

设计

“十四五”普通高等教育艺术设计类系列教材

# 展示设计

Exhibition

姜立善 著



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn



“十四五”普通高等教育艺术设计类系列教材

# 展示设计

姜立善 著



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn

· 北京 ·

## 内 容 提 要

“展示设计”课程是环境设计专业的必修课程，本教材依据高校专业教学目标要求，结合展示项目设计实例和大量图片，全面系统地介绍了现代展示设计原理、设计方法、材料与工艺以及高新技术应用等内容。全书共11章，内容包括：展示设计概述，展示设计的基本原理，展示空间设计与人体工程学，展示空间的设计，展示空间色彩设计，展示空间版面设计，展示空间照明设计，展示材料与新技术，展示道具，展示陈列与展示工程施工，展示空间设计表现技法。

本教材可作为高等院校环境设计、展示设计、工业设计等相关专业的教学和自学用书，也可作为展示设计等相关行业从业人员的培训用书。

### 图书在版编目（CIP）数据

展示设计 / 姜立善著. — 北京：中国水利水电出版社，2021.2 (2021.8重印)  
“十四五”普通高等教育艺术设计类系列教材  
ISBN 978-7-5170-9445-6

I. ①展… II. ①姜… 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(2021)第036497号

书 名	“十四五”普通高等教育艺术设计类系列教材 <b>展示设计</b> ZHANSHI SHEJI
作 者	姜立善 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn
经 售	电话: (010) 68367658 (营销中心) 北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	中国水利水电出版社微机排版中心
刷 印	北京科信印刷有限公司
规 格	210mm×285mm 16开本 9.5印张 235千字
版 次	2021年2月第1版 2021年8月第2次印刷
印 数	3001—8000册
定 价	<b>65.00元</b>

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

# 前言

---

展示设计不仅是一种传播手段，还是现代化城市规划布局中的重要组成部分。因此，展示设计是人对城市环境的再创造，是一门空间与场地的规划艺术，是联系人与产品、人与社会、人与环境的艺术形式。它是融科学技术、社会经济发展为一体的综合学科，涉及环境设计、工业设计、视觉传达、材料科学、工艺设计以及人体工程学等多个学科，表现出较强的交叉性、包容性及综合性。展示设计可全方位调动人的感官，观众在展馆中可视、可听、可嗅、可触摸、可体验。随着时代的发展和科技的进步，展示理念、表现手段和工艺技术都有了新的发展，展示艺术与社会文化和经济同步发展，并发挥了不可替代的作用。

展示设计是在系统观念的指引下，以创造作为出发点，以获得效益为目标，在形象思维和逻辑思维的交替过程中，寻找突破点，去创造多维结构思维模式下的现代市场艺术形态，以满足人们的生活需求，成为企业开拓并占领市场的有力沟通工具和有效宣传手段。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配套教材，《展示设计》一书力求从展示设计的本质原理为切入点，对学生进行展示设计训练和指导。本书重在强调展示设计创造性思维的培养，并注重创新性与实践性的结合。

本书结合丰富的图片资料，力求做到结构合理、条理清晰、语言简洁、深入浅出地阐明展示设计中各方面的关系，并富有可读性；对读者的设计实践起到指导作用。

本书在编写过程中，参阅和借鉴了国内外展示设计及相关学科的诸多研究成果，在此对参考文献的作者表示衷心的感谢！教材各章的作品欣赏均为笔者指导的学生优秀作品，在此也对这些作品的作者表示感谢！

由于笔者水平有限，加之时间仓促，书中错漏在所难免，望专家和广大读者批评指正。

齐鲁工业大学艺术设计学院 姜立善

2021年1月

# 目录

---

前言

<b>第一章 展示设计概述</b> .....	1
第一节 展示设计的概念、本质和特征 .....	1
第二节 展示设计史略 .....	3
第三节 展示设计的分类与研究范畴 .....	8
<b>第二章 展示设计的基本原理</b> .....	13
第一节 展示内容和展示形式 .....	13
第二节 展示设计中形式美的造型要素的运用 .....	14
第三节 展示设计中形式美法则的运用 .....	18
第四节 展示设计的一般程序 .....	25
<b>第三章 展示空间设计与人体工程学</b> .....	28
第一节 展示空间中的人体尺度 .....	28
第二节 展示空间中的视听关系 .....	32
第三节 展示设计中的心理因素 .....	36
<b>第四章 展示空间的设计</b> .....	38
第一节 展示空间的特征及构成形式 .....	38
第二节 展示空间的设计方法 .....	48
第三节 展示空间设计的艺术化处理手法 .....	54
<b>第五章 展示空间色彩设计</b> .....	59
第一节 展示空间色彩设计原理 .....	59
第二节 展示空间色彩特性 .....	64
第三节 展示空间色彩设计方法与步骤 .....	67

