



EXHIBITION DESIGN

章旭瑞 编著

展示设计 创意指南

上海科学技术文献出版社



覃旭瑞 编著

展示设计

创意指南

上海科学技术文献出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

展示设计创意指南/覃旭瑞编著.-上海:上海科学技术
文献出版社, 2009.4

(现代设计创意丛书)

ISBN 978-7-5439-3833-5

I.展… II.覃… III.陈列设计-指南 IV.J525.2-62

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第013204号

总 策 划: 吴亚生 钱永宁

编 著: 覃旭瑞

责任编辑: 胡德仁

书籍设计: 策人堂设计工作室

版式设计: 钱永宁 覃旭瑞

图片编辑: 朱卫平 李从梅

出版发行: 上海科学技术文献出版社

社 址: 上海市长乐路746号 (邮编 200040)

网 址: <http://www.sstlp.com>

发行电话: 021-54039725

编辑电话: 021-54037672

印 刷: 江苏常熟人民印刷厂

开 本: 889×1194 1/20

印 张: 6

版 次: 2009年4月第一版

印 次: 2009年4月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5439-3833-5

定 价: 35.00元

前

设计师是一个特殊的称谓，这个称谓属于未来构筑文明与梦想忠实的执行者；她的成就形成一个明晰的人类文明发展的特殊符号，成为历史、文化、民族的代言人。设计师们以自己优异的工作成就为一个时代、一个地域、一个民族标记出清晰的文化烙印；我们编纂这套系列丛书就是想从不同的设计领域，呈现出设计师们不同的创意观念、思路和方法，从而进一步分享丰盛的“创意大餐”。

BACKGROUND

我们这套系列丛书的编纂旨在：从设计思维方式入手，通过对材料、表现技法等方面进行系统整理，呈现艺术设计中创造性思维的关键点，并着重在创造性思维的特点和对象，以及如何依靠创意思维的方法与手段进行创造力的充分发挥，从而达到创新设计之目的。

艺术设计思维不仅仅是单纯的形象思维，而是实现设计成果制作流程与设计成果美学价值提升的艺术思维定向，科学设计方法与创造性思维辩证统一、相辅相成的有机结合。科学的设计思路将有利于创造性思维的发挥，从而提升创造能力，不断增长创造能力，同时又可促进更多方法的形成与逐渐成熟，进而形成创造思维主要、基本和典型的形式。

由于受时间所限，编纂中难免有疏漏之处，恳望各位同仁斧正为盼！

《会展设计创意指南系列丛书》编委会

PREFACE

设计的作用无非在于传达有关产品、
观念或者公司的相关信息。每一位设计师
都将面临着同样的问题：如何选择合适的
方式，将设计的各种元素组合起来，以最
恰当、最独特，并且最有效的有**序**方式
传递信息。

序

序

展示设计的目的在于体验。

设计的本质也在于此。

日益快速发展的全球化经济带给受众无限的视觉可能和信息传递，服务高于一切。

设计就是这样一种服务：把人的体验放到至高无上的高度，一切以人的需要为出发点。

设计就是为了那些需要高品质生活的人，需要享受生活的人而存在。

设计的价值就是为了提升产品的内涵，提供更多的乐趣和新的生活方式。

展示艺术的表现形式极大地丰富了我们的生活，目不暇接的橱窗展示、川流不

息的车展人流、好玩的嘉年华和迪斯尼乐园……这些带给我们很多的快乐，体现出展示艺术的趣味性。

展示艺术也给商家和企业带来了丰厚的利益。1:10的投入产出比，全国各地的会展经济发展迅猛，产业链的扩张，上下游行业的欣欣之势……带给企业的是实实在在的利益，体现出展示艺术的商业性。

展示艺术还带给我们许多对文化历史的认知。我们欣喜地看到国家逐步对各地博物馆免费开放，科技馆也开始陆续免费对外开放……这些均体现出展示艺术教育的广泛性在进一步加强。

展示艺术是一门综合艺术，所涉及的范围很广，是一个很广泛的行业。对从事这个行业的人员有着很高的要求和标准，有这样的说法：展示设计师要具备艺术家的想象力，旅行家的丰富阅历，经济学家的头脑和工程师的思维……

展示艺术的多元性体现在很多方面，热爱这项事业的人为此需要学习很多东西。本书的作者从事展示行业多年，汇各方之力，集众家所长，向广大读者呈现出大量优秀的展示作品，与大家共同分享展示设计独特的艺术魅力。

CONTENT

目 录

01	第一章 展示设计概述
03	一、什么是展示设计
03	二、展示设计的历史
04	三、展示设计的现状
08	四、展示设计的发展
09	第二章 展示设计的程序
11	一、展览项目的基本概念
22	二、展览项目的方案阶段
25	三、展览项目的搭建阶段
41	第三章 展示设计的商业表达
47	一、商业类展示设计的要求
51	二、商业类展示空间的要求
60	三、商业类展示的色彩应用
71	第四章 展示设计的文化表达
73	一、文化类展示设计的要求

