

全国职业技术学院实用美术专业教材

展示设计基础

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

版权所有 翻印必究

本书根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《实用美术专业教学计划》和《展示设计基础教学大纲》编写，供全国职业院校实用美术专业展示设计模块教学使用。主要内容有：展示概论、装饰构造、人机工程学在展示中的应用、展示的视觉传达应用和展示专题等。

本书也可作为职业培训教材和自学用书。

本书由徐伟雄编写；刘颖悟主审。

图书在版编目(CIP)数据

展示设计基础 徐伟雄编 北京：中国劳动社会保障出版社，2007.11

全国职业院校实用美术专业教材

展示设计 / 徐伟雄编. — 北京：中国劳动社会保障出版社，2007.11

I 展... II 徐... III 陈列设计 IV 设计—教材

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第142280号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街8号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

印刷厂印刷 新华书店经销

787毫米×1092毫米 16开本 25.5印张 圆彩插页 25.5千字

2007年11月第1版 2007年11月第1次印刷

印数： 册

定价：25.50元

读者服务部电话：010-64283800

发行部电话：010-64283800

出版社网址：<http://www.cslsp.com.cn>

目 录

第 1 章 展示概论.....	(1)
1.1 概述.....	(1)
1.2 空间造型.....	(2)
1.3 色彩.....	(3)
1.4 照明.....	(4)
1.5 布置.....	(5)
思考题.....	(5)
第 2 章 装饰构造.....	(6)
2.1 顶棚.....	(6)
2.2 隔墙与隔断.....	(7)
2.3 地面.....	(8)
2.4 门窗.....	(9)
思考题.....	(9)
第 3 章 人机工程学在展示中的应用.....	(10)
3.1 人机工程学的基本尺度.....	(10)
3.2 展示设计与人机分析.....	(11)
思考题.....	(11)
第 4 章 展示的视觉传达应用.....	(12)
4.1 版式编排.....	(12)
4.2 色彩系统.....	(13)
思考题.....	(13)
第 5 章 展示专题.....	(14)
5.1 展览.....	(14)
5.2 交易会.....	(15)
5.3 商场.....	(16)
5.4 专卖店.....	(17)
思考题.....	(17)

第 1 章 展 示 概 论

1.1 概 述

展示设计是一门综合性的学科，它所涉及的知识面极为广泛，与建筑设计、室内设计、视觉传达设计等有广泛的联系，自成一统。展示设计又是一门艺术性很强的设计学科，追求符合美学的视觉效果，同时也包含了对施工制作技术、材料、结构等方面的工艺要求，因而它又是一门集艺术与工程技术于一体的学科。另外，展示设计的发展史就是经济的发展史，它是随着经济的发展而发展起来的，渗透着经济学的知识，与市场有着不可分割的千丝万缕的联系，经济的发展为展示设计注入了新的生机和活力。

一、展示的基本知识

1.1.1 展示的概念

展示“阅 示 展 示”在拉丁语中是“阅 示 展 示（动词）和“阅 示 展 示（名词）的组合，语意是“表现”“显现”和“被见”的意思。

展示设计是展出者将其明确的目的与意图配合环境要素，创造一个空间造型，将展品的信息有效地传达给观众，影响其心理、思想与行为的活动。

1.1.2 展示设计的特点

（阅 示 展 示）展示设计是融现代科学技术、艺术和经济为一体的多学科知识和技术的综合系统工程。

（阅 示 展 示）展示设计的本质是传递信息，应以展品为本，运用各种信息载体作为手段。没有展示内容，就没有展示。

（阅 示 展 示）展示设计是时空艺术的表现形式之一，是多维的空间艺术设计，观众能在展示空间中移动，获得强烈的临场感、真实感。

（阅 示 展 示）展示设计要应用人机工程学知识，创造舒适、合理的展示空间环境。

（阅 示 展 示）展示设计注重观众的参与性与临场体验。

（阅 示 展 示）展示设计讲求团队合作，是集体智慧和劳动的结合。

1.1.3 展示设计的功能

(员) 教育功能 属于教育功能的展示场馆包括博物馆、美术馆、科学馆、海洋馆、动物园、民族村、生态农场(比如深圳的“青青世界”)等,其具有最直观、最真实的效果,并具有强烈的艺术感染力。这些展示场馆包含很多的艺术形式与内容,可以有更多的时间与方式让观众反复仔细观赏和思考学习。

(圆) 文化与经济功能 国际博览会、地方博览会等展示活动不仅是一种文化交流,而且具有推动经济贸易发展的功能。

(猿) 公共功能 公共标示、公园、街头信息栏等,是一种公益的展示设计,不仅传达环境标识信息,而且美化城市,美化人们的生活。

(源) 信息功能 通过举办各种类型的展示活动,推出科技新成果,提供大量的信息,起到科技交流的作用,从而加快科学技术的进步。

(缘) 促销功能 百货店、购物中心、专卖店、超级市场等商业展示,能给人们创造一个良好的休闲购物环境,充分表现商品自身的价值,宣传企业的形象,促进商品销售。

(远) 庆典功能 开业、开幕、闭幕、庆祝、会场布置、节日巡游、花车设计等礼仪展示活动,可以活跃气氛,传播文明,弘扬文化。

灃展示设计的分类

随着社会的发展,展示功能的多元化和展示形式的多样化,使当代展示设计有了更丰富的内涵。展示设计大致可分为以下四大类型:

(员) 展示馆 博物馆、美术馆、科学馆、海洋馆等;

(圆) 展示会 博览会、展览会、交易会等;

(猿) 展示场 商场、百货店、购物中心、专卖店、超级市场、游乐场、时装表演场等;

(源) 展示园 动物园、植物园等。

二、展示设计发展史略

灃中外展示设计史简述

在远古时期,人类由于图腾崇拜和进行宗教活动,在洞穴中绘刻岩画、祭坛、神殿等,由此产生的岩画洞穴、祭坛、神殿、石庙……,就是当时人类宗教生活和社会生活的综合场所,可视其为展示设计的初始时期。

由于社会分工和剩余产品的产生,出现了以物易物的集市。随着贸易活动的发展,在庙宇寺院开始举办定期庙会,这里的农副产品及各种货物琳琅满目,四面八方的客商云集。后来,逐步成为人们宗教活动、购物、品尝小吃、欣赏杂耍和戏剧等综合性活动的中心,这就是“交易会”和“展览会”的雏形。在商业活动进一步繁荣以后,人们为了尽快推销产品,将货物分门别类地进行摆放,或者自发的按同一行业形成集中的市场销售区域,这种“成行成市”的经营方式一直保留至今。同时,出现了专门的店铺、商号、牌匾等店面的装饰,形形色色、五花八门的商品展示艺术也开始发展起来。

在古希腊、古罗马、古埃及、拜占庭和古巴比伦等国,出现了私人或家族的收藏字画、书籍、工艺品等的陈列室。欧洲文艺复兴以后,随着资本主义的发展,欧洲的一些主要国家出现了早期的“博物馆”,员缘年建立的“大英博物馆”就是这个时期的代表。

工业革命以后，为了炫耀工业革命的伟大成果，英国在伦敦的海德公园内，建造了一座玻璃和钢铁构件构成的巨型展览厅，1851年世界上第一届国际博览会——伦敦万国博览会就在此举办。该博览会肯定了工业革命的巨大成就，推动了各国之间的经济交流和世界工业化的进程，奠定了现代工业设计技术、艺术和经济相融的设计体系和展示学科的基础。

1876年，美国为庆祝独立100周年举办了费城博览会，这次博览会首次由各参展国单独设计、建造各具风格的展馆，这种做法形成了惯例，一直延续至今。

1889年，法国举办了第二届巴黎万国博览会，其中专门开设了一个机械馆，开创了专业陈列馆的先例。在博览会开幕的同时，象征博览会的纪念性建筑——埃菲尔铁塔落成开放，这座著名的建筑后来成了法国巴黎的城标。

1893年，为纪念哥伦布发现美洲新大陆400周年，在芝加哥城举办了“哥伦比亚万国博览会”，各国的展览馆均采用古典主义风格。博览会中展示了贝尔发明的世界上第一台电话机，放映了世界上第一部电影，促成世界上第一个电影企业——“好莱坞”的诞生。

1900年，德国斯图加特举办了“国际工业展览会”，展示了国际著名建筑师贝伦斯、柯布西耶、格罗皮乌斯等新住宅的建筑设计，并以其实体建筑及完善的装备样板间进行展示。

1905年，西班牙在巴塞罗那举办了世界博览会，其中由风格大师米斯·凡德罗设计的德国馆建筑，采用标准化的构件、崭新的结构和不加装饰的外表，使整个展览建筑打破了封闭式的展示格局，具有划时代的意义。

1907年，法国举办“巴黎世界博览会”，法国“发明馆”首次采取允许观众触摸和操纵设备的开放式陈列方法。芬兰国家展览馆大量使用原木制作，并充分发挥木材特有的色泽与肌理，被誉为“木构的诗篇”。

1908—1909年在美国纽约举办的“世界商业博览会”和 1915—1916年的“旧金山万国博览会”，对美国经济的复苏和振兴，产生了重大的作用。

第二次世界大战后，各种专题性和综合性的展览、展销、交易活动更加频繁，发达国家均重视和极力扶持展示业，使展示业成为各国政治、文化、经济信息的窗口，体现各国现代文明的标尺。

我国近代较大规模的展览有 1905年在南京举办的“南洋劝业会”，其展馆有 100余个。1906年，当时的总商会为振兴民族工业在上海举办了“中国国货展览会”。1909年，浙江省政府为纪念国民革命军北伐胜利，鼓励实业，振兴文化，举办了“西湖博览会”，共设革命纪念馆、博物馆、艺术馆、农业馆、教育馆、卫生馆、丝绸馆和工业馆 100个展馆；特种陈列所和参考陈列所两个所；铁路陈列处、交通部电信所陈列处和航空陈列处 30个处；还特为博览会建造了大门、大礼堂、纪念塔、博览会桥、音乐亭、舞厅、百芝园等建筑，有的宏伟壮观，有的新颖奇巧，为世人传颂至今。该博览会历时 100天，全部展品合计 1000万件，参观总人数 1000余万人次，除全国各地各行各业的代表外，还有海外商人、华侨团体。

