

展示艺术设计



展示艺术设计

董伯信 编 著



安 徽 美 术 出 版 社

新登字(皖)07号

作者:董伯信

责任编辑:曾绍勇

封面设计:陈乐生

该丛书已出版的有:

服装设计表现技法荟萃

室内设计与效果图表现技法

现代壁挂设计艺术

现代立体构成技法

展示艺术设计

该丛书即将出版的有:

商业环境设计及施工



展示艺术设计

董伯信 编著

安徽美术出版社出版

开本:16 印张:6 插图:8 页

安徽省新华书店发行

1994 年 5 月 第 1 版

安徽省新华印刷厂印刷

1996 年 4 月 第 2 次印刷

ISBN7-5398-0336-3/J·330

定价:9.50 元

序

何镇强

提起展示艺术设计，就把我带回到了近四十年的回忆中，是在那个“大跃进”的年代，全国各地筹办各类展览。当然，作为一位设计工作的初学者也不得不投入展览设计的大潮中。这是那个时代的必须，也是必然。

《展示艺术设计》一书的问世，仿佛他乡遇故知，故友又重逢的欣喜。因为，我热爱这一专业，它给予了我各方面的知识和艺术实践的积累，也是我几十年来在设计领域中得到自慰的艺术启蒙。

董伯信先生，早年毕业于中央工艺美术学院建筑装饰系。毕业后一直从事于博物馆陈列与展览艺术设计工作，他是学院历届少有的从事这一专业的专家了。该书积累了他多年来的丰富设计与实践的经验，也是目前在这一专业中较为系统与完善的一本精典。

展览设计，这是三十多年来习惯使用的术语。当今，时代前进发展，科技不断进步，现已形成“展示艺术”。博物馆、展览馆、美术馆等为宣传教育场所，通过实物和辅助材料的展示，揭示事物的本质和它们之间的相互关系。也就是用通俗的形式，传播信息，各种科学文化知识，帮助观众从展示中得出正确的结论。而展示艺术设计这一新的领域，丰富了陈列展览内容，更新了展览艺术观念，还引进了些新装饰科技、材料，并积极在传统文化、民族风格上作了些探索。它已是一门集系统性、科学性、艺术性综合于一体的学科。

一部优秀的电影、电视剧，除了有好的题材脚本外，更为重要的是要有好的导演。而作为展示艺术设计者，也应具有一个好导演的才能，掌握展示艺术的总体设计、总体格调及各部门的协调和统一，这是展示设计的关键。

《展示艺术设计》一书，可以使读者从中得到由展示总体设计、总平面、立面、展示路线到色彩，采光照明和展示设备设计等各方面的技能与各种陈列手法及各方面面的启迪。该书并附有丰富的展示优秀实例录，既有参考性又有可行性。

一般来说，展示艺术设计，首要的特性是科学与艺术的凝练。展示艺术设计要完美的体现内容，显示出不同的艺术风格的特色。它不仅要实用，而且要美。实用是针对物质又针对精神，忽视任何一个方面都谈不上是好的设计。装饰的美感作用，只有当它充分满足人们的实用时才能发生效果。也就是说，只有展品的装饰和实用都适宜材料的特性表现出展示的韵律感和目的性时，才能产生展示形式的美。一个富有创作才华的人，他总是善于学习的人。不仅理解传统，而且理解时代与这一时代精神面貌的人的思想感情。作为展示艺术设计工作者的思想，当然更不能落后于时代，使自己的作品以鲜明、准确的形象，更强烈地感染观众的思想情绪。用高度的艺术概括语言，充分完善每一个展示设计，这是《展示艺术设计》一书的作者目的所在。

董伯信先生，把宝贵的实践经验，积累总结在这本书内公诸于众。深信本书的出版不仅有助于进一步提高我国的展示艺术设计水平，同时也将有利于促进这一领域中的专家们的交流与合作。

