

童小明
李女仙
编著

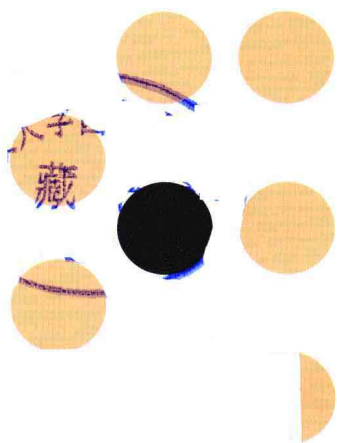
Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

会展空间设计



Exhibition
Space
Design

CBS 湖南美术出版社



Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

会展空间设计

Exhibition Space
Design

编著：童小明
李女仙

图书在版编目 (CIP) 数据

会展空间设计 / 童小明, 李女仙编著. — 长沙: 湖南美术出版社, 2013
广州美术学院艺术设计教程
ISBN 978-7-5356-6135-7

I. ①会… II. ①童… ②李… III. ①展览会—空间设计—高等学校—教材 IV. ①TU242.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第046311号

Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

会展空间设计

出版人: 李小山
编 著: 童小明 李女仙
责任编辑: 莫宇红
特约编辑: 欧阳玺
责任校对: 黎 平
整体设计: 戴 宇
版式设计: 童小明
出版发行: 湖南美术出版社
(长沙市东二环一段622号)
经 销: 湖南省新华书店
印 刷: 长沙天涯彩印包装有限公司
(长沙市雨花区环保中路188号国际企业中心
2栋A座102室)
开 本: 889×1194 1/16
印 张: 8.25
版 次: 2013年3月第1版
2013年3月第1次印刷
印 数: 1—3000册
书 号: ISBN 978-7-5356-6135-7
定 价: 49.50元

【版权所有, 请勿翻印、转载】

邮购联系: 0731-84787105 邮编: 410016

网 址: <http://www.arts-press.com/>

电子邮箱: market@arts-press.com

如有倒装、破损、少页等印装质量问题, 请与印刷厂联系调换。

联系电话: 0731-88738885

设计的发展一般与社会文化、科学技术的发展及时尚潮流的变化同步，因此，设计教育总是处在动态的发展之中。现代设计不仅要满足人们生活的需求，同时还引导着社会文化的潮流。功能性和超前性作为设计的双重性质，往往让高等设计教育显得滞后。如何培养学生，使之既能够适应社会的需求，又能够在未来的设计中获得可持续的发展，甚至成为引导设计潮流的新一代设计人才，是高等院校设计教学必须面对的问题。

完整的教学体系离不开明确的培养目标和科学的课程大纲。课程是设计教学的核心内容，无论是充满理想的教学目标还是庞大的教学体系，最终还是靠一个个具体的课程来完成。现代意义上的设计教育一般认为从20世纪初德国的包豪斯开始，包豪斯设计教学课程体系中最闪亮之处就是它的实践性，即培养学生动手的能力。本套教材的特色正是基于课程的实验性和现场感，通过基础理论的引导，注重课程内容和课程方法的创新。课程内容的创新主要是为了适应社会的需求、学科的发展；课程方法的创新则更加注重培养学生的创意能力和解决问题的能力。一些比较成熟的设计课程中，基础理论相对稳定，课程创新也就更多地体现在设计案例、作业练习、评判标准等方面的改革上。尤其是设计练习，我们更提倡的是加强设计过程的教学，而不是孤立地看设计的结果，过程往往能培养学

Preface

序：课程创新与创新课程

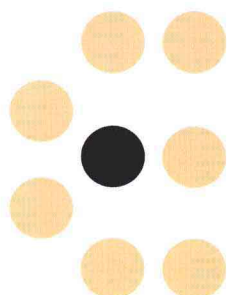
生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

作为设计教学的设计者，我们不仅要求课程在教学过程中的创新，还要求设置创新的课程。创新课程既是对原有课程体系的更新和完善，同时又是在设计行业发展的迫切要求下，在不同学科的交叉过程中，为充实学生的知识结构而做的课程结构调整。当然，创新课程对教学的决策者或执行者无疑都是一个残酷的挑战，它意味着对原有课程的革命，直接涉及对原有部分课程的扬弃。但是，既然我们都认可设计是在动态中不断发展的学科，那么，我们也就应该充分认识、理解、适应和把握设计教学的持续性和它的开放性，不断创新，才能逐步形成相对完善和稳定的设计教学体系和教学模式。

