

目 录

Contents

第一章 展示设计概述 / 1

第一节 展示设计概论 / 2

第二节 展示设计的本质、作用与分类 / 8

第二章 展示设计项目总体流程 / 22

第一节 展示设计项目前期策划与概念方案创意 / 24

第二节 展示设计项目实施过程 / 42

第三章 展示空间设计构成方法 / 48

第一节 设计构成法则在展示空间设计中的应用 / 50

第二节 色彩构成原理在展示设计中的应用 / 67

第四章 展示设计人机工程学 / 78

第一节 展厅设计中的人机工程学 / 80

第二节 人体尺寸的计量及在设计中的使用 / 93

第五章	展示设计方案手绘	/ 102
-----	----------	-------

第一节	展示设计手绘学习准备	/ 104
-----	------------	-------

第二节	展示设计手绘的画法步骤	/ 112
-----	-------------	-------

第六章	展示空间中的照明设计	/ 130
-----	------------	-------

参考文献	/ 146
------	-------

第三章 展示空间设计 构成方法



本章主要介绍设计构成在展示空间设计中的应用。

由具体的造型形态转化为抽象形态的过程就是构成。构成的基础是研究基本的造型元素，目的是创造新形态，并把新形态重新整合、重新组织变化，再纳入限定的空间中。

构成是一种造型活动。这种造型活动是研究如何将造型的诸多要素，按照一定的原则去组织成富有美感，并赋予视觉化和力学观念的形式。任何一个形态，都可以被分解为若干个单元，而且又可以将这些单元重新组合成新的形态。这种分解后再加以重新组合的程序就是构成的过程。分解形态，也是一个设计思维的过程，其目的是寻求新的造型元素。组合的过程就是构成的过程，不断地进行分解，并以不同的方式进行组合，就会得到诸多的构成形式。从这个意义来讲，构成可以简单地说成是：将两个或两个以上的单元，按照一定的原则，重新组合成新的形态。

展示设计项目在开展过程中需首要解决的问题就是空间及各类展示道具的造型问题。应用构成的创意手法和原则去进行展示空间设计的创意，是最有效、最有迹可寻的一种设计方式。

在展示设计项目开展的初始阶段，到底应该如何造型、如何设计，及展示设计要遵循怎样的造型和色彩搭配原则，是本章学习的重点。



第一节

设计构成法则在展示空间设计中的应用

要点提示

1. 点、线、面元素在展示设计中的运用
2. 比例与尺度在展示空间创意中的运用
3. 形式美法则在展示设计中的应用

理论模块

一、空间构成要素的基本概念

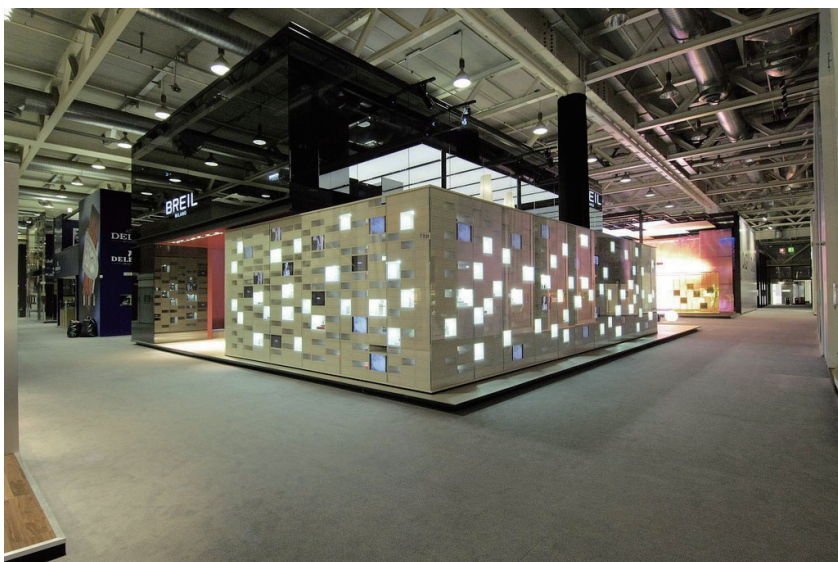
从点到线、线到面、面到体，每个设计元素开始都是一个抽象的概念要素，通过变化组合转变成环境空间设计中的视觉要素。一般来说，概念要素中的点、线、面、体实际上不可见，但人们能感受到它们的存在。当这些不可见要素在空间中转变成可见元素时，就形成了有内容、形状、规模、色彩和质感的造型形式。当在环境空间中体验可见造型形态的时候，我们就能够识别存在于其中的基本要素——点、线、面、体。

点、线、面元素在展示设计中的运用如下。

1. 点，是空间构成中最基础的造型要素，不同大小、不同形状的点放在不同位置会产生完全不同的艺术效果和造型效果

以点元素为展示空间设计的中心，把点连接起来进行有序组合，会形成特殊效果，还可以形成空间延伸感。以点为元素，进行由点组成面的造型方法可以起到空间互通或空间隔断的作用。这种组织方法可以将人们的视线和注意力集中在所要展示的展品与产品上，有利于加深观众对展品的主观感受和印象。

突出点元素效果的展位设计案例，如图 3-1~ 图 3-6 所示。



↑ 图 3-1 点元素造型
在展位设计中的应用(一)

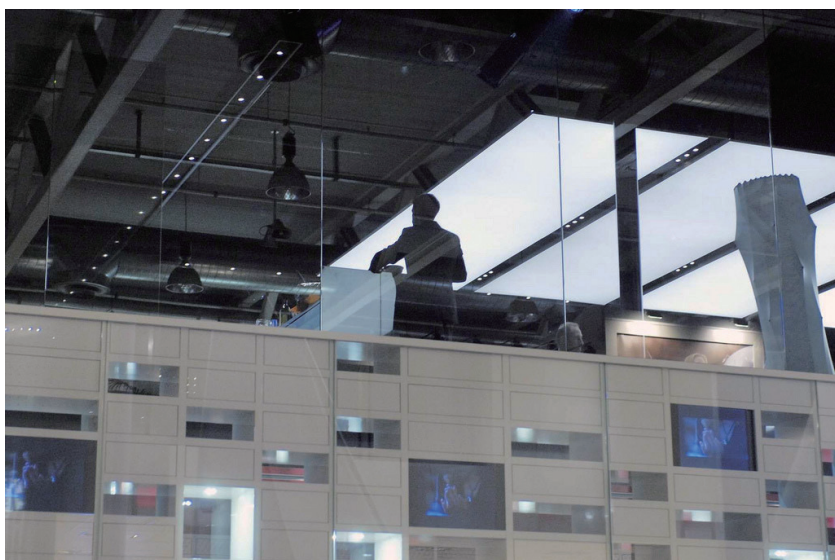
→ 图 3-2 点元素造型
在展位设计中的应用(二)

↓ 图 3-3 点元素造型
在展位设计中的应用(三)





← 图 3-4 点元素造型在展位设计中的应用(四)



← 图 3-5 点元素造型在展位设计中的应用(五)



← 图 3-6 点元素造型在展位设计中的应用(六)



