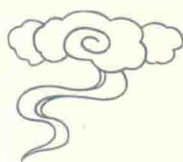


李凯华◎著



设计美学 与展陈设计



SHEJI MEIXUE YU ZHANCHEN SHEJI



 吉林美术出版社 | 全国百佳图书出版单位

图并景



设计与展陈设计 美学

李凯华◎著

SHEJI MEIXUE YU ZHANCHEN SHEJI



吉林美术出版社 | 全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

设计美学与展陈设计 / 李凯华著. — 长春: 吉林
美术出版社, 2018.5

ISBN 978-7-5575-3483-7

I. ①设… II. ①李… III. ①设计—艺术美学②陈列
设计 IV. ① J06 ② J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 101278 号

设计美学与展陈设计

Sheji Meixue Yu Zhanchen Sheji

作 者 李凯华

责任编辑 于丽梅

装帧设计 博图天下

开 本 710mm × 1000mm 1/16

字 数 100 千字

印 张 7.5

印 数 1—4000 册

版 次 2019 年 1 月第 1 版

印 次 2019 年 1 月第 1 次印刷

出版发行 吉林美术出版社

地 址 长春市人民大街 4646 号

网 址 www.jlmspress.com

印 刷 廊坊市海涛印刷有限公司

ISBN 978-7-5575-3483-7

定价: 30.00 元

前言

如今,展陈设计广泛运用于生活环境的方方面面,它正成为一种综合了城市、建筑、空间环境、视觉传媒以及信息传达等不同领域的跨界活动。展陈设计的含义是在特定的时空之内,为达到特定的目的,围绕展示主题和内容,以文字、图像、展品、装饰灯表现形式,以声、光、电等媒体作为信息载体,充分利用一切技术手段和传达方式的设计活动。设计艺术中的形式问题即美学问题,而设计的形式对于设计艺术而言,具有本质意义。设计美学是现代美学体系中十分年轻的分支学科,是在现代设计理论和应用的基础上,结合美学与艺术研究的传统理论而发展起来的研究,如何使人自身的生存环境更加美化和宜人化的新兴学科。博物馆的展陈设计是博物馆一项十分重要的工作,是博物馆事业发展和实现传播文化及社会教育功能至关重要的一环,设计美学在博物馆中的体现也可以为博物馆的设计布局提供诸多参考。

本书首先对展陈设计和设计美学的定义与特点进行详细介绍,在了解其概念的基础上,对展陈设计与设计美学的功能、要素、流程加以阐释,便于理解它们在各行业的应用。随后具体介绍了四种现代设计美学,加深人们对设计美学的印象。接着介绍了博物馆的概念以及功能,在结合相关案例的基础上,进一步分析了展陈设计与设计美学在博物馆建设当中的具体体现,进而突出展陈设计和设计美学的重要作用。

本书由承德市外八庙管理处李凯华所著,在著作的过程中,笔者查阅了大量的文献资料,在此对相关的文献作者表示感谢。另外,由于笔者时间和精力有限,书中难免会有不妥之处,望广大读者和各位同行给予批评指正。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 展示与陈列	2
第二节 展陈规划	10
第三节 设计的概念与类别	14
第四节 美的概念和特性	22
第二章 展陈设计	27
第一节 展陈设计理念	28
第二节 展陈设计策略	37
第三节 展陈设计要素	45
第四节 设计流程	51
第三章 设计美学	57
第一节 设计美学的含义	57
第二节 设计美学的要素	60
第三节 设计美学的功能	70
第四节 设计美学的认知	72

