

上海市“十三五”重点图书出版规划项目

环境艺术设计专业标准教材

商业会展设计

吴卫光 主编 傅昕 编著



COMMERCIAL
EXHIBITION
DESIGN

上海人民美術出版社

◆ 上海市“十三五”重点图书出版规划项目

◆ 环境艺术设计专业标准教材

商业会展设计

吴卫光 主编 傅昕 编著

上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业会展设计 / 傅昕编著. — 上海: 上海人民美术出版社,
2018.1

环境艺术设计专业标准教材

ISBN 978-7-5586-0607-6

I. ①商... II. ①傅... III. ①商业—展览会—陈列设计—教材 IV. ①J525

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第273249号

环境艺术设计专业标准教材

商业会展设计

主 编: 吴卫光

编 著: 傅 昕

统 筹: 丁 雯

责任编辑: 姚宏翔

流程编辑: 孙 铭

封面设计: 林家驹

版式设计: 庄 稼

技术编辑: 戴建华

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海丽佳制版印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16 8印张

版 次: 2018年1月第1版

印 次: 2018年1月第1次

书 号: ISBN 978-7-5586-0607-6

定 价: 58.00元

目录 Contents

序言003

Chapter 1

商业会展设计概述

- 一、商业会展概述 008
- 二、会展发展和历史 011
- 三、现代会展所涉及的领域 018
- 四、会展人才的培养 020

Chapter 2

商业会展视觉设计

- 一、会展标志设计 024
- 二、会展版面设计 031
- 三、优秀会展视觉系统设计案例赏析 036

Chapter 3

商业会展色彩设计

- 一、色彩的基本原理 038
- 二、色彩在会展设计中的应用 046
- 三、优秀会展色彩设计案例赏析 052

Chapter 4

商业会展照明设计

一、照明概述	056
二、光源	059
三、光色与照明之间的关系	064
四、照明的灯具	064
五、展示照明设计	070
六、展示照明的设计要求	073

Chapter 5

商业会展空间设计

一、空间的基本概念	078
二、会展空间设计类型	078
三、会展空间的限定方式	080
四、会展空间设计的基本原则	083
五、会展空间造型设计	085
六、形式美法则在会展空间中的应用	090

Chapter 6

商业会展展位设计

一、展位设计的平面布局与功能	094
二、展位设计原则	096
三、展位设计形态风格	099
四、展位案例赏析	102

Chapter 7

一、会展道具概述	104
二、标准型材道具的类型与特点	109
三、陈列道具的类型与特点	111
四、会展道具的施工工艺与材料	121

商业会展道具设计

后记	125
参考文献	126
《商业会展设计》课程教学安排建议	127

上海市“十三五”重点图书出版规划项目

环境艺术设计专业标准教材

商业会展设计

吴卫光 主编 傅昕 编著

上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业会展设计 / 傅昕编著. — 上海: 上海人民美术出版社,
2018.1

环境艺术设计专业标准教材

ISBN 978-7-5586-0607-6

I. ①商... II. ①傅... III. ①商业—展览会—陈列设计—教材 IV. ①J525

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第273249号

环境艺术设计专业标准教材

商业会展设计

主 编: 吴卫光

编 著: 傅 昕

统 筹: 丁 雯

责任编辑: 姚宏翔

流程编辑: 孙 铭

封面设计: 林家驹

版式设计: 庄 稼

技术编辑: 戴建华

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海丽佳制版印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16 8印张

版 次: 2018年1月第1版

印 次: 2018年1月第1次

书 号: ISBN 978-7-5586-0607-6

定 价: 58.00元

序言

培养具有创新能力的应用型设计人才,是目前我国高等院校设计学科下属各专业人才培养的基本目标。一方面,这个基本目标,是由设计学的学科性质所决定的。设计学是一门综合性的学科,兼有人文学科、社会科学与自然科学的特点,涉及精神与物质两个方面的考虑。从“设计”这个词的语源来看,创新与应用是其题中应有之义。尤其在高科技和互联网已经深入到我们生活中每一个细节的今天,设计再也不是“纸上谈兵”,一切设计活动都与创造直接或间接的经济利益和物质财富紧密相关。另一方面,这个目标,也是21世纪以来高等设计专业教育所形成的一种新型的人才培养模式。在从“中国制造”向“中国创造”转型的今天,早已在全国各地高等院校生根开花的设计专业教育,已经做好了培养创新型人才的准备。

