

International Trade Centre
UNCTAD/WTO

展台设计



林宁 编译

中国国际贸易促进委员会

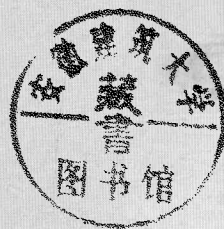
CHINA COUNCIL FOR THE PROMOTION
OF INTERNATIONAL TRADE



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

展台设计

林 宁 编译



中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

展台设计 / 林宁编译. — 北京: 中国商务出版社,
2005.5

ISBN 7-80181-308-1

I.展… II.林… III.展览会 - 陈列设计
IV.J525

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 113341 号

展台设计

林 宁 编译

中国商务出版社

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010-64245686 (编辑室)

010-64220120 (发行二部)

E-mail: cctpress@cctpress.com

网址: www.cctpress.com

新华书店北京发行所发行

北京千鹤印刷有限公司印刷

787 × 1092 毫米 16 开本

13.125 印张 319 千字

2005 年 6 月 第 1 版

2005 年 6 月 第 1 次印刷

印数: 3000 册

ISBN 7-80181-308-1

F · 741

定价: 150.00 元 (含盘一张)

前 言

在很多地方和行业，贸易展览会和博览会（以下简称“展览会”）是最重要的、成本效益最好的开拓市场、促进销售的手段。因此，贸易促进机构和企业越来越多地参加展览会。通过提高展览设计和布置水平，展出者可以获得更好的展出效果和效益。

展览设计是非常专业的技术，但是这方面的教育和培训还很缺乏。许多设计人员没有机会接受专门的展览设计教育或培训，也没有机会考察国内外好的展览会。本书的主要目的是提供展览设计的专业培训素材。展览设计可以理解为展览会所有的相关设计，是一个整体概念。展览设计中最大量的工作是展台设计，展台设计主要从展出者角度出发，可以理解为展台的所有相关设计。展出者可以是一个单独的公司，也可以是由多个公司组成的集体；展台可以是一个9平方米的标准展台，也可以是一个上千平方米的综合展台。本书主要讲述展台设计，包括个体展台和集体展台的设计。

本书可以供展览设计教育和培训机构使用，也可以供已有一定设计基础的人员自学，并可以供展览设计管理人员、展览施工监理人员以及展览项目管理人员阅读。这些管理人员本人可能并不做设计工作，但是通过阅读，可以提高对展台设计工作的认识，以及对展台设计技术的了解，从而更有效地利用、管理展台设计工作，并使展台设计更好地为展出目的、展出任务服务。

本书提及展台设计技术的各个方面和展台设计的各种因素，并讲述这些技术和因素对表现展出目的的效果和作用。本书旨在提

高读者的展台设计能力和对展台设计效果的判断能力。具体而言, 本书的目的是 ①提高展览设计人员的技术水平, 加强设计人员的展览工作整体观念, 进而使设计为展览整体目标服务; ②提高展览设计管理人员对展台设计好坏的判断能力, 以及对展台设计效用的理解, 使展台设计管理者能够挑选更好的设计人员, 并使设计人员做出更好的设计方案。

展出成功有很多因素。其中展台设计及展品展示是关键因素之一。很明显, 没有吸引力的、丑陋的展台只会给参观者留下不好的印象, 并可能使展台难以有效地开展贸易和推销工作。有吸引力的展台效果正好相反。当然, 展台设计还有一些其他因素会影响展台的效果, 比如展台功能是否完善, 展台人员是否能与参观者恰当地交谈, 展台能否展示出产品的优势等等。

展台设计对展出效果起着非常重要的作用。展台设计这项工作并不像很多人想象的那么简单。展台设计人员的责任不仅仅是设计出漂亮的展台, 更重要的是设计出使展出者能达到其展出目的展台。展出者的展出目的因展览会不同而不同。同时, 不同展出地的地理环境、经商习俗和文化背景也不同。设计人员必须考虑所有这些因素, 另外还必须在有限的预算内, 做出最好的设计方案。

