



创意设计系列教材

展示设计

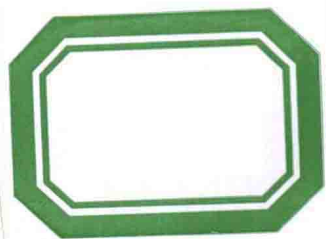
ZHANSHI SHEJI

主 编 赵国平

副主编 苏毅超 杨 淳



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



创意设计系列教材

展示设计

ZHANSHI SHEJI

主 编 赵国平
副主编 苏毅超 杨 淳
参 编 刘赞玉



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

内 容 提 要

本书从展示设计的学科属性入手,系统论述了展示设计学科的知识结构及其同相关学科(特别是艺术设计学科)之间的内在联系,着眼于让学生对本学科有较全面的了解,正确引导学生开展相关知识的学习。

在学习方法上,本书注重理论与实践的紧密联系。书中配以大量的设计图片,并将其与专业理论知识的讲解相结合,以促进学生对专业理论的吸收和消化。同时,注重学生思维方式和思维习惯的养成,努力为学生创造性地开展设计活动打下坚实的思维基础。

本书主要面向各本、专科院校艺术设计专业的在校学生,也可供艺术设计相关行业的从业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

展示设计/赵国平主编. —北京:北京师范大学出版社, 2013.5

(创意设计系列教材)

ISBN 978-7-303-14977-3

I. ①展… II. ①赵… III. ①陈列设计—高等教育—教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 163358 号

营 销 中 心 电 话 010-58802755 58800035

北师大出版社职业教育分社网 <http://zjfs.bnup.com>

电 子 信 箱 zhijiao@bnupg.com

出版发行:北京师范大学出版社 www.bnup.com

北京新街口外大街 19 号

邮政编码:100875

印 刷:北京盛通印刷股份有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:210 mm × 285 mm

印 张:13.25

字 数:313 千字

版 次:2013 年 5 月第 1 版

印 次:2013 年 5 月第 1 次印刷

定 价:39.80 元(含光盘)

策划编辑:李 克 责任编辑:李 克

美术编辑:高 霞 装帧设计:中通世奥

责任校对:李 菡 责任印制:孙文凯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话:010-58800697

北京读者服务部电话:010-58808104

外埠邮购电话:010-58808083

本书如有印装质量问题,请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话:010-58800825



人类的展示行为几乎和其自身的历史一样久远,但直到原始社会后期,随着物物交换的诞生及发展,才催生了早期专门的展示场所——集市。在其后的数千年中,人类的展示活动虽然进步缓慢,却也在不断地发展之中。现代意义上展示设计的诞生已经是近代以来的事情了。而展示设计得到较大规模的发展,最早恐怕也只能从首届世界博览会算起,至今不过100余年的历史。可以说,展示设计学科发展到今天,仍然没有建立起一整套比较成熟、完整的学科体系,特别是同一些传统的学科相比,尤显稚嫩。

然而,这一学科从其诞生之日起,就显示出了顽强的生命力。从最简单的口头叫卖加实物陈列的原始展示方式,发展到综合运用当今最先进的媒体技术、计算机技术和信息技术的大型展示活动,当代的展示设计正焕发出前所未有的无穷魅力。以世界博览会和大型博物馆建设为典型代表的各类型的展示活动,为扩大国际间的文化交流,促进科技和社会的进步,促进全球的共同繁荣作出了巨大的贡献。在全球化浪潮下,以信息技术为中心的高新技术迅猛发展,也为当代展示活动的蓬勃发展注入了强大的活力。展示设计正迎来属于自己的春天。

展示设计是一门综合性极强的交叉学科,几乎涵盖了艺术设计学科全部的研究领域,涉及人体工程学、环境心理学、美学、艺术学、材料学、市场营销学、传播学以及符号学等诸多学科的知识。同时,展示活动又是策划、管理、信息技术、计算机技术、施工工艺、采光照明、摄影、多媒体技术等专业技能的综合应用。

本书撰写的基本思路,便是从展示设计的学科属性入手,首先让学生了解展示设计学科与相关学科(特别是艺术设计学科)的内在联系,帮助同学们正确认识展示设计学科的知识结构,并且有目的地开展各相关学科知识和技能的学习;努力使学生从单一的形象思维或者单一的逻辑思维,逐步转变为形象思维和逻辑思维相结合的综合性思维,并养成系统思维和创造性思维习惯,为今后从事展示设计活动奠定牢固的思维基础。

