

当代展台设计

(美) 马丁·M. 佩格勒 编著

李斯平 译



百通集团
云南科技出版社

当代展台设计

(美) 马丁·M. 佩格勒 编著
李斯平 译



百 通 集 团
云 南 科 技 出 版 社

著作权合同登记号图字 23-2003-004 号

Originally published by Visual Reference Publications, 2001.

图书在版编目 (CIP) 数据

当代展台设计 / (美) 佩格勒编著; 李斯平译. —昆明: 云南科技出版社, 2003.4

ISBN 7-5416-1770-9

I. 当... II. ①佩... ②李... III. 商品—展览会—陈列设计—美国—图集 IV. J535-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 010515 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	

当代展台设计

出版发行: 百通集团

云南科技出版社

编 著: (美) 马丁·M. 佩格勒

翻 译: 李斯平

策 划: 刘 耕 杨新书

责任编辑: 孙 琳 杨 业 胡 平

特约编辑: 侯国瑞 谭 莉

经 销: 各地新华书店

印 刷: 广州培基印刷镭射分色有限公司

规 格: 889mm × 1194mm 1/16 印张 10.75

版 次: 2003 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 168.00 元

前言

贸易展览会并不仅仅是展示商品的地方。一件参加贸易展览会的展品也不能仅仅满足于赢得了产品展示的一席之地。展台的总体设计必须充分展现参展产品的品牌形象，而后再考虑产品的推销。

推销产品是零售商橱窗设计所要面对的根本问题。贸易展览会的展品并不需要对那些只购买一双运动鞋、一台电脑或一台电视机的个体消费者具有吸引力，它们要吸引的是那些会投资购买几十、上百甚至一卡车产品的零售商和买主。这是“大买主”的“大买卖”，他们在购买时要反复考虑，仔细斟酌，作出明智的决策，绝非“心血来潮式的消费”。展品要能吸引大宗的买主，展品设计要能产生即时的“品牌效益”。设计中可以使用大众所熟悉的广告名称或标识，但如果参展商还未出名，或刚刚入市，其展品设计就必须反映出参展商的标志及其产品的功用。所以，展台设计在许多方面就像现代的商店橱窗设计，是风格、功能、表演和展示技巧的巧妙组合。贸易展览会的展台所用的标识、图片及其外观效果都应该与设有巨型陈列橱窗的商场所用的一样。对于那些首次接触其产品的顾客来说，留下对产品及其形象的第一印象显得尤为重要。

就像零售商店必须考虑交通状况、展示空间、固定装置、家具、色彩、材料质地和灯光等问题一样，展台设计师也必须根据客户的要求将这些因素巧妙搭配、合理安排。根据展品特点以及展示空间的大小，展台不仅要有带解释性标识和供顾客自己动手操作产品的“自助服务”区域，还要有供一对一服务和推销的场所。一个展台应有一个公共活动区，一系列的半私密交流区以及一个供现场演示、或大屏幕播放、或仅仅是吸引顾客对产品加以注意

的“娱乐”表演台。有时候请顾客喝杯咖啡能够起到吸引其注意力和缓和展厅嘈杂场面的双重效果。

不同的展区都有着不同的参展要求和限制。有些地方对展台的高度、标识的类型、灯光效果和展台的安装时间等都有限制。如同零售商希望其设施的灵活性能适应季节变化的要求一样，展台设计师常常将展台分块组合，以使展台设施能便于搬运，方便快捷地搭建起来，并能根据不同的空间和展览会的性质重新设计组合，甚至能在线形和岛状展示形式间任意变换。

在本书中，我们不但收集了一些最出色的获奖展台设计作品，而且还汇集了各种类型和风格的设计案例。这65个案例来自全美各地50个不同的贸易展览会，展台面积从 37m^2 ~ $4\,366\text{m}^2$ 不等。展品包括化妆品、服装、汽车配件、汽车成品以及各类电子、电脑和高科技产品。书中展示的产品从 $5\text{cm}(2")$ 的电脑芯片到大型轧钢机械设备，以及紧随时尚的娱乐业的各种设施。所有这些展台设计案例都出自当今最著名、最受人崇拜的展台设计大师之手。

