

高等学校设计类“十二五”规划教材

展示设计

Display Design

郭立群 郭燕群 主编



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



高等学校设计类“十二五”规划教材

展示设计

Display Design

郭立群 郭燕群 主编



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

展示设计/郭立群,郭燕群主编. —武汉:武汉大学出版社,2012.5
高等学校设计类“十二五”规划教材
ISBN 978-7-307-09618-9

I. 展… II. ①郭… ②郭… 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(2012)第 037014 号

责任编辑:胡 艳 责任校对:黄添生 整体设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)
(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北恒泰印务有限公司

开本:889×1194 1/16 印张:9.75 字数:344千字

版次:2012年5月第1版 2012年5月第1次印刷

ISBN 978-7-307-09618-9/J·179 定价:35.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

高等学校设计类“十二五”规划教材编委会

- 顾 问：何人可 过伟敏
许喜华 赵英新
- 主 任：杨 正
- 副 主 任：李春富 许开强 汪尚麟
李 理 梁家年 尚 淼
刘向东 生鸿飞 杨雪松 蔡建平
- 成 员：（按姓氏笔画排序）
尹继鸣 邓卫斌 生鸿飞 刘向东
许开强 李 理 李良军 李春富
杨 正 杨雪松 肖 畅 汪尚麟
尚 淼 庞爱民 胡 康 胡雨霞
郭立群 黄朝晖 梁家年 程智力
温庆武 路 由 蔡建平 管家庆
- 参编单位：武汉大学
华中科技大学
中国地质大学
华中师范大学
湖北工业大学
武汉工程大学
武汉科技大学
武汉科技学院
武汉工业学院
湖北美术学院
湖北民族学院
广西师范学院
桂林旅游高等专科学校
广西北海职业学院

前言

随着社会经济的高速发展，展示活动的形式越来越多、内容越来越广，并深入到我们生活的方方面面，这便对展示设计提出了更高的要求。本书的编写，意在能为学校广大师生及社会展示活动相关从业人员提供一个展示设计学习、借鉴和交流的平台。

作者总结多年的展示设计课程教学经验和体会编写了本教材，在编写时非常注重展示设计知识的系统性与全面性，同时考虑其实用性与应用性，书中既有展示设计概念、本质、分类、发展历程等基本理论知识的讲授，也有展示空间设计视觉要素与运用、展示陈列与道具设计、展示版面设计、展示照明设计、展示色彩设计、展示设计程序与表达、新技术运用等应用知识的介绍。同时，本书针对展示设计范围广、涉及面宽等特点，在第九章专门设置了博物馆设计、商贸会展设计、商业展示设计、庆典礼仪环境设计、展演空间设计、公共环境中的展示设计等展示专题设计知识；对于展示活动中历史久远、影响大的世界博览会，专门利用第十章做了较详细的介绍，以普及相关知识；在第十一章列举了部分学生优秀展示课程设计作品，供广大师生交流学习。

本书在编写过程中，得到了很多人的支持，在此深表感谢。特别是陈霞霞和张欣欣两位同学为本书的图片资料整理付出很多心血，一并表示感谢。本书虽然力争保质保量，但仍不免存在一些问题，恳请各位同仁、专家批评指正。

郭立群

2012年5月

++++ ++ +

CONTENTS
目 录

第一章 展示设计概述 ▶▶ 001

- | | | |
|-----|-----------|-----|
| 第一节 | 什么是展示设计 | 001 |
| 第二节 | 展示设计的本质 | 001 |
| 第三节 | 展示设计的分类 | 002 |
| 第四节 | 展示艺术的发展历程 | 005 |

第二章 展示空间设计 ▶▶ 006

- | | | |
|-----|----------------|-----|
| 第一节 | 展示空间的特征与构成形式 | 006 |
| 第二节 | 展示空间设计的视觉要素及运用 | 016 |
| 第三节 | 展示空间设计形式法则 | 019 |
| 第四节 | 展示空间主题设计方法 | 022 |

