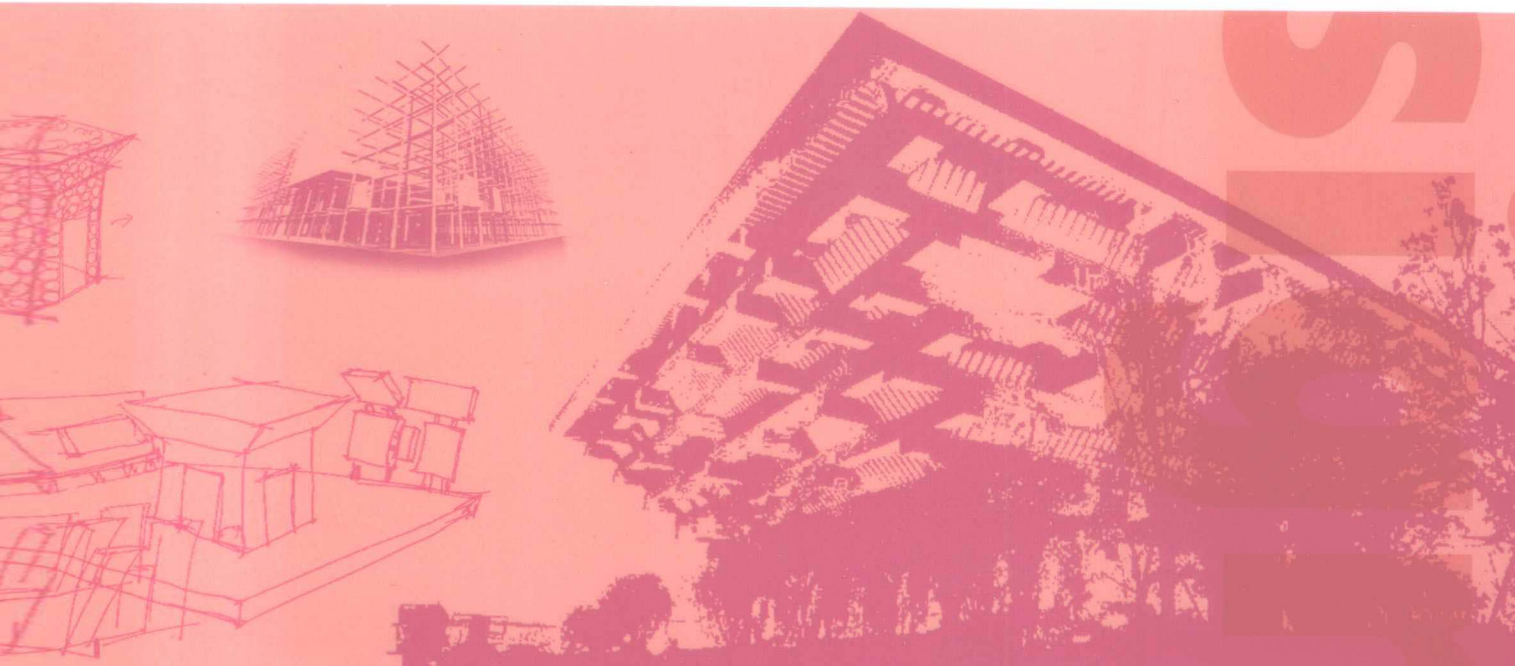
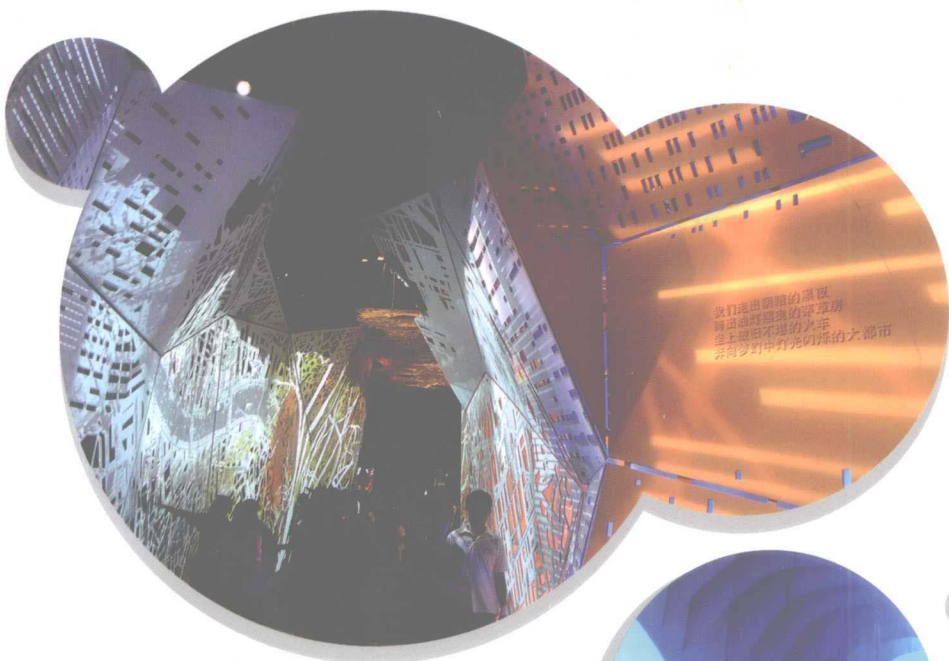