本套教材着眼的是课程的建设与创新。首先强调课程自身的完整，并不将课程片面局限在某一个专业的范畴，而是使课程具有设计学科内部各专业之间的共享性；第二，强调教材的现场感，作者都是处在教学第一线的教师，教材中有大量设计作业案例的过程分析，内容更加贴近学生，更容易为学生所接受，让学生在教学过程中具有参与性；第三，强调教材的基本信息构成，将课程的基础知识与专业设计的应用技能结合，保证学生未来发展的可持续性。事实上，本套教材涵盖的课程较多，每个课程基本上按照课程的教学特点编写，体现出了作者的探索精神。我们期望各院校的教师、学生给予更多的教学反馈意见，使这套教材进一步完善。

吴卫光

2009年6月18日于广州美术学院



Contents

目录

前言	4
第一章 会展的历史与现状	6
第一节 会展的起源	7
第二节 会展的发展	9
第三节 会展的现状	11
第二章 会展与会展设计	15
第一节 会展的含义	16
第二节 会展的特点和作用	17
第三节 会展设计的学科性质	18
第四节 会展设计的分类	24
第三章 会展空间的结构与形态	28
第一节 建筑结构的分类及其发展	29
第二节 结构在会展空间中的应用	41
第四章 会展空间的构成要素与原理	48
第一节 空间的基本概念	49
第二节 空间的形态要素	50
第三节 空间限定的方式与意义	55
第四节 空间限定的多样性	61
第五节 会展空间的形式与组合	64
第六节 会展空间的形式与原理	70
第五章 会展空间的规划与组织	76
第一节 会展空间的策划	77
第二节 会展场地	82
第三节 会展空间的分类与功能配置	84

第四节	会展空间的动线构成形式和意义	86
第五节	会展空间的展示方式	92
第六节	会展空间的意义	96

第六章 会展空间的材料与道具 100

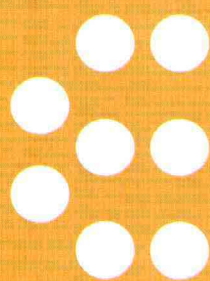
第一节	材料的种类和性能	101
第二节	材料的性情与应用	109
第三节	展示道具和结构	111

第七章 会展空间设计案例分析 119

案例一	2010年上海世界博览会丹麦馆	120
案例二	科普教育巡回展	122
案例三	沃尔福斯堡汽车城公司会展	124
案例四	法兰克福国际汽车展	126

参考文献 127

后记 128



前言

展示设计是一门多学科、交叉性极强的设计学科，涵括了建筑设计、室内设计、工业设计、平面设计、动漫设计、舞美设计等设计学科，涉及传播学、心理学、行为学、市场学等学科理论。主要的设计类型有博物馆、展览馆、科技馆、纪念馆、艺术中心、博览会、展览会、品牌店等展示设计。其中以博览会、展览会为主要内容的会展设计随着国民经济的发展和进步，社会需求日增。会展设计在促进国民经济繁荣的同时，其自身逐步发展成为一门独立的专业学科，国内许多高校相继开设了会展设计、会展管理与策划等专业，但会展设计的专项教材较少，大多分列在展示设计教材的章节之中，而且案例介绍居多，阐述方法和原理较少。基于以上情况，本书针对设计院校学生知识基础点，在会展设计的内容介绍上立求系统深入，侧重会展空间设计原理和方法的阐述。

会展设计一般分为商业类和非商业类两大类型。商业类是指产品展销会、商品促销会、产品博览会等设计；非商业类是指有关文化、政治、经济、政策等方面的思想和观念的推广和宣传的设计，如世界博览会、艺术巡回展、教育宣传展等。两个类型的设计在内容和目标上有较大的差别，但共同点均是以信息传播为目的，以空间为物质和精神载体。

会展设计涵括了空间、色彩、照明、材料、道具、影视、文编、图形等设计要素，空间是会展设计中最基本的要素之一。会展设计范畴中的空间概念不仅具有室内设计、建筑设计范畴的空间概念所具有的共性，而且更具空间多元的特点，它既为人们活动提供物质场地，又能承载信息，促进与观众精神层面上的交流，

空间在塑造形象、营造场所气氛、传播主题信息上发挥着至关重要的作用。

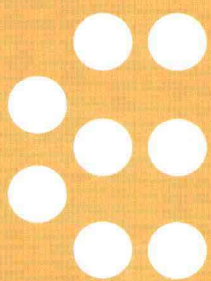
本书以空间为主线，注重会展空间要素的剖析和分解以及原理和方法的探究，关注空间的形式受哪些因素的影响，它们之间的内在关系，以及如何从这些因素出发探索空间形式的发生和发展过程。为了便于学生更好地理解 and 掌握会展空间的设计，首先从概念、原理和方法入手，然后纳入功能、结构、技术、材料等要素，建立起基本的空间设计框架，使学生明白和理解会展空间的生成是各种因素相互作用、平衡的结果，逐步掌握会展空间设计的构建方法，找到会展空间设计的规律和路径，并结合展示内容、受传对象、场地条件、经济和文化等因素富于创意地进行会展空间的设计。

