



面向十三五高等院校艺术设计精品教材

展陈空间设计

陈雷 刘斯旻 主编
孙小茜 原泉 柳志宇 郑琦凡 副主编

赠送
电子课件



清华大学出版社



面向十三五高等院校艺术设计精品教材

展陈空间设计

陈 雷 刘斯旻 主 编

孙小茜 原泉 柳志宇 郑琦凡 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书根据展陈设计行业规范及要求,结合设计行业发展趋势,参考国内外多部教材及文献资料,集结多年教学与实践经验编写而成。

本书以总—分—总的结构进行编写,首先,通过总述展陈设计的概念与类型将读者带入学习情境;其次,将知识点分为设计流程、要素和表达三个知识体块进行详解,最后,利用完整案例和实践课题进行强化巩固。

本书适合作为展示设计与环境设计的专业课程教材,也可以为展陈设计的从业人员提供专业的帮助。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

展陈空间设计/陈雷,刘斯暘主编. —北京:清华大学出版社,2017

(面向十三五高等院校艺术设计精品教材)

ISBN 978-7-302-44979-9

I. ①展… II. ①陈… ②刘… 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(2016)第216211号

责任编辑:李春明

封面设计:刘孝琼

责任校对:周剑云

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:190mm×260mm 印 张:12.75 字 数:310千字

版 次:2017年1月第1版 印 次:2017年1月第1次印刷

印 数:1~2500

定 价:45.00元

产品编号:067145-01

展示陈列设计作为一门综合性较强的学科,集结了策划、建筑、平面、交互、材料学、照明、美学、品牌形象、市场营销、新媒体技术等多方面的知识。目前,市面上的教材更多的是针对展示陈列设计的某一个方面进行详述,内容存在片面性,受众有局限性。针对以上问题,特组织一线教师共同编写了本书。

室内设计、工业设计、平面设计及服装设计专业的学生都有展示陈列相关的专业课程,课程内容虽根据不同专业的特点有所偏重,但彼此间依然存在千丝万缕的联系。本书的目的是将展示陈列设计的共性与特性结合起来讲述,引导读者进行系统化学习。以实践教学为主线,通过完整案例讲述与真实项目演练结合的教学方式,帮助读者尽快掌握展示陈列设计的方法。

本书具有以下几方面特点。

1. 信息量大,案例完整

本书凝结编者在国外求学与工作期间所积累的大量展览、橱窗和店面的资料。因此,本书将从国内外最新的展示陈列设计理论与实践案例两个方面向读者详细介绍展示陈列设计。

2. 结合实践,强化表达

针对读者需求,每章内容将按照实际展示项目的设计程序进行编排,同时结合每部分内容所需的设计方法进行讲解,课后习题同样根据设计程序进行设置,及时将理论联系实践。

另外,本书重点强化训练设计的表达技法。通过讲解图解表达、富有艺术表现力的图纸绘制方法、风格多样的效果图以及具有展示性的手工模型,帮助读者找到适合自己的表达方法。

3. 内容全面,广泛适用

从空间、产品、视觉三个方面对展示设计进行了更加深入的梳理,从设计到施工、从平面到立体、从展品到受众,帮助读者建立起完整的展示陈列设计思维体系。本书适合展示设计、环境艺术设计、工业设计、服装设计、平面设计专业的师生以及从事展示陈列设计行业的专业人士使用。

本书共分为三大模块,分别是理论知识与概念、设计实践与表达、案例分析与欣赏。编者以故事讲述的方式向读者娓娓道来。本书主要内容包括展示陈列设计概述、展示陈列设计专项、展示陈列设计流程、展示陈列设计要素、展示陈列设计表达技巧与展示陈列设计案例赏析与学生作业展示等内容。

本书的撰写初衷是希望通过编者的视角,为大家重新解读展陈空间设计的原理及方法。通过讲述真实案例的方式来更好地传递知识点,以平易近人的姿态帮助读者理解展陈设计的相关知识。

