



普通高等教育“十一五”环境艺术设计专业规划教材
ENVIRONMENT ART DESIGN

展示设计

DISPLAY DESIGN

李 远 主 编

孟光伟 宋春艳 史建海 副主编



中国电力出版社

<http://jc.cepp.com.cn>



普通高等教育“十一五”环境艺术设计专业规划教材
ENVIRONMENT ART DESIGN

展示设计

DISPLAY DESIGN

主 编	李 远		
副主编	孟光伟	宋春艳	史建海
编 写	王章华	纪 涛	辛 玲
	徐 宁	郭 青	曹 莹
	魏 巍		



中国电力出版社

<http://jc.cepp.com.cn>

内 容 提 要

本书为普通高等教育“十一五”环境艺术设计专业规划教材,全书分为展示设计基础、展示设计原理和展示专项设计三篇,共16章。主要内容包括:展示艺术的发展,展示设计与人体工程学,展示设计与构成基础,展示设计表达基础,展示设计基本原理;展示设计与信息传达,展示环境的空间设计,展示版面设计,展示色彩设计,展示采光与照明,展示道具设计与道具陈列设计,展览会设计,博物馆展示设计,商业空间展示设计和展示工程设计等。

本书注重知识性、基础性、创新性和实践性的结合,突出展示设计的训练指导,强调展示设计创造性思维的表现,同时注重新材料、新技术的应用及展示设计的实际操作问题。书中精选了大量图片资料,图文并茂,结构合理,语言简洁,系统完整。

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 李远主编. —北京:中国电力出版社, 2009
普通高等教育“十一五”环境艺术设计专业规划教材
ISBN 978-7-5083-7251-8

I. 展… II. 李… 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 041832 号

责任编辑:熊荣华
责任校对:崔燕菊
责任印制:郭华清

书 名:展示设计

编 著:李 远

出版发行:中国电力出版社

地址:北京市三里河路6号 邮政编码:100044

电话:(010) 68362602

传 真:(010) 68316497

印 刷:北京博图彩色印刷有限公司

开本尺寸:184mm×260mm 印 张:16.5 字 数:412千字

书 号:ISBN 978-7-5083-7251-8

版 次:2009年6月北京第1版

印 次:2009年6月第1次印刷

印 数:0001—3000册

定 价:49.00元

敬 告 读 者

本书封面贴有防伪标签,加热后中心图案消失
本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版 权 专 有 翻 印 必 究

编 委 会

顾 问：张绮曼 林家阳 周长积 王 铁

主 任：陈华新 段邦毅

副主任：孙继国 丁 宁 张 伟 郝赤彪 荆 雷

委 员：（以姓氏笔画为序）

于 峰	于宏伟	于修国	马 飞	马文娟
马品磊	王 湘	王大海	王宏飞	王志强
王美芬	王晓林	王淑媛	史建海	田 原
乔继忠	任世忠	任光辉	刘大亮	刘昱初
吕 红	许 丽	许从宝	初敬业	宋春艳
张 炜	张玉明	李 远	李荣智	李倩茹
杨冬丹	汪明强	邵力民	邵静涵	周长亮
孟天真	孟光伟	罗云平	俞 洪	姜 玲
姜广宇	姜晓樱	胡天君	胡海燕	赵厚辉
侯 宁	郭晓兰	钱品辉	脱忠伟	逯海勇
程正渭	韩 飞	解旭东	颜克勇	薛 娟

序

在经济高速发展的 21 世纪,环境艺术设计作为城市规划和建筑设计的延伸和拓展,已越来越受到各方面的重视。环境艺术设计是根据人类对室内外空间的生理与心理、物质与精神的多重需求,对室内与室外环境加以利用、调节、充实和发展,为人类建立一种适合生存并促进自身发展的生活环境和空间。

然而,环境艺术不同于其他工商业产品,无法大量地重复制造,而是需要不断与时俱进、开拓创新。这不仅因为其自身具有的艺术属性,而且也是由于社会发展和人类科技、文化的进步,使得环境艺术设计的内容得以不断扩展和更新。因此,环境艺术设计的任务是丰富多变的,这就需要培养大量知识面宽、综合素质强、具有实践能力和创新思维的环境艺术设计人才。

环境艺术设计人才的培养是一项系统工程,它涉及艺术和科学两大领域的许多学科内容,具有多学科交叉、渗透、融合的特点,非常需要有与之相适应的教育内容体系。

正是基于培养符合新时代要求的环境艺术设计人才的目的,我们组织编写了这套教材。本套教材的编写者都是各个高校有着多年教学经验和实践经验的教师。本套教材将传统的人文观念、环境美学与现代艺术表现形式相结合,具有一定的时代特征和时尚导向。它强调理论与实践并重,突出了以设计实践案例来验证理论的思想。