第四章 现代设计美学 75

第一节 突出实用的功能之美 76

第二节 几何抽象的造型之美 78

第三节 独具匠心的技术之美 81

第四节 生动和谐的人文之美 85

第五章 博物馆当中的展陈设计和设计美学 89

第一节 博物馆展陈设计的传达体验 89

第二节 博物馆展陈设计案例分析 97

第三节 现代设计美学在博物馆中的体现 102

第四节 博物馆设计美学案例分析 106

参考文献 111

第一章 绪论

设计师希望博物馆方提供详细的布展方案和布展创意供设计参考；而博物馆方则希望设计师提供完整的设计方案，以便进行展品的布展设计。二者进度不一，互相期待，其结果往往是设计师对布展的内容和形式不了解，存在展厅形式、布局与布展形式的脱节。主题内容是一个展陈项目的灵魂，统摄各方面。陈列艺术设计方案的无疑要做到紧扣主题，最大限度地做到适合表现内容，将主题内容确定的人、物、事件、地点、精神形象化的打包展示出来。在陈列主题的选择上要做到选题准确，主题突出，而主题所蕴含的具体内容是充分反映国家、民族、本地区或其他方面的历史，是对主题的详细分解，因此内容紧紧围绕主题开展，材料翔实精炼，思想丰富生动。

随着现代科技的发展、知识社会的到来、创新形态的嬗变，设计也正由专业设计师的工作向更广泛的用户参与演变，以用户为中心的、用户参与的创新设计日益受到关注，用户参与的创新模式正在逐步显现。用户需求、用户参与、以用户为中心被认为是新条件下设计创新的重要特征，用户成为创新的关键词，用户体验也被认为是知识社会环境下创新模式的核心。

哲学常在概念领域工作，既可以创造概念，也可以分析概念。比如，在德勒兹看来，哲学与其说是追求真理，不如说是创造概念。然而，卡罗尔则直截了当地指出，哲学只是分析概念。概念分析，成了今天哲学的代名词。由于美学研究的是明白但却混乱的感性认识，这有时候就会导致它的概念相对不够明确。因此，美学领域需要创造概念，但更需要概念分析。清晰的概念分析，可以让我们避免一些无意义的争论。在美学领域中，美就是一个充满歧义的概念，关于美的争论从来就没有停止过。我们还应该看到，绝大多数人对艺术进行学术研究的目的，并不只是为了揭示艺术背后的规律或它的精神性，而是为了解决艺术在现实生活过程中所遇到的问题，说明它们的意



义,促使其为人们所接受。因此,艺术研究追求一种理性主义精神,使这种研究哲学化,从而使它走向美学的,那只是很少一部分;绝大多数的人,都在以自己的行动本身形成另一种合理性,使艺术研究非哲学化,走着与美学相背离的道路。

第一节 展示与陈列

进入 21 世纪,博物馆事业从数量增长转向专业质量提升,博物馆展陈呈现出新的发展面貌。国家文物局启动了“十大精品”展陈评选活动,从展陈的内容设计、艺术设计、社会教育、公共服务、宣传推广、项目管理、文化产品开发、社会反响等几个方面对展陈进行评价,力求以展陈为抓手,带动博物馆研究水平,推进博物馆管理水平,提升博物馆社会服务能力。世纪之初,我国博物馆进入新建和改扩建时期,这些新建馆多以国际上先进博物馆为标准,力求在馆舍、设施和展陈方面达到“世界一流”水平,各国博物馆展陈的先进理念、筹展流程、工作组织和设计风格对我国博物馆产生深刻影响。同时,我国社会文化发展战略和工作要求也影响到博物馆展陈工作。

一、展示的概念

“展”:意思为舒展,展开,也指阐明,叙述、大规模地进行等多个含义。原指神龛、供台上摆放的物品,后来意思有了延伸,《现代汉语词典》中,“展”指张开、放开、实战;动词有开放自己、任人审视的意思。“示”:《词典》中,“示”指把事物拿出来或指出来使别人知道,示也是一个动词,有告诉人、让人看见并且了解的意思,包括明示、暗示、演示或示范等意。是“示”作偏旁的变形。凡用礻(示)做偏旁部首的字均与祭祀有关,如宗、神、祀、祈、福、祷、禳、祭、祥、祝。指示、示意的示是后起引申用法,其中包括对神的崇拜活动和心理。“展示”:《词典》中,“展示”指清楚地摆出来,明显地表现出来,展现。展开其内容,通过知觉感受,实现预期效果的过程。

