

设计类研究生设计理论参考丛书
Design Theory Reference Series for
Design Graduates



DESIGN

Design Theory, As Important As Practice.

DESIGN

DESIGN

DESIGN

设计经济学

Design Economics

江滨 荆懿 金潞 编著

中国建筑工业出版社

设计类研究生设计理论参考丛书

设计经济学

Design Economics

江滨 荆懿 金潞 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

设计经济学/江滨, 荆懿, 金潞编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2015.12

(设计类研究生设计理论参考丛书)

ISBN 978-7-112-18816-1

I. ① 设… II. ① 江… ② 荆… ③ 金… III. ① 设计—经济学
IV. ① J0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 285082 号

责任编辑: 李东禧 吴 佳

责任校对: 刘 钰 姜小莲

设计类研究生设计理论参考丛书

设计经济学

江滨 荆懿 金潞 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京中科印刷有限公司印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 17 插页: 4 字数: 357 千字

2016 年 1 月第一版 2016 年 1 月第一次印刷

定价: 58.00 元

ISBN 978-7-112-18816-1

(27955)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

设计类研究生设计理论参考丛书编委会

编委会主任：

鲁晓波（清华大学美术学院院长、教授、博士研究生导师，中国美术家协会工业设计艺术委员会副主任）

编委会副主任：

陈汗青（武汉理工大学艺术与设计学院教授、博士研究生导师，中国美术家协会工业设计艺术委员会委员，教育部艺术硕士学位教育委员会委员）

总主编：

江 滨（中国美术学院建筑学院博士，上海师范大学美术学院环境艺术设计专业负责人，学科带头人，教授，硕士研究生导师）

编委会委员：（排名不分先后）

王国梁（中国美术学院建筑学院教授、博士研究生导师）

田 青（清华大学美术学院教授、博士研究生导师）

林乐成（清华大学美术学院教授、工艺美术系主任，博士研究生导师，中国工艺美术学会常务理事，中国美术家协会服装设计艺术委员会委员）

赵 农（西安美术学院美术史论系教授、系主任、博士研究生导师、图书馆馆长，中国美术家协会理论委员会委员，中国工艺美术学会理论委员会常务委员）

杨先艺（武汉理工大学艺术与设计学院设计学系主任、博士、教授、博士研究生导师，中国工艺美术学会理论委员会常务委员）

序 言

美国洛杉矶艺术中心设计学院终身教授 王受之

中国的现代设计教育应该是从 20 世纪 70 年代末就开始了，到 20 世纪 80 年代初期，出现了比较有声有色的局面。我自己是 1982 年开始投身设计史论工作的，应该说是刚刚赶上需要史论研究的好机会，在需要的时候做了需要的工作，算是国内比较早把西方现代设计史理清楚的人之一。我当时的的工作，仅仅是两方面：第一是大声疾呼设计对国民经济发展的作用，美术学院里的工艺美术教育体制应该朝符合经济发展的设计教育转化；第二是用比较通俗的方法（包括在全国各个院校讲学和出版史论著作两方面），给国内设计界讲清楚现代设计是怎么一回事。因此我一直认为，自己其实并没有真正达到“史论研究”的层面，仅仅是做了史论普及的工作。

特别是在 20 世纪 90 年代末期以来，在制造业迅速发展后对设计人才需求大增的就业市场驱动下，高等艺术设计教育迅速扩张。在进入 21 世纪后的今天，中国已经成为全球规模最大的高等艺术设计教育大国。据初步统计：中国目前设有设计专业（包括艺术设计、工业设计、建筑设计、服装设计等）的高校（包括高职高专）超过 1000 所，保守一点估计每年招生人数已达数十万人，设计类专业已经成为中国高校发展最热门的专业之一。单从数字上看，中国设计教育在近十多年来的发展真够迅猛的。在中国的高等教育体系中，目前几乎所有的高校（无论是综合性大学、理工大学、农林大学、师范大学，甚至包括地质与财经大学）都纷纷开设了艺术设计专业，艺术设计一时突然成为国内的最热门专业之一。但是，与西方发达国家同类学院不同的是，中国的设计教育是在社会经济高速发展与转型的历史背景下发展起来的，面临的问题与困难非常具有中国特色。无论是生源、师资，还是教学设施或教学体系，中国的设计教育至今还是处于发展的初级阶段，远未真正成型与成熟。正如有的国外学者批评的那样：“刚出校门就已无法适应全球化经济浪潮对现代设计人员的要求，更遑论去担当设计教学之重任。”可见问题的严重性。

