

世界名企展示空间

(西班牙) 阿丽安·莫斯塔迪 编著

蒙小英 余美萱 译



百通集团
贵州科技出版社



当代展台设计

本书版权从美国引进。书中精选的80个不同的展台设计实例均由顶尖的展台设计师设计，其中还有不少获奖作品。展台的面积从20多平方米至4000多平方米不等，分别涉猎服装业、电脑业、保险业、银行业、零售业、汽车销售业等。通过不同的图片及准确的文字说明，读者可了解设计师如何通过标识、灯光、色彩及装饰元素去构建一个让人驻足的展台。

精装大16开 ■ 原版印刷胶片彩色精印 ■ 168元/册



展台设计实务

本书版权从英国引进。书中介绍了来自欧美及日本的20多个商品展览会的展台设计实例。每一实例均附有详尽的文字分析及说明，揭示了设计者如何通过创新的画面，巧妙的空间规划和一些推广宣传材料来传递客户的信息，更通过设计平面图、草图和计算机模型，使读者能清楚了解从最初的构思到最后完成的整个设计过程。

软精装16开 ■ 原版印刷胶片彩色精印 ■ 120元/册



大腕创意

——全球著名企业和品牌平面广告创意经典

本书汇集了国内外一些知名品牌的广告，甚至包括一些机构企业的形象广告。书中分门别类对各方面的内容进行了展示，精美的彩图、经典的广告语及精彩的广告点评，不仅让国内的广告专业人士学习和了解国外广告，从中获取灵感，也能吸引一些广告业余爱好者。

精装大16开 ■ 进口铜版纸彩色精印 ■ 268元/册

百通公司 (集团)

地址：广州市中山大道东郊工业园建中路16号首层

发行部电话：83794320 83794741 83797151

编辑部电话：85534860 85558264 转 206、207、212、204

<http://www.btbook.com>

E-mail: service@btbook.com

邮编：510665

传真：83797151

传真：85558286

世界名企展示空间

(西班牙) 阿丽安·莫斯塔迪 编著

蒙小英 余美萱 译



百 通 集 团
贵 州 科 技 出 版 社

本书原出版者为西班牙Links出版公司,经授权由百通集团成员出版社在中国大陆地区出版发行中文简体版。

图书在版编目(CIP)数据

世界名企展示空间 / (西)莫斯塔迪编著;蒙小英等译. —贵阳:贵州科技出版社, 2005. 6

书名原文: Exhibition Stands

ISBN 7-80662-390-6

I. 世... II. ①莫... ②蒙... III. 展览会—陈列设计—世界—图集 IV. J535-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 016845 号

百 通 集 团

广东科技出版社	北京出版社
吉林科学技术出版社	中国建筑工业出版社
辽宁科学技术出版社	电子工业出版社
天津科学技术出版社	浙江科学技术出版社
河南科学技术出版社	云南科技出版社
安徽科学技术出版社	上海科学技术出版社
黑龙江科学技术出版社	江苏科学技术出版社
江西科学技术出版社	广西科学技术出版社
贵州科技出版社	北京科学技术出版社
四川科学技术出版社	

出版发行:百通集团 贵州科技出版社

<http://www.btbook.com>

编 著:(西班牙)阿丽安·莫斯塔迪

翻 译:蒙小英 余美萱

版权策划:韩燕芳

责任编辑:段湘林 罗明娟

经 销:各地新华书店

印 刷:深圳雅昌彩色印刷有限公司

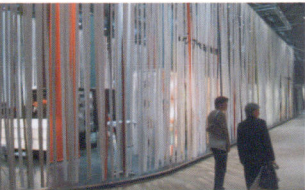
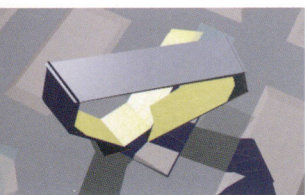
规 格:965mm × 1270mm 1/16 印张 15