本套教材立足于实际教学,着眼于行业发展,力求最大程度地提高读者的理论水平和实践能力。简言之,本套教材具有以下特点:

(1) 内容全面、系统。覆盖了环境艺术设计专业所涉及的全部内容。

(2) 实用性强。在立足于实践的基础上,将本专业知识浓缩成一个个具有极高参考价值的知识点,由专业教师编写成册,并配有习题和训练方向,同时还配备了完整的电子教案。

(3) 实践性强。本套教材集理论教学和实践训练于一体,重视对学生实际操作能力的训练和培养。通过编写教师在实际工作中积累的许多经典实例来深入地讲解相关专业知识,使学生在短时间内掌握专业知识的要点。

(4) 具有权威性。本套教材集合了众多知名院校的骨干级教师,在本套教材编审委员会的指导下联合编写,充分发挥了各位参编教师的特点,在充分讨论的基础上,既保留了个性化的特点,又具有广泛的普遍性。

本套教材既可以作为本科教育和研究生的教材,也可以作为专业人士的参考用书,还可作为其他相关人员的自学教材。

本套教材由于面广量大,不完善之处在所难免,希望有关专家和广大读者提出宝贵意见,以求本丛书臻于完美,对环境艺术的发展起积极的作用,给读者带来更多帮助。

张绮曼

前言

展示设计是一个有着丰富内容,涉及领域广泛并随着时代的发展而不断充实内涵的课题;是一项面对公众,以传达相关信息,展示经济、文化、艺术等内容的公共性艺术活动。展示设计教育的目标在于培养优秀的、富有创造力的设计人才。教学水平及教学质量的提高也需要有一套完整、规范的优秀教材。作为展示设计专业主干课程的《展示设计》,承担着将学生已具备的造型能力、创造性思维方式引向专业所需的方向与方法的重任。本书的编写旨在为艺术类院校展示设计专业的学生和从事本专业的设计工作者提供一本较为系统的教学参考书。

全书综合了编者近些年展示设计的教学经验和理念,共分为上(展示设计基础)、中(展示设计原理)、下(展示专项设计)三篇。编者力求从展示设计的本质原理切入展示设计的训练指导,强调教程的实践意义和可操作性;关注新兴专业、新材料、新技术,关注展示设计的实际操作等诸多方面的问题;重在强调展示设计创造性思维的表现,注重知识性、基础性、创新性和实践性的结合。通过丰富而翔实的图片资料,深入浅出地概述展示设计中各方面的关系;全书力求结构合理,线索清晰,语言简洁,具有可读性;为学生在今后的设计实践中做出正确的判断和定位提供参考。本书的编写是由李远拟定纲目,经大家讨论分头编写,展示设计第一、二、六、八、十二章由李远(山东轻工业学院)编写,第七、九章由孟光伟(山东轻工业学院)编写,第十四章由宋春艳(安徽财经大学)编写,第十三、十六章由史建海(济南工程职业技术学院)编写,第三章由魏巍编写,第四章由曹莹编写,第五章由郭青编写,第十章由王章华编写,第十一章由辛玲编写,第十五章由纪涛编写。徐宁负责校对和排版工作。

本书在编写过程中,参阅、吸收了国内外展示设计以及相关学科的诸多研究成果,并选用了许多设计大师的设计作品。凡注明或未注明出处者,在此一并表示衷心的感谢!诚待专家及广大读者批评指正。

在此,还应感谢中国电力出版社的领导、编辑,感谢他们为本书的出版所给予的支持和帮助。借书稿付梓之际,谨表达衷心谢忱!

