

Exhibition Design



会展设计

张俊竹 苏镜科 尹铂 编



化学工业出版社

Exhibition Design

会展设计

张俊竹 苏镜科 尹铂 编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书从会展设计的概念、原理和方法入手，重点讲述了会展视觉设计、会展色彩设计、会展空间设计、会展展位设计、会展照明设计等内容，使学习者构建起基本的会展设计框架，了解会展设计的构成要素，以及各要素之间的相互作用，逐步掌握会展设计的方法，找到会展设计的规律和路径。

本书适合于会展设计专业、广告设计专业、空间设计专业等相关专业师生学习使用，也可供会展行业的从业者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

会展设计/张俊竹,苏镜科,尹铂编. —北京:化学工业出版社,2019.10
ISBN 978-7-122-35184-5

I. ①会… II. ①张…②苏…③尹… III. ①展览会-陈列设计-教材 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第197672号

责任编辑:李彦玲
责任校对:宋玮

装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:天津画中画印刷有限公司
787mm×1092mm 1/16 印张7 字数162千字 2020年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888

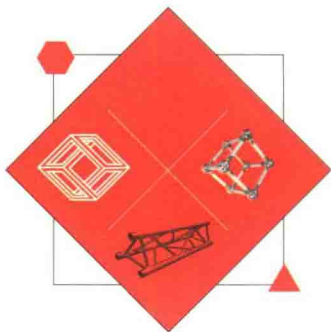
售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.00元

版权所有 违者必究



前言 Preface

会展是一门新型的、综合性强、与社会的经济文化发展同步、多门类学科交叉的专业学科。现代的会展设计融合了建筑设计、室内设计、平面设计、工业设计、影视和舞美设计、广告设计等设计学科，涉及市场营销学、环境行为学、心理学、经济学、传播学等学科理论。

会展设计是一种对观众的心理、思想和行为产生重大影响的创造性设计活动。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，并在观众接受信息的同时有一种美的享受。

为了突出会展设计的概念和原理，本书重视理论结合实际，图文并茂，深入浅出地展示和总结了多年的教学成果，对会展设计学科的教学、科研有指导性的作用。

本书的编写过程如同做一个项目，每一个章节解决一个问题，由表及里、由浅入深，做到简明易懂，系统而深入。书中引用了国内外许多优秀的设计案例，并汇聚了一些专家学者的理论和观点，虽然在参考文献中均已列出，但难免有所遗漏，谨此向这些文献作者表达歉意并诚挚感谢！

本书由顺德职业技术学院张俊竹、苏镜科和广东轻工职业技术学院尹铂编，此外本书还凝聚了顺德职业技术学院汤强老师、李小婧老师、杨楚君老师以及广东财经大学傅昕老师、广东交通职业技术学院潘洁卿老师的劳动成果，在此一并感谢！

本书不足之处敬请同行、学者、读者朋友予以指正。

编者

2019年8月

第一章 会展设计概述 / 001

第一节 会展概述 / 002

- 一、会展的概念 / 002
- 二、会展的类型 / 002
- 三、会展的发展现状 / 005

第二节 会展设计的基本知识 / 009

- 一、会展设计的概念 / 009
- 二、会展设计的特征 / 009

第二章 会展视觉设计 / 011

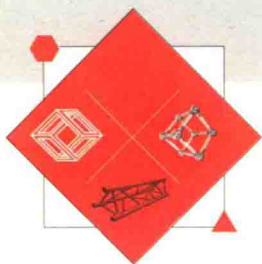
第一节 会展标识设计 / 012

- 一、标识的构思与创意方法 / 012
- 二、标识设计的原则 / 013
- 三、标识设计的表现手法 / 014
- 四、标识的设计程序 / 014
- 五、优秀标识设计赏析 / 014

