

王金麟 编著

艺术

展示文化



创意开发



天津科学技术出版社



艺术展示

江苏工业学院图书馆
文化创意开发

YISHUZHANSHEYU
WENHUACHUANGYIKAIFA
藏书章

王金麟 编著

天津科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术展示与文化创意开发/王金麟编著. —天津: 天津科学技术出版社, 2009. 7

ISBN 978 - 7 - 5308 - 5219 - 4

I. 艺… II. 王… III. 艺术 - 鉴赏 - 研究 IV. J05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 119048 号

责任编辑: 王 冬

责任印制: 王 莹

天津科学技术出版社出版

出版人: 胡振泰

天津市西康路 35 号 邮编: 300051

电话 (022) 23332377 (编辑室) (022) 23332393 (发行部)

网址: www.tjkjcs.com.cn

新华书店经销

三河市富华印刷包装有限公司印刷

开本 850 × 1168 1/32 印张 8.5 字数 210 000

2009 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 22.00 元

序 言

在艺术学院建立艺术市场开发专业方向，是天津财经大学艺术学院在深化教学改革中，把艺术与经济密切结合的一个很好的实践。

经过几年办学的经验总结，天财的艺术办学理念是符合当前教育教学改革方向的，特别是艺术学院从事该专业的几位教师，在为努力培养适应社会需求的专业人才方面狠下工夫。他们积极认真地深入社会调研，在充分听取相关的高等院校、社会各文化艺术团体，以及中国艺术研究院的专家和著名的美术学专家学者等意见与建议基础上，根据自身学科的特点，培养宽口径、厚基础、高水平的社会应用与管理人才，注重与社会实际需求的结合，并在文化艺术的创意能力、策划文化艺术项目的能力与社会应用能力的全面打造上狠下工夫，积极编写适应社会需求的并具有艺术特色的专业教材。

金麟同志从事艺术教学、艺术管理、行政管理工作的三十多年来，在实践中积累了一定的文化创意的方式方法 and 专业技能的表现方法，在与社会密切联系和实践的基础上，把策展学的专业学科拓展到全方位的文化创意和艺术展示的策划开发上来，把经济学、管理学、广告学、公共关系学、CI 策划、展示设计等

多种学科的文化内涵融合在一起，形成适应时代需求，符合专业主干课的核心教材，并在实际教学中收到一定的效果，受到专业同仁的肯定，学生的欢迎，教学管理部门的重视。

《文化创意与创业》——艺术展示开发与策划，这本教材的出版，规范了美术学艺术市场开发专业主干课程的教材内容，是教学改革中的一个较好的典范，衷心希望该学科在今后的教学实践中，为全面打造和培养合格的艺术专业人才，百尺竿头、更进一步，并取得更大的收效与成果。

中央美术学院史论系教授、博士生导师

袁宝林

目 录

第一章 绪论	1
第二章 展示活动的历史发展和规律	4
第一节 展示活动的原始形式和发展过程	4
一、艺术展示的历史沿革	5
二、近代展示活动的发展	8
第二节 现代展示活动的规律	18
一、世界范围对展示活动的重视	19
二、博览会的特点和规律	20
三、中国对世界博览会的重视	22
第三章 艺术展示活动的范畴	27
第一节 重要性的、历史性的、大型长期的展示	27
一、博物馆的展示	27
二、纪念馆的展示	31
三、展览馆和博览中心的展示	33
四、科技、自然、文物等专项展览馆的展示	35
第二节 阶段性的商业展示和艺术展示	37
一、商业展览的展示	37
二、商业环境的展示	38
三、各种艺术类展示	39

