

The Connection between the Space in the Contemporary Enterprise Exhibition Hall and the Content of Exhibition——Taking the Design of Gezhouba Exhibition Hall in Yichang as an Example

Kuo Tian

China University of Geosciences (Wuhan), Wuhan, Hubei, 430074, China

Abstract

Since the design of the exhibition hall has been developed, the meaning of many exhibition gradually changed. It is mainly reflected in the presentation form, spatial sequence, diversified functions, spatial narrative and multimedia application. The space and display in the enterprise exhibition hall are the main exhibition contents, its display form and exhibition hall content coordination and unification, it is not only a display of display, but more importantly, the dissemination of educational ideas and the guidance of the public aesthetic turn. Therefore, the display content in the enterprise exhibition hall also needs to produce emotional resonance with the audience. The cultural deposits and the particularity of the contents in contemporary enterprise exhibition hall, make the display site scene and concrete, more prominent in the scene of sensory experience, but also easier to spread cultural content and popular participation.

Keywords

exhibition space; exhibition content; emotional sustenance; public participation

当代企业馆中空间及展陈内容间的联系——以中国宜昌市葛洲坝展馆设计为例

田阔

中国地质大学(武汉), 中国·湖北 武汉 430074

摘要

展馆设计发展至今, 诸多展示自身的含义在逐渐发生转变, 主要体现在展陈表现形式、空间序列、功能多样化、空间叙事性及多媒体的适用等。企业馆中空间及陈列作为主要的参展内容, 其展示形式与展馆内容协调统一, 它不仅是作为展示陈设, 更重要的是传播教育理念与引导大众审美转向, 因此在企业馆中的陈设内容还需要与观众产生情感上的共鸣。当代企业馆中文化底蕴及内容的特殊性, 使得展示场所场景化、具体化, 更加突出寓情于景的感官体验, 但也因此更易于文化内容的传播与大众参与。

关键词

展示空间; 展陈内容; 情感寄托; 大众参与

1 引言

对于展陈空间而言, 主要展示内容是利用空间的特殊性、连续性、完整性和展出的作品、图幅以及字画相结合, 使得某一单独空间或整体展览场所达到统一。而企业馆又与其他展陈空间不同, 它要求突出历史积淀、企业文化、地方特色以及表达企业竞争力, 要求用文化感染观众, 同时起到传播教育的功能。

2 空间表达方式的再选择

对于展示空间来说, 起源可追溯到早期的欧洲和近代的中国, 内容涉及范围较广, 包含了古代商业交易场所(如图1所示)、祭祀庙宇、战利品掠夺物的库房、以及最具代表性的1753年大英博物馆的建成(如图2所示)等。而展陈内容通过早期人类历史活动从交换物、商品、雕塑、战利品逐渐演化为具有文化特征的作品及功能性设施。从上述内容可简

要了解，空间作为展陈内容的依托，对于空间种类在不同情况和境遇下选择上也大相径庭。而在空间的认知水平上，随着人类活动的轨迹、生产生活的需要和审美水平的不断提高，对于单一的展出形式已不再满足社会的需求，这就要求空间不再只作为单独物件或某种展示风格呈现，它更被看作是一种促进人与人交流、人与历史交融的存在，具有影响人深思和沉淀的力量。对于空间在表达方式上进行优化与再选择，也使得展陈内容和空间构成了展示场所的完整性^[1]。



图1 古代交易场所（图片来源于网络）

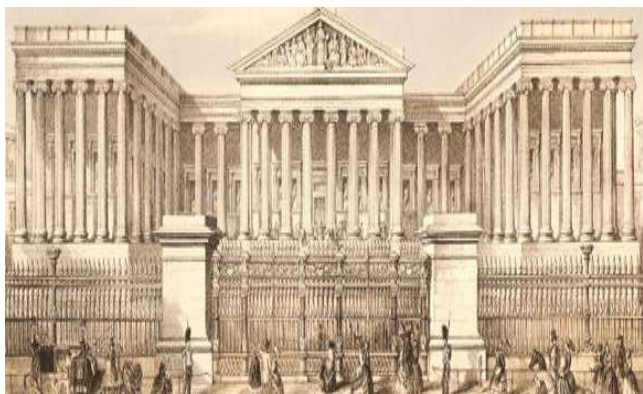


图2 1753年大英博物馆（图片来源于网络）

本段将对已有葛洲坝展馆空间做概况分析：葛洲坝展馆位于湖北省宜昌市葛洲坝水利枢纽二江电厂内，一层场馆，约850 m²，企业文化浓厚。展出空间共计5处：入馆大厅、水力发电（一号厅）、大型三峡水利枢纽模型室（二号厅）、会议室、水电设施控制室。原有展厅空间及展览形式老旧、大多以展板的样式出现，内容含概量不足以完整展现出葛洲坝的企业特点，大多设施由于常年未使用，处于更迭换代的阶段。现企业要求对原有空间进行升级改造，加入葛洲坝历史文脉、红色精神、企业文化、主要成就、培养英杰和多媒