本书在编写过程中获得了大家的帮助。特别感谢提供图像资料的陈君倩、刘烨、吴笛、靳钊、李杨、朱梦芸、林琛、修昕昕、安洋、王子珺等同学及友人。同时更要感谢清华大学

出版社编辑们的专业指导和辛勤工作。由于展陈设计专业的综合性，其涉及的领域和知识点相对较多，区区数万字依然难以尽述，仅希望能够起到抛砖引玉之用。由于作者水平所限，书中难免存在疏漏和不妥之处，敬请广大读者批评指正。

本书由陈雷、刘斯旻任主编，孙小茜、原泉、柳志宇、郑琦凡任副主编。

编 者

第一章 展示陈列设计概述1

第一节 展示陈列设计的概念	2
一、展示的概念	2
二、陈列的概念	2
三、展示、陈列与展览的异同	2
四、展陈空间设计	3
第二节 展示陈列空间的分类	4
一、按照形式分类	4
二、按照规模分类	9
三、按照时间分类	10
四、按照空间分类	12
五、按照状态分类	13
六、按照性质分类	13
七、按照展示内容分类	15
第三节 展示陈列设计的发展	15
一、展示陈列设计的历史	15
二、展示陈列设计的趋势	19
本章小结	20
课堂实训	20

第二章 展示陈列设计专项21

第一节 展示陈列类建筑	22
一、世博会国家馆	22
二、博物馆	25
三、美术馆	28
四、移动展馆	33
第二节 展览空间设计	35
一、公益性展览	35
二、非公益性展览	35
第三节 商业展示陈列设计	36
第四节 事件展示设计	47

第五节 演示空间设计	48
本章小结	51
课堂实训	51

第三章 展示陈列设计流程

第一节 前期调研与资料收集	54
一、前期调研的意义	54
二、展陈空间设计调研的内容与方法	54
第二节 方案设计程序与内容	58
一、提出设计概念阶段	58
二、方案深入与表达阶段	59
三、方案输出与施工准备阶段	60
第三节 设计方案实施与管理	60
一、施工规范	61
二、施工流程	62
三、结束撤展	66
四、展陈项目管理	67
本章小结	67
课堂实训	68

第四章 展示陈列设计要素

第一节 展品陈列设计	72
一、展品分类与选择	72
二、展品展示陈列的原则	78
三、展品展示陈列的方式	78
四、展品展示陈列的流程	79
第二节 功能区分布与展线规划	80
一、平面功能区布局	80
二、展线的组织规划	84
第三节 人体工程学的应用	86
一、人体静态与动态尺寸	86
二、视觉要素及规律	86
三、展陈空间中的基本尺寸	89
第四节 展具的设计与制作	90
一、展具的类型	91
二、展具的设计原则	100

三、展具的组合类型	101
第五节 色彩设计	101
一、色彩的基本原理	102
二、色彩的情感与功能	106
三、展陈空间中的色彩设计原则	108
四、色彩在展示陈列设计中的应用	110
第六节 照明设计	112
一、展陈照明的基本功能	114
二、展陈空间的照明方式	117
三、展品的照明方案	122
第七节 新媒体技术的应用	125
一、新媒体艺术概述	125
二、新媒体技术的应用	126
第八节 导视系统	132
一、导视系统概述	132
二、导视系统的设计方法	136
三、导视系统在展示空间中的作用	138
四、导视系统的创新	141
第九节 材料选择与应用	142
一、展陈空间的传统材料	142
二、新型材料的选择与应用	146
本章小结	148
课堂实训	148

第五章 展示陈列设计表达技巧 151

第一节 图解	152
一、图解的概念及意义	152
二、图解的类型	154
三、图解的作用	155
第二节 平面图	158
一、平面图的概念	159
二、平面图的内容	159
三、平面图的绘制要求	160
第三节 立面图	161
一、立面图的概念	161
二、立面图的组成内容	161
第四节 效果图	162

