

設計大師經驗談

創意生活系列

第二版

設計心法 100+1

靳埭強 著

設計大師經驗談

創意生活系列

設計心法

靳埭強 著



設計大師經驗談

創意生活系列

設計心法

100+1

作者 靳埭強
圖片提供 靳埭強
執行編輯 趙鳳娥
封面及美術設計 黎啓妍
出版及發行 經濟日報出版社
香港北角渣華道 321 號
柯達大廈二期 6 樓
電話 (852) 2880 2444
傳真 (852) 2516 9989
網址 www.etpress.com.hk
電郵 etpress@hket.com
出版日期 2010 年 (初版、第二版)
承印 美雅印刷製本有限公司
定價 港幣 \$168
ISBN 978-962-678-620-8

版權所有 不得翻印

出版社已盡一切所能以確保所刊載的資料正確無誤，惟資料只供參考用途。對於任何資料錯誤或由此而引致的損失，出版社均不會承擔任何責任。

【作者簡介】

關於 靳埭強「前無古人，後無來者」

人稱「靳叔」，有人冠稱他是「香港平面設計教父」。

讀者心裡認識的靳埭強，又是一個怎樣的人？

小編在編輯本書的文稿時，嘖嘖稱奇，因為發現靳叔原來在很多個方面都是「前無古人」——

- 第一個同時參加日本大阪博覽會香港館服飾及雕塑比賽而取得雙料冠軍的香港學生（1968）、
- 第一個華人設計師為香港設計生肖郵票（1971）、
- 第一個獲選為「十大傑出青年」的香港設計師（1979）、
- 第一個取得奧運金牌的香港人（在美國洛杉磯奧運會「國際藝術創作展」中奪得了設計類金牌）（1984）、
- 第一個獲得波蘭國際電腦藝術雙年展冠軍的人（而本身卻不懂得電腦 IT ！）（1995）、
- 第一個名列「世界平面設計師名人錄」的華人（1995）……

而對 etpress 來說，靳叔也是「前無古人」，因為《設計心法 100+1》是他為 etpress 親撰的第一本談設計創意的作品；小編深信「後無來者」，這會是香港（甚至是華文地區）一本有關設計創意的經典藏書。

小編嫌以上作者介紹還不夠具體，於是繼續數算列出靳叔的身分——

- 一位大學視覺設計及藝術學院的院長、
- 一位設計顧問公司的創作總監、
- 一位醉心於探求及傳承中國傳統文化的水墨畫家……

靳叔卻截住了，頑皮地插嘴，說自己其實就只是——

- 一個對創意工業發展政策敢怒又敢言的香港市民、
- 一個從事設計四十多年還在學習設計是甚麼的學生……

序

由三角形車輪說起...

【創意是甚麼？設計又是甚麼？】

舉一個例，有史以來，車輪都是圓形的，不如搞搞新意思，設計成三角形，如何？

這個問題其實連小學生都懂得回答！不行。

簡單來說，從力學角度看，圓形車輪靠著與地面平行的軸心作出運轉，圓滑曲線的表面能減少物件與地面的摩擦阻力，再加上引擎推動，車輪便可以一圈一圈地向前運轉，汽車就可以向前平穩驅進了。

