

全国高等院校艺术设计类“十三五”规划教材
普通高等教育艺术设计应用型与创新系列教材

展示设计

主编 常雁来 刘鹏 陈向峰



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

全国高等院校艺术设计类“十三五”规划教材
普通高等教育艺术设计应用型与创新系列教材

展示设计

主 编 常雁来 刘 鹏 陈向峰
副主编 陈 洁 李 钰 陈 锐
任 卿 陈芳兰



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

展示设计/常雁来,刘鹏,陈向峰主编. —武汉:武汉大学出版社,2016.7
全国高等院校艺术设计类“十三五”规划教材 普通高等教育艺术设计应用型与创新系列教材
ISBN 978-7-307-18233-2

I. 展… II. ①常… ②刘… ③陈… 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(2016)第 151012 号

责任编辑:聂勇军 责任校对:李孟潇 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北金海印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:12 字数:254千字

版次:2016年7月第1版 2016年7月第1次印刷

ISBN 978-7-307-18233-2 定价:52.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前言

展示设计是一门跨学科综合性的专业，具有独特的行业特点，同时也是应用性很强的一门交叉学科。展示活动一直伴随着人类社会的文明进步而不断发展变化，现代科学技术的发展大大拓宽了展示设计的领域。随着信息时代的到来，计算机技术的发展、多媒体技术、网络技术和虚拟现实技术的广泛应用，展示设计的概念和思维方式也发生了很大的变化，展示设计已经从传统单一的设计形式向科技与艺术融于一体的综合性设计转化。现代展示艺术是建立在高度繁荣的商品经济和充分发达的现代科技基础之上的一种复合型设计门类，商业化的展示需求促进了展示设计的蓬勃发展。展示设计的基本目的不是展示本身而是通过设计，运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置以及各种组织和策划，创造合理的、视觉化的信息系统。现代展示活动包含的内容越来越丰富，涉及的领域与范围也越来越广泛，其内涵也随着社会和时代的发展而不断地充实。现代展示设计既有艺术性，又有科学性；既具社会性，又具商业性。

为了适应展示设计教学的需求，本书在借鉴同类教材与同行现有成果的基础上，将近几年的教学与实践经验整理汇编，包括展示设计概述、设计流程、展示空间的特征与设计方法、人体工程学的应用、展具和橱窗设计、展示版面设计、色彩与照明在展示中的应用等内容。本书的编写，一方面注重知识点的全面、系统，另一方面力求内容体例的新颖性，注重学生实践能力的培养和创新思维的提高。本书内容通俗易懂，并配有大量优秀范图、

设计范例，具有一定的参考与应用价值。

本书编写是多名一线教师通力合作完成的，同时得到了学院、出版单位及教学同仁的支持与帮助，在此表示衷心的感谢。书中部分案例与图片因时间关系未能查到出处，请作者及时与我们联系，以便支付相应稿酬。由于编写水平有限，时间紧迫，难免存在疏漏和不足之处，敬请广大读者斧正，以便在今后的重印或再版中改进和完善。

本书编写分工为：常雁来编写第一章与第七章，并负责全书的统稿与编排，李钰编写第二章，陈洁编写第三章，刘鹏编写第四章与第七章，陈锐编写第五章，陈向峰编写第六章，任卿编写第八章，陈芳兰编写附录。

常雁来

2016年5月于重庆

目 录

第 1 章 展示设计概述 /1

- 1.1 展示设计的概念 /1
- 1.2 展示设计的起源与发展 /2
- 1.3 展示设计的范畴与分类 /5
- 1.4 展示设计的特征 /9

第 2 章 展示设计流程 /15

- 2.1 展示设计的前期准备 /15
- 2.2 展示设计程序 /20

第 3 章 展示空间设计 /34

- 3.1 展示空间特征 /34
- 3.2 常见的展示空间造型风格 /36
- 3.3 展示空间设计的主要因素 /40
- 3.4 展示空间设计的要求 /43
- 3.5 展示空间设计的方法 /45

第 4 章 人体工程学在展示设计中的应用 /49

- 4.1 展示设计与人体工程学 /49
- 4.2 尺度要求 /50
- 4.3 心理因素 /57
- 4.4 视觉因素 /62

第5章 展具和橱窗设计 /68

- 5.1 地台 /69
- 5.2 展台 /72
- 5.3 展柜 /75
- 5.4 展架 /76
- 5.5 橱窗 /80

第6章 展示版面设计 /83

- 6.1 版面设计 /83
- 6.2 版面设计的编排构成 /89
- 6.3 版面的文字设计 /98
- 6.4 版面的图形设计 /106
- 6.5 版面的设计制作 /113