还有一些令人担忧的问题，教育质量亟待提高，许多研究生和本科生一样愿意做设计项目赚钱，而不愿意做设计历史和理论研究。一些设计院校居然没有设置必要的现代艺术史、现代设计史课程，甚至不开设计理论课程，有些省份就基本没有现代设计史论方面合格的老师。现代设计体系进入中国

刚刚 30 年，这之前，设计仅仅基于工艺美术理论。到目前为止只有少数院校刚刚建立了现代概念的设计史论系。另外，设计行业浮躁，导致极少有人愿意从事设计史论研究，致使目前还没有系统的针对设计类研究生的设计史论丛书。

现代设计理论是在研究设计竞争规律和资源分布环境的设计活动中发展起来的，方便信息传递和分布资源继承利用以提高竞争力是研究的核心。设计理论的研究不是设计方法的研究，也不是设计方法的汇总研究，而是统帅整个设计过程基本规律的研究。另外，设计是一个由诸多要素构成的复杂过程，不能仅仅从某一个片段或方面去研究，因此设计理论体系要求系统性、完整性。

先后毕业于清华大学美术学院和中国美术学院建筑学院的江滨博士是我的学生，曾跟随我系统学习设计史论和研究方法，现任国家 211 重点大学华南师范大学教授、硕士研究生导师，环境艺术设计系主任。最近他跟我联系商讨，由他担任主编，组织国内主要设计院校设计教育专家编写，并由中国建筑工业出版社出版的一套设计丛书：《设计类研究生设计理论参考丛书》。当时我在美国，看了他提供的资料，我首先表示支持并给予指导。

研究生终极教学方向是跟着导师研究项目走的，没有规定的“制式教材”，但是，研究生一、二年级的研究基础课教学是有参考教材的，而且必须提供大量的专业研究必读书目和专业研究参考书目给学生。这正是《设计类研究生设计理论参考丛书》策划推出的现实基础。另外，我们在策划设计本套丛书时，就考虑到它的研究型和普通性或资料性，也就是说，既要有研究深度，又要起码适合本专业的所有研究生阅读，比如《中国当代室内设计史》就适合所有环境艺术设计专业的研究生使用；《设计经济学》是属于最新研究成果，目前，还没有这方面的专著，但是它适合所有设计类专业的研究生使用；有些属于资料性工具书，比如《中外设计文献导读》，适合所有设计类研究生使用。

设计丛书在过去 30 多年中，曾经有多次的尝试，但是都不尽理想，也尚没有针对研究生的设计理论丛书。江滨这一次给我提供了一整套设计理论

丛书的计划，并表示会在以后修订时不断补充、丰富其内容和种类。对于作者们的这个努力和尝试，我认为很有创意。国内设计教育存在很多问题，但是总要有人一点一滴地去做工作以图改善，这对国家的设计教育工作起到一个正面的促进。

我有幸参与了我国早期的现代设计教育改革，数数都快 30 年了。对国内的设计教育，我始终是有感情的，也有一种责任和义务。这套丛书里面，有几个作者是我曾经教授过的学生，看到他们不断进步并对社会有所担当，深感欣慰，并有责任和义务继续对他们鼎力支持，也祝愿他们成功。真心希望我们的设计教育能够真正的进步，走上正轨。为国家的经济发展、文化发展服务。

