



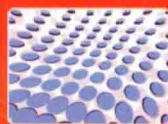
高等院校会展类“十四五”规划教材  
全国会展业产学合作联盟推荐教材

# 展示工程与设计

EXHIBITION PROJECT  
AND DESIGN

(第四版)

王新生 著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



高等院校会展类“十四五”规划教材  
全国会展业产学合作联盟推荐教材

# 展示工程与设计

EXHIBITION PROJECT AND DESIGN (第四版)

王新生。著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

## 内 容 简 介

《展示工程与设计(第四版)》是作者王新生原创“展示工程实务系列”丛书中的一本,全书共十章,其内容以作者36年展示工程实践和数十年授课经验为基础,全书以实例为切入点,通过典型案例分析,以图文并茂的方式,诠释了展示工程的全貌。各章节主要讲述了展示工程与会展范畴、展会与展台、地台造型设计、灯柱与天棚造型设计、背景造型设计、天景造型设计、辅助展具造型设计、其他造型设计、展台互动区设计、展台配套设备等,重点讲解了展台的设计、布局、结构、材料、制作和搭建。最后,附录部分讲述了一家大型企业展台设计19年的演变与发展、中外展台设计发展趋势、特装展台主要部件规格汇总、展示设计常用网站、展示工程相关标准汇总和展台常用材料价格汇总等。

本教材具有讲解系统、完整,实操性强,资料丰富、新颖、实用等特点。

为了方便教学和学习,作者将精心制作并经多年不断完善、充实、提高的“展示工程与设计”课件提供给读者,以帮助学生学习和授课老师展开教材内容,丰富课堂教学。关于本书学习版课件,可发邮件至422964485@qq.com 免费索取。

书中很多典型案例配有实录教学视频,读者可用手机扫描书中相应二维码播放视频以配合学习。

本教材可以作为高等院校会展、展示、环艺专业管理、设计等方向的教学用书(其他专业亦可参考),也可以作为会展企业的培训用书。

### 图书在版编目(CIP)数据

展示工程与设计 / 王新生著. —4版. —武汉: 华中科技大学出版社, 2019.8

高等院校会展类“十四五”规划教材

ISBN 978-7-5680-5644-1

I. ①展… II. ①王… III. ①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(2019)第178065号

### 展示工程与设计(第四版)

王新生 著

Zhanshi Gongcheng yu Sheji(Disi Ban)

策划编辑: 曾光 彭中军

责任编辑: 史永霞

封面设计: 揭红娟

责任监印: 朱 玟

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话: (027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编: 430223

录 排: 华中科技大学惠友文印中心

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 880 mm × 1230 mm 1/16

印 张: 14

字 数: 472千字

版 次: 2019年8月第4版第1次印刷

定 价: 79.00元



华中出版

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究

---

# 序言

## Preface

---

欣闻王新生教授所著《展示工程与设计(第四版)》即将出版,特此表示祝贺。

王教授从事展示工程实践三十余年,执教数十年;曾主持展示工程设计、制作、施工和管理项目数百项,堪称展示工程领域的资深实战型专家。他对展示设计、展示材料、施工搭建、运作流程及管理非常熟悉,因此荣获由中国汽车工程学会颁发的“展览突出贡献奖”;他亦在全国多所高校担任客座教授,在全国很多院校和企业授课或培训,全身心地致力于中国会展教育事业,因此荣获了享受政府津贴的湖北“楚天技能名师”称号。

与王教授交谈得知,《展示工程与设计》一书的撰写工作始于2012年春,完稿于2015年秋,历时三年有余。2015年9月发行第一版后即深受院校师生和企业读者喜爱,获得一致好评,遂于2017年1月发行第二版。第二版采用了扫二维码看案例视频的新技术,更受读者欢迎。也因此,《展示工程与设计》一书的第一版、第二版都荣获了中国会展经济研究会颁发的“全国优秀会展图书一等奖”。前两版书被众多学校选作教材,为了不辜负大家期望,于2018年1月又出版了第三版。而现在发行的第四版在广泛收集高校会展、环艺专业教师和业界专家建议的基础上,对有关名词术语和造型分类等内容进行了进一步的精细调整和系统梳理。所以,第四版图书的质量会“更上一层楼”,定能获得读者的好评。

拜读《展示工程与设计(第四版)》全书,深感此书具有三大特色:

一是原创。该书源于王新生教授30余年展示工程的实践与感悟,又是数十年教学经验的不断总结与升华,故全书系统全面,自成体系,内容翔实,案例精彩。

二是实用。该书体现了“从实践中来到实践中去”的原则,以典型案例作为论述的切入点,进而进行理论提升和内容展开,因此具有提纲挈领的实用性。

三是视频。书中配了很多现场录制的视频,通过手机扫码即可看到各个案例的动态视频,非常有利于加强对本书知识的理解。

总之,《展示工程与设计(第四版)》是一部资料翔实、图文并茂、内容实用、操作性强的教材,我很乐意将它介绍给广大读者;希望这本教材能够在相关教学中发挥积极作用,且对读者的实际工作有所裨益。我更期待王教授在此领域不辍耕耘,在不久的将来推出新的佳作。

