

会展 展示 设计

现代
创意
新思维
DESIGN

十三五高等院校
艺术设计规划教材

尹铂 张俊竹 郭宜章 / 编著

- + 核心知识点由浅入深融入项目教学
- + 选取真实企业实际项目训练设计技能
- + 按设计流程详解每个步骤的思路及方法
- + 附赠 60 套完整设计案例，涵盖展示设计全领域

ART & DESIGN

Exhibition Design



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



十三五高等院校
艺术设计规划教材

会展 展示 设计

尹铂 张俊竹 郭宜章 / 编著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

会展展示设计 / 尹铂, 张俊竹, 郭宜章编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2017. 5
现代创意新思维·十三五高等院校艺术设计规划教材
ISBN 978-7-115-44280-2

I. ①会… II. ①尹… ②张… ③郭… III. ①展览会—陈列设计—高等学校—教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第005883号

-
- ◆ 编 著 尹 铂 张俊竹 郭宜章
责任编辑 桑 珊
责任印制 焦志炜
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京缤索印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 9 2017 年 5 月第 1 版
字数: 125 千字 2017 年 5 月北京第 1 次印刷
-

定价: 49.80 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

内容提要

本书以项目实训的方式，介绍了会展展示设计的理论知识及设计流程和方法，内容包括 3 章：第一章会展设计理论基础，包括会展设计概述、会展展示设计的分类、会展展示设计的流程；第二章会展设计项目实训，通过会展道具设计、中小型展场设计、中型展场设计、大型展场设计 4 个由浅入深的项目，介绍了会展展示设计的具体知识和设计方法；第三章案例赏析分析了 2015 年米兰世博会、2010 年上海世博会西班牙馆、Audi 北京车展、东风日产北京车展、BOOTH 展场的优秀典型案例。

本书适合作为高等院校、高职高专院校会展展示设计相关课程的教材，也可供相关读者自学使用。

前言 PREFACE

会展展示设计是会展活动中最核心的内容之一，是展会最直接的视觉感受和功能展示。改革开放以来，中国会展业从无到有、从小到大，行业经济规模逐步扩大，专业场馆建设日臻完善，成为国民经济发展的新亮点。会展展示设计逐渐成为一门体系相对完整，具有跨学科、综合性强等特点的新兴学科，它集美学、行为学、广告学、公共关系学、设计方法学、色彩学、人机工程学、材料科学、力学、电子工学、光学、感性工学、心理学和现代信息技术等于一体，对当代最新科技进行充分应用，是艺术与科学结合的产物。现代会展展示设计是四维空间的设计，是时间与三维空间的结合，强调观众与展示的互动，它包括展台设计、空间布局设计、平面设计、展示道具设计、展示照明设计以及相应的展馆设计等。会展展示设计的目的是在会展活动中调动一切物质技术手段，为参与活动的公众打造一个完美的思维空间，从而将会展活动的信息和内容以最佳的方式呈现。

本书主要基于工作任务，通过项目教学的方式，选取实际项目进行内容的组织安排，其中，项目大多来自学生身边的真实企业。在每个项目教学中，开始都针对性地讲解每个项目的理论知识，还特别将此项目的重点、难点按章节由易到难依次进行讲解，使读者能更好地理解和掌握每个项目的设计方式、方法。在项目设计过程中，按照设计流程详细讲解每个步骤的思路以及设计方法和手段，使读者能更容易地展开项目的设计与制作。在每个项目结束后，加入本项目小结和课后作业，加强读者对项目的理解。

在整体把握上，本书既注重理论总结，又兼顾实用操作，内容力求简洁、重点突出、贴近生活、图文并茂，并结合实践的操作过程，非常适合作为“会展展示设计”课程的教材，还适合于广大从事会展展示设计的从业人员使用。

本书的内容主要分为三大版块，即理论基础版块、项目实训版块和案例赏析版块。理论基础版块主要讲述会展设计的概述、会展的发展起源以及会展设计的分类和设计流程等；项目实训版块主要讲解了如何根据会展空间展位面积的大小，进行案例设计；案例赏析版块，选取了近些年比较有代表性的经典案例进行讲解。具体安排如下表所示。

