

商品展览

设计精华

SELECTED
DESIGNS OF PRODUCT
EXHIBITION



DESIGN

DESIGN

商品展览设计精华



黑龙江科学技术出版社

商品展览设计精华

SHANGPIN ZHANLAN SHEJI JINGHUA

责任编辑:肖尔斌 封面设计:刘道毅 版式设计:徐志谦

黑龙江科学技术出版社 出版 (哈尔滨市南岗区建设街41号)
新华书店上海发行所 发行 (上海市四川中路133号)
辽宁美术印刷厂 印刷 (沈阳市皇姑区北陵大街17号)

787×1092 毫米 16开本 12印张
1998年4月第2版 1999年4月第2次印刷
印数:2 001—4 000 定价:60.00元

ISBN 7—5388—3281—5/TU·241

前 言

在设计领域中,展览设计因其独特的内容和形式而成为一项独立的设计职业。在当今的商品大潮中,引起越来越多的人的兴趣和关注。的确,展览设计不同于一般的设计作品,它的艺术性远不及商业性,它是一种商业环境的创造,是商品经济条件下市场竞争的工具。

展览设计的特征表现在:

①设计中注入商业信息的多少,质量的纳氏,直接影响展览会的成功与否;②在商业展览设计中过分追求设计技巧会直接影响展览会目的的表现;③展览设计是创造销售环境而不仅仅是艺术设计。

展览设计也有自己独特的设计特点:

①为参观者提供简洁、方便的观赏路线;②传递顾主的市场意愿;③具有引人注意,简单的视觉形象;④既与整体气氛协调,又有其独特的设计构思;⑤能使参观者容易理解;⑥具有零售商品的贮藏空间;⑦清晰表达展览会举办者的意图;⑧不仅仅是创造美丽的外观而不抓住市场机遇,树立企业形象。

很难说展览设计对展览会的成功有多大影响,但目前能肯定的是好的展览设计有助于达到展览会的预期目的。展览设计应是经济、有效、安装方便,逻辑性强,并能引起人们的注意力。

好的展览设计,无论其规模大小,必须具有商业意识——能完善、准确地传递企业与展览商品的所有信息。因此展览设计者必须做到:

(1)理解举办展览会的目的,如果展览会的目的尚不明确的话,设计得应与举力者积极合作,共同商讨,明确目的,以便在设计中准确表达意图和传递信息。

(2)舍行花费时间和精力去理解产品特点、生产情况市场发展、况能力等一切信息,这样才能使展览设计有利于对企业的整体表现,而不仅是商品本身。

(3)设计者还要抓住顾主的心态,所他们的想法和需求通过设计表现出来。

此外,设计者还要具有空间设计,产品设计与图示表达,结构和材料方面的知识。

应该指出的是,展览设计不是个人的创作活动,而是集体智慧的结晶,整个设计过程需要紧凑,融洽的合作关系。包括与企业、顾客、展览举办者,专业人员,甚至制作人的合作。

为此,我们选编了《商品展览设计精华》一书,旨在使那些富有远见的商品展览设计者尽快了解世界商品展览设计发展的现状和趋势;为广大商品展览设计者提供当代世界最新信息和资料,进而推动我国商品展览事业的发展。

编 者

目 录

第一章	小型展览	5
第二章	中型展览	51
第三章	大型展览	105
第四章	多层展览	165

商品展览设计精华

黑龙江科学技术出版社

商品展览设计精华

SHANGPIN ZHANLAN SHEJI JINGHUA

责任编辑:肖尔斌 封面设计:刘道毅 版式设计:徐志谦

黑龙江科学技术出版社 出版 (哈尔滨市南岗区建设街41号)
新华书店上海发行所 发行 (上海市四川中路133号)
辽宁美术印刷厂 印刷 (沈阳市皇姑区北陵大街17号)

787×1092 毫米 16 开本 12 印张
1998 年 4 月第 2 版 1999 年 4 月第 2 次印刷
印数:2 001—4 000 定价:60.00 元

ISBN 7—5388—3281—5/TU·241

前 言

在设计领域中,展览设计因其独特的内容和形式而成为一项独立的设计职业。在当今的商品大潮中,引起越来越多的人的兴趣和关注。的确,展览设计不同于一般的设计作品,它的艺术性远不及商业性,它是一种商业环境的创造,是商品经济条件下市场竞争的工具。

展览设计的特征表现在:

①设计中注入商业信息的多少,质量的纳氏,直接影响展览会的成功与否;②在商业展览设计中过分追求设计技巧会直接影响展览会目的的表现;③展览设计是创造销售环境而不仅仅是艺术设计。

展览设计也有自己独特的设计特点:

①为参观者提供简洁、方便的观赏路线;②传递顾主的市场意愿;③具有引人注意,简单的视觉形象;④既与整体气氛协调,又有其独特的设计构思;⑤能使参观者容易理解;⑥具有零售商品的贮藏空间;⑦清晰表达展览会举办者的意图;⑧不仅仅是创造美丽的外观而不抓住市场机遇,树立企业形象。

很难说展览设计对展览会的成功有多大影响,但目前能肯定的是好的展览设计有助于达到展览会的预期目的。展览设计应是经济、有效、安装方便,逻辑性强,并能引起人们的注意力。

好的展览设计,无论其规模大小,必须具有商业意识——能完善、准确地传递企业与展览商品的所有信息。因此展览设计者必须做到:

(1)理解举办展览会的目的,如果展览会的目的尚不明确的话,设计得应与举力者积极合作,共同商讨,明确目的,以便在设计中准确表达意图和传递信息。

(2)舍行花费时间和精力去理解产品特点、生产情况市场发展、况能力等一切信息,这样才能使展览设计有利于对企业的整体表现,而不仅是商品本身。

(3)设计者还要抓住顾主的心态,所他们的想法和需求通过设计表现出来。

此外,设计者还要具有空间设计,产品设计与图示表达,结构和材料方面的知识。

应该指出的是,展览设计不是个人的创作活动,而是集体智慧的结晶,整个设计过程需要紧凑,融洽的合作关系。包括与企业、顾客、展览举办者,专业人员,甚至制作人的合作。

为此,我们选编了《商品展览设计精华》一书,旨在使那些富有远见的商品展览设计者尽快了解世界商品展览设计发展的现状和趋势;为广大商品展览设计者提供当代世界最新信息和资料,进而推动我国商品展览事业的发展。

编 者

目 录

第一章	小型展览	5
第二章	中型展览	51
第三章	大型展览	105
第四章	多层展览	165

第一章 小型展览

小型展览对于设计者来说是一个特殊的挑战。因为它通常是为较小的公司设计，其资金有限，展品不很讲究，它们预算较低，提出的要求又较高，有时是不现实的。同时它必须与那些较大的公司竞争，最大限度地吸引参观者的注意。

这一章的设计具有一些共同的特点，就是大部分都基于一个单纯的有生氣的主题，设计者采用各种建筑材料、图解、灯光等，运用不同的设计手法来创造引人注目的展示空间。这些展览是可变的，在各种商品陈列和贸易展览中都适用。



