

林福厚 马卫星 著



展示艺术设计



展示艺术设计

展示艺术设计

展示艺术设计

林福厚 马卫星 著

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

展示艺术设计/林福厚, 马卫星著. —北京: 北京理工大学出版社,
2006. 7

ISBN 7-5640-0676-5

I. 展… II. ①林…②马… 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 (2006) 第 046719 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京凌奇印刷有限责任公司

开 本 / 889 毫米 × 1194 毫米 1/16

印 张 / 13.75

字 数 / 316

版 次 / 2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 5000 册

定 价 / 30.00 元

责任校对 / 郑兴玉

责任印制 / 李绍英

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

前言

教育和培训展示艺术设计人才、发展会展事业,对于一个国家和民族的科技进步和经济发展可以起到巨大的推动作用。将近 200 年的现代世界发展史充分证明了这一点,世界先进国家和地区的发展是最佳的实例。

自 1949 年建国以来,我国举办了大量出国展览、向全世界介绍新中国的各项建设成就;对内不断举办综合性和专业性的展览会,教育国民,激励人民奋进,在一些院校开设“展览设计”课,后来开辟“展示设计”专业。自改革开放以来,开办展示设计专业或系科的大专院校逐渐增多,出国办展的省市越来越多,国外来华的各类展览会连续不断,与展览会相结合的专业研讨会也经常在我国召开,定期的国际性博览会、世界园艺博览会也在我国举办,2010 年的世博会还将在我国的上海举办。从党政各级领导到广大人民群众都深刻地认清了培养展示设计人才、推进会展经济的重要性。

为了适应国家和世界经济发展的需要,有关展示设计和会展设计的专业书籍也多起来了。冷静、客观地分析这些图书,可以将其分为三类:一类是图片集(黑白图照外国书上的图片绘成,彩照是翻拍外国展览方面的图书,只有简单的说明,仅能做参考);一类是以专业论著形式出现,但文字叙述比较少,没有说清问题,缺乏具体技术性的知识与技能的传授,实用性较差,彩照较多,主要卖点是大量彩照;第三类展示书籍是文字较多,但论述得空泛和玄乎其玄,读者从书中学不到具体的技能与方法。真正实用的展示设计教材非常少。

为了改变上述状态,笔者拟定了编写展示专业教材的原则:一是文字论述翔实细微,让读者真正学到专业理论知识、设计技法与技能,掌握必要的资料;二是对设计意图的表达手段(方式)、要求及步骤等做出实用性的阐述;三是让读者熟悉和掌握展览实务方面的知识,例如照明的概略计算、电气照明工程图的绘制、展示工程预算与报价、安全问题、出国办展业务与注意事项和展示设计常用的艺术手法等;四是选配典型展示设计图例,便于读者理解。总之,以“简明、实用,避免空洞无物、不误人子弟”为原则编好本书,使之成为真正能学到知识与本事的展示设计教材。

书中除选用编著者本人的作品(黑白图、彩图、彩照)外,还挑选了一些学生作业,在此对他们表示感谢。

在编写此书时,得到日本朋友八鸟治久(Hattori Haruhisa)的热心支持和帮助,他除了提供自己的设计作品照片外,还寄来了许多日本展示道具样本资料供我们选用。在此对八鸟治久先生和日本相关展具生产公司表示诚挚

的谢意。

诚然，由于笔者学识、经验有限，可能想法和愿望是好的，但在叙述和表达上尚有差距，甚至有欠妥之处，所以衷心期望展示界的老前辈和同仁不吝赐教，批评指正。如果本书真正能对展示从业者和展示设计爱好者有所帮助，对学习展示设计的学生有裨益，笔者将感到十分欣慰。

