

台灣設計力

The Guide Book to
Industrial Design in Taiwan



台灣設計公司Top 14 設計作品介紹

大可意念 · 點石創意 · U2id 的設計師日記

Claude Zellweger · David Morgan · Gijs Bakker 看台灣設計

探訪設計師的工作桌

企業如何透過「設計」提升競爭力

打造品牌的设计顧問公司

工業設計系在教什麼？

台灣設計科系Index



國家圖書館出版品預行編目資料

台灣設計力 / 積木編輯部 企畫製作；

——初版——臺北市：積木文化出版：家庭傳媒城邦分公司發行，

民95（2006），128面；17 × 23公分——（Design + : 3）

ISBN 978-986-7039-34-7（平裝）

1.設計 2.台灣

960

95021317

Design+ 03

台灣設計力

企畫製作 積木文化編輯部
主 編 王正宜
特約撰稿 周佩蓉（第1章）·李雪如（第2章）·林雅嫻（第5章）

發行人 涂玉雲
總編輯 蔣豐雯
副總編輯 劉美欽
版權主任 向豔宇
行銷副理 翁誌裕
行銷企劃 陳志峰
法律顧問 台英國際商務法律事務所 羅明通律師
出 版 積木文化
台北市信義路二段213號11樓
電話：(02)23560933 傳真：(02)23560914
讀者服務信箱：service_cube@hmg.com.tw
發 行 英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司
台北市民生東路二段141號2樓
讀者服務專線：(02)25007718-9 24小時傳真專線：(02)25001990-1
服務時間：週一至週五上午09:30-12:00、下午13:30-17:00
郵撥：19863813 戶名：書蟲股份有限公司 網址：www.cite.com.tw

香港發行所 城邦（香港）出版集團有限公司
香港灣仔軒尼詩道235號3樓
電話：852-25086231 傳真：852-25789337 電子信箱：hkcite@biznetvigator.com
馬新發行所 城邦（馬新）出版集團
Cite (M) Sdn. Bhd. (458372U)
11, Jalan 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia.
電話：603-90563833 傳真：603-90562833 電子信箱：citecite@streamyx.com

封面·內頁設計 F.O.R. (Focus on Reader Studio)

攝 影 蔡佳展
印 刷 東海印刷事業股份有限公司

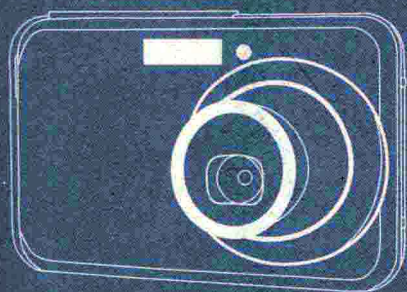
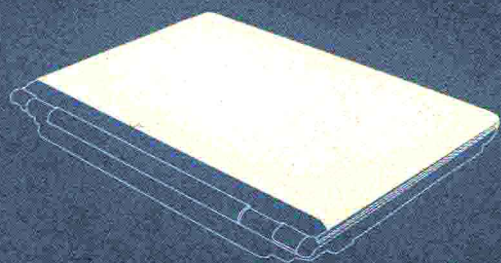
2006年（民95）12月20日初版

