

创新者

INNOVATOR

比尔·盖茨高度赞扬的 iRiver H10 的设计者
——韩国顶级设计大师金晔世的设计理念
一个引领时尚的人

[韩] 金晔世 著
李旭 译

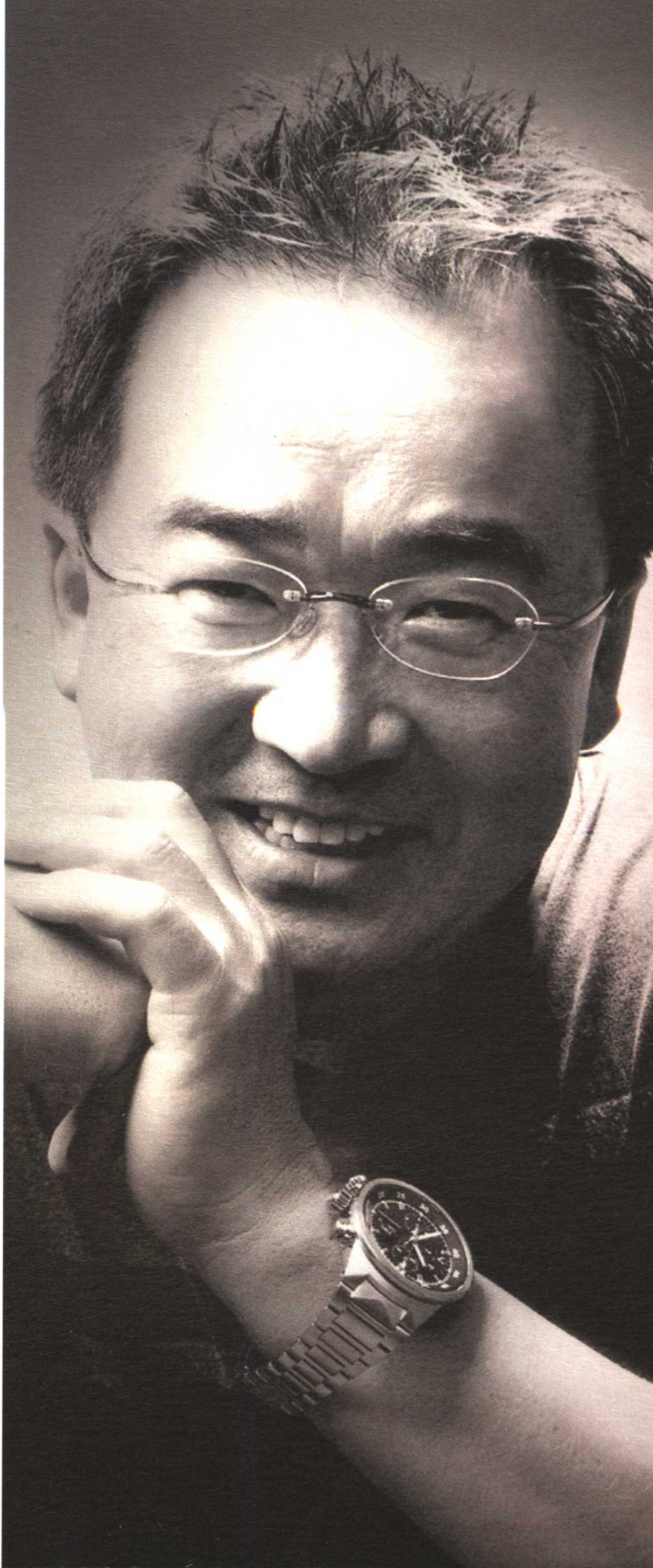
Design is loving others !



