

《室内空间与展示艺术设计》丛书

朱淳 主编

室内与展示 材料应用

戴云亭 邱蔚丽 编著



中国传媒大学出版社

JS25.2

32

室内与展示 材料应用

戴云亭 邱蔚丽 编著



中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

室内与展示材料应用/戴云亭,邱蔚丽编著. —北京:中国传媒大学出版社,
2010.5

ISBN 978-7-81127-888-0

I. ①室… II. ①戴… ②邱… III. ①室内装饰—装饰材料—高等学校—
教材 ②陈列设计—材料—高等学校—教材 IV. ①TU238 ②J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 057990 号

室内与展示材料应用

编 著 戴云亭 邱蔚丽

责任编辑 阳金洲

责任印制 范明懿

封面设计 邓岱琪

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社(原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787×1092 mm 1/16

印 张 9.25+1(彩插)

版 次 2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-81127-888-0/TU·888 定 价 39.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



《室内空间与展示艺术设计》丛书 | 朱淳 主编



前言

现代社会中,住宅居所、工作环境、商业空间和文化设施的环境质量,是衡量一个国家、地区或城市经济发达程度和文明水准的标志之一,建筑室内空间的质量由此受到更多关注。技术和文化的进步,对室内环境和艺术质量的要求也更加具体化、多样化。近年来,国家基本建设的持续投入,大量的住宅对装修设计的迫切需求;各种商业、办公和文化空间对室内环境更高的要求;大批城市博物馆的兴建、各种商业和文化类会展等,构成了对这一设计领域的社会需求。

作为综合技术与艺术领域的设计门类,室内空间与展示艺术设计近年来获得极大发展。几乎所有设置艺术设计专业的高校都有环境艺术专业、室内设计专业或展示设计专业的设置;其他层次的室内及展示设计专业更不胜枚举。大量社会需求和这一专业领域设计教育的发展,不仅逐步完善了设计学科本身,同时也对专业的教学提出了新课题和新需求。室内设计专业的教学领域正在不断拓展并向纵深发展:一方面除了建筑与室内空间本身,还包括室内设计的相关领域,如博物馆陈列设计、各类商业空间设计、文化娱乐空间设计;另一方面也包括室内环境设计的相关技术领域,如各类空间的陈设艺术、采光与照明、室内家具、室内声学、绿化配置及水、电、风等专项技术领域的设计教学也都在迅速普及。这些教学领域发展所带来的需求,除了对教学内容和教学方法的研究和改革,同时也包括对该专业相关的高质量教材的需求,而本丛书的编纂正是适应了该学科发展的需求。

考虑到不同层次的教学与使用的需要,本丛书将“室内设计”与“展示设计”这两个在学科性质上有许多相近之处,同时在课程设置上有多重合的专业门类合并在一起,使其构成一个较为完整,并能相互配合、互相印证的教材体系,这将有助于这些相关的课程之间在知识体系方面的完整,同时也利于使用者按不同的教学要求和培养对象来选择相应的教材。

本丛书各分册在编纂上,以课程教学为主导,系统论述该课程的完整内容,同时突出课程的知识重点及专业的系统性,并在编排上辅以大量的示范图例、实际案例、参考图表及优秀作品鉴赏等内容。教材所附的各学科教学进程安排和课程练习(作业要求、作业步骤、作业数量、建议课时和作业提示)仅作为建议,各使用院校可根据各自的专业教学重点选择采用。

在编纂过程中,作者充分考虑到各分册之间在知识内容和教学深度方面的相互衔接、互为补充;同时为适应不断发展的学科领域,还将不断推出后续的各分册,希望能够为这一专业领域的学科建设提供一套系统、科学和优质的教材。

华东师范大学设计学院

朱 淳

2010年10月

目 录

导读	1
第一章 展示设计材料概说	3
1. 展示设计材料应用基本概念	3
2. 材料变化与发展——提供展示设计的动力	8
3. 材料的作用——展示设计中的意义	12
第二章 展示设计材料的体验	17
1. 结构功能——设计不可缺少的思考	17
2. 真实材料——体验的感悟、材料表达	20
3. 泛技术的引入——创意设计的支持	24
4. 风格与时尚——独树一帜的深刻印象	30
5. 人文特性——材质美的奥秘	36
第三章 展示设计材料的功能	41
1. 空间传达——感知材料表现	41
2. 材料与形态——长方形、棱形、曲形等	47
3. 材料搭配——视觉效果、搭配设计原创	51
4. 设计材料运用之差异的评价——实例分 析、评估	55
第四章 展示设计材料的应用	59
1. 硬质材料	59
2. 合成材料	70
3. 天然材料	82
4. 其他配套运用的材料	93
第五章 展示设计材料的选择	99
1. 选择原则、方法及技术要求	99
2. 玻璃材料的选择	99
3. 金属材料的选择	101
4. 塑料在展示设计中的选择应用	102
5. 木材的选用方法	104
6. 纤维材料应用	107
7. 石材与陶瓷材料选用	108

