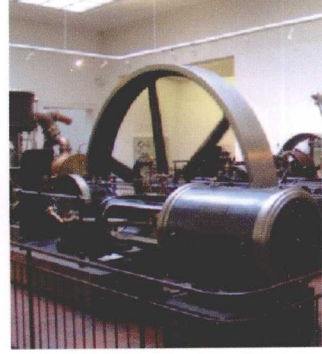




面向十二五高等院校艺术设计精品教材

展示空间设计

EXHIBITION SPACE DESIGN

刘秀云 主编

傅兴 魏雅莉 副主编

赠送
电子课件



清华大学出版社

013050788

J525.2-43
18

面向十二五高等院校艺术设计精品教材

展示空间设计

刘秀云 主 编

傅 兴 魏雅莉 副主编



北航

C1657511

清华大学出版社
北 京

J525.2-43
18

内 容 简 介

本书从展示空间的概念及意义出发,以不同性质的展示空间作为契合点,诠释空间的特点、运用及意义,理论结合实际,图文并茂地进行分析,并将理性技术表达与感性的形象再现相结合,使得人们通过认识和感知不同的空间环境来认识不同的事物,传递特殊的情感。

本书共分为七章,具体内容包括展示概念的形成、展与示艺术的诉求、展示设计的意识表达、展示设计的基本原理、展示设计中的“人”与“物”、展示设计的延伸、向纵深发展的设计。内容从不同的角度说明展示艺术与空间的关系,展示以空间为载体,空间以展示为目的,从而构成展示空间这样一个有机统一的关系,形成了“人—空间—事物—人”这样一个有机的认识体系。这个体系不仅可以影响空间环境功能,赋予环境视觉次序,提高人类适应环境的能力,充分认识环境中的事物的质量,同时为读者提供了一个很好的学习借鉴平台。

本书适合作为各大高等院校艺术设计专业的教材,也可作为投身会展业的爱好者及设计者的参考书,还可为从事会展业发展的人士提供可借鉴的素材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

展示空间设计/刘秀云主编.—北京:清华大学出版社,2013

(面向十二五高等院校艺术设计精品教材)

ISBN 978-7-302-32125-5

I. ①展… II. ①刘… III. ①陈列设计—高等学校—教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第082970号

责任编辑:彭欣 郑期彤

封面设计:刘孝琼

责任校对:周剑云

责任印制:杨艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市兴旺装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:190mm×260mm

印 张:12.75

字 数:304千字

版 次:2013年6月第1版

印 次:2013年6月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:36.00元

产品编号:045304-01

随着经济的飞速发展和科技的不断进步,信息传播成为人类生活中不可缺少的重要因素,作为视觉与信息传播的媒介,展示对于当下的制造业、商业、房地产业的发展和文化交流、贸易的洽谈、各种其他信息的传播起着重要的作用。多种商业展示、博览会、博物馆、专题展示等形式亦层出不穷。近几年,全国众多高校开设了与展示有关的专业和课程,同时也有一部分从事展示设计和制作的专业人员需要系统地了解有关专业知识,而作为展示和设计的系统理论和创新研究更有待完善。本书将展示的专业理论和实践案例有机结合,图文并茂,可供大家借鉴和交流。

本书从展示空间设计的概念出发,将社会需求和美的要素作为切入点,将空间、结构、材料及人的体验做了理论上的描述,同时穿插大量的实际案例。展示空间设计是个系统的设计,作为复合性质的设计形式之一全方位地诠释和分析了各种主题和环境下的展示内容,其中由概念的引申而实际融合了二维、三维、四维等设计因素,无论是从主观上还是从客观上均对特定空间关系进行了规划和实施。展示设计的核心理念是为受众提供全方位的视觉享受并对今后的展示业发展提供素材。本书在撰写上突出案例分析和理论阐述相结合的方式,充分考虑读者的需求,同时也为学习和设计提供了必不可少的资料。

本书在编写方法上采用了传统的写作模式与现代设计理念相结合的方式,按照会展艺术设计专业的特性给予了一种全新和直接的视觉表达,通过解读展示的概念和受众的诉求,从人、物、空间之间的相互关系到展示空间的纵深发展,都体现着以小见大的设计理念。希望这些理念能够适应新时代读者的需求,使读者有着耳目一新的感觉并易于记忆和学习。