“会展展示设计”课程安排	
章 节	课程内容
第一章 会展设计理论基础	会展设计概述
	会展展示设计的分类
	会展展示设计的流程
第二章 会展设计项目实训	会展道具设计
	中小型展场设计
	中型展场设计
	大型展场设计
第三章 案例赏析	2015 年米兰世博会
	2010 年上海世博会西班牙馆
	Audi 北京车展
	东风日产北京车展
	BOOTH 展场

本书附赠 60 套完整设计案例，可登陆云盘下载，下载链接：pan.baidu.com/s/1eS9pojS。

本书在编写过程中参考了相关书籍、论文和图例，在此向有关作者表示感谢。由于作者水平有限，书中难免有错误之处，恳请广大读者批评指正。

编著者
2016 年 11 月



001

第一章 会展设计理论基础

- 一、会展设计概述 002
- 二、会展展示设计的分类 017
- 三、会展展示设计的流程 017

023

第二章 会展设计项目实训

项目一 会展道具设计 024

- 一、相关知识 024
- 二、项目实施 041
- 本项目小结 045
- 课后习题 045

项目二 中小型展场设计 046

- 一、相关知识 046
- 二、项目实施 059
- 本项目小结 069
- 课后习题 069

项目三 中型展场设计 070

一、相关知识 070

二、项目实施 083

本项目小结 090

课后习题 090

项目四 大型展场设计 091

一、相关知识 091

二、项目实施 105

本项目小结 115

课后习题 115

117

第三章
会展设计案例赏析

一、2015 年米兰世博会 118

二、2010 年上海世博会西班牙馆 124

三、Audi 北京车展 129

四、东风日产北京车展 131

五、BOOTH 展场 133

第一章

会展设计理论基础

会展是会议业和展览业的总称，是指按照特定的主题，以信息传播为根本目的，在特定的时间和场地举行的多人聚集交流活动，包括展览、会议、大型节事活动等集体性活动。会展可以是长期的，也可以是短期的，从5年到5天不等。它们的规模大小不一，从小小的桌面陈列到世博会举办城市的全方位呈现都属于会展范畴。

一、会展设计概述

1. 会展与会展设计

自产生之日起,展览和会议就注定了与人类社会的经济或文化交流不可分割。尽管几千年来,展览活动的基本原理没有改变,即通过展示来达到交换的目的,但在市场经济和国际贸易高度发达的今天,展览和会议早已超出了传统的物物交换或宣传展示的范畴,绝大多数参展商或与会者都将其作为展示产品、开拓市场和沟通信息的手段。换句话说,对于现代会展活动而言,“交换”的对象更多地是指产品、技术等各式各样的信息,甚至包括生活理念、业界动态等。

(1) 会展的概念。会展有广义和狭义之分。狭义的会展是指展览及伴随其开展的各种形式的会议的总称。在欧洲,会展被称为 C&E (Convention and Exposition) 或者 M&E (Meeting and Exposition), 会展的内容仅包括会议和展览。从会展研究的角度来看,这是从一种更纯粹与更专业的视角来界定会展。

广义的会展以美国的定义为代表,就是通常所说的 MICE (M: Corporate Meetings, 公司业务会议; I: Incentive Tour, 奖励旅游; C: Conventions, 协会或社团组织会议; E: Event, 事件活动)。会议的内容包括各种类型的专业会议、博览交易会(如展览会、博览会、交易会、招商会、发布会、专业与专题会、颁奖会、研讨会等)、奖励旅游,以及各种事件活动,如庆典活动、节庆活动、文化活动、科技活动、体育活动等。从会展研究的角度看,这是从更广泛的视角来界定会展。本书内容涵盖广义会展的范围,主要介绍会展活动展示设计的基本知识和基本方法。

