



21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材



设计概论

刘海平 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材

设计概论

主 编 刘海平

副主编 崔维国 龚德慧



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书作为21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材之一，其定位是：作为设计专业的理论基础和实践基础，引导学生从设计理论走向设计实践，力求知识准确，将研究性质的理论通过图文、案例的编选呈现出来，力求做到理论联系实践，便于学生掌握。本书适用于高等院校艺术设计相关专业，共六章，分为两个部分：前三章是设计的导论部分，包括设计概述、设计的分类和设计及相关学科；后三章是设计的方法论部分，包括设计师、设计创意和设计批评。

本书可作为高等院校艺术设计类专业的教材，也可作为从事艺术设计及爱好者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

设计概论/刘海平主编. —北京: 北京大学出版社, 2010.6

(21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-17159-2

I.①设… II.①刘… III.①艺术—设计—高等学校—教材 IV.①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 075964 号

书 名: 设计概论

著作责任者: 刘海平 主编

策 划 编 辑: 孙 明

责 任 编 辑: 翟 源

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-17159-2/J · 0304

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者:

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787mm × 980mm 16 开本 印张 千字

年 月第 版 年 月第 次印刷

定 价: .00 元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究 举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

本书编委会

主 编 刘海平（北京师范大学珠海分校）

副 主 编 （按拼音排序）

崔维国（广州大学华软软件学院）

龚德慧（浙江理工大学）

编委成员 （按姓氏笔画排序）

王 萍（景德镇陶瓷学院）

冯可敬（广西教育学院）

刘 科（青海师范大学）

刘 燕（河南机电高等专科学校）

刘 倩（武汉软件工程职业学院）

李 刚（武汉科技大学中南分校）

李 艺（武汉科技大学城市学院）

汪晓娥（湖北师范学院）

何锦传（广州大学华软软件学院）

汤进峰（湖北职业技术学院）

杨飞雄（广东茂名学院）

唐 娟（孝感学院）

蔡 青（中南民族大学）

前言

相比外国现代设计及其教育的发展，中国的现代设计及其教育在20世纪80年代才开始起步，尽管这三十多年来，现代设计及其教育在国内发展迅速，系统的理论著作出版也不少，但随着新兴设计行业的不断涌现，特别是虚拟网络时代的到来，许多设计活动互相交叉发展，这使得设计教育与理论的研究需要不断的深化和完善，针对这种行业的调整和发展，编写适合当前高等院校设计专业系列教材显得极为迫切和必要。

本书作为“21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材”之一，其编写定位是：作为设计专业的理论基础和实践基础，引导学生从设计理论走向设计实践，将研究性质的理论通过图文、案例的编选呈现出来，便于学生掌握。本书适用于高等院校艺术设计专业，分为两大部分，共六个章节：前三章是设计的导论部分，包括设计概述、设计的分类和设计及相关学科；后三章是设计的方法论部分，包括设计师、设计创意和设计批评。

设计活动、设计理论及设计教育是不断发展和完善的，由于我们的学识有限，不足之处，在所难免，恳切希望广大学者、教师、学生及其他读者提出宝贵意见。谨此真诚地感谢本书的编委会各位成员，他们在修订提纲及成书过程中提出了大量宝贵的意见！参与本书编写的有：崔维国（广州大学华软软件学院）、龚德慧（浙江理工大学）、王萍（景德镇陶瓷学院）、冯可敬（广西教育学院）、刘科（青海师范大学）、刘燕（河南机电高等专科学校）、刘倩（武汉软件工程职业学院）、李刚（武汉科技大学中南分校）、李艺（武汉科技大学城市学院）、汪晓娥（湖北师范学院）、何锦传（广州大学华软软件学院）、汤进峰（湖北职业技术学院）、杨飞雄（广东茂名学院）、唐娟（孝感学院）、蔡青（中南民族大学），他们在草拟编写提纲，修订提纲、编写、统稿、定稿、图片编选时均承担了大量的工作。书中附有若干古今中外设计作品的插图，在此一并对图片的作者表示感谢！

