

第一章 展示设计概述

第一节 展示设计概念与设计任务

一、展示设计概念

在研究展示设计时，首先要明确“展示设计”的概念。在《辞海》中，“展”字有“陈列”的含义，“示”是“以事告人，给人看”，由此可知“展示”就是将事物陈列给人看，也就是说“展示”的目的是向公众传递特定的信息。既然展示是为了传递信息，那么“展示设计”就是一门研究如何将展品所承载的信息有效传递出去的科学，以此我们可以进一步明确“展示设计”的概念。展示设计就是为了达到某种目的，在特定的空间环境内，通过合理的设计方法将展品所承载的信息有效地传递给观展公众的一门科学。



二、展示设计任务

展示设计就是为了达到某种目的，在特定的空间环境内，通过合理的设计方法将展品所承载的信息有效地传递给观展公众的一门科



学。

通过解读展示设计的概念，可以了解展示项目的主要设计任务。展示设计项目既然是“在特定的空间环境内”进行，所以就需要对展品所在的展示空间进行设计，即展示空间设计；“通过合理的设计方法”传递信息，

则需选择合适的材料制作道具及合理地布置展示道具，即展示材料与道具设计；如何有效地传递信息，就需要设计良好的照明环境、做好展示空间的引导标识，即需进行展示照明设计和展示视觉标识系统设计；当然，对特定展品的调研及对观展公众心理的分析也是展示设计师所应承担的工作任务。因此对展示空间设计、展示道具设计、展示照明设计、展示视觉标识系统设计就构成了一个展示设计项目中的主要设计任务。

需要指出的是展示空间设计、展示材料与道具设计、展示照明设计以及展示视觉标识设计不是各自孤立的设计体系，它们共同构成了展示项目的主要设计内容，上述的每个设计环节都需要在统一的展示

主题下进行，必须围绕着投资方的展示意图、展品特性、场地限定条件、公众观展目的等因素来划分展示空间、选择展示材料与道具形式、安排展示照明灯具、设置展示视觉标识系统，从而共同完成向观展公众有效传递信息的任务。



二、商业展示项目

商业展示项目是指展示目的是以销售为目的，这类展示项目既包括在大型场馆内定期举办的展览会，也涵盖了商场、专卖店内的商品

展示布置，商业类展示项目在展示项目中所占的比例较大。

三、主题展示项目

主题展示项目通常是围绕某一特定的主题进行布展，展品类型虽然复杂，但都与这一展示主题有关，所以可以放在一起展示，如一些公益类的展示项目如节能环保展示等

第三节 展示设计项目特点

展示设计项目在设计手法及程序上与其它诸如餐饮空间设计、办公空间设计、住宅空间设计、娱乐空间设计、观演空间设计等项目有着相似之处，即都是在功能分区的前提下采取一系列空间的划分、围合、衔接等手法，并运用色彩配置、灯光控制、材料构建等手段，营造一个既具有实用功能又富有艺术感染力的空间，但作为以“突出展品，传达信息”为宗旨的展示项目，在设计过程中有其自身的特点。











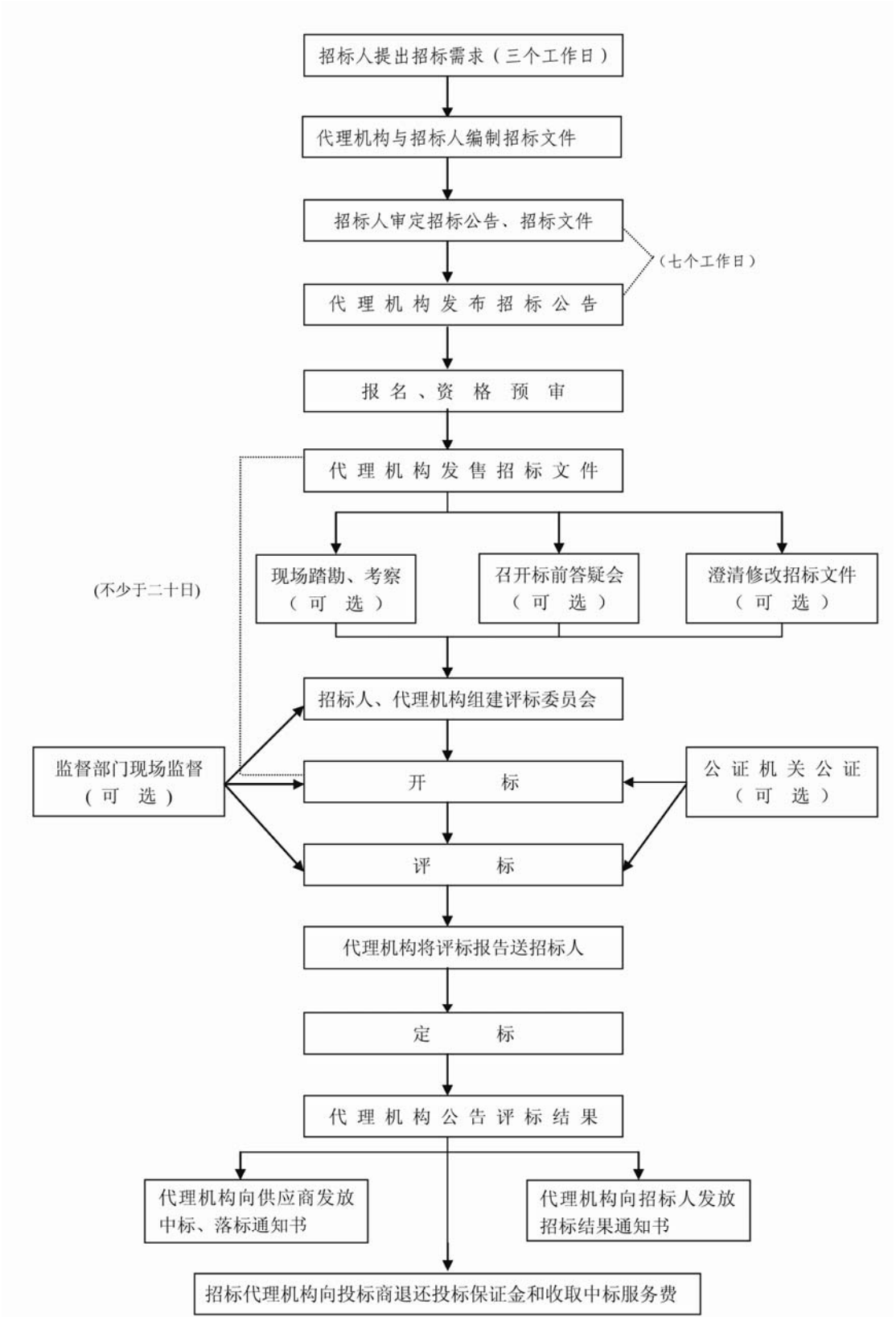


第二章 展示设计程序

在进行展示项目设计时，首先应明确展示项目所包含的主要任务，这就需与展示项目的投资方了解展示意图，依据展示意图及前期调研进行展示主题定位，进而对展品的特性、布展空间实际情况、展出时间的长短、投资状况等一系列的限制条件进行分析，并通过对布展空间的改造、展示材料及道具选取、照明器具布置、视觉标识安排等设计手法，营造出良好的展示环境，以利于展示信息有效地被观展公众所接受。

为了便于理解，在讲述展示设计程序时，通过对一个完整的展示设计项目（北京联合大学师范学院展厅）进行剖析，以便于读者快速了解展示项目的设计过程，以及设计过程中的不同阶段所需解决的具

体问题。



第三章 展示空间设计

展示空间可以简单地理解为“线与点”的组合，“线”是指展线（即展示流线、观展路线），“点”是指空间节点（包括展品的展示空间区域及附属功能空间），展示空间设计的任务就是怎样处理好“线”与“点”之间的关系。不同类型的展示项目在不同营建环境内，会以“一线一点”、“一线多点”、“多线多点”的组合形式出现，如何针对具体的展示项目，通过对展品特性及施工场地分析，从而合理地设定展线，并利用展线将不同的展示空间节点有机地组合起来，就达到了展示空间的设计目的。本章将就“独立展示空间”及“复合展示空间”两大类空间形式来进行展示空间设计探讨。

第一节 展示空间功能划分

一、展示空间的功能划分

上面已经提到，展示空间不仅是由展品的展示空间构成，还包括为展品展示服务的附属功能空间，所以说一个完整的展示空间是由多个具有不同功能的空间组成，合理地组织好这些功能空间，才能更好地突出展品，方便公众观展，从而达到有效传递展示信息的目的。依据使用功能的不同，可将完整的展示空间分为信息展示空间、公众活动空间、附属服务空间、入口接待空间及交通联系空间。