此外, 展台设计人员需要与各有关方充分沟通方可能将设计工作做好。首先, 展出者应有人将展出的各方面要求详细地向设计人员说明、交待; 其次, 展出者还应指定人员支持、配合设计人员。这通常是客户经理或展览项目经理的工作。而客户经理或展览项目经理应该向设计人员说明展出目的和目标提供设计人员为做好设计工作所需的资料和信息, 并能够预测和理解设计人员的困难和局限。

设计是一门视觉学科, 因此, 本书将使用很多照片, 显示好的和不好的展台设计及展台布置。

设计基本上是一个实用而不是学术的专业，因此，建议读者在使用本书过程中，尽量多花些时间做设计练习。

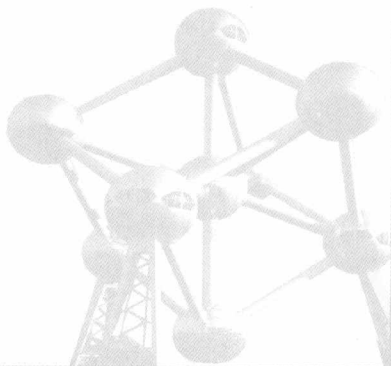
如果读者有条件，可以安排实地考察一些高档次的展览会。结合本书所讲述的技术，并围绕所要求的练习，观摩展览会上的展台设计。

本书根据国际贸易中心（联合国和世界贸易组织下属机构）的培训材料为蓝本改编而成。中国国际展览工程公司穆华副总经理审阅了本书中文稿，中国国际贸易促进委员会展览部葛杰设计师提供了计算机辅助设计部分的文稿并制作了部分图纸和示意图。

本书的出版工作得到了中国国际展览中心集团的支持。

林 宁

2005 年 5 月 10 日



目 录

第一单元 设计标准	1
1. 介绍	2
2. 展台设计必须考虑展台功能	2
3. 展台设计必须考虑展出目的	2
4. 展台设计的黄金律	8
5. 展台设计的基本步骤	23
第二单元 场地选择	25
1. 介绍	26
2. 场地面积	26
3. 场地位置	29
4. 场地形状及开面	32
5. 场地选择练习	35
第三单元 展台布局	39
1. 介绍	40
2. 基本考虑	40
3. 集体展台	42
4. 单独展台	48
5. 实际布局	51
第四单元 产品展示	65
1. 介绍	66
2. 基本规则	66

第五单元 文图和声像演示 87

1. 介绍 88
2. 文图策划 88
3. 文图应用 91
4. 声像演示 102

第六单元 照明 105

1. 介绍 106
2. 照明种类 106
3. 照明安排 109
4. 照明策划 120

第七单元 色彩 121

1. 介绍 122
2. 色彩选择练习 122
3. 营造整体效果 135
4. 色彩与产品 138
5. 标识与区域 152
6. 基本规则 156

第八单元 展台用品 157

1. 介绍 158
2. 展台用品练习 162
3. 基本考虑 162
- 附录 8.01 展台用品清单 164

第九单元 展架、材料及服务 167

1. 介绍 168

2. 净场地与标准展台	168
3. 组合展架	175
4. 施工材料	180
5. 技术服务	180
附录 9.01 展架规格和展台施工	181
附录 9.02 技术服务	183
第十单元 展台施工	185
1. 介绍	186
2. 展具制作	186
3. 展具运输	187
4. 施工单位	187
5. 施工合同	187
6. 现场监理	188
附录 10.01 展架道具运输	189
附录 10.02 向施工单位介绍情况	190
附录 10.03 监理展台施工	191
第十一单元 设计任务	193
1. 设计任务	194
2. 设计图纸	194
3. 设计手段	195
4. 综合练习	196
附录 11.01 设计任务明细表	204



