

现代展示 空间 设计

现代
创意
新思维



十二五高等院校
艺术设计规划教材

DESIGN

董治年 严康 / 编著

- + 打破了原先以单一课程为模式的设计教学
- + 进而将多层次、跨学科、重融合的创新设计阶段课程引入到研究型设计教学中
- + 完成由基于物的设计到基于策略的设计转向，将多元价值观作为设计的探究层面

ART & DESIGN

The Modern Design of Exhibition Space

人民邮电出版社
PEOPLE'S TELECOM PRESS



现代
创意
新思维

十二五高等院校

艺术设计规划教材

DESIGN

现 空间 设计

董治年 严康 / 编著

人 民 邮 电 出 版 社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

现代展示空间设计 / 董治年, 严康编著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2015. 1

(现代创意新思维)

十二五高等院校艺术设计规划教材

ISBN 978-7-115-36668-9

I. ①现… II. ①董… ②严… 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(2014)第176902号

内 容 提 要

现代展示设计是融社会学、传播学、建筑学、心理学、美学、人机工学等多学科的知识与技能为一体, 具有极强的综合性特点的一门设计课程。本书主要介绍展示设计中的空间规划、整体设计流程、设计手法、设计心理学和数字化设计方法等重点方面, 涉及结构、规格和尺度、技术、材料和加工工艺等各个方面的设计, 并通过大量的最新设计案例及教学实战演示, 对基本原理和操作实践进行分析。本书是新时代背景下艺术设计学院课程教学改革的一次重要尝试, 反映了数字化时代对设计概念内涵的拓展与学科的跨界融合下, 现代展示设计正在完成的由基于物的设计到基于策略的设计转向过程。

本书可以作为高校设计专业教材或教学参考书, 对从事展示设计与制作、会展策划的专门技术人员和管理者, 也不失为有价值的专业指导读物。

◆ 编 著 董治年 严 康

责任编辑 王 威

责任印制 杨林杰

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 11

字数: 320千字

2015年1月第1版

2015年1月北京第1次印刷

定价: 52.00元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

现代展示设计课程是新时代数字化背景下艺术设计学院课程教学改革的一次重要尝试,打破了原先以单一课程为模式的设计教学,进而将多层次、跨学科、重融合的创新设计阶段课程引入研究型设计教学中,在学生、教师和社会中都取得了很好的反响。数字化时代在设计概念内涵的拓展与学科的跨界融合下,现代展示设计正在完成由基于物的设计到基于策略的设计转向,将多元价值观作为设计的探究层面,而远远超越了艺术设计学科原先对功能、空间、材料、构造、色彩等传统物质对象的内容定义。

当前中国大学的环境设计教学,很多还停留在采用注重设计的外观形象、图面表现、毫无理论推导下的一味地强调视觉冲击力等对西方设计教育的表面化模仿上。在早期的中国设计教育中,很大程度上把设计与工艺美术合并或混淆。然而,我们正处于全球化带来的如此复杂的变化之中,我们看到设计的本质是每一次产业革命带来的升级对“设计”这个概念的重新定义及其所涵盖范围乃至研究方法的一次反思或批判。我们应当迫切关注的是:如果在教学中回避对外观形象的关注,那么又该讨论些什么问题呢?当旧的设计概念和方法渐渐退去,而新的符合中国国情的科学设计教育模式还没有诞生时,在设计教学中实际存在一个设计观念和设计方法的真空。这些问题的提出已经超出了传统的以传授现成的知识的“教学”和以提高教学效率为目的“教学法”的概念,转而成为一种对当代环境设计教育,甚至是对当代环境设计本质的一种追问和研究。因此,我们可以看到“研究”这些问题的基本手段不是别的,就是设计教学本身。我们需要确立一个新的、足以填补当前设计教学“创意”真空的立足点。

