

中国当代文艺理论探索书系

设计管理

马咏蕾 刘垚 著



山东美术出版社

中国当代文艺理论探索书系

设计管理

马咏蕾 刘垚 著



山东美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据
设计管理 / 马咏蕾, 刘焱著. — 济南: 山东美术出版
社, 2012.5
ISBN 978-7-5330-3762-8

I . ①设… II . ①马… ②刘… III . ①产品设计 - 企
业管理 IV . ① F273.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 075826 号

鸣谢: 本丛书的出版, 感谢上海师范大学美术学院
的大力支持。

策 划: 刘传喜
责任编辑: 郭征南

装帧设计: 李 玥
设计指导: 王承利

主管部门: 山东出版集团
出版发行: 山东美术出版社
济南市胜利大街 39 号 (邮编: 250001)
<http://www.sdmspub.com>
Email:sdmschs@163.com
电话: (0531) 82098268
传真: (0531) 82066185
山东美术出版社发行部
济南市胜利大街 39 号 (邮编: 250001)
电话: (0531) 86193019 86193028

制版印刷: 山东临沂新华印刷物流集团

开 本: 787 × 1092 毫米 16 开 7.75 印张

版 次: 2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

前言

设计是一种投入还是资产？企业如何合理有效地运用设计资源？从设计师到设计管理者的角色演变需要哪些关键因素？

1966年，英国设计师迈克尔·法里（Michael Farry）在他所编著的《设计管理》一书中首次提出设计管理的定义：“设计管理是在界定设计问题，寻找合适设计师，且尽可能地使设计师在既定的预算内解决设计问题。”这个定义显然是站在设计师的角度提出的，开始显现出设计师参与商业设计时需要界定问题、控制成本、组织设计人员的一些基本管理因素。之后众多中外专家对设计管理的内容提出各种不同观点，并从各种受众角度出发，赋予设计师各种新的管理特征。

本质而言，设计的目的就是使人与人、人与物、人与环境、人与社会相协调，使生活更美好。设计师的工作与其说是创造了有形的产品，不如说是沟通与服务于不同层面的“人”。台湾学者刘瑞芬博士提出，设计服务于“使用者”、“消费者”、“管理者”与“经营者”，构成了设计管理不同层面的功能和价值。因此设计管理研究的是如何在各个层次整合、协调设计所需的资源和活动，并对一系列设计策略与设计活动进行管理，寻求最合适的解决方法，以达成企业的目标和创造出有效的产品（或沟通）。

本书从以下几个章节，为读者介绍设计管理的基本理论：设计的概念及特征、设计管理的起源与基本概念、设计组织、设计沟通、设计管理与企业经营。由于近年来各种设计管理研讨会在中国的召开，作者也加入了近年来中国讨论的热点主题：设计机遇与设计调研、设计管理与品牌体验。最后，希望通过一些国内外经典案例，让读者得以比较和借鉴。

在本书撰写过程中，华东师范大学设计学院提供了科研经费的支持。同时，山东美术出版社也给予许多帮助，才使得本书顺利出版发行。对他们的友情和关心，深表谢意。由于水平和时间的限制，书中难免疏漏之处，恳请广大同行和读者批评指正。

编者

2011年10月

1 第一章 设计的概念及特征

1	1.1 设计的概念及特征
2	1.2 工业设计定义的延伸
4	1.3 21 世纪的职责：从设计师到设计管理者
17	阅读资料
19	本章重点
19	课外讨论

20 第二章 设计管理的起源与基本概念

20	2.1 设计管理的起源与发展
30	2.2 设计管理的定义与范围
33	2.3 设计管理的作用
37	阅读资料
38	本章重点
40	课外讨论

41 第三章 设计机遇与设计调研

41	3.1 设计机遇
46	3.2 设计调研
49	3.3 民族学设计调研
51	3.4 设计调研的方法
54	阅读资料
56	本章重点
56	课外讨论

57 第四章 设计组织

57	4.1 组织的概念及基本结构
----	----------------

58	4.2 组织结构形态
58	4.3 设计组织的基本要素
60	4.4 设计组织的运作形态
63	4.5 设计组织的分类
66	阅读资料 1
67	阅读资料 2
68	阅读资料 3
70	本章重点
70	课外讨论

71 第五章 设计沟通

71	5.1 设计沟通基本概念及内容
72	5.2 设计沟通的类型
73	5.3 设计沟通的形式
75	5.4 设计沟通的媒介
76	阅读资料 1
77	阅读资料 2
78	本章重点
79	课外讨论