体展陈内容等（如图3所示）。

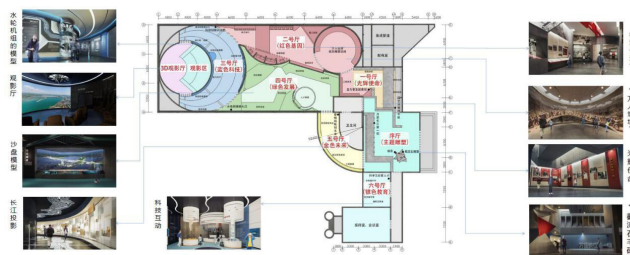


图3 葛洲坝平面布局图

基于展馆需求，现将原有空间重新整合分配。入馆以主题雕塑展开的大厅为序；一号厅（光辉使命），所讲述新中国成立以来各阶段国家领导人对于葛洲坝的相关方针政策和决定；二号厅（红色基因），葛洲坝成立初，中华民族为修建大坝，抵抗长江洪灾做出的努力；三号厅（蓝色科技），彰显葛洲坝电厂的水轮机技术、电力生产能力及前沿的技术创新，更是投入了最新的3D观影技术；四号厅（绿色发展），葛洲坝作为新中国早期最伟大的历史工程，自建厂以来管理能力、综合效益、水电人才培养排全国前列；五号厅（金色未来），展望未来，抓住机遇，迎接挑战，力争建设未来水电智慧枢纽；六号厅（银色教育），展示各个电厂机组的运转方式，以科教目的为主；外加卫生间及会议室等功能性空间。此次设计把葛洲坝展馆空间进行再梳理，各个空间沿成故事线为观众来讲解葛洲坝的发展历程，一改原有场所功能琐碎、游览线路复杂及展陈形式单一的特点，重在突出构成空间表达形式的多样性^[2]。

3 展陈内容多元化

企业展陈复杂多变，包含元素种类众多，以平面构成、灯光照明、材质表达、设备设施、场景再现为主。陈列方式的表达并不固定，因此不同展馆所展示的内容又具有独特性，区别在文化地域性、空间流动性、展陈互动性等。企业馆展示内容设计大致分为四部分，前期收集、线索梳理、扩充大纲与整合脉络，再将空间主题、展陈内容贯穿到整体展示空间中。以往展陈空间及内容在体验和感官上略显欠缺，忽视了人的参与性，单一空间设计和扁平式图形文字表达限制了内容的丰富性和延展性。因此，设计者需在设计过程中注重空间优化方法和观众的多样化情感需求，强调主题化设计方式，把体验与感受等理念融入展示设计环节中，多层次客观

的展示展陈内容, 优化传统展陈设计向符合时代发展的方向转变^[1]。

葛洲坝展馆改造设计把内容展示分为几个方面(如图4所示):

(1) 沿用平面构成和色彩构成关系表达图形与文字信息。

(2) 结合文化内容, 利用交互式多媒体展项技术提高观众趣味性。

(3) 历史场景复原, 运用葛洲坝建设之初的人民劳动场面进行还原, 并设有 3D 沉浸式观影厅与动态矩阵座椅, 增强观众体验, 加强展馆展项的带入感。

(4) 制作仿真水轮机组, 直观表现机组的运作方式。

(5) 利用计算机数控技术, 结合模型展现葛洲坝排洪蓄水, 通航冲沙的能力。

(6) 注重科技教育环节, 创建科技体验空间, 深化文化内容传播。

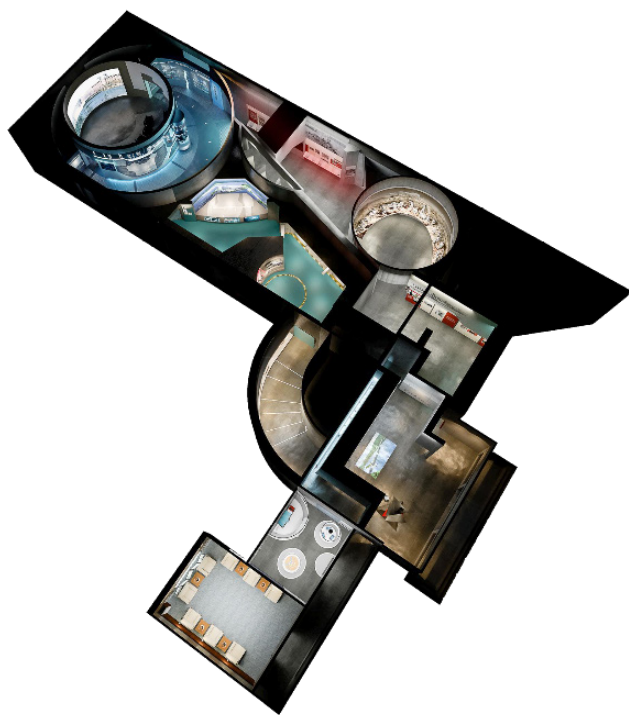


图 4 葛洲坝展馆轴测图

在展示设计中, 形态源于内容, 内容反应形态, 空间为内容所用, 内容体现空间关系。展馆展陈之所以能够与时俱进发展至今, 在于展陈方式丰富, 形态表达多变, 内容多元化。