为方便读者浏览，书中的案例不是按展品或展览会类型，而是按展台面积大小来分类的。因为，我们认为，设计思想、设计观念和材料运用都是类似的，可以触类旁通、举一反三地加以利用。我们衷心地希望读者能从欣赏的角度来阅读本书，从中得到启示，获得灵感，并能从中找到展台设计的便捷之路。

希望您喜欢这本书！

马丁·M. 佩格勒

目 录

30m² ~ 90m²

CBSI: 互联网世界展 纽约	6
艺术瓷砖公司: 建筑摘要之家居设计展览 纽约	8
ECAST: 娱乐与音乐经营者协会展 佛罗里达州奥兰多	10
经典厨具天地: 厨房和卫浴用具展览 佛罗里达州奥兰多	12
德斯展览公司: 展商汇展 内华达州拉斯韦加斯	14
城市资本: 北美辐射学会贸易展览会 伊利诺伊州芝加哥	16
英国广播公司美洲部/发现网络有限公司: 西部有线电视展览会 内华达州拉斯韦加斯	18
埃科帕斯公司: 客户关系管理展览 圣弗朗西斯科	20
MC2公司: TS2展览会 伊利诺伊州芝加哥	22
Transformit: GlobalShop 2001 伊利诺伊州芝加哥	24
Transformit: 特殊事件展 加州圣迭戈	26
埃尔帕索全球网络公司: 互联网世界展 加州洛杉矶	28
索斯万无线电通讯公司: 电子通讯展览 内华达州拉斯韦加斯	30
毛伊·吉姆公司: 时尚眼镜博览会 纽约和加州阿纳海姆	31
萨文国际公司: 魅力秀 拉斯韦加斯	32
IpVERSE: SuperComm 2000 佐治亚州亚特兰大	34

90m² ~ 180m²

新月纸板公司: 艺术商展 纽约	36
B & N: GlobalShop 伊利诺伊州芝加哥	38
伊佐德: 魅力秀 拉斯韦加斯	40
蓝岛和荷曼公司: 国际购物中心协会 2000 年展览会 拉斯韦加斯	42
西尔弗·伯德特·吉恩出版公司: 国际读书协会书展 新奥尔良	44
巴塔哥尼亚服装公司: 室外零售商展 犹他州	46
范·休森: 魅力秀 拉斯韦加斯	48
特恩贝利联合公司: 国际购物中心协会展 拉斯韦加斯	50
袖珍影像公司: 移动通讯与互联网协会展 芝加哥	51
安使达公司的蝙蝠侠洞穴: 得克萨斯州商品交易会	52
BADSF: GlobalShop 2001 芝加哥	54
万维信息: 2000 年国际电脑展 拉斯韦加斯	58

180m² ~ 550m²

约翰斯顿与墨菲: 世界鞋业联合会展 拉斯韦加斯	60
公路神骑: 中大西洋货车展 肯塔基州路易斯维尔	62

布罗德曼和霍尔曼出版公司: 基督教书商协会展 达拉斯	64
TRW: 汽车工程师协会大会 密执安州底特律	66
泰福顿: 美国心脏协会展 佐治亚州亚特兰大	68
埃露公司: GlobalShop 1999 芝加哥	70
SYMA: EuroShop '99 德国杜塞尔多夫	72
约翰·保罗·米切尔联合公司: 中西部化妆品展 罗斯芒特	76
SGI 公司: Siggraph '99 加州洛杉矶	80
朗讯科技: 通讯网络展 弗吉尼亚州华盛顿会议中心	82
诺基亚冰山: PSC 展览会 得克萨斯州达拉斯	84
阿吉尔公司: 光纤会议展 阿纳海姆	86
世纪体育用品公司: 超级展览会 拉斯韦加斯	90
克雷夫娱乐公司: 2000 年电子娱乐博览会 拉斯韦加斯	94
福克斯公司: 电子娱乐博览会 洛杉矶	96
弗洛国际公司: 2000 年国际机械制造技术展 芝加哥	98
路易斯安那-太平洋: 国际建筑展览会 达拉斯	102
思科公司: Supercom 2000 亚特兰大	104
惠普公司: 网络与合作展 拉斯韦加斯	106
英特尔公司: Siggraph '99 亚特兰大	108
彩虹媒体公司: 全国有线电视协会展 新奥尔良	112