2. 线，在展示空间应用中具有半透明的形体性质，常用于进行空间划分与区域隔断

展示空间中线元素在应用的时候，线与线之间往往会产生一定间距，透过这些空隙可以观察到不同层次的线群结构。线元素的应用非常有利于形成各线面层次的空间交错感，这种交错感所形成的展示空间通常能呈现出较强的韵律感。

突出线元素效果的展位设计案例，如图 3-7~ 图 3-13 所示。



图 3-7 线元素造型在展位设计中的应用（一）



图 3-8 线元素造型在展位设计中的应用（二）



↑ 图 3-9 线元素造型
在展位设计中的应用（三）

→ 图 3-10 线元素造型
在展位设计中的应用（四）

↓ 图 3-11 线元素造型
在展位设计中的应用（五）





图 3-12 线元素造型在展位设计中的应用（六）



图 3-13 线元素造型在展位设计中的应用（七）

3. 面，该元素在展示空间设计中有极其丰富的变化方式和强大的表现力

面元素是展示空间设计中不可缺少的造型设计基础，其可以通过几何形、不规则形等方式，有条理、有秩序地进行造型结构变化。在展示设计项目中要注意研究观众的各种面与形所生产对心理感受，学会灵活运用不同的面块造型表达不同的设计情感。

突出面元素效果的展位设计案例，如图 3-14~ 图 3-18 所示。



← 图 3-14 面元素造型在展位设计中的应用（一）



← 图 3-15 面元素造型在展位设计中的应用（二）

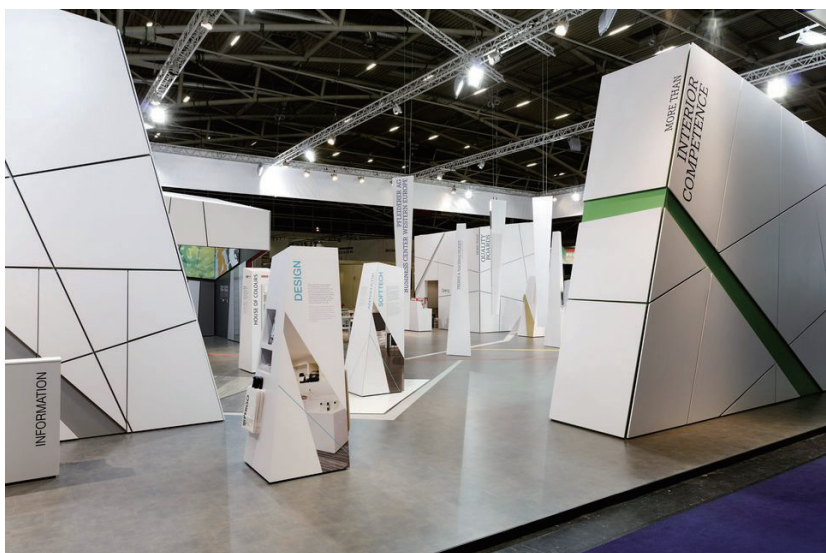


← 图 3-16 面元素造型在展位设计中的应用（三）



↑ 图 3-17 面元素造型在展位设计中的应用（四）

→ 图 3-18 面元素造型在展位设计中的应用（五）

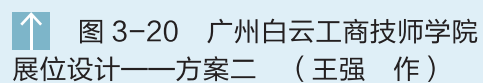
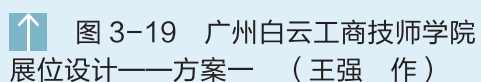


二、比例与尺度在展示空间创意中的运用

展示空间设计的比例是指各种展示造型、空间、道具之间的比例尺度关系。这些元素之间存在着部分与部分、部分与整体之间的多样性关系。设计师在进行展示空间设计时应具备敏锐的比例、尺度概念。所有的设计造型都会牵涉到比例与尺度的问题。将面积、体积不同的造型和色彩等要素根据适当的比例原则进行完美的组合，可以获得优美、适用的造型形态。巧妙地运用比例与尺度的搭配，可以实现奇特、美妙的错视效果。

比例是指在配置与组合过程中进行最优化的组合和搭配。古代学者把几个理想的比例公式作为设计美的标准，其中最重要的比例就是黄金分割比（1:1.618），它也是公认的构成优美比例的准则之一。

突出比例与尺度效果的展位设计案例——广州白云工商技师学院展位设计，如图 3-19~ 图 3-21 所示。



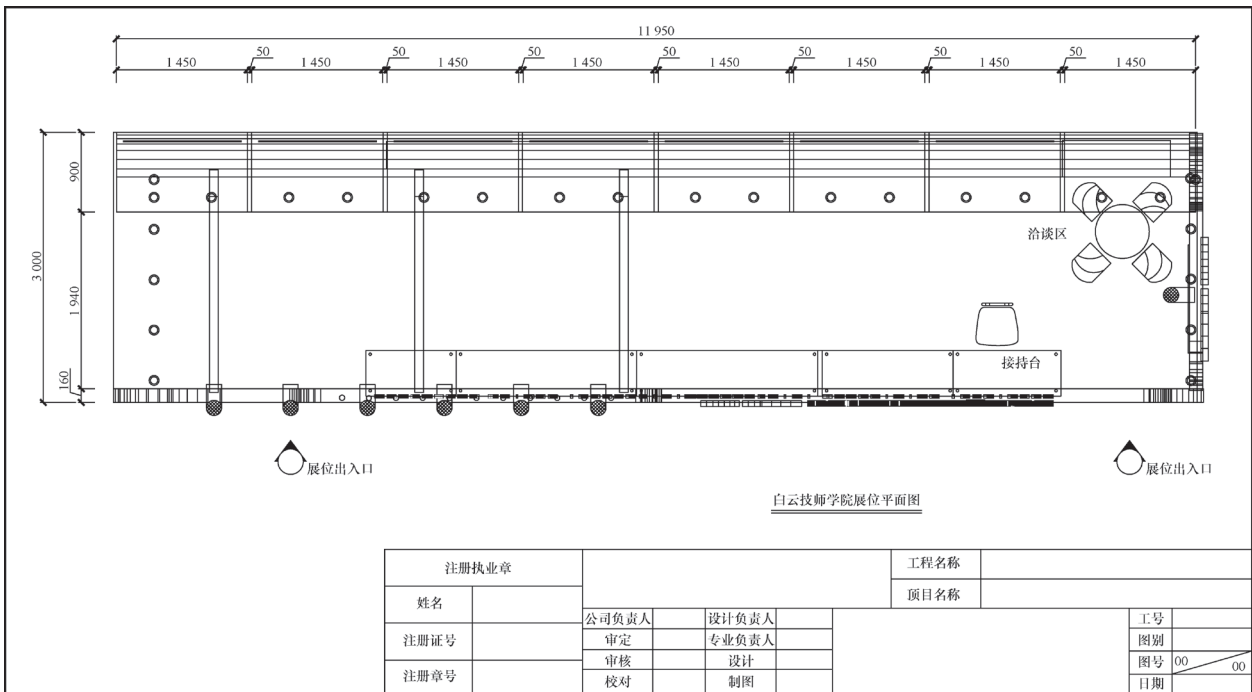


图 3-21 广州白云工商技师学院展位平面图 （王强 作）

三、形式美法则在展示设计中的应用

1. 对称与均衡在展示空间创意中的运用

展示空间设计创意理念中如需表达端庄、正统、高贵的感觉，往往会采用对称的造型手法。在实际项目中，绝对的对称造型手法一般较少应用，绝对的对称有时会给人以刻板之感。实际案例中的对称手法往往会加入一些局部变化的造型元素，这样可以在保持统一、正统的感觉下，破除刻板印象，达到活泼的效果。