为了突出会展空间的概念和原理，本书重视设计过程的图解而非设计结果的表达，引用的设计实例有些是以黑白插图的形式来呈现，目的是为了排除结果对过程的干扰，重在表达和诠释插图所体现的概念和原理，以此期望和推动学生去发现、分析、思考、探索 and 体验这些原理和方法，并在设计过程中使用这些原理和方法，最终能转译成实用的，含义丰富的空间形态和结构形式。

会展空间的设计是一个逻辑的过程，希望通过本课程的学习使学生或设计师的空间创造能力的培养经由逻辑性的教学操作得到提高。

童小明

2012年9月于广州美术学院



第一章 会展的历史与现状

会展历史久远，其产生和发展受到社会政治、经济发展的影响，是随着社会生产力的发展而形成并发展起来的。会展最早萌芽于原始社会时期的物物交换，随着社会经济的发展和社会分工的不断扩大，产品越来越丰富，偶然性的交换逐渐发展成为有固定时间和固定地点的交换，于是传统形式的会展——集市产生了。第二次世界大战之后，会展活动进入了一个新的发展时期，即形成了现代意义上的会展。

第一节 会展的起源

在原始社会，由于自然资源分布不均以及各原始共同体之间生产技术存在着很大的差别，使得原始共同体之间的交换成为必然。尤其是在原始社会末期，人类社会大分工的发展和扩大，形成了专门从事农业生产、手工生产和畜牧业生产的部落。这些部落之间为获得所需的物品，在部落之间的边界上，便开始了经常性、习惯性的物物交换，这种交换的地点不固定，也不定期，规模很小，只是偶然的临时性交易，但它已经具备了展示的基本特征：即“示”和“摆”。同时，社会大分工的发展，畜牧业、农业和手工业的分离，尤其是青铜工具和铁制工具的使用，促进了商品生产和交换的发展，为大规模的物质文化交流活动提供了可能，从而为传统形式的会展——集市的产生打下了基础。

中国集市历史悠久，在古代，集市是市、集、庙会等多种市场形式的统称。在中国，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。

在古代农村，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，草市遍布各地城郊。在北宋苏轼有“春江围草市”，南宋陆游有“草市寒沽酒”的诗句。

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。在中国，庙会的历史悠久，在唐朝已流行，宋朝继之，明、清盛行。最初，在宗教节日，寺庙及祭祖场所因有许多人求神拜佛，一些小生产者、商贩便借此集会兜售香火、供品等产品。后来，逐渐百货云集，成为比一般集市规模更大、货物更多的大型集市。由于这样的集市是因宗教事件并在宗教场所产生、发展起来，因此一般称为庙会，也称庙市。庙会作为商品交换形式，对促进商品流通，沟通城乡联系，具有重要的历史作用。中国历史上与其他国家或民族开展贸易而设的市场称互市，也称通关市、榷场。据“兮甲盘”铭文记载，西周与南



图 1-1 欧洲集市上的手工业者

淮夷做买卖而设互市。古代的互市大都在官府的控制之下,并有专职官员——市监。互市中以马市(官府用金、银、帛、茶、盐等物与边境外的民族如突厥、回、满、蒙等换马的集)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。

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。

在欧洲,“集市”一词源于拉丁语中的 FERIA,是宗教节日(HOLY DAY)的意思。这表明那时往往选择某一个宗教节日组织集市。在德语中,“集市”取自拉丁语中的集会一词,意思是群众集聚在一起进行某种活动。欧洲集市形成于9世纪,11~12世纪达到鼎盛时期。欧洲集市的规模比较集中,举办周期比较长,功能齐全,具有零售、批发、国际贸易、文化娱乐等功能。

欧洲的集市最早出现在希腊。希腊最初的集市是交换、买卖奴隶的集市。到了古奥林匹克时期(公元前700~800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



图 1-2 英国曼彻斯特的集市

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,把罗马集市带到欧洲其他地区。(图1-1)

到中世纪,欧洲一些国家都有官府控制、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、仲裁等功能。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,其中巴耳、拉尼、普罗文斯和特啦每年各有2个集市。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,杂货集市和马匹及其他兽类的集市。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。到了第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报告,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(图1-2)、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。