第三节 围绕庆典、纪念、礼仪活动的展示	40
一、庆典、纪念活动的范畴	40
二、展示活动的要求	42
第四节 时间短、涉及面窄、突击性的展示	43
第五节 大型博览会的展示	45
第四章 商业会展、展览馆的文化创意	49
第一节 商业会展的概念	49
第二节 商业会展的分类	52
第三节 现代商业会展的特征	53
一、采取高新科技手段和新媒介	53
二、强调展示环境的艺术氛围	55
三、突出国家民族文化特征与形象	59
四、形成文化、商业、休闲、娱乐一体化的整体 氛围	59
第四节 商业会展整体策划的原则	63
一、商业会展的主题	63
二、商业会展主题的表现	65
三、商业会展总体设计的原则	67
四、商业会展总体设计的内容	69
五、商业会展整体设计过程的表达	72
六、商业会展空间设计与应用	75
七、设计者应具备的能力	85
第五章 标志的作用与文化创意	89
第一节 标志的价值与意义	89
第二节 标志的类别和作用	93
一、商标和标志物、吉祥物	93

二、标志的功能作用	94
第三节 标志的特征	101
一、识别与象征	101
二、审美与造型	102
三、易识别的简洁美	103
四、图形的造型美	103
五、意和形的综合美	104
第四节 标志的类型	105
一、政府和社会组织标志	105
二、公共信息标志	106
第五节 标志的设计原则	108
一、独特性与注目性	108
二、通俗性与通用性	109
三、信息性与文化性	112
四、艺术性与时代性	112
第六章 标志的设计形式与方法	116
第一节 标志的设计形式	116
一、具象表现形式	116
二、抽象表现形式	117
三、文字表现形式	120
第二节 标志的设计技法	123
一、单纯反复	123
二、变化反复	123
三、对比	124
四、和谐	125

第七章 展牌的版面设计与展示道具的设计	128
第一节 版式的设计	129
一、组板的元素	130
二、文字的设计	131
三、图片与图表	137
四、版面的装饰	139
五、版面材料与应用	141
第二节 展架、展台、展板、展柜、灯箱的制作	147
一、展架的制作	149
二、展台的制作	152
三、展柜的制作	154
四、展板的制作	157
五、灯箱的制作	157
第三节 蜡像与雕塑的设置	159
一、蜡像的作用	159
二、蜡像环境的设置	161
三、雕塑的作用与设置	161
第八章 人体工程学在展示设计中的应用	167
第一节 展示布局的尺度分析	168
一、陈列密度	180
二、陈列高度	172
第二节 展示中的视觉分析	173
第三节 视觉传达效率的分析	175
第九章 艺术展示的整体布局	180
第一节 展牌的设置形式	180
一、直线平行式	180

二、曲线平行式	181
三、折线平行式	182
四、隔断平行式	182
第二节 展览的照明设计形式	184
一、展览的照明技术	184
二、展览的照明分类	188
三、展览照明方式与应用	190
第三节 展台、展柜和展架的布置	196
一、展台的摆置	196
二、展柜的摆置	197
三、展架的使用方法	198
四、屏障的设置	201
第四节 合理的展示空间	202
一、合理的观众流线	203
二、有效的展示位置	203
三、安全性和可靠性	204
四、展示的辅助空间	204
五、空间的整体与局部	205
第十章 如何开发艺术展示活动	207
第一节 捕捉展示项目的开发内容	207
一、从政治形式上分析	208
二、从经济方面分析	210
三、从影响人们的思想认识上分析	216
四、从热点上分析	217
第二节 展示策划的方法	218
一、展示策划的内容	218
二、展示策划的形式	220

第十一章 艺术展示氛围的营造	223
第一节 CI 的策划	223
一、CI 策划的三要素	224
二、CI 策划系统的特征	225
第二节 展示环境氛围的营造	227
一、营造展示活动氛围的广告宣传	227
二、场馆外部环境氛围的营造	229
三、组织开幕式	230
四、宣传的其他形式	233
五、场馆内部环境氛围的营造	234
第十二章 草图和效果图的设计	236
第一节 草图设计的准备阶段	236
一、草案形成阶段	236
二、草案扩充阶段	237
三、草案确定阶段	237
第二节 展示平面图的创作	238
一、展线流程的设计	239
二、空间构成的设计	240
三、空间设计的审美性	240
四、草图的创作	241
第三节 展示效果图的创作	242
一、效果图绘制的步骤	242
二、手绘效果图的设计	242
三、电脑效果图	244
第十三章 展示活动资金使用的测算	247
一、无回报经济效益的展示活动	247

