

<<展示设计>>

图书基本信息

书名：<<展示设计>>

13位ISBN编号：9787811114126

10位ISBN编号：7811114127

出版时间：2008-8

出版时间：东华大学出版社

作者：王芝湘

页数：127

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<展示设计>>

前言

在当今这个信息和品牌的社会，展示活动正以新的深度和广度，对社会的发展和人们的生活产生巨大的影响。

展示的传播力量非常大，甚至可以说是“传播制胜”。

展示绝不是一种无奈的花费，也不是短期的促销手段。

商家可以借助展示手段，快速地传播大量信息，从而达到迅速打造知名度、占领市场、塑造品牌的目的。

同时，从新闻媒体、政府官员、经济学家到业内人士，以比往前更多的热情关注着“会展经济”这一话题。

建设和开发当地的“会展经济”资源，以拉动本地区经济和社会的发展，提升城市和地区的文化品位，塑造城市和地区品牌形象，这些正在成为一些城市和发展地区的发展战略。

我们迎来了展示产业蓬勃兴起的局面。

综观世界展示事业的发展，最初形成的标志是1851年英国的“万国博览会”，以此为契机，席卷欧洲大地的工业革命浪潮向全球范围蔓延。

资本主义的发展、商品竞争的加剧和世界范围的经济贸易交往，给商业展示的发展提供了前所未有的空间；同时，人类社会的发展和文明的进步也促进了博物馆、纪念馆、现代科技馆、文化艺术中心、会展中心这些文化和社会教育展示的兴起。

从万国博览会至今已过去了将近一个半世纪，在这么长的时间里展示这种直观有效的活动得到了空前发展。

如今，展示业的发展已不只局限于自身行业的范畴，它已作为整个会展产业乃至会展经济链条中的一个环节，带动着当地旅游、饭店、餐饮、交通以至地区经济和文化的发展。

展示业的发展，对我们的展示设计教育也提出了新的要求。

现今，人们习惯于将现代设计归纳为视觉传达设计、产品设计和环境设计三大类，展示设计处于这三者边缘交叉之中。

然而，设计既然是现实需要的产物，它必然伴随着现实的需要而发展，而各种展示活动的兴旺也促成了对展示设计乃至展示设计教育的现实需求。

近些年来，在我们的艺术设计院校已有一些开办了展示设计专业，还有的艺术设计专业开设了展示设计课程，但总体看，同充满活力、蓬勃发展的展示活动实践相比，展示设计的专业教学显得明显滞后，展示设计教育的学科体系尚处于摸索中，如果说我国的现代艺术设计教育尚处于年轻的生长发育期，展示设计教育就更是一株尚待发育的幼苗。

展示设计是一门综合性很强，具有独特行业特点的专业，同时也是应用性很强的一门交叉的边缘学科。

展示设计融会了视觉传达语意、产品设计形态和时空环境的创造这三大设计类别，因此，实质上它是在人与人、人与物、人与社会之间营造出彼此交往的场地与空间环境。

展示设计具有综合性、广泛性和社会性特征，构成了展示设计相关的理论和技术以及展示设计教学所要求的学科系统框架的基础，也因为如此，它使得展示设计学科的交叉模糊性、复杂性及挑战性越加突出。

为了适应展示设计教学的需要，在充分借鉴、吸纳前人和同行已有成果基础上，我将这些年教学和社会实践的积累整理汇编成这本教材。

本书编写中得到了学院和出版单位及相关展示行业同仁的支持帮助，在此表示衷心的感谢，愿此书能得到前辈、同仁和读的指教，以共同促进展示设计教学的发展。

<<展示设计>>

内容概要

《展示设计》是专门介绍展示设计的教学用书，内容通俗易懂，实用性强，大量的实例分析使学生能够更加直观的掌握知识，每章后面的研讨课题方便学生在课余时间复习巩固所学内容。