展示空间设计课程的开设主要是培养具有造型、空间、色彩、多媒体、声光电等元素综合运用能力的人才。展示设计是艺术设计领域中具有复合性质的设计形式之一,设计师以展示形象的方式传达信息。在客观上,它由概念引申实践,实际融合了二维、三维、四维等设计因素;在主观上,它是信息及其特定时空关系的规划和实施。从教学与商业接轨的角度来说,从展示的策划、设计到展示技术、材料运用、施工工艺,每个环节的教学与市场运作体系衔接得都比较紧密。

为了方便读者,尤其是为了方便教师和学生使用本

书,我们对本书的体系结构做了精心的设计。本书在目录中列出了全部的章节条目。章节条目反映了书中的内容和层级关系,且条目标题大多以简短的短语出现,如“展示设计手法”、“展示空间设计心理学”等。在内容编写方面,我们注意难点分散、循序渐进;在文字叙述方面,我们注意言简意赅、重点突出;在实例选取方面,我们注意实用性强、针对性强。

本书共设7章,大体可以分为三部分:展示设计入门、能力的扩展、教学实例解析。

第一部分“展示设计入门”,主要以展示空间设计概论这一章体现,包括展示设计的相关概念、展示设计的学科定位与其他相关学科的关系、展示的类别以及未来的发展趋势。

第二部分“能力的扩展”为本书的主体部分,包括展示空间设计项目策划流程、展示设计手法、现代展示设计心理与体验和空间环境设计构造的数字化构成与设计这四章。

第三部分“教学实例解析”主要以展示设计实践教学实录和教学设计实例两章,紧紧围绕教学这一环节展开,通过教学实例来说明展示设计能力的综合运用。

本书由清华大学设计学博士、北京服装学院的董治年老师和广西科技大学的严康老师编著,第1章的1.6节、第2章的2.1~2.4节、第3章的3.3节、第5章和第6章由董治年编写,第1章的1.1~1.5节、第2章的2.5~2.7节、第3章的3.1~3.2节,第4章和第7章由严康编写。

本书是在环境艺术设计学科正式更名为环境设计后的第一次尝试,从一定意义上是艺术设计学科提升为设计学后的一次具有重要意义的学科重新定位与教学实验总结。在本教材中展出的均为环境设计系三年级展示设计课程中的优秀作业,其中不乏在新人杯、霍普杯、中装杯等大赛的获奖作品。

由于现代展示设计发展日新月异,加之我们水平有限,书中难免存在错误和不妥之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2014年8月



第1章 展示空间设计概论.....1

1.1 展示的概念	2
1.2 展示的由来与发展	4
1.3 学科定位与相关学科的关系	8
1.4 展示设计的范畴与分类	12
1.5 展示设计的目的性	20
1.6 现代展示空间设计的发展趋势	21



第2章 展示空间设计项目策划流程.....27

2.1 展示空间设计的思维方法	28
2.2 展示资料的搜集与整理	31
2.3 展示设计的设计策划	34
2.4 展示设计的脚本编写	43
2.5 展示设计的创意形成	48
2.6 展示设计的模型制作	53
2.7 展示设计的材料设计	56
2.8 展示设计施工组织阶段	61
2.9 展示设计的验收阶段	64



第3章 展示设计手法 65



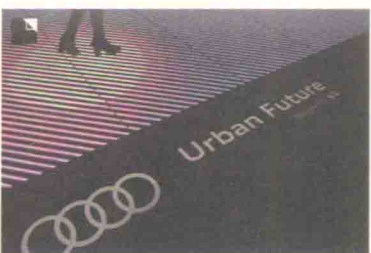
3.1 展示空间的特征	66
3.2 展示空间的构成形式	73
3.3 展示空间设计与风格手法	85



第4章 现代展示空间环境设计心理与体验..... 99



4.1 色彩与展示空间体验	100
4.2 听觉与展示空间体验	103
4.3 嗅觉与展示空间体验	105
4.4 触觉与展示空间体验	107
4.5 人体工程学与展示空间体验	109
4.6 照明布局与展示空间体验	117
4.7 环境行为与展示空间体验	119



第5章 空间环境设计构造的数字化构成与设计... 121

5.1 数字化设计方法.....	122
5.2 AutoCAD.....	126
5.3 3ds Max	127
5.4 SketchUp	128
5.5 Rhino与相关插件	130
5.6 虚拟现实及数字建构实现.....	132



