

设计管理学

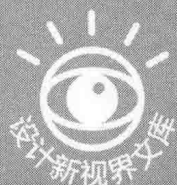
Design Management



成乔明 / 著

设计管理学

Design Management



成乔明 / 著

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

设计管理学/成乔明著. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 12
ISBN 978-7-300-18316-9

I. ①设… II. ①成… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 276577 号

设计管理学

成乔明 著

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京东君印刷有限公司	
规 格	160 mm × 230 mm 16 开本	版 次 2013 年 12 月第 1 版
印 张	21.5 插页 1	印 次 2013 年 12 月第 1 次印刷
字 数	345 000	定 价 46.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

本书是南京航空航天大学学术出版基金项目
“设计新视界文库——设计管理学”（项目号：NR201349）的最终成果

序

一年前的今天，即 2012 年 6 月 2 日，有 5 位诺贝尔奖得主参加了东南大学 110 周年校庆。其中的诺贝尔经济学奖得主、英国剑桥大学的詹姆斯·莫里斯在东南大学指出，产品设计在中国将取得更重要的地位。一位世界著名的经济学家如此关注产品设计，令人深思，尤其令设计从业者和研究者深思。南京航空航天大学成乔明副教授的《设计管理学》就是对设计进行深入思考的成果。成乔明副教授曾是东南大学艺术学（即现在的艺术学理论）的硕士生和博士生，我参加过他的博士论文答辩。捧读他的《设计管理学》书稿，我感到颇为欣喜。这不仅因为他的勤奋和多产，还有另外三个原因。

首先，乔明善于把人文科学知识和社会科学知识相结合。从学科分类看，设计学既属艺术学，又属工学。设计学属艺术学时，它是一门人文学科。我一直主张人文科学的研究者要学习一些社会科学的知识。管理学是一门社会学科。设计管理学是设计学和管理学交叉融合产生的一门新学科。乔明是人文科学的研究者，可是他对管理学百年来的流派、代表人物、理论观点娓娓道来，如数家珍。他不仅对各种管理学观点进行了综合和概述，而且对美国的泰勒、法国的法约尔等管理学大师的观点作出了自己的分析和评价。设计管理学的研究水平与对管理学知识的熟悉程度成正比。乔明对管理学知识的把握，保障了他的《设计管理学》一书的学术水平。

其次，乔明具有强烈的学科意识。学科的定位关系到学科的研究对象和研究方法。第一个给“设计管理”下定义的人是英国设计师马歇尔·法尔利，他于 1966 提出：“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及时解决设计问题。”从管理学的角度看，这则定义中的“界定设计问题”是目标管理，“寻找合适设计师”是人力资源管理，“既定的预算”是成本管理，“及时解决设计问题”是生产管理。乔明给“设计管理”下的定义是：“设计管理是基于各种设计目标，由各层管理者或管理机构对各类设计组织、设计人员、设计行为、设计活动、设计资源进行计划、监督、协调、整合、

控制、总结、创新的活动和过程。”根据这样的定义，乔明认为，设计管理学从一级学科上来说属于设计学，从二级学科上来说属于设计学理论。设计管理学可以自成一个三级学科，即属于设计学理论下的三级学科，与设计史学、设计批评学、设计经济学、设计美学、设计哲学等并列而构成三级学科群。

最后，乔明着力构建设计管理学的理论框架。他提出了设计管理学理论框架的三观层次说：宏观层次是设计行政管理，中观层次是设计事业管理、设计产业管理，微观层次是设计中介管理。设计行政管理是国家层面对设计的管理；设计事业管理包括设计教育管理、设计版权保护管理等；设计产业管理包括环境设计管理、服装设计管理等；设计中介管理包括设计企业管理、设计产品营销管理等。当然，对设计管理学的理论框架有不同的理解，学界正在热烈的争论中。不管怎样，乔明的观点是一家之说。

