

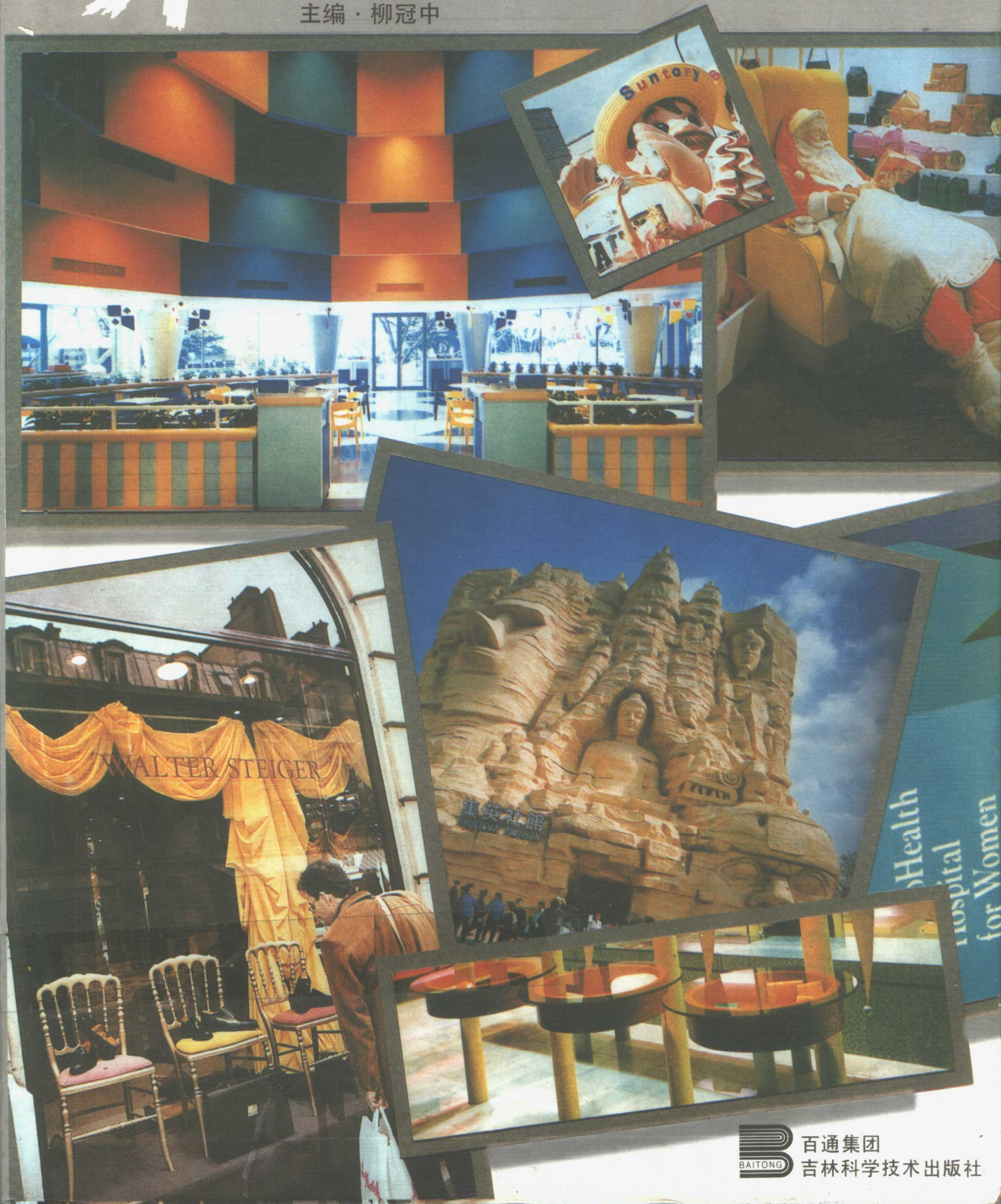
世界

著名展示 空间道具设计

大图典

SHI JIE ZHU MING ZHAN SHI KONG JIAN DAO JU SHE JI DA TU DIAN

主编·柳冠中



百通集团

吉林科学技术出版社

世界著名展 示空间道具 设计大图典



百通集团

吉林科学技术出版社

【吉】新登字03号

世界著名展示空间道具设计大图典

柳冠中 主编

责任编辑：杨晓蔓

整体设计：傅丽霞

出版：百通集团 880×1230毫米 16开本 45.25印张
吉林科学技术出版社 插页：4 576,000字

发行：百通集团 1996年8月第1版 1996年8月第1次印刷
吉林科学技术出版社 印数：1—3 000册 定价：245.00元

印刷：辽宁美术印刷厂 ISBN 7—5384—1595—5/J·45

“设计”(Design)的历史与人类历史是一样久远的。工业革命以来,人类设计的能力有了质的飞跃,今天人们无时无刻不置身于人为事物的环境之中。设计已不仅是科学和技术的结果,而且也是人们在一定时期内的生存目的、生存环境、生存行为与生存条件的谐调关系,即被称之为“文化”。设计是人类生活方式的一种表达方式,是阶段性、地域性的信息载体。“工业设计”这个工业社会时代的方法论,提供我们暂时超越纯技术、纯艺术的思路,从横向、纵向、多方位地研究历史和现实,运用科学的系统思维分析经济、企业、工业、产品、环境、信息的传递、机制等属于伪事物的特征,以抓住本质,找到它们的定位,科学地进行思考、选择、决策,引导我们为了理想和未来重构已约定俗成的“概念”和“名词”。从“包豪斯”诞生的近一个世纪以来,世界各地设计师们共同为“反馈”体系揭示了这个道理。