1935年，由蔡元培、冯玉祥、郭沫若和何香凝等社会名流发起在武昌举办了为期 100天的“全国抗敌美术作品展览会”，征集作品 1000余件，并在武汉举办了“七·七纪念美术展览会”，在重庆举办了“南京旅渝同乡书画展”“壁报展”等。鲁迅先生为倡导新兴木刻运动，还发起举办了“抗战木刻展”。在革命根据地延安，还曾举办了“首届陕甘宁边区农产品竞

赛博览会”。建国初期，在当时苏联的帮助下，建造了北京展览馆、上海展览馆、武汉展览馆、广州展览馆，其建筑均具有浓郁的俄罗斯风格，既雄伟堂皇，又精雕细刻，是当时城市极为亮丽的风景线。改革开放以后，为适应高速发展的经贸活动而建造的展览中心，大都是集会议与展馆于一体的现代化展馆。场馆规模庞大，占地面积宽阔，其设施也比较完善。如中国国际展览中心占地 15 万 m^2 ，室内展览面积 5 万 m^2 ，室外展览面积 10 万 m^2 ；上海光大会展中心展馆占地 10 万 m^2 。

由展览引发形成的会展经济已成为我国经济发展的崭新亮点。中国展览业经历了 20 多年的发展，目前呈现出加速发展的态势。我国进出口贸易的发展将使在华举办的各类国际展览的数量大大增加，尤其是中国加入 WTO 将有助于提高我国展览业的整体水平和扩大展览业的市场规模。总之，展览业作为我国成长中的朝阳工业，有着无限广阔的市场发展空间和增长潜力。

圆 展示设计发展趋势

从全球范围来看，近年来，展示设计无论从观念上、技术上及材料上，都有了很大的发展，主要表现在：

(员) 展台设计讲求时效 由于预算方面的问题，展览会的主办单位把搭建展台所需要的时间压缩得越来越短，那么，如何在有限的时间内按照主办方的要求完成展示设计和展台搭建呢？一些专业的展览公司设计开发适合的展材是解决这一问题的最佳途径。在实践中，使用系统的展台搭建的组件，可塑性较强，不需要大量的人工，可以将独特的设计很轻易地转化为现实。这种系统技术，大大缩短了展台搭建和拆除的时间，同时保证了展台的稳固性。

(圆) 展示设计关注环保 虽然展览会的时间很短，空间也很有限，但是它产生的废弃物却是非常可观的，所以处理展览会所产生的各种废弃物，就成了展览会环境管理的很重要的一个内容，而且这个任务必须由展览会的主办单位和展览公司共同合作完成。展览会产生的废弃物 愿是在展台搭建和拆除阶段产生的，于是越来越多的展览会的主办单位把垃圾处理费作为一个单项向参展商收费，这样一来，尽量避免或减少垃圾产生，则成为每个参展商必须考虑的一个经济因素。未来的展示将要求设计必须像重视展台的功能性和灵活性一样，关注生态环境。例如，用铝材做成的系统组件，即使用坏了，也可以循环再利用，从而实现了环保。

(猿) 展示设计符合安全 不管什么样的展台、什么样的设计，都必须符合安全。无论是两层楼的展台，还是一面跨度非常大的展示墙，它的每个部件和部件之间的连接强度，以及各种力量的平衡，都必须满足高标准的安全性能要求。参展商都希望自己的展台有一种与众不同、出人意料的效果，要求展台的柱子、支架尽量少些，有些展架跨度达到 缘米，甚至 愿米，这种情况下，展架部件的设计安全则显得尤为重要。德国等欧洲国家对展示设计安全的要求非常严格，在展览会的布展期间，必须有两位以上的结构工程师对每个展台进行很详细的检查，而在我国，对展台设计的安全问题，态度就比较松懈。所以，重视展示设计的安全性，是展览会的主办单位、参展商和展览公司都必须解决的问题。

(源) 展示设计电子化 互联网将对今后的展览经营模式产生重大影响，其中影响最深远的是网上营销，也就是展览业的电子商务活动。网上营销一般包括宣传、招展、信息交流。

例如展会概况、展览公司和展览场地介绍、参展商介绍等信息通过网上发布,可以增加展览的信息量、透明度,降低成本,提高效率。参展商与客户之间的联系将逐渐依赖于互联网技术。可以说,展览活动中凡是涉及展出、展品和展览活动参与人的信息和数据的收集、传递、处理的环节都是电子商务的用武之地。目前出现的网上展览会,就已经显现出永不落幕、实时更新、低成本、高效率的优势和特点。当然,网上展览会出现的时间较短,暂时不会对传统展览构成威胁。网上的虚拟展览和实物展览将是互为依存、优势互补的。

