

普通高等教育“十一五”规划教材

上海市会展教育高地系列教材

会展视觉系统设计

朱国勤 戴云亭 编著



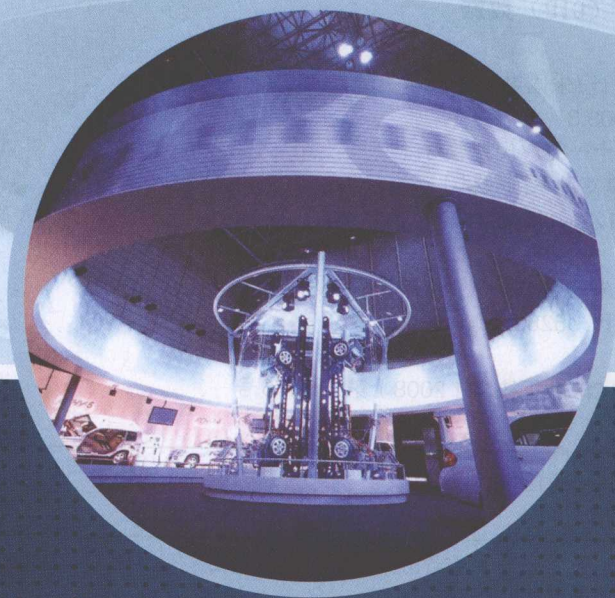
化学工业出版社

普通高等教育“十一五”规划教材

上海市会展教育高地系列教材

会展视觉系统设计

朱国勤 戴云亭 编著



化学工业出版社

·北京·

本书对会展视觉系统设计概论和理念、会展设计的艺术风格、会展视觉系统设计程序及步骤、会展视觉系统设计的要求、会展的视觉传达设计、会展的道具设计及会展设计案例等进行了全方位的深入探讨,使读者得到基础性的训练、对各种视觉要素和构成要素的认知、体验和处理、理性和感性的构图方法的学习,掌握基本的版面设计的技能,系统的会展设计思维方法,从而完成基础系统到应用系统各类设计物品的会展设计要求。

本书可作为会展类专业本科、高职高专学生的教材,也可供相关专业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

会展视觉系统设计/朱国勤,戴云亭编著. —北京:化学工业出版社, 2009.3

普通高等教育“十一五”规划教材
(上海市会展教育高地系列教材)

ISBN 978-7-122-04545-4

I. 会… II. ①朱…②戴… III. 展览会—陈列设计—高等学校—教材 IV. J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第213686号

责任编辑:郝英华 唐旭华
责任校对:吴 静

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:化学工业出版社印刷厂
720mm×1000mm 1/16 印张8 $\frac{1}{2}$ 字数203千字 2009年3月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:27.00元

版权所有 违者必究

上海市会展教育高地系列教材编写说明

在我国，会展产业作为现代服务业的重要组成部分，很大程度上还没有进入发展的成熟期，但满足其对高层次专业人才需求的会展类专业已经纷纷在高校设立。目前已经进入教育部专业目录的有“会展经济与管理”、“会展艺术和技术”、“展示设计”等。除此以外，各高校还设置了多种会展专业方向。一个产业在其刚起步阶段，便和高等教育形成了产业供求链关系，这既体现了新经济时代的特征，也体现了高等教育大众化的特征。

上海市会展教育高地就是在这样一个背景下由上海市教委批准设立的。高地建设的目标就是培养会展类专业所急需的高层次专业人才，编撰一套会展系列教材，正是这个目标的内容之一。