目 录

序 言	iv
第1章 设计经济学导论	001
1.1 现代设计的产生和发展	001
1.2 设计经济学的理论基础	005
1.3 设计经济学研究对象和任务	008
1.4 设计经济学的主要特征	009
第2章 设计产品的商品属性	012
2.1 设计产品的种类与特征	012
2.1.1 物质设计	013
2.1.2 非物质设计	017
2.2 设计产品的商品属性	022
2.3 设计产品的价值形态与影响因素	025
2.3.1 价值的概念	025
2.3.2 评价设计产品价值的影响因素	026
2.4 设计产品价值的实现	029
第3章 设计产品的消费	032
3.1 消费者行为理论	032
3.1.1 消费偏好理论与效用论	032
3.1.2 效用和效用函数	032
3.1.3 消费者行为的特点	034
3.2 设计与生产和消费的关系	037
3.2.1 设计与生产	037
3.2.2 设计与消费	037

3.3 设计产品的消费及其特点	041
3.3.1 设计产品的消费特点	041
3.3.2 影响设计产品消费水平的因素	042
3.3.3 设计产品消费的边际效用递减规律	045
3.4 设计产品的效益	047
 第4章 设计成本和收益	 049
4.1 关于成本收益的经济学解释	049
4.1.1 生产要素和成本	049
4.1.2 成本类型	049
4.2 设计成本分析	051
4.2.1 产品造型设计与经济学	052
4.2.2 产品色彩设计与经济学	054
4.2.3 产品材料设计与经济学	056
4.2.4 产品功能设计与经济学	058
4.2.5 产品使用方式与经济学	059
4.3 设计收益分析	062
4.3.1 收益	062
4.3.2 利润	062
4.3.3 利润最大化原则	066
4.4 设计产品的定价策略	067
4.4.1 影响定价的主要因素	068
4.4.2 定价策略	069
 第5章 设计技术进步与经济增长	 073
5.1 设计与技术	073
5.1.1 设计与科学技术	073
5.1.2 技术进步的效益	081
5.1.3 技术与经济的关系	084
5.1.4 设计与人机工程学	085
5.2 设计与经济增长	091
5.2.1 经济增长的决定因素	094
5.2.2 经济增长和经济发展	099
5.2.3 技术创新与经济周期	101

第6章 设计市场	103
6.1 市场的含义	103
6.1.1 市场构成要素和市场活动当事人	104
6.1.2 市场机制	108
6.2 设计市场的概念及特点	110
6.2.1 产品的设计者和生产者直接进行交易活动	110
6.2.2 招投标是市场交易的基本方式	110
6.2.3 设计者和消费者均有风险	118
6.2.4 市场竞争激烈	119
6.2.5 区域性特点显著	119
6.2.6 地域发展不均衡	121
6.3 设计市场的需求和供给	122
6.3.1 设计市场的需求	122
6.3.2 设计市场的供给	123
6.4 设计市场影响因素	124
6.4.1 劳动者的素质	124
6.4.2 硬软件市场的发展状态	126
6.4.3 宏观经济状态	126
6.4.4 政府产业政策	127
6.5 市场失灵	129
6.5.1 完全竞争的基本含义	129
6.5.2 理性人假设	130
6.5.3 市场失灵的表现	135
第7章 设计知识产权保护	142
7.1 设计的著作权保护	142
7.1.1 设计著作权的保护客体	144
7.1.2 设计作品受《著作权法》保护的的条件	147
7.1.3 设计作品受《著作权法》保护的的权利限制	149
7.1.4 设计作品著作权侵权判定	150
7.1.5 设计作品著作权的侵权救济方式	151
7.1.6 典型案例分析	153
7.2 设计的专利权保护	154
7.2.1 设计专利权的保护客体	155

