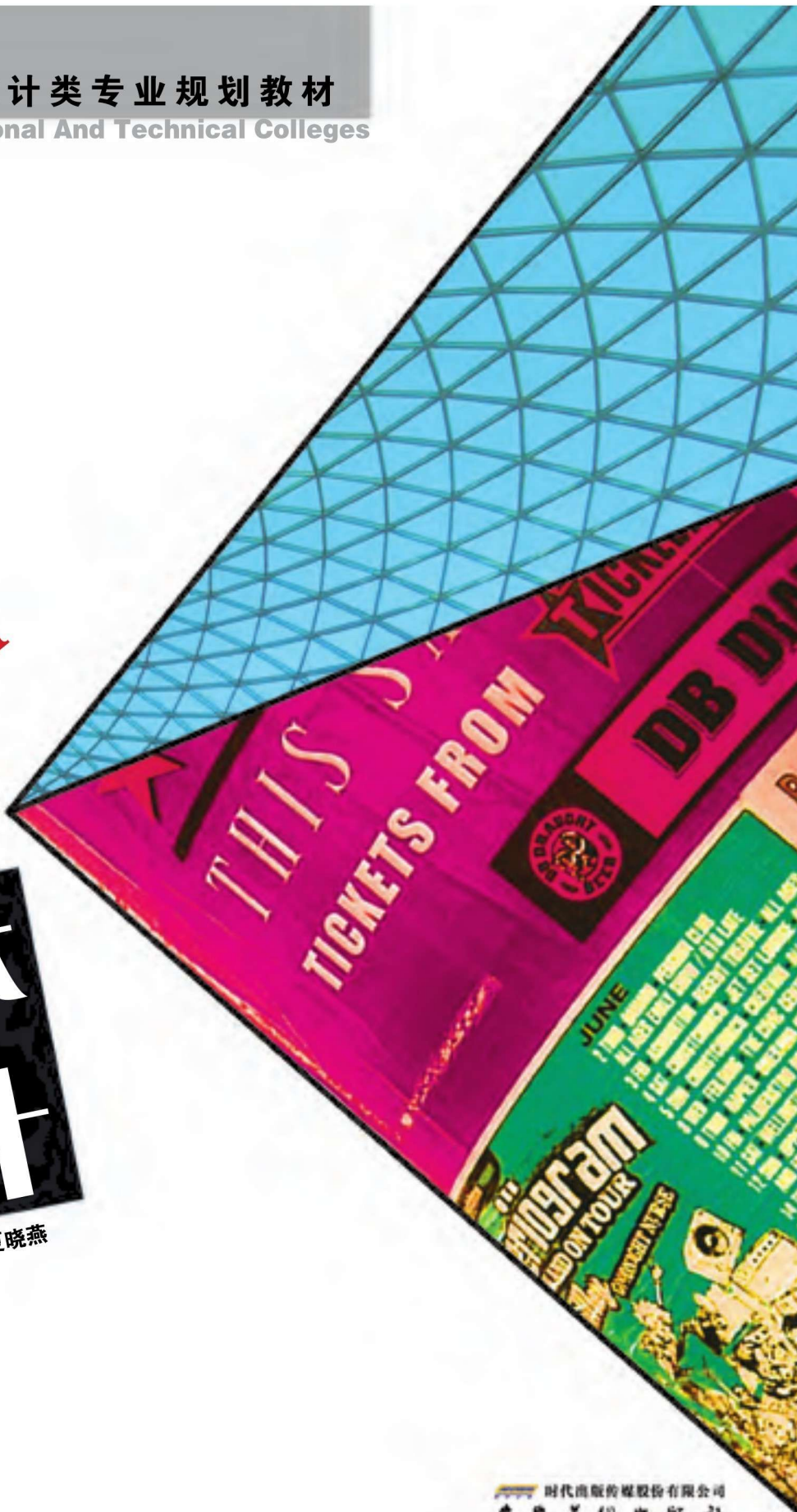


高等学校高职高专艺术设计类专业规划教材
Art & Design Textbooks For Vocational And Technical Colleges

Exhibition

展示设计

主编 许雁翎 副主编 夏晓燕



时代出版传媒股份有限公司
安徽美术出版社
全国百佳图书出版单位

Art & Design Textbooks For Vocational
And Technical Colleges

高等学校高职高专艺术设计类专业规划教材

展示 设计

主编 许雁翎 副主编 夏晓燕

Exhibition

时代出版传媒股份有限公司
安徽美术出版社
全国百佳图书出版单位

高等学校高职高专艺术设计类专业 规划教材

指导委员会

主任 李 雪

副主任 高 武

委员 (按姓氏笔画顺序排列)

