



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
普通高等教育“十二五”工业设计专业规划教材



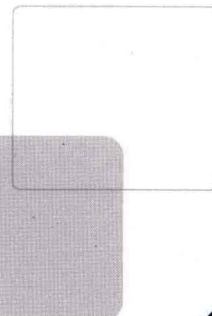
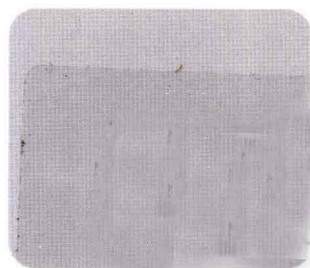
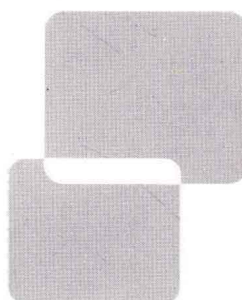
面向21世纪课程教材

工业设计概论

General Introduction of Industrial Design

湖南大学 程能林 主编

第3版



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
普通高等教育“十二五”工业设计专业规划教材



面向21世纪课程教材

工业设计概论

General Introduction of Industrial Design



湖南大学 程能林 主编
湖南大学 何人可 参编
浙江大学 许喜华
湖南大学 宋立新
清华大学 张朵朵

第3版



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书曾作为普通高等教育“九五”、“十五”国家级规划教材(教高[1997]116号,教高[2002]17号),现又经教育部批准为普通高等教育“十一五”国家级规划教材(教高[2008]4号)。依据工业设计利用技术的进步去创造更好的人类生活条件,促进多种文化间的对话,追寻身体与心灵的完全和谐的时代要求,本书在第3次再版时,除保留原书的基本构架外,作了较大篇幅的内容更新,如加深了设计与文明、文化的关系,设计与人和物的关系的描述;增加了工业设计的特征、工业设计的原则、设计与美学、设计与符号学、设计与形态学等篇章,体现出设计学科与多种学科的关系和本书的特色。设计是为地球上一切有生命的东西而存在的,因此,本书的中心内容仍然是把握从人的需要出发,回归于人的设计理念。

本书可作为高等院校工业设计专业及设计艺术类专业本科生的教材,也可作为工学、文学、经济及管理理学相关专业的选修课教材,同时可供从事工业设计工作的人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

工业设计概论/程能林主编. —3版. —北京:机械工业出版社,2011.6
普通高等教育“十一五”国家级规划教材 普通高等教育工业设计专业规划教材
面向21世纪课程教材
ISBN 978-7-111-34245-8

I. ①工… II. ①程… III. ①工业设计-高等学校-教材 IV. ①TB47

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第109035号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)
策划编辑:刘小慧 责任编辑:刘小慧 牟桂玲 任正一 版式设计:霍永明
责任校对:赵蕊 封面设计:张静 责任印制:杨曦
北京圣夫亚美印刷有限公司印刷
2011年8月第3版第1次印刷
210mm×285mm·19.5印张·431千字
标准书号:ISBN 978-7-111-34245-8
定价:46.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010)68326294

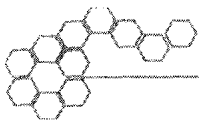
教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010)88379649

封面无防伪标均为盗版

读者购书热线:(010)88379203

设计与设计教育其实是两回事,接受不接受设计教育的人都会设计。在当今社会中的每一个人,只要其行动是意在改变现状,使之变得更完美,其行为就是设计性的。这样说来,人人都会设计。人人都在对一连串的事或物作出判断和决定,就和说话、走路一样自然。设计对任何人而言,一辈子都在探讨生活的一种方式。但是对于设计教育来说,无论是“由技入道”,还是“由理入道”,都要对“为什么”的问题作出评价,而不是“如何做”的问题。要鼓励学生对事物充满好奇心与主动探求问题的学习态度。工业设计教育研究的是适合人的技术,要求学生从人的需要出发对产品进行系统研究,将形态形成过程中的机能、文化、技术、艺术、经济等各种要素统一起来进行产品



的规划。工业设计教育要求学生具有广泛的工程知识、美学知识以及与设计有关的市场学、设计心理学、生理学和社会科学知识,还要具备一定的表现交流能力。而且工业设计更强调创意的重要性(不单是技术上的追求),要求学生具备一定的创造力、概念力和表现力,甚至有一定的领导和管理能力。但在知识和能力上要求既不可过分工匠化,也不可过分学术化。总之,“会设计”和“懂设计”是两回事。

