



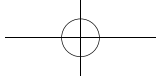
高等院校艺术设计类专业系列教材

# 展示陈列

## 设计原理与实战策略

蒋松儒 姜慧之 编著

清华大学出版社  
北 京



## 内 容 简 介

展示陈列设计是艺术设计类专业学生的必修课程,涉及空间规划、视觉传达、商品陈列等知识。本书通过梳理展示陈列活动的历史脉络,分析展示陈列设计的原理,围绕空间、照明、色彩、版面等专项设计中的视觉创意与表现手法,结合各设计要素,对展示陈列知识进行重点剖析和概括总结,通过理论与方法的详细论述来指导具体的设计实践。本书共8章,对展示陈列的设计方法进行细致深刻的分析,并精选了大量时代性与创新性突出的案例,强调理论与实践的互动,注重知识性、创新性、实践性和可操作性的结合。

本书可作为高等院校艺术设计类专业的教材,也可作为广大从事展示设计、视觉传达设计、环境设计工作人员的参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。举报:010-62782989, beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

## 图书在版编目(CIP)数据

展示陈列设计原理与实战策略 / 蒋松儒, 姜慧之编著. —北京: 清华大学出版社, 2022.7

高等院校艺术设计类专业系列教材

ISBN 978-7-302-60621-5

I. ①展… II. ①蒋… ②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(2022)第064523号

责任编辑: 李 磊

封面设计: 陈 侃

版式设计: 思创景点

责任校对: 马遥遥

责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编: 100084

社 总 机: 010-83470000

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈: 010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者: 三河市天利华印刷装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm

印 张: 9.5

字 数: 254 千字

版 次: 2022 年 7 月第 1 版

印 次: 2022 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 59.80 元

产品编号: 084662-01

高等院校艺术设计类专业系列教材

编委会

主 编

薛 明  
天津美术学院视觉设计与  
手工艺术学院院长、教授

编 委

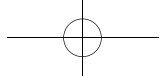
陈 侃 曾 丹 蒋松儒 姜慧之 李喜龙 李天成  
孙有强 黄 迪 宋树峰 连维建 孙 惠 李 响  
史宏爽

专家委员

副主编

高 山 庞 博

|                    |     |    |
|--------------------|-----|----|
| 天津美术学院副院长          | 郭振山 | 教授 |
| 中国美术学院设计艺术学院院长     | 毕学峰 | 教授 |
| 中央美术学院设计学院院长       | 宋协伟 | 教授 |
| 清华大学美术学院视觉传达设计系副主任 | 陈 楠 | 教授 |
| 广州美术学院视觉艺术设计学院院长   | 曹 雪 | 教授 |
| 西安美术学院设计学院院长       | 张 浩 | 教授 |
| 四川美术学院设计艺术学院副院长    | 吕 曦 | 教授 |
| 湖北美术学院设计系主任        | 吴 萍 | 教授 |
| 鲁迅美术学院视觉传达设计学院院长   | 李 晨 | 教授 |
| 吉林艺术学院设计学院副院长      | 吴轶博 | 教授 |
| 吉林建筑大学艺术学院院长       | 齐伟民 | 教授 |
| 吉林大学艺术学院副院长        | 石鹏翔 | 教授 |
| 湖南师范大学美术学院院长       | 李少波 | 教授 |
| 中国传媒大学动画与数字艺术学院院长  | 黄心渊 | 教授 |



# 序



“平面设计”英文为 graphic design，美国书籍装帧设计师威廉·阿迪逊·德维金斯 (William Addison Dwiggins) 于 1922 年提出了这一术语。他使用 graphic design 来描述自己所从事的设计活动，借以说明在平面内通过对文字和图形等进行有序、清晰地排列完成信息传达的过程，奠定了现代平面设计的概念基础。

广义上讲，从人类使用文字、图形来记录和传播信息的那一刻起，平面设计就出现了。从石器时代到现代社会，平面设计经历了几个阶段的发展，发生过革命性的变化，一直是人类传播信息的过程中不可或缺的艺术设计类型。

随着互联网的普及和数字技术的发展，人类进入了数字化时代，“虚拟世界联结而成的元宇宙”等概念铺天盖地袭来。与大航海时代、工业革命时代、宇航时代一样，数字时代也具有一定的历史意义和时代特征。

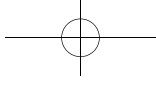
数字化社会的逐步形成，使媒介的类型和信息传达的形式发生了很大转变：从单一媒体发展到多媒体，从二维平面发展到三维空间，从静态表现发展到动态表现，从印刷介质发展到电子媒介，从单向传达发展到双向交互，从实体展示发展到虚拟空间。相应地，平面设计也进入了一个新的发展阶段，数字化的艺术设计创新必将成为平面设计领域的重点。

当今时代，专业之间的界限逐渐模糊，学科之间的交叉融合现象越来越多，艺术设计教育的模式必将更多元、更开放，突破传统、不断探索并开拓专业的外延是必然趋势。在这样的专业发展趋势下，艺术设计的教学应坚持现代技术与传统理念相结合、科技手段与人文精神相结合，从艺术设计本体出发，强调独立的学术精神和实验精神，逐步形成内容完备的教材体系和特色鲜明的教学模式。

本系列教材体现了交叉性、跨领域、新型学科的诸多“新文科”特征，强调发展专业特色，打造学科优势，有助于培养具有良好的艺术修养和人文素养，具备扎实的技术能力和丰富的创造能力，拥有前瞻意识、创新意识及开拓精神、社会服务精神的高素质创新型艺术设计人才。

本系列教材基于教育教学的视角，从知识的实用性和基础性出发，不仅涵盖设计类专业的主要理论，还兼顾学科交叉内容，力求体现国内外艺术设计领域前沿动态和科技发展对艺术设计的影响，以及艺术设计过程中展现的数字设计形式，希望能够对我国高等院校艺术设计类专业的教育教学产生积极的现实意义。

