

展示设计

ZHANSHI SHEJI

主编 单宁



艺术设计
ARTDESIGN

高等院校艺术学门类『十三五』规划教材

展示设计

ZHANSHI SHEJI

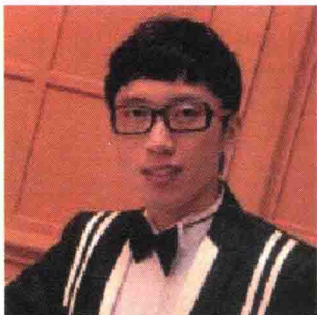
主编 单宁



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

中国·武汉

作者简介



单宁，本科毕业于西安美术学院展示设计专业，硕士研究生毕业于西南交通大学环境艺术设计专业。长期从事高校设计教学及社会设计实践等相关工作。现为四川旅游学院环境艺术设计专业的一名教师。曾主持展示设计项目 30 余项，获得国内外各类设计比赛奖项 40 余项，近几年负责或参与横向科研项目 6 项，在各类专业或核心期刊发表论文数篇，10 余件作品申请并获得国家外观设计专利，编写了《中文版 AutoCAD 2013 室内设计从入门到精通》、《景观设计基础》、《展示设计》（2013 年）等教材，设计并制作的课件《展示设计》于 2013 年获得由教育部主办的第十三届全国多媒体课件大赛一等奖。

图书在版编目 (CIP) 数据

展示设计 / 单宁主编. — 武汉 : 华中科技大学出版社, 2016.10

高等院校艺术学门类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5680-1757-2

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 088219 号

展示设计

Zhanshi Sheji

单宁 主编

策划编辑：彭中军

责任编辑：沈 萌

封面设计：抱 子

责任校对：张 琳

责任监印：朱 玢

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）

武昌喻家山 邮编：430074 电话：(027) 81321913

录 排：武汉正风天下文化发展有限公司

印 刷：武汉科源印刷设计有限公司

开 本：880 mm × 1 230 mm 1/16

印 张：16

字 数：498 千字

版 次：2016 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

定 价：79.00 元



本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



前言

ZHANSHI SHEJI

我国的展示设计是在全球经济一体化的大趋势下发展起来的新兴行业。近年来,随着我国加入 WTO 及北京奥运会、上海世博会、米兰世博会的相继举办,我国的一些大城市也开始努力开发会展产业。在现代社会经济的发展中,展示活动特别是商业性的展览会、博览会、贸易会,以其强烈的直观性、参与性,已经在当今社会领域、信息领域、商业领域、现代媒体领域取得了不可替代的地位,形成了一个独特的会展产业。我国展示专业的发展正处在与国际接轨的关键时刻,因此,市场就需要一批有着先进展示设计理念、方法、手段及经验的优秀展示设计人才。

本书以国内外展示专业最新的信息和观念为基础,在展示设计教育上进行了一些尝试性的改革,增大了启发创新性设计思维的力度,从时代的角度比较系统地讨论了展示设计及其相关的概念、理论与方法。

本书在编写过程中,以最新的展示设计理论为基础,结合视觉传达设计、环境艺术设计、工业设计等设计类专业特点,强调展示设计理论与实践的互动结合,精选大量形象、直观且具有创意的设计方案来诠释各种展示设计的基本原理与设计方法,以期达到启发设计创意思路并“授之以渔”的目的。在内容上采用了由浅入深、循序渐进的编排方式,使本书的内容尽量满足各类设计专业在实际应用中的需要。本书最大的亮点就是知识体系结构严谨,所用插图均具有代表性,同时配有大量优秀的展示设计案例,形象、直观地介绍了展示设计的基本原理与设计方法。因此,本书可以作为高等院校展示设计、环境艺术设计、工业设计、视觉传达设计与艺术设计等相关专业的教材或教学参考书,也可以作为会展从业人员和相关岗位的培训用书。

本书在整理讲稿和教案的基础上参考并借鉴了不少国内外相关方面的书籍。由于编者学识水平有限,书中难免存在一些不妥与疏漏之处,还请广大读者予以批评指正,以便在今后的教学与实践中的加以改进和完善。最后,要特别感谢华中科技大学出版社有限责任公司对本书出版的支持与帮助。

