

展覽會場設計

耿立本 著

展覽會場設計

著 作 者/ 耿立本

出 版 者/美工科技有限公司

發 行 人/趙聖亞

封面設計/楊適豪

美術編輯/湯美玲

發 行 所/台北市中山北路七段14巷19號B1

電 話/02-2874-2772

傳 真/02-2874-2704

郵政劃撥/19357686

<http://www.diy3d.com.tw>

Email/xixun@megaviz.com

印 刷 所/立雄彩色印刷股份有限公司

地 址/台北市延平北路七段106巷327弄23號-1

電 話/02-2810-3188

法律顧問/蕭雄淋律師

地 址/台北市羅斯福路二段105號9樓

電 話/02-2367-7575

出版印刷/2001年11月30日

版權所有  請勿翻印

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤保證調換

定價/新台幣2200元整

出版品預行編目資料

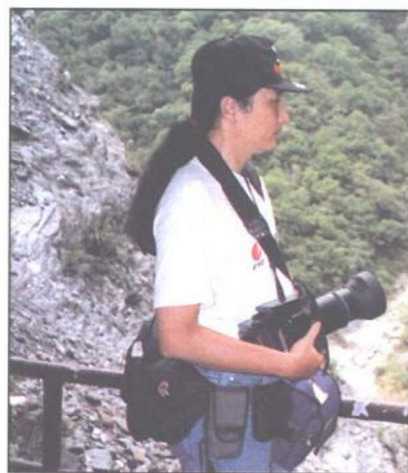
展覽會場設計/耿立本編著. —臺北市：
美工科技，2001〔民90〕
面：公分.—

ISBN：957-2027-41-7（精裝）

1.工商美術

964

90019576



作者：耿立本

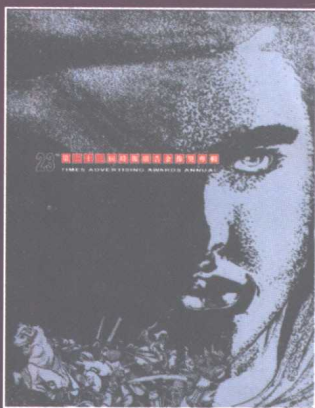
1974年～1979年 印刷製版分色師、工商攝影師
1979年～1989年 平面設計、版面編排與攝影師
1989年～1992年 證卷分析師兼自由攝影師
1992年～1994年 建築與展覽場攝影師
1994年～1998年 展覽設計公司業務經理
1998年～2001年 展覽設計公司專案企劃經理

現今自營設計攝影工作室（八旗視傳股份有限公司）

11 Times Asia-Pacific Advertising Awards Annual

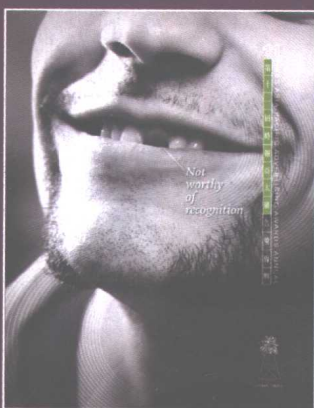
23 Times Advertising Awards Annual

第二十三屆時報廣告金像獎專輯



菊版8開240頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷豪華平裝
售價／台幣：900元
附光碟2片

第十一屆時報亞太廣告獎專輯



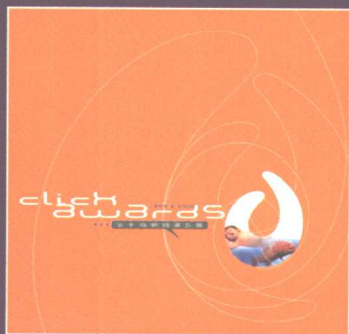
菊版8開168頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷豪華平裝
售價／台幣：700元
附光碟2片

第八屆時報世界華文廣告獎專輯



菊版8開168頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷豪華平裝
售價／台幣：800元
附光碟2片