本书编写分工为:第一章、第二章、第三章、第四章由刘秀云撰写;第五章、第六章、第七章由傅兴撰写;书中的插图及图片拍摄由魏雅丽提供。

本书适用于高校学生和从事本专业方面的人员学习和使用,同时也可以作为资料进行查阅。本书在编写过程中参考了大量文献资料,在此对相关文献资料的作者深表感谢。由于编写水平有限,书中难免有疏漏和错误之处,恳请读者批评指正。

编者

第一章 展示概念的形成	1
第一节 生活中的展示	4
第二节 认识展示	6
一、展示的由来	6
二、展示的行为	19
三、展示活动的特点	30
小结	32
本章思考题及实训	32
第二章 展与示艺术的诉求	33
第一节 展示活动所不可或缺的要素	35
一、展示信息的发布者	35
二、展示活动的受众	37
三、展示内容与信息传达	40
第二节 时间与空间的艺术	40
一、时间的艺术	40
二、空间的艺术	42
第三节 展示空间的综合构成	45
一、空间的两重性	45
二、空间的流动性	45
三、功能空间的处理	47
四、空间设计的基本原则	48
五、有效的空间位置与展示展品	54
六、展示环境的辅助空间和整个空间的安全性	54
小结	54
本章思考题及实训	55
第三章 展示设计的意识表达	57
第一节 展示设计的基本原则	59
一、创新原则	59
二、正确处理内容与形式的关系	61
三、整体操作意识	62
四、现场意识	64
五、多维表达意识	64

第二节 展示空间中的信息传播.....	66
一、信息传播的准确性	67
二、信息传播的趣味性	68
三、信息传播的艺术性	70
四、信息密度与传达效果	72
小结.....	74
本章思考题及实训.....	74

第四章 展示设计的基本原理..... 75

第一节 展示空间原理.....	78
一、划分功能空间	79
二、动线设计	83
三、空间结构与造型设计	85
四、展用空间	89
五、洽谈空间	90
六、辅助空间	91
第二节 展示空间设计的形式法则.....	92
一、造型与比例	92
二、节奏与韵律	93
三、对比与统一	94
四、空间视错觉	95
第三节 展示设计的基本法则.....	96
一、现代会展的基本特征	96
二、会展空间的构成方法	99
三、会展设计材料与构造	104
小结.....	105
本章思考题及实训.....	105

第五章 展示设计中的“人”与“物” 107

第一节 展示设计中的人体工程学.....	109
一、展示设计与人体生理特征	111
二、展示设计与视觉生理特征	114
第二节 支撑展示设计的元素.....	117
一、展示空间中的灯光设计	117
二、展示空间中的色彩设计	127
三、展示设计中的材料应用	132

小结.....	134
本章思考题及实训.....	135

第六章 展示设计的延伸 137

第一节 从环境艺术角度看展示设计.....	140
一、空间分割的共性与个性	140
二、不同空间心理感受的追求	144
三、材料处理的差异	145
第二节 服装展示中的展示设计.....	145
一、服装展示的基本特征	145
二、服装展示的构成要素	146
三、服装展示的设计要素	152
第三节 展示设计中的视觉传达.....	152
一、橱窗设计	152
二、展示中的平面设计	169
小结.....	171
本章思考题及实训.....	172

第七章 向纵深发展的设计 173

第一节 项目的设计流程.....	176
一、构思与创意	177
二、草案提出与沟通	178
三、提交正式方案	180
四、材料选择与施工图绘制	182
五、实施施工与现场监控	185
六、项目验收与总结	186
第二节 设计的技巧与禁忌.....	187
一、设计的技巧	187
二、设计的禁忌	189
第三节 必须遵守的准则.....	190
一、展示方提出的要求	190
二、施工场地的限制	190
三、高效的信息传达	192
小结.....	192
本章思考题及实训.....	192

参考文献 193



第一章

展示概念的形成



学习要点及目标

- ✿ 培养对展示空间设计的兴趣。
- ✿ 了解并掌握展示空间设计的历史。
- ✿ 掌握展示空间设计的基本概念。



核心概念

品味 创意 意识 信息

近些年,随着我国政治、经济、文化事业的高速发展,国内的各类博览会、商品交易会、文化交流活动迅速增多,大型商场、专卖店的开设数量也呈迅猛增长之势,这些因素促使展示行业的发展速度明显加快,进而又带动了展示空间设计的市场。因此社会急需展示空间设计专业方面的人才。



