

会展策划与管理专业系列教材

蓝天 主编

会展展示设计

HUIZHAN ZHANSHI SHEJI

张生军 李 东 主 编

杨志国 副主编



中山大学出版社

会展策划与管理专业系列教材

蓝天 主编

会展展示设计

HUIZHAN ZHANSHI SHEJI

张生军 李 东 主 编

杨志国 副主编

中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

会展展示设计 / 张生军, 李东主编; 杨志国副主编. — 广州: 中山大学出版社, 2012. 2

会展策划与管理专业系列教材/蓝天主编

ISBN 978-7-306-04063-3

I. ①会… II. ①张… ②李… ③杨… III. ①展览会—陈列设计—高等学校—教材 IV. ①J525. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第192122号

出版人: 祁 军

策划编辑: 张海昕

责任编辑: 赵丽华

封面设计: 曾 斌

责任校对: 曹丽云

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020-84111996, 84111997, 84113349, 84110779

发行部 020-84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路135号

邮 编: 510275 传 真: 020-84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

规 格: 787mm×1092mm 1/16 10.75印张 193千字

版次印次: 2012年2月第1版 2012年2月第1次印刷

印 数: 1~2000册

定 价: 48.00元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

“会展策划与管理专业系列教材”丛书编委会

总 顾 问：梁 文

编委会主任：蓝 天

编委会委员：张生军 彭伟强 包小忠 杨翠友
李 东 刘兴晖 杨志国 张茂伟
欧阳杰

序 言

近年来，我国会展业蓬勃发展，会展活动在带动相关行业发展、扩大城市就业、提高城市知名度、推动内外贸发展等方面发挥了巨大作用。会展业是会议业和展览业的总称，是一个新兴的服务行业，影响面广，关联度高。

随着经济全球化程度的日益加深，会展业已发展成为新兴的现代服务贸易型产业，成为衡量一个城市国际化程度和经济发展水平的重要标准之一。2004年世界大型会展总数超过15万个，其中国际会议7万多个，国际展览超过8万个，全球会展业直接经济收益高达2 800亿美元，为世界经济带来的增长总额超过2.5万亿美元。从20世纪80年代以来，我国会展业经历了从无到有、从小到大的过程，以年均近20%的速度递增，行业经济效益逐年攀升，场馆建设日臻完善，已成为国民经济的助推器和新亮点。全国以北京、上海、广州为一级会展中心城市，初步形成了三大会展经济产业带，即包括北京、天津、烟台、廊坊等地的环渤海会展经济带，以上海为龙头、沿江沿海为两翼的长江三角洲会展经济带，以广交会和高交会为龙头的珠江三角洲会展经济带。随着会展业市场化程度的提高，会展城市内部场馆之间、会展城市之间的竞争日益明显。

截止到2009年末，中国国内具有一定规模（2 000平方米以上）的会展项目数接近4 300个，全国1万平方米以上的展会数1344个；出国会展项目申请数接近2 000个；全国会展场馆数达到316个，展馆的室内总净展出面积接近500万平方米，其中有145个展馆拥有5 000平方米以上机动净展出面积，全年展览业收入突破150亿元。我国会展业的发展涉及工业、农业、商贸等诸多产业，对结构调整、开拓市场、促进消费、加强合作交流、扩大产品出口、推动经济快速持续健康发展等发挥了重要作用，在城市建设、精神文明建设、和谐社会构建中显示出其特殊的地位和作用，并日益显现出来。

虽然我国会展业取得了显著成绩，但仍存在一些问题。如今，数量扩张是会展业主要的发展方式，在总体上经营方式仍为粗放型，会展业结构不尽合理，有特色的展会少、品牌少，行业创新能力总体不足，产业链的科学化、合理化、专业化水平仍不高，有竞争力的会展企业发育不足，会展业的专业人才培养尚欠缺，会展秩序仍待规范，会展管理体制变革任务仍很艰巨等。其中，会展业专业人才的匮乏是核心的问题。一个产业的形成与发展，离不开人才的支撑，我国会展业真正形成规模、形成产业仅仅不到十年的时间，专业

人才的培养更是滞后。目前，国内从事会展业的人员绝大多数是从相关专业转行而来，国内高校开设“会展策划与管理”专业的时间也很短。从目前高校开设会展专业的情况来看，多在工商管理、旅游、商贸等系部举办会展专业，授课教师大多没有从业经验，所使用的教材也多注重阐述从国外引进的理论，对我国会展业的实际工作缺少指导意义。