550m² ~ 4 500m²

索尼电子公司: 国际电脑展 拉斯韦加斯	114
格利姆切爾: 国际购物中心协会展 拉斯韦加斯	116
梅斯里奇公司: 国际购物中心协会展 拉斯韦加斯	120
希捷技术有限公司: 国际电脑展 拉斯韦加斯	122
菲特尔技术有限公司: 光纤通讯大会展 阿纳海姆	126
思科公司: 2000 年网络与合作展 亚特兰大	130
思科公司: 2000 年网络与合作展 拉斯韦加斯	134
艾美加公司: 2000 年国际电脑展 拉斯韦加斯	136
迪斯尼互动娱乐公司: 电子娱乐博览会 洛杉矶	140
利瓦伊的慈母情怀: 魅力秀 拉斯韦加斯	144
Vanity Fair: 魅力秀 拉斯韦加斯	148
克莱斯勒汽车公司: 巴黎汽车展 巴黎	150
旁蒂克公司: 北美国际汽车展 底特律	152
柯达公司: 亚特兰大奥运会商铺展 亚特兰大	156
索尼 PlayStation: 1997 年电子娱乐博览会 亚特兰大	160
索尼 PlayStation: 电子娱乐博览会 亚特兰大	164
索尼 PlayStation: 1999 年电子娱乐博览会 洛杉矶	168
卡特彼勒: 矿山机械博览会 拉斯韦加斯	170

CBSI

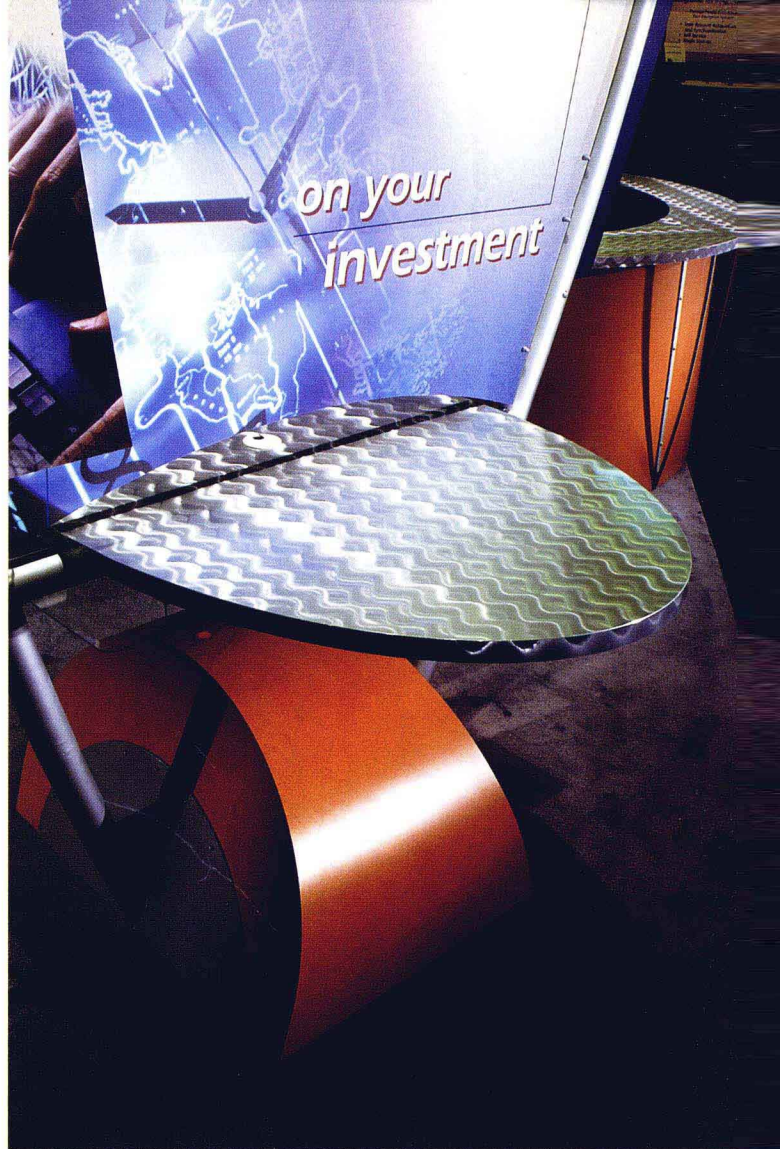
展名: 互联网世界展 (Internet World) 纽约杰维兹中心 (Javitz Center)

设计: 展览集团/吉尔斯珀公司 (Exhibitgroup/Giltspur)
伊利诺伊州芝加哥

制作: 展览集团/吉尔斯珀公司 伊利诺伊州芝加哥

面积: 37m²

摄影: 杰米·帕吉特公司 (Jamie Padgett & Co.)