版 次:2005 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:208.00 元

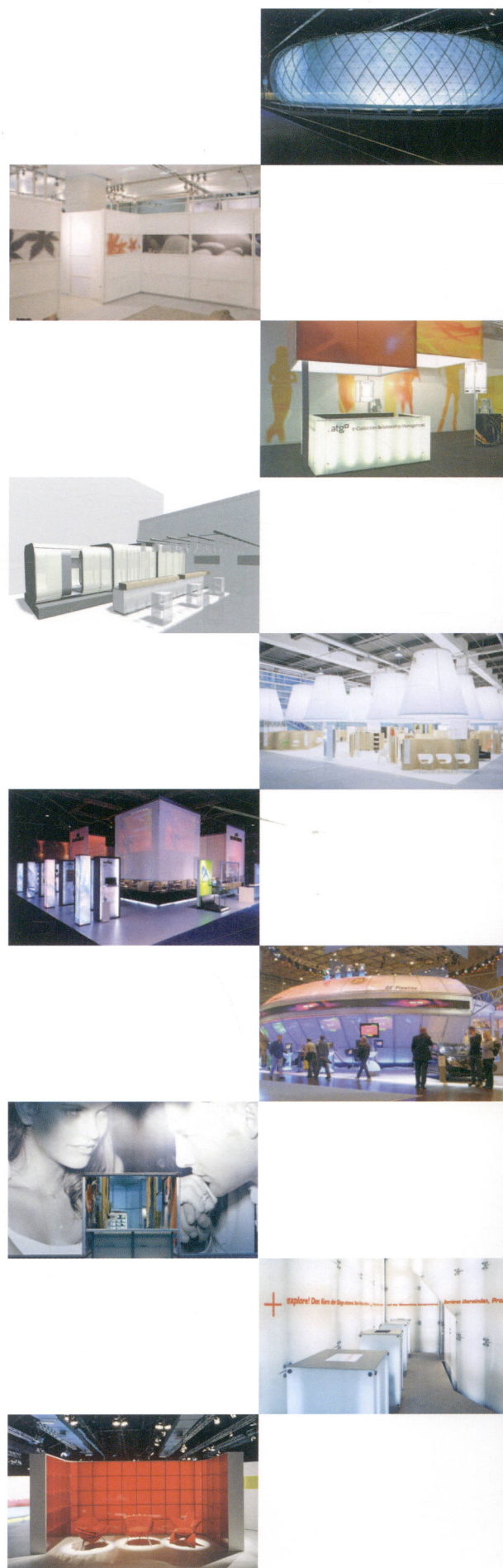
exhibition stands

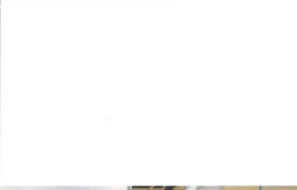
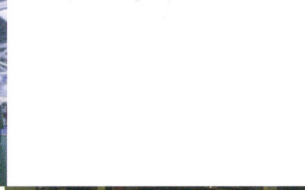
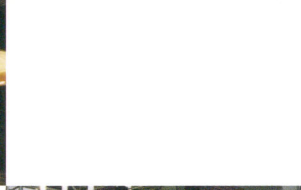
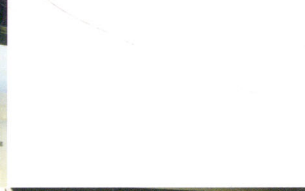
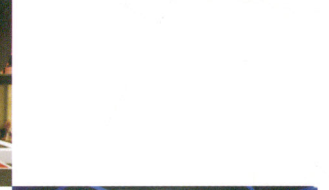
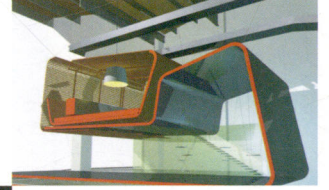
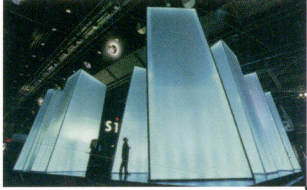
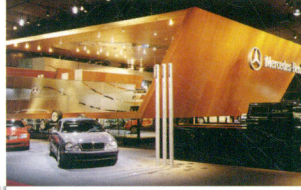
目 录



