

展示设计

设计基础
教学问答
系列丛书

韩子栋 著

河北美术出版社

出版说明

韩子栋 著 河北美术出版社

展示设计

设计基础
教学问答
系列丛书

江苏工业学院图书馆
藏书章

在我国经济、社会迅速发展的今天，设计已渗透到社会生活的方方面面，现实社会生活中对各方面的设计专业人才需求亦日益紧迫，而设计类基础教材和普及类图书较少，需要一种系统化、理论与实践紧密结合的设计类基础教学图书。我们为了满足社会的需求策划了这套丛书。该书特点是以教学问答形式，一问一答，贴近读者，循序渐进，以简洁、生动的语言对各设计专业基础知识和基本技法进行叙述。图文并茂，内容详实，尤其精彩的图片都是近期最新资料，有极强的参考性。

此套丛书适合考生、中专生、大专生及社会上从事设计专业的人员适用。

(冀) 新登字002号

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 韩子栋著. — 石家庄: 河北美术出版社,
2001.6 (2002.5重印)
(设计基础教学问答系列丛书)
ISBN 7-5310-1630-3

I. 展... II. 韩... III. 陈列设计—问答
IV. J525.2-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 030829 号

设计基础教学问答系列丛书 展示设计

出版发行 河北美术出版社

地 址 石家庄市和平西路新文里 8 号

邮政编码 050071

制版印刷 深圳华新彩印制版有限公司

开 本 889 毫米 × 1194 毫米 1/16

印 张 5

印 数 5001-10000

版 次 2001 年 6 月第 1 版

印 次 2002 年 5 月第 2 次印刷

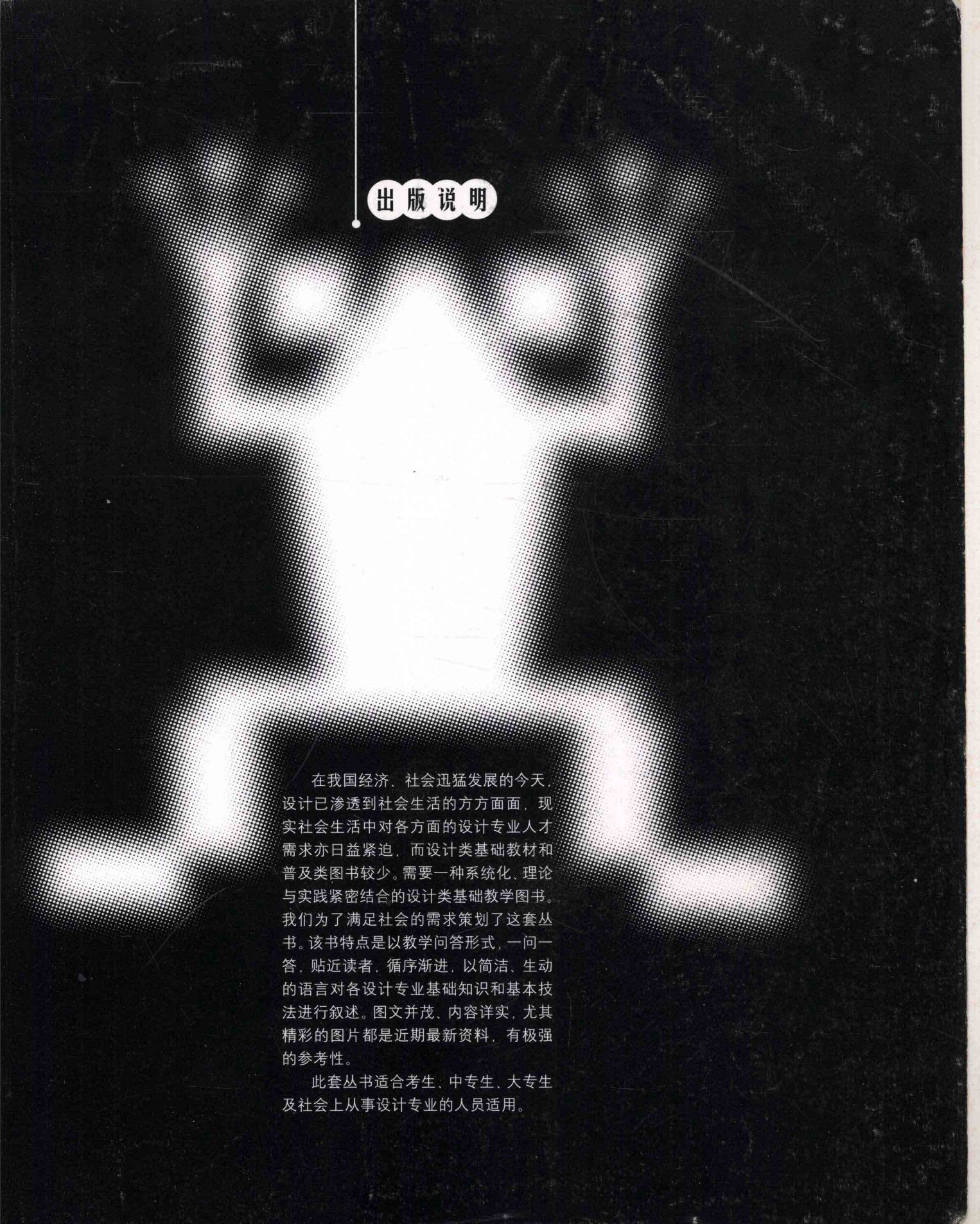
定 价 31.00 元



韩子栋

韩子栋, 1969 年 5 月生于河南省新乡市, 1990 年至 1994 年就读于中央工艺美术学院(现清华大学美术学院)染织服装系, 1994 年获学士学位。

1994 年 8 月加入中国国际展览公司海外展览部。1996 年起, 作为海外展览部惟一设计师, 承担中国国际展览公司及京慕国际展览有限公司所有海外展览设计及施工组织工作, 并在中国国际展览中心来展设计招标中多次中标; 曾与中国国际展览公司工程部、中国贸促会、广交会、长城展览公司等单位合作, 完成大量设计与施工任务。