2006年4月于北京

目 录

第一章 概述	1
一、“展示”与“展示设计”的概念和由来	1
二、展示艺术的本质与特征	1
三、展示艺术的功能与作用	2
四、展示艺术设计的范畴	4
五、展示艺术的历史沿革	6
思考题与作业题	9
第二章 展示艺术的空间与摊位设计	10
一、展示空间形态的类别	10
二、展示空间的构成	11
三、展示空间界面种类与形式	12
四、展览摊位的类别与设计要点	14
五、展览摊位的平面型式和优缺点	16
六、展示空间与摊位设计注意事项	18
七、如何使小的展示空间“变”大	18
八、展示空间分隔手段	20
九、展示空间过渡或导引的手法	20
思考题与作业题	22
第三章 展示设计人体工程学	23
一、尺度方面	23
二、色彩的应用	29
三、采光与照明	31
四、人的知觉	31
五、空间环境对温湿度的要求	32
六、空气质量与空气流速	32
七、电磁辐射	33
八、绿化与水体	33
思考题与作业题	34
第四章 总体美术设计与各单项美术设计	35
一、脚本(文案)的编写	35
二、总体美术设计的职责	35
三、各单项的美术设计内容	38
思考题与作业题	39

第五章 展示道具设计	40
一、按结构分类的展具	40
二、按功能分类的展具及其常规尺度	41
三、拆装式展具的活力	44
四、整体伸缩或折叠式展具	45
五、展示道具设计原则	46
思考题与作业题	47
第六章 展示版面设计	48
一、展示版面设计的类别	48
二、展览版面设计所包含的内容及要求	48
三、展览招贴(海报)设计的要点	50
四、展览说明书与样本设计	51
五、参观票券设计	53
六、展览版面的版式类别及特点	53
七、版面设计图的种类与要求	57
八、版面上有关文字的处理问题	58
思考题与作业题	59
第七章 展示图表设计	60
一、展示图表的类别及其用途	60
二、展示图表常用的构成方法	61
三、展示图表的设计原则	64
四、字体的选用	65
思考题与作业题	65
第八章 展示标志设计	66
一、展示标志的形态分类	66
二、展示标志设计常用的构成方法	66
三、标志设计的原则与要求	68
思考题与作业题	68
第九章 展示照明设计	69
一、常用的光学与照明术语	69
二、常用的光源品种	71
三、展示空间照明的类别	76
四、展示照明设计原则与注意事项	78
五、展示照明电气工程图的绘制	80
六、照明的概略计算方法	81
思考题与作业题	83

第十章 展示的色彩设计	84
一、色彩的特性与基本作用	84
二、总体色调的确定	85
三、空间界面色彩与内容的关系	86
四、展示道具的色彩与展品的关系	87
五、展示色彩设计的基本原则	87
思考题与作业题	88
第十一章 商业展示与博物馆陈列	89
一、商业展示	89
二、博物馆陈列	104
思考题与作业题	107
第十二章 展示设计常用的艺术手法	108
一、实物陈列法	108
二、平面展品展示法	109
三、展示的艺术表现手法	111
思考题与作业题	113
第十三章 展示工程预决算、报价与合同	114
一、展示工程造价概算方法	114
二、展示工程造价详算的方法	114
三、国内一般展览工程费用的预算内容和报价	115
四、展会工程合同的签订	118
思考题与作业题	118
第十四章 展示活动中的安全问题	119
一、施工中的安全	119
二、防火安全	119
三、防盗与保险问题	120
四、避免拥堵和损伤事故	120
思考题与作业题	121
第十五章 出国办展业务与注意事项	122
一、提前租赁场地	122
二、展品的包装与装箱	122
三、办理国际货运手续	123
四、报关	124
五、航次费用结算	125
六、展示设计师出国展览设计应注意的问题	125
七、参展团负责人应注意的问题	126