(2) 会展设计。会展设计是一门综合性很强的专业学科,集美学、艺术史、社会学、行为学、CIS 策划、广告学、公共关系学、设计方法学、色彩学、人机工程学、材料科学、电子工学、光学、心理学和现代信息技术等于一体,对当代最新科技充分应用,是艺术与科学结合的产物。现代会展设计是四维空间的设计,是时间与三维空间的结合,强调观众与展示的互动。在场馆中穿行,可以通过人的视觉、触觉、嗅觉、听觉等不同的手段去观察、体验、感受和参与,接受

不同方式全方位的信息传递。因此，会展设计不是静态的空间设计，而是动态的空间设计。它包括展台设计、空间布局设计、平面设计、展示道具设计、展示照明设计以及相应的展馆设计等。可以说，会展设计是一种对观众的心理、思想和行为产生重大影响的创造性设计活动。



梅赛德斯——奔驰车展

2. 会展的起源

在英文中，“集市”和“博览会”同为“fair”。欧美展览界普遍认为展览会起源于集市，因为集市已具备了展览会的一些基本特征，如在固定地点、定期举行等。然而，集市只是松散的展览形式，规模一般较小，并具有浓厚的农业社会特征，还处于展览的初级阶段。

我国的集市历史悠久，在古代，集市是市、集、庙会等多种市场形式的统称。具有商业性质的集市最早出现在我国古代的奴隶社会。两千多年前，《吕氏春秋·勿耕》中便有“祝融作市”的记载。在我国，集市形成于殷、周（公元前 11 世纪）之际，在唐宋时期得到了蓬勃发展。集市在不同的时期和地区，有许多种形式和名称，如市、草市、墟市、场等。集市的参加者主要是农民、手工业者，他们之间的买卖活动是生产者向消费者直接出售，是生产者之间的产品流通。几千年来，集市一直是我国商品流通的重要途径。在我国古代的农村，集市一般称为草市、村市等。草市产生于东晋，发展于唐，到北宋年间，遍布各地城郊。就诗句来说，北宋苏轼有“春江围草市”，南宋陆游有“草市寒沽酒”。



清明上河图——北宋繁华集市景象



汉代画像砖——集市景象

除了城乡各有特色的集市外，还有一种城乡并存的定期集市——庙会。我国庙会的历史悠久，在唐朝已流行，宋朝继之，明、清盛行。庙会的产生源于宗教活动的开展，正如《妙香室丛话》中所记载的：“京师隆福寺，每月九日，百货云集，谓之庙会。”比起乡村的集市，庙会的内容更加丰富多彩，除了传统的产品交换外，还包括宗教仪式、文化娱乐等活动。庙会作为商品交换的形式，对促进商品流通、进行城乡沟通具有重要的历史作用。我国历史上与其他国家或民族开展贸易而设的市场称为互市，也称通关市、榷场。据“兮甲盘”铭文记载，西周与南淮夷为做买卖而设互市。古代的互市大都在官府的控制之下，并有专职官员——市监监督管理。互市中以马市（中原政权用金、银、帛、茶、盐等物与游牧民族换马的集市）最为有名。在清朝之前，互市主要设在陆地边境；清朝时还开辟了沿海的互市。