王家祥	江 洁	谷成久	杨文兰
沈宏毅	汪贤武	余敦旺	胡戴新
姬兴华	鹿 琳	程双幸	

组织委员会

主任 郑 可

副主任 张 波 高 旗

委员 (按姓氏笔画顺序排列)

万藤卿	方从严	何 频	何华明
李新华	邵 杰	吴克强	肖捷先
余成发	杨 帆	杨利民	郑 杰
胡登峰	荆 泳	骆中雄	闻建强
夏守军	袁传刚	黄保健	黄匡宪
程道凤	廖 新	颜德斌	濮 毅

编写委员会

主任 武忠平 巫 俊

副主任 孙志宜 庄 威

委员 (按姓氏笔画顺序排列)

丁利敬	马幼梅	于 娜	毛孙山
王 亮	王茵雪	王海峰	王维华
王 燕	文 闻	冯念军	李华旭
刘国宏	刘 牧	刘咏松	刘姝珍
刘娟綾	刘淮兵	刘哲军	吕 锐
任远峰	江敏丽	孙晓玲	孙启新
许存福	许雁翎	朱欢瑶	陈海玲
邱德昌	汪和平	吴 为	吴道义
严 燕	张 勤	张 鹏	林荣妍
周 倩	顾玉红	荆 明	陶玲凤
夏晓燕	殷 实	董 荪	韩岩岩
蒋红雨	彭庆云	苏传敏	疏 梅
谭小飞	霍 甜		

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 许雁翎主编. — 合肥: 安徽美术出版社, 2010.5

高等学校高职高专艺术设计类专业规划教材

ISBN 978-7-5398-2228-0

I. ①展… II. ①许… III. ①陈列设计—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第043460号

高等学校高职高专艺术设计类专业规划教材

展示设计

主编: 许雁翎 副主编: 夏晓燕

出版人: 郑 可 选题策划: 武忠平

责任编辑: 朱小林 责任校对: 司开江

封面设计: 秦 超 版式设计: 徐 伟

出版发行: 时代出版传媒股份有限公司

安徽美术出版社 <http://www.ahmscbs.com>

地 址: 合肥市政务文化新区翡翠路1118号出版传媒广场14F 邮编: 230071

营 销 部: 0551-3533604 (省内)

0551-3533607 (省外)

印 制: 安徽联众印刷有限公司

开 本: 889 × 1194 1/16 印 张: 5.5

版 次: 2010年9月第1版

2010年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5398-2228-0

定 价: 38.00元

如发现印装质量问题,请与营销部联系调换。

序 言

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，其根本任务是培养适应经济社会发展需要的，德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才。当前，经济社会的发展既给高职高专教育带来了难得的发展机遇，同时也对高职高专院校的人才培养工作提出了新的、更高的要求。

艺术设计是高职高专教育中一个重要的专业门类，在高职高专院校中开设得较为普遍。据统计：全国 1200 余所高职高专院校中，开设艺术设计类专业的就有 700 余所；我省 60 余所高职高专院校中，开设艺术设计类专业的也有 30 余所。这些院校通过多年的不懈努力，为社会培养了大批艺术设计方面的专业人才，为经济社会的发展做出了重要贡献。但是，随着经济社会的不断发展及其对应用型人才要求的不断提高，高职高专艺术设计类专业针对性不强、特色不鲜明、知识更新缓慢、实训环节薄弱等一系列的问题突显出来。课程和教学内容体系改革成为当前高职高专艺术设计类专业教学改革的重点。

