

会展 设计师 宝典

HUIZHAN
SHEJISHI
BAODIAN

吴爱莉 主编



化学工业出版社



会展 设计师 宝典

吴爱莉 主编

HUIZHAN
SHISHI
BAODIAN



化学工业出版社

· 北京 ·

本书介绍了展示设计的基本原理、展览会与会展业的发展和现状、展览项目的设计及实施程序,还对展览会展示设计资料、展会展示用材料及工艺进行了介绍,同时结合了大量的实际案例分析,并精选了多幅国内外会展的现场实拍照片,使本书既有系统的理论阐述,又有较强的专业针对性。本书采用了理论联系实际的方法,循序渐进的原则,图文并茂的形式,力求做到资料翔实、简明扼要、通俗易懂。

本书可作为会展设计师的资料集册和指导实际操作的工具用书,也可作为会展专业及其他相关专业的教学用书,还可作为会展从业人员培训及学习的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

会展设计师宝典/吴爱莉主编. —北京:化学工业出版社,
2009.1

ISBN 978-7-122-04029-9

I. 会… II. 吴… III. 展览会-陈列设计 IV. J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第166377号

责任编辑:王蔚霞
责任校对:顾淑云

文字编辑:项 激
装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:化学工业出版社印刷厂

720mm×1000mm 1/16 印张16 字数309千字 2009年4月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.00元

版权所有 违者必究

本书编写人员分工

主 编 吴爱莉

统 稿 吴爱莉 马 跃

编写分工

第一章 吴爱莉 马 跃

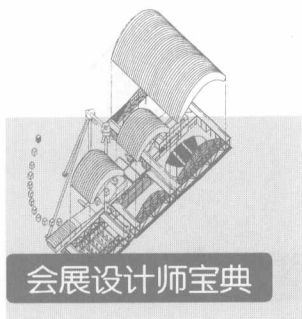
第二章 吴爱莉 程 亮

第三章 张 帆 程 亮 吴爱莉

第四章 吴爱莉 马 跃 程 亮 张 帆

第五章 张 帆 吴爱莉 程 亮 马 跃

第六章、第七章、第八章 吴爱莉 马 跃 张 帆 程 亮



前言

中国自 20 世纪 80 年代改革开放以来，会展业的发展日新月异。尤其是近十年来，会展业更是以前所未有的速度发展着。展示设计学科是自 20 世纪中期以后，逐渐发展、完善的综合性强的边缘学科。我们对此领域的了解及研究尚处于初级阶段。因此，关于这个领域的理论研究与社会实践的探索均显得尤为可贵。本书便是本着这一目的编写的。作为会展设计师的资料集册和指导实际操作的工具书，我们采用了理论联系实际的方法，循序渐进的原则，图文并茂的形式，力求做到资料翔实、简明扼要、通俗易懂。希望它能够对会展设计师及有志于从事会展设计行业的人士提供帮助，并期待它能够对实际工作具有一定的指导意义。

本书由吴爱莉主编，马跃、张帆、程亮参加编写。其中吴爱莉、马跃，均毕业于清华大学美术学院工业设计系展示设计专业，获硕士学位。2001 年，曾共赴法国巴黎国际艺术城学习。2007 年吴爱莉以高等学校青年骨干教师身份赴清华大学美术学院做访问学者；马跃，现为资深环境艺术设计师、展示设计专家，北京“香山 81 号院”等著名项目设计策划、设计总监；编者张帆，毕业于吉林大学艺术学院，获硕士学位，现为北京工商大学传播与艺术学院艺术设计系讲师；编者程亮毕业于湖北大学，现为某报刊责任编辑、美术编辑。

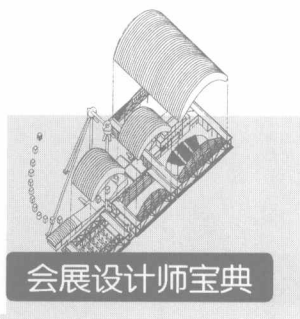
此外，钟鼎先生、吴思思小姐在本书编写过程中提供资料、协助翻译；北京工商大学艺术与传媒学院艺术设计系展示设计专业方向的李素菲、李伟君、刘梅莉、范磊、王彦等在前期资料整理方面也做了一定工作，在此一并表示感谢。