自然界中的现象如：植物开花，孔雀开屏，狼嚎等；人类社会中多用于信息传达，如表演、化妆、婚礼、展览、庆典、人际交往等。顾名思义，展示就是将封闭的事物展开来，让人看见并了解。展示设计是指所有展览和陈列的视觉艺术。包括各类商场、商店、饭店和宾馆等商业销售空间和服务空间的室内外环境规划、美化等设计工作，同时，还包括室内商品陈列和各类附属促销品的陈列等展览工作，最终起到提供大众销售间、展示商品及其功能，促进消费和引领消费及生活方式的作用。

二、展示的起源与发展

（一）远古时代的展示

1. 文身

文身早在远古时代就已经产生，文身是社会的产物，它既是对生活的一种反映，也是对美的一种展示。如果抛开实用功能，文身展示出来的就是一种艺术的表现形式，也是原始展示形式在社会生活中的一种萌芽。文身俗称刺青，古文言文中叫涅，是在人单调的皮肤上刻画出理想中的画面，成为人生的永恒，留住记忆作为人生中最美的图画。原本不是坏人专属的标记，文身的图案无论是文字抑或图案，文身总是为了取悦自己和别人，不管你在哪里。有人说，文身是美丽、神秘、性感和魅力的象征，也是独特个性和自我淋漓尽致的体现，也是个人信仰的表现。它是文化和信仰相互交合的产物，使得很多人喜爱上了这种疼痛的美丽，并将文身雕刻在自己的身上。使自己有一种新的希望，新的寄托，新的开始。

中国古代开始就有关于刺青的记载，先秦时代以来黥刑就是在犯人脸上刺字。在中国古代典籍中，就曾出现文身、镂身、扎青、点青、雕青等文字，其他还有用刺青来做警示的例子如岳母刺字的故事。但慢慢刺青已演变成个人装饰的一种，例如，在四大名著之一《水浒传》中，至少就有三个满身刺青的重要角色：花和尚鲁智深，九纹龙史进与浪子燕青（燕青）。

2. 图腾

图腾，是记载神的灵魂的载体。是古代原始部落迷信某种自然或有血缘关系的亲属、祖先、保护神等，而用来做本氏族的徽号或象征。原始民族对大自然的崇拜是图腾产生的基础。运用图腾解释神话、古典记载及民俗民风，是人类历史上最早的一种文化现象。不同地区和不同的人有不同的图腾崇拜，比如中国人的图腾一般为龙，俄罗斯则有熊图腾的崇拜。图腾所谓图腾，就是原始时代的人们把某种动物、植物或非生物等当作自己的亲属、祖先或保护神。相信他们有一种超自然力，会保护自己，并且还可以获得他们的力量和技能。在原始人的眼里，图腾实际是一个被人格化的崇拜对象。

图腾一词最早见于1791年在伦敦出版的英国商人人类学家龙格所著的《一个印第安译员兼商人的航海探险》一书中。图腾广泛存在于世界各地，包括埃及、希腊、阿拉伯地区、以色列、日本及中国等；图腾崇拜的对象也极为广泛，由动植物、非生物及自然现象，其中以动植物为主，动物又占绝大多数。它是整个部落或群体的共同标志和象征，也是原始的展示形式在政治生活中的一种萌芽。图腾标志是最早的社会组织标志和象征，图腾名称是最早的社会组织名称，图腾禁忌和图腾外婚是早期的规范系统，图腾制度对凝聚群体、区分群体、维护社会秩序、保障群体安全等方面起着十分重要的作用。因此，图腾制度在文明制度的形成中具有十分重要的历史意义。

3. 人体雕塑

雕塑，指为美化城市或用于纪念意义而雕刻塑造、具有一定寓意、象征或象形的观赏物和纪念物。雕塑是造型艺术的一种。又称雕刻，是雕、刻、塑三种创制方法的总称。指用各种可塑材料（如石膏、树脂、黏土等）或可雕、可刻的硬质材料（如木材、石头、金属、玉块、玛瑙、铝、玻璃钢、砂岩、铜等），创造出具有一定空间的可视、可触的艺术形象，借以反映社会生活、表达艺术家的审美感受、审美情感、审美理想的艺术。通过雕、刻减少可雕性物质材料，塑则通过堆增可塑物质性材料来达到艺术创造的目的。