思考题与作业题	127
第十六章 展示设计意图的表达	128
一、图示的形式	128
二、立体的表达形式	130
三、光盘演示	132
四、最佳的表达方式	132
思考题与作业题	133
附录：实用的数据资料	134
1. 我国规定的制图用纸的尺寸	
2. 纸张幅面的国际标准	
3. 纸张的分类	
4. 新闻纸的规格	
5. 我国国标规定的纸张幅面尺寸	
6. 787 mm×1 092 mm 新闻纸裁切开数尺寸	
7. 常用开本及其幅面尺寸（书刊、样本）	
8. 胶合板面积、体积及张数换算	
9. 英寸与毫米的换算	
10. 胶合板标定规格尺寸	
11. 纤维板的尺寸规格	
12. 拉网展架尺寸	
13. 铝合金八棱柱展架组合尺寸体系	
14. 铝合金八棱柱尺寸	
15. 球节展架尺度	
16. 塑料壁纸的尺寸规格	
17. 我国国旗通用的 5 种尺寸规格	
18. 有机玻璃的尺寸规格	
19. 平板玻璃（含磨砂玻璃）的尺寸规格	
20. 各种纸张的尺寸规格	
21. 电化铝纸的规格尺寸	
22. 麦克笔（MARKER）常用品类	
23. 其他展示用工具与材料	
24. 世界著名的展览机构与有关组织	

第一章 概 述

一、“展示”与“展示设计”的概念和由来

对于展示设计这个专业或行业,我国一直称其为“展览设计”或“展览行业”,直到20世纪80年代后期才改称为“展示”、“展示设计”和“展示业”。最早是笔者在展示设计协会编辑出版的《展示》报的发刊词中,建议与世界接轨,启用“展示”(display)、“展示设计”(display design),不再使用“展览设计”和“展览行业”这些称谓。因为展示和展示设计涵盖的面比较宽,它们不仅包含展览会和展览会设计,还包括其他许多方面。而展览、展览设计只是指展览会和展览活动以及展览会设计,不包含橱窗设计和博物馆陈列设计、庆典环境设计、商业空间设计、广告设计、CIS设计等方面,局限的范围狭小。

现今在全世界各国,早已通用“display”和“display design”这两个专业术语了,大专院校设置的也是“展示设计系”或“展示设计专业”,专业民间组织也是“展示设计协会”、“展示业联合会”和“展示专业委员会”等。

display一词来源于拉丁文 displicare,它的原意是专指动物(鸟兽)中雄性向雌性所做出的“求偶”(示爱)的举动和表演,最初一直用在动物学的论著中。后来将display一词扩展并引申为夸耀、显示、展示、演示,同展览(exhibition)、展览设计(exhibit)区别开来。可以用display代替exhibition,但不能用exhibition代替display,这两个词的含义和所指的范畴是不同的,不可随意互换使用。

为了能和国外的展示设计界同行、展示设计机构和展示设计科学研究所更好地进行学术交流,在观念上、设计思维与方法上相一致,在展示设计这个专业称谓上我国必须与世界各国相同,不能顽固地坚持原来的落后观念。

下面对展示和展示设计的概念加以说明。

从前面对展示一词的含义说明来看,通俗地讲,对个人而言是向大众展现自己的风度和气质;对组织、团体、公司、阶层或国家而言,是向外界宣传自身,让公众了解其观念、主张、成就等,扩大其影响,这就是“展示”的基本概念。

“展示设计”的概念,概括地讲,它是对展示的空间环境、展具、视觉传达方式或手段以及光环境,做出完善的规划设计,使该环境条件有利于观众接收信息、受到教育和启迪,这是一种创造性的艺术设计活动。设计师要对观众和展品的安全负责,需要画出必要的图纸,有时要做模型,并要参与到施工与布展中去。设计师要懂展示专业,从观念、技术手段与艺术手法,到实践和因地制宜,要积累大量的经验和教训,才能做好设计。

二、展示艺术的本质与特征

展示艺术的本质与特征可从以下10个方面来说明。

①它和其他工艺美术分支一样,同属实用美术,与社会发展和人们的生活密切相关,不像绘画、雕塑艺术,只是做装饰和欣赏用的。

② 它是具有三维甚至多维空间的时空艺术，不是单纯的平面艺术，而是多维的空间和平面视觉艺术的组合：是让观众按照一定的时间顺序，逐步走进每个空间，去观瞻、体验并深入地了解事物，而不是只看表面。