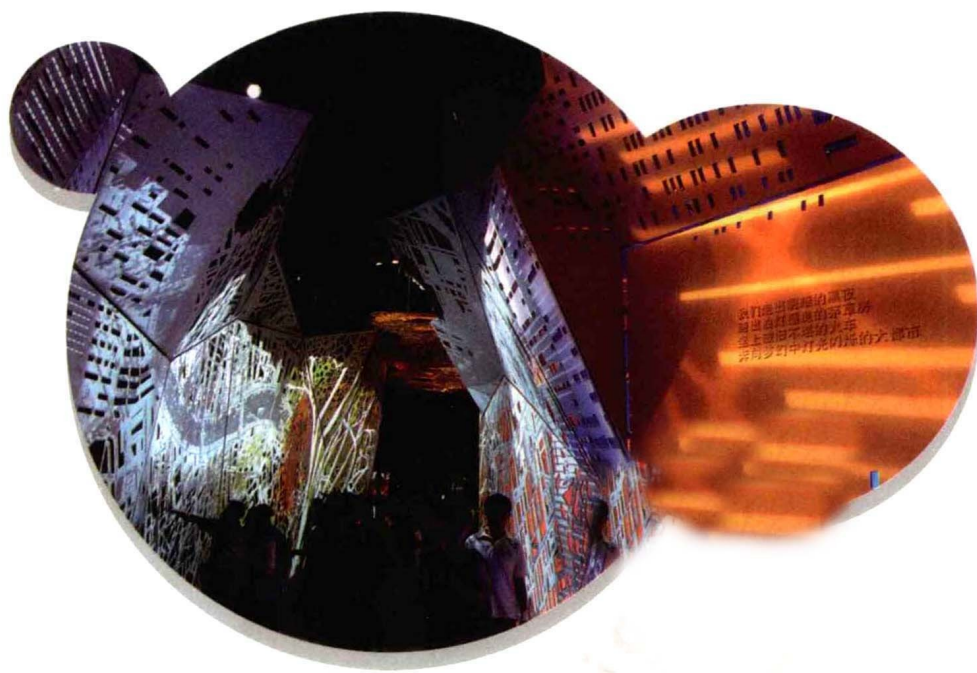
展示设计



普通高等教育艺术设计类专业“十二五”

展示

张伟 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本书以展示设计为主体,借鉴传播学理论,构建展示设计体系,提出“为传播而展示”的展览宗旨与目的。本书面向专业教育、研究以及从事展览工作的人士,以“好看、好懂、好记、好用”为原则,阐述展示设计的历史、主题演绎、设计原理、技术表现、材料工艺及设计实务等,内容翔实,图文并茂,深入浅出,可作为高等院校艺术设计、环境设计、展示设计与工程等相关专业的教材,也可供展览工作人士参考使用。

本书课件可从 <http://www.waterpub.com.cn/softdown> 下载。

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 张伟著. — 北京: 中国水利水电出版社, 2012.4
普通高等教育艺术设计类专业“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5084-9614-6

I. ①展… II. ①张… 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(2012)第057165号

书 名	普通高等教育艺术设计类专业“十二五”规划教材 展示设计
作 者	张 伟 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (发行部)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京时代澄宇科技有限公司
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司
规 格	210mm×285mm 16开本 13.5印张 329千字
版 次	2012年4月第1版 2012年4月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	52.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究

前 言

展示从产生的那一刻起就注定了是“为传播而展示”，为实现信息有效传播而进行展示设计。

多年来，在我国对于展示设计多是以造型设计、环境艺术设计、美工等技术层面认识，其专业教育也大都列在工业设计或环境艺术设计之中，注重的是造型、空间、技术等表现形式的教育，而展览策划又仅靠文字的表达，策划者的专业也多为文学或自然科学，诗意的脚本阐述难以落实为展示形态，致使展示设计处于实际应用多，理论研究少；专项技术多，体系构建少；花哨形式多，深度思想少；亮点闪现多，长久影响少；即时应付多，长期规划少；想法指导多，有效实现少；短期利益多，长效责任少；单一宣传多，全面教育少的局面，制约了展览应有作用和价值的发挥。

在全国艺术实践教学会议期间，笔者与两位编辑相遇，谈及展览和展示设计，认为展览是宣传队，是播种机，是加速文明发展的助推剂，是商品、劳务、信息等实现传播与交流的方法和平台，展示设计就是为实现这一平台而实施的系统工作。设计的指导思想是用文化和智慧演绎展览思想与内容形成展示形态，设计方法是以工程实践表现艺术创想，设计目标是艺术与科技结合创造“好看、好懂、好记、好用”的形式承载并传达展示信息，评价标准是展受双方互动交流实现信息有效传播，观点得到两位认同。之后出版社拟出版艺术设计丛书，展示设计列入其中，且约笔者撰写，笔者欣然接受。

本书把展示设计作为完整的系统，阐述其历史与发展，以艺术设计为主体，借鉴传播学理论，对展示的内容与环节作“货物”、“货车”、“收货人”及其关系的比喻，涉及主题演绎、创意思想、设计方法、形态表现、材料应用、工艺技术等环节，理论与案例结合，形成展示设计构架体系，力求全面系统、深入浅出、容易掌握，以方便专业教学、研究以及从事展示设计工作的相关人士使用。

展示设计不仅是艺术设计工作，涉及传播学、市场学、社会学、人机工程学、建筑学等学科领域，既有思想高度，又有实践意义，内容庞杂。鉴于此，鲜有较全面的资料可借鉴。本书提出的展示设计构架体系，需更多篇幅从理论和实践全面展开，分别深入阐述，现仅抛砖引玉，难免挂一漏万，敬请指正。