编者

2009年1月于泉城

目 录

序

前 言

上篇 展示设计基础

第一章 展示设计概论 1

- 第一节 展示设计的概念 1
- 第二节 展示领域的分类 4
- 第三节 展示设计的艺术风格及流派 8
- 思考题 15

第二章 展示艺术的发展 16

- 第一节 展示艺术的萌芽与演变 16
- 第二节 现代展示设计的确立与发展 18

第三章 展示设计与人体工程学 21

- 第一节 展示设计中的人体基本尺度 21
- 第二节 展示设计视觉因素 28
- 第三节 展示设计的心理因素 31
- 思考题 34

第四章 展示设计与构成基础 35

- 第一节 平面构成与展示设计 36
- 第二节 色彩构成与展示设计 41
- 第三节 立体构成与展示设计 44

第五章 展示设计表达基础 48

- 第一节 展示设计制图与透视 48
- 第二节 展示设计表现图 56
- 第三节 展示设计模型制作 59

中篇 展示设计原理

第六章 展示设计基本原理 61

第一节	展示内容与形式	61
第二节	展示设计思维	62
第三节	展示设计程序	75
思考题		78

第七章 展示设计与信息表达 79

第一节	展示设计与信息传达	79
第二节	展示设计与体验	86

第八章 展示环境的空间设计 91

第一节	展示空间的特征及构成形式	91
第二节	展示空间的设计	96
第三节	展示空间设计的艺术化处理手法	101
思考题		103

第九章 展示版面设计 104

第一节	展示版面设计的功能及基本要素	104
第二节	展示版面设计的类别	110
第三节	展示版面的版式设计 with 视觉流程	115

第十章 展示色彩设计 118

第一节	展示色彩设计的基本原理	118
第二节	展示空间中的色彩构成	129
思考题		133

第十一章 展示采光与照明 134

第一节	展示照明的基本知识	134
第二节	展示照明设计的基本方法	138
第三节	展示照明研究	142
思考题		145

第十二章 展示道具设计与道具陈列设计 146

第一节	展示道具设计原则	146
第二节	展示道具分类	148
第三节	展品的陈列设计基本原则	156
第四节	展品的陈列设计程序及方法	159
第五节	展示的动态陈列	164
思考题		166

下篇 展示专项设计

第十三章	展览会设计	167
第一节	会展策划	167
第二节	展览会设计主题定位	168
第三节	展览创意设计	172
第四节	展览设计的基本要素	175
思考题		181
第十四章	博物馆展示设计	182
第一节	博物馆陈列展览设计概述	182
第二节	博物馆陈展空间的艺术设计	191
第三节	陈列设备设计	208
第四节	博物馆陈列色彩与采光照明设计	215
第十五章	商业空间展示设计	224
第一节	商业空间展示设计原理	224
第二节	商业店面设计与橱窗设计	225
第三节	商业展示空间设计	229
第十六章	展示工程设计	241
第一节	展示工程设计概念	241
第二节	展示工程设计的相关因素	245
第三节	展示工程材料	250
思考题		254
参考文献		255

上篇

展示设计基础

第一章

展示设计概论

第一节 展示设计的概念

一、展示设计的本质

对信息的需求是展示行为的本质。从本质上看,商业展示是为商家实现营销目标而进行的最直接、最有效的宣传,即便是像博物馆、美术馆等一些文化性较强的展示活动,其目的也是为了扩大影响,取得良好的社会效益。

展示活动是以高效、形象的传递信息和接受信息为根本宗旨的。这种将展品摆出来供人们观看(操作、演示)的形式,体现了一种相互交流、相互沟通的愿望,它不仅是传信者欲求目的和诉求能力的体现,更是观者认知、认可、认同的过程。因此,展示活动平等地涵盖着展家与观众的互动作用,这就要求展家不仅仅要注重展品传达信息的可靠性、针对性、时效性,还要考虑观者对所传递内容的反馈信息。

展示设计在展家和顾客之间搭起了一座桥梁,承担了沟通两者的角色。通过传递信息、宣传展品、树立形象,提高地位和知名度,并把参与者的主动意识和参与热情调动起来,达到最根本的展示目的。

宏观地说,任何展示活动都有“广而告之”的意义。因而,它有别于一般生活和工作空间的环境艺术设计。展示空间的设计或营造,最关键的是让人在其中接受信息,能够进行人与人、人与物的交流以及增长见识、受到教育和启迪、获取信息。

二、展示设计的基本概念

展示活动渗透于我们生活中的方方面面,它有着丰富的内容,涉及领域十分广泛,并随着时代的发展而不断充实内涵。就字面意思而言,展示有展出、陈列、示范、体现的意思。展示,英文为“display”,源于拉丁语“diplico”和动词“diplicare”,表示展现事物的状态和行为。展示的概念是展览概念的扩展(展览,即是将物品陈列出来供人们观看)。展示活动是公众参与的活动,公众在接受信息的同时反馈信息,是信息交流与传递的主体。

