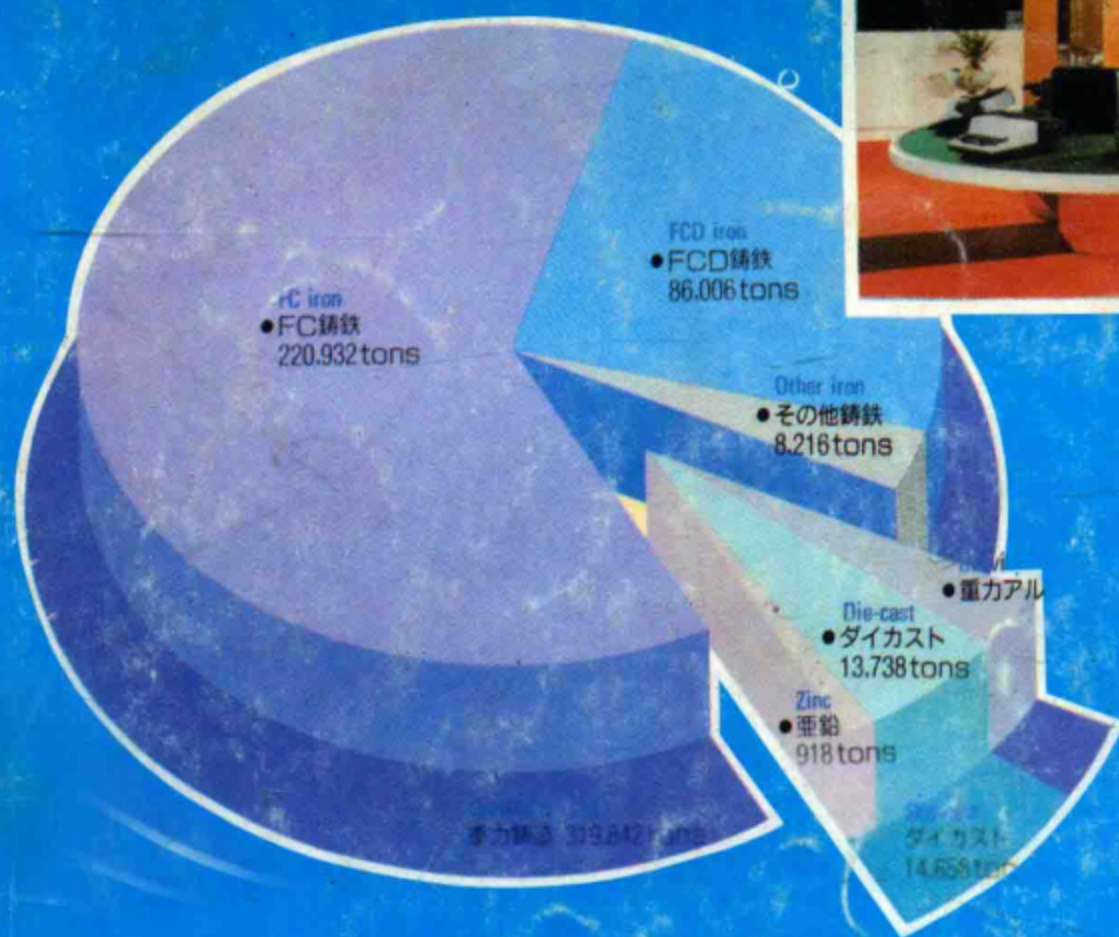
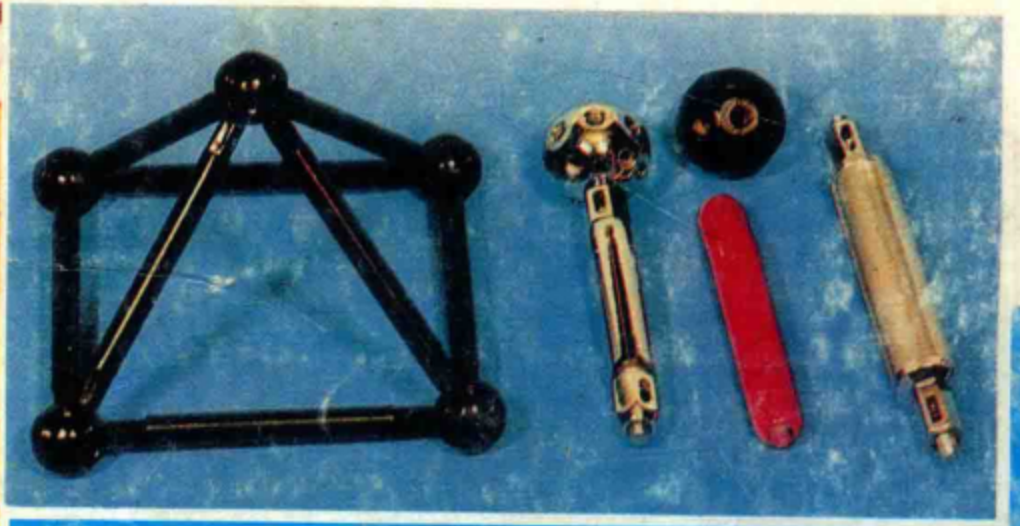