37m²的展台上方便是一向上和向外伸展的天篷造型,成为整个展区的亮点,将人们的注意力引向其下的软件展台。天篷造型实际上就是客户公司的标志,造型的中心是一个红色球体,轻型金属圈以红球为中心向外辐射——如同环绕行星的卫星轨道。固定天篷造型的3个金属支架上展示出公司的名称和标志。向上延伸的金属架使展区空间显得更为开阔。视平面以上,与金属面展台相衬的天蓝色饰板上打出了广告词和宣传用语。展区内紧凑地排列着6个展台。

暖色调的淡木色面板与展台的金属包边相互映衬,表现出CBSI公司“以客户为中心”的服务宗旨,并展现出公司追求一流高科技服务的承诺。



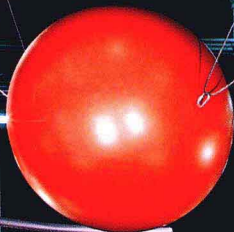
CBSI
Complete Business Solutions, Inc.



CBSI
Complete Business Solutions, Inc.



CBSI
Complete Business Solutions, Inc.



Upgrades
Outsourcing
Operations
Management

It's time
to get a return

on your
investment



CBSI
Complete Business Solutions, Inc.



CBSI
Complete Business Solutions, Inc.

to get a return

on your
investment



CBSI
Complete Business Solutions, Inc.

Enterprise
Performance
Management
(EPM)

It's time
to get a return

on your
investment



CBSI
Complete Business Solutions, Inc.



CBSI
Complete Business Solutions, Inc.

艺术瓷砖公司

客户: 艺术瓷砖公司

展名: 建筑摘要之家居设计展览 纽约杰维兹中心

设计: 展台设计公司 (The Displayers) 纽约

制作: 展台设计公司 纽约

面积: 37m²

摄影: 展台设计公司

展台设计师们所面临的挑战是,他们不仅要在37m²的展台上展现326m长的瓷砖样品,而且还要巧妙地突出艺术瓷砖公司的品牌形象。此外,他们还要使这些瓷砖看上去显得轻盈小巧,与毗邻的重型产品形成对照。

设计师们设计的展台外框可从内外两面悬挂瓷砖,不仅安全可靠,而且便于顾客观赏。顾客可以以各种方式欣赏每块瓷砖。展台外框上各类瓷砖琳琅满目,展台里面各款浴室墙地砖并排展示,令人目不暇接。在这有限的空间中,设计师还设置了供顾客休息的座位。

