

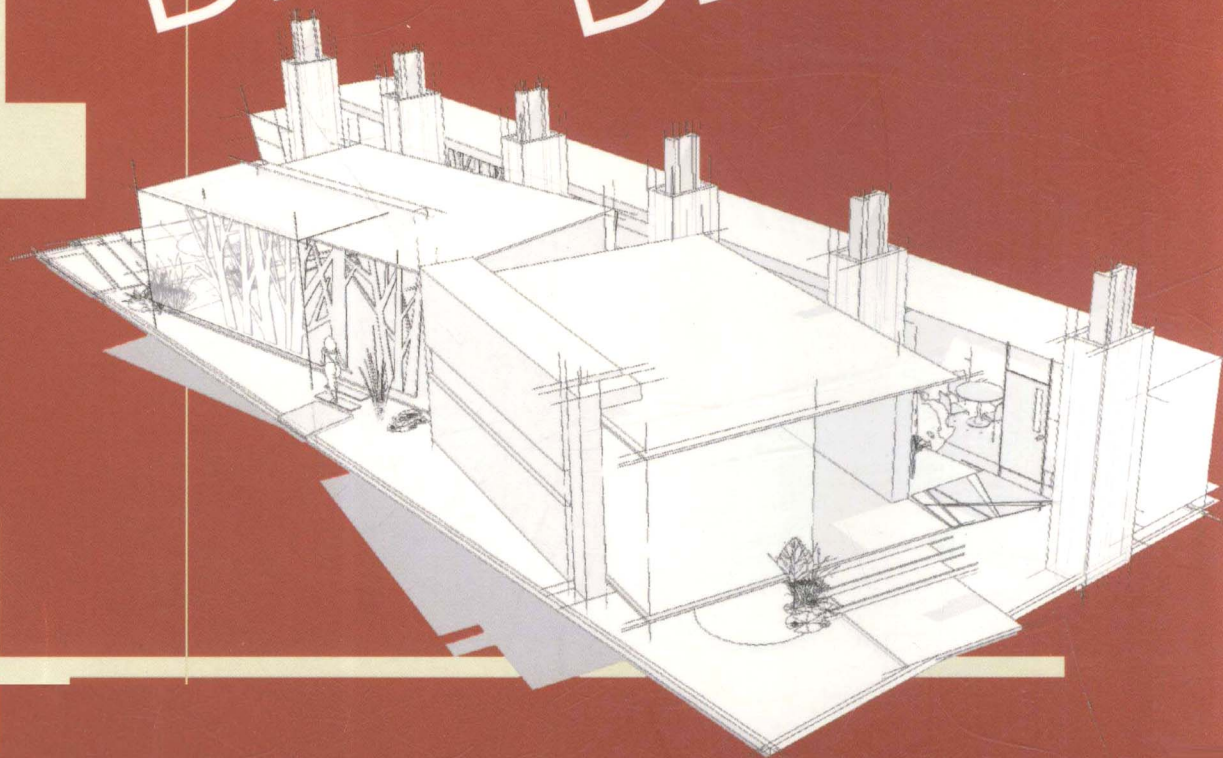
高等院校视觉传达设计系列教材

主编 姜陆 李炳训

展示设计

张旭 傅兴 编著

DISPLAY
DESIGN



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

高等院校视觉传达设计系列教材

展示设计

张旭 傅兴 编著

天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

展示设计/张旭,傅兴编著.—天津:天津大学出版社,
2009.4

(高等院校视觉传达设计系列教材)

ISBN 978-7-5618-2879-3

I.展... II.①张...②傅... 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 (2009) 第036755号

出版发行:天津大学出版社

出版人:杨欢

地址:天津市卫津路92号天津大学内

电话:发行部:022-27403647

邮购部:022-27402742

邮编:300072

印刷:北京广益印刷有限公司

经销:全国各地新华书店

开本:185mm×260mm

印张:8

字数:226千字

版次:2009年4月第1版

印次:2009年4月第1版

定价:259.00元 (共7册)

凡购本书如有印装质量问题,请与本社发行部门联系调换
版权所有 侵权必究

序

“变则通、通则达”。变化是事物存在的重要属性特征，依据不同的环境与需求，人的意识也在不断地变化中而更迭并得以优化，创造出一种新的互生关系，而这正符合设计教育的规律与要求。长期以来，就视觉传达设计而言，由于人们对它的内涵与外延缺乏应有的动态观念，因此难以形成清晰和全面的理解，如传达媒体由印刷向影像及多媒体领域发展；视觉符号由平面向三维和四维形式扩展；传达方式由单向信息传达向交互式信息传达的转化等。

现今的视觉传达设计是以视觉符号通过视觉媒介传达信息的设计。它是设计艺术领域中历史最悠久且发展最为成熟的专业之一，也是艺术设计领域重要的组成部分，具有强烈的时代特征和丰富的文化内涵。设计艺术所涵盖的内容随着时代的发展和科技的进步而不断丰富，逐渐形成了与其他领域相互交叉，与其他视觉媒介关联并相互协作的设计行业。

我国现今的设计教育面临着前所未有的发展机遇，众多高校纷纷开办了视觉传达设计专业。面对社会对人才需求的持续增长和对人才要求的多元化趋势，如何加快培养出更多符合专业发展要求和社会需求的优秀设计人才，是长期以来摆在该领域教育工作者面前的重要课题。由我院视觉传达设计专业教师精心编写的这套系列教材的目的也正在于此。