第7章 色彩与照明在展示设计中的应用 /122

- 7.1 色彩在展示设计中的功能价值 /122
- 7.2 展示空间的色彩应用原则 /128
- 7.3 色彩的心理效应 /131
- 7.4 展示色彩构成 /133
- 7.5 展示色彩的设计方法与要求 /141
- 7.6 照明设计 /145
- 7.7 照明方式 /148

第8章 展示设计中的新技术 /162

- 8.1 数码视频技术的应用 /162
- 8.2 计算机程控技术的应用 /165
- 8.3 多媒体和网络技术 /168
- 8.4 虚拟现实技术 /170

附录 展示空间设计案例 /175**参考文献 /185**

第 1 章 展示设计概述

教学时数：4 课时

教学目标：了解展示设计的概念、起源与发展、范畴与分类以及展示设计的特征

重点难点：展示设计与科技发展的关系、展示设计的综合性

教学方法：教师多媒体讲解、学生分小组讨论

1.1 展示设计的概念

从语义学概念看，展示是展和示的复合词。展示的英文 display 来源于拉丁语 displicare 与 displico 的组合。《辞源》中“展”的注释为：舒也、开也、审也、视也，即打开让别人看，有转动、伸张或放开、延伸、陈列、查看等多种语义。而“示”的外延范围更广，其字义是“把事物摆出来或指出来让人知晓”，有演示、示范以及明示、暗示等含义。

因此仅仅从字面上把展示解释为“陈列出来供人观看”是不全面的。完整的语义应该是：清楚地陈列出来供人观看，并使人接受。显然，展示具有阐述、解释和宣传、夸耀两种基本作用，并且我们可以得到展示的一个简单的基本结构，即“物(展品)—人(受众)—环境(空间)”。这个结构中的要素有别于环境设计、视觉传达设计、景观设计等构成要素，它的主要目的在于信息的传达，与其他专业既有交叉又有自己的独立性。

所以，展示设计是一门跨学科综合性的艺术设计，是伴随着人类社会政治、经济的阶段性发展逐渐形成的。它是人们在既定的时间和空间范围内，按照一定的功能目的而进行的展品、道具、图片、文字、照明、音像和视觉传达等空间环境的创造性设计，有计划、有目的、合乎逻辑地将展示内容展现给观众，并力求对观众的心理、思想与行为

产生影响的综合性设计活动。

正是商业化的展示需求促进了展示艺术的发展，现代展示艺术是建立在高度繁荣的商品经济和充分发达的现代科技的基础之上的一门跨学科的设计专业。它也是集多种功能、多种内容、多种形态于一体的一种复合型设计类别。

展示设计的基本目的不是展示本身而是通过设计，运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置以及各种组织和策划，创造合理的、视觉化的信息系统。其任务可概括为：创造良好的陈列空间和展示环境，创造最佳的陈列方式和展示形象，创造和谐的人机关系和人际关系等。因此，展示设计在本质上是以展品为主角，以展现展品个性、突出展品关联、体现展示目标、营造展示环境为基础的。

展示设计也是展示过程和观众视觉流程的设计。在客观上，它融合了二维、三维、四维等设计因素；在主观上，它是信息及其特定时空关系的规划和实施。它是展示的空间并存性和时间历时性相结合的形式，是开放与参与相结合的动态性设计。

1.2 展示设计的起源与发展

展示活动源远流长，其发展与人类文明的历史紧密相连。人类对展示的应用既起源于原始状态的商业行为，也出现在蒙昧状态下的原始宗教活动。

宗教祭祀贯穿于整个古代社会，并蔓延至今。为宗教崇拜活动所建立的祭坛、神庙、教堂就是陈列偶像与相关宗教内容的场所，举行的宗教仪式大多具有向信众展示宗教力量的作用，以此达到宗教宣传的目的，因此，从整个祭祀活动过程来看，它实际上是一种完整的展示活动。而且，许多重要的宗教建筑本身就是一个完整的宗教式艺术品博物馆，从中可反映出宗教历史及宗教艺术的发展过程(图 1-1、图 1-2)。公元前 5 世纪的古希腊，奥林匹斯神殿内的“宝库”收藏了各种战利品和艺术品，它被西方视作博物馆的雏形。