为了提高会展策划与管理专业的教学水平，满足师生教学学习的需要，在中山大学出版社的大力支持下，我们会同行业协会、高校、会展业内人士组织编写了“会展策划与管理专业教材”丛书，本丛书包括《会展概论》《会展策划实务》《会展展示设计》《会展营销》《会展综合管理》《会展英语》等，其内容基本涵盖会展理论基础、会展策划与管理、展示设计等方面，既形成系列，各册又相对独立；既可作为高校会展专业教学的教材，也可作为行业人员培训的参考书。

这套教材的参编者绝大多数都是具有会展工作实践经验和丰富教学经验的双师型教师，编写中，他们将自己多年来积累的经验和资料有机地融入教材，理论和实践相结合，深入浅出，力求学习者能够对会展策划、营销、经营管理等方面的知识有较深刻的理解和把握，以达到培养高素质、复合型会展人才的目的。

教材的编写得到了国内著名的会展专家、中国会展经济研究会副会长、中山博览中心董事长梁文先生的指导和帮助，同时，也得到广东省贸促会的支持，在此，向他们辛勤的付出表示衷心的感谢。

蓝 天
2012年1月于广州

第一章 展示设计概述 / 1

第一节 展示设计的构建内容 / 4

- 一、展示设计的基本概念 / 4
- 二、展示设计的特征 / 5
- 三、展示设计的演变历程 / 6

第二节 展示设计项目的策划与评估 / 9

- 一、展示项目的总体策划与设计 / 9
- 二、展示设计项目的评估 / 16

第二章 展示设计与人体工程学 / 19

第一节 展示空间功能区域划分 / 20

第二节 展示设计与人体工程学 / 21

- 一、人体工程学的概念 / 21
- 二、展示设计中的人体工程学 / 22
- 三、视觉传达中的人体工程学 / 26

第三章 展示空间的传媒及特效设计 / 31

第一节 展示的版式编排组合设计 / 32

- 一、展板结构造型及展板版式类型 / 32
- 二、设计的基本要素 / 36
- 三、版式设计的原则及多界面媒体应用 / 41

第二节 展示设计的传媒模式 / 44

- 一、展示空间分割与形态造型 / 44
- 二、展示空间形态造型的特效应用 / 47

第三节 展示空间的多媒体技术应用 / 50

- 一、声波电技术应用 / 50
- 二、4D影院特效 / 50
- 三、空气雾幕投影技术应用 / 51
- 四、多媒体技术综合应用 / 51

第四章 展示设计方法与表现 / 53

第一节 展示设计方法 / 54

- 一、展示创意构思 / 54
- 二、展示平面图设计 / 54
- 三、展示立体图设计 / 55
- 四、展示结构剖面图设计 / 56
- 五、展示空间轴侧图设计 / 57
- 六、图纸幅面规格及图标 / 57

第二节 效果图设计制作 / 58

- 一、分类 / 58
- 二、展示效果图的设计表现 / 59

第三节 展示道具设计 / 61

- 一、展示道具设计分类 / 61
- 二、从结构属性划分 / 62
- 三、展示道具设计方法 / 65

第四节 展示设计材料及设计应用 / 68

- 一、展示设计材料的特性 / 68
- 二、展示设计材料的种类 / 69
- 三、展示设计材料的功能造型与审美表现 / 70

第五节 色彩与照明设计 / 72

- 一、色彩设计 / 72
- 二、展示照明的原理与形式 / 81
- 三、展示照明设计与制作 / 87
- 四、各类展示空间照明表现 / 91
- 五、灯具类型及选择方法 / 95