7.2.2	设计专利权的授予条件	156
7.2.3	侵犯外观设计专利权的行为	157
7.2.4	侵权行为的判定	159
7.2.5	专利侵权行为的民事救济方式	161
7.2.6	典型案例分析	163
7.3	设计的商业标识保护	165
7.3.1	设计商业标识保护客体	165
7.3.2	设计受《商标法》保护条件	166
7.3.3	侵权行为的判定	167
7.3.4	商标设计侵权的民事救济方式	169
7.3.5	典型案例分析	172
第8章	设计产品的营销与管理	174
8.1	市场营销策略概述	174
8.1.1	产品策略	174
8.1.2	品牌策略	177
8.1.3	促销策略	178
8.2	设计产品的营销策略	179
8.2.1	企业形象设计策略	180
8.2.2	产品创新设计策略	181
8.2.3	率先进入市场策略	183
8.2.4	集中策略	184
8.2.5	多元化和通用化策略	184
8.3	设计企业管理模式	194
8.3.1	现代管理模式的思想精髓	194
8.3.2	现代企业管理五种模式	197
8.3.3	设计管理	199
8.3.4	设计企业的管理特征	205
8.4	设计创新	206
8.4.1	设计创新的途径	208
第9章	我国设计产业在国民经济中的地位和作用	213
9.1	设计产业在经济发展中的地位与作用	213
9.1.1	设计产业与制造业和文化产业的联系	214

9.1.2	设计产业对国民经济的贡献·····	215
9.1.3	我国发展设计产业的意义·····	216
9.2	中国设计产业存在的问题·····	223
9.2.1	高端设计人才供不应求·····	223
9.2.2	知识产权保护缺位·····	224
9.2.3	设计创新能力不足·····	224
9.2.4	缺乏品牌建设意识·····	225
9.3	促进我国设计产业发展的建议·····	226
9.3.1	政府加强知识产权保护和资金、政策支持·····	226
9.3.2	加强创新能力培育以及提炼核心竞争力·····	228
9.3.3	促进设计产业发展以及加强产、学、研合作，需要培养 大批的优秀设计人才·····	232
9.3.4	强化品牌意识打造明星企业·····	236
9.3.5	构建设计产业链以及培育产业集群·····	239
	参考文献·····	247
	后 记·····	257

第1章 设计经济学导论

1.1 现代设计的产生和发展

“所谓设计,指的是把一种计划、规划、设想、问题解决的方法,通过视觉的方式传达出来的活动过程。”^①“设计是一门融技术学科、美学、经济学、环境学、销售学、市场学以及社会学、社会心理学等为一体的综合性边缘学科。设计的主要功能和使命决定了设计同社会与市场联系紧密,设计必须面向市场需求,科技、艺术和经济的结合点在设计。”^②现代设计的产生是建立在现代化工业生产基础之上的,也就是说,自1750年工业革命以来现代设计才逐步产生,其范围包括建筑设计、工业设计、室内设计、服饰设计以及平面设计等。工业革命的爆发成为现代设计萌芽和产生的最重要原因之一。农业文明时期的设计是以手工业设计为主的个性化设计,设计、生产和消费往往是融为一体的。工业革命爆发之后,工业设计不仅获得了技术方面的支持,更重要的是获得了适合的社会文化和经济环境。工业革命不但引起劳动方式和技艺的变化,而且带来了社会、政治、经济、文化的全面变革。这一切是由设计发明创造产生的,而反过来又给设计创造了新的环境和条件,促进了以符合批量化、标准化生产为特色的新设计的诞生。