为你注入新鲜的血液，
激活你创作的灵感。



经济科学出版社
Economic Science Press



创新者

[韩] 金暎世 著

李 旭 译



经济科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创新者 / (韩) 金暎世著; 李旭译. —北京: 经济科学出版社, 2006.11

ISBN 7-5058-5868-8

I. 创... II. ①金... ②李... III. 创造性思维—通俗读物
IV. B804.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 125379 号

Innovator © 2005 by Young S. Kim

Translation rights arranged by Random House JoongAng Inc.

through Shinwon Agency Co. in Korea

Simplified Chinese edition copyright © 2007 by Economic Science Press

© 2007 中文简体专有出版权属经济科学出版社

版权所有 不得翻印

著作权合同登记号 图字: 01-2005-6261

责任编辑: 张 力 周胜婷

责任校对: 杨 海

技术编辑: 董永亭

创 新 者

[韩] 金暎世 著 李旭 译

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100036

总编室电话: 88191217 发行电话: 88191109

网址: www.esp.com.cn

电子邮件: esp@esp.com.cn

北京中创彩色印刷有限公司印刷

787 × 1092 16 开 14.5 印张 162 千字

2007 年 1 月第一版 2007 年 1 月第一次印刷

ISBN 7-5058-5868-8/F · 5128 定价: 58.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

不要盲目地追随潮流，要推销自信的金晔世被誉为“设计界的教主”，世界著名的工业设计师，其设计的“iRiver H10”被比尔·盖茨盛赞为未来数码生活的代表。20多年来，金晔世开拓了全新的工业设计领域。他曾担任伊利诺伊大学的工业设计专业教授，1986年成为第一个在美国硅谷建立自己的专业设计公司的韩国人。之后他在韩国和中国都拓展了设计业务，其设计糅合了东西方文化，独步于世界设计领域。他所设计的产品曾获得业内最高奖项的美国 IDEA 金、银、铜奖，两次被《商业周刊》选为“年度最佳设计”，并多次获得具有国际权威的设计大奖。现在通过与三星 Anycall 以及 iRiver 的合作让世界认识到了韩国的设计实力。

“画出自己的想像”的金晔世，认为设计师就是把人类的梦想视觉化的人。敢于革新，通过具有创意的思考来实现他的设计核心，用一个词概括就是：Innovation（创新）。推销作为创新者的自信感就是他的设计哲学。他认为能够抓住消费者不断变化的需求的核心力量，是在设计师拥有了直觉、信念、哲学、正直、敏锐的观察力后，通过自己的预感与经验首先看到未来的时候才产生的。本书展现了通过常人难以预测的创意而成功的金晔世的自信感来源以及实现道路。



书中作者所提到的设计并不单纯只是为了使产品的外形看起来更加美观那么简单。作者认为设计就是创新，进而阐述了设计中所蕴含的以爱待人的“人术”道理。这种观点也许对许多人来讲还显得十分新奇和陌生。可是作者以自己的人生经历为基调，总结出 39 种对于设计的观念，浅显易懂地介绍给读者，将我们带入了属于作者个人的“创新设计”的世界。作为世界知名的设计师，同时还能够在商业咨询领域占有举足轻重的地位，构筑起作者这种稳固形象的根本原动力究竟来自于哪里呢？那就是他不畏失败、坚忍不拔、勇于开拓的创新精神，以及动物一样的敏感和对所有消费者们的热爱。而其中最为重要的一点就是对自身的坦率。希望更多年轻的朋友们能够通过这本书感受到作者对于其事业的热忱以及投入，并以他为楷模争相效仿，出现更多像作者这样的设计人才。

朴成柱（KAIST 经营大学院长）

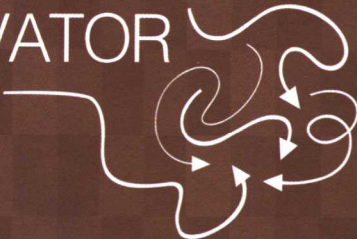
“你那令人惊叹的直觉究竟是从哪儿来的？”每次看到金晔世社长突发奇想出来的绝佳创意，我都会忍不住要这样问他。相信很多人都已经看到设计是未来市场竞争的核心力量。可是若想将设计就是竞争力的道理阐述清楚却绝非易事。这就是我们经常所说的“心里有数说不出”。这本书正是作者从专业的角度为我们讲明了这个道理。作者的笔法深入浅出、剥茧抽丝，使读者朋友们更直观地体会到个中道理。