一、效果图的概念	162
二、效果图的类型	162
第五节 模型	166
一、模型的概念、作用及发展	166
二、模型的类型	167
三、模型制作常用材料与工具	170
四、实物模型制作步骤	173
第六节 展板	174
一、展板的概念	174
二、展板的作用	174
三、展板的排版	175
四、展板的设计原则	175
五、展板的版式类型	175
六、展板的常用材料	176
本章小结	177
课堂实训	177

第六章 展示陈列设计案例赏析与学生作业展示

第一节 展示陈列设计案例赏析	182
第二节 展示陈列设计学生作业	188
一、优秀作业	188
二、设计实践	189
本章小结	193
课堂实训	193

参考文献



第一章

展示陈列设计概述



学习要点及目标

本章从展陈设计概念、展陈空间多样的分类方式、展陈设计的发展历程及趋势三个方面帮助读者对展陈设计形成总体的认知。



本章导读

展陈设计是艺术设计领域中一门综合性很强的专业，既具有设计的专业属性，又容纳其他学科的知识。我们可以从空间、场合、时间流这三个方面对其进行深入分析。



技能要求

能够对展陈空间的含义和分类进行归纳整理，通过理论联系实际案例，举一反三。

第一节 展示陈列设计的概念

知识点：

展示的概念；陈列的概念；展示、陈列与展览的异同；展陈空间设计。

学习目标：

了解展示、陈列、展览以及展陈空间的概念；掌握展示、陈列与展览的异同并能够进行举例说明。

一、展示的概念

展示，英文为Display，源于拉丁语diplico和动词diplicare，表示一种行为状态或思想观念。展示包括“展览”和“演示”两层含义，而两者都是依靠空间来表现的。

二、陈列的概念

陈列有陈设排列之意，具体是指利用视觉原理、展示道具、技术手段用艺术的表现方法将物品以一定的规律展示给观众，具有一定的静止性。

三、展示、陈列与展览的异同

展示、陈列与展览的异同主要体现在以下三个方面。

(1) 从展示、陈列与展览三者的词性和词义上来看，展示为动词，除了有阐述、排列、显现等释义，重在强调对服务内容的呈现，通过观者的视觉与感知，实现尽享展示活动预期

目标的过程；作为动词时，是指对展品进行排列、布置的过程，强调行为的本身，注重过程，通常用于长期的、永久性的项目，而作名词时是指展品的整体形态；展览作名词时比较多，是指展品集结在一起的结果；作为动词时，也有将物品摆出供人观赏之意，但相比前两者，其更强调行为的结果，注重成品，通常用于短期的、临时性的项目。

(2) 从行为主体上进行探讨，展示与陈列都是分别由两个相似含义的词组成，“展”和“示”、“陈”和“列”的行为主体都是活动的组织方(博物馆、展馆、商店等)。而展览是由两个有联系的主体组成的，“展”代表活动组织方的行为，而“览”属于活动接收方，也就是观众的行为。

(3) 从目的上进行分析，展示活动往往强调公众参与，公众在接收信息的同时也反馈信息，是信息交流与传递的主体，而展示通过不同的手段，对公众进行刺激，最终达到传递信息、促进消费等目的；陈列与展览作为展示活动的手段，二者的主要目的是为观众提供观看、选择、购买等服务。

四、展陈空间设计

展陈空间是指用以展示、陈列展品，汇集和传递信息的场所。这里的空间通常不仅指三维空间，还包含“时间”这一第四维属性，这也是展陈空间与其他空间类型的区别之一。

展陈空间设计主要探讨的内容是空间、场合及时间流，是指利用艺术手法、现代科技手段、借助综合媒体对展陈环境进行特定时空关系的规划和实施，对观者的行为、心理和思想产生了影响。图1.1所示为古根海姆美术馆展览，体现了展陈空间设计的创造性活动。