二、有回报经济效益的展示活动	248
第十四章 艺术展示的文案策划	254
第一节 策划文案的重要性	255
第二节 文案必备的内容与要素	256
一、撰写展示活动的报告名称	256
二、分析策展的意义和目的	257
三、撰写中心内容的要求	257
四、撰写展示使用经费的预算报告	258

第一章 绪 论

展示设计是现代社会一种有着丰富内涵，涉及诸多领域并随着时代的发展、社会的需求而不断充实、不断推出新的内容的社会行为。它是以环境的设计为表现又涉及诸多的相关学科的内容。通过公共空间设计、室内设计及多种文化内涵的设计创意为一体的综合设计和创意开发。

艺术展示设计在文化创意上，需要创意开发的专业人员，要有深厚的文化底蕴，又要有展示设计技能的专业知识。对于其展示设计的目的、作用有明确的思想指导，又要对社会公众的热点问题、敏感问题和需求有广泛深入的了解。善于捕捉社会的发展点及其内涵，通过艺术展示进行创意开发，从而达到展示的目的和效果。

在展示设计的整体表现上，既要懂得在社会的舆论上引起公众的注视和了解的方式方法，又要通过不同的形式向社会宣传和引导；既表现其内涵，同时在表现形式的设计上，了解如何利用不同的媒介造成声势和氛围，又要在策划的主题上与所要表现的方法和达到的目的相辅相成。特别是在创意的手段上，既要体现出宣传的效果，又要体现出文化内涵。

在各种展示的设计上，既要懂得展示设计的规律、特点，又要在文化的表现方面突出其民族性、时代感和与其吻合的图形、色彩、线条，在整体的设计上还要对 VI 设计、CI 策划的应用了解。

在策划艺术展示的创意上，要根据创意的内容、形式和展示单位要承担的资金使用进行预算，根据展示活动的

有偿或无偿的要求，掌握经济运转的规律，规范资金使用的方法，拿出资金使用运作的手段。

学习和掌握艺术展示的文化创意开发知识，这里包含了艺术理论、展示技能设计、VI设计、CI策划、广告学、经济学、管理学等多种学科文化的渗透和交融，形成一门综合的专业学科。它适应新时代的需求，是完善艺术专业教育的一种新的尝试。它把艺术专业教学的内容与方法转化能直接为社会培养全方位的——既懂艺术设计技能的策划，又能把所要表现的内容通过创意发展现出来的新型艺术专业人才。

当前，我国在改革开放的进程中，按照科学发展观的要求，社会发展日新月异，文化的需求成为时代的强音。党的十七大胡锦涛总书记提出要大力发展文化产业的伟大战略方针，把文化产业的发展提到了一定的高度。为艺术展示的应用与发展提供了一个很好的契机。

今天各种展览馆、博物馆、博览会、商业展示、文化艺术展示等都围绕文化创意开发的特点蓬勃展开，特别是第29届奥林匹克运动会在北京的完美举办，推动了文化产业的飞速发展，展示艺术大有作为已成为当前人们的共识。所以，培养社会应用性的复合型人才是高等艺术专业院校一个不断创新发展的方面。

在美术学科里设立艺术市场开发专业，把传统的美术史论，美学课拓展到艺术整体为社会服务的文化创意性的专业内容。把艺术展示与文化创意开发作为主干课，成为艺术理论、艺术设计和文化创意为一体的新的专业课，是我们天财艺术学院美术学专业教研室广大同志们的共同心声。

在教材编写的整个过程中，编者深入到各个学科领域，广泛征求不同专业人士的意见，特别是在征求了天津财经

大学经济学有关专家、学者意见与建议的基础上，自编了这本“艺术展示与文化创意开发”教材，并在一年多的实际教学中不断修改、充实、完善并撰写出来面世。在撰写的过程中，我们根据本科教学的内容，在培养规格上注重了学科内容的比重和一定高度与深度。同时，通过授课让同学们对本专业课的发展空间和文化需要的广泛，有一个深入的了解。真正理解该学科创意与开发的文化理念是无限的这个规律。