1、入口接待空间



2、信息展示空间



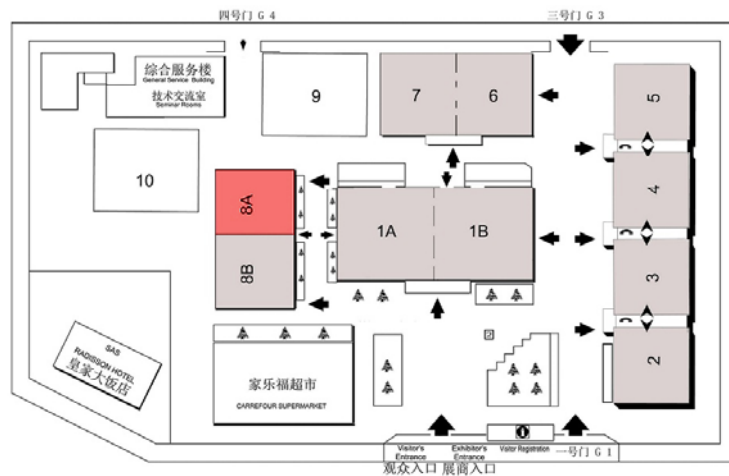
3、公众活动空间



4、附属服务空间

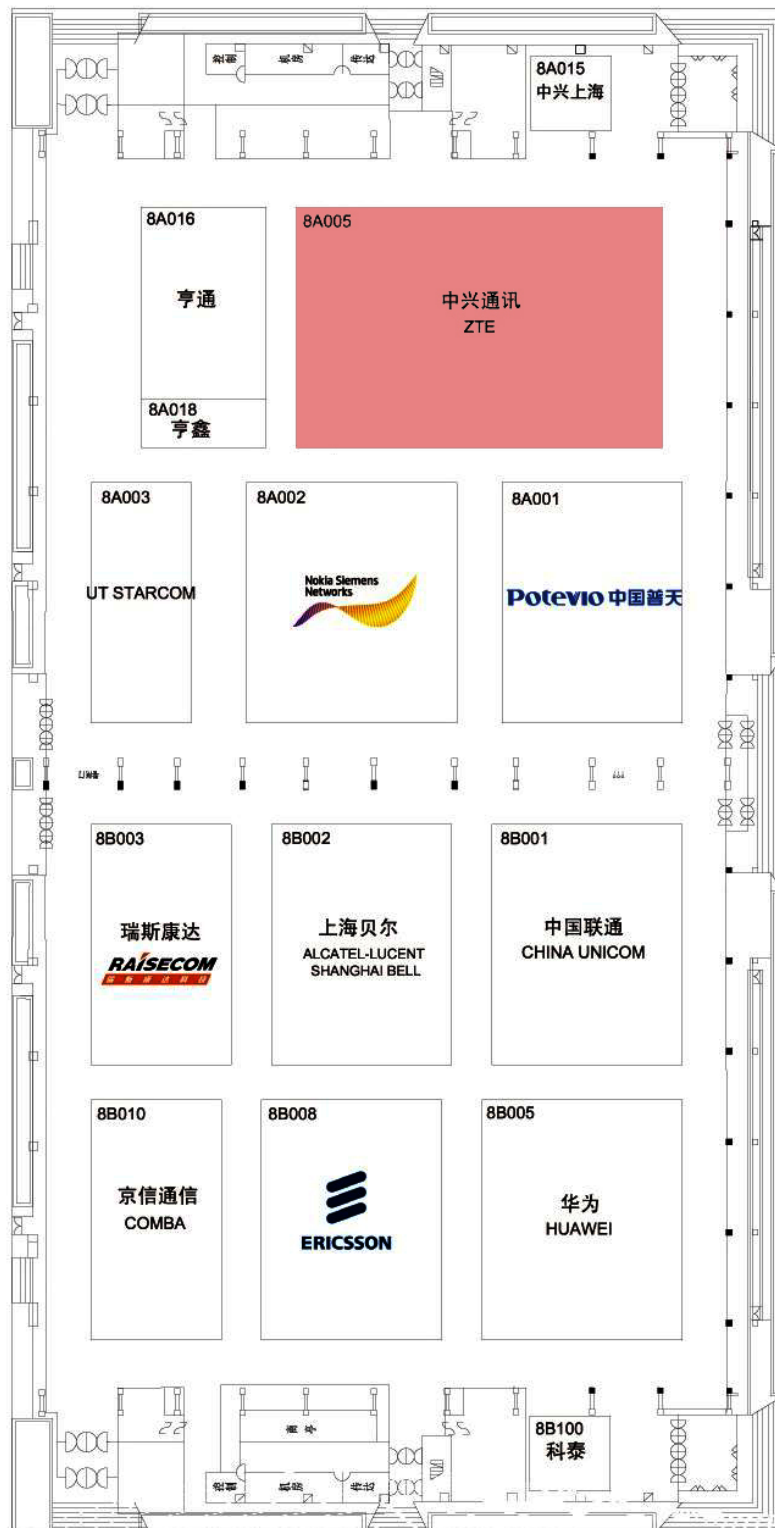


5、交通联系空间



二、功能空间的序列

依据展示空间中不同功能空间的关系，须将不同功能空间按照展品展示、公众观展的需要，利用展线将各功能空间有机地组合起来，从而便于传递展示信息。在组织这些功能空间时，首先应合理设定展线，各功能空间围绕这一展线合理布局；其次要兼顾其它人流路线（如内部工作人员）的顺序安排，后者虽居从属地位，但若处理得当，将可起到烘托主要空间序列的作用。在进行展示空间组合时，应使沿展线布置的空间节点有起伏变化，同时在展线上合理安排展示视觉中心，通过展示空间中的视觉标识系统让公众的观展行为在展示视觉中心位置达到高潮。



第二节 独立展示空间

一、中小型独立空间

1、空间的特点：

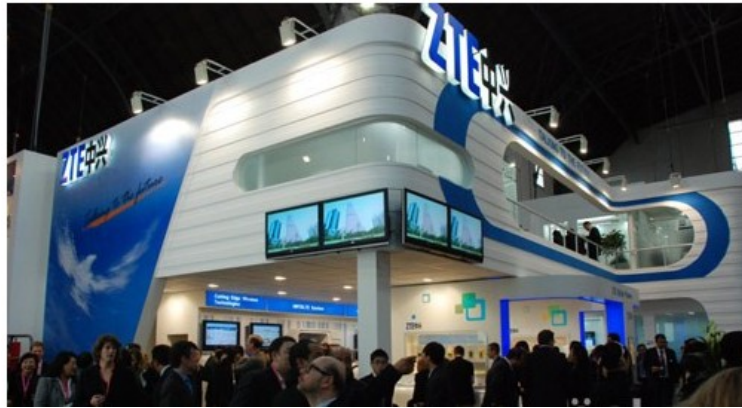
由于独立空间不涉及空间的组合，且展示主题只有一个，所以空间设计相对简单，平面布局灵活，只要依据展品的特性，利用展位、展架、展台等展示道具来划分空间内的展示区域即可，中小型独立空间的面积一般指在 1000 平米以下。



2 空间布局手法

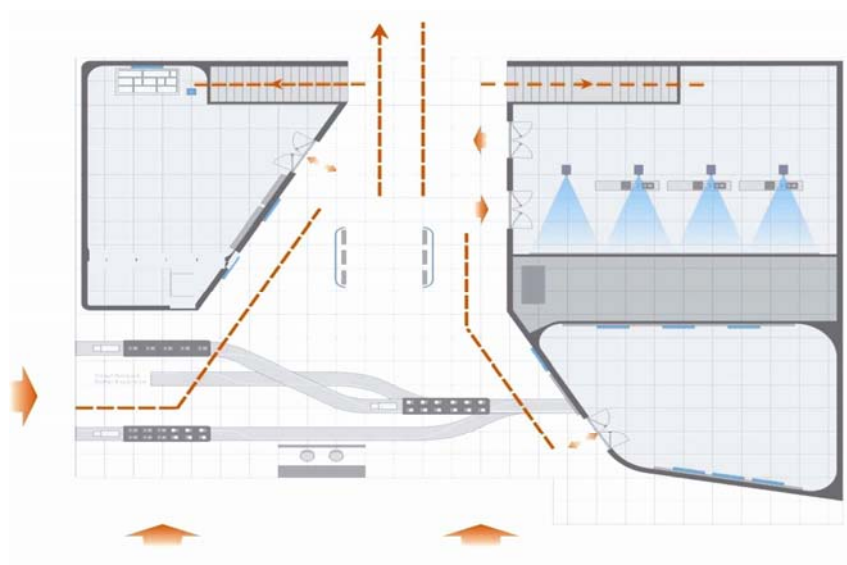
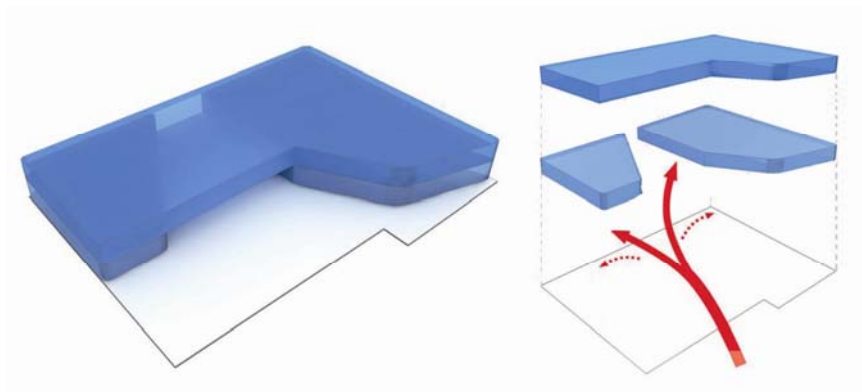


