

展示设计

Display Design

NEW -
POWER

“十三五”普通高等教育规划教材
设计新动力丛书

彭娟⁺
刘斌
涂强

编著



展示设计

Display Design

NEW -
POWER

“十三五”普通高等教育规划教材
设计新动力丛书

彭娟⁺
刘斌
涂强

编著



西南师范大学出版社
国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 彭娟, 刘斌, 涂强编著. — 重庆: 西南师范大学出版社, 2016. 6
(设计新动力丛书)
ISBN 978-7-5621-7966-5

I. ①展… II. ①彭… ②刘… ③涂… III. ①陈列设计 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第106288号

“十三五”普通高等教育规划教材
设计新动力丛书

主编: 杨仁敏

展示设计

ZHANSHI SHEJI

彭娟 刘斌 涂强 编著

责任编辑: 鲁妍妍

封面设计: 汪泓

版式设计: 彭娟

排 版: 重庆新金雅迪艺术印刷有限公司·肖蜀侠

出版发行: 西南师范大学出版社

地 址: 重庆市北碚区天生路2号

邮 编: 400715

本社网址: <http://www.xscbs.com>

网上书店: <http://xnsfdxcbs.tmall.com>

电 话: (023) 68860895

传 真: (023) 68203934

经 销: 新华书店

印 刷: 重庆新金雅迪艺术印刷有限公司

开 本: 720mm×1030mm 1/16

印 张: 8.75

字 数: 170千字

版 次: 2016年6月 第1版

印 次: 2016年6月 第1次印刷

ISBN 978-7-5621-7966-5

定 价: 49.00元

本书如有印装质量问题, 请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话: (023) 68252507

市场营销部电话: (023) 68868624 68253705

西南师范大学出版社正端美术工作室, 出版教材及学术著作等。

正端美术工作室电话: (023) 68254657 (办)

13709418041 QQ: 1175621129

第一章 展示设计概述

- 第一节 展示设计的概念 / 010
- 第二节 展示设计的特征 / 012
- 第三节 展示设计的功能与价值 / 017
- 第四节 展示设计师的必备素质 / 022

第二章 展示设计的发展历程

- 第一节 展示设计的萌芽 / 026
- 第二节 工业革命的延续 / 026
- 第三节 源于伦敦的辉煌 / 028
- 第四节 巴黎的崛起 / 029
- 第五节 大洋彼岸的挑战 / 031
- 第六节 亚洲的觉醒 / 033
- 第七节 我国的展示设计 / 036
- 第八节 展示设计的发展趋势 / 040

第三章 展示专项设计

- 第一节 我能感受到的
——展示中的空间设计 / 050
- 第二节 我能注视到的
——展示中的版面设计 / 060
- 第三节 我能触摸到的
——展示中的道具设计 / 070
- 第四节 我能欣赏到的
——展示中的色彩设计与照明设计 / 081
- 第五节 我能体验到的
——展示中的媒体技术 / 093
- 第六节 我能品味到的
——展示中的艺术化表现 / 096

第四章 商业会展设计

- 第一节 商业会展的意义 / 106
- 第二节 商业会展的特点 / 107
- 第三节 商业会展的策划 / 111
- 第四节 商业会展设计的要点 / 113
- 第五节 商业会展的反思 / 119
- 第六节 庙会和赶场 / 120

