

NEW DISPLAY

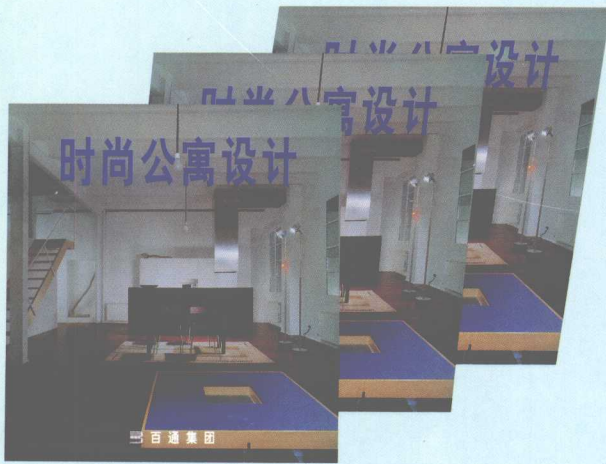
新展示

中国最新展示方案与评析

陈雷 编著 陈雷 摄影



百通集团
吉林科学技术出版社



 **百通公司（集团）**

地址：广州市中山大道东郊工业园建中路16号首层 邮编：510665

电话：83794741 83797151 85558200 传真：85558286

E-mail:btbook@mx2.gd.cei.gov.cn

新 展 示

中国最新展示方案与评析

陈雷 编著 陈雷 摄影

J525
11



百 通 集 团
吉林科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新展示 / 陈雷编著. — 长春: 吉林科学技术出版社,
2000

ISBN 7-5384-2162-9

I. 新… II. 陈… III. 展览会—装饰美术—作品—中国 IV. J625

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第53237号

百 通 集 团

广东科技出版社	北京出版社
吉林科学技术出版社	中国建筑工业出版社
辽宁科学技术出版社	电子工业出版社
天津科学技术出版社	浙江科学技术出版社
河南科学技术出版社	云南科技出版社
安徽科学技术出版社	上海科学技术出版社
黑龙江科学技术出版社	江苏科学技术出版社
江西科学技术出版社	广西科学技术出版社
贵州科技出版社	北京科学技术出版社
四川科学技术出版社	

新展示——中国最新展示方案与评析

出版发行：百通集团 吉林科学技术出版社

编 著：陈 雷

摄 影：陈 雷

责任编辑：韩燕芳 谭 莉

印 刷：广州培基印刷镭射分色有限公司

经 销：各地新华书店

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：12.25

版 次：2000年11月第1版第1次印刷

ISBN 7-5384-2162-9/J · 60


定 价：128.00元

前 言

展示活动具有悠久的历史，它的成果集中体现了人类两个文明的发展历程。在改革开放的今天，重视展示艺术活动，加强有关学术研究，会更有力度地促进展示行业的发展和学科的进步。事实证明，展示艺术与展示活动在我国已取得了很大的进步，我国现代展示艺术发展的水平集中体现在近几年在华举办的国际性展览和全国性经贸展览的设计成就上。及时总结实践经验，广泛收集有关的图文资料，并对其进行学术上的评析是行业发展的需要，也是广大专业工作者的企盼。

陈雷先生是位年轻的专业人士，凭着对事业的执着追求和对专业的酷爱，他克服了重重困难，紧紧跟踪展示艺术在国内的最新实践成果，孜孜以求地认真拍摄，并长年坚持不懈，最终成就了一本业内最鲜活的展示艺术图册——《新展示》，奉献给广大读者。

我相信《新展示》定会受到读者的欢迎，给相关的专业工作者以启发。当然，由于年轻，《新展示》也必然会有其不完善、不成熟、欠妥当之处，其不足部分也能引起读者的思考，从另一个角度为展示艺术设计的发展做出贡献，作者也一定欢迎来自各方面的指导。



新千年于清华美术学院

目 录

展示空间设计概述	5
1.展示空间的功能与形式	5
2.空间形式的处理手法	5
3.展示空间设计	6
4.展示中的照明、色彩与装饰绿化	6
5.设计师的职责	7
6.展示空间的作用	7
小型展台设计	9
中型展台设计	77
大型展台设计	135
纪念性展台设计	181

展示空间设计概述

展示空间设计实质是有关信息传播的环境设计，空间必然是艺术设计的主导，展示艺术空间环境的创造，是对空间的设计规划，是对自然状态下无形的空间，通过以点、线、面为基本要素的有形结构加以界定，制定出“有形”的空间这样一个过程。