图1.1 古根海姆美术馆展览

第二节 展示陈列空间的分类

知识点:

依据不同的标准对展陈空间进行分类。

学习目标:

掌握展陈空间分别按照形式、规模、时间、空间、状态、性质、内容七个方面所分的类型。

一、按照形式分类

1. 世博会

世博会(EXPO)是世界博览会的简称。这是一项世界性的非贸易性的大规模产品展示和技术交流活动。它由主办国政府组织或政府委托有关部门举办,有较大影响力和悠久的历史。参展者向世界各国展示自己在当代的文化、科技和产业上所取得的成就,促进国际的交流,如图1.2、图1.3所示。



图1.2 2010年上海世博会英国馆室内展厅

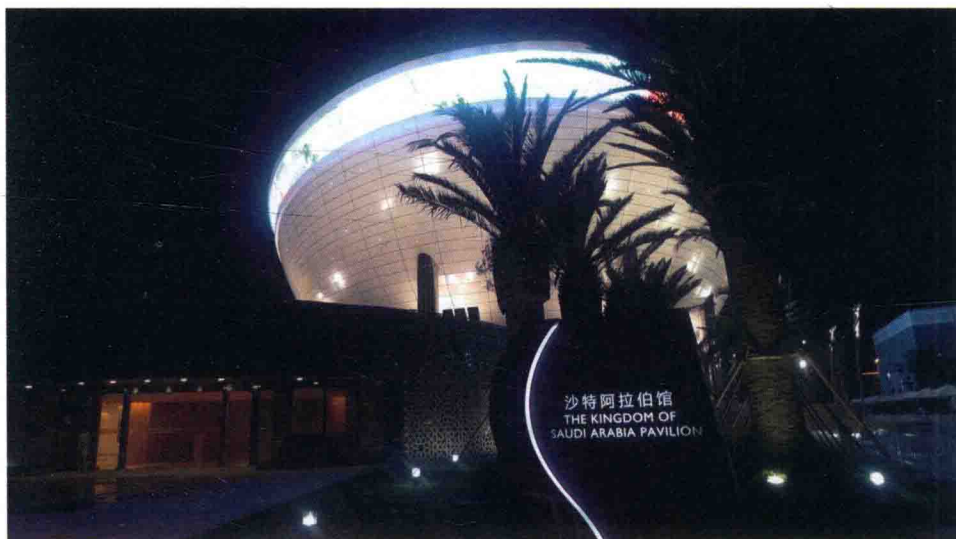


图1.3 2010年上海世博会沙特阿拉伯馆

2. 展览会

展览会(Exhibition)主要包括展览、展销会、交易会、贸易洽谈会等。传统的庙会、集会也属于展览会的范畴。从性质上来分,展览会可以分为贸易和消费两种性质。贸易性质的展览会是为产业举办的展览,主要目的是交流资讯、洽谈贸易;消费性质的展览是为公众举办的展览,基本上都是展出消费品,目的是直接进行销售,如图1.4、图1.5所示。