教材建设作为整个高职高专教育教学工作的重要组成部分，不仅是艺术设计类专业教育的关键环节，同时也会对艺术设计类专业课程和教学内容体系改革起到积极的推进作用。艺术设计类专业的教材建设同样也要紧紧围绕高职高专教育培养高等技术应用型专门人才的核心任务开展工作。基础课教材建设要以应用为目的，以必需、够用为度，以讲清概念、强化应用为重点，专业课教材建设要突出教学的针对性和实用性。此外，除了要注重内容和体系的改革之外，艺术设计类专业的教材建设同时还要注意方法和手段的改革，以跟上经济社会发展的实际需求。

在安徽省示范院校合作委员会（简称“A联盟”）的悉心指导和帮助下，安徽美术出版社根据教育部《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》以及《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的精神和要求，组织全省30余所高职高专院校共同编写了这套高等学校高职高专艺术设计类专业规划教材。参与教材编写的都是高职高专院校的一线骨干教师，他们教学经验丰富，应用能力突出，所编教材既符合教育部对于高职高专教育教材建设的基本要求，同时又考虑到我省高职高专教育的实际情况，既体现了艺术设计类专业应用型人才培养的特点，也明确了艺术设计类课程和教学内容体系改革的方向。相信教材的推出一定会受到高职高专院校师生们的广泛欢迎。

当然，教材建设不可能是一蹴而就的事情，就我省高职高专艺术设计类专业的教材建设来讲，这也仅仅是一个开始。随着全国高职高专教育的蓬勃发展，随着我省职业教育大省建设规划的稳步推进，我们的教材建设工作也必将与时俱进，不断完善。

期待着这套艺术设计类专业规划教材能够发挥其应有的作用，也期待着我们的高职高专教育能够早日迎来更加光辉灿烂的明天。

高等学校高职高专
艺术设计类专业规划教材编委会

目录 CONTENTS

概述	1	第二章 展示设计的设计专题	37
第一节 展示设计的基本概念	1	第一节 商业展示设计	37
第二节 展示设计的本质和特征	2	第二节 展览会展示设计	48
第三节 展示设计的程序和趋势	4	第三节 博物馆展示设计	57
第一章 展示设计的设计元素	9	第三章 展示设计作品点评	63
第一节 展示空间设计	9	第四章 展示设计作品欣赏	75
第二节 展示色彩设计	15	参考文献	81
第三节 展示照明设计	23	后记	82
第四节 展示道具设计	28		
第五节 展示材料的特性与选择	33		

概述

第一节 展示设计的基本概念

纵观人类文明发展史，我们可以非常清楚地看到展示设计所起到的重要作用。展示活动一直伴随着人类社会的文明进步而不断发展变化着，展示作为人类互相交流和传递信息的媒介，发挥着其他艺术形式不可替代的作用(图 1)。随着信息时代的到来，随着多媒体技术、网络技术和虚拟现实技术的广泛应用，展示设计的概念和思维方式发生了很大的变化，展示设计已经从传统单一的设计形式向融科技与艺术于一体的综合性设计转化。因此，分析和研究展示设计在信息时代的特点和发展趋势具有非常重要的意义。研究和学习展示设计首先要先从它的概念开始，只有掌握了准确的概念和正确的方法，我们才能更好地感觉它，认知它。

展示，英文为 display，意为表现、展现之类的状态或行为。中文“展示”的概念来自于“展览”一词的扩展，“展”即将物品陈列出来供人们观看，“示”有演示、示范以及明示、暗示的含义，“展示”既有静态又有动态之含义。

展示设计是以招引、传达和沟通为主要机能，进行有目的、有计划的形象宣传的空间设计。它采用艺术设计手段，借助于道具、设施和照明等技术，通过视觉、听觉、嗅觉、味觉和神经觉等全方位的设计，充分调动人的潜能，将一定量的信息



