

/// 交通大学出版社



3ds max
Photoshop

现代会展设计

■ 马凌云 刘 茗 编

轻松从业



轻松从业系列教材
国家教育部计算机培训基地指定用书



上海交通大学出版社



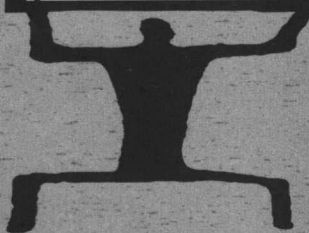
3ds max
Photoshop

现代会展设计

■ 马凌云 刘 茗 编



轻松从业



轻松从业系列教材
国家教育部计算机培训基地指定用书

内 容 简 介

本书首先对会展效果图设计岗位的工作内容、技能需求以及应聘技巧进行了简要的描述,然后通过多个典型案例,分章节以“金融类企业”、“食品类企业”、“科技类企业”等不同行业的会展展厅以及一个“企业内部展厅”的制作为特训示例,全面而详细地讲述了展厅效果图设计师从最初各项资料的收集,到使用 3ds max 和 Photoshop 软件绘制三维效果图和编写最终说明文件的全过程。

本书针对求职者 and 岗位充电者编写,适合各类电脑培训学校与中等职业院校作为教材使用,也非常适合即将或正在从事展厅效果图设计工作的人士使用。

图书在版编目(CIP)数据

现代会展设计/马凌云著. —上海:上海交通大学出版社,2005

(轻松从业系列丛书)

ISBN 7-313-04123-3

I. 现… II. 马… III. 展览会—陈列设计:计算机辅助设计—图形软件, 3ds max IV. J525-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 094296 号

现代会展设计

3ds max/Photoshop

马凌云 刘 茗 编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:张天蔚

安徽省天歌印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本:787 mm × 1092 mm 1/16 印张:17.5 字数:430 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数:1 ~ 6050

ISBN 7-313-04123-3/TP · 631 定价:24.00 元(含光盘)

版权所有 侵权必究

序

我们正处在高科技时代。IT 产业在新的格局下与时俱进,激烈的竞争使 IT 业的从业人员不断地在实践中变革和创新。

目前,各类电脑培训教材的内容与实际就业市场脱节的痕迹日益明显,亟需把电脑设计的新成果及时升华为理论,并加以阐述和指导。这就需要有着丰富经验的电脑设计行家,汇同有着深厚知识理论造诣的专家,一起熔铸新一代的电脑设计应用教材。我们着力推出“轻松从业系列教材”,便是怀着这样的一种初衷和理念。

如何使自己所学的知识在实际工作中真正做到学以致用,如何以更专业、更快捷的方式完成工作任务等,这些问题都是众多从事电脑设计人员所关心的重要问题,也是众多电脑培训机构非常关心的重要问题。“轻松从业系列教材”就是一套对当前电脑设计图书中普遍存在的呆板、陈式化、可读性差等弊病颇具冲击力的“新锐”佳作。它对于提升电脑设计的水准,有着很强的指导作用和操作价值。

丛书首先从岗位特点下笔,再详细介绍典型案例的策划过程和设计思想,最后给出案例的实现过程。各章脉络分明、条理清晰、重点突出、一目了然。

“轻松从业系列教材”主要有以下鲜明特色:

“高”:新时代对电脑从业人员的综合素质要求越来越高。鉴于此,丛书编写时,立足高起点、多跨度,各章节知识点融贯一体。

“精”:精心设计,精益求精,案例选择上突出一个“精”字,所选案例很多都是广告公司、网络公司等单位实际使用的并得到广泛好评的工程。

“新”:电脑知识日新月异,案例实现中所使用的软件都是目前广泛被采用的主流软件。

“轻松从业系列教材”编写过程中参阅了国内外大量参考文献,并得到全国十几家工程公司的大力支持,在此一并表示感谢。

“江山代有才人出,各领风骚数百年”。在高科技信息社会,这种更新速度会更快。这是自然和社会发展的规律。我们期待着这套教材能给广大电脑工作者轻松从业带来帮助,同时也期望有更多的关于从业技巧的图书问世。

编者的话

参加会展是现代企业进行广告宣传与信息交流的重要手段之一。随着参展规模的不断扩大,企业注入的商业信息也在成倍地增长,设计精美的展台不仅可以使企业在众多参展商中脱颖而出,令顾客难以忘怀,使宣传效果成倍增加,同时还可以显示出企业的竞争实力。由此可见,现代会展活动的开办不仅需要大量的会展设计师,同时对从业者的综合素质的要求也在不断提高。