我国的设计教育如何在国家大众教育的背景下培养合格的设计人才,如何避免在培养过程中太专门化、太实用化、太功利化是一个一直进行探究的课题。技术知识、技术方法可以传授,设计不能替代,创意只能启发,只能在教师的启发下去“领悟”。德国设计教育家雷曼教授在教学中提倡的归纳法,就是从大量的现象、大量的资料信息中总结归纳出一个主题,在主题中表现出自己的创造性思维和才干,运用对创意研究的结果,以发散式的思考刺激想法。在设计中采用归纳的策略已经证实对非逻辑及理性之产品的习作是适合的。

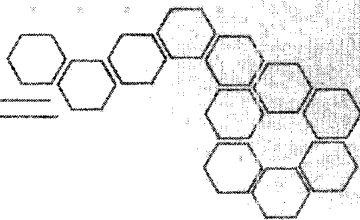
美国耶鲁大学校长理查德·奈温说过:“通才教育以教育本身为目标,与实际功用无关,它主要是为了培养学生自由思考能力,除此之外别无其他目的。”他强调通才教育不是教我们去思考什么,而是教我们如何去思考。他认为每个人都必须独立去寻找自我,面对自我,才能真正发挥通才教育的效用。奈温校长认为好的学生必须有强烈的好奇心,有开放的心灵,有独立的思维,有个性。这些话不仅对于一般的高等教育,就是对于我们从事设计教育的学科来说,也是有所裨益的。

基于上面的思考,在《工业设计概论》(第3版)的修订中,修改与补充的篇幅较大,除整体的框架不变外,展望未来设计发展的新的趋势,加深并拓宽学生的文化视野与修养,增加工业设计的特征、工业设计原则、设计与符号学、设计与形态学、设计与美学等新的章节,目的是提高学生对造型感觉的独立判断能力。当然,整合的结果使全书仍然牢牢把握住从人的需要出发,回归于人的设计理念。

本书共十三章,参加编写的有湖南大学何人可教授(第三、六、七章),浙江大学许喜华教授(第四、五章),湖南大学宋立新副教授(第十一、十二、十三章),清华大学张朵朵博士(第八、九、十章),湖南大学程能林教授(第一、二章)。全书由程能林教授主编。湖南大学设计艺术学院研究生李文杰、姚湘、蔺薛菲为本书收集资料,在此表示感谢。

由于编者水平和学术有限,书中难免有缺点和不妥之处,恳请读者批评指正。

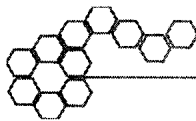
程能林



第2版前言

工业设计是我国一个新兴的、综合性的应用型专业。我国加入WTO以后,工业设计将对我国创造自己的知名品牌和知名企业,树立中国产品的形象和地位,发展有中国文化特色的设计风格,增强我国企业和产品在国际、国内市场的竞争力,促进国民经济的可持续发展起到特别重要的作用。工业设计是人类设计创新能力在工业生产过程中的体现。在现代经济体系中,工业设计正在向着产业化的方向发展,从消费者与市场的终端拉动生产的发展、资源的合理使用和效益最优化,极大地丰富了人们的精神与物质生活。工业设计的理念和方法还进一步地从工业生产领域扩大到其他创造性领域,充分发挥合理组织生产要素、跨行业优化资源配置的作用,形成知识经济时代最有活力的服务型、主导性产业。人类设计创新思维在经济成长及文化发展中的重要性已经越来越清晰地显现出来。

进入21世纪,我国的工业设计和设计教育都发生了巨大的变化。随着社会主义市场经济的发展和完善,工业设计受到了前所未有的重视,无论是国家还是企业,对于工业设计的意义和作用的认识,都有了很大的提高。国家发展改革委员会为了适应新形势的需要,进一步全面提升我国的综合竞争力,加快我国工业设计产业的发展,正在制定工业设计产业发展政策。产业政策的制定和实施,对中国工业设计的发展有着十分重要的意义。近年来,高等教育正面临由精英教育向大众教育的转变,在这种大的背景之下,工业设计教育也经历了井喷式的大发展。截至2005年的统计,在教育部备案的工业设计专业就达230个,在全国设立最多的工科专业中名列前8名。如何在大众教育的背景下培养出合格的设计人才,满足国家工业设计发展的需要,是工业设计教育面临的挑战之一,也是设计教育发展和改革需要深入研究和探讨的重要课题。另外,随着我国的经济逐步从“中国制造”迈向“中国设计”,我国工业设计必将在国内和国际两个舞台上与国际设计界展开竞争,设计教育的国际化也将是工业设计教育的研