第二节 会展版面设计 / 017

- 一、版面设计内容及方法 / 018
- 二、版面设计的原则 / 020
- 三、各类会展版面设计 / 020

第三节 优秀会展视觉系统设计赏析 / 023



第三章 会展色彩设计 / 027

第一节 色彩的基本原理 / 028

- 一、什么是色彩 / 028
- 二、色彩的基本特性 / 028
- 三、色彩的规律 / 030
- 四、色彩的情感特征 / 031

第二节 会展色彩设计 / 036

- 一、会展色彩构成 / 036
- 二、色彩情感规律应用 / 038
- 三、会展色彩设计原则 / 041
- 四、优秀会展色彩设计案例赏析 / 043

第四章 会展空间设计 / 045

第一节 空间的基本概念 / 046

第二节 会展空间设计类型 / 046

- 一、会展空间总体规划设计 / 046
- 二、单元会场的总体设计 / 046
- 三、单个会展展位空间设计 / 047

第三节 会展空间限定方式 / 047

- 一、空间限定的类型 / 048
- 二、空间限定的处理形式 / 049

第四节 会展空间设计的基本原则 / 053

第五节 会展空间造型设计 / 055

- 一、造型的基本要素 / 055
- 二、空间造型基本方式 / 058

第六节 形式美法则在会展空间中的应用 / 061

第五章 会展展位设计 / 065

第一节 展位设计的平面布局与功能 / 066

- 一、展示空间 / 066
- 二、公共共享空间 / 066
- 三、接待、洽谈和休息空间 / 067

第二节 展位设计形态风格 / 067

- 一、中式风格 / 067
- 二、日式风格 / 068
- 三、欧式风格 / 069
- 四、高技术风格 / 070
- 五、标准化风格 / 071
- 六、生活化、场景化风格 / 072
- 七、自然主义风格 / 073

第三节 展位设计原则 / 074

- 一、目的性原则 / 074
- 二、艺术性原则 / 075
- 三、功能性原则 / 076
- 四、个性化原则 / 077

第四节 展位案例分析 / 079

- 一、西班牙马德里房地产展览会 / 079

- 二、广汽本田汽车展位设计 / 080
- 三、联想展位设计 / 081
- 四、苹果 (Apple) 展位设计 / 083
- 五、索尼 (SONY) 游戏展位设计 / 084
- 六、LOMO 相机展位设计 / 085

第六章 会展照明设计 / 087

第一节 照明概述 / 088

第二节 照明的灯具类型 / 090

- 一、射灯 / 090
- 二、筒灯 / 091
- 三、舞台灯 / 092
- 四、平板灯 / 092
- 五、吊灯 / 093
- 六、线灯 / 093

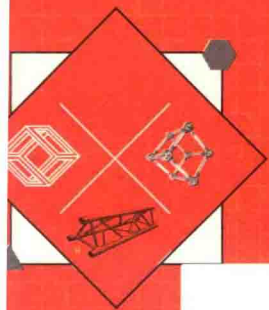
第三节 照明方式与种类 / 094

- 一、照明方式 / 094
- 二、照明类型 / 096

第四节 会展照明设计流程 / 100

- 一、整体构思 / 100
- 二、整体设计 / 101
- 三、设计与效果图制作 / 101
- 四、设计定稿 / 102
- 五、确认施工 / 102

参考文献 / 103



第一章 会展设计概述

知识学习目标：

1. 了解会展的基本概念。
2. 了解现代会展的发展。
3. 了解会展设计的概念。

技能学习目标：

1. 了解国内外会展的现状以及发展趋势。
2. 能够对各类型的会展案例进行设计分析，掌握不同类型会展设计要求与特点。

会展历史久远，其产生和发展受到社会政治、经济发展的影响，是随着社会生产力的发展而形成并发展起来的。会展最早萌芽于原始社会时期的物物交换，随着社会经济的发展和社会分工的不断扩大，产品越来越丰富，偶然性的交换逐渐发展成为有固定时间和固定地点的交换，于是传统形式的会展——集市产生了。第二次世界大战之后，会展活动进入了一个新的发展时期，即形成了现代意义上的会展。