第五章 博物馆展示设计

- 第一节 博物馆展示设计的基本概念 / 124
- 第二节 博物馆展示设计的分类 / 124
- 第三节 博物馆展示设计的方式 / 130

展示设计

Display Design

NEW -
POWER

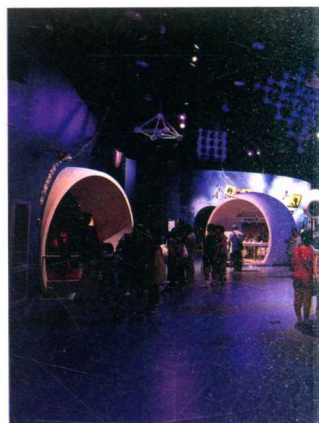
“十三五”普通高等教育规划教材
设计新动力丛书

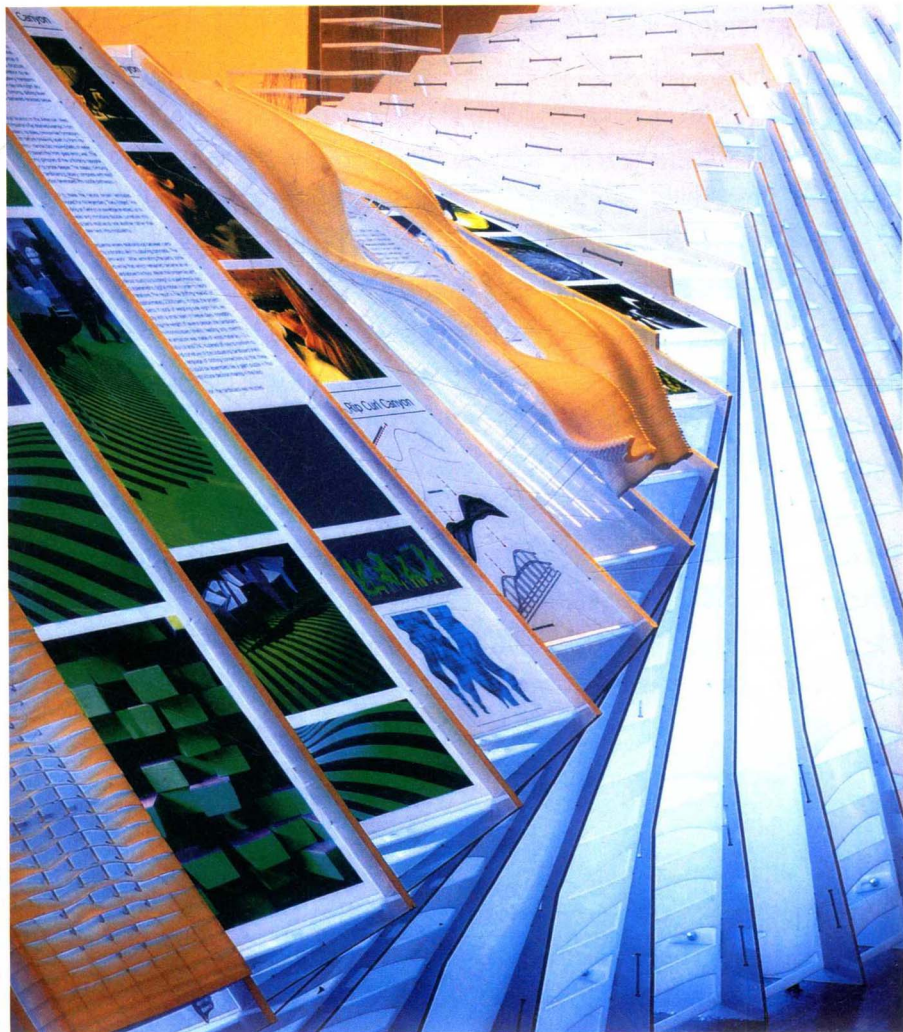
彭娟⁺
刘斌
涂强

编著



西南科技大学出版社
国家一级出版社 全国百佳图书出版单位





20年前,一套“21世纪设计家丛书”曾经让设计师和未来的设计师对即将到来的新世纪充满期望。

岁月流转,当新世纪的曙光渐渐远去的时候,国内的设计师们高兴地感受到了时代的恩赐:20年来,市场经济已经基本完成了对设计的确认,日常生活表现出对设计的强烈需求,文化建设正在给设计注入新的活力,频繁的国际交流增强了中国设计的自信……随着各行各业对设计的投入越来越大,人们对设计和设计师的期望也越来越高。这一切,或许也是设计教育长存不衰的缘故。