天津美术学院视觉设计与手工艺术学院院长、教授



## 前言

展示陈列设计是一门综合性学科,涵盖了设计学、建筑学、美学、心理学等多个学科领域,涉及视觉传达设计、环境艺术设计、产品设计、舞台美术设计等多个艺术设计领域。由此也可以看出,展示陈列设计是艺术与科学相融合的交叉型学科。

从市场与实践的角度看,展示陈列设计既具有商业性又具有艺术性,既能满足企业和消费者在物质上的需要,又能满足其精神上的需求。与此同时,快速的经济发展与社会进步,大大促进了商业空间与文化环境的建设,而传达丰富信息的展示内容、设计光影交互的展示效果、体现便捷合理的空间规划,是消费者对展示陈列环境提出的更高要求。

展示陈列设计是在商业与文化活动中最为常见的一种形式。从商业角度来看,展示陈列设计较其他促销手段有着高效、直接的特点。它为企业或品牌提供了一个直接面对消费者的平台,是信息交流和意见反馈较为直接的手段。从文化的角度看,博物馆、科学馆、美术馆、民俗馆等是社会文明的重要组成部分,起着传承文明、启迪智慧、展现现代科学、促进精神文明建设的作用,同时它们更是一种十分重要的文化资源。这些场馆中的非商业性的展示陈列活动,是社会发展和文明传承不可或缺的传播手段。

本书在编写时注重理论性与实践性相结合,在有限的篇幅中,将更多的实操性知识进行概括与分析。书中内容追溯了展示陈列的历史发展过程,结合各构成要素分析展示陈列设计的原理,并围绕展示陈列的设计特点、设计原则、信息传播特性等内容对各专项设计展开论述。书中根据理论内容选用了大量精美图片作为辅助分析说明,对展示陈列设计的理论知识进行充实与巩固。同时,根据展示陈列设计的特点,结合人体工程学与模型制作等内容,对展厅、展台、展板、多媒体设备、灯具、展示道具等进行了详细的设计分析,提升了本书的实用性和实践性。

为了便于学生学习和教师开展教学工作,本书提供立体化教学资源,包括教学大纲、PPT 课件,以及完整的展示陈列设计方案手册,读者可扫描右侧二维码获取。

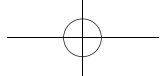


教学资源

本书从构思到编写,得到了天津美术学院领导及同事的大力支持,在此表示由衷的感谢!书中内容借鉴了国内外同行专家的相关理论和实践成果,尤其是书中一些案例图片来自专业书籍和设计网站,由于时间仓促、精力有限,编者无法追溯其原始出处,故未能一一注明,在此向各位作者致以诚挚的谢意!由于编者水平有限,书中难免存在不妥之处,恳请专家、学者及广大读者提出宝贵意见。

编者

2022.1



# 目 录

## 第 1 章 展示陈列设计概述

|               |   |               |    |
|---------------|---|---------------|----|
| 1.1 展示陈列的发展   | 2 | 1.2.3 展示陈列的分类 | 12 |
| 1.1.1 展示陈列的起源 | 2 | 1.3 展示陈列的构成要素 | 15 |
| 1.1.2 博物馆的出现  | 3 | 1.3.1 发布者     | 15 |
| 1.1.3 现代世界博览会 | 5 | 1.3.2 空间      | 16 |
| 1.2 展示陈列的基本内容 | 7 | 1.3.3 时间      | 18 |
| 1.2.1 展示陈列的概念 | 7 | 1.3.4 观众      | 19 |
| 1.2.2 展示陈列的特征 | 8 | 1.3.5 内容      | 21 |

## 第 2 章 展示陈列设计的原理

|               |    |                  |    |
|---------------|----|------------------|----|
| 2.1 展示陈列设计的特点 | 23 | 2.2.2 内容与形式      | 29 |
| 2.1.1 设计人性化   | 23 | 2.2.3 整体操作意识     | 30 |
| 2.1.2 信息网络化   | 24 | 2.2.4 多维表达意识     | 31 |
| 2.1.3 手段多样化   | 25 | 2.3 展示陈列设计中的信息传播 | 33 |
| 2.1.4 参与互动化   | 26 | 2.3.1 信息传播的准确性   | 33 |
| 2.1.5 虚拟现实化   | 27 | 2.3.2 信息传播的趣味性   | 34 |
| 2.2 展示陈列设计的原则 | 28 | 2.3.3 信息传播的艺术性   | 35 |
| 2.2.1 创新原则    | 28 | 2.3.4 信息密度与传达效果  | 37 |

## 第 3 章 展示陈列空间设计

|              |    |                        |    |
|--------------|----|------------------------|----|
| 3.1 空间规划     | 39 | 3.3 设计的形式法则            | 45 |
| 3.1.1 划分功能区域 | 40 | 3.3.1 造型与比例            | 46 |
| 3.1.2 动线设计   | 41 | 3.3.2 节奏与韵律            | 46 |
| 3.2 结构与造型设计  | 43 | 3.3.3 对比与统一            | 47 |
| 3.2.1 结构设计   | 43 | 3.4 设计实例：滨州城市规划馆展示陈列设计 | 48 |
| 3.2.2 造型设计   | 43 |                        |    |