祝愿乔明取得更加丰硕的研究成果。

凌继尧

2013年6月2日，于南京

前言

设计活动史就是人类的成长史，而设计管理（Design Management）行为从设计活动诞生之日起便开始出现了。当然，设计管理一定也是从简单、模糊，至复杂、清晰，再到系统、完善的。

上溯远古石器、骨器、陶器、简易铜器的制造，经流中古金银器、木器、瓷器、漆器、建筑、桥梁等的制作和建造，直抵近古、现当代机器、电器、自动化产品的生产，都离不开设计和设计管理活动。设计管理和设计本身一样，无时无刻不在。

既然设计管理无时无刻不在，那么对设计管理的理性思考、理论研究就成为不能回避的重要活动。感性的活动和行为只有变成理性的思考和系统的辨析，才能更加有序发展、长期繁荣下去。鉴于此，笔者决定撰写这部《设计管理学》。

一、现有理论综述

现有的设计管理类的著作，基本上都是对企业化设计管理行为或设计企业运营性管理的研究和探讨。设计企业、设计项目、设计产品的市场化运作和设计过程的管理，是目前研究者们关注的焦点。对于政府的设计管理、行会的设计管理、社会化的设计管理等内容，在现有的著作中直接涉及的相当少，专题的讨论还未曾见到。尽管大家都在围绕企业和产品的设计项目、品牌打造、市场营运、设计过程做文章，但各具侧重点和着力点，尚无统一的论述。

目前来看，对企业设计管理和设计产品营销性管理细节方面的探讨似乎是大家都很热衷的问题，如尹定邦、陈汗青等的《设计的营销与管理》，陈汗青、邵宏等的《设计管理基础》，凯瑟琳·贝斯特的《设计管理基础》^①等，都是从设计产品营销、设计品牌管理等细节方面加以论

^① 尹定邦、陈汗青等：《设计的营销与管理》，长沙，湖南科学技术出版社，2003。陈汗青、邵宏等：《设计管理基础》，北京，高等教育出版社，2009。[美]凯瑟琳·贝斯特著，花景勇译：《设计管理基础》，长沙，湖南大学出版社，2012。

述的著作。

设计项目的管理也是一些学者特别感兴趣的话题，这可能与项目是设计活动的主要运营单位有关系。前述三部著作都涉及了设计项目管理，而专论者如杨侃等的《项目设计范围管理》、刘国余的《设计管理》、格里夫·波伊尔的《设计项目管理》^①等，则都围绕设计项目展开或最终都归结到设计项目管理上来了。

对设计与管理之间的关系作出一定探讨和具备一定见地的著作算得上熊嫫的《设计管理》^②一书，该书运用大量的企业案例与研究课题对企业化设计管理相关问题进行了深入探讨，尽管没有追求系统性，但对设计与管理之间关系的辨析与糅合作了较有益的探索。该书从案例和研究课题入手展开理论论述的写作方法也值得注意。

这里有必要提到的是，尽管讨论的是设计企业和产品品牌战略的问题，但能够从宏观视野如社会、政策、法律、金融、技术等大环境入手对设计企业进行环境影响下的营销管理与品牌战略管理研讨的著作是美国学者凯瑟琳·贝斯特的《设计管理基础》。设计活动本就是社会的一个部类，它的发展和管理都是社会化的产物，我们不能深入细部之后就忘记了整体性的社会关系，凯瑟琳·贝斯特给我们提了个醒。同样是从宏观视野入手的研究，法国学者博丽塔·博雅和德·墨柔塔合著的《设计管理：运用设计建立品牌价值与企业创新》^③一书却别开生面，对企业设计管理类型作了理论上的探讨，并得出企业设计管理类型可以分为操作型设计管理、职能型设计管理、战略型设计管理三大类别的结论，由宏观入细微再开放式收手的研究思路，颇有启发意义。从宏观视野入手，通过对设计管理活动的描述，反向研究设计思维、设计创意、设计审美等问题的著作，让人耳目一新，这种反向研究方法就是美国学者特里·李·斯通在《如何管理设计流程：设计思维》^④一书中的独创。