7	前言
8	梅赛德斯-奔驰公司, 巴塞罗那
12	梅赛德斯-奔驰公司, 法兰克福
16	梅赛德斯-奔驰公司, 底特律
20	Ixillum建筑
22	菲利浦通用电力公司
26	Media Markt公司
28	Bisazza玻璃马赛克公司①
32	Bisazza玻璃马赛克公司②
36	比特艺术
38	德国邮政地产公司
40	恰斯特尔电信公司
42	柯达公司
44	Ecomed展会
46	高仪公司
48	罗尔夫·贝兹家居公司
52	西门子移动公司
56	“氛围”展场
60	理光公司
64	贝塔斯曼集团
66	通用电气塑料公司
70	毕马威公司
72	苏黎世设计
74	伯克公司
78	Emap公司
82	松下公司
86	金托尼克公司
88	高迪展场
90	Durable公司
92	Century nidau公司
94	吉徠电器公司
98	海德堡印刷机械股份公司
102	Mero公司
106	YelloMiles鞋业股份有限公司
110	atg. 艺术技术组
112	Océ公司
114	Appendi-Minimo公司
116	温莎时装公司
120	Gandia Blasco家具公司
122	微软公司
124	Layetana公司

- 126 根德公司
- 128 Bodegas Azabache 公司
- 130 西班牙电话公司
- 132 宝马公司
- 138 西特科公司
- 140 德国纸业制造联合会
- 142 Ellesse 服装公司
- 146 La casa en forma
- 148 杂志《空间》
- 150 奥迪公司
- 154 Florette/VegaMayor 食品公司
- 158 英格索尔 - 兰德公司
- 162 雷诺公司, 巴塞罗那
- 166 雷诺公司, 布鲁塞尔
- 170 Innoval 展会
- 176 贝尔特兰泰汽车工程公司
- 180 包曼公司
- 182 蓝图公司
- 184 Mtv 电影公司
- 186 墨西哥西迈克斯水泥公司
- 188 汽车制造业展
- 190 卡萨威尔厨具公司
- 192 LG 电子公司
- 194 威龙达护发品公司
- 196 威娜公司
- 198 齐克化妆品公司
- 200 Hispalyt 公司
- 202 印度摩托车公司
- 204 巴登市信息展馆
- 206 Systemfabrik 公司的探索展场
- 210 戴姆勒 - 克莱斯勒汽车公司
- 214 爱德拉家居公司
- 216 Prospa 公司
- 218 伯克哈德·莱特勒建筑公司
- 222 “住在西班牙” 地产公司
- 224 路克鞋业公司
- 226 可耐福建材公司
- 230 Schweizer Textilverband 公司
- 232 VIAG 电信公司
- 234 Ansorg 公司
- 238 Esprit 宝石公司





前言

在当今世界中，一流的商家都认为，公司形象在企业成功中所起的作用毫不逊色于产品质量，二者的功效几近等同。这种商业理念加上商业展览会在吸引客户方面的十足魅力，使得许多商家在展会开始前就非常注重策划。例如，从当今建筑界和设计界里寻觅一些知名设计单位来打造展示空间，以博取观众的青睐。于是，一项融合了市场战略和建筑空间创意的全新商战规则就应运而生了。

一个优秀的展示空间，一方面要具有相当的创意和捕获参观者视线的磁力，另一方面其设计要与所展示的产品和谐一致。这两方面的要素缺一不可，丢掉任何一方，展示设计都会黯然失色。

本书精选的将近100个展示作品，都是基于上述这两个不可或缺的元素而精挑细选出来的。它们是时下展台设计中的极品，从设计上来说，它们都真实地彰显出先进技术和非常规材料的创意性使用；从市场角度来看，无论在公司品牌形象的传递、呈现上，还是在吸引参观者的力度上，它们都大获成功。

书中所选项目的大小从一间独室到多层展示空间，应有尽有；展品种类从鞋类、汽车到香水，多种多样；设计内容从简单到高级，从实用型到高科技型，从新建公司的普通品牌到豪华的知名品牌，从复杂展品展示到壮观的展品展示，尽在其中。本书精心挑选了诸多大师的设计作品，如费比欧·诺埃姆勃（Fabio Novembre）、理查德·海韦尔·埃文斯（Richard Hywel Evans）、西蒙娜·米歇莉（Simone Micheli）、斯蒂芬·兹维基（Stefan Zwicky）、扎哈·哈迪德（Zaha Hadid）等，以期为读者提供一个全面和可供借鉴的展示设计平台。



