

# 潘鲁生

## 设计论



文化名家  
「四个一批」人才作品文库

文艺界



中国出版集团



中华书局



文化名家暨  
“四个一批”人才作品文库  
文艺界

# 设计论

潘鲁生 著

 中华书局

图书在版编目(CIP)数据

设计论/潘鲁生著. —北京:中华书局,2013.11  
(文化名家暨“四个一批”人才作品文库)  
ISBN 978-7-101-09707-8

I. 设… II. 潘… III. 设计学-文集 IV. TB21-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 236316 号

---

|       |                                                                                                                             |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 书 名   | 设计论                                                                                                                         |
| 著 者   | 潘鲁生                                                                                                                         |
| 丛 书 名 | 文化名家暨“四个一批”人才作品文库                                                                                                           |
| 责任编辑  | 罗华彤                                                                                                                         |
| 装帧设计  | 毛 淳 许丽娟                                                                                                                     |
| 出版发行  | 中华书局<br>(北京市丰台区太平桥西里 38 号 100073)<br><a href="http://www.zhbc.com.cn">http://www.zhbc.com.cn</a><br>E-mail:zhbc@zhbc.com.cn |
| 印 刷   | 北京瑞古冠中印刷厂                                                                                                                   |
| 版 次   | 2013 年 11 月北京第 1 版<br>2013 年 11 月北京第 1 次印刷                                                                                  |
| 规 格   | 开本/700×1000 毫米 1/16<br>印张 27½ 插页 4 字数 320 千字                                                                                |
| 国际书号  | ISBN 978-7-101-09707-8                                                                                                      |
| 定 价   | 125.00 元                                                                                                                    |

---

# 出版说明

实施文化名家暨“四个一批”人才工程，是宣传思想文化领域贯彻落实人才强国战略、提高建设社会主义先进文化能力的一项重大举措。这一工程着眼于对宣传思想文化领域的优秀高层次人才的培养和扶持，积极为他们创新创业和健康成长提供良好条件、营造良好环境，着力培养造就一批造诣高深、成就突出、影响广泛的宣传思想文化领军人才和名家大师。为集中展示文化名家暨“四个一批”人才的优秀成果，发挥其示范引导作用，文化名家暨“四个一批”人才工程领导小组决定编辑出版《文化名家暨“四个一批”人才作品文库》。《文库》主要收集出版文化名家暨“四个一批”人才的代表性作品和有关重要成果。《文库》出版将分期分批进行，采用统一标识、统一版式、统一封面设计陆续出版。

文化名家暨“四个一批”人才

工程领导小组办公室

2012年12月



## 潘鲁生

---

1962年11月生，山东曹县人。艺术学博士，教授、博士生导师。现任中国艺术研究院设计艺术学院院长、山东省文联主席、山东工艺美术学院院长，中国民间文艺家协会副主席、中国美术家协会工艺美术艺委会主任。致力于艺术学、设计学、民艺学理论研究。近年来主持或参与国家级、省部级课题30余项，编著有《民间文化生态调查》、《设计艺术教育笔谈》、《匠心独运》、《手工艺农村》等。提出高等设计教育创新与实践教学理念，主持“国家广告设计师职业标准”制定工作，主编多部教材。主持完成上海世博会山东馆的总体设计、第十一届全运会视觉形象系统设计等任务。先后在中国美术馆、中华艺术宫、意大利国家陶瓷博物馆等举办个人画展，作品入选第52届威尼斯国际艺术双年展等，代表作收藏于中国美术馆等。《中国民间美术全集》（神像卷、供品卷主编）入选中宣部精神文明建设“五个一工程”，并获“国家社会科学基金项目优秀成果”一等奖。是全国政协委员，享受国务院颁发的政府特殊津贴。

