



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

| 会展服务与管理专业模块 | 模块主编 朱承强 王昆欣

会展展示设计

主编 黄立萍 刘 恋



中国旅游出版社



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

| 会展服务与管理专业模块 | 模块主编 朱承强 王昆欣

会展展示设计

主 编 黄立萍 刘 恋

DESIGN OF
EXHIBITION DISPLAY

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉 黄志远

责任印制：冯冬青

封面设计：中文天地

图书在版编目 (CIP) 数据

会展展示设计 / 黄立萍, 刘恋主编. --北京: 中国旅游出版社, 2013. 9

中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目 中国骨干
旅游高职院校教材编写出版项目

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4812 - 2

I. ①会… II. ①黄… ②刘… III. ①展览会 - 陈列
设计 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①J525. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 232236 号

书 名：会展展示设计

作 者：黄立萍, 刘恋

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：20.75

印 数：1 - 3000 册

字 数：334 千

定 价：58.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4812 - 2

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

编辑出版工作指导委员会

- 魏洪涛 国家旅游局人事司 司长
- 段建国 中国旅游协会 副会长
中国旅游协会旅游教育分会 会长
- 郑向敏 华侨大学旅游学院 院长
教育部高职高专旅游管理类专业教学指导委员会 主任
- 杨卫武 上海旅游高等专科学校 校长
- 王昆欣 浙江旅游职业学院 院长
- 贾玉成 桂林旅游高等专科学校 校长
- 张新南 南京旅游职业学院 院长
- 狄保荣 山东旅游职业学院 党委书记
- 谢彦君 东北财经大学旅游与酒店管理学院 院长
- 李志庄 中国旅游出版社 社长

编辑委员会

(按拼音首字母的音序排序)

陈安萍	陈为新	陈增红	戴桂宝	邓德智	狄保荣	冯翔
付蓉	高元衡	黄国良	黄立萍	江涛	匡家庆	郎富平
梁赫	刘嘉龙	刘晓琳	芦爱英	任鸣	邵万宽	孙育红
覃江华	唐志国	王晞	王德成	王昆欣	王培来	韦夏婵
魏凯	温卫宁	吴云	徐云松	张浩宇	张念萍	张润生
赵建民	钟泓	周春林	周国忠	周延文	朱承强	

特邀模块主编

朱承强	王昆欣	黄国良	狄保荣
徐云松	陈增红	邵万宽	钟泓

出版说明

把中国旅游业建设成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，实现由世界旅游大国向世界旅游强国的跨越，是中国旅游界的光荣使命和艰巨任务。要达成这一宏伟目标，关键靠人才。人才的培养，关键看教育。教育质量的高低，关键在师资与教材。

经过20多年的发展，我国高等旅游职业教育已逐步形成了比较成熟的基础课程教学体系、专业模块课程体系以及学生行业实习制度，形成了紧密跟踪旅游行业动态发展和培养满足饭店、旅行社、旅游景区、旅游交通、会展、购物、娱乐等行业需求的人才的开放式办学理念，逐渐摸索出了一套有中国特色的应用型旅游人才培养模式。在肯定成绩的同时，旅游教育界也清醒地看到，目前的旅游高等职业教育教材建设和出版还存在着严重的不足，体现在教材反映出的专业教学理念滞后，学科体系不健全，内容更新慢，理论与旅游业实际发展部分脱节等，阻碍了旅游高等职业教育的健康发展。因此，必须对教材体系和教学内容进行改革，以适应飞速发展的中国旅游业对人才的需求。

上海旅游高等专科学校、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、南京旅游职业学院、山东旅游职业学院等中国最早从事旅游职业教育的骨干旅游高职院校，在学科课程设置、专业教材开发、实训实习教学、旅游产学研一体化研究、旅游专业人才标准化体系建设等方面走在全国前列，成为全国旅游教育的排头兵、旅游教学科研改革的试验田、旅游职业教育创新发展的先行者。他们不仅是全国旅游职业教育的旗帜，也是国家旅游局非常关注的旅游教育人才培养示范单位，培养出众多高素质的应用型、复合型、技能型的旅游专业人才，为旅游业发展做出了贡献。中国旅游出版社作为旅游教材与教辅、旅游学术与理论研究、旅游资讯