金晋洙（CJ 购物网代表，韩国营销俱乐部会长）

金晔世在从“无”到“有”的创新过程中，从没有放弃过对于方向性的反省。所以他永远都知道自己在做什么，将要设计什么。也许他就在这一瞬间又有了什么新的创意，正在为将其付诸实践而努力奋斗呢。

闵哲泓（首尔大学工业设计系名誉教授）

INNOVATOR



我希望能够通过这本书，将我多年的工作经验以及

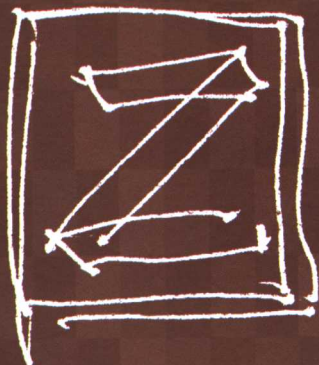
创新的秘诀传达给每一个新时代的年轻人。

不只是在设计业界，同时希望奋斗在各行各业的

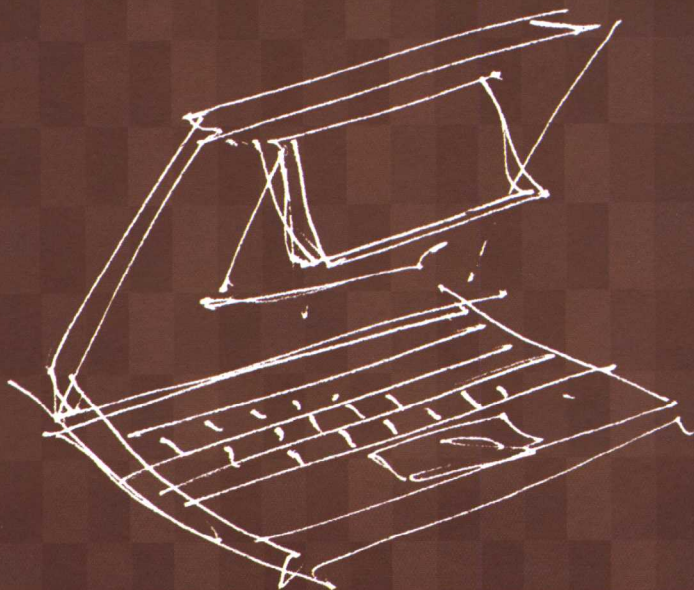
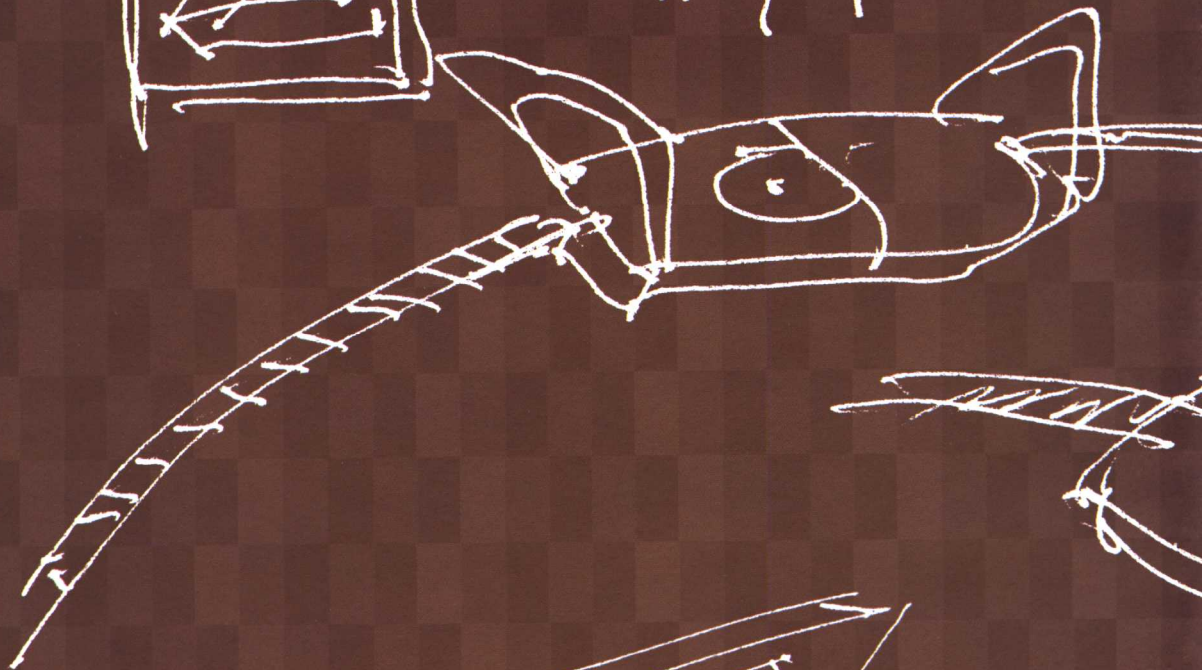
年轻人都能够冲破传统的束缚，