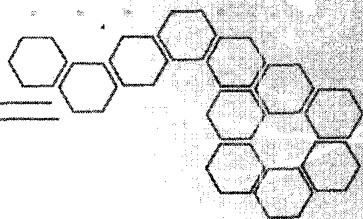


究课题。

为了促进我国工业设计和工业设计教育的健康发展,在教育部的指导下,高等教育工业设计专业教学指导分委员会组织有关院校的专家、教授编写了一套工业设计专业“十五”国家级规划教材,本书就是其中之一。本书的作者都是在我国设计教育界辛勤耕耘多年的资深教授,有较深厚的理论基础与丰富的实践经验。本书的第1版曾被列入“九五”国家级重点教材和面向21世纪课程教材,先后印刷了8次,深受读者的好评。本书的第2版在上一版的基础上,根据近十年来工业设计发展的趋势和最新研究成果,进行了较大幅度的修改和补充,加强了工业设计与文化、工业设计与社会发展等方面的内容,使之更加完善。本书由浅入深,图文并茂,既可作为工业设计专业的教材,也可作为理工类、经济类、管理类等相关专业的选修课教材。

教育部高等教育工业设计专业
教学指导分委员会主任委员
何人可 教授
于岳麓山下

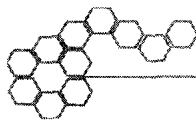
第 1 版前言



第 1 版前言

工业设计学科是科学与美学、技术与艺术统一的综合学科，是艺术、技术、经济多学科知识交叉联系的完整体系。它要求以科学的思考 and 艺术的陶冶为基础，对学生进行创造力培养的综合训练。美国最著名的设计大师雷蒙德·罗维（Raymond Loewy, 1893—1986）曾经说过：“当我能够把美学的感觉与我的工程技术基础结合起来的时候，一个不平凡的时刻必将到来”。当代科学家、诺贝尔奖获得者李政道博士在我国召开的“科学与艺术展览”开幕式上所作的“科学与艺术”的专题发言中曾指出：“科学和艺术是不可分割的，它们的关系是智慧和情感的二元性密切关联的。伟大艺术的美学鉴赏和伟大科学观念的理解都需要智慧，但是随后的感受升华和情感又是分不开的。……艺术和科学事实上是一个硬币的两面，源于人类活动最高尚的部分，共同基础是人类的创造力，它们追求的目标都是真理的普遍性、永恒性和富有意义”。

随着现代化过程的推进，我国正在逐步走向一个从根本上改变生产方式和生活方式的科技信息时代，工业设计在创造物质文明和精神文明中，通过艺术与工程的一体化来提高人们的生活品质，扩大人类活动的文化领域，增加产品在国内外市场的竞争力，其作用正越来越重要。由于中国工业设计起步较晚，高水准的专业设计人员匮乏，不少企业的工业设计工作目前乃至今后大多仍依赖于工程技术人员来完成或配合完成。尽管设计是所有工程领域中都具有的一种技术决策活动，一项成功的设计综合了技术的、经济的、社会的、生态环境的诸多因素的思考，以及与产品制造阶段密切联系的构思与决策，但是如何在产品设计与开发过程中作出一定的审美判断，如何在实际工作中把物化的工程技术与文化、环境、美学、市场等设计要素结合起来，协调产品及其系统与人（使用者、消费者）的关系，协调人一机—环境的关系，涉及生理学、心理学、社会学、经济学等范畴，涉及人类的需要及偏好，以及在不确定情况下作出抉择的价值判断，这些并非一般的教育所能解决的。基于这样的思考，全国高等学校机械工程类专业教学指导委员会工业设计



