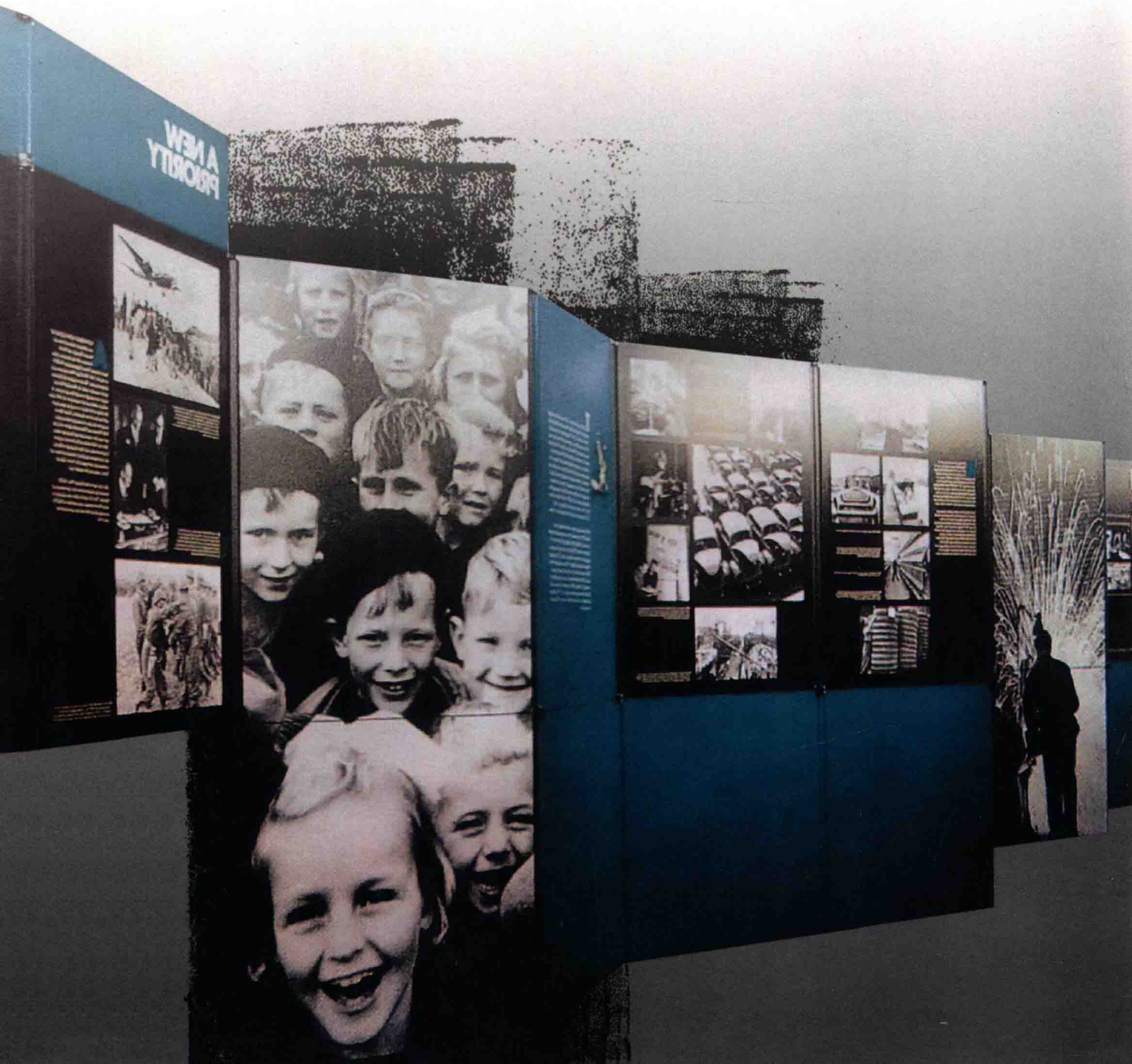


高等教育“十二五”全国规划教材
高等院校设计类专业教材
GAODENG YUANXIAO
SHEJILEI ZHUANYE JIAOCAI
主编/黄朝晖 副主编/姚征峰 王新