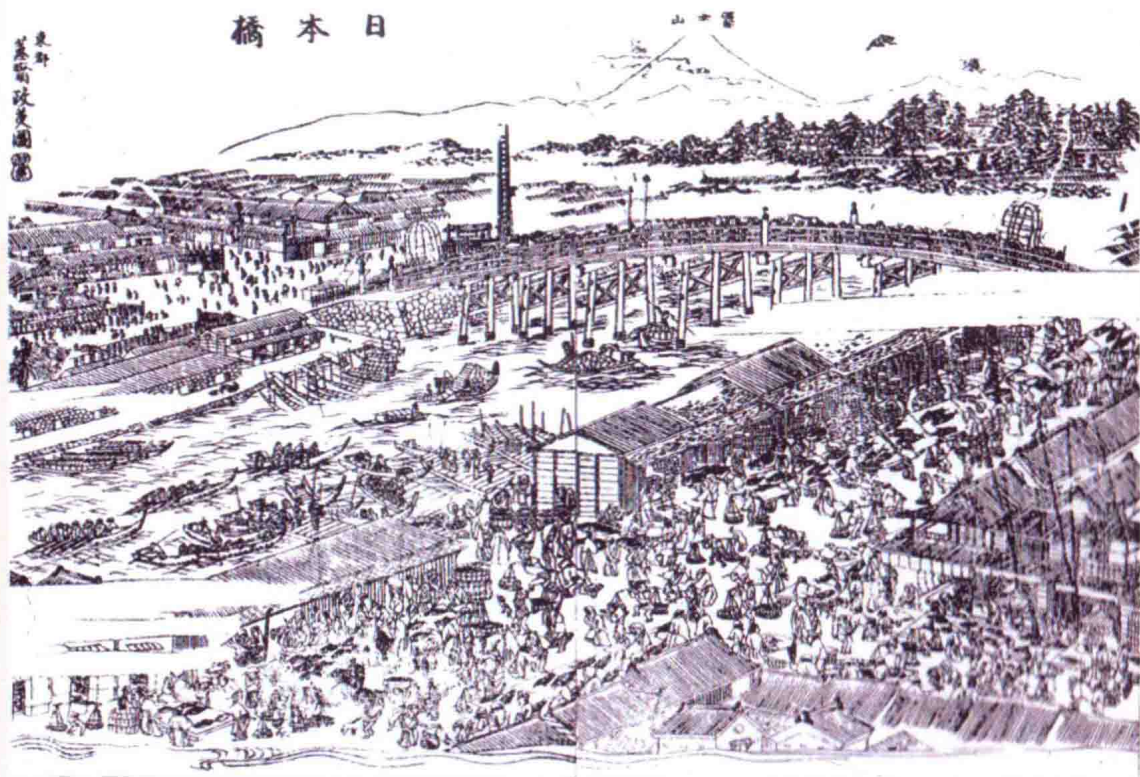


欧洲中世纪的娱乐市场

会展展示设计

会展活动在我国有较长的历史，但在漫长的封建社会里，我国长期处于自给自足的自然经济状态，社会分工不明显，农耕文明制约了商品交易的充分发展，历代封建王朝大多采用“重农抑商”政策，使以商品交易活动为主要基础的会展活动发展缓慢。

欧洲古代集市的产生时间比我国稍晚，但在发展过程中表现出了明显的规模性和规范性。欧洲的集市最早出现在希腊。希腊最初的集市是交换、买卖奴隶的场所。到了古奥林匹克时期（公元前 800 ~ 700 年），希腊有了常规的集市，与奥林匹克运动会同时举行。希腊早期的集市大都是一年一次，甚至两年一次。在古罗马，民众每隔 8 天就聚集一次，听官吏颁布法令、宣布裁决；同时，也举办集市，农民、小生产者、商人在大街上搭起临时摊位，交换、出售产品。罗马帝国扩张版图时，把罗马集市带到了欧洲其他地区。



