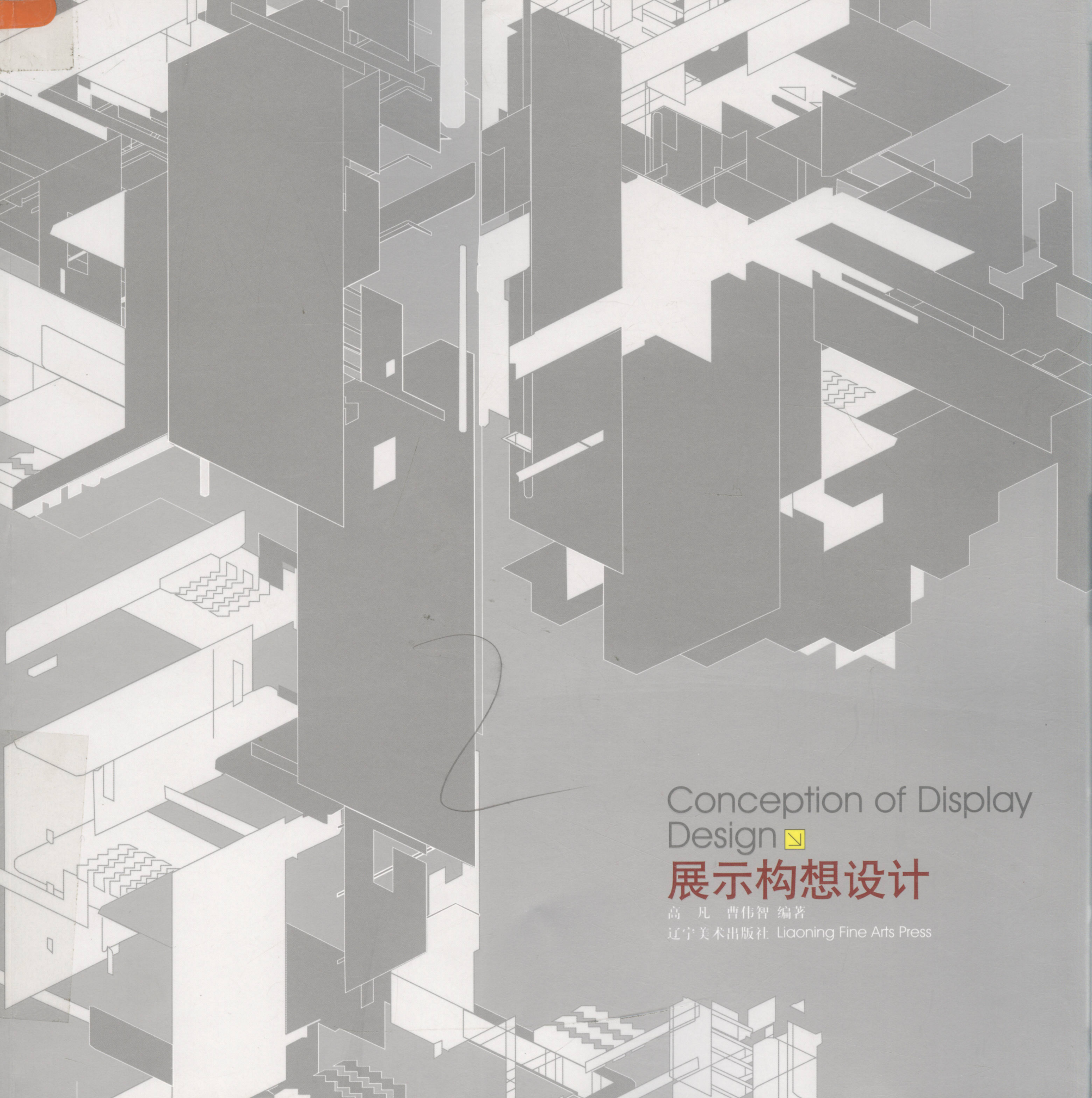




Conception of Display
Design ▣

展示构想设计

高 凡 曹伟智 编著

辽宁美术出版社 Liaoning Fine Arts Press

Conception of Display Design

展示构想设计

高凡 曹伟智 编著

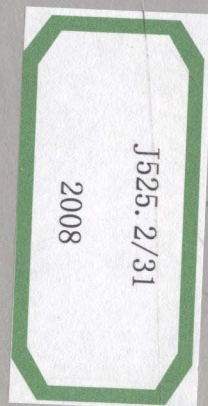
辽宁美术出版社 LIAONING FINE ARTS PRESS

ISBN 978-7-5314-4015-4



9 787531 440154 >

定价：120.00元



Conception of Display Design

展示构想设计 

高 凡 曹伟智 编著

辽宁美术出版社 LIAONING FINE ARTS PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

展示构想设计/高凡 曹伟智编著. —沈阳: 辽宁美术出版社, 2008.2

ISBN 978-7-5314-4015-4

I. 展… II. ①高…②曹… III. 陈列设计 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 202859 号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街 29 号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 辽宁彩色图文印刷有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/12

印 张: 17%

出版时间: 2008 年 3 月第 1 版

印刷时间: 2008 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑: 彭伟哲

装帧设计: 彭伟哲 高 凡

技术编辑: 鲁 浪 徐 杰 霍 磊

责任校对: 张亚迪

ISBN 978-7-5314-4015-4

定 价: 120.00 元

邮购部电话: 024-23833803

E-mail: lnmscbs@163.com

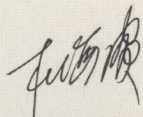
http: //www.lnpgc.com.cn

序

现代展示设计是科学与艺术的结合点，体现了时代的脉络和特征、精神和文化的观念。是一种具有丰富内涵和特殊艺术表现力的信息媒介传递方式，是人们对文化意识、生活方式及价值观念的直接理解和表达。成为经济贸易交流合作的纽带和传播先进科学技术及文化的窗口，在信息社会的各个领域充当其他行业或媒体不可替代的角色，被人们誉为“文化科技的结晶、历史的影子和经济发展的晴雨表”，并随着时代发展而不断充实和创新。

当今，中国的展示设计已进入高速发展期。据悉，我国的展览业每年正以20%~30%的速度增长，展览项目逐年递增，展览数量和规模不断扩大，全国展览收入总额超过百亿元，注册的专业展览展示公司有几千家之多。由此可见，现代展示正在成为新的经济增长的亮点和朝阳产业，它对拉动和优化地区的产业，如：建筑、装饰、广告、商贸、物流、旅游、商业销售等起着非常巨大的作用。同时也将给展示设计人才的培养提供更多的机遇和更广阔的平台。

本书正是出于对这一大环境的思考，高凡老师以其多年展示课程的教学研究和设计实践为基础，全面深入地探讨了展示设计的学术性、专业性及实效性，对现代展示设计作出了系统的研究与总结，在设计与实践方面取得了丰富的研究成果。对进一步推动和完善展示设计的教学发展及科研实践具有一定的现实意义和指导作用。相信本书的出版一定会对从事展示设计的专业同行和热衷于学习展示设计的广大读者，提供集理论与实践、研究与参考、资料与鉴赏于一体的良师益友。融合科学与艺术的最新成就，本着经济、人文、社会三位一体的设计理念在未来的实践中发挥自己的聪明才智，拓展视阈和体验。以展示创造激情，以展示释放信息，以展示传达情感，以展示获取双赢，为现代展示设计朝着更加科学、合理和人性化的发展方向积极探索、努力实践。

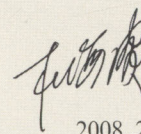

2008年2月

Preface

Modern display design is bonding point of science and art and embodies the thread and features of spirit and culture in this era, which is passing mode of information media with plentiful meanings and expressive force, and which is also direct understanding and expressing people's ideology, life style and values. It becomes vital nexus of economic and trade exchanges with the outside world and a window of transmitting advanced science and technology and culture. It plays an essential role which is not replaceable by other industry or media in informational society. It is called crystal of culture and technique, shadow of the history and barometer of economic development, and is continuously enriched with the innovative idea, following the time passing by.