天津美术学院视觉传达设计系是以中青年教师为主的教学团队，继承了老一代师长的教学经验，把多年的教学研究成果进行了系统的归纳和总结。一方面反映出他们多年来教学探索的轨迹和经历；另一方面也体现出我院在发展与协调中教学改革与实践的成果。本套教材集合了目前视觉传达设计专业的主要课程，课程间相互依托，形成了合理的、独具特色的课程体系，并在多年的教学实践中得到了具体的体现，收到了良好的效果。我们有理由相信，本套教材的出版必将对国内视觉传达设计专业教学水平的提高与专业的发展起到十分积极的作用。

我们的脚步将继续前行，不断为传承中华文化精神，促进社会经济与文化事业的发展，为培养更多富有创新精神的优秀设计人才贡献我们的力量。同时也真诚地希望本套教材问世后，能够听到各位专家、学者的宝贵意见。

天津美术学院院长 教授

2008年6月



目录

第一章 概述	002	一、信息传达的准确性	044
第一节 展示的发展历史	002	二、信息传播的趣味性	045
一、宗教场所是展示设计的源泉之一	003	三、信息传播的艺术性	047
二、博物馆的出现是展示设计的又一个源头	004	四、信息密度与传达效果	050
三、现代世界博览会	008		
第二节 基本特征	012	第五章 展示空间的设计基础	055
一、从仿生学的角度看展示行为	012	第一节 划分功能空间	055
二、展示的特征	013	第二节 动线设计	057
三、展示的分类	019	第三节 空间结构与造型设计	058
		一、空间结构	058
第二章 展示的构成要素	023	二、造型设计	058
一、发布者	024	第四节 展示空间设计的形式法则	061
二、空间	025	一、造型与比例	061
三、时间	030	二、节奏与韵律	061
四、观众	031	三、对比与统一	061
五、内容	033		
		第六章 展示设计中的人体工程学	066
第三章 商业展示的基本原则	036	第一节 展示设计与人体生理特征的关系	066
一、创新原则	036	一、人与空间的尺度关系	066
二、正确处理内容与形式的关系	038	二、人与陈列设施的尺度关系	067
三、整体操作意识	039	第二节 展示设计与视觉生理特征的联系	068
四、多维表达意识	041	一、眼睛的视觉运动规律	068
		二、眼睛的错觉现象	068
第四章 商业空间中的信息传播	044	三、眼睛的最佳可视区域分布	069

四、信息传达效率的提高 ·····	070	一、充分利用品牌的视觉形象系统 ·····	092
五、联觉现象的应用 ·····	070	二、依据展示内容对空间进行主题构思 ·····	093
第七章 展示空间的辅助设计 ·····	071	三、强化主体造型的视觉效果 ·····	094
第一节 灯光设计 ·····	071	四、开放式动线设计 ·····	095
一、展示用光的基本概念和要求 ·····	071	五、强调形式美感 ·····	095
二、光的特性与效果 ·····	073	六、新材料与新技术的应用 ·····	096
三、常用的光源和灯具 ·····	074	第九章 专卖店设计 ·····	110
四、照明方式 ·····	074	第一节 专卖店的类别 ·····	110
第二节 色彩设计 ·····	080	一、大型卖场中的店中店 ·····	110
一、展示设计中的色彩部分 ·····	080	二、临街品牌专卖店 ·····	111
二、彩色灯光的应用 ·····	081	三、概念店 ·····	111
三、色彩的心理效应 ·····	081	第二节 专卖店的构成要素 ·····	112
第三节 材料应用 ·····	082	一、形象要素 ·····	112
一、材料类型 ·····	083	二、功能要素 ·····	114
二、材料质地 ·····	084	三、导购要素 ·····	115
第八章 商业展会设计 ·····	089	第三节 专卖店展示设计的一般规律 ·····	115
第一节 现代展会的基本特征 ·····	089	一、吸引目标消费者注意 ·····	115
一、信息综合性强 ·····	089	二、辅助销售 ·····	117
二、专业化程度高, 同质竞争激烈 ·····	090	三、提高商品附加值 ·····	117
三、国际化程度高 ·····	091	四、树立品牌形象 ·····	118
四、功能日趋多样 ·····	091	参考书目 ·····	124
第二节 展台设计的一般规律 ·····	092		

第一章 概述

GAISHU

近些年来随着我国政治、经济、文化事业的高速发展,国内的各类博览会、商品交易会、文化交流活动迅速增多;大型商场、专卖店的开设数量也呈迅猛增长之势。这些因素促使展示行业的发展速度明显加快,进而又带动了展示设计的市场,因此社会急需展示设计专门人才。

现代展示设计在充分吸收融汇其他学科精华的同时,自身也逐步发展成熟,形成了独特的学科体系与研究方法,例如由信息在空间中的传播规律联系到展示的主题以及展示的空间造型特点等等。本教材将从多方面向大家系统而精练地介绍展示设计,并引领读者进入展示这一殿堂。