本书共分为六章:第1章为基础知识,主要为大家介绍展厅效果图设计岗位的工作要求和技能、应聘技巧、绘制效果图所必备的一些软件知识;从第2章开始进入实训阶段,首先从常用的展示器具开始,了解展示器具的设计理念和造型方法,使读者对展厅设计有一定的认识并熟悉设计软件的功能;第3、4、5章分别介绍了金融类企业、食品类企业、科技类企业等行业的展厅设计;第6章介绍了一个企业内部展厅的设计案例,使读者了解不规则展厅的造型方法。通过这些设计案例全面而详细地讲述展厅效果图设计师从最初各项资料的收集,到使用中文版3ds max 7.0、中文版Photoshop CS软件绘制三维效果图和编写最终说明文件的全过程,以此为那些即将从事展厅设计师职业的人员提供一个对该职业的工作流程和工作方式的细致了解,并为今后的工作做好心理准备。案例的制作采用全过程讲解,文字精炼,讲述细致,通俗易懂,关键步骤都有重点介绍,全面揭示了照片级展厅效果图的制作秘笈。

本书的作者长期从事三维效果图的设计创作,有着很深的美术功底,在行业内有着一定的知名度,全书的理论与实践操作并重,是系统实用的展厅效果图实例教程,有很高的技术含量。读者在阅读此书时,首先应充分研读每章实例前的相关命令介绍及知识点剖析,然后再对照步骤进行实际制作,另外,读者在学习时不宜生搬硬套,应该学会将知识点运用到其他场合,举一反三就能很快掌握绘制展厅效果图的关键所在。另外,本书还配有素材光盘,书中用到的所有素材和最终效果图都可在光盘中找到,读者在实际制作时就能“巧妇能为有米之炊”了。

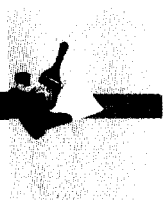
本书由马凌云主编,刘茗提供全书案例。刘茗先生毕业于安徽大学艺术学院,曾在安徽省文化周报社任美术编辑,2002年赴上海从事展厅设计至今,有着丰富的设计经验和实际工作经验。

愿广大读者能从本书中真正受益,但苦于作者水平有限,书中如有不妥与错误之处,望读者和同行批评指正。

作者的E-mail:maandgao@hotmail.com。

编 者

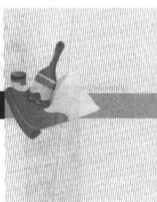
2005年7月



目 录

第1章 现代会展设计岗位概述	(1)
1.1 了解会展设计行业	(1)
1.1.1 会展设计概述	(1)
1.1.2 会展设计公司的操作流程	(3)
1.1.3 会展设计师岗位描述	(4)
1.1.4 求职面试技巧	(6)
1.1.5 会展设计师的技能提高	(7)
1.1.6 会展设计的相关知识	(8)
1.1.7 会展设计中的常用材料	(12)
1.2 会展效果图的制作软件	(15)
1.2.1 3ds max	(15)
1.2.2 Photoshop	(15)
1.2.3 各软件配合绘制会展效果图的基本流程	(16)
1.2.4 会展效果图的设计要点和构图原则	(18)
第2章 常用展示器具造型训练	(21)
2.1 案例操作实践	(21)
2.1.1 常用展示器具的分类	(21)
2.1.2 易拉宝展示牌	(22)
2.1.3 拉网展架	(34)
2.1.4 资料架和海报架	(41)
2.1.5 接待台	(44)
2.1.6 交互式电脑咨询台	(55)
2.1.7 洽谈桌椅	(59)
2.2 设计小结	(66)
第3章 金融类企业宣传展厅设计	(68)
3.1 设计分析	(68)
3.1.1 中国民财银行展厅设计说明	(68)
3.1.2 制作分析	(72)
3.2 案例操作实践	(73)
3.2.1 在 3ds max 中制作三维场景	(73)
3.2.2 在 3ds max 中创建灯光物体	(119)
3.2.3 调节摄像机并渲染出图	(122)
3.2.4 在 Photoshop 中的后期处理	(124)
3.2.5 编写设计说明文件	(131)
3.3 案例小结	(133)