本套教材的编写,正是以培养创新型的应用人才为指导思想。

鉴此,本套教材极为强调对设计原理的系统解释。我们既重视对当今成功设计案例的批评与分析,更注重对设计史的研究,对以往的历史经验进行总结概括,在此基础上提炼出设计自身所具有的基本原则和规律,揭示具有普遍性、系统性和对设计实践具有切实指导意义的设计原理。其实,这已经是设计专业教育的共识了。本套教材希望将设计的基本原理、系统方法融汇到课程教学的各个环节,在此基础上,以原理解释来开发学生的设计思维,并且指导和检验学生在课程教学中所进行的一系列设计练习。

设计的历史表明,推动设计发展的动力,通常来自社会生活的需求和科学技术的进步,设计的创新建立在这两个起点之上。本套教材的另一个特点,便是引导学生认识到设计是对生活问题的解决,学会利用新的科学技术手段来解决社会生活中的问题。本套教材,希望培养起学生对生活的敏感意识,对生活的关注与研究兴趣,对新的科学技术的学习热情,对精神与物质两方面进行综合思考的自觉,最终真正将创新与应用落到实处。

本套教材的编写者,都是全国各高等设计院校长期从事设计专业教学的一线教师,我们在上述教学思想上达成共识,共同努力,力求形成一套较为完善的设计教学体系。



吴卫光

于2016年教师节

目录 Contents

序言003

Chapter 1

商业会展设计概述

- 一、商业会展概述 008
- 二、会展发展和历史 011
- 三、现代会展所涉及的领域 018
- 四、会展人才的培养 020

Chapter 2

商业会展视觉设计

- 一、会展标志设计 024
- 二、会展版面设计 031
- 三、优秀会展视觉系统设计案例赏析 036

Chapter 3

商业会展色彩设计

- 一、色彩的基本原理 038
- 二、色彩在会展设计中的应用 046
- 三、优秀会展色彩设计案例赏析 052

Chapter 4

商业会展照明设计

一、照明概述	056
二、光源	059
三、光色与照明之间的关系	064
四、照明的灯具	064
五、展示照明设计	070
六、展示照明的设计要求	073

Chapter 5

商业会展空间设计

一、空间的基本概念	078
二、会展空间设计类型	078
三、会展空间的限定方式	080
四、会展空间设计的基本原则	083
五、会展空间造型设计	085
六、形式美法则在会展空间中的应用	090

Chapter 6

商业会展展位设计

一、展位设计的平面布局与功能	094
二、展位设计原则	096
三、展位设计形态风格	099
四、展位案例赏析	102

Chapter 7

一、会展道具概述	104
二、标准型材道具的类型与特点	109
三、陈列道具的类型与特点	111
四、会展道具的施工工艺与材料	121

商业会展道具设计

后记	125
参考文献	126
《商业会展设计》课程教学安排建议	127

Chapter 1

商业会展设计概述

一、商业会展概述	008
二、会展发展和历史	011
三、现代会展所涉及的领域	018
四、会展人才的培养	020



学习目标

明确展示的实质和目的,了解会展设计的基本概念和学科构成,学习会展设计的发展历程和种类划分,能利用传播学相关方法梳理会展设计过程中遇到的问题。在景观设计的发展过程中,有三个重要的概念。



学习重点

掌握会展空间设计的概念与种类,以及会展设计学科的构成和发展历程。

会展设计是一门综合的设计艺术,是涉及视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉和神经觉等的全方位设计,它是会展活动的视觉展示,是会展活动的重要补充部分,目的是充分强调人的潜能,将要传达的信息准确地传达给观众,使观众在接收信息的同时有一种美的享受。

一、商业会展概述

1. 会展设计的概念

会展(exhibition)其概念内涵是指在一定地域空间,许多人聚集在一起形成的、定期或不定期、制度或非制度的传递和交流信息的群众性社会活动,其概念的外延包括各种类型的博览会、展览展销会、大中小型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动等(图1)。

会展设计则是指在博览会、展览展销会、会议活动中,利用空间环境,采用建造、工程、视觉传达等手段,借助展具设施与高科技产品,将所要传播的信息和内容呈现在公众面前(图2)。其中包括会展视觉设计、色彩设计、道具设计、空间设计、展位设计、照明设计和多媒体设计等。

2. 商业会展的分类

· 按照展览的性质分为:

政治型展览会、经济型展览会、文化交流型展览会等。其中经济型展览会是当今世界上举办最多的展览会。经济型展览会还可以细分为贸易型、消费型两种。贸易型展览会是以制造业、商业参与为主,以交流信息、洽谈贸易为目的;顾名思义,消费型展览会就是以展出、销售商品为主要内容的展览会。