第一节 展示的发展历史

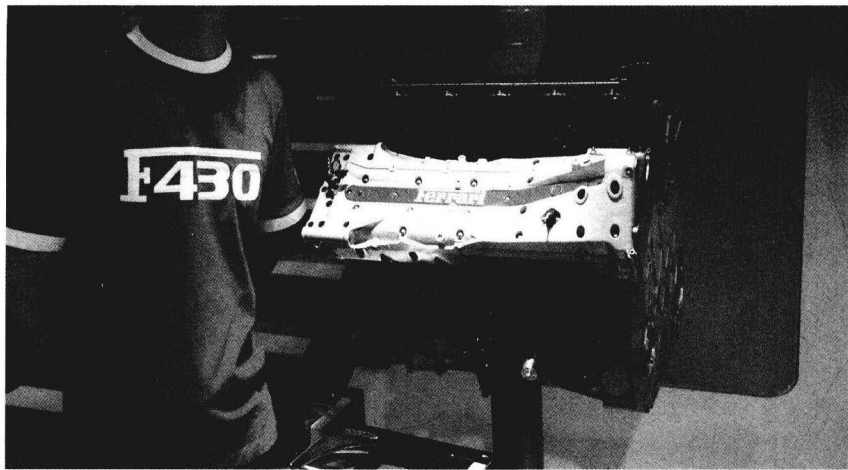


图1-1 FERRARI专卖店

现代专卖店的展示早已超越了陈列商品的局限而大量采用各种道具,利用各种新材料与新技术,最大限度地服务于品牌整体运作。

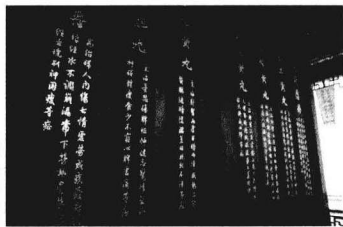


图1-2 杭州庆余堂

较为传统的展示方式,主要以陈列的方式向受众传达信息。



图1-3 SONY PLAYSTATION

综合了视觉传达、环境、空间规划、照明等多领域的现代展会。

市场经济与自由贸易是展示出现的一个重要原因。展示的出现可以追溯到人类开始进行物物交换的年代。随着生产技术的进步、生产力的提高,人们开始有了剩余产品,这就为彼此交换需要的物品创造了条件。当交换发生得越来越频繁,交换的场所和时间也逐渐固定下来时,市集就出现了。市集的出现一方面方便了交换,另一方面也提供了最早期的展示空间。在那里,交换者将自己的物品分别陈列出来供他人选择,物品摆放整齐、美观的摊位很容易引起他人的注意,进而可以提高交换成功的概率。



图1-4 《清明上河图》

张择端真实地刻画了北宋时期的繁华景象,其中描绘的大量的市肆商铺就是早期展示的真实写照。

我国很早就有了这方面的记载,据《易经言辞》载:“神农氏作,列廛于国,日中为市,致天下之民,聚天下之货。交易而退,各得其所。”又如《左传·襄公三十一年》中有“百官之属,各展其物”,《左传·哀公二十年》中提到“敢展谢其不恭”时,还加有注释:“展,陈也”。可见在文明早期,通过展示方式推销物品的优点已被人们发现。随着社会经济的发展,集市也发生了巨大的变化,由综合性的集市到专业化的展览会;由简单的以货易货到高科技下的信息交换与传播;展示的空间、展具也开始有意识地加以设计,于是店面展柜、展台以及各种五花八门的展示方式纷纷出现。

当然,除了商业展示还有其他方面的展示,以下列举几种服务于其他目的的展示类型。

一、宗教场所是展示设计的源泉之一

在人类文明漫长的发展过程中,宗教始终占据着非常重要的地位,从图腾崇拜到救世主宗教;从原始部落到现代社会到处可见宗教活动的身影。举行宗教活动的场所与道具大多兼具向信众展示宗教力量的作用。例如现在我们能见到的世界上较早的宗教场所之一,距今五千多年的古埃及金字塔,它以巨大的体量屹立在天地之间,向古代人们昭示出作为神在人间的代理人——法老的伟大。

随着时间流逝,大多数古老的宗教活动场所都已消失,我们还可以在一些历史遗迹中看到一些影子,通过这种类似宗教展示的设计可以引导信徒在潜意识里逐渐脱离现实进入精神世界。典型的例子除了埃