第6章 展示设计实践教学实录 138

6.1 CASIO展示设计.....	139
6.2 探路者展示设计.....	141
6.3 OMEGA展示设计.....	144



第7章 教学设计实例 146

7.1 展示设计任务书.....	147
7.2 学生设计作品展示	149



第 1 章

展示空间设计概论



1.1 展示的概念



从语义概念来看,展示是展现和观看,即把事物展现出来供人观看。从中文字面上理解,“展”有打开、展开、扩展之意;“示”具有能动和被动的双层含义。因此,在“展示”的过程中,不仅包含着展示者(主体)向观众(客体)传达信息的意图,也包含着受众将感受和看法向展示者回馈的意味。英文“display”源于拉丁语的名词diplico和动词diplicare,表示展现之类的状态行为。

展示空间设计的基本概念可以定义为展示空间设计是一种在一定时间和空间范围内,采用一定的视觉传达手段,运用物品陈列、空间规划、平面布置和灯光控制等方式,将需要展示的内容集中地展现在公众面前。展示空间设计实际上是与观众进行交流的设计,它是集多种功能、多种内容、多种形态于一体的复合型设计类别(见图1.1)。

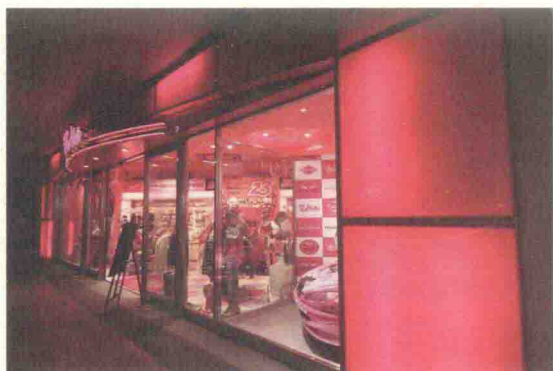


图1.1 展示空间案例(作者 摄)

展示空间设计的任务可概括为创造良好的陈列空间和展示环境;创造最佳的陈列方式和展示形象,创造和谐的人机关系和人际关系。

展示空间设计的综合性、广泛性和社会性在数字化、信息化时代到来后的第三次产业革命变革时代,正在由三维设计推进到四维设计乃至超维设计,它的空间不仅是一个“上下、前后、左右”的

物理空间概念,还充满了人流及信息的转换,是一个流动的空间,并且还应加入人与展示空间的交互感觉因素,如触觉、嗅觉、听觉等(见图1.2)。展示空间设计是展示的空间并存性和时间历时性相结合的形式,也是开放与参与相结合的动态性设计(见图1.3)。