Nowadays, display design has entered a period of expansion with a high speed in China. It is reported that china's fair industry is increasing at 20%~30% every year and exposition projects are steadily raising yearly. The number and scale of exposition is enlarging, too. National gross revenue of exposition outstrips a billion RMB. Several thousand of show and exposition companies have been registered. It can be seen that modern display is becoming new economic growth point and sunrise industry. It plays important role in fuelling and optimizing regional industry, such as building, decorating, advertising, trading, transmitting, touring, and business sale. At the same time, experts of display design could have more opportunity and wider board.

The book is just compiled by seriously thinking about the realistic background. Mr. Gao has deeply and comprehensively investigated academic, professional and practical display design based on his teaching experiences and his own design practice. He has systematically studied and concluded modern display design and has already achieved fruitful research result. I'm sure the book has certain realistic meaning and direction for further improving and completing display design's teaching development and research. Publishing of the book must provide theory, practice, research, reference and appreciation for the readers who may be experts or learners of display design. Display design integrates the update achievement of science and art and designers could come into his or her own with his or her talent based on trinity of economy, humanity and society in design idea in his or her future practice. Exposition could create passion, release information and express feeling. We should actively explore and strive for modern display design becoming more scientific, reasonable and humanistic.



2008.2

导言

从世界上第一次举办真正意义上的世博会到现在，人类已经跨越了一个半世纪。在信息化设计时代，科技的进步为展示设计带来了前所未有的创作空间。展示设计是现实与未来意识形态及品质追求的价值取向，是一种以复杂的形式结合人文哲理，来处理烦琐的美学、工学、商学的信息及需求，并形成了自己完整而特有的操作体系。展示设计是一门综合性极强的学科，它涉及社会、经济、文化、市场、科技等诸多方面的因素，是既具艺术性，又有经济作用的一种实用艺术形态。它不再是功利艺术的简单模式，而是技术与意识、人性与理智、艺术与形式的综合体；是一项复杂的系统化工程。无论从类别划分出的大型的商展会还是各类主题性博物馆展示都似乎在遵循着一条理论，就是科技办展，体现人文精神。为了达到这样的目标，设计定位、设计理念必然要鲜明准确，违背了这样的原则，就会使设计变得灰暗乏味。

本书着重从设计的角度加以呈现强调设计在展示领域的探索与提升，通过设计核心、设计元素、构想流程、情感体验四个角度加以论述，强调展示设计的衔接性，探究展示设计的创新与实践。书中着重分析设计的系统性与完整性，从专业设计的角度出发，尽可能地让读者对展示设计有更深入的了解及感悟。书中的大部分设计作品来自于我近几年教学指导过程中的学生作品，具有一定的研究性和解读性；相信本书能为设计人士、参展单位、企业人士及专业教学单位的师生，提供很好的理论与实践素材。设计是个性的抒发，也是理性的回归，书中强调展示设计过程的启迪，激发设计的创造灵感及个性舒展，力求促进设计深度与广度的最大发挥。对此我和曹伟智老师在多年的设计教学和科研实践中感触颇深，这正是我们决定编写此书的初衷。

Preface

It is half of century since the first world exposition is held. Technological development brings new creative room for exposition design in the era of informational design. Exposition design is a kind of value tendency of ideology between reality and future and pursuing higher quality. It has complicatedly combined philosophy and humanity to cope with information and requirement of complex aesthetics, industrial and commercial science. It has also formed holistic special operational system. Exposition design is a all-around subject which is involved society, economy, culture, market, technique and so on. Therefore, it is applied art style due to its artistic function and economic feature. It is not just a simple model for utilitarian, but a intricate systematic project and a synthesis of technique and consciousness, humanity and sense, art and form. One theory that is technology is applied and humanity is embodied followed by the large-scaled fairs or various thematic museums. In order to achieve this kind of goal, design orientation and theory should be clear and precise. Otherwise, the design could be dull and insipid.

The work pays more attention to the design angle of view to present the author's ideation and stresses on the exploring and upgrading design in the field of exposition. The four chapters of the books, that is design pith, design element, ideation of design and emotional experiences, provide a clear cohesion of exposition design and mouse out the innovation and practice of exposition design. Systematic and holistic design is analyzed emphasizingly in the book. We try our best to make our readers deeply learn and consider the exposition design.

Most of the design works in the book are from my students' homework which is instructed by me in recent years. They should be worth studied and analyzed by our earnest readers. I hope the book can provide useful theoretical knowledge and practical elements for the designers, companies which is to attend a fair or have an exposition, and teachers and students who major in exposition design. Design is a direct way to express individuality and return of sense. The book particularly emphasizes on enlightenment of exposition design and arousing creative inspiration and expressing individuality in design, which are deeply recognized by Mr. Cao and I through our experiences of teaching design and research and which are also the reason we compiled the book.