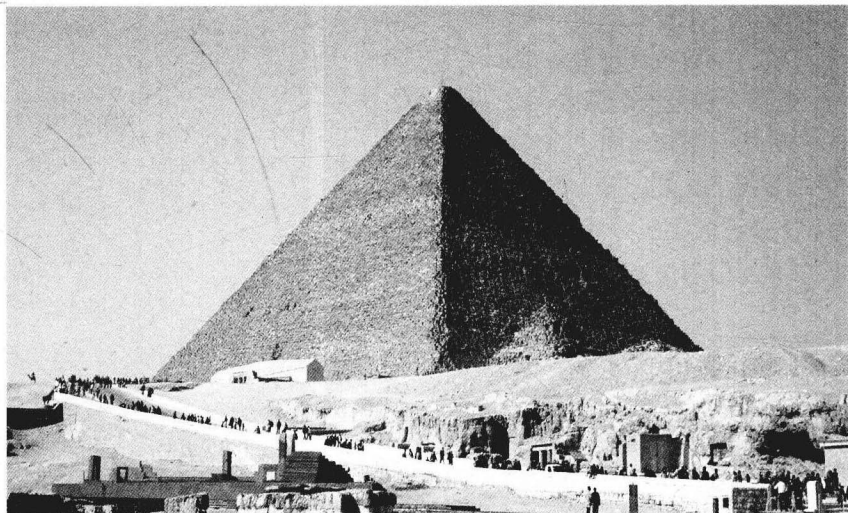


图1-5 埃及胡夫金字塔

建于四千多年前的胡夫金字塔，在埃菲尔铁塔建成前一直是世界上最高的建筑物，它屹立千年，向世人昭示了法老的至高无上的权力以及帝国雄厚的实力。

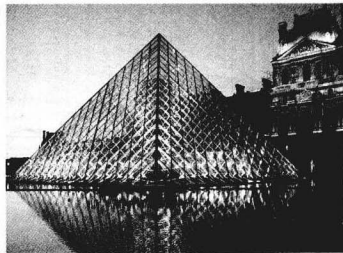


图1-6 卢浮宫玻璃金字塔

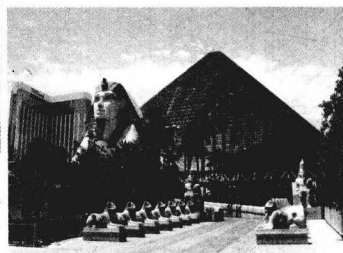


图1-6 拉斯维加斯金字塔酒店
这两个建筑显示了法老时期建造的金字塔对现代人依然具有重要的影响。

及的金字塔外还有雅典卫城的巴特农神殿，我国敦煌的莫高窟等等。这些遗迹除了在建筑上取得辉煌的成就外，都普遍具有展示的特征和展出的意义。

今天的宗教场所（无论是西方的教堂还是东方的寺庙）依然对展示的功能极为重视，往往不惜花费巨资聘请最有名的艺术家进行设计，并使用最名贵的材料制作，制成后要求既要具有精神象征，又要给人以美的感受。

展示设计在宗教领域发展的过程中逐渐形成了一系列的设计原则，如对称性与庄重感的产生，展示层次与神秘感的产生，展示体量给人的心理距离等等。这些原则都极大地影响了现代展示设计的发展，为现代展示设计基本原则的建立提供了参考，打下了基础。

二、博物馆的出现是展示设计的又一个源头

中国最早的博物馆出现在公元前三百多年的春秋战国时期燕国的都城，名为“碣石宫”，说到这里还不得不提到一个名叫邹衍的人。邹衍是中国古代有名的阴阳家，在阴阳学的基础上他提出了“五德始终”说，即指水、火、木、金、土五种物质德行相生相克和周而复始的循环变化，并以此来解释王朝兴盛的原因。司马迁曾概括他的学说为“必先验小物，推而大之，置于无垠”。“碣石宫”就是邹衍一手创办用来展示他的学说的。日本人考证在公元前5世纪，波斯王大流士举办过类似现在的展览活动。西方最早的博物馆可以追溯到公元前3世纪托勒密·索托在埃及建立的亚历山大博物馆，其中包含有图书馆、研究所和专门收藏文化珍品的宙斯神庙。文艺复兴时期，随着自然科学、考古学等多种学科的发展，人们的收藏领域得到了极大的扩展，这就需要有更多、更专业的场所来展示这些收藏品。到18世纪后期，现代意义上具有展示

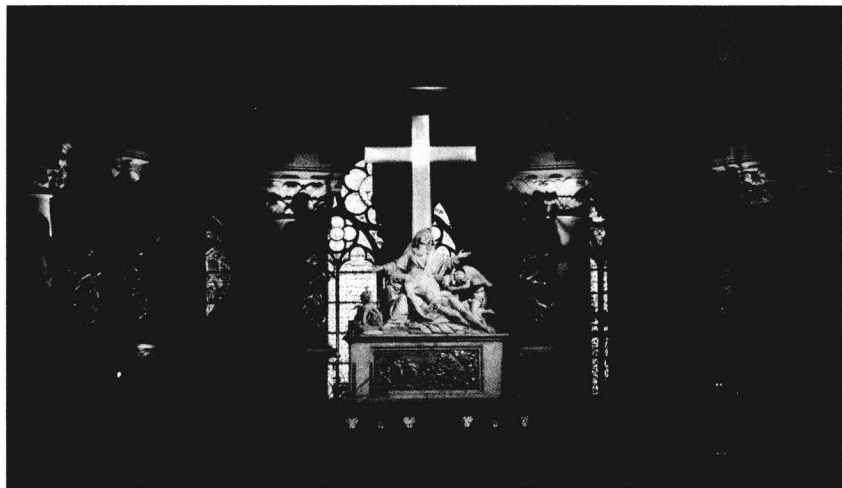


图1-8 巴黎圣母院神坛

利用照明重点强调十字架与雕像,营造庄严肃穆的气氛使观者容易受到强烈的心理暗示,这与右图的橱窗设计在展示设计的层面运用的手段与方法是相同的,只是要达到的展示目的大相径庭。

图1-9 某服装品牌橱窗
通过光线营造舞台效果。

交流研究性质的综合博物馆开始出现,随后博物馆的种类也开始进一步细化,主要有艺术类博物馆、史实类博物馆、主题展示类博物馆和科技类博物馆等。

艺术博物馆以弘扬人类优秀艺术作品、提高参观者艺术素养、提升生活品质为己任,典型的代表如巴黎奥塞美术馆、卢浮宫博物馆、纽约现代艺术博物馆等。

史实类博物馆旨在向观众展现人类已经走过的恢宏历史,让观众清晰了解历史发展的逻辑关系,唤起他们的民族自豪与爱国情怀。这类博物馆一般由国家出资,具有很强的官方背景,体现出国家的意志。史实类博物馆的代表有大英博物馆、故宫博物院等。