3、展线形式



5、案例分析

西班牙巴塞罗那博览会的德国馆是采用围中有透，透中有围，围透划分空间的处理手法，使公众进入展览空间之后，沿隔断布置所形成的展示路线不断前进，在行进中，可以从不同的角度看到几个层次的空间。设计大师密斯·范德罗在该馆在展示空间处理上，采用自由的空间划分手法，使有限的空间变成无限，无限的空间中包含着有限，以不断变化着的空间导向，使整个空间的展示形式流畅、有节奏，让公众在不断变换的展示空间中接收到德国馆内传递展示信息。



二、大型独立空间

1、空间特点

大型独立空间往往被标准展位模数划分出若干个信息展示区域，而这些展示区域又通过均质分布的交通路线来连为一体。

2、空间布局手法

在一个大型独立空间内沿柱网或按规定尺寸模数，对整个展示空间进行规则展位划分，并以标准展位为单位提供给参展方，依据独立空间的出入口来设置整个空间的主要通道与次要通道。

3、展线设定

大型独立空间往往采用网格式展线形式，在大型独立空间内开展的活动尽管参展方较多，但展示主题是一致，展线无明确的方向，公众可以自由选择观展路线。使用这一展线布置形式时要做好展示空间的引导系统，从而方便公众快速观展。

4、空间的适合范围

大型独立空间适合于展品具有相同特点，或属同一类展品诸如房展、服装展、汽车展、建筑材料展等大型展览会。





5、案例教学

ISPO CHINA11——第七届亚洲国际品牌体育用品及运动时尚博览会
在北京中国国际展览中心举行。在国际展览中心 20000 平方米的展览舞台上，来自 21 个国家的 329 个品牌在大展厅内展出。参加本届展会的展商不仅数量众多，而且品牌素质也非常高，更有许多各具特色的国家展团精彩亮相。除了自首届 ispo china 以来就常设的意大利展团，ispo china11 还新增了英国展团、斯堪的纳维亚展团、西班牙展团。他们的展品范围涵盖健身、健美、自行车、滑雪场馆开发、滑雪、板类、户外和纺织面料等多个领域。由于参展商家众多且有着同一展示主题，所以采用网格式的展示空间布局模式。展示空间依据标准展位按照网格状划分空间，依据各参展商所要展示的展品的种类及展品的规模来租用标准展位的数量，观展的公众可以依据展示空间引

导系统选择各自感兴趣的展品观看，便于公众快速观展。在布置网格状展示空间时应注意规划好内部空间的引导系统以便于公众观展及定位。





第三节 复合展示空间

一、串联空间模式



案例分析

图为纽约古根海姆博物馆，是古根海姆美术馆群的总部。该建筑是纽

约著名的地标建筑，由美国 20 世纪最著名的建筑师弗兰克·劳埃德·赖特（Frank Lloyd Wright）设计，建筑坐落在纽约市一条街道的拐角处，与其他任何建筑物都迥然不同，像一条巨大的白色弹簧。建筑师赖特多年来一直探求以一条三向度的螺旋形的结构，而不是圆形平面的结构来包容一个空间，使人们真正体验空间中的流动性。赖特认为公众沿着螺旋形坡道走动时，周围的空间才是连续的、渐变的，而不是片断的、折叠的，他认为螺旋形是展示空间体现流动性最好的形式。1986 年由他设计的古根海姆博物馆获得了美国建筑师协会 25 年奖的殊荣。古根海姆博物馆的建筑外部向上、向外螺旋上升，内部的曲线和斜坡则贯通六层。螺旋的中部形成一个敞开的空间，从玻璃圆层顶采光。美术馆分成两个部分，大的部分是一个六层展示空间；小的部分是四层的行政办区。展示空间大厅是一个倒立的螺旋形空间，高约 30 米，大厅顶部是一个花瓣形的玻璃顶，四周是盘旋而上的层层悬挑的展示坡道，坡道以百分之三的坡度缓慢上升。观展的公众先乘电梯到最上层，然后顺坡而下，观展路线共长 430 米，博物馆的展品就沿着坡道的墙壁悬挂着，观众边走边欣赏，不知不觉之中就走完了六层高的坡道看完了展品，这显然比那种常规的一间套一间的展览室要有趣和轻松得多。由于古根海姆博物馆的设计基形是螺旋，因而馆内没有分隔的楼层，赖特将各楼层以一螺旋形坡道相连，公众可沿着坡道参观挂在弯曲墙面上的艺术品。负责照顾馆内艺术品的管理者指出由于坡道的倾斜式的有些艺术品不适合在这里展出，并认为坡道对公众的观展距离也会产生一定的限制，但这并不能削弱古根海姆博物馆

作为展示空间设计的经典范例在公众心目中的美好印象。





二、并联空间模式

1、空间的特点

并联空间模式也称辐射式空间模式，是指不同的信息展示空间彼此并列设置，互不干扰，且都以入口空间为中心，围绕入口空间周围布置，入口空间既是交通枢纽又起到分流公众，信息展示空间之间没有从属关系，各自构成独立展区，当展品之间相互差异很大或不属于同一类展品时常采用这种模式。通过分区、分层的信息展示空间布局，使展品分区明确，公众也将依据展品的分区直接进入各自需要的展示区域，这一空间做和模式有利于减少观展人流的相互干扰，常用于多主题的展示项目。

2、空间的布局手法：控制好入口空间的大小，既要空间开敞，减少公众人流路线交叉，快速分流；还要避免浪费面积将入口空间做大。各信息展示空间的布置应都能与入口空间很好联系，避免相互间的穿插通过。

3、展线设定

当信息展示空间采用并联的空间组合方式时，内部往往采用辐射式展线。辐射式展线可以使得公众灵活进入不同的信息展示空间，而互不干扰，这一展线布局形式利于公众有针对性的进行观展。

4、空间的适合范围

展示规模为大中型展示空间。如博物馆、高等院校毕业作品展、成果展等。展示内容为多个主题，由于不同主题的展品属性不同而分区展示。



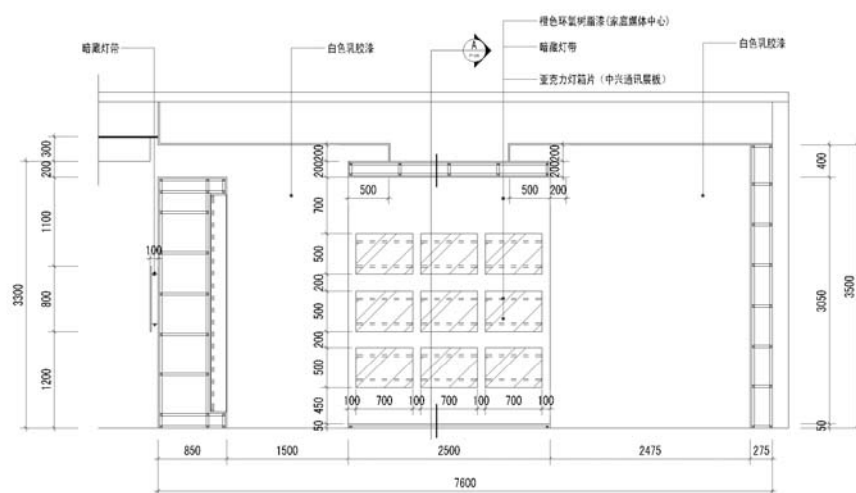
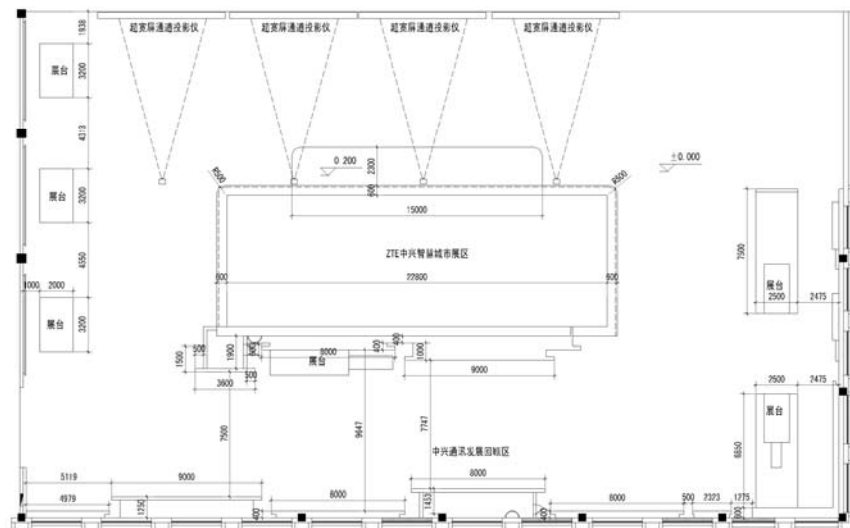