## 第 4 章 展示陈列的专项设计

|                 |    |                 |    |
|-----------------|----|-----------------|----|
| 4.1 照明设计        | 51 | 4.1.3 展示陈列中常用光源 | 54 |
| 4.1.1 展示陈列照明的作用 | 51 | 4.1.4 展示陈列照明方式  | 55 |
| 4.1.2 展示陈列中光的效果 | 53 | 4.2 色彩设计        | 58 |

|                              |    |                                       |    |
|------------------------------|----|---------------------------------------|----|
| 4.2.1 展示陈列中的色彩运用 ····        | 58 | 4.4 道具设计 ·····                        | 70 |
| 4.2.2 展示陈列中色彩的心理<br>效应 ····· | 58 | 4.4.1 展示陈列道具的类型 ·····                 | 70 |
| 4.2.3 展示陈列色彩设计 ·····         | 61 | 4.4.2 展示陈列道具的设计 ·····                 | 74 |
| 4.3 版面设计 ·····               | 61 | 4.5 材料应用 ·····                        | 75 |
| 4.3.1 版式设计 ·····             | 61 | 4.5.1 材料类型 ·····                      | 75 |
| 4.3.2 文字设计 ·····             | 63 | 4.5.2 材料质地 ·····                      | 77 |
| 4.3.3 图像与图形设计 ·····          | 66 | 4.6 设计实例：中国国际数码娱乐博览会<br>任天堂展位设计 ····· | 77 |

第 5 章 展示陈列设计与人体工程学

|                         |    |                                  |    |
|-------------------------|----|----------------------------------|----|
| 5.1 展示陈列与人体生理结构的关系 ···· | 79 | 5.2.3 视觉现象的应用 ·····              | 86 |
| 5.1.1 展示陈列与行为的关系 ····   | 80 | 5.2.4 视觉心理的应用 ·····              | 87 |
| 5.1.2 人与空间的关系 ·····     | 80 | 5.3 人体工程学对于展示陈列设计的<br>意义 ·····   | 89 |
| 5.1.3 人与设施的关系 ·····     | 82 | 5.4 设计实例：职业学院校史馆展示陈列<br>设计 ····· | 90 |
| 5.2 展示陈列与视觉生理特征的联系 ···· | 83 |                                  |    |
| 5.2.1 视觉感知规律 ·····      | 83 |                                  |    |
| 5.2.2 视觉运动规律 ·····      | 85 |                                  |    |

第 6 章 展示陈列设计的视觉传达

|                               |     |                                 |     |
|-------------------------------|-----|---------------------------------|-----|
| 6.1 展示陈列设计中的图形 ·····          | 93  | 6.2.3 字体设计的方法 ·····             | 110 |
| 6.1.1 图形设计的发展 ·····           | 94  | 6.2.4 字体在展示陈列设计中的<br>应用 ·····   | 112 |
| 6.1.2 图形设计的原则 ·····           | 96  | 6.3 展示陈列设计中的编排设计 ·····          | 115 |
| 6.1.3 图形设计的创意思维 ·····         | 98  | 6.3.1 编排设计的发展 ·····             | 116 |
| 6.1.4 图形符号的功能 ·····           | 100 | 6.3.2 编排设计的功能 ·····             | 116 |
| 6.1.5 图形在展示陈列设计中的<br>应用 ····· | 102 | 6.3.3 编排设计的空间要素 ·····           | 117 |
| 6.2 展示陈列设计中的文字 ·····          | 104 | 6.3.4 编排设计在展示陈列设计中的<br>应用 ····· | 120 |
| 6.2.1 字体设计的发展 ·····           | 105 | 6.4 设计实例：桂发祥品牌展位设计 ···          | 121 |
| 6.2.2 字体设计的功能 ·····           | 107 |                                 |     |

第 7 章 商业空间的展示陈列设计

|                       |     |                     |     |
|-----------------------|-----|---------------------|-----|
| 7.1 现代商业空间的基本特征 ····· | 126 | 7.1.3 国际化程度高 ·····  | 127 |
| 7.1.1 信息综合性强 ·····    | 126 | 7.1.4 功能日趋多样 ·····  | 128 |
| 7.1.2 专业化程度高 ·····    | 126 | 7.2 现代商业空间的设计 ····· | 128 |

展示陈列设计原理与实战策略

|                        |     |                          |     |
|------------------------|-----|--------------------------|-----|
| 7.2.1 利用视觉形象系统 .....   | 128 | 7.2.4 新材料与新技术的应用 .....   | 131 |
| 7.2.2 依据品牌特点构思主题 ..... | 129 | 7.3 设计实例：铁三角品牌展位设计 ..... | 132 |
| 7.2.3 展示陈列空间设计技巧 ..... | 129 |                          |     |

第 8 章 展示陈列设计制图与模型表现

|                    |     |                        |     |
|--------------------|-----|------------------------|-----|
| 8.1 展示陈列设计制图 ..... | 135 | 8.2 模型制作 .....         | 139 |
| 8.1.1 平面图 .....    | 135 | 8.2.1 展示陈列模型的种类 .....  | 140 |
| 8.1.2 立面图 .....    | 136 | 8.2.2 展示陈列模型制作流程 ..... | 140 |
| 8.1.3 详图 .....     | 137 | 8.3 设计实例：粒子宇宙主题展厅      |     |
| 8.1.4 效果图 .....    | 138 | 设计 .....               | 141 |



