

站酷ZCOOL | 站酷推选图书

M.style 创意

mstyle 创意杂志共同出版人王志仁赞誉推选!

一套以设计思维、管理为主题的系列图书! 韩国设计院精选畅销书!

思设计
ESSAYS ON DESIGN

设计趋势之上

培养与掌握设计的敏锐度



[韩] 罗建 李妍珠
博硕文化
飞思数字创意出版中心

著
译
监制



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

思设计

设计趋势之上 培养与掌握设计的敏锐度

[韩]罗建 李妍珠

著

博硕文化

译

飞思数字创意出版中心

监制



Publ

内容简介

本书通过著名大学设计管理系教授对设计趋势的研究、分析、归纳以及通过对各个领域成功人士的访谈、主观式问答等方式,来讲述设计趋势的内涵价值、分析设计趋势的程序秘诀、传播实用的创意思考方法等,培养读者在日常生活中养成搜寻设计趋势的习惯,提高读者对设计趋势的理解与把握以及对设计创新的创造力。本书一开始简单介绍相关知识后,通过认识设计趋势、设计趋势练习、分享我们掌握的设计趋势3个篇章,以理论、练习、探讨的方式,将设计趋势原理融入到简单易懂的图画、表格、数据中。

本书还为读者提供了关于如何掌握设计趋势秘诀的分析,关于各个行业名人的实践、对掌握设计趋势方法的详细分析,使那些创意问题的解决者们在他们的职业生涯中明白趋势练习的重要性,也使读者对于设计趋势及其与社会的联系能有一个全面的了解。

对于设计专业学生(平面设计、广告设计、包装设计、动画设计、工业设计、环境设计、建筑设计、时装设计等)来说,本书是一个极好的资源和参考工具,可以把这些当代专业实例当做直接而简明的看点;对于专业设计从业人员和市场营销人员来讲,也可作为一个评判性的资源,为读者提供关于某种创意流程的清晰证明。

트렌드 발전소: 디자인 강화하기 Trend Power Station By 罗建, 李妍珠

Copyright © 2008 By 罗建, 李妍珠

All rights reserved

Simple Chinese copyright © 2011 by Publishing House Of Electronics Industry.

Simple Chinese language edition arranged with VisualstoryGongjang Publishing.

through Eric Yang Agency Inc.

本书简体中文版专有出版权由韩国VisualstoryGongjang Publishing授予电子工业出版社,未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2010-7216



图书在版编目(CIP)数据

设计趋势之上:培养与掌握设计的敏锐度/(韩)罗建,(韩)李妍珠著;博硕文化译.--北京:电子工业出版社,2011.9

(思设计)

书名原文:Trend Power Station

ISBN 978-7-121-14272-7

I. ①设… II. ①罗…②李…③博… III. ①艺术—设计 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第156212号

责任编辑:侯琦婧

文字编辑:许恬

印刷:

北京盛通印刷股份有限公司

装订:

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开本:880×1230 1/32 印张:6 字数:153.6千字

印次:2011年9月第1次印刷

印数:5 000册

定价:48.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbxq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。





目 录

第1章 认识设计趋势..... 6

趋势的定义 7

设计, 忠于根本吧!28

轻松理解趋势01 素材34

设计师, 对新的信息敞开心房吧! ...38

轻松理解趋势02 聊天40

趋势的种类43

轻松理解趋势03 笑容50

趋势的价值56

轻松理解趋势04 日常生活62

了解设计趋势的程序66

获取设计趋势的秘诀72

设计趋势的核心——收集 76

阅读报纸 77

阅读杂志 78

阅读书籍 79

阅读报告 80

海外研讨会/展览 81



第2章 设计趋势 练习 92

趋势 = 新世界的旅行	98
趋势 = 持续性且多方面的关注 ...	102
设计趋势的主题	107
在日常生活中搜寻设计趋势	114
设计趋势的秘诀01 笔记	116
设计趋势的秘诀02 素描	120
设计趋势的秘诀03 剪辑	124
设计趋势的秘诀04 重新创造 ...	128
访谈	132

