

高等院校展示设计系列教材

展示空间设计

编著 张 威 胡 敏

高等院校展示设计系列教材

展示空间设计

ZHANSHI KONGJIAN SHEJI

编著：张 威 胡 敏

河北美术出版社

主 编：赵平勇 赖亚楠
策 划：孟亚妹
责任编辑：孟亚妹
责任校对：曹玖涛
封面设计：赵 坚
内文设计：李 江 赵 坚

图书在版编目（CIP）数据

展示空间设计 / 赵平勇，赖亚楠主编；张威，胡敏编
著. —石家庄：河北美术出版社，2008. 12
（高等院校展示设计系列教材）
ISBN 978-7-5310-2949-6

I. 展… II. ①赵…②赖…③张…④胡… 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（2008）第169914号

高等院校展示设计系列教材——展示空间设计

张 威 胡 敏 编著

出版发行：河北美术出版社

地 址：河北省石家庄市和平西路新文里8号

邮 编：050071

电 话：0311-87060677 85915040

制 版：石家庄市翰墨文化艺术设计有限公司

印 刷：北京画中画印刷有限公司

开 本：889mm × 1194mm 1/16

印 张：4

印 数：1 ~ 1500

版 次：2008年12月第1版

印 次：2008年12月第1次印刷

版权所有 翻版必究

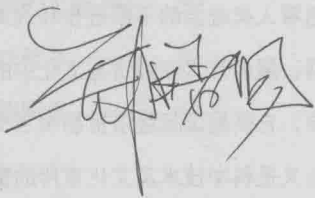
序

展示设计作为一门专业，在世界上尽管历史悠久，然而在中国却是随着改革开放后会展经济的兴盛，而逐渐为人们所认识。

由于展示设计的专业内容涉及视觉传达、产品造型、空间环境等诸多领域，导致专业的学科交叉性与综合性都比较强。正是因为这样的原因，在我国高等学校的专业目录上，展示设计尚未能作为一门独立的专业进行设置，隶属于艺术设计或工业设计都有其各自的理由。但是社会经济的高速发展，又造成了从事展示设计专业的人才面临较大的缺口，尤其是高端的策展与设计人才。目前，国家的高等教育在展示设计方面还处于起步阶段，教学体系不够完善，教材建设相对薄弱，能够承担展示设计教育的师资匮乏。因此，这套教材的出版无疑具有十分积极的意义。

作为一门在中国新兴的专业，它的学科建设需要不同专业背景的学者和专家共同努力。一方面需要逐步确立展示设计专业的学科定位，另一方面需要在教材建设上下大的力气。尽管高等艺术与设计教育强调个性化，尤其忌讳采用统一的模式来指导教学，按照统一的教材进行专业人才的培养。然而中国辽阔的疆域和特殊的国情，又不能不编写适合各种层面需求看似相对基础和统一的专业教材。在这样一个历史的过渡阶段我们从事高等教育的工作者需要发挥各自的特长，编写更多的教材进入市场。经过一个选择的过程，具有相应水平和较高质量的教材，必将会脱颖而出，最终成为业内认可的教育资源。

我们现在看到的这套教材，体例完整，内容全面。包括了展示设计基础理论的综述，展示空间设计的基本概念与设计方法，展示视觉传达设计的基本原理以及设计构成与策划，展示道具设计的类型、内容、程序、方法等等。总之，这是一套从理论到实践，从设计到实施，全方位展现展示设计专业教学内容的实用型教材。



2008年5月29日

前言

毕业十余载，我的生活轨迹始终辗转在课堂、设计室、各个项目的工地，在边教学边实践的同时也一直在思考，艺术设计的教学究竟应该怎样在课堂中解决设计程序中所有的教学问题，怎样才能让学生们不仅仅将创意停留在构思阶段，而是可以通过适当的专业途径完成设计实施。我想这也一直是国内各个专业院校、教研室在积极思考并试图解决的问题。

因此这套展示设计课程教材丛书试图定位在具有理论教学和设计实践教学一体化结合，为国内艺术设计学科领域内的年轻学科——展示设计教学提供设计实践教学指导和参考。

展示设计作为一项强调空间环境和道具形式较独立的设计体系，它是一种人为环境的创造。其实质是一门空间与场地的规划艺术，是在人与物之间创造出一个彼此交往的中介，为展示活动提供一个具有美学属性的空间结构；是以科学为功能基础，以艺术为表现形式，实现精神与物质并重的人为环境的理性创造活动，并利用传统的或现代的媒体对展示环境进行系统的策划、创意、设计及实施的过程。随着人类社会的不断进步和人类文化的持续发展，展示艺术在经济与文化中的地位愈来愈重要，它既是国际经济贸易相互交流合作的纽带，又是科学技术及文化宣传的窗口，它在当今社会领域和信息领域、商业领域中充当着其他行业或媒体不可替代的角色，世界各国为