确实,进入21世纪,中国的设计教育迎来自己空前的好时光。设计和设计教育的勃兴无疑对高速发展的中国社会提供了些许前所未有的新动力。这一点,随着时间的推移,还会进一步获得印证。随着设计概念的普及,越来越多的人懂得了设计在经济发展、社会进步、文化建设中的关键性作用;懂得了在现今这一历史阶段,离开了设计,几乎一切社会活动都难以进行。无论是理性的、商业的,还是激情的、文化的;无论是学习西方的、先进的,还是弘扬民族的、传统的;无论是大型的、宏观的,还是小型的、私密的;无论是2008北京奥运会,还是2010上海世博会,只要是公开的、需要展现的,就不能缺少设计的参与。随着设计理念的深入人心,设计师们的艺术智慧和设计创意源源不断地流向社会,越来越多的人懂得了包装设计不只是梳妆打扮,装饰设计不等于涂脂抹粉,产品设计不仅仅是变换样式,时尚设计不在于跟风卖萌,视觉设计已经不再满足于抢眼球,环境设计也开始反思一味地讲排场、求奢华……设计内涵的表达、功能的革新、样式的突破、情感的满足、文化的探索等一系列原本属于设计圈内的热门话题,现在都走出了象牙塔,渐为普通大众所关心、所熟知。

当然,在设计事业风光无限的同时,设计遭遇的尴尬也频频出现。一方面,设计在帮助人们获得商业成功的同时,也常常一不小心,成为狭隘的商业利益的推手。另一方面,设计教育在持续了10多个年头的超常规发展之后也疲态毕露,尤其表现在模式陈旧、课程老化、教材雷同、方法落伍、思维凝结……甚至,一定程度地游离于社会实践。

不仅如此,设计和设计教育的社会担当和角色定位还仍然处于矛盾和纠结之中。在国内,设计的社会作用和社会对设计的认可还远没有达到和谐一致,这使得我们的设计师往往需要付出比发达国家设计师多得多的代价,而他们的智慧和创意还常常难以获得应有的尊重。设计教育在为社会培养了大批优秀设计师的同时,还承担着引领社会大众的历史职责。诸如设计和生态环境、设计和能源消耗、设计和材质亲和,以及设计如何面对传统和时尚,面对历

史和未来,面对发展和可持续,所有这些意想不到的种种纠葛、矛盾,都会在第一时间遭遇设计思维,也都会在整个过程中时时叩问着设计和设计教育的良心。

设计教育的先驱,包豪斯的创始人格罗皮乌斯认为:“设计师的职责是把生命注入标准化批量生产出来的产品中。”设计师的职责是伟大的,设计教育的使命是崇高的,可面临的挑战也不言而喻。

工业革命以来,设计一直站在社会变革的最前沿,如果说,第一次工业革命给人类带来效率和质量的同时把人们束缚在机器上,第二次工业革命给人类带来财富和质量的同时把人们定格在工作上,第三次工业革命,以信息为主导的交互平台成功地将人类“绑架”在手机上,那么,设计在这三次工业革命中所起的作用是否值得我们反复思考呢?

对于初期的大机器生产来说,设计似乎无关紧要;对于自动化和高效率来说,设计的角色仅限于服务;而随着信息社会的到来,设计也逐渐登上产业进程的高峰。我们曾经很难认定设计是一种物质价值,可设计缔造的物质价值无与伦比。我们试图把设计纳入下里巴人的实用美术以便与阳春白雪的纯艺术保持距离,可设计却以自身的艺术思维和创意实践不断缩短着两者的间距并且使两者都从中获益。

如果说,在过去的20年中,设计的主要功能是帮助人们获得了商业成功。那么现在,毫无疑问,时代对设计提出了新的挑战。这就是,在商品大潮、市场法则、生活品质、物质享受、权力支配等各种利益冲突的纠葛中,如何通过设计来重新定位人的尊严和价值,如何思考灵魂的净化和道德的升华,如何重建人际间的健康交往,如何展现历史和地域的文化活力,如何拓展公众的视野,如何让社会变得更加多元和包容,如何感应人与自然的利益共享及可持续发展。这也是人们在今后相当长一段时间内对设计和设计教育的期望。

新的挑战也是我们的新动力。

本套丛书就是在基于上述的思考过程中缓缓起步的。我们期望,本丛书多多少少能够回应一些时代的质询,反思一些设计教育中的问题,促进学习方式的转变,确认设计带给社会的审美标准和价值取向,最重要的,是希望激发出人们的设计想象力和造物才华。