案例分析

图为首都博物馆一层平面图。首都博物馆建设用地面积 24800 平方米，总建筑面积 63390 平方米，地下二层，地上五层，北部设计了绿色文化广场，东部设计了下沉式竹林庭院。建筑物（地面以上）东西长 152 米、南北宽 66 米左右，建筑高度 41 米。建筑外形主要由矩形围合结构、椭圆形外立面和金属屋顶三部分组成。建筑内部分为三栋独立的空间即：矩形展馆、椭圆形专题展馆、条形的办公科研楼，三者之间的则为中央礼仪大厅，中央礼仪大厅面积 2000 余平方米、高度 34 米，其装饰中国文化特征突出、现代气息浓郁，是举行礼仪活动和大型文化活动的理想场所。礼仪大厅作为交通枢纽既起到联系各展示空间作用，有起到举办礼仪活动的空间。首博内部不同类型展厅相对独立，既便于公众有选择地参观、缩短观展路线，又便于安防管理。宽阔的展厅面积和充足的高度，也为丰富多样的展陈设计提供了理想空间。3000 余平方米的临时展厅将为国内、国际文化艺术交流提供一流的展示平台。智能化温湿度控制系统、安防消防系统，为举

办最珍贵级别的文物展提供了条件。首都博物馆内设基本陈列、精品陈列和临时展览。基本陈列有《古都北京.历史文化篇》、《古都北京.城建篇》、《京城旧事——老北京民俗展》。《古都北京.历史文化篇》、《古都北京.城建篇》是首都博物馆展陈的核心，表现了恢宏壮丽的北京文化，不断递升并走向辉煌的都城发展史，成为创建国内一流博物馆的品牌陈列。精品陈列有《古代瓷器艺术精品展》、《燕地青铜艺术精品展》、《古代书法艺术精品展》、《古代绘画艺术精品展》、《古代玉器艺术精品展》、《古代佛教艺术精品展》、《书房珍玩精品展》。这七个馆藏精品展览和《京城旧事——老北京民俗展》是对北京文化展现的补充和深化。





第四章 展示道具设计

展示道具是展示空间的重要组成部分，它既用来陈列展品，同时又起到划分、围合空间、强化展线的作用。出色的道具设计有助于展示主题的营造，因此在进行展示道具设计时，不但要强调展示道具的功能性，即承载、衬托展品；还要起到限定展示区域作用；在整体风格体现展示主题；在技术层面要做到结构坚固可靠，工艺合理，安装方便，经济环保。展示道具设计内容主要包括：道具的材料选择、造型设计、色彩搭配。

第一节 展示道具设计原则

展示道具应与展品特点、展示主题保持一致，既要起到烘托展品作用，又要有利于强化展示主题，同时好应满足公众的观展要求。展示道具设计是针对公众的感受、集多种展示形式为一体的综合性实用产品设计，它涵盖了众多领域的设计观念和设计技术，又在功能、规模、手段、形式等方面有所区别。在进行展示道具设计时，无论承揽的是文化展示项目还是商业展示项目，都必须遵循以下原则。

一、功能性原则

展示道具是展品展示的载体，因此必须为展品的展示服务，这就是展示道具功能性的体现。在具体设计时，要根据展品的物理性、化学性特点，及其形态特点、色彩特点、距离特点和陈列方式来进行展示道具的材料、造型、色彩设计。另外，展示道具除了单纯地承担载体功能，还兼顾承担其它的功能，如通过展示道具的陈列来限定展示区域；利用自身的造型、色彩、质地来强化展示主题及环境氛围。



二、针对性原则



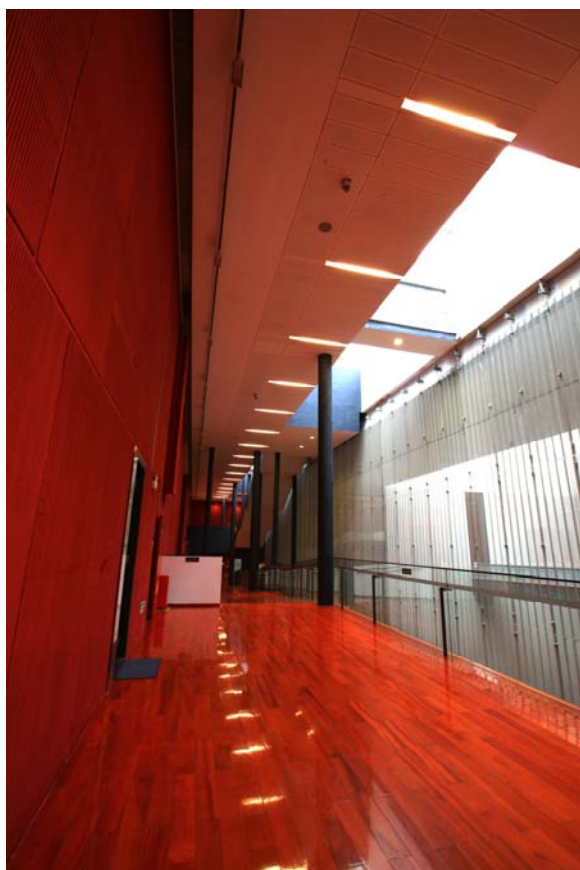
三、展示性原则



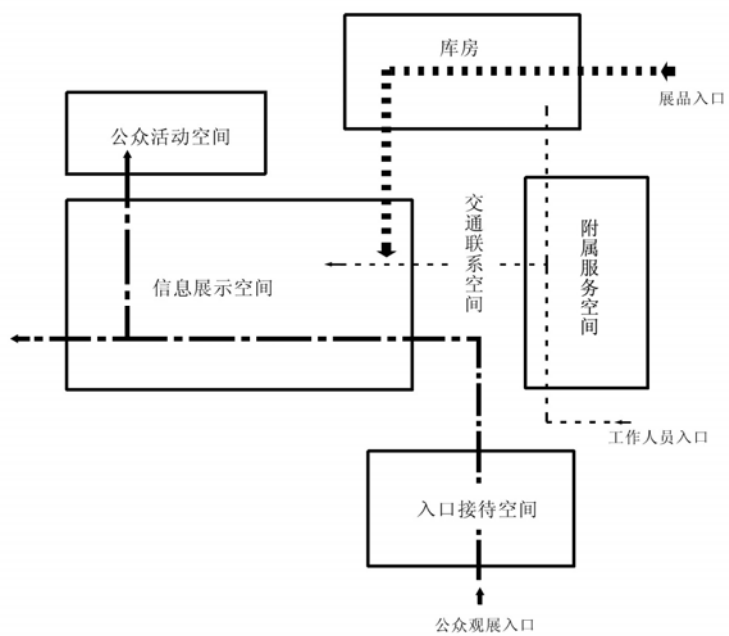
四、保护性原则



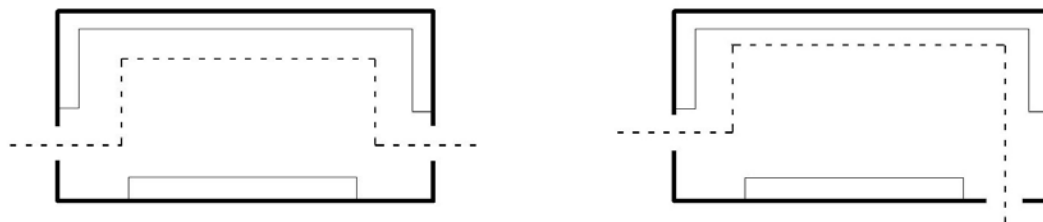
五、宣传性原则



六、人性化原则



七、环保性原则



第二节 展示道具类型

一、依构造划分

1、固定形态展示道具

所谓固定形态展示道具是指道具的结构与形态不会改变，拆散后不可再用，或拆散了用这些材料再制作成其它类别的道具。

2、可折叠展示道具

使用合页或类似构件，能使展示道具在不用时可以改变形态及体量，以便于在贮存，运输时节省空间。如易拉宝展架、折叠屏风、折叠展台等。

3、单元式展示道具

单元式展示道具是类似乐高积木，以一种形态道具为标准单位，再用这一标准道具组合成不同形态的展示道具，以供不同展品的展示需要。如用长宽高都相同的立方体、长方体制作的展台。