由于水平所限,书中难免有疏漏和不完善之处,敬请各位专家和读者批评指正。

赵国平

2013年3月



第1章 展示设计的学科基础	(001)	第6章 展示设计的程序与方法	(107)
1.1 艺术设计学科概述	(001)	6.1 展示设计的思维方法	(107)
1.2 视觉传达设计概述	(012)	6.2 展示设计的程序	(120)
第2章 展示设计概述	(025)	第7章 展示空间设计	(127)
2.1 展示设计的基本概念与分类··	(025)	7.1 展示空间的概念	(127)
2.2 展示设计的功能与内涵·····	(033)	7.2 空间艺术设计	(132)
第3章 展示设计发展简史	(044)	7.3 空间功能设计	(141)
3.1 古代展示	(044)	第8章 展示色彩设计	(149)
3.2 近代展示	(050)	8.1 设计色彩学的基本原理·····	(149)
3.3 现代展示	(057)	8.2 展示色彩设计	(159)
3.4 当代展示设计的最新状况及未来 的发展趋势	(063)	第9章 展示照明设计	(165)
第4章 人体工程学与展示设计	(069)	9.1 照明基础	(165)
4.1 人体工程学概述	(069)	9.2 展示照明设计	(177)
4.2 人的感知特征	(071)	第10章 商业空间展示设计	(184)
4.3 人体特性	(077)	10.1 商业空间展示设计的基本要求	(184)
4.4 人体数据的应用	(080)	10.2 购物中心	(186)
第5章 环境心理学与展示设计	(085)	10.3 大型综合性商场	(188)
5.1 人与环境	(085)	10.4 超级市场	(196)
5.2 人的环境心理	(087)	10.5 专卖店	(200)
5.3 人在展示空间中的行为特征··	(097)		

第1章 展示设计的学科基础



学习目标

通过本章的学习，了解艺术设计的基本概念、学科属性及分类，把握展示设计同视觉传达设计之间的内在联系，为展示设计的学习打下基础。



学习重点

1. 理解设计学的基本构成要素；
2. 了解符号学、格式塔心理学的基本理论；
3. 把握视觉传达设计的基本要求。



学习难点

1. 对艺术设计学科知识体系的系统把握；
2. 观念的培养与转变。

1.1 艺术设计学科概述

展示设计是当代艺术设计学科的一个重要类别。在系统学习展示设计的专业知识和设计方法之前，我们应当对“艺术设计”的基本概念有所了解。

宏观地、全方位地了解艺术设计的基本概念，有利于我们准确把握展示设计与各相关学科的内在联系，正确理解展示设计的学科属性，为进一步系统学习展示设计的基本原理指明方向；使我们从相对单一的艺术思维或相对单一的逻辑思维，主动地转变为艺术思维和逻辑

辑思维并重的设计思维，掌握正确、有效的设计方法；在此基础上，明确展示设计的任务和具体要求，为创造性地开展设计活动奠定坚实的基础。

艺术设计(Art Design)也往往简称为“设计”(Design)。其中的“设”，可作“设想”、“筹划”讲；而“计”，则可解释为“计划”或“打算”。英语中的“Design”，可译作“构思”、“绘制”、“设想”等。无论是“设计”，或者是“Design”，均包含有“为了一定的目的，预先制订计划、绘制图样”的意思。设计就是人类为实现特定的目的而进行的一种创造性的设想、计划活动。

我们生活在一个“设计”的时代，设计对当代的社会生活产生着广泛而深刻的影响。设计的应用范围，涵盖了“从汤匙到都市”(from the spoon to the city)的广阔领域(摘自马克斯·比尔语)，在衣、食、住、行、用等各个方面，无不留下“设计”的痕迹。

1.1.1 艺术设计的学科属性

研究设计这一人类创造性活动的学科，即设计学。

一方面，设计学“本身具有自然科学的客观性特征”。自然科学，是研究自然界各种物质和现象的科学，包括物理学、化学、数学、生物学、信息科学、系统科学等在内，其研究的对象是“物”——即自然界各种客观物质的形态、结构、性质和运动规律等。鉴于设计与特定社会的物质生产之间的联系，设计学的研究人员，不可避免地要涉足自然科学的研究领域。在研究过程中，客观、理性的工作态度以及逻辑、严谨的思维品格，是必不可少的。