刘海平
2010年6月

目 录

第一章 设计概述	1
第一节 设计的本质	2
第二节 设计的意义	10
第三节 设计的起源与发展	17
第四节 中外设计观念的发展	30
第五节 中外设计教育的发展	39
本章小结	43
习题	44
第二章 设计的分类	45
第一节 视觉传达设计	46
第二节 产品设计	56
第三节 空间设计	62
第四节 虚拟艺术设计	67
本章小结	73
习题	73
第三章 设计与相关学科	75
第一节 设计与人	76
第二节 设计与艺术	80
第三节 设计与科技	86
第四节 设计与经济	93
第五节 设计与消费、市场	95
本章小结	99
习题	100

第四章 设计师	101
第一节 设计师的历史演变.....	102
第二节 设计师所应具备的知识素质.....	107
第三节 设计师的类型.....	110
第四节 设计师的职业操守.....	112
本章小结.....	113
习题.....	114
第五章 设计创意	115
第一节 设计创意的基本内涵.....	116
第二节 设计创意的产生过程.....	120
第三节 设计创意的思维方法.....	121
第四节 设计创意的创造技法.....	126
本章小结.....	133
习题.....	133
第六章 设计批评	135
第一节 设计批评的基本概念.....	136
第二节 设计批评的意义及对象.....	140
本章小结.....	147
习题.....	148
参考文献	149

第一章 设计概述

教学目标

引导学生理解设计的起点在于生活，设计的责任在于创造性地改善生活现存状态，从而树立正确的设计观和强烈的设计责任感。帮助学生了解设计艺术的基本发展过程，不同时期设计方法、设计观念以及设计风格的基本特点，提高基本理论素养，深入理解设计现象并掌握鉴别作品的的能力。向学生简要介绍西方现代设计教育探索的过程和经验，以及我国现代设计教育的发展和当前存在的问题，使之正确认识相关课程的主次关系，各门课程的宗旨、目的与特点，更清晰、更科学地进行学习规划。

教学要求

知识要点	相关知识	能力要求
设计的本质	设计与生活的联系；设计要做到以人为本；设计与创造力	树立设计的本质在于创造性地构筑理想生活的基本观念，具备从生活中发现问题、寻找设计主题的能力
设计的意义	设计在促进经济发展上的意义；设计在传承文化、推进文化发展上的意义；设计在提升国家整体实力，促进人与社会和谐发展上的意义	具备强烈的设计责任感，形成能从发扬文化、促进人与社会发展等角度开展设计构思与创意行为的思想习惯与能力
设计的起源与发展	人类设计意识的萌发；中外工艺美术的发展过程；西方现代设计的发展过程	了解人类设计发展的基本轨迹，具备辨识不同时期设计风格、设计特征的基本素养
中外设计观念的发展	中外传统工艺美术思想的基本内容，西方主要的现代设计思想观念	具备从哲学、美学等角度，深入理解和分析古今中外设计现象和作品的的能力
中外设计教育的发展	德国、美国现代设计教育的特点和经验，中国现代设计教育的发展过程和面临的问题	了解自己所在专业相关课程内容的的基本目的、特点和重要性，具备自我规划、自主学习的能力

1858年，英国伦敦，一个叫威廉·莫里斯的年轻人走遍街巷购置装点爱巢的物品时，突然发现要找到自己中意的壁纸、餐布和家具是如此困难，满目的商品是如此矫饰而粗糙，索性找来自己的几个朋友一起按照自己的理想设计布置了婚房——所有家居物品。这一次尝试让这些年轻人充分体验了创造优美生活的激动和喜悦。为了和大众一起分享这份喜悦，莫里斯干脆带着大家成立了一个设计事务所——莫里斯商行，设计生产一些耐用、精致而漂亮的织物、墙纸、瓷砖、地毯、彩色镶嵌玻璃等生活物品。莫里斯等人关于日常生活的审美理想，随着商行一系列商品的面世而逐渐传播开来，从英伦三岛到欧洲大陆，不经意间，这批年轻人的理想撬动了欧洲人的生活杠杆，在西方掀起了一次伟大的设计变革运动——工艺美术运动，世界设计和人们的生活进入了一个拐点，设计由此转弯，开始了从传统工艺设计向现代设计的优美转身。历史的转折似乎就是这么偶然，一切只源于一个人对现有日常生活物品的不满，并进而试图努力改变现状的突发行行为。

