



第 1 章

展示空间设计概述

学习目标

- 了解现代展示活动的定义、展示的形式、国际性的展示活动。
- 熟悉展示设计中的空间内容。
- 掌握展示设计分类以及空间设计的特性。

技能要点

国际性的展示活动 展示空间基本概念 展示设计分类



案例导入

上海世博会中国馆建筑空间设计

2010 年上海世博会，中国国家馆（以下简称中国馆）作为中国展馆向世界展示出了中国建筑的特色。中国馆以城市发展中的中华智慧为主题，表现出了“东方之冠，鼎盛中华，天下粮仓，富庶百姓”的中国文化精神与气质。整个展馆以“寻觅”为主线，带领参观者行走在“东方足迹”“寻觅之旅”“低碳行动”三个展区，在“寻觅”中发现并感悟城市发展中的中华智慧。

中国馆无论地理位置还是馆内、馆外设计都别具匠心，既突出了中国元素之美，又不失现代艺术之感，如图 1-1 所示。

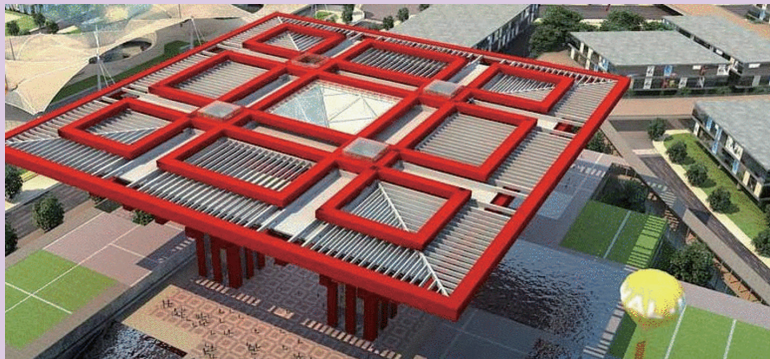


图1-1 上海世博会中国馆

分析：

中国馆馆内布局设置分成了“东方足迹”“寻觅之旅”和“低碳行动”三大区域，展示出了中华民族绵延不绝的智慧。

第一展区“东方足迹”，放置着 128 米巨型画卷《清明上河图》，如图 1-2 所示，再现了北宋宣和年间世界上最大的城市汴京（今河南开封）的繁荣昌盛，画卷以全景式的构图，细致而真实地记录了当时城乡、街市、水道间的形形色色。



图1-2 《清明上河图》

第二展区“寻觅之旅”，如图1-3和图1-4所示，采用轨道游览车方式，以古今对话的方式让参观者在最短的时间内领略中国城市营建规划的智慧，完成一次充满动感、惊喜和发现的参观体验。

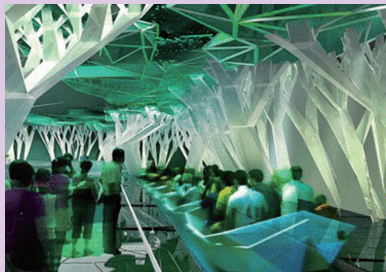


图1-3 寻觅之旅其中一角1

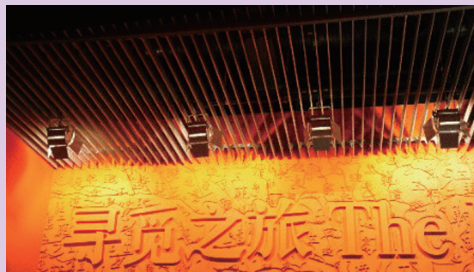


图1-4 寻觅之旅其中一角2

第三展区“低碳行动”，如图1-5所示，以低碳环保为主题，强调中国未来城市的发展，以及如何通过“师法自然的现代追求”来应对未来的城市化挑战，为实现全球可持续发展提供“中国式的回答”。

中国馆内以“水的流动”联系各个展层和展项。参观者可以在不同的地方看到形态各异的水，既有真“水”，也有高科技的模拟“水”，还有装置性的抽象“水”，更有让人意想不到的“新新水模式”。