另一方面，设计学又“有着特殊的意识形态色彩”——设计活动，受到特定社会政治、宗教、文化、艺术等意识形态的诸多影响。人文学科大致有语言学、历史学、文学、哲学、宗教学、艺术学等，它的研究对象，是人本身以及与人的精神直接相关的文化世界——即包括人的情感、心态、理想、信仰、文化、价值等在内的社会观念形态。设计学的研究对象，是人、自然和社会之间的相互关系，而其中的“人”，是设计学研究的重点——这一点，显然与人文学科的研究方向是一致的(而设计学中对自然科学领域的研究，仅仅是为了寻求满足

人的需求的手段，而不是研究的最终目的)。设计的最终目的是人，是为了促进人与自然、人与社会之间的和谐，促进人类社会不断地向前发展。基于此，设计学更多地应当划入人文学科的大类当中，但它又不纯粹属于人文学科。

设计学，既立足于“人”，又无法回避“物”。可以说，它是一门综合性的、“既有自然科学特征又有人文学科色彩的”交叉学科。^①

1.1.2 艺术设计的类型

对设计学科类型的分类，可谓仁者见仁，智者见智，设计界至今尚未达成共识。其中比较有代表性的一种倾向于把设计学科分为以下三个大的基本类型：

一、环境设计——为了“居住”的设计

环境设计的目的，是为了促进人、建筑、环境之间的和谐，从而创造出适于人类生存、生活的外部条件。它以人的生存空间为设计对象，主要包括城市规划设计、建筑设计、室外设计(园林、景观设计)、室内设计、公共艺术设计等(见图1-1至图1-4)。



图 1-1 建筑设计

^① 《设计学概论》，P1。



图 1-2 园林设计



图 1-3 室内设计



图 1-4 公共艺术设计

二、产品设计——为了“使用”的设计

产品设计的目的，是为了促进人、机、环境之间的和谐（这里的“机”，是指在人的生存空间内，为人所使用或控制的一切对象——物品的总称），为人们的工作、学习和生活带来方便。产品设计的对象，是人类生存空间中的各要素，有工艺品设计和工业设计之分（见图1-5、图1-6）。

三、视觉传达设计——为了“传达”的设计

视觉传达设计的目的，是为了更好地促进人与人、人与社会之间的信息交流与沟通。它以人类的信息传播媒介为设计的对象，主要是指借助平面视觉媒介来开展信息传达活动的设



图 1-5 产品设计之一



图 1-6 产品设计之二

计, 包括包装设计、标志设计、广告设计、书籍装帧设计、企业形象设计等 (见图 1-7 至图 1-9)。



图 1-7 视觉传达设计之一 (版面设计)

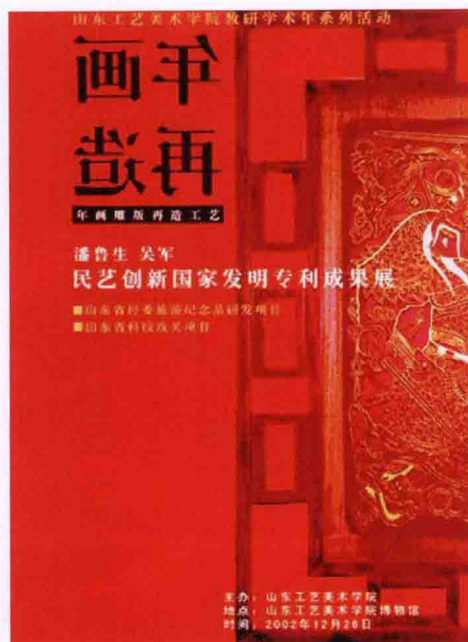


图 1-8 视觉传达设计之二 (海报设计)



图 1-9 视觉传达设计之三 (标志设计)

在三大设计类型中, 虽然设计的对象及侧重点有所不同, 但其最终的目的都是一样的——为了提高人们的生存和生活质量, 为了满足人们的物质和精神需求, 它们对功能实用性和审美艺术性的要求都是一样的。