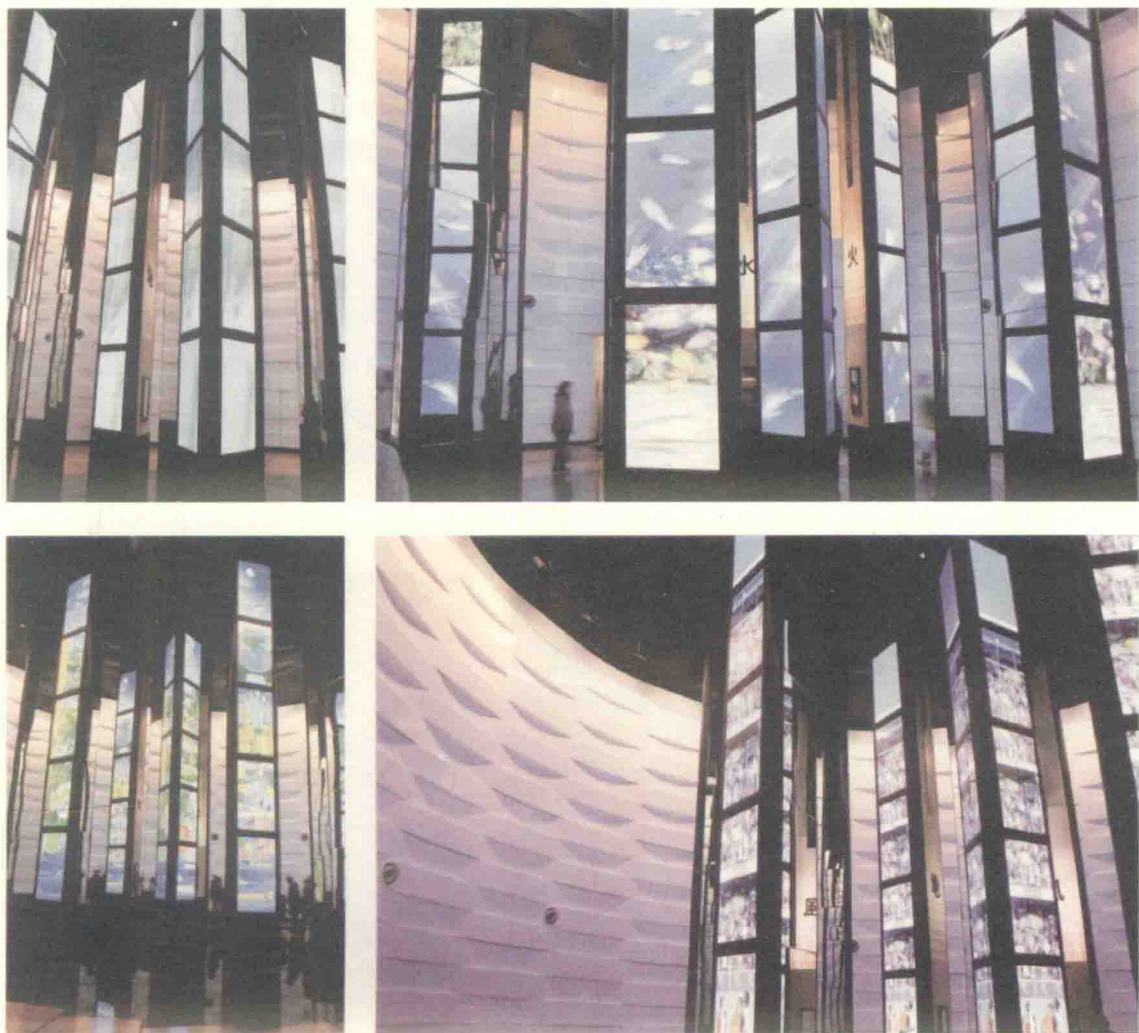


图1.2 通过数字化手段实现人与展示空间的交互



图1.3 展示空间是动态性设计

1.2 展示的由来与发展

现代展示设计理念形成于20世纪末，而人类对展示的应用则与人类历史一样久远。更早的展示活动在形式和内容上更多的是发自本能和精神需求，与我们今天的展示活动可能相去甚远，但在内涵上却有着千丝万缕的联系。

随着人类社会的进步和商品经济的发展，展览会和博览会所体现的综合职能，已不仅包括经济贸易方面，还包括社会、文化、科技和政治等方面，并以其有目共睹的经济效益和社会效益，成为进行市场竞争的舞台、沟通交流信息的场所、建立和发展贸易关系的桥梁。

■ 远古时期

远古时期的原始绘画、图腾崇拜、文身行为、树碑立柱、祭祀鬼神等活动就体现着原始意念视觉化的展示方式（见图1.4）。上溯上古社会物与物进行交换的时期，人们因生活需要而约定于某时某地聚集在一起，摆出各自的剩余产品，进行物物交换，这种原始的交易活动便是人类最初的展示活动。中世纪初期，随着剩余价值产生和职业的分工，人类出现了商品交易的集市贸易形式，形成了集祭拜、购物、游览的综合性文化娱乐活动，这就是最初的“商品展示”、“展销会”的雏形。