人体一直是美术的重要表现对象，而人体雕塑更是将人体之美表现得淋

漓尽致。人体雕塑是立体的艺术，需要创作者从各个角度和细节对作品精雕细琢；人体雕塑也是抽象的艺术，它常常用晦涩的语言表达深刻的主题。普普通通的石头、木头、金属等材料，经过艺术家处理，变成了一座座人体雕塑，在其静穆的外表下蕴藏着热烈的情感冲动，给人以强烈的视觉冲击。人体雕塑每一个细节的处理都是表达情感的工具，它具有暗示性与隐喻性。其表情的处理、手脚的处理、每一块肌肉的处理，无不体现作者的心情与表达的欲望。甚至是颜色、肌理的处理都是释放情感最好的方式。正如罗丹所说的：“人体的姿态和形象必然显露出他心中的情感，形体表达内在的精神。”人体雕塑表现了远古人类在漫长的发展和演变过程中，逐渐形成对自身意识的展示。

（二）展示的萌芽与诞生

1. 祭祀与礼仪

祭祀是华夏礼典的一部分，是儒家礼仪中主要部分，礼有五经，莫重于祭，是以事神致福。祭祀对象分为三类：天神、地祇、人神。天神称祀，地祇称祭，宗庙称享。祭祀规则记载儒教《周礼》《礼记》与《礼记正义》《大学衍义补》等书解释。古代中国“神不歆非类，民不祀非族”，祭祀有严格等级。天神地祇由天子祭。诸侯大夫祭山川。士庶只能祭己祖先和灶神。清明节、端午节、重阳节是祭祖日。原始时代，人们认为人的灵魂可以离开躯体而存在。祭祀便是这种灵魂观念的派生物。最初的祭祀活动比较简单，也比较野蛮。人们用竹木或泥土塑造神灵偶像，或在石岩上画出日月星辰野兽等神灵形象，作为崇拜对象的附体。然后在偶像面前陈列献给神灵的食物和其他礼物，并由主持者祈祷，祭祀者则对着神灵唱歌、跳舞。祭祀礼节祭品有一定的规范。旧俗备供品向神灵或祖先行礼，表示崇敬并求保佑。

礼仪是人们在社会交往活动中，为了相互尊重，在仪容、仪表、仪态、仪式、言谈举止等方面约定俗成的，共同认可的行为规范。是对礼节、礼貌、仪态和仪式的统称。礼仪是人们约定俗成的，对人，对己，对鬼神，对大自然，表示尊重、敬畏和祈求等思想意识的，各种惯用形式和行为规范。这里的惯用形式包括礼节和仪式，礼节一般是个人性的，并且不需要借助其他物品就



可以完成的形式,譬如磕头、鞠躬、拱手、问候等;而仪式大多是集体性的,并且一般需要借助其他物品来完成,譬如奠基仪式,下水仪式,迎宾仪式,结婚仪式,祭孔大典,等等。人类最早的礼仪是祭祀礼仪,它主要是表达对天地鬼神的敬畏和祈求。古“九宾之礼”。这是我国古代最隆重的礼节。它原是周朝天子专门用来接待天下诸侯的重典。周朝有八百个诸侯国,周天子按其亲疏,分别赐给各诸侯王不同的爵位,爵位分公、侯、伯、子、男五等,各诸侯国内的官职又分为三等:卿、大夫、士,诸侯国国君则自称为“孤”。古代的祭祀和礼仪是一种宗教仪式,也是展示艺术的起源和雏形。