目 录

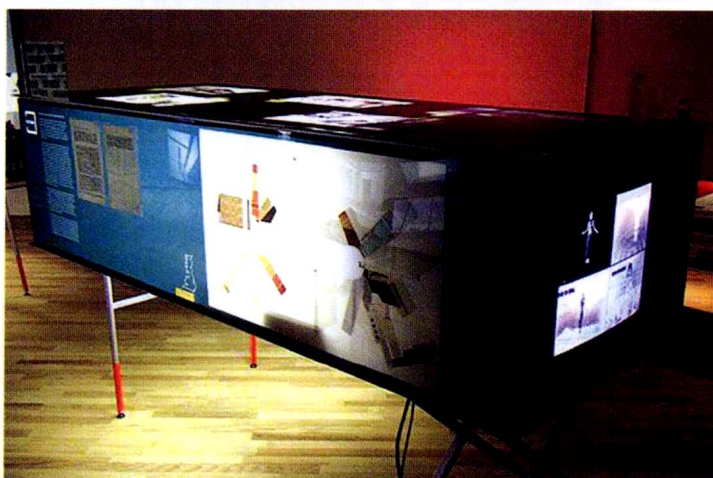
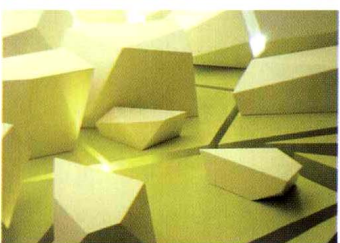
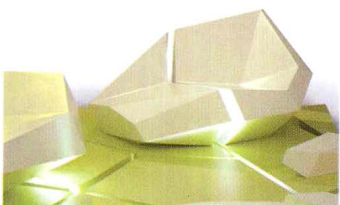
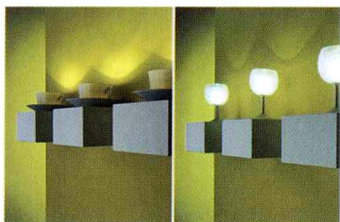
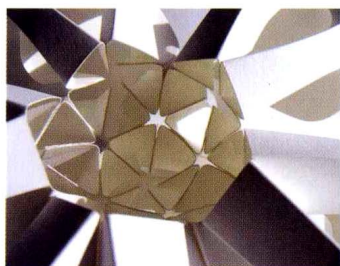
第六章 展示设计材料与形态关系	113
1. 材料与形态	113
2. 材料与色彩	115
3. 材料与肌理	116
4. 明暗关系与光的作用	120
5. 重复与节奏	122
6. 均衡与对称	124
7. 比例与正负形	124
8. 抽象形态体验	124
第七章 从教室到工作室的实验教程	129
1. 概念阐述	129
2. 设计图及模型	131
3. 设计与深化	134
第八章 个案分析研究	137
1. 玻璃与金属材料结合运用	137
2. 合成材料应用	141
3. 环保材料的设计理念	144
4. 材料综合应用	151
参考书目	154
后记	155

导读

本教材主要在室内设计基本原理和设计方法的基础上，分析和研究展示空间环境设计与不同材料的应用表现和创意方法，特别是展示空间环境设计中材料的运用技法。首先，我们要对展示空间环境设计中材料的重要性有相应的认识；其次，理解材料作为室内展示环境设计中一个具有影响环境和人们视觉效果的独特表现内容以及材料所具有的性格魅力。因此，在学习室内环境展示设计的基本理论知识和实践应用的过程中，如何将基础知识运用到实际的设计项目中，能够根据需要来完成展示空间环境设计的要求和对材料选择应用是至关重要的。通过领悟阶段的“基础”学习和感知体验阶段的“应用”学习的结合来学习对材料的应用方法是本教材编写的目的，也应看做是设计专业学习的最终目标。本书除了作为专业教材以外，还可作为其他相关专业的参考书籍。

