

黑龙江科学技术出版社 • 黑龙江科学技术出版社 • 黑龙江科学技术出版社

世界商品展览设计



1

《世界商品展览设计》编写人员

主 编:	刘士名	王庆昌	张震甫			
副 主 编:	赵运铎	金广君	徐苏宁	金 虹	李洪夫	
编写人员:	刘士名	王庆昌	张震甫	赵运铎	金广君	徐苏宁
	金 虹	李洪夫	朱向红	孙 玮	李 卫	单尉颖
	赵志庆	赵宇哲	井 力	冷 红	张乙明	王德宽
	孙玉洁	王宏亮	仰曙光	孙 欣	刘玉普	郑玉芝
	侯广英	姜吉才	钱昌文	宗 勇		

世界商品展览设计

责任编辑: 肖尔斌 封面设计: 刘道毅 版式设计: 徐志谦

黑龙江科学技术出版社 出版 (哈尔滨市南岗区建设街35号)
辽 宁 美 术 印 刷 厂 印刷 (沈阳市皇姑区北陵大街17号)
新华书店北京科技发行所 发行 (北京西直门外北礼士路54号)

787 × 1092毫米 16开本 12印张
1992年2月第1版 1992年2月第1次印刷
印数: 1—10000(套) (全二册)定价: 128.00元

ISBN 7-5388-2045-0/TU · 131

(黑)新登字第2号

世界商品展览设计

(1)

黑龙江科学技术出版社

前言

在设计领域中，展览设计因其独特的内容和形式而成为一项独立的设计职业。在当今的商品大潮中，引起越来越多的人的兴趣和关注。的确，展览设计不同于一般的设计作品，它的艺术性远不及商业性，它是一种商业环境的创造，是商品经济条件下市场竞争的工具。

展览设计的特征表现在：

①设计中注入商业信息的多少，质量的高低，直接影响展览会的成功与否；②在商业展览设计中过分追求设计技巧会直接影响展览会目的的表现；③展览设计是创造销售环境而不仅仅是艺术设计。

展览设计也有自己独特的设计特点：

①为参观者提供简洁、方便的观赏路线；②传递顾主的市场意愿；③具有引人注意，简单的视觉形象；④既与整体气氛协调，又有其独特的设计构思；⑤能使参观者容易理解；⑥具有零售商品的贮藏空间；⑦清晰表达展览会举办者的意图；⑧不仅仅是创造美丽的外观而是抓住市场机遇，树立企业形象。

很难说展览设计对展览会的成功有多大影响，但目前能肯定的是好的展览设计有助于达到展览会的预期目的。展览设计应是经济、有效、安装方便，逻辑性强，并能引起人们的注意力。

好的展览设计，无论其规模大小，必须具有商业意识——能完善、准确地传递企业与展览商品的所有信息。因此展览设计者必须做到：

(1)理解举办展览会的目的，如果展览会的目的尚不明确的话，设计者应与举办者积极合作，共同商讨，明确目的，以便在设计中准确表达意图和传递信息。

(2)舍得花费时间和精力去理解商品特点、生产情况、市场发展、竞争能力等一切信息，这样才能使展览设计有利于对企业的整体表现，而不仅是商品本身。

(3)设计者还要抓住顾主的心态，把他们的想法和需求通过设计表现出来。

此外，设计者还要具有空间设计，产品设计与图示表达，结构和材料方面的知识。

应该指出的是，展览设计不是个人的创作活动，而是集体智慧的结晶，整个设计过程需要紧凑，融洽的合作关系。包括与企业、顾客、展览举办者，专业人员，甚至制作人的合作。

和其它设计一样，展览设计也有自己独特的设计技术和方法，以下分几个方面讨论：

1. 标准化展览

对于多数企业来说，特别是小企业，每次展览会都重新做展览设计造价太高，标准化展览解决了这一问题，因为它容易适应各种不同尺寸和形状的展览空间。

这些适应性极强的标准展览品可以是自由独立的，也可以是相互组合的，再

通过可以变化的隔断、标语等创造出富有变化的空间。有时标准化展览还可以做为划分空间的手段，这是一种经济的展览方法。

标准化构件也有助于设计者满足不同展览会特定要求。

2. 视觉表现技术

图示表现是创造展览外观的基础，是展览信息交流的媒介，在展览设计中常用的图示展览技术大体上可有三类：大型的标语、标志，与隔断墙和其它结构构件相结合的图示，以及独立的图示展览。