第一单元 设计标准

一、介 绍

二、展台设计必须考虑展台功能

三、展台设计必须考虑展出目的

四、展台设计的黄金律

五、展台设计的基本步骤

一、介绍

展台设计不是一种纯艺术行为,因此很难制定出一个被普遍认可的评判标准。不同国家、文化和个人的审美观和品味差异很大。

审美观是影响展台设计的重要因素,在有些条件下,是很重要的因素,也有人认为是最重要的因素。正因为审美观这一因素,展台设计并没有成为刻板的标准或单纯的技术,也正因为如此,对于一个展台设计往往会有不同的评价。

即使从技术角度看,对一个设计问题通常也会有一个以上的解决方法。

另外,还必须面对一个“残酷”的事实,也就是设计预算。花更多的钱并不一定能设计出更好的展台,但是,预算多寡往往确实影响设计工作和效果。在评判一个展台设计时,必须考虑这是不是在预算范围内能设计出的最好方案。

综合考虑这些因素,我们就可以明白,在评判一个展台设计时不能过于死板或过于教条。但是,评判展台设计是否成功还是有准则的。这个准则就是:整体展出工作是否成功是评判展台设计是否成功的基本标准。

这条基本准则之外还有几条原则,也被称为“黄金律”。遵循这些原则,设计通常会取得成功。

本书将先围绕设计的基本准则和相应的原则做一些探讨。之后,再讲述设计的操作。

二、展台设计必须考虑展台功能

展台设计的基本准则是:展台必须功能化。展台不仅仅是看的,更重要的是展台要能用。

展台功能的根本要求是:不论在什么情况下,展台设计都必须有助于展出者达到其展出目标。在贸易展览会和博览会上,展出目标通常是商业性的,与商业经营有关。

展台功能的其他要求包括:展台设计要满足展台人员的工作需要。展台人员需要有椅子,以便工作和休息;通常需要一个工作平台;需要一个储存空间等等。实际上,这些需要是与展台商务功能紧密关联的。在舒适、有效的环境中,展台人员的工作效率更高。

三、展台设计必须考虑展出目的

设计人员经常会遇到这样一个问题:展览项目负责人未明确地或未准确地将展出目的传达给设计人员。在实际工作中,这往往可能是展出者本身就没有制定明确的展出目的。

前面已提到,成功的展台设计能够帮助展出者实现展出目的。这就要求设计人员必须在开始设计之前就了解展出目的,根据展出目的和要求来设计展台。如果展览项目负责人未向设计人员说明展出目的,设计人员应当主动询问。在展览工作中,设计人员能够发挥的重要作用之一是促使展览项目组或项目负责人确定展出目的。

展出目的多种多样。展出者可能同时有几个展出目的。如果同一展出项目有几个不同展出目的,它们的重要性应是不同的,应该有主次之分。以下是一些常见的展出目的:

1. 营造良好形象

从商业或纯设计角度看,这个目的不够明确、过于抽象。“良好”可以有很多种解释。展出者都想营造“好”的形象,都想留下“好”的印象,而不会想留下“不好”的形象和印象。但是展出者应当将这一展出目的具体化。比如,将“好”形象具体化为“现代”、“传统”、“乡村”、“工业”、“进步”、“坚实庄重”、“温暖可亲”、“冷峻高效”、“全面”、“友好”、“商业”形象等等。

但是要注意,不论将展出目的如何具体化,都必须与展出者的整体营销战略相关。

2. 向公众直接销售产品
3. 与贸易商签订销售合同
4. 向市场推出新产品
5. 向观众介绍展出者的实力
6. 招商引资
7. 接触新客户并建立关系
8. 会见老客户并加强关系
9. 向展出地旅游行业推销旅游项目
10. 向展出地公众推销旅游项目

不同的展出目的对展台设计有不同的要求。直接零售产品的展台与洽谈贸易的展台有着很大的区别。

以下一组照片说明不同的展台设计适于不同的展出目的:

【插图 1.01】这是西班牙的一家葡萄酒生产商在某食品博览会上的展台。在繁忙的贸易博览会上,这个展台很有效地营造了安详、稳定的气氛。这有助于帮助展出者达到其展出目的:建立高质量葡萄酒生产商的形象。

【插图 1.02】这是某医药技术展览会上英国馆里的一个展位。这个设计也有助于展出者达到其建立形象的展出目的。这个展位的设计效果不同于插图 1.01 所示展台。这个展位与整个英国馆风格一致,冷调、干净、线条简洁,很好地表现出先进技术的形象。

【插图 1.03】这个展出者的主要目的明显是吸引参观者关注其新产品。标牌表明展出者希望建立“技术卓越”的声望,这是展出的另一个目的,但是设计人员却未很好地利用设计各种元素来表达这一目的。

【插图 1.04】很明显,这个展台的主要目的是展示一种产品。展出者可能是想吸引零售商,也可能是想在展台上直接向公众销售。

【插图 1.05】这个展台有着完全不同的目的。它不是宣传某一种产品，而是宣传展出公司的专业技术能力。展台有贸易谈判功能。

【插图 1.06】这个展台看来是用于贸易洽谈，其吸引对象应该也是比较熟悉日本“日产”公司产品的参观者。在展馆中这个展台形象很突出，这可能是展出者的主要展出目的之一。

【插图 1.07】这是日本松下公司的展台，设计显现另一种目的，不是表现公司形象，而是突出产品。看来展出主要目的是向贸易观众宣传公司众多产品中的某一系列产品。



1.01







四、展台设计的黄金律

展台设计有 10 条基本原则，也可以称作黄金律：

- 简洁
- 突出重点
- 明确主题
- 显示个性
- 提高吸引力
- 考虑目标观众
- 考虑人数
- 考虑人流管理
- 确保展台易建易拆
- 要求预算清楚，并按预算设计

以下逐条讲述：

1. 简洁

展台设计、布置越复杂，就越可能使参观者感到迷惑，就越难明确地、强烈地表达展出目的。而且复杂的展台也会弱化展台的功能，使展台人员不容易有效地工作。设计人员应该使用最少的手段来表达展出目的。

【插图 1.08】这个展台空间狭小，却使用了过多的设计元素。展台内放满了高低不等的展柜、展墩，展台司标板使用了不同的颜色，照片尺寸不一、安放无序。比较对照下一张插图。

【插图 1.09】这个展台空间更大、成本更高，但却简洁得多。设计师将黑白色作为基本色调，并将公司的红色标识作为设计的一个单独元素，予以突出。黑色展架上展品排放整齐，没有常见的堆砌、混乱的毛病，在视觉上显示出强烈的一致性。

2. 突出重点

展台上的展示重点，也称聚焦点，是吸引参观者注意力、吸引参观者走上展台的设计要素。展出者和设计人员应当根据展出目的来确定展示重点，而展示重点必须反映展出目的。展示重点通常是特殊的产品，可以是新研制、新制作的产品，也可以是最重要的、最具代表性的产品。信息咨询台、声像演示有时也被作为展示重点。

为获得最佳效果，应当控制展示重点的数量，通常只需安排一个。重点多了会分散参观者的注意力，给参观者以混乱的印象，并且参观者只会留下模糊的记忆。但是，也要防止另一极端现象，也就是一个展示重点也没有。在实际工作中这也是一个常见的问题。

【插图 1.10】这是一个典型展台。展台内堆满了服装，而未突出其中任何一件。这种展台给参观者留下的印象是杂乱无章。展台设计未表现出任何展出目的。

【插图 1.11】这个展台上展出者只突出了一件服装。虽然布置得并不理想。但是却清晰地、强烈地传达出展出者的目的。参观者可以立即判断出展台提供何种类