



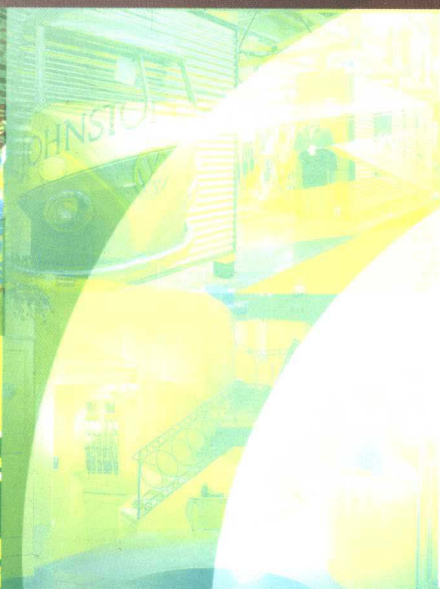
银领工程

高等职业教育技能型人才培养培训工程系列教材

# 会展布局与设计

龚东庆 主编

许孝伟 牟彪 副主编



高等教育出版社

银领工程  
高等职业教育技能型人才培养培训工程系列教材

# 会展布局与设计

龚东庆 主 编  
许孝伟 副主编  
牟 彪

高等教育出版社

## 内容提要

本书是高等职业教育技能型人才培养培训工程系列教材之一,是会展专业或相关专业会展方向的主干课程教材。

本书介绍了会展布局与设计的概念、会展布局与设计的作用及发展趋势,重点对会展布局与设计的基本程序、基本法则、表达技巧、人体工程学、展具设计、空间设计、色彩设计、照明设计、信息传递、工程实施等进行了讲解,并给出了丰富的会展布局与设计实例。本书讲解深入浅出,注重系统性和科学性,语言简洁,图文并茂。针对技能型人才培养的实际需要,尽可能降低理论内容的比重,突出实用性。为此,书中穿插了大量直观的图例,且每章都明确列出了教学的知识目标和能力目标,并配以针对性较强的复习思考题和实训项目,便于学生学习。

本书适用于高等职业教育各类院校会展专业或相关专业会展方向的会展布局与设计课程的教学,也可供五年制高职、中职学生使用,并可作为会展从业人士的培训教材和业务参考书。

## 图书在版编目(CIP)数据

会展布局与设计/龚东庆主编. —北京:高等教育出版社,2007.1

ISBN 978-7-04-020570-1

I. 会... II. 龚... III. 展览会-陈列设计-高等学校:技术学校-教材 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 163873 号

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街 4 号

邮政编码 100011

总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

开 本 787×1092 1/16

印 张 11

字 数 220 000

购书热线 010-58581118

免费咨询 800-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landracom.com>

<http://www.landracom.com.cn>

畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2007 年 1 月第 1 版

印 次 2007 年 1 月第 1 次印刷

定 价 28.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 20570-00

# 出版说明

为了认真贯彻《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》,落实《2003—2007年教育振兴行动计划》,缓解国内劳动力市场技能型人才紧缺现状,为我国走新型工业化道路服务,自2001年10月以来,教育部在永州、武汉和无锡连续三次召开全国高等职业教育产学研经验交流会,明确了高等职业教育要“以服务为宗旨,以就业为导向,走产学研结合的发展道路”,同时明确了高等职业教育的主要任务是培养高技能人才。这类人才,既要能动脑,更要能动手,他们既不是白领,也不是蓝领,而是应用型白领,是“银领”,从而为我国高等职业教育的进一步发展指明了方向。