展示自己国家的科学、经济、文化的发展及成就，常常不遗余力。就像一个大舞台，各国人民都竞相表演，展示自己国家发展的魅力，表现民族文化的精彩。

本套丛书有展示设计概论，展示空间设计，展示道具设计，展示视觉传达设计，对展示设计所涉及到的各方面基础理论知识、设计要点、功能分析及设计步骤进行了系统的编写，力求理论与实践结合，提高实用性和可操作性，反映和汲取国内外近年来的相关学科发展的新观念、新技术，尽量体现时代特质。

本套丛书将陆续与广大读者见面，借此，向曾经关心和帮助过这套教材出版工作的所有老师和朋友致以衷心的感谢和敬意。特别感谢联合大学师范学院的各位领导的直接关怀与帮助。尤其要感谢本套丛书各位编撰老师们所付出的大量的时间、精力，是你们协力的合作和辛苦的劳动让这套丛书如期面市，还有李江老师，我代表环境艺术设计工作室所有老师感谢您为此书所做的一切。

本套丛书会在编写过程中存在不足之处真诚的希望有关专家、学者及广大读者给予批评、指正，以便我们在重印或者再版中不断修正和完善。

赖亚楠于翰墨香

2008年5月18日

第一章 展示空间设计概述

第一节 展示空间设计的内涵



目 录

第一章 展示空间设计概述····· 1	第三章 展示空间设计的分类及其设计方法·· 24
第一节 展示空间设计的内涵 ····· 1	第一节 一个展示主题的单一空间 ··· 24
第二节 展示空间的特点 ····· 2	第二节 多个展示主题的单一空间 ··· 28
第三节 展示空间设计的原则 ····· 5	第三节 一个展示主题的组合空间 ··· 31
	第四节 多个展示主题的组合空间 ··· 33
第二章 展示空间设计内容····· 7	
第一节 展示空间功能划分····· 7	第四章 展示空间策划方法·· 36
第二节 展线设定 ····· 9	第一节 展示空间策划的依据 ····· 36
第三节 展示空间组合形式····· 11	第二节 常见的展示空间策划方法 ··· 37
第四节 展示空间的限定 ····· 13	
第五节 展示空间的引导系统 ····· 15	第五章 展示空间设计程序·· 39
第六节 展示空间的构建 ····· 16	第一节 展示空间设计程序 ····· 39
第七节 展示空间的气氛营造 ····· 17	第二节 展示设计师的职责 ····· 41
第八节 展示空间的道具与陈列 ··· 20	
第九节 展示空间的场所精神 ····· 22	参考文献····· 42
	后记 ····· 42

第一节 展示空间设计的内涵

一、展示设计的概念

在研究展示空间设计时,我们首先要明确“展示设计”的概念。在《辞海》中,“展”字有“陈列”的含义,“示”是“以事告人,给人看”,由此可知“展示”就是将事物陈列给人看,也就是说“展示”的目的是向人传递特定的信息。既然展示是为了传递信息,那么“展示设计”就是一门研究如何将展品所承载的信息传递出去的科学,以此我们可以进一步明确“展示设计”的概念。展示设计就是为了达到某种目的,在特定的空间内,通过合理的布局方式将展品所承载的信息有效地传递给观展公众的一门科学。英文中常用Display, Show, Exhibit三个词来表示。

需要指出的是,这一展品信息的传递必须是以公众亲临展示现场为前提,依据公众的感知能力(视觉、触觉、听觉、味觉、嗅觉),来获取展品所承载的信息,从而达到公众有效接受信息的目的。所以说“展示”是一个交互行为过程,即展示活动的举办方及参展方将信息发布出去,公众接受信息,并反馈信息(图1-1)。

二、展示空间设计的内容

既然展示设计的目的是要将信息传递出去,就需要一定的载体来承载这些信息。承载

信息的载体大多采用展品实物、模型、图片、文字、声音、影像等,而盛放这些信息载体的空间即为展示空间。研究如何在特定空间内科学地设定展示路线(展线)、合理地组织空间、有序地布置展示道具、利用照明及色彩渲染空间,使展品在这一展示空间内有效地传递信息,让来此观展的公众快速接受信息,这就是展示空间设计的内容。展示设计应紧紧围绕着展品的展示空间来进行。

可见展示空间设计主要任务就是如何更合理、更有效地在特定空间内组织、布置承载信息的展品,这一任务将一直贯穿于整个展示设计过程。通过进行展示空间的设计,将无序、无目的空间变成一个连续统一的整体,并配合着展品及展示道具的布置,最终使进入其内部的公众快速接受到所需信息。展示空间设计的实质是构建合理、有效的信息传递的空间。

需要强调的是展示空间设计不是孤立的空间设计,它必须围绕着举办方及参展方的展示意图、展品的特性、场地的限定条件、公众的观展目的等来组织展线及空间组合,并与展示道具设计、展示照明设计、展示色彩设计、展示材料设计等共同完成展示活动所要传递的信息。

思考练习:

1. 如何理解展示设计的概念?
2. 展示空间设计的内容包括哪些?