1. 展示空间的功能与形式

展示空间可分为以下几个主要功能区：

(1) 公共空间：是供公众使用和活动的区域，要有足够的面积便于进出，在停留交谈时又不影响其他人出入，必要时还能提供休息的空间。

(2) 信息空间：是陈列信息源的地方。空间的大小，由展品的数量、大小和日流量决定。展品的陈列要有科学性，不要使参观者越往里看越失望。展示空间的设计要以吸引参观者为目的。

(3) 辅助功能空间：是指参观者不容易觉察的地方，具隐秘性或半隐私性。如储藏间，工作间和接待间。其中接待间多为方便参展商与客户间相互交流洽谈而设计，常被安排在信息空间的结尾处，用与展示活动相统一的道具搭建，风格也相互和谐统一。

参展商可选择的总体空间形式有两种类型：

(1) 外向式展示空间：亦称“岛屿式展示空间”，展台就像小岛一样自成一体，它从各个方向吸引着参观者的注意力而且从四个方向都可以进入。这种展台的结构可以是双层的也可以是三层的，气势宏大，个性突出。

(2) 内向式展示空间：亦称“封闭式展示空间”。一般小展台容易采用这种方法，由于展台面积小所以空间形式容易把握，造价也相对低一些，但采取何种方式将参观者吸引入内却是比较难做的。也有个别面积大的展台做成封闭式的展示空间，像第七届中国国际服装服饰博览会中报喜鸟展台的设计就是将四周围隔起来，只开了一个出入口，依靠其庞大的展示空间、极富个性的造型手段同样也吸引了不少参观者，取得了不错的效果。所以无论采取哪一种空间形式，作为一个完整的展台必须是醒目而与众不同的。

2. 空间形式的处理手法

(1) 水平横向空间处理中，应使各功能区的分配明确合理，内外通透和谐，形式丰富有趣。在室内展示空间设计中使用最普遍的手法即是“围隔空间法”。这种手法凭借对展示道具的经纬安排，在平凡朴素之中显现出千姿百态的变化。当一个展览内容分布在不同的场地，安排在不同的展示空间里时，为了给参观者一个总体印象，使参观者看完展览后能将两处的展览内容联系起来，就要使用连系空间法，可采用地毯一直延伸过去，或摆放彩带、盆花等，还可依靠相同色调的安排来显示，既有统一性又有导向功能。现代展览中，很多信息空间或会谈空间经常使用全透或半透玻璃幕墙与室外相隔，使展厅内外浑然一体，这种方法称为渗透空间法，即“你中有我，我中有你”。

(2) 对于一般的小展台而言，在竖向空间处理中，为了吸引远处参观者的注意力可以采用突出主体的高大明亮而降低辅助空间的手法。将前面的一个展示空间降低形成强烈的对比形式，这种手法易出效果，使用得当，能左右全局的空间安排。有时由于场地位置不好，为了全面介绍宣传自己，可以采用沿垂直方向向上叠加层的手法扩大空间，目的在于更有效地宣传企业形

象。

(3) 结构空间形式就是空间形式依靠结构来表现。结构空间的界面形态主要有壳体、篷帐、充气结构、网架等，其中以网架结构形式最为普遍。以基本结构单元为基础的球体节点，交接出三角锥体或四角锥体可创造出更大的空间；也有使用钢筋、钢管为材料焊接的锥体结构进行组合的结构空间。这种结构形式因其可拆卸和具重复使用性而得到广泛应用，这种形式还突出了时代特色且具有现代感。

(4) 有机空间形式就是人们对自然界真实形态的追求。通过对几何曲线以及对人体曲线的运用完成回归自然的愿望，在当今的展台设计中，大量地使用了原石原木、真山真水、瀑布鲜花作装饰道具，有的还大量运用自由曲线、曲面以及现代软体材料，有限的空间中蕴含着无限的创造与变化。

3. 展示空间设计

在具体设计计划实施之前，应全面周密地考虑以下几个问题：第一是安全问题，特别是防火问题，展览中一般都禁止纯木或布料直接暴露在表面，如果需要暴露，也一定要喷上防火涂料；第二是展品的摆放要符合科学性与逻辑性，避免杂乱无章；第三是在设计时应预先想到展览会中可能出现的精彩场面。

(1) 空间规划：这是设计者遇到的首要问题，要搞清楚不同的展品或展出单位之间的空间关系并以此作为空间配置与场地分配的重要依据。

(2) 平面计划：是展示设计的基础，一切有关展示艺术环境创造的创意思维都将通过平面设计实现高度的综合，隐现统一而美妙的展示空间形象。平面设计必须达到突出展品、主从分明、整合统一、动线清晰简洁、通透合度、虚实相宜、富于特色、立意新颖。这些要求达到了，美的平面形式也就深含其中了。另外，设计时要有意识地追求某种形式感，这种形式感可能来自自然形态的启示，也可能来自人类约定俗成的抽象美感的形式积淀。对这些形式感的追求，要因势利导，做到上下、左右、方圆、大小、虚实处理等生动有序，和谐统一。