面对被各种物象包围、构建的熟悉生活，作为准设计师的你，是否有过像莫里斯一样的不甘心和试图改变的冲动？也许，我们个人的这种冲动不可能再创造或改变历史，但是，这种冲动将是我们深刻理解什么是设计，设计有何意义这些基本问题的开始，是我们知道该怎样做设计，并开始优良设计的起点。

花瓶，是我们再熟悉不过的器皿，你是否尝试过按自己的理想，重新为自己设计一个“花瓶”呢？如果你有了设计的冲动，那么第一步，你会做什么呢？椅子，也是我们熟悉得无法产生陌生感的物件了，同样，如果让你为自己设计一个“椅”，你会首先做什么呢？

不知道正看书的你会提供给我们怎样的答案，相信大部分的人，想到的第一件事情就是去图书馆或者网上翻资料，对吗？这不是一个预言，也不是一个心理测试，而是一个关于设计的基本问题——设计，应该从何处入手？什么是设计？我们是为了什么而设计？

所以，在我们开始之前，请先问自己一个问题：我，知道什么是设计吗？

那么，我们对设计的解读之旅，就从这里开始……

第一节 设计的本质

放眼四望，不难发现，我们已生活在一个设计无处不在的世界中，有人通过设计行为不断地改变与我们生活息息相关的物质世界，也有人不断适应、感受和体验设计带来的新生活。从“茹毛饮血”的远古到“敢上九天揽月”的科技时代，人，依靠智慧的设计创造行为书写了一部人类文明发展史，推动人类不断加快前进的步伐。人类的衣食住行、空间环境、视觉环境、生活方式与生活观念发生了翻天覆地的变化，这一切都直接得益于设计的引导和改进，尤其是随着信息时代的到来，各种资源、媒介日益丰富，数字软件技术的推广与普及，为设计创作提供了信息资源与技术上的便利，风格更替、流行元素变换的节奏越来越快，

设计人员往往习惯了被动地追赶潮流，以时下最流行、最常规的方法应对各种商业项目，逐渐忘记了停下来思考究竟“什么才是设计”这一最根本的问题。设计是满足人类的实际目的与要求吗？设计是以鲜亮的外形刺激、满足人类的欲望吗？设计是时尚、流行元素的创造吗？所谓“名不正，则言不顺”，要充分地了解设计究竟是怎么回事，什么是优良设计，怎样进行设计，为什么而设计等问题，首先必须正本清源地回顾一下设计的基本概念，从观念上理清关于设计的几个本质问题。

一、设计的定义

“Design”，中文译为“设计”或“艺术设计”。何为设计？直到今天，设计仍是一个在随着时代和观念发展，不断演进、拓展而被重新定义的概念。

在西方，“Design”的语义经过了三个阶段的演绎：15世纪前后，意指将艺术家在心中构思的作品现实化，词义限定在艺术范畴之内；18世纪，意指艺术作品的线条、形状在比例、动态和审美方面的协调，与构成同义；工业革命后，现代意义上的设计观念确立起来，“Design”的概念及语义变得宽泛。汉语中“设计”最早是计谋、谋划的意思，20世纪初从日本引入西方现代设计理念时，有学者采用日本转译的“图案”一词代指“Design”，后因“图案”一词容易形成设计创作仅限于二维平面图案创作的误解，又先后采用工艺美术、实用美术、商业美术等称谓指代“Design”，并一直将它作为美术学的一个分支来研究，“Design”指涉的含义更多停留在装饰、美化等意思层面上。20世纪80年代改革开放以来，随着对外文化艺术交流的发展，西方现代设计概念逐步得到广泛传播。从广义上来说，设计最基本的内涵是计划，即为达成目的而设立的方案，以此为基础，则可以说设计涵盖人类历史上所有的创造活动。狭义的设计则是指为达成某种目的而设定的具体的计划或方案中，作品的构成元素，各元素之间的组织关系、形式法则，以及建立在适用基础之上的结构规律等。所以设计的含义包含三个方面：第一是计划、构思；第二是将计划、构想中解决问题的方式表达出来；第三是通过传达之后的具体应用。

