

米兰世博会中国馆展陈设计与德、日馆之比较

王瑾

(北京林业大学, 北京 100083)

摘要: **目的** 从米兰世博会中国馆、德国馆、日本馆的展陈设计中, 找出各自的优势与缺点, 总结各国展陈设计的设计思想与服务理念, 为今后中国的展陈设计提供一定的设计依据。**方法** 以比较的手法, 从展陈设计的创意主题、展览手段、参观服务 3 方面分析中、德、日各馆的设计理念与形成背景, 进而探讨中国馆的设计缺失及对日本馆、德国馆的设计借鉴。**结论** 中国馆相对于德、日馆的展陈设计, 其民族文化的彰显力更强, 但在人性化设计理念、设计细节、互动体验等方面还存在不足。

关键词: 米兰世博, 中国馆, 德国馆, 日本馆, 展陈设计

中图分类号: J525.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)12-0083-05

Comparison of Chinese Pavilion Exhibition Design, Germany Pavilion and Japanese Pavilion at Milan World Expo

WANG Jin

(Beijing Forestry University, Beijing 100083, China)

ABSTRACT: It aims to find advantage and disadvantage from the exhibition design of the Chinese Pavilion, Germany Pavilion, Japanese Pavilion of Milan World Expo, and summarizes the design concept and service philosophy of each country to provide design basis for exhibition design of China. It analyzes the design concept and the formation background of the Chinese Pavilion, Germany Pavilion, Japanese Pavilion based on the exhibition design of the creative theme, the exhibition means and service for visit, and then discusses the design flaw of Chinese Pavilion and the design tenants from Germany Pavilion, Japanese Pavilion. China as an economic power and manufacturing power, the exhibition design of the Chinese Pavilion deserve to be praised, but there is a certain gap with 'design power' and a large gap in the humanized design concept and design in detail.

KEY WORDS: Milan world expo; Chinese pavilion; Germany pavilion; Japanese pavilion; exhibition design

世博会是当代社会最为重要的全球性社会文化活动, 是世界各国展示本国传统文化与设计水平的国际大舞台^[1]。在 2015 米兰世博会中, 中国馆集中国传统与当代设计之精华, 让世人领略到中国的“大国设计”风范。参观者对中国馆诸如“规模最大”、“人气爆棚”、“美轮美奂”的赞美之词不绝于耳。然而, 笔者经过实地参观、感受、比较之后, 发现了诸多我们的“大国设计”与德、日等“设计大国”之间的差距。其中, 中国馆所暴露出来的“重形式、轻服务, 重规模、轻细节”的设计误区, 让中国馆只能称之为形式上的“大国设计”。本文以中、德、日 3 个国家馆为例, 从

展陈的创意主题、展陈手段、参观服务 3 个方面进行比较分析、研究各国展馆的展陈设计理念。

1 创意主题比较

“滋养地球, 生命的能源”是本届世博会主题, 旨在关注世界对人与自然的和谐均衡发展。中、德、日 3 个馆的主题创意都紧紧围绕本届主题而延展开来, 创意主题对比见表 1。

中国馆主题立意为“希望的田野, 生命的源泉”。展现出中国人对于自然的尊重以及顺应自然求发展

收稿日期: 2017-02-23

基金项目: 2015 年北京市社会科学基金重点项目 (15WYA004)

作者简介: 王瑾 (1973—), 男, 山西人, 北京林业大学副教授, 主要研究方向为视觉传达设计。

表 1 创意主题对比
Tab.1 The creative theme contrast

	总主题	1 区主题	2 区主题	3 区主题	4 区主题	5 区主题	6 区主题	7 区主题	契合度	理解度
中国馆	希望的田野， 生命的源泉	序	天	人	地	和			强	弱
德国馆	灵感田野	水	土壤	气候	物种	生活方式	花园	互动表演	强	强
日本馆	共存的多样性	和谐	多样性	创新	和食	互动表演			强	中