其他类似的著作在研究对象、研究方法、研究侧重点上都不出上述

① 杨侃等：《项目设计范围管理》，北京，电子工业出版社，2006。刘国余：《设计管理》，上海，上海交通大学出版社，2007。[英] 格里夫·波伊尔著，邱松、邱红编译：《设计项目管理》，北京，清华大学出版社，2009。

② 熊嫫：《设计管理》，南京，东南大学出版社，2009。

③ [法] 博丽塔·博雅、德·墨柔塔著，范乐明等译：《设计管理：运用设计建立品牌价值与企业创新》，北京，北京理工大学出版社，2012。

④ [美] 特里·李·斯通著，陈苏宁译：《如何管理设计流程：设计思维》，北京，中国青年出版社，2012。

著作之格局与范畴，所以不再罗列。但品类设计管理方面的著作在相关专业中也能略见一二，这样的作品应当属于设计管理大系统中的类别性、单科性研究理论，如日本研究者中岛宏的《园林植物景观营造手册：从规划设计到施工管理》、英国研究者克林·格雷和威尔·休斯的《建筑设计管理》、韩国研究者金顺九和李美荣等的《视觉·服装：终端卖场陈列规划》^①等都是值得一读的著作。

令人不解的是，所有的这些理论著作都将设计管理的焦点放在企业管理的层面上，对除企业设计管理之外的其他方面的设计管理内容，顶多也就是一笔带过。其实，设计管理的范围很广、设计管理的内容根脉很丰富、设计管理需要关注的着眼点很庞杂、设计管理的学科体系很宏伟，远不止企业设计管理或商业性设计活动这一单调的方面。这也就是本书敢于命名或试着命名为《设计管理学》的动机所在。

二、本书写作的意义

本书旨在建立设计管理学的学科理论体系和研究框架结构。

从现有的设计管理方面的理论著作来看，设计管理方面的理论研究实在是刚刚兴起，设计管理学学科体系的建立谈不上有什么明显的思路，这是一个时机，应当把设计管理往学科体系建立的正路上指引，这正是本书写作的第一要义。

目前设计管理学术方面的研究往往局限于设计企业行为、设计商业活动的研究，大家更热衷于从企业和商业运作两个角度来探讨设计管理，笔者以为这显然产生了偏差，这与真正的设计管理知识体系相距甚远。企业性、商业性的营销与其说是经济学、市场学的主打内容，毋宁说是经济管理、市场管理的重要分支。本书明确认为设计营销是设计管理的子内容，设计管理是包含了设计营销的更为宽广的知识体系，以“窄”代“宽”的研究视角一定要予以更正，这是本书写作的第二要义。

管理学本身就可以分为行政管理、事业管理、产业管理、教育管理、经济管理、财务管理、人力资源管理等，当然还包括研究者们总喜欢一味放大的企业管理。那么设计管理学是否应该也包含设计与上述

^① [日] 中岛宏著，李树华译：《园林植物景观营造手册：从规划设计到施工管理》，北京，中国建筑工业出版社，2012。[英] 克林·格雷、威尔·休斯著，黄慧文译：《建筑设计管理》，北京，中国建筑工业出版社，2006。[韩] 金顺九、李美荣等著，穆芸译：《视觉·服装：终端卖场陈列规划》，北京，中国纺织出版社，2007。

各类管理学交叉融合后生成的分支性设计管理学呢？答案是肯定的。所以，本书有义务、有责任构建出设计管理学可能性的知识体系和发展方向，这正是本书写作的第三要义。

另一方面，设计管理学是一门交叉学科，它属于艺术管理学的嫡系，既是艺术学门类中设计学的一支，又是管理学门类中文化管理学的一支，而与之产生最直接关联的两门学科毫无疑问是设计学与管理学。作为独立学科的设计学、管理学产生较晚，尚不过是第二次世界大战前后的事情，要想在两个尚不完全成熟的学科之上再建立起一个融合性学科不仅很难，而且无法确估时日。正因为如此，笔者更感觉需要写作这部《设计管理学》，起码以正视听。