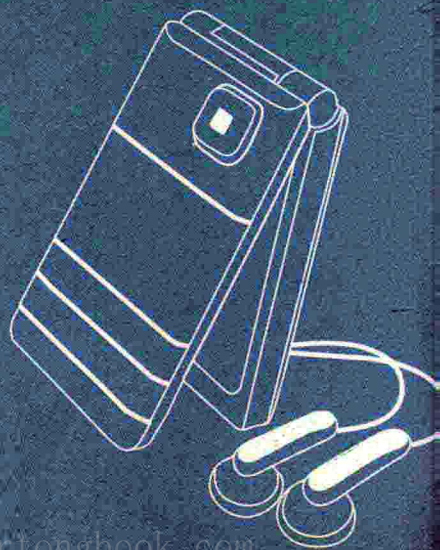
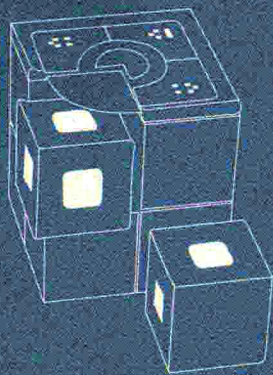
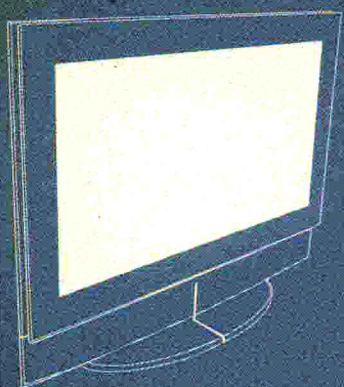
定價360元

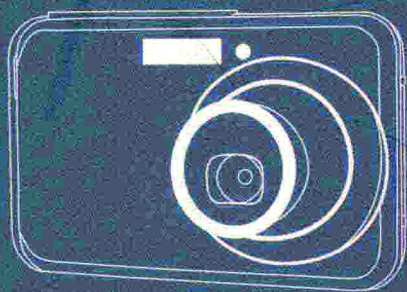
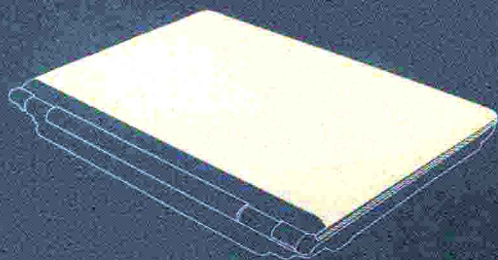
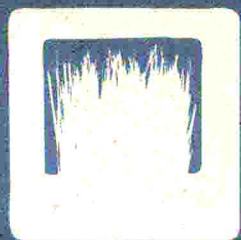
版權所有·翻印必究

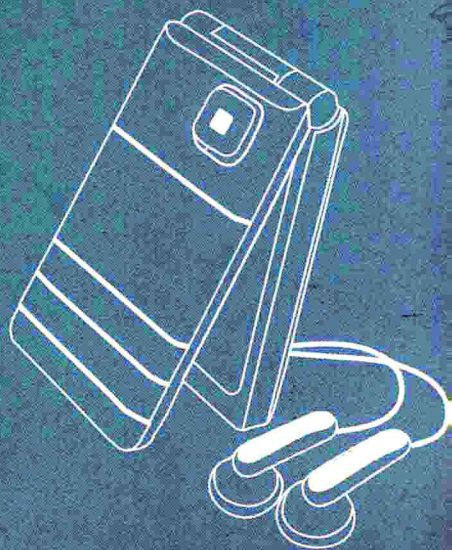
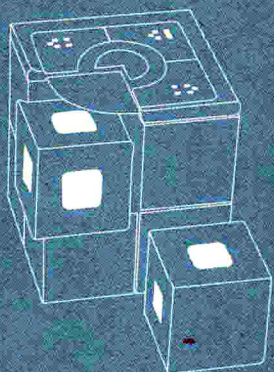
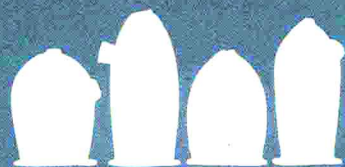
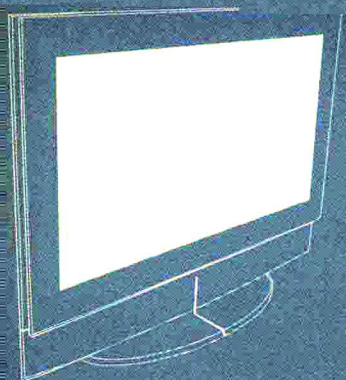
ISBN 978-986-7039-34-7

Printed in Taiwan.