我们相信,在新一轮的社会发展过程中,设计的作用将越来越重要,设计教育的发展应该越来越健康。

一个政治昌明、经济发达、文化多元、社会公正的中国梦也必将对设计发出新的召唤——期待设计和设计教育作为社会进步的新动力尽快进入角色。

当我们步入气势磅礴、造型别致的展览会会场时，当我们穿梭于琳琅满目、舒适宜人的商场、超市时，当我们流连在新奇好玩、寓教于乐的博物馆、科技馆时……我们用眼睛去观看，用耳朵去倾听，用双手去触摸，用嘴巴去交流，甚至用心去体会，我们可曾想到，这些都是展示设计师的功劳。

展示设计是人类历史进程中经济、文化发展的必然产物，随着人类社会的不断进步和人类文化的持续发展，被誉为“朝阳产业”的展示设计在当今社会、经济、文化中的地位愈来愈重要。展示设计作为一门独立学科，具有非常复杂的交叉性特点，它与视觉传达设计、建筑设计、环境艺术设计、舞台美术设计等科学有着极为密切的关系。优秀的展示设计既是一场视觉盛宴，又是一个多维互动的时空舞台，它以其直观、形象、生动有趣、现场参与感强的优势和魅力，使信息传播的方式由平面到立体、由静态到动态、由单一到多元，提供了人与展品、人与人之间进行沟通、交流、互动的平台。在展示现场，通过各种方法向人们传递可注视的、可聆听的、可触摸的、可欣赏的、可体验和可品味的信息，使观者在身临其境的氛围中感受展示艺术的魅力，从而达到销售、交流、宣传、教育等目的。

在这个信息爆炸的年代，越来越频繁的各种交易会、博览会、展览会成为企业推广新技术、新材料及科技成果的交流平台，在丰富人们生活的同时，也让人们的视觉变得麻木，变得更加挑剔。特别是展览时间短、频率高的商业会展，其激烈的市场竞争、高昂的参展成本和日渐式微的参展效果，可能会造成所谓的“会展泡沫”。因此，在有限的时间、空间与预算之内设计出一个优秀的展示作品，既要有新意，又要充分体现展品，而且不能喧宾夺主，不能造成无谓的环境污染和浪费……对于展示设计从业者来说，这无疑是一项艰巨的挑战。

本书编者总结多年教学与实践经验，以及国内外展示设计发展的潮流，尝试从新的角度诠释展示设计，让你能够掌握展示设计的基本方法，整合专业知识与技能，并将其应用到设计实践中。

在此，由衷感谢这套教材的主编杨仁敏教授，是他的信任和帮助才促成了本书。由于自身学识水平所限，编写时间紧迫，不足与偏颇之处在所难免，请各位前辈以及广大读者、同行批评指正。

第一章 展示设计概述

- 第一节 展示设计的概念 / 010
- 第二节 展示设计的特征 / 012
- 第三节 展示设计的功能与价值 / 017
- 第四节 展示设计师的必备素质 / 022

第二章 展示设计的发展历程

- 第一节 展示设计的萌芽 / 026
- 第二节 工业革命的延续 / 026
- 第三节 源于伦敦的辉煌 / 028
- 第四节 巴黎的崛起 / 029
- 第五节 大洋彼岸的挑战 / 031
- 第六节 亚洲的觉醒 / 033
- 第七节 我国的展示设计 / 036
- 第八节 展示设计的发展趋势 / 040

第三章 展示专项设计

- 第一节 我能感受到的
——展示中的空间设计 / 050
- 第二节 我能注视到的
——展示中的版面设计 / 060
- 第三节 我能触摸到的
——展示中的道具设计 / 070
- 第四节 我能欣赏到的
——展示中的色彩设计与照明设计 / 081
- 第五节 我能体验到的
——展示中的媒体技术 / 093
- 第六节 我能品味到的
——展示中的艺术化表现 / 096

第四章 商业会展设计

- 第一节 商业会展的意义 / 106
- 第二节 商业会展的特点 / 107
- 第三节 商业会展的策划 / 111
- 第四节 商业会展设计的要点 / 113
- 第五节 商业会展的反思 / 119
- 第六节 庙会和赶场 / 120