培养目标的变化直接带来了高等职业教育办学宗旨、教学内容与课程体系、教学方法与手段、教学管理等诸多方面的改变。与之相应,也产生了若干值得关注与研究的新课题。对此,我们组织有关高等职业院校进行了多次探讨,并从中遴选出一些较为成熟的成果,组织编写了“银领工程”丛书。本丛书围绕培养符合社会主义市场经济和全面建设小康社会发展要求的“银领”人才的这一宗旨,结合最新的教改成果,反映了最新的职业教育工作思路和发展方向,有益于固化并更好地推广这些经验和成果,很值得广大高等职业院校借鉴。我们的这一想法和做法也得到了教育部领导的肯定,教育部副部长吴启迪专门为首批“银领工程”丛书提笔作序。

我社出版的高等职业教育各专业领域技能型人才培养培训工程系列教材也将陆续纳入“银领工程”丛书系列。

“银领工程”丛书适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用。

高等教育出版社

2006年11月

# 前言

日益繁荣的会展业在促进经贸、科技、文化交流和合作方面的作用越来越明显,已成为我国国民经济中增长快、发展潜力大的行业之一,不仅直接促进了经贸、科技、文化、体育等事业的发展,而且有力地带动了信息通信、交通运输、城市建设、旅游休闲、餐饮住宿、广告印刷等相关服务行业的发展。会展业已经成为带动经济发展的新的增长点。

由于会展业本身的高速发展及其对经济的巨大带动作用,会展业的人才需求也越来越大。国家劳动和社会保障部的统计调查显示:今后3年内,我国会展市场需要从业人员200万人,而且需求每年将以15%的速度递增。到2008年北京奥运会、2010年上海世博会前后,国内需要会展从业人员300万人以上,单单2010年上海世博会对会展人才的需求预计将达10万人。会展业作为知识型的服务业,将有广阔的发展前景。

为适应会展业的发展需要,各高校(尤其是高职高专院校)当前都在积极努力地会展业培养实用人才。会展教育的发展,需要高水平、适用性强的会展教材作为支撑。然而从近几年的会展教学实践来看,高职高专会展类实用型教材仍比较缺乏。本书正是在这样的背景下编写的。

本书是编者在长期从事教学和社会实践的基础上编写而成的。书中较为系统地介绍了会展布局与设计的概念、发展趋势、工作程序、基本法则、表达技巧、人体工程学、展具设计、空间设计、色彩设计、照明设计、信息传递、工程实施等方面的实用内容。针对不同层次会展专业学生的绘画和设计基础,本书力求在有限的学习课时内,达到课程教学的基本要求。因此,本书尽可能降低知识难度,做到深入浅出,便于学生对知识点的理解和掌握。同时,书中穿插了大量直观的图例,每章都明确了知识目标和能力目标,并配备了针对性较强的复习思考题和实训项目,便于教学使用。需要指出的是,要成为能独立设计,并能指导施工的会展专业人才,需要大量相关知识(诸如绘画基础、设计基础、会展理论基础等)和能力(尤其是创新能力)的储备,而这些是需要借助广泛涉猎和反复实践才能获得的,并不是一本书就能解决的。

本书由桂林旅游高等专科学校龚东庆副教授任主编,许孝伟和牟彪老师任副主编。第一、二、三、四、五章由许孝伟执笔,第六、八、九、十、十一章由牟彪执笔,第七、十二章由龚东庆、许孝伟、牟彪共同执笔,最后由龚东庆对全书内容进行统稿。书稿完成后,我们荣幸地请到帅立功教授为本书审稿,帅教授提出了宝贵的修改意见,在此深表感谢。

特别需要说明的是,由于会展理论研究尚处于初期阶段,资料收集较为困难,在编写过程中我们参考了许多专家的观点与理论,虽在参考文献中尽量详尽地列出,但或有遗

漏,在此深表歉意。

本书在编写过程中虽力求完善,反复斟酌,但因作者水平有限,缺点和错误在所难免,欢迎各位专家及会展业内人士提出宝贵意见,以便改进完善。

编 者

2006 年 11 月

# 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

**反盗版举报电话：**(010) 58581897/58581896/58581879

**传 真：**(010) 82086060

**E - mail：**dd@hep.com.cn

**通信地址：**北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

**邮 编：**100011

**购书请拨打电话：**(010)58581118

|      |     |
|------|-----|
| 策划编辑 | 叶 波 |
| 责任编辑 | 李 芸 |
| 封面设计 | 王 雉 |
| 责任绘图 | 朱 静 |
| 版式设计 | 王 莹 |
| 责任校对 | 朱惠芳 |
| 责任印制 | 韩 刚 |