书中还安排了较有代表性的展会设计的案例来分析、阐明不同的材料在室内空间环境和展示设计中应用的作用和意义。尤其是材料在设计表现中的与功能、形态、色彩、肌理、质地、技术工艺等各个方面的关系的论述更是本教材所希望表达的重要信息。





第一章 展示设计材料概说

1. 展示设计材料应用基本概念

研究和学习室内展示设计特别是材料的应用和方法，首先要从它的基本概念开始，只有掌握了正确的概念和应用方

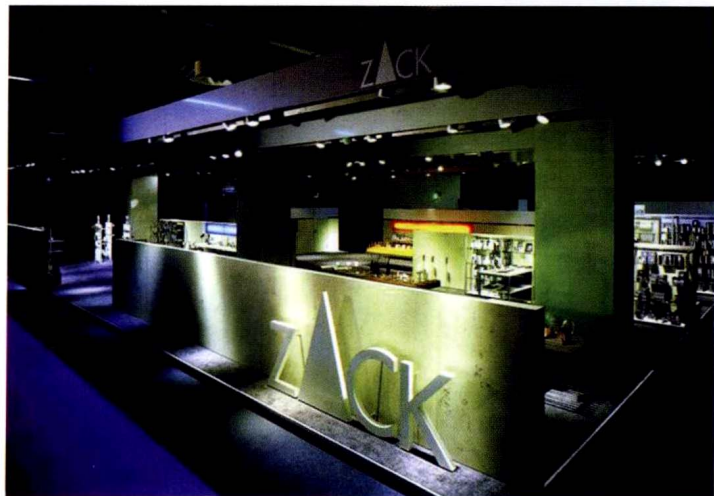


图 1-1-3, 所展示的效果是商业环境中橱窗的展示形式, 其中在利用色彩、光、形与材料结合的形态中达到了视觉的效果。



图 1-1-4, 在橱窗的环境和空间中利用有机玻璃材料制作的文字形象来体现设计上简洁、明快的风格。

图 1-1-1, 我们可以看到一些不同形式的展台和展位的天棚应用了不同的装饰材料, 呈现出了具有丰富变化的视觉效果。

图 1-1-2, 展示的效果是运用了线材形式和结构的设计。



图 1-1-5, 在一些建筑空间环境中, 建筑结构本身形态构成了具有形式意味的展示形态。



图 1-1-6, 在各种各样的会展环境和空间的形态设计中由于技术的发展和提高, 材料在应用上也变得更加丰富多彩。

图 1-1-7, 由于展会的各种不同的需要, 在会展的设计上经常见到变化了的文字形式, 由此突出一种独特的展示风格。

法, 我们才可能更好地去感觉室内展示设计的视觉美感和认知其在我们专业设计中的重要性。从本质上讲, 展示设计是指所有展览会和陈列展示产品设计的视觉艺术形式。它包括各类商场、商店、饭店、宾馆、博物馆、商品展销场所等具有商业销售空间和服务功能的室内外环境规划、美化设计等工作。同时, 它还包括室内商品陈列(如橱窗展示和开放式商品展示空间)和各类附属促销产品的陈列展览等, 其作用和最终的目的是提供为大众销售商品、展示商品及提高展示空间环境对商品的销售功能的提高, 促进消费和引领消费及生活方式的改变。就世界经济中心城市的发展来说, 会展和展示业会从以下各个方面促成大中城市的经济和文化的发展、繁荣, 会展自身的经济效益空间巨大, 经济发达国家会展业的产值占其 GDP 总值的 0.2% 左右。展馆租金收入、广告赞助及其他会展服务、会展相关社会性收入(住宿、餐饮等)对相关行业有明显的拉动经济的作用, 另外, 会展还可促进第二产业的健康发展与消化, 有利于城市建设的加快发展, 城市景观和公共交通等也都将会得到很大的改善。因此, 会展对城市来说应该是获益匪浅的一项活动。还有, 对当前中国的就业形势来说也是一个可以缓解城市就业的问题。根据权威机构的调查, 每增加 1000 平方米的展览面积, 就可以创造近百个就业机会。在会展的范围来看, 各行各业中, 制造业展会占参展百分比为 85.1%, 运输、通讯、公共事业展会占参展百分比为 75%, 批发业展会占参展百分比为 78.7%, 零售业展会占参展百分比为 37.8%, 金融、保险、不动产展会占参展百分比为 57.6%, 服务业展会占参展百分比为 34.4%, 广告、宣传行业展会占参展百分比



