

好设计 好商品

工业设计评价

刘新 著

g o u d
d e s i g n
g o o d
c o m m o d i t y
i n d u s t r i a l d e s i g n
e v a l u a t i o n

中国建筑工业出版社

好设计 好商品

工业设计评价

刘新 著

o o d
d e s i g n
g o o d
c o m m o d i t y
i n d u s e s i g n e s i g n
e v a l u a t i o n

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

好设计·好商品——工业设计评价/刘新著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2011.9

ISBN 978-7-112-13384-0

I. ①好… II. ①刘… III. ①工业设计-评价 IV. ①TB47-34

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第141429号

本书是对工业设计评价的观念、制度和实践的系统论述。主要围绕两个问题展开。其一,什么是“好设计”和“好商品”?这是对设计评价观念的探讨,是以一种综合、务实的态度,全面审视设计评价中的利益关系,并提出“共赢”的商品设计评价观;其二,企业如何评价并创造一个“好”的“商品设计”?即如何将评价观念付诸实施,并真正为不同的评价主体带来效用和利益。主要集中在评价制度体系的研究。借助“设计事理学”的思想方法,建立设计评价的“目标系统”,将复杂的评价因素纳入到体系化的理论框架之中,为企业选择和建构评价的标准、程序、组织和方法等制度要素提供参考。最终的案例分析是将上述理念、方法应用于某企业设计评价实践的尝试。

本书适用于设计院校学生,企业中的设计师和设计管理者,以及从事设计研究和设计教育的学者使用。

责任编辑:李晓陶

责任设计:陈旭

责任校对:陈晶晶 关健

好设计·好商品——工业设计评价

刘新 著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京建筑工业印刷厂印刷

*

开本:787×1092毫米 1/16 印张:11 字数:260千字

2011年9月第一版 2011年9月第一次印刷

定价:39.00元

ISBN 978-7-112-13384-0

(21141)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码 100037)

序

工业设计是以满足用户需求为中心，综合运用人类发明成果，统筹考虑科技、文化、资源、环境、市场等各方面因素，协调优化产品的研发制造、物流营销、消费使用、回收环保等各个环节，对产品进行系统整合创新，不断提供满足人们物质和精神需求适用产品的创造性活动。工业设计具有跨学科、跨行业、跨领域、人才和知识密集等特征，是产业价值链中最具增值潜力的环节之一，是展现一个国家现代文明程度、创新能力和综合国力的重要标志。

工业设计在我国还仅作为一种新行业形态存在，还在中国的工业或经济的“体外”循环，尚未在经济领域建构起一条完整的“产业链”。“加工型”的工业体系还未将设计融入到经济运营从头至尾的系统结构内。虽然我国的工业设计近几年有较大发展，但与发达国家比较，整体水平仍然相对落后，尚处于起步阶段。尤其缺乏高素质的工业设计人才，那种既了解行业发展趋势、又具备灵活掌握相关学科知识，也能整合运用各方面资源的高素质从业人员短缺；具有国际影响力的行业领军人才更为稀缺。加大力度改革落后的设计人才培养理念、方法和模式，培养实践型、应用型、研究型、综合型的多层次、多元化设计人才，以增强我国“制造型企业”向“自主创新型”产业转变的能力，是当前中国工业设计界和设计教育界的当务之急。

工业设计绝不应仅仅停留在“设计师”层面，或依附在“销售”、“技术”领域下面，而应真正融入到企业战略、产品开发计划、企业运营流程控制，直至设计标准、工艺标准、检验标准的制定，以及营销策划等产业环节中去。认真地、花大力气、大投入把设计实践研究提到中国设计的日程上来，设置“社会学、经济学研究”和“第一线的设计”的衔接点——“工业设计评价体系研究”机构，将是我国政府决策层和工业设计界的重大举措。如何科学地统计和评价“工业设计”行业在整个经济或产业经济链中的价值和作