展示设计精要

林福厚 著



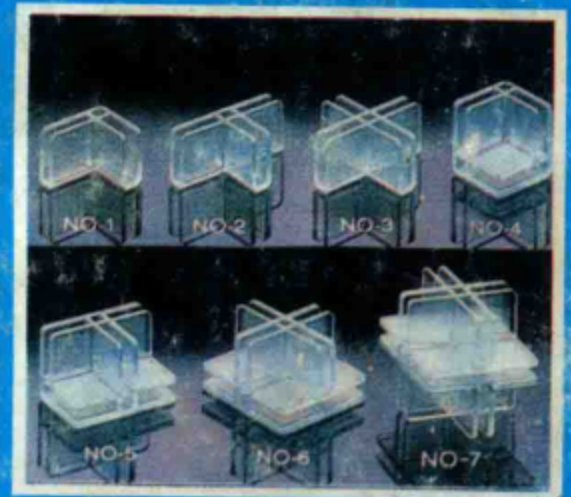
北京农业大学出版社



球节展架及其应用

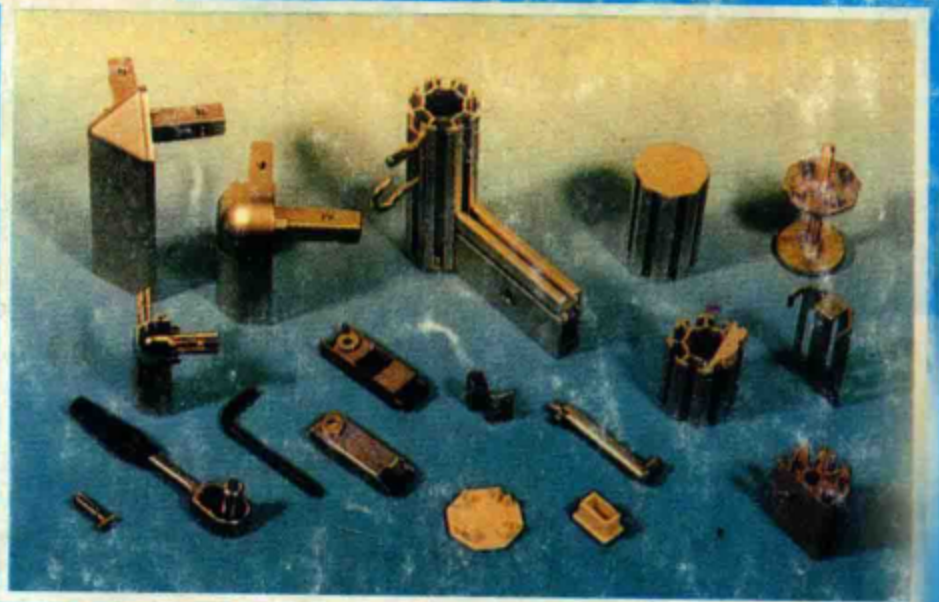


展板夹件及合抱式展架



有机玻璃插联件

梅花柱展架系统及三通插接头展架



展示设计精要

林福厚 著

北京农业大学出版社

1993

内 容 简 介

本书是《展示设计》一书的缩写本,对展示设计艺术的历史发展、展示设计的概念与范畴、本质与特征、功能、设计原则与原理、总体设计与各单项设计,以及组织管理、包装运输和设计筹备外展的注意事项等关键性问题,都作了精辟、扼要的论述;特别是对展示道具、版面设计、图表、标志、参观票券和展示照明等方面,配有大量的黑白图和必要的图表,直观、形象化,是展示专业领域中,最系统、全面精炼、最有学术价值的著述,和实用性强的好教材。

本书作为展示艺术设计专业大专班的教材,有助于学生理解展示专业,和掌握专业理论知识与技能,有利于培养高水平的展示设计人才,

本书也可作为展示设计专业工作者的参考书和展示专业爱好者的必读之书。

封面、彩页版式设计: 作者本人

黑白线图绘制: 作者本人

林 中 梅

林 智 泉

责任编辑: 李 元 萍

赵 勤

薛 允 平

展 示 设 计 精 要

中央工艺美术学院

林福厚 著

☆

北京农业大学出版社出版

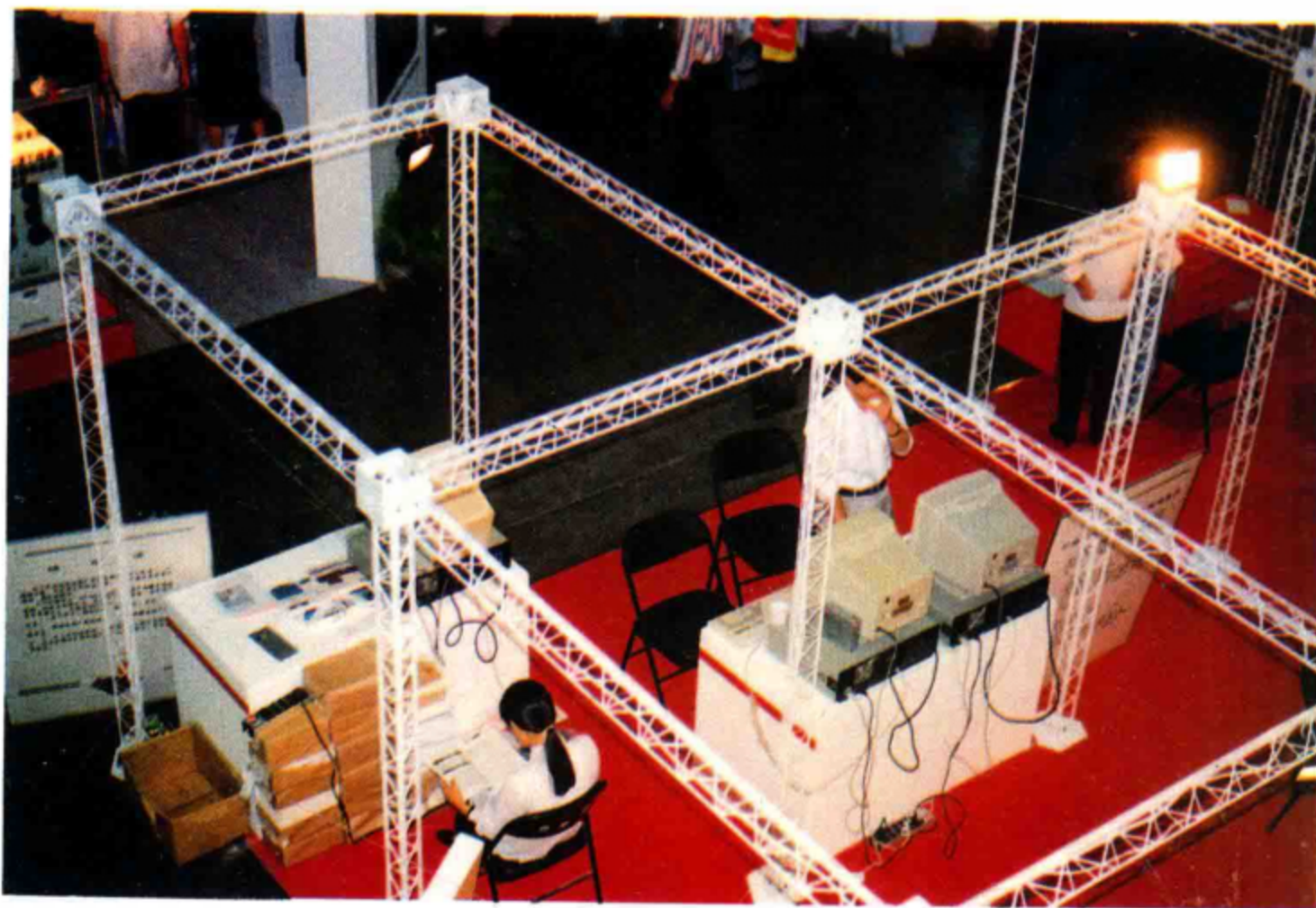
北京朝阳农校印刷厂 印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 7.25 字数: 185千字