2. 强调三个维度能力的综合,即专业能力(掌握知识、掌握技能)、方法能力(学会学习、学会工作)、社会能力(学会共处、学会做人)。

3. 注重应用性,强调行动理念。职业院校学生的直观形象思维强于抽象逻辑思维,更擅长感性认识和行动把握。因此,本套教材根据各门课程的特点,突出对行业中的实际问题和热点问题的分析研讨,并以案例、资料表述和图表的形式予以展现,同时将学生应该掌握的知识点(理论)融入具体的案例阐释中,使学生能较好地将理论和职业要求、实际操作融合在一起。

4. 与相关的行业资格考试、职业考核相对应。目前,国家对于饭店、导游从业人员的资格考试制度已日渐完善,而会展、旅游规划等的从业资格考核也在很多旅游发达地区逐渐展开。有鉴于此,本教材在编写过程中尽可能参照最新的各项考试大纲,把考点融入到教材当中,让学生通过实践操作而不是理论的死记硬背来掌握知识,帮助他们顺利通过相关的考试。

中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目暨中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目是一个持续的出版工程,是以中国骨干旅游高职院校和中国旅游出版社为平台的可持续发展事业。我们对参与这一出版工程的所有特邀专家、学者及每一位主编、参编者和旅游企业界人士为本套教材编写贡献出的教育教学和行业从业的才华、智慧、经验以及辛勤劳动表示崇高的敬意和衷心的感谢。我们期望这套精品教材能在中国旅游高等职业教育教学发挥它应有的作用,做出它应有的贡献,这也是众多参与此项编写出版工作的同人的共同希望。同时,我们更期盼旅游高等职业教育界和旅游行业的专家、学者、教师、企业界人士和学生在使用本套教材时,能对其中的不足之处提出宝贵意见和建议,我们将认真对待并吸纳合理意见和建议,不断对这套教材进行修改和完善,使之能够始终保持行业领先水平。这将是我们的不懈追求。

中国旅游出版社

2011年3月

前言

中国经济迅速发展带来了会展业的蓬勃发展,展示设计在会展行业中扮演着重要角色。多年来,展示设计课一直是艺术设计院校的展示设计专业的专业必修课,也一直是非设计院校的会展经济与管理专业的专业选修课。然而,不同的学科背景沿用的却是相同类型的教科书,它们基本上都是由设计院校教师编写的从设计视角出发的书籍。作为在会展管理系任教多年的教师,面对当前会展教育的困惑,深刻体会到设计对于会展管理专业的学生的重要性,也更为深切地体会到当前的完全以设计为出发点的“展示设计”教材存在诸多弊端,此书意在对接会展展示设计教育的深入发展做出一定的探索。

当前的展示设计课程主要为两类学生开设:一类是艺术设计院校的会展设计专业学生。当前的弊端是过分强调图形设计,而展示设计主题策划、设计管理、设计创意思维部分几乎是形同虚设。展示设计作为商业设计的一部分,对于企业品牌信息的正确解读有着强烈的要求,现有的教科书在内容编制中存在一定的缺失,本书尝试在这个方面有所突破。另一类是非设计院校的会展管理方向的学生。这些学生几乎没有设计背景,但由于专业发展的需要,展示设计内容的学习对于他们来讲是完善专业体系的重要一环。于是,一系列重要的命题便呈现在教师面前:这门课程应该传递怎样的与专业方向一致的信息?这门课程将带给会展管理专业的学生怎样的能力训练?这门课程的知识体系将如何让非设计专业的学生同样有深度地完成设计?等等。这一系列的问题都要求有一本为这类专业学生量身定制的属于他们自己的教材。这是编写这本书的初衷,也是本书得以体现自身价值的关键所在。

