

刘小康的
C
M
Y
K
创意学

设计产业

刘小康 X 谢傲霜 著



中国人民大学出版社

刘小康／谢傲霜 著

设计产业

刘 C 创
小 M 意
康 Y 学
的 K



中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目(CIP)数据

从设计到产业: 刘小康的CMYK创意学 / 刘小康, 谢傲霜著. — 北京: 中国人民大学出版社, 2012.10

ISBN 978-7-300-16431-1

I. ①从… II. ①刘… ②谢… III. ①艺术—设计 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第222412号



从设计到产业: 刘小康的CMYK创意学

刘小康 谢傲霜 著

Congsheji Daochanye

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京瑞禾彩色印刷有限公司

规 格 155mm × 230mm 16开本

印 张 16.5

字 数 150 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2012年11月第1版

印 次 2012年11月第1次印刷

定 价 68.00元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

打开天窗说亮话

洞见

INSIGHT



序

从经验看 设计机遇

刘小康

本书的概念由两年前我被邀出席一系列的讲座开始，包括台湾地区和内地不同学院的演讲，这促使我系统整理了过去30年的创作经验，不仅谈到了我创作上的转变，更从这转变中看到了香港的变迁，以及行业状态的变化。我想与人分享的，不仅是我的创作，也包括这些转变带来的机遇，以及应对转变的方法。

人们都说香港在20世纪80年代有很多机遇，但我看到的更是香港现在的机遇。这些机遇带来的发展空间，比过去任何时候都要宏大。要把握这刻的契机，我们得了解香港作为国际城市、设计中心，如何透过国际合作在亚洲市场发挥作用；另外，香港作为南中国的一个城市，又如何透过与深圳、珠三角合作，打造一个与北京、上海、长三角不一样的设计中心。我认为将来设计行业会有更多可能性，设计师们所面对和拥有的选择，比我过去所经历的更多。我相信只要大家能理解过去，把握将来，就能在急速的转变中做出最适当的选择。

我是成长于“CMYK”印刷四分色模式的年代。C是指Cyan（青绿色），M是指Magenta（洋红色），Y是指Yellow（黄色），但K所代表的却是Black（黑色）。因为印刷时，黑色是定位(Key)套版的颜色，K同时避免了与三原色RGB中的B（指Blue，蓝色）混淆，于是K代表黑色，这是计算机化印刷普及以前的业界常识。我挪用了“CMYK”的概念去撰写此书：C for Culture（文化决定设计），M for Market（创意产业价值），Y for Youth（艺术青黄相接），K for Key（创作核心定位）。四章

就像四种颜色，多一分红少一分黑，均影响着整个作品的成色风格。

第一章C for Culture（文化决定设计）：回顾过去，我尝试较抽离地观察自己一路走来的轨迹，探究我与他人喜爱的创作都是什么？有哪些作品至今人们仍津津乐道？在回顾的过程中，我发现自己的创作，不知不觉间已深受当年的社会文化和政治环境的影响。人们喜欢那个年代我所创作的某些海报，是因为那些作品不仅能反映文化面貌，更能看到当时所谓的文化人、设计师，如何利用创意批判社会，或评价社会的改变。我希望读者也能透过阅读此书了解设计师创作时，影响我们的从来不只是我们的主观意愿这么简单。虽然设计师常常由个人喜好出发，但我们无法摆脱社会与时代环境的影响，即使我们能创作出让人回味的作品，也绝不能只归功于我们的创造性，更应考虑这些作品如何反映了时代的面貌。

第二章M for Market（创意产业价值）：早期我因应自身的际遇和香港回归的历史背景，设计了许多文化作品，及后，也有一些在商业模式中很成功的作品。我始终是一个设计师，主要工作是为品牌建立基础，使其能良好地发展。过去我在商业上成功的例子虽然不少，但我更喜爱向人提及的不是商业上的成功，而是我们的创作怎样反映了那个年代的点滴。由于中国改革开放的进程理想，内地在商业品牌、政府机关等单位，都渐渐对设计产生了很大的需求，这促使我们在创意产业方面做得更广阔、更专业，也更深入。现在我们已不仅在谈创意的问题，还在谈产业