在本书出版之际，特别感谢王章旺教授对本书出版的关心与帮助。

会展设计行业是一个崭新的领域，许多同行们都在进行探讨和切磋，内容和方法也不尽相同；展示设计学科的研究近年来在国内外也取得了许多新的成果。由于编者实践经验和理论水平的限制，书中不妥之处在所难免，恳切希望读者及有关同行给予批评指正。

编者
2009 年春

目录



第一章 展示设计概论	001
第一节 “展示”与展示设计	001
一、展示与展示设计的基本概念	001
二、展示设计与主要相关学科的关系	002
第二节 展示设计的本质与特征	003
一、展示设计的本质	003
二、展示设计的特征	003
第三节 展示设计的程序与专业协调	004
一、展示设计的程序	004
二、各专业之间的协调	005
第四节 展示设计的学科分类与范畴	007
第五节 展示设计师的必备素质	008
一、个人素质	008
二、专业素质	008
第六节 现代科技的发展对会展设计的影响	009
一、新技术、新媒介的影响	009
二、多媒体的运用及虚拟现实技术	009
第二章 展览会与会展业	012
第一节 展览会形式及内容的发展与演变	012
一、集市	012
二、世界博览会	012
三、展览会与现代国际展览业	014
第二节 会展业与会展经济	015
一、会展业概念	015

二、会展经济及其特征、作用·····	016
三、国际会展业的发展过程及趋势·····	017
四、中国会展业发展状况分析·····	018
第三章 展览项目及实施程序·····	023
第一节 筹展的组织机构和职能·····	023
一、展览的行政组织机构·····	023
二、展览会的组织、筹办、实施机构·····	023
三、展示工程预算的基本方法·····	024
第二节 展览项目流程·····	024
一、项目接洽的方式·····	026
二、项目设计的步骤·····	027
三、项目投标、项目发包及项目施工明细·····	028
四、项目签约的基本内容·····	037
五、项目制作的内容及程序·····	037
六、现场设计及施工·····	038
七、展览期间及撤展·····	039
八、项目总结·····	040
九、后续跟踪服务·····	040
第四章 展览会展示设计资料·····	042
第一节 展览会设计·····	042
一、展览会的目的、原则及展览会展示活动的目标·····	042
二、空间与尺度·····	043
三、展示空间与展示环境设计·····	063
四、展示道具设计·····	069
五、色彩设计·····	071
六、视觉传达设计·····	074
七、展品的选择与陈列·····	076
八、会展照明设计·····	077
第二节 方案设计·····	081
一、项目资料分析·····	081

二、方案设计的任务分析·····	082
三、方案构思·····	083
四、方案的调整与深入·····	084
五、方案设计图·····	084
第三节 展览馆设计·····	085
一、展览馆概况·····	085
二、功能分析·····	085
三、组成·····	085
四、技术参数·····	086
五、基地选择·····	090
六、总体布置·····	090
七、博览会规划设计·····	092
八、展厅处理要点·····	092
九、库房以及其他用房处理要点·····	092
十、采光照明设计要求·····	095
第五章 展会材料及工艺·····	102
第一节 展览会展示设计常用基本材料·····	102
一、木材·····	102
二、人造板材·····	104
三、大理石板材·····	105
四、饰面板材·····	106
五、饰面陶瓷·····	110
六、玻璃·····	111
七、铝合金及其他相关金属材料·····	114
八、塑料·····	115
九、塑料壁纸与贴墙布·····	117
十、玻璃钢装饰制品·····	117
十一、人造皮革·····	118
十二、装饰用织物·····	118
十三、金属·····	119