1999&2000金手指網路廣告獎



菊12開變形240頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷豪華平裝
台幣：850元
附光碟2片

1999&2000 Click Awards

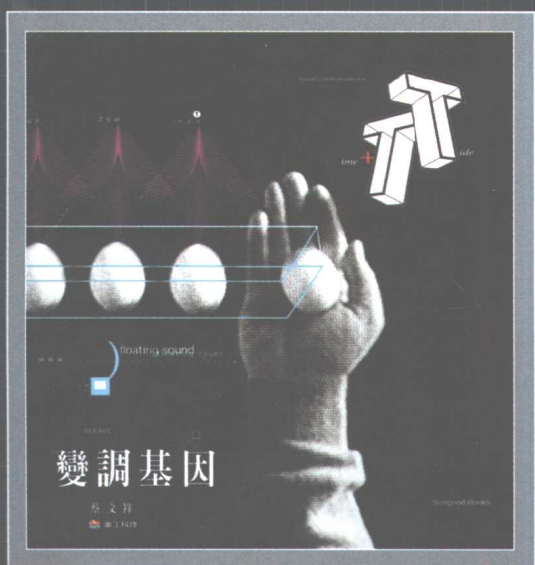
8 Times International Chinese Advertising Awards Annual

美工科技有限公司 出版 台北市中山北路七段14巷19號B1

電話：886-2-28742772 傳真：886-2-28742704 [http: www.diy3d.com](http://www.diy3d.com) e-mail: xixun@megaviz.com

視覺藝術

設 • 計 • 系 • 列



變調基因 Time Tide

數位設計新風格，點、線、面、色彩造型新詮釋，進入數位時代設計家也在尋求新觀念。本書特色：結合視覺平面設計與攝影拼貼等創作手法，探討數位藝術的多樣面貌及可能性。展現方式包括中國字體解構的探索，虛實空間的替代轉化……等。

菊版八開變形200頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷豪華平裝

售價／新台幣：1200元
人民幣：350元

美工科技有限公司 出版

台北市中山北路七段14巷19號B1

電話：886-2-28742772 傳真：886-2-28742704

http: www.megaviz.com e-mail: xixun@megaviz.com



售價／新台幣：1200元
人民幣：420元

最新形象設計年鑑

本年鑑收錄了100件案例作品，從行銷與溝通的立場看CI，特別強調非單純的視覺設計，而是符合實質效益整合的“形象策略”。這些案例作品有業主需求的實質效益，也有設計家的創作尊嚴，其所包含不同種類的案例以及執行效益所獲得的肯定，已經是足以呈現一定的觀摩參考價值。

菊版八開274頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷盒套精裝

ADVERTISING & BILLBOARD DESIGN



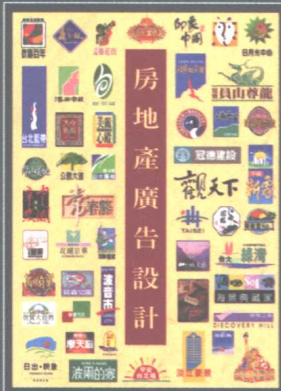
售價／新台幣：1000元
人民幣：350元

廣告與招牌設計

廣告與招牌一書，是探討廣告與招牌在都市景觀中的角色定位，及在商業環境中所扮演的角色。如何美化環境，如何創造都市都市景觀，商店街的招牌，都市區的廣告看板應是最重要的一環。利用照片中的廣告與招牌來分析說明它在環境中的重要性，應是本書出版發行的主要目的。