天然色调的木框结构烘托出温馨美好的家居环境,与冷色调的瓷砖展品相映成趣。镶嵌在木框顶梁上的筒灯将柔和的光线洒在瓷砖展品上,更突出了瓷砖的色彩和装饰效果。





ECAST

客户: ECAST

展名: 娱乐与音乐经营者协会展 (Amusement & Music Operator Association) 佛罗里达州奥兰多

设计公司: 莫克设计公司 (Mauk Design) 加利福尼亚州圣弗朗西斯科

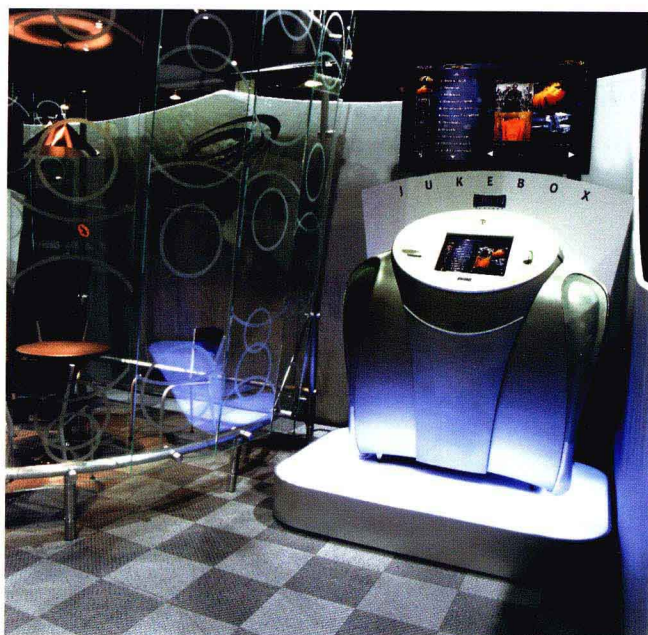
设计人员: 米切尔·莫克, 劳伦斯·雷恩斯 (Mitchell Mauk/Laurence Raines)

制作公司: Detail A

制作人员: 马克·布朗 (Mark Brown)