十四、涂料·····	120
第二节 展览用辅料及相关资料·····	121
一、黏合剂·····	121
二、钉子·····	123
三、金属活动置物架·····	127
四、铝板收边·····	128
五、花盆·····	129
六、植物、水景·····	129
七、基本灯具·····	131
第三节 工程施工中常用的工具及设备·····	137
一、一般工具·····	137
二、常用设备·····	137
三、现代科技设备辅助展示设计·····	137
第四节 环境工程施工工艺指导书·····	139
一、轻钢龙骨石膏板隔墙的工艺做法·····	139
二、轻钢龙骨石膏板吊顶施工方案及工艺·····	141
三、木骨架罩面板顶棚的工艺做法·····	143
四、大理石、花岗石干挂施工方案及工艺·····	145
五、墙面瓷砖粘贴·····	147
六、玻璃安装·····	150
七、壁柜、吊柜及固定家具安装·····	152
八、木窗帘盒、金属窗帘杆安装·····	154
九、木门窗安装·····	156
十、潮湿环境聚氨酯涂膜防水层的施工工艺·····	159
十一、大理石、花岗石地面施工工艺·····	162
第六章 现代会展设计案例图集·····	167
一、现代会展展示设计中的空间处理·····	167
二、现代会展展示设计中的照明设计·····	169
三、现代会展展示设计中的道具及展品陈列设计·····	175
四、现代会展展示设计中的色彩设计·····	181

五、现代会展展示设计的标志及导视系统设计·····	185
六、多媒体技术在现代会展展示设计中的运用·····	190
第七章 展示设计表达·····	194
一、方案设计图、效果图和施工图·····	194
二、方案模型·····	205
三、方案报告书·····	206
第八章 展览会展示设计实例分析·····	207
第一节 商业类会展·····	207
一、图书展·····	207
二、服装展·····	208
三、家居展·····	210
四、家具展·····	211
五、建材展·····	212
六、汽车展·····	214
第二节 文化艺术类会展(中国北京)·····	214
一、新居家时代——英国当代居家设计展·····	214
二、法国时尚 100 年·····	221
三、沟通——自 20 世纪 60 年代起的英国平面设计展·····	221
四、美国艺术 300 年·····	224
第三节 著名企业展位设计图集·····	227
一、松下公司“蓝色花园”展示环境设计·····	227
二、德国西门子移动公司展位设计·····	234
三、路克鞋业展示环境设计·····	235
第四节 概念化展览·····	236
一、“氛围”展场·····	236
二、“k2001”概念展·····	237
三、交互·····	237
附录·····	242
参考文献·····	246

第一章

展示设计概论

第一节 “展示”与展示设计

一、展示与展示设计的基本概念

1. display design 与“展示”

英文“display design”译为“展示设计”，它是一个内涵十分广泛的概念，在国际上最通常使用的就是 display design，它是“展示设计”学科的专门名称。它比 windows、show、exhibition、exposition 等更为全面，含义更深刻，使用更广泛。英文“display”译为中文的含义是“展示”——将事物清楚地摆放出来，明显地表现出来，“展示”的中文意义还有展现、示范、示意和夸耀等。这里包含着行为与现象的双重互动的关系，即传递信息一方与接受信息一方的相互作用关系。

2. “展示”活动

“展示”活动是一项有计划、有组织的高密度的信息汇集、沟通、发散的活动，它的宗旨是准确、高效地向目标受众传递信息并及时地获取信息反馈，因此，信息的流向、流量和反馈的质量成为人们评价一次展示活动成功与否的重要指标。为了实现目标，需要通过展示艺术设计即针对信息进行编辑、整理，制定展示目标规划，在限定的空间、地域内，以建筑、展品、道具、照片、文字、图表、装饰、音像、影视及现场演示等多种媒体的形式进行辅助设计，塑造一个多维的展示空间，积极调动参与者的生理及心理反应，将信息目的传递出去，并期待获得有效的反馈，以此来实现展示活动的意义与价值。