我们对展示一词的理解及其涵括的范围应该更为广泛一些——凡是人类视觉感官能够接受的一切行为和形态的事物都是展示的内容,在这里展示活动是一种通过视觉传达信息的广

义形式。但展示作为一门学科其核心则是展示设计,而展示设计的中心任务又是对展示空间环境的再创造,采用多种视觉传达手段和艺术形式,借助一定的展架道具设施,将广泛的信息和传达内容艺术地展现在公众面前,以期对观众的心理、思想和行为产生重大的影响。展示设计主要包括总体设计、空间设计、版式设计、色彩设计、照明设计、陈列与道具设计、展示施工布展等,它通过多种艺术表达方式创造符合展示特点的视觉形象。如图1-1所示。



图1-1 采用现代展示设计形式,以空间设计、版式设计、色彩照明等表现手法创造出完美的展示空间

三、展示设计的基本特征

展示设计的基本特征主要表现为功能性、直观性、时空性、综合性与参与性等几个方面。

1. 展示设计的功能性

展示设计从属于展示功能,服务于展示功能。展示设计内容的广泛性,决定了展示功能的复杂多样,主要包括展示会场的信息传递功能、实物展示功能、演示功能、洽谈交流功能和销售功能。要想调动一切展示艺术手段,进行空间设计、色彩照明设计、序列组合

设计等,就必须围绕着特定展示功能进行设计,例如,照明设计者如果不能重点突出展品的色彩、质感和造型,不能创造良好的空间氛围,那么照明灯具再光怪陆离也都是失败的照明设计。所以从展示设计的角度而言,展示设计的并不是展示设计本身,而是通过展示设计有计划、有目的、符合逻辑地将展示的事物和内容艺术地展现在观众面前。如图1-2所示。

2. 展示设计的直观性

通常,展示设计都是以直观形象的形式来反映展示的内容。它是以各种实物、模型、图片、绘画、音乐以及现代高科技的表现技术形象直观地

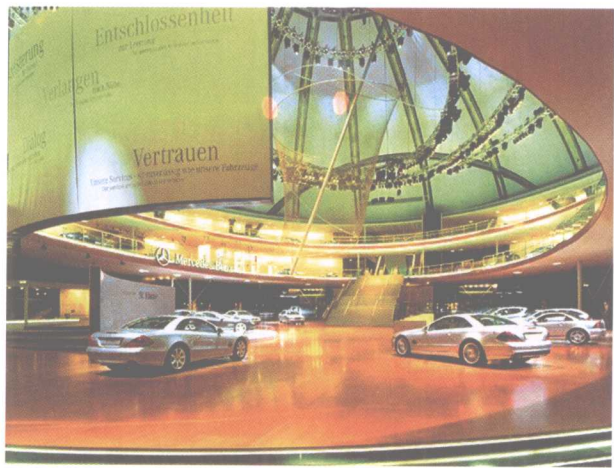


图1-2 德国奔驰汽车展厅设计使功能和艺术完美结合

展现事物的内容,而不是抽象地论述。即使是以政治、法律等意识形态为主题的展示,也要把这些理论、概念加以提炼加工和浓缩,变为具体的、可见的典型人物或事件,从而形象直观地加以展示。展示设计的直观性是展示设计具有鲜明性、生动性和吸引力的重要原因之一。如图1-3所示。

3. 展示设计的时空性

展示设计是时间和空间完美结合的艺术表现形式,是由一系列不同形态、不同功能和多

种空间形式组成的组合体,是多维的空间艺术设计。展示空间是流动的空间,充满着人流和信息的转换,整个展示活动过程的完成是一个时空转换的过程,它优越的时空性使观众能有更深刻的体验与感受,是任何一种艺术形式和媒介都无法替代的。如图1-4所示。



图1-3 直观的展示设计,鲜明的造型,都让观众印象深刻

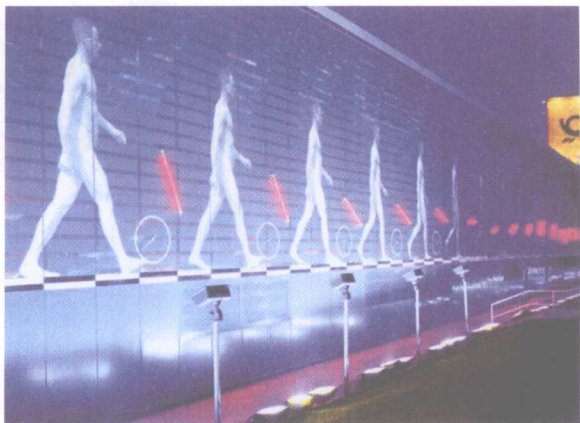


图1-4 法国馆侧墙“行走的人”