人类的交流、信息的传递仅靠语言、文字、图形还不能完整、充分表达日趋复杂、深沉的意愿和情感。尤其是科技的进步使社会行为更有序、更系统,必然使人们逐步掌握、运用更多的媒介来组织形态、空间、环境,这就是技术、材料的组织和设计。这种思考、行为、方法和计划、组织就是“设计”的工作范畴。当设计成为有理论、有规律、有方法的行为时,被传达的信息和目的就更集中、更有序、更耐人寻味,并更具有理想和道德。这样,这一定的时间域和时间点的空间范围中所营造出来的表现力和表现势就会成体系、有个性。这些就是这套“大图典”想说明的道理。

这套“大图典”试图用搜集到的实例和总结出的文字向读者展示我们的认识和经验,给读者一些参考,为日趋专业化、职业化、社会化的设计工作的发展聊尽绵薄之力。我们所奉献的是一种愿望,希望有志于“设计”的同行们共同将这门学科完善和系统化。

主编

柳冠中

1995年10月于北京

《世界著名展示空间道具设计大图典》

编辑委员会

主 编 柳冠中

副主编 傅丽霞

编委会 林福厚 罗 越 谭靖漪 吴爱莉 刘庆梅

编著者 第一篇 第一章 林福厚

第二章 林福厚 吴爱莉 罗 越

第二篇 第一章 林福厚 张源源 陆 萍 崔晓程

第二章 林福厚 谭靖漪

第三篇 第十章~第十三章 林福厚

第十四章 罗 越

第十五章~第十六章 林福厚

摄 影 谭靖漪

主要绘图者 谭靖漪 吴爱莉 刘庆梅

封面设计 傅丽霞

版式设计 马腾骧

参加本书工作人员

杨 斌 徐 光 黄颖洁 郑 金 张源源

庄宏伟 刘克嶷 白为民 陆 萍 袁 璋

刘 强 张 嵘 李 煜 庞卓峰 曹 岚

秦 峥 崔晓程 赵学渝 黄春滨



林福厚 又名林泉。1936年3月14日生于山东掖县，1956年东北美专附中毕业后，留学去前捷克，1961年毕业于布拉格工艺美院(VŠUP)实用建筑系，同年到中央工艺美术学院任教。有关展示、橱窗、环境美学、室内设计、工业设计、透视与阴影方面的论文，有独到的见解和广泛的影响。是中国美协、北京市美协、中国工艺美术学会、北京工艺美术学会、欧美同学会和中国老教授协会文艺专业委员会的委员，中国工业设计协会展示设计委员会常务理事，北京科学技术美学协会理事，山东工艺美院客座教授，中国工业设计协会展示