一九九三年七月于北京

目录

序	何镇强
第一章 展示艺术设计	(1)
一、陈列展览与橱窗设计的原则	(2)
二、陈列展览与橱窗设计的方式步骤	(4)
三、陈列展览与橱窗设计的准备工作	(8)
四、陈列展览与橱窗设计平面图、立面图的确立	(12)
五、陈列展览参观路线的选择	(14)
六、展示中的版面设计	(17)
七、展示中的实物陈列手法	(22)
八、展示中的制作工艺的运用	(25)
第二章 展示艺术家具设计	(30)
一、人体工程学在展示家具设计中的应用	(31)
二、橱柜设计	(33)
三、屏风、图板与展墙设计	(35)
四、展台、支架及其橱窗道具设计	(38)
第三章 展示艺术色彩、采光照明与装饰	(43)
一、色彩与展示艺术设计	(43)
二、陈列展览与橱窗的色彩设计	(44)
三、采光照明与展示艺术设计	(47)
四、陈列展览与橱窗的采光照明设计	(49)
五、展示的装饰设计	(53)
第四章 展示艺术设计制图	(55)
一、展示艺术应用制图的基本知识	(55)
二、视图的画法	(60)
三、透视图的画法	(63)
四、效果图的表现技巧	(68)
第五章 现代优秀展示设计	(74)
一、现代展示艺术设计	(74)
二、优秀展示设计实例录	(75)
三、展示艺术民族风格初探	(85)
后 记	董伯信

第一章 展示艺术设计

在人们的生活中,各种各样的展示活动经常伴随着我们。当走在街上,时常能看到一些展览的招贴海报;星期天、节假日到博物馆去参观古代或现代、文物或艺术的陈列,到画廊、文化宫,群众艺术馆去都可以看到一些书画展览会;到商店去看那绚丽的商品橱窗和商品展销。在今天的商品与信息的社会里,展览活动就更为丰富多彩了。人们利用展览和陈列进行宣传,招徕顾客,扩大信息的传递速度。人们又往往从各种展示活动中获得很多的有益的知识,丰富了自己的文化生活和物质生活,促进了对社会的认识与了解。

展示,顾名思义,就是人们有意识地把物质产品、精神产品陈列展览出来,让大家看。展示艺术设计,是一种视觉艺术,它以美学法则为依据来组织实施,并通过人们的视觉感官的生理现象来完成。展示活动,也是传递信息的一种方式。博物馆、展览馆、商业橱窗中的展品(实物)是信息的载体,展示是比较好的传播媒介方式。因为,陈列展览的展示要比其他形式更直观、更直接。它有声有色,有形有味。能更真实地把信息告诉人们,因此,展示艺术在传播信息中受到普遍好评。

那么,为什么人们都喜欢展示活动呢?因为,展览的信息传播量特别大,速度最快。一个展览会有数以百计或千计的展品,什么造型,色彩,类型可以说是应有尽有,人们参观一下都知道了。展示对展品宣传的真实性可靠程度,是其他形式无法代替的。再者,展示艺术观众可以根据自己的需要选择内容和展品,还可以停下来认真看,把产品拿起来抚摸质感,动手操作。总之,展品全盘托出来让观众看,告诉观众一切情况。使人们更多地了解展品,更放心地去接受知识。

人们习惯上把所有的展示艺术活动。通称为“展览”。实际上,根据展示的性质,展品和展出活动的目的,应该分为“陈列”,“展览”,“橱窗”等不同的类型。所谓陈列,一般是指博物馆,纪念馆等所举办的以本馆的藏品为主要展品的展示活动。它的特征是与本馆的性质和任务相适应的,内容比较固定,常年对外开放。在艺术形式上,调动多种艺术手段,注重内容与形式完美的统一。所谓展览,无论是展览馆,美术馆,还是博物馆的展览,多为内容专一,类型多样的短期行为,是经常更换的一种展示形式。它们二者的区别是展品的性质、内容、时间上的不同。近年来,一些大型的展览会又多叫做“博览会”。展览简单地概括地可以分为社会发展史、自然科学、科学文化、经济技术。按其部门可以分财政、工交、文体卫等。

以行业分有综合的、建筑、电子、五金交电、机械、交通、文化、艺术、卫生、体育、教育、冶金、商业、服务等等。商业店铺沿街而设的用来展示商品的橱窗，它是宣传商品，反映商店（铺）的经营范围，精神面貌和服务质量的窗口。橱窗是商店中不可分割的组成部分，是商店中的一项十分重要的业务工作之一。利用橱窗的介绍商品，给顾客造成直观视觉印象，宣传商品，传播商品信息，招徕顾客，扩大销售。橱窗起到生活、销售、生产三者之间的媒介作用。同时，还有美化市容的作用。商业橱窗在介绍产品，指导消费，刺激购买力，扩大销售，调节产品矛盾利于生产；美化环境丰富文化生活等诸多方面具有深远的意义。

一、陈列展览与橱窗设计的原则

陈列，展览，商店的橱窗或展销活动，之所以能给人民群众传播科学文化知识和商品信息，是因为展示艺术能够科学而形象地揭示自然及社会历史发展规律，展现事物的本质；又易于为广大人民群众理解、接受的特点所显示的。