4. 展示设计表现手法的综合性

展示内容的广泛性和展示形式的直观性等特点,决定了展示表现手法的综合性特点。展示设计是各类视听艺术、建筑艺术和表演艺术的结合体,也是多种科学技术综合运用结果。展示设计中的视听艺术包括设计、绘画、音乐、雕塑、摄影、幻灯、录像、电影、现场演示等;科学技术包括机械工程学、声学、光学、工程技术、电子技术、自动化技术、装饰艺术、展示制作等;管理知识包括管理科学、宣传组织、成本核算、人才配备与现场施工管理等。所以说展示设计是一门多学科交叉的综合性学科。如图1-5所示。

5. 展示对象的参与性

展示设计要充分体现观众的参与性。没有观众的参与,展示活动就失去了意义,展示设计只有为参观者提供最充分、最优化的展示环境,提供最开放、自主的参观景观和路线,才能充分展示产品的特点、性能,吸引和激发观众参观展览的兴趣,才能促进展示者和观众双方的对话交流;展示设计应该为双方的共同参与提供最恰当的空间景观和氛围,才能更好地发挥展示的功能。所以说,展示与观众是展示活动不可分割的整体。如图1-6所示。

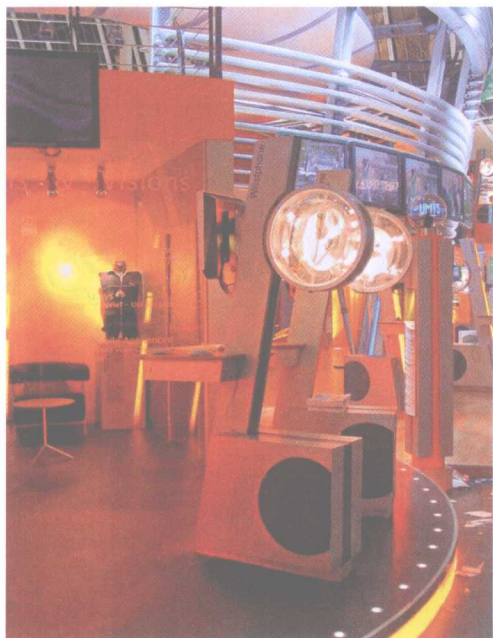


图1-5 各种艺术形式的综合表现



图 1-6 用现代造型营造一个良好的空间互动环境

思考题

1. 何谓展示设计?
2. 展示设计的本质是什么?
3. 展示设计的基本特征是什么?
4. 展示设计的基本类型及研究范畴有哪些?

第二节 展示领域的分类

一、展示设计的分类

展示设计在分类上各有不同,一般可从以下几个方面进行区分:

(1) 按展示的动机和功能分类,可以分为观赏型展示(包括文物、珍宝、美术展)、教育型展示(包括政治、历史、成就、宣传展)、推广型展示(包括各种科技成果展)、交易型展示(包括各种展销会、交易会、洽谈会以及购物环境展示)等。

