

世纪经典工业设计

50款产品

设计与材料的革新

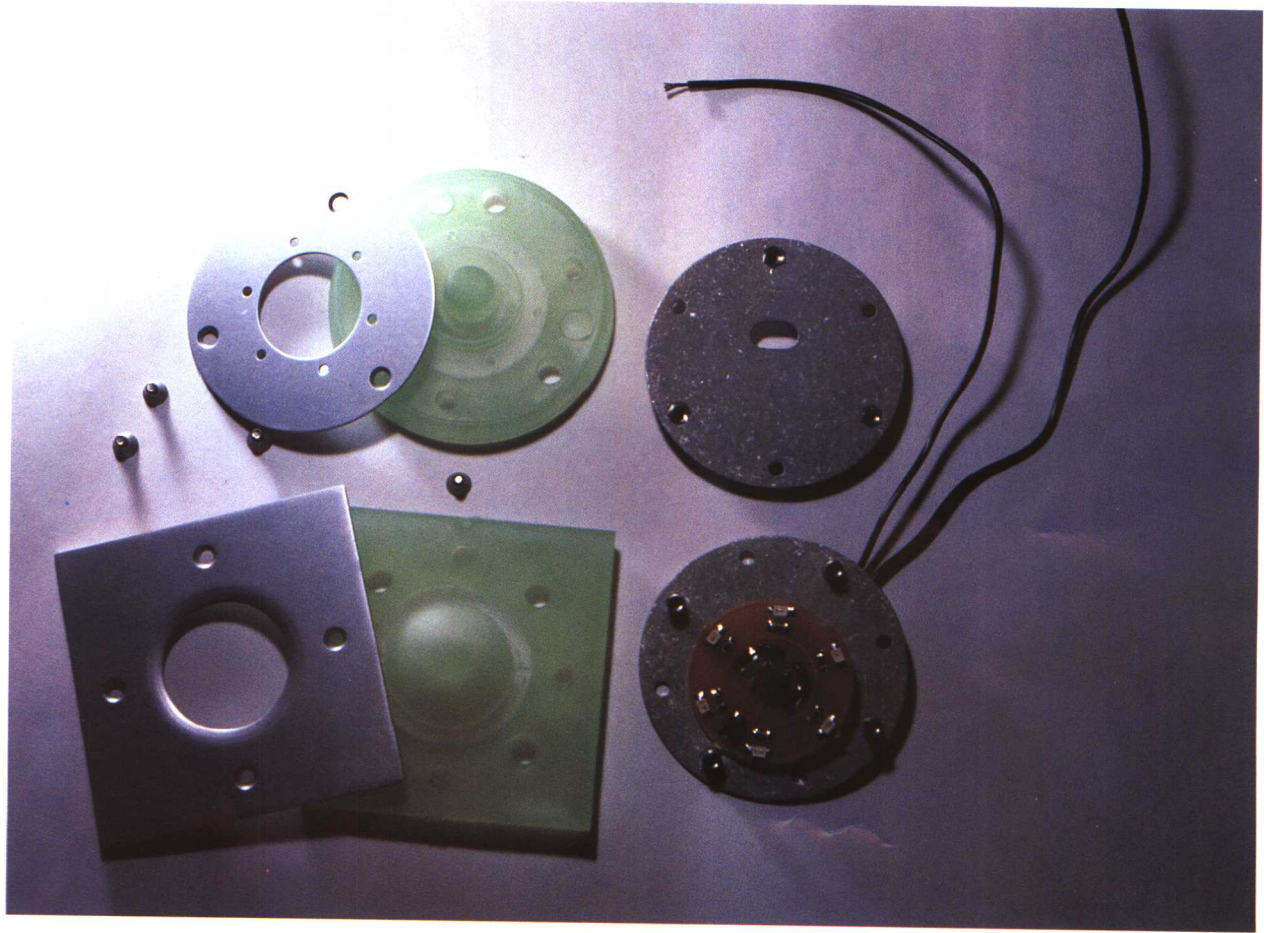
[美] 梅尔·拜厄斯 主编

邓欣楠 谢大康 译



 中国轻工业出版社

5 0 款产品 设计与材料的革新



世纪经典工业设计

50款产品

设计与材料的革新

[美] 梅尔·拜厄斯 主编
邓欣楠 谢大康 译

引言
大卫·瑞维·麦法登

调研
辛茜亚·安圭索拉·达奥尔托埃
布里丝·丹塔

技术制图
马尔文·克莱恩

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP)数据

世纪经典工业设计/(美)拜厄斯主编;邓欣楠, 谢大康译. —北京:中国轻工业出版社, 2000.9
ISBN 7-5019-2938-6

I.世... II.①拜... ②邓... ③谢... III.工业设计—作品集—世界 IV.TB47

中国版本图书馆CIP数据核字 (2000) 第41064号

Pro-Design:50 Products

Copyright 1998 Mel Byars

All rights reserved.No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise without the permission of the copyright holder.

世纪经典工业设计

50款椅子 设计与材料的革新
主编:梅尔·拜厄斯(Mel Byars)

50款桌子 设计与材料的革新
主编:梅尔·拜厄斯(Mel Byars)

50款灯具 设计与材料的革新
主编:梅尔·拜厄斯(Mel Byars)

50款产品 设计与材料的革新
主编:梅尔·拜厄斯(Mel Byars)

50款体育用品 设计与材料的革新
主编:梅尔·拜厄斯(Mel Byars)

50款床 设计与材料的革新
主编:梅尔·拜厄斯(Mel Byars)

本书中文简体版版权归中国轻工业出版社所有
未经许可 翻印必究

责任编辑:崔笑梅 责任终审:孟寿萱
责任校对:方敏 责任监印:崔科