第三章 展示陈列与道具设计 ▶▶ 028

- | | | |
|-----|------|-----|
| 第一节 | 展示陈列 | 028 |
| 第二节 | 展示道具 | 038 |

第四章 展示版面设计 ▶▶ 046

- | | | |
|-----|-------------|-----|
| 第一节 | 展览版面设计类别 | 046 |
| 第二节 | 版面的功能与形态 | 048 |
| 第三节 | 版面设计原则 | 049 |
| 第四节 | 展示版面设计的基本要素 | 051 |
| 第五节 | 展示版面的版式设计 | 056 |

+++ ++ +



第五章 展示照明设计

▶▶ 061

- | | | |
|-----|-------------|-----|
| 第一节 | 展示照明的形式 | 061 |
| 第二节 | 展示照明的应用 | 066 |
| 第三节 | 展示照明设计的程序 | 069 |
| 第四节 | 展示照明设计的基本原则 | 071 |

第六章 展示色彩设计

▶▶ 074

- | | | |
|-----|-----------------|-----|
| 第一节 | 展示空间色彩构成要素与设计要点 | 074 |
| 第二节 | 展示设计中色彩的调和与对比 | 078 |
| 第三节 | 展示设计色彩设计原则 | 080 |

第七章 展示设计程序与表达

▶▶ 086

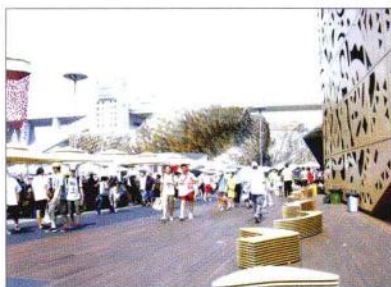
- | | | |
|-----|----------|-----|
| 第一节 | 展示企划书 | 086 |
| 第二节 | 设计前的准备工作 | 086 |
| 第三节 | 草图构思 | 087 |
| 第四节 | 设计方案表达 | 088 |
| 第五节 | 施工图设计阶段 | 093 |
| 第六节 | 设计实施阶段 | 094 |

第八章 展示设计中的新技术运用

▶▶ 095

- | | | |
|-----|-----------|-----|
| 第一节 | 计算机程控技术 | 096 |
| 第二节 | 多媒体影像传媒技术 | 097 |
| 第三节 | 虚拟现实技术 | 102 |

++++ ++ +



第九章 展示专题设计

▶▶ 105

第一节	博物馆设计	105
第二节	商贸会展设计	109
第三节	商业展示设计	111
第四节	庆典礼仪环境设计	117
第五节	展演空间设计	118
第六节	公共环境中的展示设计	119
第七节	其他展示设计	119

第十章 世界主要博览会

▶▶ 121

第十一章 学生课程作业案例

▶▶ 132

案例一	“中国联通”展示空间设计	132
案例二	“海盗船”银饰展示空间设计	133
案例三	“永久”自行车展示空间设计	134
案例四	“米其林”轮胎展示空间设计	135
案例五	“爱国者”电子产品展示空间设计	136
案例六	“罗技”无线鼠标展示空间设计	137
案例七	Natuzzi品牌展示空间设计	138
案例八	“法拉利”赛车展示空间设计	139
案例九	“漫步者”展示空间设计	140
案例十	ZIPPO品牌展示空间设计	141

参考文献

▶▶ 143

第一章 展示设计概论

○ **本章知识点：**本章主要解释了展示设计的概念，阐述了展示设计的本质，介绍了展示设计的分类和展示艺术的发展历程。

第一节 什么是展示设计

“展示”一词在百度字典里解释为展现、显示的意思。“展示”一词的英文display有两种含义：一是显示，陈列，展览，炫耀；二是表现。

美国非营利性的国际教育组织SEGD（环境图形设计协会）将展示设计定义为信息传达与环境的融合，认为环境即信息表达，把人类在逐步认识的领域所进行的创造性实践称为展示设计，这是一种较宽泛的展示设计概念，其宽泛的内容汇集了建筑设计、环境设计、室内设计、平面印刷设计、电子数码媒体、灯光、音效、力学效应等其他领域的设计，并将随着时代的发展而不断充实。