台灣設計力

The guide book to
industrial design in taiwan

企畫製作・積木編輯部

設計讓台灣更有活力、競爭力與威力

國立雲林科技大學設計學院院長・中華民國設計學會理事長（2005~2006） 何明泉

「設計」是一種解決問題及改善現況的方法、程序與能力。

設計要有力，就必須靠好的「支點」與有利的「施力點」。

從表面上看，台灣的設計力，正在浮現、提昇中，然而設計的威力（power of design），似乎還沒發揮作用，尤其在台灣逐漸失去經濟力的當下，設計到底能夠為台灣的社會、產業及文化貢獻什麼力量，非常值得你我共同來關心。

從日常生活、工作或休閒娛樂中，我們經常在做「設計」、使用「設計」或享受「設計」卻渾然不知。好比說如何讓一件工具更好用、包裝產品既美麗又吸引人、使一輛車更好駕駛、用一套舒適優雅的沙發讓顧客感覺更清爽、蓋一棟華麗又有風格的別墅、舉辦一次盛大熱鬧的活動、制定一套系統、制度、策略與政策等等皆具有設計之意味與意涵。但是真要讓大家意識到其存在、體會到其價值、認知了解到其意義、進而鑑賞並善用「設計」，卻不是一件容易的事。

設計在台灣成為一種專業並正式在學校培育設計人才，只不過是近半世紀的事，而在最近十幾年來更受到產業界與政府的重

視，推動「全面提升產品設計能力、品質與形象」，尤其在教育方面各大學院校如雨後春筍般，紛紛設立相關科系，從學士、碩士、一路到博士，領域上從產品、商品、包裝、廣告、意象、景觀、展示到數位、媒體、遊戲、時尚、流行、創意生活等，已建構相當完整的專業學習環境。

幾十年來的學校教育與業界的實務演練總算有了成果，也培養不少優秀設計人才，最近頻頻得到iF、red dot、G-Mark等國際設計大獎，足以證明台灣的設計能力已達國際水準。媒

體爭相報導的結果，設計頓時好像成為顯學，突然受到大眾的關注，雖然值得慶賀，卻也不能沾沾自喜，因為競爭對手正加足馬力全速衝刺中。

曾幾何時，台灣產業已從代工邁入自創品牌的時代，沒有經過設計的產品根本賣不出去，只好尋求專業設計師的協助開發新產品，而較具規模的企業則設有設計部門直屬總經理或總裁，其關鍵重要性可見一斑。這些提供專業「設計服務」的公司或工作室就漸漸形成一種新興的行業，其在經濟體上就形成所謂的設計產業（design industry）。

較完整的設計領域或設計界，除了設計專業（design profession），尚有培育專業設計師的設計教育（design education）、產出新知識的設計研究（design research）及專責設計管理、經營與領

導的設計行政 (design administration)，其各具有不同專長需求與任務導向，實不宜混為一談，而如何能夠各得其所、各司其職，才是設計能力養成與精進的正確方針。

有能力 (capability) 是一回事，如何發揮其威力 (power) 卻是另一回事。以「文化」為主體、以「創意」為核心能力 (core competence) 的「設計力」，如果沒有好的環境與氣候，是無從發芽、成長並發揮最大效益的。尤其是大眾的設計素養 (design literacy)，從上到下、官方到民間、產業到社會、團體到個人等是否在乎設計的價值、意義與效用，將決定設計威力的大與小。

一個善用設計的政府，必定能夠富國強民，建構一個祥和溫馨的社會；一個充分利用設計的企業，必是市場的常勝軍、名牌的標竿；一個懂得設計的現代人，一定能過著獨特風格又有品味的生活。國家以北歐為例、企業以飛利浦 (Philips)、個人以菲利普·史塔克 (Philippe Stark) 為例，設計就像呼吸般地自然，就是他們的「文化」。台灣目前最需要的就是如何讓「創意」成為一種習慣、「審美」成為一種風氣、「設計」自然而然成為生存、生活與生命中不可或缺的元素。