74	二、文化类展示空间的要求
77	三、文化类展示的色彩应用
85	第五章 展示灯光设计
87	一、照明的方式
90	二、照明的类型
97	三、照明设计的程序
99	第六章 展示道具和材料设计
101	一、道具设计
103	二、道具设计原则
105	三、材料设计
109	附录：展示场馆相关规定

第一章 展示设计概述



展示设计概述

一、什么是展示设计

会展业即指会展行业，会展业的全部产业架构，包括会议(Meeting)、奖励旅游(Incentive Travel program)、节庆活动(Convention)和展览(Exhibition)四方面(统称MICE业)。

它由会展专业举办组织、会展场馆、会展设计搭建工程、会展服务四大基本行业部门要素构成。其中会展专业举办组织是指从事会展资源的开发、会展产品生产以及会展市场经营管理的专业会展公司、各类拥有会展举办权的机构和组织等。

现代展示的内涵比以往多了很多内容，在提高商业化程度的同时，文化性和教育的传播也得以越来越广泛的推广和深入。

二、展示设计的历史

会展是最古老的市场形式之一。在几千年的发展历史中，它经历了萌芽期、发展期、成熟期。发展至今，国际上的会展业已成为一个成熟、庞大的行业。国际会展业近几年呈现出平稳发展的趋势，已成为全球经济中占有相当比重的新兴产业。

展览业作为国家经济和国际贸易发展战略中的一个重要环节，几乎所有发达国家都设有国家级的展览管理机构。例如：AUMA(德国展览委员会)、CFME-ACTIM(法国海外展览委员会技术、工业和经济合作署)、ICE(意大利对外贸易协会)、ICEX(西班牙外贸协会)、JETERO(日本贸易振兴会等)。

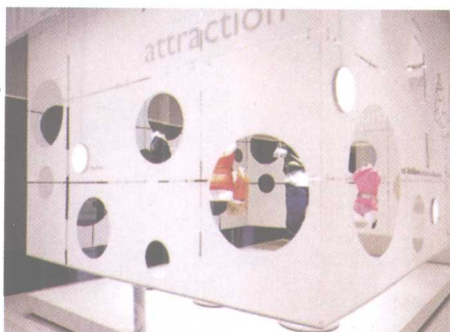
三、展示设计的现状

随着社会的繁荣、经济的发展与科技的进步，集展览、贸易、娱乐、餐饮、酒店、运动、培训为一体的大规模会展中心，已逐步成为城市经济发展新的经济增长点。

会展能为城市带来显著经济效益和社会效益，使会展业越来越受到人们的重视。在现代社会中，举办各种类型国际、国内会议、展览，已成为城市社会文明和国际地位的一个重要标志。为了更好地促进会展业的健康发展，我们有必要进一步认真分析国际、国内会展业的发展过程和现状特点。