# 第1章 展示陈列设计概述

## 本章概述:

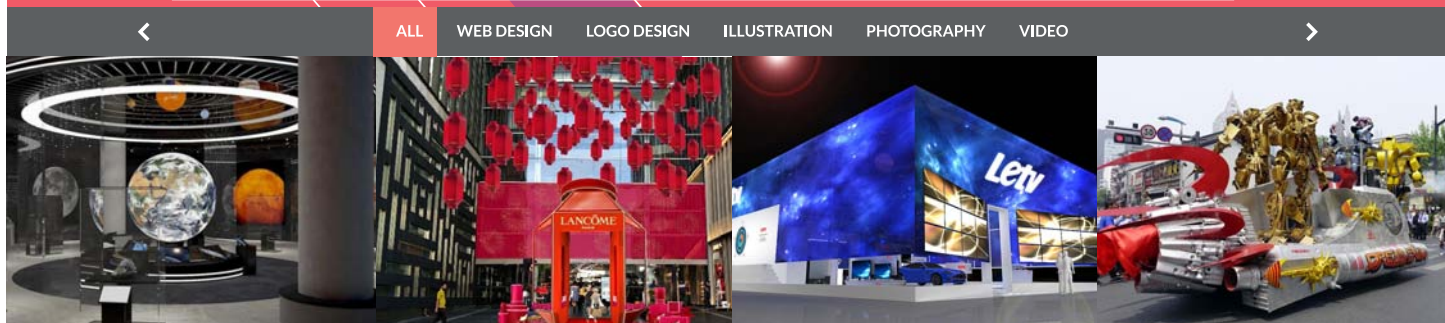
本章主要介绍了展示陈列设计的起源及发展,讲述了展示陈列设计的概念、特征和分类,以及展示陈列的构成要素。

## 教学目标:

通过本章的学习,从历史和发展的角度整体了解展示陈列设计的相关知识。

## 本章要点:

认识展示陈列设计产生与发展的根本原因,在此基础上对展示陈列设计的特征、分类,以及发展趋势进行深度思考。



近些年来,随着我国政治、经济、文化事业的高速发展,国内的各类博览会、商品交易会、文化交流活动迅速增多,大型商场、专卖店开设的数量也呈迅猛增长之势。这些因素促使展示陈列行业的发展速度明显加快,进而又带动了展示陈列设计市场的发展。

现代展示陈列设计在充分吸收融会其他学科精华的基础上,自身也逐步发展成熟,形成了独特的学科体系与研究方法。例如,由信息在空间中的传播规律联系到展示陈列的主题及展示陈列的空间造型特点等。本书将从多方面系统而精练地介绍展示陈列设计,并引领读者走入展示陈列的殿堂。

现代展示陈列设计早已超越了传统的仅陈列商品的局限,而是大量采用各种展示道具,利用各种新材料与新技术,最大限度地服务于品牌整体运作,形成视觉传达、环境设计、空间规划、照明、交互等多领域交叉的现代展示陈列设计体系,如图1-1、图1-2所示。



图1-1 运动鞋专卖店陈列设计

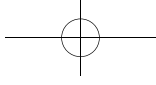


图 1-2 游戏机展示店陈列设计



## 1.1

## 展示陈列的发展



### 1.1.1 展示陈列的起源

展示陈列的出现可以追溯到人类开始进行物物交换的年代。随着生产技术的进步、生产力的提高，人们开始有了剩余产品，这就为彼此交换需要的物品创造了条件。当交换发生得越来越频繁，交换的场所和时间也逐渐固定下来时，市集就出现了。市集的出现一方面方便了交换，另一方面也提供了最早期的展示陈列空间。在那里，交换者将自己的物品分别陈列出来供他人选择，而物品摆放整齐、美观的摊位更容易引起他人的注意，进而提高交换成功的概率。如图 1-3 所示，《清明上河图》中真实地刻画了北宋时期的繁华景象，其中描绘的大量的市肆商铺就是早期展示陈列活动的真实写照。



图 1-3 《清明上河图》(局部)

我国很早就有了关于展示方面的记载,据《易经·系辞》记载“神农氏作,列廛于国,日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所。”又如《左传·襄公三十一年》中有“百官之属,各展其物。”《左传·哀公二十年》中提到“敢展谢其不恭”时,还加有注释“展,陈也”。可见在我国文明早期,通过展示陈列方式推销物品的优点已被人们发现。

随着社会经济的发展,集市也发生了巨大的变化,由综合性的集市到专业化的展览会,由简单的以货易货到高科技下的信息交换与传播。展示陈列的空间、展具也开始有意识地加以设计,于是店面展柜、展台,以及各种五花八门的展示陈列方式纷纷出现。

### 1.1.2 博物馆的出现

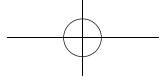
中国最早的博物馆出现在公元前300多年春秋战国时期的燕国都城,名为“碣石宫”,如图1-4所示。碣石宫的创办者为邹衍,他是中国古代有名的阴阳家,在阴阳学的基础上他提出了“五德始终”说,即指水、火、木、金、土五种物质的德性相生相克和周而复始地循环变化,并以此来解释王朝兴盛的原因。司马迁曾评价他的学说为“必先验小物,推而大之,置于无垠”。碣石宫是邹衍一手创办用来展示陈列他的学说的场所。



图1-4 碣石宫遗址

西方最早的博物馆可以追溯到公元前3世纪托勒密·索托在埃及的亚历山大城创建的缪斯神庙,其中包含图书馆、研究所,还收藏文化珍品,被公认是人类历史上最早的博物馆。文艺复兴时期,随着自然科学、考古学等多种学科的发展,人们的收藏领域也迅速扩展,这就需要有更多、更专业的场所来展示陈列这些收藏品。到18世纪后期,现代意义上具有展示陈列、交流、研究性质的综合博物馆开始出现,随后博物馆的种类也进一步细化,主要有艺术类博物馆、史实类博物馆、主题展示陈列类博物馆和科技类博物馆等。





艺术类博物馆以弘扬人类优秀艺术作品、提高参观者艺术素养、提升生活品质为己任，典型的代表如巴黎的奥塞博物馆、纽约的现代艺术博物馆等。

史实类博物馆旨在向观众展现人类已经走过的恢宏历史，让观众清晰了解历史发展的逻辑关系，唤起他们的民族自豪与爱国情怀。这类博物馆一般由国家出资，具有很强的官方背景，体现出国家的意志。史实类博物馆的代表有故宫博物院、大英博物馆等。

