

高等教育工业设计专业“十三五”规划教材

展示设计艺术

ZHANSHI SHEJI YISHU

肖 慧 王俊涛 耿志宏 主编



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

高等教育工业设计专业“十三五”规划教材

展示设计艺术

肖 慧 王俊涛 耿志宏 主 编
宋玉凤 张玫玫 刘 鹏 王新燕 副主编
于 涛 范大伟 参 编

内 容 简 介

展示设计是有目的地将科学、技术、经济、艺术融为一体,对展品的陈列与空间环境进行综合策划而创造更合理、更符合人们物质与精神需求的生活方式的系统工程。本书共分8章,主要包括:展示设计概论、展示设计程序、展示设计的人为要素、展示设计的空间要素、展示设计的陈列要素、展示设计的信息要素、展示设计的材料和工艺要素、展示设计专题等内容。

本书适合作为高等院校艺术设计类专业、展示设计专业本科及研究生的教材,也可供广大从事展示设计的工作人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

展示设计艺术/肖慧,王俊涛,耿志宏主编. —北京:
中国铁道出版社,2016.5
高等教育工业设计专业“十三五”规划教材
ISBN 978-7-113-21429-6

I. ①展… II. ①肖… ②王… ③耿… 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022814号

书 名:展示设计艺术
作 者:肖 慧 王俊涛 耿志宏 主编

策 划:潘星泉
责任编辑:潘星泉
编辑助理:绳 超
封面设计:佟 囡
封面制作:白 雪
责任校对:汤淑梅
责任印制:郭向伟

读者热线:(010) 63550836

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.51eds.com>

印 刷:中国铁道出版社印刷厂

版 次:2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16 印张:13.25 字数:320千

书 号:ISBN 978-7-113-21429-6

定 价:45.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社教材图书营销部联系调换。电话:(010) 63550836
打击盗版举报电话:(010) 51873659

目 录

第1章 展示设计概论.....	1	2.2.5 展示设计计算机效果图.....	63
1.1 展示设计概述.....	1	2.2.6 展示模型制作.....	69
1.1.1 展示设计的概念.....	1	2.3 展示设计施工.....	70
1.1.2 展示设计的成因.....	2	2.3.1 施工准备.....	70
1.1.3 展示设计的分类.....	4	2.3.2 现场调整.....	71
1.1.4 展示设计的应用.....	9	2.3.3 施工撤除.....	72
1.2 展示设计史略.....	9	第3章 展示设计的人为要素.....	73
1.2.1 展示设计的起源.....	9	3.1 展示的对象.....	73
1.2.2 会展业的形成.....	17	3.1.1 参观者的特点.....	74
1.2.3 国际性的展示机构.....	29	3.1.2 参观者的行为分析.....	74
1.3 展示设计的艺术风格.....	30	3.2 商业展示设计中的三大要素.....	76
1.3.1 东方设计风格.....	30	3.2.1 展示中的尺度要素.....	76
1.3.2 古典主义设计风格.....	31	3.2.2 展示中的视觉要素.....	81
1.3.3 解构主义设计风格.....	33	3.2.3 展示中的心理要素.....	85
1.3.4 超现实主义设计风格.....	33	第4章 展示设计的空间要素.....	87
1.3.5 自然主义设计风格.....	34	4.1 展示空间概述.....	87
1.3.6 简约主义设计风格.....	35	4.1.1 展示空间的功能特点.....	87
第2章 展示设计程序.....	39	4.1.2 展示空间的形式与划分.....	90
2.1 初期准备.....	39	4.1.3 展示空间的动线安排.....	96
2.1.1 资料的收集.....	39	4.2 展示空间设计.....	100
2.1.2 整合资源、合理规划.....	41	4.2.1 展示空间的照明设计.....	100
2.1.3 展示设计的原则.....	42	4.2.2 展示空间的色彩设计.....	104
2.2 展示设计实施.....	48	4.2.3 展示空间的体验设计.....	107
2.2.1 展示设计创意思维.....	48	第5章 展示设计的陈列要素.....	111
2.2.2 展示设计创意实施.....	49	5.1 展示版面设计与陈列.....	111
2.2.3 展示设计手绘效果图.....	51	5.1.1 展示版面总体设计.....	111
2.2.4 展示设计工程制图.....	60		