时代出版传媒股份有限公司
安徽美术出版社
全国百佳图书出版单位

展示设计



THE UNIVERSITY OF
THE SOUTH ALABAMA
LIBRARY
SERIES
1974



高等教育“十二五”全国规划教材
高等院校设计类专业教材

展示设计

主编 / 黄朝晖 副主编 / 姚征峰 王新

 时代出版传媒股份有限公司
安徽美术出版社
全国百佳图书出版单位

高等教育“十二五”全国规划教材

美术专业学术委员会

主 任	巫 俊	孙志宜		
委 员	陈 林	蒋耀辉	胡是平	石祥强
	许健康	江 河	方福颖	翟 勇
	李 杰	李四保	陈尚勇	周小平
	陈 可	刘玉龙	倪龙娇	

设计专业学术委员会

主 任	黄 凯	刘明来		
委 员	汪炳璋	陆 峰	谢海涛	陈新生
	施韵佳	邬红芳	魏鸿飞	方学兵
	苏晓雯	高 旗	孙 义	许存福

编辑委员会

主 任	武忠平	傅爱国		
副主任	谢育智	陈 涛		
委 员	(按姓氏笔画顺序排列)			
	马忠贤	王 健	王小元	王玉梅
	王兴国	王 峡	王玉红	王 莲
	田恒权	史启新	叶 勇	邢 瑜
	纪永贵	孙晓玲	孙 晔	刘小秧
	刘 超	刘晓雯	李锦胜	李超德
	李 勇	李龙生	李倍雷	张 盘
	张善庆	张正保	张明明	张 帆
	张竞琼	杨晓芳	杨文祥	邱红峰
	邵建设	陈 伟	陈 叶	陈 琳
	何建波	汪 耘	孟卫东	林柏峰
	周红生	易 忠	季益武	费利君
	钱 涛	高 飞	黄朝晖	崔基旭
	鲁 榕	曾方苹	翟宗祝	魏文霞

图书在版编目(CIP)数据

展示设计 / 黄朝晖主编. —合肥 : 安徽美术出版社, 2012.7

高等院校设计类专业教材

ISBN 978-7-5398-3707-9

I. ①展… II. ①黄… 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(2012)第150621号

高等院校设计类专业教材

展示设计

Zhanshi Sheji

主编: 黄朝晖 副主编: 姚征峰 王新

出 版 人: 郑 可 选题策划: 武忠平 谢育智

版式设计: 徐 伟 封面设计: 武忠平 秦 超

责任编辑: 许 茜

责任校对: 司开江 林晓晓

责任印制: 李建森 徐海燕

出版发行: 时代出版传媒股份有限公司

安徽美术出版社(<http://www.ahmscbs.com>)

地 址: 合肥市政务文化新区翡翠路1118号出版传媒广场14F 邮编: 230071

营 销 部: 0551-3533604 (省内)

0551-3533607 (省外)

印 制: 合肥华星印务有限责任公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/16 印 张: 5.75

版 次: 2012年9月第1版

2012年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5398-3707-9

定 价: 35.00元

发现印装质量问题影响阅读, 请与我社营销部联系调换。

敬告: 鉴于本书选用作品的部分作者地址不详, 应付稿酬敬请见书后与安徽省版权保护协会(合肥市廻龙桥路1号)联系。

序

发展高等院校的人文学科教育，加快高等艺术教育的发展，这是推进素质教育、调整和改进高等教育的专业结构、促进高教事业发展的需要，也是促进高校学生的全面发展的需要。随着党中央国务院关于推进素质教育决定的实施，各地高等院校重视人文学科教育、重视艺术教育的风气正在形成。目前，全国已有1000余所高校开设了美术、设计等专业，还有若干民办高校已经或正在筹备开办这些专业，没有开办这些专业的高校，也大都建立了艺术教育中心或艺术教育教研室，对其他专业的在校学生进行人文和艺术教育。全国高等院校的艺术教育呈现出蓬勃发展的局面，形势非常喜人。

高等院校的艺术教育是推进素质教育的重要形式，也是提高当代大学生人文素养的重要手段。我们的高校毕业生不仅要有自己的专业知识和技能，要有良好的道德品质，而且要有一定的艺术和审美的素养，要有能够欣赏音乐的耳朵和感受形式美的眼睛，要有一定的艺术表现和创造能力，这才能真正成为全面发展的人，才能适应当今社会发展的需要，从而为社会多作贡献。

在高等院校进行艺术教育，不仅要抓好普通专业的大学生艺术教育，而且要办好艺术教育的专业。要通过加强学科建设，使我们已经或正在筹备开办的美术、设计或其他专业的教育水平和教学质量得到提高，从而使质量水平的提高与总体上量的扩张同步发展。这就需要加强艺术教育的科研力量，促进学术交流，重视师资培训，抓好教材建设。其中，编写出版和推广使用高校通用的艺术教育专业教材，是提高艺术教育的水平和质量，加强学科建设的重要环节。