80 第六章 设计管理与企业经营

80	6.1 企业经营理念
82	6.2 企业经营类型
85	6.3 企业的设计政策、策略、计划
87	6.4 设计战略执行中的设计管理
89	阅读资料
90	本章重点
91	课外讨论

92 第七章 品牌体验设计

- 92 7.1 体验经济时代的到来及其经济内涵
- 94 7.2 体验经济时代的消费需求与企业品牌
- 95 7.3 品牌体验设计的原则
- 102 阅读资料
- 103 本章重点
- 103 课外讨论

104 第八章 国内外经典案例

- 104 8.1 索尼“创造市场”
- 108 8.2 飞利浦公司的体验设计模式
- 111 8.3 乐高玩到老
- 112 8.4 苹果公司设计之奥妙
- 113 8.5 海尔把设计中心设在国外

115 参考文献

第一章

设计的概念及特征

1.1 设计的概念及特征

“设计”一词源自拉丁语“designare”，有两层含义：设想（idea）与计划（plan）。中国《现代汉语词典》中对设计的定义为：“设计是在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预先制定的方法、图样等。”《牛津词典》对设计的定义则是：“头脑中的计划、方案、目的、观念等结论；按构想制定计划与目标，绘制图样，借以实施头脑中的计划与计谋。”这两个解释虽然出自不同国家，却都反映了设计作为一个名词可以表示一个静态的计划、方案、目的、观念等结论，而作为动词则包含一些动态的活动或者过程，如制定计划、绘制图样等等。工业设计在很长一个时期内都还是比较多地存在于产品形式的创造上，包括欧美主要的设计、美术学院，其教学重点都立足形式创造的训练基础上，教学主张往往仅仅看到了充当修饰词汇的“设计”，例如时髦的服饰设计、新颖的灯具设计、舒适的家具设计等等，而忽视了设计活动的整个过程。设计总是包含一个目的、计划，特别是一个分析问题、创意的过程，当然，设计最终需要由各种图样、产品模型、效果图把构思表现出来。

设计理论家格罗斯（Nigel Cross）认为设计的中心应该是“结果引导”（solution led，英语 solution 兼有“结论”、“解决问题”的含义）。他要求设计的目的性必须明确，而不是艺术型的漫无边际的创造。他认为设计同时是一个解决问题的过程，而并非单纯的外形创造。在设计过程中，应该调动一切可能的因素，尽快地把产品存在的各方面问题澄清并解决，特别是关系到舒适、安全、方便、明确服务针对性、合乎企业经济目标、方便维修和保养等方面的问题。应该找出解决这些问题的方法，提供符合目的的设计，与此同时，还应该尽量缩短解决问题的时间，这是一切设计的要点。

国际工业设计协会 ICSID（International Council of Societies of Industrial Design）提出，设计是一项创意活动，设计的活动不单单是一个最终结果，如产品、服务、系统的外观，还强调设计的创造性、统一性、工艺质量、

外形等多方面的要求，设计推动了人类创新科技的发展，也是经济与文化交融的重要因素。

设计理论的发展是由于人类设计项目的日益复杂化。人类设计项目随着历史的变化而变化，传统工业设计项目的核心是产品设计，伴随着历史和科技的发展，工业设计内涵的发展也趋于更加广泛和深入。20 世纪 70 年代，企业只要求设计师提供新的产品造型，而没有其他要求。20 世纪 80 年代，由于科技的发展，除了产品和包装等等的外形设计之外，企业还要求设计公司必须考虑各种生产技术、技术应用方式，以便解决工程技术问题，设计项目的焦点是生产过程。20 世纪 90 年代，由于市场和品牌的发展，设计项目需要关注更多影响因素，设计公司所提供的范围更大，包括市场以及使用者研究、人机工程学研究、电脑软件设计，一直到产品的包装和促销产品设计等等。设计师需要涉足社会科学、人种学、生态学和用户观察等领域。