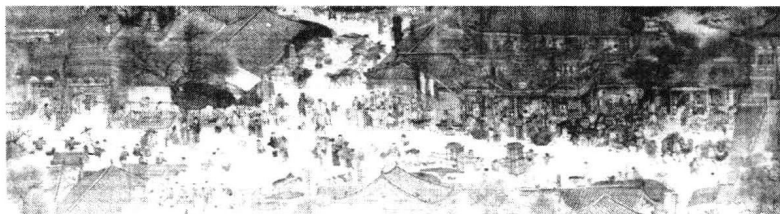
艺术展示和文化创意开发一书的编写，对于艺术展示的文化性、民族性、艺术性需要更多的文化知识支撑，而创新的文化表现，需要更多的专业人士去研究、去探索，使该课程在今后的实践教学中能收到更好的效果。同时希望有关专业人士，提出宝贵意见，以利在今后的教学工作中发扬光大。

第二章 展示活动的历史 发展和规律

展示活动是人类社会特有的一种社会化活动，从古至今数千年的沧桑，随着时代的发展而逐步健全。特别是 19 世纪以来，随着工业化革命的发展，人们越来越重视展示活动，把展示活动作为社会各个方面建设发展的一个窗口，来展示其价值，达到所要收获的目的。而展示活动的方式，也随着社会科学技术的进步不断完善，不断扩充内容方式，成为社会活动的重要组成。为清晰了解展示活动的发展，有必要对展示活动的历史发展过程，有一个全面了解。

第一节 展示活动的原始形式与发展过程

在原始社会的生产力发展到一定阶段，原始的人类生活和生产资料就产生了交换需求，通过交换双方达到满足自己需要的物质。而物质的交换就需要把物品展示出来观

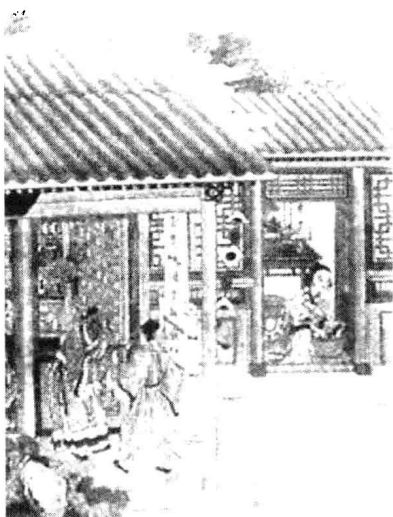


清明上河图（局部） 宋 张择端 作

看，从而使物品展示成了交换的过程与手段。

商品交换的过程中，有意识地展示物品的质量，便成了最初的广告，这种交换的方式促进商品的生产 and 流通，促进了社会的分工，也促进了商业的发展并形成了最初的商业环境——集市。

在集市贸易上人们可以将自己的商品展示在一定的场所内供人选购，甚至为展示这些商品制作一定的道具如：货架、招牌等，可以更好地陈列商品，这可以认为是最原始的博览会的雏形。



明代时期的药铺

一、艺术展示的历史沿革

据史料记载，中国在商周的时代就有专业从事商业活动的商人，到春秋战国时代，出现了洛阳、邯郸等商业集中的都市和一方的大商。历史上著名的绘画——宋代张择端的《清明上河图》，形象地描绘了北宋年间东京汴梁的商业繁荣和商品陈列招牌广告的内容。

原始的展示活动另外一种形式是宗教活动。从原始的图腾崇拜到宗教的偶像崇拜，在一定的意义上来说，大都是以一种展示的形式出现。古代的祭坛、神庙、教堂等实际上就是陈列偶像和其他宗教内容的场所，祭祀或宗教的内容，也就是展示与观赏。一个保存完整的教堂或神庙可