在此，向给本书撰写工作大力帮助的中国水利水电出版社，书中注明或未注明引用资料的原作者，以及蒋靖、张娉、李曼琦等我的零八级、零九级研究生学生，一并表示感谢！

张 伟

2012 年 2 月



前言

第1章 概论/1

1.1 展示设计的概念	2
1.2 展示的发展历程	10
1.3 展示设计的基本范畴与类型	21

第2章 展示设计基本原理与法则/31

2.1 展示设计的信息传达原理	32
2.2 展示设计的基本观念	37
2.3 展示设计信息传达的方法	42
2.4 展示设计基本造型形式法则	49
2.5 展示设计的一般程序	54

第3章 展示空间与人体工程学/61

3.1 展示空间与人体尺度	62
3.2 展示空间形式与观众行为习惯	66
3.3 展示空间与观众心理	70

第4章 展示空间构成设计/75

4.1 展示空间的概念	76
4.2 展示空间形态与表情	80
4.3 展示空间构成与空间组织	87
4.4 展示空间界面设计	92

第5章 展览视觉形象系统及版面设计/95

5.1 展览视觉形象系统设计	96
5.2 版面设计	101
5.3 展示空间中文字的设计	107
5.4 展示版面图与表的设计	111

第6章 展示色彩与光效设计/117

6.1 展示色彩设计	118
6.2 展示光效设计	123
6.3 展示色彩与光效共同实现展示效果	128

第7章 展示道具设计/133

7.1 展示道具的功能与设计原则	134
7.2 展示道具的分类与选用	138

第8章 展示陈列设计/147

8.1 陈列设计的基本原则	148
8.2 展示陈列设计的程序及方法	152
8.3 展示动态陈列	157

第9章 展示材料与技术/161

9.1 现代展示常用的材料	162
9.2 电子光学技术在展示设计中的应用	174
9.3 多媒体技术在展示设计中的应用	177

第10章 展示设计实务/181

10.1 展示设计切入	182
10.2 展示设计图	191
10.3 展示模型	196
10.4 计算机辅助设计	200
10.5 展示施工的一般程序	205

参考文献/209



第1章 概 论

1.1 展示设计的概念

1.1.1 展示设计的基本概念

“展示”一词古老而又时尚，包含的内容颇多。《辞源》中“展”字释义：转动，伸张，放宽，申也，即放开自己任人审视；“示”字释义：表示，以事告人，置也，即把事物放下来让人知晓。中国的象形文字揭示了“展”字的起源：展，“尸”也，古谓之神龕也，“展”字之意不言而喻。“展示”英文“display”一词源于拉丁文“displycare”，原意指动物所做出的“求偶”（示爱）的举动和表演，一直用在关于动物学的论著中，以至扩展引申为夸耀、显示、演示、展示之意（图1-1）。

展示，从动物为获得生存繁衍的机会展示自己的优势，植物为传宗接代展示自己的艳丽，到人类的展示，除了这种本能以外还融入了更多的社会因素，“展示”在与时俱进。如今“展”字的含义仍有伸张、延长、翻动、转动、放开、张开之意，例如使一件物品转动、延长、放开，使观者在不改变角度的情况下可以方便地看见其不同的部位，实现该物品的自我说明及其信息的传达。“示”字的含义仍有示范、摆下来让人看、演示之意，可以解释为通过特定的示范、表演过程，展现某一事物的状态，让人们知晓（图1-2）。



图 1-1 孔雀开屏



图 1-2 向日葵

“展示设计”一词，即“display design”，是指人们按照需要展示的特定目的、功能和内容要求而进行的，对于相应空间、道具、展品、色彩、照明等进行的综合设计，是为实现展示信息的有效传播而进行的创造性工作的统称。展示设计是融传播学、艺术学、建筑学等相关学科知识于一体的一门新兴的、综合性的、应用性强的边缘学科，它与建筑设计、视觉传达设计、环境艺术设计、产品造型设计、舞台美术设计等密切相关，具有综合

性的学科特征。

展示设计是以艺术的表现形式为手段,以科技的实现为前提,创造出精神与物质并重的空间环境载体,实现以展示内容及其信息的有效传播目的,使展览者与观众之间能够相互交流、沟通平台与环境的全部工作(图1-3、图1-4)。