目前国内关于会展的教材已经有数十种之多，许多兄弟院校在会展教育和研究方面已经远远走在我们前面，相比之下我们是后起者。但就如会展产业是一门新兴的产业一样，会展专业也是一门新兴的专业。近年来，高校以新兴产业为背景的新专业层出不穷，如物流、电子商务、动漫、游戏等。这些专业都具有学科边缘性和学科背景模糊性的特征，这些特征决定了这些专业的教学和研究都还处在起步不久的探索阶段。因此，在会展教学和研究领域，我们虽然后起，但还是跟上了发展的基本势头。我们参加编写这套教材的团队，通过多年的学习和研究，在已有的会展研究成果的基础上，逐渐形成了自己的心得和体会，对会展理论逐步形成了一些自己的认识。把这些心得、体会和认识通过这套教材贯注于会展教育，并借此和理论教育界的同行进行交流，这无论是对于我们这个团队自身的提高，还是对于会展专业的发展，都是有利无弊的。

会展教育是需要理论支撑的，但到目前为止，无论是对会展学科还是对会展产业，理论研究都还显得不足。教育部在学科归类上

把会展归于公共管理学科之下，这在理论界引起了种种不同的看法。但问题是理论界本身对会展学科的内涵和外延并没有形成比较清晰一致的意见。与此相关的是，对会展的产业属性、产业形成的经济依据等，理论界更是少有深入的研究文献。在高等教育大众化时代，一个新的学科和新的专业的形成，一定有着直接的产业背景，离开了深入的产业背景研究，就不可能形成成熟的学科理论。基于我们的教材是在经济与管理的框架内来阐述会展和会展产业的，因此我们力图在我们的教材中为会展的实际操作和运行提供一个清晰的产业背景分析。同时，我们把会展、会展产业这些基本的概念，放到当前经济时代的背景上作展开的理论解释。当然这些分析和解释都只是我们的研究心得，这些研究心得很可能是不成熟的，我们希望借这套教材出版的机会和会展教育、理论界的同行作一次交流，欢迎各位专家、同行的批评和指正。

我们这套教材的编撰工作得到了来自各个方面的热情支持。华东师范大学的朱国勤教授和上海师范大学的王春雷老师作为教材编审委员会的成员对教材的整体结构和编写提出了许多极有建设性的意见，朱国勤教授还亲自担任了其中一本教材的主编。姚望、储祥银、刘大可、龚维刚是我国会展业界极具影响的专家，他们本来就是上海会展教育高地的专家组成员，这次又担任了本套教材的顾问。在此，我们向他们表示由衷的感谢。

上海市会展教育高地系列教材

编审委员会

2007年5月

上海市会展教育高地系列教材

前言

由于会展经济的快速发展，会展人才的缺乏已经成为了会展业发展的瓶颈。在这种背景下，国内高校纷纷展开对会展人才培养的积极探索，而师资缺乏、教材空白又成为会展高等教育的两大瓶颈。加强会展师资建设，推进会展教材建设是发展会展高等教育的当务之急。

会展设计和与之相关的书籍出版虽然已不是这一两年的事了，但这些关于会展设计方面的著作，不论专著还是教材，讨论更多的是在会展设计的形式、材料、会展的空间和环境的表现、展台结构的设计等方面，当然，其中还包括一些探讨与研究会展经济和管理等方面的书籍。对于会展设计中会展视觉系统设计这部分的研究和讨论所出版的书籍几乎是空白，而在会展设计的研究与应用领域中，会展视觉系统设计的作用又非常的重要，会展视觉系统设计是运用平面的视觉图形与文字等媒介，传达各种商业或文化信息的一种设计样式。事实上，它与视觉传达设计中的广告、包装一样，都需通过一定的媒介来传达信息作为设计的目的。在形式上，现代会展设计虽然有三维立体形态和多媒体形式等样式的展示变化方式，但其主要的功能，也就是传递文化或商业信息这一点上，还是需要通过平面的图形与文字为主，引导参观者认识企业和所展示的产品信息。

所以，如此重要的会展内容就一定需要一部理论性强且较规范的教材来帮助我们学习、认知会展设计中的会展视觉系统设计。

本书的内容主要在于培养学生在会展视觉系统设计方面的能力,使学生得到基础性的训练,对各种视觉要素和构成要素的认知、体验、处理,理性、感性的构图方法的学习,掌握基本的版面设计的技能,系统的会展设计思维方法,从而完成基础系统到应用系统各类设计物品的会展设计要求。

