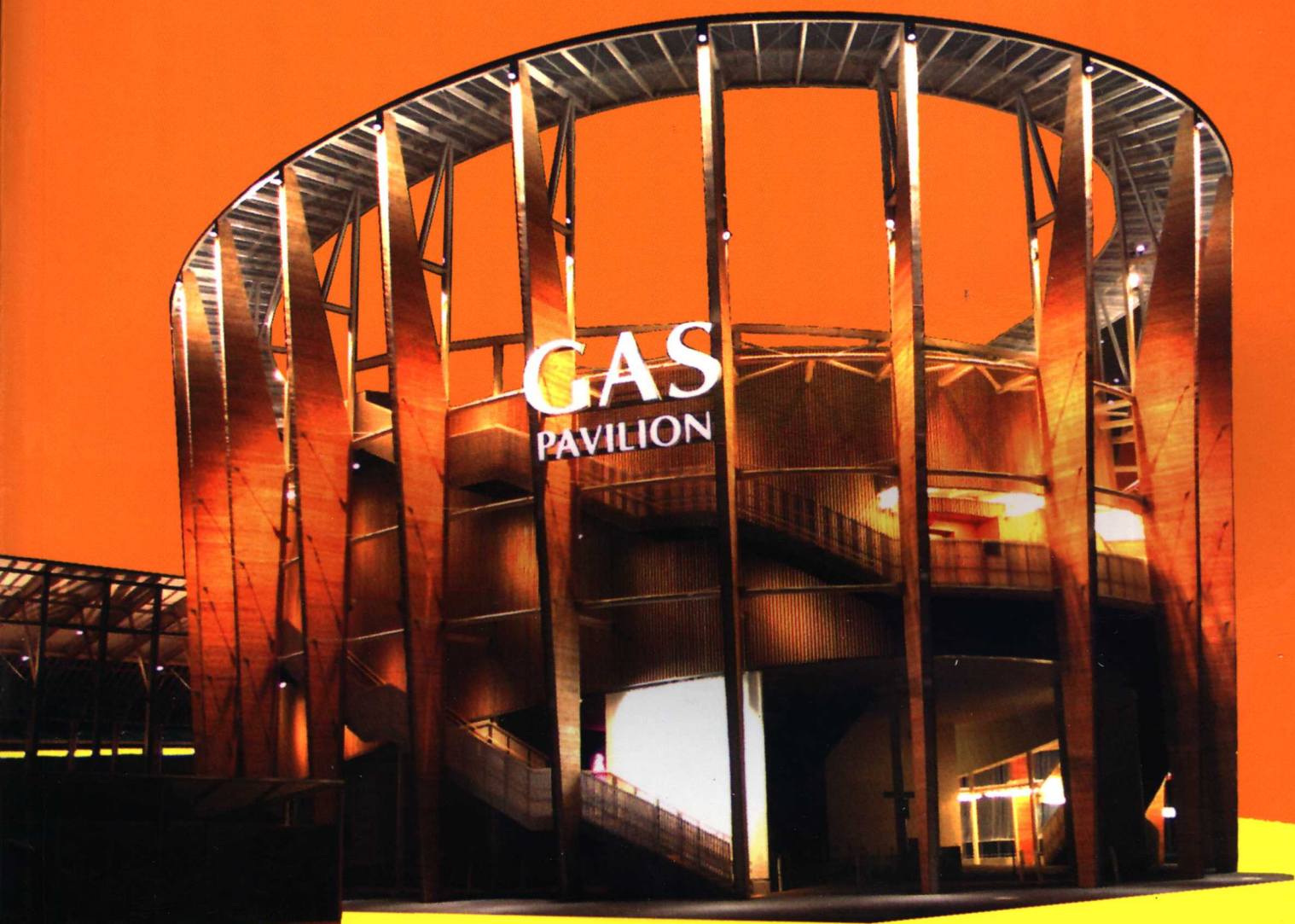


中国高等院校环境艺术设计专业系列教材

展示设计基础

ELEMENTARY DESIGN OF DISPLAY

朱淳 邓雁 编著



上海人民美術出版社

中国高等院校环境艺术设计专业系列教材

展示设计基础

ELEMENTARY DESIGN OF DISPLAY

朱淳 邓雁 编著

上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

展示设计基础 / 朱淳等编. - 上海: 上海人民美术出版社, 2006.1

(中国高等院校环境艺术设计专业系列教材)

ISBN 7-5322-4654-X

I. 展 ... II. 朱 ... III. 陈列设计 - 高等学校 - 教材 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 147209 号

展示设计基础

编 著: 朱 淳 邓 雁

策 划: 姚宏翔

责任编辑: 姚宏翔

封面设计: 邓 雁

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路 672 弄 33 号 电话: 54044520)

印 刷: 上海新华印刷有限公司

开 本: 710 × 910 1/12

印 张: 12

版 次: 2006 年 1 月第 1 版

印 次: 2006 年 1 月第 1 次

书 号: ISBN 7-5322-4654-X/G · 237

定 价: 38.00 元

序言

艺术与科学相遇、相融，是人类经验的重要部分。在过去的100多年间，科学技术造就了工业化社会，而且这个工业化社会不断地遭遇艺术思想的质疑；同时，这个社会也孕育和催生了不断翻新的艺术思潮和样式，而新的艺术思潮又映射出科学精神在我们这个时代中的意识形态的主体地位。艺术与科学，可谓是人类文明发展史中的两根主脉，是我们在向前奔走过程中试图获得平衡的双翅，也正是这对翅膀，在今天，承载起艺术设计的发展的未来。