的智慧，同时也表达出中国在发展农业、获取粮食的同时，寻找可持续发展的理念^[2]。日本馆的主题是“共存的多样性”，展示日本当代的饮食文化，诠释东方健康的生活方式与理念。德国馆则更侧重将展馆主题与游客体验相结合，让游客化身为一只蜜蜂，贯穿于“水、土壤、气候、物种多样性、生活方式、花园创意、互动表演”7 个主题展区，呈现出一幅“灵感田野”的美丽画卷。

世博会作为经济、科技、文化的奥林匹克，其中的文化表现总是尽力站在文化制高点上^[3]。从创意主题上讲，中国馆、日本馆、德国馆都能够依托本国独特的传统文化来呈现“滋养地球、生命的能源”这个主题，契合度较高。在设计形式上，中国馆更注重展示“大国设计”，体现宏大的叙事能力，思想的博大精深，以及严密完整的系统性。但这类设计理念会带来两种实际的窘境：要么本土性太强冲淡了展馆主题，让参观者看不懂；要么想展示的内容太多，模糊了展馆主题。事实上，中华文化圈中的“天”、“地”、“人”、“和”的哲学概念，对异质文化圈中的人来讲，理解起来并非易事。加之中国馆展陈中缺乏鲜活生动的载体及互动表演环节，使参观者的理解度降低。日本馆的主题重点突出，目标明确。以“和食”为切入点，把本国饮食文化贯穿其中，有效地使参观者与展陈环境产生强烈的共鸣。此种设计路径，主题喻意或显肤浅，但展陈立意到达性好；德国馆与中国馆一样都将目光聚焦“田野”，但德国馆不同之处在于举重若轻，用德国民谣中常见的“小蜜蜂”串联起水、土壤、气候、物种、生活方式、花园等六个区域，每个区域都传达出与田野有关的知识、技术、理念，使每个参观者都能理解“滋养地球，生命的能源”这个主题。

2 展陈手段比较

2.1 展陈手段的创新

世博会发展到今天，陈展手段融入了许多新思想。作为展示对象的新科技、新材料与数字产品被融入世博会物质空间建设，运行和管理中，成为重要的技术组成部分^[4]。中国馆与日本馆都应用了参数化设计，不同的是，中国馆参数化设计的竹条拼接具有独

特的建筑表面特征，使中国馆如同在广阔田野间屹立的群山般气势恢宏。日本馆用木条榫卯结构，不经过任何金属连接件而组成秩序感强烈的视觉效果。德国馆的外形是由白色的 OPV 薄膜组件，自由灵活的拉伸成各种“发芽的种子”形态。仅就外观而言，相对于德国馆和日本馆，中国馆外观形态与建筑表皮特征的设计更具独特感、视觉冲击力更强，给人以恢弘大气之感，是设计的神来之笔。

传统展览馆主要采用物品陈列、图幅说明、导游解说的常规形式展示和陈列展品，然而现代展示已由过去的静止、被动的展示方式逐渐向动态和互动的展示方式转变^[5]。中国馆与“高、大、上”的外观相比，内部设计却因缺少融合新媒体、新技术的手段而略显守旧。例如，“人”主题展区，设置了 11 个代表性展项，但大多数的展陈手法仍旧沿用了电脑喷绘、立体雕刻等传统、静态的表达手法。24 节气的图标只是用纸质背胶喷绘材料打印黏贴在地面，完全没有声、光、电的效果。北京全聚德烤鸭制作过程也仅仅是用静态的泥塑与剪纸呈现，中国馆“人”主题展区见图 1。烘托中国茶文化氛围的大幅背景板，只是几张彩色喷绘的福建武夷山、三清山的风景图片。在世博会这样的顶级展事中，这些司空见惯的展陈手段就显的不合时宜，尤其与中国“大国设计”的定位不符。与之相反，其它两国则在展陈形式方面强调追求创新与精益求精。



图 1 中国馆“人”主题展区
Fig.1 The China pavilion of "human" theme exhibition

德国馆的整体展陈方式采用了独特的空间层叠式,使游客产生身临其境的感觉。每个主题展区在高、中、低多层次空间中,悬挂、摆放了众多的岩石、果实、植物等实物模型,游客只要触动这些模型,就能阅读到与此种模型相关的重量、营养、成分等重要信息。而在“创意花园”主题展区,竟然直接把多样的绿色植物直接栽种在高低错落的展台。纵观整个德国馆展区,几乎没有看到环绕四周墙壁的平面展板、静态大幅图片与文字说明等传统的展陈形式,德国馆“物种多样性”主题展区见图 2。



