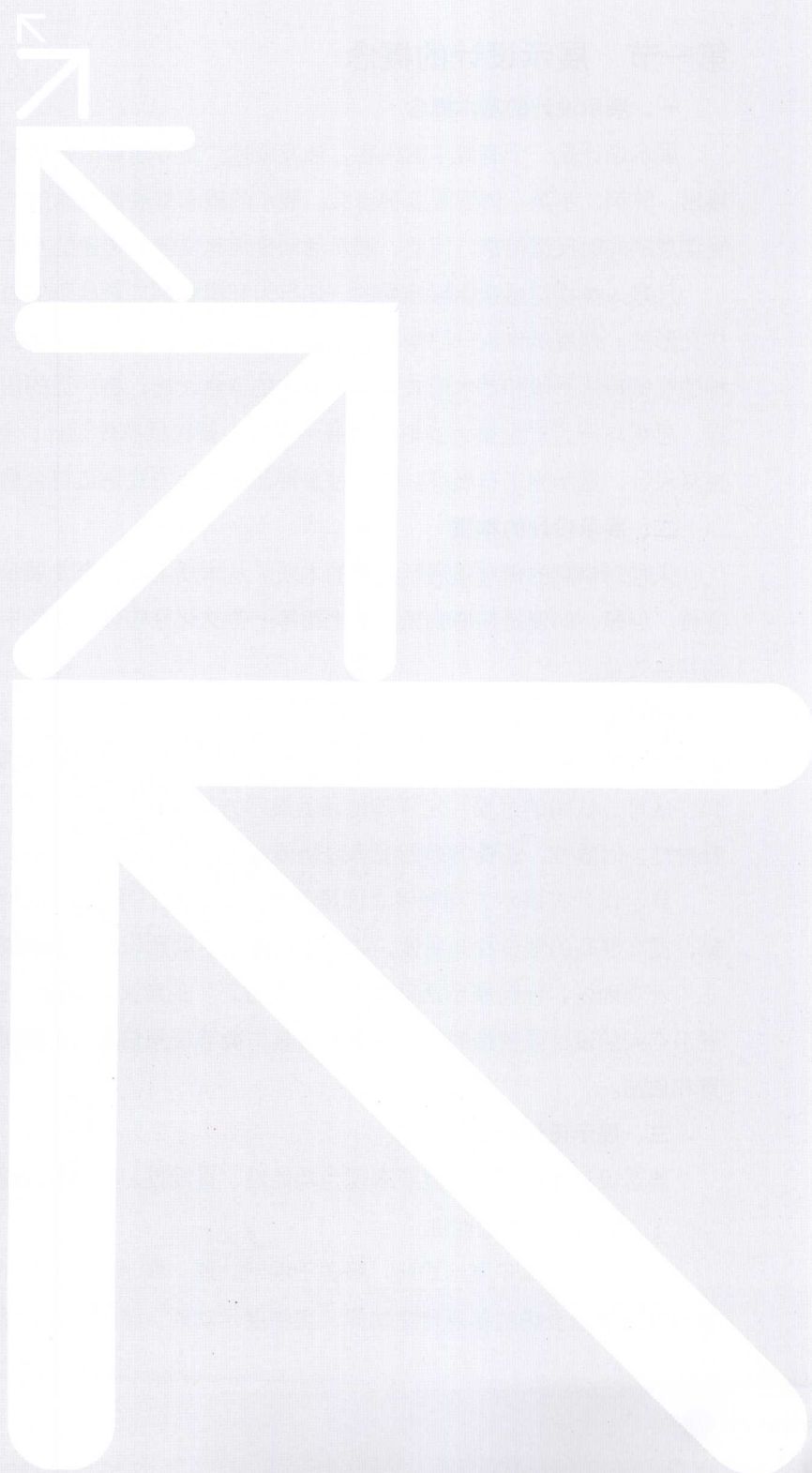
108	第一节 展示设计图的分类
109	第二节 展示效果图的表现技法
112	第三节 展示设计模型
116	第四节 计算机辅助设计
117	复习思考题
118	参考文献



第一章

展示设计概述

ZHANSHI SHEJI GAISHU



第一章 展示设计概述

第一节 展示设计的概念

一、展示设计的基本概念

展示设计是一个有着丰富内容,涉及领域广泛并随着时代的发展而不断充实的课题。就其字面意思而言,展示有展出、陈列、示范、体现等多种含义。展示的概念是展览概念的扩展和延伸,展示活动是公众参与的活动,公众在接受信息的同时反馈信息,因此,展示活动是信息交流与传递的主体。