—— 导 论 / 001

—— 一、设计原理 / 013

（一）设计学理 / 016

1. 设计学学科体系 / 016
2. 设计学研究对象 / 018
3. 设计学研究任务 / 021

（二）设计要素 / 022

1. 人的要素 / 023
2. 环境要素 / 028
3. 技术要素 / 030
4. 材料要素 / 037
5. 功能要素 / 042
6. 结构要素 / 045

（三）设计思想 / 049

1. “天人合一”设计生态观 / 055
2. “材美工巧”设计的系统论 / 057
3. “用之所适，施之所宜”的设计观 / 060

—— 二、设计伦理 / 067

（一）设计伦理学 / 070

1. 哲学与设计伦理学 / 070
2. 设计伦理学内涵 / 071

（二）设计伦理学的研究对象 / 072

1. 设计伦理学与“人” / 073
2. 设计伦理学与文化 / 077
3. 设计伦理学与自然 / 080
4. 设计伦理学与设计产权 / 082

（三）设计伦理学研究方法 / 084

1. 一般伦理学研究方法 / 084
2. 交叉学科研究方法 / 086



3. 个案分析方法 / 089

#### **(四) 设计伦理学目标 / 093**

1. 设计伦理意识目标 / 093

2. 设计伦理教育目标 / 094

### **三、设计审美 / 097**

#### **(一) 设计美内涵 / 100**

1. 人与物的和谐 / 102

2. 物与环境的和谐 / 104

#### **(二) 设计美学 / 111**

1. 设计美学的研究对象 / 113

2. 设计美学研究的目标 / 113

#### **(三) 设计审美形式 / 118**

1. 设计的功能美 / 119

2. 设计的形式美 / 122

3. 设计的技术美 / 125

### **四、设计策略 / 129**

#### **(一) 设计进程 / 132**

1. 设计与传统社会 / 133

2. 设计与现代社会 / 139

3. 设计与当代社会 / 141

#### **(二) 设计国策 / 145**

1. 欧洲国家设计策略 / 146

2. 美国设计策略 / 160

3. 亚洲国家设计策略 / 164

#### **(三) 设计战略 / 171**

1. 建立中国设计战略 / 171

2. 设计战略的文化导向 / 176

3. 加强设计战略研究 / 191

### **五、设计文化 / 197**

#### **(一) 设计与文化资源转化 / 200**

1. 文化资源的设计价值 / 200

2. 文化资源转化的路径 / 211

3. 设计的知识产权保护 / 216

## **(二) 设计与城市 / 226**

1. 设计与城市转型 / 226

2. 设计与城镇化发展 / 235

3. 设计与城市文化空间营造 / 241

## **(三) 设计与农村 / 249**

1. 农村文化生态与设计 / 249

2. 传统村落保护与设计 / 255

3. 农村文化产业与设计 / 261

# **六、设计教育 / 267**

## **(一) 设计学科发展 / 270**

1. 设计学的学科结构 / 270

2. 设计学的交叉学科属性 / 273

3. 设计学科的跨界关系 / 277

4. 设计学科的可持续发展 / 280

## **(二) 设计人才类型 / 284**

1. 设计人才的多元化发展 / 284

2. 设计人才需求的主要类型 / 286

3. 关于设计教育趋同化问题 / 291

## **(三) 设计人才培养体系 / 299**

1. “创新与实践教学体系”的核心 / 299

2. “创新与实践教学体系”的内涵 / 302

3. “创新与实践教学体系”的构建 / 306