本书由华东师范大学设计学院朱国勤、戴云亭编著。本书在纵览国内外会展设计专著、书籍、论文等资料的基础上,对会展视觉系统设计概论和理念、会展设计的艺术风格、会展视觉系统设计程序及步骤、会展视觉系统设计的要求、会展的视觉传达设计、会展的道具设计及会展设计案例等进行了全方位的深入探讨。本书可作为会展类专业本科生、高职高专学生的主要教材,也可供会展界人士、各级会展决策机构和这方面的理论研究者借鉴和参考。

本书在编写过程中参考了部分会展方面的专著、书籍和论文,我们在参考书目中予以列明,并在此对相关作者表示崇高的敬意和衷心的感谢!

由于时间比较仓促和作者水平有限,书中难免会存在着一些疏漏,希望读者和专家赐教。

编者

2008年12月

目 录

1	会展视觉系统设计的基本原理	2
1.1	会展视觉系统设计概念的提出	2
1.2	信息的系统传播与视觉的系统设计	2
1.3	会展视觉系统设计的系统性	4
1.4	会展视觉系统设计的内容与功能	4
1.5	会展视觉系统设计与CIS	6
2	会展视觉系统设计的特性	10
2.1	展示内容与展示视觉形式上的统一	10
2.2	视觉传达设计的心理/生理机制	12
2.3	会展视觉系统设计的设计原则	13
3	设计的基础与练习——视觉要素和构成要素的认知与处理	18
3.1	会展系统设计的教学方法	18
3.2	视觉要素的认知与处理	18
3.3	视觉要素——形态、色彩、肌理	19
3.4	视觉要素——文字、图形	32
3.5	构成要素的认知与处理	34

目 录

4	设计的基础与练习——感性的与理性的设计方法	1
4.1	两种不同的设计方法	46
4.2	感性设计方法的实践	48
4.3	理性设计方法的实践	57
5	会展视觉系统设计的方法与实践	210
5.1	会展视觉系统设计的体系构架	66
5.2	基础系统的设计	66
5.3	应用系统的设计	75
5.4	会展系统设计的程序与方法	80
6	会展系统设计的风格与特点	8
6.1	大型会展的视觉系统设计	84
6.2	大型会展设计方法思考	94
6.3	中型会展视觉系统设计	97
6.4	小型会展视觉系统设计	102
6.5	现代会展系统设计的不同形式	107
7	优秀会展设计范例	46
	参考文献	124

1

会展视觉系统设计
的基本原理

1.1 会展视觉系统设计概念的提出

会展设计就其功能与性质而言,可以说是视觉传达设计的一种。

根据现代设计界被普遍接受的观点,视觉传达设计就是运用平面的视觉图形与文字等媒体,传达各种商业或文化信息的一种设计样式。会展设计和视觉传达设计中的广告、包装一样,以传达信息为目的。在形式上,现代会展设计虽然会有三维立体或多媒体等样式变化,但主要的功能,即传递文化或商业信息这一点上,还是以平面的图形与文字为主(见图1-1、图1-2)。

因此,对会展设计这一领域的教学,我们可以根据功能和形式等方面的因素,做一些主要的界定。

在会展的各种设计中,以文字与图形组成的平面性的设计,虽然和立体的展示构架、展台、展示灯光、展示道具和各种多媒体的设计有关联,但主要的还属于视觉传达设计。这类设计承担了展示设计的主要任务,并主导着会展设计的其他方方面面。

根据现代社会、经济以及会展设计的发展要求,会展这类平面性设计必须进行整体的系统化的设计。也就是说,它们的设计不是零打碎敲的,它们必须和企业的整个形象与营销战略结合,必须根据特定的主题,在视觉形式上保持高度的统一。