出版说明

在我国经济、社会迅猛发展的今天，设计已渗透到社会生活的方方面面，现实社会生活中对各方面的设计专业人才需求亦日益紧迫，而设计类基础教材和普及类图书较少。需要一种系统化、理论与实践紧密结合的设计类基础教学图书。我们为了满足社会的需求策划了这套丛书。该书特点是以教学问答形式，一问一答，贴近读者，循序渐进，以简洁、生动的语言对各设计专业基础知识和基本技法进行叙述。图文并茂、内容详实，尤其精彩的图片都是近期最新资料，有极强的参考性。

此套丛书适合考生、中专生、大专生及社会上从事设计专业的人员适用。

目录

第一章 展示概述

一、何谓展示?	1
二、何谓展示艺术设计?	1
三、展示包括哪些种类?	1
四、展示设计师的作用和必备素质是什么?	1

第二章 展示设计基础原理

一、展示艺术形式原理及风格	3
1. 展示艺术形式原理包含哪些因素?	3
2. 何为展示艺术风格?	6
3. 展示艺术风格有哪些类型?	7
二、展示目标和展示场地	7
1. 展示活动的具体目标有哪些?	7
2. 展示场地包括哪些必要因素?	7
三、展示设计要素	9
1. 展示空间	9
2. 展示色彩	26
3. 展示道具	27
4. 展品陈列	35
5. 展示照明	37

第三章 展示设计制图基本技法

一、制图基础	45
1. 绘图要使用哪些工具?	45
2. 展示设计绘图中如何运用几何做图?	46
3. 如何进行面积计算?	48
4. 如何理解公制长度及面积进率?	50
5. 为什么要度量场地? 度量场地有哪些方法?	50
二、平面图	50
1. 何为正投影原理? 什么是平面图?	50
2. 怎样画平面图?	50

三、立面图	51
1. 何为立面图?	51
2. 立面图的来源是什么?	52
3. 怎样由平面引出立面?	52
4. 绘制立面图应注意哪些问题?	52
5. 绘制立面图有哪些程序?	53
四、透视图	53
1. 绘制透视图应进行哪些练习?	53
2. 何为透视图的基本规律?	54
3. 绘制透视图有哪些步骤?	56
4. 透视图有哪些表现形式?	56
五、施工图	58
1. 施工图与展示工程有何关系?	58
2. 怎样绘制施工图?	58
六、展示设计实例	60