引导案例

日本爱知世博会美国主题馆

2005年在日本爱知世博会中美国主题馆的设计,其设计主题为新思想、新理念、新文化、新创造、新产品。这些创意源于自然,表现自然,用自然的语言诠释与人的密切关系。

如图1.1所示的日本爱知世博会美国主题馆中,以前卫的、具个性的设计理念彰显设计主题。如图1.2所示美国主题馆中的局部设计,其流畅的线条、夸张的异形造型共同构筑了一个充满未来感的展览空间。



图1.1 日本爱知世博会美国主题馆

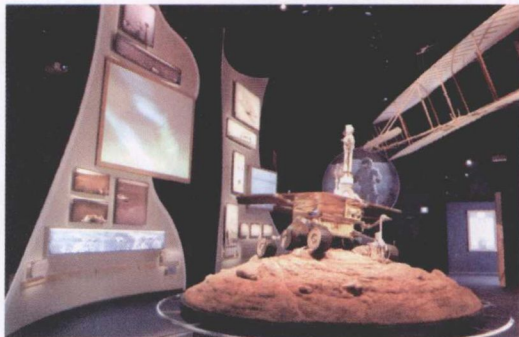


图1.2 日本爱知世博会美国主题馆的局部设计

点评: 图1.1中的主题馆,其设计造型及寓意都显示了科技与未来的发展是这个空间所表现的主题。

图1.2中的空间设计运用了异形的形态作为展板,与黑色的背景相互衬托,体现了高科技,并带给人们一种全新的视觉效果。



案例分析

人类近代文明的发展成果大多是通过展示活动展现给世人的,而在诸多展示活动中,世博会在这方面的作用更加突出。例如,图1.1和图1.2所示的2005年日本爱知世博会美国主题馆的最后一个部分的展示现场,这部分主要展出的是20世纪以来美国创造的改变人类进程的诸多发明创造,如从莱特兄弟的“飞行者一号”飞机到火星车;从福特汽车到登月舱等。那么如何展出这些精彩的内容呢?设计师采用了不规则但非常优美的曲线构成展壁,用充满神秘感的黑色作为背景,中间设计了一个圆形的展台模拟火星表面的一部分,同时配合犹如星空般的灯光照明,让观众置身其中获得多感官的体验。

现代展示设计在充分吸收并融汇其他学科精华的同时,自身也逐步发展成熟,形成了独特的学科体系与研究方法,例如由信息在空间中的传播规律联系到展示的主题以及展示的空间造型特点等。本书将从多个角度向大家系统地介绍展示空间设计,并引领读者进入展示这一殿堂。

首先以博物馆为例,博物馆的展示特点是将物质的陈设、展览或摆设达到与观众沟通和告知或者启示的作用。图1.3中淡化的周围环境突出了核心的展品,达到了与观众沟通和告知的作用。而特装展位的案例,如图1.4中空间构成设计独特,以圆形为中心点,视觉点位较高,使它成为展示环境空间的主角和核心。



图1.3 典型的博物馆展示空间

点评: 图1.3中的博物馆空间以展出展品为核心,其主要特点是展出周期长,展出形式固定。



图1.4 典型的特装展位

点评：图1.4中的是特装展位也是展会中的主角，是展示设计的核心内容。

第一节 生活中的展示

在一天早晨如果我问你：“你最后一次见到展示设计是什么时候？”你很可能会脱口说出：“昨天晚上，当我和朋友一起逛商场的时候。”也许还会形容道：“对，就是那个品牌的展示和橱窗，设计得真美，到现在想起来我还很兴奋。”你也可能会告诉我，上个星期的某一天去看了一个博物馆或展会，在其中又有了新的发现。还可能想起前一段时间去了某个主题公园或参加了大型的活动等。说到这里我们会发现展示设计其实时时刻刻存在于我们的周围，无论是消费、获得信息还是娱乐。现代城市生活空间正在变得像一个无比巨大的展示空间，人们无论是主动的还是被动的都被卷入其中，很多设计师也开始参与到这场运动中，发挥他们的创造力，创造出越来越多的设计，以至于设计过的再被重新设计、没经过设计的增加设计，就这样一场声势浩大的展示设计运动拉开了帷幕。