中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任

陈泽炎

2019年8月26日

## 四版前言

### Preface

《展示工程与设计》自2015年9月第一版、2017年1月第二版和2018年1月第三版出版发行后，被全国众多高校、培训机构和相关展示企业广泛采用，受到了读者的欢迎和好评。读者普遍认为，本书首次在展示工程领域进行全面整理、分类归纳后完成了展示工程和展台的体系，并确定各类造型的名词术语及定义，该原创著作填补了我国展示工程领域无此类书的空白，故得到全国会展专业、艺术专业和环艺专业等院校和展览展示业界以及其他读者的普遍认可和赞赏，更被众多院校和企业选为教材和培训用书。本书分别于2016年4月和2017年4月获得中国会展经济研究会颁发的优秀图书一等奖。在第四版出版之际，谨向所有关心、支持本书出版发行的朋友、单位，致以最诚挚的谢意！三年来，通过作者亲身的教学实践和众多学校使用该书的教学意见的收集整理，以及作者三年来在展示工程实践中对新案例的广泛收集、整理和提炼，我们获得了很多一线前沿的最新宝贵资料，故在第三版的基础上，第四版主要修改和调整了如下内容：

- (1) 替换或新增了350多幅图片，多是2018年和2019年世界展示工程项目的最新案例和图片；
- (2) 全书案例视频增加至171段，读者用手机扫描书中二维码，在阅读课文的同时能观看案例视频，深化学习；
- (3) 调整2个章节的造型分类和名词术语的名称和说明；
- (4) 附录A新增了2018年和2019年东风雪铁龙展台设计案例；
- (5) 调整附录D，新增了附录E和F；
- (6) 修改了每个章节的学习目标，思考题和实训模块；
- (7) 其他文字内容和图片的修改。

第四版的修改完全保持了第一、二、三版全面、系统、实用性强的特点，并使之更系统，更实用，更便于教学。第四版更有利于增强学生对所学知识的系统性、规律性的认识，增强学习效果，提高自主解决问题的能力。每章配有思考题和实训模块，有助于学生对相关章节内容的理解和掌握，开拓学生的视野，激发学习兴趣。

本书用于在校学生，课堂教学可安排48学时，实训教学可安排12至24学时，建议没有会展实训室的学校安排到展台（展厅）等搭建现场和展出现场教学。

本书用于企业员工培训，课堂教学可安排24学时左右，实训教学可视员工情况确定。

与本书配套的教材还有由我领衔撰写的《展示工程设计与实操》《展示工程常用材料与工艺》两册“展示工程实务丛书”和由会展E人公司根据我的橙蓝丛书改编的《展示设计与工程管理教学软件》。

限于作者水平和能力，难免存在不妥之处，恳请批评指正，以便再版时臻完善。



2019年7月16日

# 目录

## Contents

<b>第1章 展示工程与会展范畴</b>	<b>1</b>		
1.1 展示工程范畴	1		
1.1.1 展台	2		
1.1.2 展厅	3		
1.1.3 专营店	3		
1.1.4 专柜	4		
1.1.5 橱窗	4		
1.1.6 舞台舞美	5		
1.1.7 标志标识	5		
1.1.8 环艺	6		
1.2 会展范畴	6		
1.2.1 “会”	7		
1.2.2 “展”	7		
1.2.3 会展的称谓	8		
<b>第2章 展会与展台</b>	<b>9</b>		
2.1 展会	9		
2.1.1 展会的类型	10		
2.1.2 专业展会的等级	11		
2.2 展台	12		
2.2.1 展台类型	12		
2.2.2 展台的功能	13		
2.2.3 展台的地位	13		
2.3 标准展台	13		
2.3.1 标准展台的类型	13		
2.3.2 标准展台的布局	15		
2.3.3 标准展台的结构	15		
2.3.4 标准展台的设计	18		
2.3.5 标准展台的配置	19		
2.3.6 标准展台的搭建	19		
2.4 特装展台类型	20		
2.4.1 钢木结构特装展台	21		
2.4.2 铝型材结构特装展台	21		
2.4.3 混合结构特装展台	21		
2.5 特装展台分区与功能	22		
2.5.1 展台分区	22		
2.5.2 展台区域功能	23		
2.6 特装展台结构与布局	25		
2.6.1 展位图与结构	25		
2.6.2 特装展台的布局	26		
<b>第3章 地台造型设计</b>	<b>31</b>		
3.1 地台的功能	31		
3.2 地台的类型	31		
3.2.1 低地台	31		
3.2.2 高地台	32		
3.3 地台的结构	32		
3.3.1 低地台的结构	32		
3.3.2 高地台的结构	32		
3.4 低地台材料	36		
3.5 高地台材料	36		
3.6 高地台设计	37		
3.6.1 地台台面设计	37		
3.6.2 地台收边设计	42		
3.6.3 警示标志设计	44		
3.6.4 地台面材选用	44		
3.7 高地台的搭建	47		
3.7.1 调节地台基础构件	47		
3.7.2 调节地台搭建程序	47		
3.7.3 高地台面板搭建	48		
<b>第4章 灯柱与天棚造型设计</b>	<b>50</b>		
4.1 灯柱与天棚的功能	50		
4.2 灯柱	51		
4.2.1 灯柱的类型	51		
4.2.2 灯柱的结构	51		
4.2.3 灯柱的造型设计	52		
4.2.4 灯柱的材料	53		
4.3 天棚	54		
4.3.1 天棚的类型	54		
4.3.2 天棚的结构	54		
4.3.3 天棚造型设计	56		
4.3.4 天棚的材料	67		
4.3.5 天棚的搭建	68		
4.3.6 楣板的发展	71		
<b>第5章 背景造型设计</b>	<b>73</b>		
5.1 背景造型设计	73		
5.1.1 背景造型的类型	73		
5.1.2 平面背景造型设计	74		
5.1.3 立体背景造型设计	77		
5.1.4 重叠背景造型设计	89		
5.1.5 型材背景造型设计	91		
5.2 背景的制作与搭建	92		
5.3 展台房间的设计与布置	99		
<b>第6章 天景造型设计</b>	<b>103</b>		
6.1 天景造型设计	103		
6.1.1 天景造型的诞生	103		
6.1.2 天景造型的类型	103		
6.1.3 板块天景造型设计	104		