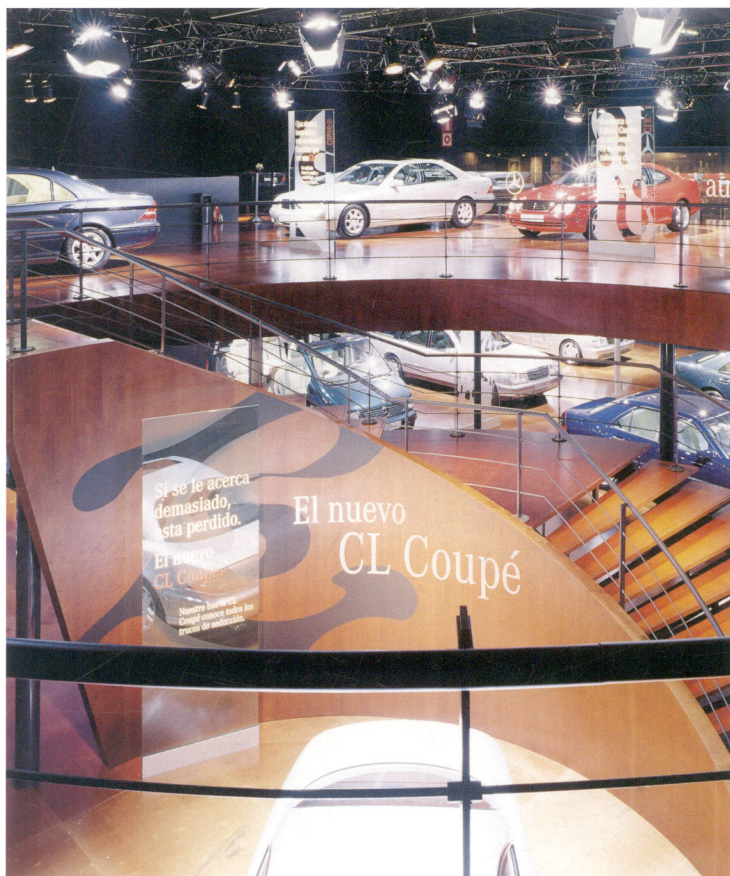
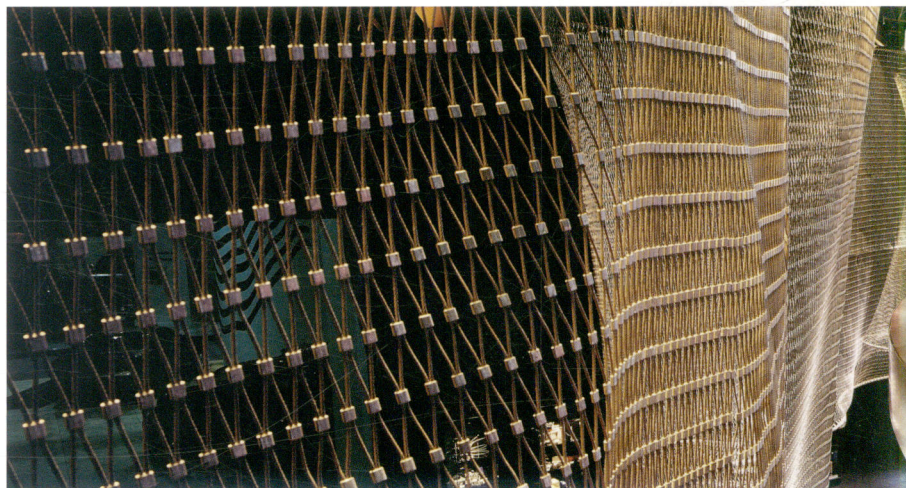
梅赛德斯-奔驰公司