5.1.2 展示版面文字设计	118	7.2.2 石材	150
5.1.3 展示版面图片设计	119	7.2.3 金属材料	152
5.1.4 展示版面图表设计	122	7.2.4 玻璃材料	154
5.2 展示的道具设计与陈列	124	7.2.5 塑料材料	155
5.2.1 展示道具的种类	124	7.2.6 合成材料	157
5.2.2 展示道具的设计原则	129	7.2.7 喷绘与写真材料	157
5.2.3 展示道具的设计制作 程序	129	7.2.8 纺织品	158
5.2.4 展品的陈列	130	7.2.9 油漆、涂料、粘接剂	158
5.2.5 展示道具的陈列	131	第8章 展示设计专题	159
5.2.6 展示的通道	134	8.1 商业类展示设计	159
第6章 展示设计的信息要素	136	8.1.1 品牌专卖店设计	159
6.1 展示设计中的信息化	136	8.1.2 展览会设计	162
6.1.1 展示形式与技术的关系	136	8.1.3 商业橱窗设计	164
6.1.2 信息化展示技术的分类	137	8.1.4 广告展示设计	168
6.2 展示中的交互设计	141	8.1.5 游乐场与主题公园 展示设计	173
6.2.1 交互设计的概念	141	8.2 文化类展示设计	174
6.2.2 交互技术的应用	141	8.2.1 博物馆设计	174
第7章 展示设计的材料和工艺要素	147	8.2.2 文献类展馆设计	181
7.1 材料概述	147	8.2.3 艺术类展馆设计	184
7.1.1 材料的属性	147	8.2.4 科技类展馆设计	186
7.1.2 材料的使用原则	147	附录 展示设计案例	189
7.1.3 展示材料的特点	148	参考文献	204
7.2 材料的种类	148	后记	205
7.2.1 木材	148		

第1章

展示设计概论

1.1 展示设计概述

1.1.1 展示设计的概念

展示设计 (Display Design) 是一个内涵十分广泛的概念, 其内涵和外延随着时代的发展而不断发生变化。展示设计是指为了特定的要求而进行展示的空间环境、道具、照明、展品、陈列方式以及各种信息媒体等综合性的设计, 以便创造出能与参观者沟通的活动场所和空间。其目的是使某一事物或事件, 在具体、生动的展示中, 传递出准确的信息, 启迪人们的思想, 促进社会交流与进步。国际上, Display在阐释展示设计活动时, 通常较Show和Exhibition的含义更加全面和广泛, Display的中文解释是将事物清楚地摆放出来, 或明显地表现出来。在我国, 前些年曾有“展览设计”的概念, 与展示设计相比意义局限, 前者强调以视觉传达为主的信息传递方式, 主要给人看图片和物品; 而展示设计的概念远远超越了展览设计, 是以人的全部行为心理为依据, 包含着行为与现象的双层关系, 信息发布方与受众对象的沟通互动, 为人们提供交流、宣传、教育、科研、休闲、购物、娱乐等活动场所, 是一种综合性的展示活动。

广义上理解, 展示设计是研究人类在时空艺术中的一切传媒活动, 包括人与人、人与物间的相互交流, 它是人们获取信息、增长见识、启迪思想、沟通交流的重要社会文化现象。

狭义上理解, 展示设计是对具体事物传媒活动进行策划、管理、传播方式的实施进程, 譬如对展览会、商品交易会、购物环境、观光环境、节庆民俗、体育竞技运动 (见图1-1)、文化运动、店面 (见图1-2、图1-3)、橱窗等进行的具体设计。



图1-1 2008北京奥运会开幕式向世界人民展示了博大精深的中华文化画卷



图1-2 明快宽敞的专卖店商业展示



图1-3 色彩斑斓的楼梯展示

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

1.1.2 展示设计的成因

人类的展示活动是与生俱来的,无论是原始部落的图腾展示、人们的纹身装饰,还是商品物物交换时的考究陈列,以及宗教活动展示等,无不留下远古人类展示活动的印记,并伴随着社会的经济、政治、文化等各方面的发展而不断演变,以满足人类不断增长的精神与物质生活的需求。因此,追溯其成因主要概括为四个方面:

(1) 展示活动是人类社会生产力发展的必然产物。社会生产力的发展,产生剩余价值,在物物交换过程中,物品的展示和观看必不可少。为促成商品的交换,有意识地展示物品的质量便成为最初的展示设计,从而促进商品的生产和流通,形成了早期的商业环境,进而不断演变发展,形成集市、庙会、店铺、展览会等展示场所。随着人类生产力与科技的不断发展,使展示环境与形式推陈出新,日新月异(见图1-4)。



图1-4 德国莱奥纳德玻璃立方体“基因蜕变”



图1-4 德国莱奥纳德玻璃立方体“基因蜕变”（续）

（2）展示活动是宗教活动的载体与信息传达形式。世界各国保留至今的寺庙、教堂、神像、岩画、宗教画的山洞、祭坛，以及宗教活动仪式等，都是远古人类通过展示行为进行宗教活动的证明（见图1-5）。我国许多地区至今还保留着晒佛、庙会、山会等传统（见图1-6），当然，这些展示行为已经不仅仅是一种宗教活动，而是集宗教、娱乐、文化、体育、经济等于一体的综合性展示活动，并焕发着勃勃生机。



图1-5 希腊奥林匹斯神殿遗址



图1-6 贺兰山岩画，人面

(3) 展示活动是人与生俱来的一种心理需求。通过夸张、炫耀、示威等方式传递信息,并达到某种目的,在自然界中随处可见,如鲜花绽放、孔雀开屏等,从人类原始的纹身到现代的漂亮服饰,无不展示着人们的心理个性、气质和精神风貌。人类与生俱来的喜欢炫耀和猎奇的心理因素促成收藏行为,为了炫耀其财富和权贵,出现了私人或家族收藏奇珍异宝、字画、书籍、工艺品等的陈列室,我国许多少数民族至今保留着民族传统的家居陈列习俗,这种原始的展示行为促进了文明进化。古希腊、古罗马、拜占庭、巴比伦、古埃及等国早就有收藏艺术品、战利品为主的陈列馆,这些形成了博物馆的雏形。后来发展起来的现代博物馆已经成为人们文化交流、教育学习、休闲娱乐的重要场所。

(4) 科技的进步丰富了展示内容与形式。科技的飞速发展,使人们的交流更加便利,譬如,航海业的发展和交通工具的改进,使展示范围不断扩大;互联网的普及使地球村的人们交流更加频繁,不但使展示内容愈加丰富,而且,为展示手段提供了技术支持。总之,展示活动发展到今天,已经成为复杂的人与人、人与物间的相互交流过程,是人类传递信息的媒介,又是政治、经济、文化信息的展示窗口,以其特有的综合性、直观性、体验性、真实性,在普及教育、信息传播、商业贸易、文化交流等领域发挥着举足轻重的作用,并成为当今的一种文化现象。当今的展示活动已经融入人们生活的方方面面,创造了充满时代气息的美妙空间环境,倡导着生活的新风尚。

1.1.3 展示设计的分类

展示活动涉及领域非常广泛,展示设计的分类方法各不相同。

1. 按照展示的规模分类

按照展示的规模,展示设计分为:大型展览、中型展览、小型展览、微型展览等。一般国际性博览会和综合性展览会都为大型展览,展览面积在 $1\,000\text{ m}^2$ 以下的为小型展览,至于微型展览一般在几平方米,甚至更小的展示面积内进行,如图1-7、图1-8所示。



图1-7 中小型品牌展览

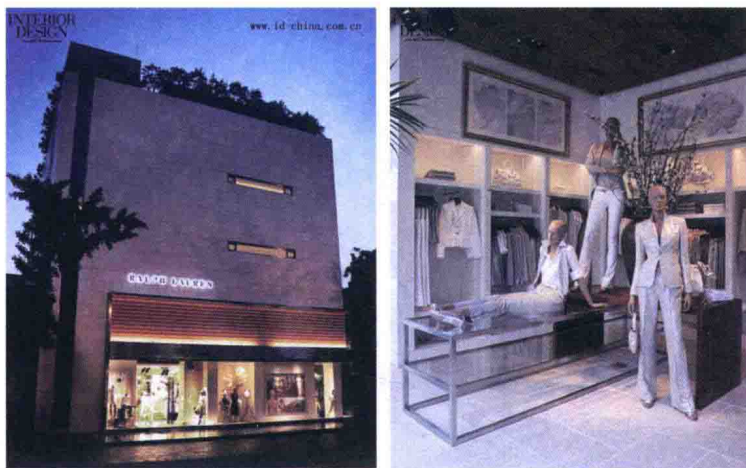


图1-8 Ralph Lauren首尔旗舰店

2. 按照展品类别和展品行业类别分类

(1) 按照展品类别, 展示设计分为: 实物展览、图片展览、虚拟现实展览等。

(2) 按照展品行业类别, 展示设计分为: 纺织服装展、机械展、化工展、电子展、食品展、渔业展、航空航天展、医疗器械展、儿童用品展、教育咨询、成就汇报纪念展等, 如图1-9、图1-10所示。

