

高职高专设计类专业精品实用教材

# 展示设计与材料应用

zhanshi sheji yu cailiao yingyong

张路光 成红军 主编

张 浩 副主编

林 涛 编著



天津大学出版社  
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

展示设计(第2版) 高等院校艺术设计专业教材

# 展示设计与材料应用

主编 王 强  
副主编 李 强  
编 委 王 强 李 强 王 强 李 强  
王 强 李 强 王 强 李 强



清华大学出版社

高职高专设计类专业精品实用教材

# 展示设计与材料应用

张路光 成红军 主编

张 浩 副主编

林 涛 编著



天津大学出版社  
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

---

图书在版编目(CIP)数据

展示设计与材料应用 / 张路光, 成红军主编; 林涛编著. — 天津: 天津大学出版社, 2011. 8

高职高专设计类专业精品实用教材

ISBN 978-7-5618-4075-7

I. ①展… II. ①张… ②成… ③林… III. ①展览会—设计—材料—高等学校—教材 ②橱窗布置—设计—材料—高等学校—教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 160677 号

---

192/69

高职高专设计类专业精品实用教材

**展示设计与材料应用**

主 编: 张路光 成红军

副 主 编: 张 浩

编 著: 林 涛

策 划: 成红军 张路光

组稿编辑: 林 滨

责任编辑: 李金花

装帧设计: 成功图文工作室

出版发行: 天津大学出版社

(天津市卫津路 92 号天津大学内 邮编: 300072 电话: 022-27403647)

出 版 人: 杨 欢

网 址: [www.tjup.com](http://www.tjup.com)

经 销: 全国新华书店

印 装: 昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司

开 本: 210mm×285mm 1/16

印 张: 7

字 数: 236 千字

书 号: ISBN 978-7-5618-4075-7

版 次: 2011 年 8 月第 1 版

印 次: 2011 年 8 月第 1 次

定 价: 45.00 元

**版权所有 翻印必究**

如有印装质量问题, 可寄本社调换

## 引 言

展示设计学科自 20 世纪中期以后,逐渐发展成为一门完善的综合性学科。作为展示设计的教材,本书采取了理论联系实际的方法,循序渐进的原则,图文并茂的形式,力求做到资料翔实、简明扼要、通俗易懂,希望能对设计者或有志于从事展示行业的人士提供帮助。

随着全球化的发展,信息快速传播,使人们之间的产品、观念、技术智力资源和人力资源的流动更加自由。为了达到资源配置的最佳化,人们对展示活动的需求不断扩大,也对展示活动的水准提出了更高的要求。

展示艺术是一门包含了多学科知识的综合性学科,展示设计不但涉及空间设计的问题,还涉及展览空间氛围的营造。展示推广活动、网络信息的传播及科学技术的发展也促进了展示设计在观念和方式上的革新。展示艺术涉及的艺术门类与科学学科十分广泛,它融合了造型艺术、空间艺术、材料艺术和视觉传达艺术等,展示艺术在人类社会存在的普遍性,决定了它的复杂性和多元性。展示艺术以其独特的方式逐渐改变着人们的视觉观念。本书着重对空间和材料部分做了介绍。

在本书的写作和出版过程中,姬善旗、吴竞康、丁汀、武剑英、刘勇、张之光、谷悦等给予了作者大力协助,在此表示衷心感谢。由于受编写时间等因素限制,不妥之处在所难免,请专家和读者指正。

编者 2011 年 6 月

# 高职高专设计类专业精品实用教材

编写委员会

主编 张路光 成红军

副主编 张 浩

编委会主任 赵善君

编委会副主任 姚立志

编委(按姓氏笔画排序)

马子敬 马世昌 王京菊 王建军 王 健 车卫东 车晓光 石军良  
冯欣艳 孙炳明 包晓云 江 山 祁凤霞 刘 伟 刘瑞斌 成红军  
乔 峰 李英杰 张之光 张 立 张秀龙 张 洁 张 浩 张奎英  
张高志 张 健 张路光 吴少鹏 吴 民 吴纪伟 余丽娜 赵士庆  
赵善君 林 涛 林崇华 姚立志 杨晓忠 夏万爽 官 亮 姜 莉  
胡 敏 秦少静 高川云 高迎进 高明磊 鲍 艳 翟建平 薄芙丽  
薄雪媛 戴 鹏