水是地球资源之一，以“水”元素贯穿整个场馆，既表达出对全球水资源紧缺问题的呼应，更展现了人与人、人与环境、城市发展与自然环境之间的和谐。

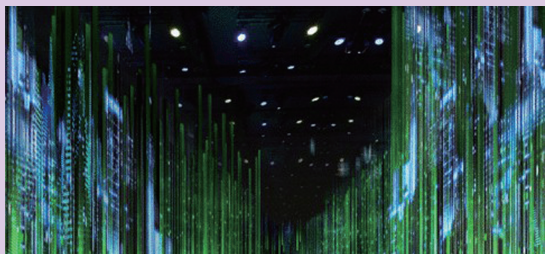


图1-5 水和环保创意空间设计

(资料来源：中国园林网)



1.1 展示活动概述

1.1.1 展示活动的定义

展示是人类社会性活动的一种形式。在现代社会中,展示涉及各个领域,如娱乐文化、产品工业、商业活动等,其内容丰富多彩。另外,展示也随着时代的发展而不断地充实着其自身内容。

欧洲工业革命的兴起,带动了新纪元的发展,使人类进入到了现代工业化的文明国度。由于政治、经济等各方面的原因,欧美诸国相继进入了发达国家行列,这也促成了当代展示业起步于欧美。其涵盖内容之繁,涉及领域之广,使得展示成为一门综合的信息服务业。

展示活动设计作为一项综合了现代设计艺术和设计科学成果的综合学科,体现出环境艺术设计学科的优点。展示活动设计涉及诸多其他相关学科的设计领域,在设计方法和程序设计上,展示环境设计有着与艺术学科密切相关的领域,涉及室内设计(如图1-6所示)、公共空间设计(如图1-7所示)、景观设计(如图1-8所示)及家具设计(如图1-9所示)等诸多方面的内容。同时展示活动又兼具自身的专业特性,在内容设定与布置上,展示的陈列设计与视觉信息传达的表现和现代设计艺术中的视觉传达设计、多媒体艺术等有着密切的关系。



图1-6 室内设计



图1-7 公共空间设计



图1-8 景观设计



图1-9 家具设计

【知识链接】

展示不仅仅是停留在陈列商品、摆放展品的层面，而是通过信息传递、教育启蒙、活动、节日、娱乐、休闲等各种方式，来达到商品宣传促销和文化交流的目的，营造人与人之间沟通并富有趣味的空间环境。

1.1.2 现代展示的形式

从1851年的伦敦世博会，到2010年的中国上海世博会，世界博览会的形式数不胜数。从迪士尼乐园的各种景观和游乐节目到各类商品展销会和商品陈列，从卢浮宫庞大的艺术博物馆到近年来中国各新兴中小城市兴建的规模不一的博物馆和纪念馆等，其中不乏人们所熟悉的艺术空间展示。尽管这些展示活动在规模和内容上都有着很大的差别，但在其展示的性质上有着相近的特点，都是为所要展示的主题服务。

1. 博览会、博物馆中的展示

近年来，世界各国的文化和商业性的展示都呈现出高投入、长期化的趋势。一些著名的博物馆(如纽约大都会艺术博物馆)、世界性的博览会上的各国展馆都不惜斥巨资，投入大量人力、物力，运用最新科技成果，使展示成为一种融高端科技和信息艺术为一体的文化活动。随着人们环保意识的不断增强，近年来的世博会等大型展示活动以绿色、节能、环保为主题，使材料能够被二次利用。

图1-10所示是2010年上海世博会主场区内的“主题馆”夜景灯光效果，其倡导环保的设计理念，建筑外立面附着一层绿色植物，对温控起到有益的作用。



图1-10 上海世博会主场区内的“主题馆”