考夫曼·泰力西及合作者事务所
弗莱建筑师事务所 BDA

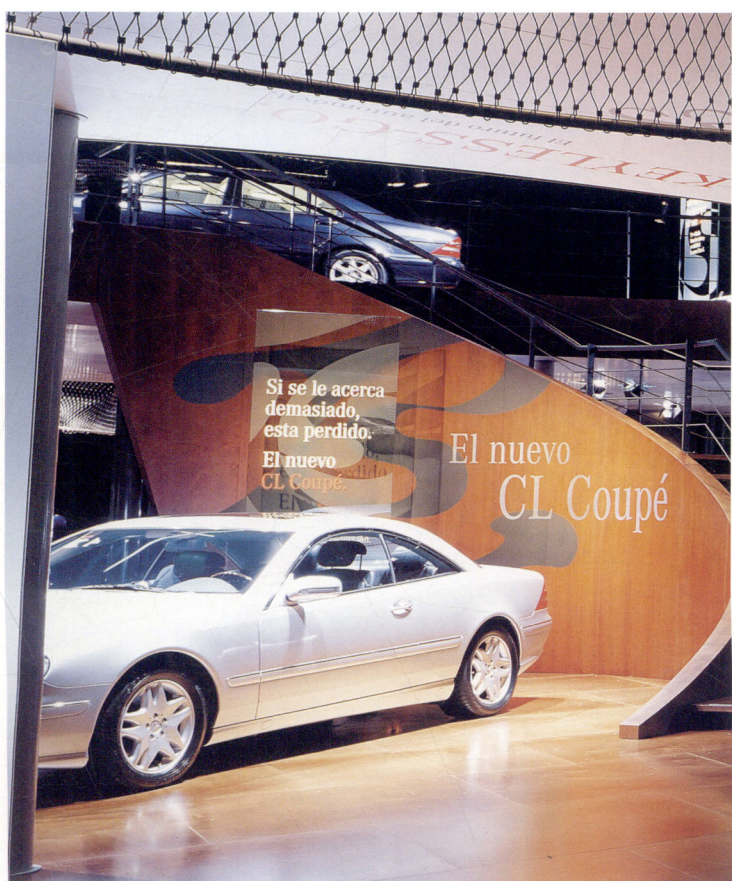
该展场是奔驰公司为在巴塞罗那举行的展会而设计的，其设计理念主要源自剧场空间的序列，即以剧院门厅为起始，终结于剧场大厅。展场空间依循此理念，将展示空间全部展示给参观者，而不是用封闭的墙或门将展示空间分隔成许多零碎的小空间。而开放的展示空间在全部呈现给观众的同时，也显示出各个空间的个性来。

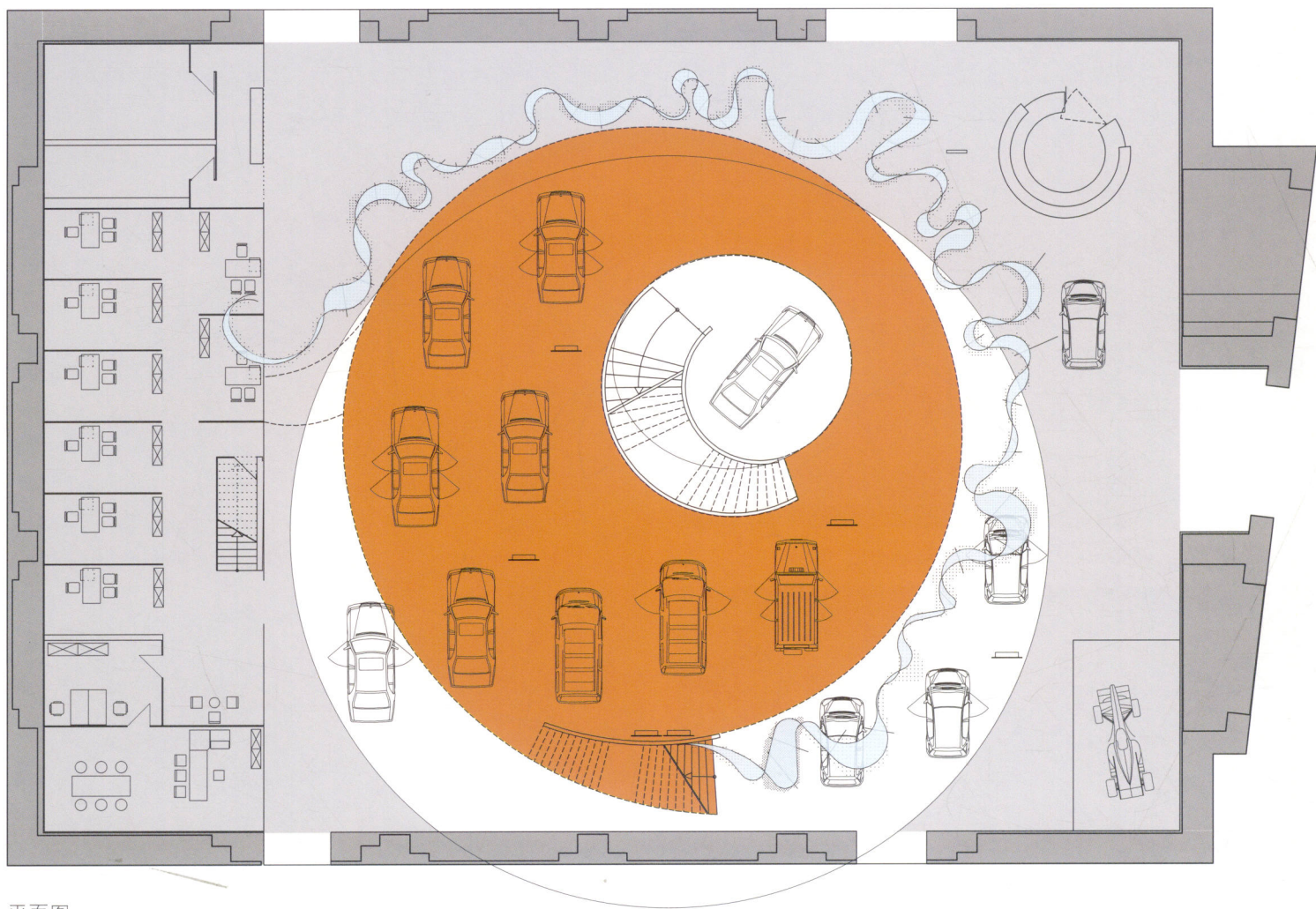
取得上述空间效果的主要设计元素是一种钢丝网，钢丝直径为3mm，这一艺术饰物是由张拉在上下两根自由弯曲的钢管间的钢丝网组成。在这上下两根钢管间，钢丝网被张拉成富有雕塑感的螺旋状形式，它的不同扭曲度与在空中的蜿蜒，叠合出不同疏密度和通透性的钢丝网，这种悬置的半透明钢丝网将展场中的大厅与主要展区自然而然地分为两部分。大厅中的灯光设置得较为黯淡，使得钢丝网更易于被观众看见。随着钢丝网在空中蜿蜒所呈现出的疏密变化，其界面也相应地有所变化：一段成展开状，一段成折叠状，一段像是在漫不经心间堆建出的三维实体，一段又呈现出非实体的趋向。