# 目 录

## 第一章 概论 ▲1

第一节 什么是展示设计 ▲2

第二节 展示设计的发展 ▲3

第三节 展示设计的特征 ▲4

第四节 展示设计的种类 ▲6

## 第二章 展示方案设计与实施 ▲13

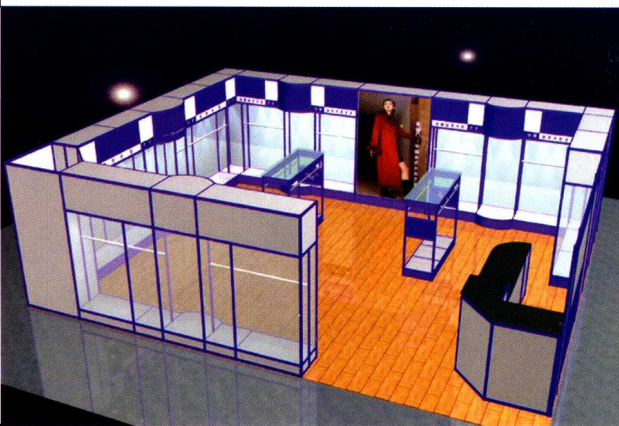
第一节 概述 ▲14

第二节 展示设计的前期准备 ▲14

第三节 展示设计的创意 ▲14

第四节 展示设计方案 ▲15

第五节 展示设计的工程实施 ▲15



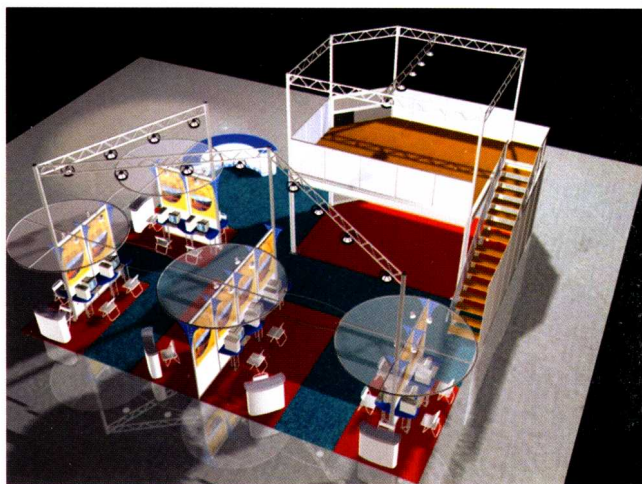
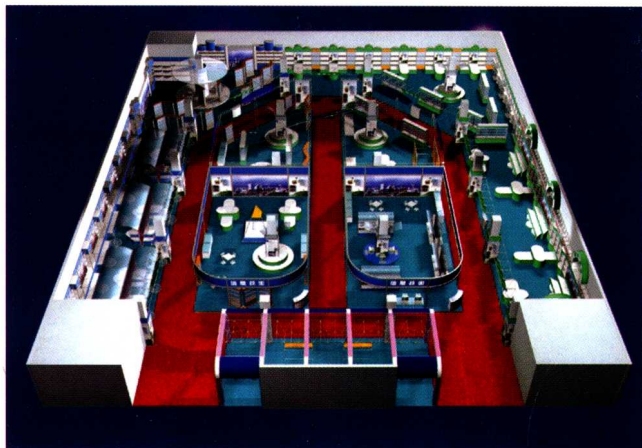
## 第三章 展示设计的空间 ▲17