③ 展示艺术也是环境设计，但它不同于工作环境、生活环境和社交环境设计，而是提供信息、表达一定主题思想的展示环境设计。因此，在空间界面与环境的色调设计、照明设计、建材与装饰材料选用、对视觉传达的要求、在环境中的停留时间长短方面以及对环境中的陈列品的要求、环境对人的影响作用上，展示环境和生活、工作、社交环境是截然不同的，展示空间环境的设计要服从展示的需要。

④ 没有观众也就没有展示，任何展示活动都是针对观众的，也就是必须有观众的参与，有的还需要观众与展示项目互动，展示才能起到应有的作用，办展的经费支出、筹展和布展人员的辛苦劳作才有价值。

⑤ 展示艺术是特殊的舞台美术设计，照明设计（灯光的运用）是至关重要的一环，展示设计和舞台美术设计一样，都必须重视照明。如果只把平面布局、空间形态设计、色彩、道具、版面、标识系统等做好，而没有在照明用光上下功夫，是不会有好的展示效果的，也是展示设计的失败。普通的舞台艺术表演观众是坐着不动的，舞台上的人物、景观、道具在不断地变换。而展示艺术这个特殊的舞台美术则与之相反——展品、道具、摊位或展示空间基本是固定不动的，而观众是不断流动的，从一个空间到另一个空间，从一件展品前走到另一件展品前。

⑥ 为了取得好的展示效果，展示艺术必须充分体现对观众的爱护与关怀，例如：展厅铺地要用柔软材料，展区色彩不要太过强烈、刺激，版面上的文字图片等信息量不要太多，针对不同的展品采用不同的照明方式和照度标准等，都是为了减轻观众的疲劳程度和更好地接收信息。

⑦ 展示艺术设计和展示活动都是团队智慧与劳动的结晶，是任何一个人都不能独立完成的。绘画与雕塑完全可以由一个人来完成创作，但任何展示工作都需要很多人共同协作才能实现，每个人所做的只是局部性的工作。所以，展示设计师必须有团队协作精神。

⑧ 展示艺术是一种与时俱进的传媒手段，从设计观念到展示方式、展示工作与技术，都要不断地更新、改进，充分地利用高科技手段，这样才能使展示取得理想的效果。

⑨ 展示艺术是讲究艺术手法和艺术性的，而且它有一整套的艺术表现手法，从实物陈列法、平面展品展示方法到具象的艺术手法、抽象的艺术手法，都有各自的规律和效用；设计师如果深刻地理解和熟练地运用这些艺术手法，将会使展示的功能得到充分发挥；相反，如果不讲究展示的艺术手法，只是将展品不加取舍地堆砌、罗列的话，就不能称为展示艺术。

⑩ 展示艺术是集多种艺术表现形式于一身的展演，任何展示都不是摆上展品、装上展板就行了，这样是不会取得好的展示效果的；它必须借助照明、音响、电动装置、影视、文艺表演、讲解等诸多形式与手段，才能更好地表达展示内容并吸引观众，从而收到理想的展示效果。

三、展示艺术的功能与作用

展示艺术具有以下 7 种突出的功能与作用。

1. 政治功能

展示艺术从它出现时起就起到了精神崇拜和标榜氏族部落乃至国家的神圣地位、纲领与主张的作用。任何国家、民族、阶级与阶层、集团乃至个人，都可以利用展示艺术宣传自己的观点和主张，扩大影响力，维护自身的权益。

2. 经贸功能

展示艺术不仅能够推动一个地区或国家的经济发展，而且能够促进世界各国的贸易往来。从奴隶社会以物易物的简单商品交换到封建社会以来的集市贸易，再到近、现代的地区性和世界性的各类博览会，这个发展历程充分证明了展示艺术具有强大的经贸功能与作用。参见图 1-1~图 1-3。