(缘) 展示设计全球化 经济全球化的实质是发达国家为摆脱经济困境,实现产业升级,通过跨国公司向外投资,寻求出路,从而形成以发达国家为主导的世界范围内的产业结构调整,这种调整对我国的产业结构及进出口商品提出了新的要求。我国加入 WTO 以后,原有的劳动密集型产业将获得更有力的竞争优势,在这种产业结构调整中,出国展览将大有文章可做。而随着我国产业结构升级和高新技术产业的发展,特别是第三产业的发展,使技术更新步伐加快,产业、产品、技术的生命周期缩短,必然促进以技术信息交流为核心的会展经济的进一步发展。同时,第三产业的展览业也将是我国战略结构中优先鼓励发展的行业,政策的支持将会使我国展览业的发展如虎添翼。

三、中外展示概况

(缘) 国内著名的展示活动及组织机构

(员) 国内著名的展示活动

员 西湖博览会 始于 1910 年的西湖博览会,设在浙江杭州西湖的周边地区,包括断桥、孤山、岳王庙、北山、宝石山麓和葛岭沿湖地区。这里青山绿水,园林古迹星罗棋布,是西湖的精华所在,周长 3 公里,面积约 5.2 平方公里。博览会大门设在白堤断桥堍。1955 年西湖博览会开设了工艺美术展、人居展、丝绸展、锁具展、集邮展、汽车展、车配展和摩配展,共实现成交额 1.5 亿元,参观人数达 100 万人次。

圆 中国国际机床展 中国国际机床展(悦)从 1955 年在上海举办第一届以来,已成功举办了 40 届。从无到有,从小到大,悦已成为世界机床界四大名展之一,与欧洲的莱茵展,美国的阿特展、日本的加拿云展并驾齐驱,并于 1987 年成为国际展览联盟成员。

悦 悦展荟萃国内外厂商的精品,展会期间的活动丰富多彩,为国内广大机床制造企业提供了展示企业风貌的机会,为国内广大用户提供了选择装备的机遇和加强沟通的场所。展会期间还组织技术交流讲座,以及国家和地区展团的馆日活动等。

猿 香港国际旅游展 香港最具规模的国际旅游展览会,是世界知名的展览盛事。1980 年的“国际旅游展”不仅得到了各展商的全力支持,还吸引了许多新地区及国家旅游局的积极参与,如文莱旅游局、毛里求斯旅游业促进局等。

经过多年的不懈努力,“国际旅游展”已成功建立了一个让全球展商得以向亚太地区的买家推广旅游产品的有效渠道。第十四届的“国际旅游展”吸引了 150 多家买家及从事旅游的相关行业人士到场参观,其中 100 家的买家来自香港以外的国家和地区;共有来自 15 个国家和地区的共 150 多家展商参与了该展会,其中 100 家展商为各地区的国家旅游局。

源 华南国际口腔医疗展 华南国际口腔医疗展已成功举办了 20 届,场馆从最初的员用国

多皂发展到如今的苑皂皂皂,展览面积年均增长 苑皂皂以上,已经成为目前国内最大的口腔医疗展之一。展会展商参展踊跃,专业化和国际化的程度相当高,世界著名的口腔医疗设备与技术供应商都有参展,而且绝大多数展商的展品都来自海外,可以说该展会荟萃了当今世界最先进的口腔医疗设备与技术。

缘 北京高新技术产业国际周暨国际科技博览会 北京高新技术产业国际周暨国际科技博览会至今已举办 苑皂皂。第一届仅 苑皂皂个国家和地区的代表团参加,签订中外合资合作协议总额仅有 苑皂皂亿美元。到了第四届,苑皂皂多个国家和地区派出强大的阵容参展,苑皂皂多位国内外经济科技界巨子云集,近百场论坛传播新经济、新思维,上万个高科技展品闪亮登场。签约项目总计 苑皂皂个,成交额 苑皂皂亿美元,占总成交额的 苑皂皂%;外资项目成交额 苑皂皂亿美元,占总成交额的 苑皂皂%;高科技项目总投资额 苑皂皂亿美元,占投资总额的 苑皂皂%。该展会得到政府的强大支持,被定义为国家级盛会,体现出最高的权威性。

远 广州商品交易会 一年两届的广州商品交易会(中国出口商品交易会),素有“中国第一展”的美誉,是中国规模最大、层次最高、商品种类最齐全、成交效果最好的综合性贸易盛会,已成为中国企业走出国门,大力开拓海外市场的重要通道。国内的知名企业通过广州商品交易会这个对外贸易的重要窗口展示新产品,塑造国际品牌。交易会每天都要举办各种研讨会和讲座,充分发挥信息服务的功能。苑皂皂年广交会仅客商消费一项给广州带来的收入约达 苑皂皂亿元人民币。

苑 中国新疆乌鲁木齐对外经济贸易洽谈会 中国新疆乌鲁木齐对外经济贸易洽谈会(简称乌洽会)已经成功举办了 苑皂皂届,其成交和履约率逐年提高。乌洽会是新疆会展经济的开先河者,它刺激和促进了当地社会经济结构的调整和第三产业的发展,使新疆的市场和资源得到开发和利用,对新疆经济的发展具有特殊的意义,是中亚地区最具影响力的国际性博览会,是我国建设西部国际商贸中心的主要的积极推动力量。