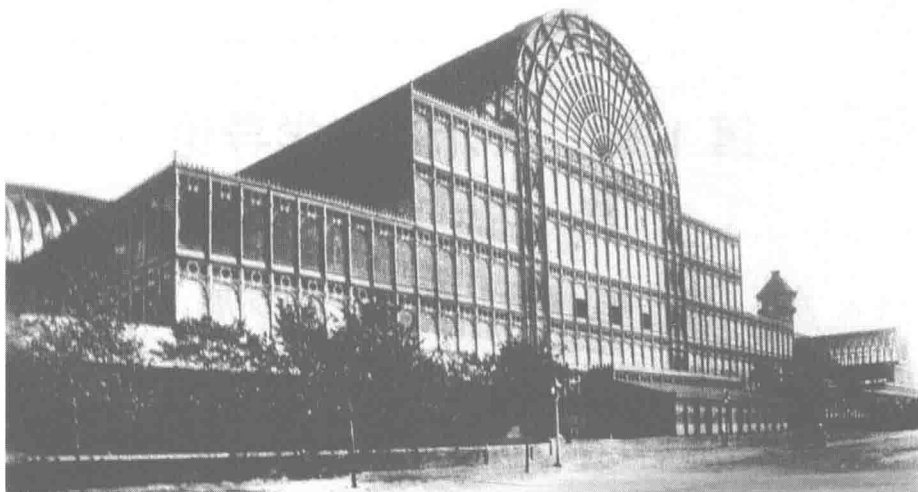
工业革命的机械化大生产,让传统的手工艺人被产业工人代替,这样艺术与技术分离,技术工人从事生产而不关心产品的艺术性,因此造成工业产品的粗陋和非人性化。这一问题在1851年的世界博览会上集中暴露出来,并引起消费者和一些有社会责任感的艺术家的不满。为了解决艺术与技术分离问题而进行的不懈探索成为现代设计产生的最初动力,并直接促使英国工艺美术运动的产生。由此,现代设计的萌芽初现端倪。

1851年,英国为显示其工业技术实力和工业革命成就,在伦敦海德公园举办了著名的首届万国博览会(The Great Exhibition)(图1-1)。博览会展品包罗万象,从钟表到丝绸,从家具到农用和工业机械等。这次博览会全面展示了欧洲和美国工业发展的成就,是对工业革命后的新技术和新发明的庆贺。然而,博览会也暴露了工业设计中各种问题:展品的外形看起来不伦不类、五花八门,总体特征是企图用烦琐的、东拼西凑的装饰来掩饰工业产品的粗陋,功

① 曾山,胡天璇,江建民,浅谈设计管理[J]江南大学学报(人文社会科学版),2002年01期,7-9页

② 王受之.现代设计史[M].北京:中国青年出版社,2002.231-232页

图 1-1 1851 年英国世界
博览会英国馆——“水晶
宫” Crystal Palace^①



能与形式脱节的问题极为突出。博览会上工业品外形的简陋引起了包括谢姆佩尔、拉斯金和莫里斯在内的一些思想先进的知识分子的不满，他们提出“将艺术与技术相结合”等解决方案，成为新设计思想的奠基人。

19 世纪后期至 20 世纪初，威廉·莫里斯领导的英国工艺美术运动传到法国和比利时，兴起了一场席卷欧美的设计运动——新艺术运动。新艺术运动注重从大自然中汲取创作灵感，观察自然中植物、动物的形态，从中提取设计元素，发展曲线美的设计。新艺术运动深受王尔德唯美主义美学的影响，主张按照“纯美”的原则安排生活，建议人们用草原上所有花儿的枝蔓装饰枕头，用巨大森林中每片小叶的形状作图案，让那野玫瑰、野蔷薇卷曲的枝条永远活在雕刻的拱门、窗户和大理石上。新艺术运动的主要风格特征：一是弯曲，运用植物、昆虫、女人体和象征性，这是新艺术运动最具代表性的风格。艺术家们从自然界中归纳出基本线条，把自然界中植物的茎叶和花瓣以浪漫或夸张的手法或互相缠绕，或延伸，或弯曲或变形，形成如藤蔓般生长向上的、蜿蜒交织的有机线型，体现了向上的生命活力。二是以简洁、抽象的直线和方格有规律结合的直线型风格。这以“格拉斯哥学派”（The Glasgow School）及埃菲尔铁塔（Eiffel Tower）为代表，直线与几何形状相结合，简洁而富有节奏感，散发出理性和谐的现代气息（图 1-2~ 图 1-6）。