3. 促进科技进步功能

展示艺术具有促进科技进步的巨大作用。回顾展示艺术的发展历程，可以清楚地看到：科学技术的新成果都是最先在展览会上公之于众的，每一届世界博览会都会集中展示大量各国的新发明和新兴技术。科研人员可以从展览会上获取大量的科技信息和情报资料，受到启发和借鉴，加快自己的科研进程，走捷径而少走弯路。

4. 教育功能

展示艺术的教育作用也是十分明显和巨大的。展示艺术是人们进行自我教育的最佳方式，人们看过展览都会受到教育和启迪。演讲、看影视节目等宣传教育形式，内容一闪即逝，令人印象不深并容易忘掉；而展览会上的展品都是看得见并且可以触摸得到的，可以从上下、前后、左右多个位置和角度来观赏，并可以较长时间地观看、揣摩和体会，所以令人印象深刻，记忆牢固。网上展示会也没有亲临现场看展览效果好。

公众教育的内容广泛，既包括思想道德教育、政治教育、形势教育、科技教育，也包括文化教育、艺术教育、礼仪教育等。特别是各种优秀的审美教育展示活动，会使观众的审美水平和审美能力得到提高。看展览不仅是接受教育，同时也应该是一种艺术熏陶和享受。所以，展示活动的组织者和设计师必须有审美意识，努力提高展示的艺术水平，增强展示的艺术魅力。

5. 美化功能

展示艺术的美化作用也是很显著的。橱窗展示可以美化城市市容；展览会、博物馆、商业空间、庆典环境、旅游景点和演示空间等的设计可以美化场所与环境；广告和 CIS 设计也可以美化环境和企业集团形象。所有这些都能使观众受到艺术熏陶、得到艺术享受，在心灵上得到净化和升华。

6. 窗口功能

展示艺术能向观众提供一个了解某事物、某学科或某国家等的平台，观众通过这个平台和窗口，可以认识事物、开阔眼界、丰富知识修养、提高综合素质和增添生活乐趣。看橱窗可以了解一个城市的精神文明和物质文明发展程度；看博物馆陈列可以充分了解人类社会文明史和科技史。国外人看我国的出国展览，能够具体、深入地认识中华民族；中国人看自己国家的综合性或专业性展览，能看清国家发展的状况，增

强信心和勇气。

7. 示范功能

展示艺术对观众具有很强的指导和示范作用,能让其知道什么是该做的,什么是不该做的;什么是美的,什么是丑的;怎样去消费和生活等。例如:看样板间展示,观众会模仿展厅中的样板间陈列,选同样的家具、灯具和窗帘,选定同样的房间色调;看毒品和艾滋病展示,观众也会远离毒品和艾滋病,提高社会公德意识。

四、展示艺术设计的范畴

展示艺术设计涉及的方面比较广泛,不能只把橱窗布置、展览会设计和博物馆陈列算成展示艺术设计,而把其他也应属于展示范畴的设计排除在展示艺术设计之外。

按照与国际接轨的观念,我们对展示艺术设计应与世界各国有共同的认识。现今国际上普遍认为展示艺术设计应包含以下9个方面的内容。

1. 各类展览会设计

展览会按内容、规模、展出地点和时间长短等可分为综合性展览会、专业(专题)性展览会、全国性展览会、出国的对外展览会、国际性博览会、地区性博览会、博物馆内的探索性展览会、各类展销会和配合会议的现场展示会等多种类别。从展示的时间上来讲,最长的是展期半年的国际博览会;居中的展期有1~3个月的;一般的展览会展期是7~10天,也有5天的;展期最短的是国际珠宝展,它只展出2天。冠以“国际”的博览会,至少应有5个以上的国家和地区参加。当然,真正的国际博览会参加国家和地区一般都是140多个。