器材设计委员会筹备组组长，湖南宁乡环境艺术设计院名誉院长。

罗越 1944年出生，1969年毕业于中央工艺美术学院，1970~1980年任北京外贸公司设计师，1980~1984年在中国工业设计协会主管学术工作。现任中央工艺美术学院工业设计系副主任，副教授。

曾任中国包装技术协会装璜委员会委员，中国家具协会理事，中国装璜学会理事，现任中国工业设计协会副秘书长。

刘庆梅 生于1969年。1991年进入中央工艺美术学院工业设计系展示专业学习两年，后

任天辰企划中心环艺部副经理，1995年进入中央工艺美术学院新星设计公司，任设计师。

吴爱莉 1968年生于湖北。1990年毕业于湖北美术学院师范系。1992年结业于中央工艺美术学院工业设计系进修班，同年考入中央工艺美术学院工业设计系展示设计专业，攻读硕士学位。

谭靖漪 1960年9月生于上海。上海市工艺美术学校视觉传达设计专业毕业，中央工艺美术学院工业设计专业毕业，中央工艺美术学院展示设计硕士研究生，现为中央工艺美术学院工业设计系展示设计专业教师。

目 录

第一篇 展示设计概论

第一章 概述	(3)
第一节 展示艺术发展史略.....	(3)
第二节 国际上的重要展览场馆及组织机构.....	(10)
第三节 我国主要展览场馆及组织机构.....	(33)
第四节 展示的概念、本质特征、功能与范畴.....	(50)
第二章 展示设计原理	(53)
第一节 展示空间.....	(53)
第二节 展厅或陈列室的平面设计.....	(55)
第三节 参观路线与通道宽度.....	(64)
第四节 陈列密度.....	(64)
第五节 陈列高度.....	(65)
第六节 视角与视距.....	(69)
第七节 展示照明设计.....	(73)
第八节 展示的色彩设计.....	(81)
第九节 展示装饰设计.....	(95)
第十节 展示道具设计.....	(97)
第十一节 版式造型与版面设计.....	(98)
第十二节 展示中的标志与图形符号.....	(106)
第十三节 展示中的文字与字体设计.....	(114)
第十四节 展示陈列与布置的手法.....	(121)
第十五节 展示设计艺术处理手法.....	(125)
第十六节 展示设计的基本原则.....	(126)
第三章 人机工程学	(132)
第一节 一般的人机工程学设计尺度数据.....	(132)
第二节 人体尺度.....	(133)
第三节 人体基本动作尺度.....	(137)

第二篇 展示设计实务

第一章 展览会的组织、管理及实务	(163)
第一节 筹展的组织机构和职能.....	(163)

第二节	展示工程预算方法	(164)
第三节	出国展览须知	(165)
第四节	现代展览用具与设备	(174)
第五节	传统和现代材料、工艺作法	(176)
第六节	现代科技手段在展示中的应用	(199)

第二章	展示设计表达	(202)
第一节	设计图纸的分类与要求	(202)
第二节	透视画法	(204)
第三节	轴测图	(219)
第四节	展示设计效果图	(220)
第五节	平、立面图及施工图	(234)
第六节	展示设计模型	(235)
第七节	实用的展示设计、施工用品 及工具数据资料 and 知识	(236)

第三篇 展示设计实例

第一章	展示空间、环境设计	(285)
第二章	展示会平面设计	(337)
第三章	展示道具设计	(344)
第四章	展示版面设计	(380)
第五章	展示标志与图形符号及图表设计	(386)
第六章	展示文字与字体设计	(394)
第七章	展示装饰设计	(410)
第八章	橱窗设计	(419)
第九章	博物馆陈列设计	(433)
第十章	演示空间环境设计	(462)
第十一章	商业环境设计	(479)

第四篇 展示设计实例

第一章	展示空间及环境设计	(545)
第二章	展示道具设计	(593)
第三章	展示会平面设计	(600)
第四章	展示照明设计	(606)
第五章	展示色彩设计	(615)
第六章	展示装饰设计	(623)
第七章	橱窗设计	(625)
第八章	博物馆的陈列设计	(654)
第九章	演示空间设计	(667)