第二节 展示空间的特点

展示空间设计在设计手法及程序上与公众使用的其他空间设计诸如餐饮空间设计、办公空间设计、住宅空间设计、娱乐空间设计、观演空间设计等有其相似之处,即都是在功能分区的前提下采取一系列空间的划分、围合、衔接等手法,并运用色彩配置、灯光控制、材料构建等手段,营造一个既具有实用功能又富有艺术感染力的空间。但作为以“突出展品,传达信息”为宗旨的展示空间,在空间的设计上有其自身的设计特点。

一、展品的限定性

展示空间设计的依据不仅仅要受展示场地的环境、展示活动持续时间长短、来此观展的公众人群特点等众多因素约束,更重要的是要与组织展示活动举办方及参展方的展示意图一致,最终目的是围绕着展示空间内部陈列的展品将特定的信息快速有效地传递给公众。由于不同的展示空间设计都是针对特定的展品,传达特定的信息,因此展示空间在设计时就一定会受到空间中所陈列展品的制约。所以在进行展示空间设计时,应深入了解展品特性诸如展品是偏重于商业性质的还是文化性质的、展品种类是系列的还是独立的、动态的还是静态的、所占空间大还是小等等,从而设计出有利于突出展品特性及展示主题的空间布局。

图为介绍一种用于户外越野鞋底的VIBRAM高性能航空橡胶材料展区,设计师无论在空间布局上、展品展示形式上、地面材料的铺装上、墙面图片上都是紧紧围绕VIBRAM高性能鞋底材料的防滑、耐磨、减震

性及良好的抓地性特点进行宣传布展,使公众进入这一展示空间立刻就能感受到参展商的展示意图及要传递的展品的信息(见彩图1-1,图1-2、图1-3)。

二、展示空间的流动性

展示空间的流动性是由展示空间的性质和公众在展示空间中的行为模式决定的。展示空间是为了展示相关的系列展品,因此需要设置由展示路线控制的连续空间;同时公众在展示空间中是处于运动的观展状态,通过连续的运动行为体验并获得需要的展示信息。由此可知展示空间是为了承载展品、传递信息。因此在进行展示空间设计时需首先设定一个连续的展品展示路线(展线),从而更好地组织观展;同时作为接受信息的公众,同样需要在观展的过程中以一条连续的展线做引导,将信息完整地接收下来。正是这一传递及接受信息过程的连续性、完整性决定了展示空间将是一个有序的流动空间,在这一流动的空间中完成了有效传递、接受信息的展示活动(见彩图1-2,图1-4、图1-5)。

图1-4为美国建筑大师设计的古根海姆博物馆的室内展示空间,整个展线安排在一个连续的螺旋形坡道上,使展示空间极具流动性。通过利用墙壁做展板,观展公众乘梯上至坡道的最高处,然后沿坡道而下,即可连续看到全部的展示内容。图1-5为华裔建筑大师贝聿铭设计的华盛顿国家美术馆东馆的室内展示空间,此室内空间并未按照传统的建筑模式分层设计,而是在一个高大开敞的空间中通过设置

廊道与挑层,使整个展示空间既具有流动性及层次感,又丰富了视觉空间。

三、展示空间的时效性

展示活动因举办者的展示意图及场地条件限定的不同,在展示时间上会存在一定的差别。大多数的展示活动,都存在一定的时间限定。这种非永久性让展示空间的设计有别于其他空间设计。展示空间设计更注重时效性,即在短时间内布置出更有效、合理的展示空间。因此如何设计高效、经济、美观的展示空间,是很多设计师努

力追寻的一个目标。这一时效性在一定程度上导致了场地划分的模数化、展示材料趋于标准化及可拆卸构件的构造节点的定型化。场地模数化、展示材料标准化、连接构造可拆卸逐渐成为展示空间注重时效性的特征。

(图1-6,见彩图1-3)中展示户外用品的展位无论从空间结构的围合上还是内部展示设施的构建上,都采用了可拆卸的金属型材,这种材料本身尺寸的模数化以及构造节点的可拆卸,都为布展和撤展的快速进行带来了方便,所以很多展位常用这种模数化、标准化的可快速拆卸的展示材料。



图1-4



图1-5



图1-6

四、强调公众的参与性及互动性

为了让公众更有效、更详细地了解展品并接受信息,除展示贵重的及具有危险性的展品外,在空间设计时通过设置展品演示区、现场操作区以及公众互动区,让展品与公众无阻碍接触;同时充分利用先进的技术手段来调动公众的视觉、触觉、听觉等一切感知能力,让公众在展示空间内更好地与展品进行互动,使得展示信息能够更有效传递。

