

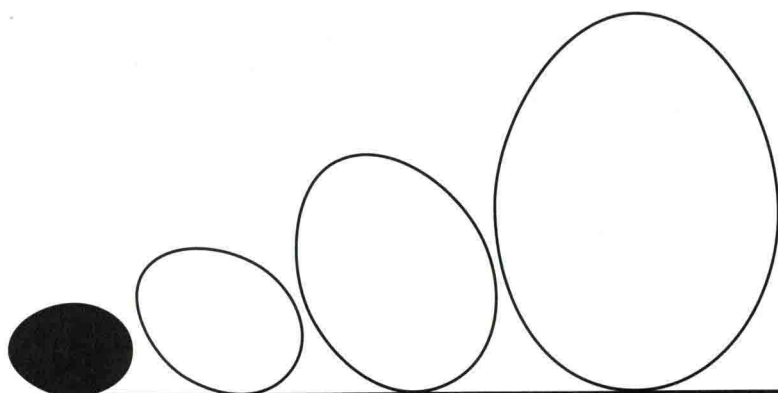
高等院校设计艺术专业教材
GAODENG YUANXIAO SHEJI YISHU ZHUANYE JIAOCAI

Display Design

许超 刘华年 杨英 编著



湖南大学出版社



ART 高等院校设计艺术专业教材

展示设计

(第二版)

**DISPLAY
DESIGN**

许 超 刘华年 杨英 编著

湖南大学出版社

内容简介

介绍了展示设计的历史, 空间构成, 平面系统、立体系统、光效设计、设计的基本原则, 传播系统及设计实务并附有各种类型的展示设计案例。

可作为高等院校设计艺术专业教材, 亦可作为设计艺术爱好者参考书。

图书在版编目(CIP)数据

展示设计/ (第二版) 许超 刘华年 杨英编著. ——长沙: 湖南大学出版社, 2007.8(2012.1重印)

(高等院校设计艺术专业教材)

ISBN 978-7-81113-231-1

I. 展... II. ①许... ②刘... ③杨... 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(2007)第135229号

高等院校设计艺术专业教材

展示设计(第二版)

Zhanshi Sheji (Di'er Ban)

编 著: 许超 刘华年 杨英

责任编辑: 胡建华

责任校对: 祝世英

装帧设计: 吴颖辉

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山

邮 编: 410082

电 话: 0731-88822559(发行部), 88821251(编辑室), 88821006(出版部)

传 真: 0731-88649312(发行部), 88822264(总编室)

电子邮箱: hjhhncs@126.com

网 址: <http://www.hnupress.com>

印 装: 湖南亚光投资实业有限公司

开本: 889×1194mm 16开 印张: 11.25

版次: 2011年9月第2版

印次: 2012年1月第2次印刷

印数: 4 001~9 000册

书号: ISBN 978-7-81113-231-1/J·105

定价: 49.00元



作者简介

许超，男，1966年3月出生，四川乐山人。1988年毕业于中央工艺美术学院，2005年进入中国艺术研究院攻读设计艺术学博士学位，师从著名文艺理论家、美学家翟墨研究员。系中国陶艺协会会员、湖南省美术家协会会员。现为湖南工业大学包装设计艺术学院副院长、硕士生导师。出版专著两部，发表专业学术论文21篇；参予国家社科课题2项，主持省级科研课题3项；获湖南省教学成果二等奖2次，设计作品获国家级、省级奖项多次。



高等院校设计艺术专业教材

编委会（按姓氏笔画排列）

王庆彬 王安霞 丰明高 王家民
田卫平 田 鲁 刘文金 朱和平
邬烈炎 何人可 肖 飞 张小纲
陈飞虎 张夫也 李中杨 吴天麟
李向伟 陈 杰 何 洁 谷彦彬
汪 清 陈鸿俊 何 辉 陈 新
邵 璐 李 巍 周 旭 范迎春
孟宪文 赵江洪 洪 琪 凌士义
钱正坤 殷会利 黄淑娟 焦成根
廖少华