编写高等院校通用的艺术教育专业教材，是艺术教育的基础性工作，因而是一件大事。古人把著书立说视作“经国之大业，不朽之盛事”，这是很有道理的。为了做好这项工作，一要认真研究和把握教育部近年来颁发的有关学科的教学大纲和课程标准，在充分体现规范和标准要求的前提下，编出适合学生使用的教

材,实现“一纲多本”;二是要切实面向教学实际,准确把握高校艺术教育专业相关学科的实际状况,使编出的教材既能真正符合高校教学工作的实际需要,又能体现新的艺术教育科研成果和专业特色。只有在质量有保证,内容有特色,老师易教,学生易学的前提下,教材才能真正在高校推广开来。

由安徽美术出版社组织编写的这套教材,集中了全国众多知名高校的专家学者、资深教师和艺术家的集体智慧,吸取了艺术教育科研工作的最新成果,也基本符合教育部颁发的教学大纲的精神和我国高校艺术教育的实际,适合高校相关专业教学使用。这些专家呕心沥血,数易其稿,终成鸿篇,可喜可贺。感谢他们为高等院校的艺术教育提供了优秀的通用教材,为高等艺术教育的学科建设奠定了坚实的基础,为进一步调整和改进高等艺术教育的专业结构提供了重要的条件。

当然,教材的建设和学科的发展一样,都不是一蹴而就的,而是需要一个过程,需要坚持数年的努力奋斗。目前推出的这套艺术教育专业教材,包括美术与设计两个大类,与各地院校的专业设置是相配套的。教材在推广使用的过程中,肯定还需要不断吸收科研和教学的新成果,需要不断修改和完善,从而与时俱进,逐步成熟。我们设想,经过若干年的努力,一套更加完善成熟的艺术教育专业教材必将形成,高等艺术教育的学科建设也将得到进一步发展。

是为序。

编者

2012年8月

目录

绪 论	1
第一节 什么是展示	1
第二节 展示活动的发展历程	2
第三节 现代展示活动的范畴与展示设计的类别	5
第一章 展示活动的策划与总体设计	11
第一节 展示策划与展示设计	11
第二节 展示总体设计	15
第三节 展示设计的一般原则和特点	17
第二章 展示设计的基本元素和主要设施	20
第一节 展示设计的基本元素	20
第二节 形式美的法则	24
第三节 展示的道具与设施	24
第四节 展示的色彩与照明	32
第三章 展示的环境艺术设计	36
第一节 展示的空间设计	36
第二节 公共商业环境展示设计	43
第三节 博物馆展示与陈列设计	51
第四节 展览会环境设计	54

第四章 展示的视觉传达设计	62
第一节 图文的选用与版面编排 ...	62
第二节 展示的标志与识别系统 设计	65
第三节 展示的看板设计	69
第四节 展示的印刷品设计	72
第五章 展示设计的设计表达	76
第一节 图纸表达	76
第二节 模型表达	79
第三节 虚拟现实表达	79
第四节 作品欣赏	82
参考书目	85
后记	86

在现代社会里,展示活动已深入到经济、文化、日常生活的方方面面,逐步成为社会经济与文化发展的黏合剂,而且已成为很多企业发展跃上新台阶的加速器。

第一节

什么是展示

展示设计的内涵与外延非常广泛,它是一个随着时代的发展、技术与经济的进步而不断被充实和拓展的概念与课题。

通常,“展示”(display)也等同于“展览”(exhibition),在我国20世纪80年代后用来涵盖“展览”的概念,近年来展览常与会议结合举办,也叫“会展”,几个词内涵相近。所谓“展”,是指陈列、展示物品与精神面貌,就是对外作“秀”(show);所谓“示”、“览”,就是参观、观看。两种意思合在一起,就是指一方展出,另一方来观看的一种活动。所谓“展览会”的“会”,是指为了实现某种目的而集中在一起进行交流的场所,它既是参展商之间的交流场所,也是观众之间的交流场所,更是观众与参展商交流的场所。

“展览”、“展览设计”所指的范围狭小,只是专指展览活动的策划与执行及展览会的招商与布展,不包含商业橱窗、博物馆陈列、庆典环境设计、商场空间设计等方面;而“展示”和“展示设计”的涵盖面比较广,它们不仅包含展览会和展览会设计,还包括展览建筑的设计与展示环境的规划以及文化、体育活动的开幕、闭幕仪式的环境与媒体规划等。