第五章 博物馆展示设计

- 第一节 博物馆展示设计的基本概念 / 124
- 第二节 博物馆展示设计的分类 / 124
- 第三节 博物馆展示设计的方式 / 130



第一节 展示设计的概念

一、展示设计的基本概念

当我们步入气势磅礴、造型别致的展览会场时，当我们穿梭于琳琅满目、舒适宜人的商场、超市时，当我们流连在新奇好玩、寓教于乐的博物馆、科技馆、主题公园时……我们用眼睛去观看，用耳朵去倾听，用双手去触摸，用嘴巴去交流，甚至用心去体会，我们可曾想到，这些都是展示设计师的功劳。

展示，英文“display”。通俗地讲，展示就是清楚地摆放出来或明确地显示出来。我们可以将其延伸为：招揽、展览、显示、演示、陈列、夸耀，甚至是“秀”。展示既是人的一种本能行为，更是一种有目的、有意识的设计活动。

展示设计（display design），是指通过设计者主观能动策划后，对空间设计、展品设计、道具设计、视觉系统设计、色彩设计、照明设计、影像及多媒体设计等诸多元素进行综合运用，使人们通过视觉，并结合听觉、触觉、嗅觉等感官来接收信息的设计活动，从而达到信息传播、交流、接收及双向互动的目的。它涵盖了建筑艺术设计、环境艺术设计、视觉传达设计、产品设计以及舞台美术设计等众多学科知识，是一门综合性设计课程。

（图1-1至图1-4）



图1-1 色彩、造型出众的展示设计

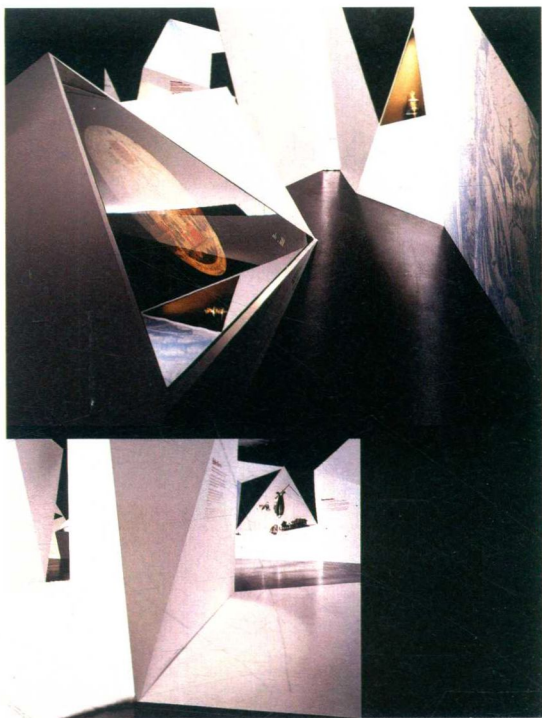


图1-2 空间分割出众的展示设计

展示设计的目的是通过对展示空间的规划布置和环境营造，对展示内容进行特殊包装来突出展品，吸引观众的注意力，将一定量的信息内容传达给观众，进而对观众的心理、思想和行为等产生影响或引导。展示设计是一种多维性的信息交流平台，在特定的空间和时间，创造最适合信息传播和接收的设计活动，不仅是设计者有意识地向观众传递信息，观众也能有选择性地接受和反馈信息。因此，展示物、展示场所（空间）、时间和人共同构成了展示设计的四大基本要素，四者缺一不可。

优秀的展示设计既是一场精彩绝伦的视觉盛宴，又是一个多维互动的时空舞台，它以其直观、形象、生动有趣、现场参与感强的优势和魅力，提供了人与展品、人与人之间进行沟通、交流、互动的平台，被喻为“历史的影子、文化科技的结晶、经济发展的晴雨表”。