008

009

一、设计核心 展示策划是现代社会信息传达与交流的重要手段之一。随着参展规模的不断扩大，参展单位所注入的功能信息也在成倍地增长，各种规模的商业展示除了显示参展单位的竞争实力外，其渲染的现场效果往往使参观个体难以忘怀。而展示策划是实用性很强的艺术，各种规模的展示活动都是在计划与组织的进程中建立起高密度的信息汇集、沟通与散发的组织行为，	和意境。而主题历来是艺术创作的核心问题，它是艺术创作内容框架内最重要的要素之一。设计艺术也是如此，因为任何一门设计都有一定的内容和形式，内容是构成设计的一切内在要素的总和，是设计存在的基础，被称为“设计的灵魂”，而形式则是指它的结构、风格或设计语言等外部表现方式。展示设计在将构想具体化，并最终实现最佳效果的制作过程中，从相关展览场地的整体规划到某个兴趣点的具体构思，都要以戏剧剧情式的手段为统一要素贯穿其中。因	事实上，展示设计理念的提出无外乎就是要使设计的超然表现对观众的视觉和心灵产生强烈的震撼力和吸引力，就是要把展示的主题内容表现的更生动更具内涵。优良的主题设计意识会大大地提升办展的效率。而思想优先的设计师，首先应使设计服从主题的创意，使设计的主题通过视觉表达方法直接强调视觉对人的心理冲击。这其中，理念的准确定位将成为这一结果的重要指导性思想，并最终使抽象的思想赋予可以感官的视觉符号。在纷乱与混沌掩盖着秩序，
它的宗旨就是准确、高效地向目标受众群体传递信息并及时地获取信息反馈的过程。而作为外在表现形式的展示设计，则是以科学技术和艺术为手段，利用道具、设备、照明等载体与技术对展示环境进行系统的策划、创意、设计与实施，以期对参观个体的心理、思想与行为产生有意识或潜在的影响。 展示设计基于设计以人为本的原则，以解决人与产品、社会与环境的互动关系为目的。其核心是为人营造一种理想的生活方式，是对社会、经济、文	此，在设计里主题信息的有效传达和设计师的思想优先意识就变得突出起来。 当前“理念”一词很流行。理念实际上已经成为了决策层制定方针政策非常关键的因素之一。那么，在展示设计方面，其冠以的“理念”又将如何？能否把设计理念这一思想变为进步的精神就摆在每个专业展示设计师面前。中国人常说：“谋事在人，成事在天”，或者说是谋而后动，谓先计划稳妥而后再行动，大有可为。显而易见，先进的设计理念会大大	彷徨与矛盾孕育着机会，思想与探索需要观念更新的今天，设计在强调艺术性的同时，更应该注重通过独特的风格和可塑性的表现素材来鲜明地突出设计主题。追求实现理想的展示，设计师们在这个不可回避的“思想存在”之中既要思考，也要实践。实际上，展示设计的核心就是形式美与展示内容的和谐统一。就是要求设计师能用简洁的艺术语言与美学原理相结合；抽象美与具象美相结合，古典美与现代美相结合，在较短的时间内以清新强烈的视觉形象向人们传
化、环境的总体规划。展示设计作为艺术与文化的结晶体，它是信息传达过程中特殊的视觉表现形式。而展示设计在具备了以上特征的同时，还汇集了诸多的潜在制约机制和技术因素。从这个意义上讲，展示设计的核心首先应满足于受众群体的所有目的作为出发点，让观众在参与展览互动过程中真实地体验办展的目的和表现形式，同时也使受众群体在不经意间感受到设计师所精心营造的现场氛围，令精神产生愉悦和情感升华。为了达到这样的最终目的，设计师在设计	地提高观众的参观热情，进而产生与之对话的愿望，也体现了设计方向的人性化色彩。单调的信息充斥方式对展示的表达已无任何意义。从展览的立项、宣传、招展、场地划分、展台设计、施工进度、展品运输、进场、展台布置、观众组织、安全、技术保障、后勤服务、展览期间的研讨会、技术交流会等无一不和主题构思紧密地联系在一起。因此，卓越的展示设计理念无论对于办展单位还是设计师都会鲜明地渗透出对办展的态度和方式的敏锐洞察力，使展览的主题	达特定信息，展示主题内容，以可视的艺术形式向人们展示特定环境的美。 ■ 从设计特征观其本质 展示设计在飞速发展的过程中，从设计观念到表现形式都在不断地深化裂变，并向纵深发展，整个设计流程出现了多学科多专业交叉作用与影响的局面，并呈现了多元整合的系统化特点。在这其中存在着错综复杂的影响因素，并有着千丝万缕的协同作用。从此意义上说，其设计学科首先具有了鲜明的综合性特
的初期阶段，必须先解读企业要传达给参观者什么信息，由此决定展示的主题和风格。因为好的展示主题一定能够直接表达出展览内容，而且可以创造一种特殊的展览氛围，并有效地吸引观众达到策展目的。可以看出，设计的核心是一种创造行为，是一种解决问题的过程。 ■ 主题与理念 展示设计是以人为主体的，在最大程度满足其功能实用基础上，运用形式语言来表现题材、主题、情感	效果更加鲜明。一旦决定了展示主题框架，就要讨论构成各个主题的每个项目的信息内容，但必须基于展示主题整体风格与观点去讨论，并确立展示重点，划分展示区域和空间及结构关系，规定各种造型细节等。这一切都要有非凡的创意，这种创意必须有先进理念作为指导，才能保证设计在实施前和开始后，始终站在一个领先的地位。我们没有理由不相信在超凡的设计理念操纵下，展示设计的实施方式将会始终处于时代的最前沿。	征。其次是随着当今全球经济一体化，各种文化的碰撞，社会和科技的迅猛发展，给意识形态领域带来前所未有的冲击，展示活动与策划对社会经济文化发展所产生的作用不容忽视。作为社会新陈代谢更迭，具有推动作用的当代展示设计，其使命应反映鲜明的时代特征和变化，并且推波助澜。展示设计作为综合性的视觉设计艺术，其设计的表现特征也似乎变得十分复杂。 在设计方法和设计程序上，展示设计具有环境