礼仪是人们约定俗成的,对人,对己,对鬼神,对大自然,表示尊重、敬畏和祈求等思想意识的,各种惯用形式和行为规范。这里的惯用形式包括礼节和仪式,礼节一般是个人性的,并且不需要借助其他物品就可以完成的形式,譬如磕头、鞠躬、拱手、问候等;而仪式大多是集体性的,并且一般需要借助其他物品来完成,譬如奠基仪式,下水仪式,迎宾仪式,结婚仪式,祭孔大典,等等。人类最早的礼仪是祭祀礼仪,它主要是表达对天地鬼神的敬畏和祈求。

2. 市场

市场的前身是市井。市井含有“街市、市场”以及“粗俗鄙陋”之意。市井文化是一种生活化、自然化、无序化的自然文化,它是指产生于街区小巷、带有商业倾向、通俗浅近、充满变幻而杂乱无章的一种市民文化,它是一种“现象流”——“逝者如斯夫,不舍昼夜”。它反映着市民真实的日常生活和心态,表现出浅近而表面化的喜怒哀乐。它自由闲散缺乏庄严,缺少深刻性和心灵冲击力,“没有现实与历史的深层次的忧患,更没有血与火的悲剧意识”。

市场起源于古时人类对于固定时段或地点进行交易的场所的称呼,指买卖双方进行交易的场所。发展到现在,市场具备了两种意义,一个意义是交易场所,如传统市场、股票市场、期货市场等,另一意义为交易行为的总称。即市场一词不仅仅指交易场所,还包括了所有的交易行为。故当谈论到市场大小时,并不仅仅指场所的大小,还包括了消费行为是否活跃。广义上,所

有产权发生转移和交换的关系都可以成为市场。市场是由供给方、需求方、交易设施等硬件要素和交易的结算、评估、信息服务等软件要素构成的商务活动平台。这是现代商品展示和展销会的雏形，是展示的启蒙形式。

3. 展会

展会 (Exhibition, Trade Fair) 是为了展示产品和技术、拓展渠道、促进销售、传播品牌而进行的一种宣传活动。在实际应用中，展览会名称相当繁杂。世界上第一个样品展会是 1895 年在德国莱比锡举办的莱比锡样品展览会。随着社会的演变和科技的进步，会展业作为各个方面都在不断进行调整和变化。当今从经济总量和经济规模的角度来考察，世界会展经济在世界各国的发展很不平衡。欧洲是世界会展业的发源地，经过一百多年的积累和发展，欧洲会展经济整体实力最强，规模最大。在这个地区中，德国、意大利、法国、英国都是世界级的会展业大国。公元 19 世纪，在欧洲的一些城邦地区，由传统的集市发展形成了带有贸易性的博览会。它拥有较大的规模和种类繁多的商品，并且逐步成为展现科技进步和时代的人文舞台。

(三) 展示的发展与壮大

20 世纪 20 年代，大工业生产的进程为设计理念和实践带来了重大的发展与变革，也成了展示技术与艺术发展的基础。第二次世界大战以后，此时应运而生的博览会，作为一种综合性的大型展示活动，成为展示行业中的一个重要组成部分，也标志着现代展示的发展逐渐走向成熟。

博览会指规模庞大、内容广泛、展出者和参观者众多的展览会。一般认为博览会是高档次的，对社会、文化以及经济的发展能产生影响并能起促进作用的展览会。博览会在社会经济发展中具有平台搭桥效应、磁场聚集效应、产业关联效应、引擎发动效应，能产生较好的直接经济效益和长远社会效益。比较公认的，1798 年法国工艺博览会是欧洲近代博览会之滥觞，此后，法国、英国、俄国美国、西班牙、葡萄牙、比利时等欧美诸国都举办了规模不一、次数不等的博览会，把博览会视为促进本国产业发展的重要助推器。但在当时这些国家都是关起门来办国内博览会。