(图1-7)为宜家家居展品的展示空间,为了便于公众了解体验家居展品的性能,在布展时照顾到了公众希望近距离的接触展品的要求。将展位完全放开,让公众充分与展品接触。



图1-7

五、展示空间的开放性

以传递特定信息为目的的展示空间,需要将观展的公众引导到他们所需要接受的信息位置,因此在展示空间中除了通过展线做引导,使公众按一定顺序观展;同时在场内内部各自独立的展示空间构建时注重空间的开放性、让公众从多个方向进入开敞的展示空间,从而实现吸引公众,快速传递信息的目的。

(图1-8)中所示的展示空间,除了为张贴展示信息的主形象墙,此展位并没有设立明确的隔断,使得观展的公众可以方便地从不同方向进入,有利于引导公众进入展位,从而更好地传递展示信息。

思考练习:

1. 展示空间有哪些特点?
2. 展示空间的流动性是由哪些因素决定的?
3. 为什么在展示空间设计中要强调公众的参与性及互动性?

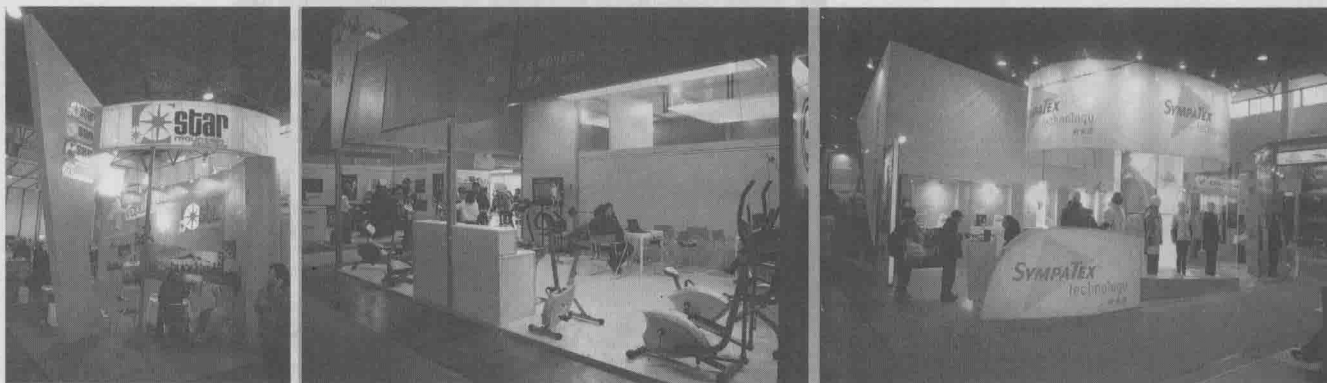


图1-8

第三节 展示空间设计的原则

一、展示意图唯一性

展示空间的设计要与举办方及参展方的展示意图相一致,展示空间的构建应紧紧围绕这一展示意图进行。通过确立展示主题、深入挖掘展品的特性,同时借助展示道具、展示照明、展示材料等因素共同来烘托展品、传递信息,来达到举办方及参展方的展示意图。

二、展品限定性

创造一个与公众互动的展示空间,使公众有效地接受信息都离不开承载信息的展品,展品是展示空间的主角。故此在进行展示空间设计时,要以了解展品特性、突出展品特征为前提,避免出现展示空间设计的过于奇幻而忽视与展品的协调,从而出现喧宾夺主的现象(图1-9)。

三、有效的引导

有效的引导是展示空间设计时应遵循的重要原则,由于公众在展示空间中的行为模式的流动性,所以在这一运动的过程中需要加以有效引导,除了个别大的展示活动配备专职的引导员,一般的展示活动往往是公众依据展示空间中的引导系统自行观展,因此展示空间中具有明确、有效的引导是十分必要的,这不但对于公众观展行为过程是必须的,对于在观展过程中出现意外情况,合理组织公众安全疏散也同等重要(图1-10,见彩图1-4)。

四、与公众的互动性

公众的积极参与是有效传递展示信息的重要环节,在进行展示空间设计时,尽量将空间设计成让公众易于和展品接触的格局,更直观地了解展品的特性,有助于公众积极参与到展示活动中,从而快速准确地接受信息(图1-11,见彩图1-5)。

五、体现对公众的关怀

在突出展品,传递真实信息的前提下,重视展示空间设计手法的独特性、丰富性及新鲜感,照顾到前来观展公众的视觉特性及



图1-9



图1-10



图1-11

心理因素,给公众带来愉悦。展示空间划分合理,尺度得当,让公众乐于在此空间中停留;展示空间的展线引导明确,便于公众沿展线观展;展示道具的布置合理,使陈列其上的展品位于公众有效的视线范围内;室内光环境舒适,公众在观展过程中免受眩光干扰等等(图1-12)。