3. 展示设计

① 展示设计是一门新兴的、独立的、综合性强的边缘学科。无论是在设计本质上还是在设计表达上，展示设计是最具综合性特点的学科之一，它与建筑设计、环境艺术设计、视觉传达设计、产品设计、舞台美术设计、电影美术设计等学科领域都有相容相兼的内容，具有非常复杂的交叉科学特征。展示设计属于非限定性公共空间的环境设计范畴。

② 它为人们传播与交流信息提供一个特殊“舞台”。在设定的时间、空间环境中，充分利用各类传媒手段，将一定的信息与内容有序地、系统地呈现在观众面前，

通过这样一个人为场所的设计（展示空间环境的创造），传递日趋复杂的信息、丰富多彩的情感，引导多层次的信息交流，以此来满足人们生理与心理、思想与行为等方面的需求。这些行为还具体表现为参观展览会、博物馆、旅游、购物、休闲、娱乐等诸多方面的形式，并且我们共同期待在这样的公共环境里，不仅能够传播信息、启迪创造、陶冶情操，还能培育人们对新文化、新观念和新的生活方式的理解和追求。

③ 这种有目的的创造性行为方式的设计，即特殊的“场所与环境”营造就是展示设计。它以科学为功能基础，以艺术为表现形式，是精神与物质并重的人为环境的理性创造活动。

④ 展示设计是一种文化现象。文化是人类生存和发展的方式，而设计是将现实状况改变为理想状况的一种对新的生存方式的创造。设计与文化是一对孪生姊妹。展示设计是人类历史进程中经济、文化发展的必然产物。展示设计是社会发展中，在一定时期内，人的生存目的、生存环境、生存行为、生存条件的需求。

二、展示设计与主要相关学科的关系

展示设计是在 20 世纪中期开始逐渐从建筑设计、室内设计、视觉传达设计等学科中衍生出来，形成的一个综合上述学科特征的、独立的、兼具自身专业特征的学科。展示设计已发展成为系统的学科体系。展示设计、建筑设计、室内设计这三者之间的关系通过以下几个方面表现出来。

（1）中英文名称与基本内容 建筑设计（architecture design），公共与非公共建筑、城市规划及景观设计等。

室内设计（interior design），所有的建筑内部空间及周围空间环境设计等。

展示设计（display design），展示建筑与展示空间环境设计。

视觉传达设计（visual transmission design），是维系社会大环境的人与人、人与社会的意志疏通和情报、信息交流装置的设计系统。

（2）区别与联系 一般认为，空间是向四面八方扩展的。建筑，即是围起的空间，它常被称为“围起空间的艺术”，“凡是经过人去围定或限定的一个空的部分，即成为一个包围起来的空间，空间感是建筑的特性，是扩及城市、街道、广场、里弄、公园、游戏场和花园的。”

室内设计、展示设计是逐渐从建筑设计中分离出来的新兴的、综合性强的边缘学科。

建筑设计与室内设计不可分，室内外设计本身是一个系统的两个方面，都是对空间或人为环境的塑造。室内设计是对建筑设计的延续与完善，是建筑设计的一部分。二者区别在于着重点不同、从业人员的分工不同而已。

展示设计是对展示环境的设计，既涉及建筑设计，又涉及室内设计，是公共

建筑设计的一部分。

在当代展示设计中,视觉传达设计的概念已进入到多功能、多形式的阶段。视觉传达设计已渗入到展示空间和展示道具的形态之中,成为整个展示空间和展示道具的有机构成部分。视觉传达设计也随着新的展示形态的发展变化,以更丰富的面貌出现在展示的环境之中,并担负起重要的作用。

第二节 展示设计的本质与特征

一、展示设计的本质

① 展示设计的根本功能是为展品创造最佳的“演示”空间环境。

② 展示设计的本质是传递信息、引导交流,并有普及信息、学习、教育的潜在目的。

二、展示设计的特征

展示设计是时空艺术的表现形式之一,是多维的空间艺术设计,是对人的生理、心理、行为产生较大影响的策划活动。其主要特征为:

(1) 学科的综合性的特征 展示设计是由多种专业知识组成的。其应用研究领域涉及建筑设计、美学、传播学、环境艺术设计、视觉传达设计、信息技术、市场营销、消费心理等方面;展示设计学科需要具备绘画、雕塑、摄影、舞台美术、装饰艺术、照明技术与艺术、计算机多媒体、现场演示技术、工程施工与管理、计划及成本核算等专业技能的综合性支持,由此决定其学科专业的综合性特征。

(2) 展示环境的多维性的特征 人在展示空间中往往是以动静相间的运动的形式来观赏、接受展示信息的,人、环境、展品、时间构成了展示设计中主要的基本要素。空间性质、人的行为方式决定了这些要素的组构关系,决定了在时间、空间中人的观看角度与位置的变化,决定了其多维的、多元的本质特征。

(3) 设计的科学性特征 展示设计必须利用现代科学技术、知识和手段,以市场为依据进行策划、创意、组织和管理;科学地运用信息传播、市场营销、设计管理、数字技术等方面的知识,对展示目的、背景、环境、需求、人的因素等进行深入的调查研究,系统地整理资料、做出判断、获取信息,制定正确的设计定位和展示计划。

科学性在展示设计中的体现不仅表现为某种新材料、新技术的应用及应用的手段与形式,更重要的是体现出展示设计的新理念,体现在策划、管理、实施的逻辑性、合理性的方法与过程中。

(4) 环境保护的总体意识 环境保护及可持续发展是 21 世纪人类面临的重要问题。人们比任何一个历史时期更加清醒地认识到保护人类生存环境的重要意义。在展示设计中合理地使用材料,科学地利用资源,以理性的态度对待环境保护与可持续发展问题,将成为展示设计的基本方针。

第三节 展示设计的程序与专业协调

一、展示设计的程序

展示设计的程序从理论上可以概括为循序渐进的七个步骤:

- ① 工程任务书 (program);
- ② 方案设计 (schematic);
- ③ 初步设计 (preliminary design), 是设计学科的最核心、最本质的内容,它的基本方法如图 1-1 所示;

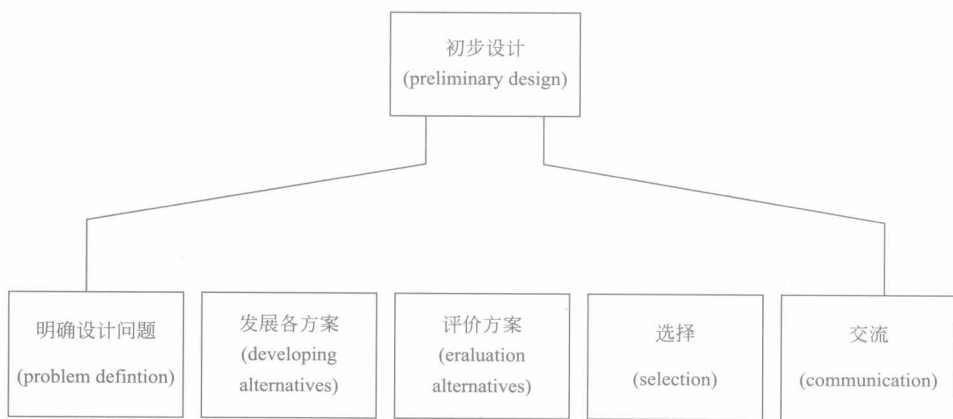


图 1-1 初步设计的过程

- ④ 扩大初步设计 (design documents);
- ⑤ 合同文件 (contract documents);
- ⑥ 施工图 (shop drawing);
- ⑦ 施工 (construction)。

