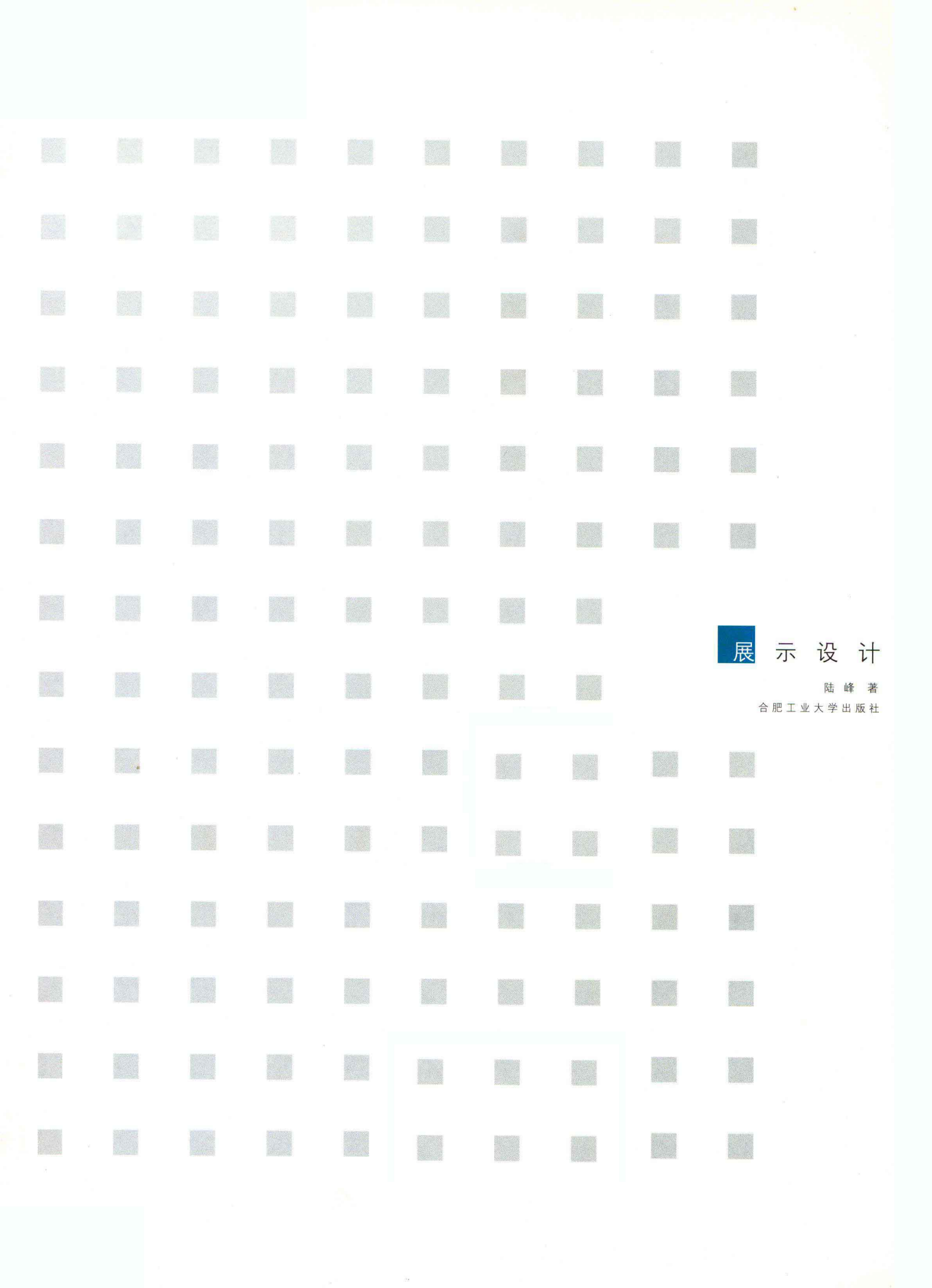


展示 设计

合肥工业大学出版社

陆峰 著

A decorative background consisting of a grid of small, light gray squares arranged in a 10x10 pattern. The squares are slightly offset from each other, creating a subtle 3D effect. The grid covers the entire page, with some squares appearing slightly darker or lighter due to the offset.

展示设计

陆峰 著

合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 陆峰著. —合肥: 合肥工业大学出版社, 2004.8

(现代设计艺术丛书; 15)

ISBN 7-81093-119-9

I.展... II.陆... III.陈列设计 IV.J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第086010号

《现代设计艺术丛书》指导委员会

主 任: 汪学骞

副主任: 陈其工 汪建利

委 员: (按姓氏笔画为序)

方新普 许德生 毕松梅 伊长文 朱文藻 杨长胜

赵雪松 侯大寅 徐建平 徐柳凡 柴阜同 黄 凯

《现代设计艺术丛书》编纂委员会

主 任: 杨长胜 黄 凯

委 员: (按姓氏笔画为序)

