

<<展示设计>>

图书基本信息

书名：<<展示设计>>

13位ISBN编号：9787508376042

10位ISBN编号：7508376048

出版时间：2008-10

出版时间：中国电力出版社

作者：王亚明 等编著

页数：157

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>>

内容概要

本书分七章，以展示设计活动内容为主线，系统介绍了展示设计的基本原理、展示设计的基本法则、展示设计的相关科学、展示设计的构成要素、展示设计的分类，以及展示设计的设计流程等内容。其中重点介绍了展示设计的基础知识——展示设计的构成要素，在叙述上尽量做到通俗易懂。为了便于学生理解，本书引用了大量图例，在图示和图片的选择上，力求做到举例恰当准确、选材新颖。

为了引导学生对学习内容的融会贯通，在本书的最后，从设计师的角度，利用本书的理论知识分析了四个实际案例，以拓展学生进行具体展示设计的思路。

本书可作为本科及各类院校艺术设计专业教材。

<<展示设计>>

书籍目录

前言第一章 展示设计的基本原理 第一节 展示设计概述 第二节 展示设计的发展概况 第三节 展示设计的主要内容与分类范畴 第四节 展示设计的主要特征第二章 展示设计的基本法则 第一节 展示设计的主客体关系 一、展示设计的主体——传信者 二、展示设计的客体——受信者 三、展示设计的媒介——物、时、场 第二节 展示设计的形式法则 一、比例与尺度 二、对称与均衡 三、调和与对比 四、统一与变化 五、重复与渐变 六、节奏与韵律 第三节 展示设计的基本观念 一、功能设计观 二、科技设计观 三、艺术设计观 第四节 展示设计与人体工程学 一、展示中的尺度要素 二、展示中的视觉要素 三、人体行为习性 第五节 展示设计与心理学 一、整体构思创意阶段对心理学的应用 二、心理学对流线设计的影响第三章 展示设计的构成要素 第一节 空间形态要素 一、空间的基本概念 二、实体形态与空间形态 三、空间限定与空间表情 四、展示设计的空间构成与空间组织 第二节 色彩要素 一、展示设计中色彩的构成 二、展示设计中色彩的作用 三、展示中色彩设计的原则 四、展示设计中色彩的功能 第三节 质感构成要素 一、质感的认识 二、材料质感的应用 第四节 照明要素 一、照明基础知识介绍 二、展示设计中照明的方式 三、展示设计中照明的形式 四、展示照明中灯光的形态 五、展示照明的艺术作用 六、展示照明设计的原则 第五节 图形要素 一、展示设计中的图形要素 二、图形要素的形式 三、图形要素的作用 第六节 媒体技术要素 一、声光电技术与展示 二、多媒体技术与展示 三、虚拟现实技术与展示第四章 展示道具与展示陈列 第一节 展示道具 一、展示道具分类 二、展示道具的选用 三、常用展示道具及辅助设施 第二节 展示陈列 一、展示陈列的方式 二、展品陈列的区位第五章 展示分类设计 第一节 商业展示设计 一、商业展示设计概述 二、商业展示的分类 三、商业展示设计要素分析 第二节 展览会展示设计 一、展览会展示设计理论概述 二、展览会展示的分类 三、展览馆展示要素分析 第三节 博物馆展示设计 一、博物馆展示设计概述 二、博物馆展示的分类 三、博物馆展示设计分析第六章 展示的设计程序 第一节 展示设计程序 一、草案阶段 二、扩初阶段 三、确定阶段 第二节 影响展示设计的要素第七章 展示设计案例分析与欣赏 案例一：美国大屠杀纪念馆（解说） 案例二：阿迪达斯展位设计（解说） 案例三：第三届欧洲景观设计双年展（展示分析） 案例四：STOAG公司会展设计（展示分析）参考文献

<<展示设计>>

章节摘录

第一章 展示设计的基本原理 第一节 展示设计概述 首先我们要弄清楚展示一词的由来，展示“display”一词来源于拉丁文displycare，它的原意是专指动物（鸟兽）中雄性向雌性所做出的“求偶”（示爱）的举动和表演，最初一直用在动物学的论著中。

后来将display一词扩展并引申为夸耀、显示、演示、展示。

也同展览（exhibition）、展览设计（exhibit）区别开来，我们可以用display代替exhibition，但不能用exhibition代替display，展览、展览设计只是指展览会和展览活动以及展览会设计，而展示设计中其他重要的组成部分，如橱窗设计和博物馆陈列设计、庆典环境设计、商业空间设计、广告设计、CIS设计等方面都不包含在内，范围狭小。

它们之间的含义和所指的范畴是不同的。

展示活动是一项有计划、有组织的，高密度的信息汇集、沟通和发散活动。

它的宗旨是准确、高效地向目标受众传递信息并及时地获取反馈信息。

因此，信息的流向、流量和反馈的质量成为我们评价一次展示活动成功与否的重要指标。

为了实现展示目标，需要通过展示设计对信息进行编辑和整理，制定展示目标规划，在限定的空间内，以空间形态、展品、道具、图文、音像及现场演示互动等多种形式，塑造一个多维的展示空间，积极调动受众的生理及心理反应，将信息传递出去，并期待获得有效的反馈信息，以此来实现展示活动的意义与价值，这种对展示活动的设计就是展示设计。

展示设计“display design”是一门新兴的、独立的、综合性强的边缘学科。

无论是在设计本质上还是在设计表达上，展示设计都是最具综合性特点的学科之一。

它与建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、产品设计，舞台美术设计等学科都有相容相兼的内容，具有非常复杂的交叉学科特征。

展示设计属于非限定性公共空间环境设计的范畴，是一种以科学性为功能基础，以艺术性为表现形式，是以创造一个精神与物质并重的人为环境为目标的理性创造活动。

它为人们传播与交流信息提供了一个特殊“舞台”。

通过这样的人为场所的设计（展示空间环境的创造），来引导人们的信息交流等行为的发生。

这些行为包括参观展览会、博物馆、购物、旅游、休闲和娱乐等诸多方面。

在这样的公共环境里，展示设计小仅能够传播信息、启迪创造、陶冶情操，还能促进人们对新文化、新观念、新生活方式的理解和追求。

<<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>