面积: 37m²

摄影: 劳伦斯·雷恩斯

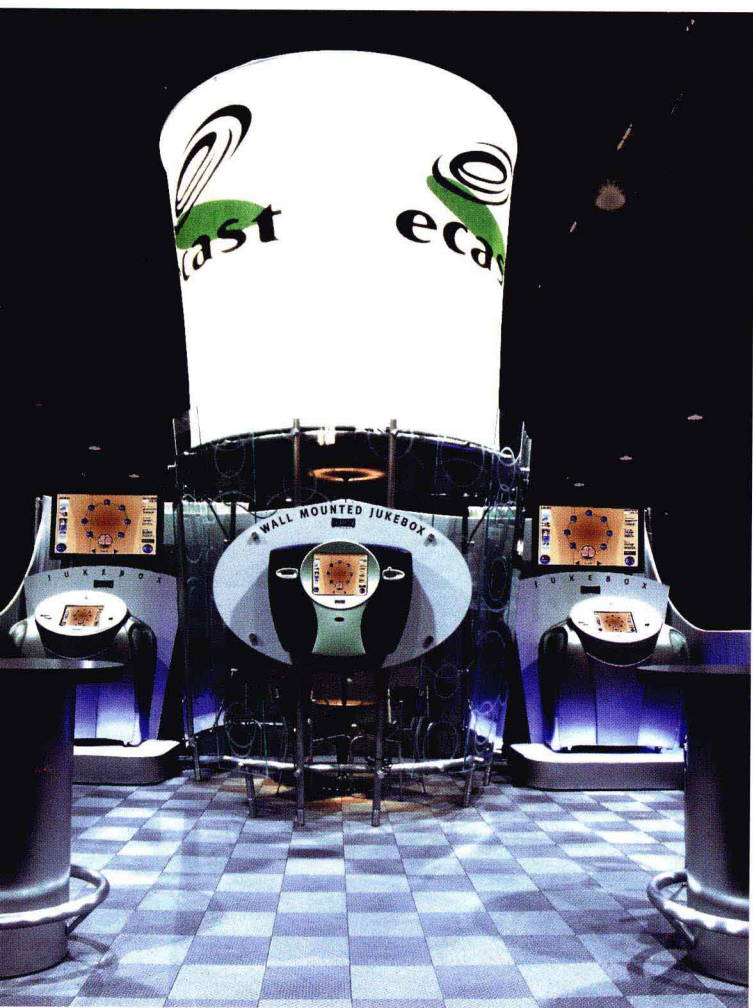


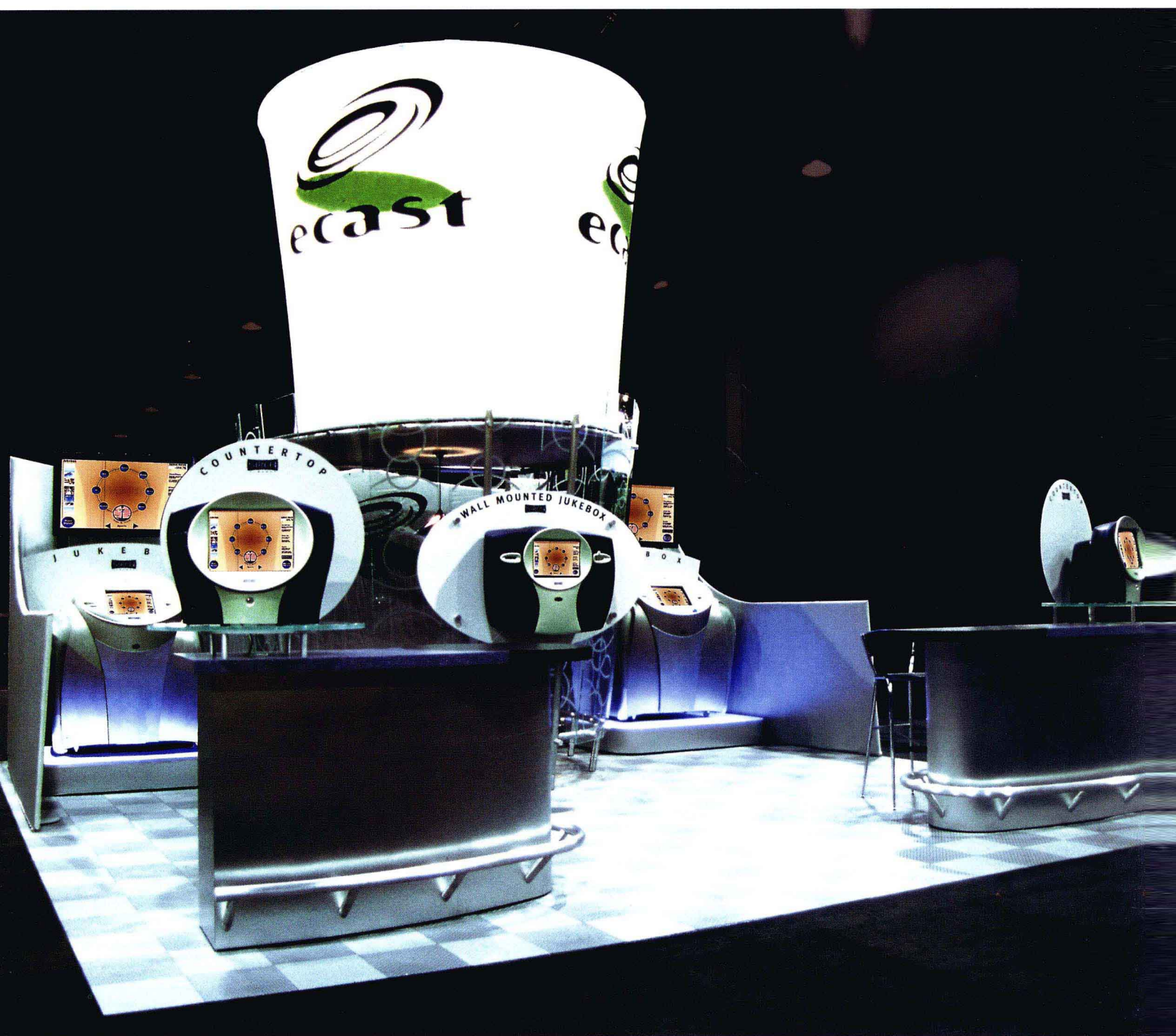
Ecast 是设计制作和向酒吧、餐馆销售“网络自动投币唱机”的专业公司。在37m²的展台上,莫克设计公司的展台设计师们不仅要通过现场示范展现 Ecast 公司的产品,而且还要使其达到理想的效果。“这个展台需要一种设计语言,它既要体现和突出这位新入行者的特色和新意,又要反映出其过去的辉煌。”

银灰色的棋盘式地面既富有现代感,又使人联想起几十年前的餐馆和酒吧的黑白相间的地砖地面。“发光的底座结构突出了富有创意的工业化时代设计,而机制铝材会客室造型则象征着未来。”

会客室顶上安装的巨型光筒显著地展现出公司的品牌名称和标志。会客室的玻璃幕墙上印有产品标志的磨砂圆圈图案,给会客室增添了一份私密感,墙面玻璃板间的空隙保证了会客室空间的空气流通。

通过灯光效果和巧妙的造型运用,展台向来访者暗示,“我们是自动投币娱乐设施的未来。”





经典厨具天地

客户: 埃尔凯制作公司 (Elkay Manufacturing)