1993年12月第一版 1993年12月第一次印刷

印数: 1~5,000

统一书号: ISBN 7-81002-577-5 定价: 15元



用特殊金属展架框定展区



环形特装摊位



用非标准展架构成的摊位



摊位顶部使用插接式管架



形态独特的摊位设计



摊位顶部的走道及洽谈区



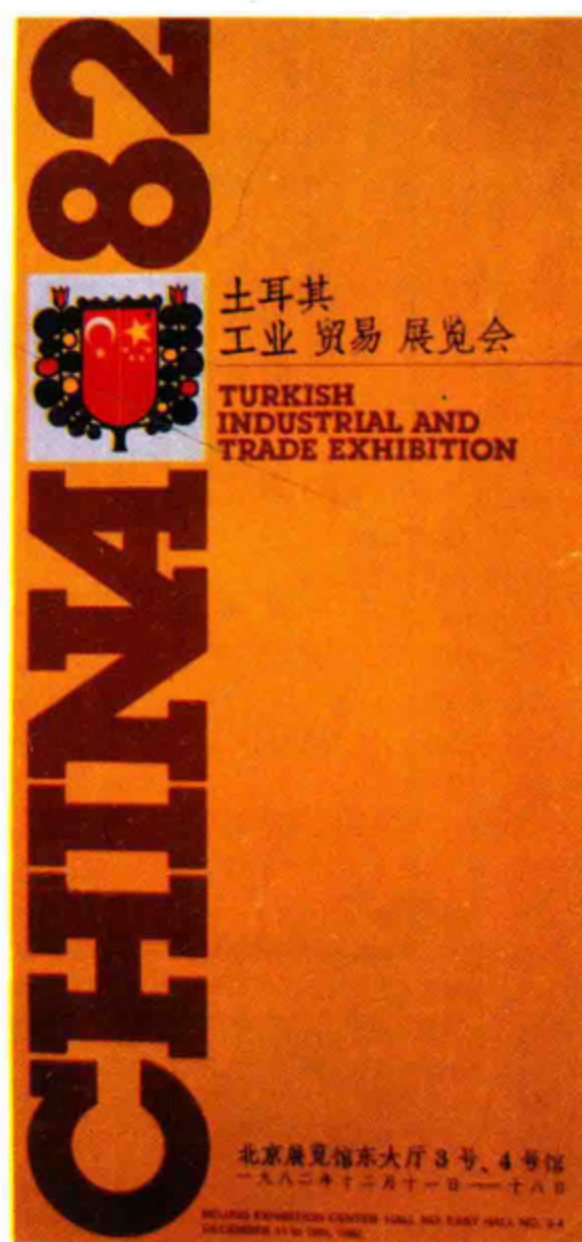
汽车展览招贴



巴西与中国展览招贴



亚洲化学展招贴



土耳其工业及贸易展览招贴



竖幅构图的参观券两例

前 言

纵观世界工业、科技和经济发展的历程，人们可以显明地看出：凡是发达的国家，都是由于高度重视和大力发展展示业，频繁地举办各类展览会，建立各类博物馆，重视橱窗设计，刺激广告创作，发展商业展示，加快信息的传递，培养大批展示设计人才，不断开发展示道具、器材和设备，开展展示设计理论、展示技术与技巧的研究，并及时地应用最新的科技成果，来提高和加强展示效果。正是因为展示业的发展，才迅速地普及了科技和文化知识，及时地提供各种信息和情报，促进了产品的更新换代和销售，不断增加外汇积累，使国家的综合国力增强，使经济、科技、工业和文化等方面都得到大发展。

在当今的世界上，许多有远见灼识的国家首脑人物，都认清了展示艺术的作用和重要性。因此，都花大力气千方百计地发展展示业：建设庞大的展览场地或开辟展览城，设置专门的展示工作机构（展览公司、展示设计事务所、展示科学研究所等），开展展示学科的研究，成立展示设计协会，在大学里开设展示设计专业，培训展示设计、施工布展和组织管理人员，研究与开发各类先进的展示道具、装修装饰材料 and 工具等，经常举办全国性、专业性或国际性的展览会，举办学术研讨会，出版展示方面的年鉴或专业报刊。所以，这些国家的展示业都很发达。