图 2 德国馆“物种多样性”主题展区

Fig.2 The Germany pavilion of "species diversity" theme exhibition

日本馆“多样性”主题展区中的饮食介绍虽然使用了静态的摄影图片,但所有食物图片都采用了发光、发亮的 PVC 材料,色彩饱和,艳丽夺目,很容易勾起游客食欲。国博副馆长陈履生在参观后赞叹“看日本馆,空腹慎入,这里讲吃的最详尽^[6]。值得一提的是,在“多样性”展区中高高竖立着一个用动态影像环绕而成的蓝色水柱,水柱表面的虚拟水流冲泄而下形成圆形水潭,水流中裹挟着一张张食品图片流入水潭,游客可以在水潭中点击图片,使图片放大而更加清晰,还可以用智能手机扫描图片的二维码,用手机保存图片 and 读取介绍图片的重要信息,日本馆“多样性”主题展区见图 3。

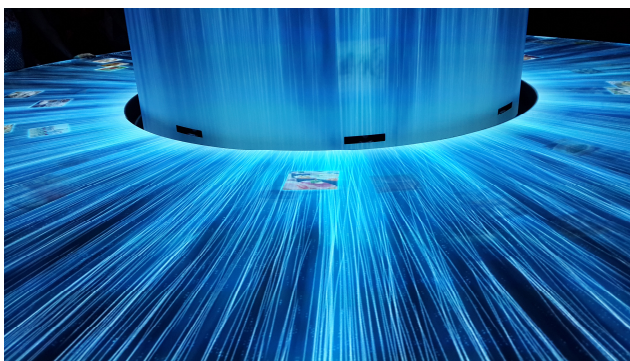


图 3 日本馆“多样性”主题展区

Fig.3 The Japan pavilion of "diversity" theme exhibition

通过比较不难发现,在展陈手段的创新方面,中国馆缺乏创意,诸多展览形式过于陈旧,展陈手段中规中矩,缺乏创新。德国馆强调了展陈空间的交互利用,不局限于展陈背景墙的实体空间划分,更注重参观者通行路线上的虚空间。使参观者感受到展品无时无刻的充斥在自身的周边。日本馆则把高新科技大量应用于展陈表现形式上,使参观者得到了强烈、新奇的视听效果。

2.2 数字化媒体技术应用

中日德 3 个展馆都大量采用了数字化媒体技术。中国馆的亮点是在“地”主题区域内设置了本届世博会中面积最大的程控 LED 发光柱,动态演示了中国大地从高原、沙漠、平原至海洋的地貌变化及田野的四季演绎。然而,由于展馆顶部的透光性与空间的开放性,造成 LED 光源亮度变暗、色彩对比度减弱,视觉清晰度降低,视觉刺激性不强的不良后果。其次,LED 发光柱形成的点阵图案只适合远观,如果游客置身其中,很难领会图案的象征寓意。

德国馆最鲜明的特点是将数媒技术嵌入到游客观感中。在进馆之前,每名游客可得到一块周边嵌有感应芯片的白色纸板,只要把纸板放在特定的光源下,纸板表面就会显现出与周边环境相关联的视觉信息。游客手持这块名为“种子板”的智能板,可随时探索、体验德国对食品与自然资源管理的观点与见解,德国馆的“种子板”见图 4,这种交互式的数字影视技术,给游客创造了难以忘怀的参观体验乐趣,“种子板”的互动见图 5。