出版发行:中国轻工业出版社
(北京东长安街6号, 邮编:100740)
网 址: <http://www.chlip.com.cn>
联系电话:010-65241695
印 刷:深圳利丰雅高印刷有限公司
经 销:各地新华书店
版 次:2000年9月第1版 2000年9月第1次印刷
开 本:889×1194 1/16 印张:37.75
字 数:1024千字 印数:3500
书 号:ISBN 7-5019-2938-6/J·147
定 价:392.00元(共4册), 本册:98.00元
著作权合同登记 图字:01-1999-3531

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

目 录



引言

身体需要的见证：新千年的产品设计
大卫·瑞维·麦法登 7



前言

一块面包、一壶酒、你及其他
梅尔·拜厄斯 9



一般的家庭用品 11



办公用品 33



餐厨用品 53



个人用品 89



花瓶 103



垃圾桶 137

引言

身体需要的见证：新千年的产品设计

几乎在整个20世纪当中，艺术无疑是处在她和手工艺、设计一同构筑的这座金字塔的顶端。这一秩序背后的力量，是包含着经济、政治、文化和科技的复合体系。然而在20纪或者说这一千年最后的日子，艺术的神圣光环正在消退，而手工艺和设计则日渐显示出惊人潜力，要推翻这座100年来一直矗立的金字塔。

如果有个主题论及即将到来的2000年的创造力，那就是过去一直互相保持距离的各领域里出现的、让人惊奇的多元性。今天，工艺、设计、建筑、时装和艺术已然互相渗透，以至于讨论各自的定义和彼此间的差别都变得毫无意义。梅尔·拜厄斯在他的《50款产品》一书中热情澎湃而不失冷静地讨论了这一点。他详细而尽责地介绍了这些或由手工完成的、或尚处于模型状态的、或批量生产的器具和小玩意儿被创造的过程，它们构思完备、价格低廉，而且平易近人。之所以能够有这样的设计，是与材料及手工艺者与工业生产者之间技术的相互融合分不开的。它们是创造者们智慧和实践的结晶，是别出心裁的，这些深深体现了人文主义精神。