这是一本全面介绍会展展示设计知识体系的书籍。本书的内容涉及了会展展示设计的各个方面,从概念到由来,从美学法则到设计方法,从设计思维到设计策划,从平面视觉的传媒设计到展示空间形态的构成,从色彩表达、光效表达达到材质表达,从设计程序、设计管理到展会管理,并以一定的逻辑性将其知识结构完备呈现。

这是一本演绎设计历史背景的书籍。艺术设计发展到今天,之所以被众人接受,被广泛应用于各个行业,是因为它伴随着世界经济文明的发展,其自身也有了历史痕迹,设计的学科体系也越发成熟,展示设计是一门综合的设计艺术,包含空间的、视觉的、思维的、管理的等方面。本书试图在展示设计知识点嵌入相关设计历史,以丰富对展示设计知识点的理解,在深度与广度上获得知识扩展。

这是一本关注提高创意思维的书籍。创意是设计的灵魂。不可否认创意在一定程度上来自天赋,然而仍然有自身的思维体系。本书用一章的内容介绍了创意的概念,图形创意的概念与历史,最终落实到展示设计创意思维的方法。这个章节的目的是告诉学生们,天才的展台设计作品首先要有好的创意思维,且要有迹可循,即我们可以向设计大师学习他们的设计。

这是一本为开阔视野而努力的书。本书写作的一个重要目的是能为学生们打开展示设计学习的大门。现今世界,知识日新月异,书本知识有一定的固定性,如何才能不断与世界的变化匹配,本书在每章的末尾,加上了“思维在线”栏目,集中搜集了与相关知识密切结合的世界知名网站,这样固态的书就与动态的设计现实世界结合起来了,学生的视野将能得到不断拓展。

这是一本关注提高设计品位的书籍。设计从某种程度上来讲是视觉经验的提高,高品位的阅读将是设计能力提高的关键,本书特别开辟了“向大师致敬”、“向经典致敬”栏目,给出一条学生们向大师、经典学习的轨迹,站在巨人的肩膀上学习的道理古已有之。

这是一本为学生构建学习系统的书籍。本教材之所以从全面系统的角度,从设计历史背景延伸阅读的角度,从设计思维创造性的角度,从提高审美品位的角度,从开阔设计视野的角度入手撰写,主要是为了让缺乏系统设计艺术训练的非设计院校学生在进行展示设计课程学习的时候,不仅仅是学习一个专业方向的技术表达课程,而是希望通过此书进入一个关于展示设计文化的生态学习系统,进入一个与展示设计密

切关联的系统学习环境。

总之,本书所设想的是为展示设计教学展现一个学习系统,而不仅仅是某几种学习方法。然而,由于学识的不足以及时间的紧促,在许多方面仍然有许多要去改进的地方,请专家学者,请阅读此书的莘莘学子多多给予批评意见。

编者

2013 年 8 月

目 录

CONTENTS

前 言	1
第一章 会展展示设计概述	1
第一节 会展展示艺术设计的含义	2
第二节 展示设计的形成与发展	5
第三节 会展展示设计的范畴	20
第四节 会展展示设计的价值	26
第五节 会展展示设计的艺术风格	28
第六节 会展展示设计的新趋势	34
复习与思考	35
第二章 会展展示艺术设计基础	37
第一节 形式法则的应用	38
第二节 人体工程学的应用	44
复习与思考	58

第三章	会展展示设计创意	59
第一节	创意思维	61
第二节	图形创意思维	65
第三节	会展展示设计创意方法	70
第四节	会展展示设计主题创意	76
复习与思考		86
第四章	会展展示设计专项	87
第一节	会展展示空间设计	91
第二节	会展展示的光效色彩设计	116
第三节	会展展示传媒设计	131
第四节	会展展示道具设计	160
复习与思考		170
第五章	会展展示设计表达	171
第一节	会展展示设计工程制图	174
第二节	会展展示设计效果图表现技法	192
第三节	会展展示模型设计与制作	204
第四节	会展展示材料	209
复习与思考		222
第六章	会展展示设计流程	223
第一节	会展展示设计总体程序	225
第二节	会展展示的艺术设计	230
第三节	会展展示工程设计与实施	242
复习与思考		255