主题展示陈列类博物馆展示陈列的物品专业性更强，往往涉及很深的专业知识，目标展示陈列群也相对有一定范围。这类博物馆展示的关键是特色鲜明，既要求展出的内容独特，又要求展示陈列的形式和效果与众不同。因此，展出中多结合如互动设施、多媒体表现等手段。主题展示陈列类博物馆的典型代表如巴黎卢浮宫博物馆、北京故宫博物院珍宝馆等，如图 1-5、图 1-6 所示。

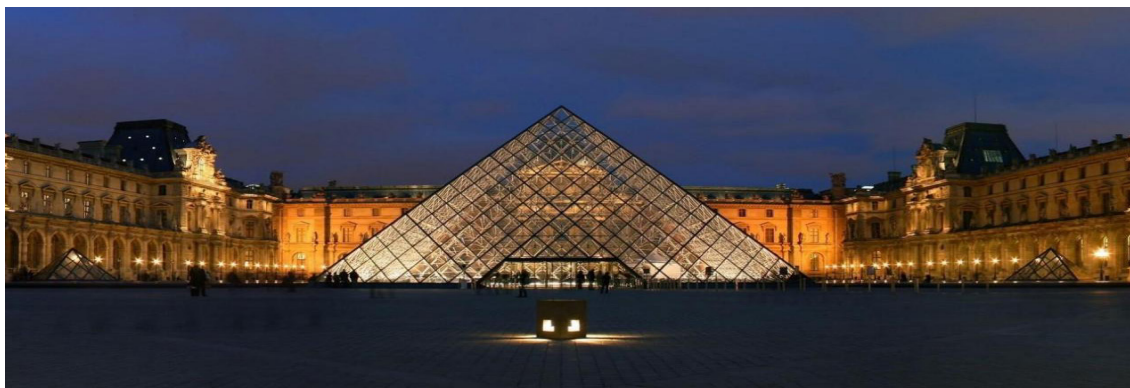


图 1-5 巴黎卢浮宫博物馆



图 1-6 北京故宫博物院珍宝馆

20 世纪初，博物馆在展出方式上发生了巨大变革。从英国开始，为了能吸引更多的观众，博物馆开始设计新型、美观、耐用的立柜和中心展柜等展具，展出方式除了实物外，还会配以图片、模型和辅助的文献资料等，以便观众能更好地理解展出内容。这种博物馆设计体系逐渐形成标准，并与欧洲在工业设计上推广的理念相吻合，从而形成了一种新的设计系统，即“标准化运动”。它为现代展示陈列设计的展出形式确定了基础，有些观念直到今天还在发挥着巨大的作用。

第二次世界大战之后，由于技术进步，人们能够制造出更大尺寸的玻璃，于是大型玻璃展柜应运而生。它具有通透、优雅等特点，能够达到更好的展出效果。

20 世纪 70 年代以后, 科技进步带来的新技术也很快被博物馆使用, 如电子计算机演示、虚拟现实技术、声光电综合多媒体艺术手段等。这些技术都为展示陈列设计提供了新的表达方式, 促进了展示陈列设计的创新, 对展示陈列设计的发展起到有力的推动作用。

### 1.1.3 现代世界博览会

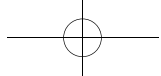
现代意义的大规模正式展示陈列活动, 始于 1851 年英国的水晶宫万国工业博览会。它堪称开创了一个时代, 不仅展示陈列了那个时代工业文明的最高水平, 而且为博览会向规模化、规范化、大众化方向发展奠定了基础。博览会由阿尔伯特亲王担任组委会主席, 吸引了大批知识界、艺术界的精英参与到设计中。博览会的建筑采用了园艺家约瑟夫·帕克斯顿的“水晶宫”设计, 建筑由玻璃和铁制框架等共同构成, 屋内面积达 78 000m<sup>2</sup>。这次博览会历时 160 余天, 接待了 603.9 万名观众, 共有 25 个国家参展, 展出了 14 000 多件展品, 吸引了来自世界各地的企业家、官员、知识分子参加, 盛况空前且影响深远, 如图 1-7 所示。



图 1-7 水晶宫万国博览会

从此之后, 各主要工业国家都开始重视这类活动并努力举办规模更大、形式更加多样化的国际博览会。1876 年在美国费城举办的世界博览会第一次出现了主办国展馆, 但当时只是两个独立的小展馆。1889 年法国为纪念大革命胜利 100 周年举办了巴黎世界博览会, 为此巴黎建造了著名的埃菲尔铁塔, 如图 1-8 所示。1900 年巴黎第三次举办世博会时开始有了集中的国家展馆区。从此之后, 国家展馆逐渐取代了按展品类别划分的主题展馆, 而成为主要展出方式, 各国都开始认识到国家展馆的设计水平将直接影响到国家形象, 因此, 各国都开始努力提高本国展馆的设计水平, 诸多建筑大师纷纷参与其中, 留下了很多杰作, 展馆的面貌亦随之逐渐变得多样起来。例如, 1925 年巴黎世博会, 建筑大师勒·柯布西耶设计的“新精神馆”; 1929 年巴塞罗那世博会, 现代主义建筑师路德维希·密斯·凡德罗设计的德国馆; 1937 年巴黎世博会和 1939 年纽约世博会, 设计大师阿尔瓦·阿尔托设计的芬兰馆; 1958 年比利时世博会, 建筑大师昂·瓦特凯恩设计的标志性建筑“原子球”, 把铁原子模型放大数亿倍后得到颇具创意的结果, 如图 1-9 所示。这些设