艺术学科相关领域的特点，如：家具设计、公共空间设计、景观设计及视觉传达设计等，同时又兼有自身的专业特征。进入了成熟发展时期的展示策划，从设计的实施手段上看，其技术因素更具有感染力，并有着特立独行般的实际表现效果。展示设计应用和强调技术优势对人的影响，充分调动个体的感知潜能，既是设计的人本化思考，也是区别于其他设计艺术的重要标志。在展览现场，每每令人回味的都是那些可以让人互动的自动化技术方式，设计在此已经	二、设计元素 展示设计是一项强调空间环境和道具形式设计的综合性学科，是对空间艺术形态的总体规划。设计流程中涉及一系列相关学科内容，诸如：环境设计、人机工程学、色彩学、照明设计、道具设计、视觉系统设计、广告学、传播学、心理学、物流等。但从它的外部表象上看，其设计元素主要包含空间与尺度、形态与结构两个大的方面。	观看展出内容的同时有很好的贯通性和视野。在展示空间设计上最具表现力的主要有实体空间和虚拟的心理空间两种：实体空间的建立办法是通过相应的展示载体构件完全分离或半分离观众的视野来实现的。比如具体地利用展墙、展板、玻璃隔断、主体物建立相隔的不同区域，各个区域相对独立，形成了大空间、细结构的动态局面。观众的视野和情绪也会随着空间的变化而变化。但这类空间的处理难点在于各个区域连接的方式上。换言之就是过渡空间是否限制了人
超越了设计艺术的本来作用或职能，技术与艺术相互交融特征却超乎寻常地统一在一个设计平台之上了。设计是艺术情感的表达，也是创造视觉表象的独特方式，它决定着主题思想的走向。人类社会很早就出现了技术发明，进而产生了艺术现象，而重要的是，设计不仅仅是艺术，设计的艺术性远不及它的商业性。实际上设计的本质就是做决策，是创造秩序，协调混乱的过程。创造是技术与艺术的共同特征，在技术与艺术的结合过程中，其关键要素是创造力，包括形式	■ 空间与尺度 展示艺术与空间尺度是密不可分的。无论从展示设计的概念，还是设计的本质与特征，以及设计的程序与范畴，我们都可以发现，“空间”这个概念是贯穿始终的。在展示设计中，设计师为了使有限的单位面积更具动感，通常会在建立主体构架的过程中利用各种展示载体和道具对展位空间做出某种分隔，在充分体现艺术冲击力的同时建立了诸多的展示动态空间，并通过技术手段使各个空间在连接方式上产生和	流活动的自由。另外，半通透空间的建立往往是为了弥补前者的不足和缺憾来设计的。通常是利用展架、矮墙、柱子、镂空物、透明体材及植物来阻断空间的心理感受，使看起来的空间在同属中产生异变感，也具备了虚拟空间的独有表现特征。这样的空间处理会在艺术表达上产生事倍功半的效果，驱使参展个体的兴趣和热情在求索体验中不断得到提升。而虚拟的心理空间在表现上更是五花八门，别具特色。地面的色彩、肌理的变化和高低起伏，光照的范围，声音的
上、内容上、技术上的创造。技术对艺术而言是其中的手段，为创造提供手段的保障。艺术是技术创造的结果，是技术成果的艺术形式。相反，新技术在艺术领域的应用如果没有约束，会导致艺术形式的泛滥。人们往往会沉溺于技术的泥沼中不能自拔，对新的形式沾沾自喜，这对艺术是非常有害的。因为并非所有的形式都是艺术的，新形式往往会对视觉产生新的刺激，在一定程度上会产生一定的视觉冲击力，可以满足视觉的需求，但更多的形式却是非长久的。因此，	谐有序的视觉层次，以满足视觉效果及人流区域的功能需求。而理想的空间分割会对人在心理和生理方面产生积极的影响。因此，在对空间设计进行探讨之前首先明确空间的概念是非常必要的。 空间是展示设计中的基本要素之一。从功能上讲，主要的展示空间无外乎有以下几种：信息空间、共享空间和功能辅助空间等。另外在展位面积允许的情况下，有的也把动态演示区域和休息区域单独划分出来，使之在信息传递方面更具有亲和性、娱乐性，	来源，展品陈列的密集程度都会在人心理产生区域感。 另外还有值得提到的是，展示空间在分布上还会受到诸多场地条件的限制。如空间的高度、宽度、进深、位置、朝向、单位密度等。设计师为了使展示空间更具变化，往往会把限定的空间设计成单层或复式空间，也会按照分布条件设计成直线式、对角式或随意式等。实际上人们在区域空间浏览时普遍有一种探求的心理，总希望后面会有更好更精彩的内容。所
在人类对艺术的应用中，艺术与技术是辩证存在的，两者应是同步发展，就像一面镜子的正反面一样，正反面的存在是互为依存的。 总之，艺术可以改变技术的描述形式，以节约的形式承载技术所包含的信息。技术则可以提供产生审美的形式空间，拓展艺术的创造形式。技术与艺术相互交融特征在展示设计上显示的是一种兄弟般的作用关系。由技术产生的艺术创造必将符合一定时代人的生理特点、文化背景、政治经济制度范围内的创造。	体现了设计的人性色彩。 当代展示设计中，空间在叙述上不再只停留于僵硬的静态陈列，而越来越趋向于动态的表达。观众在参与互动过程中体现出极强的认同感和归属感，从而大大地提高了展出的效率。那么，展示设计中空间分隔的目的和作用是什么呢？首先是为了划分出展示的功能区域，满足办展的目的；其次是建立视觉上的空间流动，使空间更具有层次变化，避免参观个体在视觉上产生无味感；再次就是方便观众的自由流动，在	以，怎样通过良好的展示空间处理让观者驻足在这里变得至关重要。但无论怎样利用空间，设计师都要本着突出办展原则，表达办展目的，方便参展个体自由安全流动为宗旨，合理有效地处理好展示空间的每一个环节。 至于尺度问题主要是指展示载体间和道具间的空间距离，展墙及顶饰物的高度，展品吊挂摆放的位置。一定要按照人机工程学关于人的生理和心理感受指导原则处理其在展示空间里每一个环节的合理性，

避免出现纰漏，造成负面影响。否则会使展示效率得不到充分发挥，甚至于前功尽弃。 ■ 形态与结构 展示设计是实用性很强的艺术，任何一项展示设计都将通过各类设计元素的组织，而使之成为一个整体。这里我们所提到的形态和结构主要基于视觉艺术关于美的形式法则而言的，指的是构成设计实体的物质感性材料的自然属性（形状、色彩、线条、肌理、声音等）及其组合规律（如对称、均衡、对比、	存在的形态结构，它的地位至关重要，精良的展示构架如果没有像人体骨骼一样的结构来连接和支撑，充其量只是形态的罗列罢了，它既不能形成展示设计的形态，也不能满足于展览功能的需要。作为工程的展示设计形态构架，其牢固性、安全性、时效性、经济性等质量标准，比较直观并有翔实的数据可考。然而展示设计作为艺术，其设计标准的把握就没有那么简单，展示设计艺术形态的独有性、美感的主观性、艺术的独创性往往搞得似乎“公说公有理，婆说婆有	的观赏程度与艺术感染力，突出展位个性特征，让观众由表及里地感受展示内容的科技含量，提升观赏兴趣，并自愿地接受展览所传达的信息。区域内的艺术形态设计是展示整体设计的具体描绘和延续。值得强调的是，设计中每个造型元素的落实都应符合整体设计风格的需求，展位的个体形态设计一定不能陷入盲目和随意，进而产生无序感。 其实说到底，展示设计中对“形态与结构”的关注，就是对参观个体情感意识的关注，强调人作为主
协调、比例、节奏、韵律、变化、统一等）所呈现出来的审美特性。展示设计也就是运用美的形式法则有机地组合点、线、面、体，并形成完美形态与结构的构建。点、线、面、体既是独立的造型要素，又是一个在设计过程中相互关联的整体。展示空间内各部分架构的比例尺度与人们在空间环境中感知的方式配合得是否适宜、协调，这是最基本的人机要求。时至今日，形式美法则已经成为现代设计的重要理论基础，展示设计在形态应用过程中，也同样要严格遵循上述	理”。形态结构作为视觉符号元素，其在展示设计上的审美标准将通过怎样的形式再现艺术价值，并如何能最大限度地发挥其艺术上的功能作用才是我们探讨的重要内容。 展示设计的艺术形态是信息传达的载体，设计师在设计过程中，时常会运用独特的造型语言进行形态上的设计。譬如对造型的分割与整合、材料的选用与开发、功能与结构的创新与利用等。展示设计的实质目标，不只是服务于个别对象或发挥设计的功能，	体的本质。不可否认，展示设计的创新、新技术、新材料、新工艺的发明对当代展示设计的延伸与发展起到至关重要的作用。综上所述，展示的形态设计需要考虑很多方面的因素，归结起来包括展示功能的满足与拓展、材料的强度、结构的衔接方式、构件的使用以及新材料、高技术、新工艺的发明和使用等主客观因素。展示的形态设计是展示设计手段的重要内容之一，其在设计与实施的地位和作用是任何要素都无法替代的。
形式原则，并建立起合乎参观个体视觉审美需求的秩序关系。 通常，物体形态的存在必须依赖与物体本身的结构，一切物体要保持自己的形态，必须要具有一定的强度和稳定性来支撑。符号式的形态与结构作为构成事物空间形象的基本要素，具有极富特色的情感表现性。如形态范畴内的直线元素有着坚硬、挺拔、稳定之感；曲线具有柔美、流畅的视觉效果；折线则有突变、刺激的感觉；正方形具有稳定、大方、硬朗	其积极意义在于凸显企业的文化和时代特征。为达到这样的目标，从展位形态构架的宏观设计上，首先应该考虑的是参展单位所要展示的主题内容与其文化的独特性，并有效地利用能体现参展单位特点和展出内容的形态元素进行设计，设计手法上也应根据现实需要采用鲜明、准确、现代、夸张的艺术语言加以表达。另外，由于材料应用及工艺制作程度能直接影响到设计的视觉效果，形态设计在材料选择利用上也要符合这样的要求，做到“量体裁衣、突出重点”，尽	三、设计流程 俗话说“谋而后动”从理论上为我们揭示了做事的方法程序。它告诉我们无论做什么都要有个周全的计划，并通过一切手段验证计划的可行性、准确性，验证的结果当然就是我们最终所要得到的结论。展示设计似乎更需要遵循这样的运行轨迹，并使其变得愈加行之有效。它是对社会意识形态的一种创造过程，也可以说是一种解决问题的过程。展示设计并不是单
等意味；不同方向的三角形具有安定、平稳、锐利、运动的感觉；圆形具有大气、饱满、整合等意味。把形体、色彩、线条、声音按照一定的构成规律组合起来，就形成色彩美、线条美、形体美、声音美等形式美。美籍德国心理学家阿恩海姆在其《艺术与视知觉》中把美归结为某种“力的结构”，认为组织良好的视觉形式可使人产生快感，一件艺术作品的实体就是它的视觉外现形式。存在作为美的规定性标准，已经大大地超越了艺术形式本身。在展示设计中，作为	量减少展示形态设计的随意性与模糊感。因为展览的主题内容与企业文化的显现一定是参展单位最关注的设计核心。 此外，展示在局部造型与细部结构的设计上，也应积极地使形态表达变成辅助性语言，令各种视觉元素按照美的形式原则有机地结合在一起，做到统一中富有变化，从而有效地帮助展示的整体造型建立起秩序关系，使设计锦上添花。这其中，还应运用灯光造型，多媒体等高科技手段来强化展示环境，提高展位	纯的解决功能与技术上的现有问题，仅停留在这个层面上是远远不够的，应该全面清晰地认识并解决设计实施中所存在的诸多问题。 作为实施者必须要具备较高的综合素质，精通展览方面的众多专业知识，了解和超越展览操作技术更深层次的客观规律。如：社会结构、经济结构、思想结构，信息与传播、艺术修养等。通过多种设计途径来寻找并发现问题，让设计师始终围绕着消费人群来强化相关的设计要素，也就是要抓住人性的特点，
O12		