链的问题。我过去从文化角度进行创作，反映了香港回归的社会转变，也反映了人们对这个转变的批评。但今天我们谈创意产业，是整个世界在改变，人们对创意的需求，已不再停留于作品的创意，更在于如何从根本上呼应商业模式的改变。设计师处身现今社会，要更专业，思考要更深入，知识要更广阔，创作类型也要更跨界别。

第三章Y for Youth（艺术青黄相接）：我常建议人们要理解20世纪70年代的设计，当年的香港像设计实验室，可谓是中西文化交融。不仅靳埭强（靳叔）这位中国平面设计先驱在努力开创新局面，还有陈幼坚、石汉瑞等许多本地和外国的设计师，也在不断寻求新的设计方法，而我则只是一个继承者。不管是文化设计或是创意产业，我们不断在谈论种种转变，但转变是很难依靠单枪匹马或几个著名设计师去迎战的。我们需要的是与下一代分享，让他们明白现今香港以至世界正如何剧烈地发生变化，这期间涌现出许许多多如环保、替代能源等新观念。全球化下，许多新商业模式的诞生，他们所面对的选择，其实比我们以前所面对的更多。在他们知道自己有哪些选择后，才能周详地思考什么是最适合自己的。无论是选择更专、更阔，或选择去何地创作等，他们愈早知道有这些选择的可能性，便能愈早知道怎样充实自己，愈早做好准备。这也是我们许多教育和交流项目的目标，要知道未来设计师面对的，将是更令人激动的年代。

第四章K for Key（创作核心定位）：随着际遇和时代的转变，我发现

自己几乎每10年就有一个新目标。我于1981年从香港理工学院设计学系肄业，及后于靳与刘设计前身的新思域设计制作公司任职。第一个10年，我主力从事平面及文化设计；20世纪90年代的第二个10年，我增加了立体及商业设计的维度；千禧年的第三个10年，在已有的基础上，我兼顾了设计教育和业界的推动；2010年伊始的第四个10年，我希望能更专注于创作，设计出属于自己的产品。随着时代与社会整体的改变，许多新的设计和营商模式应运而生。其一影响着我第四个10年发展的新模式，是在内地创意产业的蓬勃发展下，我能像艺术家般以贴近自己兴趣喜好的方式进行个人创作，设计属于我的产品。这些产品可以与他人合作制造，也可由自己生产。市场这么广阔，总会有人需要由设计师从个人观点出发创作的产品，这无疑提升了设计师的创作自由。所以我除了继续发展椅子戏系列外，将更专注于钻研自己喜爱的两大题目——竹和茶，我把两者结合命名为“竹山茶海”，相信在未来的10年或20年中，这将是我的设计重心。

从文化设计到创意产业，这几十个年头，似乎过得很快，我特此多谢靳叔给予我机会，让我这么愉快地工作了许多年；也多谢包括高少康在内的新伙伴们，给予我机会再开创更多个10年、更多不一样的工作局面和状态。本书总结了我过去的设计经验，我希望能带领读者理解过去，明白事情是如何有逻辑地发生，继而认识到创作不仅关于创作人的意愿，更关于整体社会和世界的改变。我相信，设计不只是表达手段，更是思考方法，愿CMYK^①能让你读到这一点。

① 此处指本书《从设计到产业：刘小康的CMYK创意学》

序

与刘小康的 二重奏

谢傲霜

很高兴因为写这本书认识了刘小康，在过去的许多次访谈中，我们总是笑声不断，他坦诚又富幽默感，为写作过程增添了不少乐趣。

这本书没有用刘小康口述、谢傲霜执笔的方式呈现，一是因为刘小康很尊重我在写作过程中引入旁观者的观点；二是我们很希望这本书能比单纯以第一人称书写多一重声音，像合奏，一重是主观的专业设计师的声音；另一重是旁观的，代表外行人的声音。正因为有这两种声音，本来专业设计师误以为普通读者理应明白的理论和话语，透过一名对设计一无所知的外行人的探问，能得到更清晰地阐述，使本书能有效地面向更广大的读者群体。