第一节 展示设计的空间形式 ▲18

第二节 展示设计的平面空间规划 ▲21

第三节 展示设计的立体空间设计 ▲27

第四节 展示空间的艺术处理 ▲29



## 第四章 展示设计的版面与道具▲37

第一节 展示版面的文字▲38

第二节 展示版面的图形▲42

第三节 展示版面的色彩▲43

第四节 展示版面的编排▲44

第五节 展示道具设计▲45



## 第五章 展示设计的照明▲57

第一节 照明设计的基本原则▲58

第二节 照明方式▲60

第三节 照明器具▲65

## 第六章 展示艺术的材料运用▲71

第一节 构筑材料▲72

第二节 饰面材料▲75

第三节 版面材料▲78

第四节 铺装材料▲78

第五节 复合材料▲79

第六节 装饰材料▲80

第七节 涂料▲80

第八节 黏合材料▲80

## 第七章 展示设计的表现技法▲81

第一节 展示设计图纸的应用▲82

第二节 透视效果图▲88

第三节 计算机辅助设计▲90

第四节 展示模型的设计制作▲91

## 第八章 展示作品欣赏▲93

后记▲104

参考文献▲104



# 第

# 概论

# 章



目的。为了实现目标,需要通过展示设计,即针对信息进行编辑、整理,制定展示目标规划,在限定的空间地域内,以建筑、展品、道具、照片、文字、图表、装饰、音像、影视及现场演示等多种媒体的形式,进行辅助设计,塑造一个多维的展示空间,以调动参与者的视觉、听觉和触觉,使观众全面、立体、多维地接受信息,并期待获得有效的信息反馈,以此来实现展示活动的意义与价值。

这种有目的的创造性行为方式,通过一定的技术手段用视觉传达的方式表现出来,就是展示设计。它以科学为功能基础,以艺术为表现形式,是精神与物质并重的人为环境的理性创造活动。(图1.01 — 图1.04)

## 第一章 概论

学习目的:了解展示设计的基本概况。

学习重点:了解展示设计的特征和种类。

### 第一节 什么是展示设计

设计首先是一种为了使事物井然有序而进行的计划。人类的生产技术、科学研究、学术传播、产品交易和古代遗存,推广的最好方式就是展示。展示是一项有计划、有组织的高密度的信息汇集、沟通和发散的活动。它的宗旨是准确、高效地向目标受众传递信息并及时获取信息反馈。通过展示活动达到相互了解和认识、促进社会产品交流、提高人类文化素质的



图 1.01



图 1.02

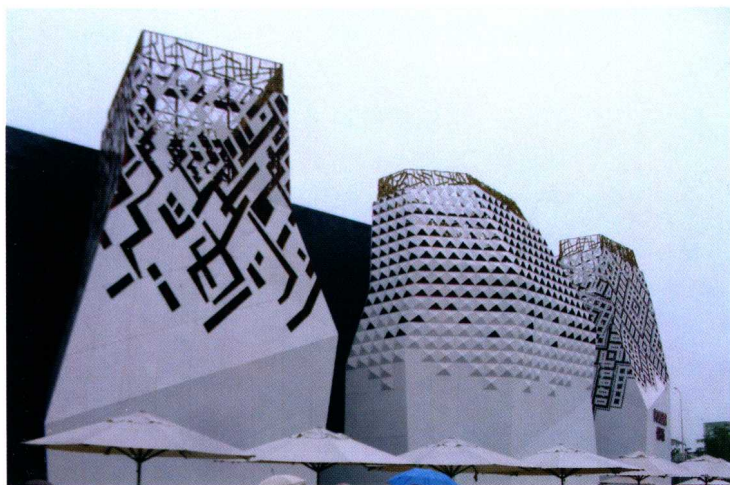


图 1.03



图 1.04

## 第二节 展示设计的发展

展示是生物的一种本能。一切展示活动都是为了达到某种目的。随着人类社会的发展和生产力的提高,人们需要将多余的产品进行交换,这就形成了贸易。人们在同一时间、同一地点将自己的东西拿出来展示的活动形成了最早的市场。货币的产生使展示演变为贸易中十分重要的一环,通过展示自己商品的形象,可以吸引人们的视线,促成商品的交易。

1851年在英国伦敦举办的第一届世界博览会,标志着展示进入了现代发展阶段。设计师约瑟夫·帕克思顿用大量的玻璃和钢材构建了一座面积为7800m<sup>2</sup>, 通透透明、空间开阔的展览馆,并将其命名为“水晶宫”。它吸引了600万观众前往参观,盈利达21万英镑,开创了现代展示的先河。此后,世界博览会的发展推动了各级各类商品交易会与商品展示会的发展。展示活动成为展示各国文化和科技成果的重要场所,加速了产品的推广和技术更新,见证了人类进步的轨迹。(图1.05)