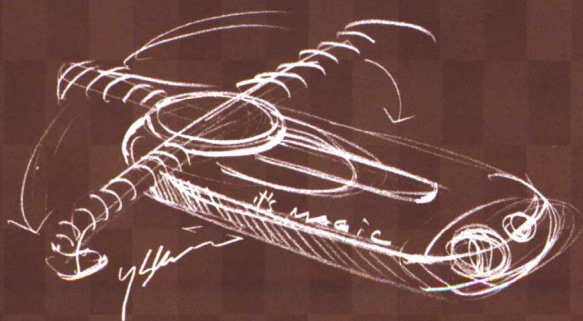
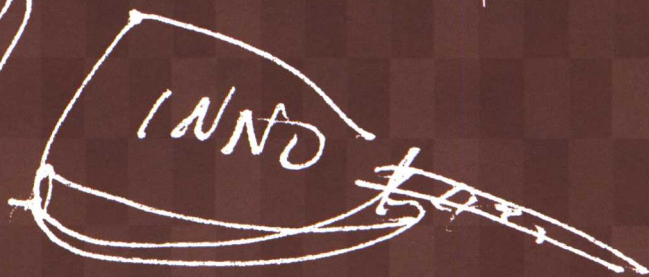
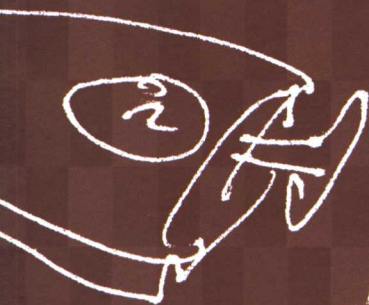
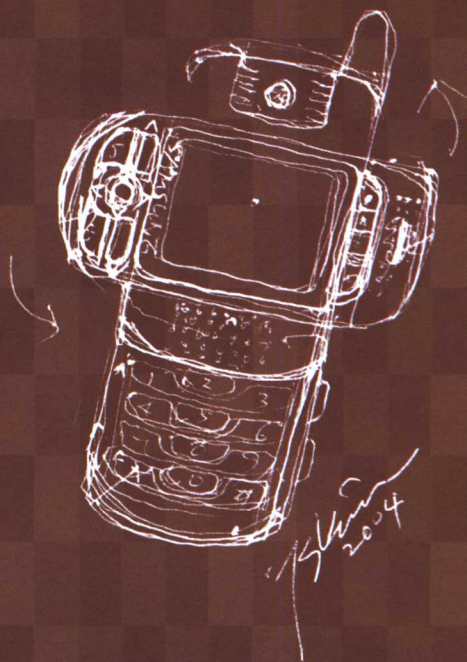
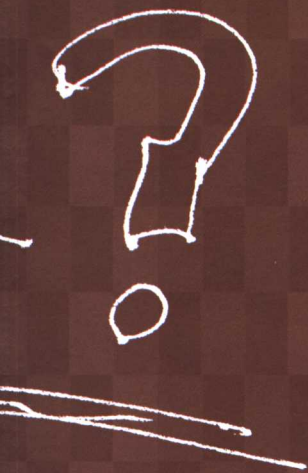
勇于挑战创新的无限高峰！





