

<<展示设计>>

图书基本信息

书名：<<展示设计>>

13位ISBN编号：9787111267324

10位ISBN编号：711126732X

出版时间：2009-9

出版时间：机械工业出版社

作者：徐力，聂桂平 编著

页数：177

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>

## &lt;&lt;展示设计&gt;&gt;

## 前言

由于中国社会没有经历长时间工业化的进程，因此也就没有形成相应的工业化的文化意识。西方国家的工业化过程深刻地改变了社会的整体机制和意识，规模化的大生产、集合化的大分工体系要求人们要服从保证体制运转的社会规章制度，又要求人们各自遵守分工职守，还要求人们对于一些事物必须深刻地钻研，静下心来认认真真地做一些事情。

中国社会的工业化虽然获得了很大的成就，可是社会工业化的文化意识并没有在整个社会运行机制中形成。

中国利用自己的后发优势，取得了经济的快速发展，同时也滋生了一些浮躁的心态，人们处于整体的浮躁气氛之中，热衷于“如何做”和“怎样快”，很难静下心来思考“该做什么”和“如何发现、思考、判断问题”。

就中国目前的情况来看，静下心来做些事情的投资回报率也不理想，所以整个社会都在快速发展的动荡之中。

在社会工业化进程没有完成的时候，信息技术的快速发展又导致社会开始信息化的进程。

中国社会如今是一个混杂体，既有根深蒂固的农业文化的残余意识，也有工业文化器物层面的强烈刺激，同时还在玩味着信息文化的表象。

今天，在市场经济的大潮下，商业促销及市场效应又给展示设计带来了新的挑战。

抄袭、仿造不是罕见的现象，而以“顺应市场”为名的媚俗设计也层出不穷。

一些设计师成为商场的“尾巴”、甲方的听差、时尚的拷贝。

所以，除了从生活中来，体验生活，从使用者的角度去设身处地地调查使用环境、使用时间、使用条件这些因素，并且具备一定的商业营销、企业管理和技术知识，更多地进行社会、经济、文化的交流、沟通和协调外，设计9币还要发挥自身的职业特点、职业道德。

正如医生一样，有医德地为病人治病开药，而不是病人要什么药就开什么药。

当前，工业设计正经历着从以形式、包装为目的，向以功能为主体的演变：从以技术为主体，向以需求为主体的演变；从以商业营销为主体，向以可持续发展的、以“和谐”为主体的演变。

人类正经历着一场从“商业设计”到“绿色设计”，再提升到“可持续设计”的全球性经济和产业体系的革命，“展示设计”被重新“设计”着……“展示设计”也与“工业设计”一样，是对于整个社会产业化流程——制造、流通、使用、回收中的资源、知识的协调、整合，以解决社会可持续发展“产业设计”中的问题。

身在高校作为“工业设计学科”的教师，我深深地感到我国工业设计的落后。

我们必须先从认识上抓住设计的目的、目标系统是什么这个问题，然后才能知道如何培养学生和在职年轻设计师具备正确的设计观念、良好的设计心理素质，使他们懂得仅靠技术纯熟是不能使设计走向成功的。

不仅从专业知识和设计技巧方面来培养人才，更重要的是在设计实践中抓思维和方法训练。

不是把某一个工作对象作为学科或者专门化的分类依据，而是引导他们创造性地由表及里、由此及彼、实事求是、举一反三地认识问题，归纳问题。

唯有如此，才可能遵循实事求是的科学设计方法论——我们称之为“生存方式说”或“设计事理学”，即根据真实的、实实在在的人或人群在实实在在的环境条件下所作的“事”的目标系统，“实事求是”地选择技术、形态、结构、营销方式。

## <<展示设计>>

### 内容概要

本书系统地介绍了展示设计的基本学术理论和最新发展动态，并融入了作者近年来教学改革成果、信息和经验。

书中选用的图例新颖，剪性强，突出了实用功能。

全书共分为8章，包括展示设计的概念、展示空间的设计、展示道具及展品陈列方式的设计、展示照明的设计、展示活动的组织机构和前期工作、展示工程的实施、多媒体在展示设计中的运用和典型案例介绍。

本书各章节内容独立，便于教师在授课过程中，以教材为引线，灵活组织课堂教学内容；每章的后面都附有实践性作业和思考题，便于学生课后复习。

本书配有多媒体电子教案，可从机械工业出版社教材服务网([www.cmpedu.com](http://www.cmpedu.com))下载。

本书既可作为高校环艺设计专业的专用教材，也可作为在室内设计领域或其他相关领域工作的专业设计人员、管理人员及业余爱好者的参考读物。

## &lt;&lt;展示设计&gt;&gt;

## 书籍目录

序前言 第一章 展示设计的概念 第一节 展示设计的基本概念 第二节 展示设计的发展 第三节 展示设计的分类 思考题第二章 展示空间的设计 第一节 展示空间的概念 第二节 展示空间的构成 第三节 展示空间的布局与造型 第四节 展示空间的氛围与渲染 思考题第三章 展示道具及展品陈列方式的设计 第一节 展具的设计原则及其分类 第二节 展品陈列方式 思考题第四章 展示照明的设计 第一节 光源的形式和种类 第二节 展示光效设计的基本原理 第三节 光源和灯具的选择 第四节 展示照明的特点及其配光方式 第五节 不同照明设计的方法 恩考题第五章 展示活动的组织机构和前期工作 第一节 展示活动的组织机构和工程线路 第二节 展示活动的总体设计 思考题第六章 展示工程的实施 第一节 展示设计的程序 第二节 展会施工的相关规则 第三节 常用材料及结构形式, 第四节 展示设计施工图的绘制 思考题第七章 多媒体在展示设计中的运用 第一节 多媒体运用的原则 第二节 多媒体运用的方法 思考题第八章 典型案例介绍参考文献读者信息反馈表

## &lt;&lt;展示设计&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 展示设计的概念 第一节 展示设计的基本概念 一、展示的涵义 “Display” 在中文里用“展示”一词来诠释已普遍被大众所接受。

“Display”在拉丁语中是Displia re (动词)和Displico (名词)的组合,原本语意上有“表现”和“显见”之意。

“Display”在英语里的同义语是“Unfold”、“Show”或“Exhibition”,可译为“扩大”、“张开”、“显示”或“展览”等意义。

“展示”二字的含义多种多样且层次丰富。

就展示中的“示”本身而言,它具有能动和被动的深层含义。

含有“示”的词语及内容也格外丰富,有启示、告示、提示、揭示、展示等。

而“展”有打开、展开、放开和扩展等意义。

因此,“展示”具有清楚地摆出或明显地表现出来的意思。

这种内含表现、显露、展开、摆出的行为主要是通过视觉、听觉、触觉等感官来实现其意图的。

另外,“展示”行为的形式也可以是多种多样的。

它不仅要向受众传递各种信息、意图,也包含着受众将其感受和看法回馈的意味。

选择何种方式来传递信息或意图,是由展示的目的和受众的特点来决定的,也必将影响与展示形式相对应的展示效果。

.....

<<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>