# 目 录

|                         |    |                      |     |
|-------------------------|----|----------------------|-----|
| 第一章 会展布局与设计概述 .....     | 1  | 第二节 展示道具设计 .....     | 66  |
| 第一节 会展业的发展历史和趋势 .....   | 1  | 第七章 会展布局与设计的         |     |
| 第二节 会展业的分类 .....        | 6  | 空间设计 .....           | 79  |
| 第三节 会展布局与设计概念 .....     | 10 | 第一节 空间的概念 .....      | 79  |
| 第四节 会展布局与设计的作用与趋势 ..... | 11 | 第二节 空间的类型和形态 .....   | 80  |
| 第二章 会展布局与设计程序 .....     | 15 | 第三节 空间设计的原则 .....    | 86  |
| 第一节 设计准备阶段 .....        | 15 | 第四节 空间设计的方法 .....    | 88  |
| 第二节 技术资料的收集与分析阶段 .....  | 17 | 第八章 会展布局与设计的         |     |
| 第三节 方案设计阶段 .....        | 19 | 色彩设计 .....           | 94  |
| 第四节 详细设计阶段 .....        | 22 | 第一节 色彩的认知特点 .....    | 94  |
| 第五节 工程实施阶段 .....        | 23 | 第二节 色彩设计体系 .....     | 97  |
| 第三章 会展布局与设计             |    | 第三节 色彩的情感 .....      | 99  |
| 基本法则 .....              | 26 | 第四节 色彩设计的基本原则 .....  | 101 |
| 第一节 会展布局与设计的基本要素 .....  | 26 | 第五节 色彩设计的方法 .....    | 105 |
| 第二节 会展布局与设计的形式法则 .....  | 32 | 第九章 会展布局与设计的         |     |
| 第三节 会展布局与设计的基本原则 .....  | 37 | 照明设计 .....           | 107 |
| 第四章 会展布局与设计表达 .....     | 40 | 第一节 光源 .....         | 107 |
| 第一节 平面图与立面图 .....       | 40 | 第二节 照明的形式及运用 .....   | 109 |
| 第二节 透视 .....            | 45 | 第三节 照明设计的原则与方法 ..... | 113 |
| 第三节 效果图表现 .....         | 50 | 第十章 会展布局与设计的         |     |
| 第四节 模型制作 .....          | 53 | 信息传递 .....           | 117 |
| 第五章 会展布局与设计的人体          |    | 第一节 版面设计 .....       | 117 |
| 工程学 .....               | 56 | 第二节 多媒体与演示空间设计 ..... | 126 |
| 第一节 人体工程学的定义 .....      | 56 | 第十一章 会展布局与设计的        |     |
| 第二节 人体尺度 .....          | 57 | 工程实施 .....           | 135 |
| 第三节 视觉 .....            | 60 | 第一节 施工材料与预算 .....    | 135 |
| 第四节 人体工程学在会展布局与设计       |    | 第二节 施工过程 .....       | 137 |
| 中的运用 .....              | 62 | 第十二章 会展布局与设计         |     |
| 第六章 会展布局与设计的展示          |    | 实例欣赏 .....           | 140 |
| 道具设计 .....              | 65 | 参考文献 .....           | 165 |
| 第一节 展示道具设计的原则 .....     | 65 |                      |     |