如图1.5所示的展示空间，朴实的生活场景中生活化的物品与设计雕琢过的服饰展示形成了鲜明的对比，衬托了产品的品质。生活需要简单，设计也需要简单，“少就是多”的设计理念在此应运而生。如图1.6所示的展示空间的墙壁没有任何华丽的修饰，而将随意的、生活化的衣架随意摆放，简单不失品位，严谨中体现了轻松的氛围，突出了展品的特质。

我们身边的展示比比皆是，平面的、立体的、有声的、无声的等，这些非正式的展示同样会给我们的生活带来信息、快乐和各种启示，如图1.7所示。展与示就是相辅相成，在展的同时就达到了和人交流的目的，所以环境—物—人是不可分割的关系，当人和物有着近距离的关系时，人对物的感知是不同的，如图1.8所示。其实我们身边的展示比比皆是，有时生活中最朴实的场景其实就是展示中最好的背景。

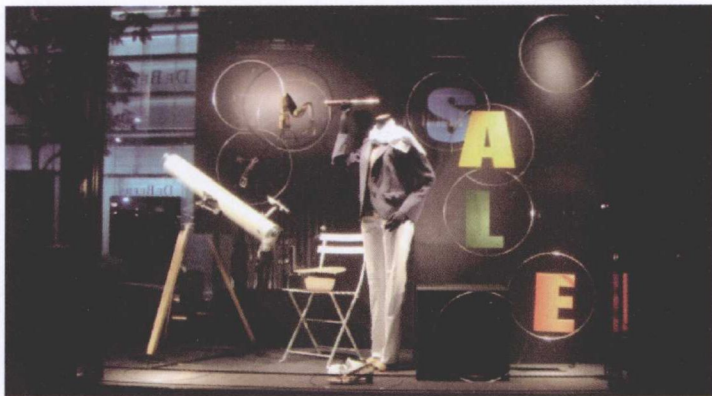


图1.5 将生活化的物品与展示品结合



图1.6 展示模式生活化



图1.7 生活中的展示场景

点评：图1.5所示的展示空间体现了艺术源于简单的生活环境，更突出了展示商品的重要性。在这种氛围中展示品尤为突出，主次关系鲜明。

点评：图1.6所示的展示空间表现了生活有时更需要简单，简单不等于没有，虽源于生活却高于生活。在一个朴实的环境氛围中，需要展示的产品给人的感觉更人性、更亲切。

点评：图1.7所示的展示空间显现的是一个概念。随着时代的发展，展示设计已经越来越融入到日常生活中，以至于很多时候我们都很难界定哪些是展示场景，哪些是生活场景。



图1.8 具有亲和力的展示台与展品

点评：图1.8所示的展示空间显示了展示于生活场景的无界限设计，更加增强了人与商品的亲和力。

小贴士

生活中当你拥有可爱的物品的时候你一定会有将它展示出来的冲动。创造完美的展示是人们的天性，但是展示过程常常充满意外，选择合适的物品、地点，提供合适的照明，物品的造型、尺度、色彩等都需要精心考虑，以达到最完美的效果。

第二节 认识展示

一、展示的由来

市场经济与自由贸易是展示出现的一个重要原因。展示的出现可以追溯到人类开始进行物与物交换的年代。远古时期的图腾崇拜、树碑立柱、祭祀鬼神活动，均体现着原始的商业意念传达及展示形式。随着生产技术的进步、生产力的提高，人们开始有了剩余产品，这就为彼此交换需要的物品创造了条件。当交换发生得越来越频繁，交换的场所和时间也逐渐固定下来时，市集就出现了。市集的出现一方面方便了交换，另一方面也提供了最早期的展示空间。在那里，交换者将自己的物品分别陈列出来供他人选择，物品摆放整齐、美观的摊位很容易引起他人的注意，进而可以提高交换成功的概率。汉代画像砖中取材广泛，均体现了当时生动逼真的各种生活图景，其中有很多市集的场景，画面极为生动且富于变化，构图匀称，形象栩栩如生，场景氛围浓郁，如图1.9所示。