总之，设计是为满足特定需要，充分表达对象的意图，而提供的最佳方案，设计是一种用具有艺术审美性的方法，改造生活、帮助大众解决现实问题、实现生活理想的创造活动。正如英国雷切尔·库珀和迈克·普瑞斯指出的那样：设计即艺术，和艺术一样表达大众的理想和渴望；设计即解决问题，是一种目标导向的问题解决活动；设计即创造性行为。

二、设计的起点：生活

设计源于生活，应用于生活，思考设计、从事设计，必须从观察生活、体验生活、思考如何创造性地改变生活开始，生活在继续，设计无终结，设计的本质就在于此：发现生活、改良生活、完善生活、优化生活。设计，永远是从生活出发，从研究人类生活形态出发，从生活的真实需要出发，提出设计构想，完成设计创作，然后通过设计作品在生活中的流通，构筑新的生活形态，形成新的民俗。日本民艺学家柳宗悦受到英国工艺美术运动的领导人之一威廉·莫里斯对日

常生活物品审美问题进行研究的启发，1926年发表了《日本民艺美术馆设立趣意书》，在日本掀起了一场民艺运动，研究民俗器物文化，从研究生活中经典日用物品的艺术性、功能合理性开始，引导公众认识日常器物的审美价值、实用价值和文化价值，认识到日常器物设计中透射出来的优良生活传统在现代社会的转型中可以延续下去，从而帮助日本政府和设计界确立了以民众生活为基础，发展日本本土原创设计的目标，加快了贴近生活、具有日本民族特色的现代设计的发展，促成了柳宗理、杉浦康平、田中一光、原研哉等一批现代设计师的成长。



图1.1 包豪斯标志 奥斯卡·施莱莫

设计的起点在生活，它是一种以生活经济水平、科技水平、文化状况为依据，充分利用科技成果，考虑经济成本与大众文化接受程度，解决生活现存问题的能力。19世纪末，美国芝加哥学派建筑设计师路易斯·沙利文正是依据当时大量生产的玻璃、钢铁等新型工业材料，依据最新的钢筋混凝土建筑结构技术，依据美国商业经济发展带来的巨大财富，在商业城市日益紧缺的土地上设计、建造了立面简洁、鳞次栉比的高层商厦与住宅（如图1.2所示），实现了最大限度地提供实用空间的目的，满足了商业城市经济发展的需要，也为未来现代城市发展新型建筑提供了基本范式。同样，德国设计师贝伦斯和格罗皮乌斯，也是在20世纪初，用钢铁、玻璃和钢筋混凝土结构技术，设计了大量建筑成本低、建筑周期短、空间宽敞而明亮、形态简洁的现代工业厂房，住宅与公用建筑（如图1.3所示），为公众提供了一个不再像传统木构，石构，砖混建筑那样阴暗、沉闷、笨重的新型建筑体和生活空间。这是一个取消等级差别，消除权力、地位象征性，

设计的起点在生活，它是一种以创意思维改变生活、创造新生活的能力。所谓设计，就是通过创造与交流来认识我们生活的世界。好的认识和发现，会让我们感到喜悦和骄傲，设计的魅力就在于此，它总能以新的眼光和思维创造令人惊喜的生活，创造人们始料未及的生活形态。德国包豪斯学院（如图1.1所示）建立的现代主义设计体系，以理性主义的思维和方法，为世界创造了一种简洁、便利、高效的窗明几净的生活；北欧的有机设计，以功能主义结合对民族

生活习俗的尊重，为世界提供了一种温馨、舒适、宜人的生活提案；意大利的现代设计，以现代主义的方法融合本民族文化艺术与传统，为世界创造了一种充满激情、浪漫而新奇的艺术化生活。松下电器公司的创始人松下幸之助将“为了使人们生活变得更加丰富、更加舒适，并为了世界文化的发展做出贡献”作为自己的经营理念，充分体现出了一个企业家对设计的起点、企业发展的起点都源于对生活的睿智思考。