第十章	商业环境设计·····	(680)
第十一章	标牌与商店门面设计·····	(697)
第十二章	旅游环境设计·····	(706)
第十三章	庆典环境设计·····	(712)

第一篇 展示设计概论

第一章 概 述

第一节 展示艺术发展史略

一、中外展示艺术发展简史

早在原始社会，人们进行宗教、迷信崇拜活动所建立的祭坛、图腾、神庙或佛寺等，就是原始的博物馆，这是展示艺术的萌芽时期。

在奴隶社会，由于有了剩余和社会分工，出现了以物易物的集市，各部落将自己生产的物品摆摊展示，供他人挑选，这就是最原始的展览会。

至少从封建社会中期起，人类社会就有了展卖商品的商店，店铺有专门的牌匾、商标、招牌与广告，有摆放货物的货架与柜台。此外，还出现了收藏书画、珠宝和文物的私人博物馆。这是展示艺术自然发展的初级阶段。

到了资本主义社会，各类商店、各类博物馆增多，出现了橱窗，也出现了专门用于展示活动的展览馆，产生了种类繁多的广告，展示照明与展示道具从低级向高级发展，有了展示设计师和布置师这一行当，逐步建立和健全了展示设计理论、展具开发部门、专业性的展示设计与施工机构，各类展览会频繁地举行，出现了地区性、全国性和国际性的展示协会，有了展示专业的刊物或专辑出版。这是展示艺术大发展和走向成熟的时期，展示艺术作为一门专业学科，已被公众承认。不少国家的艺术与设计院校都相继设立了展示设计专业。

我国展示艺术的历史悠久。早在隋炀帝时期，就举办过大型的国际性商业贸易博览会。自那时起，各朝代的商业、集市贸易都很发达。为少数人服务、专门收藏图书、珍宝与文物的馆阁，也出现得很早。公元12世纪，我国的西安碑林建立起来。清末有了正式的博物馆与展览会。1905年，在南京市曾举办我国首届全

国性的博览会。北京的故宫博物院于1919年开放。从20世纪的20年代起，我国开始营造专用的博物馆和展览馆。1934~1937年间，青岛水族馆、上海博物馆和南京博物馆建成，并在南京博物馆举办了《中国建筑展览会》，共展出古代和近代的建筑模型、图纸、材料和工具等1000多件。抗日战争以前，曾在杭州举办过全国性的《西湖博览会》。国民党统治时期，曾举办过两次大型的美术作品展览会。中国共产党早在革命战争年代，就注重用绘画展览的形式，对民众进行思想政治教育。1939年，在革命圣地延安，曾举办过《陕甘宁边区工业展览会》。在抗日战争期间，在延安和各解放区，都举办过“建设展览会”和“劳模展览会”，对宣传解放区建设成就、支援前线、发展生产和普及科学文化知识等，都起了巨大的作用。中华人民共和国成立以来，从中央到地方，改建和新建了大量的博物馆、展览馆、各类商店与商场，组织了大量各类的展览会和博物馆陈列，我国先后参加了许多国际博览会，在国外也单独举办了许多展览会，外国来华举办的各类展览会日益增多。我国还在国内举办许多国际性的各类专业展览会，成立了许多专门的展览工作机构，培养和造就了一大批展示设计人材队伍，也有人在研制开发展示道具，在大学里设立了展示设计专业。虽然我国的展示业与西方国家相比，还比较落后，但发展的前景是美好的。