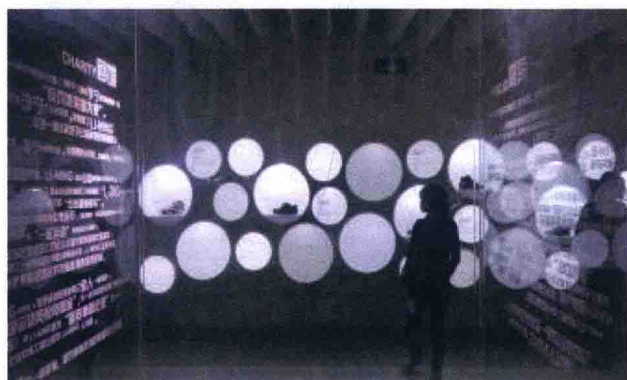


图1-9 圆形元素的展示设计

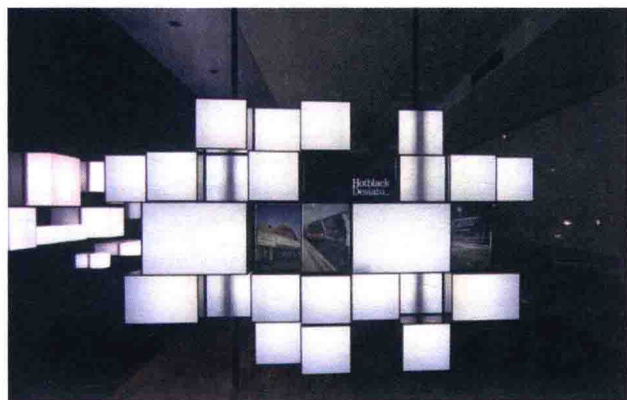


图1-10 方形元素的展示设计

3. 按照展示的时间分类

按照展示的时间, 展示设计分为: 固定展览、定期展览、不定期展览、短期展览、流动展览等, 如图1-11~图1-13所示。



图1-11 2010年上海世博会巡游展彩车



图1-12 人流密集的国际车展现场

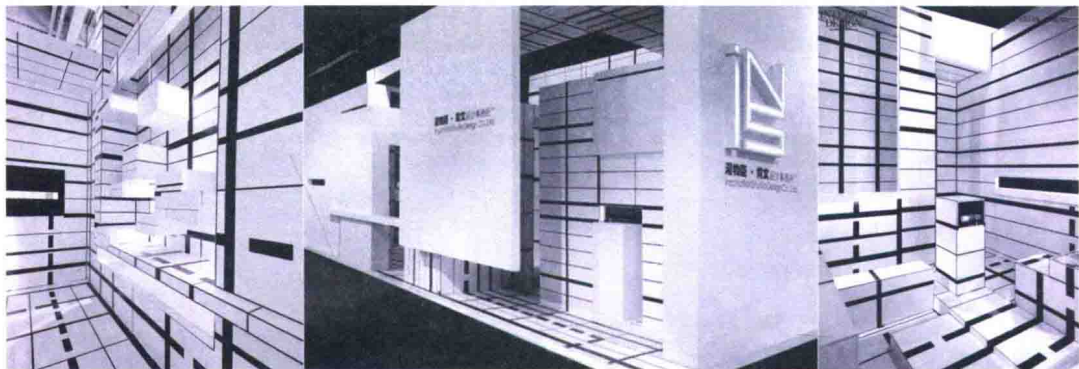


图1-13 汤物臣·肯文设计事务所展位

4. 按照展示的目的分类

按照展示的目的, 展示设计分为: 教育型展览、观赏型展览、推广型展览、交易型展览等, 如图1-14、图1-15所示。



图1-14 美国自然历史博物馆的主题展览



图1-15 醒目的商品销售陈列展示

5. 按照展示的主题分类

按照展示的主题,展示设计分为:专业性展览、综合性展览、会议展示等,如图1-16、图1-17所示。



图1-16 梦幻般的服装展示设计



图1-17 东方韵味的展示效果

6. 按照展示的设计形式分类

按照展示的设计形式，展示设计分为：博物馆展示设计、世界博览会设计、商业展示设计、节庆环境设计、体育竞技活动设计、数字展示设计，如图1-18~图1-21所示。



图1-18 多媒体展示区让展示活动更为有趣

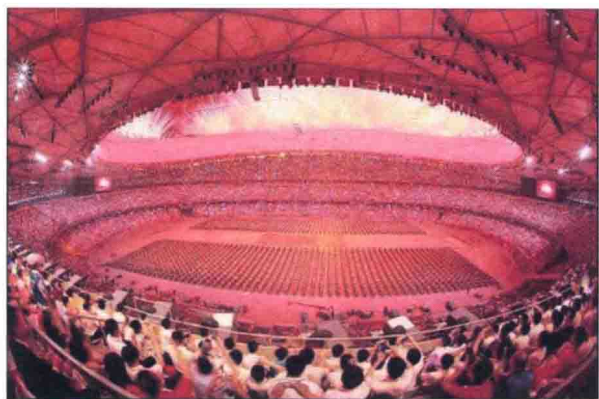


图1-19 2008年奥运会开幕式和闭幕式视听盛宴



图1-20 商业展示空间设计



图1-21 数字媒体体验展示设计

1.1.4 展示设计的应用