《展示设计》是一本新颖的设计教材，对丰富高校教材，扩大学生的理论及实践能力，有良好的导引作用。

案例范围广泛，涉及诸多艺术设计专业，具有综合性、时代性以及示范性。

对展示设计的教学规范化、体系化均有一定的现实意义。

理论知识、案例分析并举，非常适合艺术类院校作为教材使用。

同时，作为时尚类阅读文献，对业内人士及爱好者均有很强的实用性。

<<展示设计>>

书籍目录

第一章 展示设计概论一、展示的概念二、展示的由来与发展（一）博物馆——收藏与展示的结合（二）从市集到博览会三、现代展示的特征（一）公开性与透明性（二）以展品为本的实体性（三）体验性与参与性（四）信息载体的多样性（五）综合性（六）直接性与高效性四、展示设计的范畴（一）展（博）览会设计（二）博物馆陈列设计（三）商业环境设计（四）演示空间环境设计（五）庆典礼仪环境设计（六）旅游景观环境设计（七）各类广告设计五、作业与研究课题第二章 展示设计的基础原理一、造型形式法则在展示设计中的运用（一）点、线、面（二）比例与尺度（三）对称与均衡（四）对比与调和（五）统一与变化（六）反复与渐变（七）节奏与韵律二、人体工程学在展示设计中的应用（一）展示尺度（二）视觉尺度（三）心理尺度三、展示设计的要素分析（一）人（二）物（三）时（四）场（五）经费四、作业与研究课题第三章 展示环境的空间设计一、展示空间的分类与构成（一）展围空间（二）展示空间（三）演示、交流空间（四）辅助服务空间二、展示空间的特征（一）空间的多维性（二）空间的组合性（三）空间的开放流动性（四）空间的功能性（五）空间的时效性三、展示空间的构成形式（一）甬道式（二）庭院式、园林式（三）摊位式（四）中心式（五）线型单元式（六）层次复式（七）空吊式四、展示空间设计的时序与动线（一）动线设计（二）动线的设计方法五、展示空间设计处理（一）融合渗透法（二）写实法（三）动态法（四）超写实法六、作业与研究课题第四章 展示色彩与照明设计一、展示色彩设计（一）色彩设计在展示中的功能价值（二）展示色彩构成（三）展示色彩的设计原则二、展示照明设计（一）展示照明类型（二）展示照明方式三、光色与照明之间的关系（一）光色与气氛（二）色温与亮度（三）演色性四、展示照明的设计要求（一）加强立体感（二）突出质感（三）营造氛围五、作业与研究课题第五章 展示道具设计一、展示道具的功能二、展示道具的分类与选取三、常用展示道具及辅助设施（一）展架（二）展台（三）展柜（橱）（四）展板（五）展位（六）辅助设施（七）新型展示道具的设计与开发四、展品道具陈列设计（一）道具与陈列（二）道具设计与使用原则五、作业与研究课题第六章 展示的品牌策略与宣传设计一、展示的品牌策略（一）会标设计（二）吉祥物设计（三）会旗设计（四）馆服设计二、展示宣传设计（一）展示宣传的形式和作用（二）展示宣传品的设计与制作三、作业与研究课题第七章 商业空间展示设计一、商业空间环境的创造二、商业空间展示设计原则（一）真实性（二）时代感（三）环境观念（四）审美效应三、商业店面设计（一）商业店面设计概述（二）店面展示设计方法四、店面招牌设计五、橱窗展示设计（一）橱窗的构造形式（二）橱窗展示设计表现手法六、店内陈列展示设计（一）商品陈列方法（二）商品陈列风格及表现七、商业空间的格局设计八、导卖点（pop）设计九、作业与研究课题第八章 动态展示设计一、动态展示设计形式二、动态展示设计原则（一）人物的流动（二）展品的流动（三）展具的流动（四）空间的流动三、作业与研究课题第九章 展示设计表现技法一、展示设计制图（一）平面图（二）立面图（三）剖面图（四）施工详图（五）展具设计制图（六）参观动线的表示二、展示设计效果图（一）效果图的表现技法（二）计算机辅助设计三、展示设计模型的制作（一）模型的种类（二）展示模型的制作材料及工具四、作业与研究课题第十章 展示作品欣赏与个案分析一、展览类二、商业展示类（橱窗、店面）三、展示效果设计四、展示设计工程实例实施图参考文献

<<展示设计>>

章节摘录

“展示”一词包含的内容颇多。

展示的英文display--词来源于拉丁语displicare与displico的组合。

就字面的含义而言，有展出、陈列、示范、体现等意思。

“展示”的语义一般可理解为“展开表示”。

“展”的字义有张开、放开、转动、翻动、伸张和延长的意思，例如将某个物体四周转动、上下翻动、前后伸张、左右延长，观众不必变换视角同样能看到展品的不同部位，从而产生自我说明、招引传达的功能。

“示”的字义为“把事物摆出来或指出来使人知晓”，并且“示”的字义其外延很大，有演示、示范以及明示、暗示等含义。

演示、示范可以解释为通过特定的表演过程作为展现状态，时装表演属于此类。

近年来流行的“做秀（show）”的“秀（show）”也等同于此。

展示设计是人们按照一定的功能、目的而进行的展示空间、道具、展品、陈列、照明和视觉传达等创造性工作的统称。

即通过对展示空间环境的创造，有计划、有目的、合乎逻辑的将展示内容展现给观众，并力求对观众的心理、思想与行为产生影响的综合性创造活动。

……

<<展示设计>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>