艺术设计精神的使命，是倡导以人为本前提下的原创精神及其产品的持续发生。如果说科学技术是第一生产力，那么作为第一生产力要素的是知识创新，现代知识经济的发展虽以科学技术的进步为基本特征，但知识经济并不简单地等同于技术经济，知识经济必须以社会的整个进步为前提，必须在人文关怀前提下，通过艺术为技术提供高情感的平台，为技术与社会的重新整合创造必要条件，这个社会才能有效地为技术创新不断的提供动力和需求，促使技术创新朝着社会财富的生成转化。我们甚至可以认为设计不仅仅是现代人必不可少的精神补偿，它同时是现代知识经济体系中的重要一员，在一个开放的社会中，科学技术作为一个变量系统尚须依赖于文化的选择机制才能得到良性的发展，也正是这种选择机制才能确立艺术设计在当今的社会功能中的地位。

正因为这一缘故，艺术设计在近十年来在中国得到了极大的发展，几乎所有的艺术类的高等院校都将设计专业的发展作为优先考虑的问题。而设计教育本身也在发展的过程中不断完善学科建设，同时也对设计教育本身不断提出了新的课题和新的需求。其中当然也包括对不同设计专业方向所需要系统的、高质量，并且符合现代设计教学规律的教材需求。由上海人民美术出版社出版的《中国高等院校环境艺术设计专业系列教材》便是这方面的一个探索和尝试。我也期望该系列教材的编纂能够成为各设计专业学科建设的带来一些新的启示和反响，从而促进我国设计教育的发育和发展。

宋建明 教授

中国美术学院副院长
中国美术学院设计学院院长
2005年12月

中国高等院校环境艺术设计专业系列教材

环境艺术设计初步	室内设计基础	城市景观设计	商业会展设计
环境设计表现技法	公共空间设计	建筑设计初步	环境设计概论
城市环境设施设计	商业空间设计	公共艺术设计	中外建筑简史
电脑效果图技法	景观设计基础	展示设计基础	室内设计简史

编纂说明

作为一门综合了艺术与技术诸多领域知识内容的设计专业学科，环境艺术设计十余年来在中国得到了极大的发展，几乎所有设置设计类专业的高等院校都有环境艺术设计专业，其它层次的环境设计教育更是不胜枚举。环境艺术设计教育为中国的经济建设和文化建设，培养了众多的富有创造力、掌握相应的环境设计技术和能力的新颖设计人才。环境艺术设计教育也在发展的过程中不断完善学科建设，同时也对设计教育本身不断提出了新的课题和新的需求。其中包括对环境艺术设计专业范畴的拓展与重新界定；也包括对学科内各专业课程教学内容和教学方法的研究，当然也包括对该专业高质量教材的需求。迄今为止，除了部分以单独课程教学为主的教材外，目前尚无比较完整、全面体现学科系统性、符合学校教学需要；同时兼顾不同层次读者需要的专业教材面世。

本着为中国的设计教育发展尽一点绵薄之力的初衷，我们将编纂一套较完整地体现既有的环境艺术设计教学体制及课程设置；同时也反映环境艺术设计专业在不同范围内的教学研究和探索成果，并且适合不同层次教学需要的教材作为本专业学科建设的一项工作，同时也作为一种学术探索的尝试。我们深知：在环境艺术设计专业的学科建设上，迫切需要从宏观上和现实中寻求一条既符合专业教学规律，也符合中国经济建设和教育发展的国情，并具有可持续发展可能性的教学体系，而专业的课程设置与教材则是这个体系最重要的组成部分，因此我们将专业课程的遴选与相应教材的编纂作为学科建设的第一步。

在得到上海人民美术出版社和上海师范大学美术学院的大力支持的同时，还得到了各个高等艺术院校相关领导和专家指导和帮助，并就此组成了本教材丛书的艺术顾问委员会。没有这些富于真知灼见的专家、学者的指导和帮助，很难想象本教材丛书的问世。我们也深知：由于时间紧迫、学识粗陋，这套教材丛书很难达到尽善尽美的程度，我们只是期望它能够成为这个学科建设的一块引玉之石。

朱淳
2005年12月

目 录

第一章 概 论	1
一、展示活动的定义.....	1
二、现代展示的形式.....	2
三、国际性的展示活动.....	5
四、展示的策划与设计.....	9
第二章 展示行为的动因	11
一、宗教与祭祀.....	12
二、贸易与广告.....	14
三、表现与吸引.....	14
四、信息与传播.....	15
五、展览与观看.....	16
第三章 展示设计的分类	19
一、博物馆设计.....	19
二、大型博览会设计.....	23
三、商业展览设计.....	25
四、商业环境设计.....	27
五、庆典礼仪环境设计.....	29
第四章 展示活动的沿革	31
一、展示的原始形式.....	31
二、收藏与展示的结合.....	32
三、展销会与展览会.....	34
四、现代博物馆的形成.....	35
五、综合性的世界博览会.....	37
六、现代展示艺术与科学.....	40
七、世界博览会的组织与活动.....	40
第五章 展示设计的基本法则	43
一、视觉元素的运用.....	44
二、设计的形式法则.....	48