专业指导组向国家教委提出编写一本适合理工科院校学生使用的《工业设计概论》限选课教材的申请,目的是普及工业设计的基础知识,介绍工业设计与各门学科的关系、工业设计的一般过程和设计程序、以视觉语言表达为基础的设计艺术内容,对现时国内培养高等工程技术人才过程中全面提高素质教育具有一定的现实意义,尤其在当今知识经济迅猛发展、科技信息瞬息万变的形势下,对改革人才的培养模式,调整知识结构,拓宽专业知识,大力加强学生想象力、创造力和表现力的培养能起到不可低估的作用,同时也对提高大学生的艺术及文化素质,培养有一定审美能力和设计创造能力的综合性人才有着重要作用。这本教材经过专家评审,已被国家教委批准立项为“普通高等教育‘九五’国家级重点教材”(教高[1997]116号)。

《工业设计概论》是一本供工学、文学及经济、管理相关专业本科生使用的限选课教材。本书较系统地概略介绍了工业设计学科的特征及覆盖的领域,通过对工业设计简史、设计与文化、设计与相关学科、设计与市场、设计与环境等专题介绍,让学生全方位、综合性地把握技术与艺术、设计与文化的相互关系,拓宽学生文化视野,启发学生的创造性思维,培养自觉的设计意识,将本专业的知识与设计观念有机地结合起来。在工业设计实务方面,通过对工业设计三个主要领域——工业产品设计、视觉传达设计和环境设计的程序和方法的介绍,使学生对工业设计的实际运作过程有一定的了解和兴趣,通过进一步的训练和实践,可以从事一些初步的工业设计工作。本书还将从不同的角度展望未来工业设计的发展趋势,以适应对跨世纪人才培养的需求。由于工业设计与造型艺术有密切的关系,本书安排有较大篇幅的插图,图文并茂,以帮助学生理解工业设计的形式要素,培养学生的视觉审美能力。

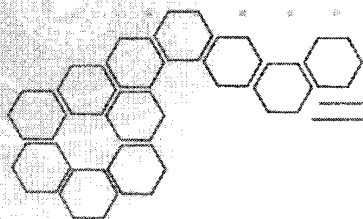
本书共十章,由湖南大学程能林教授主编,参加编写的有浙江大学许喜华教授(第三、六、十章),同济大学殷正声教授(第七、八、九章),湖南大学何人可教授(第二、四、五章)、程能林教授(第一章)。全书由北京理工大学阮宝湘教授主审,武汉工业大学陈汗青教授曾对本书的编写框架提出宝贵的意见。

由于编者水平和学识有限,书中难免存有缺点和不足之处,衷心期待读者批评指正。

全国普通高等学校工业设计专业

教学指导组组长

程能林 教授



设计者的自我设计

判天下之美，析万物之理。

——庄子《天下篇》

大自然是在美的形式上形象地对我们说话。

——康德

人们总以为设计有三维：美学、技术和经济，然而更重要的是第四维，人性。

——A·普洛斯（Arthur pulls）

设计是一连串的判断与决定，就和说话、走路一样自然，也和空气一般无所不在。设计带给人类生活意义与快乐，并直接冲击着个人与环境。

——美国国立建筑博物馆《为什么设计？》

当我能够把美学的感觉与我的工程技术基础结合起来的时候，一个不平凡的时刻必将到来。

——雷蒙德·罗维（Raymond Loewy）

没有情感的因素，我们的智慧能开创新的道路吗？没有智慧，情感能达到完美的成果吗？

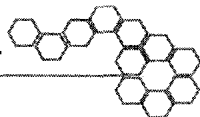
——李政道《科学与艺术》

设计对我而言……是探讨生活的一种方式，它是探讨社会、政治、爱情、食物，甚至设计本身的一种方式。归根结底，它是关于建立一种象征生活完美的乌托邦的或隐喻的方式。当然，对我而言，设计并不一定限于为那些或精或简的工业生产的或好或劣的产品提供某种形式。

——埃托·索托萨斯（Ettore Sottsass）

凡富于创造的人必敏于模仿，凡不善于模仿的人绝不能创造。创造是一个最误人的名词，其实创造只是模仿到十足时的一点点新花样。古人说得最好，“太阳之下，没有新东西。”一切所谓创造都从模仿而来。我们不要被新名词骗了。新名词的模仿就是旧名词的“学”字；“学之为言效也”是一句不可磨灭的老话。