用，也已经成为工业设计立足与整个社会国民经济体系相协同的重大议题。

信息时代、知识经济下的“设计”将重点探索“物品、过程、服务”中的创新，其研究具有“广泛性”、“纵深性”和“整体集成性”三个维度上的意义。

“设计”将更多以“整合性”、“集成性”的概念加以定义。它们也许会是：“信息的结构性”、“知识的重组性”、“产业的服务性”、“社会的公正性”等。

“设计”不再局限于一种特定的形态载体，而更侧重于整体系统运行过程中的结构创新；

“设计”不再是“大师”个人天才的纪念碑或被“艺术”空洞化所炒作，而更侧重于设计的上下游研究、设计过程和评价体系的把握；

“设计”不再仅受制于“商业利益”，而更侧重于大众的利益和人类生存环境的和谐。

为此，设计业态也会在产业结构、社会职能以及相互关系中做出相应调整 and 变化。作为国家经济发展“统计系统”内容的完善，必须致力于针对“设计价值反馈 (design value)”的统计方法测算。如英国的 Design Factfinder；新西兰的 Global Design Competitiveness 2002；芬兰的 Global Design Competitiveness 2005, 2006, 2008；韩国的 Global Design Competitiveness 等，都是我国工业设计机制完善的学习榜样。

技术、自然科学、哲学、社会学、艺术、宗教学、心理学等学科都表达不清的某种东西，在探索、创造和设计中却让人们领悟了人类的意义，这正是求知的价值所在。在物质的世界里，人的生命如流星瞬逝，匆忙而淡泊。个体生命的几十年，人人都在寻找心灵共振的磁场，都渴望在心灵的完善中追寻无穷无尽的精神向往，所以人类才会不断地学习、探索和创造、设计。人，如果只是一种生理机械的程序；只是利欲熏心的经营，那人类的生命毫无意义可言。如果真是那样，那将是一种怎样可怕的情境？所幸的是，我们人类并不如此。我们人类是充满了血肉情感的生灵，我们有着无穷无尽的渴望、理想与追求，需要去尝试、探索、试验、实现。所以，我们需要学习，要以探索未知过程中的情感和创造来引导自己的发展。人类的生命历程告诉我们，如果没有探索求知的意识，没有变革创新的设计，这个世界便没有任何价值。

作者刘新有长期在企业从事设计实践的经历，又就读了硕士和博士学位，掌握了较深厚的理论思考功力。而目前我国设计界的从业人员，无论是高等院校的教师还是专业设计师大都只具备其中一方面优势。在当今设计实践与设计研究已不可分开的综合时代，均衡具备这两方面素质的人才实在是太重要了。刘新接受了这个空白领域的挑战，试图超越一般企业经营、消费者满意度、文化以及绿色设计等观点的独立裁决，以一种综合的、可持续发展的态度，全面地审视设计评价中的利益关系，确立起兼顾“消费者”、“企业人”、“社会人”、和“生态人”等多重主体利益“共赢”的可持续设计观，从而将“好商品”与“好设计”紧密联系在一起。

“好设计·好商品——产品设计评价”这本著作的出版也标志着我国设计界开始了迈向成熟的征途。我愿与广大读者共同分享这本书带给我国设计界的影响。

A stylized, handwritten signature in black ink, likely belonging to the author Liu Xin. The characters are fluid and cursive, with a prominent vertical stroke on the right side.

2011年7月8日

目 录

绪 论 / 001

- 0.1 研究的背景 / 002
- 0.2 研究的意义 / 005
- 0.3 研究的方法 / 006
- 0.4 研究内容与结构 / 007
- 0.5 目标读者和致谢 / 008

第 1 章 什么是“好设计”——设计评价中的多维视角 / 010

- 1.1 关于设计的含义 / 010
- 1.2 什么是设计评价 / 015
- 1.3 什么是“好设计” / 020

第 2 章 “商品设计”与“共赢观” / 023

- 2.1 商品的知识 / 024
- 2.2 商品的历史考察 / 024
- 2.3 价值的思考 / 027
- 2.4 商品交换的“事理”分析 / 032
- 2.5 关于商品设计 / 035
- 2.6 可能的“共赢” / 042

第 3 章 设计评价的范畴和内容 / 045

- 3.1 设计评价的范畴 / 045
- 3.2 设计评价的内容 / 046
- 3.3 小结 / 054

第4章 设计评价的“目标系统” / 056

- 4.1 实事求是“适”——设计评价的原则 / 056
- 4.2 设计评价的“目标系统” / 057
- 4.3 “实事”研究——是什么影响了评价的发生 / 059

第5章 设计评价标准 / 069

- 5.1 目标与分类 / 069
- 5.2 评价标准的特征 / 072
- 5.3 评价标准的发展 / 073
- 5.4 评价标准体系 / 080
- 5.5 案例研究——“阿莱西”的评价标准 / 082
- 5.6 小节 / 084