愿 中国国际高新技术成果交易会 中国国际高新技术成果交易会是经国务院批准,由国家对外贸易经济合作部、科学技术部、信息产业部、中国科学院和深圳市政府共同主办,由深圳市中国国际高新技术革新成果交易中心承办的国家级、国际性的大型科技成果交易盛会,现已成功举办 苑皂皂届。第三届高交会期间推出了“创业型企业投资洽谈”系列活动,为参展的创业型企业在成交、上市方面提供了更多的机会,体现了高科技交易服务大平台的特色。图 苑皂皂-苑皂皂所示为在深圳举办的第二届中国国际高新技术成果交易会。

怨 大连国际服装节 大连国际服装节是一个享誉全球的国际服装节,每届的大连国际服装节都要吸引四五十个国家的服装厂商、近万名参会参展代表、数十万大连市民,以及政府首脑、新闻记者的广泛参与。大连凭借“大连国际服装节”作为发展会展经济的突破口,又相继开发了“大连赏槐节”、各类高新技术成果展览及相应的学术研讨会、各类商品交易会、旅游节和购物节等,使大连这一地区更具竞争力,更加稳健、快捷、健康地发展,带动了大连城市国际地位的提升。

苑 上海国际汽车工业展览会 上海国际汽车工业展览会从 苑皂皂年开办至今,已成功举办过 苑皂皂届。苑皂皂年第九届上海国际汽车工业展览会共有 苑皂皂个国家和地区的 苑皂皂多家厂商参展,整个展馆占地 苑皂皂万皂皂,为历届之最,观众达到 苑皂皂万人次。

远



图 1-1

1.1 国内展览组织机构

1.1.1 中国国际贸易促进委员会 中国国际贸易促进委员会简称中国贸促会（悦悦悦），是一个由中国经济贸易界有代表性的人士、企业、协会和团体组成的全国性的对外经济贸易的民间组织。从 1982 年 1 月起，中国贸促会同时使用“中国国际商会”（悦悦悦）名称。

1.1.2 中国展览馆协会 中国展览馆协会是中共中央宣传部于 1982 年 12 月 23 日批准，1983 年 1 月在杭州正式成立的。该协会是目前展览界人数最多的展览专业组织，至今已发展了 100 多个会员单位。

1.1.3 中国工业设计协会展示设计委员会 中国工业设计协会展示设计委员会是在中国工业设计协会领导下的全国性展示专业学科组织。

1.1.4 香港展览主办者联合会 香港展览主办者联合会是香港部分著名的展览公司于 1982 年 12 月联合发起成立的，目的主要是加强行业间的联系，提倡并推广本地区展览业高素质的专业精神，提高香港展览业水平。

1.2 国外著名的展示活动及组织机构

（1）国外著名的展示活动

1.2.1 德国汉诺威信息技术博览会 1987 年，世界规模最大的计算机、办公设备与信息技术博览会（悦悦悦）在德国“博览会之城”汉诺威举行。该展会共有来自全球 120 个国家和地区的 1000 多家信息技术公司参加，展览面积达到 100 万平方米。据主办者统计，在头三天参观人数就已经达到 100 万人次，一周的展期吸引了 1000 万名观众，其中 1000 人是专业人员和洽谈

业务者。令人眼花缭乱的产品、精心布置的气势宏伟的展台、拥挤的人群无不诠释着展览的热烈气氛。博览会已经成为世界上许多著名公司发布最新产品信息的舞台，从软件到硬件，从相机到手机，从电脑到电视，商家各尽所能展示其最新产品和技术。

圆 法国 1975年秋冬女装展 20世纪 70年代中期，一度失去代表欧洲和世界时尚地位的巴黎女装展，近三年来逐渐提升其影响，尤其是“法国 1975年秋冬女装展”格外引人注目，重新焕发了她的魅力。数字统计表明共有 100多家展商参展，其中 15家是新展商，与 1975年 1月冬季女装展相比增长 1/3。展商中 1/3家是外国展商。

猿 德国科隆摄影器材博览会 1954年，第一届科隆摄影器材博览会在德国科隆市举办。当时的参展品既有照相器材，也包括电影摄像设备，故其正式名称为“照相及摄影器材博览会”（1954年）。从第二届（1956年）开始，该博览会的名称改为“摄影器材博览会”（1956年）。该博览会每两年举办一次（初创期除外）。闻名遐迩的科隆摄影器材博览会已经成为摄影业界的“麦加”，独一无二，地位至尊。

源 德国慕尼黑国际建筑材料、建筑系统、建筑更新博览会 慕尼黑建材展两年举办一次，来自世界各地的规划师、建筑师、工程师、承包商、经销商聚集一堂，洽谈贸易，交流信息。慕尼黑建材展从创办起至今已有 猿0多年，该展会经久不衰，规模越来越大，参展的内容不断创新，把建筑行业最新的技术、最新的产品、最新的设备、最新的信息，带给每一个观众。至 1995年，该展会面积达到 15万 皂²，有 100个国家和地区的 1500多家参展商参展。慕尼黑建材展是世界顶级的建材盛会。