我国自建国以来，从中央到地方，虽然成立了不少展示工作机构，新建不少展览馆和博物馆、商店，配备了一些展示设计人员。但是，由于没有重视展示设计理论研究，没有抓专业人才的培养，很少有人去研制与开发先进的展示道具、装修材料与工具；也没有象样的专业刊物。所以，我国的展示业与先进国家相比，还相当的落后。

为了振兴我国的展示业，使人们，特别是各级领导重视并正确地认识展示艺术的功能和作用，尽快地培养出大批的展示设计专业人才，笔者将自己在国外学习所得、多年从事展示设计与教学的体会、大量有价值的参考资料、自己多年的研究成果，整理成书，奉献给广大的展示设计人员、攻读展示专业的学生、展示工作组织管理人员和广大的展示艺术爱好者，愿对他（她）们有所帮助和启发。

由于本人学识有限，加之时间仓促，从十五万字的讲义中，浓缩成这个简本，先用做教材。因此，论述不全面、不精细之处实为在所难免，故衷心地期望老前辈、展示设计界的同行和广大读者，能够不吝赐教。

著 者

1992年11月于中央工艺美术学院

目 录

第一章 概 述

第一节	展示艺术发展史略·····	(1)
第二节	展示设计的概念·····	(9)
第三节	展示设计艺术的本质与特征·····	(9)
第四节	展示设计艺术的范畴·····	(11)
第五节	展示艺术的功能与作用·····	(13)

第二章 展示设计的程序、原则与原理

第一节	展示设计的程序·····	(14)
第二节	展示设计的原则·····	(15)
第三节	展示设计的原理·····	(17)

第三章 展示的总体设计

第一节	总体设计的重要性·····	(31)
第二节	编好脚本是艺术设计的前提·····	(32)
第三节	怎样搞展示总体艺术设计·····	(33)
第四节	总体美术设计师应具备的素质·····	(34)

第四章 展示的各个单项设计

第一节	展示环境气氛的创造·····	(36)
第二节	展示道具设计·····	(39)
第三节	展示版面设计·····	(61)
第四节	展示标志设计·····	(79)
第五节	展示照明设计·····	(79)
第六节	展示色彩设计·····	(87)
第七节	展示装饰设计·····	(88)
第八节	其他设计·····	(88)
第九节	橱窗设计与布置·····	(89)
第十节	博物馆陈列设计·····	(94)

第五章 展示工作的组织管理

第一节	领导与组织	(95)
第二节	财经预算与后勤供应	(95)
第三节	把握进度与人员调配	(96)
第四节	接待与安全保卫	(96)
第五节	展品的征集、登记、保管与退还	(97)

第六章 传统展示用材与技法

第一节	展示常用的传统材料	(97)
第二节	传统的工艺与操作技法	(97)

第七章 展示用新材料、新工艺、新技术

第一节	包装材料丰富多彩	(103)
第二节	发光材料多样化	(103)
第三节	半透明镜子的运用	(105)
第四节	胶粘剂与涂料	(105)
第五节	电脑植字	(105)
第六节	转移印字	(106)
第七节	电脑刻字机	(106)
第八节	光电显示装置	(106)
第九节	多幕电影	(106)
第十节	凹球面屏幕投影	(107)

第八章 展品的包装与运输

第一节	展品的包装	(107)
第二节	展品的运输	(108)
第三节	拆箱	(109)

第九章 出国展览设计与施工须知

第一节	摸清展览场地情况	(109)
第二节	弄清展览场馆的各种规定	(110)
第三节	防止发生政治事故	(111)
第四节	外展要有谈判间与接待室	(111)
第五节	准备必要的足够的宣传品	(111)

第一章 概 述

第一节 展示艺术发展史略

一、中外展示艺术发展简史

早在原始社会,人们进行宗教、迷信崇拜活动所建立的祭坛、图腾、神庙或佛寺等,就是原始的博物馆,这是展示艺术的萌芽时期。

在奴隶社会,由于有了剩余和社会分工,出现了以物易物的集市,各部落将自己生产的物品摆摊展示,供外人挑选。这就是最原始的展览会。

至少从封建社会中期起,人类社会就有了展卖商品的商店,店铺有专门的牌匾、商标、招牌与广告,有摆放货物的货架与柜台。此外,还出现了收藏书画、珠宝和文物的私人博物馆。这是展示艺术自然发展的初级阶段。

到了资本主义社会,各类商店、各类博物馆增多,出现了橱窗,也出现了专门用于展示活动的展览馆,产生了种类繁多的广告,展示照明与展示道具从低级向高级发展,有了展示设计师和布置师这一行当,逐步建立和健全了展示设计理论、展具开发部门、专业性的展示设计与施工机构,各类展览会频繁地举行,出现了地区性、全国性和国际性的展示协会,有了展示专业的刊物或专集出版。这是展示艺术大发展和走向成熟的时期,展示艺术作为一门专业学科,已被公众承认。不少国家的艺术与设计院校都设立了展示设计专业。

我国展示艺术的历史悠久,早在隋炀帝时期,就举办过大型的国际性商业贸易博览会。自那时起,各朝代的商业、集市贸易都很发达。为少数人服务、专门收藏图书、珍宝与文物的馆阁,也出现得很早。公元十二世纪,我国的西安碑林建立起来。清末有了正式的博物馆与展览会。1905年,在南京市曾举办我国首届全国性的博览会。北京的故宫博物院于1919年开放。从20世纪的20年代起,我国开始营造专用的博物馆和展览馆。1934~1937年间,青岛水族馆、上海博物馆和南京博物馆建成,并在南京博物馆举办了《中国建筑展览会》,共展出古代和近代的建筑模型、图纸、材料和工具等一千多件。抗日战争以前,曾在杭州举办过全国性的《西湖博览会》。国民党统治时期,曾举办过两次大型的美术作品展览会。中国共产党早在革命战争年代,就注重用绘画展览的形式,对民众进行思想政治教育。1939年,在革命圣地延安,曾举办过《陕甘宁边区工业展览会》。在抗日战争期间,在延安和各解放区,都举办过“建设展览会”和“劳模展览会”,对宣传解放区建设成就、支援前线、发展生产和普及科学文化知识等,都起了巨大的作用。中华人民共和国成立以来,从中央到地方,改建和新建了大量的博物馆、展览馆、各类商店与商场,组织了大量各类的展览会和博物馆陈列,我国先后参加了许多国际博览会,在国外也单独举办了许多展览会,外国来华的各类展览会日异增多。我国还在国内举办许多国际性的各类专业展览会,成立了许多专门的展览工作机构,造就了一大批展示设计人才队伍,也有人在研制开发展示道具,在大学里设立了展示设计专业。虽然我国的展示业与国外相比,还比较落后,但发展的前景是美好的。