总主编 朱和平

参编院校

清华大学	湖南大学
江南大学	湖南工业大学
合肥工业大学	中南林业科技大学
福州大学	长沙理工大学
浙江工业大学	湘潭大学
南京林业大学	南华大学
河南工业大学	吉首大学
浙江林业大学	湖南科技职院
内蒙古师范大学	湖南涉外经济学院
西安工程大学	湖南城市学院
哈尔滨师范大学	中原工学院
深圳职业技术学院	西安理工大学

总序

世界现当代历史发展表明：一个不重视设计发展的民族是没有希望的民族。因为设计与经济的发展是息息相关的，在很大程度上，设计状况是经济状况的折射！今天，中国经济的持续快速发展，表明了中国设计的发展已具有了一定的基础，并预示着美好的前景！

中国的现代设计教育，在经历了 20 多年的发展之后，已步入了一个十分关键的时期。这是因为：一方面，我们对西方的设计教育在经历了因袭、学习、撷取等环节和过程之后，正面临着选择适合我们民族心理、民族文化和民族生活的新的设计之路；另一方面，西方发达国家现代设计教育体系的构建和完善，其内在规律和外部规律的具体内涵，需要我们结合本民族的存在时空去学习和把握。正因为如此，今天中国的设计教育任重而道远。在设计教育十分关键或者说是转型时期，作为培养高层次设计人才摇篮的高等院校，人才培养的质量固然取决于办学理念和思路，但具体落实还是在教学上。众所周知，教学质量的高低取决于教和学两个方面的互动。对于教师而言，是个人的才（智力）、学（知识）、识（见解）和敬业精神；对于学生来说，是学习态度、方法和个人的悟性。师生之间，能够沟通或者说可以获得某种互补的应该是教材。所以，中外教育，不论是素质教育还是精英教育，都十分重视教材建设。

目前国内设计艺术教材，可谓汗牛充栋，但仍不尽如人意。主要表现在：一是没有体现设计教育的本质特征；二是对于设计和美术的联系与区别含混不清；三是缺乏时代性和前瞻性；四是理论阐述与实践的操作缺乏有机联系。正是基于这种认识，清华大学、江南大学、湖南工业大学、浙江工业大学等院校的有关专

业教学人员共同发起，由湖南大学出版社组织了全国近 30 所院校设计专业的专家、学者编撰出版了一套“高等院校设计艺术基础教材”，品种近30种。该套教材自2004年秋季推出以后，在高校和社会反响良好。于是在2005年春，大家又提出编撰“高等院校设计艺术专业教材”的设想，很快得到原参编院校和另外一些使用院校的响应，并先后两次召开了主编会议，确定了编撰宗旨、原则和具体编写细则。按照大家达成的共识，本套专业教材的宗旨是：兼顾设计专业多元化与专业化并存的特点，体现设计专业实用性的要求，既注重设计技法的传承，又旨在培养学生的创造意识和创新能力。在内容上，本套教材努力实现以下特色：

第一，围绕设计的本质、含义和特征，力求设计与艺术、设计与技术、设计与美术有机融合，试图克服长期以来设计教育忽视新材料、新技术，游移于美术范畴的弊端。

第二，坚持理论的指导性，注重设计理论的总结、提炼和升华，避免设计专业教材只是介绍技法表现的情况。

第三，在体现设计发展进程中技法传承性的同时，将重点置于对技法本体内容的阐释和技法创新的探索。因为设计的创造性不能停留在对设计技法表现掌握的层面上，极富创造力的设计，本身就包含了技法的创新，往往也预示着新技法的出现。

参与本套教材撰写的大多是在专业设计领域卓有成就、具有丰富教学经验的专家和学者，但限于设计所根植的时代、社会的不断变迁，以及设计本身创造性、创新性的本质要求，本套教材是否达到了预期的编撰目的和要求，只有通过广大教师和学生使用以后，才能有一个初步的结果。因此，我们期待着设计界同仁和师生的批评指正，以便随时进行完善和修订。