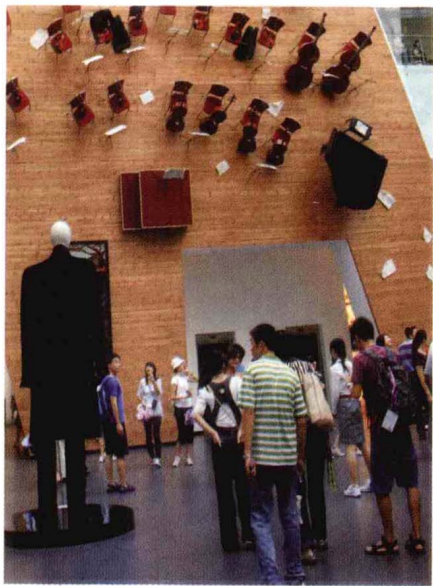


图 1-3 2010 年上海世界博览会意大利展馆

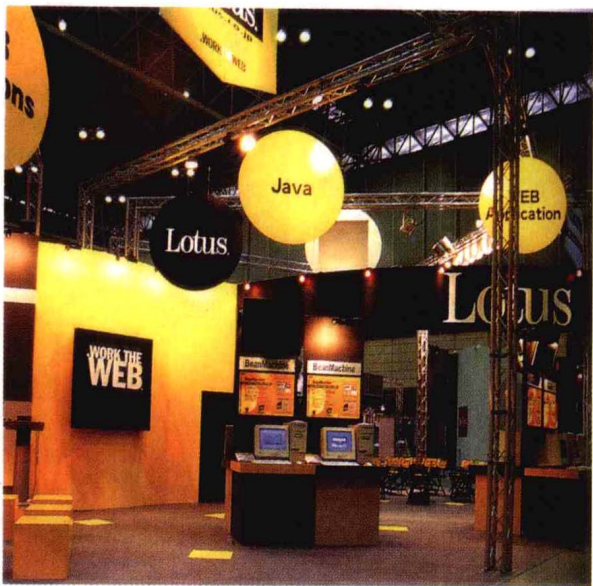


图 1-4 1998 年世界 PC 展 LOTUS 展位

展示设计为商品和信息的传播与交流创造了空间,形成特殊的“场”,这特定的“场”招引并传达着信息,实现着商品等交流行为的发生。同时,展示设计不仅能使信息传播、商品交流、启迪创造,还能促进人们对文化、观念、生活方式的交流,从而实现陶冶情操、扩大眼界、提振精神的积极作用(图1-5)。展示设计是准确有效传达展示信息、实现展览及相关活动的前提和中心工作,“为传播而展示”是展示设计的本质和目的。

展示活动是一项有计划、有组织、高密度的商品和信息汇聚、发散的活动。展示活动的目的是高效、准确地向目标受众传递信息并及时反馈信息。因此,评价展览对实现商品或信息交流与互通的效果和质量所起到的作用,就成为评价展示活动成功与否的重要指标。为实现这一指标,就要通过展示设计编辑和整理展示内容,规划展示空间、展示主体及活动项目,准确表现展示主题,在一定的空间和时间中,以空间形态、展品、道具、图文、音像以及现场演示活动等不同形式和手段,创造艺术化的生动的空间及形象,积极影响调动受众,有效传播和交流信息,体现展示活动的价值与意义,实现展示的目的(图1-6、图1-7)。

可见,展示设计具有传播性、科技性、艺术性和功能性的特征。因而学习展示设计就要学习掌握有关传播、艺术设计、科技、功能等相关知识,遵循传播的普遍规律及特点,运用展览所特有的技术、方法及特征,实现科学有效的展示设计。