第六章 展示设计的程序 53

- 一、展示设计的前期工作..... 54
- 二、展示的总体设计..... 55
- 三、设计的深度与表达.....57
- 四、设计师工作和必要素质.....62

第七章 设计中的人机工程学 65

- 一、展示中的尺度问题.....65
- 二、展示中的视觉问题.....68
- 三、视觉传达效率的提高..... 69
- 四、展示照明质量.....70

第八章 展示环境的空间设计 73

- 一、动态的空间形式..... 74
- 二、展示功能区域的分隔..... 76

第九章 展示的版面设计 79

- 一、版式..... 80
- 二、文字..... 81
- 三、图片与图表..... 83
- 四、版面装饰..... 85
- 五、版面材料与制作技术..... 86

第十章 展示照明设计 91

- 一、照明设计的基本原则..... 91
- 二、常用照明光源和灯具..... 92
- 三、展示照明的形式..... 93
- 四、照明光源的选择..... 97
- 五、有关照明的参考标准..... 98

第十一章 展示色彩设计 101

- 一、色彩明度的心理感受.....101
- 二、色相的心理感受.....102
- 三、色彩的设计..... 102

第十二章 商业橱窗陈列设计 107

- 一、橱窗展示的分类.....107
- 二、橱窗设计要点..... 109

第十三章 展示道具设计 113

- 一、展架..... 113
- 二、展柜..... 115
- 三、展台..... 116
- 四、展板与屏障.....117
- 五、护栏、标牌与立座等..... 118
- 六、其它辅助设施.....119

第十四章 展示设计中的新技术 121

- 一、数码视频技术的应用.....121
- 二、计算机程控技术的应用..... 123
- 三、多媒体和网络技术..... 124
- 四、虚拟现实技术 (VR).....126

第十五章 电脑辅助展示设计 129

- 一、用电脑辅助设计展示空间..... 130
- 二、展示区域的造型及细部设计.....130
- 三、展示环境的照明设计..... 131
- 四、展示版面的电脑设计..... 131
- 五、虚拟现实的表现技术..... 132
- 六、展示设计方案实例.....133

课程教学安排建议 137

后 记 138

第一章 概论

图 1-1 汽车展上奔驰汽车。

图 1-2 2005 年爱知世界博览会上的沙特阿拉伯馆，展馆的外墙装饰有巨幅沙漠和建筑的景色。



一、展示活动的定义

各种形式的展示是人类特有的一种社会化活动。

现代社会的展示活动是一种有着丰富内涵、涉及诸多领域，并随着时代发展而不断充实其内容的社会行为。

展示活动的设计是一项综合了现代设计艺术和设计科学成果的综合性设计学科。

展示环境的设计也是一项以环境艺术设计学科为主，涉及诸多其他相关学科的设计领域。在设计方法和设计程序上，展示环境设计有着与艺术学科相关的领域，如室内设计、公共空间设计、景观设计及家具设计等方面的特点；同时又兼有自身的专业特征。

展示内容的陈列方式与视觉信息传达的设计也与现代设计艺术中的视觉传达设计、多媒体艺术等有着密切的关系。

展示设计还涉及到照明科学、计算机控制技术、声学技术等诸多现代技术的领域。



二、现代展示的形式

从1851年在伦敦举办的首次世界博览会,1925年著名的巴黎博览会,到2005年日本爱知的世界博览会,以及各种世界规模的博览会,多不胜数;从迪斯尼乐园的各种观景和游乐节目到各类商品展销会和商品陈列;从卢浮宫庞大的艺术博物馆到近年来中国各新兴中小城市里兴建的规模不一的博物馆和纪念馆等,其中不乏我们熟悉的例子。尽管这些展示活动在规模和内容上有着很大的差别,但在其展示的性质上有着相近的特点。

近年来,世界各国的许多文化和商业性的展示都呈现出高投入、长期化的趋势。一些著名的博物馆,如伦敦的维多利亚和阿尔伯特博物馆(Victoria and Albert Museum)、纽约的大都会艺术博物馆(Metropolitan Museum of Art)和现代艺术博物馆等,以及世界性博览会上的各国展馆及各大企业馆等,都不惜巨资,投入大量人力物力,运用最新科技成果,使展示成为一种融尖端科技和密集信息的艺术性的文化活动。

与此同时,旅游业的发展使各国都认识到这项“无烟

工业”带来的巨大的经济效益,这也促使各国以各种方法吸引旅游观光的客人,举办各种介绍当地人文历史、风土人情的展览,组织各种传统的节日庆典活动,展示具有历史意义的建筑和景观,不啻是有效的方法。而用现代展示手段形象地再现各种失传的传统手工技艺、风俗人情,更是现代旅游文化的重要方面。

商业和贸易更是现代展示设计的最重要的领域。大中城市中的大型百货商场、超级市场和各类专卖店、连锁店为了在激烈的商业竞争中取胜,在广告和展示上都花费了巨大的财力物力。橱窗陈列、POP(销售点)设计,每每标新立异,推陈出新。在一些世界性的交易会上,展示的设计更是一项极其重要的内容,如1939年纽约的世界交易会创下了观众达4300万的记录;而1992年的西班牙塞尔维亚的世界交易会,曾聚集了无数的展示设计师,在94个展区为100多个国家工作,在这个人口不到纽约1/20的城市中举办的交易会,在六个月中吸引了4000多万的观众。

