

<<展示设计概论>>

图书基本信息

书名：<<展示设计概论>>

13位ISBN编号：9787302299769

10位ISBN编号：7302299765

出版时间：2012-11

出版时间：清华大学出版社

作者：陆江艳

页数：100

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>

<<展示设计概论>>

内容概要

《普通高等教育“十二五”规划教材·展示设计基础理论通用教材：展示设计概论》根据展示设计入门课程的教学要求进行编撰。

第1章概述了展示设计的概念、特征、要素、分类，以及展示设计师所需要达到的专业素养。

第2-3章简要介绍了展示设计的发展历程以及展示设计的程序与步骤。

第4章从介绍空间的视知觉理论开始，深入探讨了功能空间的分类、如何进行展示空间的平面布置和立面设计，并根据形式美原理，列举了展示空间设计的一些艺术处理技巧。

第5章对影响展示设计效果的若干要素，如人机工程学原理、视觉元素、展品陈列、展具、色彩、采光与照明、装饰与宣传品等，进行了分析和探讨。

第6章介绍了展示设计的表达方法。

第7章给出了4种最常见的展示设计类型的优秀实例点评。

《普通高等教育“十二五”规划教材·展示设计基础理论通用教材：展示设计概论》可用作大学本科或高职高专设计类专业学生学习展示设计课程的教材或教辅，也可供设计人员参考。

<<展示设计概论>>

书籍目录

第1章 绪论1.1 展示设计概念的内涵及外延1.2 展示设计的特征及观念1.2.1 展示设计的特征1.2.2 展示设计的观念1.3 展示的要素1.4 展示设计的范畴及分类1.4.1 博物馆设计1.4.2 展览设计1.4.3 商业环境设计1.4.4 庆典礼仪环境设计1.5 展示设计师应具备的素质第2章 展示设计的发展历程2.1 各展示类型的演变历史2.1.1 商业展示2.1.2 博物馆2.1.3 展览会2.2 世界著名展示会及展示组织机构简介2.3 展示设计的数字化趋势2.3.1 传统展示与虚拟展示2.3.2 虚拟展示的特点2.3.3 虚拟展示的优势2.3.4 积极应用数字技术进行展示设计第3章 展示设计的程序与步骤3.1 分析设计要素3.2 起草企划书和设计脚本3.3 方案设计3.4 工程实施第4章 空间理论及在展示设计中的运用4.1 空间的视知觉理论4.1.1 空间的概念和特征4.1.2 空间的分类4.1.3 空间的感觉4.1.4 空间的构成4.2 功能空间的分类4.3 展示空间的平面布置4.3.1 区域划分与展位空间配置4.3.2 参观路线设计4.3.3 展示平面布置的形式构成4.3.4 展示平面布置的方法4.4 展示空间的立面设计4.5 展示空间的艺术处理技巧4.5.1 协调统一4.5.2 稳定均衡4.5.3 渗透与融合4.5.4 主次关系4.5.5 空间序列4.5.6 空间程序第5章 影响展示设计效果的要素5.1 展示中的人机工程学原理5.1.1 人体尺寸5.1.2 视觉5.2 视觉元素的运用5.2.1 直线的运用5.2.2 曲线的运用5.2.3 圆形的运用5.2.4 三角形的运用5.2.5 矩形的运用5.3 展品陈列5.3.1 陈列形式5.3.2 陈列的基本结构5.3.3 陈列的基本方式5.3.4 陈列的基本状态5.3.5 陈列密度、高度和深度.....第6章 展示设计表达第7章 展示设计实例主要参考文献

章节摘录

第2章 示设计的发展历程 2.1 各展示类型的演变历史 2.1.1 商业展示 展示是一门十分古老、延续不断，并随经济发展和社会进步不断发展起来的艺术。

从展示的功能性来分析，展示行为的原始起源不外乎原始的商业行为和宗教活动。

早在原始社会，原始人的绘面、文身行为就是最古老、最原始、最淳朴的展示，他们在自己的脸上或身体上涂上颜色，绘出他们认为吉祥的图案，以此展示自己的身体，增加勇气，并寄托狩猎成功的愿望。

基于同样的目的，展示方式发展到在族人聚居地放置图腾物，把战利品挂于草屋前，此为实物展示活动的最早雏形。

在原始社会的生产力发展到一定阶段时，原始人类的生活和生产资料产生了交换的需求。

在交换的过程中，物品的展示和观看便成了必不可少的过程，物品的展示也就成为了最初的商品交换过程的一个重要环节。

对交换物品的查验和辨别是商品交换的第一步；为促成这种交换，有意识地展示物品的质量便成为最初的促销手段。

古书《诗，卫风·氓》中提到的“氓之蚩蚩，抱布贸丝”描绘了原始社会晚期人们进行物物交换的情景，这是人类历史上最早的商业展示形式。

这种交换促进了商品的生产 and 流通，促进了社会的分工，也促进了商业的发展，并形成了最初的商业环境——集市。

在集市上人们可以将各自的商品展示于一定的场所内，供人选购，甚至为这种展示制作一定的道具（如货架等）来更好地陈设商品。

这可以认为是最原始的博览会的雏形。

据史料记载，在中国的商周时代，就开始有专业从事商业活动的商人；至春秋战国时代，出现了洛阳、邯郸等一大批商业都市和富甲一方的大商贾。

商人出现后，在他们的店铺门前摆放商品或悬挂旗帜，进行原始的卖场展示。

宋代张择端的《清明上河图》更为我们形象地描绘了一幅北宋年间东京汴梁商业繁华、店铺林立的情形，其中不少画面形象地反映出商品陈列和商业招牌广告的内容。

其实在北宋年间，京城内已经形成了定期的集市和庙会。

商人们将商品集中到某处设摊摆卖，形成商品交易的高潮，庙会的实质是一种原始的商品交易会。

在欧洲当时相对而言商品经济和商业文明较为发达的国家，如古希腊等，类似的商业性展示都与早期活跃的商业贸易活动同时出现。

在中世纪时期的绘画中可以看到店铺陈列和店面招牌的雏形，当时的商业活动主要体现在店铺行会和集市贸易方面。

一些店铺和行会组织为了促销开始注意宣传形象；更有以商品物或其他材料做成的相关商品模型悬于店铺门前，作为一种营业标志。

.....

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>