第五章 展示陈列与展示专项策划设计 / 97

第一节 展示陈列策划设计 / 98

- 一、展示陈列的构成方法 / 98
- 二、展示陈列布置 / 103

第二节 展示专项策划设计 / 105

- 一、会展展示设计 / 105
- 二、商业展示策划设计 / 107
- 三、会展户外环境空间展示设计 / 110

第六章 展示设计教学实录 / 111

第一节 平面构成设计 / 112

- 一、点 / 112
- 二、线 / 113
- 三、面 / 115
- 四、形 / 116
- 五、肌理 / 118

第二节 空间构成创意 / 119

- 一、时间与空间 / 119
- 二、展示设计空间构成要素 / 121
- 三、空间的分割与聚合 / 133

第三节 展示空间模型制作 / 137

- 一、展示设计模型构建类型 / 137
- 二、展示模型设计制作的程序 / 138
- 三、展示设计模型制作的材料及工具 / 140

第四节 模拟会展设计课题教学 / 143

参考文献 / 145

附 录 1 / 147

附 录 2 / 155

后 记 / 161

第一章

展示设计概述

会展展示设计

HUIZHAN ZHANSHI SHEJI

展览业的兴起是展示设计艺术发展的前提。随着计算机科学、材料科学、建筑科学、光学、人文科学、视觉心理学、历史学、管理学、人机工程学等自然科学和社会科学等广泛领域的突破性进展,展示设计也与之相配合获得快速发展,展示设计是一项综合性较强的工作。科学与技术对未知领域的探索和突破,往往先通过展示等方式向社会和大众传播信息,并使之转化为新的社会生产力。因此,新技术就成为传播展示手段的直接提供者。

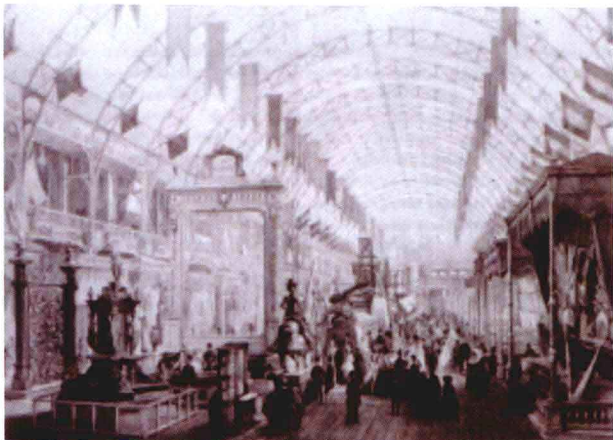
19世纪前半叶,欧洲工业革命正如火如荼地进行,科学技术的飞速发展,使人类生活发生了巨大的变化。在英国,自维多利亚女王登基后,当时的英国在世界工业中一马当先。同时,资本的高速聚集和运作,使英国也成为当时欧洲的金融中心。这些因素触发了英国将在世界舞台上演绎主角的欲望。欧洲各国举办工业博览会已不是新鲜事,特别是英国、法国在工业革命的推动下,都举办了多届有影响的工业产品博览会,以此来推广本国的工业生产技术和宣传新产品。1761年,英国首次举办了为期仅两周,但非常成功的工业展览会;1828年至1845年,英国在国内组织过多次类似博览会的一些尝试;1849年,英国在伯明翰第一次为展览设计建造临时场馆。频频举办的工业博览会也使英国萌发了举办一次世界各国参与的博览会的创想。1850年1月3日,世博会皇家委员会成立。随后,维多利亚女王便以国家名义向世界各国发出世博会参展邀请。建筑设计理念与建造技术上的进步在展示场馆的建设中体现出来,从1851年的英国水晶宫世博会的展馆,再到1977年巴黎的蓬皮杜艺术文化中心的建筑,处处彰显了现代建筑设计发展的导向。1855年,巴黎世博会举办正值法兰西第二帝国时期,拿破仑三世坦言:是1851年伦敦世博会的成功促使法国去竞争与超越。正是这第一次在巴黎举行的世博会,将法国文化的特质注入了世博会的发展历程。1853年3月8日,拿破仑三世发布命令:为庆祝欧洲和平40周年(自1815年滑铁卢战役结束),法兰西将于1855年在巴黎举办工农业博览会。



1851年英国伦敦第一届世界博览会

就会展展示设计而言,展示设计形式的变化和流行的风格,也是通过展示媒体传达给公众,在此基础上形成和引导一种设计流行趋势。随着世界会展经济与产业的快速发展,各种

新科技、新媒介、展示设备变得更加完善。在现代展示空间中，新媒介装置正以其高科技性、智能化、人本化及便捷的方式为参与者提供互动体验。同时，用新媒介、新材料和技术设备制作出的独特的声光电效果，构建出堪称完美的视觉体验空间。因此，现代展示活动为人们创建了一种参与、沟通、交流的多元化学习与体验互动的平台，观者通过视觉、听觉、触觉等在接受新消息的同时，还获得了一种精神的调节和审美的愉悦，其自身的活动也成为展示的一部分。