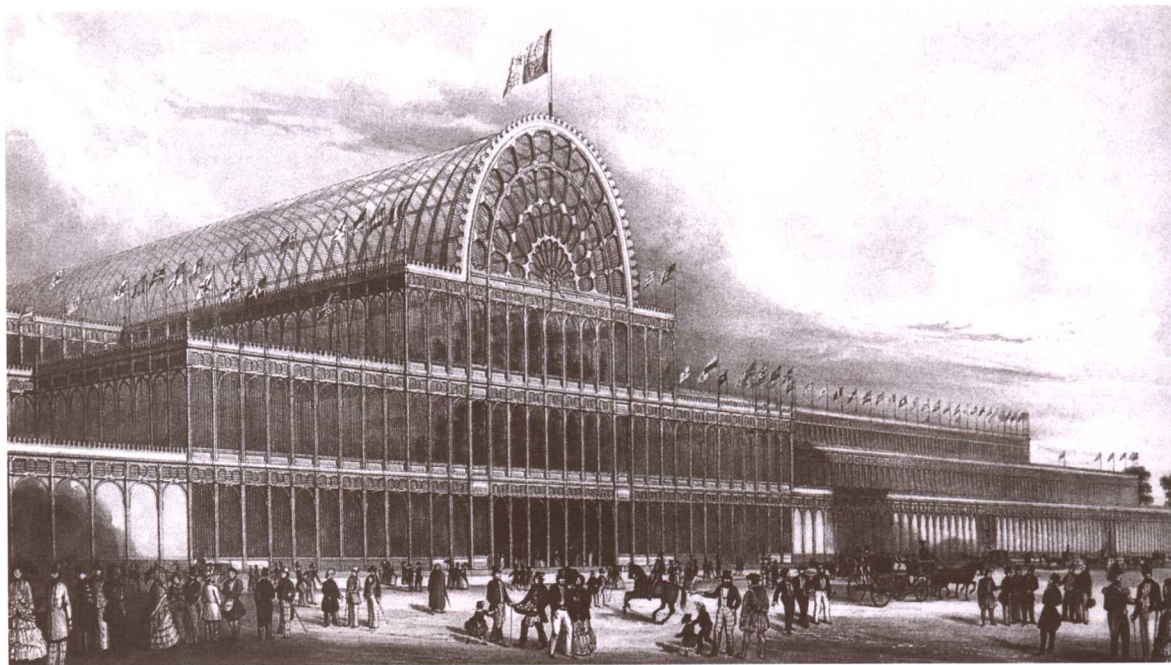


图1-3 约瑟夫·帕克斯顿(Joseph Paxton)为1851年世界博览会设计的“水晶宫”展厅,他采用了装配温室的方法修建了水晶宫的宏大建筑外壳。



图 1-4 伦敦著名的海沃德画廊 (Hayward Gallery) 内的展厅。



图 1-5 意大利乌菲齐美术馆内的展厅，主要以收藏意大利文艺复兴时期的艺术品为主，而博物馆的展馆本身也是那一时期的建筑杰作。

图 1-6 2000 年汉诺威世界博览会展示设计示意图。

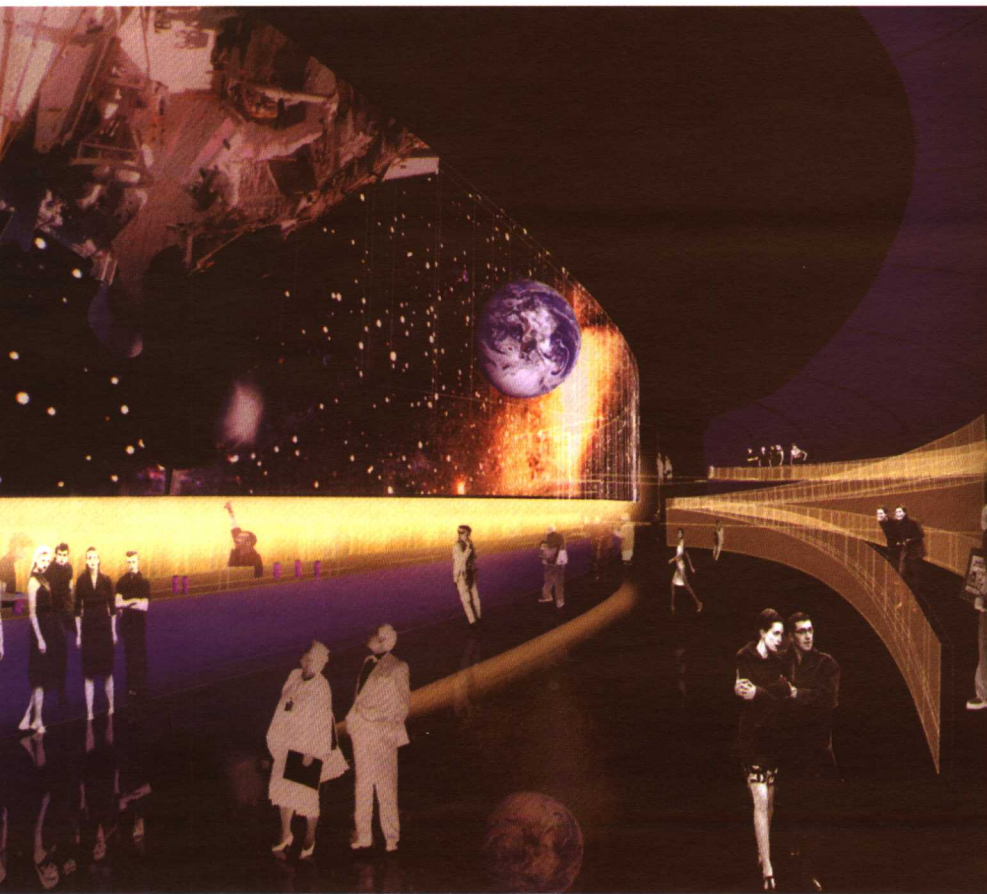


图 1-7 2000 年汉诺威世界博览会中的“主题公园”的入口设计。

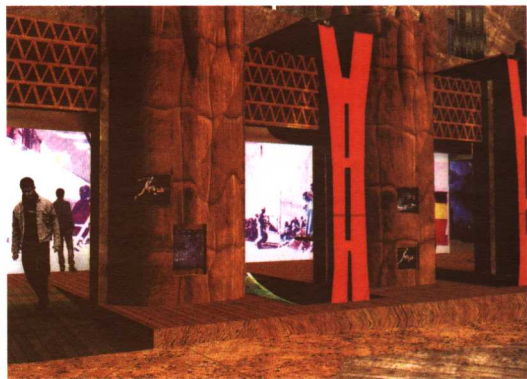
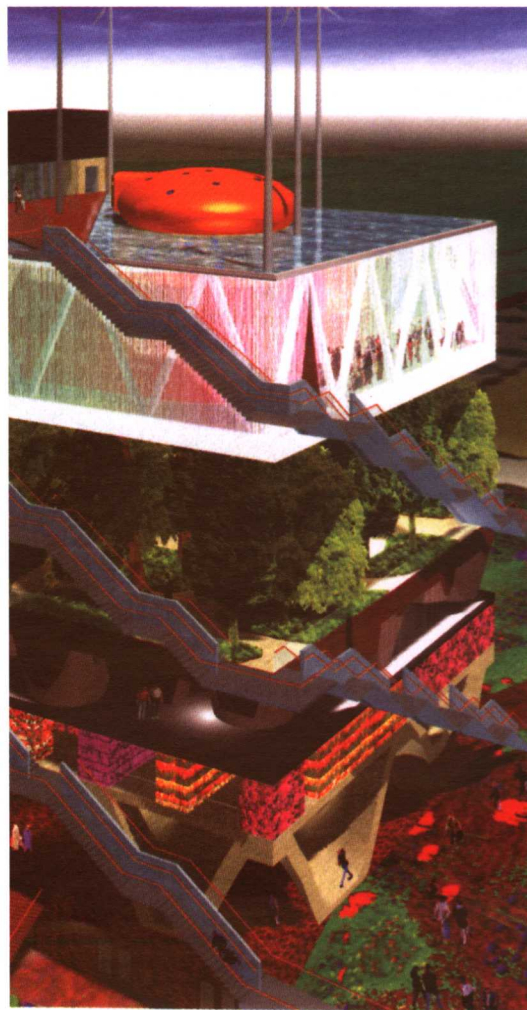


图 1-8 2000 年汉诺威世界博览会上的荷兰馆，一座被称为“环保三明治”的三层建筑物。



三、国际性的展示活动

原本以经济和贸易为主题的世界博览会,如今已经成为以进行国际文化交流,展示技术进步,促进共同繁荣为宗旨的世界性的活动。回顾近年来举办的不同类型的世界博览会,不难发现原先以促进经济和贸易为宗旨的世界性博览会已经成为由某一国家政府主办、众多国家或国际组织参与,以此展现各国在发展过程中,在社会、经济、文化、科技领域取得的成就、展望人类社会的发展前景和寻求解决面临的重大问题等为主要内容的国际性大型展示盛会。