在古希腊、古罗马、古埃及、巴比伦和古拜占庭,很早就建立了博物馆。在欧洲文艺复

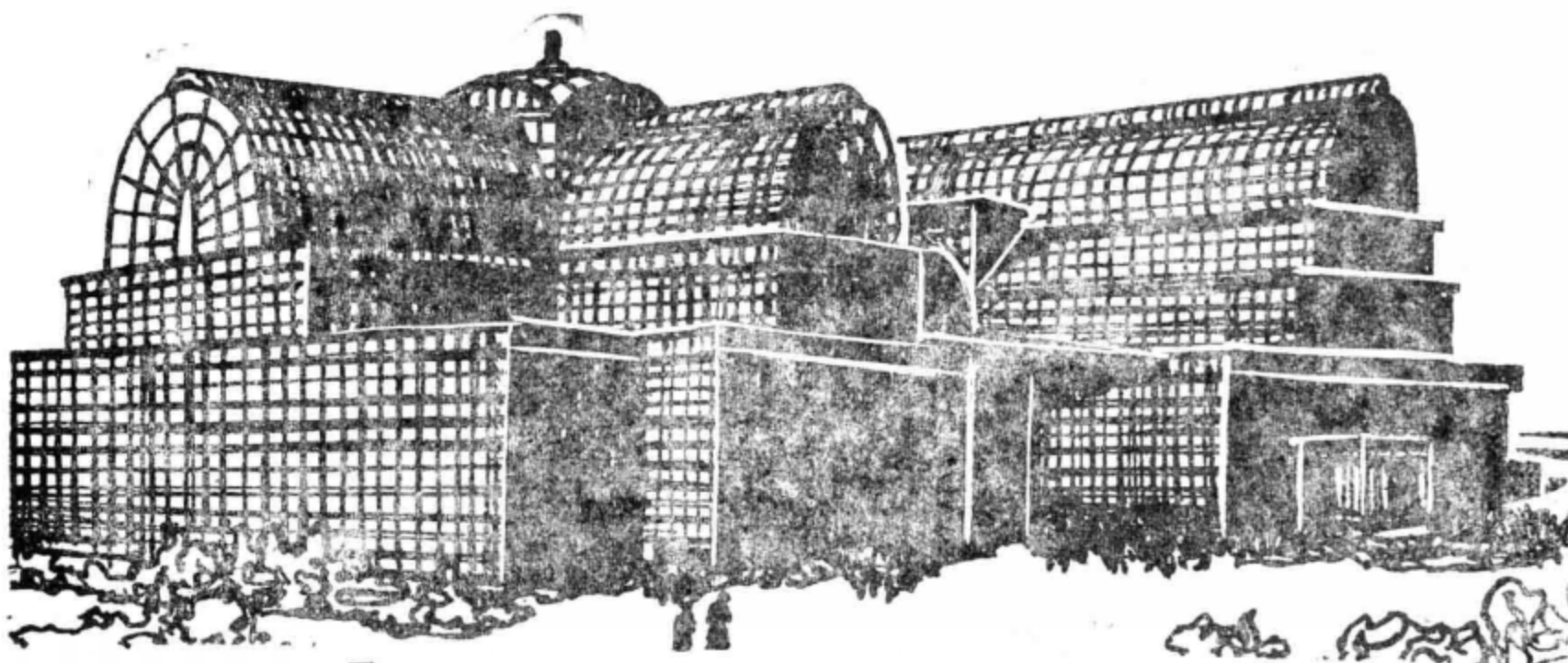


图 1-1 1851 年首届世界博览会展馆——“水晶宫”