图 1 国外步行街上悬挂的红色雨伞

内容传达给观众，以期对观众的心理、思想与行为产生有意识或潜在的影响，达到与观众完美沟通的目的。

展示设计是以展示具为标的物的设计，更广泛地说，是以说明、展示具、灯光为间接的标的物，来烘托展示物这个主角的一种设计。

展示设计必须具备三个要素——主办者、展品、观众，三者缺一不可。

简单地说，展示设计是一种“配合演出”的设计。进行展示设计时首先要了解被展示的物件或概念，找出要表达的主题，然后将这主题以展示装置加以渲染、诠释，进而完成设计。

第二节 展示设计的本质和特征

一、展示设计的本质

从本质上讲，展示设计是指所有展览和陈列的视觉艺术设计，既包括各类商场、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的规划、美化等设计工作，也包括室内商品和各类附属促销品的陈列等展览工作，最终起到展示商品

及其功能，促进消费和引领消费及生活方式的作用。(图 2、图 3)

二、展示设计的特征

随着科学技术的发展，经济全球化的趋势不断加强。在这种经济形势下，展示行业有了长足的发展，并表现出了新的特征。

1. 设计人性化

在现代展示设计中，人性化设计是展示设计的根本。人是作为主体来观赏、领悟展示内容的，因而也是最重要的研究对象。本世纪以来，社会学家和心理学家对参观者的认知心理、环境行为做了许多研究，其成果直接在展示设计中得到了运用。如国外的很



图 2 国外街景



图3 橱窗展示

多展示场馆十分重视参观路线和照明等观赏环境的设计，绝大多数展示场馆都配有无障碍设施，有些还设有儿童游戏室等。他们不仅考虑了陈列空间的设计，而且还考虑了各种为公众服务的辅助场所的设计。在信息时代，融科技和艺术于一体的展示设计呈现出更亲切、更人性化的特点。要想使展示信息有效地传递给参观者，使他们从中获益，就要求设计者为参观者创造一个舒适而实用的观赏环境，要尽可能地满足参观者的信息需求与生理、心理需求。

2. 参与互动性

展示的互动性设计最符合现代信息的传播理念，也更能调动参观者的积极性，提高他们参观的兴趣。此时的参观者不再是被动地参与，而是主动地体验；不再是旁观者，而是变成了探索世界奥秘的主人。展示的互动性设计体现了设计者对于参观者的人文关怀。

3. 信息网络化

互联网(Internet)是近年来电子通信技术快速成长的产物。互联网结合多媒体技术，以开放式的架构整合各种资源，以电子电路传送或取得散布在全球各地的多元

化资讯。作为以资讯传达为目的的现代展示设计也迅速地采用信息技术，创造出了国际化、网络化的快速展示方法。通过国际互联网，展示信息可迅速地在世界上广泛传播，避免了由地理位置、交通而带来的局限，促进了信息在国际间的频繁交流，达到了展示的目的。

4. 设计手段多样化

多媒体技术是指结合不同媒体，包括文字、图形、数据、影像、动画、声音及特殊效果，通过计算机数字化及压缩处理充分展示现实与虚拟环境的一种应用技术。计算机技术的发展，多媒体、超媒体技术的应用推广，极大地改变了展示设计的技术手段，进一步推动了现代展示设计的发展。与此相适应，设计师的观念和思维方式也有了很大的改变，先进的技术与优秀的设计结合起来，使得技术更加人性化，并真正服务于人类。

5. 虚拟现实化

虚拟现实展示设计是通过虚拟现实技术来创建和体现虚拟展示世界，它将展示设计的空间延伸至电子领域，完全超越了人类现有的空间概念，并有望成为未来展示设计的方向。设计师可以不受客观条件的制约，在虚拟的世界里去创作、去观察、去修改。同时，计算机多种多样的表现形式、丰富的色彩，也极大地激发了设计师的创作灵感，使更多更好的展示设计的出现成为可能。(图 4、图 5)

第三节 展示设计的程序和趋势

一、展示设计的程序

根据展示设计的一般规律，展示设计运作的程序如下：

1. 展示的策划

策划工作实际上是整个展示活动的前奏，主要由策划人员与文案人员完成。许多展示活动还包括资金筹集、广告、宣传等一系列的准备工作，这些工作虽然并不一定由设计师承担，但工作的进展将直接影响到展示的效果。因此，设计师也应积极参与这些工作。