第3章 分享我们掌握的 设计趋势..... 148

趋势的定义	150
趋势的要素	168
完成书籍	182
出版书籍	184
彩绘书籍	186

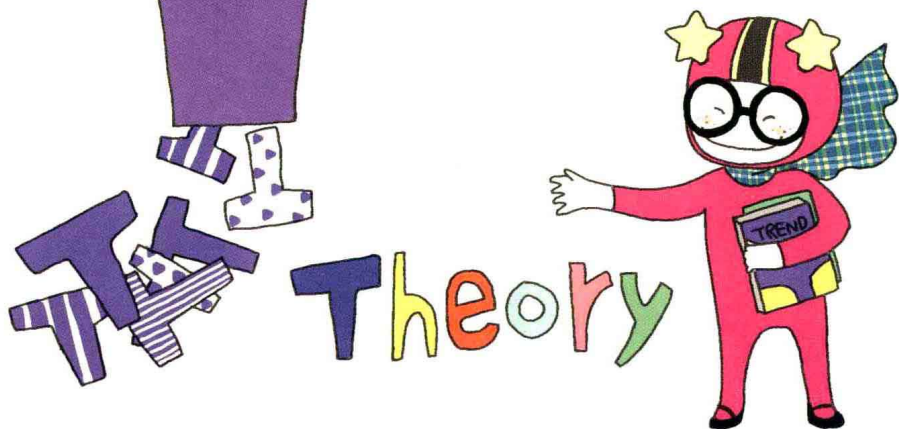


第1章 认识设计趋势

第1设计源动力守卫：罗建

作者罗建目前是韩国弘益大学国际设计专门研究院（IDAS）设计企管系教授，同时也是国际设计趋势中心（IDTC）的执行长。罗建教授目前是世界设计之都首尔2010的总监，负责WDC首尔2010事业的策划、演出、执行等整体的指挥，是现今韩

国少数工程学系出身的设计师，
具备独特资历的他通过工程
师左脑和设计师右脑的
平衡，传播着创意思
考的方法。



趋势的定义

近来，我们在新闻或报纸上都可以轻易接触到趋势这个词汇，这是因为社会大众对于趋势的关注日渐提升。从季节性或是特别企划的产品开始，一直延伸到公司的长期收益事业，甚至是社会和国家往后的政策，事先预测未来借以彻底应对往后的情势之举动已经随处可见。无论该领域、类别或构造为何，我们都将此种变动和流向称为趋势。不过，你是否曾经思考过趋势所代表的意思是什么呢？是否曾经对此寻找过系统的研究理论呢？

流行 (Fad)

炎热的夏天！华丽的彩色和鲜艳的格局让人想到了热门趋势（Hot Trend），同时以此作为目标的产品也纷纷上市。





趋势 (Trend)

今年秋季的新产品反映出的最新趋势 (Trend) 是将自然设计和使用
的便利性发挥到极致的新概念。

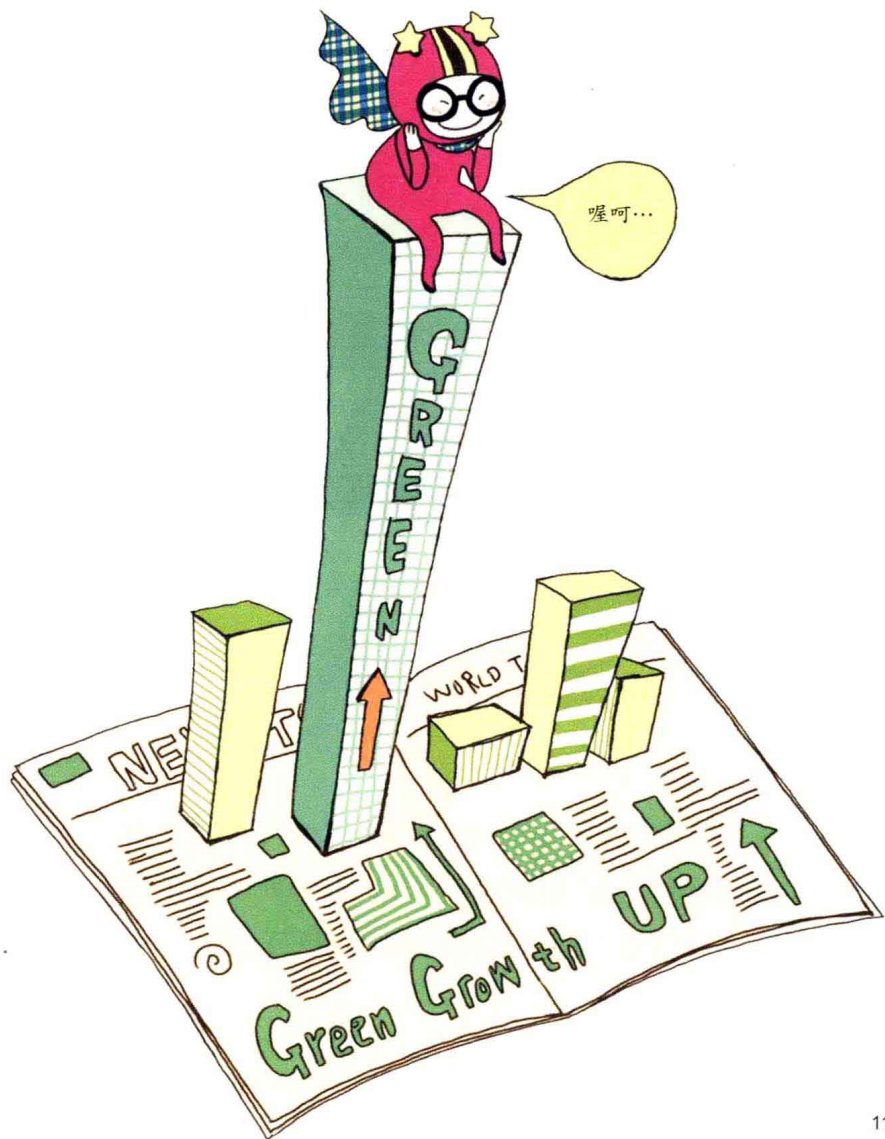
经营趋势（Management Trend）

《哈佛商业评论》（Harvard Business Review）谈到经营者迎接危机的时代所必须注意的十个趋势，就是原料供给不足、科学经营退步、世界消费市场的变化、亚洲的经济损伤、企业两极化等。