图1.2 高层建筑 路易斯·沙利文

完全平等、民主的建筑形态，一种顺应工业时代社会转型过程中大众文化心理的新型建筑，一个多世纪以来，成为世界现代建筑沿袭的基本范式。

从1851年英国伦敦开始举办世界工业博览会以来，到目前为止全世界共举办了40届世界博览会。各个国家场馆陈列品的设计，充分展现人类在社会、经济、文化和科技领域取得的成就。第41届世界博览会于2010年在上海举行，建造的节能建筑——世博轴阳光谷（如图1.4所示），由大跨度的钢结构与通透的玻璃幕墙组成，6个巨型圆锥状“阳光谷”将阳光自然引入地下，使得阳光自由倾泻下来，有利于空气质量的提高，又能解决建筑的采光问题，节省人工照明带来的能源消耗，充分展示了节能技术与建筑结构技术相结合的最新成果。波兰馆的设计（如图1.5所示），构成感强，建筑结构复杂，立面的装饰图案洋溢着传统文化的气息，充分体现了波兰民族的传统文化与现代建筑科学及建造技术完美结合的现代设计特征。



图1.3 AEG厂房 贝伦斯



图1.4 世博轴阳光谷



图1.5 波兰国家馆设计方案

上海世博会确立了“城市，让生活更美好”的主题，道出了构筑理想生活是现代人类发展的核心。生活，是设计永恒的起跑线。设计，在于从寻常的生活中以批判的精神发现新问题，在平凡中发现各种新的可能性，启发人们追求新的、完美的生活；设计，在于给生活加点佐料，点亮生活，提供给人们新的思考方式和生活方式，体会新的生活品质；设计，在于创造令人感动的形式，通过创造与交流，让大众重新认识我们生活的世界。

三、设计的核心：以人为本

设计，其核心在于“以人为本”。人类都有哪些需要呢？马斯洛的人本主义心理学总结说，人类的需要是分层次的，由低到高分别是：生理需要——安全需要——社交需要——尊重需要——自我实现的需要。生理需要、安全需要属于较低层次的需要，从社交需要（也叫归属与爱的需要）到自我实现的需要，属于精神需要的层次。马克思也指出：“人类自然发展规律，一旦满足了某一范围的需要之后，又会游离出、创造出新的需要。”当人类低层次的需要获得满足之后，便会迅速地产生较高层次的需要。人类的需求是动态的、多元的，设计要做到以人为本，必须细致地分析人在不同阶段的真实需要，必须根据不同的需要层次，寻找应对方案，满足各种需要。设计，必须集功能与形式于一体，集实用与审美为一体，正是为了既满足人类基本的物质需要，又满足人类高级的精神情感需要。

设计以人为本，必须以人的物质需要为本，实现功能、适用性上的完善。美国认知心理学家唐纳德·A·诺曼教授在《设计心理学》中指出，日常生活中我们会面临许多尴尬和烦恼：面对一扇门，却不知该如何开启，不知道是该向里推，还是向外拉，或是向左右两边推移。洗手间的水龙头，不知道该如何出水，不知道是该拧还是该向上、向下或向左右掰，抑或是向下按。这些令人沮丧的经验往往让人们觉得自己总是笨手笨脚，事实上体现的却是设计的不合理，产品功能的严重缺陷充分暴露了设计对人的基本物质需要的忽略。观察人的行为方式，发现既定设计中与人类基本物质需要冲突的细节，加以改造，是实现设计“以人为本”的第一步。

设计以人为本，必须以人的审美需要为本，体现和塑造材料美、技术美与形式美。而时代在发展，人们的审美意识也在不断改变，设计也应该顺应审美意识的变化趋势。传统工艺设计，是从人们对天然材料木、藤、棉、麻、玉石等自然色泽、纹理、质感的欣赏，对巧夺天工的制作工艺的欣赏，对惟妙惟肖的外形与充满生气的平面图案的欣赏等角度，满足人们欣赏装饰之美的审美需要。而现代设计，则是引导人们在亲近天然材料的基础上，