特征	设计的定义	关键词
处理问题	设计是一种计划，为了生产出人们可以看到、触摸和听到的产品。 ——彼得·戈尔（Peter Gorb）	计划、生产
创造力	工业生产中需要美学科技。 ——D·惠松（D.Huison）	工业设计 审美情趣
系统化	设计是将所有环境需求概念化并最终实现，从而满足不同需求。 ——A·托帕利安（A.Topalian）	用户需求 创作过程
协调力	设计师永远不是单独工作的，也永远无法是完美的。 ——T·马尔多纳多（T.Maldonado）	团队工作 沟通协调
文化贡献	设计师的职业不是艺术家和美学家，而是语义学专家。 ——P·斯达克（P.Stark）	语义学 文化

设计的特征

1.2 工业设计定义的延伸

工业设计产生的条件是现代化大工业的批量生产和激烈的市场竞争，其设计对象是以工业化方法批量生产的产品。通过形形色色的工业产品，工业设计对现代社会的人类生活产生了巨大的影响，并构成了一种广泛

的物质文化,提高了人民的生活水平。工业设计是从二战后开始日益成熟的设计活动,不少国家长期以来都不采用工业设计这个名称,而是采用“工艺美术”、“实用美术”、“产品造型”等模糊的术语。直到20世纪60年代左右,才有越来越多的国家开始正式采用“工业设计”这个名称。1970年国际工业设计协会为“工业设计”下了一个完整的定义:“工业设计是一种根据产业状况以决定制作物品之适应特质的创造活动。‘适应物品特质’不单指物品的结构,而是兼顾使用者和生产者双方的观点,使抽象的概念系统化,完成统一而具体化的物品形象,即着眼于根本的结构与机能间的相互关系,它根据工业生产的条件扩大了人类环境的局面。”



椅子

20世纪70年代末,工业设计开始在我国受到重视。1987年中国工业设计协会的成立,进一步促进了工业设计在我国的发展。1980年,国际工业设计协会理事会给工业设计又作了如下的定义:“就批量生产的工业产品而言,凭借训练、技术知识、经验及视觉感受,而赋予材料、结构、构造、形态、色彩、表面加工、装饰以新的品质和规格,叫做工业设计。根据当时的具体情况,工业设计师应当在上述工业产品的全部方面或其中几个方面进行工作,而且,当需要工业设计师对包装、宣传、展示、市场开发等问题的解决付出自己的技术知识和经验以及视觉评价能力时,这也属于工业设计的范畴。”权威机构美国工业设计师协会(IDSA)关于工业设计的定义为:“工业设计是一项专业的服务性工作,为使用者和生产者双方的利益而对产品和产品系列的外形、功能和使用价值进行优化。”

人类社会的发展使得设计所带来的物质成就及其对人类生存状态和生活方式的影响是过去任何时代所无法比拟的,现代工业设计的概念也扩展到更大的内容和范围,我们可以称之为广义工业设计(Generalized Industrial Design):为了达到某一特定目的,从构思到建立一个切实可行的实施方案,并且用明确的手段表示出来的系列行为。它包含了一切使用现代化手段进行生产和服务的设计过程。

设计的目的就是使人与人、人与物、人与环境、人与社会相协调,

使生活更美好。工业设计和设计活动都是立足于解决物与人之间的关系问题，使物能在最大的限度之内满足人的生理和心理的需要。当今工业设计概念，可以归纳其延伸和发展，得出以下几个特点：