图1.4 最早的展示形式

■ 封建社会时期

封建社会时期商业活动的发展在很大程度上对展示活动的发展具有促进作用。诸如神庙、教堂等建筑物,一方面是举行宗教活动和宣传的场所,另一方面也是进行商业活动的场所。商业活动主要体现在店铺行会和集市贸易等方面,封建社会由于商业繁荣,出现了店铺,产生了商号、牌匾等形象标志,一些店铺行会组织为了促销开始注意形象的展示。根据我国四川广汉出土的东汉市集画像砖,可以清晰地看到当时的店铺主人通过实物陈列和口头叫卖来招徕顾客的情景(见图1.5)。

西方在中世纪初期就出现了商品交易的集市贸易形式。最初商品直接裸袒在地,后来出现了有意识地将商品分门别类进行陈列,最后慢慢形成了最初的商品展示和展销会的雏形。



图1.5 东汉市集画像砖拓片

■ 近代资本主义时期

近代资本主义时期的展示艺术,在文化方面,各类博物馆的建设和文化艺术性的展示活动是展示艺术的主要体现;在经济方面,以国际博览会的产生和发展、商场店铺的宣传活动以及包装广告的视觉设计为主。

近代中国,伴随着资本主义经济的发展,民族工商业的进步,新的展示空间活动也相应出现,例如,在上海、天津等大都市也雨后春笋般地出现了很多广告公司,路边标志、霓虹灯、报纸杂志之类越来越多地出现在人们的生活当中。

■ 现代展示设计的确立与发展时期

第二次世界大战后至今,各种专题性和综合性的博(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、交易活动遍布全球。展示活动已扩展到博览、商业、环境、生活娱乐等众多的日常活动,几乎包含了全部现代工业设计的学科内容。

展示设计作为一门学科,18世纪末在欧洲开办世界性博览会时才开始建立。1851年5月在英国伦敦海德公园举办了首届国际博览会。展览会建筑采用了规格化、预制化的平板玻璃、油面玻璃和钢骨架,类似当时常用的玻璃暖房,通体透明,内部光线充足,被称为“水晶宫”(见图1.6)。

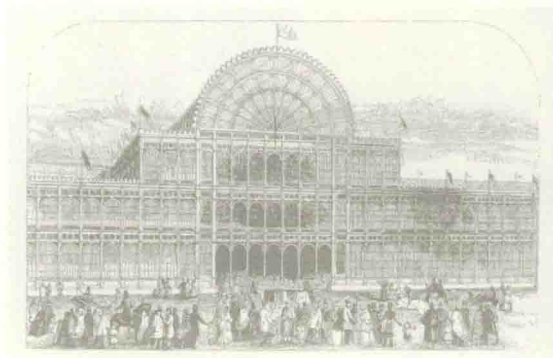


图1.6 英国“水晶宫”





2000年,汉诺威世界博览会的主题为“人类—自然—科技:一个新世界的诞生”,通过倡导新的生活方式,使地球的明天变得更好。日本馆的建筑材料用的是可以回收再利用的纸张(见图1.7);阿联酋的展馆——阿拉伯城堡,利用空运沙子营造沙

漠绿洲;荷兰馆是一座被称为环保三明治的三层建筑物,融合了荷兰的各种风光,拥有自给自足的电力系统和封闭的循环水系统,充分展示了尖端科技在环境保护和可持续发展方面所做出的贡献(见图1.8)。