① 德国慕尼黑展览中心

② 中国-东盟博览会

· 按照展位的形式分为：

标准展位和特殊装修展位两种。

标准展位（图3），按照展览的一般规律来讲是指小于36平方米地面面积的展位。国际标准的展览按照3米×3米即9平方米的大小来划分展位。所有的展位的面积都是9的倍数，这个9平方米的展位由标准的八棱柱扁铝搭建而成，铺以地毯，配以问询台、2把白折椅、2盏长臂射灯就构成一个国际标准摊位，简称标摊。标准摊位是不需要进行设计的。

特殊装修展位（图4），一般指大于36平方米的光地展位。何为光地展位呢？它只画出展位边界，不含任何附属设施。这种展位是由参展商自己来设计和施工的，形式和费用都能够进行控制，展览之所以好看、精彩，大部分都要归功于这些设计上千姿百态、风格迥异的特装展位。

· 按照展览会的级别分为：

《划分专业性展览会质量差异的级别设定标准》规定：

（1）专业性展览会的等级评定分为三个级别，由高到低依次为AAA级、AA级、A级。

（2）等级的划分是以专业性展览会的主要构成要素为依据，包括：展览面积、参展商、观众、展览的连续性、参展商满意率和相关活动等方面。

（3）专业性展览会等级评定条件：

AAA级

① 展览面积

- a. 展出净面积不少于10000平方米（图5）。
- b. 特殊装修展位面积比至少达到50%。



小贴士

慕尼黑贸易展览中心：慕尼黑博览中心（新）拥有超大面积的展示空间，其中室内部分为160000平方米。室外部分为280000平方米，是世界上最先进的展览中心之一。自展馆建成以来，已经成功举办了包括Bauma、Electronica、ISPO等在内的大量国际性大型博览会。

③ 标准展位

④ 特殊装修展位



② 参展商

行业内骨干企业参展展位面积占展出净面积的百分比不小于 20%。

③ 观众

展览期间专业观众人次占观众总人次的百分比不小于 60%。

④ 展览的连续性

同一个专业性展览会连续举办不少于 6 次。

⑤ 参展商满意率

参展商满意率的评价按“参展商满意率调查表”的调查结果进行，其中总体评价结论为“很满意”和“满意”的数量总和，应不低于参展商总数的 80%。

AA 级

① 展览面积

a. 展出净面积不少于 8000 平方米（图 6）。

b. 特殊装修展位面积比至少达到 40%。

② 参展商

行业内骨干企业参展展位面积占展出净面积的百分比不小于 10%。

③ 观众

展览期间专业观众人次占观众总人次的百分比不小于 50%。

④ 展览的连续性

同一个专业性展览会连续举办不少于 4 次。

⑤ 参展商满意率

参展商满意率的评价按“参展商满意率调查表”的调查结果进行，其中总体评价结论为“很满意”和“满意”的数量总和，应不低于参展商总数的 75%。

⑥ 相关活动

专业性展览会期间组织与专业性展览会主题相关的活动。

A 级

① 展览面积

a. 展出净面积不少于 5000 平方米。

b. 特殊装修展位面积比至少达到 30%。

② 参展商

行业内骨干企业参展展位面积占展出净面积的百分比不小于 5%。

③ 观众

展览期间专业观众人次占观众总人次的百分比不小于 40%。



⑤ 德国汉诺威展览中心



小贴士

展销：又称展卖，是指利用展销会、展览会、博览会、商品交易会及其他交易会形式，对商品实行展销结合、以销为主的一种贸易形式。

④展览的连续性

同一个专业性展览会连续举办不少于3次。

⑤参展商满意率

参展商满意率的评价按“参展商满意率调查表”的调查结果进行，其中总体评价结论为“很满意”和“满意”的数量总和，应不低于参展商总数的70%。



⑥ 迪拜国际会展中心

二、会展发展和历史

1. 会展的产生和发展

展销是最古老的市场形式。几千年来，展销的发生、发展过程可以分为原始、古代、近代和现代四个阶段。发展至今，展销已成为一个成熟的、庞大的行业。展销的形式还将继续变化以适应社会、经济和贸易发展的需要。

·原始阶段

人类的贸易起源于物物交换，这是一种原始的、自然的交易，包含了展览的基本原理，是展销的原始形式。世界上公认的最早的国际集市交易会出现在希腊。希腊最初的集市是交换、买卖奴隶的集市。到了古奥林匹克时期（公元前800—公元前700年），希腊有了常规的集市，与奥林匹克运动会同时举行。而在古罗马，民众每隔八天就聚集一次，听官吏颁布法令、宣布解决各问题的