# **七、设计管理 / 317**

## **(一) 设计企业管理 / 322**

1. 设计策略与企划 / 323

2. 设计流程与企划 / 327

3. 设计决策与企划 / 329

4. 设计行销与企划 / 331

5. 设计创新与企划 / 332



6. 设计定价与企划 / 334

## **(二) 设计组织管理 / 336**

1. 从金字塔走向学习型组织 / 336

2. 自由、多元的跨域合作团队 / 338

3. 设计领导力 / 344

4. 无边界设计组织 / 348

## **(三) 设计项目管理 / 352**

1. 设计项目准备阶段 / 354

2. 设计项目启动阶段 / 356

3. 设计项目计划阶段 / 359

4. 设计项目执行及阶段控制 / 361

5. 设计项目验收阶段 / 364

6. 设计项目管理的评估与稽核 / 365

# **八、设计产业 / 367**

## **(一) 设计与创新 / 370**

1. 设计与科技耦合 / 371

2. 数字技术与内容产业 / 375

3. 生态设计产业 / 380

4. 智能化设计产业 / 385

## **(二) 设计产业形态 / 389**

1. 设计创意与农业综合形态 / 391

2. 工业设计与制造业转型 / 394

3. 设计创意与旅游产业培育 / 398

## **(三) 设计与消费 / 404**

1. 设计促进消费 / 404

2. 消费引导设计 / 410

# **余 论 / 419**

# **参考文献 / 424**

# **后 记 / 429**

# 导 论

---

在当下的社会语境中，围绕设计，我们从社会的现实出发，探寻文化创造力与发展方式等动因，有深刻的反思，更充满热切的希望。希望设计能唤起和凝聚一种力量，能成为开阔和拓展的一扇窗户，能成为我们民族复兴的一次机遇。

---

# 导 论

曾几何时，历史上巧夺天工的“中华造物”变成了当下的“中国代工”、“中国制造”，历史上的“天时、地气、材美、工巧”或作为造物文化定格在过去的时空，或伴随一个个传统村落的变迁甚至消失，随着新的生活节奏与生活方式的演进生成，逐渐失去自身生成壮大的空间和活力。我们仿佛身处一个巨大的断层中，一面焦急于祖辈留下的丰厚的传统文化资源散落飘零甚至湮灭消亡，一面经受着“全球化”深度的冲击和改写；一面是许许多多我们身边的传统技艺、民俗事象、古村落空间难以为继；一面是缺少一种创新驱动和引领的精神力量。更严重的是，当数以亿计的青壮年农民涌向“贴牌代工”的流水线，当越来越多的城市人以境外购物、奢侈消费来印证自己的品位，当我们的衣、食、住、行、用越来越缺少自己的文脉而充满了工业化、商品化、全球化的元素和形式，那么，比代工生产和创意仿造更可怕的事情发生了，那就是文化的复制。这种复制的背后，是一个民族文化创造力的深刻的危机。



中国设计

一个民族的发展，需要一种内在的精神力量的支撑，需要文化传承和创新，这是民族复兴“中国梦”的精魂所在。如果我们无力构造一种新型中国式的生活方式，如果我们难以使物质生产和精神生产成为自己文化的表达和呼应，那么，关于“中国设计”的问题显然不只是一个实现更高利润和附加值的产业话题，而是一个关乎民族文化创造力的文化命题，更需要一次深刻的文化意义上的反思。

设计关乎民族的文化创造力。历史上的中华造物是一个庞大的文化生态体系，设计作为血脉周流贯通，使“物的体系”与传统社会的风俗伦理、秩序规范融合为一。无论是《周易·系辞上》所谓“鼓天下之动者存乎辞”，强调承载思想和追求的观念符号对现实世界的影响，还是“器以藏礼”，在传统社会体用合一的文化系统中，“设计”嵌入其中，是集体创造力的鲜明表达。当现代化的进程改写了传统的轨迹，在被动开启的转型过程中，遭遇猛烈冲击的还有心灵深处关于文化的自觉和自信。事实上，发展绝非“后发”对“先进”的模仿和复制，我们更需要传承意义上的“返本开新”和发展意义上的“融合创新”，从旧的里面发现新的，以开放的心胸和宽广的视野吸