# 第一章 会展布局与设计概述

## 学习目标

### 知识目标:

- 了解会展业的发展历史和趋势
- 了解会展业的分类方法
- 掌握会展布局与设计的概念、作用和趋势

### 能力目标:

- 能讲述会展业的发展历史和趋势
- 能应用会展业的分类方法
- 能解释和阐述会展布局与设计的概念、作用和趋势

## 第一节 会展业的发展历史和趋势

### 一、会展业的兴起

会展业是会议业和展览业两方面内容的统称,是世界上一个非常巨大的产业,兴起于西方的市集。

市集起源于中世纪欧洲商人的定期集会,这种市集的功能主要是商品的现场交易。随着商业的发展,集中交易的方式逐渐让位于固定经营,市集开始衰落。到 19 世纪,市集的功能主要转变为商品批发了。大约在 19 世纪的 20 年代,西方有些市集便被称为博览会,有些博览会又反过来称为市集。

19 世纪中期,欧洲工业革命的兴起,使生产力水平得到了迅速提高,新产品不断涌现,各种产品的数量大幅度增加。完成了工业革命的英国已经是世界上一流的强国,因为强大而带来的巨大召唤力使英国举办了第一届世界博览会。英国维多利亚女王用外交方式,邀请各国参展,形成了“万国博览会”的格局。

1851年5月1日,世界上第一次世界博览会在热闹非凡的气氛中开幕了。在这次世界博览会上,英国人一改往日风格,在著名的海德公司内建造以钢和玻璃为主要建筑材料的水晶宫。水晶宫长1 700英尺<sup>①</sup>,高100英尺,耗用了4 500吨钢材、10公顷<sup>②</sup>的玻璃。在占地9.6万平方米的展区中,展览用的桌子总长约有13公里,在23个星期的展览期间,有630万人参观。14 000件展品中包括了一块24吨重的煤块,一颗来自印度的大钻石,还有一头标本大象,而引擎、水力印刷机、纺织机械则向参观者展示了现代工业的发展和人类焕发出的无限想象力。兴奋的人们在水晶宫内目睹到了那个时代的骄傲。第一届世博会主会场水晶宫外景及内景见图1-1、图1-2。

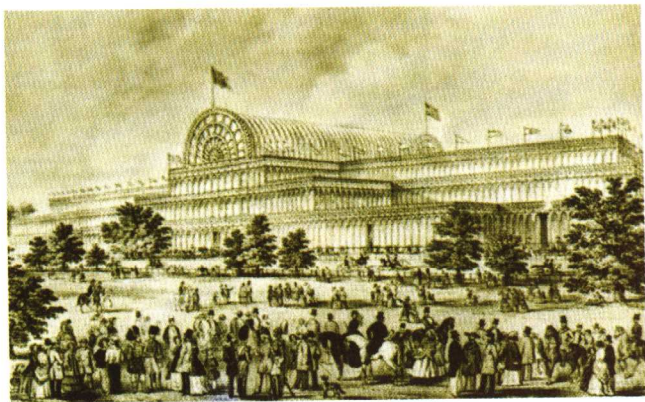


图 1-1 第一届世博会主会场水晶宫外景



图 1-2 第一届世博会主会场水晶宫内景

① 1 英尺=0.304 8 米

② 1 公顷=10 000 平方米

从市集到伟大的博览会,人类从单一的商业买卖扩展到以文明展示为主题的博览会。从伟大的博览会到万国博览会,世界博览会的雏形开始形成,它更关注交流与发展。自1851年英国伦敦举办第一届展览会以来,世博会因其发展迅速而享有“经济、科技、文化领域内的奥林匹克盛会”的美誉,已先后举办了40届。