图1-10 卢浮宫博物馆外景



图1-11 维纳斯雕像
在卢浮宫“镇馆三宝”之一，维纳斯雕像前参观的游客。



图1-12 法国东方艺术博物馆收藏的东亚石造像

图1-13 法国东方艺术博物馆

主题展示类博物馆展示的物品专业性更强，往往涉及很深的专业知识，目标展示群也相对有一定范围。这类博物馆取得成功的关键是特色鲜明，既要求展出的内容独特，又要求展示



图1-14 故宫博物院珍宝馆

的形式和效果与众不同。因此,展出中多结合如互动设施、多媒体表现等手段。主题展示类博物馆的典型代表如慕尼黑工业设计展览馆、巴黎拉维莱特科技城等。



图1-15 巴黎歌剧院
歌剧院的内饰展厅展示与该歌剧院相关的知识。

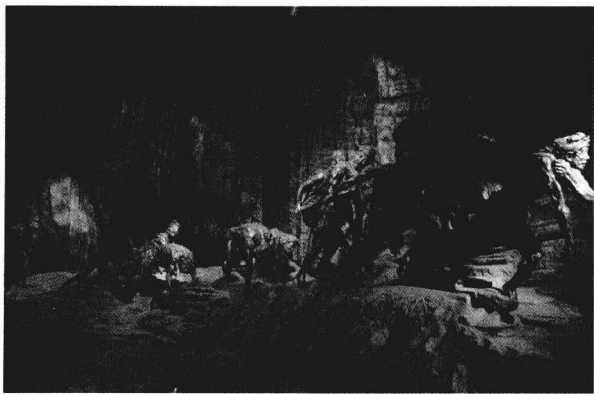


图1-16 三峡博物馆
专门展示与三峡相关的知识,包括历史、人文、地质等,图为纤夫的群雕。

20世纪初,博物馆在展出方式上发生了巨大变革。从英国开始,为了能为博物馆吸引更多的观众,开始设计新型、美观、耐用的立柜、中心展柜和桌椅等展具。展出方式除了实物之外再配以图片、模型和辅助的文献资料等,以便于观众能更好地理解展出内容。



图1-17 香港博物馆
展柜设计精美,展品为《中英南京条约》的复制品。

这种博物馆设计体系逐渐形成标准,并与欧洲在工业设计上推广的运动相吻合,从而形成了一种新的设计运动,即“标准化运动”。它为现代展示设计的展出形式确立了基础,有些影响直到今天还在发挥着巨大的作用。第二次世界大战之后,由于技术进步,人们能够制造出更大尺寸的玻璃,于是大型玻璃展柜应运而生。它具有通透、优雅等特点,能够达到更好的展出效果。20世纪70年代之后科技进步带来的新技术也很快被博物馆所使用,如电子计算机演示、虚拟现实技术、声光电综合多媒体艺术手段等。

这些技术都为展示设计提供了新的表达方式,促进了展示设计的创新,为展示设计的发展起到有力的推动作用。



图1-18 丹麦国家博物馆
标准化的玻璃展柜。



图1-19 罗马斗兽场展厅
充分利用各种声光技术，结合古建筑的内部空间，达到特殊的展示效果。

三、现代世界博览会

现代意义的大规模正式展示活动，始于1851年英国的水晶宫万国产业成果大博览会（The Great Exhibition of the works of Industry of All Nations）。它堪称开创了一个时代，不仅展示了那个时代工业文明的最高水平，而且为博览会朝规模化、规范化、大众化方向发展奠

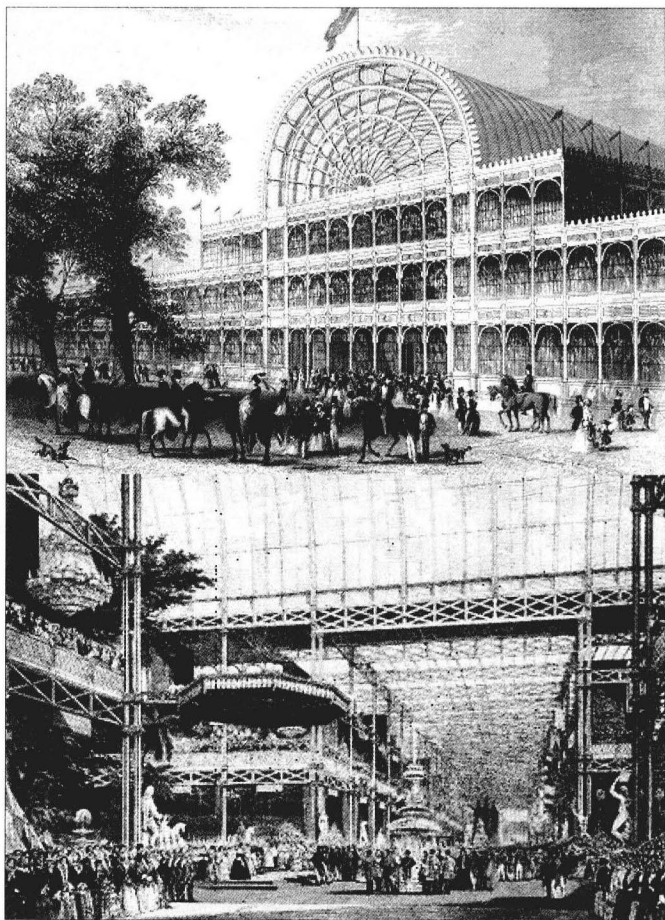


图1-20 水晶宫

建筑由玻璃和铁制框架等共同构成，新材料新工艺的使用使现代展示摆脱过去空间小效率低的制约，进入规模化、大众化的时代。水晶宫被普遍看作是现代展示业的“开山之作”。

定了基础。这次博览会英国女王的丈夫阿尔伯特亲王亲自担当组委会主席,吸引了大批知识界、艺术界的精英参与到设计中。博览会建筑采用了园艺家约瑟夫·帕克斯顿的“水晶宫”设计,建筑由玻璃和铁制框架等共同构成,屋内面积达78 000m²。这次博览会于1851年5月1日开幕,10月11日闭幕,在展出的160余天里接待了603.9万名观众,共有25个国家参展,展出了14 000多件展品,吸引了来自世界各地的企业家、官员、知识分子参加。这次展览会盛况空前,赢利颇丰,并且影响深远。