朱和平

2006年7月10日



1 概论	1
1.1 展示设计的概念	2
1.2 展示设计简史	4
1.3 近、现代展示设计的滥觞及其特征	8
1.4 展示设计的范畴与内容	18
2 展示的空间构成	25
2.1 绝对空间与相对空间	26
2.2 展示空间的构成设计	30
2.3 展示空间的类型	36
2.4 展示空间的营造与处理	48
3 展示设计的平面系统	53
3.1 展示的版式设计	54
3.2 展示的色彩设计	57
3.3 展示的文字设计	64
3.4 展示的标识设计	66
3.5 展示设计平面表达	70
4 展示设计的立体系统	79
4.1 展示的主体结构设计	80
4.2 展示的道具设计	90
4.3 展示的模型设计与制作	95
5 展示的光效设计	103
5.1 自然采光与人工照明	104
5.2 展示光效设计的基本原则	105
5.3 光效设计的技术性	106
5.4 光效设计的艺术性	111

6 展示陈列的艺术表现 117

- 6.1 展示陈列设计的基本原则 118
- 6.2 展品的陈列及组合形态 121
- 6.3 形式美法则在展示陈列中的运用 125

7 展示设计的传播系统 133

- 7.1 展示设计的传播要素与特点 134
- 7.2 展示设计传播的信息 137
- 7.3 展示传播之新媒介——数字虚拟展示技术 140

8 商业展会展位设计实务 145

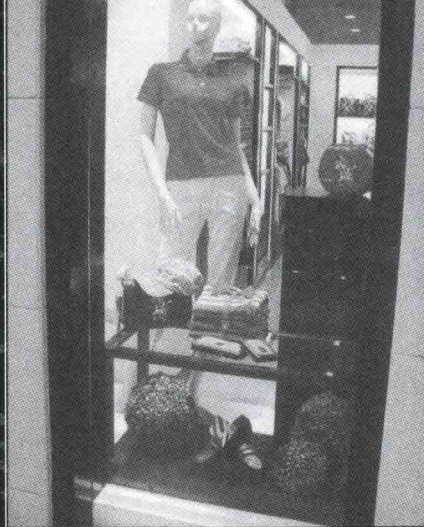
- 8.1 展示前期策划与工程预决算 146
- 8.2 展示工程施工 149
- 8.3 展示项目管理 151

9 展示案例欣赏 153

- 9.1 博物馆、美术馆展示设计 154
- 9.2 企业、团体推广活动展示设计 155
- 9.3 商业橱窗设计 156
- 9.4 商业空间设计 157
- 9.5 商品陈列设计 159
- 9.6 会展展示空间设计 162
- 9.7 展示效果图设计 163

参考文献 167

后记 169



1

概论

展示艺术是一门既古老又年轻的艺术,它伴随着人类文明史的发展而演化和变迁,人类历史进程中的物质与精神的文明都在期间得到良好的体现。远古祖先进行图腾崇拜和巫术表演的场所设计、古代帝王祭拜天地的祭坛设计、封建时代的店铺设计等都属于早期的展示设计类型。从人类的这些早期展示活动中,我们不难看出展示空间设计从诞生之日起,就具有了明确的社会政治目的性和经济目的性。

展示设计还是一种文化与生活方式的设计,它与文化有着不解之缘。从某种意义上说,人类是通过对自身生存发展方式的重新设计,把一种自然的存在现象,变为文化的现象,而展示设计就是将现实状况改变为理想状况的一种对新的生存方式的创造性活动。

展示设计是人类历史进程中经济、文化发展的必然产物,是人在一定社会时期内的生存目的、生存环境、生存行为、生存条件的综合需求的反映。现代展示设计作为一门新兴的独立学科,具有非常复杂的交叉性学科特点,它与产品设计、建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、舞台美术设计、电影美术设计等有着极为密切的关系。在今天的设计类专业中,尤其是在设计的表达方式上,展示设计是最具综合性特点的学科之一。同时,展示设计也是独到的创造力的体现,它既强调设计的程序与方法,又提倡个性化的发展方向和具有创造力的想象。