优秀的展览会设计应该在摊位形态或展厅空间形象上下功夫,要新颖、独特,吸引观众参观;在平面布局上要合理,参观路线要顺畅、短捷;版面设计要做到视觉冲击力强、有个性;照明方式的选择、照度分布、光源与光色的选定要恰当;色彩设计要有基调、有变化、有对比;同时要考虑展厅内的空气流速对室内温度、湿度的影响。只有这样,才能取得较为理想的展示效果。

总之,如果展览会的展期是短暂的,色彩设计上可以活跃一些,追求热闹和宣传画般的效果,对展品保护不像博物馆对文物那样严格(文物及珍贵绘画、珠宝展在安全防卫上必须严密),但对参观人流的疏散必须要解决好。参见图1-4~图1-8。

2. 博物馆陈列设计

博物馆分综合性的历史博物馆和专业性的科技博物馆、人文与地质博物馆、名人纪念馆、雕刻艺术博物馆、军事博物馆、民间艺术博物馆、工艺美术博物馆、邮政博物馆、古代绘画陈列馆、近现代画廊等许多种。这些博物馆都对馆内藏品的保护要求极高:馆内陈列室的温度、湿度要恒定;照明光源要不含紫外线;展品防盗设施可靠性要强;要有充足的休息空间和设备,环境要安静,而且没有各种污染源(有害气体、粉尘、噪声、电磁、眩光等),要有绿化与水体等。

在陈列设计上,要采用“流水线”式的陈列方式;色彩要柔和、淡雅,不可强烈刺激;造型与装饰要符合陈列内容的需求(展厅美化与展具设计);文字说明要简明、生动、准确;照明上要按展品所需来选择光源、功率、照度值与显色指数;要“见光

不见灯”、避免眩光；参观路线要设计合理，不产生逆流、交叉，不让观众多走不必要的冤枉路；要根据陈列内容的需要，运用色彩与灯光等手段，创造合适的气氛（环境情调）。参见图 1-9~图 1-13。

3. 橱窗布置设计

橱窗是美化市容的工具，是沟通生产与消费的桥梁，它能引导消费和促进营销，提高公众的审美能力与水平。橱窗设计是经济发展和文化发达的标志之一，因此必须重视这个方面。

橱窗的特点是变换频率快，要随着季节、节日、时局以及展示的意图等变化，不断改变橱窗陈列的内容与面貌，绝不能一年或几年都是一个面孔，更不能将橱窗变成储物仓库使用；只有常变常新，才能使橱窗起到宣传与教育的作用。

橱窗设计是通过构图、色彩与灯光来表现主题思想的，是通过精心地运用一些艺术处理手法来增强橱窗的艺术魅力，以影响观众（顾客）的思想和行为的。橱窗设计要画三视图和透视效果图，还要画陈列用的道具与装饰构件、立体字等物品的三视图与节点大样图或放实样图，以便于布置商品的施工和道具等物品的制作。参见图 1-14~图 1-18。

4. 商业空间环境与设施设计

各类商店为销售商品，首先要将商品展示出来，以便吸引顾客，勾起顾客的购买欲望，才能达到推销的目的，实现其盈利的愿望。

为了能够最佳地宣传商品和吸引顾客，整个商业营销空间，包括商业建筑的周边环境、商店门面、牌匾、店堂内部空间形态、空间界面色彩、照明方式与光色、绿化与休息条件等都要精心设计，符合展示艺术的需要。此外，商店内外的设备与设施，例如户外的照明、绿化、喷水、休息椅、电话亭、垃圾筒和广告牌等，室内的柜台、货架、指示标牌、广告牌、POP 广告、休息椅凳、商品配套营销设施（试衣间、试鞋台或座位、试听室、剪裁台等）以及服务性设施（托儿区、小吃、邮政、汇兑、修理、影视厅、书报亭、公共电话、手机充电站、娱乐厅等）都应按展示的要求来进行设计，要做到环境宜人、商品突出，使销售空间变成享受空间，让顾客“宾至如归”、“流连忘返”。参见图 1-19 与图 1-20。