计作品都具有里程碑式的意义，成为传世的经典之作。



图 1-8 埃菲尔铁塔



图 1-9 原子球塔

博览会的兴办不仅为建筑师设计大型公共建筑提供了实验机会，为企业家促进贸易交流提供了场地，更为展示陈列设计的发展提供了舞台。

随着世博会水平的逐年增高，广大参展国家已经不满足于只是陈列展品，而是开始用设计的语言向观众传达自己的文化和品牌价值。因此，在 2000 年举办的汉诺威世博会上出现了如冰岛馆、荷兰馆概念性极强的优秀设计。在 2005 年的日本爱知世博会上，中国馆建筑外部的传统元素设计与内部空间的概念性展示陈列设计对比统一，外部建筑彰显中华文明，内部空间强调了现代的、自然的设计观念，如图 1-10、图 1-11 所示。



图 1-10 爱知世博会中国馆外观设计



图 1-11 爱知世博会中国馆内部设计

作为世界性的交流活动，博览会为参展企业和国家提供了舞台，更为它们创造了巨大的商业价值。展示陈列设计作为最直接的交流方式之一受到广泛的重视，在世博会上各方都愿意投入巨大的财力来支持展示陈列设计的创新，这些设计在不同文化和观念的冲击下，往往成为展示陈列设计发展的前沿阵地，影响着该领域未来的发展方向。



## 1.2

## 展示陈列的基本内容



## 1.2.1 展示陈列的概念

展示陈列行业经过一百多年的发展逐步形成了较为完整的体系,在此过程中,有关展示陈列的概念也逐步清晰起来。在对展示陈列设计进行系统研究前,我们先了解一下其他学者为展示陈列下的定义。

展示陈列是指:“人们按照特定的目的,在限定的空间地域之内,运用一定的设计手段和方式,以展品、道具、建筑、图片文字、装饰、音像等为信息载体,利用一切科学技术手段调动作为社会的人的生理、心理反应,创造宜人的活动环境。它是一种以科学为功能基础,以艺术为形式表现,为实现一个精神与物质并重的人为环境的理性创造活动。”

通过以上表述,我们可以得出两点结论:第一,展示陈列是以传达信息为根本目的;第二,展示陈列设计是对环境的理性创造过程。

为便于理解,我们从信息传达的角度出发,把展示陈列简单地理解为“在既定的时间与空间内,根据明确的目标和要求,通过设施、展板、展品、空间向观众传达准确的信息的活动”,如图1-12所示。

天津瓷房子博物馆是在一座有近百年历史的西式建筑的基础上改造完成的,设计者用上亿片古窑出土的碎瓷片将老建筑的外观重新包装,并进行了局部的结构调整,加入了典型的文化符号,如图1-13所示。这个案例生动地体现了展示是以传达信息为根本目的的,展示设计是对环境的理性创造过程。

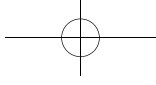


图 1-12 展示陈列活动



图 1-13 天津瓷房子博物馆

概括来说,展示陈列设计就是对展示陈列活动的总体规划与设置,其包括展示陈列规划设计、主题设计、空间设计、视觉形象设计、照明设计、交互设计等。在本书中,我们基于课程安排,



将对以上内容进行简单讲解，然后重点剖析展示陈列的主题与空间设计的内容。

## 1.2.2 展示陈列的特征

伴随着现代社会文化和物质水平的不断发展，展示陈列设计的主题也越发丰富，功能日趋多元化，表现形式也呈现出多样性的特点。当代展示陈列设计已经涵盖了博物馆、展览会、展厅，还包括商业展示空间、演示活动设计、旅游展示空间设计等。展示陈列设计已成为一个综合性的学科，其领域广泛，种类繁多，特征鲜明，分类方法也逐渐丰富。

### 1. 展示陈列设计是一门综合性的学科

就传达信息的功能而言，展示陈列设计接近于视觉传达设计，从空间造型和空间规划的角度而言，展示陈列设计更接近于建筑与环境艺术，这就需要设计师在这两个学科的交叉点上选择恰当的表达方式进行创作。因此，展示陈列设计既要符合视觉传达设计中信息传达的准确性原则，又要考虑三维空间设计带给人的独特心理感受。展示陈列设计与视觉传达设计、环境艺术设计之间的关系，如图 1-14 所示。