卫 国 王小路 王淮梁 王 芳 田恒权 史启新 孙玲玲 邬红芳 朱 鸣

张国斌 陆 峰 吴君绣 何建波 杨 林 承 杰 孟梅林 易 忠 季益武

项 宁 班 石 钱 涛 顾 梅 高 原 康 英 盛 容 程晓玲

展 示 设 计

Display Design

展示设计

著 陆 峰

责任编辑 方立松

出 版 合肥工业大学出版社

地 址 合肥市屯溪路193号

邮 编 230009

电 话 总编室: 0551-2903038

发行部: 0551-2903188

版 次 2004年8月第1版

印 次 2004年8月第1次印刷

开 本 889 × 1194 1/16

总印张 82.5 (本册印张: 5.5)

总字数 2895千字 (本册字数: 193千字)

发 行 全国新华书店

印 刷 安徽国文彩印有限公司

网 址 www.hfutpress.com.cn

E-mail press@hfutpress.com.cn

ISBN 7-81093-119-9/J·11

全套定价: 585.00元 (本册定价: 39.00元)

如有影响阅读的印装质量问题, 请与出版社发行部联系调换

序言

设计教育伴随着社会经济的不断增长而不断地提出新的要求。符合知识经济时代的需求,强调设计具有国际化视野、中国传统文化的特色,是我们今天的工作中心和培养目标。

设计艺术已进入多元化的发展时期,如何更好地搞好设计学科建设,突出特色教学,具有创新意识、宽泛的知识结构和坚定的市场服务意识,是今天我们教育的社会使命和责任。可喜的是:这套由安徽工程科技学院艺术设计系组织编写的现代设计艺术丛书的出版,结合大量的教学成果,不仅能理论联系实际,而且强调创新意识与工作能力培养相结合,无疑对今天的设计教育发展起到促进作用。

教材建设工作是我们积极配合国家教育部精品课程建设的一个举措,也是一项较艰难的系统工程,我们要关心、要鼓励,从理论和学术上给予真切的帮助。没有理论的支撑,就无法进行深度研究,更谈不上创造,没有新的观念、新的思维和新的举措,设计教育将失去导向。

德国卡塞尔大学哥哈特·马蒂亚斯在考察中国设计教育时留下了这么一句话:中国设计艺术类的学生是世界上最有希望的一代,因为这个潜在的市场为他们提供了一个巨大的舞台……。中国的设计艺术教育要在五千年文化和艺术历史的基础上形成自己的教育体系,我们应该思考这个问题。希望我们更多的人来参与中国特色的设计教育理论的研究,不断地思索,认真地去,使我国的设计学科更加成熟,为培养创造性的人才做出自己的贡献。



同济大学 林家阳教授
2004年8月1日于上海

前言

现代社会中,商业竞争日趋激烈,商业展示活动受到极大重视,会展作为产业带来的经济效益和社会效益越来越引起政府与社会的关注。近几年,我国从中央到地方都认识到这一新型产业的重要性,各大中城市积极建设会展场馆,组织举办各类展示活动,大大促进了我国展览业的繁荣。与此同时,一些现代科技馆、博物馆、儿童活动中心、美术馆,也雨后春笋般地兴建起来,构成了较完整的社会教育体系。

展示设计艺术是一门多学科交叉与融合的综合艺术。从表现形式、艺术手段和总体设计上看,它介于工业设计、环境艺术和视觉传达之间,无论归入哪个领域都有不妥之处。展示活动的空间,不是一个简单的空间概念,它充满着人流和信息流的转换,是一个流动着的空间。不仅如此,展示空间还应加入人的感觉因素,注意参观者在参观过程中的心理感受历程。由此可见,展示设计是一门独立并且相对复杂与综合的学科。

与展示业高速发展相比较,展示设计专业人才的培养速度相对滞后。因此,培养高素质的专业设计人才越来越显得迫切。在展示设计教学中应培养学生的综合能力,拓展专业知识面,提高他们的总体设计的能力。

笔者经过十余年的教学与实践,对展示设计相关内容的认识进行了总结。这本书所出版的内容是在整理讲稿和教案的基础上形成的。由于本人学术水平有限及实践经验的不足,在编写过程中一定存在许多不妥之处,衷心希望专业前辈和广大读者予以指正,以便在今后的教学与实践中的改进和完善。