编 者

二〇一六年九月



目录

ZHANSHI SHEJI



1

第一章 课前准备

- 第一节 概述 /2
- 第二节 教学思路 /2
- 第三节 教学内容设置 /3
- 第四节 教学资源 /5



7

第二章 展示设计概论

- 第一节 展示设计的基本概念 /8
- 第二节 展示设计的分类 /14
- 第三节 展示设计的现状 /19
- 第四节 展示设计的发展趋势 /21
- 第五节 展示设计师的必备素质 /25



29

第三章 展示设计的发展历程

- 第一节 展示设计的起源及发展 /30
- 第二节 世界博览会艺术的发展 /32



57

第四章 展示设计的基础知识

- 第一节 形式法则的应用 /58
- 第二节 人体工程学的应用 /65



73

第五章 展示设计的程序

- 第一节 展示设计阶段 /74
- 第二节 展示施工阶段 /82



85

第六章 展示的专项设计

- 第一节 展示环境的空间设计 /86
- 第二节 展示的照明与色彩设计 /109
- 第三节 展示的版面设计 /125
- 第四节 展示的道具设计 /130

- 第五节 展示的陈列设计 /139
- 第六节 展示的橱窗设计 /150
- 第七节 展示材料的特性与选择 /156
- 第八节 现代多媒体展示设计 /171



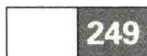
第七章 展示模型制作

- 第一节 展示模型概述 /178
- 第二节 展示模型欣赏 /182



第八章 展示设计作品赏析

- 第一节 展示专题设计赏析 /192
- 第二节 学生设计作品展示 /223

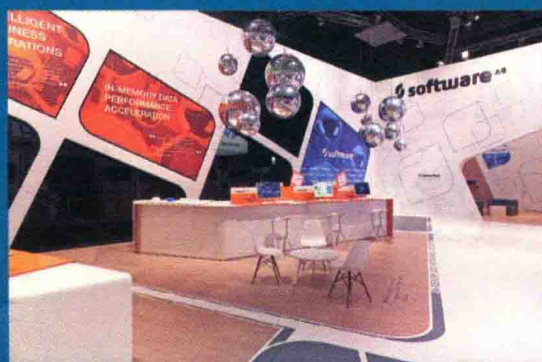


参考文献

第一章

课前准备

KEQIAN ZHUNBEI



第一节

概述

展示设计题材广泛、内容丰富、形式多样，是一门涉及空间、道具、视觉传达等诸多领域的综合性、实践性都很强的设计学科。展示设计课程对于展示设计专业、环境艺术设计专业、工业设计专业及视觉传达设计专业等来说均属专业核心课，在专业课程体系中处于核心地位，对学生专业能力的提高及将来的发展都起着非常重要的作用（见图 1-1 和图 1-2）。



图 1-1 2015 年 CeBIT 展(一)



图 1-2 2015 年 CeBIT 展(二)

第二节

教学思路

课程教学首先讲授展示设计概论，现代展示活动的产生、发展历程及其在社会发展中的地位 and 作用，让学生对展示这一社会传播活动有初步的了解和认识；然后讲授展示设计原理、方法、流程等应用知识，在此基础上，辅导学生进行设计实践。通过课程教学，让学生了解展示设计相关知识，理解展示设计特征，掌握设计原理、设计方法，初步学会展示设计。

一、教学重点

本专业课程教学的主要内容包括展示设计概论、展示设计的基础知识、展示设计的程序、展示的专项设计、

展示模型制作等。展示设计课程的教学侧重于展示空间环境的造型设计及视觉艺术效果的营造，教学重点放在展示方案的设计上。

二、教学目标的设定

展示设计不仅是一门与艺术设计相关的学科，而且是一门渗透着科学性、技术性与工程性的综合学科。专业这一特性要求我们必须转变以往的教学观念，把展示设计作为纯艺术性学科的教学观念，摒弃教学中片面强调展示设计的视觉空间效果的表达和方案的概念性设计，从实践设计出发，培养学生的综合设计能力，引导学生从展示设计主题、展示策划、客户及参观者的需求、展示的材料与施工工艺、展示的技术、布展的经费预算等层面展开方案设计。

