

《什么是展示设计》

图书基本信息

书名：《什么是展示设计》

13位ISBN编号：9787500678748

10位ISBN编号：7500678746

出版时间：2008-8

出版社：中国青年出版社

页数：256

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《什么是展示设计》

内容概要

《什么是展示设计》并非展示设计的终结性言论，而是提供了一个关于展示设计发展趋势的清晰陈述，这正是作者和SEGD的宗旨。展示设计需要在空间、物体、信息中寻求平衡，需要各种技术的巧妙结合并听取多方意见，综合多种因素才是展示设计发展的关键。

《什么是展示设计》致力于讲解蕴藏在博物馆、贸易展厅以及众多展示场所中的设计技巧。在以此为目的构建的体系中，展示设计师的设计准则之类的话题将退居其次，取而代之的是如何将设计师多种多样的设计视角与不同领域的设计能力进行有机融合，从而创造出有意义且令人愉悦的空间环境。

《什么是展示设计》

作者简介

简·洛伦克（Jan Lorenc），简·洛伦克的成功不仅仅是由于他突出的标志风格，更是由于他的多才多艺。洛伦克拥有一支由建筑师、工业设计师、室内设计师以及平面设计师组成的团队，这支设计团队对建筑标志、展示设计、环境设计和品牌设计等广泛的领域都有所涉猎。洛伦克毕业于

《什么是展示设计》

书籍目录

要点 前言 什么是展示设计？ 展示设计简史 我们为谁而设计？ 新体验的力量 设计对技术的应用 是什么造就了公共空间的展示设计？ 这是艺术吗？ 体验设计与主题环境 由下至上、由内到外的设计 原则具体分析 具体分析 分类 博物馆展示设计 历史博物馆 科学博物馆 美术馆 儿童博物馆 公共中心的展示设计 游客中心 企业博物馆 机构教育中心 公园、植物园和古迹中心 贸易展览与商品陈列室的展示设计 贸易展览 商品陈列室 流动展览 过程 故事的讲述 概念的发展 设计的发展 材质 多媒体与科技 灯光与声音设计 展示设计与环境 故事讲述与记录 选择建造师 展示设计的测评展示设计作品 展示设计作品 Atelier Markgraph设计公司 Lee H. Skolnick Architecture+Design Partnership公司 Lorenc+Yoo Design公司 Mauk Design公司 Pentagram设计公司 Box&Cox设计公司 Casson Mann设计公司 Ralph Appelbaum Associates公司 Reich+Petch设计公司 C&G Partners设计公司 emerystudio设计公司 atelierbrtickner设计公司 GL Associates公司 Hewitt Pender Associates公司 nendo设计公司 Staples&Charles设计公司附录 参考资料 图片版权 术语表 索引 作者简介

《什么是展示设计》

精彩短评

- 1、字这个可以有。。。感觉太浅了
- 2、书是好书，也是一手资料，可是后面的一部分书页都是用黑色做底，有点压抑感。内容还不错，看完以后整个流程都知道了，挺容易理解的。
- 3、没有想象中好，太泛泛，没有太多实质性创新的见解
- 4、去年还在犹豫是否要买英文原版的，今年就引进了，不错，价格合理内容丰富。
- 5、对于展示设计的概念系统，发展脉络，不同类型的展示，以及展示的在其他相关设计上的运用都有准确的阐述，案例也都是第一手资料，很有价值！
- 6、展示设计的概念和流程一目了然,不过对于方法稍微介绍的概括了点,结合英国展示设计高级教程一起看,就完整了.总之,值得一看.
- 7、挺学术的
- 8、体唔落.....
- 9、此书很适合初学者
- 10、绝对推荐，很好的诠释了展示
- 11、比較一般.....
- 12、比较浅，适合走马观花的了解。对展示设计概念的理解值得思考：环境中的信息传达。
- 13、这个适合反复读,虽然是入门教程似的,就看你有没有心来研究了,光是里面出现过的书和人逛完,就很浩大的工程量,专注展示设计的,可以加了个油
- 14、内容多但没有给我太多的实际用处,,讲的是国外的一些设计公司,图多话少,但没能给现在的展示带来实用的价值,,,展示的图片可以借鉴的地方太少了.
- 15、老套，讲的很笼统，印刷一般
- 16、相对这许多劳民伤财的不靠谱设计更倾向窝在电脑前看图档... - -|||
- 17、印刷确实不行，而且图片很小，没什么效果，其它的还行。价格太贵，性价比不高。

《什么是展示设计》

精彩书评

1、从古至今，人类就是天生的公共展示能手，人们会不自觉地依赖一种直觉，凭借周围环境中的物件，表达经验、传达信息。比如，一个人可以通过自己的着装及姿态来宣告一套价值观；可以通过私人物品在家中的安排告知他人自己的生活方式；可以仅仅为谋生而将自己的思想、身体、技能等以生动的方式呈现，有些甚至已经深深地渗透进社会生活的民俗仪式之中，比如山东旧时习俗，民间嫁女儿会将女儿待嫁时在家中织成的织物高高地撩起，然后用马车拉着在村中街道巡游……这都是人们本能地将各种因素组合起来安排进他人的视野，以达成一种交流的创造性地实践活动。所有的公共展示行为都有着一个共同的目的，即实现信息传播，达成交流。当然，对这种行为的感知并不能单一地描述为一种信息处理过程，在人类本能的驱使下，展示行为会随着社会的发展而变得多元复杂起来。特别是进入21世纪，人类的思维方式发生了根本性变化，海量的信息持续地冲击着人们的知觉，为了更有效更完美地交流，对于一种“秩序”的需求变得越来越重要。因此，人们需要考虑在信息爆炸的时代，如何让自己的信息发出与众不同的声音？如何在变化与传统之间把握新的感觉，新的审美？如何在人、物、空间等诸多因素中寻求一种平衡与综合……今日，对于人类亘古不变的展示本能来说，灵活多变的展示策略和对视觉传达方式的思考将成为关键，设计思维将会逐步完善这种创造性的实践。“展示设计”这一提法也逐渐形成，虽然是跨越多领域、边缘模糊、内容交错，但其独立的领域价值与学科范畴却不容忽视。展示设计研究同样可以运用设计的思维，将不同研究领域联系起来，将多学科进行整合，把关注点融入到环境的信息传达和信息解读上，便能从新的角度找到对日常行为的新体验。

《什么是展示设计》

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:www.tushu000.com