图1-12

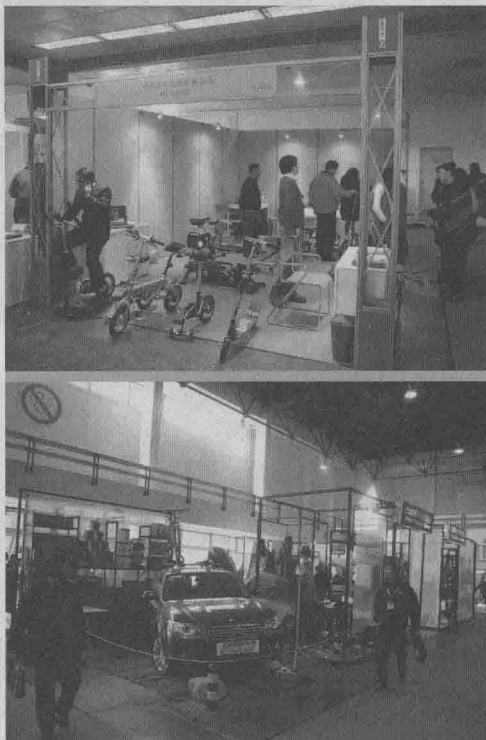


图1-13

六、场所安全性

在展示空间设计的过程中,必须遵守展示空间的安全性原则。首先在观展路线上让观展线路尽量简单直接,同时清楚设置安全出口及相应的应急措施,让公众在可能发生的停电、火警、意外灾害等情况时,能够使用疏散通道和应急指示标志、应急照明系统迅速撤离展示场地;其次在布展材料的选取上应该选用耐火及避免使用对室内环境产生污染的材料;为了给公众提供安全方便的观展环境,展示的空间设计中要相应地考虑到观众的通行、休息的方便,尽可能地考虑到残疾人的特殊需求采用“无障碍”设计,这也是现代展示设计发展的一个趋向,同时为考虑公共场所的安全需设置严禁吸烟标志。在一些大型的展示活动中,可能包括各种仪器、机械、装备及模型等需要消耗能源的设备。这些设备的运行大都需要一定的动力支持,如电力、压缩空气、蒸汽等,这些辅助设施也都需要占据一定的空间,而且必须考虑将这些设备的空间与展示环境隔离开,以防止噪声、有害气体的污染,并做好安全防范(图1-13)。

思考练习:

1. 如何在展示空间设计中体现对公众的关怀?
2. 场所的安全性从哪几个方面体现?

第二章 展示空间设计内容

第一节 展示空间功能划分

一、展示空间的功能划分

一个完整的展示空间是由不同的功能空间组成的,合理地组织好各个功能空间的关系,是有效传递展示信息的关键。依据功能的不同可将完整的展示空间分为信息展示空间、公众活动空间、辅助办公空间、入口接待空间及交通联系空间。

1. 入口接待空间:位于展示空间的开始,这一功能空间的布置除了起到向公众介绍展示主题及突出表现展示主题的作用,还应起到引导、分流观展公众的作用(图2-1、见彩图2-1)。

2. 信息展示空间:即展品的陈列空间,这是展示功能空间中的主要部分,其他的功能空间都依据此空间进行布局并为其服务。信息展示空间的大小、组合方式要依据展品的种类、大小及多少来定,对于简单的展品展示使用单一的信息展示空间即可,对于多种展品展示则需要将一个整体的展示空间进行再次划分或多个展示空间进行组合来完成。信息展示空间也可细分为普通展示空间、中心展示空间、演示互动空间等。

3. 公众活动空间:是观展公众使用和活动的场所,公众在此停留及举办活动。主要是指与公众洽谈空间、公众交流空间、公众休息空间、公众就餐区等等。其中洽谈空间多为方便参展商与客户间相互交流洽谈而设计,常被安排在信息展示空间的结尾处(图2-2,见彩图2-2)。

4. 辅助办公空间:这部分空间主要适用于展示空间中内部人员使用的诸如工作人员办公室、库房、工作间以及卫生间等(图2-3)。

5. 交通联系空间:是供公众及内部办公人员使用的交通空间及活动场所。包括展示空间中的缓冲空间、通道、楼梯间等(图2-4,见彩图2-3)。

二、功能空间的序列

依据展示空间中各功能空间之间的关系,须将不同功能空间按一定顺序排列,从而使公众在观展过程中能够快速有效接受信息。在组织这些功能空间时,首先应当设定好展线



图2-1



图2-2



图2-3



图2-4

(展品的展示路线), 通常情况下与公众观展的主要流线吻合, 各功能空间围绕这一展示路线合理布局; 其次还要兼顾其他人流路线(如内部工作人员)的顺序安排, 后者虽居从属地位, 但若处理得当, 将可起到烘托主要空间序列的作用。在进行展示空间序列布局时, 应使沿展示路线(与公众观展的主要路线重合)布置的空间有起伏变化, 同时在这一序列上安排精彩的中心展示空间, 通过展示空间中的引导系统让公众的观展活动在中心展示空间处达到高潮(图2-5, 见彩图2-4)。