zipper





设计的根本在于创新

序

事实上我一直认为，设计是提高产品市场竞争力的最后也是最不容易实现的一个环节。韩国经济最初是通过降低产品成本，依靠打价格战才开始被国际市场所认可的。之后才逐渐将重点转向产品质量以及生产流程革新，从而实现了进一步的成长。而现在则是希望通过高新科技开拓更广阔的竞争空间。同时经营者们已经认识到了营销策略以及售后服务的重要性，在这些方面也给予了足够的重视。以上提到的因素在提高产品竞争力方面当然至关重要，可是单凭这些依然显得美中不足。这“最后2%的不足”就需要通过设计来填补。

一诺设计的金暎世社长在本书中以39种不同观点重新阐释了“设计”这一综合艺术的定义。正如书名中所强调的，设计的根本就在于“创新”。书中作者通过自己的生活、工作以及亲身经历，从各种不同角度向我们展示了自己对设计的独到见解，让我们清楚地体会到设计这门学问绝不是简单几句话可以概括得了的。在阅读本书的时候，最让人有切身感受的要数设计是“情感哲学(emotional logic)”的观点了。这也就是作者一直强调的所谓“温厚之情”。设计不仅要调动左脑跟右脑的全部功能，还要融入热爱消费者的那份爱心。

我个人认为一家伟大的企业都是由企业的每一名员工的全部热情以及献身精神所成就的。作者在本书中也一再强调倾情投入工作的重要性。对于设计师或是企业的经营者来说，最为重要的就是能够将所有的热情以及心血投入到自己的事业中去。这本书告诉我们的正是这样一个真理。期待着新一代的年轻朋友们能够勇于创新、敢于挑战，创造更多、更优秀的产品来引领世界时尚的潮流。

郑求铉

三星经济研究所所长

前言

2005年1月11日的早晨，在结束了与公司设计师们的早会之后我便信步走出了位于硅谷的办公大楼。当时脑子里并没有想太多，只是为了喝上一杯香浓的咖啡。虽然公司里也有不错的咖啡吧，可是更想出去走走，呼吸一下新鲜空气。

公司大楼对面的星巴克咖啡馆是我经常光顾的，可今天却没有走进去。我信步走着，不知不觉走进了斯坦福大学校园。接下来的几个小时里，我就这样什么都不想地走在大学校园的林荫路上。或者说是因为脑子里的想法太多，根本没办法将注意力集中到某一个问题上。

记得去年在首尔现代百货商场举办“金暎世设计产品展”的时候，遇到的一个大学生给我留下了非常深刻的印象。他为了能见我一面特地从外地赶到首尔来参加此次产品展。当时他拿出我写的那本《一张价值12亿的餐巾纸》，说自己原本主修的是哲学专业，通过我的书领悟到了“设计=哲学”的道理，于是决定放弃现在所学的专业，远渡重洋赴美国攻读工业设计课程。

他把书递过来希望能够得到我的亲笔签名。接过书我才发现，这本书已经被他翻看得破烂不堪，封面几乎快要掉下来了。书里面到处都是他用黄色的笔画下的重点，甚至还在每一页的空白部分都认真做了笔记，写下了自己的读后感受。我欣然答应了这位大学生的请求。“你真的同意我的观点，认为设计等同于哲学吗？如果只是因为一时冲动而改修设计专业，到时候后悔的话我可不负责任……”