可是，如果車輪設計成三角形（或其他任何圖形）的話，軸心轉動時根本無法與地面平滑前進，崎嶇不平，行走顛簸，難以前行。

總之，三角形車輪，創意構思可能值100分，不過不能為生活帶來方便，設計功能上要倒扣101分！

那麼三角形創意運用在汽車工業設計上，實不可為嗎？非也。

右圖是將三角形創意運用於汽車引擎的操作上——

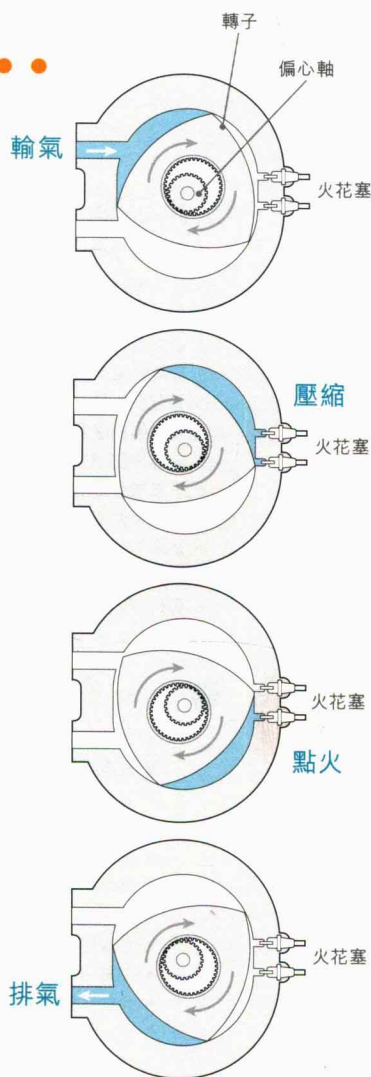
創意不是天馬行空，設計必須可用於生活才有價值，否則都是垃圾。

靳埭強的創意與設計，關心生活，以人為本，這本書分享了他歷年來把多個創意成功融入日常生活的設計案例。

特區政府要發展創意工業、學校要推行創意教育、我們自己要增加創意設計知識，那麼對於靳埭強這本書裡的101個設計問題及101個設計心法，一定要把握讀好！

石鏡泉

經濟日報出版社社長
經濟日報副社長兼研究部主管



簡述創意與設計原理

這是一個轉子引擎，它的基本結構是在一個橢圓形的空間中，放入一個三角形轉子，在引擎管道內形成三面周邊，轉動時便可產生三個工作室，三角形轉子每轉一圈，即可運作吸氣、壓縮、點火、排氣四個程序。

目錄

作者簡介 關於靳埭強 iv

序 由三角形車輪說起•石鏡泉 v

第一章 設計是…

- 設計是甚麼？ 4
- 設計是藝術嗎？ 6
- 為甚麼設計？ 8
- 設計與社會有關係嗎？ 10
- 設計受經濟影響嗎？ 12
- 設計就是要解決問題嗎？ 14
- 設計要解決甚麼問題？ 16
- 甚麼是好設計？ 18
- 美觀實用就滿足嗎？ 20
- 設計可以偉大嗎？ 22

第二章 創意是…

- 甚麼是創意？ 26
- 創意有甚麼標準？ 28
- 甚麼是原創？ 30
- 創意需要靈感嗎？ 32
- 怎樣尋求創意？ 34
- 文化傳承需要創意嗎？ 36
- 創意與哲學有甚麼關係？ 38
- 求異對創意有甚麼意義？ 40
- 創意得自心源是甚麼意思？ 42
- 商業化會影響設計創意嗎？ 44

第三章 設計師是…

- 誰是設計師？ 48
- 怎樣產生設計師？ 50
- 為甚麼當設計師？ 52
- 誰要當設計師？ 54
- 設計師要有天分嗎？ 56
- 設計師要具備甚麼能力？ 58
- 設計師要有甚麼專業技能？ 60
- 設計師有專業資格嗎？ 62
- 設計師要有甚麼形象？ 64
- 設計師應有甚麼專業態度？ 66

第四章 設計專業是…

- 設計是怎樣的行業？ 70
- 設計工作有甚麼職位？ 72
- 怎樣進入設計行業？ 74
- 怎樣創立設計公司？ 76
- 設計公司有甚麼規模？ 78
- 怎樣開拓設計客源？ 80
- 設計師怎樣與客戶合作？ 82
- 為甚麼不接受投標比稿？ 84
- 怎樣釐定設計價格？ 90
- 設計業的前景好嗎？ 92

第五章 設計教育是…

- 怎樣學設計？ 96
- 設計學院的課程包括甚麼學科？ 98
- 職業專科學校的設計課程結構怎麼樣？ 102
- 大學設計教育應培養甚麼人才？ 106
- 為甚麼要改革設計教育？ 108
- 為甚麼設計教育要以中國文化為本？ 110
- 怎樣做個好老師？ 112
- 學術交流重要嗎？ 114
- 怎樣從比賽學習？ 116
- 怎樣發展香港的創意教育？ 118

第六章 視覺形象是…

- 甚麼是視覺形象？ 122
- 怎樣設計中國銀行的標誌？ 124
- 怎樣為企業規劃視覺形象？ 128
- 怎樣為國家大企業規劃視覺形象系統？ 130
- 創業者需要企業形象嗎？ 134
- 怎樣更新企業形象？ 136
- 怎樣找尋商標更新的創意？ 138
- 如何針對原設計的缺點改良企業形象？ 140
- 怎樣更新學術機構的形象？ 142
- 怎樣設計城市形象？ 144