<b>第六章</b>	<b>展示空间版面设计</b>	70
第一节	展示版面设计的基本原理	70
第二节	展示版面的功能与形态	75
第三节	展示版面的文字设计	79
第四节	展示图片与展示图表设计	80
<b>第七章</b>	<b>展示空间照明设计</b>	85
第一节	展示照明设计的基本原理	85
第二节	展示空间光造型原则	90
第三节	展示照明的应用	92
<b>第八章</b>	<b>展示材料与新技术</b>	95
第一节	现代展示设计常用材料	95
第二节	展示设计中的新媒体和新技术	101
<b>第九章</b>	<b>展示道具</b>	108
第一节	展示道具设计原则	108
第二节	展示道具分类	109
<b>第十章</b>	<b>展示陈列与展示工程施工</b>	118
第一节	展示陈列设计基本原则	118
第二节	展示陈列设计程序与方法	121
第三节	展示的动态陈列	126
第四节	展示工程施工流程与工作安排	129
<b>第十一章</b>	<b>展示空间设计表现技法</b>	131
第一节	展示设计表现形式	131
第二节	展示效果图手绘表现技法	134
第三节	计算机辅助设计	140
第四节	展示设计模型	142
	<b>参考文献</b>	146

# 第一章 展示设计概述

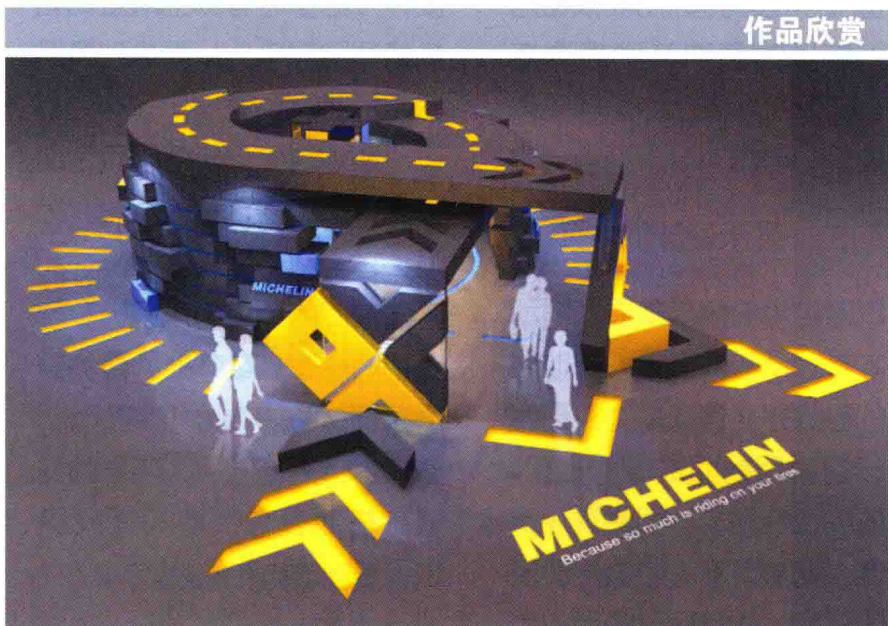
## 第一节 展示设计的概念、本质和特征

### 一、展示设计的概念

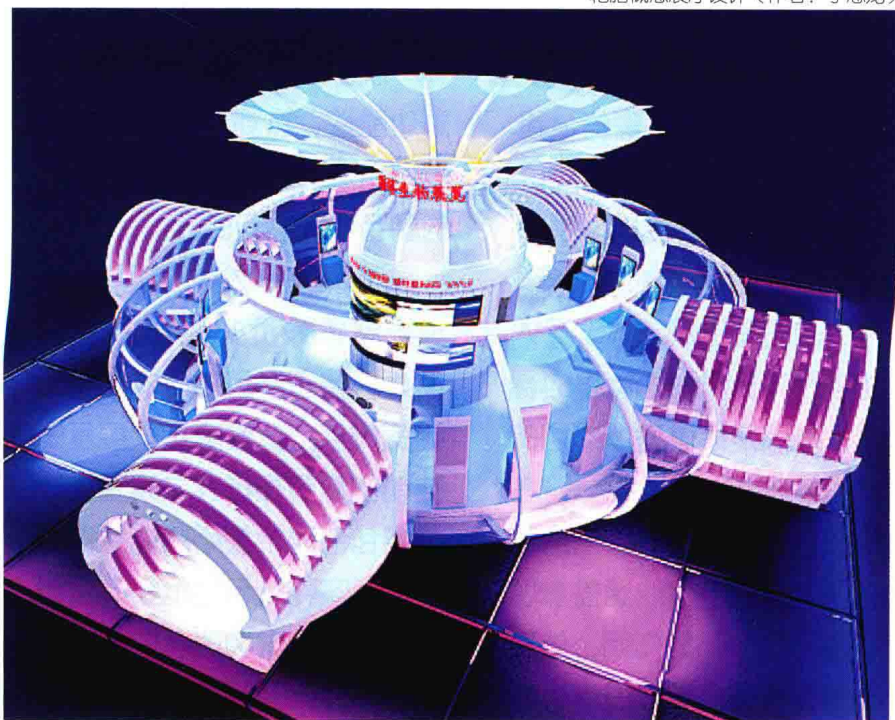
展示设计是一个有着丰富内容、涉及领域广泛并随着时代的发展而不断充实的课题。就字面意思而言,展示有展出、陈列、示范、体现的意思。“展示”一词的英文为“display”,源于拉丁语“diplico”,意为展现事物的状态和行为。展示的概念是展览概念的扩展。展览,是指将物品陈列出来供人们观看的行为或活动。展示活动是公众参与的活动,公众在接受信息的同时反馈信息,是信息交流与传递的主体。

我们对“展示”一词及其涵盖的范围的理解应该更为广阔:凡是人类视觉感官能够接受的一切行为和一切具有形态的事物,都是展示的内容。也就是说,展示活动是一种通过视觉传达信息的广义形式。展示作为一门学科,其核心是展示设计,而展示设计的中心任务是对展示空间环境的再创造,即采用多种视觉传达手段

作品欣赏



轮胎概念展厅设计(作者:丁志龙)