图1.6 维森霍夫椅 密斯

对人工合成材料如镀铬钢、透明玻璃、塑料等，也能体现出新型结构技术的造型之美与现代机械精密加工的工艺之美（如图1.6所示），同时让人们在点线面、渐变、重复、光影色对比等构成法则实现的形式之美的审美认知逐渐丰富起来，以满足了人们追求现代、时尚的多元审美需要，实现设计的以人为本。

设计以人为本，必须以人的情感、文化精神需要为本，满足人类情感表达的需要。福特汽车首席设计师刘家宝（Chelsia Lau）说：“设计是情感的交流，一个好的设计需要有情感的连接，能打动顾客的心，引起共鸣，才是好的设计。”设计，必须实现人与物，人与人的信息传达、沟通与交流。其中，情感信息的交流是至关重要的，因为人们的自我情感、自我价值观都会通过对消费品的选择投射出来，如果消费者与设计物之间不能顺利完成这种情感交流，他将自动终止自己的选择和购买行为。汽车造型设计师需要通过形态、色彩等造型语言，在人与车之间建立起某种情感联系，使原本没有生命的机械表现出人的情趣和感受，富于动感和生命活力，使人车之间产生一种依恋。2009年上海车展开幕式上，奥迪品牌全球设计总监西拉夫接受采访时就明确地指出：“设计取决于情感，我们一直在把情感的元素融入奥迪的车辆设计当中。对于用户来讲，他们做出购买决定时，其实情感元素的比重更大，这要求我们必须把一些情感元素注入车的设计当中。”

设计，不能简单地以强烈的视觉冲击、吸引人们注意，而要善于通过视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉的调动，渗透到人的精神意念中去，唤起人的情感共鸣。如日本樱花玻璃杯的设计（如图1.7所示），巧妙地将玻璃杯底部做成樱花形状，盛满热水的杯子放在纸面或桌面上，自然压印出美丽的樱花图案，杯子拿开后，留下的是满桌满纸烂漫的樱花。虽然杯底清洗起来比较麻烦，但这些和为用户制造的浪漫情趣相比，又算得了什么呢？原研哉在设计长野冬季奥运会开幕式节目册时（如图1.8所示），精心选择、研发了一种特种纸，纸面松软且呈乳白



图1.7 樱花玻璃杯和压印的樱花图案



图1.8 长野冬季奥运会开幕式节目册 原研哉

色，像冬天的雪地，纸面纤维在接触烫印字模时因为受热而发生变化，使得凹陷的文字呈现冰一样半透明的质感，在视觉和触摸感知中，唤起观者对冬季雪地里踏雪足迹的回忆，对冬日冰与雪的记忆。设计中，仅仅在材料选择和设计这一环节，就完美地实现了对“冬季奥运会”主题的形象传达，尊重了人的情感需要，唤醒了观者有关冬日记忆的诗意情绪，加深了观者对奥运赛事的情感依托，实现了设计以人为本，在人与物之间顺利进行情感的交流与连接。

意大利传奇品牌ALESSI公司第三代掌门人Alberto Alessi在《The Dream Factory: Alessi Since 1921》一书中提出了“真正的设计是要打动人的，它能传递感情、勾起回忆、给人惊喜，好的设计就是一首关于人生的诗，它会把人们带入深层次的思考境地”的设计理念，美国设计师格雷夫斯为ALESSI公司设计出品的小鸟自鸣水壶，是对这一以人为本的设计理念的生动阐释：壶嘴的橡胶盖被设计成俏皮的小鸟造型，水煮沸之后，普通水壶中发出的刺耳啸声经过鸟形壶嘴盖，就变成了奇妙的鸟叫声，这种让人愉悦的优良设计，充分体现了对人的情感关怀，也是以人为本的设计需要达到的较高境界。