第6章 设计评价程序 / 085

- 6.1 设计程序中的评价 / 085
- 6.2 设计评价的一般步骤 / 090
- 6.3 案例研究——“康佳”的设计评价程序 / 094
- 6.4 小节 / 097

第7章 设计评价组织 / 098

- 7.1 什么是评价组织 / 098
- 7.2 评价组织的构成 / 099
- 7.3 评价组织的职能 / 101
- 7.4 案例研究——“美的工业设计公司”的评价组织 / 107
- 7.5 小结 / 110

第8章 设计评价方法 / 111

- 8.1 设计评价方法综述 / 111
- 8.2 公式评价法 / 113
- 8.3 实验评价法 / 119
- 8.4 综合评价法 / 124
- 8.5 选用“适当”的评价方法 / 130
- 8.6 小结 / 131

第9章 案例研究 / 132

- 9.1 限定性要素分析 / 132

9.2 H企业的产品造型设计评价体系 / 137

9.3 小结 / 150

第 10 章 结论 / 152

10.1 “共赢”——商品视域中的工业设计评价观 / 152

10.2 工业设计评价的“目标系统” / 154

10.3 留下的思考 / 158

附录 A 企业设计评价调研提纲 / 159

附录 B H企业造型设计评价标准“权值”调查表 / 161

参考文献 / 164

绪 论

设计评价是对设计“价值”的判定。简单说来，就是如何判定什么是“好的”设计。当然，评价工业设计的优劣不能完全依赖技术指标，不像裁判田径比赛的成绩那样明确、简单、无可争辩。设计评价会涉及产品的使用性、经济成本、社会效益、美学、文化、环境保护等诸多复杂因素。由于人的评价目的和角度不同，产品的功能各异以及评价所处的不确定的环境因素等原因，设计评价必定是一个极为复杂的研究课题，其结果也就具有相当的不确定性。然而，设计评价无时无刻不在发生着，它对于生产企业、设计从业者、管理者以及设计教学、研究人员来说是个无法回避的核心问题。如何确立兼顾各方利益的评价观，并构建合理、适度的评价机制，以促进“好设计”的诞生便是本课题的研究目标。

让我们从一个简短的案例来开始吧。

几年前，诺基亚公司推出了一款针对女性用户的手机（图 0-1），它的出现对热衷于时尚消费的白领丽人们又多了一份诱惑。据媒体报道，该款手机虽价格昂贵，但一经面世就销售火爆。精致、小巧、近似口红的外形设计以及时尚赋予手机的大量新颖功能，加上成功的营销策略，使之很快成为高端手机的新宠，也自然为企业带来了丰厚的利润。笔者的一位朋友辗转买到这款手机，兴奋之余，却被最基本的操作方式所困扰。事实上，该款手机在“成功”光环的背后是众多消费者的抱怨之声。暂且不论超小型的显示屏幕给使用者带来的阅读困难，为了产品“瘦身”该款手机取消了数字键盘，而颇具“创意”的组合按键设计，对操作者来说绝对可以称得上难用，即便最简单的拨打电话，也需要进入专门菜单来完成，每转完一个数字都需要按下确认后，再进行下个数字的输入。在使用上可以称之为“折磨”。

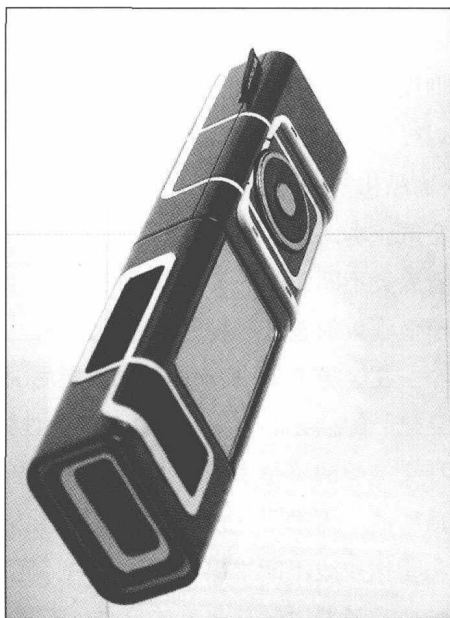


图 0-1 诺基亚 7280 手机
(Photo by Makoto Fujii, *Ax'is*, vol.113, p.149)