海洋生物概念展厅(作者:孙萍)

和艺术形式，借助特定的道具设施，将广泛的信息和内容，艺术地展现在公众面前，以期对观众的心理、思想与行为产生一定的影响。展示设计主要包括总体设计、空间设计、版面设计、色彩设计、采光与照明设计、陈列与道具设计、展示施工布展等多个环节和内容。它通过多种艺术表达方式，创造符合展示特点的视觉形象。

## 二、展示设计的本质

对信息的需求是展示活动的本质。从本质上看，商业展示的目的是促销，是为实现商家的营销目标而进行的直接、有效的宣传活动。即便是在博物馆、美术馆等一些文化性较强的场所，展示活动的目的也是宣传，扩大影响，以期取得良好的社会效益。

展示活动是以高效、直观、形象地传递信息和接受信息为根本宗旨的。这种将展品展出，供人们观看（或操作、体验）的活动形式，体现了人们相互交流、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，更是观者对展品认知、认可、认同的过程。因此，它平等地涵盖着展示方与观者的互动作用，体现了展示设计不仅要注重传达信

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。

因此，展示设计在展示方和观者之间搭起了一座桥梁，承担了沟通者的角色。它还通过传递信息、宣传展品来树立形象，提高展品地位和知名度，并把参与者的主动意识和热情调动起来，从而达到最终的展示目的。

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

## 三、展示设计的特征

展示设计的特征主要表现为功能性、直观性、时空性和表现手法的综合性与展示对象的参与性 5 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。展示设计的内容广泛性决定了展示的功能的复杂多样性。展示设计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等的设计。要调动一切展示艺

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，照明设计如果不能突出产品的色彩、质感和造型，不能创造良好的空间氛围，即使灯光再光怪陆离，也是失败的设计。所以说，展示设计是有计划、有目的、符合逻辑地将展示的事物和内容艺术化地展现在观众面前的一种设计方法。