(2) 按内容和性质分类,有综合型、专业型、命题型或经贸商业展示和人文自然展示。

(3) 按展示手段分类,有实物展、图片展、演示展示、综合展等。

(4) 按参展地域和地区分类,有地方展、全国展、区域性展、国际展或出国展、国外来展、国内展等。

(5) 按展览规模分类,有大型、中型、小型展览或国际型、国家型、地方型展览。

(6) 按展览时间分类,可分为固定、长期、短期、定期、不定期等。

(7) 按展示的形式类别分类,有博览会、展览会、博物馆陈列、橱窗展示、购物环境展示、观光景点展示、节庆礼仪展示等。如图 1-7 所示。

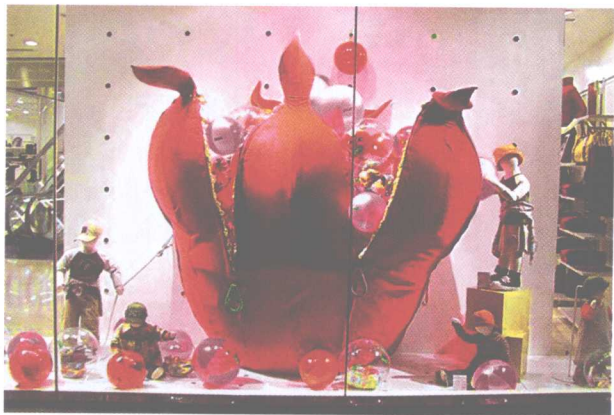


图 1-7 采用生动的形象表现橱窗设计的悦目性

二、展示设计的研究范畴

1. 展览会

展览会一般具有明显的时间性和季节性,在展览内容、时间、形式和规模上具有很大的灵活性和时效性。一些商业性的展览会除了考虑商品展示外,还必须考虑在空间的设计上保证具有一定的洽谈和销售空间。此类展览主要包括展销会、交易会等,既具有观赏、教育功能,又具有推广、销售时效。在展出内容、时间、规模和形式诸方面,具有极大的灵活性,时间最长可达半年,最短2天。在艺术设计方面,各类展览会都注重创造丰富、活泼、热烈的气氛,追求招贴广告式的强烈印象、宣传效果、多变的形式以及强烈鲜明的色彩。

展览会包括成果展示型和商业展销型两大类。成果展示型主要有科技成果展、建设成就展等由国家或企业主管部门负责主办的展览,其展览宗旨在于以丰硕的成果充分反映科技发展和建设的方向、方针,通过先进技术、经验的介绍推广,进而达到扩大社会成果的目的。商业展销型展览,如“轻工产品展示会”之类,主要展出很多新材料、新工艺、新设计、新产品。企业借此形式,向社会传达产品信息、扩大产品宣传、树立企业形象,最终达到刺激消费与招徕订购、定产的目的。如图1-8所示。



图1-8 食品博览会中三洋展区的形象设计

2. 博览会

博览会和展览会没有严格意义上的区别,在国际上经常混用。一般认为,它不同于其他类别展览会的地方,在于展览的相对单一和展出内容的广博。它是以丰富的实物为主要展品,运用多种艺术和科技表现手段,按一定内容要求陈列于展厅中,以充分显示某一领域的成果和发展前景,或者给各种贸易提供机会。博览会一般规模比较大,展出时间视内容和要求的不同有长有短。博览会按照地域可以分为国际博览会、世界博览会、国家博览会、地区博览会等;按内容可分为贸易型博览会、非贸易型博览会、一般性博览会、专门型博览会等。如图1-9所示。

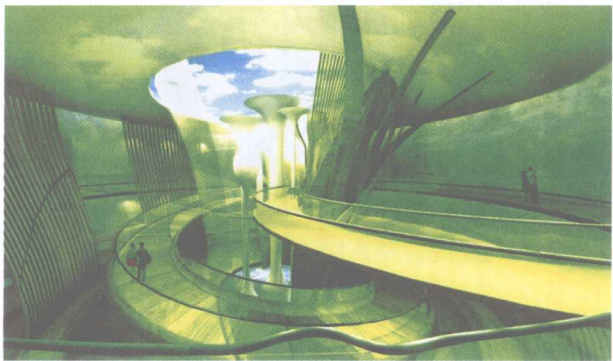


图1-9 爱知县2005年世界博览会中国馆设计方案

3. 商业环境设计

商业环境设计的展示一般是指各类商场、商店、超级市场、货亭等商业销售环境的展示。其设计主旨是在销售空间上考虑商品的分布及人流交通的基本需要,并通过商品的陈列方式,借助展具、灯光照明等要素,营造便于顾客选购商品或适合于商家进行销售的环境。如图1-10所示。

商业环境的展示设计可以分为室外商业环境设计和室内商业环境设计两大类。室外（户外）商业环境设计主要包括商业空间外观环境的规划设计、商场店面外观设计、节庆和促销气氛的营造、指示标牌设计、店面形象设计以及户外广告设计等。室内商业空间设计主要包括商业空间的规划设计、商品陈列设计、专卖店设计、POP广告设计、展柜展台设计、商业橱窗设计、餐馆饭店室内设计、宾馆室内设计等。如图1-11所示。



图1-10 商业环境展示设计

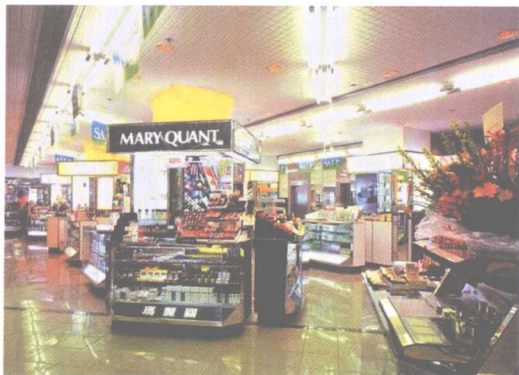


图1-11 商品环境柜台设计

商业环境的空间规划应该做到空间布局合理、展线流畅、视觉通透感强。应尽量给顾客以舒适感和亲近感，吸引顾客，并引起其购买兴趣。商业空间的室内外装修设计，需根据特定环境的性质、规模、经济实力、地理位置和服务对象等因素，选择恰当的表现形式和材料