现今,会展业已形成一种经济形态——会展经济,即以会展业为支撑,通过举办各种形式的展览会、博览会和国际会议,提供信息交流的平台,促进贸易的达成,并利用会展业的连带效应促进交通运输业、餐饮业、旅游业、酒店业、广告业、印刷业等其他行业发展的一种经济。会展经济对全球经济的拉动作用十分巨大。根据国际展览业权威人士估算,国际展览业的产值约占全世界各国GDP总和的1%,如果加上相关行业从展览中的获益,展览业对全球经济的贡献则达到8%的水平。在德国、法国、新加坡、中国香港等会展业发达的国家和地区,会展业对经济的带动作用达到1:9的水平。比如,因会展而一举成为“世界展览之都”的德国汉诺威,会展给其带来了滚滚财源。汉诺威会展公司每年承办的国际展事大约20多个,其中最著名的当属每年春季举办的“工业博览会”和“信息、通信及办公室自动化博览会”,两个展会的观展人次年均30万以上。据估算,仅2000年4月举办的汉诺威世界博览会,就为德国国内生产总值增加了154亿马克<sup>①</sup>,2000年举办的计算机和信息技术博览会,一周展期内,吸引了来自各国的75万名参观者,大大超出该市52万人口的总数。



## 【相关链接】

### 什么是世界博览会?

世界博览会是一项由主办国政府组织或政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性博览活动。国际展览局专门从事监督和保障《国际展览公约》的实施、协调和管理举办世博会并保证世博会水平。

自1851年英国伦敦举办第一届世界博览会以来,世界博览会已经历了百余年的历史,并已先后举办过40届。最初以美术品和传统工艺品的展示为主,后来逐渐变为荟萃科学技术与产业技术的展览会,成为培育产业人才和一般市民的启蒙教育不可多得的场所。

世界博览会的会场不单是展示技术和商品,而且伴以异彩纷呈的表演、富有魅力的壮观景色,设置成日常生活中无法体验的充满节日气氛的空间,成为一般市民娱乐和消费的理想场所。

<sup>①</sup> 现在马克已停止流通,而使用欧元。

## 二、中国会展业的发展

我国会展业的起步比较晚,但发展非常快。中国会展业的历史是从广州 1957 年举办的“第一届中国出口商品交易会”(广交会)开始的。这个“中国第一展”、“世界第三大展览”对中国的会展业发展产生了重要作用。第一届广交会到会境外客商以港澳为主,只有 1 023 人,成交金额仅 1 800 万美元。2006 年第 99 届广交会,来自 211 个国家和地区的采购商人数超过 19 万人,出口成交金额首次超过 300 亿美元。自 20 世纪 90 年代以来,我国会展业年增长速度达到 20% 以上,大大高于我国其他领域经济总量的增长,特别是会展业的硬件设施建设大有超前发展的态势。图 1-3 为广交会场馆——琶洲国际会展中心。



图 1-3 广交会场馆——琶洲国际会展中心

回顾我国会展业的发展轨迹,可以分为三个阶段,改革开放前后为一阶段,20 世纪末为一阶段,21 世纪初的这几年为一阶段。1978 年,国内国际展仅 6 个,出国参展办展 21 个。1999 年,境内国际展达 694 个,出国参展办展 292 个。2004 年,全国有注册展览馆 118 个,正式办展 90 个,共举办展览会 2 467 个,其中 42 个主要展览馆在一年内举办的会展就达 1 604 个,同时还有 107 家办展单位赴 50 多个国家(地区)举办和参加了 749 个经贸展览会。

从展览的项目数、规模、总体水平和影响看,中国已成为亚洲的会展大国,并正逐步成为亚洲地区的区域性“展览中心”。我国现在已经拥有一批具有国际水平的现代化展览场馆,形成了若干具有一定实力的展览集团公司,也培训了一批水平高、影响比较大的名牌展览会,初步形成了北京、上海、广州等国际会展中心城市。而在不久的将来,以上海为龙头的长三角和以广州、香港为龙头的珠三角的会展业竞争将趋激烈。现在,上海国际经济地位不断提升以及 2010 年上海世博会申办成功所带来的机遇,将使上海的会展业获得巨大的发展空间,而随着 CEPA(内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排)的签订,香港会展业将首要并重点实现与广东会展业的整合发展,其成熟的操作经验、国际化程度和软件服务将会使珠三角的会展业短期内略胜一筹。同时,国际会展商的加入也会给我国会展