### 2. 展示设计的直观性

通常情况下，展示设计都是以直观形象的形式来反映展示内容的。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形式，形象、直观地表现展现物的内容，而不是抽象地进行论述。即便是以政治、法律等意识形态为主题的展示，也要把这些理论、概念加以提炼和浓缩，使之变为具体可见的典型人物或事件，从而更直观地加以展示。直观性是展示设计具有鲜明性、生动性和吸引力的前提。

### 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，它是一系列不同形态、不同功能和多种空间形式的组合体，是多维的空间艺术设计。展示空间是流动的空间，充

满着人群和信息的转换。整个展示活动过程的完成是一个时空转换的过程，它优越的时空性能使观者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。

#### 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。展示设计是各类视听艺术、建筑艺术和表演艺术的结合体，也是多种科学技术的综合运用。展示设计中的视听艺术包括设计、绘画、音乐、雕塑、摄影、幻灯片、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、装饰技术、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，展示设计是一门涉及多学科的综合性的学科。

#### 5. 展示对象的参与性

展示设计要充分体现观者的参与性，没有观者的参与，展示活动就失去了意义。展示设计只有为观者提供最充分、最优化的展示环境，提供最开放、自主的景观和路线，充分

展示展品的特点、性能，吸引和激发观者参与展示活动的兴趣，才能促进展示方和观者双方的交流；展示设计还应该为观者的参与提供最恰当的空间和氛围，如此才能更好地发挥展示活动的功能。所以说，展品与观者是展示活动中不可或缺的要害。

## 第二节 展示设计史略

### 一、展示艺术的萌芽与演变

展示与人类的生活有着十分密切而又广泛的联系，人类在物质与精神上的一切交流无不与展示活动联系在一起。现代展示设计的理念形成于20世纪末，而人类对展示设计的应用却要比这个时间早很多。

#### 1. 远古时代

早在远古时代，人们的图腾崇拜和祭祀鬼神活动，就已经体现着原始的意念传达展示形式。当时，人们将商品直接裸摊在地，并有意识地分类陈列。后来，还出现了专门摆放商品的摊床，形成了最初的商品展示和展销会的雏形。不难看出，展示设计从一开始就在物质和精神两大领域内相互交织、并存和发展。

#### 2. 封建时期

封建社会时期的展示形式，主要体现在宗教活动和商业活动两大方面。宗教活动的展示形式包括官方和民间的宗教艺术，庙宇、神殿、教堂和石窟等的修筑也曾一度达到空前绝后的极盛时期。此时，达官贵人的生活中也出现了以收藏珍品古玩、书籍等为主要目的的展示活动，包括专业博物馆、官邸和私宅的博古架的陈列等。

商业活动的展示形式主要体现在店铺促销和集市贸易等方面。一些店铺为了促销，开始进行商品宣传展示活动。从我国四川广汉出土的东汉市集画像砖中，可以清晰地看到当时的店铺主人通过实物陈列和口头叫卖招徕顾客的情景。南宋吴自牧著《梦粱录》中，曾详细地描述了南宋都城临安城内各店铺丰富多彩的店面展示和商品陈列的场面：“自五间楼化，至官巷南街，两行多是金银盐钞交易铺，前列金银器皿及现钱……纷纭无数”。当时的餐饮店铺“其门首，以枋木及花样沓结缚如山棚，上挂半边猪羊，一带近里门面窗牖，皆朱绿五彩装饰，谓之‘欢门’”。“汴京熟食店，张挂名画，所以勾引观者，留连食客。今杭州城茶肆亦如之，插



图 1-1 文字招幌

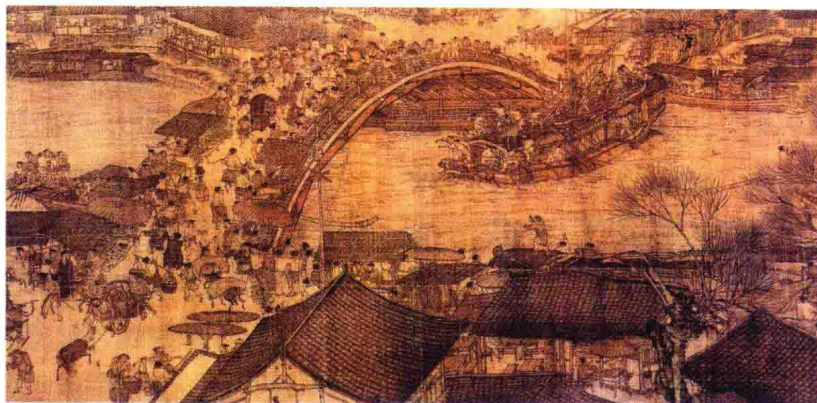


图 1-2 《清明上河图》(局部)