图 1-5 光辉的历程——中华人民共和国建国 50 周年成就展（北京）山东展区展览现场（张伟设计）

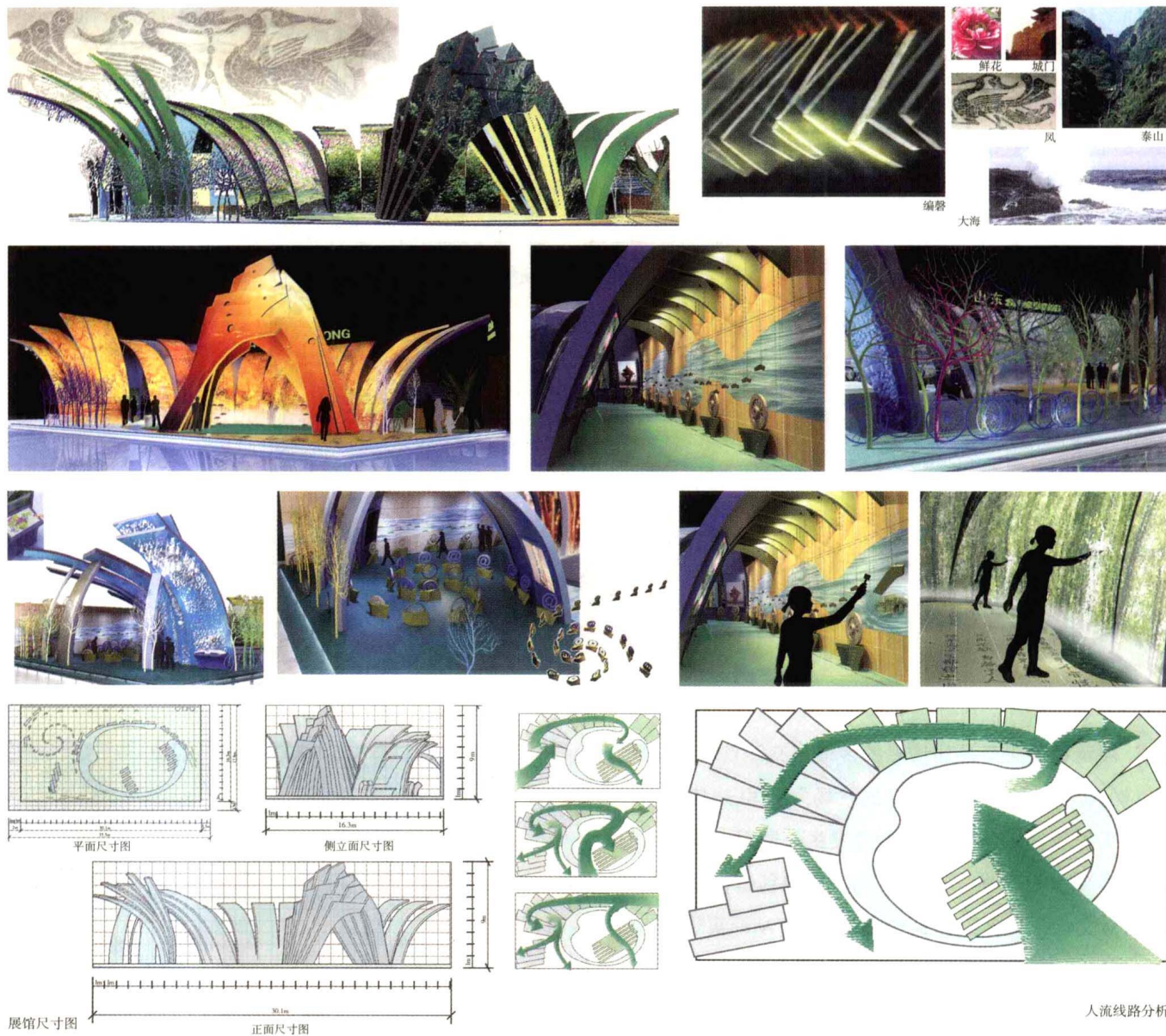


图 1-6 2010 年上海世界博览会山东馆设计方案(张伟创意设计)



图 1-7 东京游戏展——1998 年秋“元气”展位

1.1.2 展示艺术的传播性

“为传播而展示”是展示设计的本质和目的。学习展示设计创作出艺术特色鲜明的展示形象,实现展示内容的有效传播,就要学习有关传播的知识、合理运用传播的理论与方法对所展示的内容做科学的规划、演绎,通过艺术的设计与表现,实现展示设计的目的。

1.1.2.1 展示艺术的传播要素

作为传播过程和手段的展示艺术,涉及传播学的要素有:展示的传播者、展示的内容、展示的受众、展示的媒介、展示的传播效果五个要素。

1. 展示的传播者

展示的传播者是指展示的决策者,包括直接或间接

参与决策展览的个人或团体,也可称为展示传播的“主体”。其中包括:业主是指具有决策权利的展览发起者、展览者和展览管理人员;设计师是把展示内容加工、演绎成鲜明生动的展示艺术形象,实现有效传播的主要人员之一。展示的传播“主体”都在一定程度上影响展示的内容和形式,同时也在接受传播受众的反馈,进而又影响到展示。

2. 展示的内容

展示的内容是展览的主题即展览者要传达信息、意图的总和。展示的内容包括展示空间所承载的所有信息,其中有展览理念、说明、表格等的文字形式的内容,有展品、展项等实物内容,有各种图片以及演示形式表达的内容等。这些内容是设计师按照展览的需要运用展示设计方法把业主提出的所有展示内容进行归纳、演绎、创作,形成各种空间形态、色彩、光效等展示形式,同时这些形式本身也已成为传达展示信息的重要内容。各种形态的展示内容在展览中有效体现出设计师对所要传达的理念、主题的处理与表达,它们鲜明生动地呈现并传播着丰富多彩的展示信息(图1-8、图1-9)。



图 1-8 变化丰富的展具



图 1-9 博物馆内展出文物

3. 展示的受众

展示的受众是指以各种方式接收展示信息的社会公众,或称展示的“客体”、观众等(图1-10)。展示的受众有直接受众、间接受众、一般受众、目标受众等。其中展示活动的参与者是直接受众,受直接受众影响或间接接触展示信息的社会公众属于间接受众,展览没有具体针对但又接受到展示信息的社会公众是一般受众,展览所具体针对的公众属于目标受众。



图 1-10 展览现场参观的观众



4. 展示的媒介

展示的媒介是指展示信息有效传播的载体,是以一定的展示语言与形式实现展示内容与展示受众间展示信息有效传播的形式或手段。展览中的空间、形态、道具、展品、展项、图、表、文字、色彩、光效、材料等都可以成为有效传播展示信息的语言与形式,即展示的媒介。对展示媒介的把握与表现是展示设计的中心工作,是设计师成功表现展示理念、有效传播展示内容的直接体现。因而,展示媒介应当以符号般的、具有鲜明特征的、生动的展示语言与形式,准确演绎展览理念与主题,生动表现展示内容,有效实现展览内容与受众间的传播与交流,体现出展示媒介应有的价值与作用(图1-11)。所以,作为传播媒介的任何展示语言或形式,都要能承载展示信息,让受众能明确感受展示信息,进而接受、交流相关信息,实现展览的目的。否则展览的形式或手段将是空洞的、毫无意义的展示语言或形式。

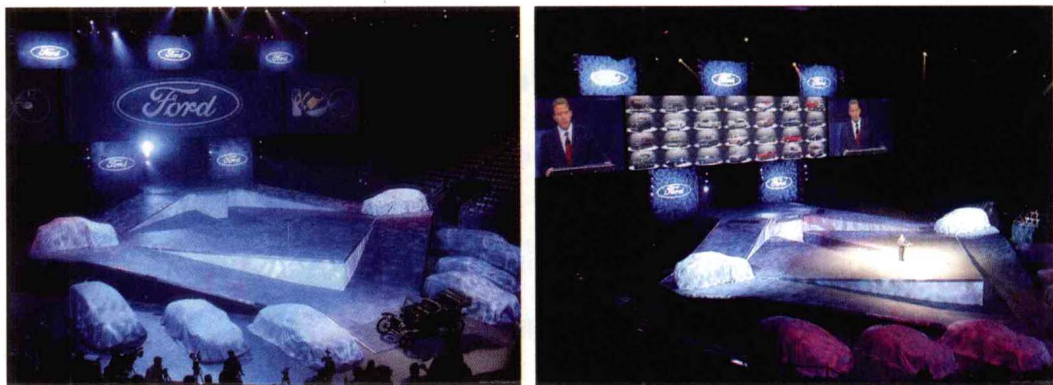


图1-11 汽车展示现场

5. 展示的传播效果

展示的传播效果是指受众对展示活动的反应。传播效果表现了展示设计意图实现、贯彻的情况,可以反映出展示活动及展示设计的成功经验或存在的问题,有时展示的传播效果在展示现场就可及时反馈(图1-12)。展示传播效果的评价方法可以有问卷调查法、展览现场随机调查法、展览前与展览后获取效益类比法等,可以对展览的整体、某一局部、单项等进行科学评价取得结果。