因此，我们把教学的目标设定为：强化学生从事展示设计实践必须具有的基本专业技能训练，构建专业知识结构体系，培养学生具有引领展示设计潮流的先进理念和创意思维。在教学中，我们引入了项目带动教学法。由任课教师根据教学内容、结合学生的实际情况，有针对性地组织学生参与贯穿课程内容的社会实践活动，把实践和理论进行有机结合。项目带动教学法给学生提供体验完整工作过程的学习机会，增强了学生适应市场实际工作环境和解决综合问题的能力。与传统的教学模式相比，项目带动教学法更贴近就业岗位与现代化企业生产的实际需要，使学生学到的知识和技能与企业生产岗位无缝对接，真正做到了“早实践、多实践、反复实践，力争实现在校培养的专业能力与将来岗位工作能力零距离接近”。

三、教学安排

展示设计教学活动由6大板块组成，即课堂理论讲授、项目实例考察、设计方案策划、设计创意表现、展示模型制作、设计实践教学，旨在突出课程教学的实践性。

四、教学形式

确立以设计市场为导向、理论讲授与实战课题设计相结合、师生共同参与的开放式教学的形式，教学活动建立在师生交流互动的基础上。

第三节

教学内容设置

一、课堂理论讲授阶段

1. 教学目的

通过展示设计理论知识的讲解，让学生建立起展示设计的基础理论知识架构，掌握基本的设计方法，提高学生的设计理论素养，为后续的设计实践奠定理论基础。



图 1-3 展示理论教学内容的设置图



图 1-4 项目考察教学内容的设置图

2. 教学内容设置

本部分教学内容共分为 6 个部分，如图 1-3 所示。

3. 教学方法

以教师讲解为主，采用多媒体教学；任课教师准备教案、课件、设计案例等教学相关资料。

二、项目实例考察阶段

1. 教学目的

通过展示设计项目的实际市场考察，让学生对本专业课程的学习内容有直观和感性的认识，从而调动学生的学习热情。

2. 教学内容设置

本部分教学内容共分为 4 个部分，如图 1-4 所示。

3. 教学要求

(1) 了解商业类与文化类展览的空间搭建、陈列手法、展示道具的设计等。

(2) 感受现代展示主题的艺术化表现及展览空间氛围的营造。

(3) 关注展示设计要素：展示的主题与创意、展示空间的布局与功能分区、展示空间的造型设计、展示的照明与色彩设计、展示的陈列与道具设计、展示的视觉与版面设计、展示材料的特性与选择等。

(4) 了解展示施工技术流程。

4. 教学形式

首先，教师组织学生进行课外参观考察。其次，教师组织学生进行课堂分组交流。最后，教师指导学生分组完成一份项目实例考察报告。

三、设计创意表现阶段

1. 教学目的

训练学生灵活地运用展示设计理论知识来指导展示设计实践，考核学生的构思创意与设计表达等综合素质。

2. 教学内容设置

学生可依据教师的命题或自拟命题，完成一个展示方案的创意设计。

3. 教学要求

随堂测试，学生独立完成设计创意方案。学生前期构思以手绘形式表现，最终作业采用计算机制图方式制作，突出创新意识。作业需装裱成 A3 开本的册子。

四、设计实践教学阶段

1. 教学目的

结合实际展示设计项目，模拟课题展示设计的训练，全面提升学生参与展示设计实践的综合专业素养。

2. 教学内容设置

首先,教师结合教学内容与实际项目给学生制定设计课题任务。其次,以班级为单位,学生每3~5人为一小组进行课题设计。最后,教师指导学生完成课题设计任务。

3. 教学要求

由于实际项目从材料、施工工艺及造价等方面强调可行性,强调与客户的沟通,因此在此阶段,教师更需要做好各方面的指导。具体来说,需做好以下几项教学工作。

- (1) 指导学生进行展示设计前的资料收集、归纳和分析,从中提出创意主题并提取设计元素,展开方案构思。
- (2) 帮助、引导学生明确分析设计构思,完成草图方案的筛选。
- (3) 指导学生展开方案的深化设计。
- (4) 及时掌握学生设计课题的进度。
- (5) 指导学生完成标准规范设计图纸的绘制。