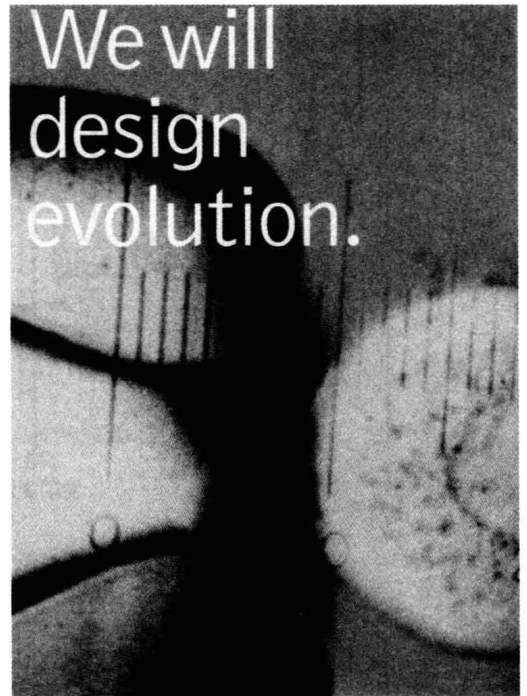
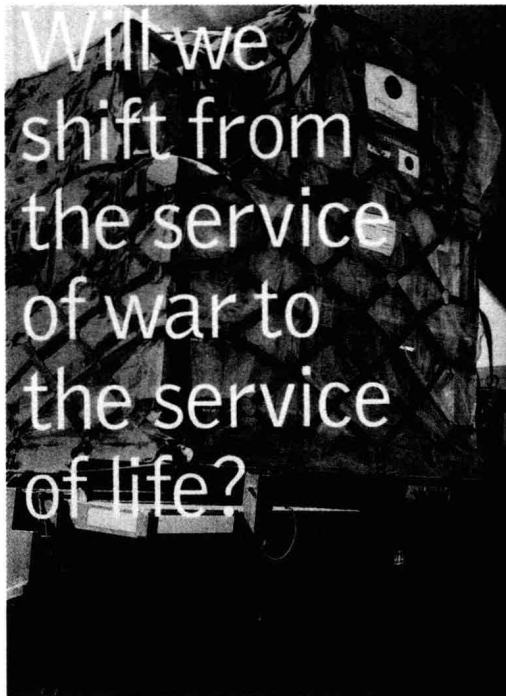
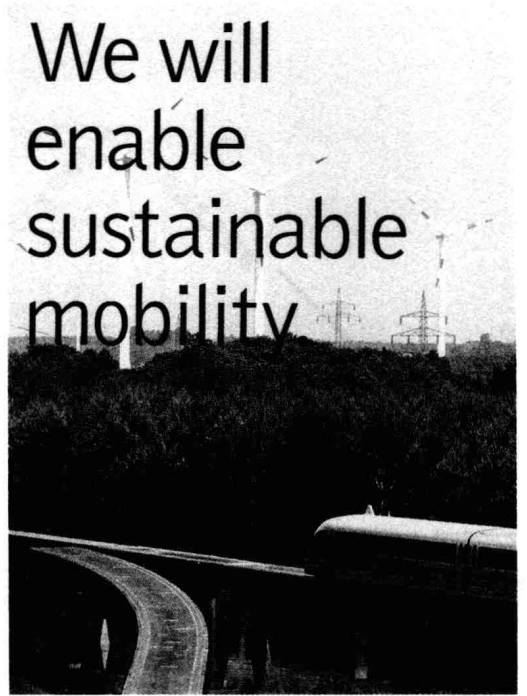
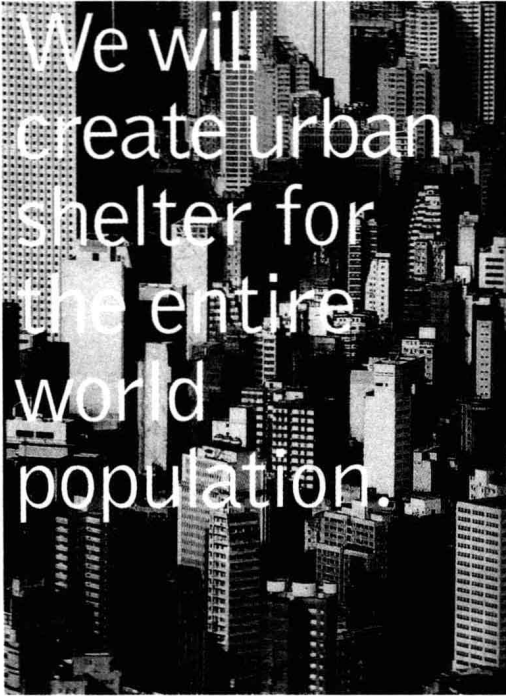
第一，工业设计的目的是满足取得“产品”与人之间的最佳匹配，然而由于工业设计所依托的科学技术和生产力的迅速发展，使得设计成果可能对整个社会产生巨大的影响力，因此，设计的目的不仅是满足个人的使用需求，更需要关注社会整体利益、人类生存环境，例如全球可持续发展战略、环境保护、历史人文遗迹保护等等。

第二，工业设计是创造性活动，包括计划构思、管理资源和最后生产执行的全过程，因此是一门覆盖面很广的交叉融汇的科学，涉及了众多学科的研究领域，有如工业社会的粘合剂，使原本孤立的学科诸如物理、化学、生物学、市场学、美学、人体工程学、社会学、心理学、哲学等彼此联系、相互交融，结成有机的统一体。