凡是人类视觉感官能够接受的一切行为和事物都应是展示的内容。在这里,展示活动是一种通过视觉传达信息的广义形式。但展示作为一门学科,其核心是展示设计,而展示设计的中心任务是对展示空间环境的再创造,并采用多种的视觉传达手段和艺术形式,借助特定的道具设施,将广泛的信息和内容艺术地展现在公众面前,以期对观众的心理、思想与行为产生重大的影响。展示设计主要包括总体设计、空间设计、版面设计、色彩设计、采光与照明设计、道具设计、展示施工布展等。它通过多种艺术表达方式创造符合展示特点的视觉形象。

二、展示设计的本质

人们对信息的需求是展示活动的本质。从本质上看,商业展示是为商家实现营销目标而进行的最直接、最有效的宣传。但是,即便是在博物馆、美术馆等一些文化性较强的场所中的展示活动,其目的也是为了扩大影响,取得良好的社会效益。

展示活动以高效、形象地传递信息和接受信息为根本宗旨。这种将展品展出供人们观看(或操作、演示)的形式,体现了一种相互交流、相互沟通的愿望。这个过程不仅是传信者欲求目的和诉求能力的体现,更是观者对展品认知、认可、认同的过程。它平等地涵盖展示方与观者的互动作用,体现了展示设计不仅仅要注重传达信息的可靠性、针对性、时效性,还要考虑到观者对所传达内容产生的反馈信息。

展示设计在展示方和观者之间搭起了一座桥梁,承担了沟通者的角色。它还通过传递信息、宣传展品来树立形象,提高展品的地位和知名度,并把参与者的主动意识和热情调动起来,从而达到最终的展示目的。

宏观地说,任何展示活动都有“广而告之”的意义。因此,它有别于一般生活设计和工作空间的环境艺术设计。展示空间的设计或营造的关键是要人在其中能够接受信息,能够进行人与人、人与物的交流,能够增长见识、受到教育和启迪。

三、展示设计的基本特征

展示设计的基本特征主要表现为功能性、直观性、时空性、综合性、参与性等几个方面。

1. 展示设计的功能性

展示设计从属于展示功能,服务于展示功能。展示设计内容的广泛性决定了展示功能的复杂多样性。展示设计主要包括对展示会场的信息传递功能、实物展示功能、演示功能、洽谈交流功能和销售功能等的设计。要想调用一切展

示艺术手段,进行空间设计、色彩照明设计、序列组合设计等,就必须围绕着特定展示功能进行设计。例如,照明设计者如果不能突出产品的色彩、质感和造型,不能创造出良好的空间氛围,即使灯光再光怪陆离也都是失败的照明设计。所以从展示设计的角度而言,它是有计划、有目的、符合逻辑地将展示的事物和内容艺术地展现在观众面前的一种设计方法。

2. 展示设计的直观性

通常情况下,展示设计都是以直观形象的形式来反映展示内容的。它是以各种实物、模型、图片、绘画、音乐以及现代高科技的表现技术形象、直观地表现展现物的内容,而不是抽象的论述。即使是以政治、法律等意识形态为主题的展示,也要把这些理论、概念加以提炼和浓缩,使其变为具体的、可见的典型人物或事件,从而更直观地加以展示。展示设计的直观性是展示设计具有鲜明性、生动性和吸引力的重要原因之一。

3. 展示设计的时空性

展示设计是时间和空间完美结合的艺术表现形式,它是由一系列不同形态、不同功能和多种空间形式相结合的组合物体,是多维的空间艺术设计。展示空间是流动的空间,充满着人群和信息的转换。整个展示活动过程的完成是一个时空转换的过程,它优越的时空性能使观者有更深刻的体验与感受,是任何一种艺术形式和媒介都无法替代的。

4. 展示设计表现手法的综合性

展示内容的广泛性和展示形式的直观性等特点,决定了展示设计表现手法综合性的特点。展示设计是各类视听艺术、建筑艺术和表演艺术的结合体,也是多种科学技术综合运用结果。展示设计中的视听艺术包括设计、绘画、音乐、雕塑、摄影、幻灯片、录像、电影、现场演示等;科学技术包括机械工程学、声学、光学、工程技术、电子技术、自动化艺术、装饰艺术、展示制作等;管理知识包括管理科学、宣传组织、成本核算、人才配备与现场施工管理等。所以说展示设计是一门涉及多学科的综合学科。