2. 收集有关的资料

为确保展示设计方案的顺利实施，总设计师在正式开展设计工作之前，必须全

面了解和掌握必备的技术资料与数据。除原先获得的展示场地建筑图纸外，还应 对展示现场进行认真的勘察，核对图纸与现场的各项数据，熟悉展览场地的情况，了解现有设施的情况（如实际的空间尺寸、门窗的尺寸和开启形式、天花吊顶的形式等）以及原有照明设施的情况（包括配电间位置、插座和灯具位置、展厅的供电方式等）。如果展示中有大型的机械设备和电动装置等，还必须明确展示场地的地面负荷情况以及供电线路的负荷等。只有在确认这些资料之后，在进行展示设计时才能心中有数。设计

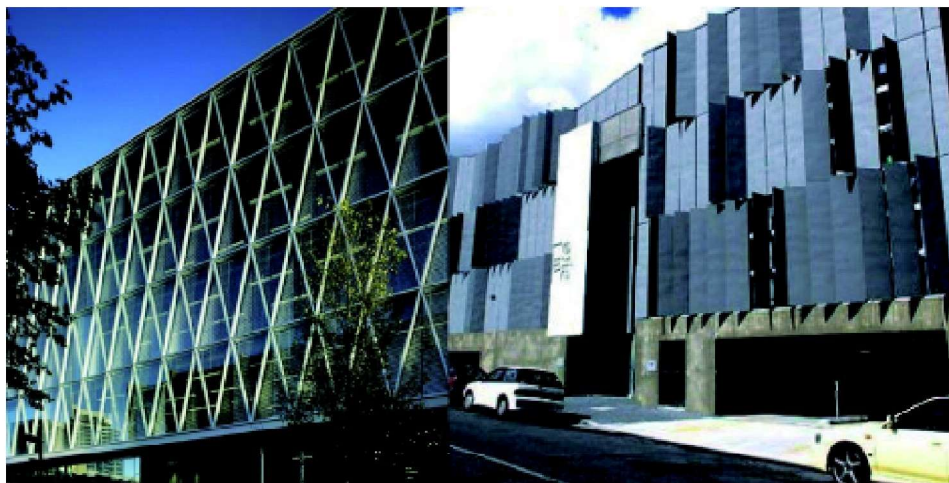


图 4 建筑的外立面展示设计



图 5 品牌家居展

者还必须熟悉各种材料的规格、大致价格、材料的性能等，并能够结合展品的性质、具体的尺寸以及展示要求等做出较详细的预算。

3. 征集展品资料

以展示计划的内容为依据，由专门分管事务公关的人员负责展品资料的征集与选择，并进行登记注册。登记注册的主要内容有编号、选送单位、品名、数量、规格和特征等。登记注册的主要目的是为展示设计的具体化进行准备，同时也为展览结束后的清理退还工作奠定基础。

4. 展示艺术设计

展示艺术设计是展示设计师运用创造性思维将展示的主题和内容进行形象化表现的过程。展示艺术设计包括总体设计和单项设计。总体设计涉及整个展示活动的总平面布局、展示空间的组织与变化、总体的色调与各局部的色彩对比关系、统一的形象设计、照明形式的确定等。总设计师在这一过程中必须以整体的观念来从事设计活动，全面统筹，以保证展示设计的完整性。这一过程还必须以形象的方式表达出来，一般的总体设计都包括平面布局的示意图、展示空间的预想图、色彩效果