不得不承认,对于产品设计来说,这是一种尴尬的现象。在当下“消费社会”的商品化运作中,所谓的“设计创新”经常是对消费者真正需要的背离,而纯粹指向一种短视的商业获利行为,设计的真正目标由此而迷失。当然,企业的某个产品项目可能只是整体市场策略的一部分,我们不好妄加评判,但与之类似的种种现象促使我们思考这样的问题:什么是“好设计”?什么又是“好商品”?企业如何评价并创造一个“好”的“商品设计”?这就是本课题研究的基本出发点。

0.1 研究的背景

设计评价研究有两个重点,一个是“观念”,另一个是“机制”。首先,工业设计所指向的“商品”设计是本书研究的对象,即我们所面对的不是设计师或艺术家自娱自乐的设计“作品”,而是企业批量化生产的用于市场交换的产品,由此确立的“商品设计观”,以回答“好设计”与“好商品”的问题;其次,“评价体系”是本研究的主要内容。设计评价所涉及的内容和范围是极为复杂和宽泛的,而制度化的设计评价机制是一切相关活动的基础。评价体系的研究,就是试图在一定程度上解答企业如何评价,并创造一个“好”的“商品设计”的问题。

由于作者在企业从事产品设计多年,倍感正确的设计评价观念和制度化的评价体系研究对于企业产品开发以及长期、可持续发展的重要性。几年的设计理论研究使其庞杂的内容以及零散的经验进行系统的梳理、总结,并应用于产品设计评价实践成为可能。因此,本课题的研究是笔者企业经历和学术经历共同的结晶。

1. 日益“商品化”的社会现实

我们今天的“商品化”社会经历了数千年的发展,获得了前所未有的繁荣。近年来,仰仗市场经济制度的激励以及科学的发展、技术的昌盛,商品在我们的社会生活中占据了比以往任何时候都更显要的地位。商品范畴和种类的扩张早已超乎我们的想象,这个世界已经“商品化”了,我们伸手可及的一切都可以变为商品,从食物、服装、日用品、住宅到草坪、空气、水,甚至人的地位、名誉等。作为“物质的”与“非物质的”意义上的商品,在满足着人类不断膨胀的消费欲望的同时,渐渐从幕后走向了前台,并通过自身所承载的意义和价值观重新塑造着我们和这个世界。

在经历了30多年的迅猛发展后,我国大中城市渐渐步入了“消费社会”。这种高度“商品化”的社会形态,其最显著的特性就是商品供大于求。商场里的东西多得让你看花了眼,社会担心的不是供给,而是老百姓的有效需求不足。为了刺激已有的那部分需求并不断创造新的“需求”,企业在利益最大化的驱动下,凭借技术和资金的优势,利用一切“设计”和营销手段不断推出名目繁多的、有用或无用的消费品。我们看到的景象是蜂拥而来的各种商品喊着时髦与蛊惑的口号,披着时尚、夺目的外衣充斥着我们的生活的一寸空间。人们被这商业化的氛围所包围、诱惑,消费决策经常是被“催眠”下的行为。

这就是我们正在经历的时代，一个无法回避的现实：人的物质生存、精神满足、社会交往等需求都需要借助商业的手段来实现，商品特性日益成为今天物品的基本属性。以工业设计从业者的角度看，与其说我们是设计产品，不如说是在设计商品。这便是本书从“商品设计”的角度来进行工业设计评价研究的原因。

2. 设计评价理论的困惑和机遇

从某种意义上说，设计是连接商品与人类的桥梁（物与人），人的欲望、需求和想象正是借助设计的名义凝聚在有形或无形的商品之上。然而，在“商品经济”高速发展的今天，设计理论的研究者却很少系统地探讨充斥在身边的商品现象，似乎这只是经济学家和社会学家的事。他们不屑于谈论商品，而是精于理论的建构，希望以更宽的视野、更高的姿态来指点人们生活方式的变迁。这种精英主义的设计研究态度与企业功利主义的设计实践活动形成了巨大的反差，并在设计评价标准上各执一词。对于企业来说，设计是实现“资本增值”的重要手段，因此，商业上的成功成了检验设计成功与否的试金石。按照这个逻辑，“好设计”等同于“好商品”；对于设计理论家来说，设计是一种文化活动，它体现着人类对自身、社会和自然环境的哲学思考。如果一味以商业上的成功作为反映社会总体价值取向的评价准则，那么，设计理念的创新性以及设计师以自身的敏锐和思考所揭示的种种新生活方式可能性的创造潜能将受到压抑。在这里，设计评价的意义远远超越了商业目的这一狭隘的限定。