但要如何处理这两种声音，在写作时有一定难度。经过深思熟虑，我们最后决定首三章C for Culture（文化决定设计）、M for Market（创意产业价值）、Y for Youth（艺术青黄相接）的内文主要以旁观的声音作综合整理，而照片说明部分则由刘小康讲解作品的核心理念及相关的趣味小故事。这样安排，是因为前三章牵涉多方面的资料，以及靳埭强、高少康等设计师的访谈，较难单纯由刘小康道出。至于最后一章K for Key（创作核心定位），由于内容主要关于刘小康具象征意义的代表性设计及贴近他核心关怀的创作，所以转为他的独奏，让读者能仔细倾听他内心的独白。

除了在此补充上述内容外，我还想描述下我眼中的刘小康，希望大家

阅读本书时，能对我们的主角有更立体地了解。

1981年，刘小康从香港理工学院肄业，经张义老师引荐，被新思域设计制作公司聘用，而靳埭强是这间公司合伙人之一。1996年，随着刘小康的设计日趋成熟，靳埭强遂邀之成为合伙人而公司也易名为“靳与刘设计”。其间，他负责的设计工作除了屈臣氏蒸馏水瓶获公众及业界肯定外，还持续创作及展出了不少观念及装置艺术作品。自1984年起，刘小康屡获殊荣，包括1997年全港十大杰出青年、2005及2007年两度香港设计师协会金奖，以及2008年第三届中国国际设计艺术观摩展终身设计艺术成就奖等。历年来他担任的重要职衔达数十个，现兼任香港设计中心董事局副局长、香港当代文化中心董事等要职，他还经常为各项设计及创意产业活动担任策展人和讲解人。

如此巨大的创作量和繁重的职务，加上他始终严格要求自己的作品，究竟一个血肉之躯要如何承担？怪不得刘小康曾告诉我，他身边的人都劝他要多做运动保重身体，他却反过来嬉笑道：“我就是为了不做运动才把自己弄得这么忙！我每周的运动，就是逛机场，由闸口走到入境事务处。”事实上，因他总是对各种新鲜事，以及创作抱有巨大的热情，才会忙得不可开交。他喜欢书法，就不断思索如何将书法融入不同的设计中，如将书法与椅子的设计相结合；喜欢茶，就持续钻研，每到台湾都会去泡茶店，构思未来能更方便

提高茶汤品质的茶具；钟爱古董，可以为搜集古董整天在街上溜达，思索哪些古董可转化为新的设计或产品，疲累却充实，从不觉得闷。从学生时代起，他就受靳叔影响，将所喜爱的中国文化艺术与设计相连，享受为自己订立题目。他边学习新知识边将其运用到设计上。与他聊天，你会发现他每谈起自己钟爱的文化艺术，便会陶醉其中，乐此不疲。

刘小康长期在世界各地到处飞，我问他会否有闲暇看出电影，他回答：“坐飞机时倒是看了不少。”刘小康形容自己既贪心又心野，却没什么野心，只是对于各式新鲜事物都爱学爱试。近年随着事业的发展顺心遂意，更有“愈做愈开心”之势，因为当他将视野投放到全中国，以至整个亚洲的时候，就看到当今设计师的机遇比过去任何时候都要多。机会在他眼中是不会消失的，而只要他能够把握，他都乐意且努力去做。曾经台湾某基金会找上资深策展及艺评人何庆基（Oscar Ho），问他能否介绍刘小康协助设计一个极之仓促的项目，何庆基笑着答道：“刘小康？你可以试着去问，他有点疯狂！”最终由于档期实在太紧，即使有创作概念，但不管是公司或刘小康都没有时间，迫不得已之下唯有放弃。单凭这桩小事就能看出刘小康投入设计和创意产业的疯狂程度。我问刘小康工作这么多，时间怎么分配，他的答案是：“Olivia会安排的。”Olivia是他的助理，但她在编排刘小康的时间表时也感到十分头痛，单单从相约访谈的时间常常一改再改，就能得知他的忙碌程度。