菊版八開232頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷盒套精裝

REAL ESTATE ADVERTISING



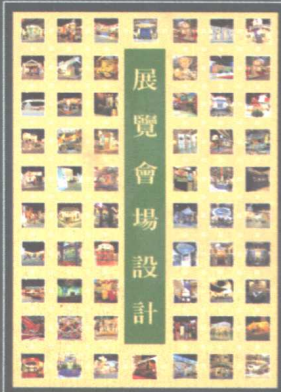
售價／新台幣：1400元
人民幣：490元

房地產廣告設計

本書以房地產行銷企劃實務為主，從開發到執行房地產行銷廣告的時間流程，以編事方式，將台灣近年來房地產行銷的成功項目有系統的收錄，同時選集了近年來台灣地產廣告的精彩作品，以及各種行銷流程所必備的記錄表格，是有志投入房地產行銷行業不可不讀的教戰手冊，也是從事房地產的行銷人員用以檢查行銷規劃的最佳書籍。

菊版八開340頁
150磅高級雪面銅版紙
全彩印刷盒套精裝

EXHIBITION LAYOUT DESIGN



售價／新台幣：2200元
人民幣：770元

展覽會場設計

本書收錄了電腦、電子、光電、機械、食品工業、燈飾、禮品、文具、時裝、紡織、自行車、工業設計、藥品、音響、郵票、出版、婚紗、鞋、珠寶、舞台等各類會場展示參展臺設計，作品實例，逾千幅精彩作品並附電腦製作草圖及展臺各角度裝潢現場圖，是參展單位、展臺設計、行銷公司最佳參考用書。

菊版八開560頁
120磅高級雪面銅版紙
全彩印刷盒套精裝

TU242.5
5D

展覽會場設計

EXHIBITION DESIGN

前言

展示設計的重要性，應不只限於空間的規劃和佈置。一項藝術作品並不需要在商業環境中具備特別的功能，不過卻必須能突顯客戶所想傳遞給參觀者的訊息。為了不辱使命，展示設計必須能支援展示企劃的行銷目標。缺少這項支援，展示將只能發揮類似藝術品的功能，而不能達到行銷工具的功能。

當一家新公司製造的高科技產品，足以和一些老字號公司的產品抗衡時，一場瑣碎或有如「迷宫」般的展示，卻很有可能喧賓奪主的為這些產品帶來不利的後果。如果參展者表示「需要以充滿花招的刺激感來吸引參觀人群」，那設計師所能提供的設計，可能只會發揮有如「餘興活動」或美術展示的功能，而不能達到促進行銷的功能。譬如，讓一場電腦展裡出現一頭大象或一株棕櫚樹，或許能吸引外界的目光，但卻徹底背離展示目的。簡而言之，能夠建立可信度並闡述技術效能的創意設計，應該會更適合這家新公司。

設計師以及設計委託者應該謹記以下的重要準則：

- ❶ 一場展示的成效與它的設計品質是相對應的。
- ❷ 在商展上過度使用花招技巧，通常與缺乏明確的行銷目標或一貫的行銷策略有直接的關聯。
- ❸ 最好在展示中營造一股積極的銷售氣氛，而非以刺激感取勝的設計氣氛。

成功的設計方案，不只在於營造正確的氣氛並突顯合宜的形象，它們還將具備一些展示設計規則所應呈現的諸多特徵：

- 它們以人性為導向，提供足夠的空間讓參觀者能行動自如。
- 它們能傳遞一個相關的主題，以支援客戶的行銷目標。
- 它們能塑造一個視覺簡潔的誘人外觀。
- 它們會努力與整個參觀群眾中的特定目標群，建立交流。
- 它們不會使參觀群眾感受到壓力或產生混淆感。
- 它們的內容會直接關聯參展者的產品或服務。
- 它們會清楚地確定參展者的身分。
- 它們會向參觀群眾呈現參展者以及參展產品的正面形象。
- 它們的宗旨，不在於呈現「耀眼的表象」，而在於協助行銷目標的推動以及參展公司形象的建立。