第一节 会展概述

一、会展的概念

欧洲是会展的发源地，在欧洲，会展被称为C&E（Convention and Exposition）或者M&E（Meeting and Exposition）。

会展有广义和狭义之分。狭义的会展是指展览及伴随其开展的各种形式的会议总称，随着世界经济的不断发展，专业分工越来越细，新产品、新技术层出不穷，会展也出现了新的形式，不再是单纯为展而展、为销而展，而是附之以经贸洽谈会、技术交流会、专业研讨会、新闻发布会、报告会等各种形式的会议，形成了有展必有会的展会相结合的模式。而广义的会展就是通常所说的MICE（M—meeting；I—incentive tour；C—conventions；E—exhibition and events），是会议、展览会、节事活动和各类产业、行业相关展览的统称。

根据中国会展业的相关期刊和专家的论述，综合国外的概念引进，会展可被定义为会议、展览（Exhibition, Trade Show, Exposition, Trade Fair或Trade Events等）、大型活动等集体性的商业或非商业活动的简称，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。

展览会、博览会、交易会、展销会、庙会、灯会、迎春花市、博览会及大型体育运动会等是会展的基本形式。

二、会展的类型

随着社会的发展、会展的主题不断丰富、会展的功能多元化和展示形式的多样性以及高科技展示手段的综合运用，会展设计所涉及的范围日趋广泛。根据会展的内容、目的、性质、所属行业等，会展可分为以下几种类型。

1. 商业会展

商业会展具有明显的商业性和商业目标，在展览内容、时间、形式和规模上具有很大的灵活性（图1-1）。



图1-1 商业会展

① 交易会。指进行商品交易的大型活动，规模有大有小，既可以是定期的，又可以是不定期的，如我国的广交会（即“中国出口商品交易会”）、昆交会（即“中国昆明进出口商品交易会”）等。

② 展览会。指用固定或巡回方式，公开展出各种产品、手工业制品、艺术作品、图片以及各种重要实物、标本、模型物，供参观、欣赏的各种临时性组织，如汽车展览会、航天展览会等。

③ 展销会。指商品销售的一种形式，适用于花色品种多、时尚性强、挑选范围大的日用工业品，对增强市场观念，沟通经济信息，加强横向联系和扩大商品流通具有积极意义。交易方式自由灵活，分经常性、一次性、可批发、可零售。成交既可以是现货，也可以是期货，还可以边展边销。

2. 庆典会展

许多重要的节日、假日、庙会属于庆典会展的范围（图1-2）。



图1-2 庆典会展

3. 博览会

博览会是会展最为重要的形式，特别是大型国际性博览会，影响大，意义深远。目前，最知名、影响力最大的博览会是世界博览会，旧译为万国赛会或万国博览会。

世界博览会（World Exposition, World's Fair），又称国际博览会及万国博览会，简称世博会、世博、万博，是一项由主办国政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性博览活动。参展者向世界各国展示当代的文化、科技和产业上正面影响各种生活范畴的成果。

世博会的起源是中世纪欧洲商人定期的市集，市集起初只涉及经济贸易，到19世纪，商界在欧洲的整体地位提升，市集的规模渐渐扩大，商品交易的种类和参与的人员越来越多，从经济到生活艺术到生活理想哲学，影响范围也越来越大。到19世纪20年代，这种规模的大型市集便成为博览会（Expositions）。

1851年的第一届伦敦世博会就有中国的身影，当时中国广东商人许荣村将自己经营的“荣记湖丝”装成12捆，托运往英国，最终质压群芳，脱颖而出，独得金、银大奖。

中国政府第一次自派代表，以国家身份参加的世界博览会是1876年的费城世界博览会。当时作为中国工商业代表的人叫李圭，他是一个有智、有勇、有谋、有骨气的中国人，但湮没在那个万马齐喑的时代。李圭写了一本书叫《环游地球新录》，记录了1876年的费城世界博览会。2010年世界博览会在上海举行。上海市政府于2001年5月申请举办，2002年12月申办成功（图1-3）。