四、设计的生命线——创造力

设计，是一种创造性行为，创造力是决定设计是否具有生命力的主线。

创造，有两种主要形式：一种是“无”中生“有”的独创，从零开始，从“无”开始，对某种物象进行首创；另一种是“有”中生“无”的再创造，将熟悉的对象陌生化，构想新的可能，从旧“有”中幻生出从没有过的新形态、新理念，而后者是设计中更常见、更具发挥空间，也是更有力量的一种创造。如原研哉所说：“熟悉的日常生活蕴涵着无数设计的可能，并不是只有创造出新奇的事物才算是创造，把熟悉的东西当成未知的领域再度开发也同样具有创造性。”“创意并不是让人惊异它崭新的形式和素材，而应该让人惊异于它居然来自于看似平凡的日常生活，不断地开发出这些创意才是真正的设计。”

就像我们开篇提到的那个问题，为自己设计一个“花瓶”，该如何创造性地解决这个问题呢？芬兰设计师阿尔瓦·阿尔托遗忘了所有自己见过的花瓶，而去品读自己家乡那些湛蓝湖泊神奇的边际线，随手在图稿上记录下那些柔美的轮廓线，创造了Savoy花瓶（如图1.9所示），熟悉的水面被演绎成了美妙的玻璃花瓶，静静地矗立在居室的一角，如静默的时光一样，似水流淌。

打破常规思维定式，形成创新习惯，设计就能出乎意料地在人们习以为常的物象间进行魔术式的替换，给平凡的生活创造惊喜。芬兰设计师阿拉里奥（Eero Aarnio）将香皂盒演变成了Pastil椅（如图1.10所示），使得座椅轻盈美观，可以自由挪移，甚至能够在水面漂浮。意大利经典的波普设计代表作——SACCO椅（如图1.11所示），设计者将城市里遍布的垃圾袋演绎成新型墩状座椅，以皮革和聚苯乙烯颗粒缝制，临近地面，造型轻巧且没有固定的形状，人可以采用坐、卧、躺、倚等多种姿势，座椅内部填充的泡沫颗粒在不同重力作用下自然形成不同的凹面。如此种种，当设计将家具演变成一件玩具时，人们的传统生活方式便因为这种再创造发生了奇妙的变化。



图1.9 Savoy花瓶 阿尔瓦·阿尔托



图1.10 Pastil椅 阿拉里奥



图1.11 SACCO椅 波普

第二节 设计的意义

“设计有何意义”已成为一个不是问题的问题。21世纪的今天，设计在人类经济发展、文化遗产与演进以及社会整体和谐发展上具有的举足轻重的作用与深远意义，早已深入人心。

一、设计的经济意义

设计，是一种生产力。人类所有的物质创造活动与精神创造活动都始于设计。设计是企业与国家提高经济增长速度的重要推动力，所具有和产生的经济价值是无可匹敌的，它是单个经济体——企业提高产品竞争力，实现经济利润最大化的秘密武器，更是国家提高整体经济实力的制胜法宝。

(一) 设计对于企业生存发展的意义

经过50多年的发展，我国已基本实现工业化目标，生产技术水平大幅度提高，成为世界排名第四的制造大国，通过发展加工制造业，扩大外贸出口额，实现了经济的迅速增长。国人曾经为“MADE IN CHINA”的标签周游世界而振奋，而自豪，但是，随着西方经济体逐渐将加工工厂转移到印尼、越南、老挝、非洲等劳动力更加廉价的地域，中国“世界工厂”的优势地位正在减弱。2008年开始的西方金融危机波及中国后，导致我国很多外贸出口企业面临严重的生存危机，大批企业倒闭，工厂关门，这次危机将中国企业长期以来过分依赖原材料出口和技术加工以获取微薄利润，重“MADE”轻“DESIGN”（重视生产能力而忽视自主研发和设计创新能力）的隐患彻底暴露出来。在当今激烈的商业竞争中，只有依靠设计降低生产成本，提高产品附加值，提升产品形象，才能获取高额的经济回报，企业才能持续发展。

设计是如何为企业创造价值的呢？我们不妨先回顾、总结一下人类经济发展的几种形态与人类需要的特点：农业经济形态下，人们追求的是自给自足的温