针对特定的人或人群，以最适当的表现来满足他们的需求，达到社会意识要素的直接诠释。使其设计理念完全融合于展示计划中，尽可能大的发挥其效率，真正体现出最前沿的设计潮流与趋势。也就是说一次优秀的设计策划，要针对所研究的范畴有一个充分的调研与分析，投入更多的精力研究设计对象的优点与不足，在深层次的研究中使该设计达到生理乃至心灵上的默契为重要因素，从而达到优化设计的目的。 构想流程，就是要给设计者扩展出更多的思维	阶段的工作，为很好地完成设计打好铺垫。日程计划一般以绘制图表的形式来展现，也可以用其他方式来表现，表现的方式可根据设计内容来灵活确定。为便于查看，在绘制表格时要直观、简练、易懂。日程计划表主要有三个方面的内容：时间、内容、计划。 ◇时间就是展示设计的总体时间范围，可按月、日的时间来规划，也可以按周时数来划分。 ◇内容就是展示设计的总体内容选项，可根据设计分工具体制订，内容要求上不需要限定，可灵活对	场、消费者心理及展区情况等进行分析。这种情况是一种完全展开的分析方法，并没有固定的调查模式，只进行针对性调查分析。调查分析是设计流程中最重要的一环，通过全面系统的分析与比较，为方向设计做好坚实的铺垫。 ◇办展单位调查 对办展单位及展示内容的深入调查和充分了解是调查分析中的前奏，只有充分理解办展单位的展示要求、展示内容及展品的相关资料，设计思路才会更清
空间，让设计师始终对设计有认知的过程，以理论指导在展示操作当中变得切实可行，并与实践结合起来，要熟知工艺流程，了解国内外设计环境并具有非凡的远见卓识和准确的判断性。更重要的是要与办展单位建立良好的工作关系，充分解读办展单位的指导信息、产业背景及企业形象，从而制订准确的设计方向，确立全新的设计理念，这种过程性是一次优秀设计完成的必然。从接受项目入手，到调查分析、设计策划，设计实施，直至设计评估，这种相对全面的系	待。总项的思路一定要完整清楚，不要漏项；细节分项的内容可根据分工合作来自由调节。但设定的内容顺序上一定要详细、周密、严谨、思路清晰。 ◇计划就是依据时间和内容以合理、科学的角度来具体制订和划分整个设计过程。制订时要把设计阶段作为主要时间段来分析。 ■ 调查分析 围绕展示项目进行充分的调查分析，使设计的理念融合于我们的延续设计中，尽可能大地发挥其	晰。调查中应主要把握以下几点： 1. 系统分析办展单位的企业形象系统，如企业的标识、系统符号、系统色彩、宣传口号等，有利于后期展示活动的宣传与推广。 2. 掌握办展单位展示计划的目的和预期效果，这是此次调查分析的出发点，在沟通中了解办展单位此次办展的动态及资金投入的状况，为进一步准确地把握设计方向及进行设计调整提供了可行性参数。 3. 了解展示内容的相关资料是完成设计的重要内
统设计与分析的方法，对提高设计意识和设计品质尤为重要。 ■ 设计导向 展示设计一般都有一个前期策划，在一定的界限范围内，办展单位总是有一定的要求，作为实施者要充分领会办展单位的意图，对展示的内容、目的、规模、计划资金等进行前期设想和理顺；就其展示设计的综合性特征来说，要以图片、文字的形式进行概括性分析，从中寻找出该设计的共有特征及差异性来发	效率。这就要求我们在设计之前，要对展示设计的目标有一个充分的调查与分析，以文字、图片、图表的形式研究对象的优点与不足，从而为深层次的设计研究做好铺垫。调查分析过程中要善于发现问题，付诸分析比较的同时，要围绕问题所在，做到具体的分析。展示设计的关键是否给受众群体带来视觉上的最大吸引和精神上的满足，让调查研究的相关内容与设计者达到设计方向的共识，从而达到优化展示设计的意义。	容，通过对展示内容的种类、数量、尺寸、性能的熟知，为展示设计的构想和方式提供最大可能。 ◇相关市场调查 相关的市场调查是展示设计过程中的重要环节，是设计师了解同类展示活动的形式架构和技术设备的参数。分析时可根据展示内容的侧重点，对同类展示效果进行综合评价，分析影响展示效果的各种因素，从而进行选择性的分析。此分析内容在文字说明的同时，最好要以图表、图片、问卷调查的形式进行比
现问题，并以此为突破口，为后续的工作形成铺垫。同时对办展单位的要求既要充分地尊重，也要耐心地引导，使其思路逐渐进入合理的轨道，这是设计前的必要条件，为以后的设计工作奠定了沟通的基础。 ■ 制订计划 在充分理解办展单位的意图后，根据展示要求进行相关的程序思考，来制订设计工作的日程计划表，以合理的统筹时间来对此次设计进行相对限定，以此来界定整个设计过程，以便合理地安排设计过程中各	调查的方法，可根据项目的情况采用不同的方式，最常见、最直接的方式是通过办展单位、相关市场、展区相关信息等。调研前要制订好调研计划、确定调研对象和调研范围，在调研中尽可能地做到方便、快捷、简短、明了。设计项目研究中有很多的分析方法可供我们借鉴，对解析展示项目的延续设计有着至关重要的启示。调查分析的过程，可根据展示项目有针对性地展开，一般情况下应从该办展单位的企业背景作为切入点，进行系统分析，然后对现有市	较。表现的形式可根据设计者的个人思路，多角度灵活地制订；要抓住人的心理特点为首要要素，通过分析能够从更多的角度来发现问题，从中对比出优点与不足，尤其寻找同类展示设计中相对缺憾的地方，提出问题所在，进而为设计更好地整合思路。 ◇展区相关资料 展区情况的了解对直观地推进设计效果是至关重要的，通过对展览现场的调查，对场地的建筑、空间尺寸、位置流线、照明设施、配电系统、展区须知、