日本古代的集市

到中世纪,欧洲一些国家都有由政府控制、规模很大的集市。一些集市能吸引欧洲各个角落的商人,同时有货币兑换、仲裁等活动。例如,法国北部的香槟集市是中世纪欧洲最为著名的国际性集市。香槟集市处在诸河流系统的汇合处,又处在由北向南和由东向西的商路会集点上,交通十分便利。香槟集市实际上是一系列集市的总称,共有 50 多个市场。当时,香槟集市已经有了一定的组织方式和严格的预定时间。每次集市大约延续 6 周。每次集市开市之前,商人被给予 8 天的准备时间,让其租定摊位、打开箱笼、陈列商品。集市按 10 天为一期,依次为布集市,皮革、生皮和毛皮的集市,杂货集市,以及马匹和其他兽类的集市。在这里,云集了来自意大利、佛兰德、英格兰、德意志、法国等地区的商人。东方的香料和奢侈品,佛兰德的呢绒,法国的葡萄酒和家畜,德国的金属制品,英国的羊毛和铅、锡等都在集市上出售。到第 6 个星期,换货币者开始营业,兑换各国货币,发放贷款,征收借款。第 42 天后,商人们的经济协议和合同由当局秘书人员起草,并由政府行政人员盖章生效。香槟集市的形成和发展,是社会分工和生产力发展的结果,是早期会展经济活动较为完善的形式。在欧洲的其他地方也有不少著名的集市,如英国的曼彻斯特、圣巴索罗妙、斯土布里奇,意大利的比萨、威尼斯、米兰,德国的莱比锡、科隆、汉堡、马德堡等。许多现代闻名的欧洲大型综合性博览会都是在这个时期建立的。德国莱比锡博览会,号称最古老的博览会,始建于 1165 年,于 1890 年由传统的集市转变为样品博览会。德国法兰克福博览会是在 1240 年经王室授权后开始举办的。

到 14 世纪以后,随着城市商业和运输业的发展,行商逐渐减少,大部分商人开始集中精力固定在一个地方经营,欧洲集市的作用逐渐变小,开始被挤向边远地区。在这个时期,批发商的兴起和工业的迅速发展改变了传统集市的经营方式。生产者为了寻求大批销售货物的机会,便于批发商选择订购产品,纷纷采用提供样品和图样的方式进行贸易。这样,传统的集市逐渐发展成样品博览会和展览会。

由此看来,无论是从举办形式上,还是从基本性质上来评判,“集市”和“庙会”都属于展览业的范畴。诚然,从原始社会的物物交换到具有明显规律性的集市是展览发展历史上的一大飞跃。

会展发展的历史阶段

阶段	时期	活动范围	典型形式	活动目的	组织方式
原始	原始社会	地方	物物交换	交换物品	自发
古代	奴隶社会~17世纪	地区	集市	市场	松散
近代	1667年~19世纪	国家	工业展览会	展示	有组织
现代	1894年至今	国际	贸易展览会和博览会	市场、展示	专业组织

注：本表参考了李宁著的《展览知识与实务》，经济科学出版社 1999 年版，第56页，稍有改动。

3. 会展的发展

（1）国际会展业。1640年开始的工业革命推动了欧洲经济的迅速发展，同时也引起了展览业的一系列变革。从1667年的法国艺术展览会到1851年的英国“万国工业大展览会”，欧洲展览业在大约 200 年的时间里发生了翻天覆地的变化。1667 年，第一个艺术展览会在法国举行。这次展览会有统一的组织，且不帶有任何商业色彩，虽然自身未发展成工业展，但其展览形式对展览活动的发展却产生了深远的影响。1798 年，在内务部长德·纳夫沙托（De Neufchateau）的提议下，法国举办了世界上第一个由政府组织的工业产品大众展（Exposition Publique des Produits del' Hidustrie）。尽管在此之前欧洲也出现过一些工业展览会，但规模普遍较小且未连续举办，因而西方学者倾向于把这次展览作为近代工业展览会的开端。此后的近 50 年时间里，许多国家都模仿法国举办过工业展览会，然而由于当时保护主义盛行，这些工业展基本没有外国参展商。

19世纪末，欧洲各国，特别是英国和法国都举办了多届有影响力的工业产品博览会、艺术展览会。1851年5月1日，英国伦敦“万国工业大展览会”（The Great Exhibition of the Industries of All Nations）在海德公园壮丽炫目的水晶宫举办，展出面积达到 10 万平方米，参展商有1.7 万多家，其中约50%来自国外，观众超过600万人次。这是世界上第一个真正具有国际规模的展览会，其目的是通过展览活动促进国家间的贸易与合作，以实现全球资源和市场的共享。这次展览会便是后来的世界博览会的前身，因而西方展览界将其视为第一个世界博览会。