照片做为图示手段在大型展览中虽不太经济，但它是一种较好的图示手段，它可以真实形象地反映产品信息，因此常被采用。

另一种图示手段是可动的图像制品，按事先编辑好的程序播放，可以对展览做更全面的介绍，这种展览手段越来越多地用于展览设计中。

3. 产品展览

有时最好的展览办法莫过于产品展览，例如某一罐头厂在展示中，用15,000个罐头支撑一个平台来展览新的罐头产品。

对于建筑材料和制造厂来说，产品展览是再好不过了，例如在产品展览中用木制品做成的结构和墙面等。

放大的复制品展览法能引起更多人的注意，但要求较高的技术和精细加工制作工艺。在展览中有的要求有较好的背景环境，如汽车展览中常常用高速公路做背景，把产品使用情况形象地展示给观众。

4. 提供必要空间

在展览会中，产品文件、订货单、产品介绍、企业名片等一些文件不应随意摆放在展览区内，应该既隐蔽又方便取拿，因此最好在展区内设置一个贮藏空间，在大型展览会中，一般把这些文件集中在展览的中心位置，方便人们取拿。

而在小型展览中，在有限的空间内设独立的贮藏空间显然是不经济的，许多设计者把贮藏空间设在展览中不常用的空间角落，常用的办法是在方桌下面，并设法装饰起来。

另一种办法是利用结构中间的空间做为贮藏使用，显示出空间利用的经济和巧妙。

5. 具有鲜明的主题

寓意于图示和结构中的视觉主题能迅速表达展览意图，还能创造独特的展览气氛，展览主题应能直接表达展览内容，如某一企业把自己产品希望在一个显示高技术产品的屏风上，利用铝合金板，暴露的螺栓和灯光表达产品的特点；另一企业在展览食品时，通过古老的乡村小店的环境气氛来衬托商品。

展览主题能有效地吸引某些特殊观众，起到独特的教育效果，因此在博物馆和其它教育类展览中特别常见。

6. 具有特色

具有特色的展览会能给人留下深刻的印象，达到展览的预期目的，这也是展览设计者所一贯追求的。

特色的要素很多，独特的想法，巧妙的构思以及表现方法的独道等等，在此不做一一介绍。

目 录

第一章	小型展览·····	5
第二章	中型展览·····	51
第三章	大型展览 ·····	105
第四章	多层展览 ·····	165

第一章 小型展览

小型展览对于设计者来说是一个特殊的挑战。因为它通常是为较小的公司设计，其资金有限，展品不很讲究，它们预算较低，提出的要求又较高，有时是不现实的。同时它必须与那些较大的公司竞争，最大限度地吸引参观者的注意。

这一章的设计具有一些共同的特点，就是大部分都基于一个单纯的有生气的主题，设计者采用各种建筑材料、图解、灯光等，运用不同的设计手法来创造引人注目的展示空间。这些展览是可变的，在各种商品陈列和贸易展览中都适用。