第四节

教学资源

进入21世纪,科学技术发展日新月异,以传递展示信息内容为主要目的的展示设计更是以其惊人的速度向前发展。所以,学好展示设计不能仅局限于教材或课堂,还应该掌握更多的教学资源。下面主要列举了几项常见的教学资源。

一、展示书目

- (1) 《空间展示设计》,黄建成编著,北京大学出版社,2007年10月第1版。
- (2) 《现代展示设计教程》,朱淳编著,中国美术学院出版社,2002年6月第1版。
- (3) 《展示设计》,陆峰著,合肥工业大学出版社,2004年8月第1版。
- (4) 《展示设计》,王伟、王雄编著,辽宁美术出版社,2006年1月第1版。
- (5) 《展示设计》,李涛、耿舒畅编著,中国青年出版社,2009年5月第1版。
- (6) 《展示陈列与视觉设计》,胡以萍编著,清华大学出版社,2012年10月第1版。
- (7) 《展示设计》,王芝湘编著,人民邮电出版社,2015年5月第1版。
- (8) 《创意策展与展示设计》,顾艺、王莹编著,上海交通大学出版社,2012年10月第1版。
- (9) 《展示设计基础》,朱淳、邓雁编著,上海人民美术出版社,2006年1月第1版。
- (10) 《展示设计精品评析》,张俭峰、周韧主编,学林出版社,2004年7月第1版。
- (11) 《商业展示及设施设计》,汪建松著,湖北美术出版社,2004年1月第1版。
- (12) 《汉诺威世界博览会设计》,杜异、傅祎编著,岭南美术出版社,2002年7月第1版。
- (13) 《建筑的睿智——2005年日本爱知世界博览会建筑纪行》,吴农、吴蔚、李成、山田厚志编著,机械工业出版社,2007年1月第1版。

(14)《历届世博会建筑设计研究(1851~2005)》，蔡军、张健著，中国建筑工业出版社，2009年4月第1版。

二、展示网站

展示网站有中国会展网、中外会展网、中展网、德国展览网、新华网会展频道、盈拓国际展览导航、展示设计网等。

三、展示微信公众号

随着微信成为一个非常重要的社交软件，微信公众号也逐渐成为一个非常重要的交流平台。由本书编者创建的单宁设计微信公众号就是一个专门用来进行展示设计方面交流的公众平台。该平台不仅介绍了编者创作的一些实际展示设计项目，而且介绍了国内外最新的一些展示设计案例，是一个不错的展示设计的交流平台。单宁设计微信公众号的二维码如图1-5所示。

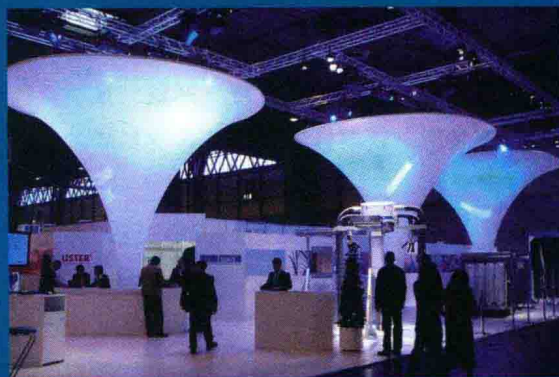


图 1-5 单宁设计微信公众号的二维码(请扫描上图)

第二章

展示设计概论

ZHANSHI SHEJI GAILUN



第一节

展示设计的基本概念

一、展示设计的含义

展示, 英文是“display”, 源于拉丁语的名词“diplico”和动词“diplicare”, 表示展现之类的状态行为。“展示”一词属于新兴词。“展”为翻动、伸展之意, “示”为启示、演示之意, 组合在一起就形成了“展示”这个动静结合的词。