为 33.3%。所以,根据这些数据的统计,我们不可忽视展示、会展活动带给社会巨大的经济和社会效应。

区分不同类型的展会和展示活动,一般来讲,我们可以按照内容和功能进行室内展示设计的划分;如会展设计、公共商业环境的展示与设施设计、公共服务性场所的展示与设施设计、橱窗设计等。按时间长短可分类为,长期的:如公共商业环境、场所的展示与设施设计;短期的:如展会、展览设计。从性质上划分,有贸易和消费两种。贸易展是为产业举办的展览,展览的主要目的是交流信息、洽谈贸易。消费展是以直接销售为目的。对工商业开放的展览是贸易性质的展览,对公众开放的展览是消费性质的展览。两种性质兼有的展览被称作是综合性展览。从内容上展览分为综合展览和专业展览两类。综合展览是指包括全行业或数个行业的展览会,也被称作横向型展览会,比如工业博览会等,专业展览是指展示某一行业甚至某一项产品的展览会,如国际汽车展等。专业展览会的突出特征之一是常常同时举办讨论会、报告会,用以介绍新产品、新技术等。从规模上分,展会有国际、国家、地区、地方展以及单个企业的独立展。从时间上划分,展览有定期和不定期展,定期的有一年四次、一年两次、一年一次、两年一次等。在发达国家的专业展览会一般为三天左右的短期展。在英国,一年一次的展览会占展览会总数的 $3/4$ 。另外,展览日期受财务预算、订货以及节假日的影响,有旺季、淡季。根据英国展览业协会的调查,3—6 月及 9—10 月是举办展览会的旺季,12 月至次年 1 月以

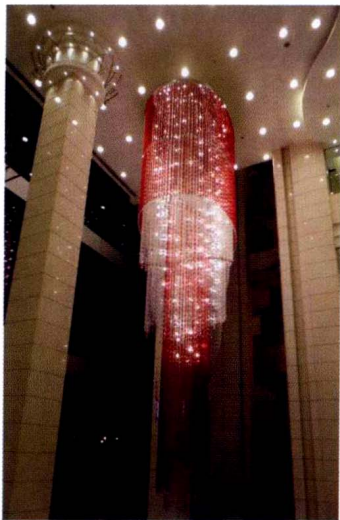


图 1-1-10,不同环境和空间展示体现了展示的对象的不同,中厅的灯具的安排,除了强调玻璃的色彩效果,更主要是通过玻璃这种晶莹剔透的效果来体现整个环境的气氛。



图 1-1-8,“日立”电器的展会展示效果。非常明确告诉人们展会的品牌概念。



图 1-1-9,同样是作为商业展示环境的展示设计,选用玻璃这种具有反射特点的材料,来增加展示环境的良好气氛效果。

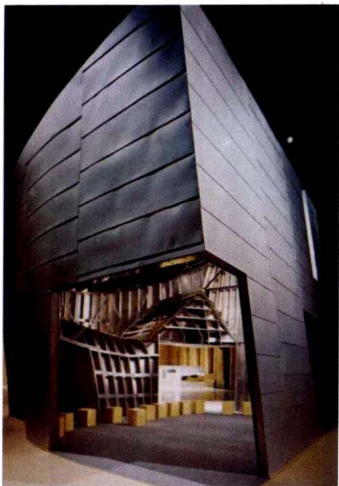


图 1-1-11, 不同形式的展示设计形态提供了不同的材料展示的舞台, 设计的创新也就有了可能。

图 1-1-12, 大胆的色彩应用在几何形简洁、明快的展示形态上是那么的自然和协调, 再搭配上同样也是简洁明了的灯具, 更使展示空间环境具有了时尚的氛围。



及7-8月为举办展览会的淡季。这与每个国家和地区的经济、文化的不同也有着时间上的差异性。按场地、位置划分, 展览分室内展览和室外展览。室内展会多用于展示一些人们比较熟悉的常规展品, 如纺织产品展、电子数码产品展、文化用品展等。室外展览多用于展示比较特殊的展品, 一些超大、超重和采用空间环境因素考虑的展品, 如航空产品、飞机展、矿山机械设备以及造船技术等展览, 在几个地方轮回举办展览的会展我们称之为巡回展。

以上是展览的概念和几种主要的类型。事实上, 我们在安排和筹划展览的时候应该是根据不同性质、形式和功能的展示活动作一个比较详细的分析和计划, 从中我们可以发现所有的展览活动其形式和主题在实际操作过程中有着非常丰富的变化, 这就要求在设计中有更多的新思路和新创意。

