

论产品展示设计的必要性

丁立斌

(中州大学, 郑州 450044)

摘要: 分析了产品展示设计的概念及现状,提出了产品展示设计的重要性也是企业的发展必然选择。并从企业内部环境的改善和企业外部的发展两大方面介绍了产品展示设计的重要作用,从而证明了产品展示设计对于企业发展的必要性。

关键词: 产品; 产品展示; 企业; 市场竞争

中图分类号: J525.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)10-0118-03

On Necessity of Product Exhibition Design

DING Li-bin

(Zhongzhou University, Zhengzhou 450044, China)

Abstract: It analyzed the concept and present situation of the product exhibition design, and proposed the inevitable choice for the development of the importance of product design and business. And it introduced the important role of product design from the aspects of the development and improvement of two internal environment and external to the enterprise, thus proved the necessity for the development of the enterprise product exhibition design.

Key words: products; products exhibition; enterprises; market competition

随着时代经济的发展,产品展示设计已经成为新时期一种主流时尚的艺术设计,对于产品和生产销售产品的企业本身有着积极的作用,是企业参与市场竞争的有效手段,也企业与消费者进行交流的最直接最快速的手段。

1 产品展示设计

产品展示设计,顾名思义就是对产品展示的一种设计,主体是产品,但是设计本身不是对产品进行设计,而是对产品存在的客观环境进行设计,通过这样的设计让产品的展示能够达到预期的效果和目的^[1-2]。

产品的展示设计不是通常意义下的大型展会设计,比如汽车博览会、上海世博会等,展会是产品展示设计结果的一种规模概念上的模式,像一般节假日的小食品展销也是产品展示设计结果的一种形式,比如国庆周针对洗衣液、针对甜品而摆放在超市门口的促销展。产品的展示设计有许多模式,从规模上划分,

大到博览会,小到小摊点,但是不管怎样的展会都是要经过精心的设计,选取最适合产品本身的一种模式对产品进行展示。

产品的展示源远流长,随着商业发展的源头一直流传至今,到如今已经有了自己的形式,变得更加多样化,对于产品展示本身也有了更多更加严苛的要求,由此便诞生出产品展示设计。产品的展示设计伴随着商业的发展而逐步发展,成为了市场竞争者参与竞争的重要手段,是时代发展的必然趋势,也是时代潮流发展的趋势;与此同时,随着全球经济的发展和人民物质生活水平的普遍提高,同一个行业的生产者和销售者日益增多,人们对于产品能够给他们带来的物质保障要求已经得到了满足,随之而来的是产品能够衍生出来的精神上的享受需求。例如,食品类产品的的美味享受、化妆品类产品的美丽满足、书画作品的艺术欣赏享受等^[3]。

企业要在市场竞争中寻求生存和发展,必须要参展,而参展就必须要对产品进行相应的展示设计,选

收稿日期: 2012-12-14

作者简介: 丁立斌(1979—),男,辽宁丹东人,硕士,中州大学讲师,主要从事艺术设计方面的研究。

取适合自己产品的展示模式,让自己的产品能够通过这样的精心设计,拥有自己的展示特色,在竞争者中获得更好的销售优势,给消费者带来更多的视觉冲击,让他们记住自己的特色,记住自己的产品,并获得精神上的享受和满足。

2 产品展示设计的重要作用

2.1 利于企业内部环境的改善

2.1.1 促使内部员工更好地了解自己的产品

产品展示设计的主体是产品本身,在进行设计的过程中,不管是对空间的设计,还是对人流的调查分析,又或者是展示时间长短的计算等,都需要满足自身产品的特性,切合自身产品的特色;所以,要进行产品展示设计,必须对产品本身进行充分而深入地了解,这是进行产品展示设计的基础,也是必须具备的重要条件。

企业选定用于展示的产品,通常情况下不会是自己已经销售了很多年的产品,而是一种新兴产品。原有的产品经过一段时间的宣传和销售,市场上已经对其有了一定地了解,并且过去的产品所代表的是过去的创造理念和设计技术,并不能代表企业现在的实力和文化。新兴产品用于展示可以带给消费者新鲜感,也能够展示企业的活力和创造力,最终让消费者去信任企业本身。对于这样的新兴产品,企业内部员工对其的了解还不够深入,能够彻底了解的就是参与产品设计的设计者。没有对产品的深入了解,产品展示设计就会失去设计的基础和理念,因此,随着产品展示设计这一概念的展开,就要求员工必须要去熟悉自己的产品,了解自己产品的属性,明确产品特色^[4]。只有做到了这些,才能够真正设计出好的产品展示,用于展示产品的特色优势和创造力。

2.1.2 利于企业内部和谐环境的建立

企业的存在是由许多部门组成的,比如行政部、人事部、销售部、财务部、设计部、文案部等。根据企业的完善程度,以及部门的各自出发点,自然会有一定的矛盾和摩擦。

产品的展示设计作为一个公司的项目,在进行设计的过程中,首先是产品的设计研发部门要进行产品的宣传和培训,然后是产品的市场部门要对产品的市场消费者和竞争者的情况进行调查分析,要了解消费