為了確定設計成果能使展示發揮行銷導向功能，最好的方法從展示設計應具備廣告行銷功能的基本原理開始，意即：一項行銷計畫或銷售策略。這當中包含了三個關鍵要素：

- ❶ 設計團隊應該參與所有有關企劃概念的計畫會議。
- ❷ 針對特定的參觀群眾來進行設計。設計師需要清楚這些群眾的背景以及盡可能提供與他們相關的資訊。
- ❸ 設計必須能提供支援參展者之行銷目標所需要的所有功能。如果行銷目標只靠一個展示「表象」來支援，其成效必將大打折扣。許多理想的設計在正式落實之前就已經被打折扣了，因為設計師並未將支援行銷目標的功能，充分納入考量。

成功的展示設計需要相互融合空間規劃、產品設計與平面設計以及對結構與材料和施工方式的了解。

基於這些要求，展示設計最好交由專長於商展媒介的專業人士來負責。商展的展示可以成為一項有力的銷售工具，不過欲落實這個可能性，則需仰賴對合理之行銷目標的明確了解與支援。

不同展覽空間的特性	006
展示設計師所扮演的角色	038
實務案例與常見周邊運用材料	042
展覽會場設計 提案範例	059
電腦類 Computer Category	101
電子類 Electron Category	173
光電類 Photoelectron Category	239
電信類 Telecommunications Category	245
半導體類 Semiconductor Category	287
食品類 Food Category	301
燈飾類	317
Lamps and Lanterns Category	
禮品 & 文具類	323
Gift&stationery Category	
時裝類	359
Stationery Category	

371 紡織類 ■
Textile Products Category

377 Bicycle Category 自行車類 ■

397 design category 設計類 ■

443 Sound Category 音響類 ■

471 Stamp Category 郵票類 ■

477 Bridal Veil Category 婚紗類 ■

485 Shoes Category 鞋類 ■

491 Pearls and Jewels Category 珠寶類 ■

497 Medical Treatment Category 醫療類 ■

501 France Commodities & Stage Category 法國商品 & 舞台類 ■

513 Finance Category 金融類 ■

527 Tourism Category 旅遊類 ■

不同展覽空間的特性

小型展示空間（1~3個攤位）

面積小於27平方公尺

小型展示空間的成因可能源自於主辦單位沒有足夠的展示空間（展覽館不夠大），而參展的廠家太多難以取舍所致，當然也會有參展廠商因為預算不多，原就簽訂較小的展示攤位的情形。不過即使攤位不大，也不見得就難以發揮或表現，如果碰上了適合的設計師，「小而美」的攤位設計也屢見不鮮。例如附圖1.與2.及3.與4.，其實本書圖例是以行業別的展覽作分類的，所以在圖例中仍可看到更多「小而美」的攤位設計。正因為展示空間較小，為了顧及參展廠商除了傳遞產品功能的目的之外，可能會有更多的期望與需求，所以如何挑選適當的建構材料，及是否可以搭配平面設計製作燈片燈箱，或甚利用特殊照明與材質製造聲光效果等都是設計師考慮的重點。尤其突顯各項裝置藝術的同時，怎麼才能不因為繁瑣複雜的設計工程之間也能兼顧客戶產品的陳列與展示更是設計師的考驗。

創意的重要課題

當然參展者可以運用銷售企劃的途徑或技巧來達成原先參展時所期望的目標，可是突顯產品的效用與功能，讓參展者能依據特色見長的展示陳列，針對各種不同的銷售技巧彈性調整其展示內容，更是設計師的責任。

在傳遞小型參展示者獨特的行銷目標前題下，如果還能有效運用空間，讓展示區、會談區、儲藏室等全部包含其中當然更理想。有些設計師使用顯著的設計，將Logo或大型標題懸掛在微微突起的會談區上方，或利用造形展台特別的設計模式吸引參觀者的注意，的確與多數以水平及垂直線條為基礎的展示，形成鮮明的對比（見E-13-13及附圖5.）