书中选用了安徽工程科技学院学生的部分作品,长江日报社副总编辑陈修诚先生亦为本书的编写提供了部分图片资料,在此一并表示衷心的感谢。

由于时间关系,某些作品难以一一列出作者,而他们的优秀作品为本书增添了生机与活力,在此谨表谢意。

愿本书能对培养展示设计的专业人才起到有益的作用,谢谢。

陈峰

■ 前言

■ 第一章 展示设计概论

第一节 展示设计的基本概念 2

第二节 展示设计的范畴 6

■ 第二章 展示设计基础知识

第一节 形式法则的应用 11

第二节 人体工程学的应用 13

■ 第三章 展示设计基本原理

第一节 展示设计程序 23

第二节 展示的总体设计 24

■ 第四章 展示艺术专项设计

第一节 展示环境的空间设计 29

第二节 展示的照明与色彩设计 34

第三节 展示的绿化设计 40

第四节 展示的版面设计 43

第五节 展示的道具设计 49

■ 第五章 商业空间的展示设计

第一节 现代店面设计 55

第二节 店内展示设计 58

第三节 陈列的构成方法 59

■ 第六章 展示设计制图与模型表现

第一节 展示设计制图 62

第二节 预想图表现法 64

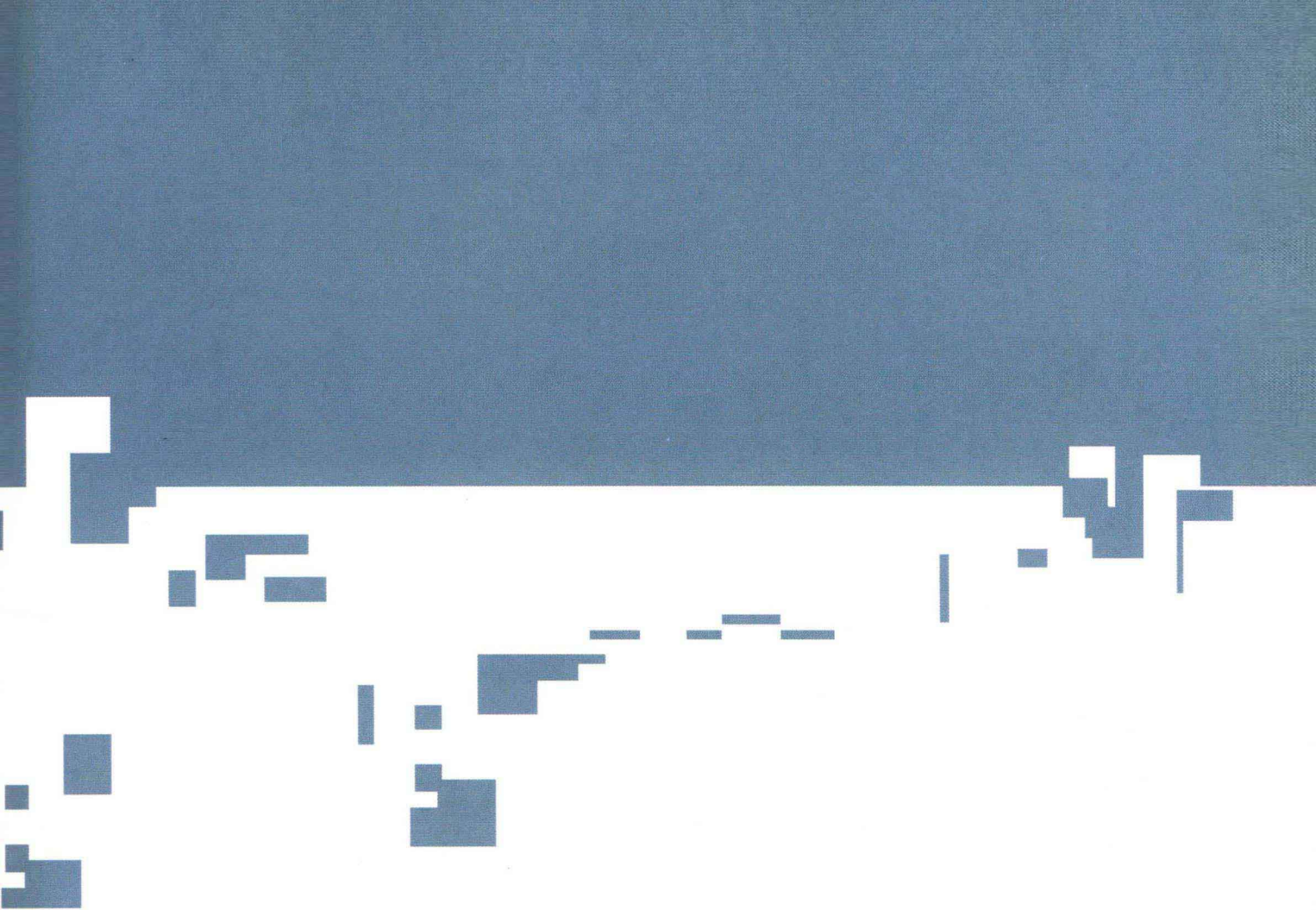
第三节 模型设计与制作 66

■ 第七章 案例分析与作品欣赏

第一节 案例分析 71

第二节 作品欣赏 73

■ 参考文献



第一章 ■ 展示设计概论

DISPLAY DESIGN

第一节 展示设计的基本概念

第二节 展示设计的范畴

第一节 展示设计的基本概念

一、展示设计的含义

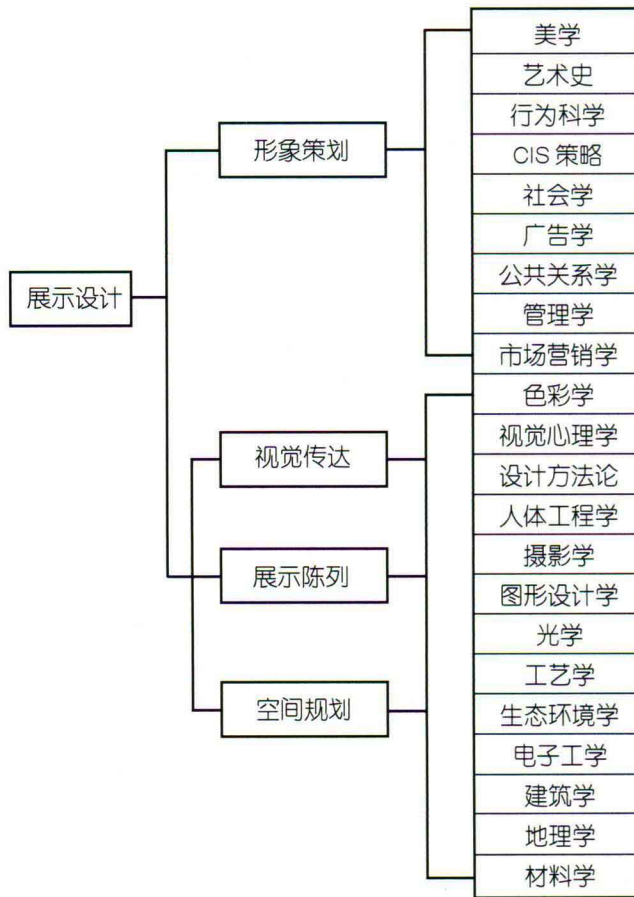
展示, 英文“display”, 它源于拉丁语的名词 *diplico* 和动词 *diplicare*, 表示展现之类的状态行为。人们在日常生活中, 会接触到各种各样的展示活动, “展示”是展示会的简称, 展示的概念是“展览”概念的扩展。所谓展览就是将物品摆出来给人们观看的意思, 而展示活动是强调公众参与活动, 不仅仅是接受信息, 而且要反馈信息, 深入地参与其中进行实践和体验, 这绝不是“览”字所能包含得了的。而“示”包含有明示、暗示、示范、演示等意义, 不仅有静态的含义, 还有动态的含义。

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, 使观者在不知不觉中受到潜移默化的影响, 接受到市场信息, 获得社会科学、自然科学的知识。展示活动已经渗透到人类生活的各个领域, 成为推动社会发展的重要因素之一。