中国设计网

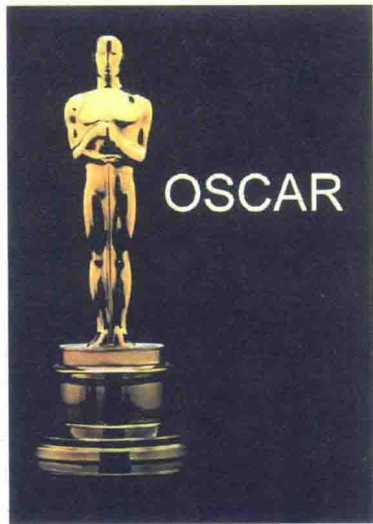


2011北京国际设计周





中国创新设计红星奖



奥斯卡金像奖

收新的，形成我们这个时代的文化的创造。那么，设计不能缺位，更不应失语，而应成为最积极、最活跃的力量，成为一个文化大国、经济大国发展的策略和机遇。

今天的设计，是一种战略，是一种社会整合协调的机制，一种发现和探究的视野，更是一种生产力和创造力。

设计是一种战略，涉及产业的创新驱动、文化的传承发展和社会不同发展阶段重点问题的应对和解决。从国际经验看，将设计提升为国家战略，建立激发设计效能的举国体制，是一个较为普遍的策略和趋势。一方面是由于20世纪70年代的美国石油危机进一步引发对于极度膨胀的商业主义设计的反思，西方政府明确意识到“设计抉择涉及重大的社会和政策问题”；另一方面，进入21世纪以来，设计在促进产业升级和文化传播、解决具体民生问题方面发挥了重要作用，成为创新经济时代国家战略选择与政策组成部分。我们呼吁制定和实施

中国的设计战略，推进设计及设计产业发展，着力使根植文化的设计创新拓展到产业发展的各个层面并惠及全体国民。不仅要形成总体方略，将设计纳入经济、文化、教育等政策系统进行规划，而且要将



伦敦设计周



香港设计营商周

有关设计的国家战略落实到政府各个部门、地方机构以及相应的各领域，形成有机联系的政策系统和“中央政府总领导，跨政府部门齐运作”的机制，并使设计的国家战略落实到企业行为上。因为我们需要千千万万个强大的设计个体，形成设计集群和设计实力。只有一个个设计个体发展壮大，设计创新的基本细胞成长发展起来了，才能承担起设计创新的造血功能。

设计是一种有效的协调机制。充分发挥设计效能，真正使科技的创新与文化、艺术的涵养生成相融合，使过去的传统与日新月异的发展并非完全割裂，使物质的生产消费与自然生态并非紧张对立，使蓬勃发展的商业发展与道德主体的建构和精神上对于崇高的追求相协调，具有重要意义。就此，我们需要更加主动地加以规划，启动设计的机制。当然，设计并非万能，但根本目标在于找回生活的本质，协调科技和文化、商业和资本、生态和资源、人类和社会，实现对生活方式的优化和创造。从这个意义上看，生活中的设计如果不足，面临的后果不言而喻：放弃发展的主动权，承受环境污染、资源浪费以及片面追求经济效益和膨胀的消费文化带来的解构，包括一桩桩考验社会道德人心的事件折射出的缺失与废墟。设计是一种协调，一种建



构，可以是设计师恪守的伦理守则和追求的人文理想，可以是具体而明确的行业规范和标准要求，可以是产、学、研充分结合的一种动力机制，可以是扶持鼓励并有所规约的设计政策。总之，它应以人文的、制度的、实践的不同形式发挥作用，在我们这个时代的“物的体系”里，在虚拟流动的信息符码里，在不断健全的服务系统里，发挥应有的作用。我想，如果说设计的本义在于预设之计，那么确实需要更自觉也更自信地启动设计这一协调机制。这就是，在工业品中植入文化的芯片，在物质消费中融入人文的精神，在内容产业里集聚和迸发新的创造力，在城市交通、防洪排涝以及建筑形态、公共艺术等种种与民生相关的环节里形成更合理、更优化的设计意识和规划，并在城镇化发展、传统村落保护与发展中实现一种生产、生活、生态更加协调的发展机制。