——胡适《信心与反省》



有人说一个设计师的命运 75% 来自他招揽生意的能力，我不同意。建筑师不能对人说：“请我吧！”自己的实力是最好的说服工具。怎么表现你的实力？那么就要敢于选择，敢于放弃，决定了的事情，就要有信心进行下去。……这么多年，我敢说，我和我的建筑就像竹子，再大的风雨，也只是弯弯腰而已。……人生并不长，我的原则是，只做自己认为美丽的事，创造出有震惊效果的美感。

——贝聿铭《我和我的建筑都像竹子》

提出一个问题往往比解决一个问题更重要，因为解决一个问题也许仅仅是一个数学上或实验上的技能而已，而提出新问题，新的可能性，从新的角度看问题，却需要有创造的想象力，而且标志着科学的真正进步。

——爱因斯坦

技巧并不可贵，可贵的在于心灵对技巧的创造。

——周思聪

目 录

第3版前言

第2版前言

第1版前言

设计者的自我设计

第一章 绪论 1

第一节 文化·文明·设计 1

一、关于文化 1

二、文化的含义 3

三、东方文化和西方文化 3

四、文明·文化 4

五、设计·文明·文化 5

第二节 存在中的人与物 6

一、人是最宝贵的存在物 6

二、物质构成之谜 7

第三节 设计中的人与物 9

一、设计的非物质性与非

物质社会 9

二、人造物的问题 9

三、人造物质形态与物化意识 ... 11

四、人的一辈子都在改变现状 ... 14

第四节 科学与艺术 15

一、科学与艺术是一枚硬币的

两面 15

二、科学和艺术的关系 16

三、设计源自心灵 18

四、梦想是设计的原动力 20

第二章 设计与工业设计 24

第一节 设计的概念 24

一、什么是设计 24

二、设计与造型 26

三、设计的理性与感性 27

四、设计是个多义词 28

第二节 设计的领域 30

一、视觉传达设计 32

二、产品设计 33

三、环境设计 34

第三节 决定设计方向的基本

要素 35

第四节 设计的平等化与个

性化 36

第五节 设计是人的本质力量的

体现 38

第六节 工业设计 40

一、工业设计的基本概念 40

二、工业设计的若干定义 41

第七节 工业设计的程序与基本

要求 44

一、工业设计的程序 44

二、工业设计的基本要求 44

第八节 设计是为地球上一切有

生命的东西而存在 46

第三章 工业设计简史 49

第一节 工艺美术运动与新艺术

运动 49

一、工艺美术运动 50

二、新艺术运动 52

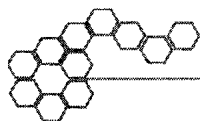
第二节 德意志制造联盟与

包豪斯 53

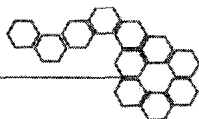
一、德意志制造联盟 53

二、包豪斯 55

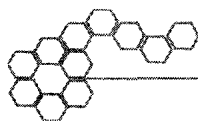
第三节 20世纪20~30年代的



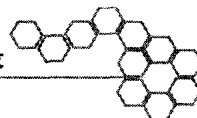
流行风格·····	57	二、设计原则是动态发展	
一、艺术装饰风格·····	57	变化的·····	100
二、流线型风格·····	58	三、设计原则是工业设计思想、	
第四节 战后工业设计的发展···	61	理念——设计哲学的	
一、战后美国工业设计的发展···	61	具体化·····	101
二、战后欧洲及日本工业设计		四、设计原则是各个产品设计	
的发展·····	64	具体细则的概念化与	
第五节 走向多元化·····	69	抽象化·····	102
一、理性主义与“无名性”设计···	70	第二节 工业设计的原则——	
二、高技术风格·····	71	人化原则·····	102
三、后现代主义·····	72	一、实用性原则·····	102
第六节 信息时代的工业设计···	73	二、易用性原则·····	105
一、美国计算机技术的发展与		三、经济性原则·····	106
工业设计·····	73	四、审美性原则·····	107
二、欧洲及日本信息时代的		五、认知性原则·····	107
工业设计·····	76	六、社会性原则·····	110
第七节 工业设计展望·····	80	第三节 工业设计的原则——	