工艺，同时还要考虑防火、防震、防潮和防盗等问题。照明设置要有主次，避免眩光，充分显示其商品质地、特色。平面导向布局合理、流线畅通，做到交通标志、方向标牌、安全出口、各楼层功能分区的突出、醒目。各种陈列道具的造型、色彩和尺度应与商业空间装修协调，要有利于突出商品、方便顾客购买；照明的光色、照度、投光角度也应助于突出商品、利于顾客挑选；店面橱窗设计应立足于自身经营特性，创造既新颖独特、诱人耳目，又能与展示环境相协调的最佳形象。如图1-12所示。

4. 博物馆陈列设计

一般来说，博物馆展示以长期性或相对固定性为主要特征，展品多以珍贵的历史文物和文献以及

艺术作品为主，展示内容多体现历史发展过程和重大历史事件。设计注重整体上严密的逻辑性和连续性，在交通流线、照明、展品安全、观赏效果、观众休息等展示功能和展示艺术效果方面有较高的要求。

博物馆陈列设计主要包括历史博物馆、自然博物馆、科技馆、民俗物产博物馆等的陈列设计。此类展示陈列有三大职能——收集保管、调查研究、普及教育，其社会价值主要在于为专业研究和社会教育提供良好的环境和条件。人们进入博物馆，犹如走进学校的大门、知



图1-12 商场空间设计

识的宝库,探寻到人类、科学与自然发展的奥秘和知识。如图1-13所示。

博物馆陈列设计的要则可概括为以下几点。

(1) 科学真实性。真实性是博物馆陈列的基础,物要博且真。实物博采,方能全其貌;实物真迹,方称稀为贵。

(2) 科学规律性。物序、时序经络分明,继而使人们从中发现规律。按年代时序、按地域分布、按物的门类等,可视博物馆规模和主要目标观众的需要,来决定相应的陈列形式。小型、专题性博物馆,多采用长期固定的一种陈列方法;大型、综合性博物馆,则采用一部分长期固定陈列,一部分灵活常变的处理手法。

(3) 历史、自然发展的回归性。历史博物馆的陈列,使人回顾人类文明历史的同时,产生超脱现实、跨越历史长河的人生回归的体验;自然博物馆的陈列,给人回归大自然怀抱的自由自在之心态。以现代科技成果为主的陈列,由于时序和技术等方面的强烈对比,能使观众的回归效应更为强化。

(4) 美感设计的独特性。自然博物陈列的自然美,科技博物陈列的科技美,历史博物陈列的传统美和残缺美,都显示出风格各异的审美设计趋势。如罗马、雅典的遗迹,使人透过那斑驳锈迹、残壁断柱感受到历史的风尘轨迹,发现人类早期的智慧之光,这些都得力于设计的残缺美感与朦胧意境。

5. 演示空间设计

演示空间设计包括各种大型演唱会、影视舞台、会议报告厅、音乐歌舞厅等空间环境设计,它们各具自身特点和使用要求,道具、布景装饰、服装均有简繁之分,空间规模也随之或大或中或小,故功能要求也各不相同。如图1-14所示。

演示空间设计,包括观众使用部分、辅助设施部分、演出空间部分的环境气氛设计。如舞台台口装饰、会演文字或标题牌、帷幕、旗帜、绿化、照明,表演者、讲演者的服饰、道具设备等;录像、幻灯电影和音响灯光的设置形式等均属展示设计之列。演示空间对照明、色彩、装饰、人流出入导向和安全防卫等方面的要求,均与其他展示设计门类的要求相同,不同之处则在于演示是以动态为主,观众处于静态观赏的位置。