第四章 展示艺术作品欣赏

.....	66
-------	----

第一章

展示概述

当今时代拥有许多称谓，如信息时代、网络时代、读图时代、资讯爆炸时代，等等。今天科技进步的步伐速度加快，知识和信息不再被少数人占有而成为大众快餐，人们获取知识的途径越来越多，选择信息的范围越来越大，因此信息的提纯和知识的整合工作显得极为必要。有着悠久历史的展示活动和展示艺术，以其直观、形象、系统、通俗易懂、生动有趣的艺术魅力在这一新的领域发挥着愈发重要的作用。因为“真实而美好”是人类亘古不变的追求，也是展示艺术奉献给新时代的礼物。

一、何谓展示？

展示是以高效传递信息和接受信息为宗旨，在限定的空间和地域内，以展品、道具、建筑、照片、文字、图表、装饰、音像等为信息载体，利用一切科学技术调动人的生理、心理反应而创造宜人活动环境的行为。

二、何谓展示艺术设计？

展示艺术设计是一种以科学为功能基础，以艺术为形式表现，为实现一个精神与物质并重的人为环境的理性创造活动。这样的公共环境，不仅能够传播信息、启迪创造、陶冶性情而且还能培植人们对新文化、新观念和新的生活方式的追求。

三、展示包括哪些种类？

——以内容分类，有经贸展示、人文自然展示、综合性展示、专业性展示、命题性展示等；

——以形式分类，则有博览会、展览会、博物馆陈列、科学中心、遗产中心、纪念中心、自然保护区中心、橱窗等；

——以地区分类，包括地区性展示、全国性展示、国际性展示；

——以规模分类，则有巨型、大型、中型、小型之不同；

——以时间分类，则有长期与短期、永久性与临时性之不同；

——以活动方式方法分类，则有固定展示、流动展示、巡回展示、可以组装的展示等等。

四、展示设计师的作用和必备素质是什么？

展示设计师的作用在于通过提供优越的时空环境和有效的信息传递帮助业主：

- (1) 介绍和评估新产品；
- (2) 扩大市场优势推动新合同的签定；
- (3) 增加订货；
- (4) 扩大销售培训；
- (5) 物色新的代理商、批发商、分包商和销售人员；
- (6) 树立有力而鲜明的企业形象。