现代展示是一个有着丰富内容、涉及领域广泛并随着时代发展而其内涵不断充实的课题。展示设计是一个以环境艺术设计学科为主, 涉及其他多种相关学科的设计领域。在设计方法和程序上, 展示环境设计具有室内设计、公共空间设计、景观设计及视觉传达设计、工业设计等方面的特点, 但同时它又具有自身的专业特征。展示设计本身已经超脱了上述相关学科, 由“三维设计推进到了四维设计乃至超维设计”, 它的空间已不单纯是一个“上下、前后、左右”的概念, 还充满了人流及信息的转换, 是一个流动的空间, 并且加入了人的感觉因素, 如触觉、嗅觉、听觉等。展示设计本身并不是最终目的, 它是通过设计运用视觉传达手段, 并通过空间规划, 平面布置, 借助道具、设施、照明技术, 对展示空间环境进行再创造, 将信息有目的、有计划地展现给观众, 力

求使观众接受设计者所要传达的信息, 为达到这个目的所进行的综合性设计工作, 即为展示设计。

附: 展示设计学科系统图



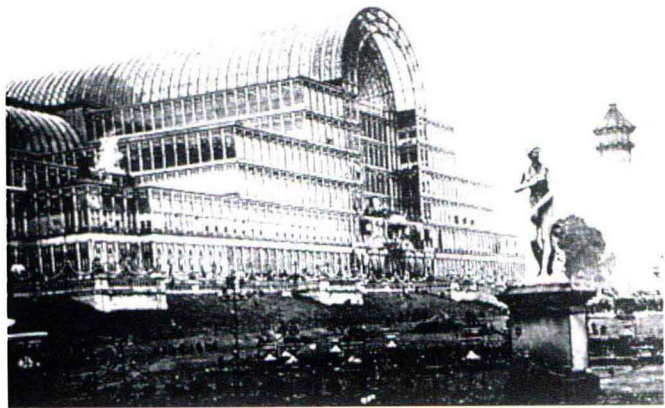


图 101 水晶宫

二、展示艺术的发展概况

(一) 原始形式及初期发展形式

远古时期的“功利主义”思想和图腾崇拜所产生的岩画、陈列偶像、宗教画里的山洞、祭坛、庙宇、神殿，就是最早的展示形式。中世纪初期，随着剩余价值的产生和职业的分工，人类社会出现了商品交易的集市贸易形式。在中国民间传统的庙会上，货物琳琅满目，各种小吃、杂耍、戏剧、民间艺术、手工艺品等穿插其间，形成了集拜神、购物、浏览、观摩等为一体的综合性文化娱乐活动，这就是最初“商品展示”和“展销会”的雏形。世界其他地区的古代展示艺术发展与我国的情况大同小异，也是在集市、庙会等原始崇拜的基础上发展起来的。在欧洲，反映物质文明的展示源于“市集”，“市集”在拉丁语中是“宗教节日”的意思，在德语中是“聚众活动”的意思，这些都足以表明古代组织集市的时间大多选择在某一宗教节日以吸引大众参加。

在封建社会，随着商业贸易活动的繁荣，出现了店铺，产生了商号、牌匾等形象标志，这在史料上均有详细记载，《清明上河图》画卷上也形象地刻画了汴京商号的招牌、商品陈列、店面装饰等内容，这是中国最早的商业展示和视觉传达设计。在西方，博物馆的雏形最早出现在古希腊、古罗马及拜占庭等国，公元前5世纪古希腊特耳菲·奥林匹斯神殿里的一个收藏名战利品和雕塑的仓库，便被看作是博物馆的起源。皇官及达官贵人为了显示自己的富有或者是欣赏古文物的需要，将相传的珍贵宝物、皇室的赏赐珍品、贵重纪念品、出土文物、名人绘画、书籍等等，摆放在私人的陈列室（馆）中。文艺复