第三，随着人类由以机械化为特征的工业社会走向以信息化为特色的“后工业社会”，工业设计的范畴也大大扩展了，由先前主要是为工业企业服务扩大到为第三产业服务；由产品设计等硬件扩展到公共关系、企业形象等软件；由有形产品的设计扩展到“体验设计”、“非物质设计”、“服务设计”等无形产品的设计，设计越来越重视情感沟通和用户的各种真实体验。“工业设计”的概念逐渐为内涵更加丰富的“设计”概念所取代。

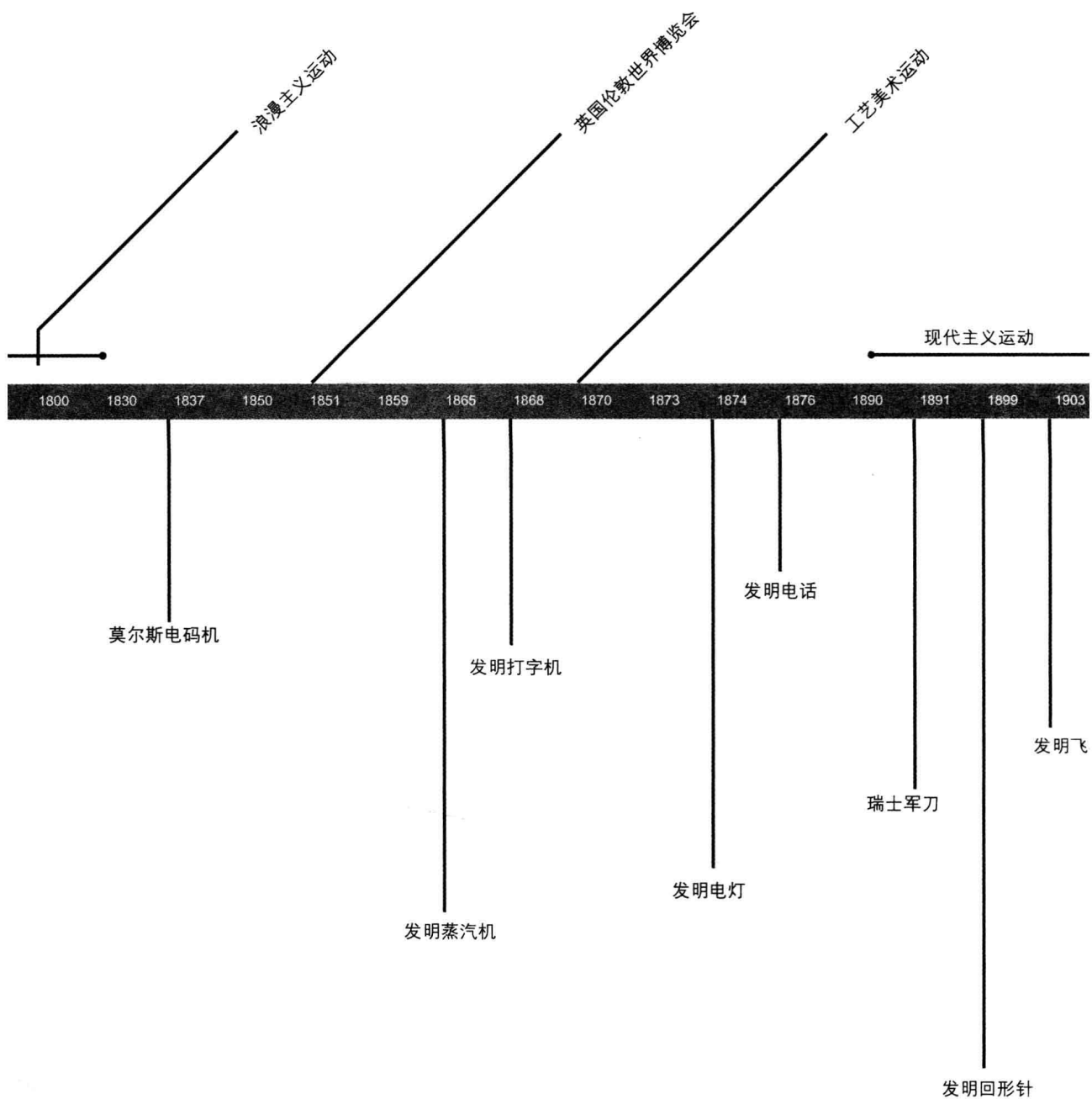
1.3 21 世纪的职责：从设计师到设计管理者

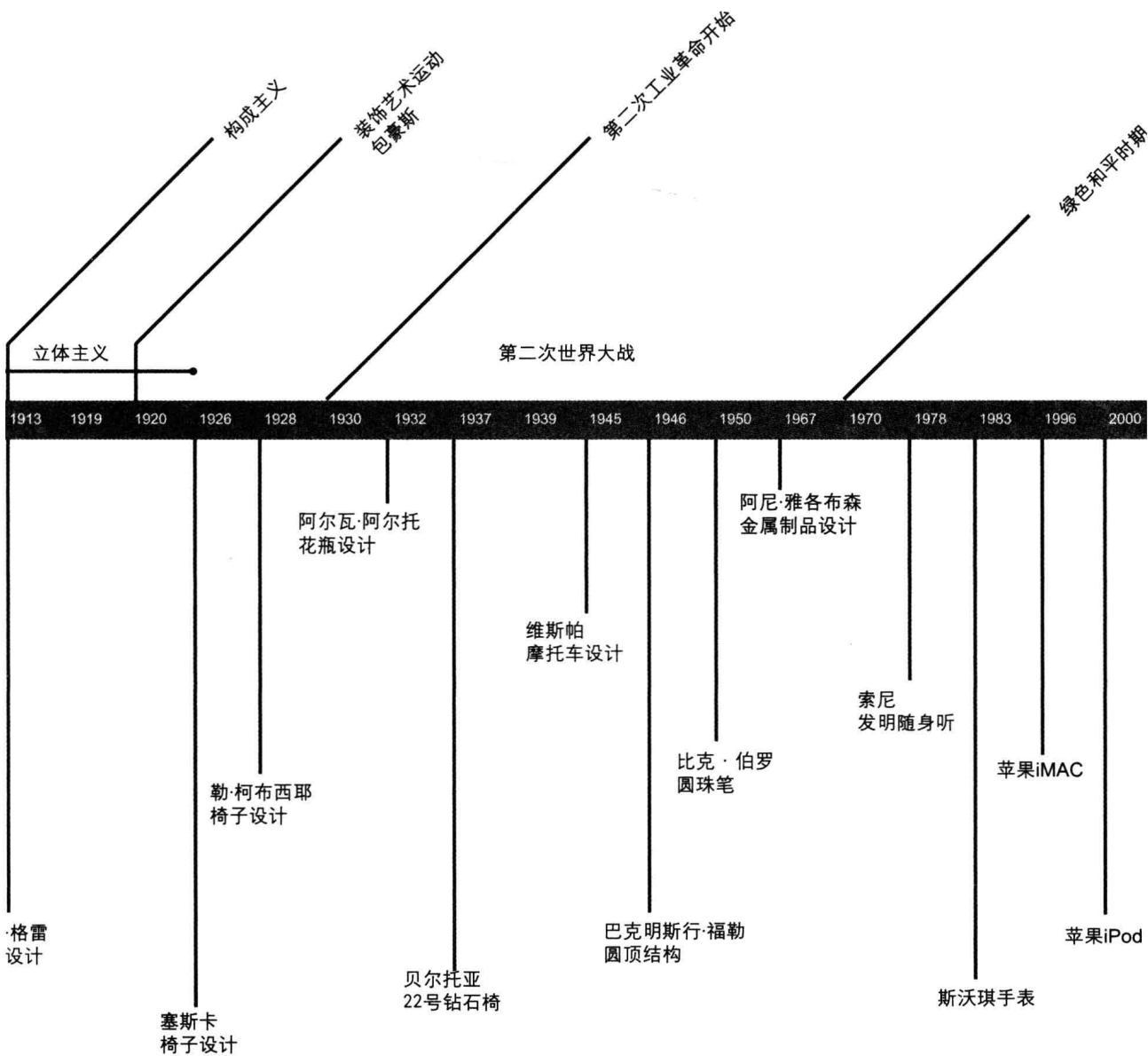
在 21 世纪，设计决策将是影响人类环境的重要因素。设计行业正在调整服务项目的方向，例如更多地为企业提供更策略性服务，以及加入企业尖端创新领域，回答企业必须设计新产品的原因。设计可以开辟一个全新的市场，一些设计事务所正向许多企业兜售他们的设计概念，有的甚至自发建立生产以及销售网络，而推广的创新产品往往可以击垮许多现有产品，并迅速垄断市场。众多国际型设计咨询公司设计执行层面的工作外包给东欧国家和一些发展中国家，在创新设计以及产品研发上集中全部力量。由于这些转变，设计师的职业已不是简单的要求设计师从事各种设计执行活动，而是要求他们掌握各种知识、具备各种能力，肩负更多的社会责任。