者出行高峰和产品展示地点的人员流动情况;对于展会现场所需要的一系列设备仪器等也需要行政部提供支持;展会现场人员的配备则需要人事部门给予一定的配合,进行人事调动;整个产品展示设计过程中和展会的资金设计核算则需要财务部参与;产品展示设计图纸需要设计部门进行操作等。

总之,产品的展示设计不是一个人或者一个部门就可以完成的,而是需要大家齐心协力,相互配合,共同打造完成。通过这样的设计过程,大家相互协作,彼此沟通,增加了对大家地了解,加深了大家的感情,彼此尊重信任,有利于企业和谐的内部工作环境的建立。

2.2 利于企业对外发展

2.2.1 为产品展示确定适宜的展示模式

产品的展示有许多种模式,根据不同的标准有不同的划分。根据展示的目的不同,划分为经济类和人文类;根据形式划分,有动态和静态2种类型;根据规模,则有巨型、大型、中型和小型之分。例如,食品展示,是属于经济展示,为了促成消费,同时也是静态展示;汽车展示,属于经济展示,为了确立企业形象,宣传产品,促进交易,依据企业规模的大小可以选取动态或者静态展示,而汽车展示的规模一般都是中型以上的规模。

依据这3个尺度对产品展会进行设计,不同的产品适合不同类型的展示模型。企业在进行产品展示之前,需要对自身产品、企业自身现状、企业消费者情况和企业竞争对手的状况进行了解,然后将这一系列的信息进行整合分析^[5],才能够确定适合自己产品展示的模式,真正将自身的产品特色展示在消费者面前,帮助产品很好地销售,为企业赢取利润。

2.2.2 帮助企业完善了销售网络

企业在进行产品展示设计的过程中,需要对自己的消费群体进行分析,了解消费群体的活动情况和分布情况,针对消费者情况确定产品展示销售的地区,一个展销区就是一个销售网络,这样就帮助完善了企业的整个营销网络。例如,生产奶粉的企业要进行产品展示,其消费对象为孕妇,她们节假日的活动范围多是自己居住区周围的超市,针对这样的消费群体,生产奶粉的企业通过分析之后在超市设置奶粉促销展示;此外,在设计的过程中,奶粉销售商还要调查自己的消费群体常去的超市有哪些,然后在相应的超市

设置展销,这样就针对自己的消费群体设置了一个营销网络。

企业通过产品展示设计,确定了自己产品的展销模式,通过适合自己的展销模式,企业将自己的产品彻底展出,也可以将自己的文化通过这样的方式得以传递出去。在展示的同时,企业还可以寻求到与自身文化价值相似或者是认同自身文化的代销者,进而完善自身的营销网络。

2.2.3 利于产品销量的增加

通过产品展示设计,产品的特色展示出来了,也确定了自己的展销模式,通过这样的方式,企业可以宣传自己的产品。一方面可以促进现场交易,特别是一些食品或者生活用品的销量多是在展会现场得到增加的;而针对像汽车展以及科技展这样的行业的销量的增多则是另外一种方式,即通过展会宣传自己产品的文化特色和品牌,用以加深消费者对产品或者品牌的印象,促进展后的长期消费。

2.2.4 利于节省企业成本

从长远来看,企业获得良好的销售,或者是消费者的绝对信赖,首先就要通过电视广告投入、网络宣传投入、销售人员的市场开拓宣传等方式,来宣传企业的产品和企业的文化形象,并且通过这样的方式还不一定能够取得预定的效果,因为广告和网络并不能让消费者见到产品本身,对于无法触摸到的东西,消费者都会有戒备心理;消费者对企业的信赖则是通过自己亲自试用或是周围朋友的宣传,这是一个漫长的过程,但是新时代产品的更新换代速度加快,这对于企业的发展无疑是不利的。产品的展示设计就可以克服原本电视和网络的弱点,让消费者实实在在地看

到产品,相对于电视、网络宣传,产品展示减少了企业用于宣传的成本。

3 结语

不管是从时代的发展,还是对企业自身的发展来进行分析,都可以确定产品的展示设计对于企业来说是非常有必要的。企业应该加以注重并尽可能地去采用产品展示,为自身的持续发展提供一个有力的支撑。

参考文献:

- [1] 陈志刚,耿涛,章聿.浅谈产品交互式展示设计[J].大众文艺,2011(18):147.
CHEN Zhi-gang, GENG Tao, ZHANG Jin. The Product Interactive Display Design[J]. Popular Literature, 2011(18):147.
- [2] 韩斌.展示设计学[M].哈尔滨:黑龙江美术出版社,1996.
HAN Bin. Display Design[M]. Harbin: Heilongjiang Fine Arts Publishing House, 1996.
- [3] 吴晓涛.如何做好现代展览的展示设计[J].现代装饰,2012(6):87.
WU Xiao-tao. How do the Modern Exhibition Display Design [J]. Modern Decoration, 2012(6):87.
- [4] 刘燕.论企业产品设计与品牌展示的关系[J].新疆纺织,2004(2):75.
LIU Hong. The Relationship between Product Design and Brand[J]. Xinjiang Textile, 2004(2):75.
- [5] 王娜娜,王珏.交互式虚拟产品展示设计平台的研究[J].青岛大学学报,2006(6):4.
WANG Na-na, WANG Jue. Research on Interactive Virtual Product Exhibition Design Platform[J]. Journal of Qingdao University, 2006(6):4.