到了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。

第二节 会展的发展

进入工业社会后,经济的迅猛发展,产品的批量化、商品化,人们迫切需要商品的信息交流。随着科学技术的进步,社会生产力的发展,小规模的商品展销和广告宣传已不能满足商品的流通和需要,展览会的规模也逐步扩大,参展的地域范围从一地扩大到全国,由国内延伸到国外,直至发展成为由许多国家参与的世界性博览会。采用大规模的场地,集各类产品的博览会应运而生。

1640年开始的工业革命推动了欧洲经济的发展,人类社会进入资本主义时代,商品经济成为占统治地位的经济形式。与此相适应,近代会展的典型形式——宣传性工业展览会产生了。

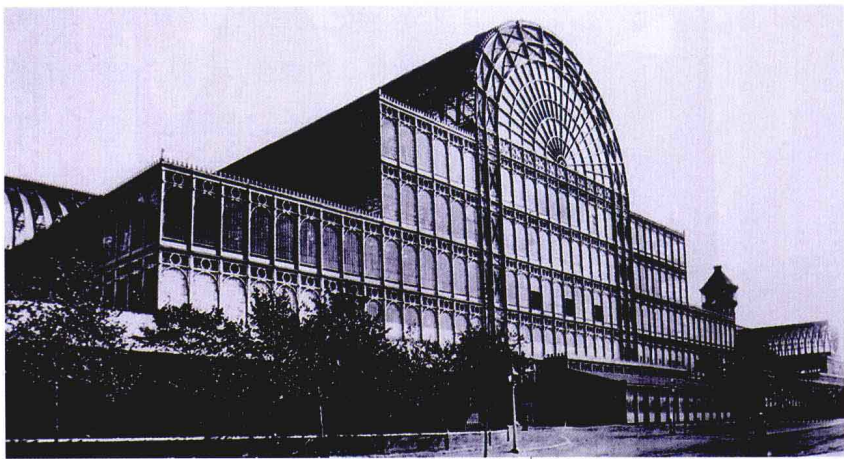


图 1-3 水晶宫

到了17世纪,欧洲的一些集市开始向专业化方向发展,侧重突出某方面的功能。工业革命后,集市的作用逐渐缩小。一些集市为了适应工业发展的需要而转变为样品博览会。1667年,法国举办了世界上第一个艺术展览会,1789年,法国举办了工业产品大众展,这是世界上第一个由政府组织的国家工业展览会,欧洲出现了不以交换为目的、纯展示欣赏性质的艺术展和纯宣传性质的国家工业展。其性质和目的是显示成就、促进本国的工业发展。这种展览形式对会展的发展产生了重要影响,但基本没有外国参展者,未能发展成为国际性会展活动。

1851年5月在英国伦敦海德公园举办了首届国际博览会——万国产业成果博览会。展览会建筑采用了规格化、预制化的平板玻璃和钢骨架,通体透明,内部光线充足,被称为“水晶宫”。博览会成为20世纪科学与进步的巨大推动力。(图1-3、图1-4)

1889年巴黎迎来了它的第四届世博会,主题为纪念法国大革命100周年。这一次,法国人创作了“一件能象征19世纪技术成果的作品”:建筑师埃菲尔设计的高达300米的铁塔(图1-5)。



图 1-4 水晶宫室内

1894年,德国莱比锡举办了第一届国际工业样品博览会,表现了会展的市场性和展示性的结合,即以展示为手段,交易为目的,这个博览会被认为是现代会展的最初形式,会展由此走上了规范化、市场化的轨道。

在第一次世界大战到第二次世界大战期间,综合性质的会展迅速发展并成为主导形式,其特点是综合性和区域性。主要表现为,组织者竭力扩大会展规模,尽量吸引所有行业的企业参展;国际性会展活动极少,国家和地区的会展活动占绝大多数。1925年,国际博览会联盟(UFI)在意大利米兰成立。1928年11月,来自法、英、德等31个国家的政府代表在法国巴黎签订了《国际展览公约》。1931年,正式成立了《国际展览公约》的执行机构——国际展览局(BIE)。这一切都为现代会展的产生和发展提供了基础和准备了条件。1939年在法国成立了国际博览局(BIE)。国际博览局是组织协调博览会,决定博览会的地点、规模、时间,通过展览促进世界各国经济贸易关系的国际性组织。

1923年夏,德国举办的“包豪斯展览”