进馆时间等有一个充分的认识，对后期的设计工作有了明确的方向。 ■ 设计构思 通过全面系统的调查分析后，充分发挥设计师善于捕捉事物的敏感性特点，认清和挖掘问题所在，寻求解决问题的方向。如何找到最佳的、最直接的方法，这就要我们具有敏锐的创造性思维——通过发现问题与思考问题，追溯其设计源泉，提出新的设计构想，并在这一设计构想的基础上进行思路理顺，最	干分枝将会聚集到一个合理、紧凑的范围之内，进而实现新的有创见性的设计方案和设计共鸣。展示设计中，构思是设计思维的直接表露，也是帮助思考的一种技巧。它只是概念表述的初始阶段，并不能完全地表达设计思路及细节，但在意向的角度要进行全面综合性的解析，为全面的设计展开与深入作好铺垫。此阶段应该解决的主要问题包括： 1. 确定展示设计的整体功能布局、框架结构和使用方式；	通。在设计构思的思考上不要单一，要以多种设计思路和角度来展现，围绕设计主体进行简明扼要的设计说明，同时在构思的设计方案中附以总平面图及平面分析的图示方式来表达。 ◇设计展开 构思草图完成后，便进入了设计的展开阶段。设计师在若干个构思草图中，要进行不同的设计方案的比较、分析及优化，从中进行多方面、多角度的筛选、提炼、调整，把认为可行的设计方案提取出来，
终形成此次设计的定位。可见，设计溯源是至关重要的，它是设计启发的根源，世界万物皆是设计创作的原动力，这就看我们怎样去探询和挖掘。 通过调查研究中详细而缜密的分析，进入到整体设计的构思阶段。设计构思是对设计分析中所存在的诸多问题进行解决的思考过程。在设计构思中不要刻意地对思路进行限制，它会直接影响到构思的产生。要尽可能地扩展设计思路，进行记录。设计构思是一个重复的认知过程。当一个新的“形象”在意识中出	2. 初步考虑展示设计在美学与人机工程学方面的可行性； 3. 探讨设计材料的特性、成本和施工方式。 ■ 设计实施 ◇构思草图 构思草图是一种广泛寻求未来设计方案可行性的有效方法，也是在展示设计中的思维过程的再现。构思草图偏重于思考的过程，利用形态的过渡进行系列的构思和推敲，这一思考过程的构思往往是比较活跃	进入设计展开与方案优化阶段。设计展开是将初步的设计构思中可行性的方案进行转换，使其变为具体的、直观的形象。所选定的构思草图必须要保证两个以上的设计方案，便于深入的比较、分析、论证。在此阶段主要进行设计方案的深入，要从展示设计的功能、形态、色彩、材料、人机使用性等多种角度予以全面的分析。 ◇效果图表现 效果图的表现是设计验证的关键，是检验设计
现，就要迅速地用草图把它记录下来，虽然这种形象并不太完整，也不具体，但这是思路进一步深化的前因。比如一个关于车类的主题展示，瞬间一个跑道的形象在设计师的脑海中闪过，它可否是一个结合的内容呢？这就是在构思过程中把一些比较模糊的、尚不具体的设计思维加以明确和融合的过程。构思过程中就是要手、脑、心并用，源于心与大脑的结合，进而融合所有的情感因素，淋漓尽致地进行思维扩展，只有这样才能挖掘出具有创造性的设计思维。	的思维展现。它还可以帮助设计师迅速地捕捉头脑中的设计灵感和思维路径，并把它转化成形态符号记录下来。在这一阶段，应该在大量收集资料和分析问题的基础上，按照设计定位的要求，开始解决一些在设计初期必须解决的问题。 1. 展示的总体平面布局及比例关系；展示区域各功能空间的划分及面积分配；参观流线。 2. 总体的色彩关系及各局部的色彩对比。 3. 功能性照明的形式及展板、展台的位置分布	师设计成果的直接再现，它的实施关系到整个设计的成败，同时也是与办展单位设计沟通的重要媒介。所以在表现上要着重体现设计创意的空间层次、视角构图、材质表现及色彩关系。展示设计效果图的表达方式可以是手绘，也可以是电脑写真，由于电脑效果图的直观性及真实性，尤其被大众所青睐，可体现其优势所在。设计师只要按照设计思路，给计算机输入相应的数据和指令，电脑就会将它转化成虚拟的三维图形。电脑三维效果图相对于手绘效果图的主要优势在
设计思维与感觉、知觉一样，是人脑在客观事物中的即时反应，人的设计思维是一种理性的认知阶段，是对更复杂、更高级的认识过程的思维记忆。对设计的认识过程就是感知的思维特性，要不断地提出新的要求与设想。展示设计中，构思始终是以动作思维、形象思维、抽象思维、直觉思维、灵感思维、逆向思维等思维方式中获取新的意象，在此过程中，设计特征将在意向内容和思维意义之间不断地选择、放大、验证、排除，这些被建构出来的模糊意义中的若	等。 在构思的基础上，对设计的整体与局部进行形态和结构的反复推敲和思考，并进行设计思维的整合。此阶段更偏重于思考与分析的过程性。通过本阶段的深入分析，对全面清晰的说明和表达自己的设计思路，明确设计思维与设计理念定位提供了必要的条件。设计表现的形式并没有太多的限制，但必须要能够清楚表达自己的设计思路，要求绘制清晰、结构严谨、要做到整体与局部的详细分析，便于与他人的沟	于，它对设计的细节表现非常完整和清晰，尤其是对一些在手绘效果图中容易被忽略的部分，在电脑效果图中将很容易被发现，使得设计师可以及时地进行修改和补充。因此电脑效果图是现代展示设计中应用最广、最为直接的表达方式。 ◇设计制图 设计方案确定后，需要一套精密而周全的施工图纸，为后续的施工人员及展示工程预算报价提供尺寸、材料等施工依据。由于效果图方案在一些细节部