台灣設計基本上學自於其他先進國家，早期設計學術界的教師，也大多留學歐、美、日等國家，設計

學理或理念也源自國外，甚至延攬很多國外設計師、教師、專家等到國內來演講、指導與設計，也因此缺乏在地原生之基礎，不只產品缺乏文化識別性，學術與實務操作仍多依循外來之論述，如何建構台灣設計的核心價值與文化內涵，恐怕是現在台灣設計界的所有成員，必須審慎思考、認真做為的關鍵時刻。

有關台灣設計的書並不多見，有的話大多是政府相關專案報告、年鑑文獻或學術論文等相關著作。此時此刻，本書的出版非常符合時效性與閱讀性，雖然無法涵蓋設計領域的所有構面，內容確已相當豐富，主要包括產品設計專業與設計教育兩大方面，介紹企業如何應用設計自創品牌、設計師做設計的程序、方式與環境、國內設計教育等概況，更重要的可以了解設計與日常生活的關係，使自己不至於成為設計的文盲，讓絢麗的人生失去光彩，是多麼划不來的事；尤其是從國外知名設計師看台灣的设计，讓我們能夠藉由比較客觀的角度，更清晰地看見台灣設計的真面貌，以為未來定位與發展之參考。

台灣要起飛，就得借助各方的力量，勞力、資本力、生產力似已成過去，未來恐怕要靠科技力、創造力、美力、文化力，而這些力的總合就是設計力。設計在先進國家已被證實力量無窮，普遍廣泛被應用為策略性競爭武器之際，希望設計在台灣不再是無用武之地。

站在浪頭上，追求卓越

《數位時代》副總編輯 盧諭緯

算起來，不過三年多的時間，我卻清楚見證了一場台灣社會大轉型的浪潮。還記得2002那年，我只是個才進入雜誌業沒幾年的記者，雖然累積了一些實務的採訪經驗，但對於社會整體脈動的發展，仍然有些一知半解，在某次的題目討論會上，在交換產業動態的過程中，我們隱約覺得產業有些不一樣了，在台灣產業習以為常的「規格」、「功能」這些名詞之外，以製造起家的台灣，冒出了點點新芽，開始出現講求使用者介面、訴求線條美感的取向。做為記錄社會變化的媒體記者，我接到了一個新任務：發現台灣設計力。

這是過去台灣財經雜誌從來沒注意的議題。不像寫園區科技新貴，或是網路創業英雄，就算不認識的人、不熟悉的技術，都有極多的參考資料，而設計，台灣幾乎是一片荒漠，我跟另外兩位小組成員，李雪如還有陳延昇，發揮一步一腳印的精神，從台灣創意中心的前身，外貿協會設計推廣小組為起點，逐步拼湊台灣設計產業的面貌，原來，台灣在設計的領域，並非全然空白，在國際的舞台，也是有傳統的，只是從來沒被重視。

台灣也有好設計

早在1961年，中國生產力中心就成立「產品改善組」，致力於設計推廣，九〇年代，韓國甚至還派人到台灣向外貿協會取經，1991年，Acer的486電腦，得到有設計界奧斯卡獎之稱的iF獎的優良設計肯定，只是，在當時台灣製造實力正在巔峰的時代氛圍下，好的作品，總是曇花一現。當時擔任實踐大學設計學院院長官政能急切地直說，「孕育人才的土壤或許不夠豐沃，但我們一定要不斷學習，要進步，要跟全世界競爭！」

記得為了這個專題去採訪華碩，在踏入華碩大門之前，我對華碩的印象與認識，就是技術很強的工程師團隊，怎麼也想不通，在這樣文化的公司裡，怎麼會有燒錄機獲得德國iF設計獎。但我錯了，當產品經理跟設計師帶著以CD盒為概念發想的作品，還有一台香檳色、體積輕巧到可以放在手掌上的筆記型電腦進到會議室裡時，我真的打從心底讚嘆起來，把產品帶回公司拍照時，所有同事也都忍不住發出一陣陣驚豔之聲，台灣原來真有好設計！