5. 演示空间环境与设施设计

演示空间指的是讲堂、报告厅、剧场、电影院、游艺室、歌厅、跑马场、运动场馆、健身房、书场等以表演活动为主的场所，这些场所的空间形象、空间界面装修用材与色调、照明方式与光源选择、视觉传达设计、设备与设施的设计或选购等，都要做到环境与设施的视觉艺术设计符合该项演出的功能需求，与展示设计的理念（以精彩的展演打动观众）相吻合。每种演示空间都有自己的特点，这在设计上要反映出来。它们的共同要求是：进入这类环境空间会令人感到舒适、愉快，既能接收信息，又能得到精神上和艺术上的享受。

6. 庆典环境及设施设计

奥运会、亚运会和全运会的开幕式和闭幕式，政治性的节日庆典活动，传统的节日庆祝活动，开学典礼、毕业典礼，企业、公司或酒楼的开业庆典，开渔节的庆典，

结婚仪式等,这些庆典的环境空间的营造及气氛的烘托必须依托建筑空间或室内空间界面、道具与设施、装饰物件、照明设施、色彩搭配、音乐演奏、舞蹈演出、烟花燃放、花环与彩带、灯饰、篝火等,对空间环境、平面布局、立面形象、色调,到装备设施、装饰细节、演示程序等进行精心的设计。

整个庆典活动就是一个有序的演示过程,需要展示设计师充分运用多种展示手段、技术与艺术手法,使庆典独具特色并且极富感染力。

7. 旅游环境及服务设施设计

我国是旅游资源极其丰富的国家,除了已被联合国教科文组织审定批准列入世界自然和文化历史遗产名录的30多处以外,各地区具有文化艺术和历史价值的名胜古迹、特种地理奇观、优美景观景点等不计其数,是许多国家都比不了的。

为了充分发挥这些旅游资源的作用——令人赏心悦目、心旷神怡,使人受到教育和启迪,使人受到鼓舞和鞭策,使人得到美的享受与熏陶等,有关管理者要重视旅游景点的开发与建设,在保护环境和生态平衡的前提下,有计划、有重点地投资,组织建筑师和展示设计师,将各旅游景点环境规划设计好,保持文脉、提升艺术品位;同时要把交通设施、标识系统、配套服务设施(旅馆、饭店、陈列厅、停车场、汽车加油站、纪念品销售处等)都规划设计完善,使各个景点都能尽善尽美地展示自己,让游客心满意足。设计师在这方面有许多工作可做,可以充分展现自己的设计才华。参见图1-21~图1-25。

8. 各类广告设计

各类广告都是展示,其中包括报纸广告、路旁广告、灯箱广告、POP(售点广告)、影视广告、车身广告、人体广告、烟雾广告、招贴(海报)、霓虹灯广告和激光广告等,它们都需要经过精心的设计,并通过一定的技术手段传递信息,影响观众的心理和行为。没有经过设计或者设计不好的广告是没有艺术魅力的。

9. 企业形象(CIS)设计

一个企业的形象设计十分重要,它直接关系到企业的声誉和影响,关系到产品的销售和经济效益,关系到企业的生存发展。

广告宣传投入多,回报也就多。聪明的企业领导者一定会拿出巨额的经费来搞本企业的形象设计的。当然这个形象设计应该是全面、系统的,不是只设计一个产品标志就完了,而是从产品形态设计到标志、包装,从企业的办公楼、生产车间的建筑形象、色彩,到工作人员制服、企业交通车辆、办公信纸信封,再到专用的橱窗及广告牌等,都要经过设计。

五、展示艺术的历史沿革

展示艺术是个既古老而又年轻的专业。说它古老,是早在奴隶社会展示艺术就已经产生,至今也有5000多年的历史了;说它年轻,是因为作为一个重要专业并且得到人们的普遍重视是从20世纪初开始的,随着社会经济的发展,才逐渐形成一个实用的专业学科,到现在只有100多年的历史。

