

名师名校 / 设计新锐 / 让教育与设计接轨

高等院校设计专业系列教材

苗岭 邹一了 编著

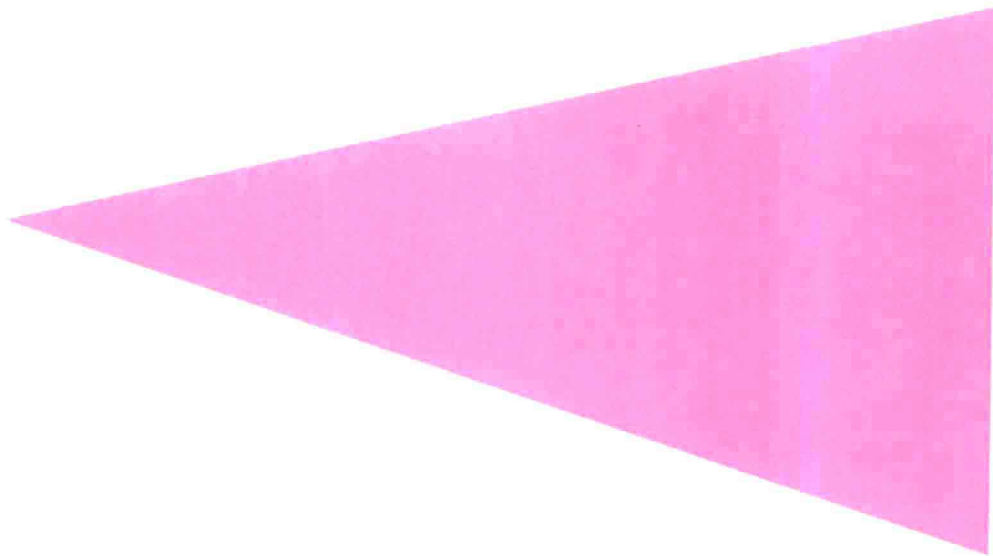
# 展示设计

上海人民美術出版社

高等院校设计专业系列教材

苗岭 邹一了 编著

# 展示设计



253  
M12

上海人民美術出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

展示设计/苗岭, 邹一了著. — 上海: 上海人民  
美术出版社, 2012.03

高等院校艺术设计专业系列教材

ISBN 978-7-5322-7720-9

I. ①展… II. ①苗… ②邹… III. ①陈列设计—高  
等学校—教材 IV. ①J525-2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第267414号

高等院校设计专业系列教材

## 展示设计

编 著: 苗 岭 邹一了

责任编辑: 薛建华

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美術出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海锦佳印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16 8印张

版 次: 2012年3月第1版

印 次: 2012年3月第1次

印 数: 0001—3300

书 号: ISBN 978-7-5322-7720-9

定 价: 38.00元

# 序

2010年上海世界博览会前后几年,国内对会展的关注热情达到了前所未有的高潮。记得当时,还就“会展”与“展示”的概念同一位学界朋友争执起来,起因是这位朋友坚持认为“会展”概念大于“展示”。其实,从学理常识来看这不该是个要争议的问题,但出现这种概念上的混乱是同中国当下展示业界和学界的发展现状有关。首先,三十年改革开放的成果主要集中在经济领域,经济的高速增长和频繁的商品贸易推动了会展行业的快速成长。近几十年,国际会展中心在各地拔地而起,每年的展会活动难以数尽,加之会展业与旅游业又存在着某种关联,使得会展和旅游成为不少地方政府的支柱性的服务产业。其次,学术和教育界同样受到会展经济发展的影响。以“会展经济管理”、“会展艺术与技术”为名称的专业,被先后编入普通高校本科专业设置目录;在今年教育部颁发的《本科专业修订目录》(征求意见稿)中,“会展艺术与技术”又被正式列在一级学科“设计学”下。但是,无论从众多冠以“会展设计”的专业书籍的内容来看,还是就现已创办了“会展艺术与技术”的专业的课程设置来看,都远远超出了“会展”本身的范畴。由此可见,“会展设计”的概念是伴随着会展经济的发展而被渐渐放大和误读了。

展示设计(Display Design)是国内外学术界通用的名称,是基于艺术设计学的学科理论和知识体系,具有学科交叉特点的设计专业。作为一种特殊的信息传播手段,广泛服务于社会的经济、文化、政治和军事等各个领域。从具体的应用对象来看,它包括会展展示(博览会展示)、博物馆展示、店铺展示和节日庆典展示等等。由于展示设计具有很强的知识交叉性,对于展示设计师来说,不仅要具备比较宽泛的专业知识面,而且还要有很好的沟通、协作和执行能力。另外,随着数字化和信息化技术的快速发展,出现了许多新的展示方式和手段,如多媒体交互、虚拟现实等,这就需要展示设计师们时刻关注科学技术的发展,充分把握和利用科学技术的创新成果。当然,我们也不能忽略了艺术的独特作用,艺术创新始终是展示魅力的源泉,是展示设计的核心价值所在。