中国第一次参加现代博览会是在1876年的美国费城世界博览会。当时的清政府派了商人李圭一人参加。新中国成立后,在1982年美国田纳西州举办的世博会上,终于有了单独开辟的中国馆。从此以后,中国多次受邀参加世博会,树立了我国的国际形象。我国首次独立举办世博会是1999年在云南昆明举办的“世界园艺博览会”,此后2010年又在上海举办了世博会。我国最大的贸易交易会广州商品交易会,由原来的每年一届改为现在的春秋两届,极大地促进了我国商品的对外贸易。(图1.06—图1.07)

现代展示活动积极地把最新科技运用到展示陈列中,成为一种高新技术与艺术相融合的文化活动。展示更注重信息传达的效率与效果,这就要求在展示观念、展示创意和展示手段等方面更新、更时尚、更具有个性。现代展示活动对人的关注和尊重,体现了以人为本的设计理念,并从环境保护的角度出发,重视新技术、新材料和新工艺的运用。(图1.08)

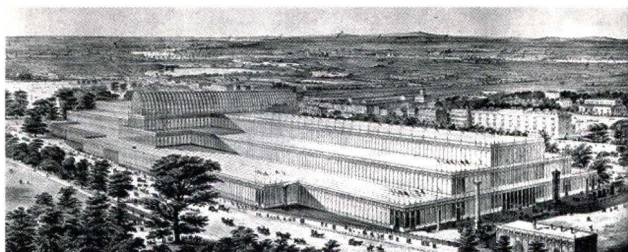


图 1.05



图 1.06



图 1.07



图 1.08

### 第三节 展示设计的特征

展示设计属于非限定性公共空间的环境设计范畴。它与建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、产品设计、舞台美术设计和电影美术设计等学科领域都有相容相兼的内容,具有非常复杂的交叉学科特征。展示设计的方向是由展示的功能所决定的,一切手段都必须服从于展示的主题,强调功能的主要性,由此确定了展示设计的主导方向。展示设计主要是创造出完美的三维空间艺术,使观众进入设计好的空间中去体验、感受,使观众得到参与进去的心理效应。展示艺术的四维表现是靠各种艺术手段来完成的,如绘画,雕塑,色彩,灯光以及文物、展品的陈列,效果的复原,文字艺术和各种材料的利用等。从某个方面讲,展示设计师是艺术界的杂家,他们要有渊博的艺术知识,懂得多方面的技艺,精通各门技巧,善于利用材料,具有艺术思想敏捷、触类旁通、举一反三而又善于创造新境界的灵气;在此基础上,还要有自己的个性发挥。(图1.09—图1.10)



图 1.09



图 1.10

总结起来,我们大致可以概括出展示设计的基本特征包含以下几个方面。

#### ■ 真实性

展示活动大多是通过实物或真实的摄影和等比例模型来进行的。它以直观真实的手法来增加展示内容的可信度,达到人们对展示活动的理解、信任,最终满足参加活动各方的需求,所以真实性是展示活动最基本的特征之一。(图1.11)

#### ■ 综合性

展示设计是由多种专业知识组成的,其应用研究领域涉及建筑设计、美学、传播学、环境艺术设计、视觉传达设计、信息技术、市场营销和消费心理等方面。展示设计学科需要绘画、雕塑、摄影、舞台美术、装饰艺术、照明技术与艺术、计算机多媒体、现场演示技术、工程施工与管理、计划及成本核算等专业技能的综合性支持,由此决定其学科专业的综合性特征。(图1.12)

#### ■ 科学性

展示设计的科学性表现在以科学的技术手段来

创造全新的视觉感受和信息感受。同时,在展示的过程中还包含了新的技术材料、前瞻性的科学观念等方面的知识。因此,科技的进步对设计的方向和视觉效果产生了深远的影响。(图1.13)

#### ■ 艺术性

展示还要以美的形式作为设计原则,能够将展厅中的色彩、空间造型、灯光、展具、装饰等有机结合起来,创造一种完美的视觉心理感受。因此,艺术性是达到展示中信息传达目的的基本保证。(图1.14)