室内展示环境的设计中, 对材料的运用首先是从材料的选择上入手, 不同的展会对材料的选择是有不同的要求的, 这就告诉我们在室内展示环境设计中对材料的基本要求, 除了是体现材料在室内展示环境具有的美感之外, 可能更为重要的是功能方面的实用要求, 应该说这两个方面在实际的运用过程中是相互发生关系的, 有时候是有矛盾的, 如, 运用某个材料在室内展示环境中视觉的艺术效果非常强烈, 包括运用当今的纯艺术领域里所体现的创作意图作为表达的途径和媒介, 但这种材料就不一定适用于其他的室内展示环境中, 那如何去选择和运用则需要通过一定的方法, 特别是对展现

图 1-1-13, 利用剪影的人物形象作为展示的中心, 在整个展示空间环境中非常醒目和突出。



图 1-1-14, 运用图案色彩与形态之间的视觉效果来打动人们的神经, 达到非常好的效果。



图 1-1-15, 通过室内环境中的某个部位的材料变化创造一种丰富和厚实空间环境。



图 1-1-16, 在展示的道具设计中适当地应用一些建筑材料可以起到意想不到的效果。



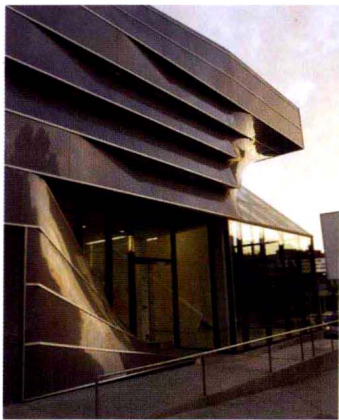


图 1-2-1、2，建筑形态的变化形式往往与材料的应用是密不可分的，从这两张照片中可以感受到这样的情形。



图 1-2-3，一种具有非常强烈视觉冲击力的反光材料应用，可使一个原本不起眼的展示环境顿时变成一个具有神秘和梦幻的环境。

图 1-2-4，不同材料的结合运用保证了设计上的形态变化的可能性。

不同材料的特质美感、提高展示设计作品的视觉效果和文化语义。因此，了解基本的概念和掌握一定的设计方法以及通过对于材料的运用技巧的实践操作训练，可以帮助我们更好地理解材料在室内展示环境设计的重要性。

2. 材料变化与发展 — 提供展示设计的动力

材料是用于制造有用物件的物质。根据材料的组成结构，可分成金属材料、无机非金属材料、高分子材料和复合材料；根据材料的性能特征，可分成结构材料和功能材料。历史证明材料是社会进步的物质基础和先导，是人类进步的里程碑，如“石器时代”、“铜器时代”、“铁器时代”等；在近代，钢铁材料的发展对于工业革命进程起了决定性的作用；半导体材料的发展把人类带入了信息时代。当今，人们把材料、信息、能源作为现代文明的三大支柱。

当今社会的经济发展状况，已经为我们展示设计乃至其他设计专业的材料应用提供了相应的保证，新材料的技术革新和在不同行业的实际应用也同样提出了在材料应用方面展示设计专业的新思路和新方法，特别是对不同的材料的形态、性能、外观形态以及色彩肌理等变化提供了更多的可能性。不同材料的变化过程也就是材料发展的过程，当一种材料除了具有特定的功能之外，变化的外观以及功能使用都会使得已有的材料特征发生意想不到的视觉效果，这些情形往往就



是我们所讲的设计灵感的来源。历史经验告诉我们,当初设计师在不同的领域运用不同材料,原来仅仅是表达材料的一个方面的寓意,这些寓意在历史发展的长河流淌了几千年,至今具有了一种新的含义或富有了新的精神思想,如古老的石雕艺术在现代设计建筑空间中的展示,让人感受到一种时代的历史沧桑感。金属材料被安排在简洁明快的室内空间设计中,会使原有材料的视觉特征发生改变。同样,在现在的室内环境中通过类似的材料制作的物品的设计,展示也会使得现代风格设计的文化品位有所体现。同时,也体现了设计师对美的追求的又一个新的创造性的尝试。由此还可看做是我们在展示设计中的“由技入道”的思想境界的发展和延伸。