苗岭、邹一了两位老师编写的这本《展示设计》教材有两个特点:第一个特点是,既包涵基本性理论又有专业性的着力点,书中在系统地讲述了展示设计的产生、发展、特征、范畴等基本认识以及空间、道具、工艺等基础原理上,选择了商业展示这个颇具代表性的类别作为该书的专业设计重点进行了深入;第二个特点是,该教材突出体现了当下艺术与技术发展对展示设计的作用和影响,书中专列了一个章节,就生态展示、多媒体展示和体验展示等新的设计理念,新的设计方式进行了介绍。两位年轻老师在复旦大学上海视觉艺术学院从事展示设计教学与实践多年,他们将这些年的教学成果和实践经验融入进教材当中,我想应该会为本专业的学生和设计师们提供不少有价值的东西。

叶莘

复旦大学上海视觉艺术学院教授

2011年12月于松江大学城

## 目 录

<b>第一章 如何认识展示设计</b> .....	005
一 展示概念的由来 .....	005
二 展示设计的发展 .....	006
三 展示设计的特征 .....	010
四 展示设计的功能 .....	013
五 展示设计的范畴 .....	016
<b>第二章 展示空间设计</b> .....	019
一 展示空间的分类 .....	019
二 会议活动展示空间设计 .....	023
三 展览空间设计 .....	032
四 文博场馆展示空间设计 .....	045
五 商业空间展示设计 .....	056
<b>第三章 展示道具设计</b> .....	070
一 展示设计与展示道具 .....	070
二 展示道具的分类 .....	072
三 展具设计应注意的原则 .....	074
四 展示道具设计趋势 .....	077
<b>第四章 与展示设计相关的学科</b> .....	081
一 展示与人机工学 .....	081
二 展示与心理学 .....	086
三 展示设计与光学 .....	095
<b>第五章 展示设计趋势</b> .....	103
一 生态展示设计 .....	103
二 动态展示设计 .....	105
三 多媒体展示设计 .....	106
四 体验展示设计 .....	110
<b>第六章 商业展示设计</b> .....	114
一 商业空间设计 .....	115
二 橱窗陈列设计 .....	119



# 第一章 如何认识展示设计

## 一 展示概念的由来

极乐鸟生活在南太平洋岛国巴布亚新几内亚人迹罕至的高山丛林中,人们只是看见过这种美丽的鸟在天空飞翔,而不知道它去往何方,于是就产生了一个美好的传说:极乐鸟是住在“天国乐园”里以天露花蜜为食的一种“神鸟”。雄鸟的两肋长着蓬松披纷的长饰羽,求偶时它会细心地收拾它的舞场,把树枝擦得干干净净,再将漂亮的两翼向前卷曲合拢成圆形,在雌鸟面前两脚不停地交替颤动着,展示自己的羽翼。

国际通用的展示概念英文为 Display,源于拉丁语的动词 Duplicare,意为动物(鸟兽)中雄性向雌性做出的“求偶”举动,后引申为表示展现之类的行为状态。

在我国,展示的概念是由展览的概念扩展而来的。展览是将物品陈列出来供人们观看,是被动的。而展示活动是公众参与的活动,是主动的。公众在接受信息的同时反馈信息,是信息交流与传递的主体。公众主动参与到展示

活动中的行为过程不是一个“览”字所能包含的。而“示”的外延更大,除展览之义外,还有演示、示范、提示的含义,既有静态又有动态。



图 1-1 雄性极乐鸟展示两翼向雌鸟示爱。



图 1-2 1956年5月苏联经济及文化建设成就展览会在武汉中苏友好宫举行。

## 二 展示设计的发展

人类从远古时期发展到现在经过了数次文明的变革,而展示设计在人类社会演变的过程中一直默默无闻地扮演着一个不可缺少的角色。现代展示设计理念形成于19世纪末,而人类对于展示的应用则早得多。从人类文明开始到现在,展示设计发展大致可以分为四个阶段:



图1-3 原始图腾乐舞是古代巫术礼仪、图腾崇拜活动的一种展示形式。乐舞是先民最基本的艺术活动之一,对人类早期的精神活动具有重大影响。

### 远古时期

人类的图腾崇拜、树碑立柱和祭祀鬼神活动体现了原始展示形式。中世纪初出现了商品交易的集市贸易,后期还出现了摆放商品的摊床,形成了最初的商品展示的雏形。



图1-4 古埃及卡纳克神庙的立柱大厅,古埃及人由于崇奉太阳神“拉”和地方神“阿蒙”,建造了许多神庙展示他们的功绩。位于今天开罗南面约600多公里的卡纳克阿蒙神庙,便是其中最著名的一座。