1907 年在穆特修斯、贝伦斯及凡·德·维尔德的发起组织下，联合一群关心现代设计的艺术家、建筑师和设计师、企业家们，成立了德国第一个设计组织——德意志制造联盟。该联盟的目的是要在各界推广工业设计思想，推动“工业产品的优质化”。联盟明确提出了肯定机械生产，主张功能主义的宗旨，

^① http://image1.yibei.com/books/krs/110426/4db694bd7e021e5b5118e421_1.jpg



图 1-2 英国工艺美术运动之父——威廉·莫里斯 William Morris^①



图 1-3 英国工艺美术运动奠基人——约翰·拉斯金 John Ruskin^②



图 1-4 英国唯美美学主义代表人——奥斯卡·王尔德 Oscar Wilde^③



图 1-5 德国现代设计运动先驱——赫尔曼·穆特修斯 Herman Muthesius^④



图 1-6 法国巴黎地标——埃菲尔铁塔 Eiffel Tower^⑤

为德国工业设计发展做了大量的宣传鼓动工作。1914 年在穆特修斯和凡·德·维尔德之间发生了一场大论战，维尔德认为标准化是对个性的扼杀，设计师应保持独立性和艺术自由创造性，反对在工业生产上推行标准化；而穆特修斯则强调设计师必须遵循规范化、标准化的大工业原则，认为只有凭借标准化，造型艺术家才能把握文明时代最重要的因素，这实际上是设计应否遵循工业化原则的本质之争。这场大论战最终以穆特修斯的胜利而告终，从根本上扫清了对工业设计时代设计师的作用和应遵循原则的模糊认识，为现代设计的发展在理论上铺平了道路（图 1-7、图 1-8）。

① <http://photocdn.sohu.com/20121027/Img355861591.jpg>

② <http://pic.baike.soso.com/p/20130922/20130922105116-174087772.jpg>

③ <http://img1.mtime.cn/pi/d/2010/13/201032451415.90456271.jpg>

④ <http://muthesiusstrasse.de/wp-content/uploads/2012/12/adam-gottlieb-hermann-muthesius-portrait.jpg>

⑤ <http://www.ccdy.cn/lvyout/fengguang/201306/W020130606497283049041.jpg>



图 1-7 现代主义设计第一人——彼得·贝伦斯 Peter Behrens^①



图 1-8 德意志制造联盟创始人之一——亨利·凡·德·维尔德 Henry van de Velde^②



图 1-9 包豪斯二期——魏玛包豪斯校舍 Bauhaus^③

20 世纪二三十年代在法国、美国和英国等国家发生的一次非常特殊的设计艺术运动——“装饰艺术运动”。装饰艺术运动与工艺美术运动和新艺术运动有着内在的联系,然而不同的是它反对古典主义,反对自然的有机装饰形式,反对单纯的手工艺倾向,主张寻求一种新的装饰形式对批量生产的机械新产品进行美化,它突破了工艺美术运动和新艺术运动排斥现代化和工业化的局限性,对机械化生产保持积极的态度。装饰艺术运动将多种文化特色和设计风格相融合,探索新的装饰形式,使工业新产品满足人们在形式美方面的需求,趋向于采用简单的几何外形,追求理性的结构。

包豪斯(Bauhaus, 1919-1933)的建立标志着现代设计的教育理念和模式的创建。它是世界上第一所完全为发展设计教育而建立的学院,尽管它的存在只有短短 14 年的历史,但在现代设计教育理论与实践取得了卓越成就。包豪斯集中和总结了 20 世纪初欧洲各国对于设计的新探索 and 实验成果,尤其是对荷兰风格派运

动、俄国构成主义设计运动加以发展和完善,成为集欧洲现代主义设计运动大成的中心,它把欧洲现代主义设计运动推到一个空前的高度。最终在第二次世界大战后发展成一种新的设计风格——现代主义、国际主义风格。包豪斯在现代设计的各个领域——从建筑设计、工业产品造型设计、平面设计、染织设计到家具设计,从理论到实践,乃至至于教学,全面地对现代主义的发展作出了贡献(图 1-9)。