2000年举办的汉诺威世界博览会,与往届世博会着重展示高新技术不同,这届博览会的主题是“人类——大自然——科技:一个新世界在诞生”,通过倡导新的生活方式,使地球的明天变得更好。主办者认为这是一次全新的世界博览会,它将展示技术的进步是如何为实现人类与自然和谐相处的新目标而服务的。这次世博会在170公顷(相当于300个足球场)的展场上,主题公园、展馆、全球性项目以及丰富的文化娱乐活动应有尽有。有173个国家和地区以及14个国际组织参展,其中53个建盖了自己的展馆。这些展馆以各自独有的建筑特色和展览内容吸引着观众:面积3600平方米的日本馆采用的建筑材料竟然全部是可以回收再利用的纸张;匈牙利利用一个超大型的、宛如含苞欲放的花蕾似的“木壳”状展馆来展示自己国家的繁荣;阿联酋为了修建自己的展馆——“阿拉伯城堡”,专门用飞机从中东空运来沙漠里的沙子,以营造沙漠绿洲的效果。在所有的展馆中,最受欢迎展馆之一的是荷兰馆,一座被称为“环保三明治”的三层建筑物,它融合了荷兰的各种风光,从沙丘、花园到森林、湖泊,甚至还包括了一座风力发电站。这座占空间极小、层层叠叠的景观拥有自给自足的电力系统和封闭的循环水系统,它充分展示出尖端科技在环境保护以及可持续发展方面所能作出的贡献。