第4章 食品类企业宣传展厅设计	(135)
4.1 设计分析	(135)
4.1.1 如何令小型展厅更吸引人	(135)
4.1.2 上海唐韵食品展厅设计说明	(136)
4.1.3 制作分析	(139)
4.2 案例操作实践	(140)
4.2.1 在3ds max中制作三维场景	(140)
4.2.2 在3ds max中创建灯光物体	(165)
4.2.3 调节摄像机并渲染出图	(171)
4.2.4 在Photoshop中的后期处理	(172)
4.2.5 编写设计说明文件	(178)
4.3 案例小结	(183)
第5章 科技类企业宣传展厅设计	(184)
5.1 设计分析	(184)
5.1.1 凌云科技有限公司展厅设计说明	(184)
5.1.2 制作分析	(188)
5.2 案例操作实践	(189)
5.2.1 在3ds max中制作三维场景	(189)
5.2.2 在3ds max中创建灯光物体	(222)
5.2.3 调节摄像机并渲染出图	(227)
5.2.4 在Photoshop中编写说明文件	(229)
5.3 案例小结	(239)
第6章 企业内部展厅设计	(240)
6.1 设计分析	(240)
6.1.1 凌云科技有限公司展厅设计说明	(240)
6.1.2 制作分析	(243)
6.2 案例操作实践	(244)
6.2.1 在3ds max中制作三维场景	(244)
6.2.2 在3ds max中创建摄影机物体	(267)
6.2.3 创建灯光物体	(269)
6.2.4 调节摄影机并渲染出图	(271)
6.3 案例小结	(271)



第1章 现代会展设计岗位概述

举办展览是一种非常有效、直接的宣传公关活动。企业在展览会上可以直接面对消费者和竞争对手,通过即时性的宣传与交流,立即获得市场信息和动态,并迅速统计出相关的市场资料,为企业制定以后的宣传目标及方案提供了重要的依据,这些都是传统媒体所不能达到的。因此,参加会展是现代企业进行广告宣传与信息交流的重要手段之一。随着参展规模的不断扩大,企业注入的商业信息也在成倍地增长,设计精美的展台不仅可以使企业在众多参展商中脱颖而出,令顾客难以忘怀,使宣传效果成倍增加,同时还可以显示出企业的竞争实力。由此可见,现代会展活动的开办不仅需要大量的会展设计师,同时对从业者的综合素质的要求也在不断提高。

1.1 了解会展设计行业

对于正准备从事会展设计的人员而言,首先需要深入了解什么是会展设计、常规工作流程、会展设计的相关知识、会展设计人员的必备素质以及求职技巧等内容。

1.1.1 会展设计概述

会展设计是展示环境装饰设计的一个分支(展示环境装饰设计行业包括四个内容:博物馆陈列设计、橱窗设计、节庆礼仪环境设计和会展设计),也是目前展示环境设计中需求量最大的一种。会展设计的主要工作即展台设计,通过各种造型独特的展台展示企业形象,宣传企业产品,并给观众留下深刻印象。

1. 会展效果图

在会展设计的过程中,当设计师确定了设计方案后,就必须提供三维效果图向客户展示设计方案及此方案的最终效果,如图1-1所示。事实上,通过设计构思绘制出三维效果图是会展设计师的主要工作,会展效果图的优劣也成为会展设计方案能否被参展商所采用的主要依据。常用于绘制展示效果图的计算机软件有3ds max和Photoshop,借助计算机绘出的展示效果图能给人以很强的视觉感受。3ds max是近年来出现在计算机平台上的最优秀的三维动画制作软件,具有强大的三维建模和动画设计功能;Photoshop是一款优秀的平面图形图像处理软件。将二者配合使用设计出的会展效果图将体现出高效率、高精度、易修改、效果生动逼真等优点。

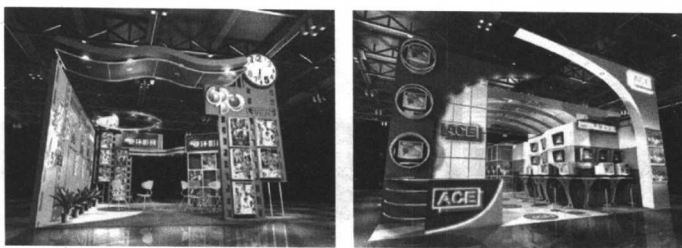


图 1-1 展台三维效果图

2. 会展设计的特点和常用手段

会展设计是一项综合平面与立体的空间形态设计,虽然也属于室内设计的范畴,但与普通的室内设计不同,会展设计更注重自身的独立性与广告效应,多选用经济、简便的材料和工艺来完成,充分利用每一寸展位面积,安排好人的行动路线和观展区域的位置,同时又要让空间丰富,有多面的展示性,以达到展示的目的。在功能上应安排出适当的区域用作洽谈、办公、接待等。展台设计的装饰应体现出展示空间环境的美及宣传的艺术性。由于会展行业日趋成熟,现代化的展台都是标准化的摊位、规格化的杆件,材料多为轻合金,因此在设计上为了体现出空间的丰富多变,需要更注重对声、光、电的综合运用。