6.1.4	大跨度天景造型设计	105	8.2	展馆建筑立柱造型设计	169
6.1.5	镂空天景造型设计	107	8.2.1	普通立柱造型设计	169
6.1.6	大悬楣天景造型设计	109	8.2.2	融入展台部件的造型设计	170
6.1.7	呼应天景造型设计	109	8.2.3	融入展台整体的造型设计	171
6.1.8	几何体天景造型设计	110	8.3	独立展馆造型设计	172
6.1.9	视频天景造型设计	111	8.3.1	奥迪汽车独立展馆	172
6.1.10	框架天景造型设计	112	8.3.2	宝马汽车独立展馆	173
6.1.11	天地通天景造型设计	113			
6.1.12	拱门天景造型设计	114	<b>第9章</b>	<b>展台互动区设计</b>	<b>175</b>
6.1.13	抽象天景造型设计	115	9.1	互动多媒体技术	175
6.1.14	环绕天景造型设计	116	9.1.1	互动多媒体技术的概念	175
6.2	天景的制作与搭建	117	9.1.2	互动多媒体技术的应用	176
			9.1.3	互动多媒体应用案例	179
<b>第7章</b>	<b>辅助展具造型设计</b>	<b>119</b>	9.2	休闲互动区设计	182
7.1	展台辅助展具	119	9.2.1	休息休闲互动区设计	183
7.2	图腾柱造型设计	119	9.2.2	游戏休闲互动区设计	184
7.2.1	图腾柱的功能与布局	119	9.3	体验休闲互动区设计	184
7.2.2	图腾柱的类型	120			
7.2.3	图腾柱造型设计	123	<b>第10章</b>	<b>展台配套设备</b>	<b>187</b>
7.2.4	图腾柱的制作与搭建	124	10.1	展台灯光	187
7.3	接待台造型设计	126	10.1.1	展台灯光设计	187
7.3.1	接待台的功能与布局	126	10.1.2	展台灯具的类型	190
7.3.2	接待台的类型	126	10.1.3	展台灯具的布置	191
7.3.3	接待台造型设计	132	10.1.4	展台灯具的效果	192
7.3.4	接待台的制作与工艺	133	10.2	展台视频	194
7.3.5	接待台的配置	133	10.2.1	LED全彩屏的发光原理	194
7.4	讲台造型设计	134	10.2.2	LED全彩屏的类型	194
7.4.1	讲台的功能与布局	134	10.2.3	LED全彩屏的布局设计	197
7.4.2	讲台的类型	134	10.2.4	彩幕与LED全彩屏的匹配	197
7.4.3	讲台造型设计	136	10.2.5	彩幕与LED全彩屏的搭建	198
7.4.4	讲台的制作与工艺	136	10.2.6	彩幕与LED全彩屏的展台效果	199
7.5	展示台造型设计	136	10.3	展台音响	199
7.5.1	展示台的功能与布局	136	10.3.1	音响系统设备	199
7.5.2	展示台的类型	137	10.3.2	音响系统的构成	199
7.5.3	展示台造型设计	147	10.3.3	音响系统的类型	200
7.5.4	展示台的制作与搭建	148	10.3.4	音响系统的设计	200
7.6	参数牌造型设计	150	10.3.5	音响系统的布局	201
7.6.1	参数牌的功能与布局	150			
7.6.2	参数牌的类型	151	<b>《展示工程与设计(第四版)》实训总任务</b>	<b>203</b>	
7.6.3	参数牌造型设计	155	<b>附录A</b>	<b>东风雪铁龙展台设计十九年演变与发展</b>	<b>204</b>
7.6.4	参数牌的制作与工艺	155	<b>附录B</b>	<b>中外展台设计发展趋势</b>	<b>211</b>
7.7	舞台造型设计	156	<b>附录C</b>	<b>特装展台主要部件规格汇总</b>	<b>211</b>
7.7.1	舞台的功能与布局	156	<b>附录D</b>	<b>展示设计常用网站</b>	<b>212</b>
7.7.2	舞台的类型	157	<b>附录E</b>	<b>展示工程相关标准汇总</b>	<b>213</b>
7.7.3	舞台造型设计	159	<b>附录F</b>	<b>展台常用材料价格汇总</b>	<b>214</b>
7.7.4	舞台的制作与搭建	159			
7.7.5	舞台的演出效果	160	<b>参考文献</b>	<b>217</b>	
<b>第8章</b>	<b>其他造型设计</b>	<b>162</b>	<b>后记</b>	<b>218</b>	
8.1	亮点造型设计	162			
8.1.1	单体亮点造型设计	162			
8.1.2	文字亮点造型设计	164			
8.1.3	模型亮点造型设计	165			
8.1.4	饰物亮点造型设计	165			
8.1.5	实物亮点造型设计	166			
8.1.6	墙面亮点造型设计	167			
8.1.7	动态亮点造型设计	168			
8.1.8	视频亮点造型设计	169			