展示设计作为一门学科，基本概念可以定义为：通过对展示空间环境的创造，采用一定的视觉传达手段和艺术表现形式，借助于展示道具、设施和各种技术，将一定的信息和宣传内容艺术地展现在公众面前，以期对观众的心理、思想与行为产生有意识或潜在的影响而进行的创造性设计。

第二节 展示设计的本质

展示设计的本质就是传达信息。从宏观的角度来说，任何展示活动都有“广而告之”的意义。展示设计不仅是传言者欲求目的和诉求能力的体现，更是观者认知、认可、认同的过程。展示设计可以充分运用建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、工业产品设计等综合知识，使用计算机程控、影像传媒、照明等专业技术来进行，从而为展示活动服务。

展示活动是人类特有的一种社会文化活动。无论是什么样的展示场所或展示类型、运用什么样的技术条件或手段，都是在潜在的空间里以讲述故事的形式向人们传达不同的信息，使人们在不知不觉中接收所要表达的信息。

第三节 展示设计的分类

一、分类方法

①按展示内容分类可分为：综合性、专业性、主题性三大类（图1.1、图1.2）。

②按展示目的分类可分为：观赏性、推广性、教育性、交易性等。观赏性展示有美术展、珍宝展等（图1.3、图1.4）；推广性展示指各类科技展、教育成果展等（图1.5）；教育性展示包含各类成就展、宣传展、历史展等；交易性展示指各种展销会、交易会、商业卖场等（图1.6、图1.7）。



图1.1 2010年上海世博会场景图

2010年上海世博会是一个主题为“城市，让生活更美好”的综合性展览世博会。



图1.2 2010年第7届中国光谷国际光电子博览会

该展会是一个主题性和专业性都很强的展览活动。

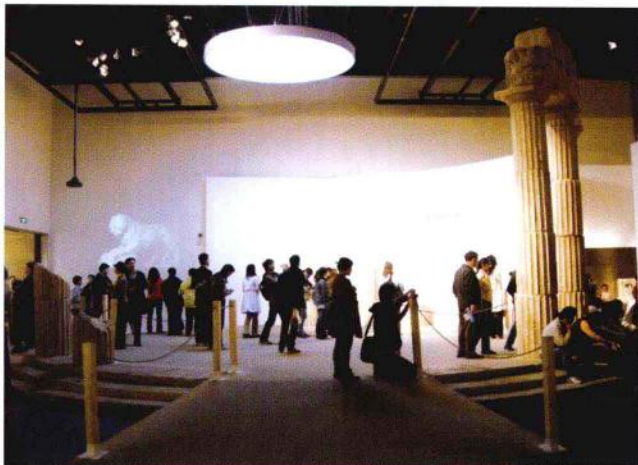


(a)

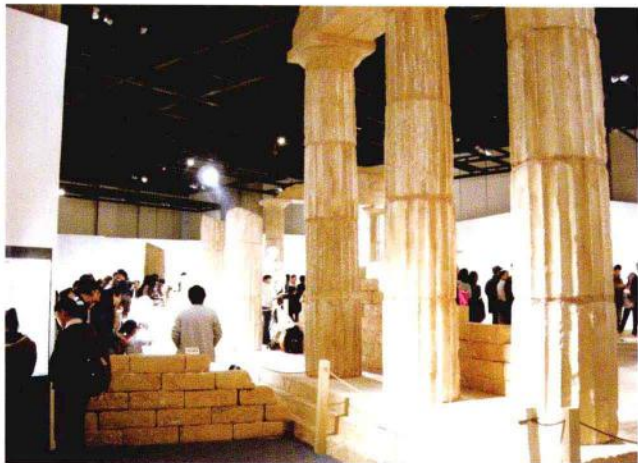


(b)

图1.3 当代艺术作品展(观赏性)