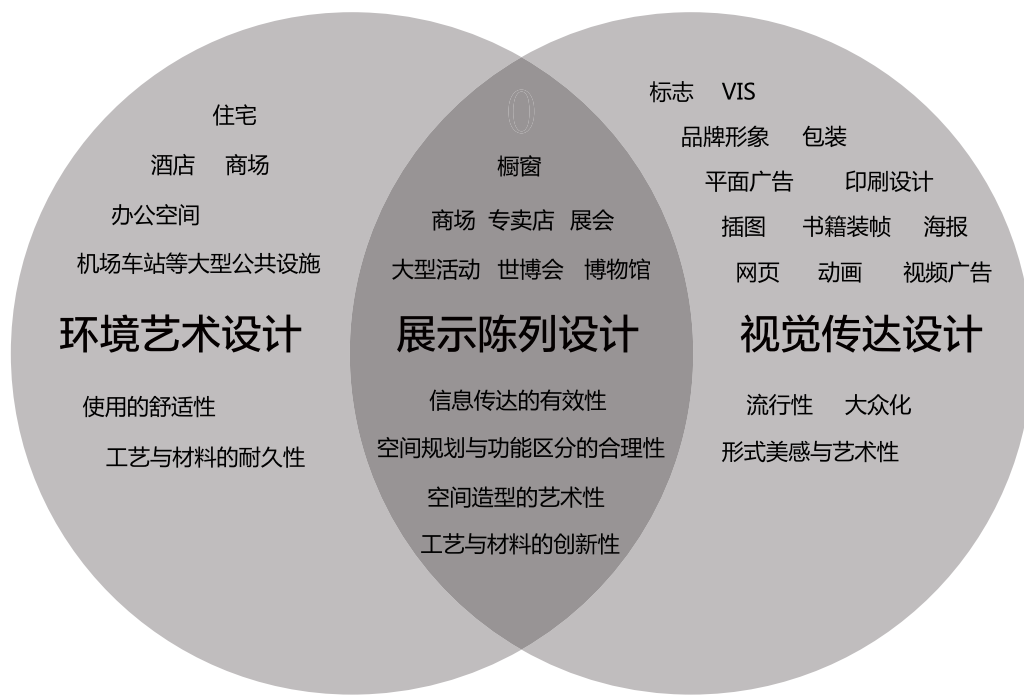


图 1-14 展示设计学科分析图

### 2. 展示陈列设计不同于传统平面设计

平面设计是以视觉生理为基础的设计形式，它通过平面媒介以艺术化的方式向观众准确传达信息。传统平面设计主要在二维空间上做文章，着重体现平面符号的形式感，通过控制色调、版式、形式起到营造空间氛围、引起观众兴趣、传达信息和提高整体效果的作用。它使用的元素相对容



易控制，并且设计效果非常直观。在二维空间中，设计师可以有很大的自由度进行创意与表现，特别是近年来绘图软件的发展与制版印刷技术的进步，使平面设计人员几乎可以完成任何想象到的效果。图1-15以夸张的手法强调这款相机的动态抓拍稳定性，这是一幅典型的平面设计广告。

在三维空间中完成的展示陈列设计相对于二维的平面设计则要复杂得多了，展示陈列设计既要保证能够准确和富于艺术感染力地传达信息，还要加入空间因素、时间因素和人为因素等方面的考虑，如图1-16所示。展示陈列的最终效果要通过与观众的互动来检验，所以要比平面设计更复杂、控制难度更大。



图1-15 某相机品牌平面设计广告

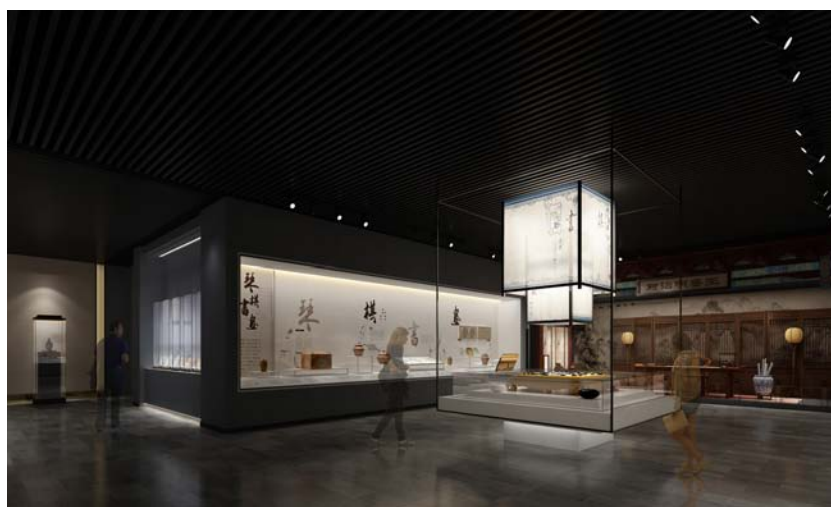
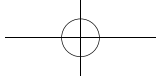


图1-16 博物馆展示陈列设计

展示陈列设计和平面设计的根本目的是一样的，即准确传达展示陈列方信息、最大限度地吸引观众观看并影响观众其后的行为。因此，在具体设计中，虽然二者在表达方式和表达手段上有所区别，但相互之间都有着深刻的、相辅相成的内在联系。



### 3. 展示陈列设计与环境设计的差异

我们每天都会接触到各种环境，从自己的居室到学习工作的场所、各种休闲娱乐的空间等，环境设计几乎无处不在。在一些商业空间中，环境设计与展示陈列设计没有明确的界限，二者往往是相辅相成的。那么如何区别环境设计与展示陈列设计呢？

环境设计是通过有目的地改变周围环境，以改善人们的生活质量，如图 1-17 所示。



图 1-17 酒店大堂设计

展示陈列设计通过对空间的营造既要增强视觉效果又要传达信息，通过突出空间的视觉冲击力、色彩的吸引力和设计中的形式美感来达到吸引观众，准确传导信息的目的。展示陈列的最终目的是便于参观者接受这些信息，并引起他们的共鸣，这也是展示陈列设计与环境设计之间最大的不同。例如，展位的设计使用了很多环境设计的手段，甚至还包含了部分建筑设计的手法，这样做的目的是增强展位的表现力与视觉冲击力，更好地突出品牌的形象，如图 1-18 所示。



图 1-18 品牌展位设计

相对于环境设计而言,展示陈列设计还具有短期性、时效性的特点。展示陈列设计不管是商业空间、博物馆还是会展,往往是针对某一特定时期的,时效性很强,所以在材料的选择与施工工艺上也不同于环境设计。

展示陈列空间的规划涉及空间的叠加关系,时间的先后顺序,正、负功能空间的划分等,它们共同决定了空间的排列关系是否有序,层次效果是否分明,功能划分是否合理等。这些规划应该以观众在参观展品和平面展板时的行为习惯为依据,同时还要注意视觉审美需求。

#### 4. 展示陈列设计是系统工程

展示陈列设计一般需要综合展品特性、展览场地状况、目标受众、空间形式规划、视觉效果控制、人体工程学、材料选择和工程预算控制等多个领域的需求,是一门综合、系统、跨学科、多领域的设计工程,如图 1-19 所示。