图 1-1 宗教祭祀场面



图 1-2 宗教建筑内景

随着社会生产力进一步提高,商贸活动日趋频繁,这其中有意地展示商品的质量便成为重要活动。商品的生产和流通形成了最初的商业环境——集市,人们将各自的商品展示于一定的场所内,供人选购,甚至为这种展示制作一定的道具,如货架等来更好地陈列商品。宋代画家张择端的《清明上河图》以长卷的形式形象地为我们描述了一幅北宋年间东京汴梁商业繁华、店铺林立的情形(图1-3)。



图1-3 《清明上河图》(局部)

封建社会的地主与贵族出于观赏与炫耀的心理需求,将自己拥有的珍宝、艺术品及战利品等集中陈列,从而产生了家庭或家族式的收藏室。欧洲文艺复兴时期,随着自然科学、考古及航海业发展,收藏种类、范围大大扩展,陈列室渐渐从家庭走向社会,一些私人收藏也开始向公众开放。而贵族阶层常以“赞助人”的身份出资收藏艺术品等藏品。

18世纪后,欧洲各国先后出现自然、地质和人文类的综合性博物馆,如始建于1753年的大英博物馆至今已馆藏600多万件藏品而堪称世界宝库之最。再如法国的卢浮宫,最初是皇族权贵用来聚敛珍宝的收藏室,到路易十四时艺术藏品达到2000多件,18世纪法国大革命之后正式对外开放。

1851年伦敦举办了第一届世界博览会,它是博览会发展史上的伟大创举,也开创了展示设计的里程碑。其主体建筑物为“水晶宫”展厅,由当时的园艺师兼建筑师帕克斯顿设计,建筑首先用钢铁与玻璃这两种新型工业产品作为主要材料,采用标准预制构建的方式,预示着现代建筑的先声。展览馆覆盖面积9.2万平方米,展出精品1.4万件,无论其材料、装配方式还是陈列内容都开创了展示设计的先例,象征着工业革命的成果。这种新颖的设计形式打破了当时欧洲各国的固有封闭状态,使工业生产、设计与大众得以通过展览会这一形式交流互动,对此后的现代展示概念产生了重大影响。恩格斯在评价它的意义

时说：“1851 年的博览会给英国岛国的封闭性敲响了丧钟。”(图 1-4、图 1-5)



图 1-4 1851 年第一届世博会“水晶宫”



图 1-5 “水晶宫”内景

在此之后的一百多年直到现在，历届世界博览会都成为当时先进材料、技术和理念的展示交流盛会，其宗旨是促进世界各国经济、文化、科学技术的交流与发展，对人类进步起到了不可估量的重要作用。当时的工业强国如美、法等国都相继举办了规模宏大、形式多样的国际性博览会。

我国从清朝末年才有了正式的展览会和博物馆，1905 年在南京举办了第一届博览会，1919 年开放了故宫博物院。自 20 世纪 20 年代起，我国开始营造展览馆和博物馆，1934 年到 1937 年间建成了青岛水族馆、上海博物馆和南京博物馆。新中国成立后，全国各地改建新建了一批文化性的展示场所，如十大建筑中的历史博物馆、军事博物馆、美术馆等。我国于 1993 年正式申请加入国际展览局，并于同年被选为该局信息委员会会员。1999 年在昆明成功举办世界园艺博览会(图 1-6、图 1-7)，2010 年在上海成功举办了第 41 届综合性世界博览会(图 1-8、图 1-9)。近些年来，伴随着我国会展业的快速成长，文化性的展示场所建设也加快了步伐，各种科技馆、艺术馆、主题公园等文化展示场所在各地相继兴建开放，对我国展示设计行业的发展起到了巨大的推动作用。



图 1-6 1999 年昆明世界园艺博览会外景



图 1-7 昆明世界园艺博览会内景



图 1-8 2010 年上海世博会中国馆



图 1-9 上海世博会夜景

总之，展示活动一直伴随着人类社会的文明进步而不断发展变化着，现代科学技术的发展大大拓宽了展示设计的领域。随着信息时代的到来，计算机技术的发展、多媒体技术、网络技术和虚拟现实技术的广泛应用，展示设计的概念和思维方式也发生了很大的变化，展示设计已经从传统单一的设计形式向科技与艺术融于一体的综合性设计转化，从物质转向非物质，从现实转向虚拟，从平面转向空间，从有限转向无限。现代展示设计呈现出了新的特点和趋向，如：设计人性化、参与互动性、信息网络化、设计多样化、虚拟现实化以及注重可持续发展等。