(a)



(b)

图1.4 首都博物馆卢浮宫珍藏展(观赏性)

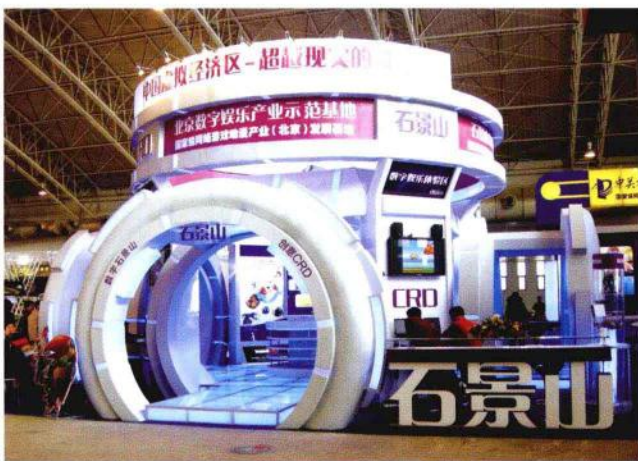


图1.5 北京数字娱乐产业示范基地石景山展区(推广性)

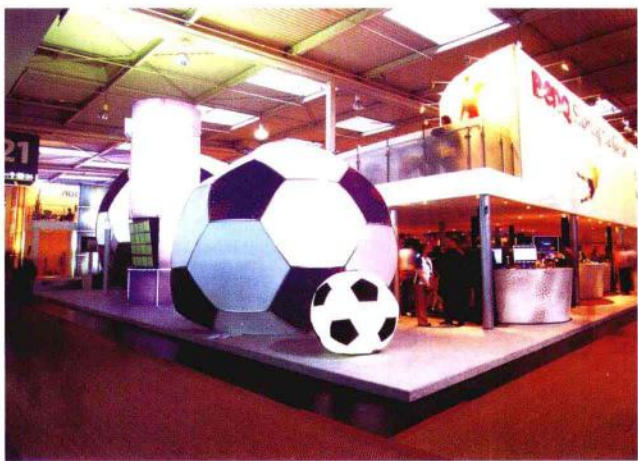


图1.6 BENQ会展展示(交易性)



图1.7 服装商业展示(交易性)



图1.8 汽车公司展厅展出的没有外壳的汽车原型

③按规模和地域分类可分为：国际博览、全国展、地域展、地方展以及单个公司的独家展。

④按展示方式和手段分类可分为：实物展、图片展、综合性展览(图1.8)。

⑤按展览的时间分类可分为：固定长期的展示陈列、定期或不定期展览。

二、常见展示设计类型

展示活动的内容很多,如绘画展览、博览会、商业展示、开业庆典等,因此,展示设计的范围很广,可以归纳为以下几个方面:

- ①博物馆设计:各类博物馆的陈列布置及环境设计。
- ②展览会、展销会、博览会设计:各种展览、展销及博览会活动的设计。
- ③商业展示设计:各类商业卖场销售环境的展示空间、陈列布置设计以及橱窗展示设计。
- ④展演空间设计:大型演出布景以及服装表演、剧场、竞技场展示环境设计。
- ⑤公共环境中的展示设计:公园、植物园、动物园、旅游观光景点和名胜古迹等环境中方便游客游览的导游指示图、路标、说明标志、广告宣传等设施的展示设计。
- ⑥各类标识和广告设计:企业形象和展览标志设计、街头灯箱广告等。
- ⑦庆典礼仪环境设计:重要节日庆典、礼仪活动、大型会议会场布置等。

第四节 展示艺术的发展历程

现代展示设计的理念形成于20世纪末,而人类对展示设计的应用要早得多。

很早以前,人们为了满足表达庆祝、敬拜、教导、买卖或阐述某些经验的本能愿望时,把周遭环境中的各种事物用做传达工具来进行表达,比如:悬挂图腾;将商品裸摊在地,进行物与物的交换;用牲畜、器皿进行祭天神、祭祖的祭祀活动。