业的竞争和平衡增加砝码。

当然我国的会展业还存在着严重的不足,主要是展会规模小,重复办展严重,缺乏明确的主题和定位,具有影响力的会展品牌少,管理水平、服务质量有待提高,展览业市场化水平不高,营销观念欠缺,具有实力的展览公司少,会展业巨大的潜力有待挖掘。

### 三、会展业的发展趋势

会展是一种全方位的、立体的展示,强调以人为本,会展注重人的参与互动,将与人最直接的交流方式表达得淋漓尽致,因而成为了最受欢迎的商业推广方式。随着社会的发展,会展业的发展将呈现以下特点和趋势。

#### (一) 主办机构专业化

在 20 世纪 60 年代,许多专业性展会是由行业协会主办的。随着展会之间竞争的激烈化,越来越多的行业协会把自己的展览会卖给了专业展览公司或者和专业展览公司合资组建股份公司,行业协会只保留一定量的股份,把展会的经营全部或部分交给展览公司经营。如闻名法国的法国国际男装展(SBHM)原属于法国男装行业协会拥有,由于经营不善出现巨额赤字,该协会已将其全部股份卖给了一家专业展览公司。例如德国汉诺威展览公司,是世界领先的展览公司之一,其举办的汉诺威信息及通信技术博览会(CeBIT Hannover)是世界最大的展览会,净展出面积超过 40 万平方米。其他任何展览公司都没有组织如此规模展览会的基础设施。世界上拥有并运作自己展馆设施的展览公司中,汉诺威展览公司年营业收入排名第一。

#### (二) 展览公司集团化

由于市场对展会的要求愈来愈高,这就要求展览公司对资金、人力资源、国际网络等各方面做很大的投入。小型展览公司往往力不从心,被大型展览公司兼并收购,形成了展览公司集团化的趋势。如法国作为全世界展览业最为发达的国家之一,在其展览市场上,主要的集团有爱博展览集团、博闻集团、巴黎展览委员会、励展集团等。其中,爱博展览集团(EXPOSIUM)是世界最著名的展览公司之一,具有五十年主办展会的经验和专长,得到国际展览界的公认。爱博展览集团办展的领域包括:农牧业、工业设备、建筑、印刷、电子、电信、信息、信息技术、食品、食品加工、包装、销售、城市规划与生活环境、旅游等。

#### (三) 会展品牌化

在国际会展业发展之初,往往在同一个经济领域内有许多展会并存,经过市场的优胜劣汰、自然选择,某一领域内的“品牌会展”越办越大,越办越好,确立了自己的优势地位。如法国在建材领域内有 BATIMAT 展,在食品领域内有 STLA 展,在包装领域内有 EMBALLAGE 展,在农业领域内有 SIMA 展。图 1-4 为巴黎国际建材及设备展(BATIMAT)户外广告。



图 1-4 巴黎国际建材及设备展(BATIMAT)户外广告

#### (四) 会展国际化

随着经济全球化的发展,在一国举办的国际性专业展已不能仅限于吸引本国参观客户和参展商,必须在更大的地域范围内寻找客户。随着各国展会的竞争加剧,为了生存与发展,各国均力求提高展会的国际化水平,增加国外参展商和参观客户的比例。如从1991年到2001年底,法国专业贸易展览会的数量从167个增加到212个,国际参展企业和观众数量分别增加了36.6%和25.6%。

## 第二节 会展业的分类

会展业包括会议业、展览业和会展旅游业。目前,各种会展层出不穷,涉及诸多领域。比如,中国国内旅游交易会、沈阳世界园艺博览会、日本爱知世博会、广州秋季交易会等等,每年国内外举办的会展大小,成百上千。依据不同的标准,可以进行不同的分类。