在20世纪60~80年代，贸易展览会和博览会在全球范围内乃属大发展时期，

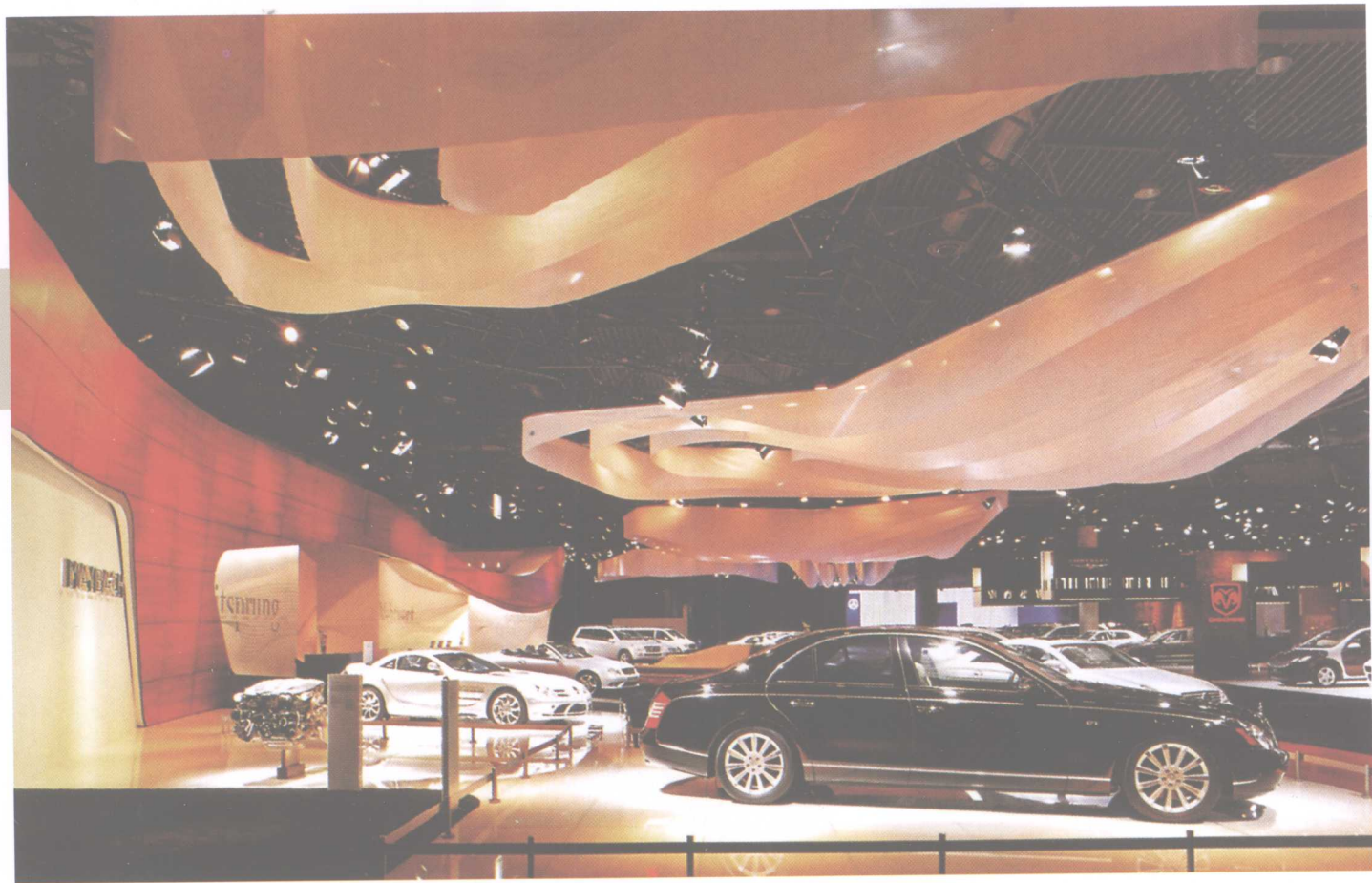




国际分工体系的深化和科学技术的进步给国际展览业带来强劲的发展动力。随着生产、销售的专业化，国际展览业转向专业性贸易展览会，专业展数量大幅增加。世界许多国家，特别是发达国家大举建设大型展览中心，并大量扩充从业人员队伍，使国际展览业形成了庞大的产业规模。目前，世界上定期举行的大型展览会与博览会约有4000多个，每年产生的直接经济效益达2800多亿美元。展览业目前还没有完整的全球统计数字，据估算，国际展览业

的产值约占世界生产总值的1%。

在世界展览业中，超级大国是德国和美国，大国有法国、意大利和英国等，先进国家和地区有荷兰、日本、新加坡和香港等。代表性较强的是德国，该国展览业的特点是规模大、质量高和高度集中，属世界展览业最高水平。德国展览业发达的主要原因有三点：一是政府支持，尤其是地方政府的支持。德国展览场馆主要由政府投资或资助建设，迄今德国的展览场馆主要股东仍是州、市政府，而且并无计划