1.1 展示设计的概念

过去,我国将展示、展示设计习惯性地称作“展览”、“展览设计”,这无疑影响了人们对“展示”的全面、深层的理解。直到20世纪80年代后期才改称为“展示”、“展示设计”和“展示业”。展示“Display”,在拉丁语中是Displicare(动词)和Displico(名词)的组合,语意上有“表现”、“显见”、“被见”之意。是包裹(plicare)(动词)、覆盖(plico)(名词)的反义词。国际上普遍采用英文“Display”(展示)、“Display Design”(展示设计),这些称谓在英语里的同义词是“Unfold”、“Spared out”、“Show”或“Exhibition”,可译为“扩大”、“涨开”、“被见”、“显示”、“展览”等意。因为展示和展示设计涵盖的面比较宽,它们不仅包含展览会和展览会设计,还包括其他许多方面。因此“Display”(展示)、“Display Design”(展示设计)的定义更深刻、更全面。而展览、展览设计只是指展览会和展览会设计,不包含橱窗设计、博物馆陈列设计、庆典环境设计、商业空间设计、广告设计、CIS设计等方面,局限的范围太狭小。

“展示”二字的话语意，在中文里包含了各种各样的意味。“展”，意为打开、展开、放开、扩展等意义；“示”，关联着的行为和现象包含有各种“示”的方式，具有能动和被动的深层含义，如启示、默示、揭示、展示、演示、显示等意义。因此“展示”具有清楚地摆出来或鲜明地表现出来，以便让外界观看、欣赏、了解，乃至更深层次的目的和意义。在“展示”行为中，不仅包含着传信者(展示者)向受信者(观众)传达信息的意图，也包含着受信者将其感受和看法向传信者反馈的意味。也就是说，展示的目的、意图、形式是同诉求的效果相对应、相一致的。

通俗地来理解“展示”，对于人类自身以及动物界而言，展示都是存在的。“Display”一词原意就有指动物(鸟兽)中雄性向雌性所做出的“求偶”(示爱)的举动和表演，这在动物学研究的论著中较为常见。展示行为发生在人身上就更为普遍和多样化，如人穿上漂亮的服装或通过装饰、化妆方式来表现自己的个性、气质和精神面貌，这种求美的展示行为，除了与生俱来的本能驱使外，也包含着向别人、向社会展示的意图。人类的造物或造型行为，诸如画家在平面的纸上描绘形象，建筑师在思维空间里建构房屋等，这些不同的形象在被认识时，“展示”是独特的、最有效的方式。只不过绘画、雕塑、建筑等在通常情况下，所见较多的展示都是在自然的空间状态中被人所感知而已。这是将其意义扩展后的一种更为广泛、普遍的认识，也表明了展示作为一种能够包含着目的、意图的行为是具有深刻意义的，它必须通过特定的人为或自然环境和特别方式来获取展示效果。

我们现代设计理论上所讲的“展示”和“展示设计”，具有不同于一般理解层次上的意义，它的专业性特征和针对性更明确。本书中的“展示设计”是从现代设计的角度和理念出发，是被提升了的、融入了一定设计思想和劳动价值的人类活动。如最为常见的商业展示，它要求传达、告示、展览的视觉冲击力比较强，直接目的是通过展示的诱导达到商业和文化的双重目的，因而，它必须调动一切可能性，运用各种设计手法、技巧和方式，实现展示的最终效果。

通过以上关于“展示”及“展示设计”在通俗和专业两方面的阐述，我们可以给它下一个比较全面、专业的概念：即通过对展示空间环境的创造，采用一定的视觉传达手段和照明方式，借助一些道具设施，将某些信息和宣传内容展现在公众面前，以期对观众的心理、思想与行为产生重大的影响。为此目的所进行的创造性劳动(总体构想、平面图的绘制、版式设计、文字设计、标志与装饰设计、道具设计、色彩设计、照明设计、招牌设计等)，就是展示设计。简言之，展示设计是使展示空间环境、道具样式、照明方式和视觉传达手段等都有利于展示展品和主题，并在心理和精神上深刻地感染观众的综合性设计行为。

1.2 展示设计简史

前面我们提到展示是一门古老而年轻的艺术，说其古老，主要是由于它的存在由来已久；说其年轻，则是由于“展示设计”这一名词的普遍使用以及真正具有现代理念的历史并不是很长。