在古希腊、古罗马、古埃及、巴比伦和古拜占庭，很早就建立了博物馆，在欧洲文艺复兴以后，集市与庙会增多。公元18世纪以后，随着资本主义的发展，各类博物馆、展览馆不断增加。自19世纪以来，各类国际性的展览会日益频繁，橱窗设计与照明以及展示道具都得到重视与发展，成立专业协会，进行学术交流，出版展示设计年鉴与专著，重视培养展示专业干部，使欧美国家在展示业中居于世界领先地位。欧洲的正式展览会是在1799~1800年首先在法英两国开始举办的。第一届世界博览会是于1851年在英国伦敦举行的(见图1-1-1)。1876年，在美国的费城举办的世界博览会上，各参展国家单独设计、建造独具风格的展览馆，自此这种习俗一直延续至今(参见图1-1-2)。1927年，在德国的斯图加特举办的国际工业展览会，按著名建筑师的设计建造住宅楼，内部的房间装修、家具、设备与装饰陈设品等，都是经过专门设计和挑选的，开创了“样子间陈列”的先例。1937年，法国一发明馆首次采用开放式陈列，允许观众触摸展品和操纵设施，开创了现代科技馆的先河。1938~1939年间，在美国的纽约市，举办了“世界商业博览会”。其中芬兰馆的展示设计具有深远影响和划时代意义：运用三层出挑并向前倾斜的展墙，另一面的

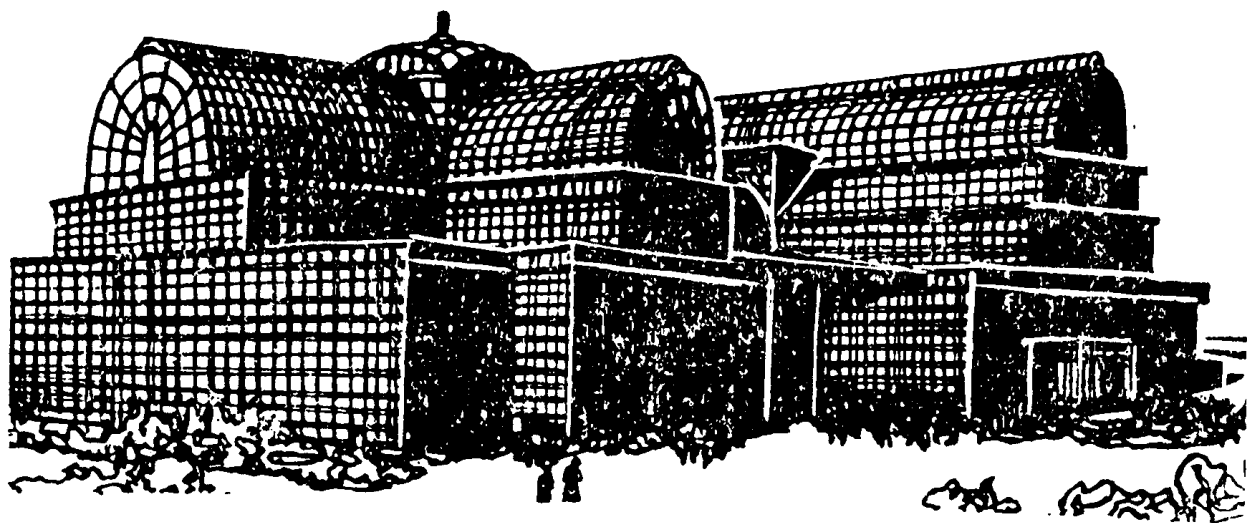


图 1-1-1 1851 年首届世界博览会展览馆——“水晶宫”