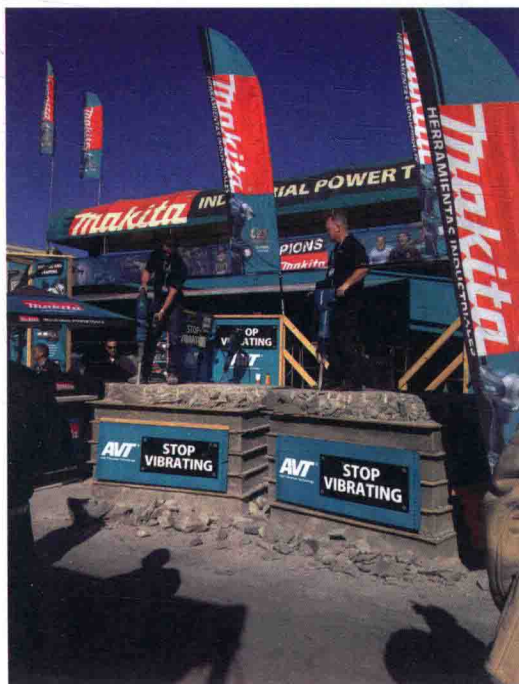


图1.4 2012年拉斯维加斯世界水泥大会户外展演摊位



图1.5 2012年拉斯维加斯世界水泥大会室内展场

3. 博物馆

博物馆(Museum)典藏人文自然遗产、艺术品、科技产品等,是具有文化教育职能的机构。属于非营利性的永久性机构。其面向大众开放,为社会提供服务,如图1.6所示。



图1.6 韩国首尔东大门设计广场

(图注:韩国首尔东大门设计广场由扎哈·哈迪德设计,2015年3月底向公众开放。)

4. 商业环境

商业环境(Retail)一般是指各类商场、商店、超级市场、货亭等商业销售环境的展示。通过艺术表现手段、商品的陈列方式、展示道具、灯光照明等要素营造商业空间环境氛围,引起消费者的购买热情,达到商品销售的目的,如图1.7、图1.8所示。

5. 庆典活动

庆典活动(Event)是指各类节庆活动、开闭幕式、纪念活动、巡游等活动策划或者空间环境的规划布置,如图1.9、图1.10所示。



图1.7 DOLCE & GABBANA专卖店

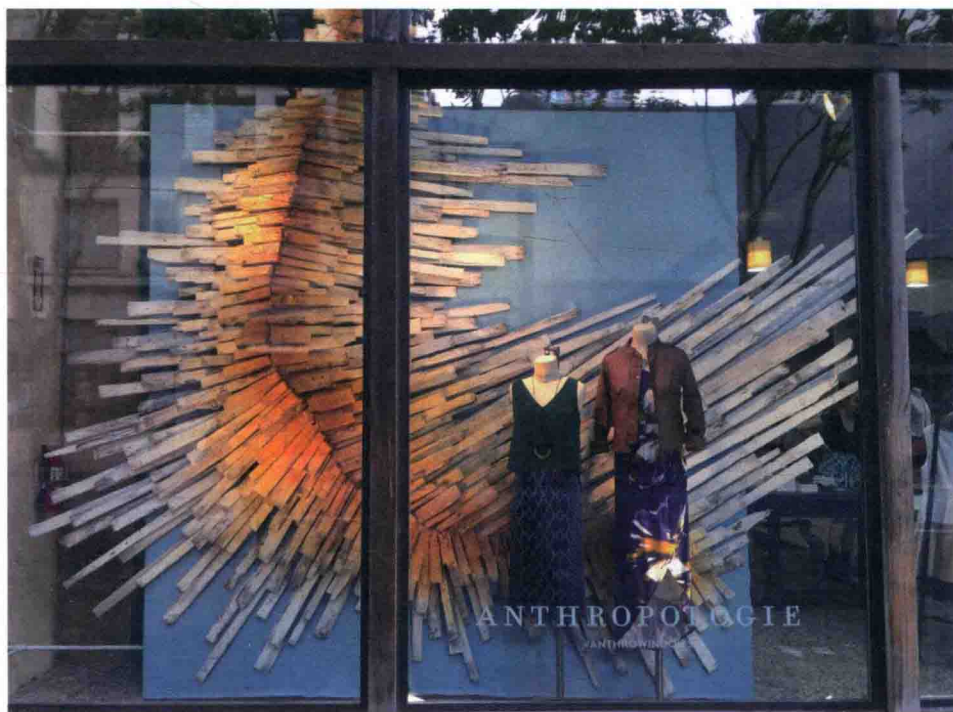


图1.8 Anthropologie西雅图店2015年春夏橱窗



图1.9 2013年艺术家Nick Cave的艺术作品在纽约中央火车站表演



图1.10 2010年芝加哥水上表演活动