4、标准件拆装展示道具

标准件拆装展示道具由零部件构成、可以拆散再组装的展具，常见的为两种：一种是由连接件和管（杆）件搭配组成的，另一种是由连接件和板件或网板拼组而成的。如球形网架、四棱柱展架、八棱柱展架（K8 系统）、三叉合抱式展架、三通插接系统、插接式桁架系统等。

5、插接展示道具

插接展示道具由不同规格的板式构件组成，在一定部位裁出开口，然后进行插接拼组，构成展台、格架、屏风、花槽、指示标牌等各种不同用途的展示道具。用后拆开，将板件摺迭贮藏，下次还可以再利用。

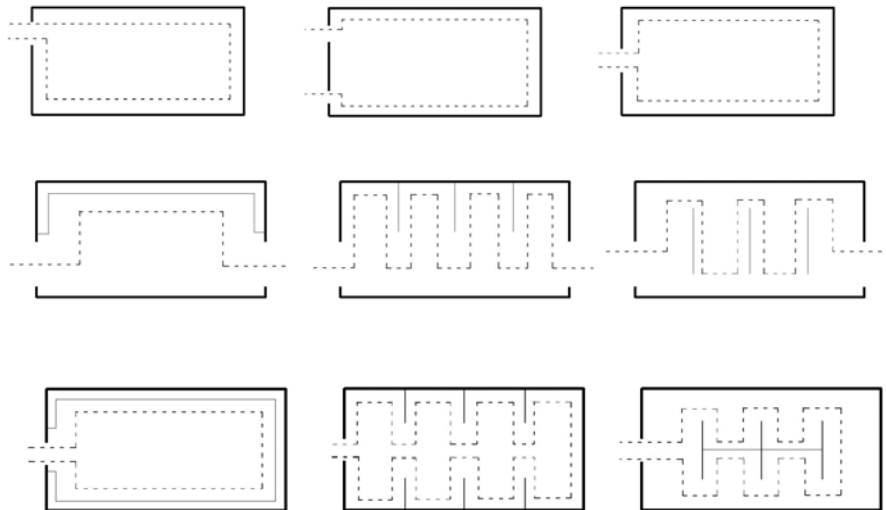
6、套式展示道具

套式展示道具是指大小尺寸不同的方桌，或大小规格不同的几形台，用时大小、高差有变化，组合形式活泼；不用时将小件依次收入

大件之中，所占空间只是最大台子的体量，充分利用了大件展具的内空间，少占用贮存或运输空间。

7、特装展示道具

是指专门为一个展品量身定做的展示道具，这种道具中只适合于某一具体的展品，这种展示道具往往用于永久性的展示项目中。





二、依使用功能划分

依使用功能展示道具可划分为以下几种：展架、展柜、展板、展台、屏风、护栏、陈列架、视听设备、沙盘模型、装饰物品。



第三

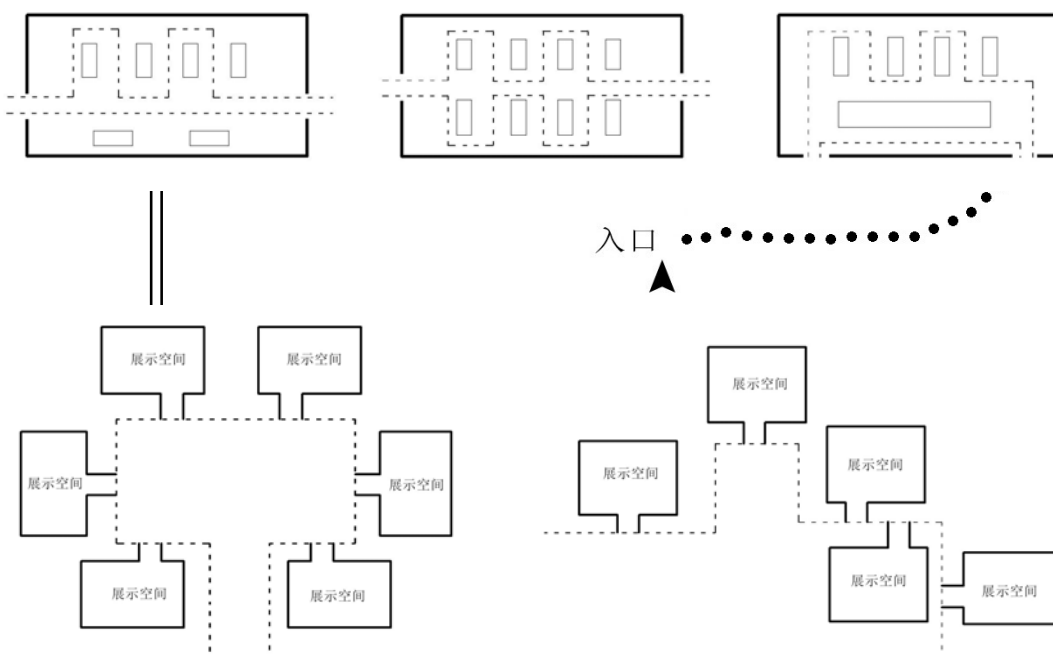
好的
辅助
传递
方式

服装专业
展示空间

环境艺术设计专业
展示空间

入口

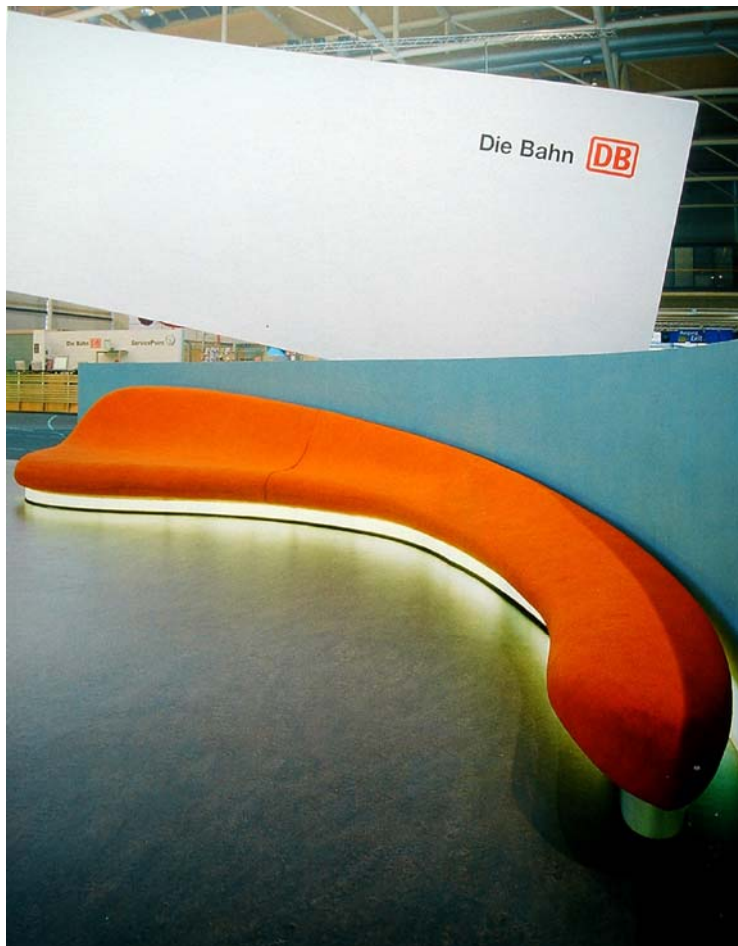
入口



第五章 展示照明设计

展示照明设计不仅是简单地将灯具放置在展示空间内，为环境提供足够的照度，将展品和室内设施照亮，而是要依据办展目的、展品特性、公众需求、布展环境等因素，通过选择光源、配置灯具、调整明暗、协调光色等设计手法，为来此观展的公众营造合理、舒适、安全、节能以及富有创造性的展示空间照明环境。展示照明设计过程不是简单的直线渐进，而是不断调整、反复评估的过程，只有在设计过程中不断审视设计手法与技术手段是否符合展示设计构思，是否与展品的展示氛围相符，是否满足观展公众的要求，是否达到了投资方办展目的，才能营造出合理、舒适、安全、节能及富有创造性的展示照明环境。