图1.9 汉代画像砖

点评：图1.9所示的展示空间是于四川成都出土的汉代画像砖，表现了市集的场景。从中我们可以窥见到汉代市井中商业已经很发达，各行各业分工明确，店铺鳞次栉比地分布于街道两旁，路中间还散布着摊位。这些店铺将商品陈列于临街的窗前，从中可以看到现代专卖店的影子。

如图1.10所示的《货郎图》(宋代李嵩)是人物风俗画卷，画面反映货郎肩挑杂货担，货担上物品繁多，不胜枚举。在商品流通尚不够发达的南宋时期，货郎们走街串巷，在给人们带来物品的同时，也带来了各种新奇的见闻，这也是展示由来的一部分。

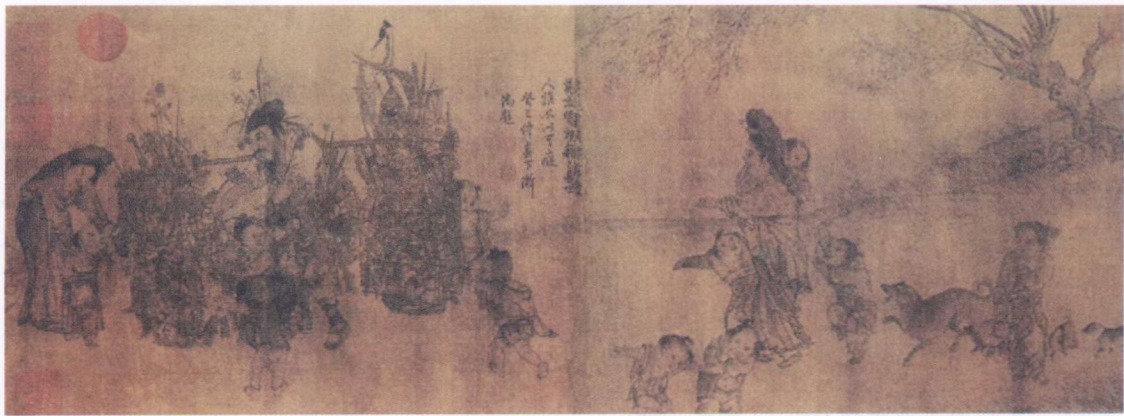


图1.10 宋 李嵩《货郎图》

点评：图1.10所示的绢本设色是正确的《货郎图》，是一幅非常难能可贵的实例。图中货郎货架上挂满了各种商品，货车上也摆满了商品，从中可以清晰地看到这种古代展示方式是如何起到促进销售作用的。

图1.11所示的北宋风俗画张择端的《清明上河图》生动地记录了中国12世纪城市展示生活面貌的繁荣景象和自然风光，所绘城郭市桥屋庐之远近高下，草数马牛驴驼之大小出没，居者行者，舟车之往还先后，皆曲尽其仪态而莫可数记，场面浩大、内容丰富、构图严谨，充分体现了画家对社会生活的深刻洞察力和高超的艺术表现能力。作者采用散点透视的构图法，将这些繁杂的景物纳入统一而富有变化的图画中。