第七章 品牌包裝是…

- 怎樣設計品牌形象？ 150
- 怎樣更新傳統品牌形象？ 152
- 怎樣設計品牌包裝？ 156
- 怎樣設計傳統品牌的新產品包裝？ 158
- 怎樣整合品牌形象與包裝系統？ 160
- 怎樣進一步將成功的產品優化？ 164
- 怎樣在有限的創作空間內優化包裝？ 168
- 怎樣以包裝新形象拓展高端市場？ 170
- 容器可以成為品牌形象嗎？ 172
- 怎樣堅持對品牌設計的分析與判斷？ 174

第八章 書籍設計是…

- 怎樣設計書籍？ 178
- 書籍是平面設計嗎？ 184
- 書籍怎樣設計才能使讀者賞心閱讀？ 188
- 誰是書籍設計師的合作者？ 194
- 怎樣處理作者、讀者、設計師和出版人的關係？ 198
- 怎樣把文化研究融入書籍設計？ 202
- 怎樣處理版面與圖文編排？ 206
- 怎樣設計系列叢書？ 210
- 怎樣設計套裝專集？ 214
- 怎樣讓作者當主角？ 216

第九章 跨界設計是…

- 跨界設計是甚麼？ 220
- 甚麼是跨界合作？ 224
- 設計師有甚麼跨界的機會？ 226
- 怎樣達成跨越國界的跨界設計機遇？ 230
- 跨代合作有甚麼意義？ 232
- 與孩子互動有甚麼價值？ 236
- 跨文化互動設計的意義何在？ 240
- 如何融合跨國工藝與平面設計？ 242
- 動物也可以跟設計師互動嗎？ 244
- 跨專業創作可得著甚麼特別意義？ 246

第十章 快樂設計是…

- 你有條件成為快樂的設計師嗎？ 250
- 首先要令誰人喜歡自己的設計？ 252
- 如何遇上難以預料的成功機會？ 254
- 怎樣的設計作品才稱得上成功？ 256
- 為甚麼要參加設計比賽？ 258
- 為甚麼要做出被認同的設計？ 260
- 設計師如何突破創作頭瓶？ 262
- 設計師有哪些創作空間？ 266
- 設計師應怎樣去爭取優勢？ 268
- 設計生活最大的快樂是甚麼？ 270

最重要一章 當代設計師的態度是…

- 當代設計師要以甚麼態度做好設計？ 274

附錄

- 「新叔100+1個設計心法」索引 276



第一章

設計是...

- 設計是甚麼？ 4
- 設計是藝術嗎？ 6
- 為甚麼設計？ 8
- 設計與社會有關係嗎？ 10
- 設計受經濟影響嗎？ 12
- 設計就是要解決問題嗎？ 14
- 設計要解決甚麼問題？ 16
- 甚麼是好設計？ 18
- 美觀實用就滿足嗎？ 20
- 設計可以偉大嗎？ 22

設計是甚麼？

由上世紀八十年代起，我常到海外交流，結識了很多各地的設計師朋友。所謂「三人行必有我師」，他們常常啟發我的思考，互相學習，得益不淺。

二〇〇七年秋天，我受邀請到台北去講學，在一個晚餐敘會上，遇見好朋友林磐聳教授。他在師範大學歷任要職，現在是台灣國立師範大學設計研究所的所長。他告訴我，他計劃編輯出版一本書，正在徵集設計師寫給他的小字條，讓各位設計師寫下或繪出心中對設計的觀點。他給我一片名片大小的白紙，著我也寫一張。舉手之勞，怎能推搪？