总之,结合传播学的理论,学习及研究展示设计,可以避免把展示设计仅作为展示的空间形态、展具、图表、文字、色彩、材料等技术层面单纯的设计工作,可以让设计师抓住展示设计的本质,从更高的视角认识展示设计,拓宽设计思路,探寻设计方法,全方位把握展览,实现展示信息的有效传达。

1.1.2.2 展示传播的特点

1. 目的明确,直接传播

展示目的是经过展览者(传播者)根据自身的需要精心规划确定的,是使展示内容对受众产生影响和作用。由于展示的空间、时间等各种条件的限制,为实现展示内容的有效传达,展览者必须依照展示目的,针对展示受众的特点确定展示内容,采用实物、图



图1-12 以能发声的书为展示形式,观众“听书”现场反馈意见

片、影像、文字、光效等各种传播的形式,直接、集中、清晰明确地表现展示内容。其中,集中的展示内容、明确的展示目的、直接展示传播的形式是展示传播的重要特点(图1-13)。

2. 情景交融,信息互动

展览具有真实性、趣味性的特点,借助一定的空间形态,综合利用各种展示手段,艺术地营造空间环境,从视觉、听觉、触觉,甚至嗅觉上传达着展示的内容与信息,调动观众参与的兴趣,并借助展览现场的气氛,给观众以情景交融的影响,激发观众的情绪,吸引观众参与展览。同时,观众的情绪被影响,产生了观众与展示形态间、观众与展览者间、观众与观众间多方向、多层面的交流与互动,从而也实现了展示信息的有效交流与互动(图1-14)。

3. 信息反馈直接可靠

由于展览期间观众与展示内容、展览者以及观众之间是面对面的直接交流,双方都可以直接了解对方的感受,所以反馈的信息直接可靠,并方便交流双方建立联系,实现展示目的(图1-15)。



图 1-13 国外展览



图 1-14 观众参与展览互动



图 1-15 观众与展览方现场交流

1.1.2.3 展示活动影响深远

1. 展示直接影响当下

传播者对展览理念、展览主题、展示内容、展示形式的精心策划、设计和表现,使得展示活动能全方位地影响观众。一般来讲,观众大都是有需求而来,非常容易与展示活动产生互动与共鸣,因而成功的展示活动会对当下直接产生广泛而深刻的影响,以至影响长久。当蒸汽机、电报机、电灯、冰激凌……出现在世博会,世界为之震动,人们为之惊叹,它们直接带给人类新的发展契机(图1-16~图1-18)。

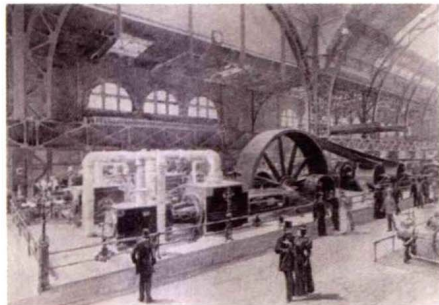


图 1-16 1876 年费城世界博览会展出的蒸汽机



图 1-17 1878 年巴黎世界博览会展出的蒸汽机车



图 1-18 运行在 21 世纪的蒸汽机车

2. 传播影响未来发展

展览活动中引起观众震动的内容、形式或展品展项,会给人以强烈的印象,从而迅速传播,甚至形成品牌或意识影响人们,改变着人们的生活,并代代相传发挥着作用,以至影响时代的进程,如火车、收割机、洗衣机、自行车、立体交通等在展览会展出之后,被迅速推广,影响或改变着人们的生活直至今日,甚至影响着未来与发展(图1-19)。



图1-19 2010年上海世界博览会德国馆中影响人们生活的展品、展项

1.1.3 展示设计的特征

不同的展示内容要有相应的展示形式表现,展示的形式和内容要能方便观众的理解,让人们愿意参与、愿意接受,从而实现展示信息的有效传播。所以,成功的展示应当具有内容的广泛性和典型性、形式的直观性和生动性、设计的综合性、实现的科技性这4个基本特征。

1.1.3.1 内容的广泛性和典型性

展示内容可以涉及政治、经济、工业、农业、科技、教育、文化、军事、旅游、宗教、生活、娱乐等不同领域,只要关系到社会民生的所有方面都可以作为展示的内容,即使一个展览也能涉及一个专项或多项不同的内容。展示可以表现的内容非常广泛。由于受到展示空间和时间等展示条件的限制,为实现展示内容有效传播,实现展示目的,设计师就要准确把握展示主题,把庞杂的展示内容作精心梳理、斟酌、演绎,创作出更具典型性和代表性的展示形式,使得展示内容演绎成为鲜明的概念或符号。概念或符号是对广泛内容的典型化处理,必须具有很好的包容性,可以代表、体现展览要传达的广泛内容,通过典型化处理的形式提升展览的表现力和传播力,更有利于观众的理解及传播者和受众间的沟通。如2010年上海世界博览会中国国家馆,把中国要展示的庞杂的内容凝结为“东方之冠”,表达“东方之冠,鼎盛中华,天下粮仓,富庶百姓”的主题,表达中华文化的精神与气质(图1-20)。

