

国际展示

展览会工程设计

编 著 / 摄 影 李 君

图书在版编目(CIP)数据

国际展示: 展览会工程设计/李君编著. —广州:
广东世界图书出版公司, 2004.10

ISBN 7-5062-7046-3

I. 国... II. 李... III. 展览会-陈列设计-世界
-图集 IV. J525.1-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第100513号

国际展示——展览会工程设计

出版发行: 广东世界图书出版公司

(广州市新港西路大江冲25号 邮编: 510300)

电 话: 020-84451969 84453623

<http://www.gdst.com.cn>

E-mail: pub@gdst.com.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 深圳华新彩印制版有限公司

(深圳市八卦岭工业区615栋7~8层)

版 次: 2005年1月第1版 2005年1月第1次印刷

开 本: 965 mm×1270 mm 1/16

印 张: 21

ISBN 7-5062-7046-3/TU·0014

出版社注册号: 粤014

定 价: 280.00 元

如发现因印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系退换

目录

展览会的概况

目前我国展览工程的规模

设计前场地了解及客户沟通

施工中的布展要求

展览会工程案例剖析

MICROSOFT

MOTOROLA

NEC

SAMSUNG

SIEMENS

SONY

IBM

PANASONIC

PHILIPS

MITSUBISHI

展览会的概况

1851年5月1日,举世瞩目的首届国际博览会在英国伦敦开幕。至今已历经了一个半世纪。虽然每届都会有中国的企业家纷纷与会甚至荣获大奖,但我国会展经济的发展与兴起则是在改革开放以后。

随着我国经济的迅速发展,广阔的市场前景,优越的投资环境,令全球瞩目。而越来越多的展览会亦日渐成为中国连接世界经济的桥梁和纽带,被誉为国民经济“晴雨表”的会展业则成为新的经济增长点。2010年上海世博会的申办成功更促使我国的展览业迅速崛起,并迈向快速发展的轨道。从展览的规模、环境、组织、影响、数量、市场等方面来看,我国已经成为亚洲的展览大国。

据统计我国的会展业每年以20%左右的速度递增,展览市场迅速扩大。国有、私营、合资等各种形式的展览服务公司也如雨后的春笋般竞相涌现。我国已经加入世贸,国际化程度最高的展览业所受到的影响必定会首当其冲,这给中国的展览业带来更高的挑战,展览业的竞争更趋激烈,展览专业人才也急需增加。而展览业的竞争同时也是展览人才的竞争。对于展览工程公司来说,拥有一支高水准的设计师队伍则是竞争的关键。目前我国部分展览工程公司的设计和施工质量已具有很高的水准,但国内的总体水平与发达国家相比还有一定的差距。从国际化的角度来说,仍处于劣势地位,仍需不断提高和进步。我国部分艺术院校现在也陆续增加了展示设计专业并相应开设了展览设计的课程,积极培养专业展览设计人才,但难以满足不断增长的市场需求。大部分的展示设计师在大学期间很少甚至没学过展示设计课程,只是在涉足展览工作之后,在实践中不断地学习摸索和积累经验。本书编辑整理出版的目的在于供广大展示设计师和相关人士参考借鉴和探讨交流。

目前我国展览工程的规模

我国的展览工程目前按规模一般分为两种:一种是以一定的面积为单位(如:9m²或12m²等),由展会组织者统一按设计规格和施工搭建的相对简易的标准展位(简称:标摊),仅有基本的配置,包括标有参展企业名称和展位号的楣板、咨询桌、椅子、电源等等。产品的展示、企业的介绍、业务的洽谈全在这一展位内进行。这种展台成本较低、施工简单、价格低

廉。缺点是无特色、不易表达参展者的意图。根据展台的位置可分为单面开口、双面开口和三面开口。

另一种则是,展会的主办者仅提供参展场地。展台所有设计制做均由参展商自行安排施工单位来完成,也可以委托展会的指定承建商另行设计施工,特点是有个性、容易吸引观众注意和表达参展者的企业形象。因与标准展位相比此类工程的设计与施工较为特殊,所以称为特殊装修(简称:特装)。此类工程人力、物力投入较大,设计要求高,施工成本高,操作复杂,展位面积一般也比较大,一般都是三面开口或是单独一块场地不与其他展台连接。价格也相对较高。本书介绍的所有图片均为特殊装修。