6. 旅游及庆典环境设计

旅游观光景点展示是指在旅游观光景点、名胜古迹的环境中,为方便游客游览需要的某



图1-13 博物馆设计

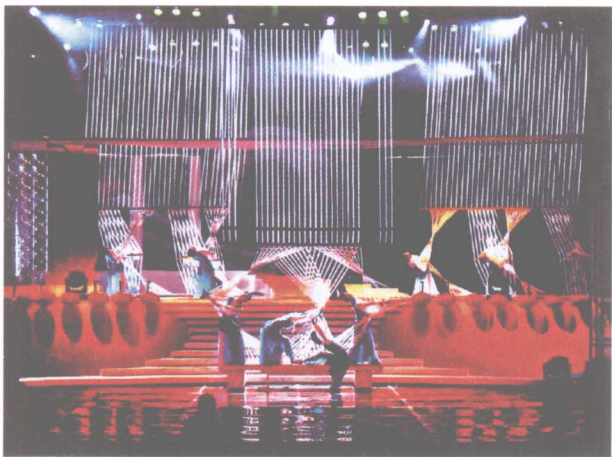


图1-14 舞台美术设计

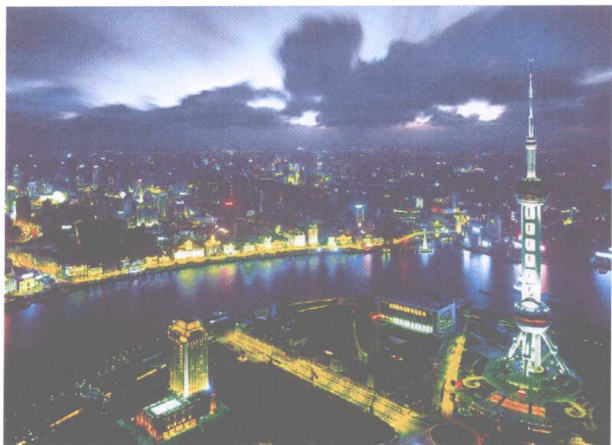


图 1-15 城市形象展示环境

些展示,多为一些导游指示图、路标、说明展示设计广告宣传等设施。一般是指各类名胜古迹、旅游观光点、植物园、动物园、自然保护区等环境的规划设计与布置,环境的绿化美化等。设计时,要求不损害文物古迹,有较高的艺术性,为游客提供方便,使人流连忘返。如图 1-15 所示。

庆典环境设计是指各类节庆活动、纪念活动、祭祀活动等的空间环境的规划布置与装饰设计等工作。环境气氛和情调的创造,则是通过对其美化来实现的。如我国举行的国庆游行、

各地的民俗文化艺术节等都是庆典展示活动。

第三节 展示设计的艺术风格及流派

人类社会诞生了设计,特别是艺术设计之后,由于追求个性化,便随着社会环境及人们审美观念变化的影响,产生了各种各样的风格流派。这些历史上的风格流派对今天各个领域的设计仍然有一定的影响,在现代展示设计中也能找到这些风格流派的影子。现在我们有意识地借鉴这些风格流派,对于鉴赏分析现代展示设计作品、开阔展示设计创意思维都有重要意义。如图 1-16 所示。

一、影响现代展示设计创意的设计流派

现代展示设计虽然已经有了一些个性化的风格,但是要形成真正意义上的流派,还有一定的距离。20 世纪 20 年代在欧洲兴起的现代设计风格,经过几十年的发展,特别是在美国的迅速发展,最后影响到了世界各国,并且形成了各种设计流派不断兴起、设计流派多元化的格局。因此,近年来的展示设计者们在设计的实践过程中,仍然能受到来自国际上各种设计流派的影响。如图 1-17 所示。

1. 国际风格派

该派吸收现代建筑中的功能意义及机器美学理论,反对虚伪的装饰,有显著的“国际式”特征。例如,不受传统形式限制,主张造型简洁、质地纯洁、工艺精细;为减低造价,尽量不用装饰,主张形式应更多地为功能服务;结构构件设计采取格式系统化模数制,并采用国际通用的标准化部件。其缺陷是形式单调、千篇一律,显示出缺少人情味的冷漠。受其影响,

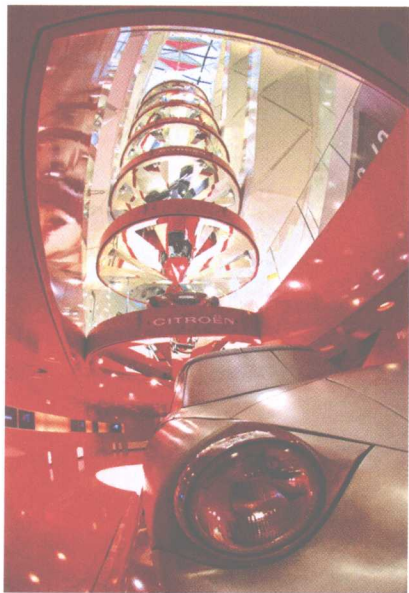


图 1-16 个性鲜明的展示空间