展示设计师应具备的素质：

- (1) 个人素质
A. 对人的理解能力。展示设计师应当是半个心理学家，对人性的体察和关怀应贯穿设计的始终。

B. 三维思考的能力。三维空间的理解力和想像力对一个展示艺术设计师是至关重要的。平时多观察、多记录,进行室内设计、建筑设计等训练,皆有助于三维思考能力的培养。

C. 有较强的舞台意识。展示设计与舞台设计有许多相似之处,展示设计师应具备从展示主题中掘取戏剧性因素的能力,简单而生动地强化展示效果。

D. 解决问题的能力。设计师应当具备横向思维能力,善于用非常规的办法,达到出奇制胜、立意新颖的效果,这种能力的实质就是创造力。

E. 沟通的能力。设计师应善于宣传自己和自己的设计,最好的设计师应当是最能展示自己的人。

F. 诠释能力。设计师应将抽象的概念和复杂的信息形象化、情节

化、趣味化,选择尽可能美的形式打动观众。

(2) 专业素质

A. 环境设计素质。包括对内部空间和外部空间的掌握和利用能力,善于在特定的空间里处理人、物、信息及环境之间的关系,还应能根据需要改造或创造新的展示环境。

B. 具备结构力学和材料力学知识,保证公众和展品的安全。

C. 图学知识和技能。设计师必须谙熟工程的通用语言——各种技术图纸,包括投影图、断面图、透视图、施工图、节点放大图,并且能够绘制,设计师必须具备很强的尺度意识。

D. 照明和电学知识。科学技术的发展导致了采光方式和照明器材的更新,设计师应学习掌握电学知识,满足工作的需要。

E. 必要的工艺知识。了解金属工艺、木材工艺、塑料工艺常识。

F. 平面表达知识。版面安排、图形与图表设计、字体知识、摄影技能等都是展示设计师不可缺少的本领,此外,雕版、喷绘、植字、转印、网印、多屏幕幻灯、大屏幕显示、灯箱等实用知识以及各种平面映像技术、光电传播技术、人工智能技术等也应涉猎。

G. 对计算机和配套设备的运用。计算机辅助设计现已普及,掌握最新的软硬件知识,可促进设计思路的拓展与工作效率的提高。

H. 广告的意识。好的展示设计就是展品最好的广告。

第二章

展示设计基础原理

一、展示艺术形式原理及风格

1. 展示艺术形式原理包含哪些因素?

展示美学形式是由建筑、展品、道具、空间、色彩、光线和材质等要素构成的一个整体。展示艺术形式原理包括:秩序、比例、平衡、反复、渐变、和谐、对比、节奏和韵律等。

(1) 秩序。设计就是建立秩序,组织有规律的展示空间形式,使之产生秩序美感。秩序的特质完全取决于规律的模式。规律越单纯整体形式的条理就越严整;规律越复杂整体形式的效果就越活泼。前者富于统一意念,但易产生单调感;后者富于变化与趣味感,但易流于松散。

(2) 比例。比例是在配置与组合过程中,数量上最优化选择的结果,数学里的等差数列、等比数列、

调和数列、黄金分割等,皆是构成优美比例的重要基础。敏锐的比例、尺度观念是展示设计师的基本职业素质。在展示艺术形式中,几乎所有问题都与比例有关,包括三个重点:

A. 运用比例原理获得最美的位置、造型、结构或色彩;

B. 运用不同的比例制造所需的视错效果;

C. 将面积、体积不同的造型和色彩等要素作比例完美的组织。

(3) 平衡。平衡也称均衡,是展示空间各部分重量感相互协调所形成的相对静止现象,包括对称性平衡和非对称性平衡两种类型:

A. 对称性平衡包括左右对称平衡和辐射对称平衡。以中轴为中心的左右对称平衡是静态的;以点为中心的辐射平衡在稳定中具有动感。

B. 非对称性平衡。在一个形式中,两个相对部分不同,但量的感觉却相似,形成的平衡现象称之为非对称性平衡,在视觉效果上灵活而富于变化。(如图2-1)

(4) 和谐与对比。和谐指类似部分和相异部分的统一关系,和谐可带来感官的愉悦,是对展示艺术的总体要求,包含类似和谐与对比和谐两个方面。

类似和谐指细部构成中的相同、相似及反复所引起的谐调感;对比和谐是将不同因素对照安排,产生强烈而明快的效果。和谐因素还存在于材料、工艺、技术和结构方式中,它们直接影响到和谐感的创造。

对比是指部分与部分之间相互加强效果的作用,突出形式要素间的相异性,是一种富于活力的展示表现手段。对比包括:

A. 量的对比——大小、多少、轻重、高低、宽窄、粗细、厚薄、浓淡、明暗、凹凸等；

B. 质的对比——软硬、强弱、干湿、尖钝、方圆、曲直、刚柔、寒暖等；

C. 方向的对比——上下、左右、横竖等。(如图 2-2)

对比的表现形式主要有并置对比和间隔对比两类。并置对比相对集中，作用距离近，效果强烈；间隔对比相对分散，作用距离远，是含有调和因素的对比形式，具有一定装饰效果，在构图上起均衡作用。

(5) 反复与渐变。反复指相同或相似形象的重复出现，并由此统一整体形象，手段单纯，效果具有节奏美。反复分为单纯反复和变化反复两种形式。单纯反复即单一基本形的重复再现，是现代社会崇尚