展示照明设计不是独立于展示空间设计之外的、独立的设计，照明设计过程要融入展示空间环境的整体设计中，并服从展示空间的整体设计风格和设计构思，在此基础上利用照明所能提供的艺术与技术手段，进一步烘托展示空间气氛，突出展示空间的设计思路。



第一节 展示照明的作用

一、构建视觉环境

照明最基本的功能就是为公众观展提供必要的视觉环境。展品展示目的是为更好地将信息传递出去，这一过程需要公众参与，公众的参与方式就是观展，所以只有为公众提供良好的观展视觉环境，才能利于信息的传递，而照明由于能为公众的观展提供必要的视觉环境，因此照明设计在展示空间设计中的重要地位是显而易见的。



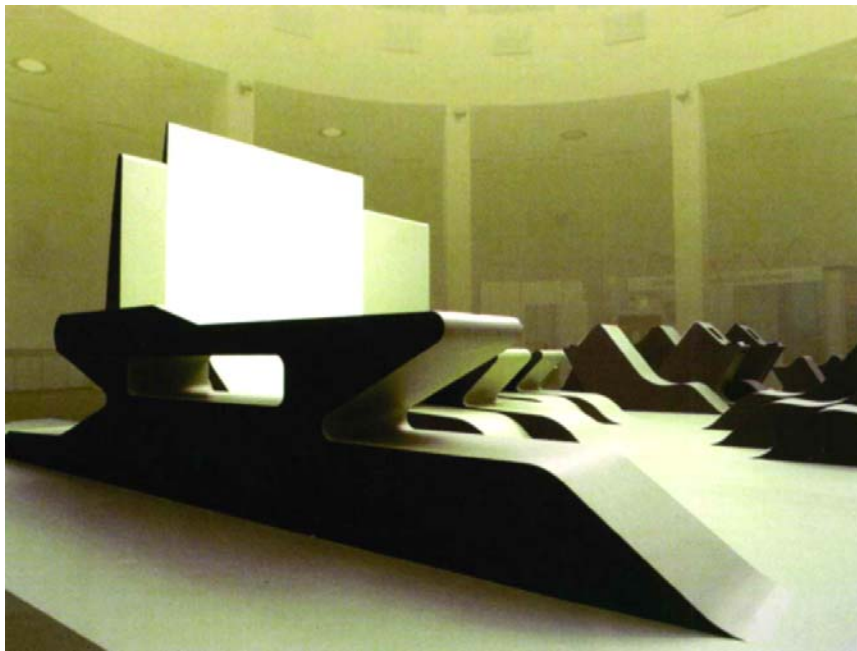
二、突出展品特征

展品是展示空间的主角，完美的呈现展品是照明设计的核心内容。精确控制展示空间内环境照度和展品展示区的重点照度的对比关系，将展品从背景中衬托出来，从而突出展品特征是照明在展示空间中的另一重要作用。



三、营造展示空间气氛

不同展品的展示，需要不同的空间气氛配合，依据展品特点、环境条件、投资状况等选择合理照明布局方式，就可以营造出符合展品展示的空间氛围，通过展示空间氛围的营造以进一步突出展示主题。



四、展示区域划分

由于展品的不同以及展陈需要，往往要将展示空间划分成不同的展示区域，通常展示区域划分是用实墙体、半隔断、展示道具来进行划分的，上述手法划分的空间比较明确；但当展示区域划分不需要特别明确时，就可以利用照明方法进行划分，具体方式是通过调整展示空间内光线的亮度差异及色彩变化等来划分不同的展览区域。利用照明手法进行空间划分的优点是既能进行功能分区，又能保持展示空间的整体性和流动性，从而让空间具有很大的适应性以应对展品的灵活布展。



五、丰富空间层次

照明即可以从平面的角度划分展示区域，也可以从三维的角度丰

富展示空间的层次。利用光线的明暗变化、照射区域大小及光色差异来打破空间的均质性，在整个空间内进一步划分远景、中景、近景等空间层次，从而有目的地去利用这些空间层次进行展品的摆放。

六、引导公众快速疏散

在展示空间内引导公众进行疏散的功能主要由视觉标识系统来



完成，但也不能忽略照明在展示空间中的引导作用。公众同样具有动物的向光性，使得利用光线的变化更容易帮助公众应对特殊情况下的疏散，通过照明设计来强化展示空间内的关键节点如出入口、道路交叉处、过厅等，使公众在观展过程中能够快速了解室内空间形态；围绕展示空间内的观展路线设置安全照明体系，从而在出现特殊情况时帮助公众快速进入安全位置，也是照明在展示空间应扮演的角色。

第二节 展示照明设计原则

一、围绕展品进行设计

无论是进行文化展示设计项目、商业展示设计项目、还是目标明确的主题展示设计项目，突出展品永远是照明设计的核心内容。举办展览的目的是为了向公众传递信息，而信息来自于展品，因此在进行展示照明设计时，应当充分表现展品，将蕴含在展品上的信息充分地传递出去，从而达到举办展览的目的。

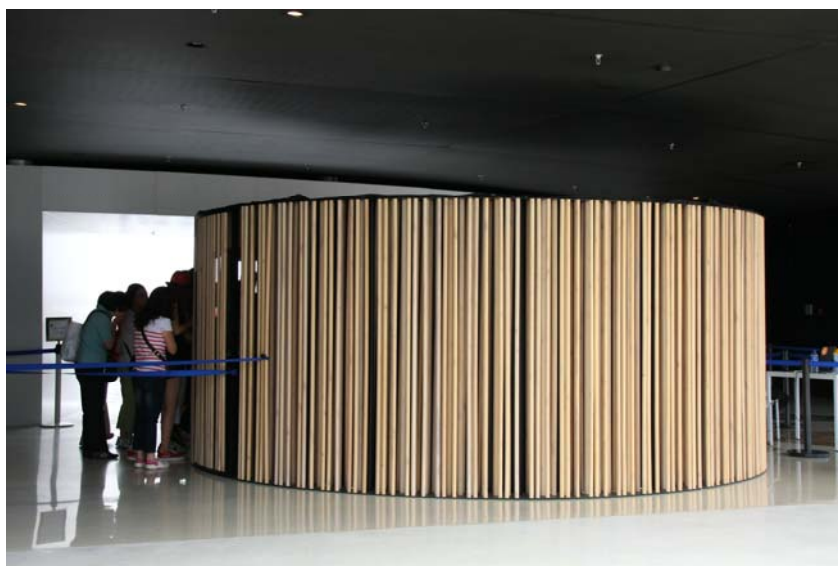
二、为公众观展提供服务

在进行展示照明设计时，不能只从照明技术层面去光源及灯具的布置来突出展品，同时还要关注公众生理、心理感受。从公众观展角度出发，考虑到不同层次观众来此观展的目的，为他们提供良好的视觉环境是展示照明设计必须遵循的设计原则，只有设计的照明环境符合公众的生理、心理要求，让公众在观展过程获得愉悦，才能保证公众长时间逗留观展，从而达到传递展示信息的目的。

三、对举办方后期运营负责

对举办方负责也是展示照明设计必须遵循的设计原则，这一原则并非是指按照举办方的意图去进行设计，而是从真正为举办方的展示阶段及后期运营考虑去选择采光形式、光源种类、灯具安装方法、线路控制等等，以利于投资方在展示过程中的照明环境控制及后期的运营维护。





第三节 展示照明方式分类

许多讲述照明设计的书籍都常采用以下照明分类方法：一般照明、局部照明、混合照明。但这种对照明分类的原则不够清晰，所以本书根据光源在展示空间中照射目的不同，将照明分为环境照明、重点照明、装饰照明、安全照明四种，当然将照明进行分类为了方便地讲述照明设计原理，实际上四种照明方式划分并不是绝对的，例如在只有投射灯的展厅内，投射灯及充当重点照明，也充当环境照明。

美国的照明设计先行者理查德·凯利，依据光对空间产生的不同效果，将光的功能分为三种：环境光、重点光、装饰光，每一功能的光其实都代表了一种独特的照明方式。我们在研究展示照明设计时，仍可沿用理查德·凯利的设计经验，将展厅内的照明方式设定为：环境照明、重点照明、装饰照明。另外，考虑到需要对展示空间内部的公众进行引导和安全疏散，在展示空间内部还应设置安全照明。