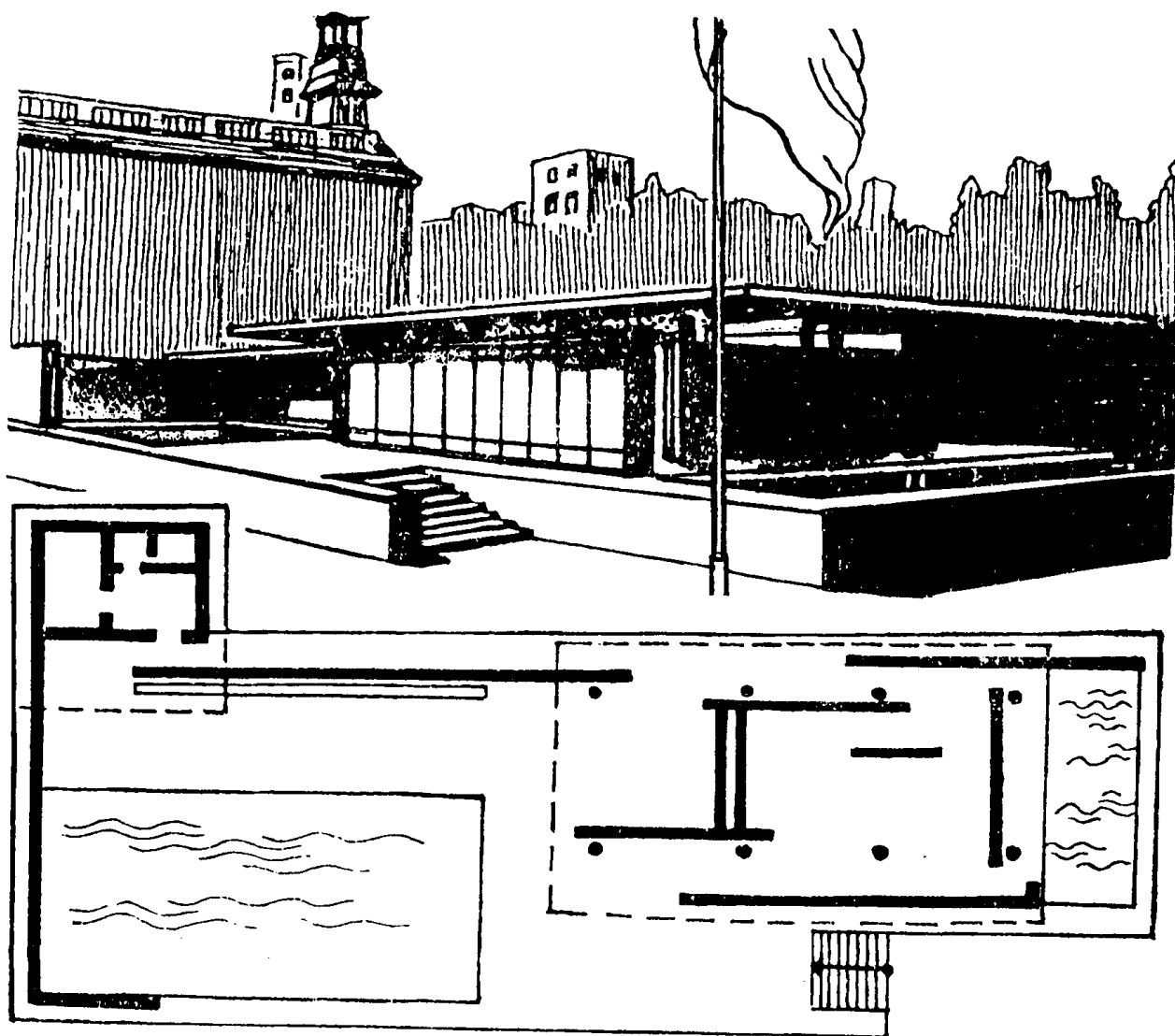


图 1-1-2 1929 年巴塞罗那“国际博览会”德国馆平面图及外观

二层平台上布置咖啡座，独特新颖，极为吸引人。巴西展览馆设计也很有特色。1951年，在意大利米兰市举办的“国际艺术三年汇展”、1952年在瑞士的巴塞尔城举办的“最好的形式”展览会、1955年在美国纽约市举办的“国际现代建筑回顾图片展”、1958年在比利时的布鲁塞尔市举办的世界博览会、1961年在原苏联莫斯科的古代跑马场举办的《捷克玻璃展览会》、1978年在日本东京市举办的《世界宇航博览会》、1982年在美国的克诺克斯维尔市举办的《国际能源博览会》、1985年在日本筑波城举办的《国际科学技术博览会》和1989年在日本名古屋市举办的《国际设计博览会》等，在展示形式、平面布局、展示技巧和展览馆造型设计等方面，都有很多创新。美国的古根海姆博物馆和惠特曼美术馆的设计，也很有特色。