1.1.3.2 形式的直观性和生动性

展览大都是以直观的形式表现展示内容,即便展示内容是思想、政治、法律等抽象形态的主题,也要将其概念和理论加以演绎,使抽象转化为可见的、具体的、典型的、艺术化的生动形象或其他有意味的形式,运用各种实物、道具、模型、图表、语言文字、音乐、各种演示以及现代的高科技表现技术,把思想、政治、法律等意识形态的抽象论述转化为经过典型化处理的展示形式和内容,实现直观、生动的展示表现。艺术化的直观表现是展示形式具有鲜明的直观性和生动性,昭示观众积极参与的重要前提之一(图1-21)。

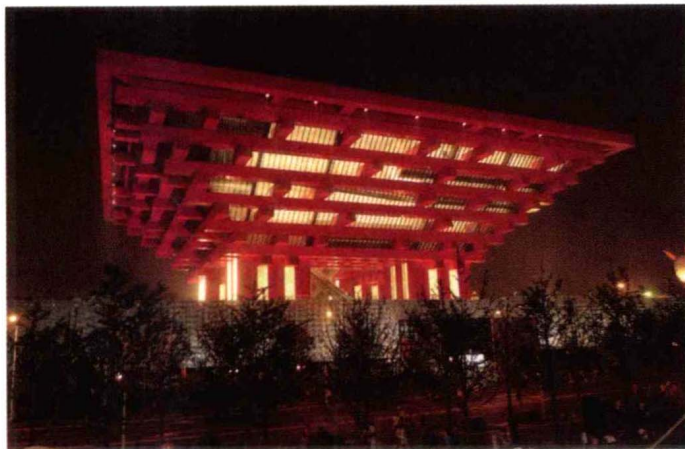


图 1-20 2010 年上海世界博览会中国馆



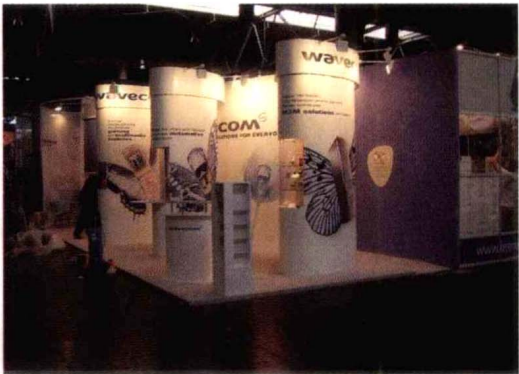
图 1-21 用形象和文字展示内容

1.1.3.3 设计的综合性

展示设计面对的是宽泛的展示内容,要准确生动地表现它们,首先要对内容进行概括、提炼,演绎成适合展示形式表现、典型而生动的,并能通过各种技术手段实现的、具体的展示形态,又因为受到展示地点、环境以及展览时间等客观因素的限制,就决定了展示设计具有的综合性特征。针对展示内容、目标定位和展示环境的具体要求,必须在规定的时间内把展览内容安置在一定的空间之中,要对空间形态、建筑环境以及实现条件和主要展示手法有所把握。这样,展示设计融合了传播艺术、建筑艺术、造型艺术、视听艺术、演示艺术等多种学科知识,设计工作就成为运用各种知识,采取设计手段,创作展示形态,演绎、表现展示内容的综合性工作。设计手段包括空间形态、平面形态、道具、图表、文字、灯光、影像、现场演示、音乐等表现手段,以及相应的技术手段和工作环节,包括机械工程、材料、电子技术、光学、声学、施工工艺、造型结构等技术手段,制作施工、运输安装、布展撤展、展期维护等各工作环节的综合性工作内容。展示设计应具可行性,针对展示目的要求,对展示所需要的基本条件和环节作出相应的规划,包括资金预计、展场条件、人员配备等。展示设计涉及多学科知识,具有综合性特征(图 1-22)。



(a)



(b)

图 1-22 展位施工现场

(a) 华硕展位施工现场;(b) 国外展览施工现场

1.1.3.4 实现的科技性

展示设计不是简单的一个方案的创意,一幅设计图的勾画,一个预想的阐述,更不是一幅绘画作品的个性张扬,而是能把设计预想实现为展览工程的综合设计。其中,造型设计解决展示空间形态问题,平面设计解决展示内容与空间形态结合问题,色彩和照明设

计解决展示环境氛围问题,机械设计解决展示形态的结构、运动等问题,音响设计解决展示环境中各种声音的问题,配电设计解决展示环境中所用各种动源问题,各种演示技术的应用设计能丰富展示形式与效果。展示设计必须借助各种科技手段,实现为展览工程,所以科技性特征也是展览的基本特征。

借助科技手段,创造新奇的形式表现展示内容,传达展示主题,是设计师追求的主题。科学技术的发展不断为展示设计提供良好的条件,激发创作灵感,设计师需要不断学习和借鉴各种科技手段创作出新颖的展示效果。如LED技术的成功运用,解决了超大屏幕或异形屏幕演示的问题,解决了在不同方向和角度面对强光照射时不能清晰演示等问题。图1-23所示是2010年上海世界博览会德国馆内以高科技手段实现的,与观众互动的球体“力之源”,它随着观众的呐喊声发生变化和运动。