# 第1章 展示工程与会展范畴

## 学习目标

1. 理解展示工程的范畴。
2. 理解会展的范畴。
3. 了解“展”重于“会”。
4. 掌握展示工程的八大类内容。
5. 掌握展览是一项综合工程，前期归于“会”，后期归于“展”。

## 1.1 展示工程范畴

展示工程当前有多种划分的方法，较常用的是将展示工程划分为文化展示设计和商业展示设计，但是这种划分方法仍比较抽象，不具体，实际操作还是很模糊。作者根据三十余年展示设计的实践和数年的调查研究和总结，认为展示工程按工程的造型设计、制作方法、材料工艺、施工搭建的方法进行划分比较科学合理，所以将展示工程的范畴划分为展台、展厅、专营店、专柜、橱窗、舞台舞美、标志标识和环境艺术（简称环艺，包括室内环艺和室外环艺）等八大类。除室外环艺外，其他各类仅在造型上有所差异，在设计方法、工程结构、材料工艺、制作与搭建上则完全相同。八大类中展台最具有代表性，展台的造型设计可供其他各类造型设计借鉴。

展示工程范畴如图 1-1 所示。

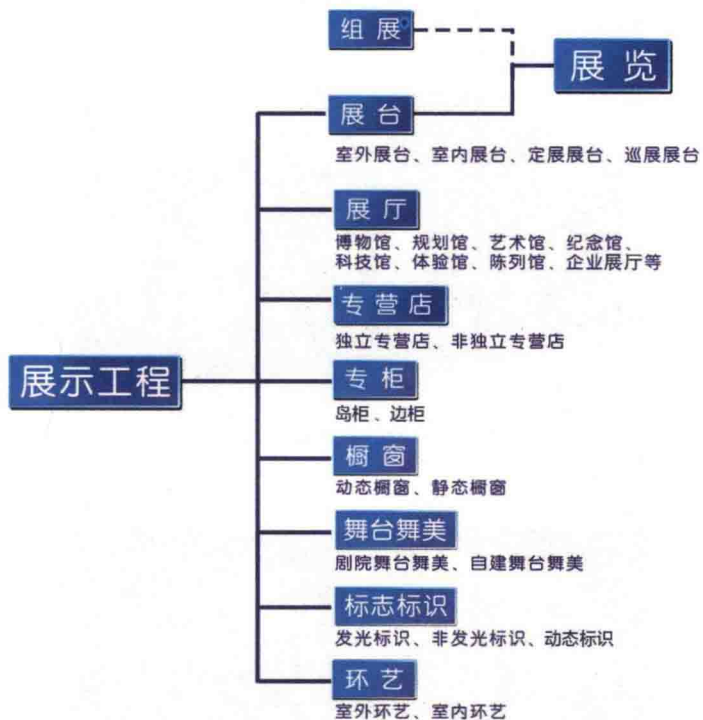


图 1-1 展示工程范畴

### 1.1.1 展台

展会如图 1-2 和图 1-3 所示, 主要由以下两大部分组成。

- (1) 前期: 展会的立项、招商和摊位安排等组织工作, 称为组展。
- (2) 后期: 展台的设计、制作、搭建、展出、撤展等工作, 称为展台工程。

展会是一项综合工程, 其中只有后期的展台属于展示工程的范畴。展台是指展览会上用于展示活动的结构单元, 通常包括室外展台、室内展台、定展展台、巡展展台等。室外展台是在展馆室外搭建的展台, 室内展台是在展馆内搭建的展台, 定展展台是该套展具仅用于一个或数个固定展会的展台, 巡展展台是该套展具巡回在各地展馆展出的展台。展台就是一个流动的展厅。展会展台如图 1-4~ 图 1-7 所示。