布鲁斯·毛（Bruce Mau）所著的《巨大的改变（Massive Change）》中宣称设计将面临巨大的变革

工业设计史重要事件、设计运动、产品设计



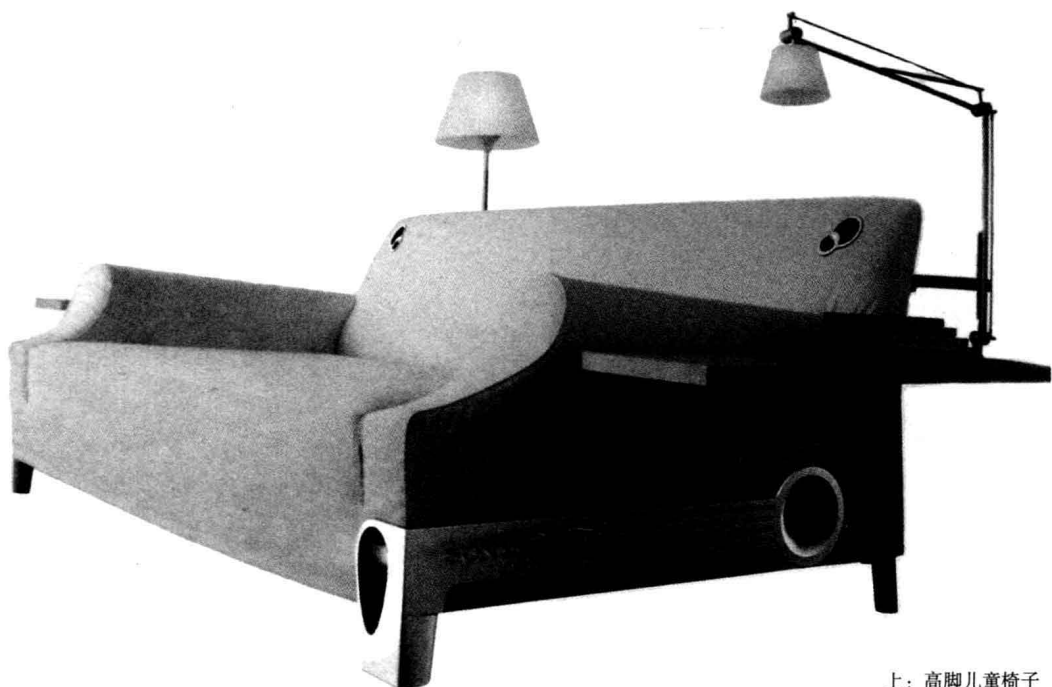
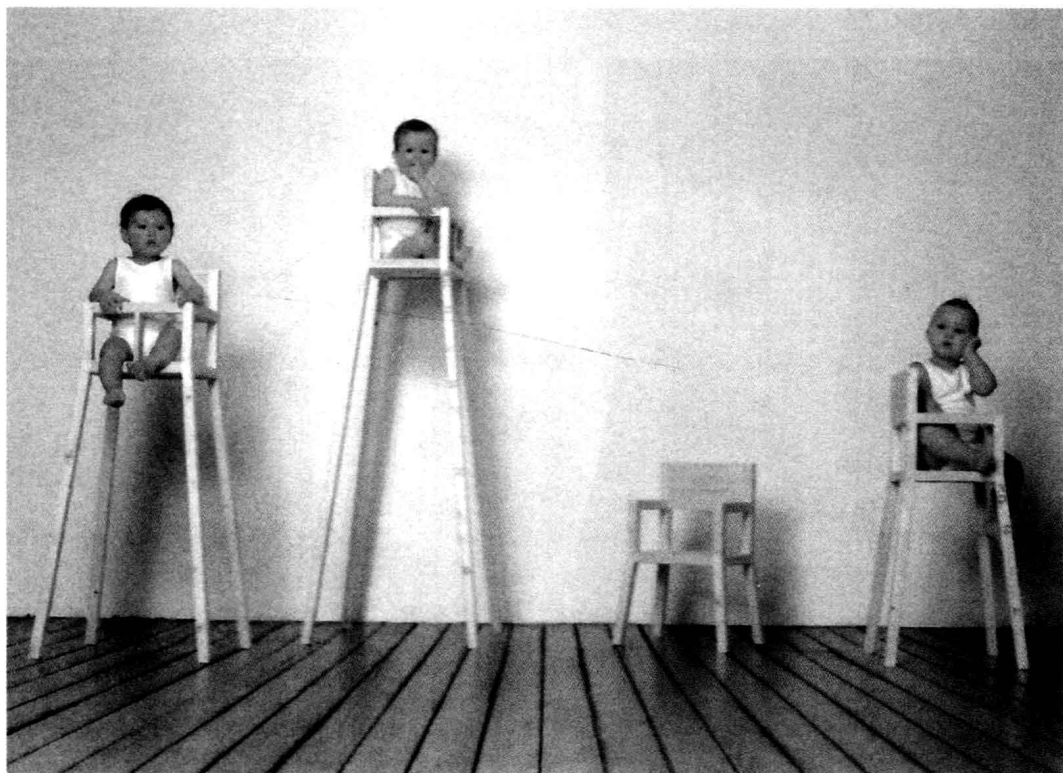