1. 入口接待空间

入口接待空间是公众接受信息的第一站点, 也是一个完整的观展活动的开始, 在这一空间应突出展示活动的主题, 并将展示空间的布局信息清楚地传递给公众。

2. 信息展示空间

信息展示空间是公众接受信息的主要空间, 展品在此空间陈列展示, 在设计时根据展

品的特性、种类的不同, 将这一空间进一步划分成不同的展区, 以便于公众有针对性地观展。这一部分将是功能空间序列的主要部分, 公众在空间的引导中逐渐达到观展高潮。

3. 公众活动空间

公众活动空间是为观展公众提供服务的空间, 公众在观展结束后进行与参展商业务洽谈、信息交流、休息及简单就餐都在这些空间进行。公众活动空间往往被安排在功能空间序列的后面, 预示着公众接受信息这一行为的结束。

4. 辅助办公空间

这部分空间主要是为公众观展行为的顺利进行提供服务。因此这部分的空间作为从属空间不被安排在主要公众人流的观展路线上, 而是结合场地的条件, 穿插在合适提供服务的位置。这部分空间主要包括: 工作人员办公室、库房、展品工作间以及卫生间等。

5. 交通联系空间

交通联系空间作为必要的公众观展路线及工作人员服务路线一直贯穿整个展示环境中。需要说明的是当展示活动的规模较大、展品种类较多时, 交通联系空间的布局相对会更复杂。

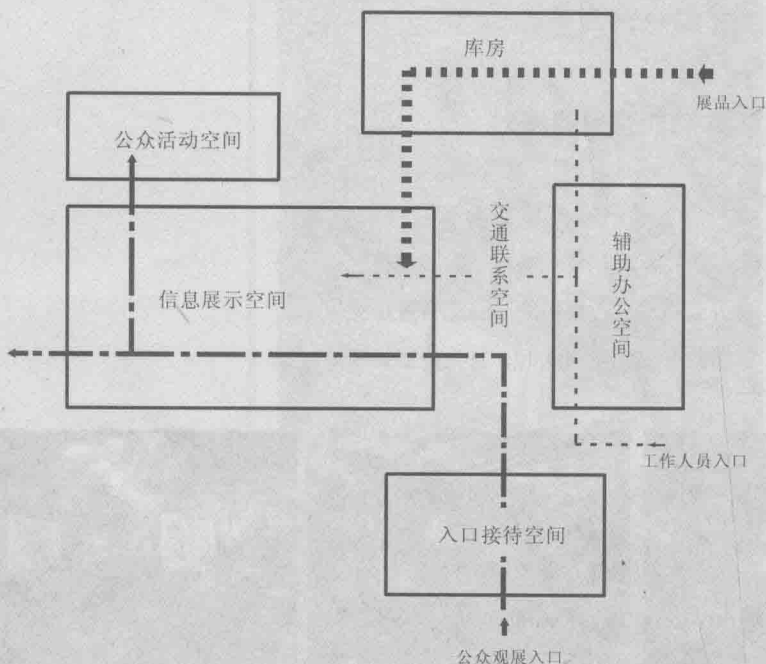


图2-5

思考练习:

1. 怎样更好地组织协调展品展示路线、公众观展路线及工作人员服务路线?
2. 如何处理展示空间内部的交通?

第二节 展线设定

展线是指展品的展示路线,展品依据设定的展线布置。展线设定是否得当是展示空间设计能否获得成功的关键。根据展示活动的规模、性质、范围以及场地大小、展品种类多少,展线的设定形式也随之变化。展线是具有方向性的,入口为展线起点,出口为展线终点。在展示空间内同时存在着公众的观展路线,公众的主要观展路线通常与展线重合,在秩序性较强的“串联”展示空间中,公众观展路线与展线一致;对于秩序性较弱的“并联”展示空间中,公众的主要观展路线与展线一致,同时也会存在多种辅助观展路线供公众选择。

一、展线设定的重要性

1. 布置展品的依据:展品依据展线的方向,确定展品的摆放顺序,以方便于公众的观看。

2. 举办方及参展方的需要:举办方及参展方的需要即是有效传递信息的需要,通过在展线上按一定顺序设置展品,让公众按照展方设定的流线去观展,从而使信息能够有目的的传递给公众。