第四章 工业设计的特征·····	83	物化原则·····	110
第一节 设计观念的系统性与		一、设计的“合规律性”原则···	110
设计元素的多元性·····	83	二、设计的科学意识与科学	
一、系统的基本概念·····	83	精神·····	111
二、系统设计的基本原则·····	84	三、科学技术对设计的影响·····	112
三、产品与产品设计系统的结构···	86	第四节 工业设计的原则——	
四、产品设计的系统性·····	87	环境原则·····	114
第二节 设计目的的人文性与		一、可持续发展的思想与原则···	114
设计对策的多样性·····	90	二、设计——价值的选择与	
一、设计目的的人文性·····	90	实现·····	116
二、设计对策的多样性·····	92	第五节 设计批评·····	120
第三节 设计意识的创造性与		一、设计批评的实质·····	121
设计思维的交叉性·····	93	二、设计批评的社会意义·····	122
一、设计意识的创造性·····	93	三、设计批评的方式·····	123
二、设计思维的交叉性·····	94	四、设计批评的复杂性·····	125
第四节 设计本质的文化性与		第六章 工业设计与市场·····	129
设计评价的社会性·····	96	第一节 工业设计在企业中的	
一、设计本质的文化性·····	96	地位与作用·····	129
二、设计评价的社会性·····	98	一、设计是企业与市场的桥梁···	130
第五章 工业设计的原则·····	100	二、设计是使产品增值的手段···	130
第一节 设计原则的特征·····	100	三、设计是企业的一项重要	
一、设计原则是设计“许可”与		资源·····	131
“不许可”的统一·····	100	四、设计是建立完整的企业视觉	



形象的手段	132	一、艺术设计中单个符号的 构成模型	173
第二节 工业设计与产品附加 价值	132	二、艺术设计符号的分类	175
一、产品形象	133	第三节 艺术设计符号的 意义	179
二、产品的品牌或商标	134	一、艺术设计符号的外延意义	180
三、产品包装	134	二、艺术设计符号的内涵意义	180
第三节 工业设计与市场 导向	135	三、符号意义的意识形态层面	183
第四节 工业设计与设计 管理	137	第四节 艺术设计符号的传播 与认知	185
一、设计与管理	137	一、艺术设计符号的传播模式	185
二、设计管理概述	138	二、艺术设计符号的认知与 理解	189
三、设计项目的组织与设计 管理	143	三、影响设计符号语义传达 的因素	191
第七章 工业设计与环境	149	第五节 艺术设计符号的分析 原则、方法与应用	193
第一节 环境与环境意识	149	一、艺术设计符号的分析原则	193
一、环境的概念	149	二、艺术设计符号分析与应用 的方法	195
二、环境的意识	151	第九章 设计与形态学	198
三、设计中的环境意识	152	第一节 设计形态学的基本理论 与发展概述	198
第二节 环境问题与设计 对策	155	一、形态的基本概念	198
一、温室效应	155	二、设计与形态学	199
二、臭氧层破坏	156	第二节 艺术设计形态的构成 与分类	204
三、废弃物和垃圾处理	156	一、形态的构成与分类	204
四、水污染	158	二、概念形态的运动、变化 与组合	205
五、资源消耗	158	三、自然形态的启示	208
六、噪声污染	159	第三节 艺术设计形态的创造与 人类的感知特性	210
第三节 产品设计与环境	160	一、艺术设计形态创造中的 秩序感	210
一、产品的寿命	160	二、艺术设计创造的形式美 法则	211
二、材料选择	161	三、艺术设计形态创造与完形 心理学	215
三、节约用料	163	第四节 艺术设计形态的现实	
四、节约能源	163		
五、减少污染	164		
第八章 设计与符号学	167		
第一节 符号学基本理论与 历史	167		
一、符号的基本概念	167		
二、设计与符号学	168		
第二节 艺术设计符号的构成 与分类	173		