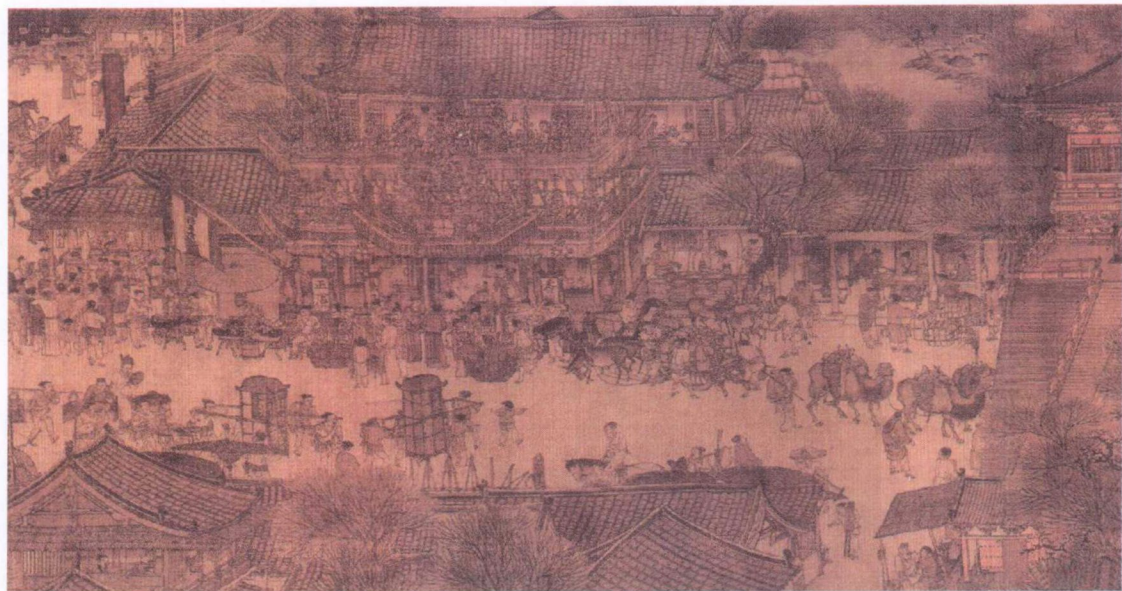


图1.11 北宋 张择端《清明上河图》

点评：从图1.11所示的这幅古画中我们可以窥见北宋都城汴京当时店铺林立、车马喧闹、人流熙攘的繁荣景象。图中每家店铺前都有用于宣传的“幌子”，很多店铺前还设置了摆放、展示商品的货架。我们不妨将这幅图看作是古代展示活动的“活化石”，从中体会宋代展示设计的滋味。

我国很早就有了关于展示活动的记载，据《易经言辞》载：“神农氏作，列廛于国，日中为市，致天下之民，聚天下之货。交易而退，各得其所。”又如《左传·襄公三十一年》中有“百官之属，各展其物”，《左传·哀公二十年》中提到“敢展谢其不恭”时，还加有注释：“展，陈也。”南宋吴自牧著的《梦粱录》，曾详细描述了南宋杭州城内各种店铺多姿多彩的店面展示和商品陈列的场面：“自五间楼北，至官巷南街，两行多是金银盐钞交易铺，前列金银器皿及现钱……纷纭无数。”可见在文明早期，通过展示方式推销物品的优点已被人们发现。随着社会经济的发展，集市也发生了巨大的变化，由综合性的集市到专业化的展览会；由简单的以货易货到高科技下的信息交换与传播。展示的空间、展具也开始有意识地加以设计，于是店面展柜、展台以及各种五花八门的展示方式纷纷出现。

当然，除了商业展示外还有其他方面的展示，下面介绍几种服务于其他目的的展示类型。

1. 宗教场所是展示设计的源泉之一

在人类文明漫长的发展过程中，宗教始终占据着非常重要的地位，从图腾崇拜到救世主宗教，从原始部落到现代社会到处可见宗教活动的身影。举行宗教活动的场所与道具大多兼具向信众展示宗教力量的作用。例如，现在我们还能见到的世界上较早的宗教场所之一——距今五千多年的古埃及金字塔，它以巨大的体量屹立于天地之间，向古代人们昭示出作为神在人间的代理人——法老的伟大。如图1.12所示的世界八大奇迹之一的古埃及胡夫金字塔，它一方面是古埃及最高统治者法老的陵墓，昭示了法老至高无上的权力；另一方面也是古埃及的精神象征，起到了沟通神与人间、阳间与阴间桥梁的作用。图1.13所示为贝聿铭为卢浮宫设计的玻璃金字塔入口。和前者相比，两者时间相差数千年，而且材料与规模都相去甚

远,但是,从玻璃金字塔中我们还是可以看出很强的象征意味,古代的形式与现代的材料二者碰撞后产生了对世界别样的理解,魅力无穷,回味无穷。



图1.12 埃及金字塔



图1.13 卢浮宫金字塔

点评：图1.12所示的陵墓是用巨大石块修砌成的方锥形建筑，因形似汉字“金”字，故译作“金字塔”。埃及迄今已发现大大小小的金字塔110座，大多建于埃及古王朝时期。

图1.13所示的建筑借用古埃及的金字塔造型，采用了玻璃材料。该金字塔不仅表面面积小，可以反映巴黎不断变化的天空，还为地下设施提供了良好的采光，创造性地解决了把古老宫殿改造成现代化美术馆的一系列难题，取得了极大成功，享誉世界。这一建筑正如贝氏所称：“它预示将来，从而使卢浮宫达到完美。”