第七章	会展展示设计管理	256
第一节	管理与设计管理	259
第二节	会展展示设计管理	272
复习与思考		291
第八章	会展活动策划与实施	292
第一节	会展活动总体策划	295
第二节	会展活动策划实施	300
复习与思考		313
参考文献		314
后 记		315

会展展示设计概述

- 展示是一种有目的的行为，这是展示设计最根本的理念。
- 展示设计是实现展示的核心部分，是最具想象力和挑战的工作。
- 展示设计是艺术与技术表达的完美交融，是集视觉、环境与人文于一体的设计。
- 展示的历史源远流长，现代意义上的展示设计伴随工业革命的产生而兴起。
- 现代化展示设计个性化突出、技术领先、主题多样化，已发展为规模巨大的展示文化产业。
- 当今的展示设计，已从一门边缘的设计学科发展到一门综合的设计学科，是现代科学技术与产业化协同发展的产物。

本章通过对传统与现实意义上对会展展示设计概念的归纳，系统介绍展示设计的内涵；通过对展示设计历史的阐述，明确展示设计的几个基本发展阶段；通过展示设计范畴的阐述，明确展示设计的学习与工作内容；通过展示设计风格的阐述，整体把握众多的设计类型。

学习目标

知识目标

- 1 了解展示设计的含义。
- 2 熟悉展示设计的形成与发展历程。
- 3 熟悉展示设计的范畴与价值。
- 4 把握展示设计的风格流派。

能力目标

- 1 正确理解展示设计的含义。
- 2 能正确运用展示设计风格流派的分析方法。

展示艺术奠基人

现代意义上的展览会诞生后，以下大师通过参与展览会的设计项目，以不同的设计背景、不同的视角，从展示设计的各个层面进行设计探索。大师们的设计实验与思考对当今展示设计构架的形成具有里程碑式的意义。

弗雷德里克·基斯勒 (Frederick Kiesler)：20 世纪探索非线性建筑的先驱。

李西茨基 (El Lissitzky)：20 世纪早期俄国著名的平面设计师、画家、摄影师和建筑师。

沃尔特·格罗皮乌斯 (Walter Gropius)：德国建筑师和建筑教育家、现代设计学校先驱、包豪斯学校的创办人。

密斯·凡·德罗 (Mies Van Der Rohe)：现代主义的奠基者之一，20 世纪中期世界上最著名的 4 位现代建筑大师之一，包豪斯学校第三任校长。

莉莉·瑞克 (Lilly Reich)：是密斯的合作者，一位出色的建筑师、时装设计师、家具和展览设计师。

赫伯特·拜耶 (Herbert Bayer)：匈牙利设计师，多才多艺，他在平面设计、摄影、展览设计、建筑设计等专业领域都有特定学术权威，他的设计思想奠定了现代主义的设计理念。

保罗·鲁道夫 (Paul Rudolph)：重视建筑的创造性，其建筑设计作品以空间结构复杂而闻名，是当时举世公认的天才建筑师。

第一节 会展展示艺术设计的含义

一、展示的含义

展示，英文为“display”，源于拉丁语的名词“diplico”和动词“diplicare”，表示展现之类的状态行为。展示是展览会的扩展。展览，就是将物品摆出来供人观赏。而展示活动是强调公众参与的活动，公众在接受信息的同时反馈信息，是信息交流与传递的主体。“展”为呈现；“示”包含有明示、暗示、示范、演示等意义，因