目前国内的展览会基本是以标准展位为主,近年来正逐渐从基本标准展位向相对高档的标准展位演变发展,这种高档标准展位类似简易的特殊装修。

在展览会上,数百家甚至上千家参展企业面对如潮的观众,如何才能更加引起参观者的注意并树立良好的企业形象是参展商必须考虑的问题。在观众对参展企业一无所知的情况下,只有设计新颖、独具特色的展台才能引起观众产生兴趣并希望了解参展企业,进而了解企业情况,获取产品信息,这样才会给参观者留下深刻的印象,使每一位光临展台的目标买主都能强烈感受到企业的文化内涵及经营理念从而延伸到企业的规模、信誉、产品品质与服务宗旨。这对参展企业的市场推广具有强大的推动作用。对树立和提高公司品牌形象展现竞争力大有帮助,这正是所有参展企业参展的首要目的。

只有设计师才能担当起将实用与艺术融为一体的重担。这一角色不仅仅表现在效果图的设计方面。在展览工程的所有主要阶段都需要设计师认真参与,包括前期策划与参展商的直接沟通,设计过程中的反复修改完善,各种材料的确定,施工中的严谨监工,甚至展品的摆放。设计师的参与是保证高水准的设计和高质量的装修的关键。

设计前场地了解及客户沟通

设计师在进行展览工程设计之前应详细地了解场地情况并与参展商进行充分的沟通。

(1)从主办者、展会指定承建商、展览馆等多方面了解场地情况:

首先必须知道展位的具体面积以及它在展览会总平面图中的位置,几面开口。若有条件,设计师应尽可能亲自到展览馆现场

勘察。其次是了解展位附近主次通道的分布情况、预计参观人流的主要流向,以便在随后的设计中安排展位的主要朝向。一般来讲,展台应面向主人流方向,或面向所在展厅的主要出入口。

熟悉现场的采光、照明情况,以便在随后的设计中灯光效果进行设计。尤其是对现场光线有特殊要求的展台(如投影设备或光线暗淡的舞台等)。

展厅的地面承重量、展厅上方是否具有可供悬挂的挂点,以及允许的最大可悬挂承重范围。以便在随后的设计中,适当考虑可以在展台上设计一些可悬挂的构件。但此举需经展馆或展会的指定承建商同意方可,并将现场悬挂施工的费用计入成本。

展厅的层高和展台施工的限高。应确认现场允许搭建的最大高度。避免展台因超高而造成临时改动甚至无法布展。比如:某些国际展会要求展区靠近通道1m范围内、搭建高度不得超过3m。

在展位周围是否有展厅的结构柱或消防栓或配电箱,以及与展位之间的使用距离,在设计展位时应尽量避免或减少所受的影响。若这些设施是在展位范围内,则要与有关方面协商是否允许遮挡或包围装修,以及能否直接受力承重等合理的使用方法。

展台周边通道的地毯或地面颜色。目的是在设计展位内地面的颜色时,应注意避免与展位周围的地面颜色相雷同。

设计含有大型结构的展台时要了解布展施工期间展场的入货门的大小。如果展位是在楼上还要了解楼梯的大小,以及货梯的空间和货梯的最大额定载重量。目的是避免在设计和施工制作中因工程结构过大或过重而给运输带来的不便。

很多展览馆基本会提供全系列的服务,包括市场服务、互联网、媒体关系、技术服务和必要的后勤保障。所以应详细阅读《参展手册》,手册中包括所有相关服务的预定表,或以互联网等方式从主场承建商那里得知进馆布展时需办理的相关手续和应交纳的有关费用,如施工管理费、布展施工时的临时用电费、展会期间的电源接驳费等相关费用。对于大型参展设备,还应了解展会指定的有关现场承运服务的费用。有些国际展会已启用了新的互联网在线预订系统,使用这一方便的新系统,参展商可以随时享受展会组织者提供的全面服务,当然也包括布展施工的相关内容。

允许布展的时间。包括何时布展、布展期是多少天。因各展会安排的布展时间不尽相同,布展期有些是3天左右但有些展会布展时间长达十几天甚至一个月以上。不同的展会每天的布展时间也不尽相同,有的仅限白天布展,而有的则是每天24小时均可施工。设计师根据布展时间在设计时要充分预计现场施工所需的工期。