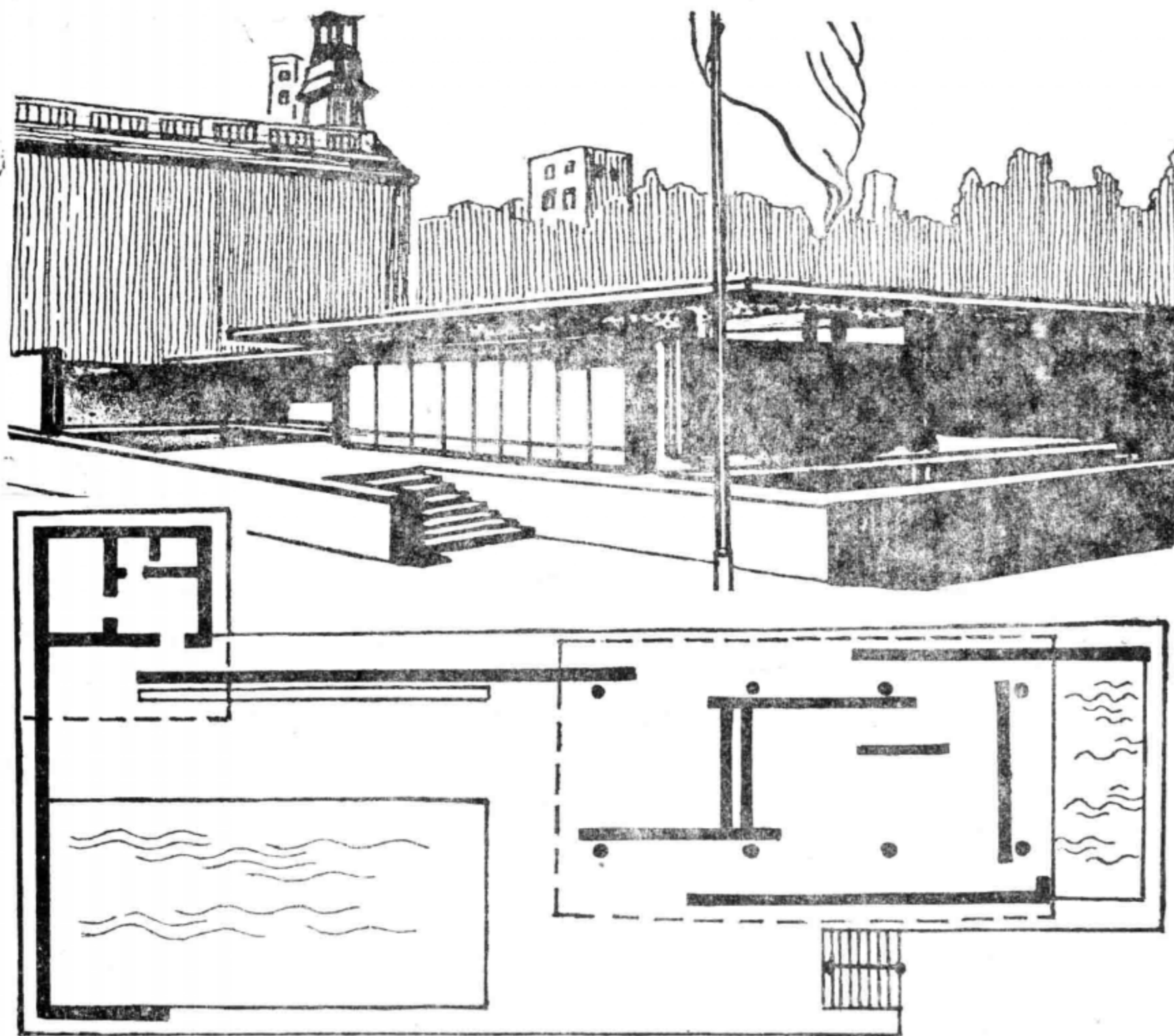


图 1-2 1929 年巴塞罗纳“国际博览会”德国馆平面图及外观

兴以后,集市与庙会增多。公元18世纪以后,随着资本主义的发展,各类博物馆、展览馆不断增加。自19世纪以来,各类国际性的展览会日异频繁,橱窗设计与照明以及展示道具都得到重视与发展,成立专业协会,进行学术交流,出版展示设计年鉴与专著,重视培养展示专业干部,使欧美国家在展示业中居于世界领先地位。欧洲的正式展览会是在1799~1800年首先在法英两国开始举办的。第一届世界博览会是于1851年在英国伦敦举行的。(见图1—1)1876年,在美国的费城举办的世界博览会上,各参展国家单独设计、建造独具风格的展览馆,自此这种习俗一直沿续至今(参见图1—2)。1927年,在德国的斯图加特举办的国际工业展览会,按著名建筑师的设计建造住宅楼,内部的房间装修、家具、设备与装饰陈设品等,都是经过专门设计和挑选的,开创了“样板间陈列”的先例。1937年,法国一发明馆首次采用开放式陈列,允许观众触摸展品和操纵设施,开创了现代科技馆的先河。1938—39年间,在美国的纽约市,举办了“世界商业博览会”。其中的芬兰馆展示设计具有深远影响和划时代意义:运用三层出挑并向前倾斜的展墙,另一面的二层平台上布置咖啡座,独特新颖,极为吸引人(见图1—3)。巴西展览馆设计也很有特色。1951年,在意大利米兰市举办的“国际艺术三年汇展”、1952年在瑞士的巴塞尔城举办的“最好的形式”展览会、1955年在美国纽约市举办的“国际现代建筑回顾图片展”、1958年在比利时的布鲁塞尔市举办的世界博览会、1961年在苏联莫斯科的古代跑马场举办的《捷克玻璃展览会》、1978年在日本东京市举办的《世界宇航博览会》、1982年在美国的克诺克斯维尔市举办的《国际能源博览会》、1985年在日本筑波城举办的《国际科学技术博览会》和1989年在日本名古屋市举办的《国际设计博览会》等,在展示形式、平面布局、展示技巧和展览馆造型设计等方面,都有很多创新(见图1—4至图1—6和图1—8)。美国的古根海姆博物馆和惠特曼美术馆的设计,也很有特色(见图1—7)。

二、近年来国外展示设计的发展趋势

从国际范围看,近五、六年来,在展示设计上的趋势,有以下六种倾向:

1.从1985年起,展览会的平面布局,由以往的封闭式格局,逐步改成开敞式的,显得活泼、自然,使观众参观更方便。例如,打破了 $3\times 3\text{m}$ 或 $3\times 4\text{m}$ 的“国际标准摊位”的框框,按实际需要,灵活、自由地来布置,取消部分镶板,让观众穿过展架走到展区里来。也不用栏杆围护,而是把观众请到展区内或摊位里,先为观众表演、服务,然后再谈生意。还有,谈判间不再是封闭、隔绝的,而是只用矮墙或花槽分隔一下,或者是完全敞开的,让人看清有人正在谈生意。有些国际性的博览会办成庙会式的,类似我国的物资交流会或骡马大会,展览场内有各类设施和服务项目(饮食、游艺、歌舞、弹奏、服装表演、洗理和各类商品展卖等)。