世界博览会，又称国际博览会及万国博览会，简称世博会、世博、万博，是一项由主办国政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性博览活动。参展者向世界各国展示当代的文化、科技和产业上正面影响各种生活范畴的成果。世博会的起源是中世纪欧洲商人定期的市集，市集起初只涉及经济贸易，到19世纪，商界在欧洲地位提升，市集的规模渐渐扩大，商品交易的种类和参与的人员愈来愈多，影响满为愈来愈大，从经济到生活艺术到生活理想哲学。在工业革命之后，世界博览会的发展史就是一部世界经济和科技的发展史。

1851年5月1日，世界上的第一届世界博览会在英国召开。第一届世界博览会在热闹非凡的气氛中开幕，在占地9.6万平方米的展区中，展览用的桌子总长约有13公里，在23个星期的展览期间，有630万人进行了参观。14000件展出品中包括了一块24吨重的煤块，一颗来自印度的大金刚钻，还有一头标本大象，而引擎、水力印刷机、纺织机械则向参观者展示了现代工业的发展和人类焕发出的无限想象力。其主馆建筑水晶宫完全由刚才和玻璃组成，代表了当时最先进的建造技术，向全世界人们展示了英国作为当时最发达国家的工业化成果。

第一次世界大战后，1929年在西班牙举办的巴塞罗那世博会上展出了现代主义风格的展馆形式，国际风格开始城市。其中，由路德维希·密斯·凡德罗设计的德国馆，因其简洁的建筑形体、相互贯穿的室内空间、钢和玻璃等材质的本色利用，成为“现代主义建筑”的代表作之一。巴塞罗那国际博览会德国馆，密斯·范·德·罗的代表作品，建成于1929年，博览会结束后该馆也随之拆除，其存在时间不足半年，但其所产生的重大影响一直持续着。密斯认为，当代博览会不应再具有富丽堂皇和竞市角逐功能的设计思想，应该跨进文化领域的哲学园地，建筑本身就是展品的主体。密斯范·德·罗在这里实现了他的技术与文化融合的理想。在密斯看来，建筑最佳的处理方法就是尽量以平淡如水的叙事口吻直接切入到建筑的本质：空间、构造、模数和形态。

巴塞罗那国际博览会的德国馆之所以备受瞩目,也由于其优雅而单纯的现代家具。巴塞罗那展览馆中的椅子,同样是密斯最精心设计的作品,靠背与座位交叉相反的曲线,不仅造型简洁漂亮,而且坐起来特别舒适。密斯对于工艺的重视,常常使他对每一件东西都要计算到最后一毫米。

日本爱知世博会于2005年在日本的爱知县名古屋东部丘陵(长久手町、丰田市和濑户市)举办,以“自然的睿智”为主题,呼吁保护环境、实现人与自然共存。世博会举办日期从3月25日开始到9月25日结束。期间有121个国家、地区以及4个国际组织参展。主题是“超越发展:大自然智慧的再发现”,展示了自然的起源、生活的艺术和循环型社会。其中,丰田馆展出了一只正在演奏的机器人“乐队”和载人步机器人,用活泼有趣的方式展现了先进的产品和技术信息等。在某种意义上,2005年日本国际博览会将为全人类提供一个国际性的交流大舞台。参观者将在这里接触大自然并融于大自然,同时能再次展现人与大自然生活的无穷魅力。日本最近国家整体有走下坡路的趋势。因为文化在很多方面走到了尽头,如果再找不到文化出路,日本这个国家将面临危机。正是在这样的危机感的驱使下,这次的世博会才强调是文化博览会,用以呼吁为创造日本新文化而出谋献策。日本自身的文化本来就有很多源头在国外,现在更是幸来就用。

三、展示与陈列的关系

(一) 联系

展示与陈列都是实现展出目的的一种手段。以往,陈列常常被归于展示的范畴之内。展示与陈列是紧密联系、不可分割的。因此,展示与陈列设计经常同时出现,通常简称为“展陈设计”。展陈的设计,应该是具有展示设计的概念,又具有陈列艺术的思想,将两者的一种结合,展示设计,体现形式估计是在电脑设计基础上,陈列艺术应是在行为,将公司或者产品的形式去摆设,需要有一定的商业意识和艺术思想。简而言之,展示与陈列的设计理念就是一个追求变化与质询、传达与欣赏、享受与体验的