纵观当代各种展览会,可以看出会展设计的一些常用手段:

(1) 利用字体突出展示效果

会展设计的空间范围通常由参展商向会展举办单位购买一定的展示摊位,在这一范围内进行创作构思。对业主而言,最关心的还是它本身的广告宣传效果,对其产品的推销,或者对自身形象的策划,而文字恰恰是能够达到这种效果的最直接的宣传方式,文字醒目,便于观察,容易理解,因而重视展示中的文字宣传是必需的。突出文字,也可以把它理解为以文字为主的装饰手法。简洁的空间中,以文字形象做招牌、做隔断、做形式上的构成组合,使观众强烈感受到展示空间的信息化特征,如图 1-2 所示。



图 1-2 以文字为主的展台装饰手法

(2) 利用图片、模型、实例展示

在进行会展设计时,要针对宣传对象的特征策划出一个主题构思。例如,在进行报社或出版社的展台设计时,会以报纸和书籍为主题展开构思,关于这个主题的图片、模型、道具就不可缺少。利用这些图片、道具作为展示环境的构成因素,可以使空间充满生动、形象的注释,如图 1-3 所示。

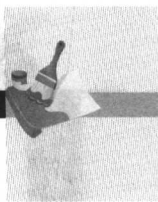


图 1-3 以报纸图片为主题进行展台设计

(3) 综合运用声、光、电等现代手段

现代会展中静态的展现已经不能满足观众对多媒体表现的需求。恰当地运用声、光、电手段会丰富感观以达到给观众留下深刻印象的目的,如图 1-4 所示。声主要是指伴随会展空间的背景音乐,光主要是指一种动态的照明设备,电则把声和光联系起来,还可以利用大屏幕投影、交互式电脑屏等新设备引起观众的兴趣。

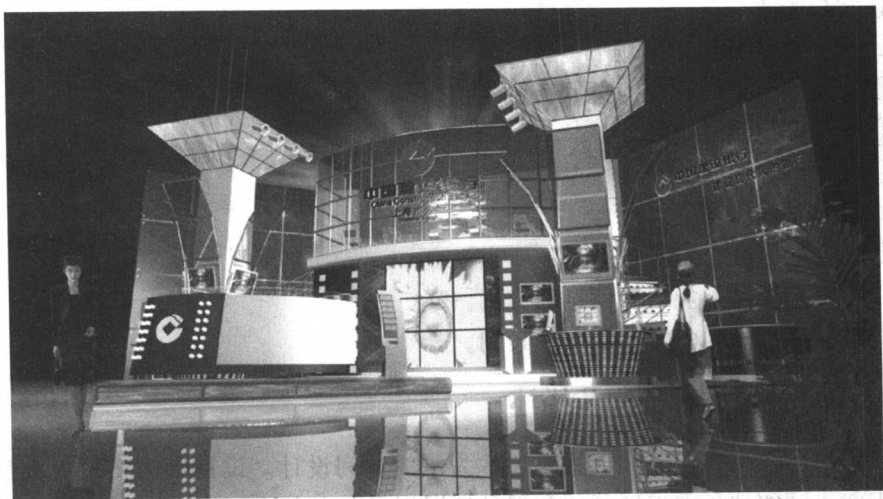


图 1-4 声、光、电在会展设计中的有机结合

1.1.2 会展设计公司的操作流程

会展设计公司的工作通常包括展台设计搭建、品牌形象推广、展示设备设计制作、商业促销活动的筹划与执行等内容。具体的操作流程一般分为以下八个阶段:

1. 了解分析(获取参展客户信息)

- ① 上门拜访客户,取得客户参展相关资料。
- ② 明确设计图交付日期。

2. 设计提案

- ① 与设计师沟通并即时同客户进行展位设计的交流。
- ② 向客户交付设计初稿、设计说明、工程报价。

3. 客户认可方案修改

- ① 研究客户反馈意见并再次修改。
- ② 交付最后定稿之设计图及工程报价。

4. 签约阶段

- ① 同客户确定工程价格。
- ② 明确同客户的相互配合要求。
- ③ 签定合同。

5. 制作阶段

- ① 根据部门工作单完成制作及准备工作。
- ② 安排客户到工厂实地察看制作及准备情况。
- ③ 完成主办、主场、展馆等各项手续。

6. 进场布展

- ① 现场展位搭建。
- ② 处理现场追加、变更项目。
- ③ 配合客户展品进场。
- ④ 客户验收。

7. 展会维护及组织撤场

- ① 安排展会期间现场应急服务和增值服务。
- ② 配合客户展品离场。
- ③ 现场拆除。

8. 后续跟踪服务

- ① 展会的后续总结报告。
- ② 为客户提供行业会展信息和分析。
- ③ 邀请客户参观公司其他服务案例。

1.1.3 会展设计师岗位描述

会展设计是一种实用的、以视觉艺术为主的空间设计。设计师需要投入大量的精力,首先深入细致地了解参展公司和展品情况以及相关信息,精心策划安排场地布局;然后设计出展台造型(应以赋予创造性的艺术表现手法来满足参展商和展品陈列的要求以及观众的观赏欲望),要求能够绘制出相关的三维效果图及二维平面布置图,正确编写出说明文件提交给客户;最后还要能够在会展现场指导安装人员。