“展示”的概念主要指展示活动的特定内容。展示活动发展到现在,从社会的经济、文化角度看,对个人而言,展示就是向大众展现自己的风貌和气质;对团体、企业而言,是向外界宣传自身,

让公众了解其理念、主张、成就等。

“展示设计”主要指展示的前期准备工作。它包括企划案与艺术设计工作,分别从管理学和设计学的角度对展示的活动程序、人力物力、场所环境、展示道具、视觉传达方式等做出完善规划,目的是使该环境里的一切条件有利于观众接收信息、有利于企业销售。

一、展示的内涵

所谓展示,是指在某一地域、空间,由多人聚集在一起形成的定期或不定期的物质、文化交流活动,主办方通过展品、图片和文字等实物,向观众集中传达信息,是实现贸易、投资、双向交流、树立形象、扩大影响的一种经济活动,或是以进行知识、思想传播为目的的文化活动。

在这种展示活动中,参与者一般包括三方:主办方、参展方、观众。

对主办方来说,展览就是依照市场需求关系,通过提供一定时间、空间条件下的展示环境,直观展示实物、图文来交流信息,促使观众作出购买、投资决定,或从中学习知识,接受教育。对参展商而言,他们主要是通过提供物品的展示、实物的演示来吸引观众,与观众进行交流,以实现交易或教育的目的。观众参与展示活动,主要是通过展览收集各种信息,实现购买或接受教育的目的,满足自己的需求。

二、展示的外延

展览和展示作为经济、文化服务活动,属于第三产业。第三产业是包括教育、科技、设计、咨询、会计、律师、交通运输、物流、金融、保险、商业、旅游、展览等众多行业在内的产业。展示业只是第三产业的一小部分,它依赖于农业、工业和第三产业其他部门的繁荣,并服务于

社会各行业,虽然属于下游产业,但是能起到经济发展催化剂的作用。随着我国社会经济基础的壮大,综合实力的进一步提升,国内、国外经济、文化交流的需求与机会不断扩大,展示与会展业已经在一些中心城市里飞速发展,成为支柱产业之一,它对社会发展的促进作用是不可忽视的,其广阔发展前景值得我们关注。

展示活动的外延很广,它包括:1.以各种类型实物展示、销售为主的活动,如房产展示、卖场陈列、展销活动等;2.以信息、资讯的交流、交易为主的活动,如信息发布会、研讨会、博览会、论坛等;3.以形象展示、演示、文体交流为主的活动,如体育运动会开幕式、闭幕式、现场演唱会、时装展示会等;4.以传播思想文化、开展社会公益为主的活动,如画展、影展、博物馆陈列等;5.以节日、纪念日、庆典为主的活动,如我国在国庆、春节期间举行的节日气氛展示,企业开业与周年庆典活动等。

第二节

展示活动的发展历程

一、萌芽时期

在原始宗教中,图腾崇拜的需要导致产生了古代的祭坛、神殿等场所。各类宗教的教义和信仰的传播,在很大程度上都是通过对偶像、法物的展示形式体现出来的。教堂实际上就是陈列偶像和

其他宗教物品的场所,也是进行集体祭祀活动的场所。宗教建筑本身既是展示、观赏宗教偶像和其他宗教物品的场所,又是收藏、保存宗教文物、宗教文化的“博物馆”,从中可反映出宗教历史及宗教艺术的发展过程。

二、探索时期

从游牧文明到农耕文明,当人类社会生产力进一步提高,商贸活动日趋频繁时,最初的商业场所——集市形成了。在集市贸易中人们可以将各自的商品摆放、陈列于一定的场所内,供人比较、选购,人们的贸易经验越来越丰富,甚至为交易活动发展出一定的道具,如:用来陈列商品用的货架、早期的行业标识、品牌标识——幌子等(图1、图2)。这样,有实物、道具、品牌,有场所、观众,或许还有广告和演示,一个完整的商业展示活动就此拉开了序幕。

我国的经济发展和商业活动是这一时期展示活动水平的代表。北宋画家张择端的《清明上河图》就是对当时开封市的都市商业活动的生动记录,它以长卷的形式形象地描绘了一幅商业繁华、店铺林立的情景,其中的店面、店堂不乏对商品陈列、主客交流等展示活动的细致描绘。