1.1.3 艺术设计的构成要素

设计学的研究领域，涉及社会经济、科技、艺术与人的需求等诸多方面。

一、设计与人的需求

需求，是由需要而产生的要求。

“以人为本”是一切设计活动的出发点和根本原则，设计必须立足于人的需求来开展。作为人类的一项重要活动，设计归根结底要提升人类生存和生活的质量，促进人类自身的发展服务。而要实现这一目标，当代设计必须同时满足人们对功能和审美两方面的需求，缺一不可：从功能上讲，要满足人们在开展各种活动时，对舒适、方便、安全、健康、高效等方面的需求；从审美上讲，人们自觉地“按照美的规律来构造”自己的生存空间以及空间中的各要素，^①以满足自身的审美需求。设计首先要满足人对物质功能的需求，并在此基础上，进一步满足人在艺术审美方面的需求。人



图 1-10 设计与功能

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，P47。

② 《设计学概论》，P43。

的物质功能需求得不到满足，要实现对审美需求的满足就无从谈起。自古以来，所有优秀的艺术设计，“无不在功能设计的基础上追求尽可能完美的艺术形式”。^②能否满足人的功能和审美需求，是判断设计成败与否的根本标准，社会需求也成为推进设计发展的根本动力（见图1-10至图1-12）。



图 1-11 设计与审美之一

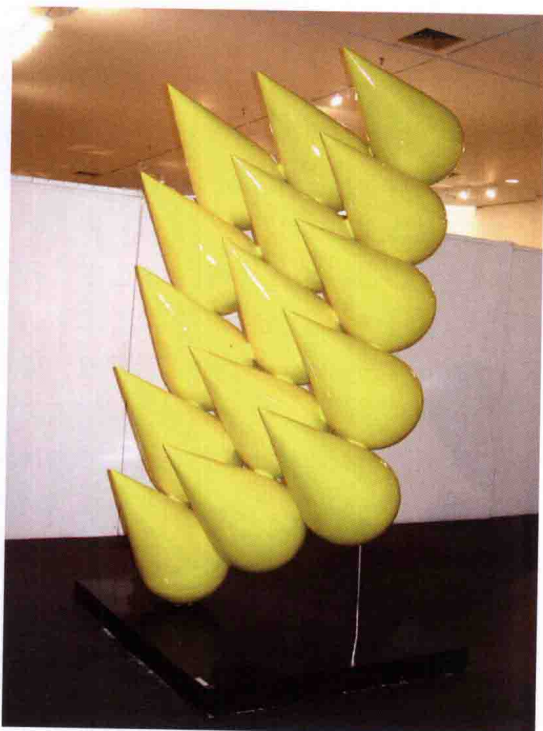


图 1-12 设计与审美之二

我们对人的需求的基本认识,建立在马克思的需要学说、马斯洛的需要层次论等的基础之上。在心理学上,人的需要指的是由于某种缺失而造成的一种不平衡的心理状态,它是引起人的动机的内在条件。马克思和马斯洛都把作为个体的人的需要,由低到高依次分成不同的层次。马克思主义的创始人卡尔·马克思(Karl Marx)把人的需要分为生存需要、享受需要和发展需要三个层次。美国的心理学家马斯洛(Abraham.H.Maslow)则认为基本需要是全人类共同的需要,他把作为个体的人的基本需要,由低到高依次分成五个层次:第一层次是生理需要;第二层次是安全需要;第三层次是归属和爱的需要;第四层次是尊重需要(包括内在的自尊以及来自他人的尊重的需要);第五层次是自我实现的需要——这也是马斯洛所认为的人的最高层次的需要。

两者的分类方式大同小异,他们都认为,低层次需要是高层次需要产生的基础。一般而言,当人的低一级的需要得到最低限度的满足后,才开始追求高一级的需要。如此逐级上升,成为推动人们不断为之奋斗的内在动力。“人是不断需求的动物”,^①时代的发展,必然带来人的需求的变化,我们应当紧跟时代步伐,积极应对这些变化,努力适应人们不断变化发展着的各层次的需求。

二、设计与艺术

在“艺术设计”一词中,“艺术”只是定语,在“设计”之前冠以“艺术”二字,是就设计活动中所包含的艺术成分而言的,可见艺术性对设计之重要。设计活动自诞生之日起,就从未停止过对艺术审美的追求,而设计要满足人的审美需求,就必须采用艺术性的处理手法,着力塑造富于感染力的空间氛围以及动人的视觉形象等。