在封建社会时期,就存在用名人、名画、商品实物或商品模型、店面招牌进行店铺、商行形象宣传;地主贵族们进行收藏珍品古玩和书籍为主要目的的展示活动;神殿、庙宇、石窟等以宗教化活动为目的的展示活动。

在近代资本主义时期,路牌广告、街车广告、报纸杂志广告等商业展示形式陆续出现;展览会、博览会的举办,对新产品的宣传与推广、社会文化交流起到了很好的促进作用;博物馆的建设对历史文化的保留和宣传、教育具有积极的社会意义。

随着社会的发展,展示艺术早已融入我们生活的方方面面,展示形式和手段更加先进和科学,展示设计已经完全成为艺术、设计与信息相互融合的重要形式,博物馆、零售商店、贸易组织等公共场所都依靠展示设计来实现其目的,以期达到预想的效果。

○ **实践作业:** 以2010年上海世博会任一场馆为例,列表分析展示设计是如何充分运用建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、工业产品设计等综合知识进行展示空间设计的。

○ **思考题:** 1.什么是展示设计?展示设计的本质特点是什么?
2.展示设计如何分类?常见的分类有哪些?举例说明。

第二章 展示空间设计

○ **本章知识点：**本章主要对展示空间的特征与构成形式、展示空间设计的视觉要素及运用、展示空间设计形式法则等方面进行了深入分析与讲解，并且对展示空间主题设计方法进行了详细的研究和案例剖析。

空间是展示设计中的基本要素。展示空间设计是一个人为环境的创造，是一门空间与场地的规划艺术，能为展示活动提供一个符合美学原则的空间结构。展示空间通常借助实物陈列、版面、灯光、道具、音像、色彩等综合媒体来有效地传递信息，用陈列手法上的动态表现、规划上的有意识引导，使观看者在三维空间中体验时间和空间产生的第四维效应。

第一节 展示空间的特征与构成形式

一、展示空间的特征

展示空间是由水平面、折面、球面、弧面等空间界面组成的多维空间，具有流动、复杂、超时空的多维特征。展示空间是利用展示道具进行信息交流与传递的最全面、最直接的通道。

二、展示功能空间的种类

任何性质的空间环境都是由各种功能空间组成的，而展示空间由于其特殊的性质，即通过空间的表现手段向观众传递信息，达到宣传、深入展品形象的目的，所以它对所包含的功能空间的组织规划具有更高的要求。展示空间不仅要提供展示信息的场所，还要提供可供参观、交流、体验、互动的空间，它主要包括展示馆围空间、展示公共空间、展示信息空间、展示辅助功能空间四大部分。

1. 展示馆围空间

展示馆围空间是指展馆门饰以及展馆建筑外围旗帜、标饰、宣传广告等有关形象的延伸和扩展(图2.1)。

2. 展示公共空间

公共空间也称为共享空间,是参观者在参观过程中使用或活动的空间,包括展示环境中的通道空间、休息场所等,是供公众使用和活动的区域。

○设计要点:展示公共空间的设计要具有足够的面积,以便参观者进出或来回观看,通常情况下,展台周围的通道一般不小于3股人流(1.8米)。一般情况下,大型的展览会场休息场所应设置座椅和饮水的空间(图2.2)。

3. 展示信息空间

展示信息空间也可称为展陈空间,是指展品陈列、传递信息的实际空间,它是展示空间造型的主体部分,能否取得良好的视觉效果、成功地吸引观众的注意力、有效地传达信息,是信息空间设计的关键。展示信息空间除了进行不同方式的展品陈列外,还可以增设多媒体演示空间、销售空间等空间类型来活跃展示信息的传达(图2.3)。

展示信息空间有室外展示空间和室内展示空间之分,室内展示空间又分为序列式展示空间和综合性展示空间两种类型。



(a)



(b)