1855年巴黎世博会工业宫内景

展示活动已经成为人类社会生活的一部分，它是人们“沟通”的主要方式。展示活动的模式产生，不论是在科学研究成果展演、传播新消息、传播新知识、合作交流、经营洽谈、共谋发展、品牌传播、教育培训等方面，为人类社会经济、科技、文化等发展构筑了一个大舞台。



1970年大阪世界博览会共有77个国家参加展出，历时6个月，参观人数为6 500万人次（外国参观者128万人），创造的经济效益高达3兆日元（约合人民币2 190亿元）



根据安徒生童话《海的女儿》雕铸的小美人鱼铜像，自1913年在丹麦哥本哈根落成至今，每年都会吸引来自世界各地上百万人次的游客，因此游客间也流传着一种说法：“不看美人鱼，不算到过哥本哈根”，但2010年，“小美人鱼”为期6个月的“上海世博之行”，首次改变了这一说法

第一节 展示设计的构建内容

一、展示设计的基本概念

展示设计是一门综合艺术设计，它的主体为商品。展示空间是伴随着人类社会政治、经济的阶段性发展逐渐形成的。在既定的时间和空间范围内，运用艺术设计语言，通过对展示环境空间的精心策划与设计，使其形成独特的空间范围，为主办者、参展商和观众提供了一个经营交流和互动的信息平台。它是科技成果传播、新技术推广、商品营销、品牌战略的媒介沟通的舞台。展示策划与设计就是按照展示活动的目标，以全新的设计理念、材料和技术手段，运用



多媒体的电子信息技术和艺术设计元素，构建出的展示活动空间环境。

德国慕尼黑啤酒节上热情奔放的景象，充分展现了会展的营销性和娱乐性融为一体

多媒体的电子信息技术和艺术设计元素，构建出的展示活动空间环境。

展示设计在项目上包括：博览会场馆、展览会、博物馆、购物广场、临时庆典会场、商业橱窗、展示柜台及户外环境展示设计等。

展示设计按照类型可分为综合性、主题性和专题性三大类。按照展示方式与方法可分为综合性展览、实物展览和图片展览。按照展出的目的性可分为贸易型、教育型、规划型及总结型等。按照规模及地域可分为国际性、全国性和地方性展览展示等。

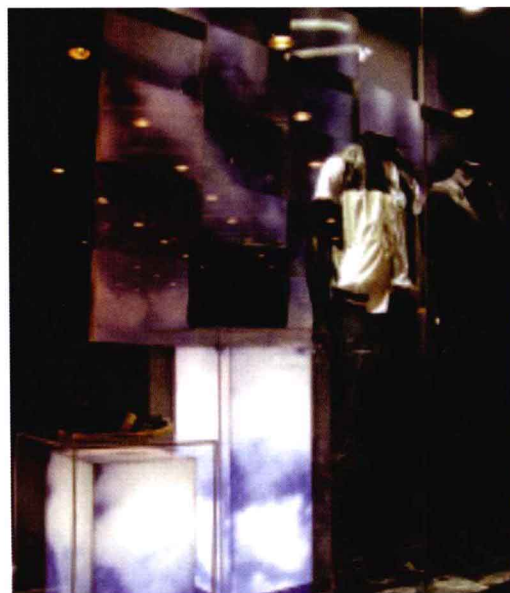
从某个角度看，展示设计是新兴行业，以往较大



上海世博会阿联酋国家馆设计



2011广州美术学院研究生服装设计专业展



服装品牌橱窗展示创意设计

规模与较固定的展示设计即归属于建筑环境艺术设计，场馆内空间展示设计就归属于室内设计。

所以，展示设计的展示内容规划、展示主题的发展往往就定位为告知性、营销性、庆典性、游艺娱乐性、教育性等。展示设计所需要的功能性包括：社会性和科学性（理念引导、科技推广和可持续战略）的功能；营销、信息调查与企划战略的功能；设计造型（审美、材料构建）的功能；文化传播等功能。

展示设计是一种“配置协调”的设计活动，项目启动前首先要了解“展示项目内涵或定位导向”，策划确立表现的主题，然后将这个“主题”以展示装置加以渲染、诠释，构建设计展示活动的整体形象。