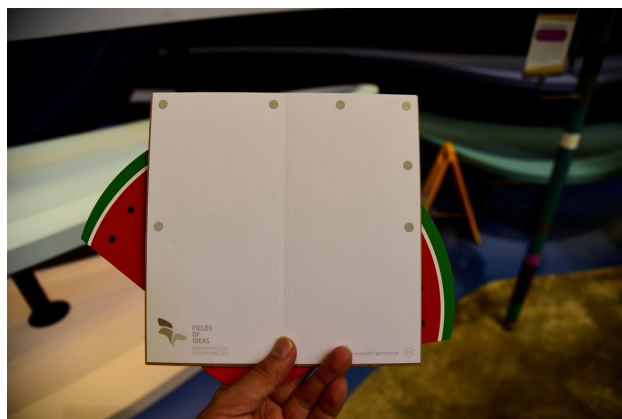


图 4 德国馆的“种子板”

Fig.4 The German pavilion's "seed board"

日本馆在“和谐”主题区域内同样应用了数字影视技术。在一个全封闭昏暗空间里,设置了许多高低错落的白色圆形屏幕板,屏幕板之间留有蜿蜒曲折的小径供游客行走。当游客漫步在屏幕板之间,屏幕板表面数字化的樱花、荷叶、稻穗、雪花等影像图案随之出现,并向游客四周的墙壁、天花板慢慢流动延伸,

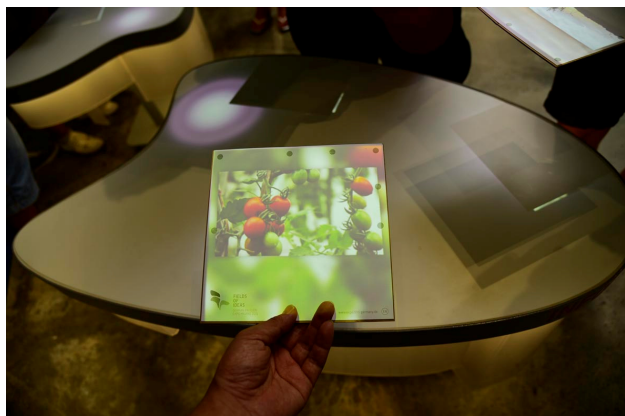


图 5 “种子板”的互动
Fig.5 The interaction of "seed plate"

动态演绎出日本的四季变化。运动的稻穗图案映射在圆形屏幕板上,形成了生机盎然的绿色田野,墙壁面又时而隐现出歌舞伎影像。游客宛如置身在随风摆动的稻田里,欣赏着日本传统民间舞蹈艺术,恰是一幅人与自然相和谐的美好画卷,日本馆的多媒体影像见图 6。

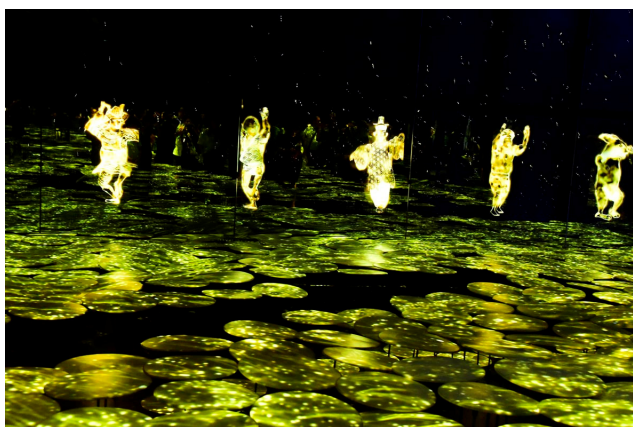


图 6 日本馆的多媒体影像
Fig.6 Multimedia images of the Japanese pavilion

在当代展陈设计中,数字化技术重在增强参观者的观感体验,它不应被简单理解为一种现代化展陈技术的标配,而是让这种新媒体技术赋予我们错综关系的新视野^[7]。从 3 个馆的数字化媒体技术应用比较而言,中国馆气势磅礴,规模宏大,但在探索游客与展陈环境的关系上缺乏创意,表达形式单一、交互体验渠道不足,略显空洞粗糙。

2.3 参观路线的预设

展览是一种线性的视觉语言,展示的信息是一个系统的整体。参观路线的设置规划要按照“理性”、“秩序”、“逻辑”、“功能”的原则制定。比较三国展馆,不难看出,中国馆在此方面的不足之处。