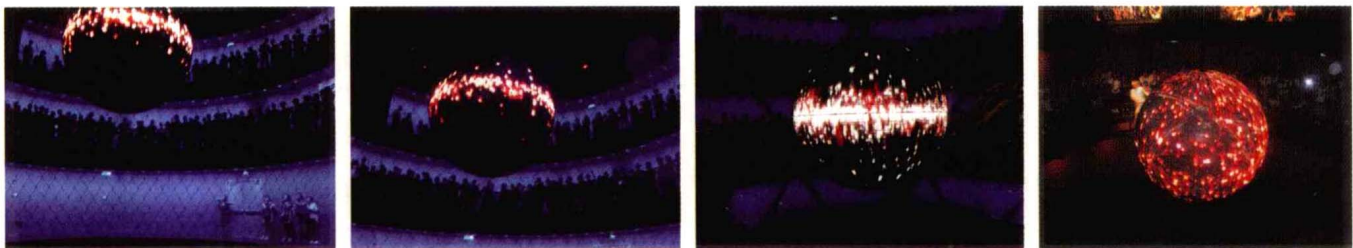


图 1-23 2010 年上海世界博览会德国馆内“力之源”

1.2 展示的发展历程

动物炫耀,吸引异性得到青睐,实现繁衍的机会。设置图腾,供人膜拜,展现在族群中的权威,形成凝聚,得以壮大,实现发展。

可见,展示活动除动物的本能外,在人类社会就融入了更多的社会因素。从某种意义上说,我们每个人都生活在一个展示的环境之中,人的每天都在做着展示能手的事情,家中物品的安排,个人的着装及姿态,路边的报摊,集市中的叫卖,甚至映入眼帘建筑的形态,等等,它们都在持续地“展示”和传达着信息,产生着影响。展示伴随人类的发展而发展(图1-24~图1-26)。

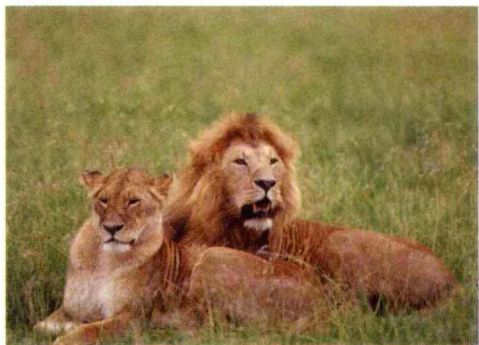


图 1-24 狮子示爱



图 1-25 菜市场



图 1-26 室内家居

1.2.1 展示在中国的萌芽与演变

在中国象形文字中，展，“尸”也，古谓之神龛也；示，“置”也，把事物放下来让人知晓也。可见，展示自形成之日就与人亲密相伴，并伴随人类的进步而发展。

1.2.1.1 上古时代的“展示”

展示作为一种艺术的萌芽，它与人类社会的形成应是同步的。人类最早的展示活动可以追溯到原始部落时期。那时，原始人文身，佩戴所猎获的兽骨，其目的就是在做有意识的展示。这种行为带有宗教意味，恐吓对手或是群族，或是有炫耀的动机，其目的与我们



图 1-27 非洲部落中的人们在展示力量

今天的服饰、标志、显示等行为有内在的关系（图 1-27）。当生产力发展到一定阶段，人类自发地以物易物实现交换，其前提是交换的双方能相互看到对方的东西，当这些东西摆出来供人看的时候，就实现了展示的过程和目的。之后，原始人把征战的猎物或本族的崇拜物悬挂在部族人们认为重要的地方，展示精神和力量，把物品直接摆在地上供人看，实现交换的行为逐渐发展到了有意识地分类摆放陈列物品，逐渐出现了专门摆放交换物品的特殊的位置和工具，又逐渐出现了记录传达这些信息的岩画，昭示着部族的人们，这些活动就基本形成了人类展示活动的雏形。

社会在进步，生产力水平在提高，人们的精神和物质生活在不断丰富，简单的图腾崇拜活动也在丰富着它的内涵，出现了敬拜天地，颂扬祖先，祈愿来世，保佑今生的各种祭祀活动，期间展示出了神龛、牺牲、食物、酒等物品，出现了用以盛装各种物品的造型和器具，如祭台、陶器、石器等，甚至还出现了占卜的甲骨，以至有了铭文以记之活动。配合这些活动的还有歌舞、音乐等，人们在这样的环境中手舞足蹈，尽情倾诉，交流感怀，获取满足，这就已经成为了综合的展示艺术。由此发展而逐渐产生了绘画、雕塑、舞蹈、诗歌等艺术形式，可以看出，展示艺术是与其他艺术形式共同产生和发展的，只是因为展示艺术为人们提供的是“场面”和“空间”，注重的是营造环境气氛和活动过程，使人们在其中各得其所，而非个人的喜爱或收藏的作品，这也就进一步体现出展示的本质是实现信息的有效传达（图 1-28）。因而人类社会早期的“展示”艺术，鲜有其他艺术形式那样丰富而清晰明了的史料记载。



图 1-28 大同云冈石窟佛像展示宗教的环境与精神信仰

以物易物的交换，是剩余劳动的交换，促进了“五农”、“六畜”的发展。可以说，人类有意识的展示活动从一开始就具备了促进社会进步与发展的价值和作用。人们在以物易物获取自己欠缺的物品时，展示就成了不可缺少的媒介，具有商贸特质的展示就此发展起来，进而形成了集市，有了更为集中、更为丰富的物品集散之地，成为展示空间，人们在