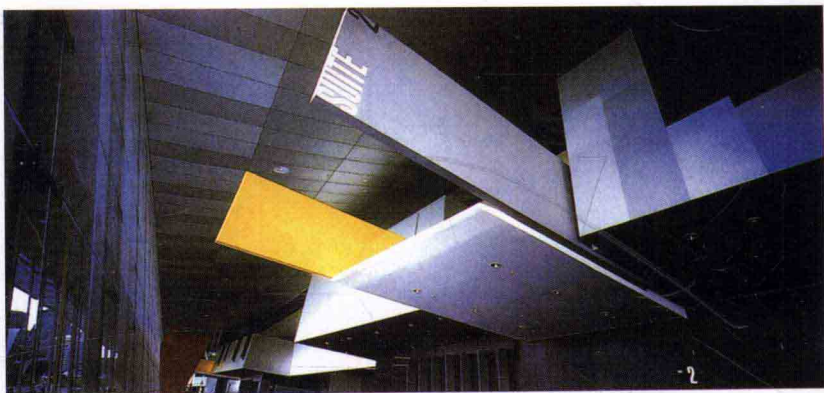


图 2-1 由非对称性平衡所建立的空间秩序。

标准化、追求简约美的产物；变化反复则是在反复中有变化，或者是两个以上基本形的重复出现，能产生节奏美和某种单纯的韵律美，但

变化的层次不宜过多。(如图 2-3)

渐变即形象连续递次近似的变化，是相近形象的有序排列，也是一种以类似求得形式统一的手

图2-2
量的对比、方向对比和质的
对比之综合运用。



图2-3 造型的单纯反复配合照明效果的变化反复。





图2-4 节奏是有规律的重复。

段。只要在对立的要素之间采用渐变的手段加以过渡，两极的对立就会转化为统一的关系，使人产生柔和、含蓄的感觉，具有抒情的意味。在展示艺术实践中，渐变还往往担负着导向、指引的功能。

(6) 节奏与韵律。节奏是有规律的重复(如图2-4)，韵律则是有规律的变化，二者关系密切。节奏是韵律的简化形式；韵律是节奏的深化和丰富。在展示艺术实践中，节奏和韵律使形式产生律动美，使造型具有生命力。节奏和韵律的形式主要包括：A. 渐变的节奏和韵律；B. 起伏的节奏和韵律；C. 旋转的节奏和韵律；D. 交错的



图2-5 韵律的反复、渐变和对比。

节奏和韵律；E. 自由的韵律。(如图2-5至图2-7)

2. 何为展示艺术风格?

展示艺术风格是通过展示手段

体现某种观念或理想的“格调”。格调的形成有赖于这种观念或理想通过潜移默化的方式，施加于展示设计创作的每个细节中，并

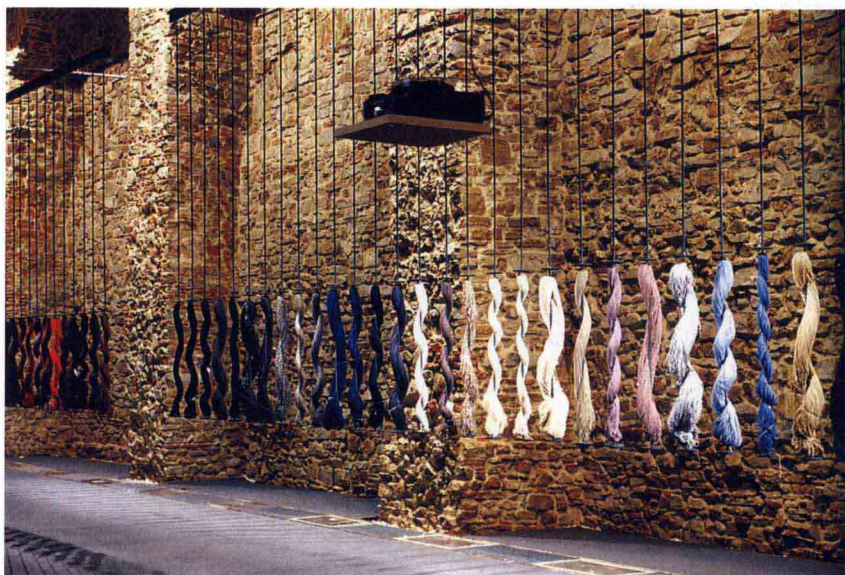
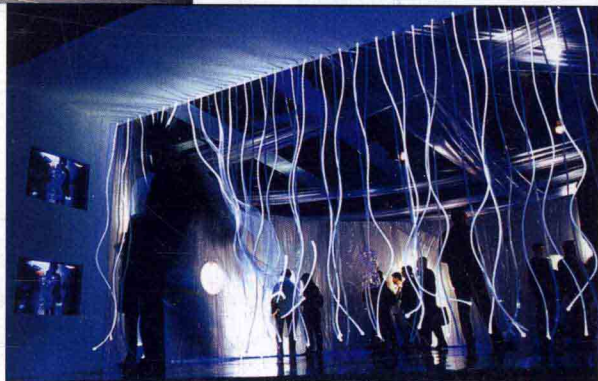