图1-5 日本阿伊努人利用祭祀活动展示土著文化,最有名的是“熊祭”,他们喜欢用凿子在剥了皮的圆木上雕刻动物,尤其是熊的形象,日本称之为“阿伊努雕”。



图1-6 15世纪的服装街,中世纪后期商业兴起后,露天小摊展示各色服装,渐渐变成了固定的建筑,住家也就建在了商铺的楼上。



## 封建时期

这个时期的展示形式在教化和商业活动两方面都有所体现。教化方面表现在宗教的庙宇神殿、教堂、石窟造像等，以及贵族们收藏珍品古玩、书籍等的专业博物馆和官邸、私宅的博古架式陈列。而在商业活动中则体现于店铺行为和即时贸易方面。一些店铺、行会组织为了促销开始注意宣传形象的展示。



图 1-9 Lingaraja 庙宇，印度奥里萨邦著名的庙宇之一，吸引朝圣者和游客来到 Bhubaneswar。



图 1-7 云冈石窟形象地展示了印度及中亚佛教艺术向中国佛教艺术发展的历史轨迹，反映出佛教造像在中国逐渐世俗化、民族化的过程。



图 1-8 藏书楼是中国古代供藏书和阅读图书用的建筑。中国最早的藏书建筑见于宫廷，如汉朝的天禄阁、石渠阁。宋朝以后，随着造纸术的普及和印本书的推广，民间也建造藏书楼。



图 1-10 北宋苏汉臣《货郎图》描绘了老货郎卖货、妇女儿童围观购物的欢闹场面。货担上展示的杂物既有风车、山鼓、葫芦、花篮等，又有木叉、犁耙等农具和瓶、缸、碗、盘等日常生活用品。



## 近代资本主义时期

这是展示设计发展的一个重要阶段。在文化方面体现于各类博物馆的建设和文化艺术性的展览活动。在经济方面体现在国际博览会的产生和发展, 商店店铺的营销活动和包括商品包装广告在内的视觉传达设计的产生与应用。1851年在伦敦海德公园举办的首届世界博览会——“水晶宫”世博会, 开创了展示设计的历史新纪元, 同时也标志着现代展示设计学科开始形成。