作为顶尖设计师，刘小康的记忆力、观察力自然不俗，但更使人佩服的是，他能将这些记忆和观察有效地应用在设计上。他就读理工学院时曾与同学畅游神州大地，那一趟震撼心灵的旅程，其记忆和感受，许多年后仍不断浮现于他的设计之中。在一次前往意大利的旅行中，刘小康误把阿拉伯数字1读为7，由此他发现欧洲人书写数字的形态与中国人不一样，后来这种微小的差异，竟成为设计商标时的决定性因素。

乐天、懂得处理压力是刘小康的另一性格特质。即使面对如此繁重的工作，他也鲜把不开心的事情带回家，习惯回到家中就把工作上的烦恼通通抛开，但这不等于忘掉创作，事实上，他床头总放着一本速写簿，他说在半梦半醒之间，创作的灵感最为丰腴。而这一本本放在枕边或随身携带的速写簿上的草图，不知什么时候便会化成一件件真实的作品，呈现于大家面前。



2006 ○国际平面设计师联盟海报

序

从经验看设计机遇
与刘小康的二重奏

| VIII

| XII

C

第

一

章

CULTURE

文化决定设计

回顾过去 30 年，刘小康发现自己的创作原来无法摆脱社会与时代环境的影响，即便创作出让人回味的作品，也绝不能只归功于其创造性，也当考虑这些作品如何反映了该年代的面貌。

中国文化置入设计 | 2

刘小康定义设计 | 18

香港的跨界特色 | 22

文化与政治角力 | 24

公共艺术在香港 | 49

将文化变成产业 | 54

M

第

二

章

MARKET

创意产业价值

随着时代变迁，刘小康由从事文化设计转变为更多地从事商业设计，并由香港地区跨越到内地市场，这让他的视野和思维不再单纯地停留于创意层面，也关注到作品如何能从根本上呼应商业模式改变的需要。

香港设计欠缺品牌载体 | 72

香港经验一： | 75

传统产品化身国际礼品

香港经验二： | 79

创意使产品超越实用价值

香港经验三： | 86

将创意及文化融入市场推广

中国市场给予设计师的机遇 | 91

中国经验一： | 94

追本溯源寻求品牌文化

中国经验二： | 102

新商标打造企业新形象

设计师与品牌的双赢之道 | 106

创意产业的未来可能 | 116

Y

第

YOUTH

三

艺术青黄相接

章

20 世纪 70 年代的香港像设计实验室，刘小康自认是后来的继承者，而无论文化设计或创意产业，很难依靠单枪匹马或几个著名设计师去迎战，从刘小康的前辈与后辈身上，大概可以描摹出香港设计界的传承脉络。

老师们和老师们的老师们 | 126

靳埭强：不是老师是师父 | 136

从日本设计师身上学习 | 144

为设计栽培更多大师 | 151

设计教育基本步 | 156

高少康：学习梳理文化本质 | 164

Freeman 与 Crystal & | 172

Gor 的师徒缘

K

第

KEY

四

创作核心定位

章

刘小康以第一人称阐述创作生涯的各个历程：20 世纪 80 年代从事平面及文化设计；20 世纪 90 年代增加了立体及商业设计；千禧年兼顾了设计教育和业界的推动；2010 年伊始开始尝试推动创意产业，将刘小康的设计作品投入生产，做到物以致用。