二、近年来国外展示设计的发展趋势

从国际范围看，近五六年来，在展示设计上的趋势，有以下6种倾向：

1. 从1985年起，展览会的平面布局，由以往的封闭式格局，逐步改成开敞式的，显得活泼、自然，使观众参观更方便。例如，打破了 $3\times 3\text{m}$ 或 $3\times 4\text{m}$ 的“国际标准摊位”的框框，按实际需要，灵活、自由地来布置，取消部分镶板，让观众穿过展架走到展区里来。也不用栏杆围护，而是把观众请到展区内或摊位里，先为观众表演、服务，然后再谈生意。还有，谈判间不再是封闭、隔绝的，而是只用矮墙或花槽分隔一下，或者是完全敞开的，让人看清，有人正在谈生意。有些国际性的博览会办成庙会式的，类似我国的物资交流会或骡马大会，展览场内有各类设施和服务项目（饮食、游艺、歌舞、弹奏、服装表演、洗理和各类商品展卖等）。

2. 展览会的陈列高度打破了“统一标高”的限制。原来把展墙、展柜和展架的高度限定在 2.2m 或 2.4m ，服务台和展区围墙高限定在 1.5m 。现在则是根据实际需要，各展团自由确定本展区的展墙、展架、展柜、服务台和围墙的高度，低的一般是 0.8m ，高的可达到 8m 。

3. 千方百计地吸引观众、招徕顾客。例如，在纯机械工业展区内，举行定时的服装表演；在展区或摊位里，设立酒吧或招待厅，请观众入内，有专职的服务小姐来敬酒或咖啡（服务小姐会多种语言），或赠糖果、小礼品给观众，或发送宣传资料（样本、挂历、旅游地图等），促使顾客谈生意或购物；将展区或摊位设计得尽量醒目和吸引人，在造型上多为特装设计，在色彩、照明、装饰与布置手法上，力求别出心裁、独具特色，以便引人注目；

甚至用真人扮演机器人，来表演或发放宣传资料；在场外由真人演奏、宣讲，而在远处的展区或摊位里发出较大声响的测控装置，以便吸引观众到该区或摊位参观；等等。

4. 利用声光电技术来展示。例如，普遍使用组合录相、大屏幕或多屏幕显示，来介绍展品或一个国家(地区)的风土人情、名胜古迹；用与众不同的照明方式与手段，来突出自己的展区(摊位)或展品；采用热感应或光电技术，做到观众每到一处，展墙或摊位里就自动出现幻灯片、图表与说明文字，或在展厅地面里做出灯光地图，或使用电动模型；用激光技术，使展厅有五颜六色的变化，或打出图形和文字。

5. 使展品的展示“生活化”和“现场化”。例如，将机械、仪器布置成在车间或实验室里的使用状况，给人强烈的临场实感；将各类生活用品布置在生活气息很浓的“样子间”里，并配上活人当演员(女士扮主妇在厨房切菜，或在起居室里打毛衣等)，展示效果更好。

6. 让观众动手操作、体验，引起观众的兴趣。例如，让观众试用，以便了解产品功能特点、与众不同之处，还可以让观众将产品拆开，以便了解产品的结构。这种办法促销效果好，更能吸引顾客。

当然，除了上述值得肯定和借鉴的倾向外，也出现一些不良的倾向：一是只重商业性，不重视展示的艺术设计；二是追求奇特怪诞，令人望而生畏和恐惧不安。

三、一国和国际性的展示组织机构

作为一国性的展示组织机构，最早产生于英国。公元 1888 年，英国在世界上第一个成立了“美术与工艺展览协会”，承接展览设计、施工布展，广泛地联系设计师，组织学术和经验交流，对英国的经济和科技发展作出贡献。

在本世纪 20 年代，日本成立了“博览会俱乐部”，编辑出版了一些展览会史料。后来，日本又成立了“展示科学研究所”和“全日本展示设计协会”、“日本展示业联合会”，各地建立分会；出现了大量的展示设计公司或设计事务所，对日本的经济、科技、文化发展起了推动作用。

在德国，属于全国性的博览会与展览会股份有限公司、地方性的博览会有限公司以及专业性的博览会有限公司有 20 个，还有德意志大型博览会联合会，在促进德国经济与科技发展方面，起到了很大的作用。