5. 展示对象的参与性

展示设计要充分体现观者的参与性,没有观者的参与,展示活动就失去了意义。展示设计只有为观者提供最充分、最优化的展示环境,提供最开放、自主的景观和路线,充分展示展品的特点、性能,吸引和激发观者参与展示活动的兴趣,才能促进展示方和观者间的交流;展示设计还应该为观者的参与提供最恰当的空间和氛围,才能更好地发挥展示活动的功能。所以说,展品与观者是展示活动中不可或缺的部分。

第二节 展示设计史

一、展示艺术的萌芽与演变

展示活动与人类的生活有着十分密切而又广泛的联系,人类在物质与精神上的一切交流无不与展示活动联系在一起。现代展示设计的理念形成于20世纪末,而人类对展示设计的应用却要比这个时间早得多。

1. 远古时代

远古时代,尤其是在原始社会和奴隶社会时期出现的具有展示形态的活动,如悬挂图腾、物物交换等,是展示活动的萌芽。当时,人们将商品直接摊在地上,并有意识地分类陈列,后来还出现了专门摆放商品的摊床,形成了商品展示和展销会的雏形。这一时期,由于生产力的不断提高,人们物质生活和精神生活的不断丰富,因此出现了“敬天神”、“颂祖”的祭祀展示,展品有牲畜、酒食等,展具也较为考究,有陶器、铁器,其上甚至还刻有铭文。这些展品在展出时还有钟鼓音乐、歌舞等与之配合,成为一种综合性的展示艺术。由此不难看出,展示设计从一开始就在物

质和精神两大领域内相互交织、并存和发展。

2. 封建时期

封建社会时期的展示形式,主要体现在宗教活动和商业活动两大方面。宗教活动的展示形式包括官方和民间的宗教艺术,庙宇、神殿、教堂和石窟等的修筑曾一度达到空前绝后的极盛时期,此时达官贵人的生活中也出现了以收藏珍品古玩、书籍等为主要目的的展示活动,包括专业博物馆、官邸和私宅的博古架式的陈列。

商业活动的展示形式主要体现在店铺行会和集市贸易等方面。一些店铺行会为了促销,开始注意宣传产品的展示。根据我国四川广汉出土的东汉市集画像砖,可以清晰地看到当时的店铺主人是怎样通过实物陈列和口头叫卖来招徕顾客的情景。南宋吴自牧所著的《梦粱录》中,曾详细地描述了南宋杭州城内各种店铺丰富多彩的店面展示和商品陈列的场面:“自五间楼化,至官巷南街,两行多是金银盐钞交易铺,前列金银器皿及现钱……纷纭无数”。当时的餐饮店铺“其门首,以方木及花样脊结傅如山棚,上挂半边猪羊,一带近里门面窗牖,皆朱绿五彩装饰,谓之‘欢门’”。“汴京熟食店张挂名画,所以勾引观者,留连食客。今杭州城茶肆亦如之,插四时花,挂名人画,装点店面”。“又有挂草葫芦、银马杓、银大碗,亦有挂银裹直卖牌”的,如图1-1所示。后来,这类广告形式发展为以商品实物或其他材料做成的相关商品模型,悬挂于门首前,作为一种营业标志。在《清明上河图》中可以清楚地看到一些店铺、商行以及以个人姓名命名的店面招牌,如行医兼卖药的“赵太丞家”、“王员外家”、“刘家上色”等。同时还可看见一家“正店”的店面装饰已经是非常讲究,如图1-2所示。

3. 近代资本主义时期

近代资本主义时期的展示艺术,在文化方面,主要体现在各类博物馆的建设和文化艺术性的展览活动上;在经济方面,主要体现在国际展览会的产生与发展,商场店铺的营销活动和包括包装广告在内的视觉传递系统设计的产生和应用上。

近代中国由于资本主义社会商品的输入和民族工商业的发展,陆续出现了许多新的商业展示形式,例如,路牌广告、霓虹灯广告、街车广告、报纸杂志广告以及其他印刷品(样本卡、月份牌等)广告等相继在上海、天津等城市出现,广告公司也相继成立,如图1-3所示。