事实上，政府、行会、企业都在管理设计和设计活动，在某些计划经济国家，政府对设计的管理远甚于企业本身，而在某些市场经济国家，企业亦不是设计管理的唯一主体，行会引导和监管设计的行为更为强盛。这不用花太多的精力去证明，看看公共设施、城市规划、设计版权、文化法律、古迹保护、文物贸易、现代创意的规模化推进等，就可以一目了然。

正是因为目前的设计管理理论只注重对企业性、商业性设计管理的研究，所以《设计管理学》才具有了更为真实的现实意义和唤醒价值。起码，在学科建设、在学校教育、在人才培养方面，《设计管理学》就应该是设计管理学，而不仅是某一方面的管理实务，应该有它自身足够完备、足够真实、足够公正的确认和范正。

学问有两个功能，探寻真理和还复真相。我一直为探寻真理在进行思考，但有时候感觉还复真相的过程更为艰难，真相本身就是真理，还是真理总在真相的背后？

三、本书写作的逻辑过程

从尊重事实出发，通盘把控、抓住根本直至创生出形象逻辑并依赖形象逻辑勾勒出全书“DM”式的内容体系，这正是本书写作的逻辑特征。

（一）尊重事实

设计管理学的归属问题还不是真正的大事，指导生活才是根本。“学以致用”强调的不仅是学习要有所用，更指学问要有真正的用途。设计管理学大有所用。如无设计管理，相信金字塔、万里长城、古罗马

竞技场、巨石阵、泰姬陵、帝国大厦、英国海底隧道等就不会出现了。但在着手写作之前如何构建设计管理学的架构的确是个难题，因为设计管理学涉及的内容实在太多，这不是虚张声势，更不是哗众取宠，因为它就是一种活生生的事实。

（二）通盘把控

设计学的分支很多，凡是涉及视觉的造物活动无一不可以与设计产生关系，而在学科上比较明确的设计类分支就有工业设计、机械设计、艺术设计、建筑设计、道桥设计、环境设计、广告设计、服装设计等。同样，管理学上的分支也令人眼花缭乱，公共事业管理、行政管理、经济管理、企业管理、人力资源管理、财务管理、品牌管理、营销管理等皆已自成体系且相互之间错综纠合、不可分数。笔者在着手写作本书之前，不想不加选择地融合进上述所有内容，把本书写作成乱哄哄的大杂烩，亦不想照搬传统设计学或传统管理学著作的体例，从而丧失掉本书的交叉性特色。于是，如何结合设计学和管理学，构建出自身独有的章节体系就成为笔者长期思考的一件大事。最后笔者决定紧紧抓住设计与管理的交叉点来勾勒本书章节体系，这样既能区别于传统的设计学、管理学体系，又能尽量减少挂一漏万的失误。

因为多就写得杂、写得乱或者干脆就不写或无限放大一点不顾其余，这些都不是治学的态度。既然是交叉学科，就一定得理出些必要的交叉点，由关节点入刀，什么困难都会迎刃而解。但前提是看我们是不是通盘考虑、通盘考察、通盘把控了。不通盘就找不着关节点，只有用放大镜通盘熟悉了全局，才能在显微镜下找到入刀的口径。

（三）抓住根本

设计管理的根本有两个：管理学的核心考察点，设计学的核心基准点。

管理学有基础性或核心性的三维理论，其体系实际上也就是对管理学三大核心问题的探讨：管理者、管理对象、管理手段。谁来管理是管理学的重中之重，即管理者。管理什么？这是自有管理和管理者以来就必须同样预先设定的部类——管理对象。没有管理对象，管理者也就失去了存在的意义。怎么管理？这是管理手段的问题，同时也是方法论的问题。^① 本书在写作过程中遵循这个准则，紧紧围绕着设计管理者、设