为此,我们把这类的设计称之为会展视觉系统设计。所谓的“视觉”,是指这类设计首先是视觉传达设计,是以视觉的平面图形和文字作为主要媒体并传达信息的;所谓的“系统”,是指这类设计是系列化的,它们包含了从标志、各种图形、色彩、文字等基础性要素的设计,以及各种展示版面、导向系统、宣传物品等各种和展览有关的以平面性设计为主的应用设计。

本教材的内容主要在于培养非艺术设计专业的学生会展视觉系统设计的能力。这包括基础性的训练,对各种视觉要素和构成要素的认知、体验和处理;理性和感性的构图方法的学习,掌握基本的版面设计的技能;

系统的会展设计的方法,从基础系统到应用系统各类设计物品的会展设计。

要指出的是,会展的展示构架和展台设计、会展的灯光设计、会展的影像(包括多媒体)设计等,不是我们这本教材的内容。上述的各类设计内容将在其他的专业课程教材中讨论。

还要指出的是,我们在学习、认知会展系统设计的时候,将视觉传达设计的基本理论作为主要的一个教学基础。

1.2 信息的系统传播与视觉的系统设计

在人类社会的发展过程中,商品生产的发展和信息流通的发展常常是并行并互动的。生产与生活资料的生产,在分工的商品经济市场模式下,通过各种信息流通的形式,使生产—流通的过程得以完成。

会展作为社会信息传播一种不断发展的样式,是文化与商业信息交流的重要渠道。特别是在市场经济高度发达的现代社会中,会展更成为企业与各种社会机构一种不可缺少的竞争手段与传播媒体。

在现代会展的各种样式中,信息的传播是系统的,整体的,具有一定的结构与流程。如有关历史的展览,时间与其相关的事件、物件构成了一个密切而不可分割的体系,必须将它们按照人类感知、阅读的习惯与规律,对内容进行系统性的表达;又如各种商业技术的展览,其内容一般也是根据技术本身的科技特质与相互关联而展开的,它们的视觉传达系统构架和科学技术的系统构架应当保持一致。

内容与形式是统一的。和其他信息传播方式相同,现代社会的发展要求系统的会展的传播内容与其视觉设计样式具有一定的统一性,也就是说,在各种会展的视觉设计中,我们要用系统的方法来处理整体的构架与视觉特征、要素,把握各种具体的细节(见图1-3~图1-6)。

以上这一点,对于认识会展设计的本质以及搞好会展设计,是非常关键的。我们不能将会展设计看成是一种可以根据自己的个



图1-1



图1-2



图1-3

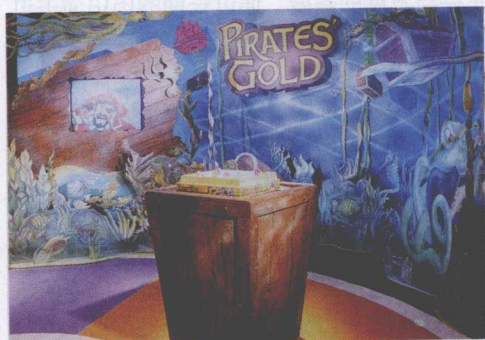


图1-4

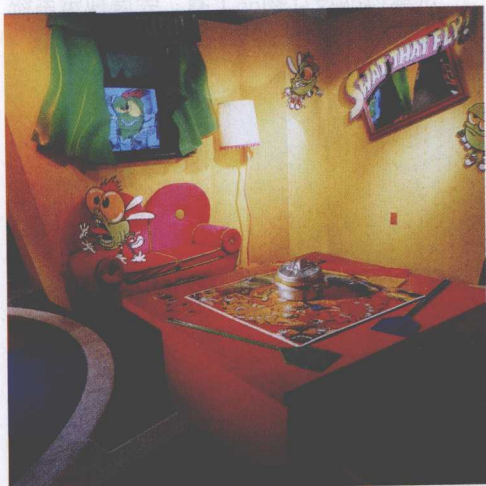


图1-5



图1-6

图1-1 通过平面的文字与图片来传达信息,是会展设计的主要任务,而且也是最主要的途径。在整个展览的平面或立体的各种展面中,设计者通过图片、文字和实物来说明、呈现根据年代展开的人物与事件。