而2005年日本爱知的世界博览会的主题依然秉承2000年举办的汉诺威世界博览会主要宗旨,并在此基础上有了进一步的发展。爱知世博会艺术总监Takuya ONUKI

以这样的语言来形容爱知的世界博览会:“2005年世博会是表达人们重新审视人与自然关系意愿的重要场所”。这次世博会的主题是“自然的智慧”,它包括这样一些内容:

1. 自然的起源:展示包括最新的空间技术、生命科学的发展前沿、信息技术的应用等。

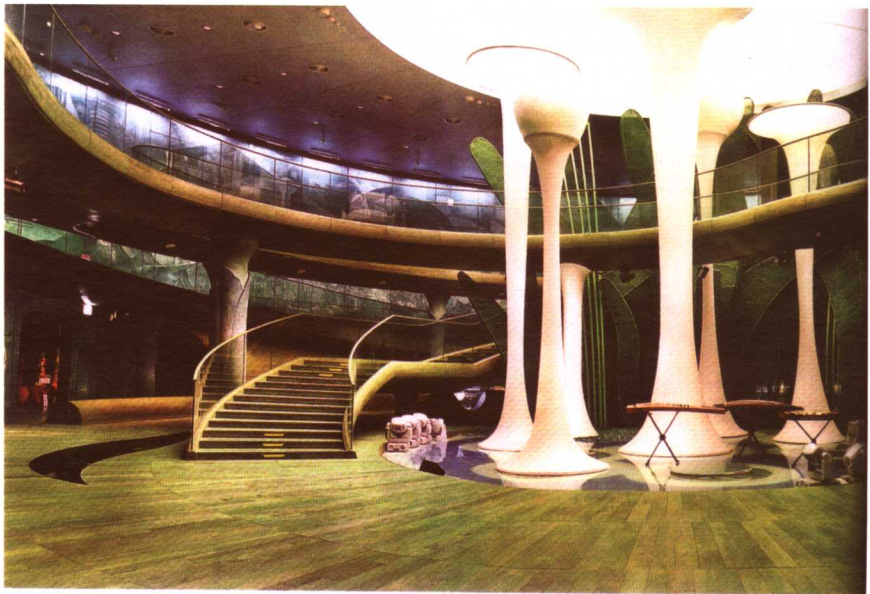
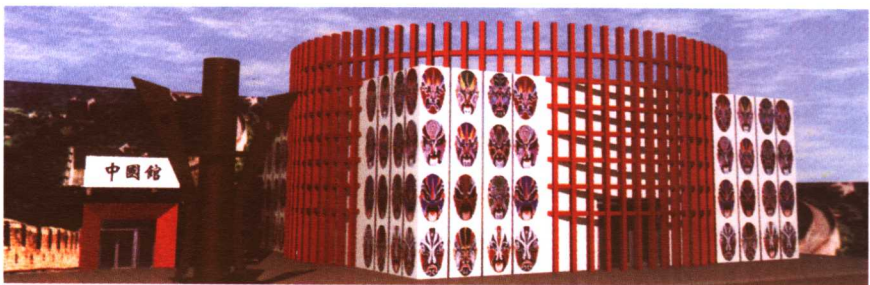
2. 生活的艺术:展示包括尊崇自然的感觉、与大自然和谐相处的生活方式、源于自然的艺术成果等。

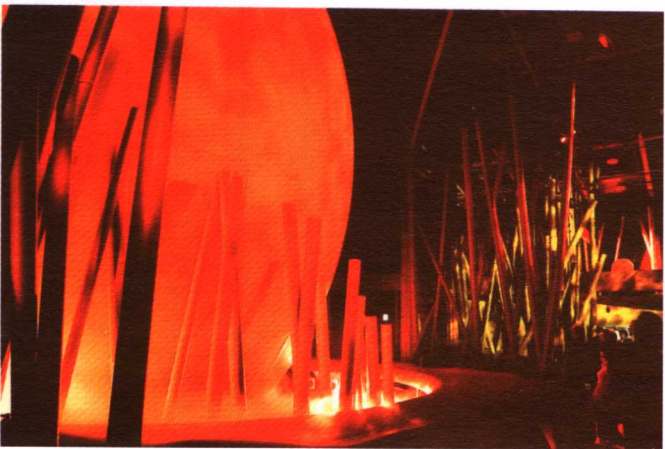
3. 循环型社会:展示包括全球环境的现状和前景预测、气候变化对生命和环境的影响、资源和能源的循环利用和保护。

这次博览会在日本爱知县濑户市、长久手町和丰田

图1-9 2000年汉诺威世界博览会上的中国馆,展馆的外墙装饰有巨幅长城布景和京剧脸谱,显示出浓厚的中国特色。

图1-10 2005年日本爱知世界博览会上的中国馆的馆内设计,生命之树主造型模仿自然界水珠悠然溅起的优美姿态和植物叶脉舒展生长的形态,加以艺术化的提炼,利用中国古老而独特的宣纸制造工艺,结合现代影像投放技术而形成。