均衡是指空间造型中左右或上下等量而不等形的构图形式，它能给人一种协调加变化的感觉。均衡形式的构建主要是掌握空间的重心，在造型处理上保持视觉平衡。可以应用不同程度的均衡表达，来使人产生不同的视觉感受与心理变化。

突出对称与均衡效果的展位设计案例——自行车销售展位设计，如图 3-22、图 3-23 所示。

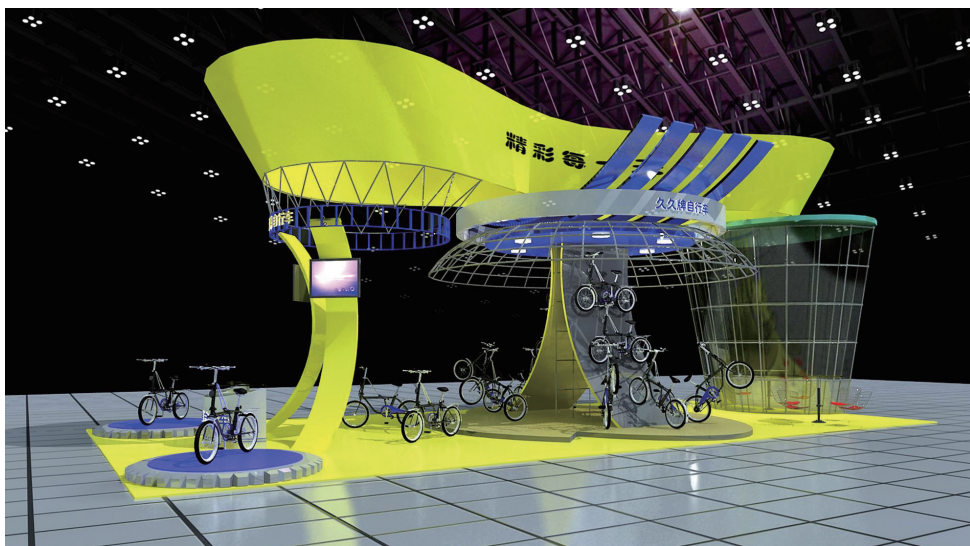


图 3-22 自行车销售展位设计效果图（一）（王强 作）

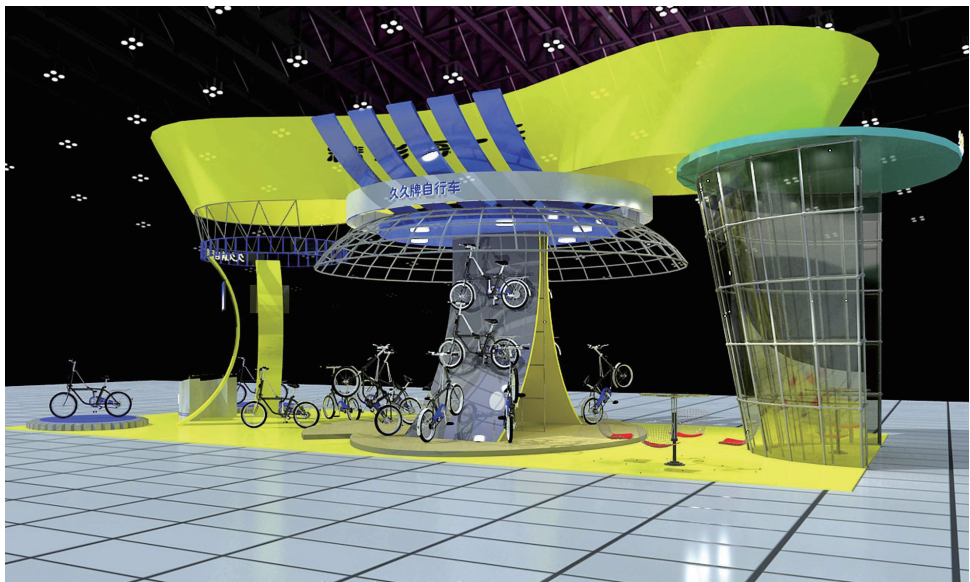


图 3-23 自行车销售展位设计效果图（二）（王强 作）

2. 对比与调和在展示空间创意中的运用

对比是使展示空间中的各个要素之间产生矛盾与变化，从而达到视觉心理上的冲突，最终达到吸引观众的目的。在展示空间设计中，常见的对比方式有：量的对比、方向的对比、形状的对比、色彩的对比、主体与背景的对比等。我国传统造型手法中所谓的“粗中有细，巧中见拙，方中见圆，曲中见直，静中寓动，刚柔相济”等手法，也是对比的表现。对比的程度应按设计主体思想表达的不同而有不同的变化。调和就是在众多要素的变化中，形成有序的一种手法要素，使整个空间在变化中见规则。