兴后期，随着考古学、自然科学和航海技术的发展，陈列室逐步由家庭走向了社会，产生了有关自然、科技、地质、人文等相关内容的社会“博物馆”，其中以英国、德国、法国等发展得最早，尤其是1753年建造的“大英博物院”最为著名。

(二) 中国近代展示活动

在从1840年鸦片战争开始，到1949年中华人民共和国成立的一百多年里，帝国主义列强在经济上对我国进行掠夺的同时，在文化上也不断进行渗透，一批传教士在中国大中城市办起了展示关于自然、考古以及民俗、杂物等方面内容的博物馆、博物院，这对我国展示艺术的发展起到了一定的积极作用。我国第一所博物院创建于清朝同治年间的1868年，由法国神父韩伯录于上海徐家汇建立的“震旦博物馆”，后改名为“上海徐家汇博物馆”。但中国近代的展示艺术发展的根本动因还是离不开中国人自己的努力奋斗。19世纪后期，一些出国人员如外交官、洋务人员、留学生等将国外博物馆陈列艺术的信息，通过书信等形式传入中国，以严复、康有为、梁启超为代表的新派知识分子，大力宣扬学习西方，宣传博物馆陈列艺术具有“广见闻”、“开风气”、“启心思”的社会教育作用，这些主张为中国近代展示艺术的形成做好了舆论上的准备。

我国著名的民族实业家张謇（1853～1926年）将这些主张付诸于实际行动，经过10年的建设，于1905年在南通创办了我国第一个由中国人创办的“博物苑”，分为北馆、中馆、南馆，收藏了自然、历史、美术等文物三千余件。它宣传了现代自然科学和祖国的优秀文化，有着一定的进步意义。张謇主张“欲国之强，当先教育”，认为博物馆与商业展示的性质各异，应遵循“参研学理，确有规则”的原则，对展品进行按时间和分区域陈列。这足以说明他对博物馆陈列设施已进行了系统的研究，并有独到的见解。在张謇创办南通博物苑的推动下，我国在20世纪20年代相继建成了近二十个博物馆，到了30年代，中国的博物馆事业有了更明显的发展，各类展示活动也不断出现。

(三) 世界博览艺术的发展

世界公认的第一届博览会，是1851年5月在伦敦海德公园举办的万国博览会，博览会的建筑是一座玻璃和钢铁构件构成的巨型展览厅，“水晶宫”通体透明、空间开阔，象征着工业革命的成果，由英国建筑师约瑟夫·伯克斯顿设计（图101）。“水晶宫”，建筑物总长1851英尺，象征1851年，高66英尺，宽456英尺，覆盖面积78000平方米，从5月1日开幕到10月15日闭幕的160余天里，先后接待了观众600多万人，共展出精品14000件，其中有英国的机床、机车、冶金、轻纺及细瓷产品，俄国乌拉尔山的白金、皮毛、地毯，法国的家具、化妆品等。通过博览会，欧洲各国之间的交流打破了所有工业国家的封闭局面，促进了工业革命的进程，革命导师恩格斯曾对这届博览会作了这样的评介：“1851年博览会，给英国岛国的封闭性敲起了丧钟。”

历年世界博览会一览表

继英国举办了1851年的博览会后,欧洲掀起了一股举办博览会的热潮。1889年法国巴黎举行了万国博览会,这届博览会的展馆建筑在工程技术方面取得了重大进步,以钢制筒拱形式创造了跨度115米、长420米的巨大空间,为设计师创造性塑造空间提供了可能,并且首创了专业性陈列馆的开设。这次博览会最大的特点是在巴黎玛尔斯战神广场建造了永远令世人赞叹的纪念建筑——埃菲尔铁塔,日后它成了巴黎的象征。这座铁塔高达320米,重为7000吨,塔身有三层平台,从第三层平台276米高处,四周均为玻璃,可供观赏巴黎市容,它为丰富世界旅游文化的内涵做出了贡献。(图102)