信息的存在与再现 | 182

公共艺术与空间对话 | 186

椅子戏：身份的探索之路 | 189

椅子作为创意产业 | 210

竹山茶海，我的未来设计 | 228

让我们看远一点 | 240

C

CULTURE

文化决定设计

一张张堆放成群、或深或浅的黑白灰明式椅子，拼凑出刘小康略为宽阔的面容。这幅海报由他亲自设计，笑容亲切而自信。一如不少人印象中的他，鼻梁上常架着深色眼镜框，笑时双眼弯成新月，唇上略为八字的胡子，与唇下稍稍一撮延展至下颌的浓密胡子，令容貌看起来略为粗犷。若与他聊过天喝过茶，就会发现他亲切友善且温和，并非看上去那般粗犷，说话时常推心置腹，对世事有精辟洞见，一针见血。

海报中最画龙点睛的，要数嘴唇右下方的一张红椅子。原来刘小康把脸上的一颗痣画成万千张黑白灰椅子中的一张红椅子，与海报右下角的红色签名印章交相辉映，展现他不甘平凡、特立独行的个性。这颗痣，不知何故成了

刘小康的标记。而这个标记，在海报中转化成他设计生涯的标记——椅子，一张传承着浩瀚中国文化内涵，并位处现代突破传统的“男椅”。“男椅女椅”，这设计构成“阴阳”。除了“人”的隐喻外，还融合了数千年中国文化透过对大自然观察而引申的哲学思考方式，一种既对立又统一的矛盾关系。

人是自然和文化的产物。文化是时间、空间、政治、经济、历史、语言、族群凡此种种的汇合点，如万千雨点洒落大地，百川归海，却又千变万化、转瞬而异。人身处其中，如海中游鱼，一呼一吸尽是各地独特的文化气息。文化构成了人的千差万别，因此人所创制的艺术品或设计品，又岂能不受文化所决定？



搓麻将也是一种交流

荣念曾1997年主办了以城市为单位的4城（台北、香港、深圳、上海）文化论坛，将4个城市文化界及关注文化交流的前线人士组织在一起，成立了一个一年一度、40人相聚3天的创意互动聚会，4城轮流担任东道主。在2009年由香港当代文化中心主办的城市文化交流会议（City-To-City Cultural Exchange Conference）中，我负责海报设计，在思索究竟这4个城市有什么共通文化时，我想到了搓麻将，这可算是一种很有代表性的交流活动。最后我除了以搓麻将为主题设计了海报外，还设计了麻将套装作为此次活动的纪念品呢！

中国文化置入设计

刘小康，1958年出生于香港，至20世纪50年代香港已吸纳了不少从内地涌来的移民，为数不少的新移民使香港住房骤然短缺，不少家庭都屈居于简陋拥挤的木板隔间房内，一屋几户，设施共享。不过经过艰苦地奋斗，其中一些家庭渐进入小康之境。

刘小康的父亲从事贸易生意，母亲是家庭主妇。小学时因家里没有玩具，作为大哥的他，会一边画画一边讲故事给弟妹听，什么马戏团小白兔坐过山车之类，他讲得绘声绘色，这成为他最初愉快的创作经验。其后家里的经济环境逐渐改善，他家从木板隔间房、廉租房逐渐移居至商住房，于是读中学时，他可以加入民乐团学吹笛子，过着平稳纯朴的校园生活。而几年的民乐团训练，让他初次接触并认识了中国文化。一篇篇中国传统音乐乐章，无论是婉丽凄美还是意气激昂的，皆让他对中国文化产生了神

秘深远的想象。而闲来与乐队成员的麻将娱乐，又给了他市井地道的中国民俗文化认知，帮助他许多年后在对中国文化不断探索时，一直能以独特角度去理解中国文化与艺术设计的关系。

在刘小康心中种下设计与艺术幼苗的，是他的中学美术老师叶秀贤。刘小康初二时受教于刚大学毕业的叶老师，常得老师鼓励去尝试不同的艺术表达形式与方法。当时香港的美术教育偏重依循为考试而设的课程纲要，叶老师却能突破社会的功利框架，摒弃既定的教学内容，透过说故事