图1-3 上海世博会与米兰世博会一览

4. 体育会展

各类体育运动会也是会展的重要内容。特别是国际奥林匹克运动会、国际足联世界杯及各大洲的运动会、体育联赛等各种形式的跨国性、大规模体育活动，不仅提高了人类体能素质，更为重要的是促进了各国之间的文化交流和经济发展（图1-4）。

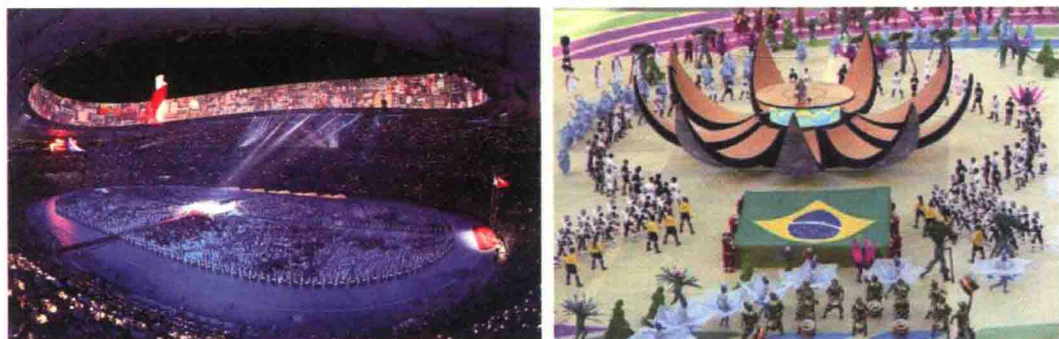


图1-4 体育会展

5. 会议

会议是人类社会中一种聚众议事的过程,凡是在一定的时间和空间里,为了达到一定的目的所进行的有组织、有领导、有共同议题的议事活动均称为会议(图1-5)。按照不同的标准会议有不同的分类方法。



图1-5 2015全球汽车论坛会议

- ① 按会议的组织形式分,有年会、代表会、论坛、专题学术讨论会、座谈会等。
- ② 按会议的内容划分,有商务型会议、度假型会议、展销会议、文化交流会议、专业学术会议、政治性会议、培训会议等。
- ③ 按会议举办主体人划分,有协会类会议、公司类会议、非营利性机构会议等。

三、会展的发展现状

1. 世界会展发展的现状

会展经济,属于现代社会的高端服务业,是集经济社会乃至政治社会文明成果的交流、集聚、放射、扩大的特殊产业。会展业已经不是过去简单的商品买卖交易,而是汇聚了巨大的信息流、技术流、商品流和人才流,体现了产品或技术市场占有率及盈利前景的晴雨表,不断地推动商品贸易、投资合作、服务贸易、高层论坛、技术和文化交流等各方面的发展与进步。

国际会展业已经过了150多年的发展,运作模式已非常成熟。在此过程中,美国、德国、意大利、法国、西班牙、俄罗斯、新加坡和中国香港等发达国家和地区一直是会展业发展的领先者,它们在长期发展过程中逐步形成了政府推动型、市场主导型、协会推动型、政府市场结合型四种成熟的运作模式。这些国家和地区凭借其在科技、交通、通信、服务业水平等方面的领先优势,在世界会展业发展过程中占有绝对的优势。会展业的不断发展对一个国家和地区的国民经济的快速发展发挥着积极而重要的作用。正因为如此,世界各国及地区都十分重视会展业的发展,如图1-6所示为部分国家(地区)展览中心。