全球趋势 (Global Trend)

今年绿色成长被视为是稳固的全球趋势 (Global Trend) 而备受瞩目。





既然如此，趋势到底是什么呢？我们通常都会习惯将趋势这个词当作短期流行的现象来使用，但事实上这种意思比原来的定义更加狭隘且次要，这样就忽视了趋势被视为是牵引各种现象变化的力量。

简单地来思考，或许有人会说只要将变化的动向称作趋势应该就可以了？不过事实上并没有这么容易，在我的上一本著作《设计要怎么思考》当中，曾经将趋势做了以下的定义。

趋势可摘要为在广泛要素与时间的连续性因素下，
不确定的变化的各种事物中，足以影响
人类生活的共通话题且可预测的活动。

字典的意义：

- A 某种事物欲移动的大致方向，即动向。
- B 时势的倾向。
- C 现代的风格（Current Style）。
- D 趋势、趋向、潮流、流行、方向。

实质的意义：

- E 现在开始浮现的某种事物。
- F 即将发热变红（Hit）的某种事物。

但是，并不是这样就能够完全定义趋势，尽管报纸媒体经常使用趋势这个词汇，不过却依然无法在学术上将此用语完全定义的原因是什么呢？

① 研究对象太模糊

想起的、浮起的、日常生活中看得见的一切现象总称为趋势。因此，要决定趋势的种类相当困难，也难以进行萃取作为具体学术研究对象的样本，特别是要融合过去、现在、未来来定义趋势的概念更是不容易。

② 研究领域太广泛

当趋势的研究是以人类生活的衣、食、住为主的一切作为本质的时候，才能够得到其意思。然而，此时决定人类生活的种类不仅繁多，并且如果只将其中一个部分作为研究对象的话，很容易犯下鲁莽的错误，这就是趋势研究的特性。

③ 难以记录研究时间

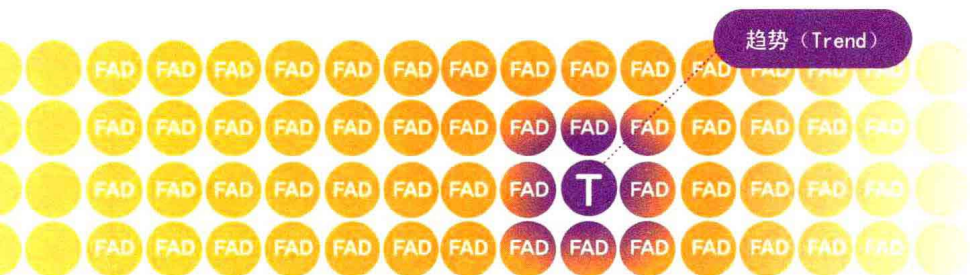
前面所提到的对象模糊和领域广泛，若加上考虑一时或持续性的时间观点，就会显现出趋势的学术性极限。趋势研究不仅要考虑到研究对象的研究时间，还要考虑到研究对象或现象变化至今、甚至是往后的变化所花费的时间，更进一步，和政治、经济、社会、文化发展方向相关的复合性时间概念也有所关连，所以对其定义一个准则并不容易。

为了完成趋势研究，就必须推论出研究标准、研究范围、研究期限，当考虑到这一点的时候，趋势就必须越过相当多的障碍，才能够在学术上拥有稳固的地位。想要办到这一点，就必须有众多的研究人员对社会当中的事物或现象不断地关心和投入热情来进行研究，不会因为

世代的因素而停止，才有可能办到，所以并非是件容易的事情。尽管会面临这样的困难，但由于趋势研究能够为往后创造出各式各样的价值，所以相当令人期待，也因此相当具有挑战的价值。如果想要开始针对趋势进行相关研究，就得先了解变化多端的趋势的流动会是何种形态？进行的速度又有多快？趋势就如下面的图表一样，同时包括了静态和动态的意思，两者皆具有未来指向的意义，这是其一大特征。



广告、营销、时尚、经营、社会、历史、文化，甚至还有未来学……尽管各种不同领域的学问相互连结发展，但概括这一切的统合性趋势研究依然难以进行。当趋势研究只以特定领域为对象的时候，就很容易会发生错误，以整个社会作为对象来进行长期研究，又有时间和费用上的限制。因此，光靠一个人的研究难以在趋势研究上获得具有意义的成果。虽然有体系的趋势研究并不容易，但如果能够具备比竞争者更快一步预测趋势的眼光，以及具备有体系进行研究的系统的话，就能够创造出相当惊人的价值。就是因为这种强烈又明确的动机，世界各地才会热烈地进行各种目的的趋势研究。



个人或组织在活用趋势时最重要的一点就是，要懂得区分只是短暂一时流行的时尚（Fad）还是带领真正变化的趋势。