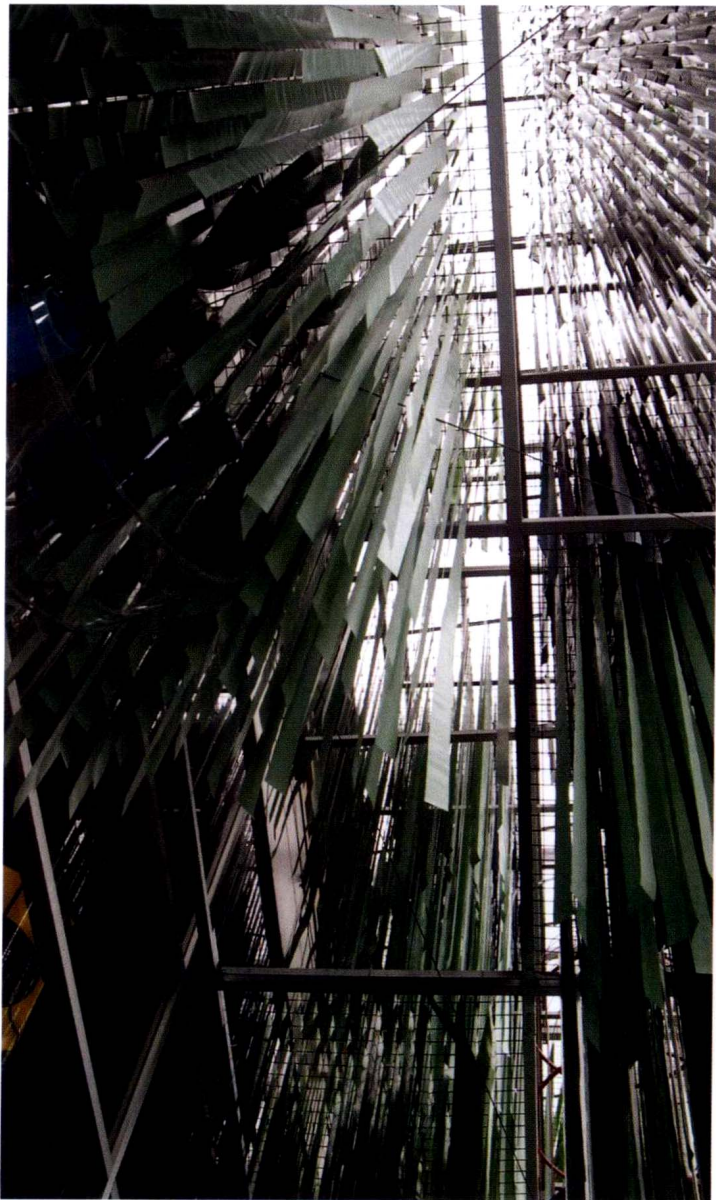


图 1-2-6, 看似不起眼的天然材料通过设计师的有意识的造型处理, 变得在展示空间环境中具有生命力, 似乎在表达着自己的思想。

图 1-2-5, 2005 年的日本世博会上展示的材料应用, 可以说是异常丰富, 特别是新型的材料通过不同设计方法处理, 呈现出与原有的材料完全不同的感受。



图 1-2-7, 在展示设计中除了通过材料的变化处理, 还可以利用形态的变化, 设计创造一种设计理念上的空间效果。

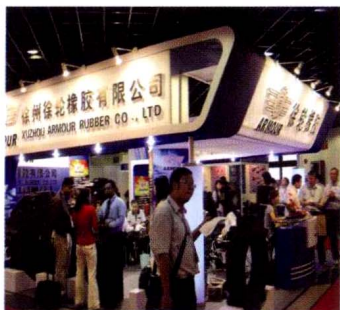


图 1-2-8, 这是比较常见的展会形式, 在结构和材料的运用方面显得相对有商业特点, 展览的主题非常清楚。

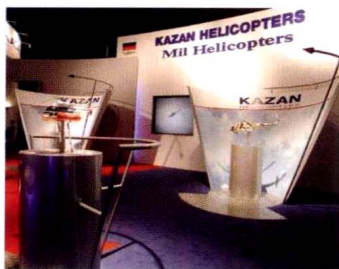


图 1-2-9, 这件展示作品具有一定的创意特点, 除了形态和结构的安排之外, 材料的充分应用, 使人在观赏后产生一些联想。



图 1-2-10, 在公共空间环境中, 设计师可能更注重空间和环境的分割控制, 不过, 在这样的环境空间设计中应用一些自然的材料不失为一个好的主意。



图 1-2-11, 在一些商业展示环境中, 设计师对大空间与小空间的形式安排有着重要的作用。