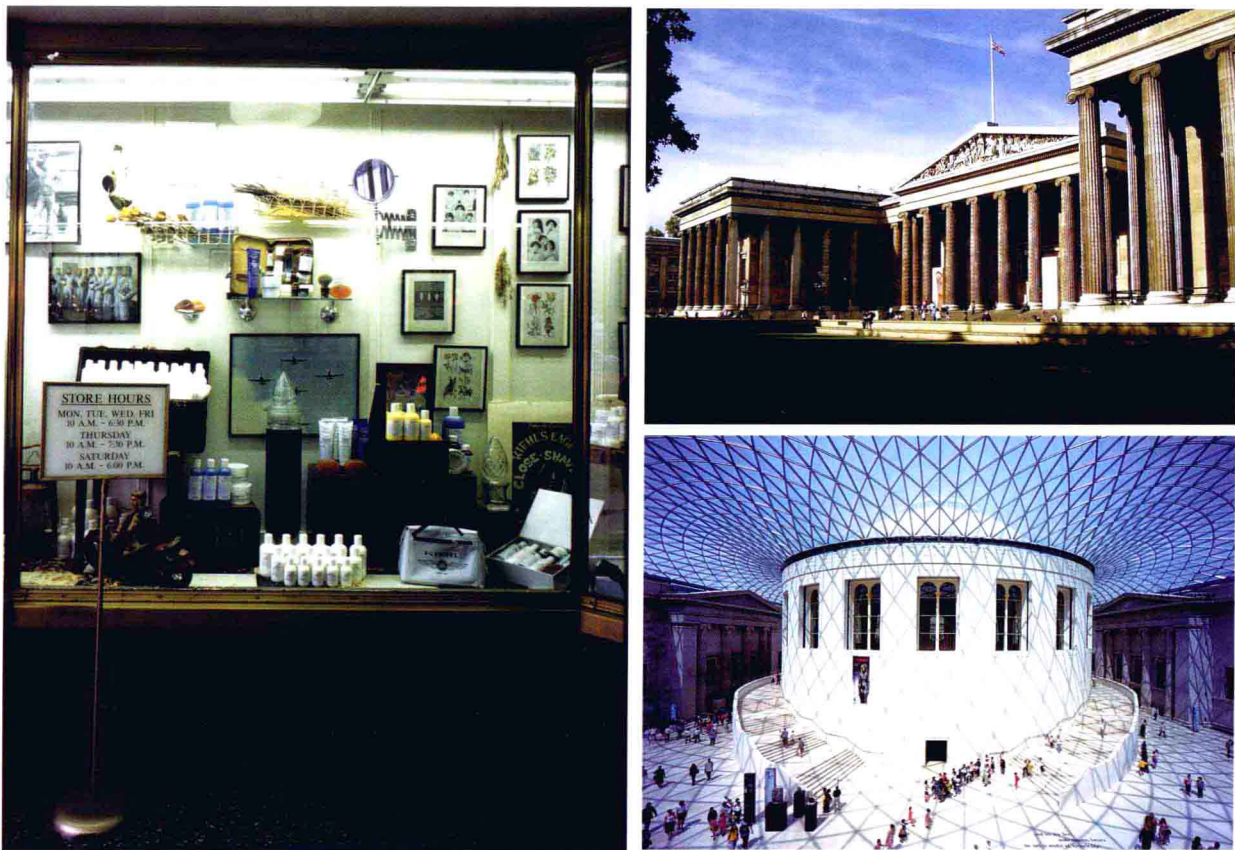


图 1-11 1759 年 1 月 15 日起正式对公众开放的大英博物馆是世界上历史最悠久、规模最宏伟的综合性博物馆, 也是世界上规模最大、最著名的博物馆之一。

## 现代发展时期

现代展示设计从 1851 年英国的万国博览会的水晶宫开始, 从古老的货品集市模式到今天的大众资讯传播模式, 历经了 150 余年的发展历程。第二次世界大战后至今, 各种专题性和综合性的博览会、展览会逐渐增多, 并在其影响下, 以交易为目的的各类展览、展销、交易活动风靡全球。时至今日, 展示活动不再是单纯的展体构成, 已扩展到博览、商业、环境、生活娱乐等一切人文活动, 几乎包含了全部现代设计的学科内容。

展示设计从诞生开始,就不断地吸纳新的传播和表现手段以充实其内涵。展示设计以其资讯传播的直接性和对社会文化的敏感性,导致展示设计和展览活动成为各种先锋思潮的试验场。社会意识形态和科学技术的发展为展示设计提供了探索的动力,如俄国的构成主义、德国的包豪斯和荷兰的风格派设计运动对展示设计产生了深刻的影响,科技则把这些影响变成可能。现代设计的鼻祖——包豪斯的设计者对推动展示设计的发展起着非常重要的作用,如包豪斯的成员赫伯特·拜耶在展示创作的实践中确立了一个展示的原则:“展示的作品不是挂在展墙上的平面,展览的整体应该通过设计创造成为一种动态的展示的体验,即展览的视觉传达方式不是点状的、片段的,而是线性的、连续运动的。”

通过先驱们的各方面探索努力,展示设计在上世纪50年代末已成为了一个完整的学科。“展览设计已经发展成

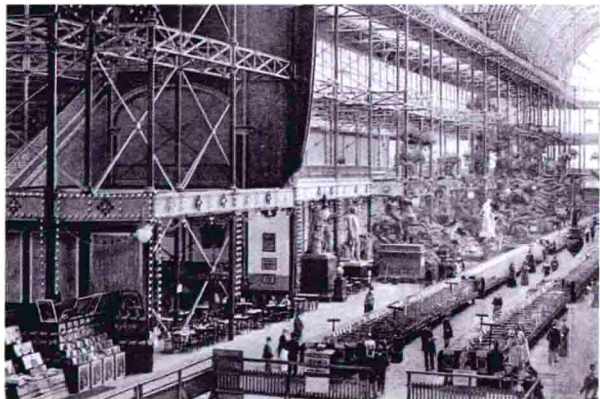


图 1-12 “水晶宫”专为1851年伦敦第一届世界工业产品大博览会而设计建造。图为1951年伦敦世博会开幕式,女王维多利亚和大主教坎特伯雷参加的隆重场景。



图 1-13 2010年上海世博会上,水晶宫展馆被以1:1851的规格缩微重现。



图 1-14 具有构成主义风格的奥赛博物馆是由一个火车站改建的,至今还挂着那个巨大的钟表,整个大厅是拱形的火车站样式,其中被分割成的小房间就是展厅。



图 1-15 2010年1月“90年:包豪斯道路——历史/遗泽/世界和中国文献展”在清华大学美术学院美术馆举行。



为一门新的学科。作为大众传播与集体努力的影响力量已达到多种媒体的顶点。视觉(形象)传播的整合方式组成了一种引人注目的复杂体:语言作为形象的印刷(载体),图片、绘画、照片、雕塑物、材料和外表、色彩、光线、运动、影片、图表等都是作为符号象征,所有有形的与心理的方法的运用产生了展览设计的强化核心的设计语汇。”(赫伯特·拜耶)。