图1-2 展览的设计通过各种具有历史感的照片,展示技术的发展。在灰色的具有立体感的墙底上,黑色调的人物与机械图片交织在一起,产生了一种视觉冲击力。展示设计在传达信息的同时,也是一种具有魅力的艺术。

图1-3~图1-6 这是一组儿童用品的展览会设计图片。在设计中,作者根据不同的儿童产品设计了不同的展台、展架和版面,生动活泼,非常贴近产品,合乎少年儿童的特点。有的设计运用了非常明快的色调,有的则将各种卡通形象结合在内,有的创造了一个特点和童话故事相合的空间,让儿童进入想象的天地。

人审美喜好来处理各种细节,主观性很强的工作,也不可以不顾展示内容的内在关系,任意组合各种设计节点与视觉要素。

我们在第2节及以后的几个章节中会进一步地讨论关于会展视觉系统设计的具体问题。

1.3 会展视觉系统设计的系统性

马克思主义认为,事物是互相联系的。人类社会本身就是一个大的系统,人类出于生存与发展的需要,通过长期的历史演进过程,分门别类地形成一个个相互交叉、相互作用的复合系统。

在这些系统中,有的系统是树型展开的状态,有的则是线型延伸的状态,当然还有其他各种各样的结构状态。

事物在关系中存在。各种事物只有在系统中才显示出它们的特质,才会实现其本身的价值。这种系统性反映出人类在传播信息在方式与程序上的功能性与结构性。

总体而言,视觉系统设计就是使特定会展的视觉形象设计与其所要展示的内容在逻辑上保持一致;而具体地讲,是使特定会展

的视觉样式要素与组织结构成为一个有内在联系的统一系统,从而能够将信息按照主次、先后、大小、轻重等关系展示与传达。

视觉样式的系统性是会展视觉系统设计的形式特征。在我们的生活现实中,就有这样的例子。比如,各国军队的服装就是一种具有视觉系统设计特点的设计:通过色彩的分类,可以将不同的军种分别开来;通过各种由线条、星和其他标示组成的符号,将不同的军衔表达出来;甚至是帽子的样式和服装的面料都是区分军人级别和职能的标示。这些由服装和符号等视觉要素构成的视觉系统,具有其内在的结构和组织。会展系统设计在视觉上就具有这样的系统性(见图1-7~图1-9)。

1.4 会展视觉系统设计的内容与功能

会展视觉系统设计在内容与功能方面可以从三种角度划分。

(1) 会展系统设计的内容

从具体的设计物品上看,会展视觉系统设计主要可以分为三个部分。

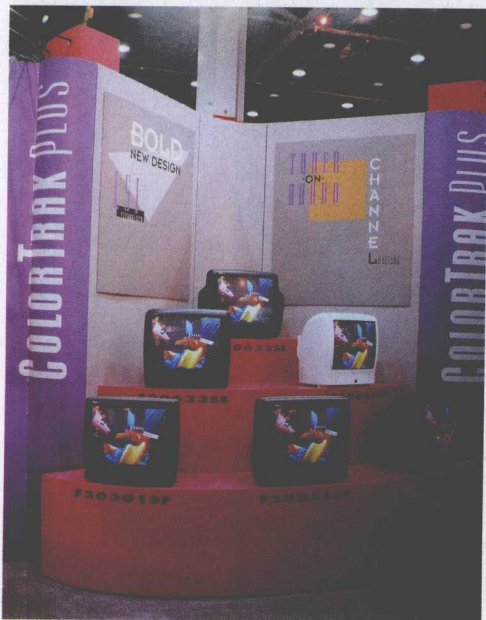


图1-7



图1-8

① 宣传系列, 包括各种会展宣传海报、标语、广告、旗帜和请柬、入场券、说明书, 也包括各种礼品、纪念品、明信片、印章、纪念章等。它们的功能主要是对特定的展览进行具有主题性的内容宣传, 可以加大加深参观者对展览的认知与印象。这些宣传物品的设计要有统一的主题以及标志、文字、色彩与图形。