1. 基本素质及技能要求

① 参加过相关室内设计专业或环境艺术专业学习、经过较专业的培训、掌握基本展位布置、展架设计能力的设计人员。

② 熟悉会展的基本流程,能独立完成设计,了解基本的设计和施工方法。

③ 熟练掌握各种用于会展设计的操作系统和设计软件,包括 AutoCAD、Photoshop、3ds max、CorelDraw 等基本软件。

④ 了解会展设计所运用的材料,灵活组合运用材料,充分利用各种可能的要素。了解音响、光线和色彩对展台造型的影响,不断给观众以新鲜感,激发其好奇心,使他们对展品产生兴趣,进而产生与参展商谈话的愿望。

⑤ 对展位实际运作中出现的损坏情况要有一定的预判能力,对各种突发情况能及时有效地进行调整和补救。



⑥ 有强烈的责任心,能用闲暇时间多学习先进的国内外设计经验,掌握新的设计软件。

⑦ 对美的鉴赏能力。

⑧ 对品牌、客户有深刻的理解能力、独特的创意能力及团队合作精神。

2. 工作内容

(1) 选展

通过与客户方的交流,深入了解品牌的特点和客户的要求,这对能否设计出一个适合于客户的有所侧重的专业性展会是极其重要的。

(2) 布展

① 现场观察展位位置,测量展览位置的占地面积。

② 构思展位的主题,展览形式,主要的结构框架,展架的布置以及展架所运用的材料的初定。

③ 设计制图,图样包括平面图、立面图、剖面图、三维效果图及施工大样图等。

④ 能通俗易懂地向客户方介绍设计展览基本形式,展位布置情况以及展厅的功能和对展出情况的一些设想。

3. 市场指导价位

目前,从事会展设计的人员的工资相当高,表 1-1 列出的市场指导价位是以上海市为标准的,供参考。

表 1-1 会展设计师月薪指导价位表

会展设计月薪情况(RMB,元)	
大专学历	2500 ~ 3000
大学本科学历	3000 ~ 3500
大专学历(获“上海紧缺人才会展岗位资格证书”)	4000 ~ 4500
大学本科学历(两年以上工作经验)	4500 ~ 5000
大学本科学历(五年以上工作经验)	5000 ~ 8000
大学本科学历(十年以上工作经验)	8000 以上

4. 职业前景

中国未来的展览业极具发展潜力,全球经济一体化和全球展览业的发展将促进中国展览业的进一步发展;中国国民经济的稳步发展将为中国展览业的发展提供稳定的基础;中国进出口贸易的发展将促进在华国际展览和出国展览的数量与发展速度;中国加入世贸组织将有助于提高中国展览业的整体水平并有助于扩大展览业的市场规模;互联网和电子商务也为展览企业提供有效的营销工具;2010 年世博会的举行更需要一大批能独立设计,并指导施工的展会设计人员,这种种机遇都为会展设计人员提供了展现个人才华的广阔舞台。

5. 培训情况

(1) 常设性培训机构

为了满足会展产业特别是 2010 年世博会对专业会展人才的需求,上海紧缺人才培养工程联席会议根据《上海紧缺人才培养工程》的要求,依托上海市旅游事业委员会、上海市对外经济贸易委员会和上海市经济委员会,由上海市旅游培训中心会同上海市外经贸教育培训中心和上海企业管理培训中心,组织社会各方资源,精心开发了“会展策划与实务”培训考核项目,该项目已于 2003 年 7 月份正式启动。“会展策划与实务”项目设助理会展师、会展师、注册会展师和高级会展师岗位资格,参照国际上通行的行业规则和知识、技能体系,结合上海实际情况,设置了会展策划、会展管理、会展设计与布置、会展接待与服务、会展市场营销、会展经营决策、会展业概论、国际会展业法规和惯例、会展礼仪、会展外语等科目与课程,考核合格者将获得“上海紧缺人才会展岗位资格证书”。