但接下紙條後，頃間竟然不知從何入手。

身為設計師，「設計」本來就是一個最普通的問題，但同時又是一個大問題。

一切 由零開始

回想自己從對設計無知時開始接觸到設計這基礎學科，到機緣巧合地由一名裁縫轉業到設計行業中工作，日間工作晚上進修，邊做邊學。

三年後，我又不自量力地在夜間設計課程兼任教師，教學相長。

我從進修時所學到的基礎，和在工作中實踐的經驗，再加上自修鑽研得來的新知識，編寫教學筆記，邊學邊教。

直至多年後，我兼任香港理工學院（現已升格為大學）夜

註1 林磐聳 生於一九五七年台灣屏東東港鎮，曾任台灣國立師範大學美術學系主任暨研究所所長。多年來投身於企業識別系統（CIS）及海報設計工作。一九八五年出版的作品《企業識別系統 / CIS》成為了研究 CIS 的重要經典，被譽為「台灣設計界導師」。自一九九〇年以來，積極參與海峽兩岸與國際設計活動，推動台灣設計的專業地位。無論在設計實務、設計教育，以至設計推廣上，林磐聳都有極重要的貢獻與影響，因此有「台灣設計界的發光體」之尊稱。

註2 台灣國立師範大學設計研究所



台灣國立師範大學設計研究所
<http://www.ntnu.edu.tw/design>

間文憑課程的講師。早於七十年代末，我在新生的第一課三個小時內，已不需文本，口若懸河，滔滔不絕地講述設計概論。

當年已與友創辦設計製作工作室，開始學習直接服務客戶；學習怎樣經營和管理設計公司；學習怎樣與公司的設計與市場團隊、不同的專業夥伴合作；學習怎樣建立良好的設計專業環境。

八十年代末，我改組設計公司，培養年輕一代設計精英，學習引入新科技、新觀念，提供全面策略性品牌設計營運；並從內地學術交流工作中學習與中國企業建立合作關係。

踏入新世紀，中國現代設計市場漸趨成熟，我學習怎樣開設我們在境內的分公司；學習拓展企業品牌設計到城市品牌設計；學習跨領域跨界別的合作模式……

另一方面，我又學習在內地大學的建制內，怎樣推行現代設計教育改革，試圖建立一所與眾不同的藝術設計學院。

我正在學習的，和還未學習的，還有很多呢！

頃刻間我把過去的影像快速地瀏覽後，毫不猶豫地在那小白紙上寫下：

「我做了設計四十年，還在學習甚麼是設計 ???」

設計心法

學到老設計到老，設計到老學到老

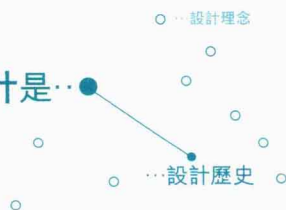
我做設計學生時學用鴨嘴筆；教學生的時候用針筆、後來又用噴筆；現在全個設計行業都用電腦；將來一定又要學用新工具了。

我的設計基礎理念是「包浩斯」³，很快有「後現代主義」⁴湧至，不久又見「解構主義」⁵，在不斷學習之餘，最重要是不去隨波逐流，要努力自我修為，提升自己。

註3 包浩斯 (Bauhaus) 的設計理念存在於一九一九至一九三三年，為德國國立包浩斯學校 (德文：Staatliches Bauhaus) 的通稱。Bauhaus 的德文是由 Bau-Haus 組成 (Bau 即建築，為動詞，是建造之意；Haus 為名詞，是房屋之意)，由建築師沃爾特·格羅佩斯 (Walter Gropius) 在一九一九年創立於德國威瑪 (Weimar)。包浩斯學校對現代建築學的影響深遠。而發展至今日，人們所說的包浩斯，已成為一種設計流派或風格的統稱——「形態來自機能」就是包浩斯所提倡的設計理念。包浩斯對於工業設計、現代戲劇、現代美術等的發展範疇，都深具影響力。

註4 後現代主義 (Post-Modernism) 於二十世紀六十年代成為西方學術及藝術界的主流，是對西方現代社會的批判與反思。二次世界大戰之後，人們開始捨棄當時流行的「現代主義」(即理性、一致、反裝飾的風格)，鼓吹解放藝術，創作出具有趣味性、多樣性、復古裝飾性的設計。

註5 解構主義 (Deconstructionism) 是從「結構主義」(Constructionism) 中演化出來的，是指對於結構主義的破壞和分解。解構，即反結構，其特點為反中心性、反二元對立與反權威性。解構主義的代表人物是二十世紀六十年代的法國當代哲學家德里達 (Jacques Derrida)。德里達認為，任何結構化、制度化的形成，都會使事物停滯、思想僵化，他強調進步需要解開歷史文化和傳統理性的約束。