一方面,中国馆在等候区的秩序规划着力不够。游客在参观中国馆时,是随着人流盲目进入展馆内

部,感觉不到展区的参观路线预设。相反,德国馆、日本馆必须在入口处等待服务人员详细讲解参观路线、展馆主题、注意事项之后才能入馆。因此,德国馆与日本馆的入口处,总有游客在排队等候。这客观上也让德国馆、日本馆有人气爆棚的直观感受。中国馆或为减少等候为游客带来的不适而删掉等候区,然而忽视等候区的作用,却输掉了人气,输掉了服务。

另一方面,中国馆在不同主题空间分隔与参观节奏的预设方面也与德国馆、日本馆有很大的区别。中国馆采用了全开放式的参观模式,“序、天、人、地、和”5 个区域之间没有明显的空间分隔。这样的设计,如果没有服务人员的引导,就很容易造成参观节奏混乱、时间长短不一,或发生游客滞留、拥挤的危险后果。德国馆与日本馆在参观路线的预设中,则加强了对人流量与参观时间的统一把控,在规定的单元里,准入与展馆接待能力相匹配的游客数量,每个主题区域的展陈空间相对独立封闭,在工作人员的指引下,只有聚齐了一定数量的游客后,才开启下一个主题区域的入口。这样的参观路线预设,既可以避免游客拥挤、提高参观效率,又强化了每个区域的主题特色。

2.4 互动体验

体验,简单来说就是“以身体之,以心验之”,涉及使用者的状态、系统性能以及环境(状况)3 个元素^[8]。互动体验设计不仅可以使游客在参观中从被动变为主动,更能激发游客的参观兴趣,获取深入的参观体验,留下难忘的参观经历。在新技术、新材料层出不穷的当下,互动性体验式参观已成为展陈设计的主流。然而,相比之下,中国馆的“体验”设计略显不足。从“参观世博”到“体验世博”中国馆的设计还将有很大的创意空间值得期待。

交互技术应用于展示中其最大的意义是增加了展示设计处理复杂信息的能力和最大限度满足不同观众对获得所需要信息的能力^[9]。德国馆与日本馆在最后一个主题区域都突出设置了“互动表演”环节,掀起了参观高潮。例如,游客在德国馆入口处领取到表面有瓦楞纹样的“种子板”,不仅能帮助游客获取信息,还能成为“互动表演”的道具。在“互动表演”区域,两名演艺人员指挥游客一起拍打、划拉“种子板”,发出各种节奏声响,使全场气氛热烈。德国设计师用瓦楞纸做“种子板”的表面可见用心良苦。在日本馆的“互动表演”区,游客可以坐在餐椅上,通过“触控屏餐桌”自由选择菜单上的各种美食,还可以手持筷子模拟夹放已选好的美食。筷子的使用激起了西方人的极大热情。这种互动体验创意,不仅使“和食文化”深深根植于游客内心,还完成了向世界推广“和食”的商业用意。

3 参观服务比较

除意大利馆之外,中、德、日3个馆的占地面积与建筑规模位居本届世博会的前三甲,且每个展馆都至少有5个分主题展览区域。在如此复杂的展馆中,服务人员的精心指引,对妇幼、老人、残障人士的关爱就显得尤为重要。世博会展馆的参观服务水平可直接反映出一个国家的文明程度与设计服务理念。对比3个馆的参观服务,可体会到“设计大国”的细致入微。

从用户的角度来讲,服务必须是有用、可用以及好用的;从服务提供者来讲,服务必须是有效、高效以及与众不同的^[10]。在中国馆内,游客很少听到服务人员的讲解,也没有得到服务人员的指引或发放参观指南。相比之下,日本馆热情、周到、贴心的服务理念在世博会中发挥到了极致,处处可以体会到无微不至的服务。如在展馆入口处醒目位置摆放着参观信息板,上面写有整个参观过程所需的时间、下一次入馆时间、需要等候时间等,日本馆的参观提示板见图7。游客可以参照信息板,合理地安排自己的参观计划。在排队等候的通道旁,专门设置了供妇幼、老人、残障人士休息的座椅,并印有醒目的专用图形符号。等候区的电子屏幕则循环播放着展馆的结构图和参观路线,让游客做到心中有数。日本馆在每个分主题区域入口处都设有工作人员,工作人员负责计算进出游客的数量,并用对讲机相互通报,从而精确地设定影视播放与节目开演时间。整个流程的指引可以说是环环相扣、滴水不漏。