(2) 临时性培训班

我国每年也会举办一些会展设计培训班,此类培训班主要是针对高级会展设计人才,例如 2003 年 3 月 21~23 日在上海新国际博览中心举行的首届“中国会展设计师培训班”,由清华大学美术学院工业设计系责任教授、博士生导师、中国工业设计协会副理事长、中国展览展示专业创立者、香港理工大学名誉教授柳冠中先生亲临主讲,主要课程有《当今世界展览展示设计最新趋势、特点》、《展示设计理论》、《新材料及新技术运用》、《展示设计软件及设计引用》、《如何运用展示手段完成市场推广目标》及《中外优秀作品赏析》等。

(3) 软件培训

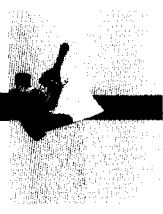
会展设计师还应接受相关的电脑知识培训,掌握各种时下流行的装饰设计软件。此类培训学校在安徽省合肥市的发展已经比较成熟完善,例如,著名的中国计算机函授学院以及其他几所电脑学校就开设有此类设计的专业课程。这些知名院校为各类需要寻求职业培训和提高的人员提供了学习的机会。

1.1.4 求职面试技巧

1. 面试前必须做好各种准备工作

面试过程中避免出现书写水平差,辞不达意或材料不全等现象,将文凭、简历、报名照及相关技能证书带好。对于以“会展设计师”为职业目标的人而言,其求职简历在设计上应该有别于其他普通岗位的简历,除包含必备信息之外,还要尽量体现出自己的设计创意和风格,很难想像如果一个把自己的简历设计得十分简陋甚至粗糙的求职者能胜任会展设计师这一岗位。一般地,会展设计师岗位的个人简历应包含以下几个要素:

- ① 姓名、目标职位与联系方式。
- ② 个人基本信息,如姓名、性别、民族、出生年月日、籍贯和学历等。
- ③ 自己对于会展设计的思想与设计理念。
- ④ 学习经历与工作经历。
- ⑤ 成功的设计案例。
- ⑥ 身份证、学历证书与获奖证书等证件复印件。
- ⑦ 个人作品展示,必要的时候还需提供存放作品的 U 盘或刻录光盘。
- ⑧ 其他能证明个人能力的相关材料(一般作为个人简历的附件供主考官参考)。



2. 精心挑选优秀的个人作品

在个人的其他条件基本均等的前提下,个人作品准备得充分与否,准备的个人作品优秀与否,在很大程度上能决定求职是否成功,因此在简历中准备的个人作品,一定要经过精心挑选,在有限数量的作品展示中充分体现自己的设计能力。

3. 严格遵守求职礼仪

- ① 注重仪表、仪容,重视礼节。
- ② 精神饱满充满自信,语言生动流畅。语言是衡量一个人知识教养的重要标志。
- ③ 千万别迟到或失约。通常以准时为轴心,早到 3~5 分钟,体现对对方的尊重。

4. 充分展示个人的设计思想与设计理念

在准备个人简历与实际的求职过程中,求职者应该选择合适的时机向面试的主考官充分展示个人的设计思想与设计理念,这对求职成功有很大的帮助。

- ① 善于洞察对方的内心世界和需求,及时调整自己的表达。
- ② 真情实感打动对方,增强对方对你的信任。
- ③ 语言简洁、精练取胜。让对方在较短的时间里获取较多而有用的信息。
- ④ 针对对方提出的问题,构思回答问题的要领,谋划采取适当的方法。
- ⑤ 思维敏捷,适时发表自己的见解。使语言新颖,别具一格,不落俗套的设计思想得到充分的表达。

1.1.5 会展设计师的技能提高

现代会展设计需要更高素质的人材,会展设计师只有不断地学习相关专业知识,才能不被淘汰并在该领域中有所发展。会展设计师可以通过以下方法提高技能:

1. 学校的正规训练

目前,全国已经有 20 余所大专院校开设了会展专业或会展方向的学历教育,并且有专科、本科、研究生各个层次,绝大多数是以会展设计为其主要培养目标。但是,作为会展专业在校就读的学生来说,最重要的还是要学好基础课程,搞好基础训练,研修或选修管理、营销、法律、经济等相关课程,不能只重视实用性的课程。有了牢固的基础,各种实用科目在到职后能够在正规与非正规的在职培训中学到。应该说,大学并不是学习管理实务的最佳场所,特别是对于那些对实际工作没有感性认识的在校学生,把功夫花在实用课程上,往往事倍功半。

2. 职业训练班和职业继续教育

非正规院校毕业的人员可以通过参加各种职业训练班或职业继续教育补充与家装设计有关的课程。仅掌握相关的电脑软件操作技巧是远远不够的,研究表明,缺乏理论基础的会展设计师,在接受设计任务时效果往往不佳。