我嘴上虽然这么说，可心里已经认同了他的做法。只要拥有这样的热情，无论经历怎样的艰难困苦相信他都能够最终抵达成功的彼岸。

对于生活在21世纪的人们来说，每一个人都可以说是一名设计师。因为生

活本身就是设计。我们每一个人都在设计并创造自己的人生，而一个人的人生成功与否取决于他是否能够将自己的梦想完美地规划出来，并得以实现。

不久前三星集团李健熙会长带领三星各分公司的社长组团访问了世界著名的米兰家具博览会。在那里李会长组织召开了关于“设计战略”的研讨会。研讨会上，李会长一再宣称“现今带领三星前进的核心力量就是设计”。其实早在1996年的新年致辞中，李会长就已经率先提出了“21世纪企业成败完全取决于其设计竞争力”的观点，并在三星集团内部发起了一场设计革命。他在米兰发表的第二次设计革命宣言，再一次强调了设计对于一家企业的生存发展所起到的重要作用。

李健熙会长的观念里，设计就是创新，就是需要不断创造别人没有想到、前所未有的东西。而在未来将要引领整个世界步入数码时代的先行者们，必然是那些敢于突破、勇于革新的所谓“创新者”们。他们怀揣梦想，对世间万物充满了好奇心，为了实现理想愿意付出一切。当今社会需要的正是这些能够发明创造出全新产品、或是一套更加科学合理的运作系统的革新家们。我认为“创新者”之所以能够亲手设计未来，其原动力来自于对世间万物的好奇心以及单纯地为实现梦想全新投入的那份热情。

我自认为自己是一个创新者，一个深信“设计可以改变世界”的创新者。

自从完成学业、任伊利诺伊大学教授在美国生活、一直到亲手创立“INNO Design”，倏忽间已经过去了20多年的时间。作为一个商人同时也作为一个设计师，这些年来我也在不停地问自己：到底什么才是真正的设计？世上有些词你经常使用，可是却没办法一下子找到准确的语言来为其定义。“设计”就是这样一个词汇。因此这些年来为“设计”找到一个较为恰当的定义也成为了我的主要课题之一。

“设计”这个词在词典里最基本的意义就是“making change...”。这就意味着我们生活中所有的变化源自于“设计”。换句话说，设计就是为实现“变化”而付出的努力。也许很多人在某种程度上都有种对“变化”的排斥感以及恐惧感，可是对于身为设计师的我来说，变化却意味着“挑战”与“梦想”。有了这样的想法就能够使我抵御对未知事物的排斥和恐惧。

若想实现理想中的变化，就一定要对事物怀有“正面的肯定的态度”。我一直认为只有对事物怀有“正面的肯定的态度”，才能够带来具有革新意义的变化。这也是我的为人哲学。

我个人认为设计究其根本就是创新。这本书里我从39个不同角度来进一步阐明了我的这一观点。翻看这本书的读者朋友们应该不难看出，书里讲的是我人生中39个小插曲，同时也是我对人生的39种感悟。从这39个定义中我重新发现了自我，也促使我能够突破旧我，实现了真正意义上的自我完善。我本人其实也像大多数普通人一样对于设计的认识经历了许多不同的阶段：从开始的一无所知到后来的好奇心动，一直到现在体会到了设计的真谛同时也更加看清了“自我”的存在价值。所以在这里我将我人生的39种感悟编辑成书介绍给广大读者朋友，希望能够为大家的生活带来些许“有益的变化”。

我头脑里充满了这样那样的想法，就这样漫步在斯坦福大学校园里。这时妻子发来的一条手机短信打断了我的天马行空。

“I read your article on paper, I am proud of you. From KJ with love”

最近在美国拉斯维加斯世界电子展(CES: Consumer Electronics Show)上，比尔·盖茨作演讲时专门介绍了我设计的iRiver MP3 H10。妻子KJ(锦珠)刚刚

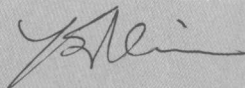
读到了相关新闻报道，于是发来了这样一条短信。比尔·盖茨认为H10是预示着21世纪即将到来的数码时代的象征性产品。这让我再一次感受到了自己设计的产品备受世人瞩目的自豪，同时对于自己的设计也更加充满了信心。