时至 20 世纪中叶,现代设计逐步走向成熟阶段。欧洲理性主义现代设计、美国消费主义现代设计、意大利艺术主义现代设计都立足于本地区实际情况,发展成有着地域特色的设计理念与原则。三者分别倡导理性、消费与艺术,将设计的系统性、功能性、艺术性完美地结合在一起,并为设计产品创造了一个源源不断的消费市场。“设计价值作为一种综合的、抽象的整体价值被创造和

① <http://bloggerma.ru/wp-content/uploads/2013/04/Peter-Behrens.jpg>

② http://www.ruhrnachrichten.de/storage/pic/mdhl/artikelbilder/nachrichten/kultur/rn-kultur/3710515_1_630_008_4786859_van_de_Vel.jpg?version=1386755525

③ <http://www.archreport.com.cn/uploadfile/2013/1127/20131127043237342.jpg>

实现。然而对价值的认识和接受,总有不同的、具体的价值形态。从价值的实现层次看,价值可以分为自然属性价值、社会功能价值和文化意蕴价值。”^①现代工业社会的所有产品因为设计而具有了独特的“设计价值”。

在发达国家,设计业作为一种知识密集型、服务型创意产业,其本身已经发展成为一种独立而丰富的产业体系,其本质是运用各种设计观念、方法去创造积极、健康的经济价值与文化价值,并能够应对千变万化的市场。“设计作为提高产品附加值的有效手段,无形中可以提升产品的附加值。”^②“无论是现在还是未来,设计都会以其强大的自身优势在经济发展中对涉及的生活、经济 and 文化的方方面面发挥着巨大的影响力。”^③

根据各国设计产业发展经验,设计也有广义与狭义之分。广义设计产业可以界定为创意产业的生产性服务业,例如软件开发、广告和为国民经济三次产业服务的设计(这个设计概念里包括为工业、建筑业、农业和服务业运行所产生的各种设计活动)。这种生产性服务设计区别于直接为消费者服务的创意产业(影视、动漫、出版、娱乐等)和文化产业(体育、旅游等)。广义设计包括建筑设计、环境设计、工业设计(含服装、家具等传统工业产品)、机电结构设计、芯片设计。狭义设计产业是指直接用于指导制造业进行生产的设计——工业设计(含服装、家具等传统工业产品)、广义机电结构设计、芯片设计、软件设计(其中软件设计同时也为其他产业服务)。狭义设计根据其需求目标类型又可以分为两类:设计需求比较确定的有芯片设计、软件设计;设计需求不确定的主要是工业设计、机电结构设计。本书中的“设计”取广义设计的概念,从宏观的层面上研究设计经济运行的规律。

1.2 设计经济学的理论基础

“设计经济”所承载的资源可划分为设计智力资源、市场信息资源、科学技术资源和政策法规资源等,其中设计智力资源是“设计经济”最核心的要素,是核心竞争力的载体。^④设计经济学作为一门交叉、边沿新学科,在设计理论界还是第一次提出。“设计经济学”并非是设计学与经济学的简单拼合,其诞生有着可靠的理论基础。设计经济学的理论基础是传统的经济学理论和现代设计理论以及两者在社会生产和发展中的有机联系,同时,它的建立与形成又是在吸收和发展许多经济学派的理论和广泛的科学技术成就的基础上实现的。其理论源泉大体上可归纳为以下几个方面:

1. 西方经济学有关供需、成本以及效用等方面的理论

微观经济学中的价格决定机制就是通过市场供给与需求来实现的。因而供

① 王玉梁.当代中国价值哲学.[M]北京:人民出版社,2004.201页

② 陈平.工业设计与经济增长的关系.[J].苏州大学学报,2005,(10):28页

③ 刘卷.解析设计的经济特性.[J]南昌:企业经济,2006.11

④ 吴翔.“设计经济”的来临与工业设计教育的面向.[J].北京:装饰杂志,2008.12:P106