在奴隶社会,由于社会分工和有了剩余,出现了“以物易物”的集市,最初是摆

地摊儿，后来将商品摆在台架上，再后来有了售货的棚或亭子，又有了货币，集市定期举办。这就是人类社会早期的展览会和展示艺术。

至少从封建社会中期起，每个城市都有了出售各类商品的店铺，所有店铺都有自己专用的牌匾、招牌、广告与商品标识，店堂内外有盛放货物的柜子和货架以及展台等展示道具。集市贸易更加频繁，规模也在不断扩大，有的大集市跨省区，并增加文艺演出。这种盛大的庙会式集市贸易推动了当时的经济发展。

此外，在封建社会中期，还出现了收藏书画珍品、珠宝玉器和各种历史文物的私家博物馆（以××馆、××阁和××楼的名字出现），它们有精良的展览建筑，陈列用的道具、设施也比较讲究。这是展示艺术自然发展的初级阶段。

到了资本主义社会，各类商店、各种博物馆逐步增多；商店也加上了橱窗；从19世纪中叶起，专门用于展示的展览馆也逐渐建设起来；各类商业广告也多起来了。展示道具及照明器具从低级向高级发展，有了展示设计师和橱窗布置师这一职业，展示设计的观念和理论逐步建立和健全起来，有了展示道具开发研究部门，出现了专业化的展示设计公司 and 施工机构。

到了现代社会，国际性、地区性、全国性和省市级的展览会，综合性和专业性的展览会日益频繁，出现了国际性或全国性的展示专业协会（例如国际博览会联盟、中国工艺美术学会展示艺术设计委员会等），出版展示专业刊物或图集、专著，组织展示设计竞赛和评奖活动。这是展示艺术极大发展和走向成熟的时期，在我国，许多大专院校把展示设计专业化（作为系科来设置或设这门专业设计课），公众都认识到展示艺术在经济建设和文化建设方面起着巨大作用。

1. 我国的展示艺术

我国的展示艺术历史悠久。我国很早就进入了封建社会，集市贸易很发达，唐朝的城市规划上就有专门的集市区和城坊格局，临街的各种店铺在宋代已很普遍。特别应该提到的是，在隋炀帝时，就曾在今天甘肃武威那里举办过盛大的国际性商业贸易博览会，吸引了西域很多国家的大量客商参加，利用丝绸之路推动了东西方的文化交流和经贸发展。所以说人类国际性博览会的起始年代和地区，不是1799年的英国伦敦，而是7世纪初的中国武威市。在我国整个封建社会里，为少数人服务的各种收藏（图书、古玩珍宝、历史文物、奇石异鸟、花卉等）之馆或阁非常多。我国的西安碑林早在12世纪就建立起来了。

清朝末年，我国有了对公众开放的博物馆和展览馆。1905年在南京市举办过我国首届全国性的博览会。故宫博物院于1919年对外开放。1934—1937年间，青岛水族馆、上海博物馆、南京博物馆相继建成，并在南京博物馆举办了“中国建筑展览会”，共展出古代与近代的建筑模型、图纸、建材与工具等1000余件。抗日战争以前，在杭州曾举办全国性的“西湖博览会”。抗战胜利至新中国建国之前，曾举办过两次大型全国美展。

中国共产党早在革命战争年代就采用连环画、漫画形式教育战士与民众。1939年，在延安曾举办过“陕甘宁边区工业展览会”。在抗日战争期间，在延安及各解放区，都举办过建设展览会、劳模展览会，对宣传解放区的建设成就、支援前线、发展生产和普及科学文化知识等，都起了巨大的促进作用。中华人民共和国成立以来，从首都到各省、市、自治区，都改建和新建了大量的博物馆、展览馆、名人纪念馆和商场商店，举办过许多各类内容的展览会和陈列，由中央和各省、市、自治区组织参加了许多国