4 空间及陈列一体化

陈列(陈设排列)是原指包含展陈内容在内的商品在摆

放方式上有规律的呈现给顾客, 并在有限的空间内占据更多的摆放位置, 可以把其看做是一种综合性艺术的集合体; 而现今陈列作为一种创造性的感官空间艺术, 包含了视觉、听觉、触觉、乃至嗅觉与味觉, 是消费者或观众能直观感受的艺术形式。在表达过程中每种空间依据展示陈列要求, 感官空间选择不同。陈列作为空间主体物, 其展现的方式可以摒弃柜台式、储藏箱等手段, 即分离式的设计手法, 以往为单独突出某一历史文物或藏品, 突显其重要地位。而在数字媒体技术、互动影像装置和动态矩阵装置逐渐发展的现今, 通过视觉语言结合科技, 可以更深层的优化空间与陈列的关系, 结合实践探究把企业馆规划设计向空间与陈列一体化的方向发展^[4]。

葛洲坝企业馆在设计之初, 取舍两种内容的优劣, 考虑空间与陈列的包容关系, 不再单独割裂两者分别设计。然而, 展示空间作为承载物形式出现时, 具有较强的对外性, 在设计中既要强调空间本身的美学价值, 又要凝练功能性作用, 为大众展现合理的空间与陈列物之间的协调关系。空间陈列具象化、场景化为本次设计的重点, 为强调空间完整, 运用主题性空间设计提高空间认知度, 而其在空间衔接上又有陈列内容与大纲作为导向, 充分发挥空间包容陈列的展示关系。在葛洲坝展馆改造中, 为了突破几何型、规则型空间布局的束缚, 依据葛洲坝水轮机组元素形式进行空间划分, 主体空间分为六部分构成, 每一部分空间包含的主题、多媒体和文化展示内容相互扣合, 并在表达形式上行进了大胆尝试, 大体量的空间划分也为整体内容的串联提供可能^[5]。

5 观众互动需要

展示内容侧重通过节点和场景内容的布置, 采用先进成熟的多媒体技术和一系列动感艺术造型、情景设置使观众投入到展陈内容中去, 激发观众的参展兴趣, 并在主动参与的氛围中完成整体参观行为。观众参展侧重激发和积极引导, 并在展项之间留有适当空间为观众思考体会文化主题; 以“体验”“感官”为核心的设计策略是传播文化教育有效实施的关键, 准确表现展示设计内容主题与观众的文化相关性和体验经历更为重要, 而不是过多表现展示设计的功能性。在构建整体展馆之初, 强调展示内容的层次化和逻辑性体现于合理的流线设计, 通过具体展项支撑主题内容, 故事线清晰,

层次感强,可以使观众有秩序地参观和理解展示内容。利用展项与观众双向的互动模式,如视频、音频、多媒体互动技术使观众的体验感更为深刻,着眼观众的使用需求,准确定位空间及展陈的关系,做到不过多炫技而是切实营造适用于游者的活泼的参展氛围。

6 结语

展示设计的发展方向,终究离不开大众的需求与陈设内容自身的展示需求,而空间与陈列内容在起到决定性的同时,更要考虑如何突破传统空间束缚,以完整考虑空间设计内容。然而在当代企业馆中空间运用表现出来的多样性和陈列内容的多变性,逐渐进入设计行业的眼帘,并可在其广度与深度

上继续探讨。

参考文献

- [1] 季士超. 企业展馆空间设计研究 [D]. 长沙: 湖南大学, 2018.
- [2] 钟果. 基于企业文化的主题展馆设计研究 [D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2013.
- [3] 周宇新. 展示设计空间及陈列的艺术分析 [J]. 艺术科技, 2017 (11):259.
- [4] 张文婷. 科普展馆中信息数字视域下的展陈空间及展示形式设计 [J]. 艺术教育, 2015(01):248-249.
- [5] 豫民. 智慧展示 创意空间 争奇斗艳 异彩纷呈 上海世博会展馆造型设计选介(三)——地方馆和企业馆 [J]. 美与时代(上), 2010(04):5-8.