2.展览会的陈列高度打破了“统一标高”的限制。原来把展墙、展柜和展架的高度限定在2.2m或2.4m,服务台和展区围墙高限定在1.5m。现在则是根据实际需要,各展团自由确定本展区的展墙、展架、展柜、服务台和围墙的高度,低的一般是0.8m,高的可达到8m。

3.千方百计地吸引观众、招徕顾客。例如,在纯机械工业展区内,举行定时的服装表演;在展区或摊位里,设立酒吧或招待厅,请观众入内,有专职的服务小姐来敬酒或咖啡(服务小姐会多种语言),或赠糖果、小礼品给观众,或发送宣传资料(样本、挂历、旅游地图等),促使顾客谈生意或购物;将展区或摊位设计得尽量醒目和吸引人,在造型上多为特装

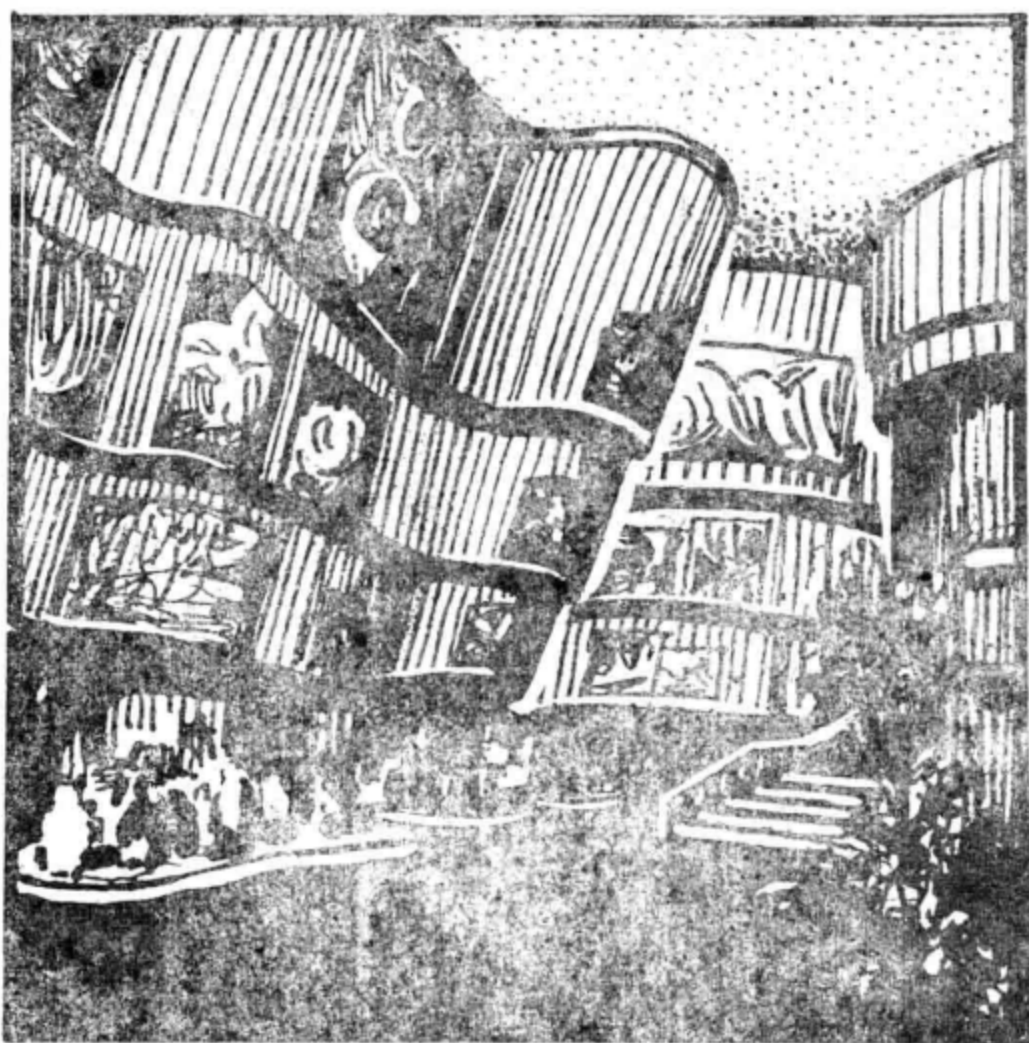
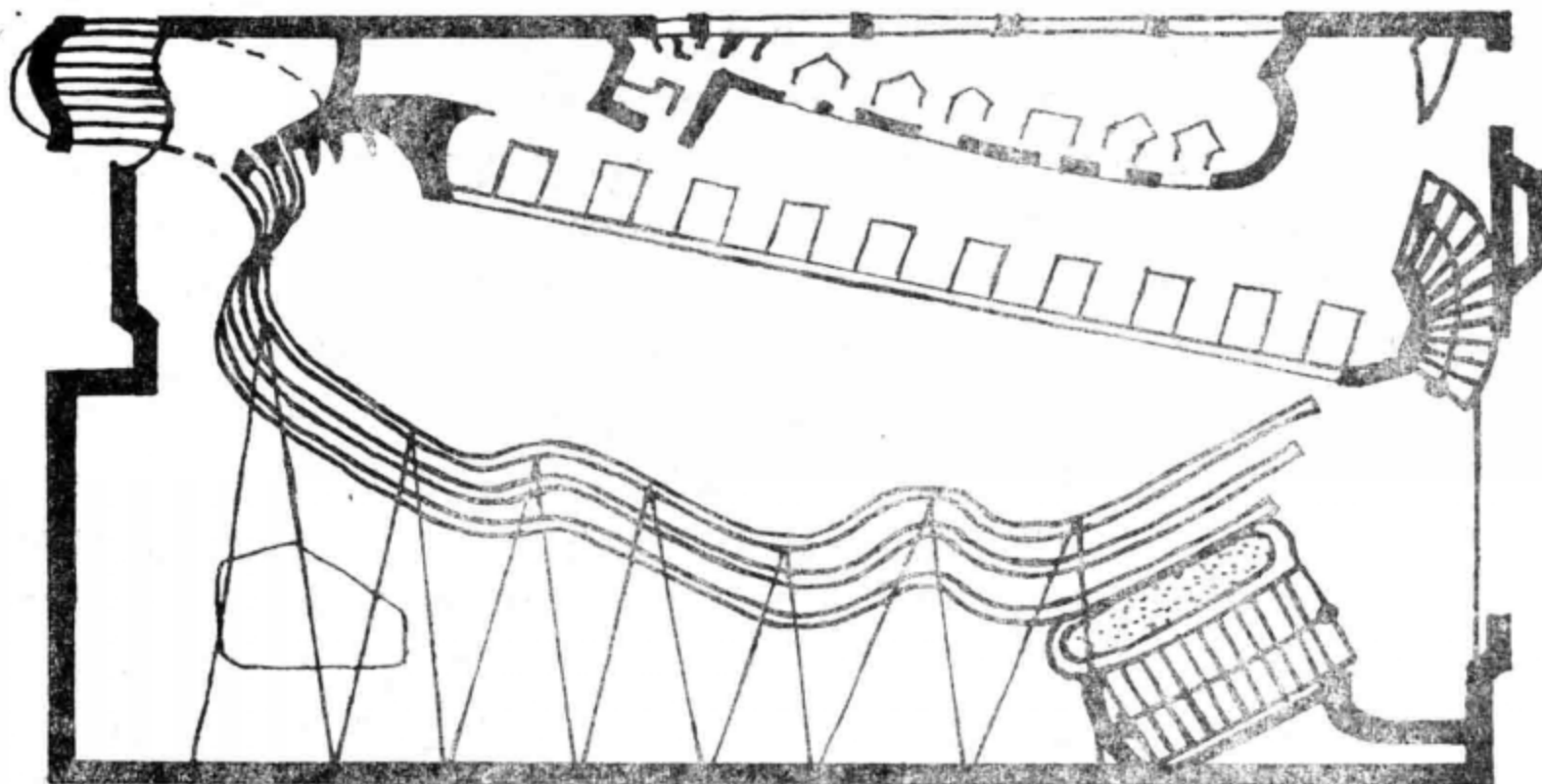