展名: 厨房和卫浴用具展览 (Kitchen & Bath Industry Show) 佛罗里达州奥兰多

设计公司: 芝加哥展台制作公司 (Chicago Exhibit Productions) 伊利诺伊州波林布鲁克

设计人员: 乔·考兹亚斯基 (Joe Koziarski)

制作: 芝加哥展台制作公司

灯光: 工艺照明公司 (Tech Lighting)

面积: 42m²

摄影: 布鲁斯·威尔逊摄影公司 (Bruce Wilson Photography)

芝加哥展台制作公司的设计师在42m²的空间中展示了埃尔凯制作公司设计的两套风格迥异的高档厨房用具。展台上釉面砖、硬木地板、花岗岩台面和不锈钢厨具巧妙结合, 构成完美的厨房空间。展台顶端的抛光金属板上写着品牌名称, 并引出模拟的厨房天花。另一个造型则用了浅色的轻木料做成格栅状天花, 与贴釉面砖的台面相呼应。

设计师们所面临的主要难题是如何在展台上表现出永久性的厨房氛围, 而这些设施还要便于以后运输、安装和拆除。成功的展台设计使埃尔凯制作公司能够向厨房设计师们实地展现他们新的优质“经典厨具”系列的厨房设施, 及其独特的产品设计。





德斯展览公司

客户: 德斯展览公司 (Derse Exhibits)

展名: 展商汇展 (The Exhibitor Show) 内华达州拉斯
韦加斯

设计公司: 德斯展览公司 威斯康星州密尔沃基

设计人员: 拉斯·福勒 (Russ Fowler)

制作: 德斯展览公司

面积: 42m²

摄影: 杰米·帕吉特公司



在展商汇展中, 德斯展览公司把其展台安置在一个5.5m × 9m的独立展区中, 其目的并非仅仅是装饰一个展台, 他们的重点是要创造出一种氛围, 向其客户和潜在的客户展示其“迪斯尼式的创造力”和“NASA (美国航空航天局) 般的技术实力”。除了营造展台的感觉和视觉效果外, 公司还要在展览会上推出3个技术保障项目。为此, 展台上还设有会客空间, 以便向感兴趣的客户提供咨询和答疑。

展台被分成两个4.6m高的展示空间, 注重色彩效果, 各个平面上是手工绘制的德斯品牌颜色。展台右边是“实力”区, 显示其技术实力; 左边是“创意”区, 展示其创新产品; 中间是接待咨询台; 会客区则位于展台的后部。展台的设计也反映出了德斯展览公司的展台设计和制作理念, 92%的展台用料都是使用再生材料, 展台地面用再生地板橡胶铺就, 墙面用铝皮、铝框制成, 会客区用极薄的纤维织物围成。展台顶篷是预先装配的, 由德斯公司自行制作。

“实力”区中安放了一排电脑供客户查询, “创意”区则陈列出公司富有创意的产品系列。一台笔记本电脑上演示着用Power Point 软件显示的画面和字幕以及“我们的设计师的创意和工作秘诀”。

“简洁、直观加理解是实现德斯目标——注重创意和实力的关键。”





城市资本

客户: 城市资本 / 城市集团 (CitiCapital/CitiGroup)
展名: 北美辐射学会 (Radiological Society of North America) 贸易展览会 伊利诺伊州芝加哥
设计公司: 纽约 MC2 公司
设计人员: 玛丽莎·克雷斯曼 (Marissa Kressman)
制作: 纽约 MC2 公司
面积: 56m²
摄影: 杰米·帕吉特公司



被城市集团公司兼并后, 科普尔科 (Copelco) 城市资本公司为重树其品牌形象, 以崭新的面貌首次在芝加哥北美辐射学会贸易展览会上登台亮相。“其目标就是在恪守城市集团公司严格的形象准则的情况下, 创立自己独特的、有影响力的品牌形象。”

在 56m² 面积的展台上, MC2 公司的设计师们有效地运用了城市集团公司蓝白两色的品牌色彩, 并采用了灵活多样的展台材料, 包括抛光铝材、波纹塑料和半透明纤维玻璃, 使色彩效果更为突出。透空的圆塔造型高 6m 多, 醒目地展现出公司名称和标志, 参观者在展厅的任何地方都能清楚地看到它。圆塔下部是用波纹塑料板隔出的会客区, 它显得既像与圆塔连为一体, 又像与外界隔离。