在用电和施工方面的要求与限制。展会是否规定禁止使用的灯具和其他用电器如霓虹灯、大功率的太阳灯、哪些施工工具禁止使用等。在布展期间严禁现场喷漆和焊接等操作。参加境外的展会,还应注意所在国家的用电电压和电源接驳的详细规定。

(2)与客户即参展企业沟通并了解参展要求:

展览期间现场工作人员的数量。

参展企业的行业性质、企业文化。

对展位主体色调的要求。有的企业制定有固定的宣传主色调,不允许随意更改,而有的企业则是按一定周期更换、调整。

参展展品的种类、数量、规格。参展展品放置方式(比如是展台式还是落地式,是实物还是模型)。展品的展示有无特殊要求,是静态展示还是现场演示,是否需要供排水、供电、供气、及用电功率等。

是否需要音响、电视机、电视墙、投影仪等设备,以及所需的电视墙和投影仪的规格大小。是否计划安排现场表演。

是否需要面积充裕的操作室或储藏室。

是否需要洽谈区,洽谈区的面积,是要封闭式,还是开放式或半开放式。大型展位还要考虑是否需要会议室或独立的办公室。

是否计划配置吧台、饮水机、冰箱等相关设备和服务。

有无宣传图片或灯箱。大致的内容和数量及特殊要求。

对展位设计制做材料是否有特殊要求,是用展具组合拼装还是用其他材料另行制作:是一次性使用还是计划重复使用。

对展位制作工程的计划投资额,即预计的工程造价。预先了解工程造价可以在设计时更准确的控制成本。避免因为设计方案的工程造价与展商的计划投资额相去甚远,而白白的浪费时间和人力。所以设计师在最初的构思阶段就要兼顾考虑工程造价的因素,熟悉并把握各种工程材料和各种技术的制作费用,利用有限的预算来最大限度的获得最满意的效果。

施工中的布展要求

要分析参展企业的性质规模以及需要对外展示的企业形象,通过以往的设计图纸或现场照片了解该展商以前参展的设计风格,对以往的设计和施工服务中有何满意与不足,以及在本次展会中需要突出表现的主题和目的,所希望的设计要求与设计风格的突破。

在整个设计过程中,需要设计师与客户密切沟通,用设计师

的感觉准确把握客户的期望,深入了解客户的需求,捕捉客户的心理。不同行业的展览会,自然客户的要求也不同。即使是同行业的展览会,客户的要求也各有区别,甚至同一个参展企业的不同部门都有各自不同的要求。设计师在力争满足客户的同时,不同需求时也要加以组织和引导。在设计过程中可能客户关注的是实用的因素较多,而设计师冥思苦想的也许是展位的艺术效果,两个观点甚至有产生矛盾的可能,但既矛盾又必须统一。商业展示设计既是商业行为又是艺术行为,但首先考虑的还是商业行为。所以设计师必须遵从一切以客户为主的商业销售规律,积极听取客户的建议,争取使客户满意,即便客户满意的未必就是最佳效果。这两种思想的融合是设计工作的关键,所以商业展示设计始终是在实用和美学之间游弋。

展示设计虽然兴起的时间较短但并不是一门孤立的设计类别,而是集室内设计、广告设计、平面设计、环境设计、舞美设计、建筑设计等等于一体的综合艺术设计。他既有展览会特有的环境、目的、功能等因素,又不能脱离其他相关的艺术形式。在材料使用、色彩搭配、立体构成、灯光效果的变化等诸多方面都是相通的,在表现形式、风格流派上也是融为一体、互相渗透的。

合理的空间安排,多变的组合形式可以使有限的空间变得更加丰富和巧妙。但在有些结构造型设计中也不必一味追求画蛇添足过于复杂累赘的变化,在能够充分表现设计意图和满足使用的前提下尽量使用简单明了的结构和表现手段。

尽量用简约的色彩创造最佳设计效果。色彩设计的和谐,可以影响展台的气氛,左右观众的情感也可以改变空间效果、结构的层次形状和质地。材质的运用也不容忽视。因为色彩与材料质感的相互映衬,很容易凸显多样的个性风格,设计的整体表现也会更加丰富。

在设计使用灯光时尤其要注意各种灯具组合使用会产生不同的效果。准确利用灯光技术包括灯光的位置、数量、亮度、颜色、投射距离、方向、衰减范围等等因素营造出意想不到的理想氛围。在展示设计中,灯光的使用是一个重要的美学因素,而不是仅以照亮环境满足视觉要求为唯一的目的。比如有些展台为了营造特有的灯光效果而有意将展场现有的环境光加以遮挡,但若运用不当也会破坏氛围,适得其反。所以既要力求把色彩和灯光的作用挥洒的淋漓尽致,又要用的恰到好处。因为这些信息将会强烈影响观众的感受。