创制	218	第五节 新产品的开发原则	268
一、形态与功能	219	一、系统化原则	269
二、形态与材料	221	二、创新性原则	269
三、形态与结构	226	三、效益原则	269
第十章 设计与美学	230	四、需求原则	270
第一节 美学的基本理论与		五、量力而行原则	270
历史	230	第六节 设计师的素养	270
一、美与美学	230	一、设计师的素质	270
二、美学的发展历程	231	二、设计师的社会责任	272
三、艺术设计与美学	235	第十二章 视觉传达设计	273
第二节 美的本质及审美		第一节 视觉传达设计概述	273
活动	235	一、视觉传达设计的概念	273
一、美的本质	235	二、视觉传达设计的起源与	
二、审美活动	239	发展	273
第三节 艺术设计的审美		三、视觉传达设计的特征	274
范畴	245	四、视觉传达设计原理	275
一、形式美	246	五、视觉传达设计的思维特点	276
二、技术美	247	第二节 视觉传达设计的主要	
三、功能美	252	领域	276
四、生态美	256	一、商标设计	276
第四节 设计美与审美创造	258	二、广告设计	277
一、艺术设计审美创造的特点	258	三、包装设计	279
二、艺术设计审美创造的过程	259	四、书籍装帧设计	280
第十一章 产品设计	260	第十三章 环境设计	282
第一节 产品设计的概述	260	第一节 环境设计概述	282
一、产品设计的概念	260	一、环境设计的概念	282
二、产品设计的发展趋势	261	二、环境设计的发展	283
第二节 产品设计的类型	261	第二节 环境设计的特征与	
一、按生产方式划分	262	要素	284
二、按设计性质划分	262	一、环境设计的特征	284
第三节 产品设计的要素	263	二、环境设计的要素	284
一、人的要素	263	第三节 环境设计的程序	285
二、审美形态要素	264	第四节 室内环境设计	286
三、技术要素	265	一、室内环境设计概述	286
四、市场环境要素	265	二、室内环境设计的内容	287
第四节 产品设计的程序	266	第五节 园林与古建筑	288
一、确认需求阶段	266	一、园林与古建筑概述	288
二、研究分析阶段	266	二、中国古典园林	288
三、整合发展阶段	267	三、西方古典园林	288
四、设计评估阶段	268	第六节 城市景观设计	289
		一、雕塑与小品	289
		二、广场与公园	289



三、滨水风光带	289	第八节 展示设计	292
第七节 公共设施设计	290	一、展示设计概述	292
一、公共设施设计概述	290	二、展示设计的特征	292
二、公共设施设计的基本原则 ...	290	参考文献	294
三、道路设施设计	291	读者信息反馈表	

第一章

绪论

第一节 文化·文明·设计

一、关于文化

文化是人类生活的全部表现。文化现象丰富多彩，文化成分无穷无尽，文化“形状”千姿百态，文化范围无所不在。在这个世界上，可以说，没有别的东西比文化更难捉摸。究竟文化是什么？什么是文化？厦门大学易中天教授说：“这个问题真是好难回答。文化没有形状，无法描述；没有范围，难以界定。文化就像是空气，我们天天都生活在它当中，一刻也离不开它，但当我们试图伸出手去‘把握’它时，却又会发现它无处不在，无时不在，唯独不在我们手里。”新加坡资政李光耀在《全球化过程中的东方文化》一文中指出：“文化包含了一个民族、宗教团体或民族的价值观、传统、风俗信仰、社会形态、行为特征。一个通常是由单一民族和语言组成的社会，就是通过文化从集体经验中吸取教训，去芜存菁，再把有利于社会的知识一代一代传下去。”

文化是人类社会具有独立特性的综合体系，它主要包括社会生产与生活方式、社会组织形态和精神意识形态三个大层次。这三个大的层次是互相关联的，是人类的行为和精神活动的总称。从本质上说，这是一种总体性构成的观念。

古今中外关于文化的定义不胜枚举。1952年美国具有代表性的人类学家克鲁伯（A. L. Kroeber）和克劳德·克拉克洪（Clyde Kluckhohn）在他们合著的《文化，关于概念和定义的探讨》一书中，罗列了164种1871~1951年间关于文化的定义。1965年在莫尔的《文化的社会进程》一书中出现了250种说法。之后俄罗斯学者克尔特曼在从事文化定义的对比研究时，发现文化的定义超过400种。人类学家、社会学家等不同学术领域的学者都从不同的角度讨论文化的含义。下面是一些有代表性的表述。

1871年，英国人类学家爱德华·泰勒（Edward Tylor，1831—1917）在《原始文化》一书中指出：“文化，或文明，就其广泛的民族学意义来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗，以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他才能和习惯的复合体。”