1.2.1 我国古代展示艺术的发展演变

展示作为一种艺术的萌芽，它和人类社会的形成同时产生。人类最早的展示活动，可追溯到远古原始部落时期。例如原始人的绘首、纹身等行为，其本身即是一种有目的展示行为。尽管这种行为有着同宗教仪式、部族标志或恐吓敌人、炫耀性别等相关的深层动机，但在形式上，同我们今天的服装、装饰、发饰等展示行为有内在的关联。另外，原始人将自己部族的图腾物或与宗教相关的神物以及狩猎征战的战利品，悬挂于屋前或壁面上的行为，可谓是人类实物展示活动的最早雏形。抛开其复杂和深层的含义，仅就将物品摆出，陈列于人的视觉前的方式，即同后人的许多展示活动在形式和内涵上有着密切的联系。由此看来，展示艺术不可能比其他原始艺术，如雕塑、绘画、诗歌、戏剧、舞蹈等产生得更晚，并且与这些姊妹艺术发生着密切的关系，形成了浓郁的原始艺术氛围。但是，原始人的展示活动更多的是发自本能和万物有灵观，是一种原始形态的综合展示活动，与我们今天的展示设计在技术手段和规模上相去甚远。在此，之所以把它作为展示设计的源头，是由于这种早期的展示艺术活动和今日意义上的展示设计有着最为本质的联系和共同之处——主体有意识、有目的的展示和客体对展示物的认识和接受，以及展示活动的有序过程。

人类有以取得某种功利为目的、把物品摆出来向别人展示的愿望以及产生观赏别人展示出来的东西的兴趣的时间，可以追溯到社会产生商品交换的初期。在物与物进行交换的初级阶段，人们将占有的多余生活资料去换取自己所缺欠的另一种生活资料时，展示和陈列就已经成为重要的甚至是不可缺少的方式了，展示在完成物物交换这一过程中的作用是显而易见的。交换来自于剩余劳动，交换也促进了社会的分工。自从有了剩余产品和社会分工，具有商贸特征的商品交换也就相应地发展起来，因而，形成了集市。在集市上，人们把自己生产的各种产品

展示于摊位以供人挑选，可以说，这就是最原始的商业展示或现代博览会的雏形。

《周易·系辞下》中说：“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”神农发明的以日中为市，以物易物的市场是我国货币、商业发展的起源和基石，也是我国有关商品展示形态的早期确证文字记载。商周时代有了专门从事商业的商人。《尚书·酒诰》中说：殷人“肇牵车牛远服贾”，就是说，殷人赶着牛车到远方从事商品贸易活动。周朝设“工商食官”，负责管理商业，在城市设“市”与管市的“质人”。春秋战国时代出现了像临淄、邯郸、大梁、洛阳等一些大都市和陶朱公、端木赐、吕不韦等一批大商人，这时，商业展示艺术在商周的基础上又有了新的发展。汉代的长安九市，据班固在《西都赋》中形容：“九市开场，货别隧行，人不得顾，车不得旋，阊城溢郭，旁流百廛，红尘四合，烟云相连。”形象生动地描述了当时的商业展示规模、场面和气氛。

唐代的长安“街市内货财二百二十行，四面立邸，四方珍异，皆所积集”。北宋汴梁最繁荣的商业大街为东华门街、酸枣门、潘楼街一带。“界身是金银彩帛交易之所，屋宇雄壮，门面广阔，望之森然，每一交易，动辄千万”。宋朝张择端的《清明上河图》为我们形象地描绘出了汴京的商品陈列和商业招牌、广告之类的繁盛（图1-1）。值得指出的是，北宋时已有定期举行的商品交易会（庙会），也有了明确的商品标识。如《东京梦华录》中所说：“相国寺每月五次开放，万姓交易。”明朝中期以后，随着手工业的发展和商品经济的繁荣，资本主义已萌芽。例如苏州的盛泽镇，从明初仅有五六十户人家的小镇发展到明末拥有五万人口的工商业大市镇。