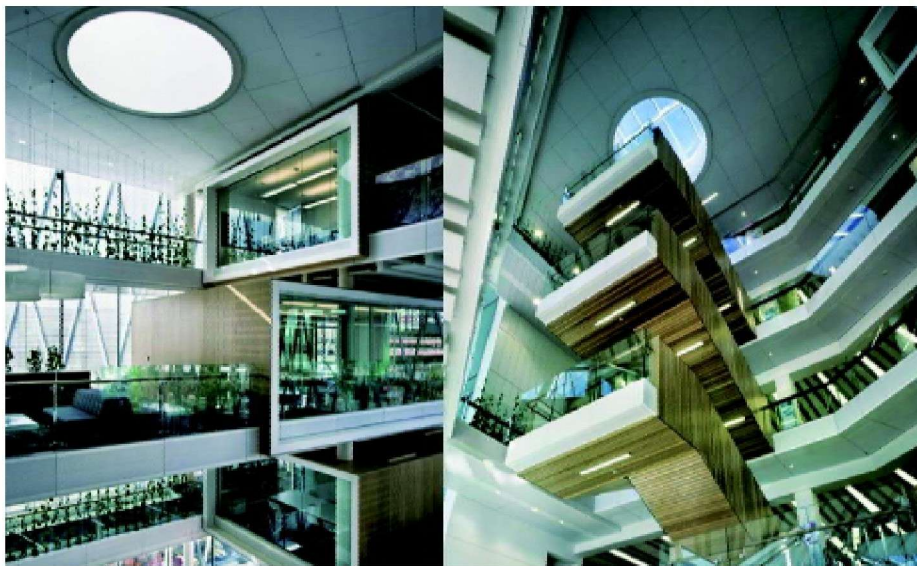


图 6 新西兰国际中心大厦

的预想图、版面设计的示意图以及照明效果的预想图等一系列的表现图。作为总设计师，必须有渊博的知识、丰富的经验和整体的观念。(图 6)

5. 展示技术设计

当艺术设计方案通过论证、审批、定案后，必须采用技术性的表现形式进一步陈述设计意图，这项工作就是技术设计。需要进行技术设计的内容包括标有精确尺寸的平、立面图，照明电和动力电的线路设计图，道具的制作图以及防盗设施的施工图等。这些技术性的设计工作必须在总设计师的具体指导下完成，它们是整个展示设计艺术效果的保障。(图 7、图 8)

6. 实施展示施工计划

有了通过审定的艺术设计与技术设计方案，即可实施展示施工计划。首先是编造经费预算和拟定施工进度表，在购置器材后，即可组织施工。无论是采用现场制作施工的形式，还是采用制作之后再到现场安装的形式，都必须按照场馆的相关规定进行施工，不得损害原有设施。按期完成施工任务后，须经主管部门审定，并根据预展过程中提出的修改意见进行进一步完善，此后即可正式“开幕演出”。

二、展示设计的发展趋势

1. 全球化趋势

加入WTO后,国内各个行业面临的现实问题就是全球化,展示业也不例外。与其他行业相比,中国的展示业是一个壁垒相对较少的行业,因此入世后所受到的冲击肯定不会像金融、农产品、制造业等行业那样强烈,但不强烈不等于没有影响。另外,入世能给国内展示业带来先进的管理经验和办展技术,尤其是在展示业的配套服务部门怎样分工协作,会展业与旅游业如何实现有效对接等问题上,可以给我们提供众多有益的参考,这势必会提高国内展示管理部门的调控水平。



图 7 2010 世博会北京馆



图 8 中国电影博物馆

2. 信息化趋势

信息化既是中国展示业与国际接轨的一个重要衡量标准,也是展示业发展的必然趋势。这里的“信息化”有两层含义:一是要尽可能地掌握国际展示业最前沿的东西,包括行业最新动态、理论研究成果、展会信息、专业设备等;二是在展示业中充分利用各种信息技术,以提高行业管理和活动组织的效率。

3. 集团化趋势

集团化是国内各个产业部门急需解决的共同问题,它是伴随市场竞争而产生的一种企业经营战略。中国推进展示业集团化的最终目的是为了使展示企业之间实现



图 9 SONY 体验中心外立面展示设计

优势互补，从而提高全国展示业的国际竞争力。

4. 品牌化趋势

品牌是展示业发展的灵魂，也是中国展示业在 21 世纪实现可持续发展的关键。世界上会展业发达的国家，大都拥有自己的品牌展会和会展名城。

5. 专业化趋势

“只有实现专业化才能突出个性，才能扩大规模，才能形成品牌”已成为国内展示业的共识。(图 9)