集中体现了对现代艺术和现代设计探索的结果。在整个展览会上可以看到学院教学向理性化设计的转变。在这个全称为“艺术与技术,新的统一”的展览会上,展出了大量的产品设计、建筑模型,还有学生的习作,为后来的样品陈列开创出先例。

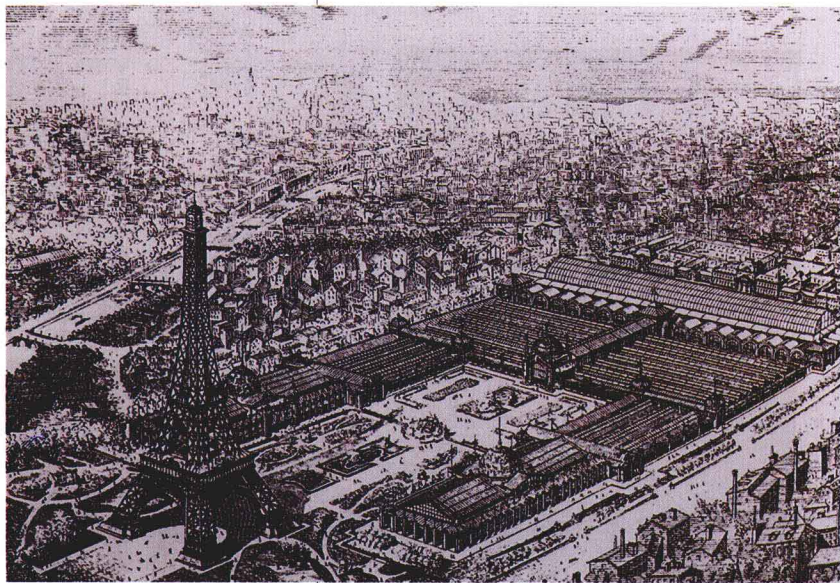
1925年在法国巴黎举办的“世界装饰艺术展览会”,显示出“艺术与手工艺运动”和“新艺术运动”以后西方艺术设计新的进展,标志着“装饰艺术运动”的出现,对后来“装饰艺术运动”的广泛传播起了很大的作用。这次展出影响最大的是大方筒形拱顶,金属框架镶玻璃,上部空间用波浪形的吊挂物做装饰,给人的视觉造成了冲击。

1929年在西班牙的巴塞罗那举办了世界博览会。其中的德国馆建筑(密斯·凡·德罗设计),开创了现代建筑的新纪元。这座展览建筑打破了已往建筑的封闭式格局,具有划时代意义。

1933年,美国为庆祝芝加哥建市100周年,举办了芝加哥世博会。这届世博会的背景是美国从30年代经济萧条中开始复苏。共有47个国家参展,3830万游客参观。这一届世博会有两个独创,成为以后各届世博会的惯例,一是提出了“一个世纪的进步”的主题,从此以后,各届世博会都有确定的主题,二是允许一些大企业设立专馆,如通用、福特、克莱斯勒等汽车公司。这种做法很受企业家和参观者的欢迎,开创了大企业在世博园区内建专馆的历史。

1937年,巴黎举办了主题为“现代世界的艺术和技术”的博览会。毕加索《格尔尼卡》的发表成为大众话题。技术要实际地得到应用这一理论得到认同。展览会

图 1-5 埃菲尔铁塔



上还展示了汽车等交通工具。一种称为综合设计——“高科技”的设计风格得到了人们的喜爱。

1939 年旧金山世博会是第二次世界大战前的最后一次世博会，它有一个热忱的主题：“明日新世界”，相应的，尼龙、录音机、塑料、电视机等新技术产品登台亮相。

1958 年布鲁塞尔世博会是第二次世界大战后的首次世博会，在战争的废墟上，人们不但要重建家园，还要重建自己对进步的信仰。世博会的标志物是一个巨大的原子结构模型，象征着人类安全、和平地应用原子能，这次世博会的主题是“科学、文明和人性”。

1962 年，西雅图举办世纪大博览会。

“宇宙之针”这个象征着宇宙时代的建筑物是这次博览会的特征。这次博览会可以说标志着计算机时代慢慢地到来了。

1964 年，纽约举办世界博览会。初次公布于众的核融合实验成为本次博览会的话题。

1970 年在日本大阪首次举办了世界博览会，体现“人类的进步与和谐”，向观众展示了继东京奥运会之后，日本在各方面的发展和成就。得益于此次博览会，日本在以后 10 年的经济发展中，一直保持强劲势头。（图 1-6~ 图 1-8）