事实上，面对“过度商品化”的现实世界，远离现实的理论研究很难“洁身自好”，而常常处于尴尬的境地。一方面，怀揣着“乌托邦”式的学术理想，建构包罗万象、错综复杂的设计理论；另一方面，作为“形式的供应商”沦为企业、商家利用设计炒作商品、牟取暴利的同谋。

今天，知识经济的浪潮正席卷世界，并以不均衡的速度和方式影响我们的生活。尤其是“后危机”时代的到来，中国的经济发展模式受到巨大的挑战。相应的，以关注人的感受和资源、环境可持续性的经济形式也渐渐显露出巨大的影响力。面对可能出现的种种新的市场形态和商品形式，与之相应的设计评价思想和制度体系的研究将变得格外重要。

3. 国内企业普遍缺乏系统的设计评价意识、机制和方法

企业是经济庞然大物身上的细胞，是从事商品生产、经营等活动的经济组织。我国企业从20世纪80年代崛起，经历了近30年的高速发展，取得了前所未有的成就。加入“世贸”以后，中国经济更进一步地融入全球市场，企业因而具有了更广阔的发展空间。门户开放所带来的不仅是机会，还有来自跨国企业强劲的挑战。不过真正的挑战不仅来自外部，更主要的是来自企业自身。我们不得不看到，中国企业是以“制造业”为主，生产的主要是技术含量不高、缺乏品牌效应的劳动密集型产品。所谓的“设计”，经常是“拿来主义”思维方式下的产物，缺乏真正自主创新意识。尽管我们可以号称“制造大国”，却离“制

造强国”以至“设计强国”或“创造强国”相差甚远。2008年的全球性金融危机对中国经济以及中国企业的这种“发展模式”造成了巨大冲击。

在日益激烈的国际竞争中，设计越来越成为企业长期稳定发展的一种核心竞争力。我国企业（包括政府）已经逐渐意识到设计所具有的巨大潜力，不断加强产品创新开发的力度，以应对国际、国内市场的竞争。但是，中国企业经历的是“速成”式发展，缺乏相应的企业经营管理的制度积累（企业文化），更缺乏产品开发的经验以及产品开发当中不可缺少的系统、完善和制度化的设计评价机制。急功近利的设计评价思想导致产品设计决策的失误频繁。这种评价制度缺失造成的决策失误，一方面给企业经营造成巨大的经济损失，另一方面又因为产品设计质量的低劣严重损害企业的品牌形象；此外是对稀缺自然资源的浪费，加重生态环境的负担，最终影响到企业的可持续发展。

笔者基于多年的企业设计工作经验，现将国内企业在设计评价中的主要问题总结如下：

（1）缺乏设计评价的程序意识：即设计评价实施阶段的滞后。大部分企业领导重视后期方案效果的遴选和技术可行性的评估，忽略前期市场需求研究、设计战略的预测性评价以及设计项目过程的管理。这无形中增加了最终设计评价、决策的风险性。

（2）设计评价方法的落后：国内企业，尤其是中小企业，大多还依赖于“领导拍板”的感性决策方式。无形之中将决策的风险强加在一人的身上，极大地增加了设计决策的不确定性。在企业发展初期，通过个人的经验与直觉判断进行设计评价与决策应该是更有效率和较为“经济”的方法。然而，随着企业的发展和参与市场竞争的深入，设计评价中的复杂性因素会不断增加，仅靠个人的直觉判断必然难以长期适应其发展的需求。部分企业在尝试了“专家意见至上”、“全体举手表决”、“消费者投票”等多种评价方法的“试错”后，陷入了无“方法”可寻的困惑中。

（3）评价组织的人员结构问题：企业设计评价组织的构成过于偏重市场营销和技术人员，设计师参与的程度不高或缺乏足够的话语权。一方面，这使得设计行为与企业整体的策略方针以及市场的需求脱节，设计蜕化为形式的拼凑和视觉化的游戏；另一方面，设计创新的概念和理念无法得以充分的展示和表达，从而影响了产品形象的独特性，在某种程度上削弱了企业的设计竞争力。