### 一、按会展性质划分

按照会展性质的不同,分为贸易性会展、消费性会展、综合性会展。

会展性质分贸易和消费两种性质。贸易性质的会展是为产业即制造业、商业等举办的会展。此类会展的主要目的是交流信息、洽谈贸易。消费性质的会展基本上都展出消费品,目的主要是直接销售。会展的性质由会展组织者决定,可以通过参观者的成分反映出来:对工商业者开放的会展是贸易性质的会展,对普通公众开放的会展是消费性质的会展。具有贸易和消费两种性质的会展被称作是综合性会展。经济越不发达的国家,会展的综合性

倾向越重;反之,经济越发达的国家,会展的贸易和消费性质分得越清。图 1-5 为我国的综合性会展——全国书市第十四届的开幕式。



图 1-5 综合性会展——第十四届全国书市

## 二、按会展内容划分

按照会展内容的不同,分为综合性会展、专业性会展。

综合性会展指包括全行业或数个行业的展览会,也被称作横向型展览会,比如工业展、轻工业展;专业性会展指展示某一行业甚至某一项产品的展览会,比如钟表展。专业展览会的突出特征之一是常常同时举办讨论会、报告会,用以介绍新产品、新技术等。图 1-6、图 1-7 分别为综合性会展和专业性会展举例。



图 1-6 综合性会展——第二届中国(深圳)国际文博会



图 1-7 专业性会展——2006 年世界客车博览亚洲展览会

### 三、按会展规模划分

按照会展规模的不同,分为国际性会展、国家性会展、地区性会展、地方性会展、个体性会展。这里的规模是指展出者和参观者所代表的区域规模,而不是展览场地的规模。不同规模的展览有不同的特色和优势。图 1-8 是国际性会展——法国国际汽车工业展图示。

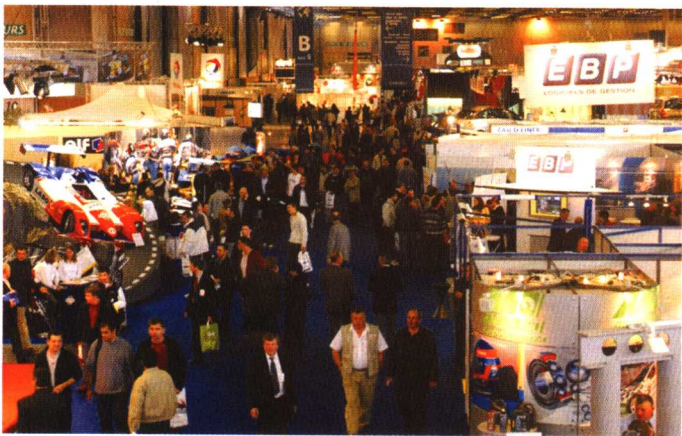


图 1-8 国际性会展——法国国际汽车工业展(EQUIP' AUTO)

### 四、按会展时间划分

按照会展时间的不同,分为定期性会展、不定期性会展。具体划分标准比较多;定期的

有一年四次、一年两次、一年一次、两年一次等;不定期展则是视需要而定。按照会展展出时间的不同,也可分为长期性会展、短期性会展。长期可以是三个月、半年、甚至常设,短期一般不超过一个月。在发达国家,专业会展一般是三天。在英国,一年一次的会展占会展总数的 3/4。会展日期受财务预算、订货以及节假日的影响,有旺季、淡季。根据英国会展业协会的调查,3~6 月及 9~10 月是举办会展的旺季,12~1 月以及 7~8 月为举办会展的淡季。图 1-9 是定期性会展示例。



图 1-9 定期性会展——中国国际旅游交易会

## 五、按会展场地划分

按照会展场地的不同,分为室内会展、室外会展。大部分会展是在专用展览场馆举办



图 1-10 亚洲航空展——新加坡樟宜展览中心室外场馆