三、成熟时期

18、19世纪欧洲资本主义工业革命的发展代表了人类近代文明的先进生产力、先进文化。在展

图1、图2 古时商家的幌子

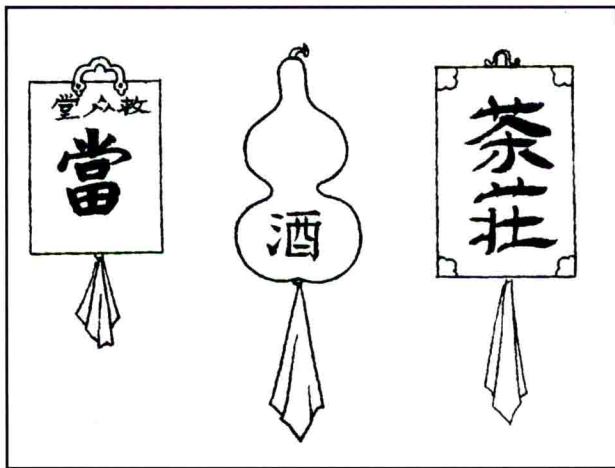


图1

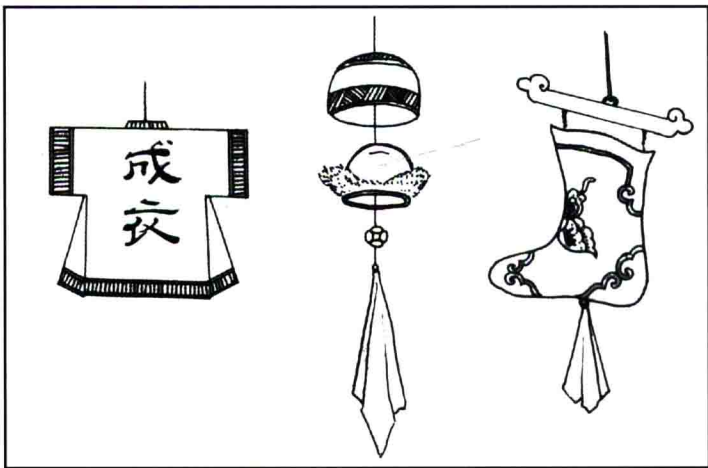


图2

示活动方面，当时资本主义的发展一方面促进了博物馆的建设和文化、艺术性展览，另一方面，促成了国际博览会的产生和发展，开启了展示活动的新时代。

为了显示工业革命所取得的巨大成就，1851年5月，当时工业最为发达的英国在伦敦海德公园举办了首届世界博览会。博览会的主体建筑物——“水晶宫”展厅，采用工厂装配温室的方法来修建，使用大量铸铁构件与平板玻璃，在材料及构建方式上都作了很大创新，开创了展示设计的先例（图3、图4）。水晶宫总面积达74000平方米，外观形式简洁明了，除了显示材料的本身质地外，没有过多的装饰，体现出一种工业化生产的特点，在现代设计史、建筑史、会展史上都具有举足轻重的地位。水晶宫从展览的组织策划、展示建筑形式、展览的场地与道具形式等几方面确定了现代展示的基本面貌。

水晶宫的设计首先采用了标准预制构建的方式，预示了现代建筑的新材料、新技术方向，但创新的展馆形式也与内部构件的过度装饰形成鲜明对比，这表明工业革命初期新技术与传统形式之间存在矛盾。

伦敦世博会这样一种新颖的展示形式，打破了当时各生产国经济活动的封闭状态，使工业生产商、设计师与大众得以通过展览会这一形式相互交流，这对此后的现代展示概念产生了重大影响，奠定了现代展示活动的基本形式。从那时到现在一百多年间，历届世界博览会都成为当时先进材料、先进技术和先进概念的展示交流盛会，对人类进步、地区发展都起到了不可估量的作用。

我国清朝末年也有了正式的展览会和博物馆。1905年在南京举办了第一届博览会，1919年建成并开放了故宫博物院。此后，我国开始陆续建造具有现代意义的博物馆和展览馆。