今天的展示设计不仅仅作为一种设计的形式,更作为一种经济产业及城市的社会生活方式和文化现象日显其重要性。展会给人们提供了信息交换、商品购销、情感交流、文化娱乐等方式的一个重要平台。



图 1-16 荷兰馆的 Happy Street, 直接把荷兰的一个街道搬到了上海世博会, 夜间效果颇受风格派影响。

### 三 展示设计的特征

展示设计是一种极富表现力和感染力的综合艺术。观众在展示空间中, 观看展示内容并接受信息, 整个活动与时空紧密相关。因此展示空间的结构和序列、展示内容的过渡和衔接、展示动线的确定和引导、展示陈列的位置和次序等必然是既有整体性、逻辑性, 又是独特的、有变化的。展示设计从本质上解决展示空间、展品和观众三者之间的关系, 观众在展示空间中与展品进行对话

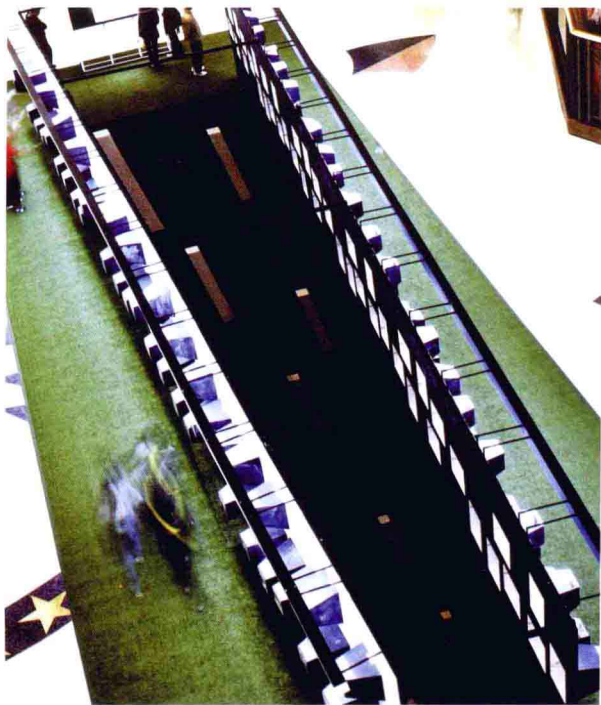


图 1-17 《透过我们的眼睛》是香港青少年开展的一次摄影艺术展。173 张照片经中学二年级学生挑选和编辑, 分别在两个展区展览。展览的目的在于通过摄影使人们了解年轻人眼中的世界, 用一种“透视”的理念在参观者和这些摄影作品之间建立一种对话。



与交流,产生情感上的交融和共鸣。充满变化和节奏的展示设计能够使观众受到展示环境和展品的感染和激励。

## 1 主题性

展示设计的内容必须简明扼要,主题突出,让人过目不忘。在设计上,要符合视觉传达的需要。视觉冲击力强,有合理的视觉流程设计,传递的信息量要适度。避免主题含糊,内容混乱,冗长和缺乏条理性。

## 2 表现力

由于观看展览、参观博物馆以及观赏商场橱窗的观众是流动的,视线的角度是在变化的,在浏览中观众会产生不同的体验和认识。优秀的展示设计采用具有表现力的“情节性展示”和“艺术性展示”手法,充分运用色彩、道具和照明来增强气氛,以便吸引和感染观众。



图 1-18 店铺中简洁的几何图形变化带出展示空间的艺术感,增强品牌的表现力。

### 3 形象化

展示设计必须体现观众的参与性。展示除了向观众作示范（演示、操作表演）外，有时还要观众动手操作和亲身体验。因此，展示设计必须采用“动静结合”的形式，用特殊语言和手段，以生动直观的方式、形象化的内容，在心理、精神和行动上影响并打动观众。

### 4 美学感

展示设计是应用美学，与其他造型艺术一样，需做到艺术形式与内容的统一。展示设计需要体现时代感，应用一切物质条件和先进的技术手段，按照美学法则，以感人的空间环境和视觉形象，将主题与展品展现出来，使之作用和影响观众的心理和行为。