四时花，挂名人画，装点店面……又有挂草葫芦、银马勺、银大碗，亦有挂银裹直卖牌”。后来，这类广告形式发展为以商品实物、商品模型或文字招幌（图 1-1）等悬挂于门首前，作为一种营业标志。在张择端的《清明上河图》（图 1-2）中，可以清楚地看到一些店铺、商行以及以个人

姓名命名的店面招牌，例如行医兼卖药的“赵太丞家”“王员外家”“刘家上色”等，同时还可看见有的店面装饰已经非常讲究。

### 3. 近代资本主义时期

近代资本主义时期的展示艺术，在文化方面，主要体现在各类博物馆的建设和文化艺术性的展览活动上；在经济方面，主要体现在国际展览会的产生和发展、商场店铺的营销活动和包括包装广告在内的视觉传递系统设计的产生和应用上。

近代中国由于资本主义商品的输入和民族工商业的发展，陆续出现了许多新的商业展示形式，例如，路牌广告、霓虹灯广告、街车广告、报纸杂志广告以及其他印刷品（样本卡、月份牌等）广告（图 1-3）相继在上海、

天津等城市出现，广告公司相继成立。

清朝末年，我国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；从 1920 年起，我国开始营建博物馆和展览馆。1934—1937 年，青岛水族馆、上海博物馆和南京博物馆正式建成，并在南京举办“中国建筑展览会”，共展出古代及近代建筑模型、图纸、材料和工具等 1000 余件。

## 二、现代展示设计的确立与发展

英国工业革命不仅极大地提高了生产力，而且有力地促进了展示活动的发展。由于传统的集市和庙会等不能适应大规模的工业产品展示，博览会便应运而生，继而成为主要的商业展示形式。

国际博览会的产生是近代工业生产发展和资本商品投入



图 1-3 月份牌

国际市场竞争的结果。1851 年的首届世界博览会，开创了展示设计的历史新纪元，正如恩格斯所评价的“1851 年的博览会，给英国岛国的闭塞敲响了丧钟”。同时，它也标志着现代展示设计学科开始形成。

作为第一次工业革命的先导国家，英国对机械的广泛应用引起了手工业作坊向工厂制的巨大转变，产生了以机器制造、煤炭、冶金、交通运输等为行业系统的新兴工业部门。为了显示工业革命所取得的巨大成就，英国政府于 1851 年在伦敦海德公园举办了首届国际博览会。所建会馆被誉为“水晶宫”（图 1-4），由英国女王的丈夫阿尔伯特亲王主持并筹建，由英国著名园艺师约瑟夫·帕克斯顿按照伦敦温室架构的建造原理，采用铁框架和玻璃组装而成，空间开阔、通体透明，象征着工业革命的成果。“水晶宫”是一座巨大的建筑物，覆盖面积约 7.8 万  $m^2$ ，长 1851 英尺（约 564m），宽 456 英尺（约 124m），高 66 英尺（约 20m），共展出各国展品 1.4 万件，包括机械、冶金、化工产品及日用产品等。自 5 月 1 日开幕至 10 月 15 日闭幕的 160 余天里，博览会共接待包括欧洲各国、美国、加拿大、

中国、印度等国家的参观者达 600 多万人次，盛况空前，在当时可谓史无前例。这是人类历史上第一次国际性综合博览会，获得了巨大的成功，这次展览的举办对人类的展示活动产生了深远的影响。

在场馆的设计中，新材料、新技术的运用起到了非常重要的作用。“水晶宫”显示了大规模地采用工业化预制装配建造法的优越性。同时，“水晶宫”的建筑形象向人们展示了一种新的建筑美学理念，它揭开了现代建筑发展史上崭新的一页。建筑师们开始大规模采用金属、玻璃等新型建材和新的结构形式，探索工业化时代的建筑设计。也正是这种形式的博览会的出现，使人们在此后几年里对资讯传播

与交流媒介的需求空前的强烈，于是展览活动的形式被固定下来。

通过首届国际博览会，人们看到了工业革命给人类生产和生活带来的巨大而深刻的影响。世界为之震动，许多国家和地区借机投入到工业革命之中。所以，1851 年国际博览会具有新产业革命加速器的特点。此后，各种国际博览会如雨后春笋般在世界各地蓬勃发展。