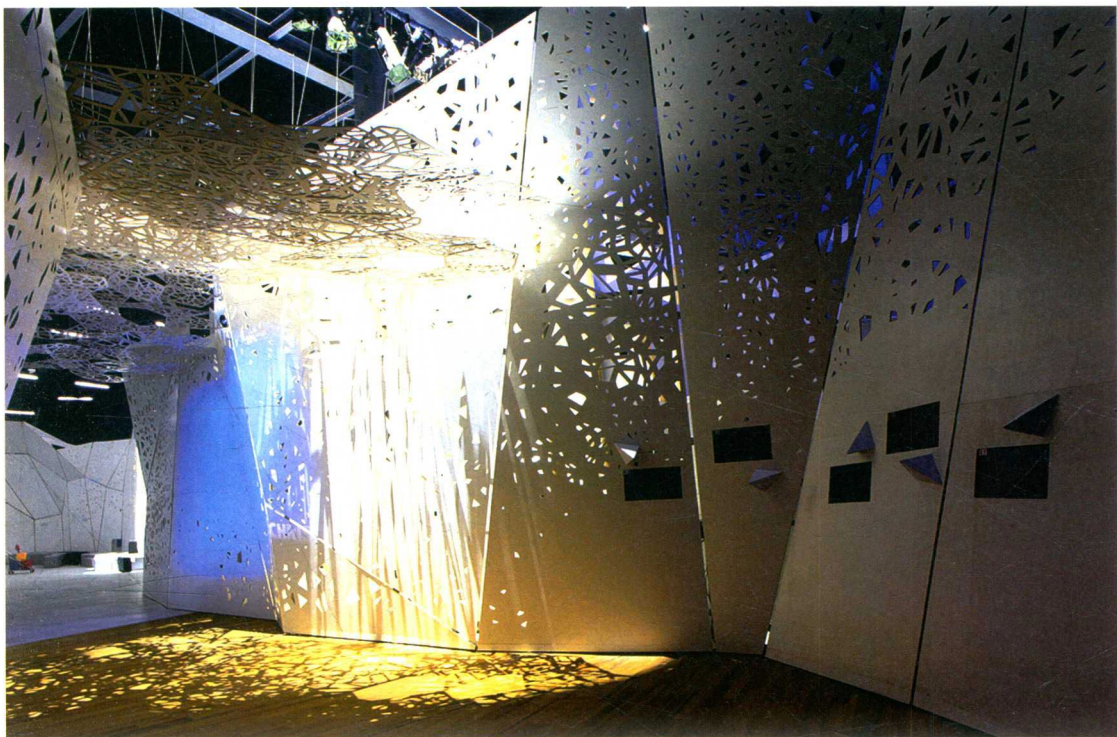


图1-3 光影运用出众的展示设计

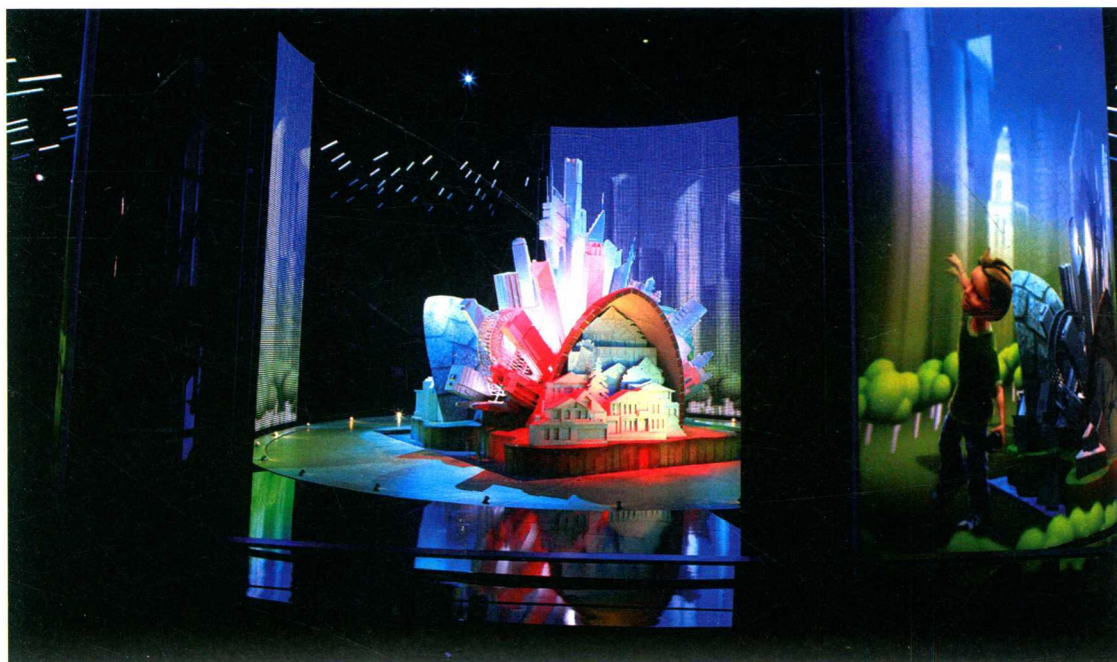


图1-4 影像视频与多媒体运用出众的展示设计

二、展示设计的总体分类

展示设计是集多种设计于一身的综合性设计,展示的内容五花八门、丰富多彩,展示的形式也是千变万化,了解展示设计的总体分类,有利于我们从不同的角度去理解和把握展示设计,有助于我们根据不同类别的展示活动进行有针对性的策划。根据不同的分类标准,展示设计总体上可分为以下六大类:

1.按展示的性质分类

按展示的性质,可以分为商业展示(如商业会展、商场展示、专卖店展示等)、文化展示(如博物馆展览、文化艺术展览等)、专题展示(如节庆展示、公益展览等)。

2.按展示的规模分类

按展示的规模,可以分为大型展示(如世界博览会、广交会等)、中型展示(如全国性的书博会、园博会等)、小型展示(如省市级企业的专题展示、专项展览等)。

3.按展示的时间分类

按展示的时间,可以分为固定永久性展示(如国家博物馆等)、长期展示(如世博会、园博会等)、短期展示(如交易会、文化美术展等)。

4.按展示的环境分类

按展示的环境,可以分为室内展示(大多数情况下,展示设计都是在室内进行的)、室外展示(某些特殊展览或超大型展品,在室外环境展示效果更佳,如灯会、灯展等)。

5.按展示的形态分类