从此之后,各主要工业国家都开始重视这一活动并努力举办规模更大、形式更加多样化的国际博览会。1876年在美国费城举办的世博会第一次出现了主办国展馆,但当时只是两个独立的小展馆。1889年法国为纪念大革命胜利100周年举办了巴黎世界博览会1899(Exposition Universelle de Paris 1899),为此巴黎建造了著名的埃菲尔铁塔。1900年巴黎第三次举办世博会时开始有了集中的国家展馆区。从此之后,国家展馆逐渐取代了按展品类别划分的主题展馆,而成为主要展出方式,各国都开始认识到国家展馆的设计水平将直接影响到国家形象,因此,各国都开始努力提高本国展馆的设计水平,诸多建筑大师纷纷参与其中,留下了很多杰作,展馆的面貌亦随之逐渐变得多样起来。例如:勒·柯布西耶在1925年巴黎装饰艺术展上的“新精神馆”(Pavilion de l'Esprit Nouveau),1937年巴黎世博会设计的现代馆;密斯在1929年巴塞罗那世博会上的德国馆和阿尔瓦·阿尔托在1937年和1939年世博会上的芬兰馆等都具有里程碑的意义,成为传世的经典之作。

博览会的兴办一方面为建筑师设计大型公共建筑提供了实验机会,为企业家促进贸易交流提供了场地,另一方面更为展示设计的发展提供了舞台。

随着世博会水平的逐年增高,广大参展国家已经不满足于只是陈列展品,而是开始用设计的语言向观众传达自己的文化和品牌价值。因此,在2000年的汉诺威世博会上出现了如冰岛馆、荷兰馆这样概念性极强的优秀设计。冰岛馆用海蓝色立方体表现冰山,用大量的水从巨型蓝色立方体表面倾泻而下,仿佛冰在融化。炎炎烈日下,观众在看到冰岛馆后立即产生对冰岛独特地理文化和人文文化的认同。荷兰馆则充分体现了“人、自然、技术”这一主题,把自然环境进行竖向的空间重构,创造了一个与传统概念完全不同的博览会建筑,给人以一种全新的视觉体验。

作为世界性的交流活动,博览会为参展企业和国家提供了舞台,更为他们创造了巨大的商业价值,展示设计作为最直接的交流方式而得到广泛的重视。在世博会上各方都愿意投入巨大的财力来支持展示设计的创新,因此,这些展示设计在不同文化和观念的冲击下,往往成为展示设计发展的最前沿阵地,影响着展示设计未来的发展方向。