1876 年，在费城举行的美国独立 100 周年博览会上，物理学和教育学受到重视，贝尔发明的电话机、打字机、缝纫机等博得赞誉。此外，自从该届博览会宣传了冰淇淋、苏打，这两种物品在美国甚为流行。自此，世界博览会也成为

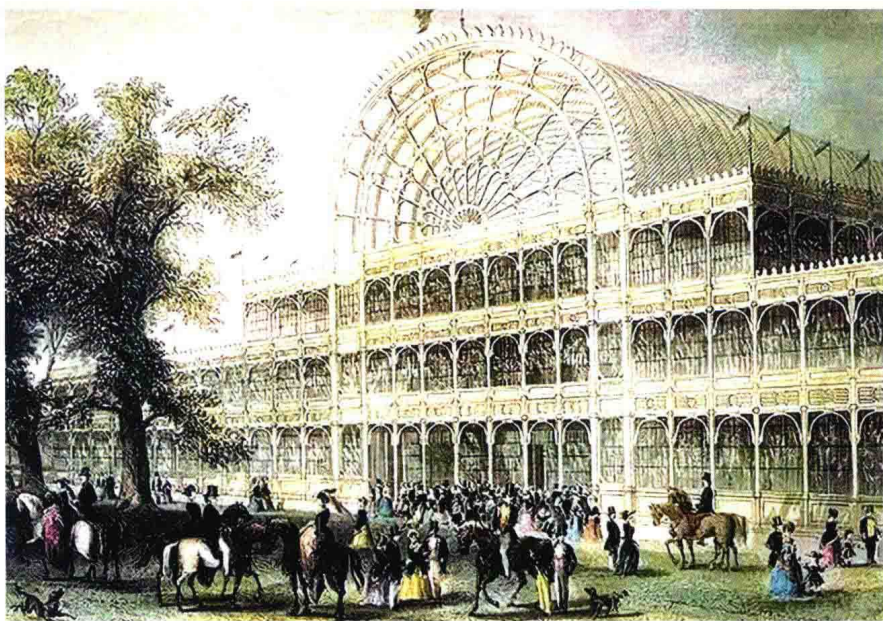


图 1-4 水晶宫

流行物品的发源地。

1889年，在巴黎举行了万国博览会，它是为纪念法国大革命100周年而举办的博览会。本届博览会的标志建筑——埃菲尔铁塔（图1-5）后来成为巴黎的标志性建筑。在此次博览会上，磁石发电机、电动机和电灯首次亮相。

1915年，美国政府为了庆祝巴拿马运河通航，在旧金山市举办了31个国家参加的巴拿马万国博览会（图1-6和图1-7）。这次盛会从2月20日一直开到12月4日，接待参观人次1800万。当时的中国政府非常重视这次博览会，不仅成立了专门的事务局，还让各省都进行筹备，参展产品达10万余种，占整个博览会展品的50%以上；获得奖牌1200余枚，居参赛各国之首。但这次博览会也暴露了中国的不足，中国的展品大多是酒、茶叶和丝绸等，这些吃的穿的无法和科技含量高、能代表国力的飞机、汽车、起重机等相比。



图1-5 埃菲尔铁塔



图1-6 1915年美国巴拿马万国博览会



图1-7 巴拿马万国博览会上的奖章

1937年，在巴黎艺术和技术博览会上，毕加索创作的抗议纳粹分子对格尔尼卡市进行惨无人道的轰炸行为的作品——《格尔尼卡》（图1-8）成为大众话题。在这次展览会上，还展出了汽车、飞机等交通工具的新产品。

1939年，为纪念美国首任总统华盛顿就职150周年，美国政府在纽约举办了世界博览会。这次世博会的象征物为230米高的三角形纪念碑和直径60米的环体。

1958年，布鲁塞尔万国博览会第一次提出了如何使“科学与人类共存”这一议题。博览会的象征物是将 $\alpha$ -铁的结构放大2000亿倍形成的原子模型——原子塔（图1-9）。

1962年举办的西雅图博览会首次利用计算机技术，根据住宿设施、天气状况等数据预测入场人数，预测数据与统计的实际数据相近。这次博览会揭开了计算机及其技术大发展的序幕。