图 1-2 展会一 / 上海展台



图 1-3 展会二 / 日内瓦车展



图 1-4 室外展台

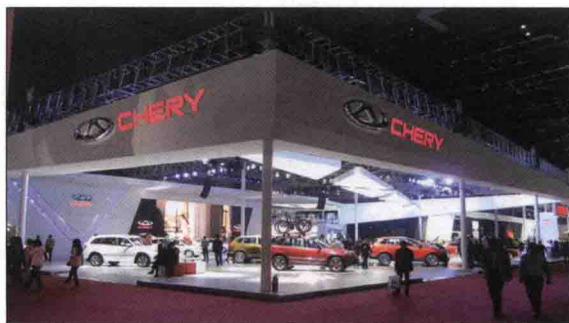


图 1-5 室内展台



图 1-6 定展展台



图 1-7 巡展展台

### 1.1.2 展厅

展厅是展示工程的一个重点,展厅涉及博物馆、规划馆、纪念馆、艺术馆、体验馆、科技馆、陈列馆及企业展厅等,它们都属于展厅的范畴,规模不同,但功能都一样。展厅与展台相比,除没有地台和功能区外,其他方面完全一致,其实展厅就是一个固定展台。展馆、展厅如图 1-8~图 1-13 所示。



图 1-8 规划馆



图 1-9 纪念馆



图 1-10 艺术馆

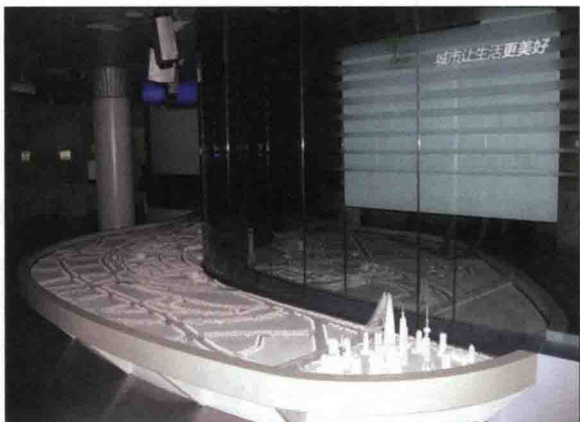


图 1-11 体验馆



图 1-12 科技馆



图 1-13 企业展厅 / 灵通公司

### 1.1.3 专营店

一些大型产品或有特殊需要的产品需要摆放在专门的建筑物内进行展示并销售,如汽车、房地产等。专营店分为两种,即独立专营店和非独立专营店。独立专营店是一座独立的建筑物,其展示设计包括建筑物外部造型设

计和室内展厅设计两部分；非独立专营店是在一座建筑物内的几个房间布置的专营店，其展示设计仅有室内的展厅设计。专营店除外形设计外，其室内展示部分设计与展台设计完全一样。

专营店如图 1-14 和图 1-15 所示。



图 1-14 独立专营店



图 1-15 非独立专营店

### 1.1.4 专柜

城市的商场和其他卖场其实都是商家的展览馆，专柜就是各类商品的展台，其设计与展台设计几乎一样，但布局无功能区，只有展示区。专柜在展示的同时更进行销售，其实它就是一个展销会的展台。专柜分为两种，即岛柜和边柜。岛柜是指独立布局，一般在卖场中间位置的专柜，它不与任何专柜相连；边柜是指与卖场其他专柜连在一起，一般靠墙布置。卖场专柜如图 1-16 和图 1-17 所示。



图 1-16 岛柜



图 1-17 边柜

### 1.1.5 橱窗

随着人们生活 and 物质水平的提高，日常消费的品种越来越多，档次越来越高，所以近年橱窗的设计已不是单纯的陈列摆放，而是和展台一样，有背景、展品、灯光、造型等，其实它就是一个浓缩的展台。橱窗分为两种，即动态橱窗和静态橱窗。动态橱窗是指展示的部分商品可以运动，是非静止的；静态橱窗用于静态展示商品，商品不会运动。各类橱窗如图 1-18 和图 1-19 所示。