^① 参见成乔明：《艺术管理无层级管理模式的研究》，载《长春理工大学学报（社会科学版）》，2012（9）。

设计管理对象、设计管理手段前后伸展拉开了本书的章节构架。设计管理的主干被抓住，枝枝丫丫也就自然产生了。所以，本书第五章、第六章、第七章成为本书理论的核心构架：设计管理者、设计管理对象、设计管理手段。

本书第二、三、四章分别谈论了设计管理的原则、设计管理的方法、设计管理的意义，这演化于“设计”这样一种独特的事物和事件。在做任何设计之前，设计师都要弄清楚设计某一产品的原则是什么、设计某一产品使用的方法是什么、设计某一产品的意义（或目的）是什么。这三个问题没有搞清楚就胡乱下笔的设计师一定是“江湖郎中”，总是拿自己的“无中生有”招摇撞骗。原则、方法、意义实在是设计学的三大核心基准点。既然如此，推衍到设计管理，这同样是设计管理学构架的三大基准点。其实，原则、方法、意义在许多学科研究中已经成为惯常套路，这是研究一门新兴学科必须解决的三个基准问题或基准部件，抓住了原则、方法、意义，探讨主体问题才能有的放矢、忙而不乱、稳步前进、有条不紊。做文章、著书立说就像吃龙虾，掐头去尾，中腹段的肉才是精华。在吃精华之前仍然要先抽筋剥壳才能吞食，吞食消化一个核心研究内容之前先得研究其遵循的原则、执行的方法、具备的意义，这个过程就是对龙虾精华部分的肉抽筋剥壳的过程。

（四）形象逻辑

形象和逻辑似乎是对立的两种思维方式，当然它们中亦存在融合的一面。本书在运行过程中就典范式地让两者融合了。

作为一种理论著说，逻辑思维是根本，但这是设计方面的理论，脱离形象还搞什么设计呢？然而理论就是理论，其核心词还是逻辑，“形象”在这里是一个形容词，用来修饰“逻辑”这个名词，于是这里的“形象逻辑”是一个偏正词组，指的是“形象化的逻辑”，或者是“形象化的逻辑论证过程”。本书的形象逻辑的获得纯属偶然，具不具备推广性就看读者能不能跳出我无意设定的“思维陷阱”。

设计管理的英文名是 Design Management，抽出“设计”与“管理”的首字母，那就是 D、M。这是一种形象。在这两个形象化的字母中究竟有没有隐含着设计管理学的逻辑线呢？或者说设计管理学的逻辑线能形象地表达为字母 D 和字母 M 吗？