人们在日常生活中会接触到各种各样的展示活动。“展示”是展示会的简称, “展示”的概念是“展览”概念的扩展。所谓展览, 就是将物品陈列出来给人们看, 而展示活动强调的是公众参与活动, 不仅要接收信息, 而且要反馈信息, 是信息交流与传递的主体。公众在参与展示活动中进行实践和体验, 绝不是一个“览”字所能包含得了的; 而“示”包含有明示、暗示、示范、演示等意义, 既有静态的含义, 又有动态的含义。静态的含义指商品陈列、图片展示、文字说明等, 观众可以欣赏和观看。动态的含义指通过人的视觉、触觉、听觉等不同的感觉器官, 用不同方式全方位传递信息, 强调观众与展示的互动。在国外, 对展示一词的理解概括范围更广。如在通常的专业规范中, 将下述四种情况均列入展示范畴:

- (1) 展示会——博览会、展览会、交易会等;
- (2) 展示场——竞技场、剧场、商场等;
- (3) 展示馆——博物馆(历史、自然、科技、民俗、物产等类别)、美术馆、图书资料馆、水族馆、纪念馆等;
- (4) 展示园——动物园、植物园、名胜园等。

由此可见, 展示在称谓和表现形态上由“展览”到“展示”, 全面反映了其内涵与外延合乎逻辑的延伸。

展示活动和展示艺术, 以其直观、形象、系统、通俗易懂、生动有趣艺术魅力, 使观众受到潜移默化的影响, 接收到市场信息, 获得社会科学、自然科学的知识。展示活动已经渗透到人类生活的各个领域, 成为推动社会发展的重要因素之一。

现代展示是一个内容丰富、涉及领域广泛, 并随着时代的发展其内涵不断充实的课题。展示艺术是一个以环境艺术设计学科为主, 涉及其他多种相关学科的设计领域。在设计方法和程序上, 展示环境设计具有室内设计、公共空间设计、景观设计、视觉传达设计、工业设计等方面的特点, 但同时它又具有自身的专业特征。展示设计本身已经超脱了上述学科, 由“三维设计推进到了四维设计乃至超维设计”, 它的空间已不单纯是一个“上下、前后、左右”的概念, 还充满了人流及信息的转换, 是一个流动的空间, 并且加入了人的感觉因素, 如触觉、嗅觉、听觉等。展示设计本身并不是最终目的, 通过运用视觉传达手段, 并通过空间规划、平面布置, 借助道具、设施、照明技术, 对展示空间环境进行再创造, 将信息有目的、有计划地展现给观众, 力求使观众接受设计者所要传达的信息, 为达到这个目的所进行的综合性设计工作, 即展示设计。展示作为一种活动, 首先要进行计划、构思, 通过一定的技术手段用视觉传达的方式表现出来, 这就是展示设计。现代展示设计是一门综合性学科, 它不仅仅是造型的美化, 还涉及材料学、心理学、人体工程学等, 以及对最新科技成果的应用。展示设计从空间上看像是

建筑空间设计,从造型上看又像是抽象雕塑设计,要充分调动人的各种感觉使展示活动与观众融为一体,使信息传达充满迷人的魅力。展示设计是一项强调空间环境和道具形式的独立设计职业,它是一种空间形态的构成。

展示设计是一门综合艺术设计,它的主体为商品。它是指在既定的时间和空间范围内,运用艺术设计语言,通过对空间与平面的精心创造,使其产生独特的空间范围;不仅含有解释展品宣传主题的意图,而且能使观众参与其中,达到完美沟通的目的(见图2-1至图2-4)。



图 2-1 汉诺威商业展览 (一)



图 2-2 汉诺威商业展览 (二)



图 2-3 奥迪 2015 年日内瓦国际车展 (一)



图 2-4 奥迪 2015 年日内瓦国际车展 (二)