市举办。世博会占地面积约为173公顷，分为海上区域和青年公园两部分。举办时间为2005年3月25日~9月25日(共185天)，预计观众数量为1500万人次，而实际参观人数达到了2200万人。

参展对象分为正式参展者(即接受日本政府正式邀请参加世博会的外国政府和国际组织)和非正式参加者(即其他经组织者授权参展的有关各方)。主办方为正式参展国家或国际组织免费建造展馆，展馆内展览场地以及馆外用于展览、演示的场地免收租金。主办方为正式参展国免费提供最大建筑面积为1620平米的展出场地，即5块高度为9米的18×18平米模块，免费建造的场馆，而馆内外设计装修由各国自行承担。

中国贸促会代表中国政府参加2005年世博会，展出建筑面积为1620平方米。展出场地分为正式展示区(约1100平米)、餐饮及零售区(约300平米)、VIP接待室及办公区(约220平米)三个部分。中国参展组织者在与国内外有关机构、专家学者反复磋商后，结合2010年上海世博会“城市，让生活更美好”这一主题，将2005年日本爱知世博会中国馆主题确定为：“自然、城市、和谐——生活的艺术”。

根据这一主题，中国馆的设计方案体现中国传统哲学中朴素而睿智的“尊重自然、回归自然、天人合一”思想。中国馆的设计将自然界的元素、中国文化的元素、中国城市的元素、人类的活动通过现代化的展示手法，有机融合，创造出万物生机盎然、人与自然亲切交流的氛围。馆内部采取二层展示空间形式，实际展出面积为2300平方米。一层与二层展示空间以双螺旋步道连接。中国馆主展馆由五个部分组成：生命之树主造型、华夏文明之旅大型多媒体浮雕墙、紫檀斋、水晶影视厅、中国礼品售卖厅。

图1-11、12、13 2005年日本爱知世界博览会上日本长久手国家馆的展馆内景。

长久手国家馆外型是一个巨大的椭圆蛋状，意喻一个生命的蚕茧。它的最后部分是个虚拟的自然，这是运用光线、声音、香

味、图像营造的展示空间，一个庞大、充满生机、给人豁然开朗的“森林”。我们在“自然”之中，漫步广阔的森林，感受自然的气息，在与各种各样的自然相遇中去发现一些自然和人类的联系。



图1-14、15 2005年日本爱知世界博览会上的中国馆的外立面设计,它采用的是中国传统的剪纸和百家姓的字体作为创作的主题。



14	15
16	
17	18

图1-16、17、18 2005年日本爱知世界博览会上的印度馆的天花设计,它表现佛祖悟道的菩提树的形象,表达的是印度的佛教文化传统。

图1-19 爱知世博会上的企业馆之一：煤气馆，它的主题是：将梦想能源带给人类与地球。煤气馆外观仿佛一个大煤气罐，其设计以富有节奏感的椭圆、周围林立的柱子和缓缓延伸到外周的台阶为特征，所使用的材料为木材，屋顶布置了绿化。

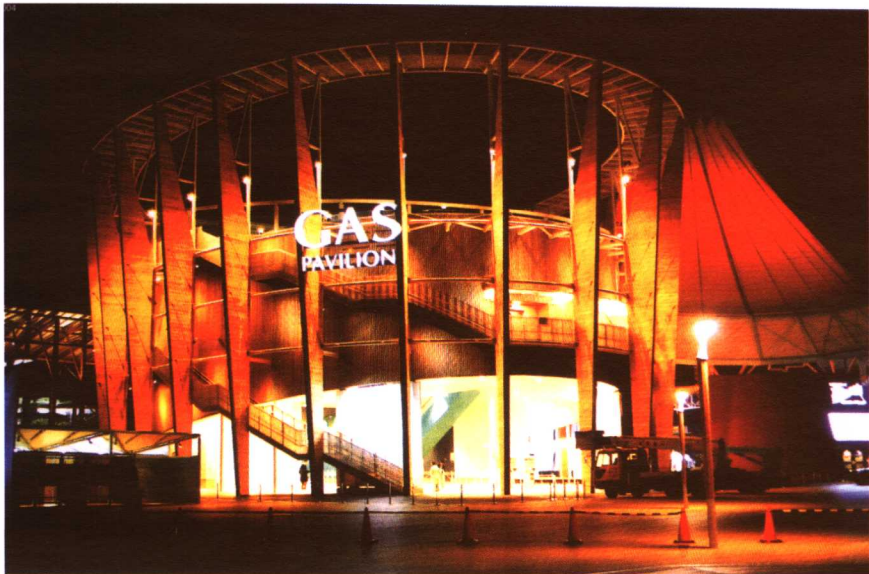


图1-20、21 爱知世博会上的土耳其馆，它的设计旨在揭示森林资源的日渐匮乏是由于人类破坏性开发和气候剧变造成的这一课题。馆体由可再利用的木材制成，整个建筑突出了土耳其传统伊斯兰建筑风格，类似一个雪花造型的几何晶体。