6. 创新化趋势

21 世纪是创新的世纪，在这样一个追求个性的时代里，一种事物如果不能常变常新就不能获得持续发展的能力。展示业在中国是一项新兴的经济产业，在世界范围内的竞争能力明显不足，因而唯有不断创新才能突出自身的特色，最终达到“以弱胜强”的效果。

7. 生态化趋势

可持续发展是人类社会永恒的话题。任何一项经济产业要获得持续、健康的发展，都必须寻求经济效益、社会效益和生态效益的统一。可以预见，生态化将成为展示业发展的必然趋势。

8. 多元化趋势

从整体上看，世界展示业正在向多元化方向发展，具体体现为产品类型的多行化、活动内容的多样化和经营领域的多元化等。

第一章 展示设计的设计元素

第一节 展示空间设计

■ 教学内容：展示空间的概念、分类以及划分方法。

■ 教学目的：把握构成空间的基本规律，掌握组织空间、分隔空间的基本方法，提高对展示空间设计的认识。

一、展示空间的概念与特点

展示艺术与空间是密不可分的，甚至可以说展示艺术就是对空间进行组织和利用的艺术。无论是从展示设计的概念、本质与特征来看，还是从展示设计的范畴与程序来看，我们都可以发现，“空间”这个概念是贯穿始终的。展示设计作为一种人为环境的创造，其核心要素就是空间规划。所以，在对展示设计进行探讨之前首先明确空间的概念是非常必要的，这也是需要每一个设计师把它当作“理念的基石”铭记在心的。

1. 空间的四维性

四维指的是时间与空间的结合。人在认知和感受三维空间的同时必然也会受到时间维度的制约。

2. 空间的时间性

人们在展示环境中对展品的观赏，必然是一种动态的观赏，时间就是动态的诠释方式。人在展示空间中，就必然会体验到时间的流逝和空间的变化，从而形成完整的感官体验。空间的时间性在展示设计中是客观存在的一个因素，充分运用时间这“第四维”是创造动态空间形式的根本，也是创造“流动之美”的必经之路。

3. 空间的流动性

空间的流动性在展示环境中是必然存在的，是由展示空间的功能特点决定的。展示设计是一门空间与场地规划的艺术，是在特定的空间范围内用一定的表现手段向观众传达信息，它使观众犹如置身于一个巨大的艺术雕刻中。展示平面的规划，可以造成各种不同的空间效果；展区的分布与路线的分配，则可以使观众在浏览的



图 1-1 开敞空间



图 1-2 封闭空间

过程中产生不同的心理节奏感。

4. 空间的多功能性

空间的多功能性体现在它能够满足人们在传达、营销、沟通、娱乐以及服务等方面的不同需求，这是展示场所进行区域分割的重要依据。

二、展示空间的分类

展示空间主要可分为室内空间和室外空间两大类，而室内空间和室外空间又可以细分出开敞空间、封闭空间、结构空间、地台空间、下沉空间等不同的类型。

1. 开敞空间：是展示空间中最重要的一种类型。开敞空间是外向型的，限定性较小，适宜展览内容与观众之间的交流和对话；开敞空间灵活性较大，有容纳性和开放性。(图 1-1)

2. 封闭空间：用限定性较高的围护实体包围起来，在视觉、听觉等方面具有很强的隔离性。封闭空间私密性较好，能让人产生领域感、安全感，多用于文化性较强、展品较贵重的展示设计。(图 1-2)

3. 结构空间：利用建筑结构的外露来形成一种规则、韵律的空间美，有强烈的空间表现力和感染力，给人以现代感、科技感和安全感。结构空间是现代展示空间重要的空间类型之一。(图 1-3)

4. 地台空间：局部地面升高与周围形成高度上的落差，在和周围空间相比时十分醒目突出。地台空间的性格是外向的，展示性较强，适合于惹人瞩目的展示和陈列，如将家具、汽车等产品以地台的形式展示出来以突出其地位等。地台空间也是现代展示空间重要的空间类型之一。(图 1-4)