设计表达了展览主办者全部的构想。标题、画面和图示能够很容易的更换。另外，中心部分可以单独立在3米的空间里，两侧耳房一起形成另一个3米的展览。



简洁的造型，构件能更加突出展品主题。



为了展示专用设备工业，专卖它的专门技术，这家公司采用了质朴的设计。

这个展览最突出的部分是一个大的航空舰的部分模型。





这个展览利用垂直的百叶窗作为后面的背景，将贮藏空间遮挡起来。

通过照片将小产品逼真地放大许多倍，可使小产品引人注目。



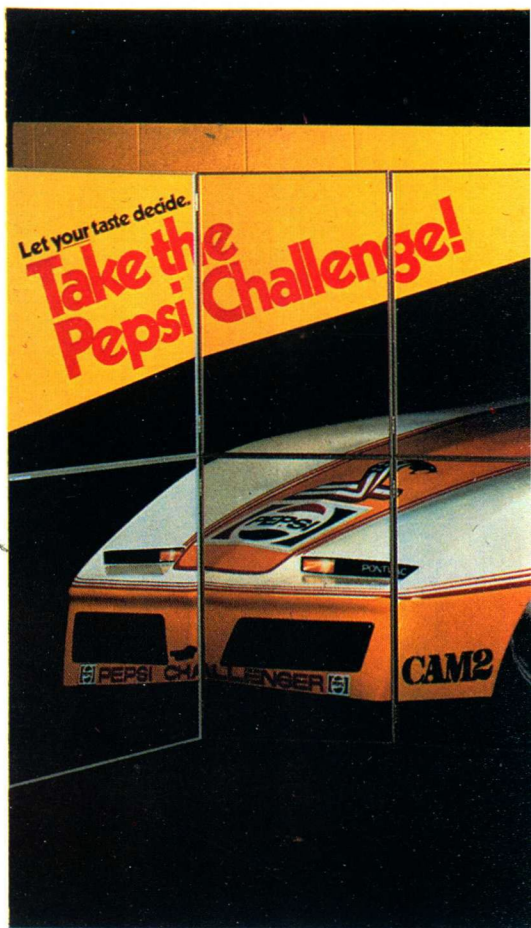
在这个很小的空间内，利用光泽度高的层压板和明亮的镀铬材料来体现时代气息。



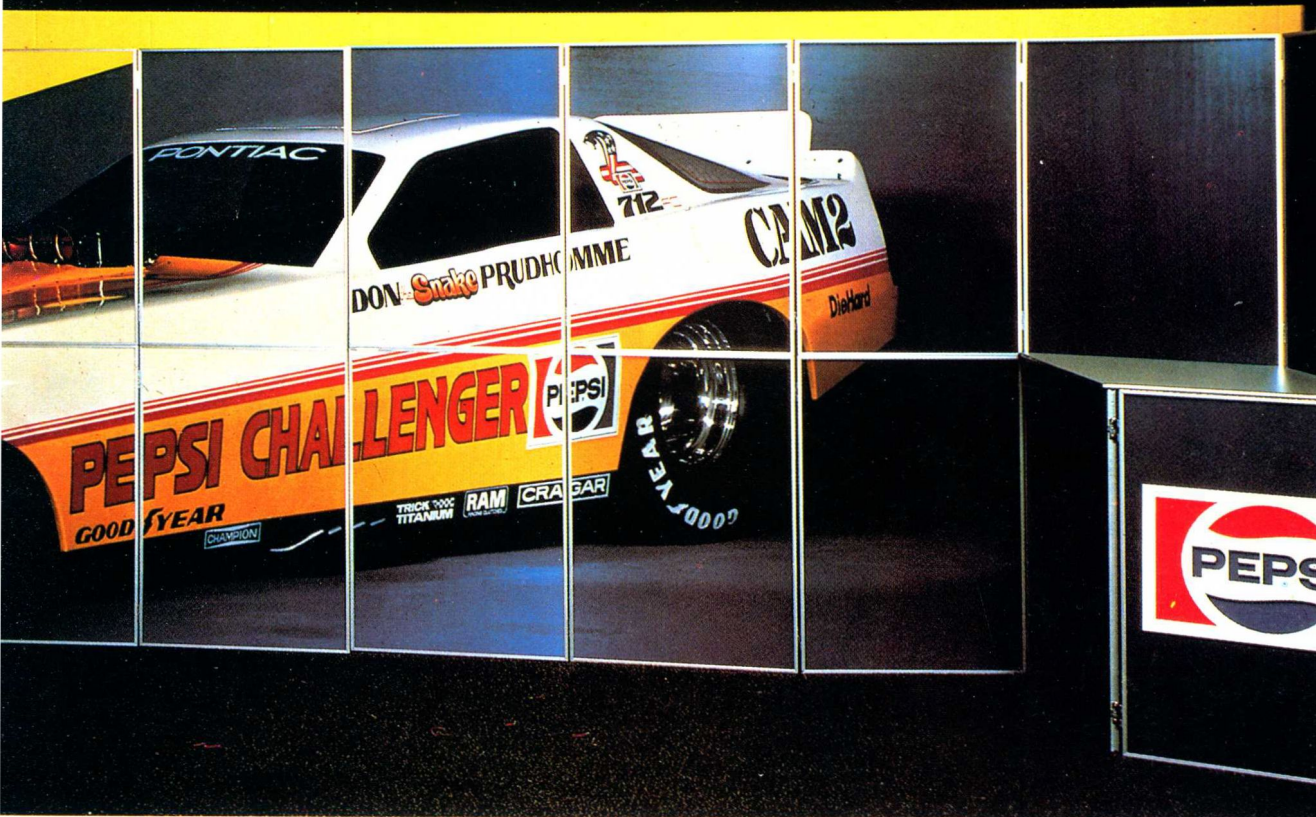
背景墙上的大字标题是根据参观者的兴趣专门设计的。



这是一种能快速拆装的背景，它适用于那些经常被放在不同地方的展览。



这组4.6 米长的展板上贴满各种图片，其中用球形灯着重强调两处。





强烈的画面引人注目，木纹理提供了适宜的气氛。圆柱为路过的人提供电视演示，而且也有储藏空间。

这个设计说明了怎样利用模块展览系统创造奇特的设计。甚至连瀑布都完全用模块构成。