如图1.14所示是贝尼尼于1671年至1678年在梵蒂冈圣彼得大教堂创作的教皇亚历山大七世的墓龛，这座墓龛十分精美，下方有一个大门，象征着死亡之门。死神从门中爬出，挥舞着象征生命流逝的沙漏，但教皇仍不为所动，专心祈祷，观众看过后不禁触景生情，大为感动。

如图1.15所示是现代商场中设计的岛式服装展示区。通过模特与商品的结合形成小的场景，体现出轻松、活泼、时尚的品牌理念。消费者很容易在千篇一律的商品中看到该品牌的服装，进而获得品牌价值认同。



图1.14 宗教圣坛



图1.15 现代橱窗

点评：图1.14中的宗教圣坛是个神圣的地方，其中的文化及思想传递都一览无余地显现出来，这又是一种别样的展示。

图1.15中的现代橱窗体现的是现代时尚的元素，岛屿式的展示很容易被人们认可及关注。

随着时间的流逝,大多数古老的宗教活动场所都已消失,现在我们还可以在历史遗迹中看到一些影子,通过这种类似宗教展示的设计可以引导信徒在潜意识里逐渐脱离现实进入精神世界。典型的例子除了埃及的金字塔外还有雅典卫城的巴特农神殿、我国敦煌的莫高窟等。这些遗迹除了在建筑上取得辉煌的成就外,都普遍具有展示的特征和展出的意义。

今天的宗教场所(无论是西方的教堂还是东方的寺庙)依然对展示的功能极为重视,往往不惜花费巨资聘请最有名的艺术家进行设计,并使用最名贵的材料制作,制成后既要具有精神象征,又要给人以美的感受。

展示设计在宗教领域发展的过程中逐渐形成了一系列的设计原则,如对称性与庄重感的产生、展示层次与神秘感的产生、展示体量给人的心理距离等。这些原则都极大地影响了现代展示设计的发展,为现代展示设计基本原则的建立提供了参考,打下了基础。

2. 博物馆的出现是展示设计的又一个源头

中国最早的博物馆出现在公元前三百多年的春秋战国时期燕国的都城,名为“碣石宫”,说到这里还不得不提到一个名叫邹衍的人。邹衍是中国古代有名的阴阳五行家,在阴阳学的基础上他提出了“五德始终”说,即指水、火、木、金、土五种物质德行相生相克和周而复始的循环变化,并以此来解释王朝兴盛的原因。司马迁曾概括他的学说为:“必先验小物,推而大之,置于无垠。”“碣石宫”就是邹衍一手创办的用来展示他的学说的。而近代资本主义时期的展示艺术,在文化方面,也主要体现于各类博物馆的建设和文化艺术性的展览活动;在经济方面,主要体现于国际博览会的产生和发展、商场店铺的营销活动和包括商品包装广告在内的视觉传达系统设计的产生与应用。

日本人考证在公元前5世纪,波斯王大流士举办过类似现在的展览活动。西方最早的博物馆可以追溯到公元前3世纪托勒密·索托在埃及建立的亚历山大博物馆,其中包含有图书馆、研究所和专门收藏文化珍品的宙斯神庙。如图1.16所示为展示给大家的亚历山大图书馆。文艺复兴时期,随着自然科学、考古学等多种学科的发展,人们的收藏领域得到了极大的扩展,这就需要有更多、更专业的场所来展示这些收藏品。到18世纪后期,现代意义上具有展示交流研究性质的综合博物馆开始出现,随后博物馆的种类也开始进一步细化,主要有艺术类博物馆、史实类博物馆、主题展示类博物馆和科技类博物馆等。



图1.16 亚历山大图书馆假想图

点评: 由于战火和岁月的侵蚀,当年盛极一时的亚历山大图书馆的遗迹都已经荡然无存,图1.16只是用假想的设计将其呈现出来。