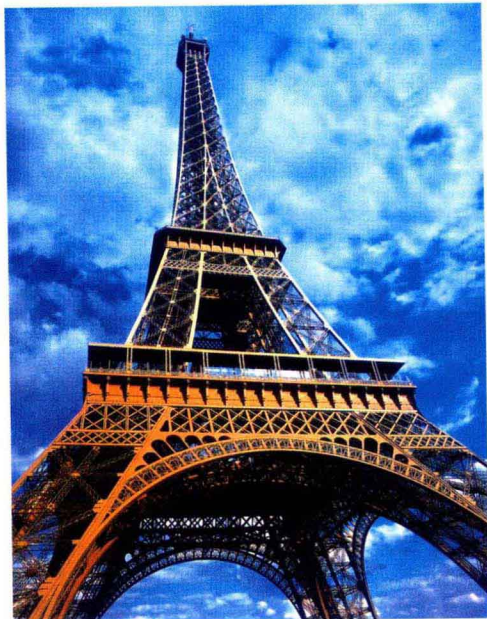


图102 埃菲尔铁塔

1851年	伦敦世界博览会
1853年	纽约世界博览会
1855年	巴黎世界博览会
1862年	伦敦世界博览会
1867年	巴黎世界博览会
1873年	维也纳世界博览会
1876年	费城世界博览会
1878年	巴黎世界博览会
1889年	巴黎世界博览会
1893年	芝加哥世界博览会
1900年	巴黎世界博览会
1904年	圣路易斯世界博览会
1915年	巴拿马太平洋世界博览会
1926年	费城世界博览会
1930年	列日产业科学世界博览会
1933~1934年	芝加哥世界博览会
1935年	布鲁塞尔世界博览会
1937年	巴黎世界博览会
1939~1940年	纽约世界博览会
1939年	金门世界博览会
1958年	布鲁塞尔世界博览会
1962年	西雅图 21 世纪世界博览会
1964~1965年	纽约世界博览会
1967年	蒙特利尔世界博览会
1970年	日本世界博览会
1975年	冲绳海洋博览会
1982年	诺克斯威廉国际能源博览会
1984年	新奥尔良国际河川博览会
1985年	国际科学技术博览会
1986年	温哥华国际交通博览会
1988年	布里斯班国际休闲博览会
1990年	国际花与绿博览会
1992年	塞维利亚世界博览会
1992年	热那亚国际船舶与海洋博览会
1993年	大田国际博览会
1998年	里斯本国际博览会
1999年	中国昆明世界园艺博览会
2000年	德国汉诺威世界博览会
2005年	日本爱知世界博览会
2010年	中国上海世界博览会

世界博览会不仅为参展国家和企业提供了交流和沟通的机会,而且为主办国带来了除可观的经济利益之外的很多其他益处。由于博览会举办的过于频繁及组织工作上的困难,1923年由英、德、法等国发起,在巴黎成立了国际性展示组织——“国际博览会办公署”(简称BIE)。1928年11月22日,31个国家的代表参加了在巴黎的国际会议,签署了世界上第一个关于协调与管理世界博览会举办的“公约”——《国际博览会公约》。国际展览局是该公约的执行机构,成立于1939年,总部设在法国巴黎,宗旨是通过协调和举办世界博览会,促进世界各国经济、文化和科学技术的交流与合作。20世纪80年代末,我国第一次加入《国际博览会公约》组织,代表我国加入的单位是中国国际展览公司下属的“北京国际展览中心”。经国务院批准,并获国际展览局确认,中国国际贸易促进委员会以国家名义,于1993年5月3日正式申请加入国际展览局,并于1999年12月被选为该局信息委员会会员。

三、展示活动的作用

展示活动是一个复杂的人与物、人与人沟通交流的过程,是一种宣传性很强的社会意识形态,具有上层建筑的性质,它能够影响社会的和谐与稳定,涉及到政治、经济、文化、教育、生态环境等范围。展示活动的作用可归纳为以下几个方面:

(一) 经济作用

参加各类展示活动,是各厂商进行市场调研、产品开发与促销以及市场竞销的重要手段和途径,他们借此可以获取产品情报与市场情况,推销产品,拓展市场,从而达到事半功倍的效果。因此,各厂商都会投入相当大的精力,参与各类博览会、展览会、交易会、展销会等。各类商场、超市、专卖店、网络及电视购物也是现代展示活动的主要方面。“会展产业化”已成为21世纪展示文化发展的方向,一些城市和地区花费巨大资金进行投入,除完成特定的信息交流目的外,

还可以促进当地的各项建设和振兴旅游服务业以及引发各项投资,使当地经济得到发展。

(二) 教育作用

教育的功能是展示活动的基本功能之一,展示活动所起的教育作用是一种社会教育。由于展览具有公开性、真实性和形象性,所以容易被广大社会公众认识、理解并产生共鸣,它可以有效地补充学校教育的不足。各种展览馆、陈列馆、纪念馆、美术馆、现代科技馆等已成为全社会的文化教育中心,让公众从“百闻不如一见”的真实感受中学习更多知识,提高自身素质。

(三) 拓展旅游、弘扬文化作用

由于社会发展,经济生活水平不断地提高,人们对于出行旅游的需求越来越大,地域经济的完善和多样化使地方文化发展迅速,一些地方以自己独特的人文、自然文化特征为展示主题,以吸收游客促进本地经济发展,这成为一种潮流。人们对不同文化的追求和对不同特色商品的消费欲望,促进了全世界范围内的旅游经济与旅游文化的大发展。各类民俗博物馆、地域特色文化博览馆、展览会,伴随着地方特色的商品展示,成为现代社会的又一重要组成部分。

(四) 促进社会发展作用

现代社会中,人与人之间、组织与公众之间都必须建立和保持相互沟通、了解以及接受合作的渠道,接受信息并且能够做出反馈,共同处理问题并解决大量纠纷,这就需要一种符合道德标准的沟通渠道、技术、形式。而展示活动就是一种感染力较强的沟通工具和有效的宣传手段,是一个国家、地区、部门、组织、企业以及个人的形象缩影。展示活动凭借实物、图表、道具、音像资料、现场演示和流动的空间,比文字宣传和口头说教更具说服力。真实的实物、精致的版面、动人的音乐、动感的画面和独特的造型艺术、空间艺术的相结合,创造出的引人入胜的展示效果,可以塑造完美的现代社会形象。