突出方圆体现对比的展位设计案例——数码产品展位设计，如图 3-24、图 3-25 所示。

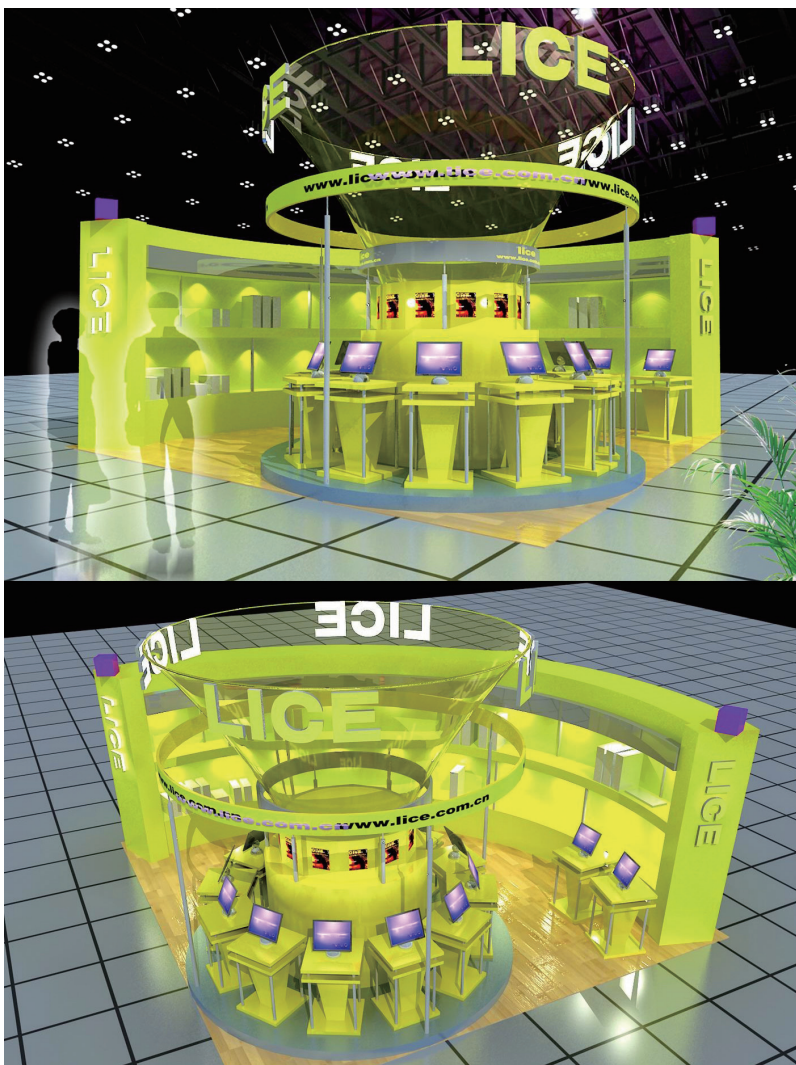


图 3-24 数码产品展位设计效果图（一）（王强 作）



图 3-25 数码产品展位设计效果图（二）（王强 作）

3. 统一与变化在展示空间创意中的运用

在变化中求统一，在统一中求变化。变化是制造差异、寻求丰富性、形成多样化的一种手段。造型中没有变化就会显得平淡，就会缺少视觉冲击力。营造强烈、动人、醒目的视觉效果是当代展示设计追求的目标之一。统一是对矛盾的弱化和削减，统一意味着在变化中寻找规律。比如，在有展示空间的总体设计中运用统一色调、统一形式、统一风格的材质来获得统一的视觉效果。变化的手法往往用在局部的造型中，起到消除单调感、获得多样化与活力的效果感觉。

4. 反复与渐变在展示空间创意中的运用

反复是指相同或相似形象的反复出现，由此可以形成统一、整齐的整体形象。其手法简单，具有单纯、清晰、连续、平和的效果和节奏美感。变化反复则是在反复中有变化，或者是两个以上基本形的重复出现，能形成节奏美和单纯的韵律美。在实际项目设计中，变化层次不宜过多。展示空间中常用反复的形式将不同规格、款式的展品进行连续均等的陈列，给人以条理感和秩序感。



渐变指相同或相近形象的连续递增或递减的变化，是相近形象的有序排列，也是一种以类似的形式统一的手段。在对立的要素之间采用渐变的手法加以过渡，两方的对立就会转化为和谐、有规律的循序渐进的变化，带来视觉上的幻觉和递进的速度感。

5. 节奏与韵律在展示空间创意中的运用

节奏是指某种视觉元素的组合多次重复出现，并产生高低、强弱的变化，比如同样的色彩变化或明暗对比变化反复地出现。造型上的节奏变化也可以使人产生类似音乐中的节奏感受。在现代展示空间设计中，常用“反复”“渐变”等手法来求得节奏的变化，通常表现为形、色、音的反复变化，有时表现为相间交错的变化，有时表现为重复出现的形式。



实训模块

以下“广州亚胜灯具制造有限公司”的展位设计方案就充分地从项目实践的角度，表达出了设计构成形式美法则在展位设计项目中的应用。整个展位设计中最大的亮点就是形象墙的设计，将点、线、面的构成元素有机、协调地构筑出了一幅美妙的画面。

对称与均衡、对比与调和、统一与变化、反复与渐变、节奏与韵律这几个原则，设计师用实际造型的图形语言充分地表达了出来。整个设计方案的创意堪称形式美法则应用的典范。

现代式、构成式主义设计风格实训的要领就是，把形式美的原则用图像、具体造型的手法在设计项目中构建出来。

“广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计案例，如图 3-26~ 图 3-36 所示。此方案由广州市高艺创展展览工程有限公司设计并施工完成。