1964年，在纽约世界博览会上，初次公布于众的核融合实验成为本次博览会的课题。

1975年冲绳国际海洋博览会是第一次以海洋为主题的世界性专题博览会，会场分渔业、民族历史、科学技术、船等四个展区，展示了美丽的大海、保护自然、开发资源等充满希



图 1-8 《格尔尼卡》



图 1-9 原子塔

望的海洋的未来景象。

1985 年日本筑波国际科技博览会的主题是“人类、居住、环境与科学技术”。此次博览会超越了国家和民族、政治和文化以及风俗习惯等方面的界限，突出了以发展为目的

的国际性合作日益加强的主题，故被誉为“人类的盛典”。

从 1851 年首届博览会举

办至今，历届国际性博览会均显示出人类的巨大创造力，显现科技进步，同时也推动了人类社会的发展。

时至今日，伴随着三次工业革命、150 多年的社会发展历程，规模宏大的世界博览会在人类史上留下了深刻的印记，显现了人类社会第一次工业革命、始于 19 世纪 40 年代的第二次工业革命和 20 世纪初以电力、化工、汽车制造发展为标志的第三次工业革命，以及进入 20 世纪末的以电脑、遗传工程、激光、海洋生物开发、纳米技术应用为特征的新技术革命的成果。1851—2000 年各届世界各国举办的规模宏大的博览会，以及于 2010 年在我国上海举办的世界博览会（图 1-10 和图 1-11），犹如多角度的光影，映射出世界工业革命进程的英姿。

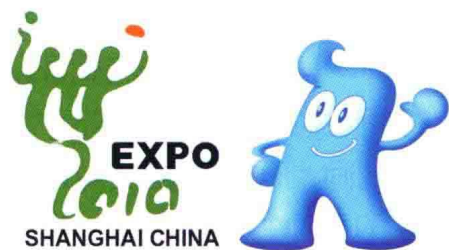


图 1-10 2010 年上海世博会吉祥物和会徽



图 1-11 2010 年上海世博会中国馆

上海世博会是探讨人类城市生活的盛会，是一曲以“创新”和“融合”为主旋律的交响乐，也是人类文明的一次精彩对话。上海世博会是历史上首届以“城市”为主题的综合类世博会，“城市最佳实践区”是本届世博会针对“城市”这一主题专门设置的展示项目（图 1-12 和图 1-13）。

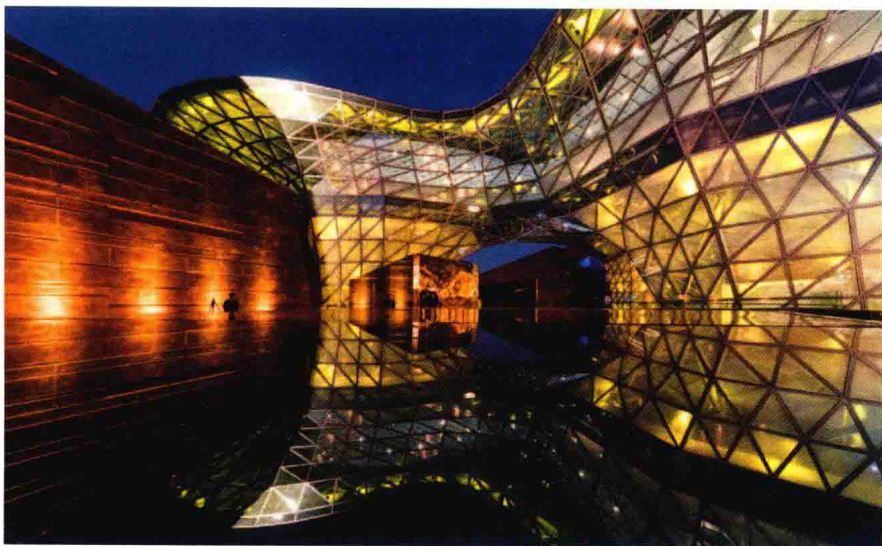


图 1-12 2010 年上海世博会“永恒的瞬间”建筑外观



图 1-13 2010 年上海世博会中国馆与世博轴

## 第三节 展示设计的分类与研究范畴

### 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 7 个方面进行区分：

（1）按展示的动机和功能分类，有观赏型展示（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、命题型展览或经贸商业展览和人文自然展览。

（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、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、节庆礼仪展示等。