展场中彩色聚光灯的设置，有一个明确的灯光理念，即它们的照射要强调出钢丝网饰物在空中的界面轮廓。这种思想的表达，使得设计师的设计理念物化为一种实体，在设计中体现出来。而展场所有其他的建筑元素都处理成展品的一种背景，如墙体。出于对展品——汽车的考虑，展场中的灯光设置得既实用，又体现出一种缜密设计和精心处理的用心；同时，灯光的照射使展场中的钢丝网犹如一层薄薄的面纱，轻垂在空中；再者，灯光的精彩运用，制造出多种空间的张力，而且也正是这些灯光，将多种空间张力完全物化成实体，即使这些空间无法真切地用线条描绘出来。

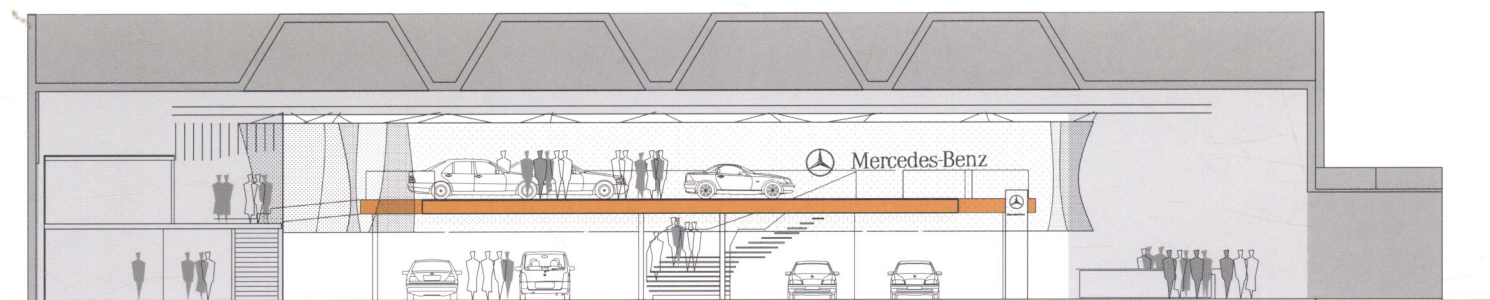


Photographs: Andreas Keller / Atelier Markgraph



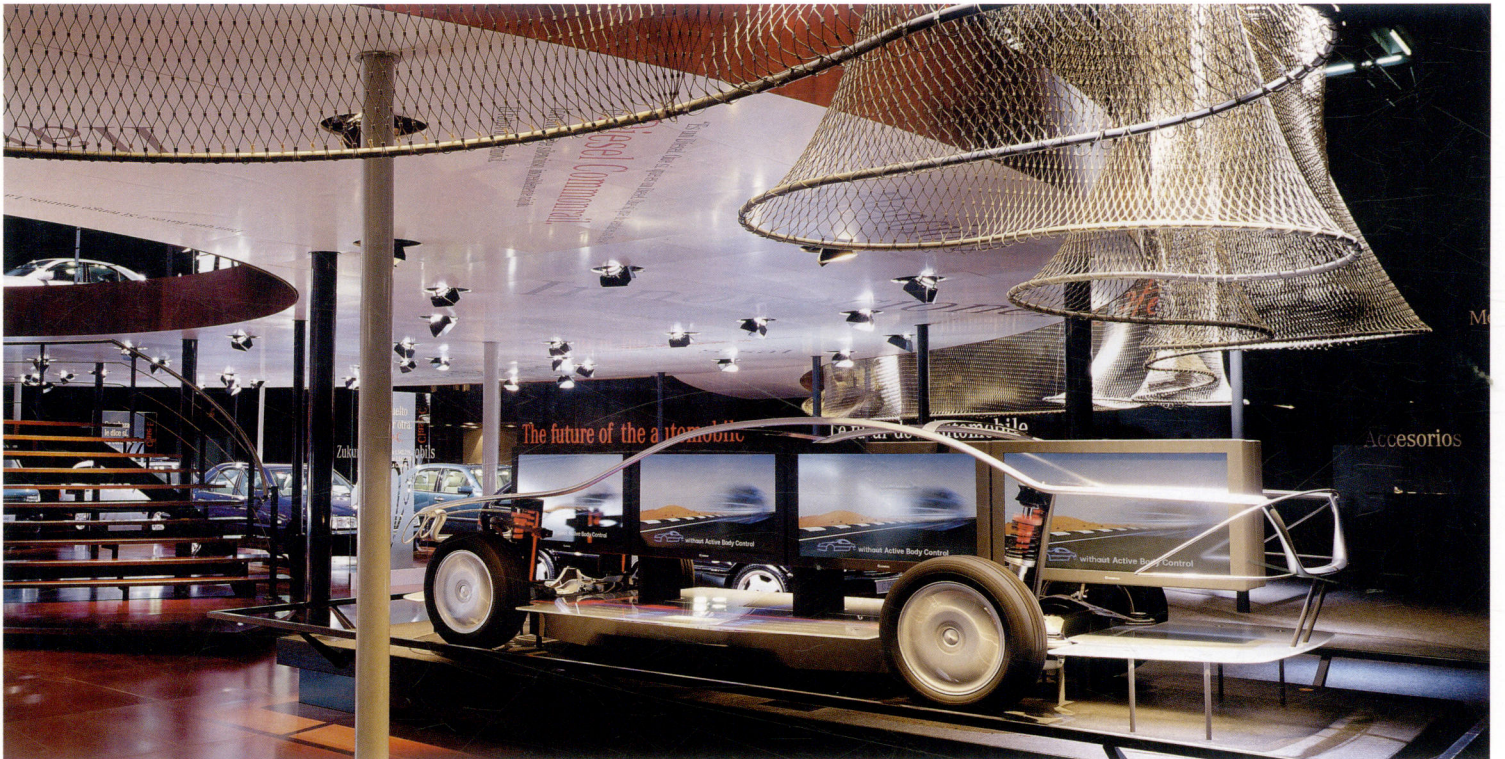
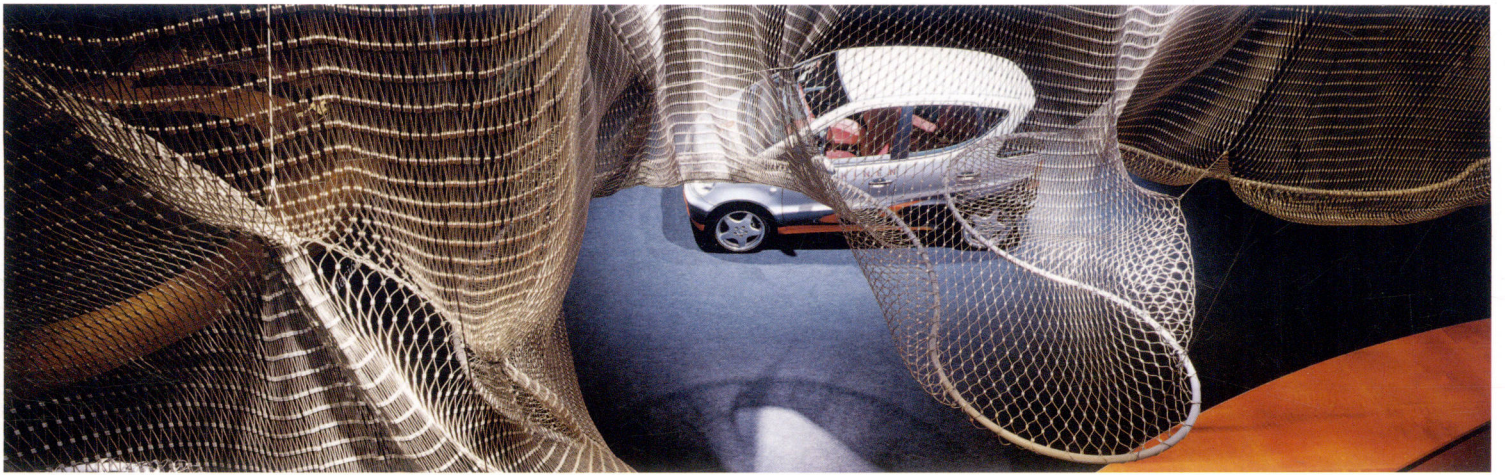