此外多媒体配合声光电、环幕电影、电视地台、全息技术甚至纳米技术等高科技与传统相结合的展示手段早已屡见不鲜。

随着更多新材料、新技术的不断问世,还将被大量应用到展览工程中,未来的展览工程科技含量会更高,实际使用中必然会有更多新颖独特的表现手段,所有这些表现手段并不是孤立的使用,而是以适当的形式有机地结合并且相互影响的。需要把握的是展览设计的表现形式虽然多样,但每项工程设计的风格应该是和谐统一的。

设计师要在日常生活中留心观察周围环境,体会不同的环境所表现的不同气氛,分辨不同的材料质地和灯光色彩所带来的不同视觉感受。多尝试使用新型的灯光和新型的材料,汲取多方面的经验,有助于发挥设计师随心所欲、丰富多彩的想像力,用最佳的艺术手段准确地表现设计意图。从美学的角度讲,成功的设计不是取决于装饰的是否绚丽豪华,更不是造价是否高昂,而是想像力的发挥和运用程度,是创新的无穷魅力。

设计方案的每一个细节都不容忽视,比如要将参展企业的准确名称和品牌标志认真地按正确的字体和标准色在设计方案中标出,并考虑合理的位置和大小,充分预计在现场各个角度的最佳视觉效果。

在设计中不仅要突出表现摆放展品的展示台,在其他方面也要兼顾满足参展商和参观者双方的使用需求。例如:服务台,既是普通观众的咨询处又是引导专业观众详细了解本企业的服务处。设计时要满足使用功能的要求,前台周围要尽量留有宽敞的空间,并充分考虑对人流的影响。因为前台在使用上的特殊性,所以设计高度不宜太低,一般以1m为宜并配有较高的吧椅,大小则以现场工作人员的数量和实用功能以及预期前来咨询的观众数量而定。对于超大型展台甚至有必要在不同的位置增加前台。对于有现场演示或表演的内容,应慎重考虑舞台位置的摆放,所需要的基本面积和舞台高度,以及预计的观众数量。在追求实用与视觉效果的同时,要尽可能留有足够大的使用弹性,满足大量的人流疏散。不同功能区的规划安排应考虑到在展览期间既不相互影响,又能足够保障使用要求。

人文关怀也不要被忽略。例如:大型展台可以在主要位置安排展区的平面示意图,使观众对展位的布置一目了然。在设计有地台的展位时,应留有必要的残疾人专用通道,或采用无障碍设计将地台周围设计成斜坡的形式,避免地台棱角可能给观众带来的不便。类似这些细节部分要尽可能考虑周到细致。在这些观念上,国内的展览会与国外相比的确还存在着不小的差距。在最终确定方案时应确保方案的完整性,避免因疏忽而留有任何不足和隐患,否则在施工中甚至完工后再“动大手术”加以弥补修改,将会给整个工程增加额外的工程量或更加高昂

的费用，甚至延误工期。

在施工安排上也要注意，由于展览会的特殊性，展览工程工期短，现场施工时间有限，所以施工工作必须在进馆布展前就要做好充分的准备。大部分的装修制作应该在进馆布展之前完成，而进馆布展时则以组装拼接为主。因此，安排工期应留有余地，切不可因前期工作准备不足而造成仓促进馆布展，以至无法按时完工，给参展商造成无法挽回的损失。

最后要强调的是制作工艺，要严格把握工程质量关，高水准的设计要依靠高质量的装修来实现，要把工程当作精品来做，再好的设计没有严谨的施工制作，工艺不到位还是一堆废品，因此施工的精细程度将直接影响整个展位的效果。这方面国内的总体施工制作水平相比前些年已有很大的提高。在施工中各种材料的使用要符合展会安全要求。如木结构等易燃材料应提早按要求进行防火处理，电路部分应使用符合规定的电源线等等。施工中还要注意不得损坏展馆的任何设施，展馆的地面和墙面是绝不允许钻空或者打钉子。这些相关的要求目前还没有一个绝对统一的施工规范，不同的展馆要求也不尽相同，所以更要将准备工作做的细致无误。

李 君
2004年6月

