当我们评估展示活动在科学文化教育中的社会作用时，很自然会联想到展示艺术用生动的具体的实物例证和必要的科学辅助材料，用高度概括的手法把主题展现在人们面前，给人以无可争辩的说服力和巨大的感染力。它是一项严肃的政治性、科学性都很强的工作。因此，在进行展示设计时，必须遵守：

一、以实物标本和科学材料为基础。实物标本和科学材料，是展示内容的例证，它以直观的感受作用给观众很大的说服力和感染力。这些作用只有在正确的观点指导下，把它们内在联系加以分析、组合；利用它们自身的特点，彼此之间的关系，才能显示出鲜明的例证特征，实物标本和科学材料才更好地，更有力地去发挥所包含的最本质的因素。所以，展示艺术设计必须要以实物标本和科学材料为基础，为主体。

二、内容与形式的完美统一。展示艺术设计的优劣，随着时间的推移证明，艺术设计的质量在左右着展示，为形式的能动作用所决定。内容与形式的关系，是一个哲学范畴。马克思主义的辩证唯物主义的美学观，是把形式与内容看做是两个不可分割的辩证统一的互相渗透的范畴，认为艺术形式是内容的内在结构和内在组织。而且，内容本身决定这种组织的性质，内容是基本的，本质的，是具有决定作用的。形式是服务于（不是那种简单地服从）内容的受内容所制约，以内容为转移，内容和形式是有机的结合与统一。但是，形式却又能发

挥和表现内容或妨碍内容的发展。形式与内容总互相结合着存在于一个统一体中，它是一个事物的两个方面，是互相依存缺一不可的。这正如列宁在《哲学笔记》中讲到：“形式要以本质的，本质是要有形式来表现的，但无论如何，形式要以本质为转移”。展示必须内容与形式的完美统一，黑格尔说的好：“没有无形式的内容……，内容所以成为内容，是由于它包括有成熟的形式在内”。

三、展品少而精与丰富多彩结合。展示设计中，所谓少而精，就是指设计对实物标本选择准确，有说服力。它的关键在于精，少中求精。但是，少不等于精，精也并非一定是少。所谓丰富多彩，是指内容的多样性和艺术形式的多种手段展示气氛的因素也在其中。我们设计者的任务是在少而精中寓丰富多彩，达到既少而精，又不贫乏、单调；既丰富多彩又不松散、不杂乱、不冗长。避免强调少而精，就一味地压缩展品数量，导致影响对主题的系统阐述，阻碍对主题的表现，从而破坏展示艺术的效果。

四、突出地方特色，我国是一个地大物博幅员辽阔，历史悠久，民族众多的国家。由于各地区区域的差异，而自然环境，历史发展，经济文化等都有自己的特点。所以，我们的展示艺术应该充分表现这些特点。国家的博物馆它应重点反映中国全面貌，中华民族文化、经济之特色；省、市、自治区乃至地市县博物馆，应该以表现地方内容主题为主。各行业的展示，也应具体反映该行业的主题，用特有的形式——人民喜闻乐见的“土”味。体现当地（该行业）的泥土芬芳。

突出地方特色，适应不同地区观众的不同爱好，安徽有安徽的风格，山东有山东的要求；江苏有它自己的爱好，上海有它自己的追求。各地都必须是从所在地区特点出发，精心设计自己的风貌与喜闻乐见的形式。才能密切地联系人民群众，充分地积极地发挥展示艺术的宣传教育作用。

商业橱窗艺术设计，虽同属于展示这一门类，但是，商业橱窗更有它自身的个性。因此，在设计商业橱窗时除遵守展示艺术设计的原则外，商业橱窗还必须要遵守：

一、广告性。商业橱窗是宣传商品使广大消费者了解商品的价值，规格、使用和保养方法。商店（铺）自我介绍，反映经营范围和服务方向，吸引招徕顾客，引导消费。

二、思想性。商店各自有不同的特点，由商品的特征赋予商店一定的内容，形成橱窗的宣传主题。虽然，商品橱窗的主题是多种多样。但，橱窗设计是建立在对商品研究分析上，思想性，对橱窗设计起指导，决定作用。

三、真实性，商业橱窗设计对商品要讲求客观真实，实事求是。使实物与顾客见面，更有可靠性，说服力，打动顾客心理。单纯的商品陈列或为了追求艺术来刺激顾客而采用不正当的手段，或文过饰非的广告用语，欺骗顾客。造成误导等都是错误的。