下图可以回答我们。

本书的写作体系构架的形象逻辑线恰恰应合了 D、M 两个字母的形

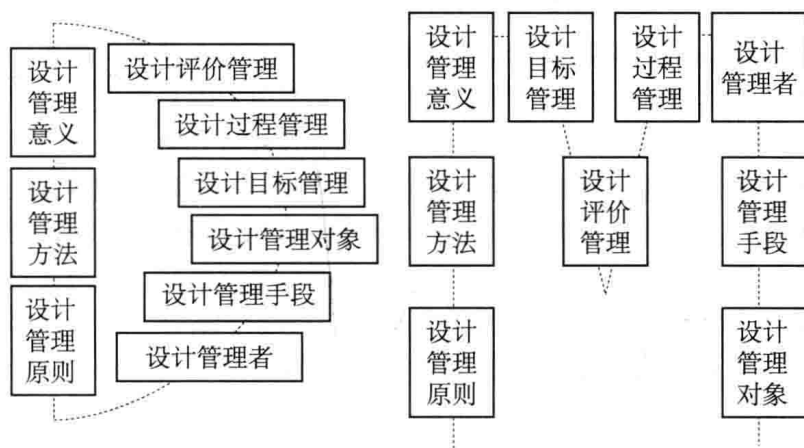


图1 本书写作体系构架的形象逻辑线

象，也蕴含了 Design Management 的意思。

先来看字母 D。字母 D 与弓的造型相仿，弓弦由设计管理原则、设计管理方法、设计管理意义组成，这是弓发力的部分，所谓“射者，弓弦发矢也”^①。有了原则、有了方法、有了意义，一个学科的生长和繁荣就基于此，否则就失去了爆发点和爆发力。弓背是放箭的固定架，设计管理者、设计管理手段、设计管理对象是设计管理学必须明确的内容，而且是最骨干的三维基础知识；设计目标管理、设计过程管理、设计评价管理是建立在管理者、管理手段、管理对象之上的另一半骨干知识体系。设计总得有目标，即标的，没有标的，设计什么、设计到什么程度就如影似沫了；有了目标就一定会经历实现目标的过程，目标是明确的，过程却可能是曲折的，而只有设计过程管理才真正囊括了设计产品成形和出售会遇到的所有管理行为，如人力资源管理、财务管理、时间管理、信息管理、项目管理、品牌管理、战略管理、营销管理等；设计评价管理是必要的，对整个目标和整个过程包括整个的管理行为作出评价才能知得失、才能知成败、才能知对错。所以弓背处的六大内容就成了设计管理学的骨干内容体系，也几乎是全部的主体内容。所谓丰实而精干、简洁而饱满，如此，才能硬背如铁、弦力刚猛。设计管理者是基础，步步上升直抵最高端的设计评价管理；设计管理原则由设计管理者制定，也可以说设计管理原则决定了使用什么样的设计管理者，而设计管理意义不是空口说白话，必须由最高的设计评价来判定，而设计

① 管仲：《管子·形势》。

评价的使命就是要找到终极的设计管理意义，所以弓弦和弓背上下两端是彼此呼应的，字母 D 的形象构成和逻辑内联完全吻合。

再来看字母 M。字母 M 是以设计评价管理为中心而展开的一个形象，因为设计评价最终能对设计管理原则、设计管理方法、设计管理意义、设计管理目标、设计管理过程、设计管理者、设计管理手段、设计管理对象作出评判，设计评价能对与本次设计相关的所有方面给出价值判定，所以将设计评价管理置于 M 的中间节点位置上。左侧是设计学的三大核心基准内容，右侧是管理学的核心考察内容，左右两柱各自独立、自成体系。设计目标管理的结果证明了设计管理的意义所在，设计管理意义要靠设计目标的实现情况来支撑，所以设计目标管理在设计柱一侧且靠近设计管理意义非常贴切；设计过程管理要靠设计管理者来执行，设计管理者的使命就是要完成设计过程的管理，所以设计过程管理必然在管理柱一侧且必须靠着设计管理者。然而目标总是美好的，过程却是曲折的，所以过程的多变性导致设计目标管理和设计过程管理之间是断开的，表示一种模糊、朦胧的关系，最终要靠设计评价管理来证明它们之间是成功的衔接还是遗憾的错失。

四、本书内容导读

本书分十一章。

第一章是“绪论”，论述了设计学、管理学和设计管理学的学科背景、学科现状。

第二章是“设计管理的原则”，分为人性化原则、生态化原则、高效化原则、美学化原则、功用化原则五节来完成，强调了设计既是功用的又是美学的，既要高效率完成又要符合人性和尊重生态的平衡。

第三章是“设计管理的方法”，其中全程控制法和节点监测法是从设计活动的统和分两个角度设置的方法，预先设置法和逆向修订法是从运行的角度设定的方法，单线命令法和互动商议法是从权力的配置模式上对方法的设置。

第四章是“设计管理的意义”，构筑了优化社会形态、美化社会生活、节约社会资源、促进社会发展这四层带有隐藏性递进关系的意义体系。优化社会形态、美化社会生活是设计管理者、设计师、设计评价人首先考虑到的意义，但在优化和美化过程中也造成了社会资源的巨大浪费，所以节约社会资源是在优化和美化基础上需要引起更大关注的高层级意义，也是需要进一步遵守的设计评价原则。