② 导向系列, 包括各种会展从交通入门点、停车点、销售点、服务点、生活点的指示牌, 到各种参观指向地图、导向牌系统等; 还包括各种人员的服饰、证章、展区内各种交通工具的标识、信息展示牌等。它们的功能主要是对进入特定展览的参观者进行全方位的引向, 使之成为不说话的导向员。整个导向系列的设计特别要注意系统性, 要根据具体的情况设定标识导向牌的层次、构架, 运用各种视觉要素来有效地进行统一而有变化的设计。

③ 展示系列, 包括各种会展的展架、展板、展台; 也包括现代展示中各种新的表现媒体, 如结合音像为一体的多媒体等。它们的功能主要是对特定的展览内容进行有序而生动的展示。在设计中要充分考虑各种展示信息的不同功能、性质, 它们的主次、隶属关系, 尽可能运用各种设计要素将信息间的复杂关系系统地表现出来。

(2) 会展系统设计的结构

从系统设计的内在关系上看, 会展视觉系统设计可以分为以下两种。

① 基础系统的设计, 包括各种标志与图形、文字与色彩、编排样式的设计与规范。

② 应用系统的设计, 包括各种应用在具体展览环节上的物品, 如展架、广告、服装、海报等。

(3) 会展系统设计的形式

从展览主体(或主办者)的关系上看, 会展视觉系统设计可以分为:

① 由统一的展览会主办者举办的统一主题的展览。比如上海博物馆举办的青铜文化展、上海规划馆举办的城市规划展等。这类设计一般都有系统的视觉设计计划, 根据统一的主题与口号, 以及特定的图形形象、设计规范来进行全面的设计(见图1-10、图1-11)。

② 由各种企业机构参加的有统一主题的展览。这包括以世博会为代表的大型展览。一般都有一个限定的但比较宽泛的主题, 各个参展者(包括各种社会机构、国家团体、经济组织或企业)可以根据这个主题比较自由地在展示内容与视觉设计方面发挥各自的特色。从组织者系统设计的角度来讲, 主要任务是设计与管理好整个展览大体的视觉设计要素以及应用规范, 同时处理好整个展览视觉形象与具体的



图1-9

图1-7 ~ 图1-9 一组RCA企业的系列产品展示设计。在整个设计中, 设计师运用了统一的标志、色彩和装饰图形, 尽管在不同的设计中这些色彩与图形有着一定的变化, 但在视觉的总体形象上保持一致。展示视觉系统设计的关键就在于此。

个体展览之间的相互关系(见图1-12)。

③ 由各种企业机构参加的非统一主题的展览。这包括各种大中型交易会、展示会(如春季交易会、华东交易会等)中的企业机构的展览,也包括各种在商场或其他公共场所里的展销点、展示活动。这里的展览设计都是以企业自己的主题为内容。参加的企业一般都有自己的CIS设计。这里的会展设计常常和企业的企业形象识别手册统一在一起,也就说大多数企业的CIS设计都有专门的会展部分,它们成为整个企业识别设计系统的一个环节(见图1-13、图1-14)。



图1-10



图1-12

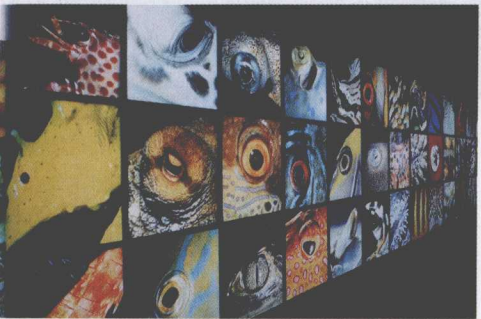


图1-13

④ 由各种企业机关参加的在商业企业布置的展示。我们也可以把它们视为售点广告的一部分,如橱窗、展台等。它们也是经过系统的设计,列入企业识别设计系统(见图1-15)。