四、发展时期

第二次世界大战后至今，工商与文化活动日趋活跃，企业发展越来越超越地域、国家的界限，

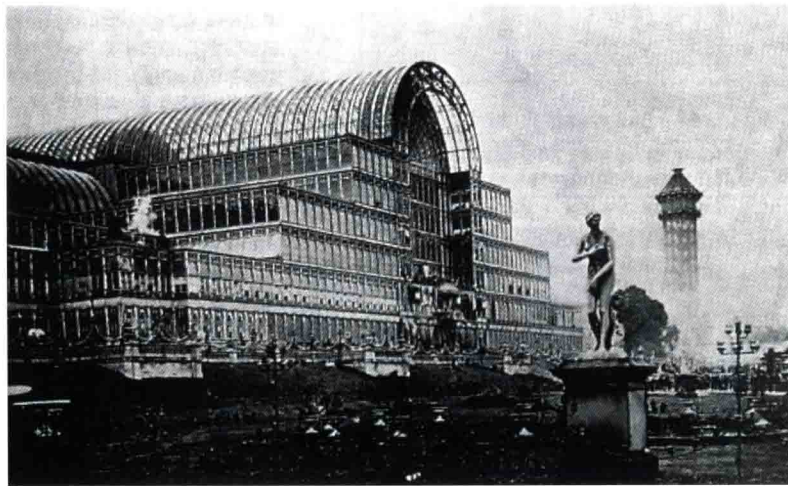


图3

图3 1851年伦敦世博会的展览建筑——水晶宫外观

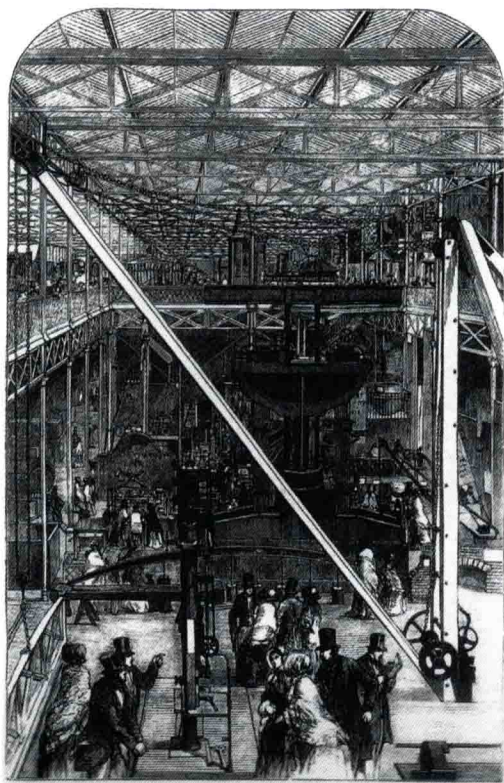


图4

图4 水晶宫内部展示场景

成为展示活动的主角，商业展示得到极大发展，展示的内容与形式进一步丰富与细化。同时，各种政府与私人博物馆数量不断增多，各种专题性、综合性的博览会也逐渐增多，在其影响下，以促进地方经济发展为目的的各类展览、展销、交易会风靡全球。随着新技术、新材料、新理念的涌现，展示活动中不断增添新道具、新媒体、新的运作形式，展示发展成为一门多学科交汇的产业。（图5至图7）



图 5



图 6

图 5 上海世博会主题户外展示

图 6 设有滚动字幕装置的户外橱窗

图 7 某博物馆古代文物展示



图 7

第三节

现代展示活动的范畴与展示设计的类别

由于现代工商活动的领域广、形式丰富,现代展示活动的内容也得到极大发展,如果不认清展示活动的实质,就很难概括它的全貌。

根据展示活动的动机与功能的不同,展示一般可分为商业类与公益类两大部分。商业类展示的主办方和参展方一般出于企业盈利的目的进行展示,有着极强的功利性。参展者希望通过展示产品而得到顾客的信赖,这一类展示主要属于企业营销、广告、产品推广活动的一部分,如各类企业主导的交易会、产品展示会等。

公益类展示活动的主办方和参展方主要以弘扬思想与文化、开展公益教育等社会公益事业为目的,展示活动不以盈利为目的,而是为了普及历史、文化知识,丰富文化生活,提高社会大众的综合素质,或是为了宣传政府的政策、精神,展示社会发展成果。这一类展示主要属于政府机构、文化机构主导的活动,如各类博物馆展示、文化艺术展、成果汇报展等。

一、展示活动的主要范畴

(一) 展览会展示

这类展示主要包括各种规模的展览会、展销会、交易会和博览会等(图8至图10)。展示活动既有推广、贸易功能,又兼具观赏、宣传、教育功能。在展出时间、筹备时间和内容、规模等方面有极大的灵活性,持续时间长可达半年,短只有几天。在展示程序、艺术形式等方面一般都要求较高,内容丰富、形式活泼,规模庞大、变化多样、气氛热烈,追求强烈的宣传效果。例如:世博会、广交会,以及一些规模相对较小的行业性、地域性的车展、书展、艺术作品展等。