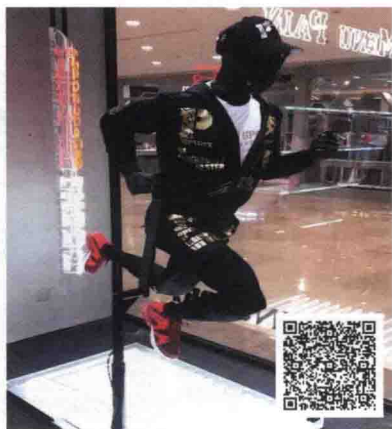


图 1-18 动态橱窗



图 1-19 静态橱窗

### 1.1.6 舞台舞美

随着文化生活的丰富和各种活动的增多，人们需要有舞台去展示和表演。要完成展示和演出，就要有舞台并进行舞美设计，如整体舞台、背景、道具、烟火、灯光及视频等，所有这一切都基本与展台设计一致。舞台舞美分为两种：剧院舞台舞美和自建舞台舞美。剧院舞台舞美是指在固定剧院内的舞台舞美设计，自建舞台舞美是在某一非剧院场地临时搭建的舞台舞美设计。

舞台舞美如图 1-20 和图 1-21 所示。

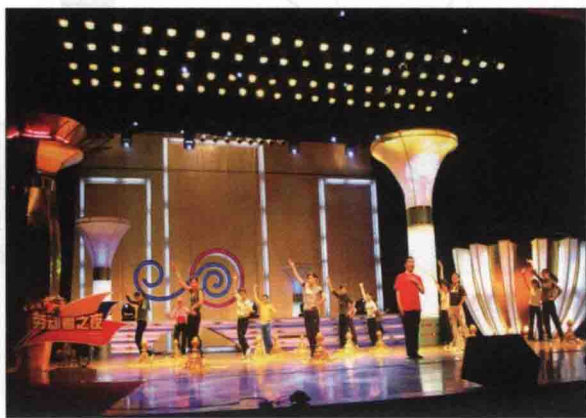


图 1-20 剧院舞台舞美 / 剧院



图 1-21 自建舞台舞美 / 体育馆

### 1.1.7 标志标识

随着世界城市化的快速推进，随着建筑群和单体建筑大型化的发展，标志标识逐渐凸显出它的重要性。现代的标识已完全不同于以前仅由简单的文字和箭头组成的标识，目前标识已有各种各样的造型设计，甚至附带各种功能。标识设计除有指示性的文字和符号外，其他都与展台设计一致。标志标识可简单分为三种，即发光标识、非发光标识和动态标识。发光标识是能内部发光的标识；非发光标识是内部不发光，靠外打光照明的标识；动态标识是可以运动，甚至有进行人机互动功能的标识。各类标志标识如图 1-22 ~ 图 1-24 所示。



图 1-22 发光标识



图 1-23 非发光标识



图 1-24 动态标识

### 1.1.8 环艺

环境艺术简称环艺，环艺分室内环艺和室外环艺，与展台基本相同的是室内环艺，即家装和工装。与展台部分相同的是室外环艺。环境艺术与展台是互通的，但各有特点，可以相互借鉴。环艺展示如图 1-25~图 1-27 所示。



图 1-25 室内环艺 / 家装

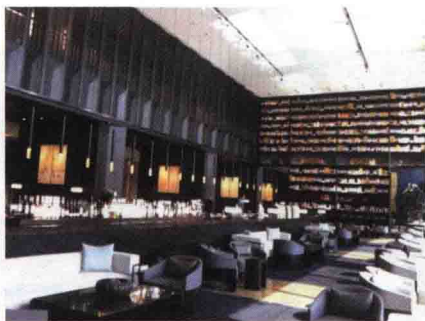


图 1-26 室内环艺 / 工装



图 1-27 室外环艺

综上所述，展示工程包括八大类，其中展台最具代表性，也最先进，故本书仅介绍展台的设计、制作、工艺与材料及搭建等，其他各类均可参考、借鉴。

## 1.2 会展范畴

会展是我国独有的概念，它分为两大块：“会”和“展”。其中“会”包括会议、节庆和赛事，“展”包括展览和展示，可统称为展示工程。比较“会”和“展”可以明显看出，无论是在数量上、投入上还是在规模上，“展”都重于“会”。

在发达国家，“会”和“展”是分开的，它们有很多不同之处：“会”偏重于策划、组织；而“展”偏重于设计、制作和搭建，它是一项系统工程（当然前期也会有策划）。会展范畴如图 1-28 所示。