贴身型设计



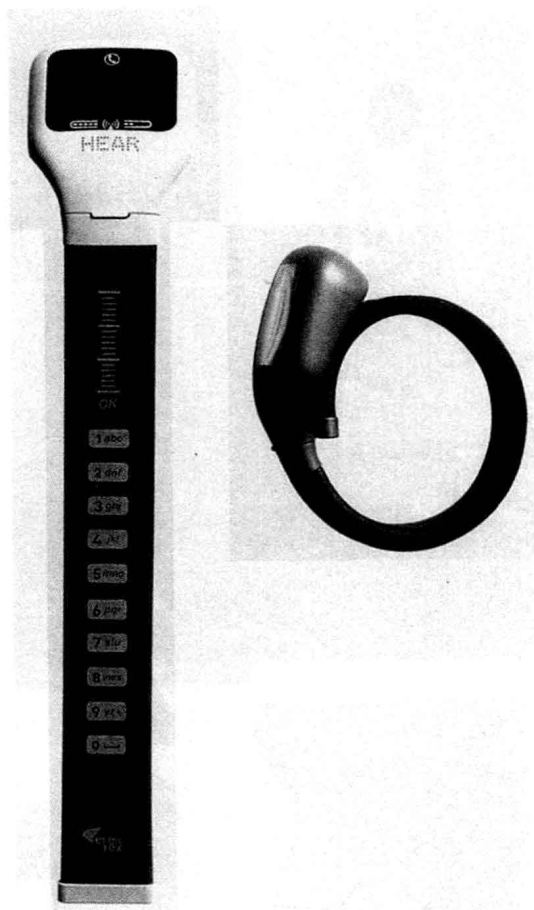
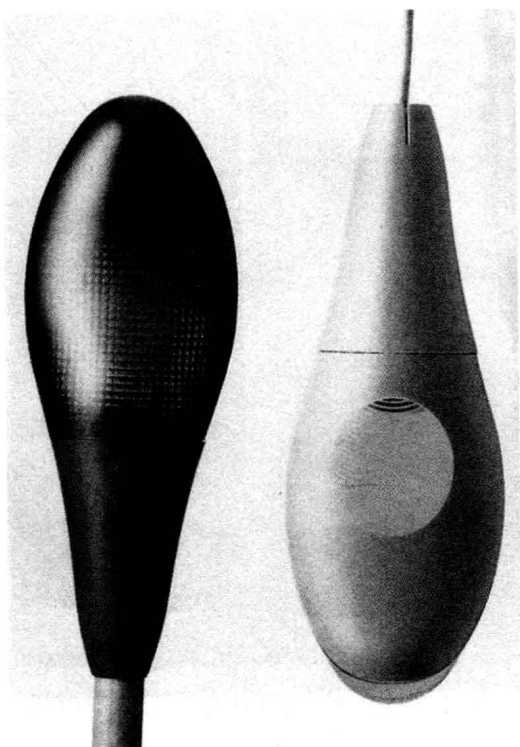
“游牧部落”，贴身电子产品系列
设计，飞利浦设计中心

多功能设计



上：高脚儿童椅子
下：索尼多功能沙发

新材料与工艺设计



左上：灯具设计，1996 年设计，英国
右上：腕表，纺织电子产品，英国
左下：水斗