清朝末年,我国有了正式的展览会和博物馆。1905年在南京举办了我国的第一届博览会,1919年开放了故宫博物院,从1920年起,我国开始营造博物馆和展览馆,1934—1937年,青岛水族馆、上海博物馆和南京博物馆正式建成,



图 1-1 招幌



图1-2 《清明上河图》

并在南京举办了“中国建筑展览会”，共展出古代及近代建筑模型、图纸、材料和工具等1000余件。

二、现代展示设计的确立与发展

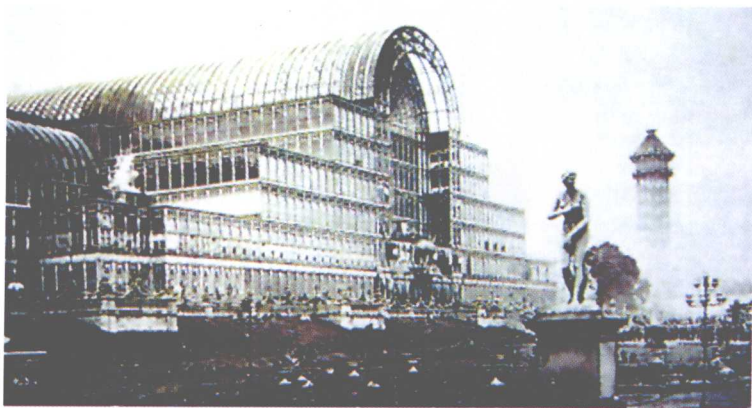
近代的英国工业革命，不仅极大地提高了生产力，而且有力地促进了展示活动的发展。由于传统的集市和庙会等不能够适应大规模工业产品的展示，博览会因此应运而生，继而成为主要的商业展示形式。

国际博览会的产生是近代工业生产发展和资本商品投入国际市场竞争的结果。1851年，首届世界博览会开创了展示设计的历史新纪元，正如恩格斯所评价的“1851年的博览会，给英伦岛国的闭塞敲响了丧钟”。同时，也标志着现代展示设计学科开始形成。

英国作为第一次工业革命的先导国家，对机械的广泛应用，成就了手工业作坊向工厂制的巨大转变，产生了以机器制造、煤炭、冶金、交通运输等行业系统的新兴工业部门。为了显示其工业革命所取得的巨大成就，英国政府于1851年在伦敦海德公园举办了首届国际博览会，所建会馆被誉为“水晶宫”，由英国女王的丈夫阿尔伯特公爵主持并筹建。该会馆由英国著名的园艺师约瑟夫·帕克斯顿按照伦敦温室架构的建造原理，采用铁框架和玻璃组装而成，空间开阔、通体透明，被称为“水晶宫”（见图1-4），象征着工业革命的成果。“水晶宫”是一座巨大的建筑物，覆盖面积78 000 m²，长564.18 m（1 851英尺），宽138.99 m（456英尺），高20.12 m（66英尺），共展出各国的精品14 000余件，其中包括机械冶金、化工、日用产品等。自1851年5月1日开幕至10月15日闭幕的160余天里，共接待包括欧洲各国、美国、加拿大、中国、印度等国家的参观者600多万，盛况空前，在当时可谓史无前例。这也是人类历史上第一次国际性