1.5 会展视觉系统设计与CIS

在现代世界经济的发展过程中,人们通过激烈的竞争,发现与发展了一种系统化的设计方法,并取得了巨大的成功与效益。这种设计方法就是CIS,英语全称是COOP-



图1-11

图1-10 美国可口可乐公司历史展览馆的一部分。这种专题性的展览是现代展览的重要样式之一。本展览的设计比较朴实,以展示各种具有历史意义的物品为主,内容与形式结合得比较统一。但在设计中作者十分突出地使用了公司特有的大红底色,将展览的各种细节紧密地合为一体。

图1-11 以民俗为题的展览。这是台湾设计师的作品。展览大量地使用了各种图片和实物。本图片反映的是民间祭祀的一个场景。

图1-12 日本爱知世博会的一角。作为一种国际性的大型会展,设计师的任务是非常广的,既有展示馆内展台、展架和展板的设计,更有各种整体的场馆、导向系统和其他各种样品的物品的设计。设计者要考虑文化的多样性,同时又要采用新的设计语言与新的材料、结构,还要考虑环保等诸多因素。

图1-13 大型展览会的一角。作者运用整面墙上的图片,造成了很强的视觉效果。

图1-14 柯达公司的展架。每个大型的公司都有自己的CIS手册,即企业形象/识别管理手册。在手册上规定了各种产品展示会和交易会上的设计样式,以规范化地统一提供企业在这方面的制作要求。

ERATION IDENTITY SYSTEM, 中文译名为企业形象设计, 或企业识别系统设计。

这是一种将企业对外对内各种发布的信息, 通过系统化、规范化、标准化的方法进行统一设计与展示, 从而获得在传播上的最大效益的方法。

人们在进入市场经济后, 发现由于大量的广告、包装等“商业信息”渗透于人们生活的视听空间, 造成了互相干扰的传达障碍。为了更有效地进行视觉传达设计, 就需要在设计与传达方法方面进行改革。于是CIS就应运而生。CIS的原理就是通过规范化的设计,

将统一的视觉形象, 如标志、色彩等反复地进行宣传与传达, 从而使观众很容易地认知和记忆, 从而整体地提高设计传达信息的效率。CIS最早的发明与实践者之一, 美国的设计大师保罗·兰德在对IBM公司进行形象策划与设计时, 就制定了统一设计要素的原则, 将色彩、字体等规范了起来, 并以此作为各种设计应用物品的基础要素。他的设计方法被证明是一种很有效率的方法, 使公司的形象迅速地被消费者接受, 企业在行业中的业绩排名很快地从20多名上升到第3名。由此, CIS迅速地被人们所接受, 并且由于在现实中



图1-14



图1-15



图1-16

图1-15 橱窗一角。这也是重要的展示设计之一。不同的企业在这方面也常常通过企业识别手册对橱窗设计样式进行具体地规定。特别是国际性的服装企业, 为了追求时尚性, 一般在每年甚至每季都有新的设计推出, 规范性的系统设计就显得格外重要。

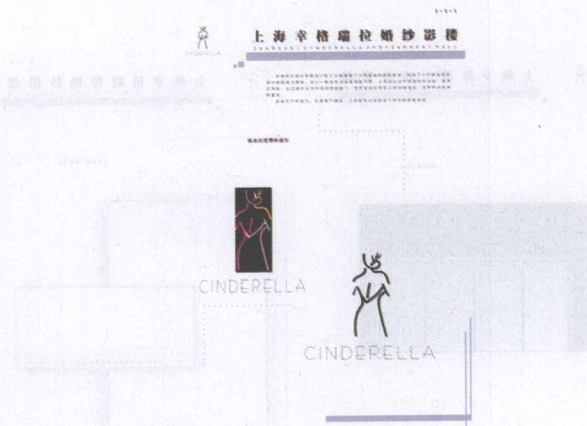


图1-17

图1-16 上海宝钢集团的企业识别系统设计的一部分。今天, CIS迅速地被人们所接受, 被全世界的企业视为是进行市场竞争的不可缺少的竞争手段与经营策略。在各种企业的企业识别系统设计中, 展示设计是不可缺少的一部分。