图 1.11



图 1.12

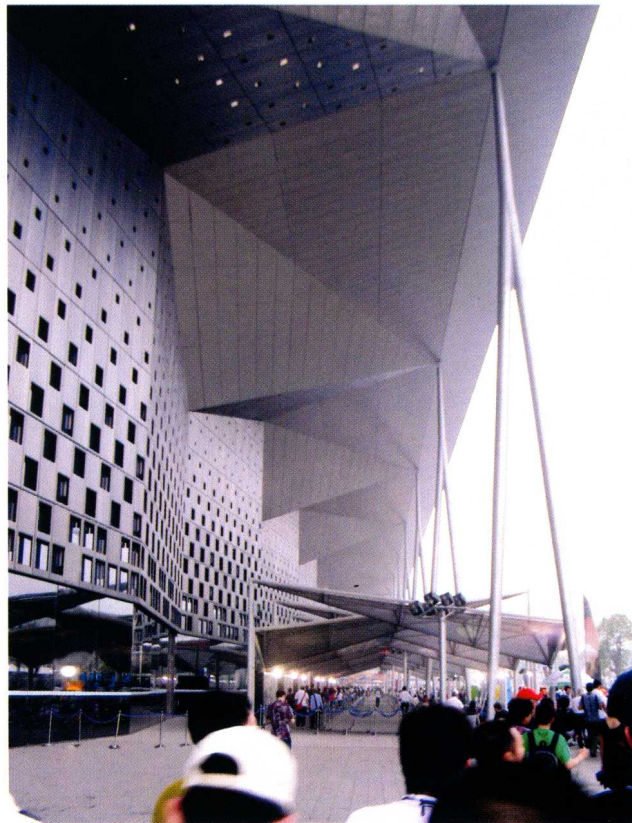


图 1.13



图 1.14

#### 第四节 展示设计的种类

将展示活动分类,有利于对不同类别的展示活动进行有针对性的策划和设计。现代展示活动的分类方式多种多样,但无论分类方式怎样,其向参观者传达信息和展示自我的本质是不会改变的。

##### ■分类的方法

①按展示的动机和功能分类,有观赏性展示(包括文物、珍宝、美术展)、教育性展示(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(包括各种展览会、交易会、洽谈会以及购物环境展示)等。

(图1.15—图1.18)



图 1.15



图 1.16



图 1.17



图 1.18

②按展示的内容和性质分类,有综合型、专业型、命题型或经贸商业展示和人文自然展示。(图1.19—图1.20)

③按展示手段分类,有实物展、图片展和综合展等。(图1.21—图1.22)

④按参展地域和地区分类,有地方展、全国展、地域性展、国际展或出国展、国外来展、国内展等。(图1.23—图1.24)



图 1.19



图 1.22



图 1.20



图 1.21



图 1.23



图 1.24

⑤按展览规模分类,有大型、中型、小型展览或国际型、国家型、地方型展览等。(图1.25—图1.26)

⑥按展览时间分类,可分为固定、长期、短期、定期、不定期展览等。

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、观光景点展示和节庆礼仪展示等。(图1.27—图1.29)



图 1.26



图 1.25



图 1.27



图 1.28

#### ■ 常见的展示设计类型

展示的类别多种多样,展示的内容包罗万象,展示的方式也是各有特色。要想设计好展示活动的整体效果,就必须了解展示的目的和内容,还必须了解它是属于哪一类型。总体来看,展示设计一般有以下几种常见的类型。

##### (1) 展览会、博览会

这是由数十家或数百家单位联合举办的展示活动,一般具有明显的时间性和季节性,属于短期展示。展览会包含的内容涉及社会的各个方面,包括行业的展示推广活动,如工业产品、农业产品、科学技术、文化教育和企业形象等,还有交流意识很突出的展览活动,如世界博览会、国际交流会等。这些都既是展览会,也是商品交易会,其展品不单起到观赏功能,同时也是工业、农业、科技等实力的较量与竞争,当然也是商品。但商品一般不在展览会上销售,只作为商品交易的参考依据。在展览的过程中,根据展期的需要,可定为长期展览或短期展览。世界性的博览会在许多国家都举办过,包含的内容很丰富,也代表了当时的科技发展状况,为社会的发展起到了很大的推动作用。如2003年在德国柏林、2005年在日本大阪、2010年在中国上海举办的世界博览会。(图1.30—图1.31)



图 1.29