二、展览业、会展活动及会展产业的含义

要对展示设计的概念有更深入的理解,首先要了解与认识展览业、会展活动及会展产业,这样我们才能更好地理解展示设计的概念。下面就这几个概念做一些解释。

1. 展览业

各种商贸和非商贸(指宣传性和艺术性)展览会、博览会、国际大型会议、世界博览会及其他特殊活动,共同构成当今会展活动的概念,它迅速发展成为会展业,也称展览业,如图2-5所示。

2. 会展活动与会展产业

会展活动是一个国家或地区,为达到一定的经济目标而举行的会议、展览及特殊活动的总称。会展活动是经济生活中的一种现象,根据各地区自身的不同情况,举办不同层次和不同规模的会展活动,这些活动虽然对本地经济并不产生实质性影响,但对丰富当地居民的物质文化生活是十分必要的。但是,从经济学的角度看,这些活动只要达不到一定规模,对本地经济不能构成实质性的影响,就只能界定为“会展活动”,而不能称之为“会展产业”。

会展产业是会议业和展览业的总称。会展产业是一个新兴的服务行业,影响面广,关联度高。会展产业有广义与狭义之分。狭义的会展产业主要是指节庆、展览、综合设计、营销、管理、服务等,广义的会展产业主要包括对城市的形象定位、城市的标志性设计,以及企业的产品和形象的展示这三个方面。会展经济逐步发展成为新的增长点,而且会展产业是发展潜力最大的行业之一。在新时期,必须大力发展会展产业,全面提升会展经济。英国伯明翰展会如图 2-6 所示。



图 2-5 汉诺威商业展会



图 2-6 英国伯明翰展会

三、展示设计的主要特征

展示设计是时空艺术的表现形式之一,是多维的空间艺术设计,是对人心理、思想和行为产生重大影响的策划活动。

1. 综合性

展示设计是由多种专业知识组成的,是一门综合性强的学科,其应用研究领域涉及视觉传达、信息技术、策划与管理、展品性能、市场供求、消费心理、建筑空间、美学、传播学等诸多方面。展示设计学科需要绘画、雕塑、摄影、灯光照明、视频、音响、现场演示、舞台美术、计算机多媒体、装饰艺术、照明技术、工程管理、计划及成本核算等专业技能的综合性支持。由此可见,展示设计这种需要多专业知识支持的特点,决定了其学科专业的综合性特性,并且较其他设计类专业更加突出。汉诺威世博会德国馆名为“理想”的雕塑车间如图 2-7 所示。

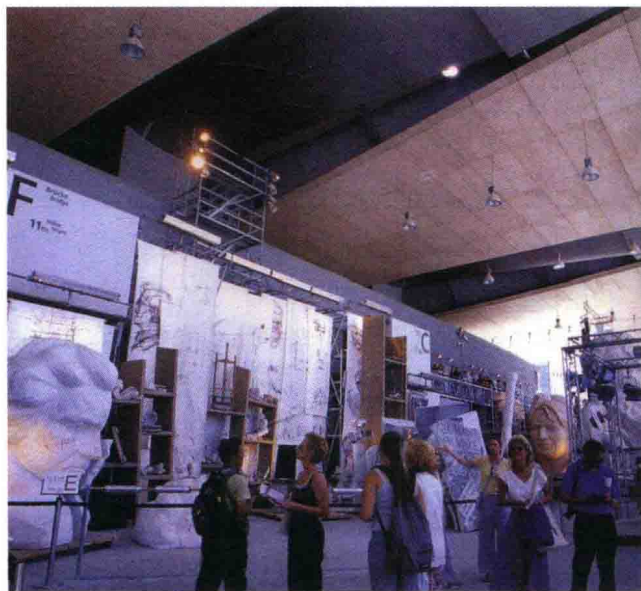


图 2-7 汉诺威世博会德国馆名为“理想”的雕塑车间

2. 多维性

展示设计体现以人为本的基本设计原则。例如,现代商业空间的消费观念由“以消费者为中心”取代“以商品为中心”的现状正体现了这一点。人在展示空间中往往是以动静相间的运动形式来观赏或接收展示信息的,因此,人、环境、展品、时间就构成了展示设计中不可轻视的基本条件要素。需求决定了这些要素的相互关系,决定了其空间多维、多元的性质。这种多维性空间的展示特性使观众在身临其境的参与过程中产生从上到下、从左到右、从前到后的视觉角度的位移变化,从而全方位地观赏、接收展示信息。爱知世博会美国馆如图 2-8 所示。