设计表达了展览主办者全部的构想。标题、画面和图示能够很容易的更换。另外，中心部分可以单独立在3米的空间里，两侧耳房一起形成另一个3米的展览。

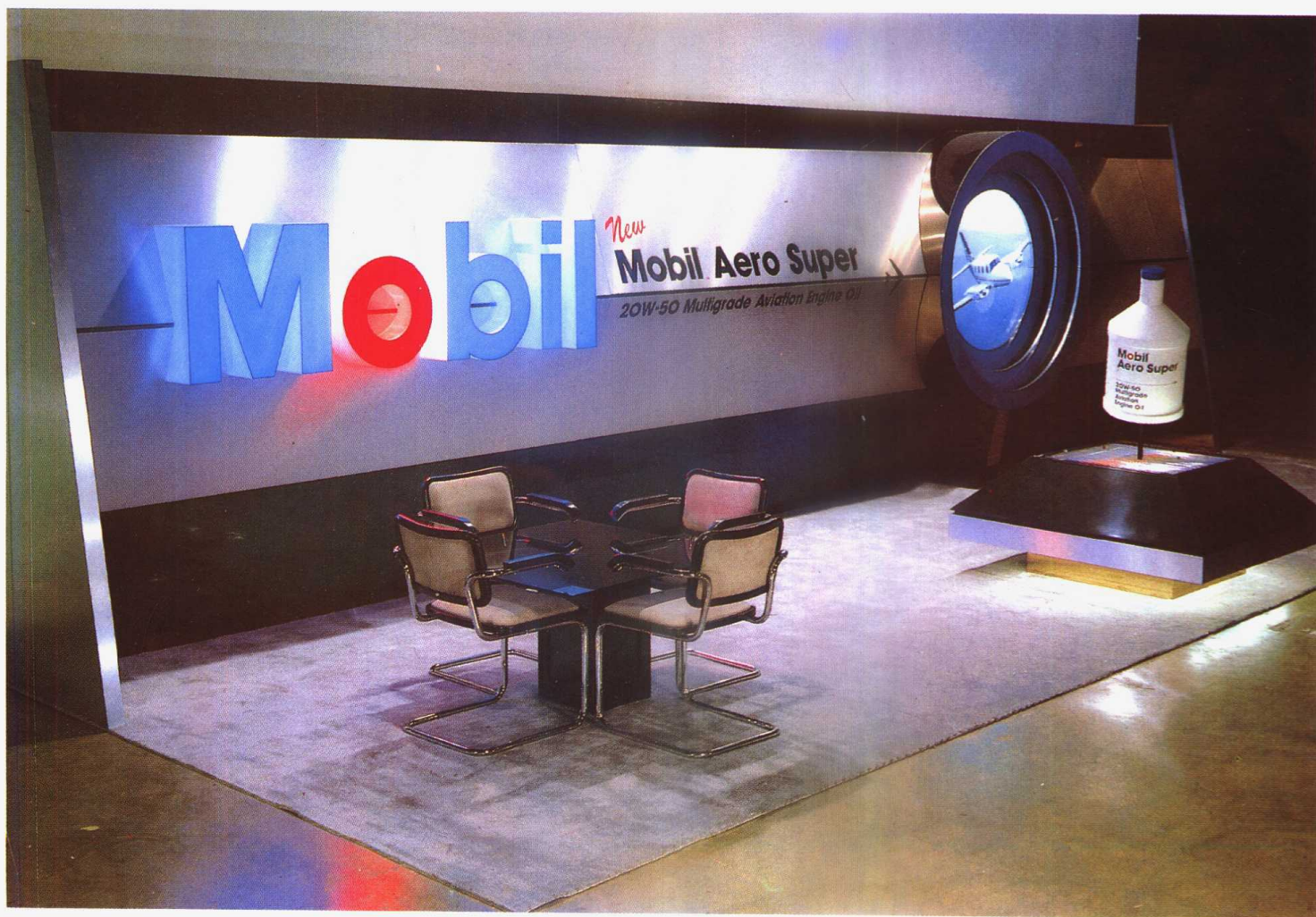


简洁的造型，构件能更加突出展品主题。



为了展示专用设备工业，专卖它的专门技术，这家公司采用了质朴的设计。

这个展览最突出的部分是一个大的航空舰的部分模型。





这个展览利用垂直的百叶窗作为后面的背景，将贮藏空间遮挡起来。

通过照片将小产品逼真地放大许多倍，可使小产品引人注目。



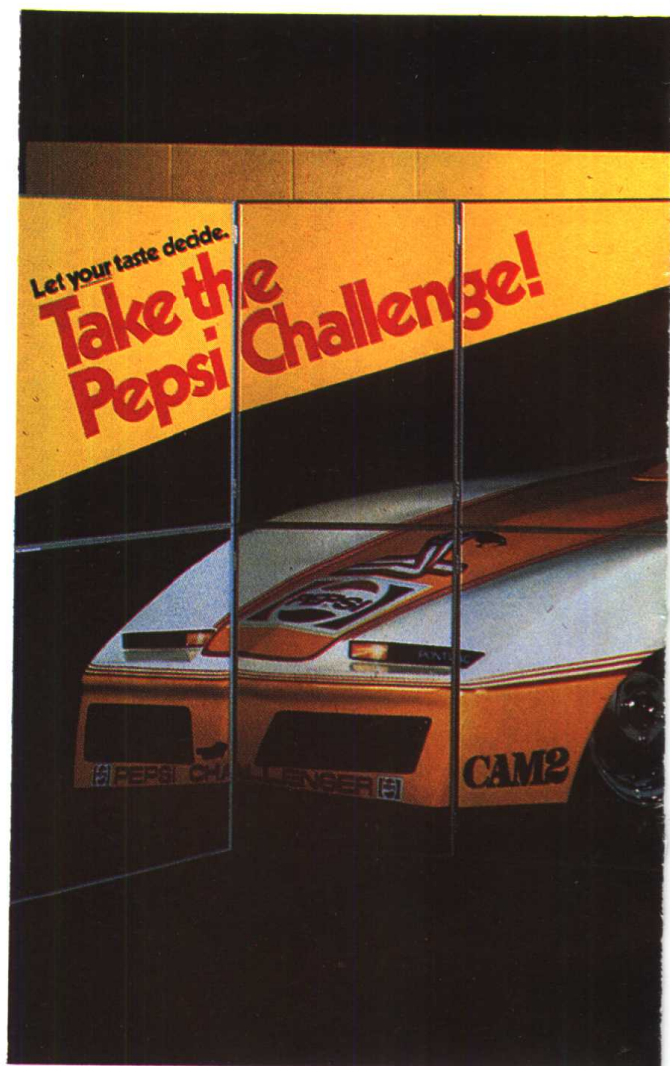
在这个很小的空间内，利用光泽度高的层压板和明亮的镀铬材料来体现时代气息。



背景墙上的大字标题是根据参观者的兴趣专门设计的。