图 2-6

排列模式的节奏美、展品形状的韵律美和展品色彩的渐变美之综合。

图 2-7 自由韵律。



与别的格调相区别。作为实用艺术的展示设计,其风格就是时代的艺术观念与信息载体的统一。因此,风格与展品及材料、工艺是不可分割的。展示艺术是综合艺术,与之相关的诸艺术门类的风格也必将在展示艺术里得到综合反映,时代精神是展示风格形成的重要因素。

3. 展示艺术风格有哪些类型?

展示艺术风格主要有三种类型:一种是设计师所处时代的风格特征,如文艺复兴风格、欧洲新艺术运动风格、现代主义风格、后现代主义风格等等;其次是民族风格,如古埃及风格、伊斯兰风格、中国古典风格等等;第三是个人风格,是设计师个人修养与艺术追求

的表现。

二、展示目标和展示场地

1. 展示活动的具体目标有哪些?

传播信息是展示活动的根本宗旨,展示活动的具体目标如下:

(1) 卖。指抽象的卖——千方百计地炫耀展品,让观众直接观赏并触摸,产生购买欲。

(2) 说服。刺激观众并说服他们接受某种理念,支持某个行动。

(3) 展现。给观众以欣赏展品及了解现代工业文明的机会,从而推动教育的普及和贸易的发展。

(4) 传递信息。介绍一个新产品或新思潮,使公众追随商业、政治或社会的最新发展。

(5) 使人快乐。提供观赏和享受的机会,寓教于乐。

(6) 启蒙。开启人们的心智。

2. 展示场地包括哪些必要因素?



图 2-8

美国拉斯维加斯展览中心场地局部展位划分图，参展公司的名称标注于展位上方，是展示设计师和施工商工作的蓝本。

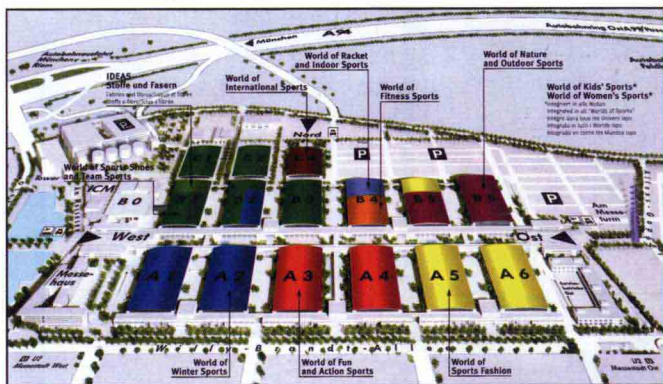


图 2-9

德国慕尼黑展览中心鸟瞰。



图 2-10-A
德国慕尼黑展览
中心展馆入口。

场地是开展展示活动的必要条件,全面掌握场地信息,是展会成功的保证。包括以下因素:

(1) 易进入。便于人员与车辆的出入。

(2) 面积。地面的材料、形状、尺度及其单位面积荷载量。(如图 2-8)

(3) 高度。过顶障碍物；设备、吊车或叉车的运行空间；顶棚的结构和强度以及吊装标志和其他结构的方便性。(如图 2-9)

(4) 日光照明。日光会影响展示照明，应科学地加以利用和控制。

(5) 设施。电源、水源、气源、排水系统的位置等。

三、展示设计要素

1. 展示空间

(1) 展示空间包括哪些组成部

分？

A. 大众空间。也称共享空间，是大众使用和活动的区域，应该留有足够的空间供大众交流而不影响参观者，还包括休息、饮水等空间。

(如图 2-10-A 至图 2-13)

B. 信息空间。是事实上的展览空间，是陈列展品的地方。

C. 辅助功能空间。包括储藏空间、工作人员空间、接待空间。

(2) 展示空间有哪些形式?