四、艺术性。形式应积极的，正确的、主动的反映主题内容。以美的法则，运用绘画，摄影、色彩、照明等造型手段综合的利用艺术技巧、给人以美的享受，美化环境，反映欣欣向

荣的社会主义市场经济。

二、陈列展览与橱窗设计的方式步骤

要想搞一个比较满意的展示活动，事前就必须有一个核心，组织一批人来考虑有关问题，做好各种准备工作。一般来说，一个展示的举办首先有一个领导核心，来具体领导、规划，施实有关展示的事宜。展示机构设置，从大的方面讲，分行政，业务工作两类。小型展示机构可由三、四个人负责就可以，分工合作，独当一面，人少而精。大型的可以设小组或办公室，可以叫某某展览筹备处（组），设主任、副主任，副主任还可以兼各业务组组长。因为展示活动是一项政治性、科学性、艺术性很强的工作。业务组人员设置可分为内容文字设计和形式艺术设计。选其优秀者，人不一定很多，要有一定的工作能力，能吃苦耐劳，技艺精湛才能完成繁重的工作任务。

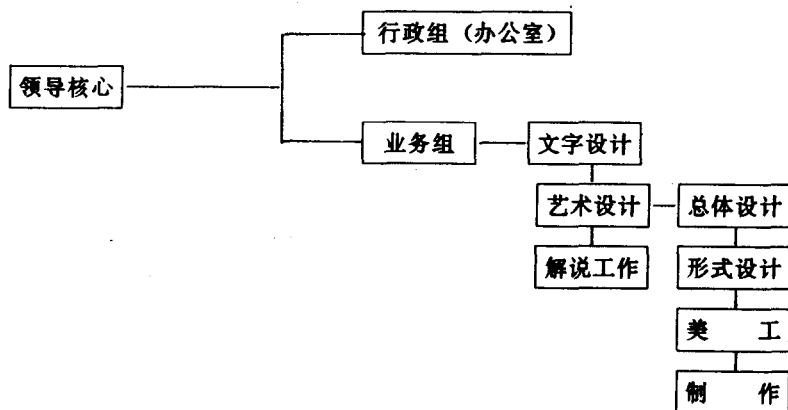


表1 展示机构设置示意

展示艺术设计工作的方式步骤，大体上可以分为设计、制作、布置三个大的阶段。

一、设计阶段：

它是一切展示艺术设计工作的开头，展示设计，分为内容设计和形式设计。

A、内容设计，在陈列展览与橱窗艺术设计中，即制订提纲、编制展示计划，这是展示工作的重要开端。所谓内容，是指展示的主题结构。是在辩证唯物主义和历史唯物主义思想指导下，给予正确的合理的排列，拟出具有逻辑关系和年代顺序的包括陈列主题、部分、单元

等及层次的全部陈列结构以及列出表现该内容结构的实物及科学的辅助材料的清单。展示内容的制定,可分为两步进行,1、制定展示大纲,它要求比较概括、原则。它是展示工作的核心,反映展示的目的和要求以及展示经费的概算内容,2、编写展示计划,它是陈列展览大纲的具体体现。要求拟出部分,单元,展品组以及表现主题、单元的展品目录。一般的展示体例结构,可以分为部分,单元、展品组。内容的层次不宜太多,标题也在三个级别即可。展示大纲,展示计划这两个步骤,首先拟出展示大纲,然后在大纲的精神要求的基础上再编写展示计划。为了解决在制定展示计划中的一些政治性和学术性问题,经费来源等问题,必须要组织社会上有关方面的学者、专家进行广泛的征求意见或咨询,修改展示计划。但有些时候可以把展示大纲和展示计划两者同时进行,两步并为一,这样可以争取些时间,给展示艺术设计后期制作,布置做好准备工作。

B、形式设计,是展示内容设计完成后开始的。内容设计它是一种文字形式,很象是电影、戏剧中的脚本。展示的形式设计,就是将文字形式变成为形象化的直接的视觉艺术的手段。形式设计,要体现内容的一切要求,是指内容的艺术形象。它包括对展示建筑,展示设备的运用;展示布局和展品组的艺术处理,环境的装饰周围气氛;美术作品,图表等辅助材料配合运用与色彩、采光照明的处理和展示前区气氛的创造等等。形式设计,有以下几个方面的内容:

1、展示形式的总体布局,它是以展示计划为依据,根据已有陈列厅(室)的建筑特点,分别设计开头、分段(部分或单元)、结尾。考虑确定展示的主线和辅助参观路线等问题。一般,展示的开头称为序幕厅、结尾称尾声是高潮部分。这两个部分最好要有一个相对独立又与展示主题密切相连的建筑空间,不应受展示空间展出气氛的干扰。每一段落(部分或单元)都需有一个相对完整的建筑空间,不要把一个部分内容相割裂置于不同的空间内。一个展示空间,展示主题,重点必须突出,空间疏朗。商业橱窗以及商品展销(博览)会,根据商业特点商店的地理环境,橱窗的型式,确定宣传主题,或节日或专题或综合橱窗设计,确定橱窗气氛基调;展销或商业博览会,根据规划切实可行的各展示单位的摊位的数量、大小、分布、安排、环境等设计。

2、展示艺术风格,由于不同的展示内容主题,对展示风格气势也应有不同的要求。一般地,政治类的展览风格须庄重、热情、严肃、大方。艺术类的展览、陈列风格要抒情、生动活泼。自然类的展示设计多属自由,活跃风格。而博物馆的所有陈列、展览中都应力求具有民族气魄和地方特色。商业的博览或橱窗,要突出商业特点,商品应琳琅满目,反映活跃的市场氛围和经济特征。近期内,我国在展示艺术风格,民族风格,地方特色诸多方面进行了探索。

3、展示艺术设计图式,就是陈列,展览、橱窗等设计的图式化。主要是具体的确定主题在空间的位置、比例以及展品组的组合方式,陈列设备位置等的规划。图式要求把实物标本,

辅助材料，设备的造型，数量，尺寸都要明确的制定出来，按其比例准确绘成各种图式。展示艺术设计的图式主要有展示平面图，立面图，展示透视效果图，展示设备设计图。这些图式是现场施工布置的依据，它就像工程师所提供的建筑设计施工图纸一样重要。可以做为审查的一种依据手段。在条件允许的情况下，要求按一定的比例制作出模型，供研究，论证方案使用。

4、确定辅助品和美术作品的规格大小，制作要求，这一环节要以陈列，展览，橱窗总体设计为原则，指导综合设计。这里，无论是对辅助品，还是对美术作品的位置，造型，大小，质地和色彩等等。都应该本着即统一，又有变化的原则，防止单调、杂乱。

5、总体的平衡，是根据展示内容的主次、作一次形式上的平衡。要求对重点内容，展示的位置，设备的造型、大小作一次总体上的研究，看它是否得当。只有通过总体上的平衡工作，才能达到恰到好处。

6、研究和调整解决展示设计中遇到的新问题，这是对陈列、展览、橱窗设计工作的检查和修正。

展示艺术设计中的形式设计，根据以往的实践活动，大型展示艺术设计，形式设计又分为总体设计组，分工负责各项设计，形成一个集体智慧，来导演好这场“戏”。除总体设计外，还必须在各参展团（组）中有一（或若干）名形式设计人员，来具体地执行总体设计的意图和设想，对它的要求只能是恪守总体意图与原则。绝不能置总体于不顾，另行一套，我行我素。国外，非常注重这项工作，重金聘用并给他们冠以“总设计师”或“设计师”的荣誉称号。

二、制作阶段：

一般地，设计方案做好后要请专家、学者进行科学论证，最后确立一个最佳设计方案，制作阶段就开始了，它是陈列，展览和橱窗艺术设计工作的第二阶段。在这个阶段内，主要包括了辅助展品、美术作品、说明文字书写和各种展示设备的制作以及对实物标本的装饰制作。

辅助展品的制作，它是一项严肃的创造性科学性很强的工作。制作时应注意它的科学性和内在质量。它们的造型、色彩、质地等方面一定要符合内容的要求。美术作品，在展示中有两种情况，一是欣赏型，为了创造空间的艺术气氛，要求将与展示内容上相关的艺术品置于适当的位置，不做任何文字说明；二是按展示内容主题的需要创作，它是展示内容的组成部分，但它是辅助性。它的形式、风格、尺寸，大小都应该依主题和总体设计的要求去制作。这类美术作品，要慎重，必须以文献资料为依据，主题应明确，有时代特征，艺术性要强。事先应作创作草图，待审定后再行放大绘制。

文字说明书写，这项工作必须要有专人承担。文字书写的特点是，性质重要，数量大要求高，往往又是把书写任务安排在实物陈列、版面照片，装裱等工作基本就绪后才开始。文字书写中的各类标题的字体、大小、色彩都要在总体设计的统一规划下进行。标题要醒目、庄