图 3-26 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计（一）



图 3-27 “广州亚
胜灯具制造有限公司”展
位设计（二）



图 3-28 “广州亚
胜灯具制造有限公司”展
位设计（三）



图 3-29 “广州亚
胜灯具制造有限公司”展
位设计（四）



图 3-30 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计（五）

图 3-31 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计（六）

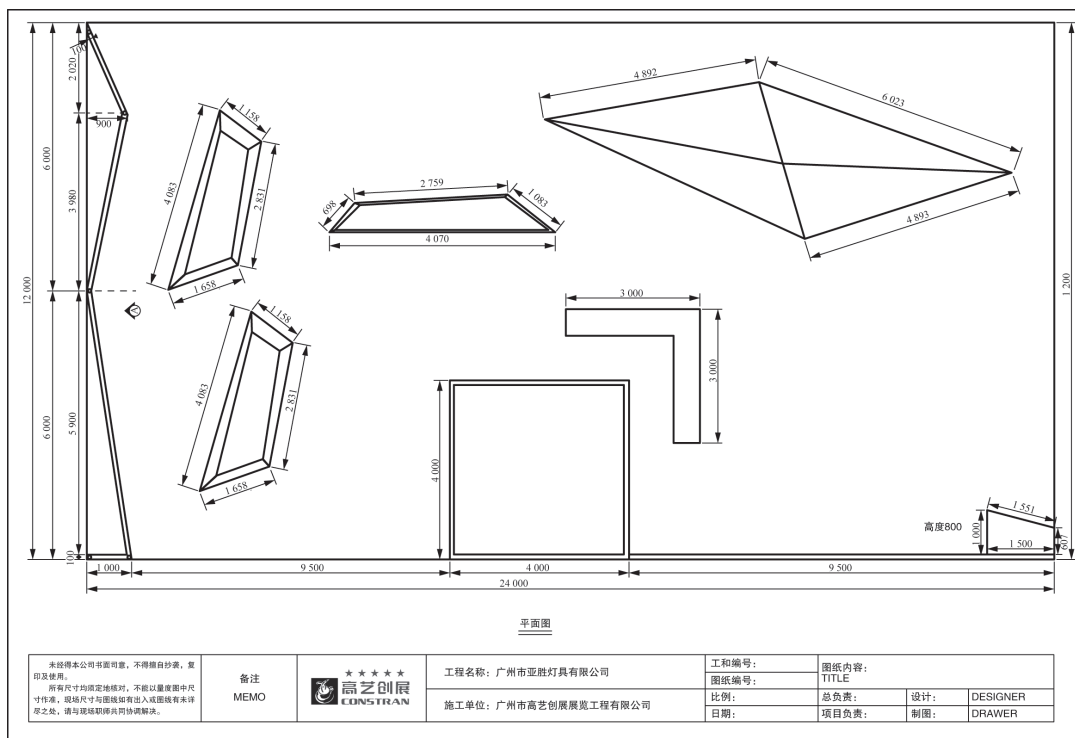


图 3-32 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计（七）

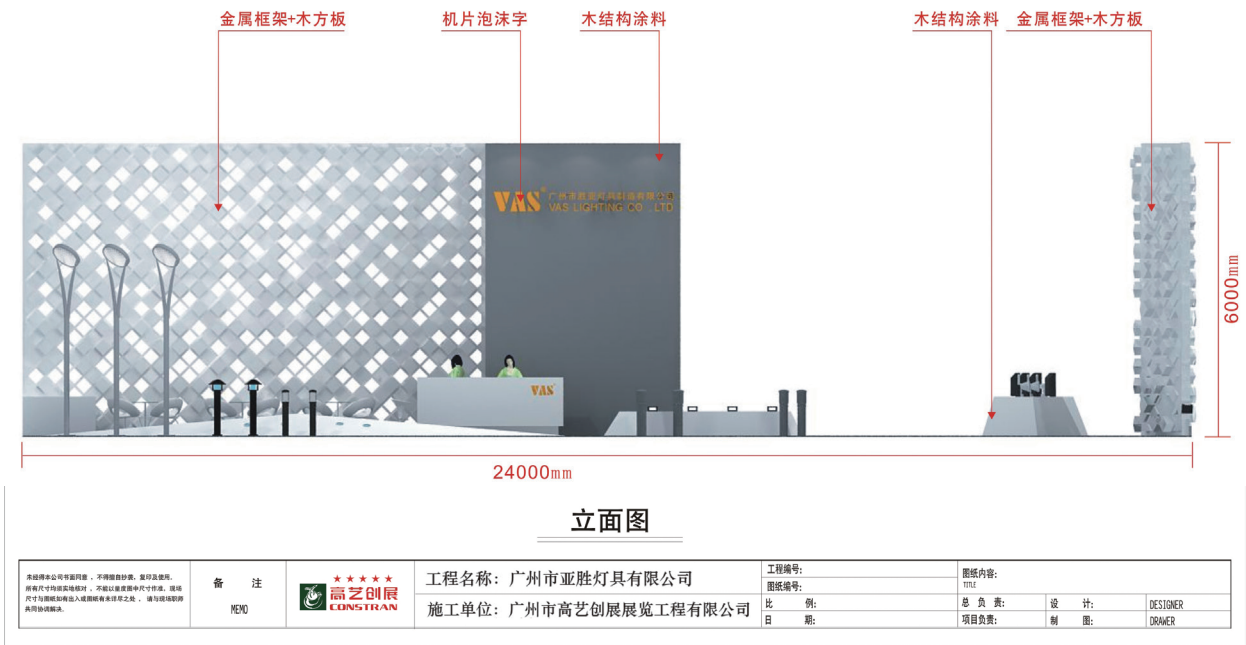


图 3-33 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计（八）



图 3-34 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计（九）

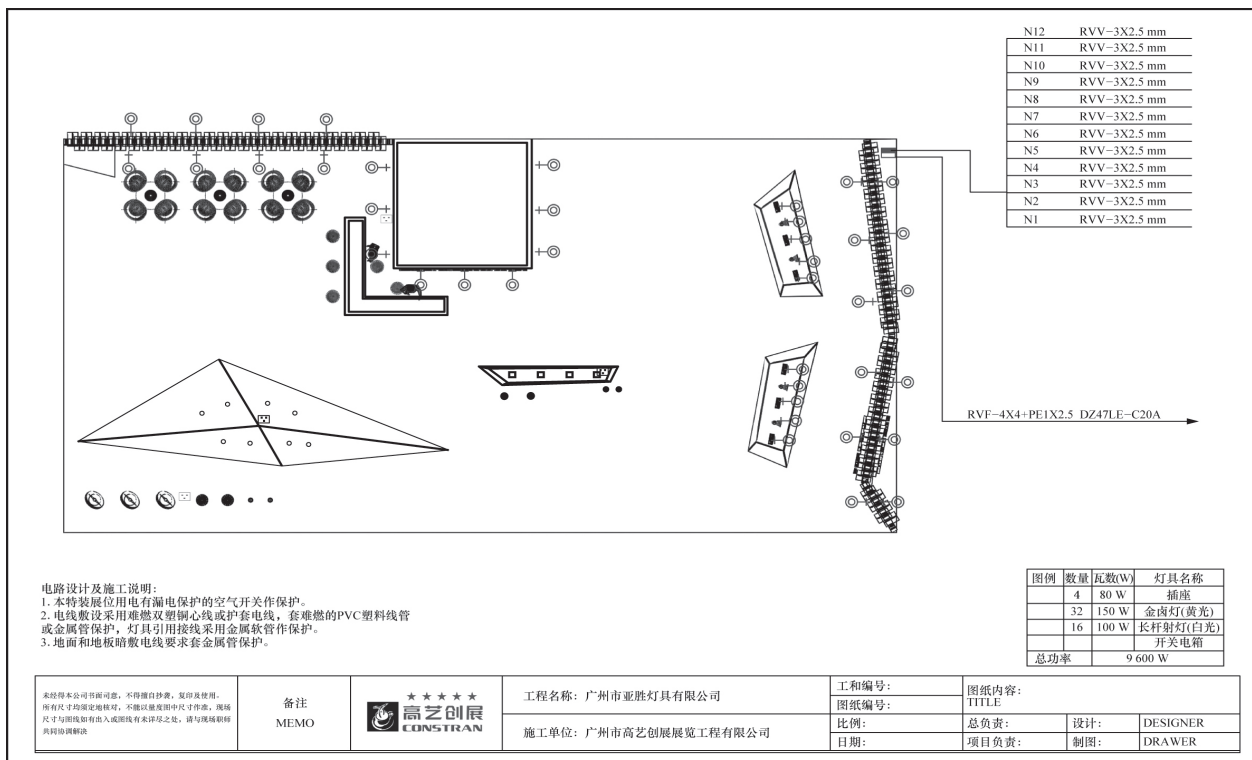


图 3-35 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计(十)