确定总的时序线路与参观线路也相当关键。这两条线路不是随心所欲的，而应是有科学依据的。首先要根据展品内容内在发展的科学程序安排动线的走向；其次要根据建筑物所固有的空间关系安排线路并尽量与之保持和谐；最后是要与其他各项一并处理，不要单独设计。线路的设计要求一是顺序性，二是简短便捷，三是灵活性。

(3) 展示空间构成：展示空间构成就是展示空间的创造方法。这种方法可运用于展示建筑的创造中，而更多地运用于具体展示空间的创造过程中，如展厅、展示区、展示摊位。限定这些空间界面实体的形态要素主要有展柱、眉板、展板、顶棚、展墙、展柜、玻璃地台等，对这些要素进行无限制的分组编排则会产生各式各样的空间形态，这些各式各样的构成形式按照重复渐变等构成手法予以拓展，就会出现一个统一而多变的展示空间形态。

4. 展示中的照明、色彩与装饰绿化

(1) 照明在展示中起着重要作用，一切美丽的形与色都依靠光线来传递，光线的强弱也直接影响着展台的整体效果。光线有自然光与人造光之分，但由于自然光较弱，又受自然因素的影响，现在展览都采用人工照明来烘托展览气氛。展示照明的要求有：第一，提供舒适的视觉环境，使展品有足够的亮度、观赏清晰度和合理的观赏角度；第二，确保供电系统的安全性，减少光线对展品的损坏和对参观者的损伤；第三，使照明方式和光照艺术具有鲜明的时代特色。

① 基础照明的特点是光线分布比较均匀，使公共空间显得比较统一与和谐。

②局部照明的目的在于突出展品,令其吸引参观者的注意力,并加深印象。适用于展示场地及展品尺寸不固定的情况,灵活性大、适应性强,并且对突出重点能起到很好的作用。

③装饰照明的目的是烘托展示场地的气氛,丰富空间的色彩感和层次感,还可加装滤色片制造出不同的灯光效果,以使参观者产生好奇心并吸引其驻足参观。

(2)色彩是光的反射,有光才能看到色,有色才能看到形,有形才能充分感觉空间的美妙。自然界色彩繁多,有750万到1000万种。人们经常使用的不过几十种到上百种。色彩不仅能表达感情,还能影响人们的情绪,在运用的过程中,可依靠不同的色彩带给人的不同感受而进行分布使用。红色使人振奋,能促进交谈,增进食欲;橙色使人快乐;黄色明度最高,有如阳光般温暖;绿色冷静、清新、雅致,给人安全感和青春生命之感,代表大自然;蓝色冷静、智慧,使人想到水和蓝天的清洁和凉意……

对色彩的计划分布,要注意统一性,每个展台都要有一个主色调,在统一色调的前提下,各功能区的用色要有所区别,但这种区别应是协调的、有规律性的。局部色彩的运用,是起辅助作用的,严禁“喧宾夺主”。使用色彩要大胆,色彩本身无优劣之分,要依靠色彩的配置原理,自由选择,和谐运用,争取达到“以雅为美”的韵致。特别是对无色彩系列——黑、白、灰色的运用,是未来发展的趋势,因为当代生活节律过速,各种信息太多,客观环境变化太快,人们在内心深处滋生了对淡然静谧的追求,在黑白灰的环境里,一切有形有色的物体都会显得生动而富于活力。

(3)在展示环境中不能没有装饰与绿化,它们是展示空间整体创造过程的有机组成部分。装饰只为强调空间形态和展示功能,绿化既是装饰又体现生态意义。装饰不能漫无限制地使用,要有所节制,以达到完善展示系统和突出展示功能的目的。

5.设计师的职责

好的展示展览设计无论其规模大小,都必须具有商业意识,能完善准确地传递参展企业与所展示商品的各项信息,因此设计者必须做到:

(1)明确展览会的内容及目的。设计者应与举办者共同研究并积极合作,以便在设计过程中明确创意。

(2)创意思维要引人入胜。在空间形象、空间联系及过渡上要新颖有变化,有个性,起伏明显,在色彩、装饰、照明的应用上要有助于烘托展品并表现出某种情调。

(3)掌握必要的信息和资料。要积极地去了解商品的特性、生产状况及发展前景,这样才能使展览设计与企业精神相统一。

(4)发挥集体的智慧与创造性。一个好的展览设计不是个人的创造行为,更不能主观武断,固执己见,应该与展览举办者、制作人员通力合作,集思广益,充分发挥集体的智慧与力量。另外设计者还要具有空间思维、展览美学、图示表达和材料方面的基础知识。