展示陈列设计以实物展品为中心,使用平面媒介、空间造型、互动设施、现场道具展示陈列作为补充,起到强化展品、展示效果的目的,如图 1-20 所示。这正如戏剧表演,舞台的中心是演员,而灯光、音响、布景等都是为了烘托现场氛围的手段。

在展品并不适于展示陈列时,就更需要其他手段进行补充。例如,房地产销售的场所——售楼处,地产商的产品除了楼盘模型是实物,其他的理念都要依靠平面系统和视频系统展示陈列,为了显示展出方的亲和力大多还会派送一些小礼品,为了显示展出方的实力会花费巨资在形式、灯光和使用材料上追求极致,如图 1-21 所示。



图 1-19 展示陈列设计系统工程图

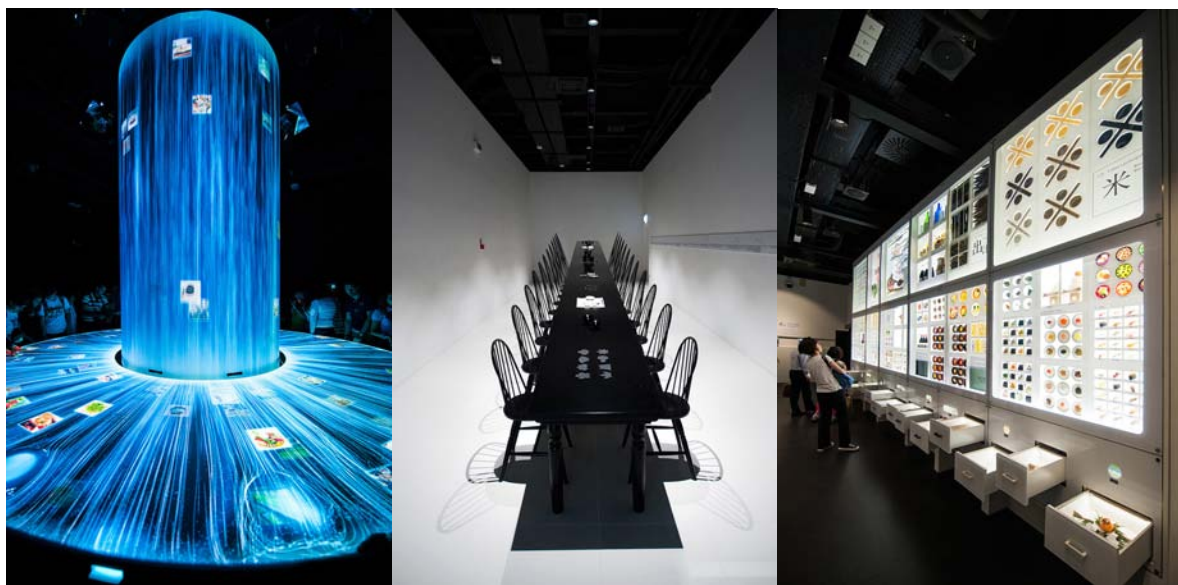


图 1-20 以整体设计突出展示效果



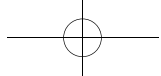


图 1-21 房地产展示设计



### 1.2.3 展示陈列的分类

展示陈列设计的种类庞杂，内容丰富，涉及的行业也十分广泛。对于这一现象，业界与学术界存在若干种不同的分类方法，每种方法都有不同的依据和标准，也从不同层面解析了现代展示陈列的特征。理解这些分类原则，能够帮助我们更有效地掌握展示陈列设计的核心内容。

#### 1. 按照展示陈列目的分类

展示陈列所涉及的范围很广，小到店面橱窗，大到博物馆、展览会，几乎囊括了生活中的各个领域。依据展示陈列目的的不同，可将展示陈列分为促进销售类、告知类、交流类及文化娱乐类。

(1) 促进销售类。促进销售类展示陈列以商业为目的，旨在通过展示陈列来塑造并提升本企业或机构的形象，增加产品的附加值，获得最大利润。这类展示陈列活动为了吸引观众的更多注意，往往不惜投入大量人力、物力和财力，并大量应用高科技、综合媒体艺术等手段，还会配合冲击力很强的平面设计作品，因而在效果上具有极强的震撼力。促进销售类展示陈列是当今应用范围最广、使用数量最多的展示陈列类型，如图 1-22、图 1-23 所示。



图 1-22 品牌专卖店外观展示陈列



图 1-23 品牌专卖店内部展示陈列





(2) 告知类。告知类的展示陈列旨在通过展示来说明社会、政治、经济的发展状况与规划,让观众了解展示陈列者现在的境况及发展趋势,还可以向观众解释新观点、新技术,拓展观众的知识范围。政府举办的成就展、城市规划展等就属于告知类展示陈列,如图 1-24、图 1-25 所示。



图 1-24 加州博物馆“这里发生的健康”展览



图 1-25 澳新军团百年展

(3) 交流类。交流类展示陈列的作用为实现文化推介、商务交流等。这类展示陈列需要很好地突出展览方特有的内涵和特点,展出过程往往是不同地区、不同国家文化碰撞的过程。因此,交流类展示陈列在设计上需要针对不同客户的具体情况深入挖掘其精神内涵,并选取适当的主题与元素进行表现,如图 1-26、图 1-27 所示。



图 1-26 马来西亚“纸糊熊猫”巡回展



图 1-27 芝加哥北岛“汉密尔顿”歌剧展览

(4) 文化娱乐类。文化娱乐类展示陈列往往具有很强的商业目的,它通过有系统、有主题展览展示陈列来推出电影、书籍、CD 等文化产品。这类展示陈列展出形式灵活多样,为了愉悦观众并吸引媒体注意力往往追求绚丽的效果,通过强烈的视觉刺激唤起人们内心的激情、实现情感宣泄,从而达到展示陈列者传达信息的目的,如图 1-28、图 1-29 所示。