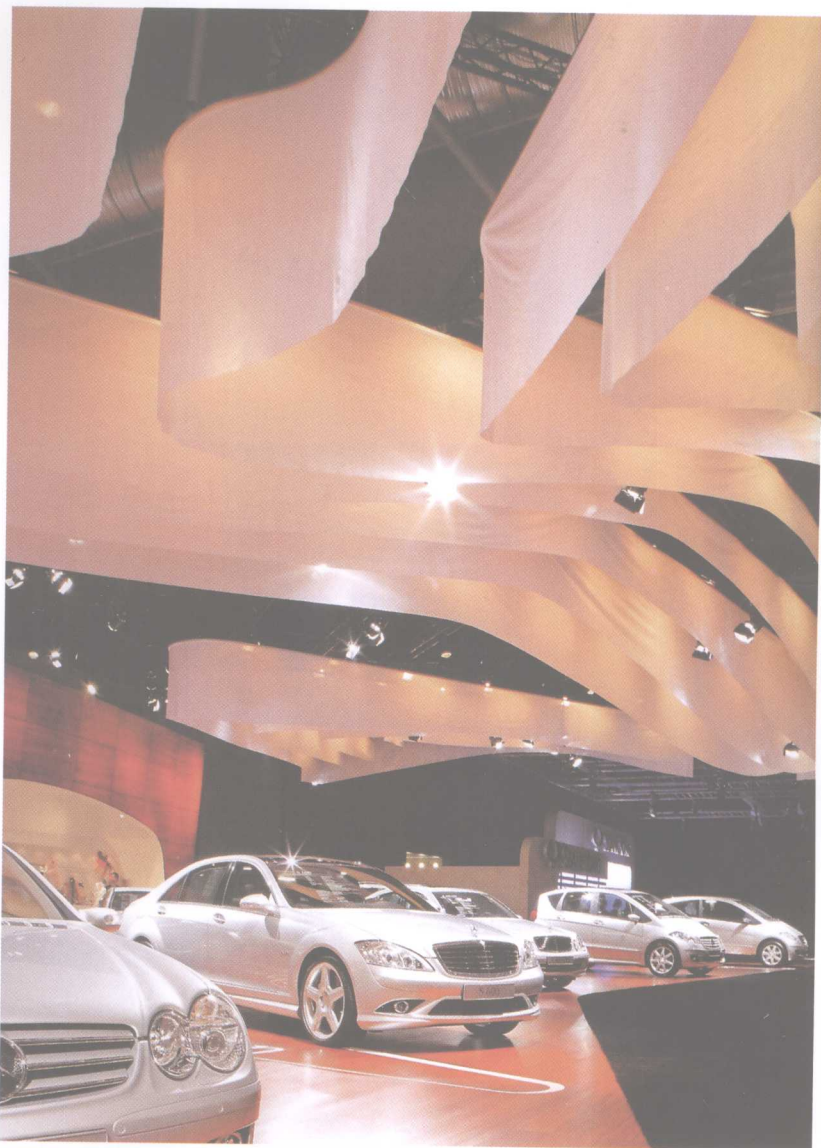


实行私有化。政府的支持是德国拥有世界最多、最好的展览馆的主要原因；二是行业协会有力。德国展览协会（AUMA）是闻名全球展览界的展览协会，业内人士称之“傲马”。“傲马”与德政府经济部门，经济各行业保持密切关系，并在展览业内开展积极的指导和协调工作，德国展

览项目的培育和发展，德国展览行业的正常运行主要归功于“傲马”；三是企业自律。德国展览企业踏实努力，依法办事，按照经济规律经营，并有很强的协作精神和整体观念。这与德国企业整体素质相关，是德国展览的基本条件。

德国展览业界的动向之一是国际化，

行业积极向海外开拓，主要是在海外培育展览项目，并且也开始建设展览场馆。1992年，德国展览公司在海外展览项目仅20个，到2003年，海外展览项目已达200个，中国也是德国展览业界海外开拓的重点市场之一。



■ 德国奔驰汽车展示设计

四、展示设计的发展

我国会展业经过几十年的发展,基本形成了围绕会议、展览活动的微观“会展企业”,再到中观的“会展行业”和“会展产业”,再到宏观的“会展经济”这样一个多层次系统和彼此相连的产业结构,尚处于发展阶段。我国会展业发展的总体状况可以概括为:会议数量有限、奖励旅游市场基本空白,但发展潜力巨大的特点。中国会展业正以每年20%的速度快速发展,其中,会议和展览的发展不平衡。就会议而言,我国还处于政府办会阶段,这与市场办会有明显区别。应该说,会议的发展要与经济同步,但现实却远远低于经济发展速度。展览业的发展相对要成熟一些,据不完全统计,近10年来,中国通过展览实现外贸出口额已达到340多亿美元,内贸交易达到120多亿人民币。

由于会展业具有强大的产业带动效应,目前,我国许多中心城市和省座城市纷纷兴建现代化的大型展馆和会议中心,把会展业作为经济增长的新亮点,积极培育会展经济。

以北京、上海、广州、武汉、南京、深圳、大连、沈阳等城市为中心的全国性展览网络现已形成。场馆建设的速度也是前所未有的,而且场馆设施豪华和规模巨大,甚至有的省市投入巨资要把会展中心建成城市标志性建筑,以提升城市的知名度。但是,据统计:在北京和上海举办超过5万平方米的展会很少,通常都是1~2万平方米的项目。其他城市举办的次数和规模都是很有限的,每年投入到场馆运营和维护的费用非常庞大,一些中小城市的展馆已经将其改为其他用途了。因此,各地在建造展馆前一定要充分论证,

做好调研,不要盲目上马,造成不必要的浪费。

在展示行业快速发展的同时,我们还需清醒地认识会展产业目前存在的问题:

1. 我国会展业的市场化程度还很低,行业内计划经济体制的惯性妨碍着统一、开放、竞争和有序的全国会展业市场体系的形成。
2. 我国会展业相对低下的市场开放度,阻碍着行业内资本市场的形成,使行业发展缺乏持续发展动力。
3. 由于竞争和开放的不充分,当前我国会展业的发展,只能是一种粗放型量的扩张,亟待实现向注重内在质量的集约型发展方式转变。
4. 我国会展业的发展还很不平衡,行业布局和产业结构均需要调整。