我马上回复了妻子的短信“Thank you KJ,I love you, too.”在这里我希望能够将这本书献给我的妻子，感谢她一直陪伴在我身边，与我共同走过设计的冒险旅程。同时还要感谢女儿秀珍以及儿子润珉，他们对于我的设计永远不吝于批判以及鼓励。并且真心感谢我的母亲，是她的支持使我实现了成为设计师的梦想。

“Design is loving others!”设计以人为本的时代已经来临，这也将是我未来所要攻克的项目。结束了在斯坦福大学的漫步，我重新回到了一诺设计的办公大楼。在那里还有一群与我并肩作战的同事们在等着我。这就是我今后要继续走的路，为了我最最热爱的消费者我将义无反顾！

2005年，于硅谷

金曠世



目录

CONTENTS

- 01 不要只是空想，应该学会想像 · 2
DESIGN IS IMAGINATION
- 02 画出你的想像 · 7
DESIGN IS VISUALIZING
- 03 放弃保守的折中主义，创造与他人的差异 · 12
DESIGN IS MAKING DIFFERENCE
- 04 运用全新的技术创造出全新的产品 · 19
DESIGN IS CREATING NEW USE OF TECHNOLOGIES
- 05 从日常生活中去发现珍宝 · 24
DESIGN IS UNDERSTANDING THE NEEDS OF REAL WORLD
- 06 拥有只属于自己的“黑匣子” · 30
DESIGN IS THINKING DIFFERENTLY
- 07 他人无法预测的创意会带来意想不到的价值 · 35
DESIGN IS INVENTING
- 08 要对自己从事的行业充满爱与热情 · 39
DESIGN IS GETTING PAID FOR WHAT YOU ENJOY DOING
- 09 首先要满足自己的需求 · 43
DESIGN IS MAKING OURSELVES FEEL GOOD
- 10 没有比绝佳的设计更好的沟通方式了 · 51
DESIGN IS COMMUNICATING

- 11 为自己创造一个舒适的空间 · 55
DESIGN IS MAKING COMFORTABLE SPACES
- 12 设计这一行卖的就是自信 · 62
DESIGN IS SELLING CONFIDENCE
- 13 享受“风险生活”带来的乐趣 · 68
DESIGN IS ENTERTAINING LIFE
- 14 把握未来 · 74
DESIGN IS FORECASTING
- 15 要从自身寻找解决之道 · 78
DESIGN IS FINDING SOLUTION
- 16 将自己的意图贯彻到底 · 86
DESIGN IS FOLLOWING DESIGNER'S INTENSION
- 17 成为一个不达目的不罢休的人 · 92
DESIGN IS PLEASING PEOPLE
- 18 不要盲目追逐潮流，要有只属于自己的一贯性的东西 · 98
DESIGN IS CREATING IDENTITY
- 19 不要去忍受不方便的生活，要主动寻找解决的方法 · 102
DESIGN IS MAKING CONVENIENT TOOLS
- 20 要给你身边的人带来快乐 · 109
DESIGN IS APPEALING TO HOUSEWIVES

- 21 为了保护你的创意，就要努力去实现它 · 116
DESIGN IS PROTECTING IDEAS
- 22 “恰当的设计(right design)”要比“好的设计(good design)”更重要 · 123
DESIGN IS MAKING PROFIT
- 23 让生活变得更轻松 · 127
DESIGN IS MAKING LIFE EASIER
- 24 拯救生命的设计 · 132
DESIGN IS SAVING LIVES
- 25 要学会为别人而工作 · 140
DESIGN IS HELPING OTHER PEOPLE
- 26 满足人们对美的追求 · 145
DESIGN IS MAKING THINGS LOOK BETTER
- 27 要成为谈判专家 · 150
DESIGN IS NEGOTIATING
- 28 设计直觉同时也是商业直觉 · 155
DESIGN IS COMPROMISING
- 29 将注意力集中在移动标靶上 · 161
DESIGN IS LIKE SHOOTING FOR A MOVING TARGET
- 30 尝试改变你的经营方式 · 167
DESIGN IS FINDING BETTER WAYS DOING THE SAME THING