1.3 展示设计的范畴与分类

现代展示活动包含的内容越来越丰富，涉及的领域与范围也越来越广泛，其内涵也随着社会和时代的发展而不断充实。我们常见的博物馆、科技馆、美术馆、贸易展览、展销会、企业展厅、世博会、商场展厅、报刊亭、游客中心、商品陈列室等都属于展示应用的范畴。展示设计既有艺术性，又有科学性，既具社会性，又具商业性，可从多方面进行分类。

在通常的专业规范领域中，一般将展示范畴分为以下几个方面：

(1) 展示会——博览会、展览会、交易会等。其特点是：时间性和季节性，以不定期展出为多，强调形式感，象征性与形象性是展会较多的表达方式，要求创造热烈的气氛和强烈的视觉冲击效果，设计上要求留有洽谈和销售的空间(图 1-10、图 1-11)。

(2) 展示场——剧场、商场、竞技场等。通过对展示空间的规划和设计，综合展示道具、照明、色彩、商品陈列的设计，达到突出商品形象、传达商品信息、促进商品销售、取得经济效益的目的。开放式的设计是它的特点，对购物环境的设计需考虑室内装修的格调，采用灵活多变的陈列方式及展示方式，照明、道具的设计方便顾客选购，广

告及视觉形象要醒目协调,具有合理明确的导向系统,人流动线要合理等(图 1-12、图 1-13)。



图 1-10 第六届东盟博览会外景



图 1-11 交易会展位



图 1-12 商业空间展示



图 1-13 商业橱窗展示

(3)展示馆——博物馆(自然、历史、科技、民俗等)、美术馆、图书馆、纪念馆等。其特点是:长期性、系统性和权威性。此类展示的主要功能是:信息搜集、科学研究、解释与观赏教育。它代表一个城市乃至一个国家的文明水准,展品多以历史文物和文献为主,需要充分考虑展品的保护和安全、交通流线、照明采光、观光效果和休息场地等因素。同时,博物馆展示在技术和艺术等方面的要求更高,在人力、物力和时间上的投入保障需求更强,常在技术和材料方面领先于其他展示活动(图 1-14、图 1-15、图 1-16)。

(4)展示园——动物园、植物园、花卉园、名胜园等。在旅游产业的开发中,旅游景观环境的整体规划和设计体现出巨大的价值。其设计的原则是,在充分保护好文物古迹和历史景观的前提下,满足更多游客的游览观光活动。包括观光路线、停车场、导游图、说明标志、广告宣传等内容要有统筹的整体设计,避免过浓的商业化倾向(图 1-17、

图 1-18)。



图 1-14 大庆石油科技博物馆内景



图 1-15 重庆三峡博物馆局部



图 1-16 中华航天博物馆局部



图 1-17 植物园局部



图 1-18 重庆园博园局部

其实,展示设计的范畴十分广泛,从不同的角度划分,其类型也不尽相同,大体上是以展示的性质、目的、规模、级别、时间、内容、手段、形式等几个方面来划分。普遍来讲,从大的功能定位区分,展示设计主要分为三大类:文化空间展示、商业空间展示、专题空间展示(大型综合博览会展示)。除此之外,还有其他分类方式,具体如下:

按目的分:观赏型展示(博物展、艺术珍宝展、自然展)、教育型展示(成就展、历史纪念展、纪念展等)、推广型展示(各类成果展、发布会等)、交易型展示(交易展销会、交易会、洽谈会等)。

按内容分:综合型展示、专业型展示和回忆型展示等。综合型展示是指包括全行业或数个行业的展览会,也被称作横向型展览会,例如工博会。专业型展示指展示某一行业甚至某一项产品的展览会,例如国际汽车展。专业型展览会的突出特征之一是经常同时举办讨论会、报告会,用以介绍新产品、新技术等(图 1-19、图 1-20、图 1-21)。回忆型展示是指以某种回忆为主题而举办的各类展示会。