3. 在职训练

在工作过程中不断学习新知识、增加新能力,是受过任何教育的会展设计师成长的必要条件。正规的在职训练是指企业内部设立的有讲师、有讲义、有正规课程的训练班。现在有越来越多的会展企业开始重视正规训练,项目经理要争取每一个接受正规训练的机会,吸收最新知识。企业内部还有大量的非正规训练的机会,包括观摩他人作业、聆听别人的经验介绍、听取他人意见等。不要因为工作忙而推辞参与其他项目的讨

论,善于帮助别人就是帮助自己。一个一到下班时间就盯着手表看的人和一个主动找工作做的人,很快就能分出高下。

4. 自我学习

自我学习是会展设计师提高自身能力的重要方式。有人说,一个人的成就关键看他的业余时间用来做什么。

① 阅读相关书籍和专业杂志,会展行业的杂志虽然非常少,并且多数都是信息性的,最近创办的非信息性杂志以及一些报纸的会展专刊,则是会展项目经理自我修炼的必读材料。

② 选择你认为值得作为学习的人,主动拜访他,请他担任你的导师,定期不定期请教工作上的各项事务,由他介绍你认识行业前辈,指引你的发展道路。

③ 建立广泛的人际网络,在需要时可以获得专业帮助。如果能够在企业内部或者同行业中结交一些能够敞开讨论问题的同仁,经常进行交流,极有利于会展设计师的提高。

④ 经常上网,寻找新知识、新技术。利用电子邮件向其他专业人士请教、沟通、交换意见。在相关论坛上交流,对工作有很大的助益。它突破了人们交流方面的时空障碍,使大量信息在很小的空间中聚集,可以在更大范围内直接互动、讨论和交流,有利于拓展想像力、从他人的发言中获得启发、及时克服谬误和思维惯性并相互提供心理支持。作者推荐的论坛有“中国装修论坛(<http://bbs.roomage.com>)”和“室内人论坛(<http://www.snren.com>)”。

1.1.6 会展设计的相关知识

从会展设计的角度而言,设计的目的并不是展示本身,而是通过设计,运用空间规划、平面布置、灯光控制、色彩配置以及各种组织策划,有计划、有目的、符合逻辑地将展示的内容展现给观众,并使观众接受设计所传达的信息。

1. 会展的类型

作为会展设计人员,首先要清楚会展的类型,并根据会展类型确定规格、方向和基本风格。常见的会展的类别及对应的设计风格如下:

- ① 政治性——严肃感。
- ② 高科技产品类——正规中带有活泼。
- ③ 农业类别——亲切、环保。
- ④ 文化类别——文化感、历史感。
- ⑤ 一般工业品——科技感、品质感。
- ⑥ 娱乐类——活泼而又前卫。
- ⑦ 时尚产品——经典中带有时代气息。
- ⑧ 工艺品类——经典而又古拙。

2. 会展设计要体现出企业整体形象

现代展览会不再是摆摊推销卖货,它不再孤立地展示个别的产品,而是以产品为载体通过综合的手段展示企业整体形象。在会展设计时可以通过对以下五点内容进行拓展,在不增加成本的前提下,丰富展示设计语言,展现企业形象。



(1) 企业理念的感性表达

将抽象的企业理念具体化,运用艺术设计语言刺激观众的感官,达到迅速传递企业理念的目的,将这种理念注入到展示搭建工作中的每一个细节。这种方式适用于理念完备、文化先进的企业。

(2) 企业标志形式感的延伸

作为企业形象视觉推广系统的核心,企业标识是展位设计素材的来源和统领,它的形状和色彩,不仅可成为展位设计中画龙点睛的装饰,其凝练的构成元素也足以表现好整个展示形象。延伸标志形象,执行企业标准色,是被广泛采用的展示设计手段,具有突出企业品牌,增强展位整体效果的作用。适用于所有以宣扬品牌为主要展示目标的企业。

(3) 企业展品个性的宣扬

展品是展示活动的主角,突出展品特色是直奔主题的设计手段。通过这种设计工作,能够快速概括展品的特性,准确表达展示的主题。从某种意义上讲,有多少种展品,就有多少种展示设计风格。以宣扬企业展品的个性为目的的展示设计,不但适用于参展目的为推出新产品的企业,也能满足产品专业性较强的企业宣展要求。

(4) 企业历史渊源的烘托

无论企业品牌还是产品,历史所提供的时间概念都值得珍视。老字号、老品牌能够营造出信赖感和对往昔风格的追溯,使企业和产品历久弥新。在展示设计中,对企业历史的巧妙利用,可带给企业可观的商业价值。这种展示策划理念适用于老字号企业或风格化时尚品牌。