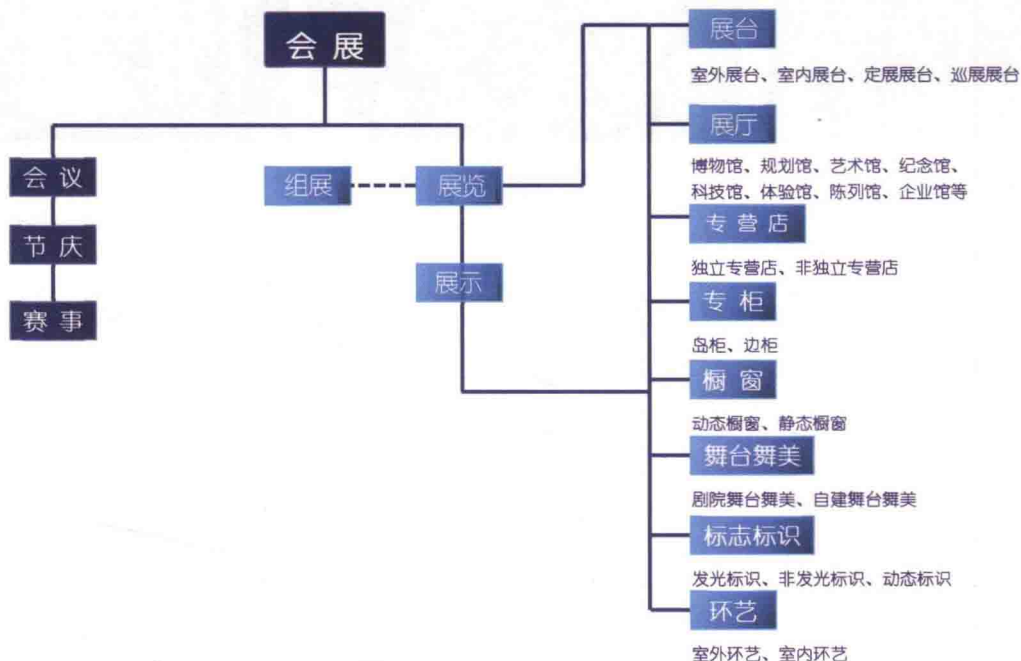


图 1-28 会展范畴

### 1.2.1 “会”

“会”是由主办单位策划，承办单位、协办单位实施与各类人员参加的各种活动，如会议、节庆和赛事等，如图 1-29~ 图 1-31 所示。



图 1-29 会议



图 1-30 节庆



图 1-31 赛事

### 1.2.2 “展”

“展”包括展台、展厅、专营店、专柜、橱窗、舞台舞美、标志标识和环境艺术（简称环艺）等八大类，展览是一项综合工程，前期组展可归于“会”的范畴，它主要是策划和组织，而后期展台设计、制作、搭建和管理才归于“展”，如图 1-32~ 图 1-34 所示。其他基本都是单项工程，全部归展示工程范畴。



图 1-32 组展

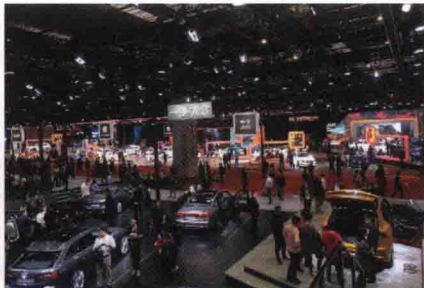


图 1-33 展览



图 1-34 展台

### 1.2.3 会展的称谓

会展是我国独有的概念,在学界如普通本科、高职、中职院校称会展,而艺术院校称展示,在业界几乎全部称展示,如展示工程、展示设计、展示工程公司等。

#### 【思考题】

1. 展示工程的范畴包括哪些?
2. 会展的范畴包括哪些?
3. “展”在哪些方面大于“会”?
4. 展览分为哪两个阶段?

## 实训模块

#### 【实训目标】

通过对展示工程的现场考察、拍照,进一步了解展示工程的范畴以及各类造型。

#### 【实训项目】

由学生携带摄影器材,分别考察展台、展厅、专营店、专柜、橱窗、标识、舞台和室内环艺。完成如下任务(管理专业和设计专业)。

1. 照片数量:展台 20 张,展厅 5 张,专营店内、外各 3 张,专柜 3 张,橱窗 3 张,标识 3 张,舞台 3 张,室内环艺 3 张。
2. 将所拍照片进行分类整理。
3. 设计 PPT 文件封面和内页并将所拍照片编辑进去。
4. PPT 文件要求。
  - (1) 封面文字内容:名称“展示工程实训”、学院 LOGO、学院名称、系名、年级、指导老师、学生姓名。
  - (2) 内页文字内容:对收集的照片资料进行简要说明。

#### 【实训考核】

实训考核将过程评价与结果评价相结合,针对项目关键环节实施重点考核。按专业具体考核评分标准如下。

##### 1. 管理专业

照片数量完成 50 分,照片整理分类合理 35 分,PPT 文件质量 15 分。

##### 2. 设计专业

照片数量完成 50 分,照片整理分类合理 20 分,PPT 文件质量 30 分。



## 第2章 展会与展台

### 学习目标

1. 掌握展会的各种类型。
2. 掌握专业展览会的三种分类方法。
3. 掌握展台的主要功能。
4. 掌握功能区8个房间的设置。
5. 掌握特装展台与标准展台的差别。
6. 理解特装展台的三大类型及其优缺点。
7. 掌握特装展台的五种平面布局方法及其利与弊。