展示活动从开始出现就是为了满足人类精神与物质生活需求的，它在人类的日常生活中应用十分广泛，人们的生活环境中展示可谓无处不在，譬如走在大街上，我们会看到户外广告展示亭、商业店铺门头和橱窗；进入商场，我们又会看到琳琅满目的商品陈列、专柜展卖等展示活动；进入社区，有各种宣传栏、社会公益宣传展示等；进入博物馆，有科普、历史、艺术品的展示；展览馆定期或不定期举办的展览会，有商品交易会、新品推介会、专业博览会等；各个城市还会有全民参与的各种节庆活动，譬如国际啤酒节、国际服装周、国际风筝节等；世界各地的民族风俗庆典活动也层出不穷，譬如曲阜孔子文化节、黄帝陵祭奠活动等；世界体育竞技运动中也离不开展示活动，正是由于其开幕式、闭幕式以及赛事期间的展示设计，使其更具有全民参与性和娱乐性，甚至展示承办国家和城市的精神风貌；进入旅游区，游人接触到的观光环境路线规划与导视系统，以及舒适的休闲娱乐、餐饮区等。不容忽视的展示设计应用还有民族传统家居环境设计，尤其是少数民族的居室、器物等的陈列传统，需要人们的保护与发展。这些都是与人们生活息息相关的场所，无不需要展示设计参与，为人们创造宜人的环境，引领新的生活风尚的同时，发展和继承我们的传统文化。

随着数字时代的到来，展示设计已经融入了最新信息和尖端科技，与人类的生活越来越密切，同时对促进文化建设具有重要作用。伴随着社会的进步和全球经济一体化的进程，以促进商业和文化交流为宗旨的各类展示活动日益增多，数字技术在展示设计中的应用使展示形式大放异彩，使人们的生活环境更加充满生机。

1.2 展示设计史略

1.2.1 展示设计的起源

展示活动具有物质与精神的双重属性，它历史悠久，涉及范围十分广泛，在其漫长的发展过程中，展示形式各异并不断发生演变。学者们对其起源的探索一直没有停止过，下面主要从其成因的四个方面进行介绍，逐步梳理其发展脉络，尽量准确科学地追溯它的起源。

1. 原始的宗教展示活动

远古人类的宗教行为产生了图腾崇拜、陈列偶像、岩画、宗教画的山洞、祭坛、庙宇和神殿，这是最早的“露天展示”“博物馆”“纪念堂”。中国的云冈石窟、敦煌莫高窟壁画（见图1-22）、埃及金字塔、古希腊、古罗马的神殿建筑、欧洲教堂（见图1-23）等，都是统治阶级表现其权势与威力，展示宣扬宗教信仰的遗迹。这种“展示”，从某种意义上，被看作是一种广告，同时也形象地反映和记录了当时人们的思想与文化。