此外，国内部分较为成熟的企业，由于产品设计开发的迫切需求，或是借鉴国外企业的现行制度，或是出于以往经验教训的积累，摸索出一套适合于自身特点的设计评价机制。但总体来说，这些尝试还缺乏对相关因素的全面思考和系统的理论总结。

实际上，设计评价活动是被深深地融入设计创新与管理的完整过程之中，无论是站在哪个角度，设计评价的最终目的都是为了创造一个“好的”产品，为企业、消费者以及其他的评价主体带来利益。尽管在实际设计评价中，皆大欢喜的局面并不多见，但毕竟设计创新的步伐从未停止，设计评价理论、观念和相应制度体系的研究，对于设计从业人员来说势必会变得越来越重要。

0.2 研究的意义

1. 体系化的设计评价理论研究

在以往的设计理论著述中，我们可以看到大量有关“设计评价”的字眼或类似的说法，但鲜有对设计评价活动本身规律、特征、机制的体系化研究。理论家们所使用的术语与将其作为一个研究对象进行理论研究的截然不同的。

本研究将从“商品设计”的独特视角，来看待当下商品经济语境下的广泛存在的设计活动，并以“设计事理学”^①的思想方法为前提，对工业设计评价活动进行系统的理论研究和思考，力求发现其中规律性的线索，构建体系化的设计评价理论。

2. 对企业设计战略实施的现实意义

“适者生存”无疑是大自然最经典，也是最基本的评价原则。在人类社会，人们可以主动地、有意识地对自身行为进行评价，以总结经验教训，优选手段途径，降低“交易成本”，提高生存效率。对商品设计、制造企业来说，一个科学的设计评价体系具有两方面的意义：其一，可以规范企业产品设计的方向，使之有的放矢、目标明确，从而节约设计成本、增加组织效益、提升企业的综合竞争力；其二，在规范化和体系化的设计评价活动中，可以不断摸索和积累适合自身特点的操作方法、程序、标准和组织方式的经验，为企业产品设计的可持续发展作好“制度”准备。

3. 对我国设计人才培养方向的指导意义

近年来我国的设计教育呈蓬勃发展之势。但不可否认的是，“设计教育与设计产业处于严重失衡状态，造成我国设计业两端大，中间小的模式，即设计教育与设计需求的增大，专业化的设计队伍与合格的设计人才却相当缺乏。”^②由此可见，我国培养的设计人才与社会的实际需求存在着相当大的距离。原因自然不少，如设计专业师资力量薄弱，“纸上谈兵”的设计理论；单纯技巧型的设计教学；“竞赛式教育”的影响等。然而，基于明确现实目标的设计评价理论的缺失也是影响设计教育最为重要的原因之一。

设计教育的现实目标是为国家、社会、企业不断输送合格的设计人才。设计人才的培养方向自然不能脱离企业“指向商品”的产品或服务的设计目的。因此，兼顾多方利益的、实事求是“适”的“商品设计”评价理论对我国设计人才的培养具有重要的指导意义。

^① “设计事理学”是清华大学的柳冠中教授结合赫伯特·西蒙的“人为事物”理论与中国的设计实践发展出来的一种先进的设计学理论，经过多年来的深入研究和多角度的论证，其理论体系已日渐丰满。本研究就是对“设计事理学”在设计评价方法论的研究和应用领域上作有益的尝试，并作为其理论体系的一个重要组成部分。

^② 柳冠中：《走中国当代工业设计之路》，邵宏、严善錞主编：《岁月铭记——中国现代工业之路学术研讨会论文集》，长沙：湖南科学技术出版社，2004年版，第12页。

0.3 研究的方法

近代以来,学科的分化使得我们习惯于从一个侧面看待事物,而设计理论研究恰恰是要求我们综合地把握事物的全貌。因此,设计研究必然要借鉴诸如经济学、社会学、心理学、哲学、人类学、市场学、管理学等学科的理论与方法。本研究将以“设计事理学”的思想方法为写作遵循的主要方法,并力求兼收并蓄相关学科成熟的理论知识和方法手段。

“设计事理学”根植于系统科学方法的沃土之中。从根本上说,系统方法是一种态度和观点,而并非一种明确清晰的理论。“关照整个问题,……先设计出一个系统的框架,然后,在作个别决策时须考虑到各个决策对系统整体而言有何影响。”^①即强调普遍联系的和综观全体的认识方法,而非孤立和封闭的方式把握对象。