第二节 展示设计的范畴

现代展示所包含的范围十分广泛,已经深入到了人类生活和社会发展的各个领域,呈多元化发展的趋势。不同的表现主题、展示活动的目标及表现形式的规律与特征都有所不同,了解、熟悉展示活动的类别特征,对有目的地进行展示活动的组织与设计工作有很大的指导作用。

从展示的内容进行分类可分为:综合型、专业型、展览与会议结合型。

从展示的目的性进行分类可分为:观赏型(各类博物展、珍宝展、美术作品展)、教育型(各类成就展、历史展、人物事迹事件宣传展等)、推广型(各类新成果、新产品、新技术、新成就、新方法展等)、交易型(各类展销会、交易会、洽谈会等)。(图103)

从展示的手段进行分类可分为:实物展、图片展、样本展、综合性展等。

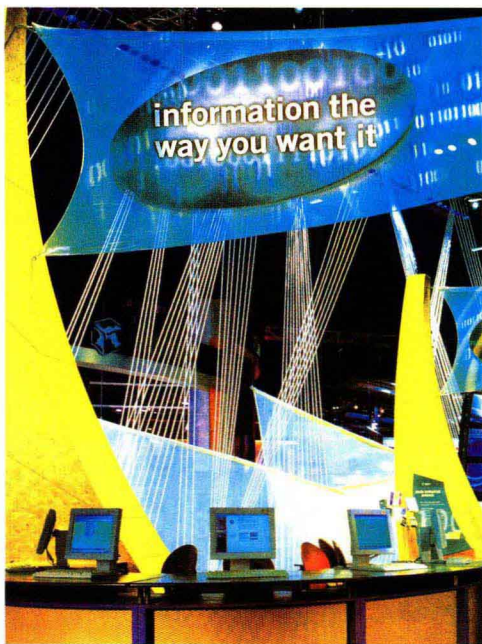


图103 展览会设计(设计: Thinc 公司)



图104 民族服装展览



图105 展览会设计

从地域区划参展进行分类可分为:地方展、全国展、国际展、地域性展等。

从展览的规模进行分类可分为:大型展、中型展、小型展、微型展等。

从展览的时间进行分类可分为:固定长期展、定期展、不定期展、短期展等。(图104)

从设计形式角度来看,可将展示设计归纳为:展览会设计、商业展示设计、博物馆设计、演示空间设计、庆典环境设计、旅游环境设计等。下面就几种类型进行阐述。

一、展览会设计

展览会设计主要包括各类展览会、展销会、交易会以及博览会的设计,此展览既有一定观赏功能、教育功能,又有拓宽销售的作用,往往具有很明显的时间性和季节性,在展出的内容、时间、规模和形式上具有很大的灵活性。(图105)

博览会大多由政府或国家认可的社会团体出面主办,其宗旨是促进人类经贸发展和文化科学进步。主办方通过正式外交途径邀请其他国家参加,并且经过“BIE”批准的博览会称作“国际博览会”。博览会是一个国家形象、行业形象的塑造,应体现出民族特色、时代观念、时代特征、高科技手段应用和现代工业水平等。

交易型展览是现代社会经济生活中的一个重要组成部分,它是商业性的,各参展单位在指定的展区内展出自己的产品或服务,期望与买主做成现货或期货交易。一般在这样的展览会上,既可以同商人洽谈大宗买卖,又可设置专卖品销售部,直接售货给广大参观者。专业性较强的交易会,对来宾均要求专业相对“对口”,可有计划地组织报告会及座谈会,如我国的“广州交易会”、“上海工业博览会”等均属综合型



图 106 展览会设计



图 107 店面设计(上海)



图 108 橱窗设计(香港)



图 109 博物馆设计

交易活动,进口、出口、中外合资经营、来料加工、引进资金等都是活动涉及的内容。在展览会上,成功交易是一切参展商所期望的,如何在竞争中显示出自身产品形象与公司形象的特征,给观众留存最佳印象,争取到最多的订单,这是衡量展览设计成功与否的重要标准。为了达到这个目的,在设计上应注重创造丰富、活泼和热烈的气氛,追求造型形式多变、色彩鲜明,以达到给观众留下强烈印象的效果。(图 106)

二、商业环境展示设计

商业环境是指各类商店、商场、超市售货亭、宾馆、酒店等商业销售环境。商业展示设计可分为店内商业环境设计与店外商业环境设计,如店面设计、橱窗设计、POP广告、CIS设计(专卖店)、室内设计等。(图 107)

各类琳琅满目的商品展示的主要功能是商品销售,通过各种手段,准确、快速地向顾客传达信息,给顾客强烈的视觉冲击力并留下深刻印象,使之留连忘返,产生购买欲望。这就要求购物环境的设计必须采用适合于销售商品陈列、展示方式,灯光照明、货架、展台、柜台造型、色彩、POP广告等的设计,既要醒目,方便顾客购买,又要与室内装修风格相协调。

广告橱窗是购物环境的一部分,它既是商业窗口,又是城市景观之一。商店橱窗没有固定规格及模式,可采用封闭式、开敞式与半开敞式等形式。设计中除充分展示商品功能外,还应充分利用色彩调配、照明等手段,突出商品的最佳形象。(图 108)