重、大方。说明文字的字体，大小，色彩要根据情况有所变化，但风格必须一致。随着科技的进步，电脑照排和激光照排技术进入了各类展示艺术的设计中。这样，大大减轻了工作人员的劳动强度，缩短了施工期，提高了质量。把展示设计制作水平提高了一步。

展示的设备制作。更是不可忽视的工作。展示设备是为了保护展品及烘托展品的形象，它是向观众介绍展品的媒介。展示设备主要包括有展览带（展墙）、屏风、橱窗、版面、镜框（画框），展品座架（展台），积木，各类标题牌，海报栏，会标牌，指示牌以及小展品道具等。

制作阶段完成工作质量的好坏，将会直接影响到第三阶段的顺利进行，它是现场布置工作的前提和基础。这个阶段的工作要抓紧，抓细、抓好，设计人员要主动地，深入制作现场，参与指导制作。否则，由于工作的疏忽，就会酿成失败或极大的浪费，造成不可弥补的损失。

三、布置阶段：

布置阶段，多在展厅中现场进行，这个阶段内要使展品按其展示图式的要求，各就各位，对号入座，是展示艺术设计工作的合成阶段。这一阶段，将全面地，科学地考验设计质量和制作水平。如果发现错误，要再次修改。这段工作分为设备的现场安装和展品陈列两个方面。

设备安装，是指各种展示橱窗，屏风、展台、沙盘，模型以及大型展品按图式摆放。

展品陈列，是完成展示设计工作的最后一环。整个过程是边布置、边研究、边提高。这个边布置、边研究是在设计图式要求基础上进行。决不是不去作设计方案，而是临场发挥，临时想临时摆或者是想到哪摆到哪。

商业橱窗在程序上与陈列、展览基本相同。在道具制作结束后，也是最后一步了，即绘制装饰画、文字固定就位，托架、吊挂商品版面就位地面铺衬布，道具组装固定，最后布置底部商品，再调整修改验收。

在布置阶段，一般的如果展示内容，图式拟订得比较正确，制作时准备比较充分，则安装布置的时间安排不应太长。但，我们在制订展示计划时，考虑到在实际工作中会出现一些问题。因此，在该阶段的时间安排上要留有余地，有较为充分的时间来修正错误。对待图式设计的态度，是既重视展示图式的指导作用，又考虑到一些实际情况的变化，不被图式所束缚。

设计、制作、布置这三大阶段，是展示艺术设计工作步骤中相对独立的时间安排。但又是相互联系，互相制约的。有明显的先后顺序分阶段进行，它们的阶段性有时也不是非常清楚的，是穿插衔接，你中有我，我中有你，结合较为密切。一般来说，设计阶段应安排时间长一些，对各方面的问题，都必须要认真考虑，研究，把重大原则定下来后，分头设计。制作阶段，要合理安排人力、物力、争取最短的时间来完成。布置阶段，应注意展品的安全，尤其是博物馆的陈列时，文物安全问题要提高到首要地位上来认识和处理。

布置展品结束后，设计人员要进行全面的检查，准备请有关主管部门审查。预展一个时期，广泛征求各界人士观众代表的意见，修改，调整后，办理移交手续，正式开放。到这时

设计人员的工作还没有结束，应着手拍照，整理资料作好归档事宜。这是一个完整的展示艺术设计程序步骤。

三、陈列展览与橱窗设计的准备工作

展示艺术设计，要求内容设计有相对的成熟和相对的稳定。既是需要修改，也决不能大破大立，只能作局部的修改变动。

一个设计人员在开始设计前，必须要全面地、系统地学习和了解展示题主内容等事宜，一般地把这个过程叫做“三熟悉”。即，熟悉展示内容、熟悉展示展品、熟悉展示场地。

一、熟悉展示内容，它是设计工作的前提，好象导演要精通剧本一样。把陈列，展览的内容结构、主题和中心重点等进行深入的研究、了解清楚各部分、单元、展品组的情况互相之间的联系。这里特别强调的是要深刻明确展示的主题，展品的类别以及该展示设计的特点。有的放矢，对症下药，充分有准备运用多种手段完成设计任务。

二、熟悉展示的展品，展品是展示的“细胞”。熟悉展品，除熟悉展品的名称、属性、用途、内在含意，工艺制作外，对其展品的质地，尺寸、色彩、重要性等都要了解。要绘图或照相以备设计时参考。

三、熟悉展示的场地，场地即展示所需要的空间。熟悉场地是为了解展示场地的建筑形式特点，结构、平面、面积、采光照明方式等方面。并且，一定要准确地绘出该建筑的平面图、立面图。同时，要对展示场地环境作一番了解，拍摄点资料照片，这样做对展示前区的环境设计大有好处。