展示设计的学科系统框架有：展示活动—人与社会—视觉传达设计系统；人与自然—展品陈设设计系统；社会与自然—环境空间设计系统。

二、展示设计的特征

展示设计的目的是为展品构建最佳的“展演”空间环境。任何展示活动都是以展品为基础，无论何种方式和设计技术，如果离开了展品就谈不上展示设计。

展示设计的核心是有效地传播信息，它以各种社会信息载体为依托。展示设计是一种实用艺术设计的形式，表现方式由二维、三维、四维等多元化造型组成，是多学科知识的融会贯通。展示设计中运用了现代环境艺术、造型艺术、视觉



德国杜塞尔多夫国际鞋展，被誉为世界第一大鞋展（警犬鞋展示）



上海世博会爱沙尼亚国家馆

传达艺术、科技技术等手段，将灯光照明、视频图像、影音特效、动态软雕塑、自然景观移植美化造型等展示展演环境营造，为展示活动提供支持与服务。

展示设计活动充分体现了互动性、参与性、协作性和情感性，倡导科技进步和社会文明。展示设计是一项综合性的设计行为，体现的是集体智慧的结晶。

三、展示设计的演变历程

早在远古时期，人类自从有了物质交换的行为，商品展示活动就有了雏形。人类为了展示各自的产品，采取了各种展示方式进行产品的推销，如叫卖式、地摊式、挂置式等。销售物品的视觉传播和声音传播是其产品展示的主要特征。人类除了对物品进行推销和展示外，还把



展示活动和行为运用到身体上，如文身和装饰印记等。因此，这些原始人类早期的宗教礼仪和图腾崇拜的活动，可以定义为是最原始展示表现形式和行为体现。

中国最早的商品销售则是由口头叫卖逐渐发展而形成的展示活动。早在殷商时期，买卖除了走街串巷外，还有了相对固定的交易场所，如“日中为市”（《易·系辞下》）等的描述。在与社会发展状况相适应的过程

优雅神秘的蓝色基调、古典装束、浪漫的舞姿与现代传媒技术的融合，营造着一种独特的文化氛围（第七届中国（深圳）国际文化产业博览会吉林展区展示设计）



中，早期的社会商品展示活动传播了经济信息，因此就出现了以叫卖式、实物陈列式为主的原始的商品展示形式。

唐代社会经济得到了较大发展，同时也促进了商品展示形式的不断变化，出现了以灯笼、旗帜为主的展示形式，体现了酒楼和饭馆的经营特色。宋代印刷术的发明推动了印刷展示设计的发展。具有近代展示特征的是北宋时期（960—1127年）山东济南刘家针铺使用的铜版雕刻广告（现存于中国历史博物馆）。铜版中间

三维动态天鹅、LED视频、数字写真喷绘广告灯箱及色彩的基调配置设计元素与婚庆主题展览和谐统一

是“白兔捣药”的图案，版面上还有说明商品质地和商品制作及销售方法的广告文字标记等。这是企业商标与商品展示最具说服力的珍贵文物。

商品展示活动是商品经济的产物，它是随着人类社会的进步而发展的。据历史学、考古学及艺术学专家论证，在2 000多年前的古埃及、土耳其和中国就已经产生了商品广告。古代巴比伦是两河流域最大的城市，始建于公元前3000年后期，“巴比伦”意为“神之门”，公元前2000年至公元前1000年中期，是亚洲西部著名的商业和文化中心。古巴比伦在前3000年至2000年，已经有了楔形文字。在制作黏土版上刻写的文字中，记载着国王建造神殿和战胜碑的经过，这些反映历史事件的文字内容虽然够不上准确意义上的商品展示行为，但是从某些方面讲却具有了媒介宣传展示的功能。在巴比伦商贸船只载着商品进港时，被雇佣的叫卖人便为其商主喊叫宣传，以此招徕买主。这既是一种最原始的利用声音传播商品行为方式。

公元前1世纪以前，古希腊和古罗马的店铺门口就开始悬挂招牌。据记载，商品品牌和商标的区别早在中世纪就已经开始形成了。古罗马帝国灭亡后约1 000年间，史称中世纪时代。中世纪以后，古老的商品展示形式也伴随着古代社会文化和商业的发展而不断演变和进步。中国古代印刷术发明和应用，不论对中国商品贸易和展示，还是对世界商品贸易和展示活动而言都具有一定的影响和推动作用。宋庆历年间（1041—1048年），毕昇首创泥活字版。1405年左右，德国人谷登堡使用铅合金制成了活字版，用油墨印刷，为现代金属活字印刷术奠定了基础，同时也开辟了印刷广告的新纪元。1472年，英国人卡克斯顿在伦敦教会张贴了一张