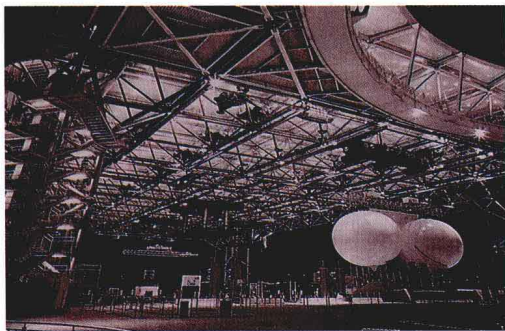


图 1-6 1970 年大阪世博会，丹下健三、矶崎新、黑川纪章联合设计的祭广场。

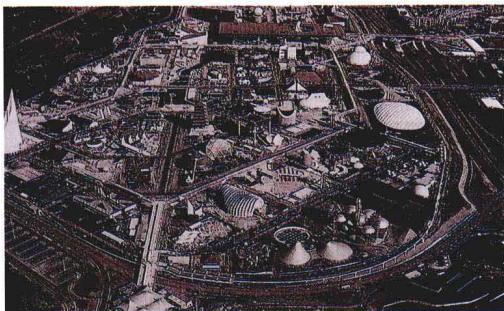


图 1-7 1970 年日本大阪世界博览会会场

1978 年，日本东京举办“世界宇航博览会”。这届博览会首次使用巨幅幻灯片映出“飞在空中”和“我们的行星”等激动人心的大场面图像，取得空前的展示效果。

第三节 会展的现状

20 世纪 80 年代会展业日益发展，德国的汉诺威成了世界产品博览中心，定期举办了世界各种产品类型的展览，如服装、布料、机械、电子日用品、农产品等。

1985 年，在日本的筑波城举办“国际科学技术博览会”。这次博览会的主题是“居住与环境——人类家居科技”。它超越了国家和民族、政治和思想及风俗习惯等方面的界限，显示了以发展为目的的国际性合作日益加强的意向，故被誉为“人类的盛典”。它充分体现了现代科技的进步。

1992 年，是哥伦布发现美洲 500 周年，为此，西班牙政府在塞维利亚举办了世博会，把博览会的主题命名为“发现的时代”。自 90 年代以来，以信息技术为核心的新一轮科学技术革命使世界市场的时空距离大大缩短，为全球贸易的开展提供了更为便捷的手段。网络技术不断完善，网上会展日渐推广，电子商务日益普及。通过国际互联网络，使用虚拟技术组织的虚拟展览会为现代会展的发展注入了新的生机与活力。