设计和艺术同宗、同源,人类早期的设计

与艺术活动是一体的,它们都是实际技术的组成部分,都是直接服务于生产活动的,彼此并没有明显区分开。“只是随着社会分工的愈来愈细,各行业的专业性越来越强,才使得艺术从实际技术中分离出来”,^②形成了独立的艺术行业,诞生了艺术家,两者才在实际上有了较为明显的区分(此时设计仍属于技术的一部分)。此后,艺术与设计的关系,时近时远。从世界艺术与设计发展的历史看,两者的发展大致是并行不悖、相互促进的——设计作品中对美的形式的追求,使得设计始终在寻求与艺术之间的一个新的结合点。但这并不等于说,两者的结合就是一帆风顺的,在很长的一段历史时期内,两者并没有能够实现真正的有机结合,有时甚至是基本脱节的。在工业革命以前,设计的服务对象主要是权贵和少数富人,设计的成果是适应奢华生活所需的、精美的手工艺品和烦琐的室内装饰,而广大平民使用的大多是粗劣的日用品,室内装饰也极其简陋,基本上无设计可言(见图1-13至图1-17)。



图 1-13 烦琐装饰之一(巴洛克风格的设计)

^① 《马斯洛人本哲学》, P1。

^② 《设计学概论》, P40-41。



图 1-14 烦琐装饰之二（中国明清时期的皇宫——紫禁城，即今故宫博物院）



图 1-15 矫揉造作的设计——首届世界博览会展品之一



图 1-16 简陋的产品——首届世界博览会展品之二

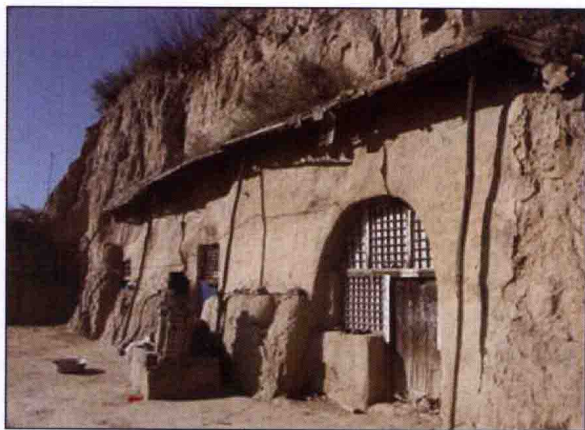


图 1-17 简陋的窑洞

这一时期，职业的艺术家与设计制造行业在大多数情况下也各行其是，互不相关。在工业革命初期，批量化的大工业生产更进一步造成了设计水平的下降。在第一届世界博览会上，外观丑陋、制作粗糙的展品占了相当大的比例。为弥补这些缺陷，便出现了“把歌德式的纹样刻到铸铁的蒸汽机体上，在金属椅子上用油漆画上木纹，在纺织机器上加了大批洛可可的饰品”的情况。^①工艺美术运动就是基于这样的局面而发起的。他们主张“诚实的艺术”（Honest Art），尝试将艺术引入设计，以实现功能与美的统一，从而为艺术与设计实现

① 《世界现代设计史》，P40。

新的融合提供了参考。而艺术与设计在新的技术条件下再一次融合的标志,是在现代主义设计运动的浪潮下机器美学的诞生。与“工艺美术运动”强调恢复手工业传统的理念不同,机器美学是在工业化大生产的背景下形成的美学观,它强调机器造型中的几何形式,推崇大工业生产本身所体现的理性和逻辑性,强调功能与形式相统一的原则,因此成为艺术与设计真正有机结合的产物(见图1-18、图1-19)。

因此,设计与艺术之间存在着密切的关系是不言而喻的。一个很明显的现象是,自近代以来,“现代设计与现代艺术之间的距离日趋缩小,新的艺术形式的出现极易诱发新的设计观念,而新的设计观念也极易成为新艺术形式产生的契机”。^①



图 1-18 工艺美术运动之诚实的艺术



图 1-19 机器美学之巴塞罗那椅 (Barcelona Chair)——1929年, 密斯·凡·德·罗 (Mies Van Der Rohe) 在巴塞罗那世界博览会上, 为了迎接西班牙国王和王后而设计的作品。同其设计的德国馆相协调, 是现代家具设计的经典之作, 体现了功能与形式的完美结合。