展示设计程序是保证设计质量的前提,一般可以从方案阶段、初步设计阶段、施工设计阶段和施工监理阶段四个阶段开展具体工作。各阶段的具体工作内容见图 1-2。

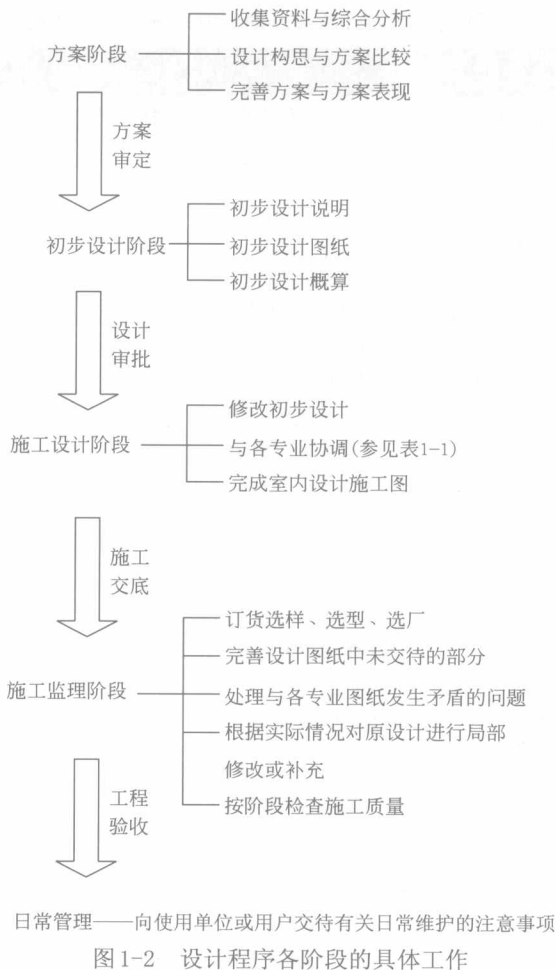


图 1-2 设计程序各阶段的具体工作

二、各专业之间的协调

一个完整的环境设计作品，不仅是设计师自身专业知识、艺术修养与创作才能的展现，而且同时也是设计师与建筑、结构、电气、设备（采暖、空调、给排水）等专业的密切配合、协调，卓有成效地解决错综复杂矛盾的结果。随着现代建筑领域中科学、技术和艺术日新月异的发展，这种多专业、多工种的配合与协调越来越成为现代环境艺术设计走向成熟、成功的关键所在。

一般来说，设计师都应在深刻理解建筑工程设计任务书、建筑设计总体构思的前提下展开工作，同时要取得建筑工程主持人的理解与支持，并努力贯彻、完善总体设计思想（建筑改建项目除外）。

为方便起见，我们可以把环境艺术设计所涉及的专业系统及其协调要点归纳在表 1-1 中。

表1-1 环境艺术设计所涉及的专业系统及其协调要点

专业系统	协 调 要 点	与之协调的工种
建筑系统	1. 建筑室内空间的功能要求（涉及空间大小、空间序列以及人流交通组织等） 2. 空间形体的修正与完善 3. 空间气氛与意境的创造 4. 与建筑艺术风格的总体协调	建 筑
结构系统	1. 室内墙面及天棚中外露结构部件的利用 2. 吊顶标高与结构标高（设备层净高）的关系 3. 室内悬挂物与结构构件固定的方式 4. 墙面开洞处承重结构的可能性分析	结 构
照明系统	1. 室内天棚设计与灯具布置、照度要求的关系 2. 室内墙面设计与灯具布置、照明方式的关系 3. 室内墙面设计与配电箱的布置 4. 室内地面设计与脚灯的布置	电 气
空调系统	1. 室内天棚设计与空调送风口的布置 2. 室内墙面设计与空调回风口的布置 3. 室内陈设与各类独立设置的空调设备的关系 4. 出入口装修设计与冷风幕设备布置的关系	设 备 (暖通)
供暖系统	1. 室内墙面设计与水暖设备的布置 2. 室内天棚设计与供热风系统的布置 3. 出入口装修设计与热风幕设备布置的关系	设 备 (暖通)
给排水系统	1. 卫生间设计与各类卫生洁具的布置与选型 2. 室内喷水池、瀑布设计与循环水系统的设置	设 备 (给排水)
消防系统	1. 室内天棚设计与烟感报警器的布置 2. 室内天棚设计与喷淋头、水幕的布置 3. 室内墙面设计与消火栓箱布置的关系 4. 起装饰部件作用的轻便灭火器的选用与布置	设 备 (给排水)
交通系统	1. 室内墙面设计与电梯门洞的装修处理 2. 室内地面及墙面设计与自动步道的装修处理 3. 室内墙面设计与自动扶梯的装修处理 4. 室内坡道等无障碍设施的装修处理	建 筑 电 气
广播电视系统	1. 室内天棚设计与扬声器的布置 2. 室内闭路电视和各种信息播放系统的布置方式（悬、吊、靠墙或独立放置）的确定	电 气
标志广告系统	1. 室内空间中标志或标志灯箱的造型与布置 2. 室内空间中广告或广告灯箱、广告物件的造型与布置	建 筑 电 气
陈设艺术系统	1. 家具、地毯的使用功能配置，造型、风格、样式的确定 2. 室内绿化的配置方式、品种确定、日常管理方式 3. 室内特殊音响效果、气味效果等的设置方式 4. 室内环境艺术作品（绘画、壁饰、雕塑、摄影等艺术作品）的选用和配置 5. 其他室内物件（公共电话罩、污物桶、烟具、茶具等）的配置	相对独立，可由室内设计专业独立构思或挑选艺术品、委托艺术家创作配套作品