可见，源于物质文明的中国古代展示艺术，萌发于原始社会，发轫于商朝，兴盛于汉唐而变化于宋明，是以农牧、手工制品、商品为载体，沿着自己的道路缓慢地走过来的。然而，有物质文明就会有精神文明。随着时间的推延和社会的发展，展示领域的物质活动也必然朝着文化和精神活动扩大和升华，人们在任何时候都不会看不到展示活动在意识形态方面所起的作用。宗教、庙宇、教堂及类似的展示活动的运作形式，就是明显的佐证。在那种场景下摆出来供人们观看的“物品”，已经大大不同于商品交换的初期，而是有意识地将展示的对象故事化、情节化，甚至灌注以精神；在形式上也是集绘画、雕塑、工艺、建筑于一体，其目的是影响和左右人们的精神活动和思想行为。所以，古代的祭坛、神庙、教堂等实际上就是陈列宗教偶像画以及宣扬偶像崇拜的博物馆。古代展示活动，多数情况下是集物质文明与精神文明于一体的综合性的活动，最典型的莫过于“庙会”的形式了。明、清两代北京的庙会十分繁荣，各个庙宇寺院都有定期的庙会，全国各地行商会聚京城，少数民族和外国商人也远道赶来参加。隆福寺和护国寺的庙会最为有名，俗称“东庙”和“西庙”。庙市上“百货俱陈、目迷五色、王



图 1-1 清明上河图

公亦复步行评玩”。可见，庙会是选购商品的好地方，同时，也是综合的文化活动场所，各种小吃、杂耍、民艺、手工艺品等穿插其间，为浏览参观的好去处。

1. 2. 2 国外古代展示艺术的发展演变

世界其他地区古代展示艺术的发展，与我国的情况大同小异，都是在集市、庙会、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来源于“市集”。“市集”在拉丁语里是，“宗教节日”的意思，在德语中则是“聚众活动”的意思。这表明古代组织市集的时机往往选择在某一宗教节日，既易记又可吸引众人参加。在古希腊，沿城邦边界，每天、每周、每月均有定期受宗教保护的市集，每年还有一两次带有市集性质的宗教集会。在法国，11世纪前在巴黎附近有著名的“圣·丹尼斯修道院市集”，每逢10月9日纪念圣·丹尼斯时，举行4个星期的市集，以交易酒、蜂蜜、谷类、木材、染料、盐等商品为主，云集了多国包括中东的商贾；到了11世纪，随着西欧经济的复兴，市集已发展成一种经济制度，从而产生了商人阶层和贸易业、工业。以后市集沿着陆地、河流、海港把南北欧沟通起来，使欧洲各地都有了市集。当时最著名的是法国香槟市集。香槟市集的成功归功于当时开明的经济政策，香槟贵族院认识到市集的经济效益，对市集实行保护政策，实行了低税收、契约合同制，允许借款，还建立特别法庭，商人可依法解决贸易中出现的各种问题。随着时间的推移和经贸的发展，商人们为免受长途奔波的劳累和争取更大的效益和方便，开始建房屋、修道路，由行商转变为坐商或者批发商，从而促进了城市的发展，并且迅速改变了传统市集的经营方式，纷纷采用提供产品的样品和图样的方式去展开贸易。“样品市集”就是现今概念的展示会。世界著名的德国“莱比锡国际样品市集”至今仍长盛不衰并且沿用当初的称呼。据上所述，我们可以看出古代展示艺术发展的一些来龙去脉。

在艺术领域，17世纪下半叶法国官方每年在巴黎定期举办造型艺术展览会，名为“沙龙(Salon)”。沙龙原意是会客室，是一些名人雅士、文学家、艺术家茶余饭后高谈阔论的地方，后来逐步形成成为展示造型艺术作品的场所。在以后较长的时间内，法国一直将艺术展示会称为“沙龙”。至于博物馆陈列领域，在古埃及、古希腊、古罗马及拜占庭时期就已出现并逐渐成熟。在公元前5世纪，古希腊特耳非·奥林匹斯神殿里有一个收藏各类战利品和雕塑的宝库，它便被看作是西方博物馆的起源。到封建社会，博物馆仍以收藏艺术品为主，封建主为了满足自己的占有欲望和剩余时间欣赏古文物的需要，从而产生了家庭的或者家族的古文物陈列室。陈列品中有的祖传的珍贵宝物，有的是皇室的赏赐珍品，有的是贵重的纪念品，有的是出土的文物，有的是名人的绘画及书籍等等。这样的陈