2. 汽车4S展示中心

图1-11所示的是北京现代汽车4S展示中心，现代展示设计已将人性化设施作为设计过程的一项重点，并将展区和休息区按比例划分。



图1-11 北京现代汽车4S展示中心

3. 人文历史、风土人情的展览

现在人们非常喜欢旅游，旅游业近年来增长很快。越来越多的国家认识到了旅游业这一“无烟工业”给本国带来的巨大经济效益，因此想尽各种方法来吸引游客。例如，举办各种当地人文历史、风土人情的展览，或组织各种传统的节日庆典活动，展示具有历史意义的建筑和景观等。如图1-12所示的剪纸，作为中国传统民间艺术文化已有几千年的历史，无论是北方派系，还是南方派系，都有各自的特色，尤其在春节这样的传统节日里，各地更是会举办一些剪纸活动或庆典来宣传当地文化。



图1-12 剪纸

4. 广告和展示会

每个城市的大型百货商场、超级市场和各类专卖店、连锁店为了在激烈的市场竞争中存活，在广告和展示会上都会花费巨大的财力、物力。橱窗陈列、POP(销售点)设计，不断标新立异、推陈出新。尤其在一些大型节假日，百货商场、超级市场等都会推出宣传活动，以此吸引顾客光临，如图1-13所示。



图1-13 美妆宣传单

1.1.3 国际性的展示活动

曾经以经济和贸易为主题的世界博览会，如今已经发展成为以国际文化交流、展示技术进步、促进共同繁荣发展为宗旨的世界性活动。回顾一个世纪以来举办的不同类型的世界博览会，不难发现一个共同现象：各个国家政府或国际组织参与者通过世界博览会展示各自在发展过程，在社会、经济、文化、科技领域里取得的成就，展望人类社会的发展前景以及寻求解决面临的重大问题的方案。

2005年日本举办的爱知世界博览会以“自然的智慧”为主题，表达了人们重新审视人与自然关系的意愿。中国在此次博览会上的展出建筑面积为1 620平方米。展出场地分为正式展示区(约1 100平方米)、餐饮及零售区(约300平方米)、VIP接待室及办公区(约220平方米)三个部分。中国设计人员以及组织者在与国内外有关机构、专家学者反复商讨后，将2005年日本爱知世博会中国馆主题定为“自然、城市、和谐——生活的艺术”。根据这一主题，中国馆的设计方案体现出中国传统哲学中朴素而睿智的“尊重自然、回归自然、天人合一”思想。中国馆的设计将自然界的元素、中国文化的元素、中国城市的元素、人类的活动通过现代化的展示手法，有机融合，创造出万物生机盎然、人与自然亲切交流的氛围。图1-14和图1-15所示为中国馆的设计。



图1-14 2005年世博会中国馆远景图

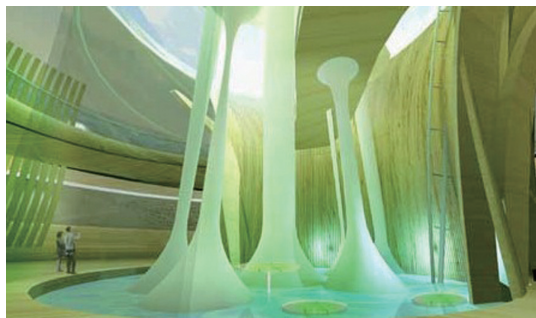


图1-15 2005年世博会中国馆局部图

2010年上海世博会整体规划布局

第41届世界博览会于2010年在中国上海举办。这次博览会以“城市，让生活更美好 (Better City, Better Life)”为主题，在整体规划上，“一轴四馆”的理念给人以耳目一新的感觉，分别代表的是2010年上海世博会的世博轴、中国国家馆、世博会主题馆、世博中心和世博会文化中心五个标志性的永久建筑，如图1-16所示。



图1-16 2010年上海世博会整体规划布局

分析：

上海世博会的代表建筑——中国馆以城市发展中的中华智慧为主题，结合几千年来来的中华文明，向世界展现了中国的过去、现在和未来。主题馆、世博中心和世博文化中心等项目都以不同的方式、不同程度地呈现了世界一流水准的展示成果，真正是集科技、综合演绎、艺术展示、时尚娱乐为一体的综合性展览。中国建筑与其他240个国家(地区)的参展馆交相辉映，共谱美妙而灿烂的世博景观。图1-17～图1-21所示分别为主题馆、德国展馆、俄罗斯展馆、英国展馆、中国展馆。



图1-17 主题馆