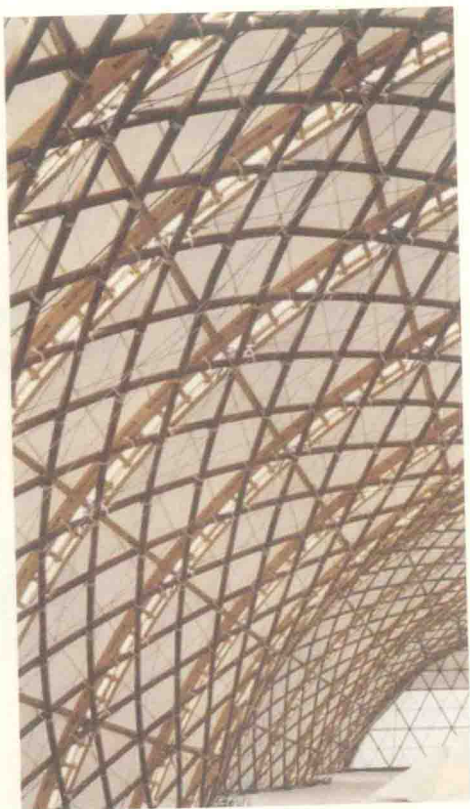
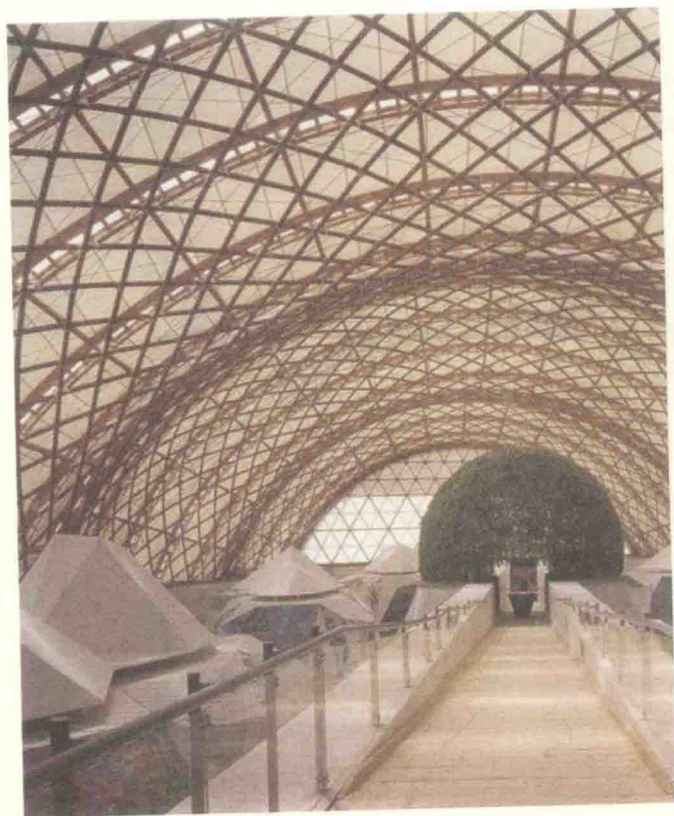


图1.7 2000年汉诺威世界博览会日本馆



图1.8 2000年汉诺威世界博览会荷兰馆

从1851年首届博览会举办至今,历届国际性博览会均显示出人类巨大的创造力,标志着人类的进步并推动人类社会的发展。随着社会的进步、经济的发展,展示设计使用的新技术、新材料也不断涌现,展示设计得到了很大发展(见图1.9)。它的发展趋势有四大特征。

(1) 体现科技发展的主流趋势,展示最新科技形象;

(2) 贸易性的展览会展出的大都是最新产品,是该行业最高成就,代表未来发展的趋势;

(3) 追求世界同一性,展示全球共有的新课题,加强地域和世界的交流与探讨;

(4) 重视参与性与互动性,观众成为展示内容的一个重要组成部分。



图1.9 20世纪70年代体现新技术的蓬皮杜艺术中心(作者 摄)

现代展示设计的前景展望

随着展览会或博览会越来越频繁地出现在人们的日常生活中,兴起了一大批新兴的相关行业,并带动了相关的服务业,甚至促进了一批“展会城市”的形成,其中尤以北京、上海、广州等城市最为引人注目。各大城市为适应需求也在不断地建设面积更大、服务设施更好的大型展馆。

同时,随着信息时代的到来,计算机技术的发展、多媒体技术、网络技术和虚拟现实技术的广泛应

用,展示设计的概念和思维方式也发生了很大的变化,展示设计已经从传统单一的设计形式向科技与艺术融于一体的综合性设计转化。现代科学技术的发展拓展了展示设计的领域,现代展示设计从物质转向非物质,从现实转向虚拟,从平面转向空间,从有限转向无限。在知识创新大潮风起云涌的信息化时代,现代展示设计呈现出了新的特点和趋势,如设计人性化、参与互动性、信息网络化、设计多样化以及虚拟现实化等。