分及局部处理上并不能直接的明确尺寸，这就要求以设计制图的形式来表现，一般进行平面、立面、剖面尺寸图的绘制，绘制的内容与数量可根据展示设计方案的具体情况而定。 ■ 方案评估 设计的完成，就要对此次设计做综合、系统的评估，以此来检验设计成果。评估的标准各有不同，存在着多种差异。但是总体上讲，对设计的综合评估方式离不开两大方面：首先是实用价值评估，具体地	照片、文字、图表、表现图的形式组成设计过程的综合性报告。设计报告书的形式与内容的组织，可根据展示设计的方向与特点有针对性地进行调整。展示设计报告书主要有以下内容： 1.封面：封面要表明设计项目的名称、设计委托方名称、设计单位名称、时间、地点；封面的直观效果最好能体现出设计的风格，同时简洁、醒目尤为重要。 2.目录：要按照设计的流程性制订，排列清晰，	去扩大自己的感受，通过与人交流，参与他人的视阈和体验来扩充自己。当然，个人的视阈是有限的，其体验也有其狭隘性，只有深入到心灵的层面，同时真诚地寻求情感的表达，把设计师心灵情感的表达推向极点，这种建立在自身体验的基础上才能获得真正的认同。展示设计能否为大众及群体所接受和认可，也就是“展示设计受众性”的直接体现，这正是我们展示设计者应该深入探讨的话题。 ■ 人与环境
说就是该设计对目标群体、特定的人群及社会有何意义？同时该设计对办展单位在市场上的影响有多大？也就是设计师的设计意义及设计价值所在，锁定设计的方向才不至于脱离轨道。其次是设计价值的评估，不同的设计有其不同的设计准则，我们要把握其特点，提出有创新性的评价要点，来充实设计的论证。具体的设计价值评估主要有以下内容： 1.看其设计是否具备独创性，并具有强烈的视觉艺术效果，这是设计评估的首要标准。	并标明页码。 3.工作计划表：表格设计要简练易读，不同阶段的内容最好要用不同的色彩来表现。 4.调查分析：针对调研的范围，把办展单位调查、相关市场调查、展区相关资料调查而得出的综合分析，用文字、图表、照片的结合形式进行资料收集整理。从中找出设计的突破口，提出设计概念。 5.设计实施：通过对构思草图、设计展开、深入设计及设计制图的优选，进行直观地分析说明，要突	展示设计是处理人与环境相沟通的媒介，可以称它为社会工程或文化工程。它的出发点在于满足人全方位的需求活动。我们现在所做的展示设计，不仅仅要满足人的功能性需求，重点是它所表达的使用价值与人之间的关系。而未来设计是一个涉及物质、精神、社会的无限宽泛的开放性活动，这就切入到人—环境这个系统之中。 展示设计的核心是“以人为中心”的设计活动。也就是说设计中“人的因素”与展示环境相吻合的程
2.设计的实用价值与审美价值，能否具备功能上的舒适性与完美的机能性。 3.是否符合人机性并与受众产生共鸣，及设计的简洁性、识别性及安全性。 4.使用材料的节能性、环保性、耐久性及重复使用的性能。 5.适宜的经济价值，制作的低成本与使用上的适宜性。 6.展示效果的市场试探情况及意见反馈。	出强调设计理念与设计风格。 6.综合评价：针对以上完成内容进行全面而系统的总结，要以简洁、生动的语言说明该设计方案的优点和特色，以此来打动办展单位，要具备一定的说服力，这是至关重要的。 以上这些内容是编制展示设计报告书的程序与方法，以供参考。 四、情感体验	度，从而提升展示设计与人的亲和度；展示设计主要是诉诸于人的视觉和听觉感受。进而科学地利用人—环境要素之间的相互作用、相互依存的有机联系来研究展示系统的设计优化。在这个系统中，人处于主导地位，环境载体是为人服务的，都应该受控于人。目标人群不仅仅是接受和利用环境，更主要的应该能够创造更加完美的环境。展示空间反映了人与环境这个载体最基本的关系，它体现了以人的主体性，即“突出了社会心理状态中人的位置”。是人赋予了展示环境
■ 编制报告书 设计报告书是设计方案的最后总结和呈现，是设计过程的综合性报告，也是向办展单位汇报和沟通设计成果的主要方式。 设计报告书的制作要全面、简洁，一定要突出设计的重点部分，进行较全面地分析，要清楚地表达出此次的设计意图。为了给决策者一个直观的感觉，要有一个精心的编辑排版，在版面设计上达到均衡的视觉效果，来提升此次设计报告书的整体要素。一般以	在生活中人类会寻找各种方式来表达和宣泄个人的情感、理念、信仰。作为情感的表露，总是从自身感受出发，来界定事物的本质及对事物的判断。回到设计上来说，设计师总是从自身感受作为起点，来推进设计的进程，这是人类思维活动的本源性，因为每个人都会用自己的感官和心灵来观察、感受、思考、体验周围的事物，这正是人性思维的共性。 展示设计是源于设计师本身理性的思考和情感的体验，它作为一种表达方式，往往需要以不同的方式	的真实感受，使它从虚幻的状态通过人在展示环境中的行动显现出来，同时目标群体在对这种空间环境的体验过程中，以获得更多的心理感受。 展示设计需要满足人在物质和精神上的双重需求，这是在进行展示设计分析时的基本依据。受众人群需要舒适和谐的展示环境，声色俱全的展示效果，信息丰富的展示内容，安全便捷的空间规划，直接而醒目的展示物，考虑周到的服务设施等，这些都是人们在心灵上对展示设计提出的要求。人们对展示物的