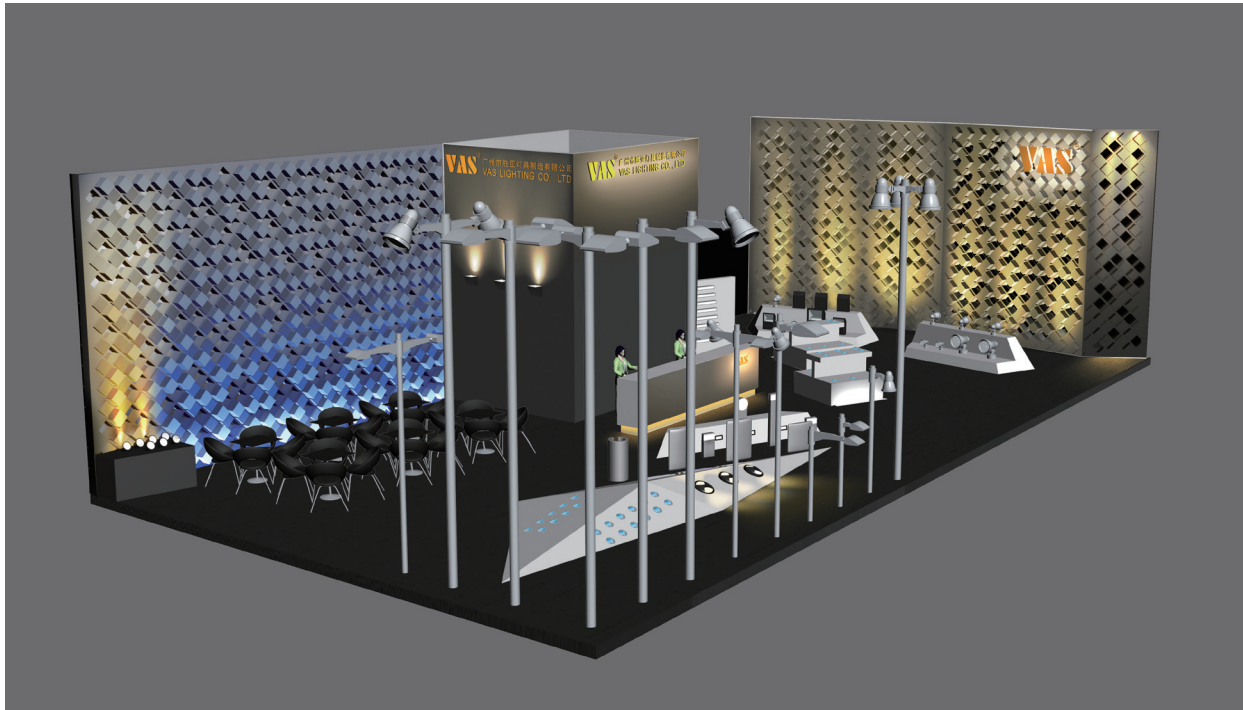


图 3-36 “广州亚胜灯具制造有限公司”展位设计(十一)



第二节

色彩构成原理在展示设计中的应用

要点提示

1. 色彩构成的基本原则
2. 展示空间设计中色彩的常见应用原则

理论模块

一、色彩构成的基本概念

色彩构成是从人对色彩的知觉效应出发,运用科学的原理与艺术形式美相结合的法则,发挥人的主观能动性和抽象思维,利用色彩在空间、量与质的可变换性,对色彩进行以基本元素为单位的多层面、多角度的组合、配置,并创造出理想、新颖与审美的设计色彩。

色彩构成的基本内容为:第一,着重论述色彩的由来,即光与色彩,光与视觉、物体色,光与色的混合的相互关系以及相关的物理及化学原理,介绍色彩的体系及色彩的表色立体与特点、用途;第二,讨论人对色彩的视觉效应(视觉引起的生理、心理的变化);第三,色彩的对比和调和,变调、组调及各种调和推移;第四,重点探讨色彩的心理效应、人的心理与色彩的内在联系以及外在表现(联想、联觉等)。

二、色彩的调和

色彩的调和主要是为了满足人们的视觉和心理需求,色彩调和与否,通常就是我们所说的放在一起“舒服不舒服”。

1. 调和的定义

字面意思:两种或多种颜色协调地组合在一起,产生愉悦、舒适的搭配。

对比——寻求差别

调和——寻求关联



理论含义：

将具有明显差异或者明显含糊的色彩在构图中进行调整，使之完美地统一在一起，如：明度与纯度（调和）。

将有显著区别的色彩合理地分布在构图当中，以实现其完美的统一，如：色相与面积（并置）。

2. 色彩调和原理

(1) 色彩搭配在一起，既不过分刺激，又不过分呆板，配色是调和的。

(2) 没有对比就没有调和，对比与调和是相辅相成的。按照人的视觉需要，进行补色搭配以求得生理平衡。

(3) 色彩的对比只是认识色彩变化的手段，调和才是运用色彩、解决色彩问题的关键。

三、色彩心理

1. 色彩的基本性格

红色：象征着生命、健康、热情、坚强、朝气、外向、希望、活力等。

橙色：象征着活泼、明朗、兴奋、热烈、华贵、快乐、跳动、生机等。

黄色：象征着高雅、辉煌、光明、庄严、富贵、奔放、乐观、权威等。

绿色：象征着安全、自然、安详、清新、恬静、成长、希望、积极等。

青色：象征着宁静、悠远、辽阔、清冷、朴实、希望、沉着、典雅等。

蓝色：象征着深远、成熟、理智、崇敬、柔和、庄重、青春、冷静等。

紫色：象征着神秘、高尚、富贵、性感、优雅、权威、哀伤、华丽等。

黑色：象征着肃穆、神秘、庄重、沉默、悲哀、孤独、坚实、绝望等。

白色：象征着纯洁、和平、神圣、庄严、明朗、清爽、洁净、平淡等。

灰色：象征着忧郁、随和、沉静、平凡、高雅、冷漠、朴素、中庸等。

金银色：象征着雍容、珍贵、优雅、前卫、辉煌、华丽、富有、成熟等。

褐色：象征着古朴、自然、温和、谦逊、健康、含蓄、持重、优雅等。

2. 色彩的具体及抽象的联想

色相	具体的联想	抽象的联想
●红	血、火、夕阳、辣椒	热情、喜爱、危险、爆发
●橙	橙、橘、枫叶、柿子	温暖、喜悦、快乐、积极
●黄	阳光、灯光、黄金、香蕉	光明、希望、动力、注意
●绿	草原、秋苗、树叶	健康、和平、安全、成长
●蓝	天空、海洋、远山、地球	理性、沉静、忧郁、凉爽
●紫	紫罗兰、茄子、葡萄	优雅、高贵、浪漫、嫉妒

色相	具体的联想	抽象的联想
○白	雪、云、牛乳、护士	纯洁、素净、雅致、神圣
●灰	水泥、铝片、老鼠、大象	沉默、内敛、中庸、晦涩
●黑	木炭、深夜、墨	威严、稳重、权利、秘密