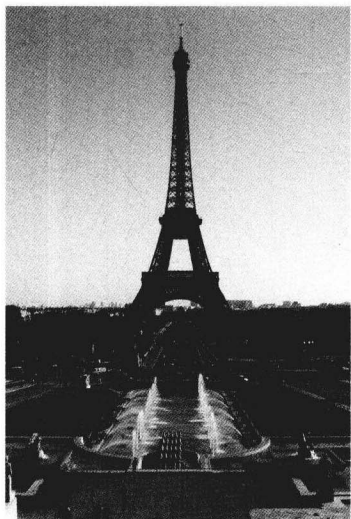


图1-21 埃菲尔铁塔
法国为世博会建造的标志性建筑。



图1-22
布鲁塞尔原子球
比利时世博会建造的标志性建筑,把铁原子模型放大数亿倍后得到颇具创意的结果。

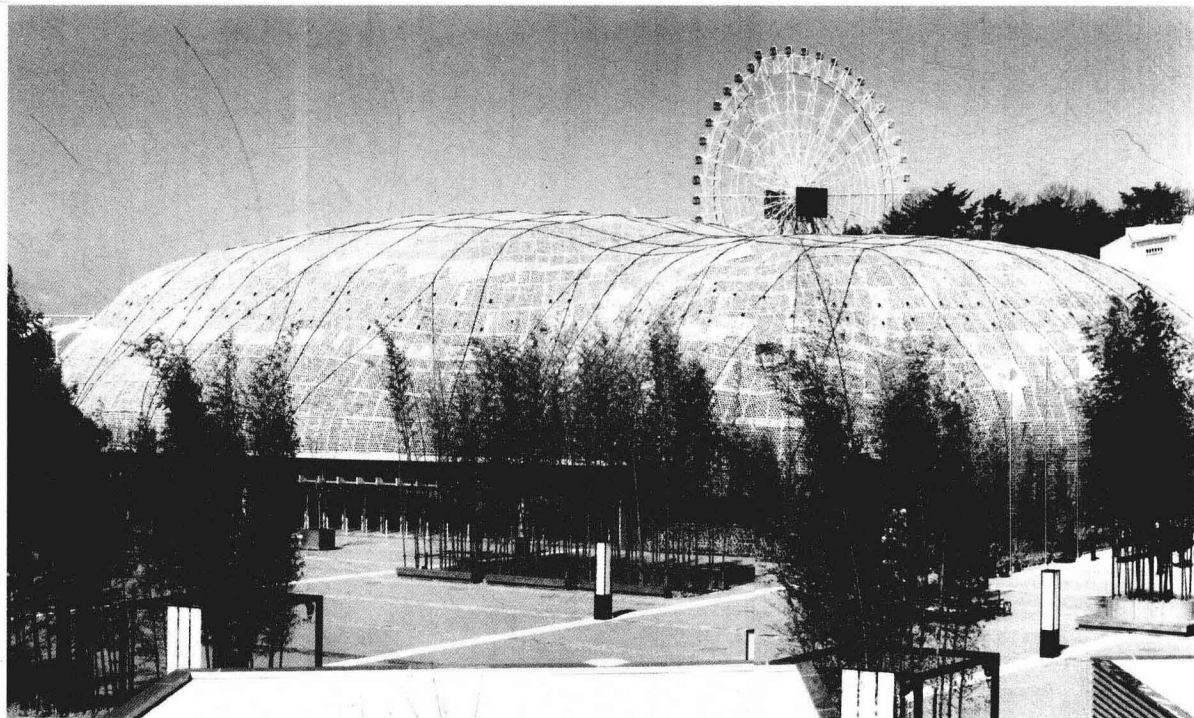


图1-23

日本爱知世博会日本国家馆

本届世博会的主题是“自然的睿智”，主要体现人类应向自然学习并友善地与自然为邻，日本馆的设计充分表现了这一主题，展馆本身是临时性建筑，主要材料采用可降解回收的竹、木。造型简洁而富有现代气息，带有浓厚的自然主义色彩。

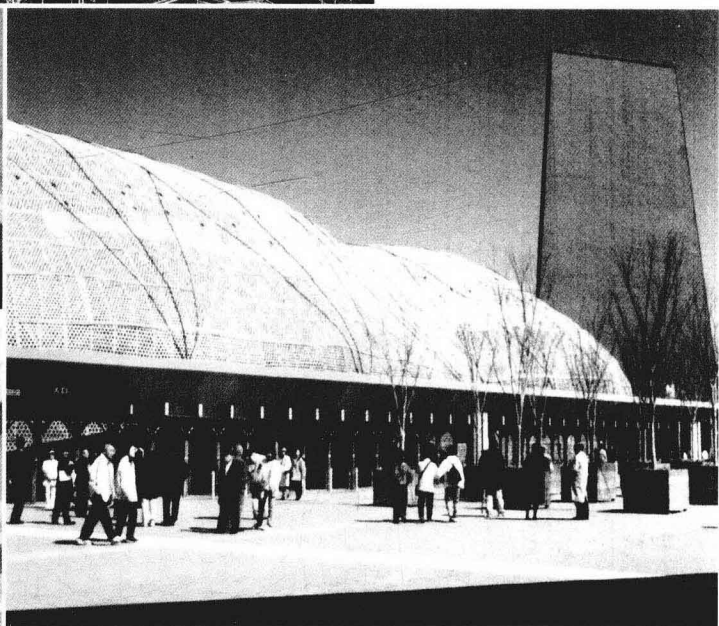
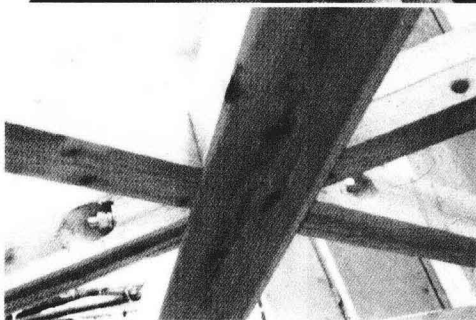
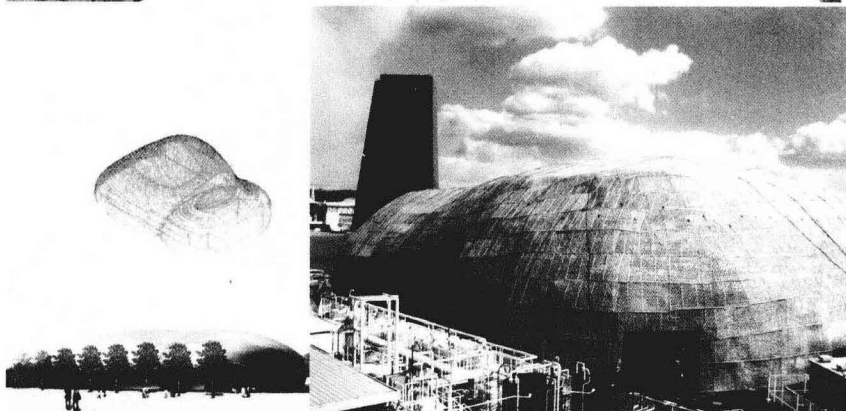