缘 英国 1995年展馆 1995年展馆位于格林威治，由 100座铁塔悬挂的白色圆顶在泰晤士河南岸原野拔地而起，宛如鸣响 1995年新纪元启明时光的大钟，又似外星人飞临地球驾驶的飞碟，但它更像是 100双巨人手臂将美丽的地球从格林威治地平线上轻轻托起。该展馆的主体结构采用悬吊式大跨度屋顶，以 100个黄色铁塔悬挂整个屋顶，这是人类目前为止建造的最大圆顶建筑。铁塔高 100皂，悬挂总长度超过 100皂的钢缆编织成的圆顶由 100块巨幅白色玻璃钢纤维覆盖其上。展馆内设 100个展位，分别是：①开发智力；②人体探秘；③心灵呼唤；④时光课堂；⑤金融之旅；⑥梦幻之旅；⑦不列颠岛；⑧银色海滩；⑨娱乐世界；⑩地球奇迹；⑪谈天说地；⑫展望未来。英国 1995年展馆是英国人在继维多利亚时代建造当时世界上最大的“水晶宫”展览馆之后再次创造的辉煌，是新科技的结晶，是让人叹为观止的世界奇迹。

远 大阪世界博览会 1970年在日本举办的“大阪世界博览会”，是亚洲地区国家首次按照国际博览会条约进行的展示活动。会议的主题为“人类的进步与和谐”，其展示活动以樱花的形象作为象征标志，中心圆为日本，缘个花瓣代表缘个大洲。这是一次汇聚世界尖端技术、令人畅想未来城市的博览会。会场设有单轨火车，以计算机操纵管理交通。另外，展示的阿波罗宇宙飞船采集的“月亮之石”，使观众为之兴奋。

苑 筑波科技万国博览会 1985年，日本举办的“筑波科技万国博览会”以“人类、居住、环境与科学技术”为主题，被誉为“机器人、激光的世界”和“人类的盛典”。博览会充分应用音像技术，如超大屏幕电视、组合录像屏幕和组合幻灯幕墙，并采用激光技术，或照明、或作导向设施、或作装饰来烘托气氛。

愿 此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

(圆) 国外展览组织机构

员 国际博览会联盟 国际博览会联盟是 员 国家在意大利米兰成立的一个国际性的展览贸易组织，总部设在法国巴黎，其英文缩写为 员 。

圆 德国贸易展览业会 德国贸易展览业会是德国展览业的最高联合会，成立于 员 年，总部设在科隆，其英文缩写为 员 。它是由参展商、购买者和博览会组织者三方面力量组合而成的联合体，以伙伴的身份塑造博览会市场。

猿 法国国际专业展促进会 法国国际专业展促进会成立于 员 年，理事会由法国外贸中心、巴黎工商会、法国专业展联合会、法国雇主协会、巴黎市政府、法国外贸部及展览中心和专业展览公司的代表组成，是专业展的权威代表。该会有 员 个海外办公室，分布在 员 个国家。

源 国际博物馆协会 国际博物馆协会 员 年成立于法国巴黎，是受联合国教科文组织资助的一个非政府性的、代表博物馆和博物馆专业的学术性国际组织，英文缩写为 员 。

员 空间造型

设计对于人类的贡献，不仅在于考虑到人类生活对物与环境所提出的功能性要求，而且还在于考虑到便利、舒适、美感与人性等需求。设计就本质而言，就是“造型”活动，因此空间设计的重点就在于将空间以最恰当的形式表现出来。

一、展示空间概述

员 展示空间的特点

(员) 多维性 由于展示的功能日趋多样化，展示空间也随之越发丰富多彩。展示场馆中，“人”与“物”构成川流不息的流动空间，展示功能是在人组织物、陈列物和物吸引人、服务人的整体活动中，随着时间的推移，在“人”与“物”的相互交流与沟通中来实现的，由此构成了“物、人、环境”的空间流程。这一动态与静态、大与小、密与疏、人与物、人与环境、物与环境等，构成极为复杂的多维空间。

(圆) 开放性 展示的目的就是要最大限度地将信息诉诸于大众，努力促进主客双方的沟通，以达成一致的意向。因此，展示空间设计应为人们创造最佳的受信、传信环境，能为大量各式信息提供最优传播方式。随着互联网技术的普及，展示的空间将更加宽阔和具有开放性。

圆 展示空间的分类

展示空间可分为室内或室外空间、开敞或封闭空间、静态或动态空间、实物或虚拟空间、外凸或凹入空间、共享空间、下沉空间、悬浮空间、流动空间等。不同类型的空间形态，会给人不一样的心理感受。如高大宽敞的空间令人心旷神怡；封闭式空间可以使人精力集中，但视野受到局限；一般空间中加入悬浮或下沉空间，显得丰富、生动、有变化；虚拟

的空间使人心理和想像的空间扩大；流动的空间令人感到自然、轻松。

獮 展示空间的构成

从展示空间的功能角度来考虑，其构成形式分为展示空间和辅助空间。展示空间包括外部空间、陈列空间、销售空间和演示交流空间；辅助空间主要由共享空间和服务与设施空间组成，共享空间包括过渡空间、通道空间和休息空间。