3. 引导公众观展:展线的设定便于公众观看展品,快速接受展会信息,避免走重复道路。

4. 场地规划的需要:通过展线的设定进一步确定交通路线,从而按场地的现状划分不同的信息展示空间。

二、展线的设定原则

展线的设定应根据展示活动的规模、性质、范围以及场地大小、展品种类等科学的合理的安排展品展示路线的走向,并尽量与场地所固有的空间关系、柱网保持一致,同时要与展示空间中其他设计要素协调处理、综合考虑。展线总的设计原则首先要简单便捷;其次要方向秩序明确;再次要连续通畅;最后应做到灵活布置。

三、展线布置形式

展线根据不同的场地空间、展品的性质等条件限制会采取不同的形式。常见的形式有单线型展线、闭合型展线、环形展线、辐射式展线、自由式展线、网格式展线、混合式展线等。具体采用何种展线布局,应视具体情况而定。

1. 单线型展线:便于对展示空间进行控制,可以按举办方、参展方及设计者的意图来安排空间,这种展线布局形式适合相对中小型展示空间(图2-6)。

2. 闭合型展线:适合于只有一个出口的小型展示空间。展线单一,便于控制,但要解决好出入观展公众人流相互之间的干扰(图2-7)。

3. 环形展线:展示空间相互串联,方向单一,线路简单明确,入口可分可合;这一展线布置形式不够灵活,并且不同的信息展示空间也不方便分段使用(图2-8)。

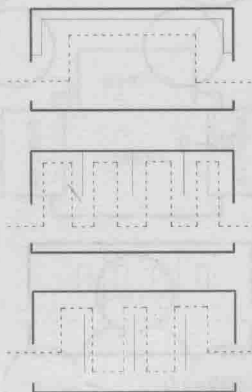


图2-6

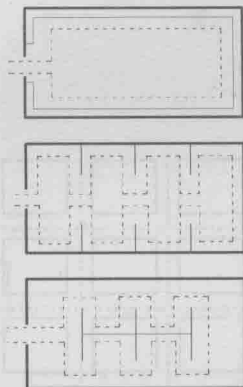


图2-7

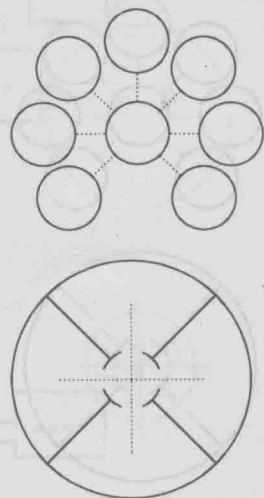


图2-8

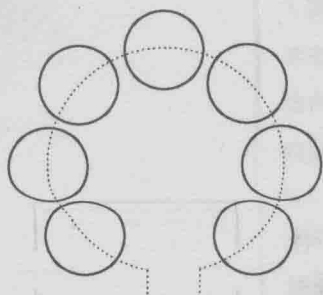


图2-9

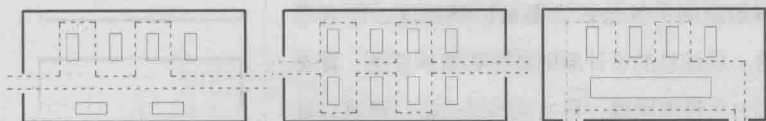
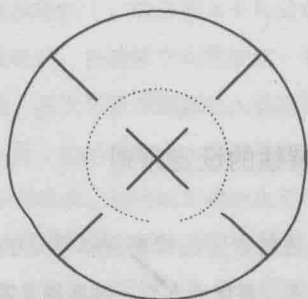


图2-10

4. 辐射式展线：当各信息展示空间相互并联时往往采用辐射式展线。辐射式展线可以组织完整的参观路线，可分段开放，灵活使用，辐射式展线主要用于大中型展示空间，这一展线布局形式利于公众有针对性地进行观展（图2-9）。

5. 自由式展线：这一展线布局模式适合中小型展示空间，对于展示的展品无明确的先后顺序，可以让观展公众按自己意图自由观展时，常使用这种展线形式（图2-10）。

6. 网格式展线：对于相对大型的展示活动往往采用这一形式，采用这一展线形式的展示活动通常是参展方为多家，但展示主题一致，展线无明确的方向，观展公众可以自由选择信息展示空间。使用这一展线布置形式时要做好展示空间的引导系统，从而方便公众快速观展（图2-11）。