按展示的形态,可以分为静态展示(主要是通过展品陈列、图片展览、文字说明等形态展示)、动态展示(主要利用可以移动的展品或多媒体互动技术来展示)。

6.按展示的方式分类

按展示的方式,可以分为实物类、图片类、文字类、样本类、综合类等。

第二节 展示设计的特征

一、综合性

综合性是指展示设计是由多种专业知识组成,艺术表现手法丰富多样。展示设计的应用研究领域涉及信息技术、策划、管理、市场供求、消费心理、美学、力学、人体工学等多方面的知识,是集视觉艺术、听觉艺术、建筑艺术和舞台艺术于一身的综合体。展示设计常常还是最新科学技术成果和手段综合应用的结果。综合性是展示设计最显著的特征。

(图1-5、图1-6)



图1-5

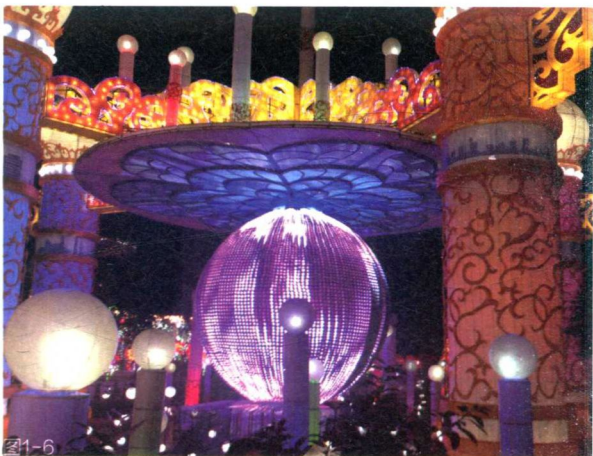


图1-6

图1-5、图1-6 运用多种专业手法综合表现的展示设计

二、直观性

直观性是指展示设计以大量的展品实物、模型、图片、音像资料等对展示主题和内容进行直接呈现，而不是用文字或语言进行的抽象描述，所营造的空间和氛围也是客观真实的再现，能给人一种身临其境的直观感受。那些实实在在的陈列物、图表、音像演示，是超越文字印刷和口头说教的更为直观可信的宣传。诱人的空间、精美的展品、生动的解说、悦耳动听的乐曲，均能引人进入佳境。（图1-7至图1-9）



图1-7



图1-8

图1-7、图1-8 直观的陈列物



图1-9 运用模型、音像的展示设计