(5) 企业对展示方案功能性的注重

优秀的展示设计方案都有一个共同点:注重展位的功能性设计。其中包括展位的分割布局、针对不同展品展出方案的研究、展示装置的人体工程学、照明计划以及水电安置的科学性论证等多方面因素。目前国内多数企业对展示功能性设计的重视程度较低,往往造成展位平面布局不合理,展品展示效果不佳等现状。

3. 展台的设计技巧

(1) 展台设计思路

在展台造型设计上一般要先考虑成本预算,以避免费用过高参展商无法接受,其次再考虑创意。设计的基本框架应根据参展商的行业属性、参观者群体、展览场地背景以及空间设定,露天展览在选材上还要考虑天气及安全因素。主要的设计思路如下:

① 充分利用各种可能的要素。包括展台的构架、材料、音响、光线、色彩和其他装潢用品,不断给观众以新鲜感,激发其好奇心,使他们对展台产生兴趣,进而产生与展商洽谈的愿望。

② 展台的设计要强调个性,同时也要注意功能性,要在空间上留出便于交流的区域。

③ 展台要素的配套使用还应有助于增强工作人员谈话内容的说服力,使顾客的瞬间好感在有限的时空内能够反复得到证实和加强,为展览会后的联系打下基础。

④ 展台设计要考虑到与展览会期间企业计划举办的其他活动配套。越来越多的企业把展览会当成了进行主题公关活动的好场所,除了展览本身以外,他们还在展览

会期间同时举行各种各样的会议、研讨会、表演或招待会等活动,因为展览会期间观众量大而且集中,这些活动与展览同时举行,影响大又节约开支,这就要求展台的造型能够满足各种活动的要求。

⑤ 展台的造型设计虽然是无限制的,但是设计时最好满足以下几点:

- 要考虑展位利用率的最大化。
- 要考虑人流心理及流向。
- 应当符合参观对象的审美导向。
- 要考虑施工难度及成本因素。
- 要考虑安全性。
- 注重材料的使用与选择。有些类别的展览需要比较稳重的形式,而有些展览则需要活泼的风格,有的需要体现出科技含量,有的则需要体现环保理念,还有的需要表现艺术或者人文或者社会公益性,根据不同的展览类别要考虑选择不同的材料。

(2) 如何降低会展的安装成本

现代会展提倡绿色设计,即在展台的使用和拆卸过程中尽可能地减少资源的消耗及对环境的影响。若想减少浪费,控制、降低会展制作成本,就要从以下几个方面考虑:

① 结构设计严谨,使展位能反复使用。会展设计方案的优劣,一般以“功能完善、形象突出、造型独特”作为评判标准,但现在越来越多的会展设计公司将“结构设计巧妙,展位能反复和更新使用”作为会展设计的重点。展览会结束后,展台一般归会展设计公司所有,如果不是简单的拆毁,而是将部分构件保存应用到其他展台设计中,将大大提高会展设计公司的收益。

② 选装修材料能省则省。会展装修不像公装和家装一样要求耐久性,也不太考虑因时间和季节变化所造成的施工质量问题。展装的目标是在保证安全的前提下突出“效果”。在关键部位,如人流通道、人接触的部位及高耸展台等,要使用优质的加厚材料以加固,而在次要部位则可使用普通材料。

③ 事先考虑周全,避免施工中出偏差。如果缺乏布展经验,那么就很可能在布展时间内为小的失误疲于奔命,为大的错误改变施工方案。例如,因为事先沟通不足,有的参展商在布展期间要求增加项目或是改变设计结构,从而造成较大浪费。因此,会展设计人员一定要与参展商多沟通,多交流,尽可能确定最终方案后再开始布展。

(3) 展示设计中色彩的应用

色彩对人的心理、情绪、行为都产生着影响,色彩在人类社会生活各方面都起着举足轻重的作用,因此会展设计中的色彩学也必不可少。

① 单一色彩所产生的心理效应。

- 色彩可以使人产生温度感(如蓝、灰、绿等冷色,使人感到寒冷;而红、橙、黄等暖色,则令人感到热)。
- 色彩可以产生重量感(明度高的色彩显得轻巧;而明度低的色彩使人感到沉重)。
- 色彩也可以造成体量感(明度高的颜色和暖色具有膨胀感,显得体量大;而明度低的颜色和冷色则有收缩感,令人感到体量较小)。
- 色彩可以在人心理上产生远近感(暖色具有前进的近迫感;冷色则让人感到散