第四节 展示照明设计构思

设计构思阶段是提出照明方案的开始，在前期资料调研及信息整理的基础上，对展示空间环境构思出一个整体的照明效果，在脑海里形成一幅全息的照明效果图：整体环境的光色倾向、空间亮度层次划分、展区与辅助功能区的明暗对比、视觉中心光线的控制范围大小、水平工作面与垂直展墙的照度均匀度等等。设计构思阶段除了研究本项目资料以外，还应大量借鉴相关设计案例，优秀的照明设计项目的照片、资料、现场体验有助于照明设计思路的快速形成。

设计师应当追求使展示空间中的光线更纯净，就像将噪音最小化一样，不要让过多烦乱的光线存在于展示空间中，要明确展示照明的意义所在，只要将要传达的信息很好地传递给观展公众就达到目的了。就像你在与别人谈话时关心的就是能否听到对方所说的话，而不愿听到周围无意义的杂音，照明设计也是如此，切不要因为设置过多无意义的光线而扰乱了观展公众的视线，从而毁掉原本不错的展示环境。成功的展示照明设计方案，不是简单的展示空间照度计算，有的设计师在设计过程中过于注重“照度”这一概念，将设计的重点放在室内照度是否符合设计规范标准，整个空间的平均照度是多少，而事实上公众很难直观地体验到照度带给他们的变化，感受更真实的则是展品和环境界面的反射光。因此，在进行展示照明设计构思过程中，既要考虑到为展示空间提供合适的照度及照度均匀度，还要考虑到展品特性及环境材料的光学性质，通过合理的照明布局手法，满足观展公众的视觉、心理要求，同时彰显展示空间环境的特色。为了达到上述要求，通常需要从常见的环境照明、重点照明和装饰照明入手。

当然在具体的设计过程中，不同的照明方式并非孤立地实现各自的功能作用，而是经常配合使用，共同来实现展厅空间中的照明构想。



第五节 展示照明深入设计

设计深入阶段需要绘制出完整的照明系统布局图，并确定使用的光源、灯具规格尺寸。这一阶段设计师需要考虑的是利用什么照明器具和技术手段来表现前期准备阶段手机的信息和设计构思阶段形成的理念。此时设计师需依据不同功能空间及展品对光线的要求选择光源类型，按照建筑风格及项目预算选取灯具，依据既定的配光模式确定灯具数量及间距，根据观展路线的布局检测出现眩光的可能性，灯具的安装方式是否照顾到了后期运营过程中的维修。同时在对光源、灯具选取时应考虑光色与室内材料、展示道具的色彩是否协调。

除了绘制出照明系统的布置图外，还要对照明设计方案进行量化分析与计算，专业的电脑软件会帮助设计师完成这一工作。利用软件不但能帮助设计师计算展示空间的光线分布，还在一定程度上客观地模拟照明环境，从而让实施后的展示照明效果更贴近举办方、公众、展品对设计的要求（而不仅设计师的要求）。这一阶段也需要反复检测，一旦发现方案在某些地方未能达到设计要求，必须对光源、灯具、布局等进行必要的修改。

一、光源与灯具的选择

二、光源位置及安装构造确定



三、安全因素排查

照明设计深入阶段应从照明设计角度对安全因素进行排查，要考虑所有灯具的位置是否有给公众带来人身伤害的可能；重点照明的强光源离展品、顶棚、墙面是否过近，会不会引发火灾；安全照明灯具是否有效，出入口的照度在开启时是否加强；展柜内灯具的发热如何，通风条件如何等等。

四、节能与后期维护

将节能作为重要考虑因素贯穿于整个展示空间设计的始终，真正做到节约能源的先决条件。照明作为博物馆后期运营的主要能源消耗，可以占到 50%—70% 的电能消耗，在展示照明设计之前就应该考虑到将顶棚、垂直面、地板对光线的反射性能，采用高反射比的亚光墙面和浅色顶棚可以增加空间内部的反射光；尽量采用开放空间以减少界面对光线的吸收；必要透明材料的使用为辅助空间提供环境照明的最低照度等。在进行展示照明设计时就采用合理的照明方案、节能器件及照明控制系统更是节约能源及方便后期维护的必须。





五、与各专业协调完成照明设计

为了让展示照明设计能够与展示空间的整体设计风格协调，进一步突出展示设计构思，需要在照明设计之前与各工种设计人员协调，听取建筑设计师、电气工程师、施工人员的建议，根据展示项目的大小及复杂程度，确定展示照明设计目标，筹划出对于展示空间最合适的照明设计思路，并绘制出完整的照明系统布局图。

第六章 展示视觉标识系统设计

展示视觉标识设计是指在特定的展示空间中，针对展示主题及现有环境，利用字体、图形、色彩、名称代码等视觉符号来传递展场信息的设计。展示视觉标识系统的意义在于利用设计手法，在现有的空间内，创造出符合展示主题、导引功能性强的视觉识别系统，以满足公众在展示空间内的观展行为和心理需求。

在展示空间内设置视觉标识系统的目的是用以提高公众观展质量。观展的过程是公众在展示空间内，根据举办方的展示意图以及陈设的展品去完成一系列的室内活动，而如果展示项目规模较大，场所内部的展示空间划分有相对复杂，那么设计人员就需要通过标识系统对公众在展示空间内部的活动进行引导，使公众能够按照设定好的展线顺次观展以及完成必要的附加活动（去卫生间、休息、就餐等）。展示视觉标识系统不是简单的信息指示，它应该方便地让公众感受到一个清晰、直观的展示空间意象，从而让公众快速了解整个展示空间的形态构成，各功能区在整个空间所处位置，以及怎样快速地到达要

去的功能区。设计人员精心制作的标识系统,能够帮助公众快速定位,从而有效进行观展,以提高展示项目品质。因此,无论是博物馆,还是展览会,标识系统不可或缺,设计人员对待视觉标识系统要象选择道具、灯具一样要认真,否则视觉标识将会成为展示空间环境内的视觉污染而失去原本存在的意义。

第一节 设计准备

展示视觉标识设计是在尊重委托方的展示意图,针对特定展示空间特征进行的科学、系统、整体、多元的视觉标识设计。因此,在进行展示视觉标识设计之初,就应认真了解委托方的一些想法;同时,更要对具体的展示空间进行详细的空间形态分析及资料的整理。