### 5 巧妙性

展示设计不能是枯燥的、呆板的资料堆砌。展示设计需要经过巧妙的艺术加工和组织，赋予展品以生命，使展示在提供必要的信息和知识之外具有趣味性和幽默性。

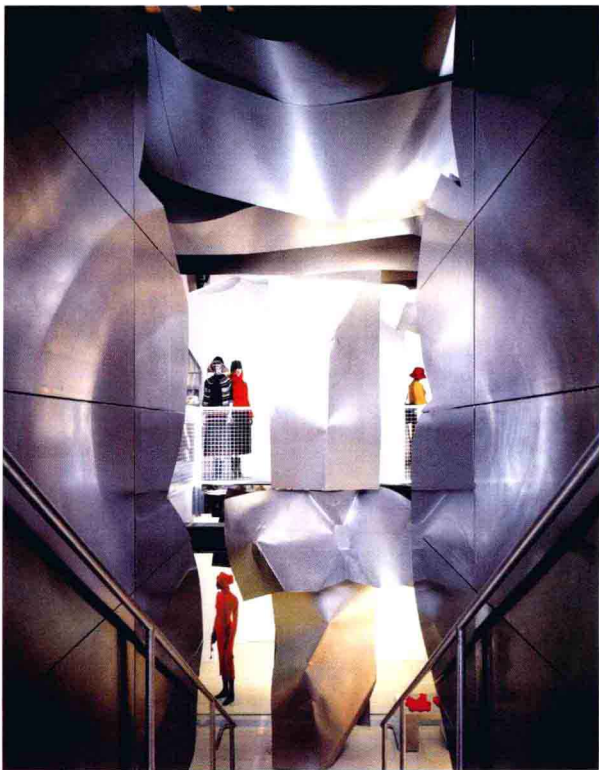


图 1-19 独特而大胆的整体金属材质的运用带给顾客完全不同的美学认知，成为店铺展示的最大特色。



图 1-20 巧妙地利用台阶作为商品陈列区，顾客的体验也充满趣味性。



## 四 展示设计的功能

今天展示已经成为一种人类综合性交流信息的方式。以高效、快捷地传达信息为目的,在一定的空间或地域内,通过一系列诸如空间处理、气氛营造、道具设计、灯光设计和色彩处理等手法,并动用一切可能的媒体技术,创造最适合于信息传播与接受的人为环境。

### 1 沟通交流

对于展览及博物馆展示来讲,展示设计是文明和文化的展示窗口;而对于商业展示和展会博览会来讲,展示设计是经济与技术的交流窗口。展示设计是基于对资讯收集、整合、传播与接受反馈的设计活动。它不仅要求展示本身要具有一定功能和精神的内涵,还应具备传播与接受信息的双向互动性,从而起到展示展品、宣传理念、传播文明的对外窗口功能。

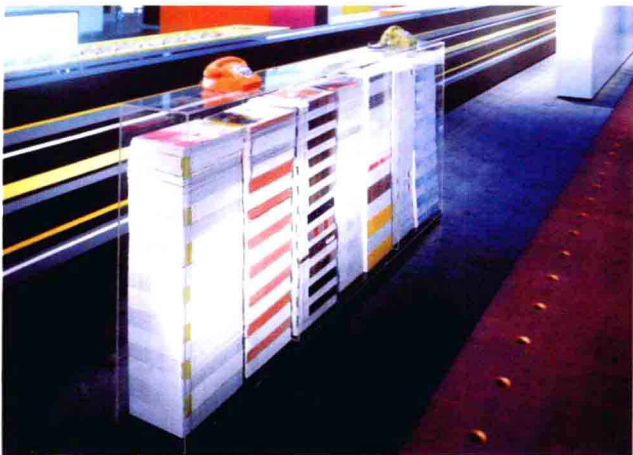


图 1-21 优秀的展示能够使观众与展品进行自然的交流,从而多层次多角度地获取信息。



## 2 传播文化

展示设计的表现能够更为有效地普及科技文化知识,传播文明,在展示的过程中及时全面地将各类信息展现在受众面前,能够提高受众的文化素质,并修正文化的走向与结构。现代展示设计包括了对传统文化的继承和发扬,也包括了对新文化的探索。