会展业作为具有很大发展潜力的新兴产业,为人类带来了可观的经济和社会收益。虽然近20年来,国际会展业呈现比较平稳的发展趋势,但在全球范围内其发展仍处于明显的不平衡状态。



(a) 德国法兰克福展览中心



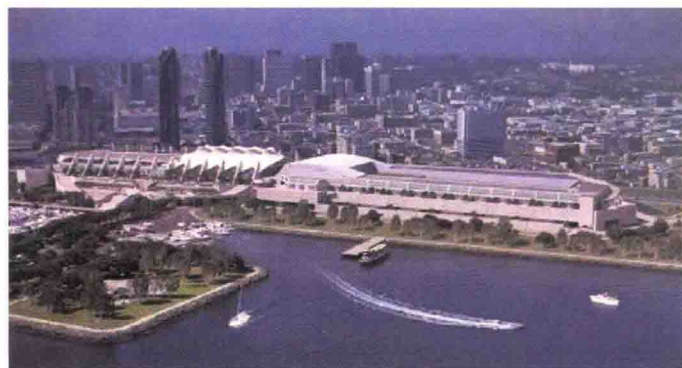
(b) 德国科隆会展中心



(c) 英国伦敦Excel 展览中心



(d) 美国芝加哥 McCormick Place 展览中心



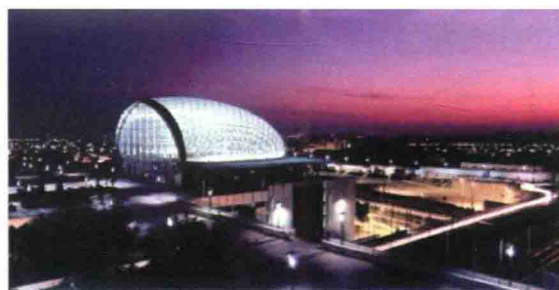
(e) 美国圣地亚哥会议展览中心



(f) 法国巴黎凡尔赛门展览中心



(g) 意大利米兰国际展览中心



(h) 西班牙瓦伦西亚会展中心



(i) 新加坡博览中心



(j) 中国香港亚洲国际展览馆

图 1-6 部分国家和地区展览中心

欧洲是目前会展业发达地区当之无愧的龙头，其会展活动素来以数量众多、规模庞大、贸易性高和管理专业化而著称。北美的会展业比较发达，其总体发展水平仅次于欧洲。亚太地区的会展业发展迅速，市场前景广阔，是国际会展业的新生力量。而拉美和非洲虽然有少数国家会展活动发展势头良好，但大部分地区的会展业尚处在起步阶段。

2. 中国会展发展的现状

(1) 国内展览稳步发展，结构进一步调整优化。近年来，中国会展业以年均20%的速度增长。据中国会展经济研究会专业委员会统计，2018年，全国展览总数为10889场，展览总面积为14456.17万平方米，较2017年分别增长5%和1.2%。全年净增展览531场、展览总面积170.82万平方米。自2011年统计中国展览数据以来，八年间，纳入统计的展览城市由83个增至181个。与此同时，中国境内（下同）展览总数由7330场增至10889场，展览总面积从8173万平方米增至14456万平方米，年均增长率分别为5.81%和8.49%。

(2) 出国展览克服危机影响，总量实现平稳上升。与国内展览相比，出国展览受到国际经济形势的影响体现得更为直接，但国际市场对中国商品的刚性需求以及境外知名展览会的品牌效应、高水准的专业观众组织水平，使得中国企业对于出国展仍然有较强的需求和较大的发展空间。新兴经济体和广大发展中国家越来越受到中国参展商的重视。2012年，我国共实施出国办展约1500项，比2011年增加了150项，展出面积近70万平方米，同比增加10万平方米，参展企业5万家。出展项目规模平稳上升；参展地域分布相对稳定，欧美市场仍占主导地位，新兴市场发展迅速。行业分布方面：机电产品类的展览项目所占比例上升，自办展和品牌展效果进一步提升。