图1-3 月份牌图样



.....图1-4 水晶宫

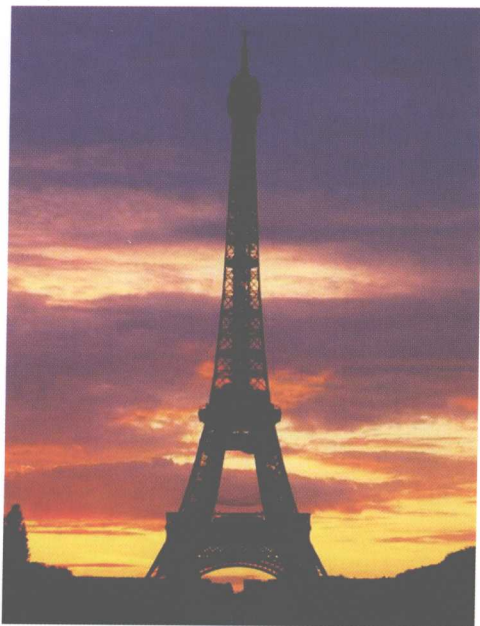


图1-5 埃菲尔铁塔

的综合博览会，获得了巨大的成功，这次展览的举办对人类的展示活动产生了深远的影响。

在场馆设计中，新材料、新技术的运用为这届博览会的成功举办创造了条件。“水晶宫”第一次大规模地体现了采用工业化预制装配方法的优越性，同时“水晶宫”的建筑形象向人们展示了一种新的建筑美学理念，它揭开了现代建筑发展史上崭新的一页。现代的建筑师们开始大规模采用金属、玻璃等一系列新建材和新的结构形式，探索工业化时代的建筑设计。也正是这种形式的博览会的出现，使人们在此后几年里对资讯的大众传播与交流媒介的需求空前强烈，于是展览活动的形式被固定下来。

人们通过工业革命这面镜子，看到了工业革命给人类的生产和生活所带来的巨大而深远的影响，它使世界为之震动，使世界其他的许多国家和地区也借此投入到工业革命之中。从1851年的国际博览会开始，工业革命就显示出了它作为新产业革命加速器的特点。随后，各种国际博览会如雨后春笋般在世界各地蓬勃发展。

1876年，在菲拉德菲尔独立100周年的博览会上，物理学和教育学受到重视，特别是当时贝尔的电话机、打字机、缝纫机等发明博得了广泛赞誉。此外，自从博览会上宣传了冰激凌、苏打，这两种物品在美国甚为流行。自此，世界博览会也成为流行物品的发源地。

1889年，巴黎举办了万国博览会，它是为纪念法国大革命100周年而举办的。本届博览会的象征建筑——埃菲尔铁塔，塔高300 m，重7 000 t，

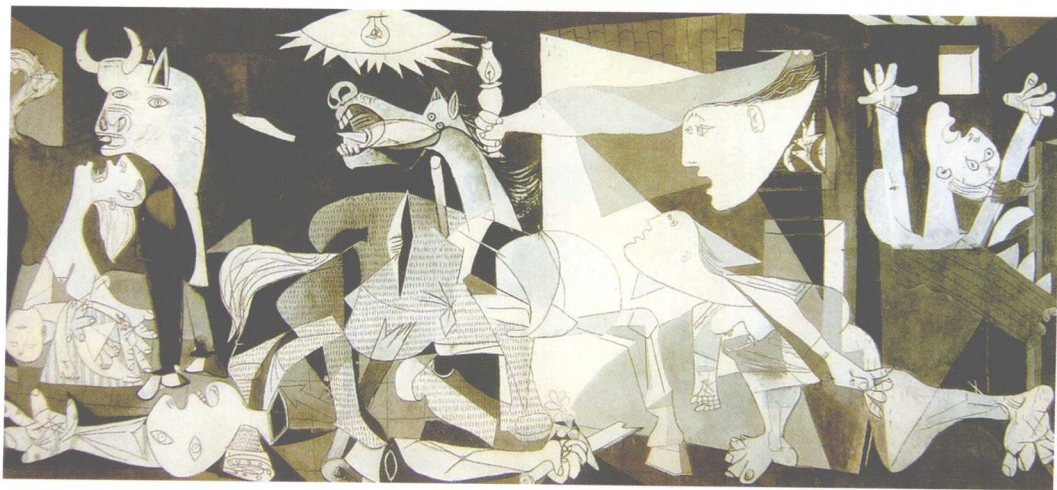


图1-6 《格尔尼卡》

塔身分三层,从高为276 m处的四周装有透明玻璃的第三层平台内,可观赏到巴黎全市的风貌,此后它也成为巴黎的标志性建筑,而且在此次博览会上煤气发动机、磁石发电机、电动机和电灯首次亮相。图1-5所示为埃菲尔铁塔全景图。

1937年,在巴黎艺术和技术博览会上,毕加索的作品《格尔尼卡》(见图1-6)因人们对纳粹分子在格尔尼卡市惨无人道的轰炸进行了抗议而成为大众话题。展览会上还展示了汽车等交通工具。也就是从这届博览会开始,增加了对汽车和飞机的展示。

1939年,为纪念美国首任总统华盛顿就职150周年,在纽约举办了世界博览会,象征物是高为230 m的锥体纪念碑和直径为60 m的环体。展览馆大多设有窗户的单层建筑内,这样可以利用其展出壁画。这一时期,类似的建筑成为博览会的主流建筑形式。同时这一时期的塑料技术得到了广泛的应用。