这是一种能快速拆装的背景，它适用于那些经常被放在不同地方的展览。



这组4.6 米长的展板上贴满各种图片，其中用球形灯着重强调两处。





强烈的画面引人注目，木纹理提供了适宜的气氛。圆柱为路过的人提供电视演示，而且也有储藏空间。

这个设计说明了怎样利用模块展览系统创造奇特的设计。甚至连瀑布都完全用模块构成。



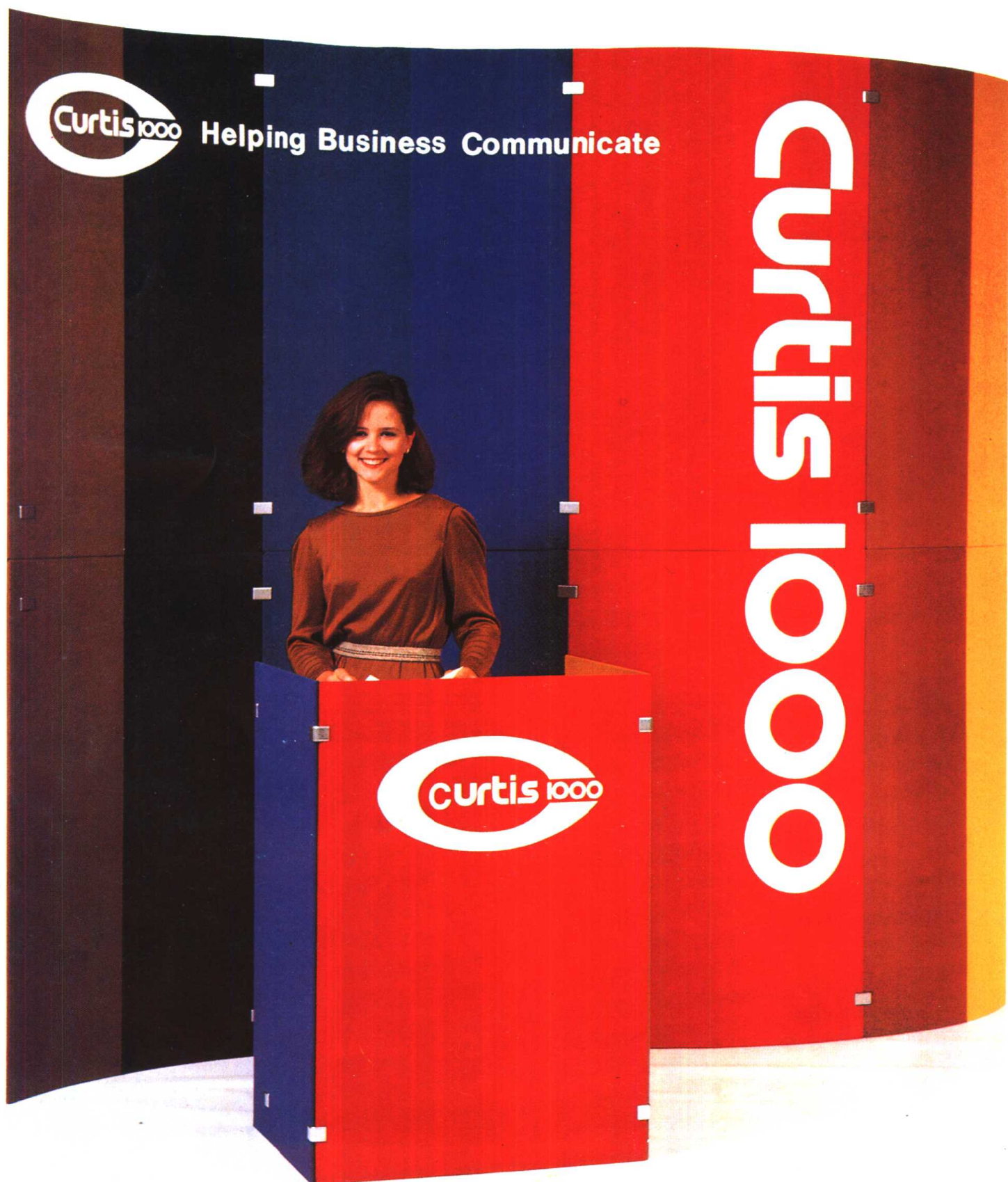


为介绍一个新产品，在旋转桌上装了一个1.2米的复制品，在旁边的台座上同时展出实际的样品。



这个展览提出的任务是使四个单独的背面投影单元安装在一个较小的空间里。

这种轻型展览由8块相同的曲面展板组成，大小为 0.75×2.5 米，展板前后用“门”状的铝合金构件联结，字母用有机胶纸贴成。





上部向后倾斜的展板，有利于参观者观赏。

这里装配出独立的小格子。