经过一段时间对内容，展品，场地的了解、准备，设计者便可进入展示艺术设计创作的构思阶段。展示艺术设计的任务，具体的可以归纳为：

1、把握不同内容展示艺术设计的特征，风格。制定自己的工作程序。设计总体的要求，表达方式要有新意，有新风格和个性。

2、展示艺术形象要准确——表现在观点的正确性；鲜明——形象突出，一目了然；生动——形式活泼，喜闻乐见。

3、组织好展品，给每一组展品恰当的形式和地位。以极其鲜明的观点、恰如其分表现主题，突出重点，层次分明。在艺术技巧处理平面，空间结构要合理，具有一定的感染力。

4、展示设备设计，以统一设计为主，特殊设计为辅，达到既统一又有变化的艺术效果。

展示艺术设计的构思,除受展示内容主题的因素制约外,还要受到时代、主题、民族、地域、风格、个性、传统、创新、经费、材料技术、工艺等一些客观因素的影响。

时代、主题,是展示艺术设计的主要制约之一,时代决定了对主题的选择,主题决定了艺术设计的构思,这种影响是决定性的,至关重要。

民族特点、地方特点,发展地方特色是展示艺术设计工作的生命线。

风格、个性,是由设计者对展示内容的理解与表现能力的把握、创造了各类陈列展览的艺术风格。

传统、创新,创新是科学地对待传统,利用文明积淀,以新的方式、手段,创造出现代新的民族形式风格。

经费、材料、技术及工艺,经费是事业的物质基础,材料是实现设计意图的一个很活跃因素。构思必须要以科学为依据,引进先进的科学技术、材料、工艺为展示事业服务。提高展示的艺术效果,促进社会效益的发挥。

总之,影响展示艺术设计构思的因素是多方面的,而又有诸因素的不平衡性。有时某一因素要作主要方面,成了影响这一主题内容构思的主要因素,其他则成了次要的因素,但不是不受这些次要因素的影响。

在进行艺术设计构思的过程中,为了开拓自己的视野,启发思路,常常是广泛收集和参阅一些国内外的展示艺术设计有关资料,取其众长,为我所用。这里要注重研究分析资料,不能生吞活剥,全盘照搬;根据自己的实际情况,灵活应用,吸收消化。

设计,是在构思和资料分析的基础上,首先要有一个原则作指导,设想总体框架,综合内容和观众的要求,经费材料,工艺技术的各类矛盾,大胆设想,又要实事求是解决诸多问题,通过平面、立面的形象把构思的设想用形象表现出来。开始多勾画设计草图,思路要广,准备充足的方案。设计草图,切忌只有一个思路式的单一方式、一条道跑到底。一般地,草图应从总体布局着手,先整体后局部,再到单项设计。千万不要想到什么就搞什么。随之就是色彩设计,色彩是展示艺术设计的重要因素,展示的色彩,主要是突出主题,使观众心情舒畅,减少观众的疲劳程度。用色也要注意整体和局部,统一和变化的辩证关系。在草图的过程中,还要根据草图进行设计分析,对设计诸多草图方案进行全面的考虑。如,内容和形式,美学和技术,材料和工艺,经费和设计等方面分析,比较、综合,优选以从中选出较好方案。再次进行深化设计,达到完全满意为止。

构思一旦成熟,要以图式来表现。表现展示艺术构思的手段,就是展示艺术设计图式。图式主要有:展示设计总体平面图、立面图、色彩效果图,展示设计的设备设计图(正立面、平面、侧面、透视效果图等)。辅助材料和美术作品,装饰设计等。这一阶段的工作质量,决定了展示设计效果,直接影响到展示的社会效益,是除内容设计外的又一重要关键。以上所有展示艺术设计图式,组成了不可分割的艺术设计整体。由于它的任务重、涉及的范围广,展

示艺术设计又为总体设计部分设计。

一、总体设计：

形式的总体设计，要视展示内容的规模而定。做展示的总体规划设想，艺术风格以及经费预算等事宜。

总体的图式设计，是根据已有建筑平面规划，分配展示内容所需的面积、位置；参观路线的选择、展示设备，展示的艺术气氛。这些都要先画出必要的图式：展示的总平面以及各部分所占的面积和位置。要统筹兼顾，突出重点，突出特色，突出优势，合理利用空间。展示的总立面图，要表现场地的空间高度与展带，橱柜等的高度比例，以及大型展品与空间的呼应关系。确定最佳视域和版式的设计，主题、部分、单元、展品组之间的关系。展示色彩效果图，是表示展示艺术设计的效果，空间气氛。它以比较真实的手法表现，是检验设计的依据，也是送呈上报主管部门审批的主要图纸。