从展示空间的组织形式来看，其构成形式有：

(员) 整体的展示空间

员 序列式构成 序列式构成是指由入口、序厅、各个分展室以及结束语部分依次所构成的展示空间。其设计顺序条理清晰，展示的章法严谨，给人以庄重、大方、时序逻辑感较强的艺术效果。这种空间构成形式适用于纪念性、历史性题材的展示。图 员-圆分别反映了展览馆的入口、序厅、全景以及鸟瞰效果。

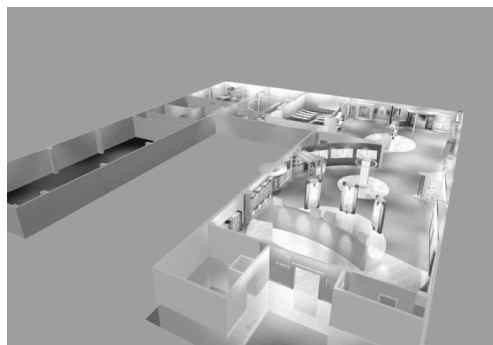


图 员-圆

圆 自由式构成 自由式构成是指各展馆、展位之间组合随意，人流走线自由，无主次先后之分的展示空间。自由式构成可以使人轻松自如地参观、浏览，如图 员-獮所示。这种空间构成形式适用于博览会、展览交易会、商场超市等的展示设计。