图 1-2 大英博物馆外观

列室或者陈列馆多半出自皇宫和达官贵族之家。文艺复兴以后,随着考古学、自然科学和航海技术的发展,以及为适应新兴资产阶级的需要,陈列室就逐步地从家庭走向了社会,而发展成为公众性的博物馆。博物馆(Museum)一词,西方以统管文学艺术的女神“缪斯(Muse)”的名字命名,我国是以“博识多闻”的人为“博物君子”命名的,两者命名的含义基本相似。18世纪首先出现了自然、地志与人文博物馆,多数具有综合的性质;19世纪以后,又逐渐产生了名目繁多的专业性博物馆,以英国、德国、法国三国发展得较早,其中1753年建造的“大英博物馆”最为著名(图1-2)。博物馆作为社会教育基地的作用是不可代替的,因而世界上的博物馆数目越来越多,层次也越来越高。博物馆的社会教育功能发挥的好坏,其陈列艺术与陈列技巧起到了很大的作用,所以博物馆陈列艺术是展示艺术体现的重要方面。

无论是国内还是国外的展示、展示设计、展示艺术的发展,都和人类的精神需求与物质需求是分不开的,即和思想文化与经济利益有着密切的联系。从其发展、演变的过程中,我们可以粗略地看出,展示设计的发展在逐步向专业化、规范化和文化性的方向迈进。而且,展示或以文化艺术为主、或以商业利益为主的目的性也更为明确。这种分化,比较有利于展示设计艺术类别的形成,为近现代展示设计艺术的发展和完善作了较好的积淀和准备。

1.3 近、现代展示设计的滥觞及其特征

1.3.1 我国近现代展示设计活动及其特征

由于中国古代自给自足的封建经济占有统治地位,商品经济很不发达,因此,商业展示艺术一直依附于商品交易活动,发展速度缓慢,没有形成完整的经贸展示系列。但这时展示活动并非一张白纸,也出现了一些萌芽。如唐朝皇帝设立了“拨麦殿”,内部陈列从各地收集来的各种农具,供贵族们参观;元代的“黄道婆祠”,内设她生前用过的纺织工具,以示纪念。这种展示虽然为数不多,但非常可贵。真正大量出现产业性与科技性的展示,并使商品展示形成一种独立的形式,则是近代展示艺术出现以后的事。

1840年鸦片战争开始到1949年新中国诞生为止的一百多年,为中国近代展示艺术的产生和成长时期。这一时期由于帝国主义列强的经济剥削和政治压迫,使中国由封建的自给自足的经济变为殖民地、半殖民地半封建的经济。伴随着帝国主义列强在经济上对我国的掠夺,西方的文化也逐渐渗入进来,展示艺术作为市场经济的上层建筑之一,也随之被引进到中国。19世纪后期,有一批传教士首先在中国的大中城市办起了博物院、博物馆等,它们陈列出从中国各地搜集来的物品,分门别类,向人们开放。这些展示活动虽然带有明显的奴化教育和资源侵略目的,但不能否认,它也确实对人们起着开启智慧、提高文化素质的作用。

外国人在华办的这些博物院、博物馆大多属于自然、考古博物以及民俗、杂物的展示,虽然对研究与考察我国的历史与自然资源有一定的价值,也对促进我国展示艺术的发展起到了一定的积极作用,但是在内容组织上缺乏科学规律和逻辑性;在形式表现上存在着实物的堆砌和罗列;艺术章法上也欠考究和全面性。

外国人在华从事展示事业,对中国近代展示艺术的兴起具有一定的促进作用,但近代中国展示设计发展的根本原因,还是由于中国人自身的努力。中国近代展示业的发展,是以博物馆的发展为前导的。一些较早出国的外交官、洋务人员、留学生等,通过他们的游记、随笔、书信等,以其亲见亲闻,介绍了一大批国外博物馆陈列艺术,使人们耳目为之一新。19世纪后半期,中国觉醒了的知识分子如严复、康有为、梁启超等,大力倡导学习西方,常常把博物馆作为他们“新政”的一项内容加以宣传,甚至康有为在“秘不示人”的《大同书》中,也列入