3. 科学性与环保意识

展示设计应充分体现时代特征。利用现代科技知识与手段,以市场需求为依据进行策划、创意、组织和管理。科学地运用信息传播、市场营销、设计管理、数字技术等方面的知识,对展示现状、需求、人的心理进行深入的调查研究,做出判断,获取准确的信息,制订适宜的展示计划。其中,数字化的发展,为展示虚拟现实技术的运用提供了广阔的艺术空间。

今天,人们更加清醒地认识到保护人类生存环境的重要意义。人们在设计与资源的合理利用及两者关系上的态度,也表现出历史上从未有过的理性与严肃。不必以曾有过的浪费资源、污染环境的现象否定展示设计的发展前景,但是必须要坚持今后的展示设计,尤其是短期性的商业展示设计要合理地使用材料资源,加强环保意识。例如,2000年德国汉诺威世博会瑞士馆(见图2-9)只依靠木头本身的重量,借助钢片弹簧,不用一个螺钉,不开一个榫卯,不用任何黏合材料,展览之后这些松木可以完好如初地被重复利用。

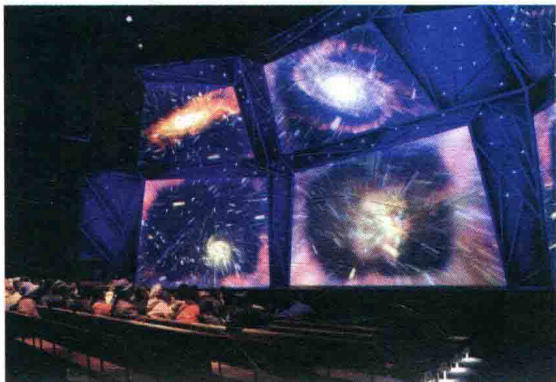


图 2-8 爱知世博会美国馆



图 2-9 2000 年德国汉诺威世博会瑞士馆

四、展示活动的作用

展示活动是一个复杂的人与物、人与人沟通交流的过程,是一种宣传性很强的社会意识形态,具有上层建筑的性质,它能够影响社会的和谐与稳定,它涉及政治、经济、文化、教育、生态环境等领域。展示活动的作用可归纳为以下几个方面。

1. 经济作用

参加各类展示活动,是各厂商进行市场调研、产品开发与促销及市场竞销的重要手段和途径,他们借此可以获取产品情报与市场信息,推销产品,拓展市场,从而达到事半功倍的效果。因此,各厂商都会投入相当大的精力,参与各类博览会、展销会、交易会、展销会等。各类商场、超市、专卖店、网络购物及电视购物也是现代化展示活动的主要方面。“会展产业化”已成为 21 世纪展示文化发展的方向,一些城市和地区投入巨大资金,除完成特定的信息交流外,还可以促进当地的各项建设,振兴旅游服务,引发各项投资,使当地经济得到发展。

现代会展业与体育产业、旅游产业并称为世界性的三大“无烟产业”。它具有强大的产业带动效应,不仅能给城市带来场租费、搭建费、广告费、运输费等直接收入,而且能创造住宿、餐饮、通信、旅游、购物、贸易等相关收入,这种经济的拉动比例高达 1:9。有人曾经为世界博览会算过一笔账:如果世博会门票价格为 170 元,购票游客为 4300 万人次,则门票收入将达到 73.10 亿元;如果参观世博会人数中有 60%在会场内用餐一次,以平均每人消费 30 元计算,则餐饮收入将达到 7.74 亿元;估计参观者 90%将在会场内购买饮料,以平均每人消费 10 元计算,饮料收入达 3.87 亿元;估计 30%的参观者将在会场内购买旅游纪念品,以人均消费 30 元计算,旅游纪念品的销售收入达 3.87 亿元。综合各项,世博会门票、餐饮、旅游纪念品的直接收入达 88.58 亿元。会展经济可