平面图



剖面图







梅赛德斯-奔驰公司

考夫曼·泰力西及合作者事务所
弗莱建筑师事务所 BDA

在法兰克福国际汽车大展（IAA）上，梅赛德斯-奔驰公司（Mercedes-Benz）的展览空间设在法兰克福假日大厅（the Frankfurt Festhalle）里，这是一个将近百岁的音乐厅，建筑很具传统风格，大厅空间本身首次成为展示设计理念的一部分。

随着参观者步入门厅，一个两层的展示空间即刻印入脑海。其一是在登上自动扶梯之前，在门厅里首先映入观众眼帘的是中央大厅和精品展区；其二，随着自动扶梯的提升，观众又捕获到一个完美的总体场景。从门厅开始，观众逐一观看围绕大厅布置的展览空间和大厅上层空间中的各种主题展示区。

假日大厅中的中央大厅为一个两层高的共享大厅，它由两层椭圆形空间界定出，在展场中作展示和演示区之用。在大厅上空接近顶部处，设置了许多灯光设施，通过不同灯光样式和灯光色彩来塑造出一系列变化的展示背景。在精心设置的灯光下，极其普通的椭圆形建筑空间和生动的展示品，每隔一小时就会给观众不同的视觉体验，以此实现展示中与观众的全方位沟通。

展示空间中的两个椭圆形在假日大厅的建筑内形成一个封闭的环形空间，从远处看，椭圆形空间设计形式使得汽车品牌的主题展示与汽车实物的形象展示相统一。在4个半层空间里，4个主题展区通过图画、大标题和展示品统一起来。若走近细看，会发现还有许多交织的设计元素一起来塑造各种主题展示区。

从室内设计到展示中的媒体使用和图像设计，大厅东西两侧每个展示空间的风格也都各异。像中央大厅这样的空间，室内被设计成通透开放式的，以至于在每个展点都可以看见大厅。一个宽敞的开放式楼梯引导观众步入大厅，在这里公司产品与品牌紧密相联，私用轿车成为奔驰公司的投资主导，展场中的大弧形电子显示屏（LED，light-emitting diodes）正放映着相关的短片，来诠释奔驰公司的投资选择。此外，中央大厅内有一排排直线形的展柜，展示着奔驰公司10项最重要的技术创新。



Photographs: Andreas Keller/Atelier Markgraph