三、博物馆设计

博物馆(历史博物馆、自然博物馆、科技博物馆等)陈列展示有四大职能——信息搜集、学术研究、解释、陈列观赏,其社会功能主要为专业研究和社会教育提供良好的环境和条件,寻求知识、接受教育是观众走进博物馆的主要目的。(图 109)

博物馆陈列设计的要则有以下几点：

（一）真实性

陈列的物品不仅要博而且要真实，陈列实物是博物馆的基础，对展出实物应博采且需大量的真迹和原件，这样才能展现全貌及体现珍贵，并确保其真实性。

（二）规律性

陈列时的物序、时序应清晰明了，以便观众从中发现规律。可根据博物馆的规模和主要目标观众的需要，决定其年代时序或地域分布、物品门类等陈列的形式，小型、专题性的博物馆，可采用长期固定的方法陈列；大型综合性博物馆，采用部分长期固定陈列、部分灵活常变的陈列形式。

（三）历史、自然回归

历史博物馆陈列设计应让人在回顾历史的同时，产生超脱现实、跨越历史长河的回归体验；自然博物馆、植物园、



图 110

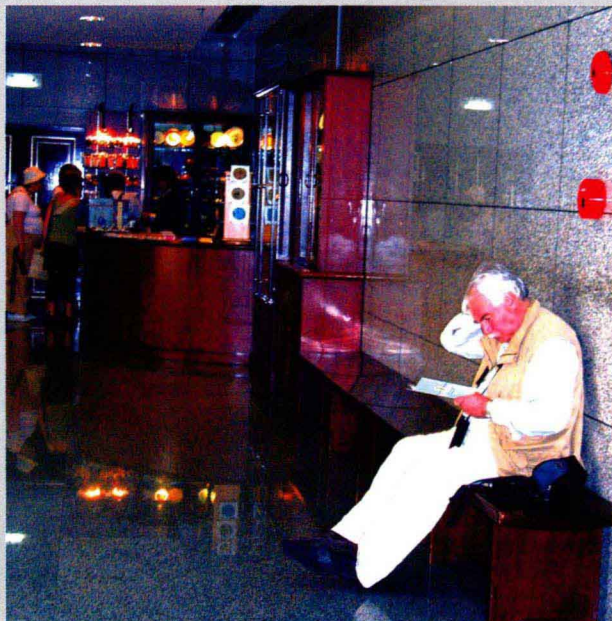


图 111 休息空间

动物园的展示设计，应给观众产生自由自在地回归到大自然怀抱的心理状态；科技博物馆的设计，应让观众通过对智慧的展现，看到人类科技文明的丰硕成果；现代科技馆则着重于对现代科技成果的展示，加强时序的对比与技术的对比，能强化观众的回归感。

（四）独特的美感设计

不同展示内容的博物馆会显示出不同的美感设计特征，自然博物馆应呈现出自然之美，科技博物馆应呈现出科技之美，历史博物馆应呈现传统之美与残缺之美（如罗马、雅典的残壁断柱等历史遗迹，可以让观众通过对残缺美的感受，感受到历史的风尘，看到人类早期的智慧之光）。（图 110）

在进行博物馆展示设计时，我们首先要选择适当的陈列

密度，陈列面积应占陈列室地面与墙面面积之和的 40% 左右；其次要选择合理的空间布局、短捷的参观路线及合理的休息区域，通常每隔 600 平方米至 800 平方米，陈列区域就应设置一个休息空间；再次要确定独特新颖符合时代特点的设计形式，确定统一的色彩基调，创造出符合主题要求的意境；最后对陈列的展品要防止丢失和注意保护，展品的陈列区域应设置恒定的温度与恒定的湿度，还要避免紫外线等对展品的伤害，避免对观众视觉产生刺眼的眩光。（图 111）

四、演示空间设计

剧场、影院、音乐厅、歌舞厅、报告厅、服装表演等展示空间的环境气氛设计各有不同的特点及使用要求，空间规



图 112

模、布置装饰、道具使用等功能要求的不同也随之变化,如音乐厅设计对音色、音质的要求较高,歌舞厅则要满足视觉的需求。(图 112)

演示空间设计应包含观众的使用部分、辅助设计部分以及演出空间部分的环境气氛,包括各类展示牌、绿化、照明、服饰、道具、设备、音响、灯光等内容。设计中尤其应注意的问题是合理设计出动态空间(演示)与静态空间(观众)的环境气氛以及空间中互动关系的衔接。(图 113)

五、庆典及旅游环境设计

一些重要的节庆活动、礼仪活动,需创造一个符合其内容气氛的环境。如大型的游园活动环境,如何进行平面布局,悬挂彩旗、搭建彩楼、陈设植物等都属于展示设计范围。大型运动会的开幕式、闭幕式等需要结合现代科技的手段进行综合设计。

在对旅游范围内的名胜古迹、观光点、植物园、动物园等环境进行设计与布置时,保护和突出各类文物古迹及观赏品是设计的首要任务,在这些环境设计中还应注重道路、观众止留空间、导游平面图、环境设施、休息区域、绿化、广告标牌等内容的设计与总体环境气氛要求相一致,使游客流连忘返。



图 113 服装表演空间

第二章 ■ 展示设计基础知识

DISPLAY DESIGN

第一节 形式法则的应用

第二节 人体工程学的应用