第五章是“设计管理者”，政府、行会被确定为设计管理的宏观管理者和中观管理者，从而明确了设计管理学不应该疏忽和偏废的重要方面，然后才回到企业作为微观管理者的层面上。

第六章是“设计管理对象”，设计人员、设计项目、设计产品、设计信息，以及设计时间、设计后勤保障、设计财务、设计过程等构成了设计管理的对象体系。

第五章是“设计管理手段”，常用的设计管理手段有八种：法制手段、行政手段、行业手段、经济手段、教育手段、科技手段、契约手段、情谊手段，这些无论是对政府设计管理、行会设计管理来说，还是对企业设计管理来说，都是通用的。

第八章是“设计目标管理”，设计目标调研、设计目标预设、设计目标修订、设计目标检验基本概括了设计目标管理的全过程。这四节内容的设定是一种由始至终的过程性、程序性方法和理念的体现。

第九章是“设计过程管理”，设计过程设定、设计过程监控、设计监控反馈、设计过程修整，是根据设计过程管理本身的时间和逻辑推导关系而展开的四部分内容。

第十章是“设计评价管理”，由设计评价人、设计前期评价、设计过程评价、设计成果评价、设计评价方法、设计评价目的六节内容组成，这六节内容也是设计评价管理最重要的六大内容。

第十一章是“结语”。

本书的内容体系融汇了政府行政管理、行会行业管理、企业生产管理三类知识体系，这是设计管理理论研究中的首次尝试，也是到目前为止最为全面的关于设计管理学的完整知识体系。另外，本书没有遵循一般性或传统性管理书籍的知识构架，即按人事管理、财务管理、策划管理、生产管理、项目管理、品牌管理、战略管理、投资管理、消费管理等来执行，而是将这些细微和具体的管理内容融入具体章节之中，从而使本书呈现出独特的、个性化的“DM”内容体系。

五、寄语

写作一部《设计管理学》不是简单的事，在流行生造、抄袭、拼凑写作的时代，笔者不愿意坠入其中、随波逐流，所以本书的知识体系和主要内容皆属原创，起码90%以上的语言表述都是自己的。书中用到的案例和引文有些来自其他文献资料，都已标明，这是学术理论必须具

备的部分，也是学术研究不能完全摒弃的部分。在阅读本书过程中，如果你偶尔能会心一笑，实乃笔者天幸万分。你对笔者本人的褒贬真的很不重要，因为本书，你愿意与我共论设计管理的话题或种种相关的疑惑，于本书、于你我、于设计管理学已是真正的收获。

书本身无言，书本身又有声。我在此端伏案，你在彼端翻阅，都应该是自愿的、无功利的，因为我把心交给你，就没想过一定要得到十分的回报。一个选择了孤独之路却不觉寂寞的作者一定怀有“知我者谓我心忧，不知我者谓我何求”的坦荡与释然！生命会慢慢老去，书一定常读常新，有比这更无私的事业吗？

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 设计学概述	(1)
第二节 管理学概述	(7)
第三节 设计管理学概述	(11)
第二章 设计管理的原则	(24)
第一节 人性化原则	(24)
第二节 生态化原则	(33)
第三节 高效化原则	(40)
第四节 美学化原则	(44)
第五节 功用化原则	(47)
第三章 设计管理的方法	(52)
第一节 全程控制法	(52)
第二节 节点监测法	(58)
第三节 预先设置法	(64)
第四节 逆向修订法	(70)
第五节 单线命令法	(76)
第六节 互动商议法	(84)
第四章 设计管理的意义	(91)
第一节 优化社会形态	(91)
第二节 美化社会生活	(99)
第三节 节约社会资源	(103)
第四节 促进社会发展	(113)