“设计事理学”正是以这种整体观、系统观为出发点,强调从关系而不是元素、过程而不是状态、理解而不是解释、主体间性而非主体性来看待设计问题。^②“设计事理学”的核心思想是通过表层的“物”(现象)发现背后的“事”(关系),并进一步揭示其中的“理”(规律),从而指导现实的设计创新活动,即创造新的“事”、“物”。其具体方法就是建立有针对性的、具体的、动态的“目标系统”。“目标系统”理论是“设计事理学”方法的核心内容,它有利于使复杂的问题得以条理化与层次化。在“目标系统”中,“事”是塑造、限定、制约“物”的外部因素的总和,因此设计的过程应该首先研究不同的人(或同一人)在不同环境、条件、时间等因素下的需求,从人的使用状态、使用过程中确立设计的目的,这一过程叫作实“事”;然后选择造“物”的原理、材料、工艺、设备、形态、色彩等内部因素,这一过程叫作求“是”。设计的方法就是“实事求是”的方法。^③(对于“目标系统”的详细论述见本书第4章)

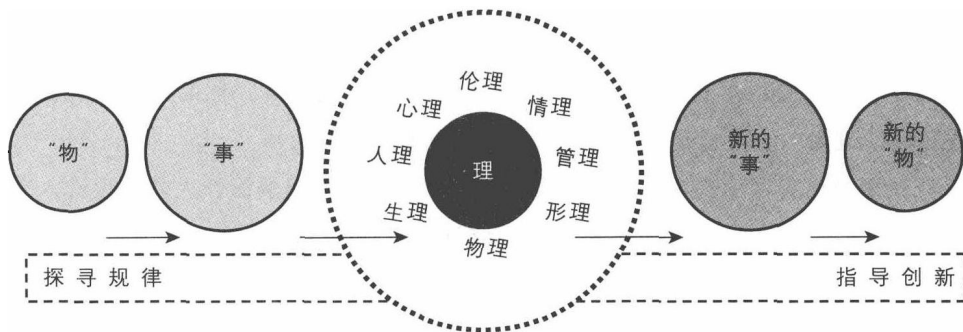


图 0-2 “设计事理学”的核心思想

- ① [美]赫伯特·西蒙:《管理决策的科学》,中兴管理顾问公司译,1982年版,转引自杨砾、徐立:《人类理性与设计科学——人类设计技能探索》,沈阳:辽宁人民出版社,1987年版,第31-32页。
- ② 有关《设计事理学》的详细论述,参见唐林涛博士的《工业设计方法》一书。
- ③ 柳冠中:《走中国当代工业设计之路》,邵宏、严善錞主编:《岁月铭记——中国现代工业之路学术研讨会论文集》,长沙:湖南科学技术出版社,2004年版,第12页。

在本书中,“目标系统”的方法将贯穿始终。我们可以将“设计评价之事”作为一个“目标系统”,来具体分析企业设计评价的目标、限制性和可能性的要素关系。其研究的思路是,首先确定该系统的“外部因素”,即确定评价的主体是谁?他们的愿望、需求和价值观是什么;评价客体是什么?不同商品有什么特征;以及在什么样的社会、经济、制度环境下对客体进行评价等。限定与分析“外部因素”的过程就是逐渐明确层次化系统目标的过程。而后,本着实事求是“适”的原则,选择相应的制度手段,如“适度”的评价标准、“适用”的评价程序、“适合”的评价组织和“适当”的评价方法等内部因素,并利用该制度体系对设计活动的结果和过程效率进行全面的评价。

0.4 研究内容与结构

1. 研究内容

工业设计评价的研究内容可以分为三个层次(图0-3)。第一是观念层:设计评价是评价主体对客体价值的认识、解释和判定,这种评价活动依赖于评价者先在的价值取向和认知图式,也就是说,评价者是以某种观念和思维方式来评判某项设计的过程及其结果;第二是制度层:设计从本质上说是一门实用性很强的知识,设计评价也不可能仅仅停留于纯粹的理论思辨,而必须结合具体的语境,构建与观念相适应的设计评价机制,换句话说,“制度”建设是设计评价的核心环节和基本保证;第三是操作层:评价主体依照先在的观念和相应的制度,对客体进行评价的具体活动和过程。显然,设计评价的最终结果主要依赖于评价主体所持的观点,以及在评价中所采取的标准、方法、程序和组织形式等制度要素内容。