## 2.1 展 会

在我国，会展业是展览业和会议业的合称。会展业是国民经济服务业中的一个独立行业，属于生产性服务业领域。世界贸易组织（WTO）将会展业列为服务贸易范畴。

2011年12月，商务部发布《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》，指出：“会展业是现代服务业的重要组成部分，影响面广、关联度高，发展潜力大，其发展程度体现一个国家文化、经济和社会的综合发展水平。发展会展业，能够汇聚人流、物流、资金流、技术流，直接拉动和间接带动相关产业和配套行业发展，引导产业升级与转移，促进就业，拉动消费，优化资源配置，促进创新发展。”

在中国，政府正式将会展业视为一个独立行业，首见于《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》（2006年3月公布）。国家标准《国民经济行业分类》（GB/T 4754—2011），将会议及展览服务列入商务服务业范畴，会议及展览服务机构的代码确定为7292。此举标志着国家正式确认会展业在国民经济服务业中的独立行业地位。

2011年1月14日，中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会发布《经济贸易展览会 术语》（GB/T 26165—2010），这是我国第一个有关展览业的国家标准。该标准对于“展览”和“经济贸易类展览会”的定义如下：

“展览”是在一定地域空间和有限时间区间举办的，以产品、技术、服务的展示、参观、洽谈和信息交流为主要目标，有多人参与的群众性活动。

“经济贸易类展览会”是以贸易、投资和经济合作等商务活动为主要功能的展览会。

在中国，服务于经济贸易活动的展览会，无论名称是展览会，还是博览会、展销会、交易会、订货会、采购大会或经济贸易投资洽谈会，均可归为经济贸易类展览会。展览会一般分为如下几种类型。



## 2.1.1 展会的类型

### 1. 按展会性质分类

#### 1) 贸易展览会 (trade fair)

贸易展览会主要是为行业举办的展览会。德国 FKM 协会对贸易展览会的定义是：一个有一定时限的活动，在该活动中，参展商展示某个或多个行业的产品，并将产品样品出售给批发商、商业买家或其他大买家。IAEE (International Association of Exhibitions and Events) 对贸易性展览会的定义是：一个为行业成员举办的产品或服务展览会，该展会不向公众开放。

#### 2) 消费展览会

消费展览会是为公众举办的展会，目的是直接销售。消费展览会的特征有两个：①展览会以现场售卖商品为主，不像专业性展览会那样，主要从事信息交流和贸易洽谈等商务活动；②参观展览会的观众基本上是普通消费者，而且大多来自展览会的举办地。来展览会看展品、买东西，是这些观众参观展览会的主要动机。如“香港国际工业出品展销会”即“工展会”，是香港历史最悠久的消费展览会。2000 年以来，汽车（乘用车）、房产（住宅）、家装（家庭建筑装修）、食品已成为各地消费展览会的四大热门展览主题。2010 年后，婚庆用品与服务、婴童用品、珠宝首饰、茶叶酒品成为新的热门展览主题。

### 2. 按展会内容分类

#### 1) 综合展览会

综合展览会是由多个行业及其多种产品为内容构成的展览会，如工业展、农业展。综合展览会的展览范围比较宽泛，展品来自多个行业。中国国际贸易促进委员会商业行业委员会于 2019 年发布了《展览会展台 术语》(T/CCPITCSC 023—2019)，该标准对综合展览会做出了明确的规定。

“中国进出口商品交易会”即著名的“广交会”，就是典型的综合展览会。“广交会”分春、秋两季举办，因展馆限制，春季和秋季“广交会”又分为三期举办，每期布展时间为三天，展览时间为五天，连续进行。其中，第一期的展览范围包括电子及家电、照明、车辆及配件、机械、五金工具、建材和化工产品等门类的工业品，第二期的展览范围包括日用消费品、礼品和家居装饰品等门类的工业品，第三期的展览范围包括纺织鞋服、办公用品、箱包及休闲用品和医药及医疗保健以及食品等门类的工业品。第一期和第三期还单独设立进口产品展区。

#### 2) 专业展览会

专业展览会是由一个行业及其产品或一组产业链构成的展览会 (参见 T/CCPITCSC 023—2019)，如汽车展、房地产展、通信展。专业展览会的分类如下。

①形象展会：主要展示企业的品牌形象，其次展示产品，如图 2-1 所示。对于汽车展会，这类展主要集中在北京、上海、广州等地。

②销售展会：展销会，主要通过展示产品进而实现产品的销售，如图 2-2 所示。对于汽车展会，这类展主要集中在福州、苏州、芜湖、宁波、扬州、东莞、温州、无锡等地。

③综合展会：形象展会和销售展会的结合，如图 2-3 所示。对于汽车展会，这类展主要集中在成都、深圳、青岛、杭州、武汉、长春、南京、长沙、南昌、合肥、贵阳等地。

掌握以上专业展览会的特点对于展台的设计、布局和费用控制等十分重要。