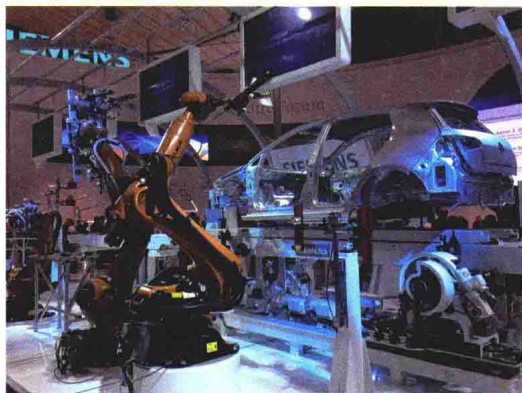


图 1-19 汉诺威工业展局部



图 1-20 汉诺威工业展局部



图 1-21 广州陶瓷工业展内景

按地域分：国际性展示、洲际性展示、全国性展示和地方性展示等。

按级别分：国际级展示、国家级展示、部级展示等。

按规模分：超大型展示、大型展示、中型展示和小型展示等。

按时间分：长期性展示、短期性展示、定期展示、不定期展示、永久性展示和临时性展示等。定期的有一年四次、一年两次、一年一次、两年一次等。在发达国家，专业展览会一般是三天。在英国，一年一次的展览会占展览会总数的 3/4。展览日期受财务预算、订货以及节假日的影响，有旺季、淡季之分。根据英国展览业协会的调查，3—6 月及 9—10 月是举办展览会的旺季，12—1 月以及 7—8 月为举办展览会的淡季。

按方式分：固定展区展示、流动展示等；在几个地方轮流举办的展览会被称作巡回展。

按位置分：室内展示、室外展示、橱窗展示等。室内展示多用于常规展品的展览展示，比如纺织展、电子展等。室外展示多用于展示非常规展品，展示超大超重展品，比如航空展、矿山设备展等。橱窗展示没有固定的格式和模式，取决于商店的格局和布置，通常有封闭式、开敞式、半开敞式等，着重考虑立体构图和色彩配置等(图 1-22、图 1-23)。

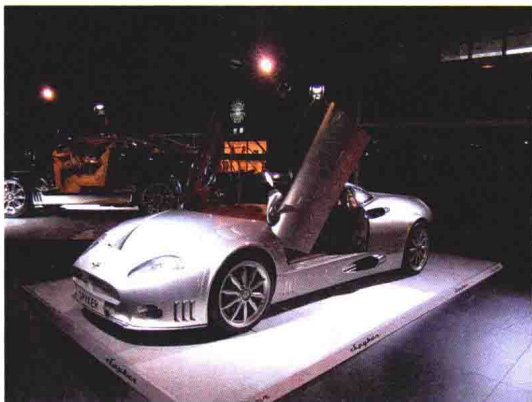


图 1-22 汽车展设计



图 1-23 展销会现场

1.4 展示设计的特征

(1) 综合性

展示空间的设计是一个综合性、合成性极强的设计学科，它跨越了设计中的环境空间及平面视觉传达等专业，这种全新的艺术形式通过空间的图像、互动的信息、光影的变化、虚拟的场景、景观的装置等多种媒介形式，呈现了展示设计丰富的空间效果。它既要遵循视觉传达设计中信息传达准确性的原则，也要考虑新信息传达所依托的环境空

间的创造以及空间对人的影响。同时,展示设计还涉及美学、心理学、艺术学、传播学、材料学等方面的理论。此外,其综合性还体现在艺术与科学的综合、经济与文化的综合、技术与工程的综合等方面(图 1-24、图 1-25)。



图 1-24 博览会展示设计



图 1-25 科技馆展示设计

(2) 多维性与参与性

展示是时间和空间的集合体,这种多维性不仅体现在展示空间环境、展品、受众之间,也体现在受众感受展示信息的诸多方式上,受众可以通过可视、可听、可触、可嗅、可询等全方位来参与、感受信息。近些年来迅速发展起来的科技馆、博物馆,十分强调受众的参与与互动,这样可以引起观众更大的兴趣并获得真切实在的感受。展示的多维性打破了传统展示的形式与设计理念,更加体现了物质与非物质设计的综合。信息时代的来到,促使展示的空间也承载着不同的主题形式和空间形态,如果仅用传统的方式去演绎现代展示设计,就难以界定它们空间存在的意义(图 1-26、图 1-27、图 1-28)。

(3) 时效性与载体的多样性

无论哪种类型的展示活动都有一定的时间限制,如何在最短的时间内以最有效的方式向人们传达信息,并达成一定的功利目的,是展示设计要解决的根本问题。另外,合理地设计展示的秩序、编排展示的内容、对展区的合理分配是利用空间达到最佳展示效



图 1-26 动漫节真人秀展示



图 1-27 科技馆机械动力体验