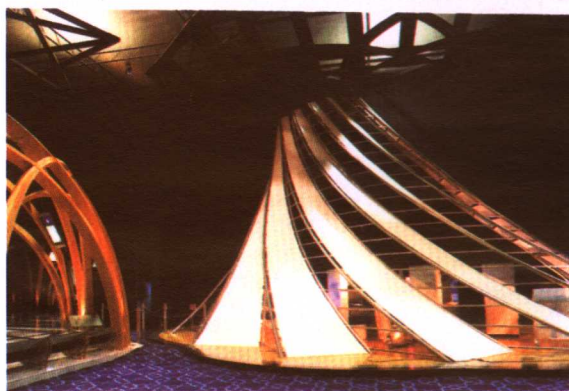
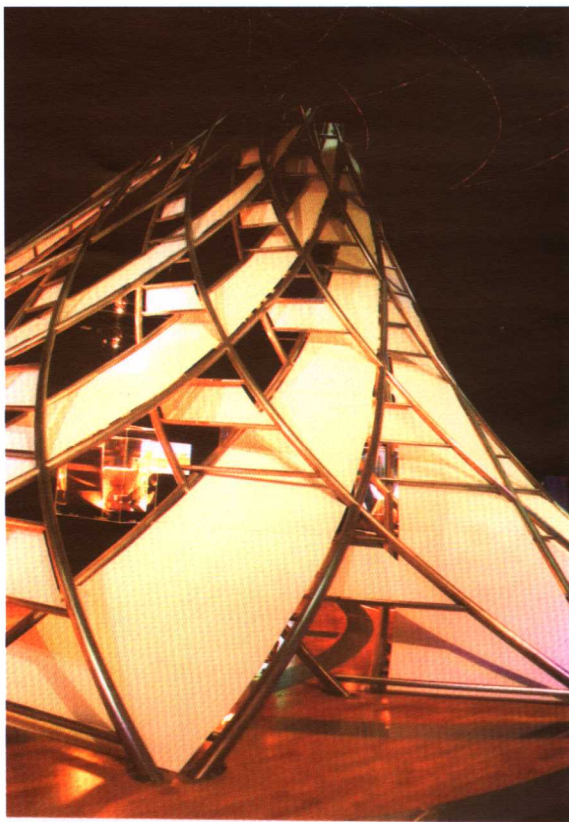


图1-22 2005年日本爱知世界博览会上的希腊馆，建筑还是它永恒的题材。

19 | 20
21 | 22

四、展示的策划与设计

筹办一次世界性的博览会对一个国家来说，也是一次政治、经济、文化和艺术水平的全面检阅。当然这样一次大型的博览会的策划和设计，更是对设计师和其他专业人员的想像力和创造力的挑战。

另一方面，每年频频举办的各类专业的商品订货会、展销会则要求展示设计师在非常有限的时间和空间里，充分展现商品的特色、功能、色彩等诸方面的内容，同时，又要充分考虑布展、照明、经济的因素。生产厂商为了在很短的期间内达到最佳的展示效果，设计并生产了各种标准化的展示器材、各种专用的展示道具，使得展示设计得以在一个标准化、专业化的基础上展开。可以这样说，商业化的展示需求促使展示设计的发展，适应了市场的需求，同时也促进了展示科学和展示设计艺术的发展。所以现代展示设计艺术是建立在高度繁荣的商品经济

和充分发达的现代科技的基础之上的一门跨学科的设计专业。

从展示设计的角度而言，设计的目的并不是展示本身，而是通过设计，运用空间规划、平面布置、展台搭建、道具设置、灯光控制、色彩配置等手段，营造一个富有艺术感染力和艺术个性的展示环境；并通过这一环境，有计划、有目的、有逻辑地将展示的内容展现给观众，并力求使观众接受设计者计划传达的信息。从这个意义上说，各种形式的展示也是一种特殊形式的广告。

图1-23 2005年德国汉诺威电子博览会上企业展位。

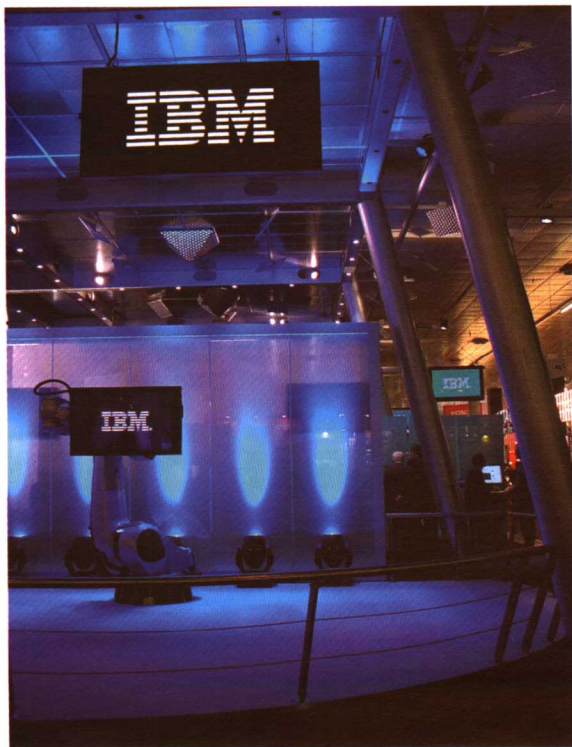


图1-24 气氛活泼的服装商场内的展示设计。





图1-25 2005年爱知世博会上的尼泊尔馆。

本章重点与习题：

1. 现代展示是一门什么性质的学科？
2. 现代展示在各个不同领域内具体有哪些形式？
3. 作为国际性的展示活动，世界性的博览会有哪些特点？