第四节 展示设计的学科分类与范畴

原始社会时期的人类非常重视参与诸如庙会、集会、宗教典礼仪式、图腾崇拜等一系列人类早期的公共的、具有展示功能的活动,工业革命的产生、工业化社会的发展,促进着公共行为方式与公共文化的不断演变。

社会分工的发展促进物与物交换的原始贸易的产生与不断演变,第二次世界大战以后,在工业化高度发展的西方,人们面临着产品与服务的极大丰富。现代商业展示文化的领域与性质在传统理念的基础之上,成为城市文化的主要特征之一。

1851年在英国伦敦水晶宫举办的第一次世界博览会,是产业革命深刻改变人类生存状况的标志性展示活动,经历了一个半世纪的世界博览会是人类近现代社会发展史的一面镜子。

从宫廷、贵族世界走出来的博物馆文化现象,是一个古老而又常青的文化现象。博物馆是人类文明社会的产物,是人类文明发达程度的重要标志之一。博物馆是一个神奇的宝库,它保存了整个人类文明的物质文化遗产,这个最初为少数人服务的私人收藏所和陈列室逐渐演变为人类社会共享的精神家园。

展示设计侧重于为展示活动行为提供四维空间、树立形象、传递信息、促进交流,是一个传递特定信息的动态、变化的过程。

在关于设计起源问题的论证中,某类特定的、公共的人类活动是属于展示设计的范畴,这个观点已得到认定;随着社会经济活动在社会发展中的作用日渐重要,展示设计的学科分类与范畴,也在不断发生变化。人类的展示活动存在于现代社会生活中的各个方面,并与许多学科与领域有着相容相兼的复杂关系,例如,在非限定性公共空间环境设计中,人文环境、传媒环境、景观环境的设计中包含了展示环境的设计。因此展示设计的系统化研究必然是一个不断深化、与时俱进的过程。

通过总结,展示设计一般有以下九个方面:

- ① 博物馆陈列设计,包括科学中心、艺术中心、遗产中心、纪念中心、自然保护中心等。
- ② 展览会设计、博览会设计。
- ③ 商业展示环境设计,包括商店、商场、购物中心、商业中心等综合环境设计。
- ④ 橱窗设计(window shopping),用于展示流行潮流,包括时尚风格、时代背景、季节变换、节日气氛等内容,同时是公共环境设计的一个重要组成部分。
- ⑤ 演示环境设计,包括服装展示会、歌舞厅、画廊等环境设计。
- ⑥ 旅游、游览等景观环境设计,包括各种类型公园、文化活动中心、名胜古迹的游览观光策划、传统民俗及风情展示等展示环境设计。
- ⑦ 广告设计,包括电视广告、灯箱广告、招贴广告、POP广告等设计。