的成功,现在它也被全世界的企业视为是进行市场竞争的不可缺少的竞争手段与经营策略(见图1-16)。

CIS的另一个特点是通过规范化的设计,使人们在运用、复制各种设计时更加便易和准确。现在每个大企业都有CIS手册,就像生产的质量管理制度那样,要求相关部门和人员认真参照执行。其中,也包括各种企业产品或服务方面的展示设计。所以,从这一点出发,人们把CIS看成是企业在其视觉宣传形象方面的一种管理。或者我们可以由此进

一步地推断:系统设计的方法,将管理视为实现设计目标的一个不可缺少的手段(见图1-17~图1-22)。

会展视觉系统设计在体系与方法上和CIS有很多的一致性。不少企业的CIS中对各种产品交易会、展览会物件的设计就运用了系统设计的方法。我们可以在其中找到现代展示视觉设计与设计管理的一些基本的原理与方法。特别是设计规范化的原则、统一与反复的原则、设计与管理一致的原则,对CIS和会展系统设计都是通用的。

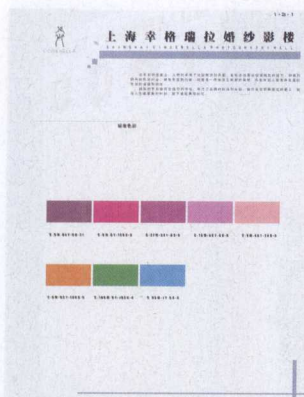


图1-18

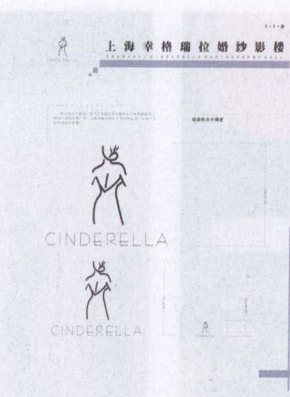


图1-19

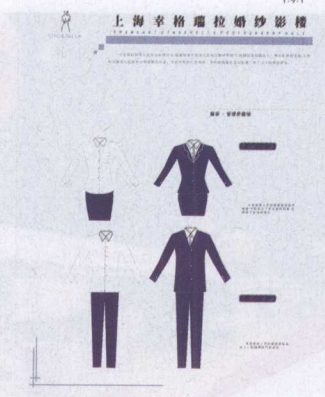


图1-20

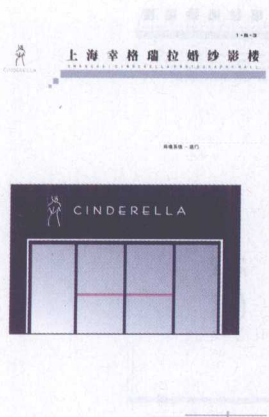


图1-21

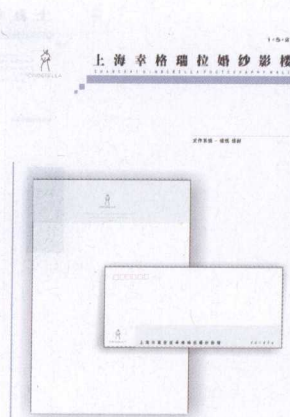


图1-22

图1-17~图1-22 学生作业。企业识别系统设计手册的一部分。CIS手册中规定了各种标志和设计物品的复制样式和尺度,使企业以及相关单位在采用设计样稿时尽可能地减少失误。可以说这是现代企业管理方法在企业对外形象宣传工作方面的一种延伸。企业识别系统设计在本质上讲就是一种现代的管理方法。