图7 日本馆的参观提示板

Fig.7 The Japan pavilion's visiting prompt board

4 结语

世博会是提升国家形象、输出国家文化、彰显国家设计实力的最好舞台。当下的中国已经是一个制造大国、经济大国,在设计界也越来越呈现出一种以“高大上”为主要特质的“大国设计”风尚,这种风尚推崇规模宏大,气势磅礴,实力不俗,在一定程度上是国家自信、

民族信心的体现,是设计水平和实力提高到一定阶段的表现。但是,这并不意味着中国已经成为一流的“设计大国”。米兰世博会中国馆的展陈设计,恰恰说明相对于德国、日本,中国设计在诸多方面还有待提高,特别是在互动体验、人性化设计理念、设计细节方面还存在很大差距。中国的展陈设计既需要“大国设计”中的叙事框架,也需要“设计大国”的匠心独具,特别是在以观感体验为核心的细节上还需细致打磨。

参考文献:

- [1] 杜卫苓, 陈新华. 国际博览会与现代设计的关系研究[J]. 包装工程, 2011, 32(14): 118—121.
DU Wei-lin CHEN Xin-hua. Research on the Relation of International Exposition and Modern Design[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(14): 118—121.
- [2] 刘晶晶. 2015 米兰世博会中国馆设计[J]. 装饰, 2015(6): 46—52.
LIU Jing-jing. Design for China Pavilion at EXPO Milano 2015[J]. Zhuangshi, 2015(6): 46—52.
- [3] 金丹元, 周开娅. 2015 .意大利米兰世博会中国馆的艺术创新及其延伸思考[J]. 艺术百家, 2015(3): 85—91.
JIN Dan-yuan, ZHOU Kai-ya. Art Innovation and Extending Thinking of China Pavilion in 2015 Milan World Expo[J]. Hundred Schools in Arts, 2015(3): 85—91.
- [4] 吴志强. 三大和谐——划时代的思维[J]. 理想空间世博会特辑, 2004(7): 13—14.
WU Zhi-qiang. Three Harmony: The Thinking of The Epoch[J]. Ideal Space Exposition Issue, 2004(7): 13—14.
- [5] 言文胜. 数字化与新媒体时代的展示设计[J]. 设计, 2012(10): 94—95.
YAN Wen-sheng. Display Design in the Digital and New Media Era[J]. Design Magazine, 2012(10): 94—95.
- [6] 陈履生. 观米兰世博空腹慎入[N]. 北京晚报, 2015-05-21(42).
CHEN Lyu-sheng. View Milan World Expo Fasting[N]. Beijing Evening, 2015-05-21(42).
- [7] 黄鸣奋. 数码艺术潜学科群研究[M]. 上海: 学林出版社, 2014.
HUANG Ming-fen. Research on The Latent Subject Group of Digital Art[M]. Shanghai: Xuelin Press, 2014.
- [8] 叶冬冬, 李世国. 交互设计中的需求层次及设计策略[J]. 包装工程, 2013, 34(8): 75—78.
YE Dong-dong, LI Shi-guo. Hierarchy of Needs and Design Strategy in Interaction Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(8): 75—78.
- [9] 魏长增, 傅兴. 多媒体交互技术在展示设计中的运用[J]. 包装工程, 2010, 31(9): 97—100.
WEI Chang-zeng, FU Xing. Application of Multimedia Interactive Technology in Display Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(9): 97—100.
- [10] 高颖, 许晓峰. 服务设计: 当代设计的新理念[J]. 文艺研究, 2014(6): 140—147.
GAO Ying, XU Xiao-feng. Service Design: The New Concept of Contemporary Design[J]. Literature & Art Studies, 2014(6): 140—147.