本书论述的主要内容将集中在工业设计评价制度的构建上。在人类有目的的社会活动中,“制度”建设作为一种手段总是依赖于一定的观念,并服务于一定的目的。对于制度(Institution)可以有多种解释。^①套用制度经济学的话语,微观层次的“制度”称为一种“制

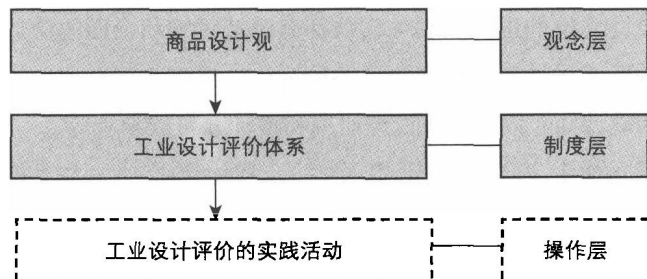


图0-3 工业设计评价的研究内容

① 从汉语的角度看,制度是指“要求大家共同遵守的办事规程或行为准则”。诺思教授认为,广义的制度“是一系列被制定出来的规则、守法程序和行为的道德规范,它旨在约束追求主体福利或效用最大化利益的个人主体”;另一种解释是“在一定历史条件下形成的政治、经济、文化等方面的体系”。参见宋刚,《交换经济论》,北京:中国审计出版社,2000年版。

度安排”；宏观层次的“制度”称为“制度环境”。工业设计评价体系既是企业内部的一种“制度安排”，又涉及企业外部的“制度环境”。总体来说，制度体系规定了设计评价活动的一种结构，这种结构可有效保证评价活动向可预期的方向前进。

2. 本书写作的结构

本书从内容上可分为两大部分，主要围绕两个问题展开。其一，什么是“好设计”和“好商品”？其二，企业如何评价并创造一个“好”的“商品设计”？

前一个问题是观念层的探讨，涉及本书的前两个章节。第1章探讨了设计的含义和本质，以及工业设计评价的复杂性特征；第2章从商品（物）概念入手，探寻商品交换（事）的规律、目标及其复杂的利益关系，即发现“事理”，从而确立不同利益主体“共赢”的“商品设计观”，将“好商品”与“好设计”紧密联系在一起。

后一个问题是如何将理想化的“共赢观”付诸实施，并真正为不同的评价主体带来效用和利益。集中在制度层的研究，包括了本书第3章到第8章的内容。第3章明确了设计评价的范畴，并在设计管理的框架上详细讨论了设计评价的具体内容；第4章是基于企业的设计实践和设计理论的思考，提出实事求是“适”作为工业设计评价的基本原则，并借助“设计事理学”的思想方法，建立设计评价的“目标系统”，将复杂的评价因素纳入体系化的理论框架之中。

本书第5章至第8章详细讨论设计评价制度体系的各个要素内容，即“适度”的评价标准、“适用”评价程序、“适合”评价组织和“适当”评价方法。每章节都有具体的企业案例辅助读者理解。

第9章是理论应用的部分，即尝试性地运用上述理论，为某家电生产企业构建一套产品造型设计评价体系。

0.5 目标读者和致谢

本书对工业设计评价的理论和相关实践都有比较系统和全面的论述，面对的主要读者是工业设计及其他艺术设计专业的本科生和研究生、经济管理专业的学生和研究者、企业中的设计管理者和设计师，以及从事设计研究和设计教育的学者等。

本书的写作源于作者2003～2006年间撰写的博士论文。写作之前，作者经历了7年的驻厂设计师生涯，又从事了多年的产品设计服务工作，对设计评价的理念和方法，尤其是企业设计评价机制的建立已经有了较深的理解和感悟。本书是作者将设计实践中的经验与设计学理论相结合的产物，其过程有艰辛，更有快乐。又经过了几年的积淀、思考和内容补充，作者更加确认书中的核心观点和方法对于企业的创新设计以及长期可持续发展的价值和重要性，以及对于设计教学的意义。在此衷心感谢我的导师柳冠中教授在我攻读博士学位期间以及本书写作过程中的悉心指导和言传身教。