二、部分设计：

是以总体的平面、立面、色彩效果设计为准绳。部分平面要求详细地画出每一部分主题应占的面积地段，墙面。部分立面，应准确设计各部分所占的展墙和每一橱柜中的展品组合设计，平面与立面应配合，橱柜与展品组之间要联系。部分设计中，也应做重点场面或重点橱柜的色彩效果图，以直观的形式告诉将来实现后的效果。

展示设计，经过总体、部分设计、设备、色彩、艺术气氛等草图设计、常常是为了向上级汇报、往往是绘制展示小样或制作模型，用直观的形式说明问题，展示小样，是把展示设计按比例缩小绘制，表现展示的艺术效果。展示小样，要选其有代表性最强的地段、角度来表现，手段要新颖、多样化，真实感强，它不能脱离内容而独立存在，图式的绘制吸收了一些学科的原理，又有自己的规律。

商业橱窗设计，是艺术创作过程，它的创作过程也是由抽象到具体，由浅入深的规律，橱窗的设计，大体上分为准备阶段和设计两部分组成。

一、准备工作，各种商店有其不同的橱窗，商店的地理环境也有不同的处理方法。商店橱窗的基本形式有两面临街、单面临街，三面临街等，而其橱窗的剖面又分为开敞式——适用于陈列特大商品，内外相通连成一片，商店气氛好；半开敞式自然通风，采光好；封敞式——营业厅内布置完整，橱窗内清洁，但散热，通风较差。

橱窗的规格，因商店各异。但，一般的高为120~300cm。长400~600cm。进深60~200cm，窗台高出人行道30~80cm。各类商品对橱窗大小有不同的要求，请参考表2。

二、橱窗设计：要了解本商店橱窗的空间，采光照明，绘出图式，了解橱窗周围的环境情况，是单面临街，双面临街还是三面临街，做出切实可行的构思。在橱窗设计准备阶段，首先要清除橱窗内的污垢，做好清洁工作后，要裱糊好橱窗的背板以及两侧面板，准备进行设计。

在橱窗设计构思前,要根据橱窗设计的主题,是介绍代表未来消费的名优新产品,是宣传群众信得过,适销对路畅销商品,还是节日、季节烘托节日气氛,增添娱乐因素……。商品是橱窗所表现的对象,主题决定形式。因此,每个设计者都应从研究商品入手,选择商品,设计橱窗,宣传、介绍商品。

橱窗的构思设计如同展示艺术中的陈列,展览一样,在研究商品,确立主题后,开始勾画些草图。分析草图,综合各草图的优缺点,再做最佳设计方案,以正立面图或色彩效果图予以表现。因橱窗设计在诸多形式的展示艺术中最为简单、单纯,一般图式不需太复杂,但制做道具,布置商品的阶段都不可缺少。

表2 各类商品橱窗尺寸表

商店名称	橱 窗 尺 寸 (单位: mm)		
	h	H	D
鞋 店	300~600	1500~2700	600~1800
帽 店	400~800	1500~2400	600~1800
手工艺品店	500~900	1000~2000	600~1300
男服装店	300~700	1800~2400	900~1800
女服装店	300~600	1500~2700	900~2400
布匹绸缎店	300~600	1200~2400	600~1800
毛皮店	300~700	1800~2700	900~2100
化妆品店	500~900	1200~2100	600~1500
玩具店	300~600	1500~2400	500~1500
烟 店	600~1200	1200~1800	400~900
酒 店	600~800	1500~1800	600~1500
食品店	500~800	1500~2100	800~1500
糖果店	400~700	1500~2100	600~1200
五金玻璃店	300~800	1500~2400	600~1800
家具店	300~600	1800~3000	1500~3000
无线电器材店	450~600	2000~2300	1200~1500
自行车店	0~400	1800~2100	900~2100
花 店	300	1800~2100	600~1800
药 店	500~900	1800~2400	600~1200
书 店	600~900	1200~2100	600~1200
文具店	600~900	1200~1800	600~1200
钟表店	700~1100	1200~1800	600~1200
眼镜店	700~1100	1200~1800	600~1200
运动器材店	300~600	1800~2700	900~1200
美术用品店	400~800	1500~2400	900~1200
大型百货店	300~600	2400~3000	1800~3000