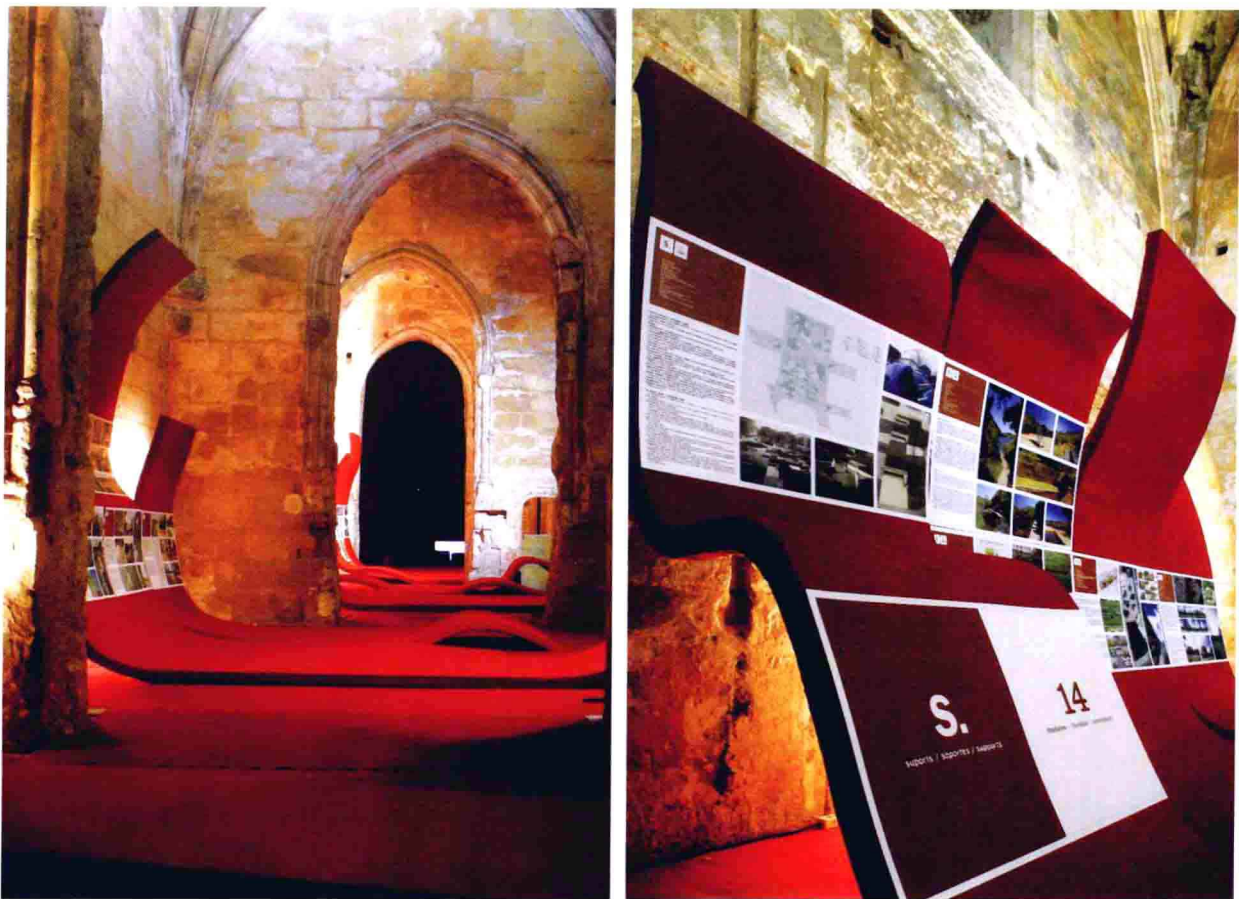


图 1-22 Only With Nature 展利用现代展示方式布置在古老城堡内,巧妙地将传统文化通过现代展示的方式传达出来。

## 3 提升审美

展示设计直观有效地体现形式美,是审美感受的一种教育方式与手段,比流动的身影和凝固的画面更有说服力,以全新的技术、理念、创意等方面进行有力的表现,把科技、文化、思想等因素融入设计,运用形式美表现出来,以展示的方式传达给受众,从而使受众接受更好的审美熏陶。

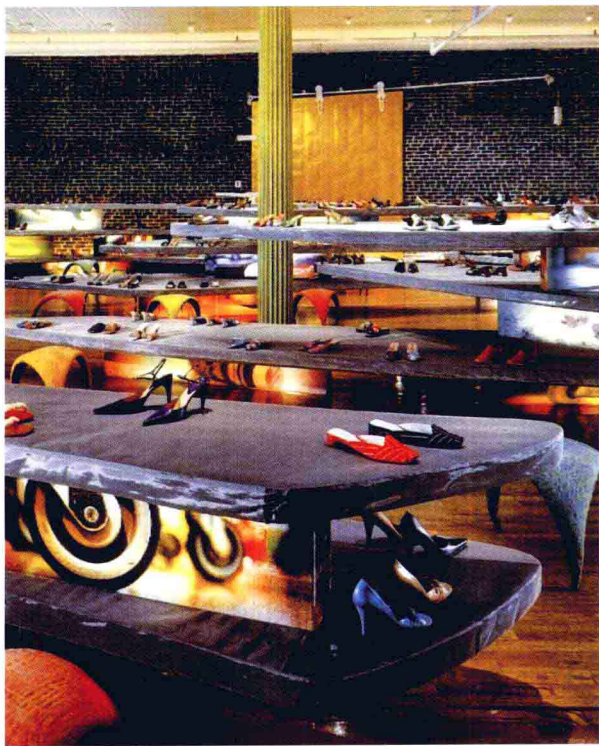


图 1-23 充满艺术气息的鞋店设计,增加了消费者在购物过程中的审美体验。

#### 4 美化环境

公共环境中的展示设计应与周边环境相协调。商业展示设计所创造的环境是城市景观构成的主要部分,这些以店铺为单位的展示设计共同形成了整体的城市展示空间,在宣传企业及商品形象的同时也起到了美化环境的作用。此外在现代新科技、新材料广泛用于创造新环境的同时,人们也注意到了对环境的保护。在展示设计中降低消耗、减少污染、追求自然、循环再利用成为了现代展示设计追求的目标。