过程。

（二）区别

陈列是指把商品有规律地集中展示给顾客。商品陈列的目标是占据更多的陈列空间、尽可能地增加展橱上的陈列产品数量。陈列包括以下几个原则：客流方向，陈列顺序，陈列方向，陈列高度。

“展示”强调以人类的视觉为主，再加上听觉、嗅觉、触觉和味觉等多种感官，运用道具、装置、色彩、照明等多种艺术表现手段，以临场参与和亲身体验来传达信息为特点、包括多方位的表现效果与动态演出的综合性活动计划。既有静态演示，又有动态演示。

“陈列”比较强调序列感，陈设性和装饰化的艺术效果，大多属于静态演示状态。同时，它也可以表达陈列艺术的行为。二次大战后的意大利的许多历史性建筑得到了重修和改建，其中大部分成了艺术品的展示场所和人们的旅游胜地。由于这些建筑物及其室内外的装饰。陈设本身大都是精美的艺术珍品，且从保护历史性建筑的国际性准则出发，这些建筑包括其室内外的装饰。当今世界的信息科学的发展和传播观念的普及正在对博物馆设计产生重大的影响。在陈列设计手段方面，计算机及计算机控制技术。高保真的映像技术。现代材料和其他高科技手段的发展，都为博物馆陈列的现代化改造提供了强有力的技术支持。

第二节 展陈规划

一、展陈规划构成要素

展陈设计最重要的特点在于它的所包括的一切内容都是围绕主题或展品的，目的都是使观众能更容易地接收信息。空间布局的设计始终服从展出的实物本身。展陈的策划要素是构成展示活动的基础，展陈规划当中包含许多要素，例如，展出者，展出目的，展陈内容，展陈形式，主题方向，等等。

展出者指的是信息传递的创造者，他们负责在展示活动的组织规划和设计制作过程中，将信息组织完成并传达出去。首先，组织规划阶段由管理者、展示策划人员和专家团队等进行前期的组织与策划安排；然后，设计师与展示制作者们负责进行设计制作这一阶段且同时实施具体内容；最后，由管理者加以审核，从而最终确认展览的内容以及相关部署。组织规划和设计制作两个组织相互关联，互为表里，二者的结合有助于展览工作的有效运作。

展出的目的大体上分为两大类：商业性目的和非商业性目的。商业性的目的主要包括有销售、宣传、娱乐等目的，而非商业性目的包括公共展示、文化宣传、教育启发、艺术品展览等。20世纪90年代以来，我国形成了贸促会及其地方分会、行业分会、外经贸委（厅）以及其他国有专业展览公司为主体的办展格局，即政府部门及所属的展览公司在展览业市场占有绝对的优势。政府机构办展使政府处于“裁判员”和“运动员”的双重位置，违背了公平竞争原则。国有展览机构靠国家批任务和依赖政策生存，处于行业垄断地位。同时，由于各有关部门和地方政府在展览企业资格认定方面的相对垄断，其他所有制展览企业的市场进入门槛很高，以致限制了非国有展览企业的成长。

展陈内容指的是根据展出对象的品牌形象、展品和信息等来策划脚本的内容，详细计划如何运用图片、文字、模型、产品、空间和多媒体等表现展示对象。

形式设计要服从、服务于内容方案，要用设计语言诠释陈列内容，以便全方位地揭示展品的历史价值、研究价值和鉴赏价值。注意把科学性和趣味性、严谨性以及参与性有机结合。展陈形式设计如同其他设计，一样与技术的发展运用密切相关，形式的极致表现取决于技术手段，技术的提高为形式设计带来新的灵感。陈列设计的艺术表现形式应有所创新，并贯穿整个陈列，形成博物馆的展示特点。展示手段既丰富，又有一定的连续特征。

确定展陈设计的主题，是体现博物馆历史作用的根本前提，博物馆不同的性质、地缘环境、社会需求、受众构成都影响着博物馆展陈主题的制定和