完全缺乏艺术性的设计, 无论如何都不能算是一件优良的设计。从前不是, 现在也不是, 将来更不会是。

三、设计与科学技术

设计是人们为了满足生产生活的实际需要, 以具体的“物”为媒介而开展的一种创造性的构思、计划等活动——这也决定了设计活动不可避免地要与特定的物质生产密切相关。在人类早期, 设计与艺术一样, 原是技术的一种。在漫长的手工业时代, 设计师与工匠同体, 彼此不分。直到 18 世纪的欧洲, 产品的设计者与制造者仍往往是同一个人。工业革命使得设计从制造业中分离出来, 诞生了设计师行业。

在工业革命初期, 艺术与物质产品的大工业生产基本上是相互脱节的。在资本家追逐剩余价值的利益驱使下, 大批粗制滥造、缺乏美感的工业品被生产出来。而基于这一局面而发

^① 《设计学概论》, P42。

起的工艺美术运动，显然无法代表现代设计的正确方向。这种建立在手工艺基础之上的所谓“设计”，更多的是工艺美术的概念，明显不同于当代意义上的“设计”（见图1-20）。工艺美术运动“为少数人设计少数的产品”（The Work of a Few for The Few）的主张，使其设计只能满足少数贵族奢侈的生活所需，根本不可能适用于广大的平民阶层。既追求产品的艺术性，又要建立在工业化大生产基础之上的设计，已经成为不可逆转的世界潮流。

现代意义上的设计，是艺术与技术重新融合的产物。1923年，沃尔特·格罗佩斯（Walter Gropius）在包豪斯夏季展览会上提出了“艺术与技术，一个新的统一”（Art and Technics, A New Unity）的口号。在工业化大生产的背景下，包豪斯开始将艺术与科学技术相结合，发起了现代主义设计运动，现代意义上的艺术设计概念由此诞生。乌尔姆设计学院更是坚定地从科学技术方向来培养设计人员，使现代设计真正融入制造业。但这一融合，同早期的艺术、设计、技术三位一体有所不同——设计师将艺术与技术引入设计，并没有动摇艺术设计相对独立的行业地位。

设计，与科学技术有着极为密切的联系。设计建立在所处时代特定的科学技术发展水平的基础之上，受一定时期社会物质技术条件的制约。首先，“设计的进步依赖于人类已掌握的科学原理”，^①依赖于物理学、数学、植物学、矿物学、心理学、符号学等学科最新的研究成果（见图1-21、图1-22）。这些学科为设计提供了新的思路，带来了学科的交叉、综合，扩充了艺术设计学科的研究领域；同时也引起了设计思维的变革，促进了新的设计观念的不断涌现，促进了对设计方法学的系统研究。