5. 下沉空间：又称地坑，是将地面局部下沉，在统一的展示空间中产生出一个界限明确、富于变化的独立空间。下沉空间具有一种隐蔽感、保护感和宁静感，一

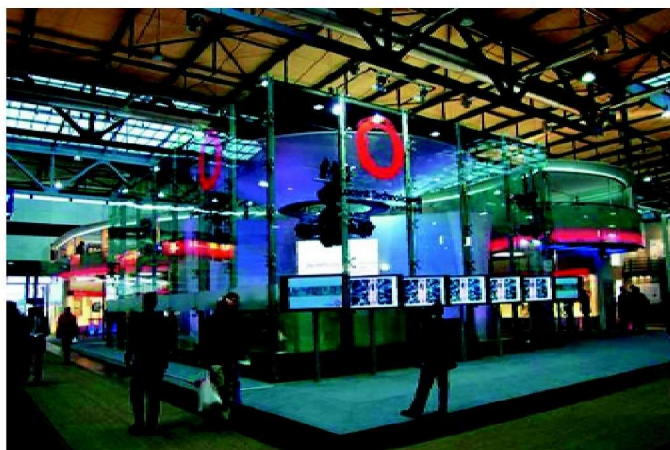


图 1-3 结构空间



图 1-4 地台空间

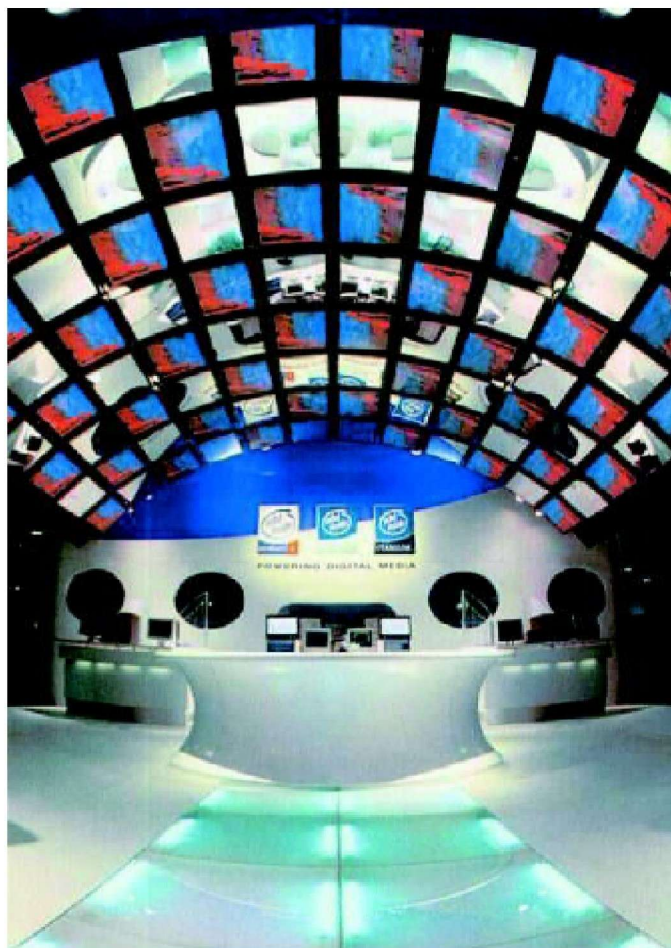


图 1-5 下沉空间

般情况下，下沉高度不宜过大，以免让人产生进入底层空间或地下室的感觉。(图 1-5)

6.重置空间：一个空间被另一个空间所套叠，即在原空间中用实体或象征性的手法限定出小空间。小空间具有一定的领域感和私密性，又与大空间相互沟通，闹中取静，能够较好地满足群体和个体的需要。(图 1-6)

7.共享空间：是为了突出展示活动主题，适应展示活动中人员流动、休息需求而设立的一种公共空间。共享空间用别出心裁的手法将单层或多层空间内部打扮得光怪陆离、五彩缤纷，同时融合各种空间形态，形成一种多样的、变化的、动态的空间类型。(图 1-7)