7. 混合式展线：混合式展线常用于巨型及大型的复杂展示空间，展品相对复杂，参展方较多，并且存在多个展示主题，观展公众人流常出现往返交叉现象（图2-12）。

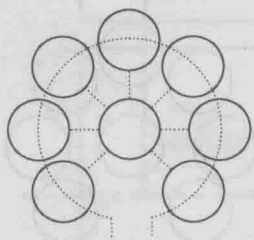


图2-11

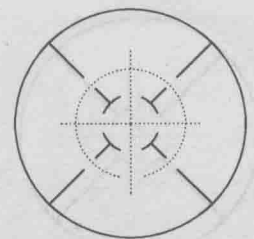


图2-12

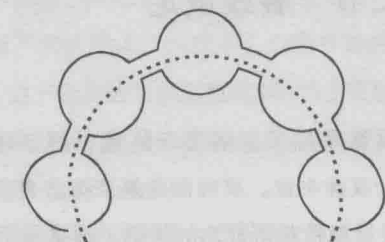


图2-13

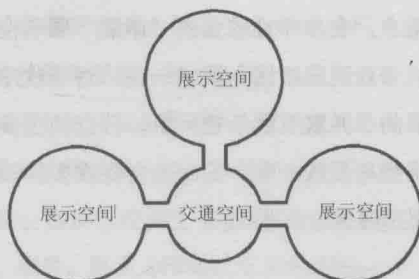
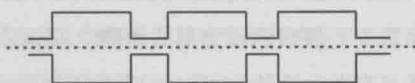
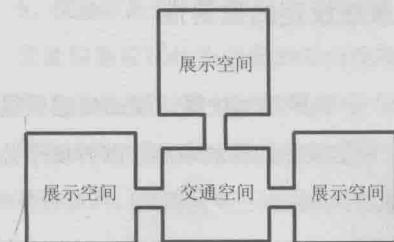


图2-14



思考练习：

1. 展线的设定原则有哪些？
2. 展线的布置有哪几种形式？

第三节 展示空间组合形式

除了小型的展示空间使用单一空间模式外,大多数的展示空间都会采用多种空间进行组合。展示空间的组合形式根据展示活动的规模、性质、范围以及场地大小、展品种类多少等因素的不同而随之变化。常见的有串联空间模式、并联空间模式、主从空间模式、廊道空间模式、网格空间模式、共享大厅空间模式、自由空间模式、混合空间模式等。

一、串联空间模式

串联空间模式也称线型模式,不同的展示空间依据展线的轨迹呈线型排列,各空间互相穿插、直接连通。当展品属同一类型或同一系列展品,往往采用串联空间模式,优点是便于对展示空间进行控制,可以按举办方、参展方及设计者的意图来安排空间。这种空间组合型通常用于同一展示主题的展示活动(图2-13)。

二、并联空间模式

并联空间模式也称辐射式空间模式,是指不同的信息展示空间彼此并列设置,互不干扰,而都与入口交通空间相连。当展品之间相互差异很大或不属于同一类展品时常采用这种模式。通过分区、分层的信息展示空间布局,使展品分区明确,公众也将依据展品的分区直接进入各自需要的展示区域,这一空间组合模式有利于减少观展人流的相互干扰,常用于有着多个展示主题的展示活动(图2-14)。

三、主从空间模式

主从空间模式是以体量较大的主体展示空间为中心,其他信息展示空间环绕这一主体空间周围布置。这种空间组合型既可用于同一展示主题的展示活动,也可用于不同主题的展示活动(图2-15)。

四、廊道空间模式

廊道空间模式是用一条供交通联系用的廊道将各信息展示空间连接起来。各信息展示空间互不相连。这种空间组合型通常用于同一展示主题的展示活动(图2-16)。

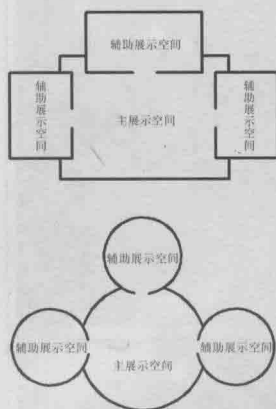


图2-15

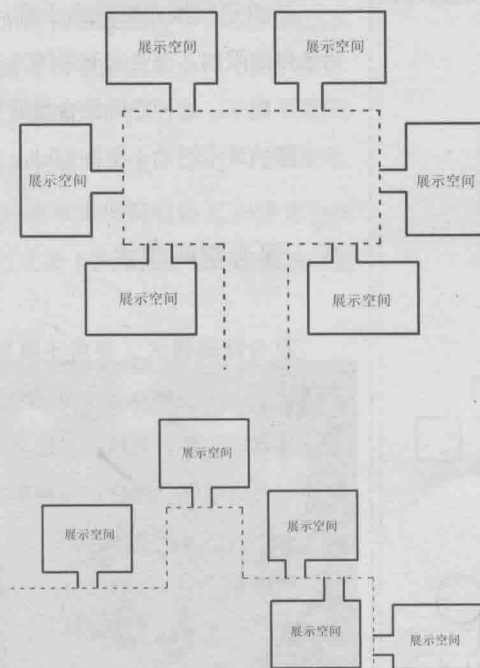


图2-16