图 1—3 1938 年纽约“世界商展”上的芬兰馆平面图、馆内曲面展墙

设计,在色彩、照明、装饰与布置手法上,力求别出心裁、独具特色,以便引人注目;甚至用真人扮演机器人,来表演或发放宣传资料;用在场外由真人演奏、宣讲,而在远处的展区或摊位里发出较大声响的测控装置,以便吸引观众到该区或摊位参观;等等。

4.利用声光电技术来展示。例如,普遍使用组合录相、大屏幕或多屏幕显示,来介绍展品或一个国家(地区)的风土人情、名胜古迹;用与众不同的照明方式与手段,来突出自己的展区(摊位)或展品;采用热感应的光电技术,做到观众每到一处,展墙或摊位里就自动出现幻灯片、图表与说明文字,或在展厅地面里做出灯光地图,或使用电动模型;用激光技术,使展厅有五颜六色的变化,或打出图形和文字。

5.使展品的展示“生活化”和“现场化”。例如,将机械、仪器布置成在车间或实验室里的使用状况,给人强烈的临场实感;将各类生活用品布置在生活气息很浓的“样子间”里,并配上活人当演员(女士扮主妇在厨房切菜,或在起居室里打毛衣等),展示效果更好。

6.让观众动手操作、体验,引起观众的兴趣。例如,让观众试用,以便了解产品的功能特点、与众不同之处,还可以让观众将产品拆开,以便了解产品的结构。这种办法促销效果好、能吸引顾客。

当然,除了上述值得肯定和借鉴的倾向外,也出现一些不良的倾向:一是只重商业性,不重视展示的艺术设计;二是追求奇特怪诞,令人望而生畏和恐惧不安。

三、一国和国际性的展示组织机构

做为一国性的展示组织机构,最早产生于英国。公元1888年,英国在世界上第一个成立了“美术与工艺展览协会”,承接展览设计、施工布展,广泛地联系着设计师,组织学术和经验交流。对英国的经济和科技发展做出贡献。

在本世纪20年代,日本成立了“博览会俱乐部”,编辑出版了一些展览会史料。后来,日本又成立了“展示科学研究所”和“全日本展示设计协会”、“日本展示业联合会”,各地建立分会;出现了大量的展示设计公司或设计事务所,对日本的经济、科技、文化起了推动作用。

在德国,属于全国性的博览会与展览会股份有限公司、地方性的博览会有限公司以及专业性的博览会有限公司有20个,还有德意志大型博览会联合会,在促进德国经济与科技发展方面,起到了很大的作用。

做为国际性的展示组织机构,是“国际博览会联盟”(UNION FAIR INTERNATIONAL,缩写为UFI),它成立于1925年,总部设在法国巴黎,目前拥有57个国家的104个会员单位,每年在世界各地的118个城市里,组织并举办约390个博览会(或展览会)。它是联合国工业发展组织的联系组织,与关税及贸易总协定机构有着密切的联系。凡是被它承认和接纳的展示组织,80%以上是专业性的或专题性的博(展)览会(或展览中心)。盟员单位绝大多数在欧洲,亚洲、非洲和美洲的盟员单位则较少;亚洲只有中国、日本、印度、印度尼西亚和新加坡等国的十余个展览组织,获得了国际博览会联盟的盟员资格。国际博览会联盟为盟员单位提供信息,建立档案,主办讲座与学术研讨会,研究解决盟员单位在组织展览活动中出现的问题。此联盟机构在促进各国经济发展、科技进步、提高各国人民的物质文化水平等方面,起到了和正在发挥着巨大的作用。