同时，设计是一种探索和发现的视野。如果说20世纪六七十年



深圳设计之都



日本设计最高奖G-mark奖



德国红点奖



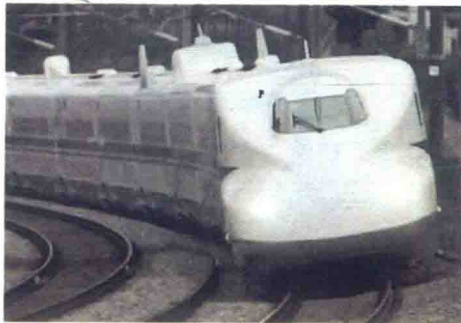
美国IDEA奖

代的设计，意义在于“满足我”，八九十年代是“吸引我”，21世纪初到现在是“改变我”，未来将是“理解我”，那么，设计的确是社会的触角。它不同于单纯的学术探究和科学探索，而是涵盖所有人群的理解和发现，也是使历史的、传统的文化资源转化并融入当今生活的探索 and 发现。尽管我们从未缺少科学的研究和学理的思辨，但我们确实更需要一种行之有效、落地生根的方式，在更加大众化的层面，在衣、食、住、行、用中，在产业的、文化的、教育的、政策的相关领域和环节，开展和实践这样一种探索和发现。比如发现历史的、传统的文化资源在今天传播发展的空间和活力，它可能使一个积淀传承千百年的视觉符号活跃于今天的图像空间，并激起我们内在的共鸣，它可能使一项古老的技艺在今天的时尚产业链中凸显出应有的文化价

值，它也可能使我们这个民族对生活、对自然一种朴素的理解作为审美的形式或意味融入今天的生活，总之，我们需要这样的理解和发现。它是沟通历史时空和文化血脉的桥梁和纽带，否则，将使丰厚的资源变成文物和遗产的遗憾和荒凉。同时，设计的理解和发现还将面向未来，更深刻地理解人性，理解万物之中人的存在，唯有如此，才会有更深刻的人文关怀，也才会有更好的生活方式受人追捧，让我们体味生活的品质，设计应当是一种社会



一级方程式赛车



2007G-Mark设计奖，KATO出品日本N700系新干线

责任和人文关怀。

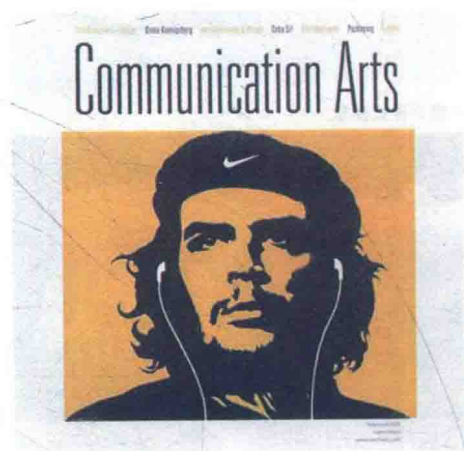
当然，设计更是一种生产力和创造力。当前我们最迫切的需求，是形成“中国设计”、“中国制造”和“中国需求”整体发展的格局。以往我们以“中国制造”低廉的成本和国际资本及技术结合，创造了全球化的红利。但是现在，随着“3D打印+智能技术”为代表的“美国制造”的强势回归，全球兴起“再工业化”的浪潮，一些发展中国家具有比我们更低廉的成本优势，而发达国家仍然不遗余力地争取并掌控着设计创新的主导权，形势无疑是严峻的。更重要的是，“中国制造”与十几亿人口的衣、食、住、行、用相关，这是一个庞大的消费市场，吸引着全球的企业。从具体数据来看，商务部的统计显示，目前全球500强企业中已有480多家在中国投资设立了企业，跨国公司在我国设



依靠3D打印制造出来的球体



微软最新产品Window7操作系统



美国国家设计类杂志