除了視覺與結構的考量外，小型展示還必須展



圖1



圖2



圖3

現參展公司的產品，不幸的是，許多的小型參展者（通常是新公司）為了製造自己商品的知名度，而讓有限的窄小空間裡，擠滿了產品、銷售人員、產品文宣以及大型的企業標誌。設計師與小型公司合作時，必須謹慎挑選主要的設計材料，不能只著眼於方便參展者的材料。



圖4



圖E13-13



圖5

中型展示空間（4~8個攤位） 面積在36~72平方公尺之間

在一般性的展覽裏，中型展示空間的攤位最為常見，這種展示攤位可以為設計師提供更多的可設計空間——以及通常較多的預算，來創造一個顯著的視覺印象。不過，雖然空間範圍變大了，卻必須滿足諸多的事項：產品陳列、示範區、會晤室、視聽簡報以及放大的平面設計（意在吸引往來參觀者以及將設計要件整合在統一的行銷概念裡）。見附圖6~9

在附圖6~9.的兩個不同的個案，卻有著共同的特色——都因參展廠商較多抽籤分配到田字形的攤位（4個攤位），但是映泰（Bio-Star）因為搭配兩層樓的緣故，展示空間無形間變大了，空間也寬敞許多，會談空間移到二樓，同時會談室外牆也有產品展示櫃（請看實務案例），另方面詮冠就稍嫌零亂擁擠了一些，可是原設計師可不是設計成那麼窘迫的（見附圖10.11.），好在還並不失去設計師的原意，只是產品多放了兩三倍而已，倒還是留有會談區和儲藏至空間的（見附圖12.）。



圖6



圖7



圖8



圖9



圖10

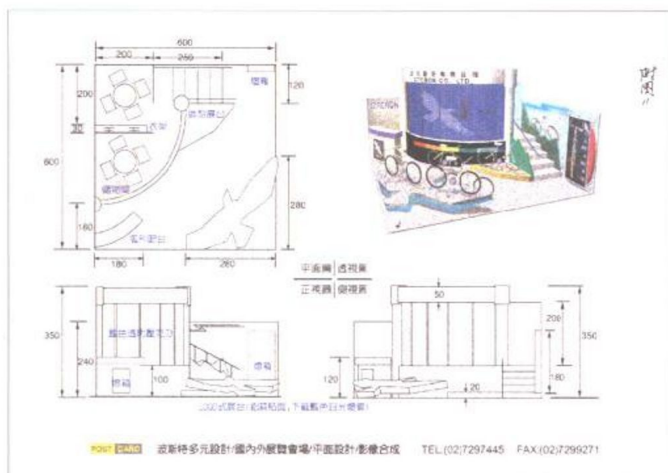


圖11



圖12

中型展示與小型展示不同的地方，在於它們的設計並不需要以一個中心主題為基礎，相反的，在一個四到八個攤位的展示區裡，可以容納各式各樣設計部件例如：以木工搭配金屬工程，鐵工組合材料如下一章節所討論的部分等，同時可搭配和自己同行同業的其他廠家合併參加展出。至於小型展示，由於受到經費的限制，因此設計師必須選用可以重覆使用到其他商展中的建構材料，而且還得將展示現場畫分成數個更小的單位，以作為其他用途。

對於參展者而言，無論是自己預訂的或原本主辦單位分配的攤位太小；往往都覺得能否把擁擠的情形減至最低，同時仍提供寬廣的空間容納產品陳列、視聽簡報、會談區、展示區、貯藏空間.....等，在一個中型展示空間而言，真的是種奢求又難以達成的目標。