(二) 商业环境展示

这类展示包括在各类购物中心、商场、专卖店、饭店、宾馆等商业环境内进行的陈列、演示、表演、广告宣传等活动(图11至图13)。主要包括

销售空间、服务空间的规划,商品陈列、商业信息传达,以及室内外环境中的企业形象宣传、相关环境设施的应用等。例如:销售空间的陈列布置,商店入口的形象展示,商场的橱窗陈列,POP广告与户外的灯箱、标志标牌的展示等。

(三) 博物馆展示

这一类展示指在各类博物馆内常年进行的展览与陈列,主要包括自然与科技主题,历史主题,文物、艺术、人物、民俗等相关主题的实物、资料的陈列和展示(图14至图16)。博物馆是社会公益

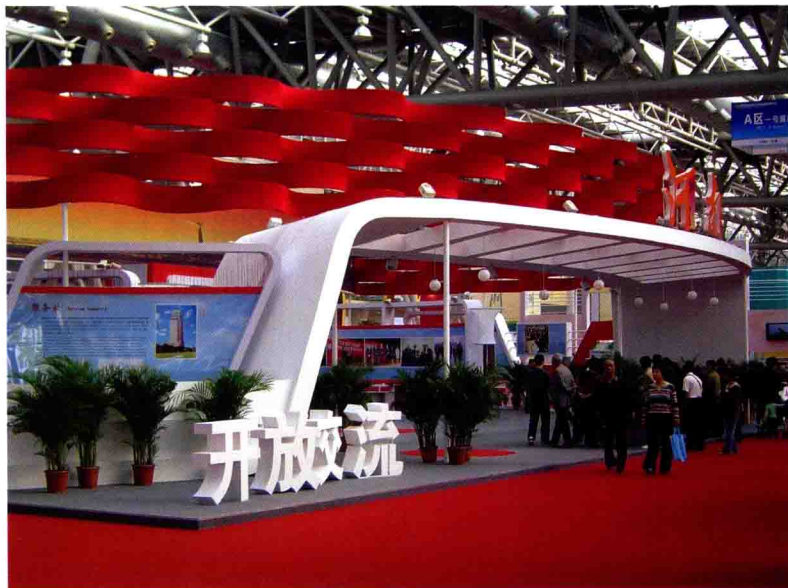


图 8



图 9

图 8 我国中部地区经济博览会

图 9 瑞士苏黎士的国际家具展

图 10 法兰克福国际汽车展

图 11 商业入口形象展示

图 12 现代连锁经营店的店面形象展示

图 13 商业入口形象展示

图 14 日本新宿自然科学馆



图 10



图 13



图 11

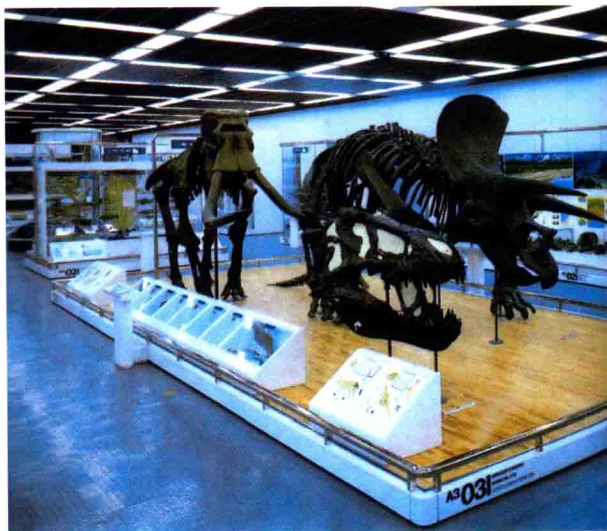


图 14



图 12

机构,博物馆的收集、研究和陈列活动的主要目的在于信息搜集、学术研究、社会教育等,服务于地方经济文化建设。各地都有地方博物馆,北京、上海等政治、经济中心更有许多规模宏大、藏品丰富的大型博物馆,博物馆展示活动的社会价值主要在于为学术研究和社会公益教育提供良好的物质与精神基础。

(四) 环境导示与识别系统

环境导示与识别系统是指在各类机关单位、建筑物、名胜古迹、公园景点、自然保护区等环境中设置的标志、标牌系统,它一方面作为环境设施,在环境中起到标记与识别、指示与引导的作用,帮助人们正确寻找和使用环境与建筑,另一方