具体到一个参展单位, 可选



图 2-10-B
德国杜塞尔多夫展览中心大厅，屋顶为拱形天窗，是自然采光良好的共享空间。



图 2-11
展场通道上方的大型悬挂体，是形成博览会整体风格的重要成分。

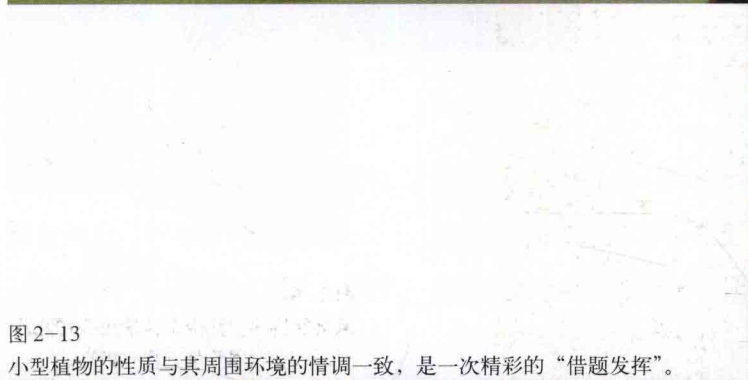


图 2-13
小型植物的性质与其周围环境的情调一致，是一次精彩的“借题发挥”。



图 2-12
观众休息区的舒适性和醒目程度是由悬挂物的面积、高度和色彩营造的。





图 2-14
常见的结构也许会得益于刺激的色彩和精美的图片。



图 2-15
大型灯箱配以图片围成岛屿式空间结构，具有强化品牌之功用。

择的展示空间有如下两种类型：

A. 外向式展示空间。也称岛屿式空间设计，像小岛般自成一体，各个方向都吸引参观者的注意力，并向他们开放。这种结构可以是多层的，规模宏大，且具时代气息，比其他形式更具竞争性。(如图 2-14 至图 2-16)



图 2-16
风格独特的主体造型传达出强烈的动感，也是对展品最直接的解说。

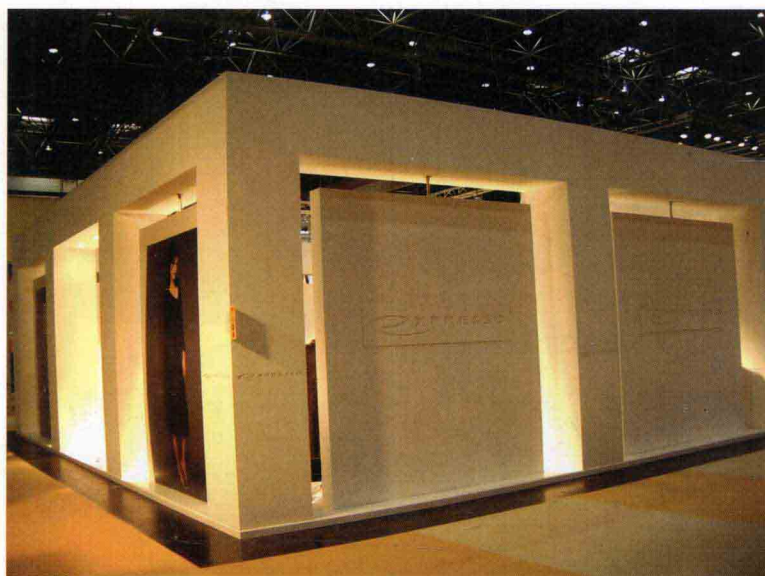


图2-17 四面围起是出于对新款产品的保护。

图2-18 大幅灯箱片弥补了围墙太长的缺陷。



图2-19 结构细密而通透并接近品牌的风格。