既然無法像大型展示空間般的把一切功能包含在有限空間之內；仍可運用類似頂蓬（見附圖13及14），桁架（見附圖15-17）高架橋（見附圖18），高架型的看板（見附圖19-20），會發光透光的地板（見附圖21.22），兩層式的展示（見附圖23-27）特殊產品陳列方式（見附圖28-37）或特殊模型道具（見附圖38-40）等獨特的設計技巧抓住參觀者的目光。雖然以上某些例子並非中型展示空間的實例，但若發揮組合技巧的創意來設計排列，不但可運用在中型展示空間裡，甚至還可以運用在小型展示空間裡，可見空間並不見得能夠形成障礙。能夠限制設計師的反倒是他們自身的創意與才華。



圖13



圖14



圖15



圖16



圖17



圖 18



圖 19



圖 20



圖 21

※ 雖然這些特殊的造形實例有某些並非來自中型展示空間；但規劃模式與技巧甚或施工的方式都無礙於使用在中型展示空間的個案裡。

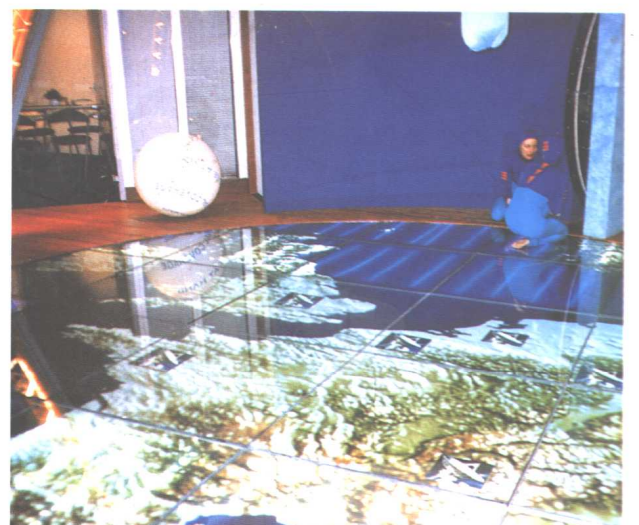


圖 22



圖23



圖24



圖26



圖25



圖27

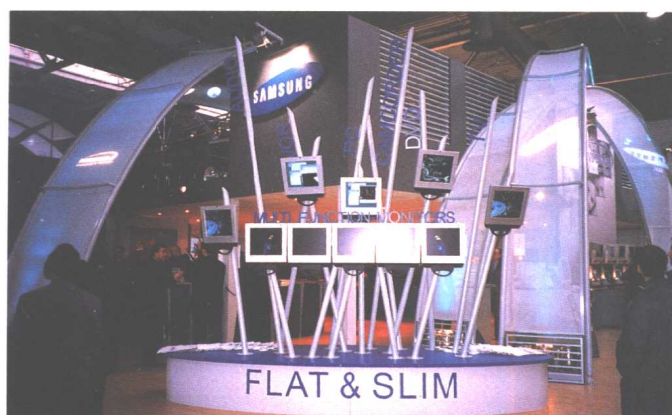


圖28

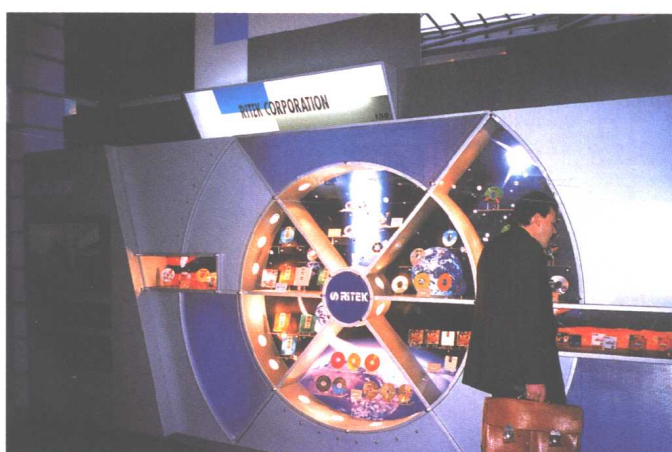


圖30



圖31



圖32



圖29



圖33