图2.1 第四届中国(顺德)国际工业设计创意博览会馆围空间

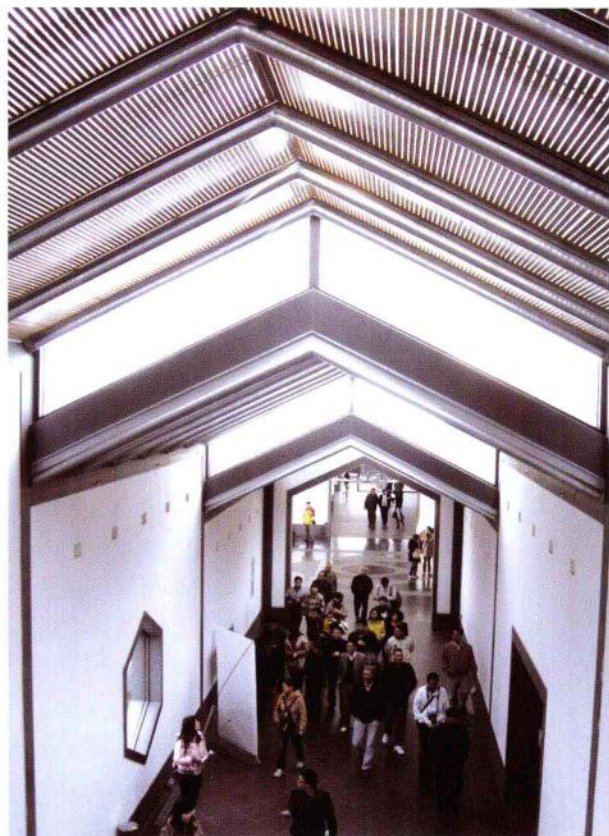


图2.2 苏州博物馆公共空间通道设计
美籍华人建筑大师贝聿铭设计的苏州博物馆公共空间通道设计,充分考虑众多参观者进馆参观人流通行的需要。



图2.3 具有良好的视觉效果、信息主题突出的展陈空间



图2.4 2007年中国（北京）国际文化创意产业博览会室外雕塑展示



图2.5 河南博物馆前言造型空间



图2.6 自由灵活的展览会展示空间

(1) 室外展示空间

室外展示空间是指在室外进行的展示空间场所（图2.4）。大型机械、航空飞机、车辆等大型产品和雕塑等物件常运用室外展示空间进行展示，通常以标志旗、广告宣传画、充气装置造型等为主要装饰宣传形式进行展示布置。

(2) 室内展示空间——序列式

展示空间由大小排列有序的一个个展厅组成，有大门、序馆等，前后顺序分明。序列式适用于纪念馆、陈列馆、博物馆等（图2.5）。

(3) 室内展示空间——综合式

展馆不分先后，各展区有通道相连，参观自由灵活。综合式室内展示空间适用于博览会、展览会、艺术作品展览等（图2.6）。

4. 展示辅助空间

展示辅助空间是指除了馆围空间、公共空间和信息空间以外的空间，主要包括接待空间、工作人员空间、储藏空间、维修空间等。

三、展示空间的构成形式

展示空间的构成形式可以根据不同空间构成所具有的性质和特点加以区分。

1. 从空间界面上分类

(1) 开敞空间

开敞空间是指空间为外向型, 限定性和私密性较小的空间。开敞空间是展示设计中常用的一种表现形式, 也称为开放性空间。开敞空间强调与周围环境的渗透、交流, 讲究对景、借景和周围环境的融合。开敞空间在布局上灵活性较大, 便于经常改变空间的位置, 开敞空间会给人以开放、活跃、流动感强的感受(图2.7)。

(2) 封闭空间

封闭空间是指用限定性比较高的围护实体将展区包围起来, 在听觉和视觉上都有较强的隔离性; 在心理上, 封闭空间使人具有强烈的安全感、领域感和私密性。因与周围环境的流动性较差, 封闭空间在展示空间设计中多用于放映厅或洽谈室(图2.8)。



图2.7 开敞空间



图2.8 封闭空间
展示放映区体现出很强的安全感、区域感和私密感。