(3) 地域扩展广。据中国会展经济研究会的分析，2012年全国至少在500多个城市或城市以下区、镇等地举办过展览、会议和节庆活动。

(4) 展览企业呈现多元和规模发展的态势。所谓多元，就是既有国有、民营，又有外资和股份制的展览企业。规模发展的特征就是无论在展览集团、组展企业、展览场馆，还是在设计搭建、展品运输和展会服务等领域，都涌现出了一批龙头企业。根据国家贸促会课题组抽样调查显示，民营企业在境内外参展商中均占有较大比重。从

国内参展商来看，民营企业占68%，已成为参展绝对主力；从海外参展来看，民营企业占47%，也已成为境外参展重要力量，显示了旺盛的参展需求。

(5) 中国会展市场区域格局已经形成。目前，全国初步形成五大会展经济产业带，环渤海会展经济带以北京为中心，包括北京、天津、河北、山西、内蒙古等省市。①“长三角”（即“长江三角洲”）会展经济带。长三角会展经济带以上海为中心，包括杭州、南京、宁波、无锡、义乌等长三角城市群内的城市。②珠江三角洲会展经济带。珠江三角洲会展经济带以广州、香港为中心，包括深圳、东莞、顺德、珠海、中山等会展城市。③东北会展经济带。东北会展经济带以大连为龙头，以哈尔滨、长春、沈阳为中心，以边境贸易为支撑。④中西部会展经济带。中西部会展经济带以昆明、成都、西安为中心，包括郑州、武汉、长沙、重庆、贵阳、乌鲁木齐等城市。除五大会展经济产业带外，还形成全国三大会展中心城市：北京、上海和广州。如图1-7所示，为国内部分会展中心。



(a) 广州国际会展中心



(b) 北京国际展览中心



(c) 上海国际会展中心



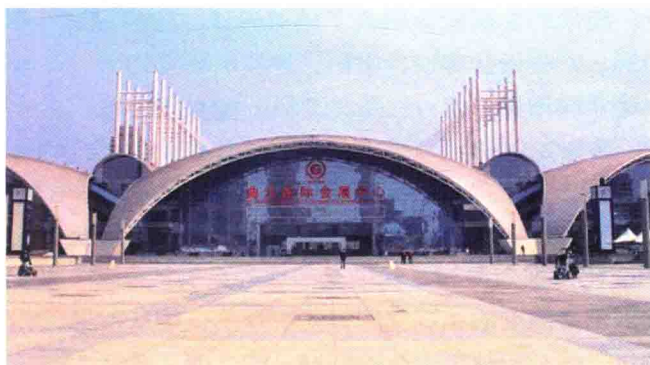
(d) 沈阳国际展览中心



(e) 重庆国际展览中心



(f) 新疆国际会展中心



(g) 西安曲江国际会展中心

图 1-7 国内部分会展中心



思考与练习

1. 通过图书资料、网络资料收集有关会展设计的定义，把握会展设计的概念，掌握会展发展的历史脉络、会展发展现状与趋势。
2. 通过图书资料、网络资料、实地考察收集各类优秀会展设计案例资料，并进行简要的设计分析讨论，用PPT形式汇报。

第二节 会展设计的基本知识

一、会展设计的概念

会展设计是一门综合的设计艺术，它利用空间环境，采用空间建造技术，视觉传达手法，信息传播演绎手段，借助各种展示道具和技术，将所要传播的信息和内容呈现在公众面前。包括会展平面布置、空间规划、主场设计、展台设计、展示道具设计、照明设计、音像设计、平面设计等。会展设计是一种对观众的心理、思想和行为产生重大影响的创造性设计活动。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，并在观众接受信息的同时有一种美的享受。

二、会展设计的特征

会展设计是一门新型的、综合性强、与社会的经济文化发展同步、多门类学科交叉的专业学科，具有以下特点。