### 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展厅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、交流功能,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,最短一两天。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。成果展示型展览主要有科技成果展、建设成就展等由国家机关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和方针,通过先进技术和经验的介绍推广,进而达到扩大社会成果的目的(图1-14和图1-15)。商业展销型展览,如轻工产品展示会,主要展出新材料、新工艺、新设计和新产品。企业借此形式,面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订购、定产的目的

(图1-16)。

## 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,博览会不同于其他类别展览会之处,在

于展览主题的相对单一和展出内容的广博。博览会常以丰富的实物展品,运用多种艺术和科技表现手段,按一定类别要求将展品陈列于展厅中,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而异。博览会按照地区分类可以分为世界博览会、国家博览会、地区博览会等;按内容分为贸易型博览会、非贸易型博览会、一般性博览会、专门型博览会等。

3. 商业环境设计  
商业环境设计的展示一般指各类商场、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设计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,以及借助展具、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形式。

## 3. 商业环境设计

商业环境设计的展示一般指各类商场、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设计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,以及借助展具、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形式。

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



图 1-14 社会成果展示



图 1-15 科技成果展示



图 1-16 商业展销



图 1-17 商场空间



图 1-18 综合大商城空间

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。室内商业环境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、展柜与展台设计、商业橱窗设计、餐馆与饭店室内设计、宾馆室内设计等。

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，应避免眩光，充分显示其商品质地和特色。平面导向布局应合

理、流线畅通，交通标志、方向标牌、安全出口、各楼层功能分区应突出、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，要有利于突出商品的特征，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色，创造出既新颖独特又能与展示环境相协调的最佳形象(图 1-17 和图 1-18)。

#### 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。在设计上，应注重整体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、民俗物产博物馆等几大类。博物馆的陈列有三大职能——收集保管、调查研究和普及教育(图 1-19)。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，知识的宝库，在这里探寻到人类、科学与自然发展的奥秘(图 1-20 和图 1-21)。

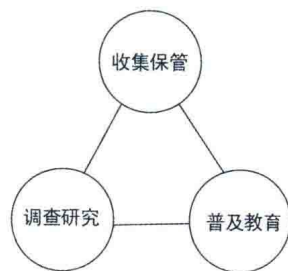


图 1-19 博物馆三大职能

博物馆陈列设计的要则可概括为以下 4 点：

(1) 科学真实性。真实性是博物馆陈列的基础，物要博且真。

(2) 科学规律性。它是指展品的陈列应做到物序、时序



图 1-20 自然博物馆内景

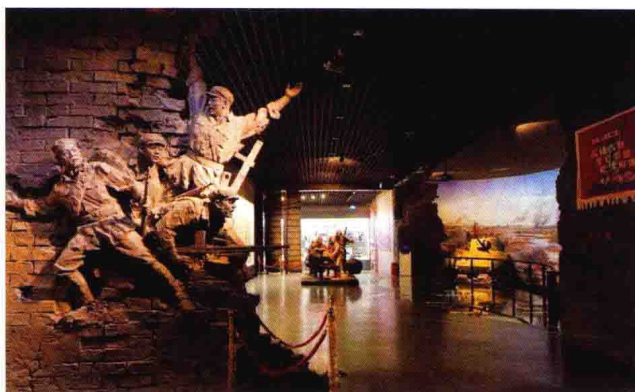


图 1-21 博物馆内景

经络分明,继而使人们从中发现规律。例如,按年代时序、按地域分布、按物的门类等方式陈列展品,也可视博物馆规模和主要目标观众的需求来决定相应的陈列形式。小型或专题性博物馆,多采用长期固定的陈列方法;大型或综合性博物馆,则采用一部分长期固定陈列,一部分灵活变化的设计手法。

(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、跨越历史长河的历史回归的体验。自然博物馆的陈列给人以回归大自然怀抱的自由自在之体验。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,带给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



图 1-22 演示空间

显现了风格各异的审美设计趋势。例如罗马、雅典的遗迹,使人透过那斑驳苍苔、残壁断柱感受到历史的风尘轨迹、人类早期的智慧之光,得力于残缺的美感与朦胧的意境。

#### 5. 演示空间设计

演示空间包括各类大型舞台、会议报告厅、音乐歌舞厅等空间环境。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(图 1-22)。

演示空间的展示设计包括观者使用空间、辅助设施空间、演出空间的环境气氛设计。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、道具等,录像、幻灯电影和音响灯光的设置形式等,均属于展示设计之列。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。不同之处在于,演示是以动态为主,观者处于静态观赏的位置。