1.3 学科定位与相关学科的关系



展示空间设计从一个边缘的设计学科发展到一个综合的设计学科,是在现代科学技术与产业化发展进程中,随着商业的不断发展而对展示设计进一步提出要求的情况下逐步拓宽其表现形式和空间形式的学科。同时,高科技信息化的发展将对展示设计提供越来越优良的技术保障。

展示空间设计一般包括展示的空间环境设计、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,展示设计以传达和沟通为主要机能,教育、引导、展示成就是其根本功能。

展示空间设计同时又是一门包含广泛的综合性学科,其中涉及美学、材料学、人体工程学、视觉心理学以及建筑学、社会学、历史学、管理学及众多自然科学和社会科学的广泛领域。因此,对于一个专门的展示设计而言,除了运用环境艺术、视觉传达艺术、造型艺术、装置艺术等艺术知识,往往还涉及包括绘画、雕塑、摄影、录像、照明技术、现场管理、成本核算等相关方面的知识。所以,展示设计是个系统工程,是集合多学科知识和技能的领域(见图1.10)。

现代展示设计综合性及与相关学科的关系具体表现在以下几个方面。

1. 现代展示设计是展示内容和展示形式是有机的统一体的综合

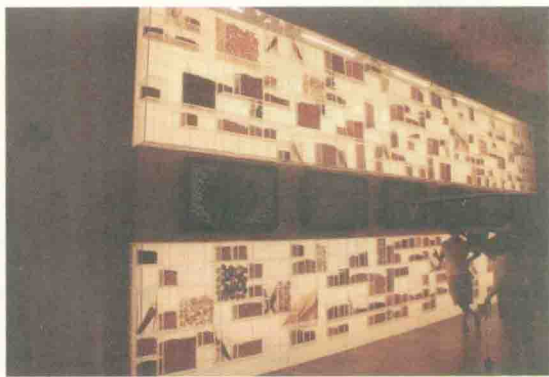


图1.10 展示设计是集合多学科知识和技能的领域(作者摄)

展示内容和展示形式是构成整个展示设计系统的两大部分。展示内容和展示形式紧密联系且具有不可分割性,当展示形式与展示内容基本吻合甚至一致时,展示形式就能很好地表现内容,甚至会产生超出预期的效果,所以展示内容和展示形式是有机的统一体。展示内容与展示形式同为展示活动的主体构成,是决定展示活动的关键因素。展示内容的要素,须贯穿整个展示主题,包括人物、事件、环境等。要依据展示的主题筛选能够反映展示内容,并具有代表性、典型性的实物和展品,要在特定的展示环境和展示范围内,有目的、有系统地展示多种展品,并通过展品组合展现某一思想主题(见图1.11)。



图 1.11 施华洛世奇专卖店 (作者 摄)

2. 现代展示设计是空间性设计与平面性设计的综合

现代展示设计不仅涉及空间的造型,而且涉及平面的造型,是空间和平面的有机统一体。一方面,设计师在展示设计中面临空间的围合和展具的架构等任务,制图、材料、结构、造型、空间、施工等是展示空间性设计的中心内容。另一方面,设计师在展示设计中面临版面的设计、传播形象的建立、广告的发布

等任务,图形、印刷、视觉传达等也是展示平面性设计的中心内容(见图1.12)。因此,从这个意义上说,展示设计糅合了室内设计、工业产品造型设计和视觉传达设计中的多个设计形式,如空间设计、家具(展具)设计、灯光设计等。



图 1.12 展示平面性设计 (作者 摄)

3. 现代展示设计是信息传递与造物活动的综合规划和实现

现代展示设计是信息传递与造物活动的综合规划和实现。其中,信息传递的规划和实现是设计师面临的核心内容和任务,这是由展示的基本概念决定的。展示如果离开了信息传递便成为一种无意义的活动或者属于别的设计形式。另外,造物活动是