图 15



图 16

面，通过对标志、字体和图示的规范应用来树立机构形象，向观众、游客传达信息，进行企业形象的展示、推介。（图 17 至图 19）

（五）演示与庆典活动

这是当代兴起的一种展示活动，活动涵盖面很广，包括了一些现代商业与文化、体育活动的社交、礼仪仪式等。

首先，包括各类大型会议、报告的议事空间布置，如报告厅、主席台、背景墙的布置；其次包括新闻发布会、影视栏目的录播环境与背景设置，时装表演的主题背景展示等。庆典活动包括各类大型运动会、颁奖会的开幕式、闭幕式，如奥运会、全国运动会的开幕式、闭幕式，美国电影奥斯卡奖的颁奖晚会，以及纪念活动、祭祀活动、典礼、剪彩的空间环境规划等（图 20、图 21）。其中内容、规模、气氛差异巨大，形式、程序也繁简不一。



图 17

图 15 某遗址博物馆展览

图 16 四川三星堆博物馆文物展

图 17 日本某建筑的入口
导示标牌



图 18

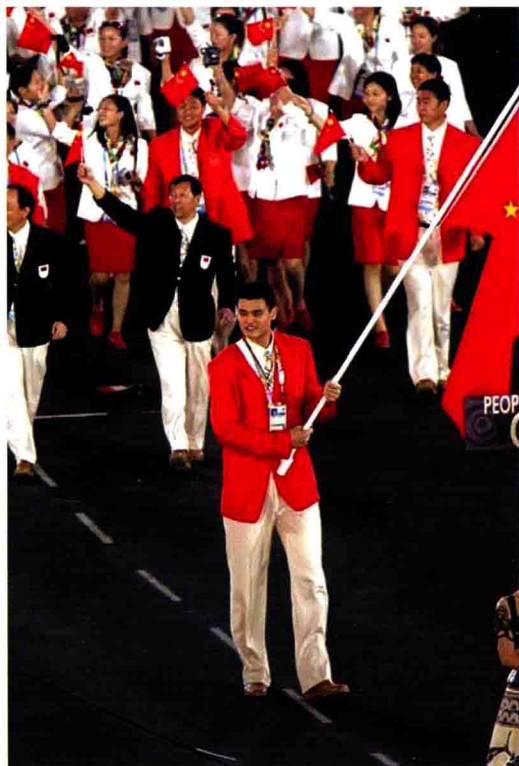


图 20



图 19



图 21

图 18 上海世博会环境识别与导向系统

图 19 北京故宫的环境示牌

图 20 雅典奥运会入场式

图 21 雅典奥运会升旗仪式

展示活动的范畴

大类	范畴
商业类	公共商业环境展示
	演播与演示环境展示
	建筑、景区环境导示与识别系统
公益类	会展、演示与庆典
	博物馆展示
	文化、艺术类展览

二、展示设计的类别

展示活动的数目庞大,在规模、时间、内容等方面也差异较大,人们通常依据相关标准,将展示活动作如下分类:

(一) 按展示内容可分为:

- ①综合型展示;
- ②专题型展示;
- ③展览与会议结合型展示。

(二) 按展示规模可分为:

- ①大型展览;
- ②中型展览;
- ③小型展览或微型展览。

(三) 按参展商地域范围可分为:

- ①国际级展示;
- ②国家级展示;
- ③省部级展示;
- ④地方级展览等。

(四) 按展览时间可分为:

- ①固定的长期展览;
- ②定期持续一段展期的展览;
- ③不定期展出的展览。

(五) 按展示场所可分为:

- ①博览会式展示;
- ②交易会型展示;
- ③专卖店型展示;
- ④展台、专柜型展示;

- ⑤橱窗展示;
- ⑥销售点POP展示;
- ⑦自选货架陈列等。

(六) 按展品特点可分为:

- ①专题展示;
- ②系列展示;
- ③季节性陈列;
- ④节庆展示。

(七) 按展品的陈列方式可分为:

- ①放置陈列;
- ②吊挂陈列;
- ③壁面展示;
- ④动态展示等。

(八) 按展品类型可分为:

- ①实物展;
- ②模型展;
- ③图片展;
- ④样本、方案展;
- ⑤综合展等。

展示的分类

分类依据	类别
按展示内容	综合型展示
	专题型展示
	展览与会议结合型展示
按展示规模	大型展览
	中型展览
	小型展览或微型展览
按参展商地域范围	国际级展示
	国家级展示
	省部级展示
	地方级展览