作为国际性的展示组织机构，是“国际博览会联盟”(UNION

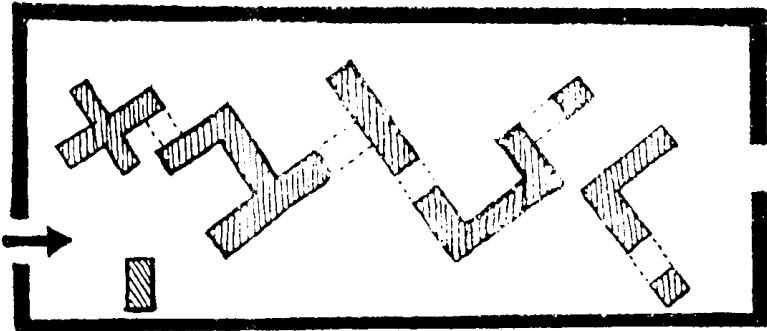
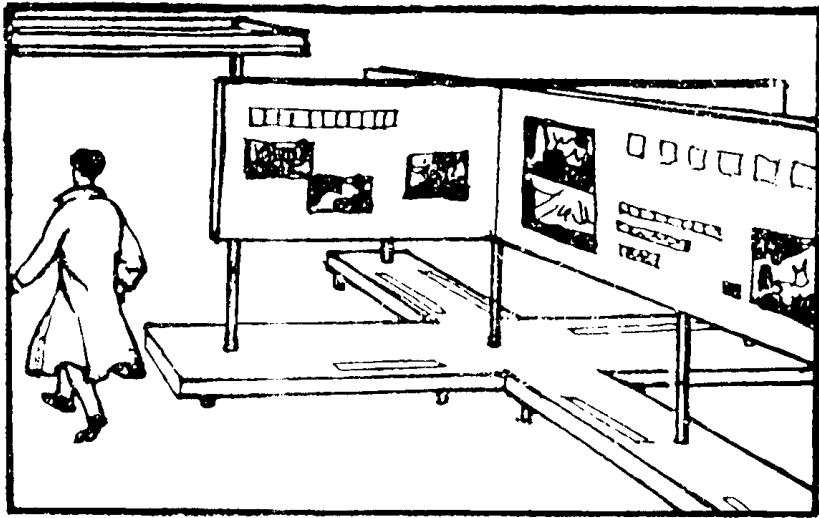


图 1-1-3 1950 年米兰阿波利斯“艺术展览会”平面图、展架形象

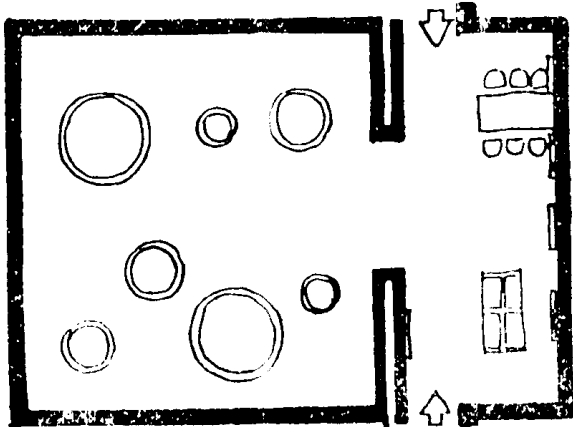
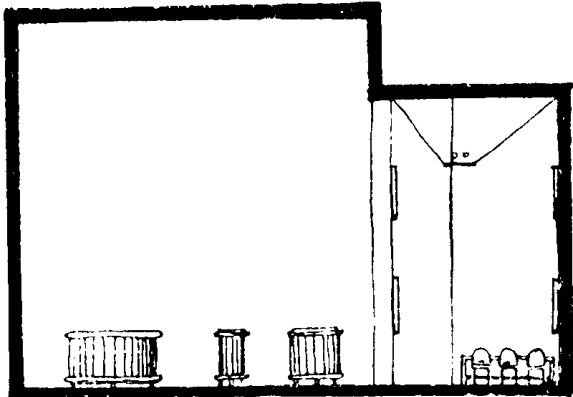


图 1-1-4 1951 年米兰“艺术三年汇展”中的瑞士馆平、立面图