图 1-8 1970 年大阪世博会标志性建筑太阳塔

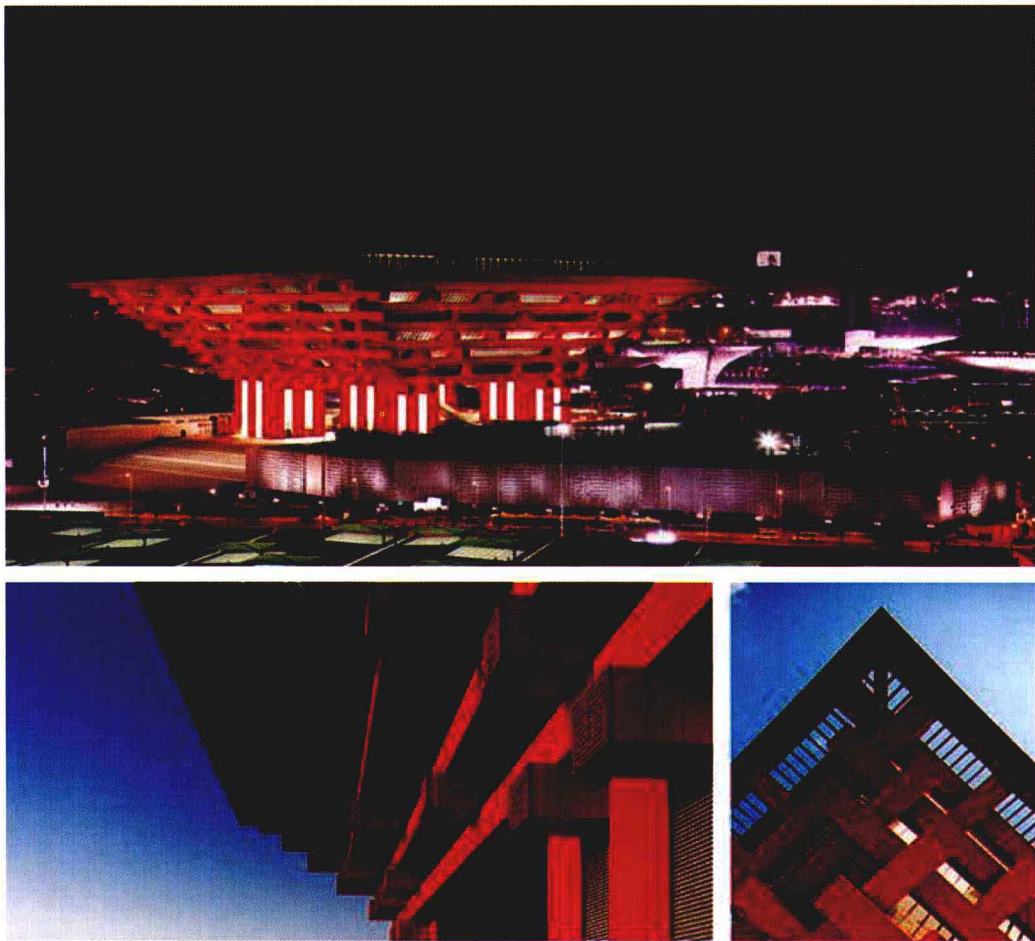


图 1-9、图 1-10、图 1-11 2010 年上海世界博览会中国国家馆

进入 21 世纪，会展设计的理念已经由单纯追求进步的观念逐渐让位于“可持续发展”的理念。

2000 年，汉诺威世博会主题是“人类、自然、技术”，参展国家和组织共计 172 个，为往届世博会参展国家、地区和组织最多的一届。

2005 年，日本爱知县举行的世博会则以“自然的睿智”为主题，强调“重新连接人类和自然，人类和自然牵起手，未来的梦想更辽阔”，组织者试图通过丰富多样的展示，回顾迄今为止人们如何用智慧和科技将渐趋疏远的人类和自然的关系重新连接起来。

2008 年 6 月 14 日至 9 月 14 日，西班牙城市萨拉戈萨举办主题为“水与可持续发展”世界博览会。萨拉戈萨世博会为

各国提供一次展示各自对世界水文化创新贡献的独特机会，主要展出与“水”有关的产品，如水力发电设备、节约用水设备、净化水设备，以及有利于城市可持续发展的淡水处理和循环利用设备等。

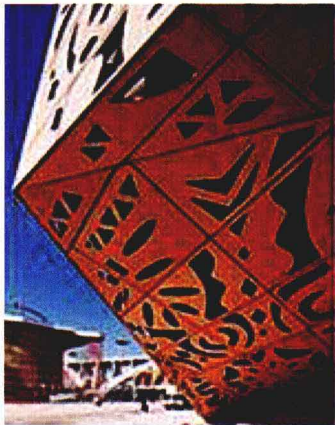
2010 年上海世界博览会是第 41 届世界博览会。于 2010 年 5 月 1 日至 10 月 31 日期间，在中国上海市举行。此次世博会也是由中国举办的首届注册类世界博览会。上海世博会以“城市，让生活更美好”（Better City, Better Life）为主题，超越 7000 万的参观人数也创下了历届世博会之最。（图 1-9~ 图 1-11）