观赏都是在极短的时间内完成的，由此，以最短时间来获取最大的信息量，便成了现代商业展示设计所要解决的重大课题。这种瞬间感受，是环境载体给予观者刺激所引起的情感反映，使观者在想象的过程中丰富了展示形象，并在其心目中留下了对展示空间鲜明的感受和强烈的印象。展示空间内各部分架构的比例尺度与人们在空间环境中感知的方式配合得是否适宜、协调，这是最基本的人机要求。同时人们在一个舒适的环境中进行活动，如果不能给人以心理上的亲近与舒适，并快速传递感受于人，取得与人的感情共鸣，那就完全脱离了设计的本源。这就需要设计师系统地分析参观者的心理行为及活动行为，并在设计中以科学的态度对人与环境的传达给予充分的重视，达到一个充满人性化的合情、合理的展示空间设计。 ■ 技术与艺术 就展示设计的实施手段而言，设计的宗旨并不是展示本身。而是通过设计，运用空间规划、平面规划、灯光控制、色彩调整 and 一切可以调动的技术手段，有计划、有目的、符合逻辑地将展示的内容展现给受众群体。并力求全面地接受设计所传达出的各种资讯。而这些信息大多可以通过视觉、听觉、触觉而感知的。但也可能是既看不见，也摸不到的暗示性信息，如设计师的思想表达，社会的综合层面影响等。从这个意义上说，展示设计就具备了特殊的视觉艺术的传达功能。在这样极具表现欲望的背景前提下，展示设计的技术与艺术却超乎寻常地统一在一个系统平台之上，似乎常规的想象空间已变得无比的狭小。	乃至未来展示设计的宏伟构想和发展趋势。新事物有着极强的诱惑力，观众永远都不会满足当前所认知的事物。而作为设计师总是希望视觉上的满足能够成为激发心灵震颤的主旋律，为此，设计师将孜孜不倦地沉醉于一切可以表现的艺术形式中。当代的科学技术除了本身具有的功能方式，还会使观众获得的是体验的满足感。即便如此，我们依然会把它从另一个层面上也认作是一门艺术形式。因为艺术的特点就是它能唤起人感知器官的共鸣，体味出的是一种冲动和愉悦，而陶冶的确是心灵深处。 在国际众多高水准的展示项目中都不难看出这一点，每每令人回味的都是那些可以让人互动的自动化技术方式。真不敢想象在展示设计的方式上缺少了以高科技为依托的设计亮点，那将会是怎么样的乏味无奇！从这个意义上讲，在展示设计里说技术万岁也并不为过。 那么，让我们回过头来说艺术本身。艺术无非就是视觉效果，它的特质不必说，最重要的是形式风格问题。展示设计的艺术形式与大多数艺术形式一样，总结起来有两大特点：生理上的冲击感和心理的愉悦感。这些全部体现在艺术处理手段当中，其中包括空间形态符号的利用，色彩版式及灯光效果的应用，音响多媒体演示等，也就是常说的声光电的应用，这似乎又回到了技术层面的问题上了。可实际上，在展示设计里技术与艺术永远是一对孪生兄弟，你中有我，我中有你，很难把其分开来说。艺术表现已经不能单纯依靠艺术的本身法则原理，如均衡、对比、秩序、节奏、和谐等表现形式来表现自我，只能借助夸张的视觉表现手段来协调与技术之间的矛盾关系。说到这里，我们会提出展示到底是不是艺术啊？回答是肯定的，但必须要明确的是它已不是简单层次上的艺术，而是凝聚了众多复杂因素在其中的综合体。这些因素使人在浏览时感受的已不是展示内容，而是作为一种视觉感官和心理感官的享受。 ■ 个性与共性 在设计中个性与共性的元素是一个长久而紧密	的话题。个性体现了设计的特殊性、典型性；而共性则体现了设计的普遍性，也可以说任何优秀的设计都是个性与共性的共同体，只是两个设计元素所占的比例不同而形成的差异性而已。所以我们说一个好的设计，要有设计的创新点，这个创新点就是设计的个性因素；而共性化元素就是设计要有它适合于大众、符合时代规律及社会的需求，满足大众的情感心理。 在展示设计中，个性化设计从展示的诞生之时就已经作为一种设计理念存在着，个性化说明了设计表现上的唯一性与创新性，设计的个性是时代的产物，具有时代性、社会性，它是一种创新性的造物活动，这种创新性只有与同类设计相比较时，具备了一定的特殊性和差异性，才能体现出设计的创新点所在，这种设计的差异性，就是我们常说的设计中的个性因素。展示设计的不断发展，影响着人们审美情感的体验。随着人们对展示审美情趣的不断变化，特别是充分考虑受众群体的审美心理，设计师更是要重新去扩展新的设计领域，提高其设计的潜在能力。设计中需要设计师不断地超越自我，将自身个性和风格融入到设计中去，不断探索适应个性化设计的新思路，最大限度地满足消费者的个性需求，以至于对设计个性差异的独到见解，来获取随心所欲的设计表达。这种表达就是体现在展示设计中布局、功能、形式、结构、色彩、材料、人机环境、还有展品布置的方式方法上，都要有其独到之处，给观者耳目一新的触动，这就要求在设计构思中寻找个性，倡导自己的设计风格，施展个人的创造精神，使设计在个性表达上更具感染力。 成功的设计不仅仅要有独特的创新意识，更要具有时代性和社会性。这种思维是随着时代的发展而发展的，体现的是大众的情感心理，这就要求设计的目的必须以寻求大众的共性及受众心理为出发点。展示设计中的共性追寻的是设计的普遍性、技术的规范性和大众的审美情趣等，它强调设计师必须遵循设计的大众适应性及统一性，用以满足更多的受众人群。展示设计中的共性原则主要体现在展示环境、展示效
我们面对突如其来的诸多问题感到茫然，只能通过寻找相应环节进行切入，并以此作为渲染的突破口。那么，怎样的想法和手段才是解决问题的最好方式呢？归根结底还是办展的目的和功能。如果放弃了这个初衷，哪怕是稍许的忽视，设计的表现都会像是没有生命的木偶，即使再美丽也缺少了灵动的生气！那才是设计的悲哀呢！ 应用和强调技术优势对人情感的影响，充分调动个体的感知潜能，既是设计的人本化思考，也是当代	比、秩序、节奏、和谐等表现形式来表现自我，只能借助夸张的视觉表现手段来协调与技术之间的矛盾关系。说到这里，我们会提出展示到底是不是艺术啊？回答是肯定的，但必须要明确的是它已不是简单层次上的艺术，而是凝聚了众多复杂因素在其中的综合体。这些因素使人在浏览时感受的已不是展示内容，而是作为一种视觉感官和心理感官的享受。 ■ 个性与共性 在设计中个性与共性的元素是一个长久而紧密	感染力。 成功的设计不仅仅要有独特的创新意识，更要具有时代性和社会性。这种思维是随着时代的发展而发展的，体现的是大众的情感心理，这就要求设计的目的必须以寻求大众的共性及受众心理为出发点。展示设计中的共性追寻的是设计的普遍性、技术的规范性和大众的审美情趣等，它强调设计师必须遵循设计的大众适应性及统一性，用以满足更多的受众人群。展示设计中的共性原则主要体现在展示环境、展示效

果、展示内容、空间规划、展示物、服务设施等，这些都是展示设计需充分表达的；同时还要考虑到展示的实用价值、经济价值、审美价值，材料的节能、环保、耐久及重复使用的性能。单从举办频率最快、效率最高的商展会方面来看，展示的立项、调研、场地分析、展台设计、施工进度、展品运输、进场、展台布置、人流导向、安全措施、技术保障、后勤服务等都无不体现了这方面的缜密操作程序。可见共性是设计群体中体现出的相似或相同的设计因素，是一

种无差别的抽象化的存在。这种人们脑海中的意识形态，为展示设计实践、生理及心理的统一搭建了共性平台，从而形成了设计的普遍性。这种普遍性不仅仅是设计结果的趋同，更多的是设计中所要求的设计思想、设计模式、设计方法和设计过程的认同。

在信息化设计时代，科技的进步带来了信息与技术的共享，这就对展示设计的品质要求提出更高的标准。受众群体情感心理的考虑已成为展示设计的主流，设计的好坏不仅仅要影响到现代人的审美标准，

还要考虑到设计的可持续性。总之，在展示设计中创新与互动推动着设计的主要需求，共性因素与个性因素的影响，最终引导着展示设计的不断发展。