一場嶄新的價值革命，正在展開，而我有幸參與其中。當時華碩的設計部門雖然成立了三年，規模卻很小，全部不過十多人，但成員清一色都具有國外求學的背景，也都有強烈的企圖使命，但在受訪時，設計師還特別交代我，別寫出他的名字，然而，發展到現在，團隊不僅已有七、八十人的規模，這些設計師也開始躍上舞台，侃侃而談他們的設計理念。

高感性的創意價值

今年3月，德國iF產品設計大獎揭曉，全球2,332件參賽作品中，台灣拿下542個設計獎中的28座，首度追平由三星、LG領軍的南韓，明基更奪下10面獎座，成為單一獲獎最多的台灣廠商，而累計奪下世界三大設計賽（德國iF、red dot與日本G-Mark）的總獎牌數也達64面。從整體看，過去三年台灣在全球主要設計比賽累積的得獎數，已超過兩百件。

榮耀不只於此，華碩電腦工業設計師蕭銘楷設計的W1碳纖維寬螢幕筆記型電腦，更拿下50個金獎中的唯一一座台灣金獎座，是台灣有史以來第一次擊敗了新力與三星。

從現實面來看，台灣設計師奪得iF設計大獎，眼前並沒有立刻帶來亮眼的銷售量，對股價的漲停板影響力也微乎其微，但得獎的意義並不在於短期的獲利，而在於台灣企業開始體認到，企業體質必須徹底轉型，資源需要重新配置，藉由經濟產出過程由量變到質變的過程，將著重效率、成本、標準化的理性思維，加入高感性的創意價值，提升企業的競爭力。

「設計，已經讓亞洲企業從原本消費者看不到的設備供應商，躍居為國際規模的品牌，」今年7月，美國IDEA設計大獎名單公布，主辦單位之一的《商業周刊》(Business Week)

評論。國際知名的設計大師菲利普·斯塔克來台訪問時也指出，台灣下游產業的技術實力，對於正在崛起的設計力有極大的加分作用，兩者若能好好結合，台灣將會有令人刮目相看的精彩表現。

前進的力量

對於經濟發展陷入低潮的台灣社會，來自設計的動能，無疑地打下了一劑強心針。設計也開始成為社會中的顯學，全球各地設計大師絡繹不絕來台拜訪，交流並洽談新的合作可能，企業將設計部門位階拉高，參與初期產品規劃及後段行銷，再也不是研發部門下的附屬畫圖小單

位；工作者開始強化美學的修養，各類訴求設計風格的書籍在市場成為熱門書種，近期更將有一所標榜著美學教育的民間學院即將誕生開課。

有著期待、有著焦慮，面對浪潮的襲來，最怕的是站在原地不動。趁著秋天的好氣候，走了一趟台南佳里的蕭壩文化園區，參觀「2006台灣設計博覽會」，吸引我的，不只是15個場館的精彩設計作品，一群穿著運動服的小學生，背著水壺，帶著好奇的眼光，在作品前面吱吱喳喳地討論起來，然後央求著老師幫他們拍照留念。設計，其實就是生活的體驗，在南台灣的陽光下，我看見未來的希望。

Contents

推薦序：國立雲林科技大學設計學院院長 何明泉

《數位時代》副總編輯 盧諭緯

01 世界設計大師看台灣 interview with design master

Gijs Bakker 20

David Morgan 22

Claude Zellweger 24

02 與世界對話的台灣設計 designing to the world

華碩·西屹·明基電通·詰宇·大可意念 30-38

卓嶽·世訊·光寶·ndd·浩漢 40-48

點石創意·薩巴卡瑪·漢邦·U2i.d. 50-57