此,“展示”既有动态,又有静态之义。

展示艺术以其直观、形象、系统、通俗易懂、生动有趣的艺术魅力,使观者在不知不觉中受到潜移默化的影响,接受市场信息,获得社会、自然科学的知识。展示活动已经渗透到人类生活的各个领域,强有力地推动着社会发展。

二、展示设计的含义

从传统意义上理解,展示设计是在既定的时间和空间范围内,运用艺术设计语言,通过对空间与平面的精心创造,使其产生独特的空间氛围,不仅含有解释展品、宣传主题的意图,并能使观众参与其中,达到完美沟通的目的。这样的空间形式,我们一般称之为展示空间。对展示空间的创作过程,我们称之为展示设计。

随着会展业的不断成熟以及客户对会展综合要求的提高,展示形式审美的标准也不断提升,同时,随着现代技术的进步,尤其是计算机技术网络等新兴媒体的出现,展示正向着虚拟空间、交互的多媒体领域延伸,因此传统意义上的空间展示的概念已不能适应展示艺术的发展,展示设计需要更广义、更全面的解释。

从现代意义上理解,展示设计是以招引、传达和沟通为主要机能,进行有目的、有计划的形象宣传,并为这个形象宣传的需要进行互为补充或共荣的环境设计。

现在,展示设计的含义进一步扩大,它实际上成为一个收集—交流—重组信息的过程。具体表现为:通过对主办者、设计者和观众这几方面的信息进行收集、分析以及重组使信息得以在这几方面间进行有效的交流。

三、展示设计的本质

从信息传播的角度来看,展示设计注重其沟通及桥梁的作用。所有的展示都是一种交流,也自然符合信息交流的主要特征。1948年美国学者H. 拉斯韦尔(H. Lasswell)在论文《传播在社会中的结构与功能》中首次提出了构成信息过程的5个基本要素,对信息活动的一般过程和要素进行了细致的研究和归纳。这5个基本

要素分别是：Who（谁）、Say ~ what（说了什么）、In which channel（通过什么渠道）、To whom（向谁说）、With What effect（有什么效果）。

这就是著名的“5W”模式。任何一个信息活动过程都由5部分组成：信息传播主体、信息内容、信息传播渠道、传播对象和传播效果。展示设计就是通过展台的设计来表达企业的诉求并与观众建立有效的沟通渠道。

以一个汽车展览会为例，“谁”这个要素就是参展的厂家或经销商；“说什么”则是其推出的样车及相关信息；“通过什么渠道”就是利用展厅或展示会等传播媒介对外传播自己的商品信息及形象；“对谁说”则是参展者的意图展示并与之交流的对象，即消费者或潜在的消费者，也即厂家心目中的特定客户群；而“产生什么效果”则是特定客户群在参观完展览后产生的消费效应。这5个方面或要素的组合构成了一个展示信息活动的传播过程。当然这样的划分方式有一定的局限性，因为这是一种信息的单向直线运动模式，没有提供一条受众对信息产生反应后的反馈渠道。在现代展示中，将更多地关注信息的反馈，这就使得客观存在不是一个静态的、链式的结构，而是一个循环往复、周而复始的动态的“环”。其中链的首与尾被反馈系统相连，即在厂家或经销商与消费者之间形成一个完整的回路，使得信息发送者发送的原始信息得到充实，并加强了这个“环”的紧密性。

从展示的终极目的来看，展示效益乃一切展示活动追求的根本目的。展会中的展示设计是商业设计，是企业服务的，不是艺术家或设计师的个人设计理念的纯粹私人表述。尽管现今企业的诉求更趋人性化的体验，趋向企业文化传播，展示设计的内涵仍然是维护企业形象，目标客户是企业不是设计师自己。这一根本目的或许更能说明展示设计与建筑空间设计的本质区别。

课堂思考

1. 展示设计定义本身是一个不断发展的过程，如何从历史的角度了解当代展示设计定义的内涵？
2. “5W”模式从本质上说明了展示设计是一种什么性质的设计？