白色风格“保时捷”展馆设计案例，如图 3-37~ 图 3-42 所示。



图 3-37 白色风格“保时捷”展馆设计（一）



图 3-38 白色风格“保时捷”展馆设计（二）



图 3-39 白色风格“保时捷”展馆设计（三）



图 3-40 白色风格“保时捷”展馆设计（四）



图 3-41 白色风格“保时捷”展馆设计（五）



图 3-42 白色风格“保时捷”展馆设计（六）



黑色风格展位设计案例，如图 3-43~ 图 3-48 所示。



图 3-43 黑色风格展位设计案例（一）



图 3-44 黑色风格展位设计案例（二）

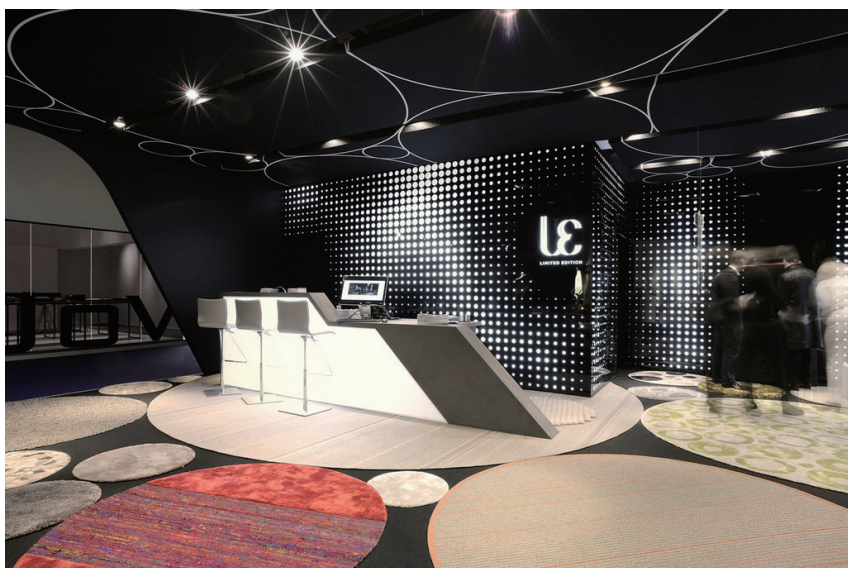


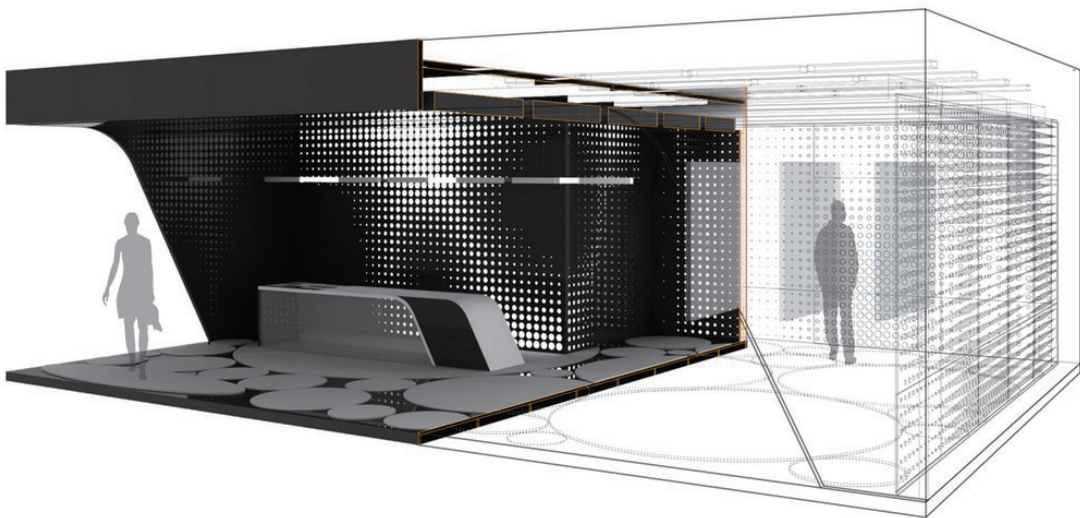
图 3-45 黑色风格展位设计案例（三）



↑ 图 3-46 黑色风格展位设计案例（四）

→ 图 3-47 黑色风格展位设计案例（五）

↓ 图 3-48 黑色风格展位设计案例（六）





红色风格展馆设计案例，如图 3-49~ 图 3-54 所示。



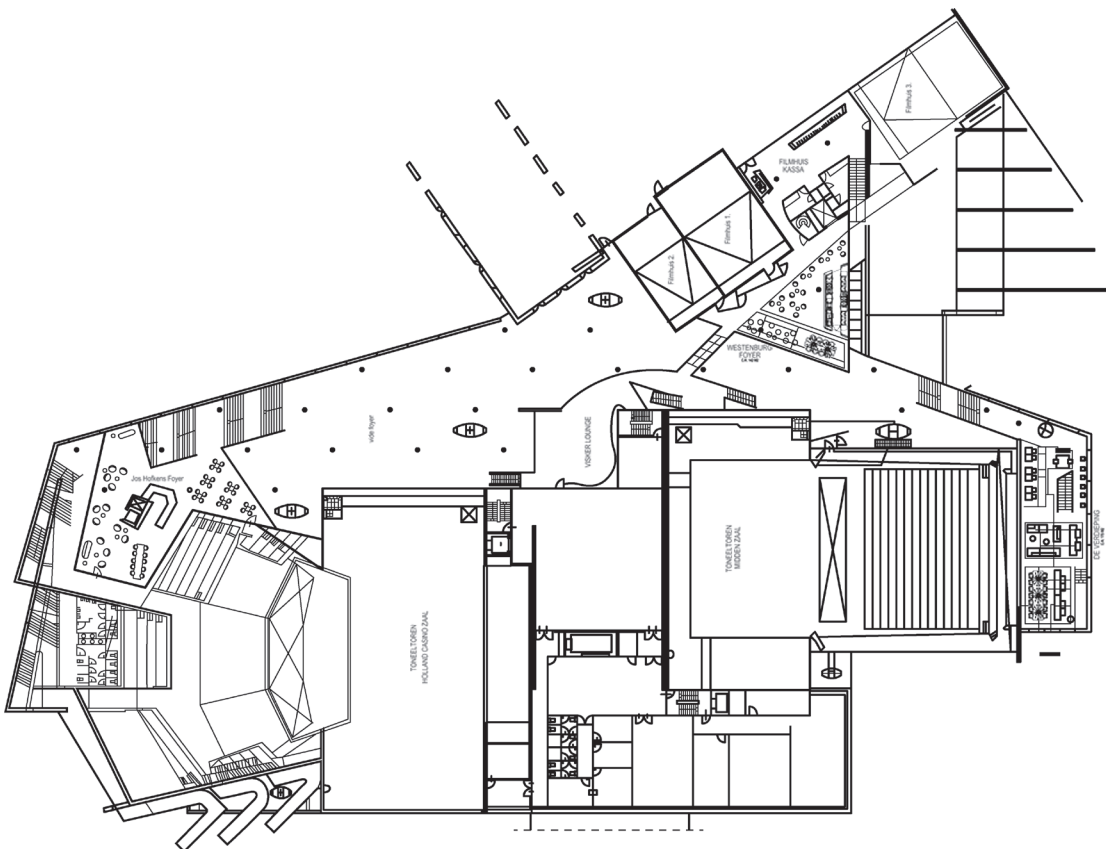
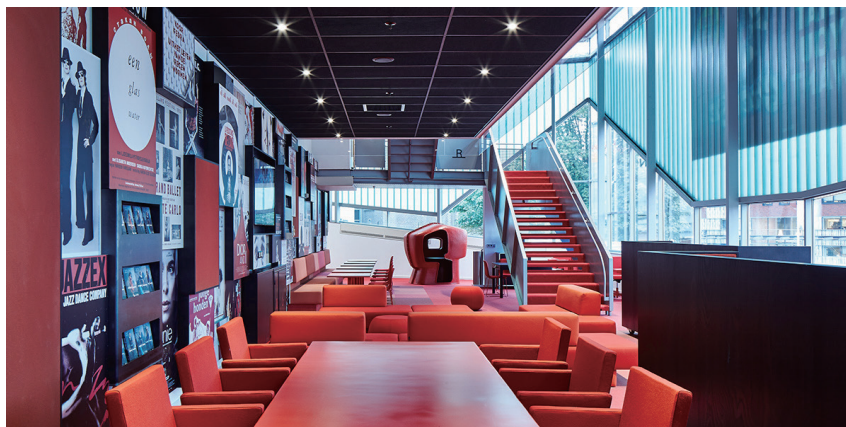
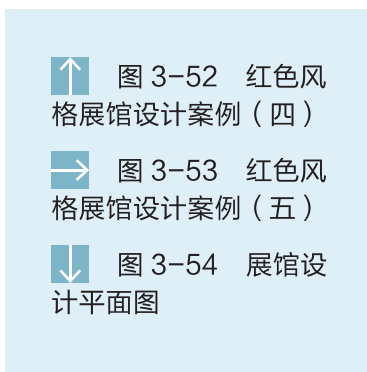
图 3-49 红色风格展馆设计案例（一）