6.展示空间的作用

早在19世纪中后期,一些经济发达的国家,就因举办世界性的展示活动而获得了极大的实惠,既增强了综合国力,又使经济、科技、工业和文化等方面都得到了很大发展。我国正式加入国际博览会公约组织是在20世纪80年代末,可以说时间很短,所以国内相当一部分企业还没有认识到办展览的最终目的及展览会的主要特征。展览会所能起到的作用主要有:

(1)提高知名度。通过举办展览将商品直接介绍给消费者,使消费者能清晰地了解商品的特性,对商品或服务有更深层次的认知,提升企业的形象及品牌的知名度。

(2) 增加信赖度。通过举办展览让社会大众了解企业的经营理念、规模和成果贡献，增进对企业的信赖与支持。

(3) 取得认同感。通过展览将教育、娱乐及文化性的活动与企业相结合，让社会大众有更多的参与机会，对企业有更积极的肯定，产生认同感。

(4) 产生偏好感。通过展览提前展示产品未来的发展趋势，针对消费群作充分的说明及演示，带动社会潮流，使社会大众在无形中接受商品的信息，产生偏好感。

(5) 整体广告效果。通过展览所表现出的鲜明个性，创造新闻与舆论的焦点，使各种媒体争相报道，并结合自身的宣传手段形成整体广告效果。

参展商通过成功的展示空间的构成和展台的设计能有效地宣传企业形象，促进企业间的交流，增强产品向社会的渗透力。因此除了一些国内的展示会外，各企业还应多参加国际间的展示活动，以便加强自身形象的推广，但有一点应注意，那些已使用了两三次的展台设计方案就应更换，若多次重复使用，会给社会公众留下这个企业没有发展的印象，会直接影响其产品的销售情况。

所以展示活动既是推动企业发展的良性动力，同时展示设计亦是设计师推翻自我不断创新的过程，两者的关系是无法分割的。企业为设计师提供了验证自己实力的机会，作为设计师就应以企业的前途为己任（也就是要有职业道德），根据企业不同时期的不同情况，设计出最佳展示方案，并与企业取得共识。在这样一个过程中，企业与设计者完成了最默契的合作。而目前的很多设计多数是借鉴国外的设计形式，并没有完全反映出一个企业的真实内涵。因此，在未来的发展过程中，我们应摒弃外来设计的阴影，逐渐形成具有自己特色的、达致国际水平的展示方案。只有这样，我们的展示活动才能更活跃，更激动人心。

小型展台设计



在一个30~50平方米的展台内，怎样设计才能不受观众冷落而又突出展品呢？通过有效地使用场地，可巧妙地将演示、交谈、贮存等功能有机地融为一体。而设计一个会见与展示兼用的空间则是设计师的首要任务。可以通过强烈的色彩、生动的图案、独特的设计达到吸引参观者的目的。在小展台内应避免放置过多的产品、宣传品和标语，“摆地摊”的形式会分散参观者的注意力。另外，设计师还要精心选择与设计有关的材料和展品，切忌面面俱到而没有风格与主题。



单独看展架是分散的，各自独立的；整体观察，地面的蓝线又将分散的展架相互连接，并在红地毯的映衬下，显得紧凑有序。





红色的地毯与红色的顶部展架相互呼应，立柱中部圆形透明的有机球体内摆放着贵重的产品。布置展窗内的产品时可位于储藏间内的背板打开以方便摆放。接待人员着统一服装，强化了企业形象。





1998年中国国际CATV展览会

以曲线、曲面结构为主的有机空间形式，在展台上拔起的同时也赋予了其生命的活力。展台的色彩和谐统一，宁静清新。小展区的空间是有限的，要充分利用上面的空间。

“心形”的造型是此展台设计的独到之处，使展品更为突出。



第三届北京国际广播电视应用展览会

1998年北京埃森焊接展览会

红色是人们最敏感的色彩，如运用得当将会给人以很强的视觉感受。



标准展架在搭建过程中，缺乏灵活与多变性，较难给参观者留下深刻印象。在这个展台中，展商却通过色彩的完整性与强烈的对比，取得了引人注目的效果。





第五届中国国际计算机展览会(1998年)



此展台中运用的无色彩系列与强烈的灯光形成了华丽的效果，绿装饰线显得活泼而生动。圆形展台衬托出方形展架的重量感，而方形展架则衬托出圆形展台的灵巧、圆润。



公司标志的字体或色彩等往往能体现出公司的特点，是一种无形资产，与展台共同维系着公司的整体形象。