1958年,布鲁塞尔的万国博览会是迄今为止持续时间最长的博览会。人们第一次提出了“如何使科学与人类共存”这一主题,它的象征物是把 α 铁的结构放大2 000亿倍形成的原子模型——原子塔。图1-7所示即为原子塔模型。

1962年,在西雅图博览会上,“宇宙之针”这个象征着宇宙时代的建筑物是这次博览会的象征。另外,计算机根据住宿设施、天气情况等数据,预测入场者人数,所得出的数据与实际人数相近。这次博览会可以说是揭开了计算机时代的博览会。

1964年,在纽约世界博览会上初次公之于众的核融合实验成为该次博览会的重要话题。

1975年的冲绳国际海洋博览会是第一次以海洋为主题的世界专题博览会。会场划分为渔业、民族历史、科学技术、船舶四个展示区,展示了美丽的大海、保护自然、开发资源等充满希望的海洋的未来景象。

1985年,在日本举办的筑波国际科技博览会的主题是人类、居住、环境与科学技术。此次博览会超越了国家和民族、政治和思想及风俗习惯等方面的界限,突出了以发展为目的的国际性合作日益加强的主题,故被誉为“人类的盛典”。

从1851年首届国际博览会举办至今,历届国际博览会均显示出人类的巨大创造力,标志着人类的进步,并推动了人类社会的不断发展。

时至今日,伴随着三次大的社会革命,150多年的社会发展历程,世界规模宏大的国际博览会都给我们留下了深刻的历史印记。人类社会经历的第一次工业革命,始于19世纪40年代的第二次工业革命和20世纪初

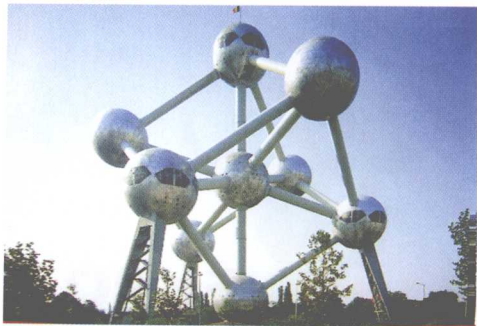


图1-7 布鲁塞尔原子塔



图1-8 上海世博会会标

以电力、化工、汽车制造发展为标志的第三次工业革命，以及20世纪末的以电脑、遗传工程、激光、海洋生物开发、纳米技术应用为特征的新技术革命，1851—2000年间的为数众多的规模宏大的博览会，加之2010年将在我国上海举办的世界博览会（图1-8所示为上海世博会会标），犹如多角度的光影，映射出四次世界工业革命进程的英姿。

第三节 展示领域的分类

一、展示设计的分类

展示设计在分类上各有不同，一般可从以下几个方面进行区分。

(1) 按展示动机和功能分类，可以分为观赏型展览（包括文物、珍宝、美术展）、教育型展览（包括政治、历史、成就、宣传展）、推广型展览（包括各种科技成果展）、交易型展览（包括各种展销会、交易会、洽谈会以及购物环境展示）等。

(2) 按展示内容和性质分类，可分为综合型、专业型、命题型展览或经贸商业展览和人文自然展览。

(3) 按展示手段分类，可分为实物展、图片展、演示展、综合展等。

(4) 按参展地区分类，可分为地方展、全国展、区域性展、国际展或出国展、国外来展、国内展等。

(5) 按展览规模分类，可分为大型、中型、小型展览或国际型、国家型、地方型展览。

(6) 按展览时间分类，可分为固定、长期、短期、定期、不定期展览等。

(7) 按展示形式分类，可分为博览会、展览会、博物馆陈列、橱窗展示、购物环境展示、观光景点展示、节庆礼仪展示等。

二、展示设计的研究范畴

1. 展览会

展览会一般具有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和时效性。一些商业性的展览会除了考虑商品展示外，还必须在空间的设计上保证展厅具有一定的洽谈和销售空间。此类展览主要包括展销会、交易会等，既具有观赏、教育功能，又具有推广、销售时效。在展出内容、时间、规模和形式诸方面，具有极大的灵活性，时间最长可达半年，最短一两天。在艺术设计方面，各类展览会都注重了创造丰富、活泼、热烈的气氛，追求招贴广告式的强烈印象、宣传效果、多变的形式以及强烈鲜明的色彩。

展览会包括成果展示型和商业展销型两大类。成果展示型主要包括