設計是藝術嗎？

■我曾經讀到一段文字，刊於香港特別行政區政府教育局出版的《甚麼是藝術評論？》第17頁：

甚麼東西，並且需要符合哪些條件，才可以成為藝術作品？任何事物都可以成為藝術作品，但並不是指每件物品都是藝術作品。甚麼東西可以構成藝術作品這個問題，只能從歷史和美學角度回答，試想如果你是十八世紀的一位歐洲商人，對你而言藝術作品必屬於以下其中一類：繪畫、雕刻或建築。然而，對於我們生活在二十一世紀的人，我們對藝術的概念自十九世紀藝術史產生之後已發生了巨大變化。因此，如果連一點皮毛的藝術史知識都沒有，又不了解藝術在過去和現在的界定，就幾乎不可能對任何時期的藝術作出回應……

——韋一空教授（香港中文大學）

我不是藝評人，也不是學者，不宜在這裡討論這段文字有沒有說清楚甚麼才是藝術，但我們不妨參考韋一空教授的建議，從歷史和美學角度去探求設計是不是藝術的答案。

從歷史 看設計

從宏觀的角度看歷史，人類自初民時代就為自己設計製作器皿。翻開藝術歷史的圖錄，不論東方或西方，在遠古時代的藝術品都有不少陶器和銅器。因為在人類歷史初期，藝術本來就沒有分所謂「純藝術」和「工藝」。

希臘二千五百多年前的赤陶酒器和中國四千多年前的馬家窑彩陶，它們的造型和圖紋都能使人動容欣賞，我們都不能否定它們的藝術品質。

這些後來被稱為「工藝」的器物，都是當時人們為了生活需求而設計的具有功能目的的創作。只是當時的創作者不被稱為設計師，也不叫做藝術家。畫家、雕塑家和設計師都是不同年代衍生出來的名稱。

正如韋一空教授所說，自十九世紀藝術史產生之後已發生了巨大變化。歐西工業革命改變了生產的模式，迎合批量生產的需求，產品必須有計劃地規範化，設計師的工作才漸漸形成。

一九一九年在德國創立的包浩斯學院，理性與功能為本的美學也影響了現代藝術發展。

在十八世紀，繪畫、雕刻和建築被視為藝術的範疇，到了二十世紀，建築與設計常被相提並論，設計也漸被稱為一門藝術了。很多現代美術館都收藏了不少優秀的設計藝術作品。

從美學的角度來說，在考古發現的文物中，可鑑證古代器物的審美含量，再看上文提及的希臘赤陶酒器和中國馬家窑彩陶，都是滿足了器物的功能，同時具備了容器本體的造型美與表面圖紋的裝飾美。它們已經符合成為藝術作品的條件了。

設計是藝術嗎？不可否認，而且設計更是具實用目的的創作。

馬家窑彩陶的文化距今已有四千多年歷史，是在黃河上游地區新石器時代的晚期文化，因一九二三年在甘肅省臨洮縣的馬家窑村遺址發現而得名。在遺址出土的陶器中，可見繪有精美絢麗的黑、紅色花紋，反映當時彩陶的製造技術發達精湛。馬家窑文化是中原仰韶文化晚期在甘肅的繼承和發展，故又名甘肅的「仰韶文化」。



馬家窑文化
<http://www.majiyao.com>



馬家窑彩陶

設計心法

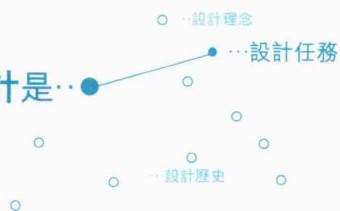
設計得好是藝術，設計不好是垃圾

我從來沒有為了被人稱為藝術家而去做設計。

第一天當上設計師就知道我的工作為滿足受眾的需求，將設計做得好看、令人喜愛，是設計師 / 我的本分。

後來我的設計作品被世界各地美術博物館收藏，這是我始料不及的。

現在我體會到——如果我的設計或繪畫作品被稱為藝術，那並不是因為它的名稱，而是因為它具備藝術的素質，若做得不好都是垃圾。



為甚麼設計？

做設計一定要有目的，因為設計是為滿足人的需求而產生。

人要穿衣，就做衣服，衍生服裝設計；要織布，就衍生布料設計；要縫紉機，就產生工業設計。人要飲食，就做容量食器，衍生產品設計。要記事，就創造圖騰和文字……這些都是設計的範疇。