(圆) 局部的展示空间

员 竖向空间构成 分为抑扬法和叠加法两种。

员园



图 员-猿

抑扬法指有意压底或加高顶棚与地面的展示垂直空间，以丰富视觉空间效果，如图 员-源所示。



图 员-源

叠加法指在原垂直方向的立面上，再插入加层，形成多层的空间，如图 员-缘所示。



图 员-缘

圆) 横向空间构成 分为围隔法、重叠法和透叠法三种。

围隔法指运用展示道具（普遍采用预制好的标准展架）进行横竖交接地安装，或者是“之”字形、三角形安装，如图 员-远所示。

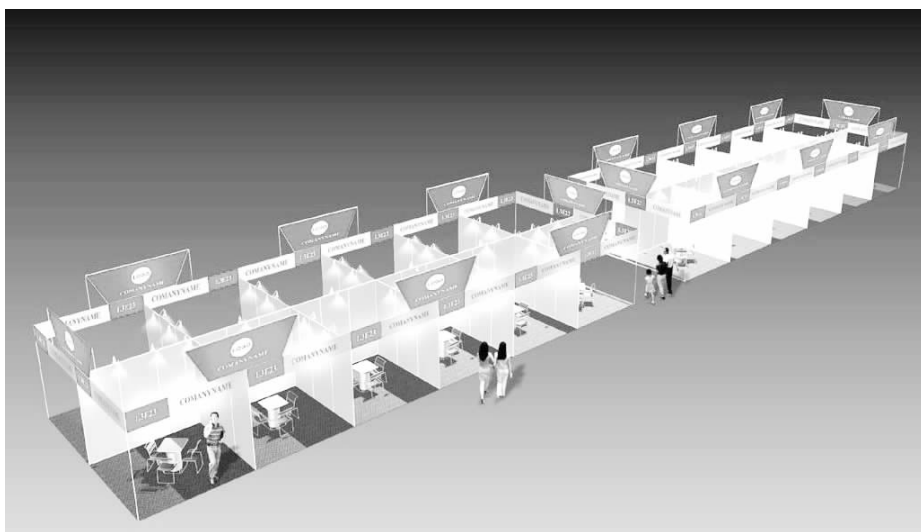


图 员-远

重复法指设计一个特型展位，在空间与空间之间横向重复布置，使空间自然过渡，并具有导向指示功能，如图 员-苑所示。

透叠法指用短墙、屏风进行局部分隔，或用拆装式展架或格子架构成半隔半透的间隔，如图 员-愿所示。

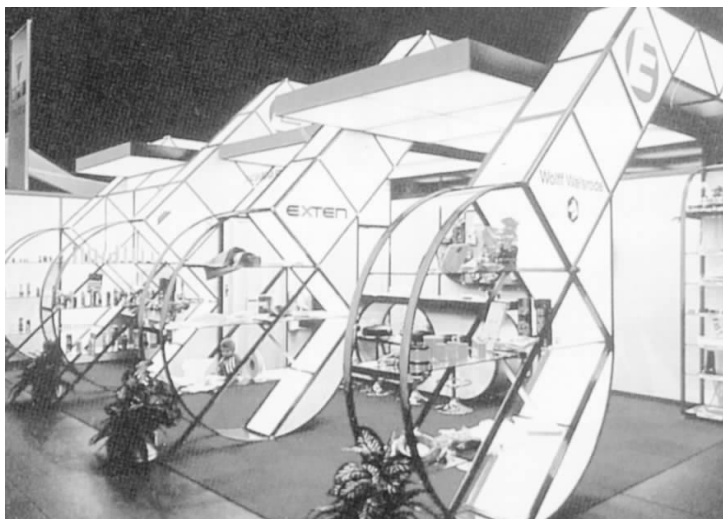


图 1-1-1

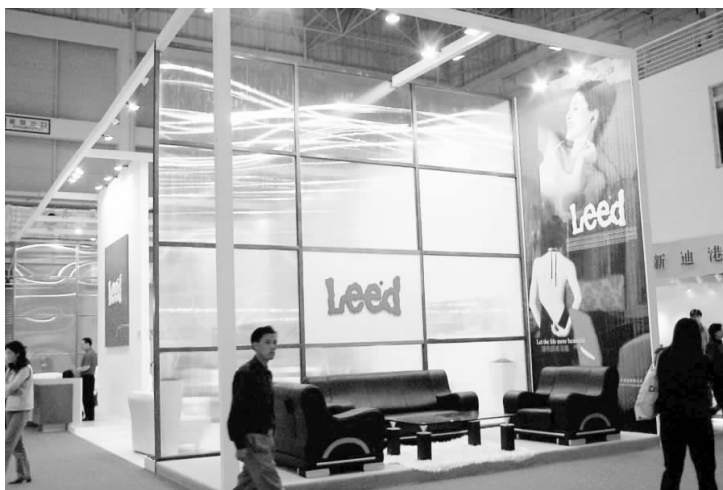


图 1-1-2

二、展示空间的平面规划

展线规划

展示空间的平面形状是多种多样的，展线规划主要涉及以下两个方面：

(1) 展线与路线的关系 通常根据展示主题、结构顺序和功能分区形成展线，展线的平面规划分为 晕形、并列走道形、圆环形、戟形、斜三角形、弧形、菱形等，参观路线应该按照展线来设计。要设计合理的参观路线，应具有明确的顺序性、短而便捷的构成形式，既能使参观者按顺序观看整个展览，又能让参观者的视点集中于资讯媒介中心。一般而言，参观路线是按视觉习惯顺时针由左往右延展的，但如果是中国古代书画展览，则可以是逆时针从

右向左。

当然,有些展示对展线的顺序性要求较高,如文物展、科技展、历史展、成果展等;而有一些展示的参观路线则可有可无,比如一些大规模的博览会、综合性的商场、大型主题公园等,大多无固定的参观路线,仅限定其出入口,并设置一些导向指示牌,人们可以在展场内自由活动。

(圆) 展线与通道的关系 沿着展线参观的通道宽度由观众的多少、展品的大小和参观时要求的视距等因素决定。通道分为主通道和次通道两种,主通道宽度应为 3.0m~3.5m,次要通道宽度应为 2.0m~2.5m,如果展品较大,视距也要较长,或者展台需要环视时,其周围至少应有 1.5m~2.0m 宽的回旋余地。

陈列规划

陈列规划主要研究陈列的密度和高度两个方面内容:

(负) 陈列的密度 指展示道具与展品占展厅面积的百分比。密度过大,会形成参观人流的拥挤堵塞,影响展示的效果,甚至有可能因此发生意外;相反,陈列密度过小,展场太空旷,会显得展品不多,导致观众产生是否进场的犹豫心态,因此陈列密度是否适当就显得尤为重要,通常陈列密度应控制在 30%~40% 之间。

(圆) 陈列的高度 展示设计中,因为观众视角的局限,必须考虑陈列的高度。通常陈列高度是在距离地面 1.5m~2.0m 之间,大幅的展品可以在 2.0m~2.5m 之间的高度上,展板的底边通常距离地面为 1.5m~1.8m,陈列高度一般不超过 2.5m。

展墙和展板上的最佳展品陈列区域,是标准视线高度以上 1.5m 以下 2.0m 之间这个 0.5m 宽的横带区域内。如果以 1.6m 左右的人体高度来看,视高大约是 1.8m,参观的最佳高度范围约为距离地面 1.5m~1.8m 之间。将重点展品放在这个高度范围之内,能引起参观者的注意,其展示效果也较好。桌式展柜的底座或脚高约 1.5m 左右,总高不超过 1.8m,内腔净高 1.5m 左右。立式展柜总高 2.0m~2.5m,底座板距地 1.5m~1.8m。展台的高度,低者 1.5m 或 1.8m,2.0m,高者 2.5m,3.0m,3.5m,4.0m 或 4.5m。

视觉规划

展示设计中的视角和视距处理得当,观众才能有效接收到展示传达的信息。另外,人的视线总是习惯地沿着一定的顺序流动,如从左向右、从上而下、从前往后、自中心向四周等。所以要根据视觉流程和最舒适的视阔尺度来选定展品在展示中的最佳位置。

(负) 视角 视角是指物体的两端点光线投入眼球时的相交角度,它与观察距离和物体两端点距离有关。设计中视角往往是确定设计物体尺寸大小的依据之一。能使观众看到展品全貌的正常竖向视角,通常应不小于 30°。能看清物体全貌的正常横向视角,一般应不小于 45°。观看墙面和展板上的平面展品,应该使视线与墙面、板面或画面垂直,才能得到最佳的展示效果。

(圆) 视距 视距是由竖向与横向视角所决定的。竖向与横向视角选择恰当,其视距必然合理。视距一般为展品高度的 1.5~2.0 倍,如果展品较大,视距必须加大,反之视距应该减小。同时视距与展厅的照明度成正比,若光线充足,照明度较高时,其视距可以加大,反之,视距应该减小。