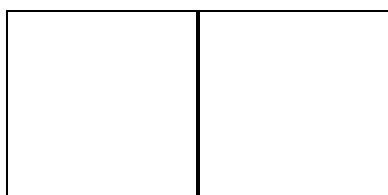
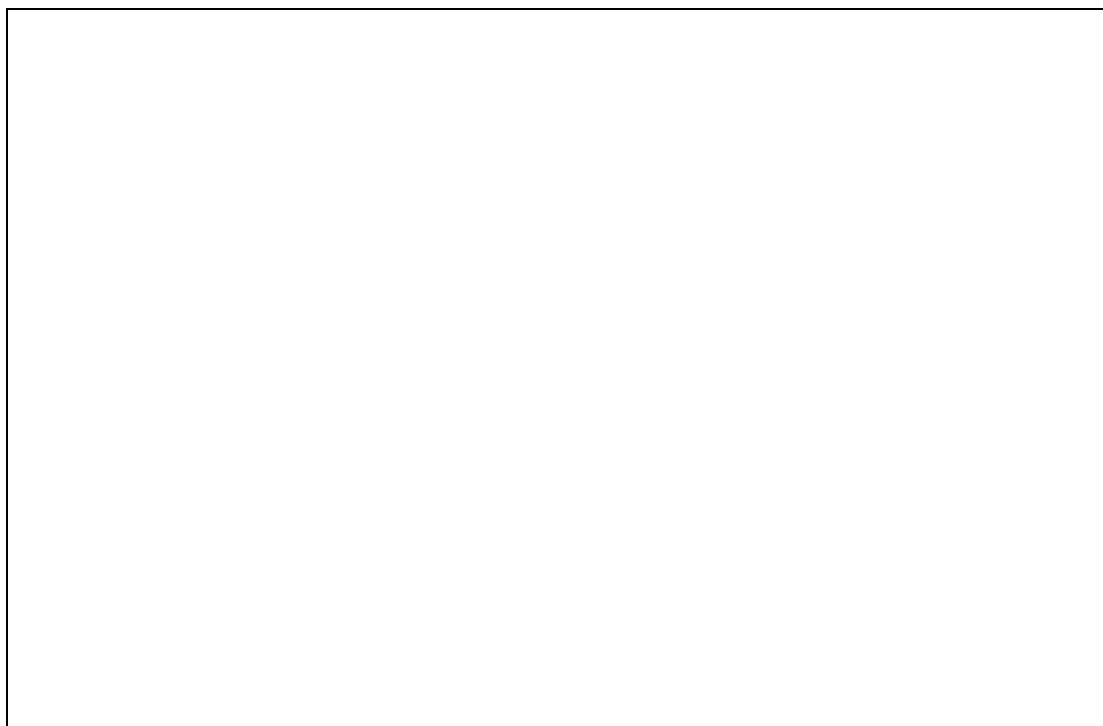
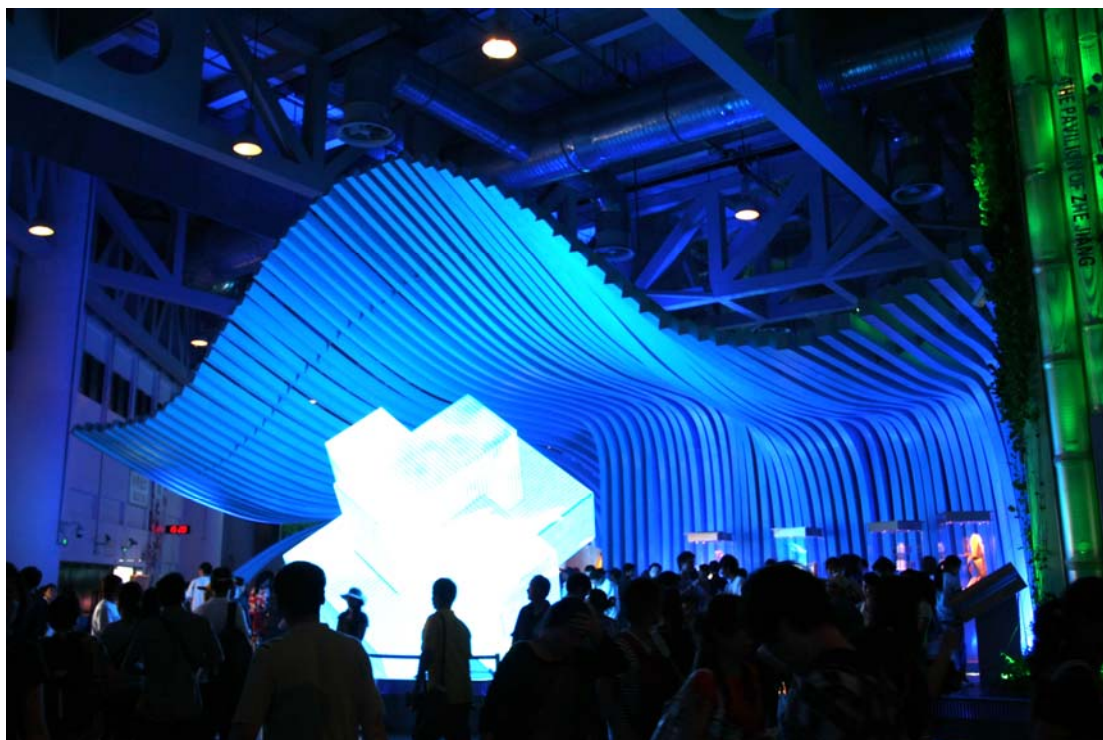


第二节 标识系统设计

展示视觉标识系统不是独立于展示空间之外的设计，而是展示设计的一个分项，但是从某种意义上讲，由文字、图形、名称代码等构成的标识系统会对展示空间内部形象会起到一定干预作用，它不但发挥着空间导引作用，还会赋予展示空间明确的形象识别特征，因此在设计时必须慎重。

一、字体设计

尽管现代展示已运用了各种先进的技术手段，但字体仍扮演着重要的角色，因为它更容易让公众理解和接受。在进行字体设计时，“易读性”是首要原则，这里所说的“易读性”指的是两点，一个是各种字体信息能够让公众看得清楚；另一个是字体信息的含义能让公众快速理解。因此，在进行标识系统中的字体设计时，“简洁直观”是必要的，应避免使用繁冗、专业性过强的词汇，从而让公众通俗易懂；还有当字体在展场不是孤立出现的，而是附着在特定展品上时，字体设计切忌喧宾夺主，影响展品的展示。



二、色彩设计

在标识信息传递过程中，色彩比字体、图形更具远视效果，强烈的色彩冲击，给公众的印象更为直接、深刻，它能使公众对不同展示内容与展位空间的区分判断更加准确快捷。但需要指出的是，公众对色彩的识别能力有限，对于差别大的颜色如红、橙、黄、绿、蓝易于区分，而很难从几十种不同的红色调中区分出某一种红色，因此在利用色彩进行标识设计时，往往将色彩与字体、图形结合使用，以帮助公众识别，如红色的圆或橙色的三角。

第三节 标识系统安装要点

展示视觉标识系统既然是引导公众进行有序观展，那么就必须要让观展公众在需要引导时能够很容易的看到，因此标识系统的安装位置及安装方法就显得尤为重要，如果不能及时看到引导标识，则说明标识系统设计就存在着一定缺陷，也就很难达到引导公众观展的目的。另外，如果做好的标识无法按设计要求安装就位，则也会影响标识系统的引导作用及展示空间的整体形象。

一、安装位置设定

尽管标识系统是为了公众观看的，但一定要注意安装标识的高度并不一定就要去符合的“平均视高”的安装规律，通常认为最适合传达信息的标识信息安装位置是在公众“平均视高”，即 1.6 至 1.7 米位置，但在标识安装时，要根据具体情况确定安装高度。当公众保持直立向前看时，眼前会产生一个视觉区域，这个区域的中心点大致就在 1.6 至 1.7 米之间。可是，当公众近距离观看目标时，头相对会略微向下，视线也会随之降低，因此需要近距离观看的标识信息一般会低于 1.6 米，大致在 1.45 左右比较合适；当公众观看远距离目标时，头相对会略微向上，视线也会随之升高，因此需要远距离观看的标识信息安装高度一般会高于 1.7 米，具体视情况而定，如空间开敞、人流密集的展览会大厅，就需要将标识信息安装于站立的公众头部以上，以确保能够被清楚地看到（图 6-19）。

二、安装构造细节设计

在进行每一类型的标识物品设计时，要同时对这类标识物品安装构造细节加以考虑，如何将不同种类的标识安装在指定位置上，也是标识设计重要一环，这就需要设计人员熟悉常用的制作材料及构造连接方法。由于承载信息的标识的大小、形状、所用材质及安装位置的不同，就需要设计人员针对每一类标识的安装构造细节进行设计，才能确保后期的安装进度与效果，因此，设计人员需要了解放置这些标识信息的顶棚、墙面、地板的结构与构造，如顶棚龙骨的最大吊挂重量为多大、墙体是承重墙还是隔断墙、地面板下是否有采暖设施等等（图 6-20）。

第四节 空间识别定位系统

公众能够快速到达观展目的地，除了与出色的视觉标识系统有关，还与展场既有的整体空间形态的“易识别”有关，有的空间易于识别，有的空间则容易使公众迷失方向，因此，除了要进行展示视觉标识系统的设计，还需加入一项新的设计系统——“空间识别定位系统”，在这里只对这一系统做个简单介绍，不进行展开论述。

一、空间识别定位系统的概念

“空间识别定位系统”是对传统“视觉标识设计系统”的一种补充和完善，这一系统是从突出公众所在空间的形态构成特征入手，依据公众在观展过程中的行为模式及思维定势，通过对建筑内部不同区域、空间节点、交通路线进行强化设计，使公众能够快速识别所处空间的整体形态构成，进而准确定位自身所在环境位置，最终方便有效地帮助公众完成观展及安全疏散（图 6-21）。

二、空间识别定位系统的特点

传统的“视觉标识设计系统”是建立在“视觉标识”连续性的基础上（如箭头标识，公众必须将箭头标识全部贯穿起来才能形成一条完整的行走路线，一旦其中的一个箭头没有找到，则这条完整的行走路线就会被打破，即会影响公众正常活动），在规模较小、形态构成相对简单的建筑空间内，则很容易满足公众对“视觉标识连续性”要求；而对于建筑面积很大，内部空间形态较复杂的展馆，由于公众视力范围有限，“视觉标识连续性”难以满足，“视觉标识设计系统”对公众的引导作用就会降低（图 6-22）。而“空间识别定位系统”的导向作用是建立在突出空间的可识别性，帮助公众快速建立起所处空间的大体形态；强化行走路线上重要“空间节点”的特征，以方便公众在观展过程中确定自身所处位置。因此“空间识别系统”在设计过程分为

两部分：首先突出空间特征，让公众理解建筑空间的大体形态；其次通过观察附近的“空间节点”来确定自身的行为轨迹（图 6-23、图 6-24）。