因此，我們可以說，設計是有目的的創造性活動。做設計的時候，我們一定要弄清楚為的是甚麼，要知道為誰而設計。

設計的目的

如果設計商標，設計者要知道那是誰的公司，是甚麼樣的公司；設計包裝，要知道包裝甚麼產品，是誰用的包裝，是誰用的產品；設計海報，要知道想傳達甚麼訊息，把訊息傳給誰……

若然是你自己要做一個設計，也應問自己為甚麼而做；如果真的沒有為甚麼，起碼要知道自己有甚麼東西要表達。如果毫無意識地做，這很難做成一件設計。

設計一定要有一個明確的目標。



新叔收藏的餅家包裝木刻印，
傳達產品訊息是其功能之一。

設計都有它的功能。有些設計具有單一的功能，如廣告設計的功能是促銷產品或宣傳服務等；另一些設計則具有多種功能，例如包裝設計，一方面要保護商品，同時又要將商品的訊息傳達給消費者，有時候還幫助用家使用產品。現時很多產品設計都要滿足多方面要求，例如手機不單只是部手提電話，它同時是攝影工具，又是一部小型電腦。

因此，設計的首要任務，就是去解決功能的問題。

很多人都說過，設計就是解決問題。這是有一定的道理，但又並非這麼簡單，設計還要滿足人多方面的需求，包括物質與精神方面。



多功能小刀

設計心法

識得問為乜¹，設計乜都得

不問為甚麼就做設計，只可能做出不知所謂的東西。

設計工作的第一步，就是要問清楚「為甚麼」。

要做好調查研究，問得多、問得廣、問得深入，懂得理性分析，針對性地解決問題，才可以做出成功的設計。

註1 乜 讀音 mat1，為粵語，即廣東話字，意思是「甚麼」，全句意思就是：懂得問為甚麼要設計，甚麼設計都能做好。

設計與社會有關係嗎？

設計與社會有著非常緊密的關係。

社會是存在於不同的地域和時代中，人的生活習慣與條件都不一樣，因此，產生在不同社會中的設計會存在著差異性。

不同文化的 不同設計

先舉一例，因為不同地域的人有相異的飲食習慣，所以產生不同的餐具設計——

西方人用刀叉，東方人用筷子，而中、日、韓三國又有不同的筷子設計。中國的筷子長度適中，有竹、木、骨、牙多種物料，日本筷子較短而尖，我們可以從兩地餐桌與進餐習俗的差異去理解；韓國筷子則較長，喜以金屬製成，實在很配合他們燒烤時進食的方便。



不同民族有不同的語言和文字，對設計的影響也實在不少。

在中國人的市場設計廣告，在大陸要用簡體漢字，在台灣和港澳則用繁體（台灣喜稱「正體」），其實台港所用的語調又有所不同，各地又在不同的年代產生不少新詞語（所謂「潮語」）。在設計的用詞用字上都會配合社會的環境而產生變化。

當然，不同的地域亦會互相影響，一些生活元素成為共通的普世習俗。例如歐西文字都用拉丁字母，中國當代亦有拼音字母，因此，字母在視覺傳達上成為通用的符號。一些國際流行的品牌常用英文標準字，在中國要設計一個漢字名稱，如麥當勞¹，但它的「M」字商標就通行世界。

社會在不斷地發展，人類在科學上的成就改變著人的生活，創造了新的經濟條件和日新月異的設計。●

註1 麥當勞 除了以「M」字商標通行中國，「I'm loving it」的中文口號「我就喜歡」也在大陸應用，貫徹其在全球設定的形象。



麦当劳·我就喜欢
<http://www.mcdonalds.com.cn>

設計心法

關心社會發展社會，貼近生活設計生活

設計是為了滿足人的生活需求，與社會習俗、倫理思想、經濟條件與文化背景都非常密切，因此，設計也能促進社會的進步，推動經濟發展，提升精神生活素質、優化人民的生活與文化。

若能熱愛生活，常於生活中汲取營養，思考消化，做設計時自然就有大量生活素材可用於創作，貼近生活就可滿足生活需求了。