展示设计师面临的最现实的内容和任务。因为,展示的基本面貌又离不开空间的围合和展具的架构。因此,展示的信息传递目标是以造物活动来具体实现的(见图1.13)。

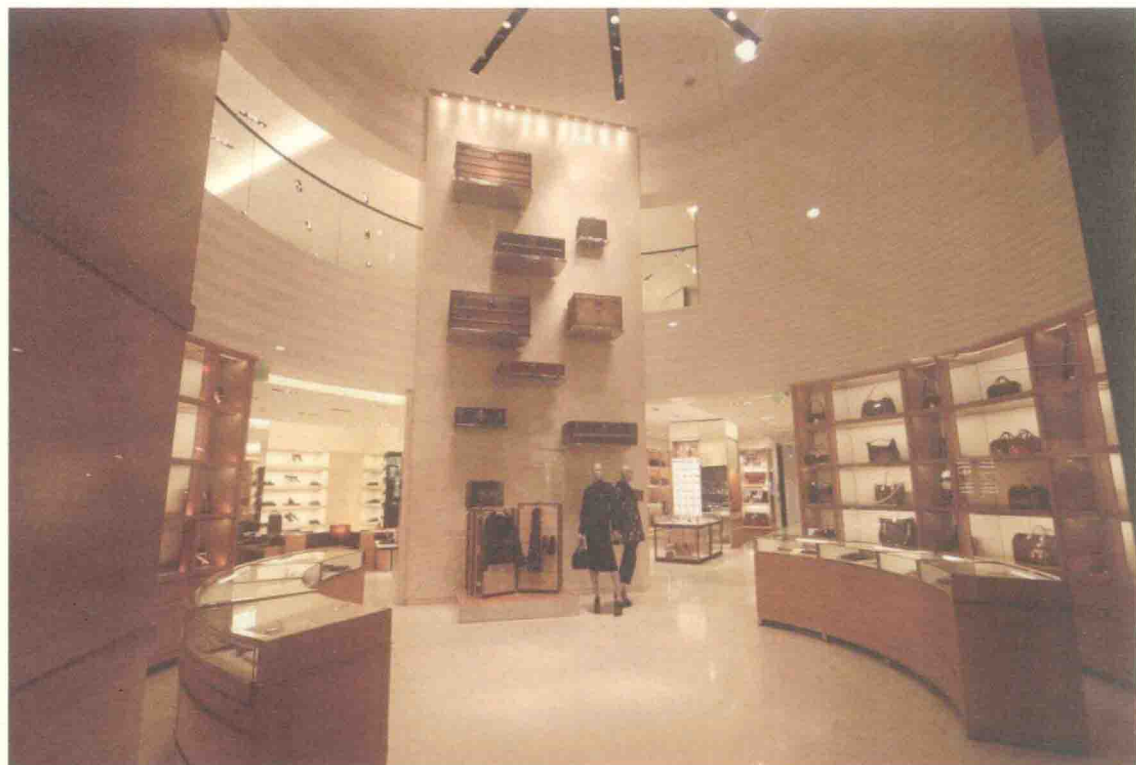


图1.13 展示空间的信息传递(作者 摄)

4. 现代展示设计是复合性的思维方式

相对于其他设计类型的设计师来说,展示设计师的基本思维方式是一种复合性思维。这种复合性思维主要表现在两个方面:图形思维与造型思维方式的复合;逻辑分析思维与形象思维、发散性思维的复合。

设计师在进行展示设计的过程中,要运用逻辑分析思维,这是形成设计项目的基本认识的需要,也是设计工作的基础。而形象思维和发散性思

维是进行创造性活动的思维方式和方法。形象思维是展示设计师通过特殊个体显现其一般意蕴的思维工具。因此,形象思维不能脱离具体的形象,不能抛弃事物的现实形态。而发散性思维是展示设计师传新求异的思维工具。对于一个设计师来说,这三种思维方式都是离不开的。逻辑分析思维与形象思维、发散性思维并不是互相排斥的,而是相辅相成的(见图1.14)。