图1-22 敦煌莫高窟的精美佛像雕塑与飞天壁画

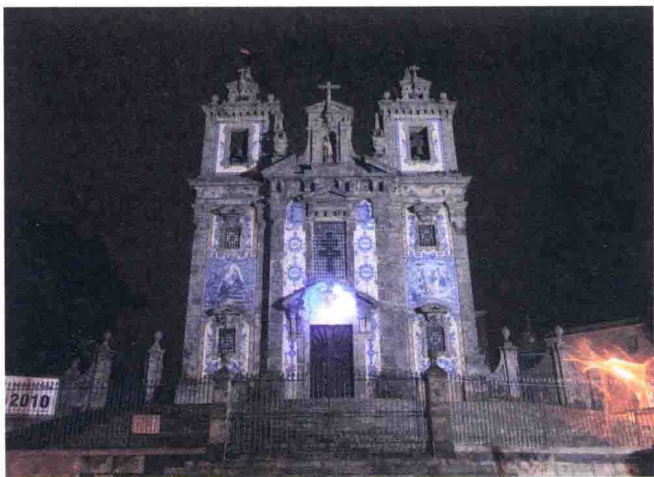


图1-23 古老神秘的欧洲教堂

2. 集市的出现

社会分工的出现和生产力发展，产生剩余价值，人们进行物物交换，便需要通过展示手段更好地完成这一过程，有意识地展示物品的质量便成为最初的展示设计，从而促进商品的生产和流通，形成了早期的商业环境——集市。幌子^①也是这一时期出现的用来招揽顾客的古老广告展示形式（见图1-24）。在这个时期，对商品的查验与辨别是必要的环节，展示形式的好坏成为在集市

^①幌子又称望子，原指布幔，后被引申为各种行业标记的专称，是旧时商店的重要标志，如酒幌、煎饼幌、理发幌、马具幌、膏药幌等。酒幌，历史上最早风行于宋代，称为酒望或酒帘。

上能否将商品成功交换的因素之一。

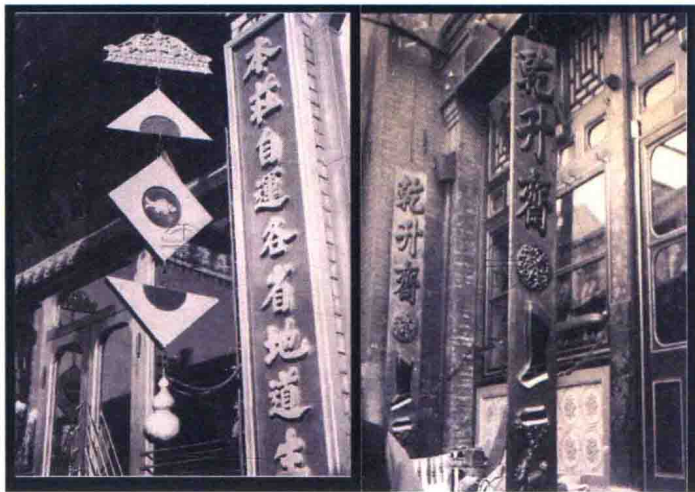


图1-24 古代不同的店面幌子

宋代“济南刘家功夫针铺铜版”^①是目前已知的中国乃至世界最早出现的商标广告实物。铜版长12.4 cm、宽13.2 cm，正中偏上刻着一只拿着铁杵捣药的白兔，白兔四周刻着密密麻麻的小字：上方为“济南刘家功夫针铺”；左右为“认门前白兔儿为记”；下方为“收买上等钢条，造功夫细针。不误宅院使用，转卖兴贩，别有加饶，谓记白”。文字皆为反刻，推测这块铜版应是用来印刷广告的，如图1-25所示。

3. 博物馆的形成

远在人类产生语言之前，人们就已经开始通过炫耀、示威等展示行为实现信息传达。人类喜欢炫耀和猎奇的心理因素促成收藏行为，这是人与生俱来的心理动因。达官贵族为了炫耀其财富和权贵，出现了私人或家族的陈列室，展示他们收藏的奇珍异宝、字画、书籍、工艺品等。世界各地的不同民族有些至今保留着他们传统的家居陈列习俗，这种原始的展示行为使民族文化得以传承至今，并让我们领略到民族文化的魅力。