世界博览会是促进世界性经济贸易和科学文化交流的大型展示活动，是展示各国最新科技、文化、经济和发展的最好机会（图 1-12、图 1-13）。世博会展示出

历届主要世博会及其主题一览表

举办年份	博览会名称	国家	举办地	主 题
1851	万国工业博览会	英国	伦敦	1933 年美国芝加哥世博会是历史上第一个确定主题的世博会，此前历届世博会均无主题。
1853	纽约世界博览会	美国	纽约	
1855	巴黎世界博览会	法国	巴黎	
1862	伦敦世界博览会	英国	伦敦	
1867	巴黎世界博览会	法国	巴黎	
1873	维也纳万国博览会	奥地利	维也纳	
1876	费城世界博览会	美国	费城	
1878	巴黎世界博览会	法国	巴黎	
1889	巴黎世界博览会	法国	巴黎	
1893	芝加哥世界博览会	美国	芝加哥	
1900	巴黎世界博览会	法国	巴黎	
1904	圣路易斯世界博览会	美国	圣路易斯	
1915	巴拿马太平洋世界博览会	美国	旧金山	
1926	费城世界博览会	美国	费城	
1930	列日产业科学世界博览会	比利时	列日、安特卫普	
1933-1934	芝加哥世界博览会	美国	芝加哥	一个世纪的进步
1935	布鲁塞尔世界博览会	比利时	布鲁塞尔	殖民、交通及电力
1937	巴黎世界博览会	法国	巴黎	现代世界的艺术和技术
1939	旧金山世界博览会	美国	旧金山	明日新世界
1958	布鲁塞尔世界博览会	比利时	布鲁塞尔	科学、文明和人性
1962	西雅图 21 世纪世界博览会	美国	西雅图	太空时代的人类
1964-1965	纽约世界博览会	美国	纽约	通过理解走向和平
1967	蒙特利尔世界博览会	加拿大	蒙特利尔	人类与世界
1968	圣安东尼奥世界博览会	美国	圣安东尼奥	美洲大陆的文化交流
1970	日本世界博览会	日本	大阪	人类的进步与和谐
1975	冲绳海洋博览会	日本	冲绳	海洋——充满希望的未来
1982	诺克斯威廉国际能源博览会	美国	诺克斯维	能源——世界的原动力
1984	新奥尔良国际河川博览会	美国	新奥尔良	河流的世界——水乃生命之源
1985	国际科学技术博览会	日本	筑波	居住与环境——人类家居科技
1986	温哥华国际交通博览会	加拿大	温哥华	交通与运输
1988	布里斯班世界博览会	澳大利亚	布里斯班	科技时代的休闲生活
1990	国际花与绿博览会	日本	大阪	人类与自然
1992	塞维利亚世界博览会	西班牙	塞维利亚	发现的时代
1992	热那亚国际船舶与海洋博览会	意大利	热那亚	哥伦布——船与海
1993	大田世界博览会	韩国	大田	新的起飞之路
1998	里斯本国际博览会	葡萄牙	里斯本	海洋——未来的财富
1999	昆明世界园艺博览会	中国	云南	人与自然——迈向 21 世纪
2000	汉诺威世界博览会	德国	汉诺威	人类、自然、技术
2005	爱知世界博览会	日本	爱知县	自然的睿智
2008	萨拉戈萨世界博览会	西班牙	萨拉戈萨	水与可持续发展
2010	上海世界博览会	中国	上海	城市，让生活更美好
2012	丽水世博会	韩国	丽水	生机勃勃的海洋和海岸
2015	米兰世博会	意大利	米兰	给养地球，生命的能源

图 1-12、图 1-13 2010 年
上海世界博览会波兰馆



人类对未来世界的畅想，一方面是人类面对的各种现实和大自然的挑战推动我们在思考中寻找新的出路，另一方面是人类的创造能力和科技的飞速进步向世界展现通往未来的路径。近年来，我国的会展业发展迅速。为了增加国际商品交流，我国以广交会为龙头带动了一大批地域会展活动的开展（图 1-14、图 1-15）。特别是进入 20 世纪 90 年代以后，会展业的发展焦点开始转向亚洲和中国，尤其是 2008 年奥运会和 2010 年世博会在中国的成功举办，促进了会展业在中国的迅速发展，也给会展设计人员提供了极大的发展空间和发展全景。中国会展业以年均 20%~30% 的超常速度成长，人才需求以每年 10% 的速度递增。作为朝阳产业，中国会展业的迅速崛起让世界刮目相看。1997 年，中国内地全年举办的各类展览会数量第一次达到 1000 个，短短 10 年，这一数字在 2006 年跃升至 3800 个。德国、美国等世界前 10 名的国际展览公司都不同程度地参与了



图 1-14、图 1-15 第七届广州
国际汽车博览会



中国的会展市场，中国的展览馆的数量和规模都堪称领先世界。

市场占有率，形成了展览公司集团化的趋势。全球闻名的展览公司——英国励展集团，1999 年以 3.6 亿英镑收购了博闻集团欧洲公司。2000 年励展集团又投资伦敦 Excel 展览中心，成为股东之一，并收购了新加坡亚洲宇宙中心 50% 股权。现代会展向品牌化方向发展。国内外成功的大型会展表明，展会的核心竞争力不在于价格和眼前的利益而在于品质、信誉和影响。按国际博览会联盟（UFI）规定的注册标准，展出面积需在 2 万平方米以上，国际化达 20%，海外观众达 4%。目前，被 UFI 接纳为成员的展览会共有 512 个。这些品牌会展不仅影响着本国的会展业发展，也对世界会展经济的发展有着不可低估的作用。现代会展呈投资贸易、展示洽谈、推介咨询、高层论坛、文化交流五位一体的发展趋势。现代会展的内涵把展、会、演、节、赛一起纳入会展经济的范畴，并同旅游业有机地融为一体，使得现代会展的内容更为丰富。现代会展业推动城市向国际化发展，体现了城市综合竞争力和综合实力。现代会展业引领着商品流、物资流、信息流、资金流。会展业的发展必将推动一个城市或地域的经济增长。