图 3-50 红色风格展馆设计案例（二）



图 3-51 红色风格展馆设计案例（三）





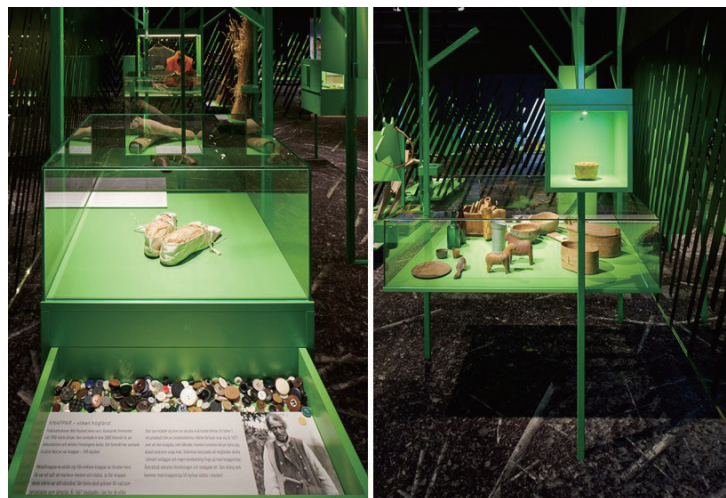
绿色风格展馆设计案例，如图 3-55~ 图 3-60 所示。



↑ 图 3-55 绿色风格展馆设计案例（一）

→ 图 3-56 绿色风格展馆设计案例（二）

↓ 图 3-57 绿色风格展馆设计案例（三）





↑ 图 3-58 绿色风格展馆设计案例（四）

→ 图 3-59 绿色风格展馆设计案例（五）

↓ 图 3-60 绿色风格展馆设计案例（六）



实训模块

展示设计是以造型美化来求得良好展示效果的设计活动。展示的内容、目标涉及商业、工业、文化、体育、旅游等不同领域。展示设计有商业展销会设计、工业展览会设计、博物馆陈列设计、艺术展



览会设计、旅游观光景点展示设计、购物环境设计、节庆礼仪场景设计等。展示设计既要考虑展示内容、程序、侧重点等实用因素，又要考虑环境氛围的艺术创造和接受者的心理因素，以便设计出合理的使人赏心悦目的观赏流程，给人留下良好、深刻的印象。在大多数情况下，展示设计是一种综合性的多方位立体设计。

人们在展示空间中的行为，在一定程度上受到环境色调的影响。商场、展销会等商业空间结合照明的色彩设计，需要服从这样一个宗旨：让顾客较快地流向各种各样的商品，以增加购买的可能性。这样，因为商品或展品本身已经有着让人目不暇接的色彩，那么环境色彩，即顶棚、墙面、地面以及货架、货柜或展架展柜的色彩，宜采用低饱和度、与其他颜色容易协调的色彩，甚至高明度灰色系列色彩。

一、展览空间的色彩构成

展览空间的色彩构成从功能来划分，主要包括以下几个方面内容。

1. 环境色：墙（四壁）、地（地面、地板、地毯）、天花板等对整个展览色调起主导性作用，是基本色。
2. 展位色：展品、道具以及工作人员的着装色等是色彩设计的中心所在，是展示色彩设计成功与否的关键因素。其他一切色彩设计都是为了更好地体现它、美化它而存在的。
3. 光照色：包括展场内天花板与四壁的照明（大环境）和各个展位内部的光照色，它是统一强化展场和展位内色调关系的好方法。
4. 绿化色：包括入口、通道以及展位内部特别布置的绿色植物等的色彩，它具有点缀、调节气氛和放松心情的作用。一个展览的色彩设计所应达到的效果总的来讲应该是既统一又有个性的和谐整体，即整个展览从头到尾的各个展区、展位彼此之间的色调是协调统一的，同时各个展位又有其自身的特色所在，既有连续感又有区分感，形成一种富有韵律的色彩节奏，如冷暖感、明暗感、松紧感的节奏等，犹如绘画中有实有虚、有冷有暖、有紧有松、有远有近的交相呼应的节奏感变化。如能按照以上所述进行展示色彩的设计，做到心中有数，则不难创作出优秀的展示色彩设计作品。

二、展位空间设计在色彩应用上的关键

展位空间设计在色彩应用上关键要做到三点：确定展场的色彩基调；确定展览专用色；确定各展区之间的色彩关系。

1. 根据展览主题和展览时间来确定展场的色彩基调，即是高调，还是低调；是暖调，还是冷调。对于一个历史性题材的展览来讲，在色彩上应以厚重、沉稳的低调为主，以反映一种沧桑的历史变迁以及传统文化的凝重。对于一些展销性质的展览活动，则应设计成贴近生活的活跃的高色调，以刺激参观者的消费欲望，渲染交易气氛，促进场内交易的发生。一般商业性展览活动，大多采用中性、柔和、灰性色调，以突出展品，取得色彩上的和谐。从展览时间方面来讲，则要充分考虑到季节寒暑带来的温度差异性，从而在色彩设计上有所偏重，如：冬季展览中，室外寒冷，整个展场内的色彩设计应以暖色调为主，给人心理以温暖感、热烈感，与人的心理需求相吻合。同样，在夏季举办的展览中，户外温度很高，设计则应以冷色调为主，给人以恬静、凉爽之感，参观者自然会对该展



览青睐有加。

2. 根据展览性质、展览标志来确定展览专用色。通常，展览标志的标准色即为展览专用色。每个展览都有自己的标志标准色。在展场内色彩设计中应充分运用展览专用色，包括墙面海报、悬挂旗帜、POP 广告、指示标牌等处的颜色，让参观者进入展馆时对展览标志色有充分的视觉接触，从而对该展览标志形成深度记忆，有利于展览品牌效应的形成，同时有利于场内色彩的和谐、统一。

3. 根据展场的区位划分确定各展区之间的色彩关系。各展区之间应既有统一性又有个性的变化，使之成为一种富有韵律的节奏性色彩关系。从整个展场的大范围来看，色调应是和谐、统一的，各展区色调彼此之间是一种顺承、渐变的关系。同时，各分展区又各自形成一种更符合本展区展品性质的色调，与其他展区色调有一定的区别性，不致单调、乏味而使人失去探究的兴趣，也不致纷杂无序使人眼花缭乱、不知所为。

思考与练习

1. 空间的构成要素主要有哪些？
2. 简述比例与尺度在展示空间创意中的运用。
3. 形式美法则主要有哪些？形式美法则可以如何作用于展示空间设计？
4. 色彩构成的核心内容是什么？
5. 列举 8 种常见色彩的基本性格。
6. 展览空间的色彩构成从功能来划分，可以划分为哪几个方面的内容？