图1-24 日本爱知世博会日本国家馆

内部空间继续外观的感觉，用竹分隔空间，同时配合现代的多媒体展示，让观众在自然的气息中感受人类现代文明取得的成就。



图1-25 日本爱知世博会中国馆

以中国特有的“十二生肖”为主要元素展开设计，配合“百家姓”等中华民族特有的文化符号，运用红色为主色调，展示中国鲜明的民族特色。

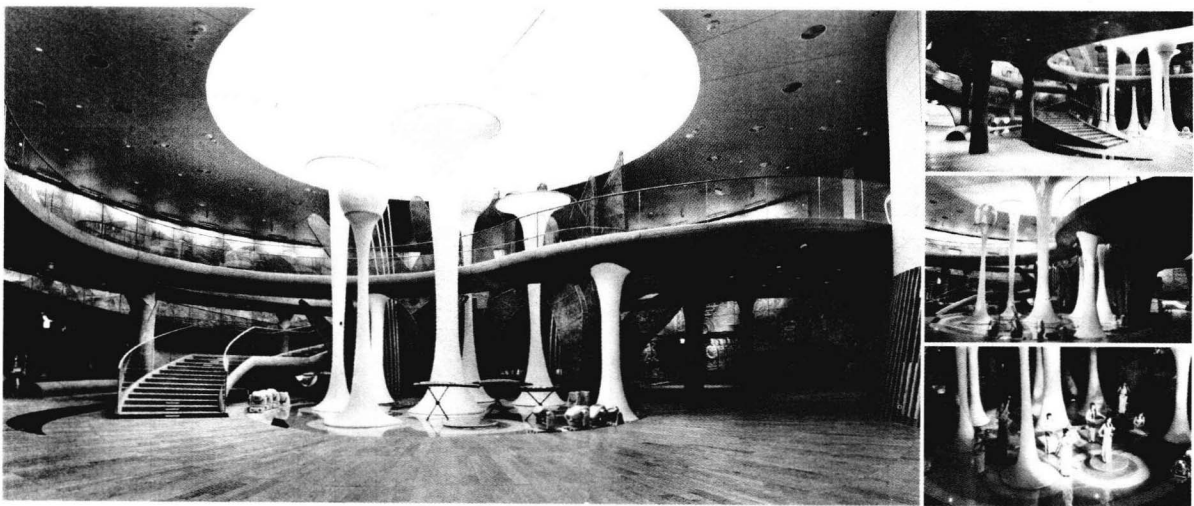


图1-26 日本爱知世博会中国馆

内部空间的处理与外观的风格有很大不同，内部空间主要强调了现代的、自然的设计观念。

第二节 基本特征

一、从仿生学的角度看展示行为

要系统地研究展示，必须先要对展示的目的与意义做一番探讨。我们先从仿生学的角度看一看生物界的展示行为。大自然创造了生命，任其繁衍发展生生不息；同时大自然还建立了一套严厉的法则来保持物种的优越性，那就是：“物竞天择，适者生存”。下面我们就从竞争的角度看看动物界的展示大师，首先看一组孔雀的图片。

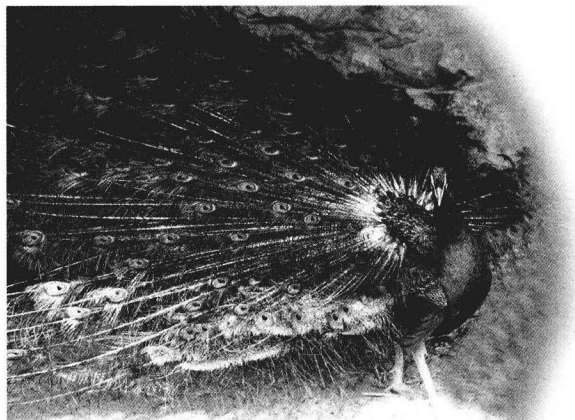


图1-27 雄孔雀

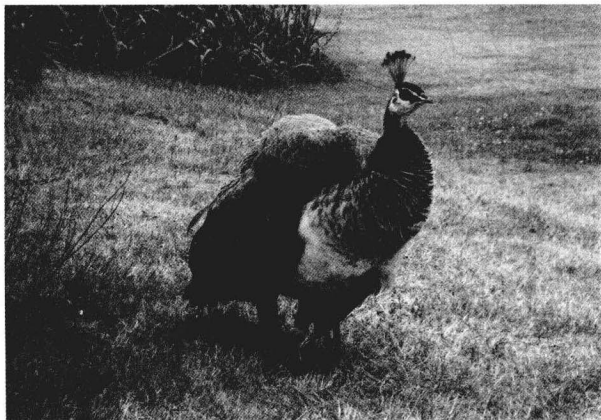


图1-28 雌孔雀

在相同的进化过程中，雌、雄孔雀演化出外表差异很大的形体。从个体生存角度讲，雌鸟的形体更适合生存环境的要求，而雄孔雀进化出的有漂亮翎毛的尾，显然对于获取食物与躲避天敌的猎杀毫无作用，甚至会对其行动造成一定程度的不便。了解一点动物常识的人都知道，开屏是雄孔雀展示自身来吸引异性的行为，翎毛越漂亮越浓密，越容易吸引异性的注意，从而获得交配的机会，个体的基因越容易延续下去。

我们可以把孔雀开屏看成一次展示行为，在这个过程中，雄性向雌性明确地传达出一种信息，即“我是最健康有力的个体”，从而在一次争夺交配权的竞争中胜出。类似的例子在动物界比比皆是，不胜枚举。雄狮的鬃毛、孔雀鱼的长尾、大象的长牙等等，这些出于本能的展示或向异性或向同类或向敌人展示出自身的实力。

图1-29 有夸张的尾鳍与绚丽色彩的雄鱼

这种尾鳍无疑会影响鱼在水中的速度和灵活性，生物进化出这种构造，合理的解释就是向异性展示自身的需要。