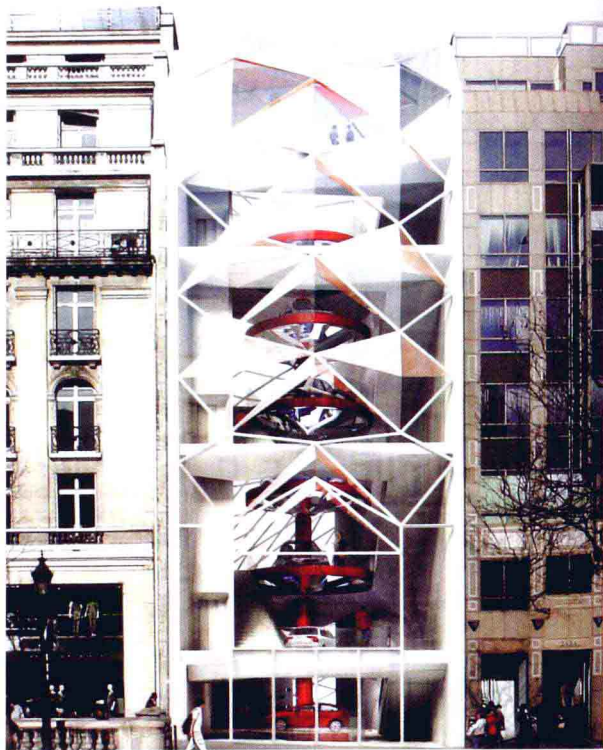


图 1-24 商业展示空间的外立面设计是城市形象的一部分。



## 5 带动经济

展示设计不仅能促进商品销售,而且能促进社会经济、商业贸易的发展。现在越来越多的企业,把展览会作为公关活动的有利场所来完成属于商业范畴的媒介展示,使消费者在展示形式的感化之下,对商品进行有机地选择,从而使商家的利润迅速提高。



## 6 促进科技

现代科学技术的飞速发展,是现代展示行业飞速发展的基础,而展示设计则是人类社会的先进科学技术和现代化的商业管理手段融入到艺术形式之中的共同体。它利用现代社会便利的物质条件,通过各种媒体的展示,创造出变化多端的视觉传达效应。科技成为形式美之外利用率最高、发展最快、要求最严谨的学科。这也促使科技在展示设计领域乃至其他领域都迅速发展。

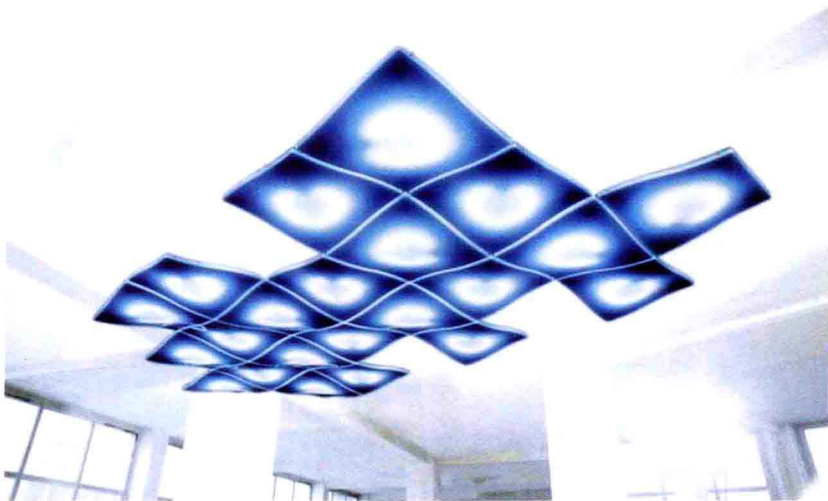


图 1-25 新技术的广泛应用已经成为当今展示设计的亮点。

## 五 展示设计的范畴

展示设计从大体上可分为商业展示设计、博物馆展示设计与展览会展示设计这三大类,其中展览会展示设计又可分为博览会展示设计、专题性展示设计、会议活动展示设计和网络虚拟展示设计等。

### 1 商业展示设计

商业展示是商品经营者与消费者之间的媒介,其主体就是零售业。商业销售中展示设计主要是为了实现促销的目的,即为了增大顾客对产品的消费而提供信息以刺激销售,主要包括:店铺空间设计(包括 Visual presentation, Item presentation)、印刷品广告设计(包括报纸、杂志、宣传册等形式)、购物环境气氛设计、橱窗陈列设计和利用展示促销活动传递信息等,在实际情况下通常是多种手段综合的运用。