其次，科学技术的发展为设计提供了新的物质技术手段。特别是计算机技术以及各个时期新材料、新工艺的出现，为开拓新的设计领



图 1-20 工艺美术运动之莫里斯红屋

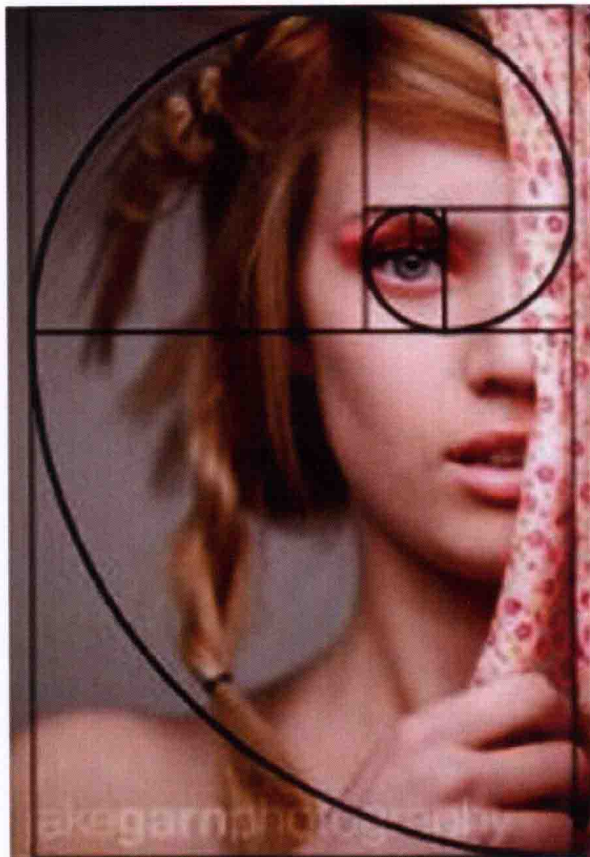


图 1-21 设计与数学之一（黄金分割的应用 1）

^① 《设计学概论》，P55。

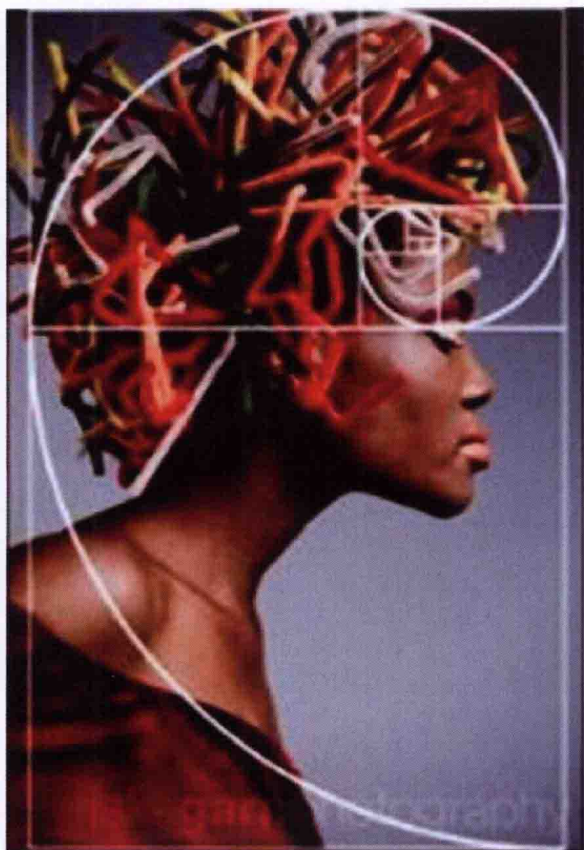


图 1-22 设计与数学之二（黄金分割的应用 2）

域、丰富设计的表现手段，都起着积极的促进作用；同时也为设计行业的发展注入了新的活力（见图1-23）。

设计是科学技术转化为物质产品的载体，科学技术通过设计（也必须通过设计）转化为



图 1-23 设计与科学技术之最早的钢管椅——瓦西里椅

满足人类生产和生活所需的有形的物质产品。设计的最终产品，便是物化了的科学技术。

基于设计学同科学技术和艺术之间的关系，当代人将设计学科的属性概括为“科学×艺术”，不无道理。

四、设计与经济

设计的发展与经济的发展相辅相成。

设计促进了社会经济的发展。一方面，设计发展的原动力在于人们对美好事物的不懈追求。这种追求，是自发的、与生俱来的，是推动社会经济发展的强大动力。设计能够促进社会经济的发展，主要表现在它不仅满足了人们的物质需求，也满足了人们的精神需求。另一方面，设计所带来的，不仅是精神上的愉悦与享受，更重要的是它可以改变人们的生活方式。设计是思想和观念具体化、实体化的手段，其本质是人们对将要进行的经济建设活动作出艺术性的设想和筹划。总体来看，这种设想和筹划是进步的、积极的，甚至是超前的。在当代，设计已经成为推动社会发展的一股巨大的动力。

市场制约着设计，设计也开拓着市场。设计是企业参与市场竞争的有力武器，对提高经济效益，促进企业发展有着不可替代的作用。设计是一个国家参与国际竞争的核心竞争力。鉴于激烈的市场竞争，特别是在全球化的背景下，许多国家和地区不得不加大对设计的投入。

设计将科学技术转化为现实的物质产品，特别是转化为进入市场流通领域的商品，因此，我们也可以说，设计是科学技术市场化、商品化的载体。

综上所述，作为艺术设计活动的主体，设计师必须具备以下条件：具有从事艺术设计活动所需的相关自然科学知识以及基础的经济学常识（特别是市场营销学的知识）；掌握必要的生产、制造（制作）、施工的技术；具备较高的艺术修养水平；能够准确把握人的主要需求和需求的主要方面；了解相关的法律、法规。