公元前五世纪，古希腊特尔斐，为显示自己的威严和震慑邻邦，在奥林匹斯神殿中展示收藏的战利品和雕塑作品，被西方一些考古工作者认为是博物馆的起源。随着考古学与自然科学、地质学、航海技术的发展，欧洲在18世纪出现了综合性博物馆，促进了展示艺术和科学的发展，18世纪中后期具有现代意义的博物馆事业迅速发展。1753年建立的“大英博物馆”最为著名。但当时大多数博物馆的展品陈列不重视科学分类，侧重表现丰硕成果，实物标本庞杂罗列，陈列



图1-25 济南刘家功夫针铺铜版（宋代）

^①“济南刘家功夫针铺”是店铺字号，还有完整的商家产地，白兔捣药图便是店铺标记，就是现在广告的视觉识别系统，而白兔就相当于现在的产品商标，“认门前白兔儿为记”是告诉买家一定要认准本店的白兔捣药商标进行选购，而“收买上等钢条，造功夫细针。不误宅院使用，转卖兴贩，别有加饶，谓记白”是说“我们家用最好的原材料，花费功夫造针，使用方便。如果有人批发购买，还可以优惠”。文字言简意赅地介绍了济南刘家功夫针铺的经营理念、经销方式，还推出了特别优惠活动。

密度高,展品的筛选、编排大多依据馆内学者的认识与喜好做出展示。这种陈列模式至20世纪20年代初,开始发生变化。英国一些自然博物馆,为了吸引参观者、便于参观者理解,陈列展出时除了配备文字说明外,还配备图片、图解和模型等形象化的辅助陈列资料。部分博物馆还设计了一系列造型简洁,尺度和结构标准化的陈列柜,如立柜、中心立柜、桌柜,并配备展版和依墙屏风作为辅助设备。标准化设计因为规格尺寸统一,排列组合方便灵活,所以可提高陈列室建筑空间的利用率。这一改革与欧洲在工业设计上推广的标准化概念相吻合,因此称为“标准化运动”。

中国第一座博物馆是南通博物苑。由清末状元、近代实业家、教育家张謇创建于1905年,其特色是馆舍分布于园林之中,故命名为博物苑。比故宫博物院还要早20年。1988年1月,国务院公布南通博物苑为全国重点文物保护单位。2005年7月16日,国家邮政局向海内外公开发行人《南通博物苑》特种纪念邮票一套两枚(见图1-26),票幅为40 mm×30 mm,主图分别为1905年的南通博物苑的南馆和1906年建成的中馆。



图1-26 南通建立博物苑特种纪念邮票(2005年)

随着科学技术的飞速发展,20世纪末的博物馆展示设计运用不断出现的新技术与新材料,越来越关注大众的需求,尤其是科学技术博物馆成为周末和假期孩子们畅游科学世界的乐园。21世纪数字技术的普及、互联网的开发,使博物馆设计发生了革命性的变革,出现了传统博物馆与互联网上数字博物馆共存的现状,如图1-27~图1-31所示。

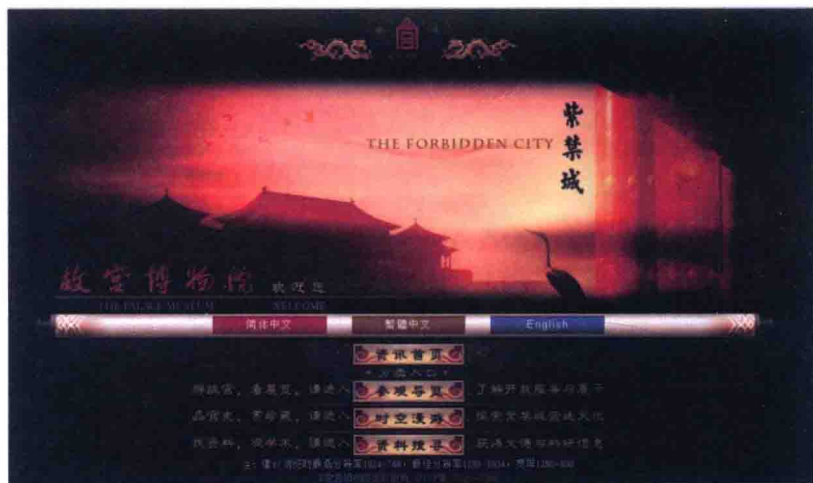


图1-27 故宫博物院虚拟展示主页面