设计不仅是灵感的再现，更是行动的结果。设计帮助我们了解这个世界，来体察人们的需求，从而解决问题。梅尔·拜厄斯的《50款产品》一书中所列选和所强调的设计，使我们能够实际领会这个符号化的范畴。应用这些小工具，我们能够装点生活、搜集废物、展示战利品、消除有害物，这些产品是我们自身最明晰和最富情感的证物。

在以科技革命为旗帜的世纪中，随着内外科医学的进步及我们对人类精神世界的不懈探索，我们的肉体被赋予了全新的涵义。通过我们的眼、耳、鼻、舌、身，我们得以更好地面对并拥抱这必然而实在的、视觉的、数字化的世界以及精神的世界。这个观点并非由我提出，早在1856年，美国著名哲学家拉尔夫·瓦尔多·爱默生(Ralph

Waldo Emerson)就曾说过：“人类是天生的发明家，可以从自身的生理结构中得到启示而应用于机器设计上，加上自己对铁、木、皮革等材料的剖析和理解，从而达成工作中所要求的一切。”我们创造、利用并珍视我们自己的价值，这已是公认的事实，并且这些在人类的设计过程中被强化了。我们为设计的真正价值注解：它们是我们灵魂的窗口，而这窗，早已在我们身体的建筑上安装完毕。

书中的50款新奇的设计是梅尔以其独特的视角精选出来的，它们是我们时代风云变化的先兆。这些设计是世界上成熟的创新者们令人难忘的作品。它们更给予我们许多浮想联翩的空间和灵感乍现的火花。它们就像小说家亨利·米勒所描述的那样：“来了！就在窗外！”

这本书的大部分内容见证了我们需求的变化，人文主义精神的回归，和新千年多元化的发展势头。

大卫·瑞维·麦法登
美国纽约工艺博物馆

前言

一个面包，一壶酒，你及其它

我们热衷于谈论我们的财产、用品以及任何相关的事物。实际上，普普通通的日常用品早已经成为一些美国出版物的话题了。像唐纳德·A·诺曼 (Donald A. Norman) 的《日常用品的设计》和《日用品心理学》，亨利·佩特罗斯基 (Henry Petroski) 的《实用物品的发展》，以及苏珊·戈德曼·鲁宾 (Susan Goldman Rubin) 的《抽水马桶、面包机和电话：日常用品的使用和问题解答》。当然，还有德国移民朱里斯·E·利普思 (Julius E. Lips) 1947年所著的《物的起源》，话题甚至触及“拜物”的远古时代。

我们所拥有的财产揭示了我们自己的复杂性，我们的社会地位、所受的教育或者过度的自我意识。我们总是希望自己与众不同、卓尔不群，却因此极端地依赖我们所使用的东西而并非我们自己。

儿童对待自己的所有物向来格外珍惜，如果不是被要求或强迫的，从不愿与别人尤其是与自己一般大的孩子分享。在一些地方，穷苦的孩子甚至通过暴力抢夺别人昂贵的皮夹克或者运动鞋，因为这些贫穷的灵魂以为他们的衣服就是他们自己，特别的衣服会使穿衣服的他们变得也特别起来。

而我们很少很少能找到这样的人，除了“一个面包，一壶酒和你”便别无他求。

琳琅满目的日常用品和它们层出不穷而又颇有成效的广告让我们相信，我们需要所有的这些产品。当然，这不是事实。譬如，我们总可以在家里找到许多不太用得着的名目繁多的小家电，像咖啡机、开罐器、微波炉、电动卷笔刀、数码电视机、电动牙刷或鞋刷、电动刀等等。这些设备不但昂贵、耗费能源，而且在新鲜劲过后如何处置都是问题。

所以当你知道这本书并非要你相信你需书书中的产品，你也不必惊讶。书中的东西有的俏皮可爱，有的精致气派，或许会用各自无声的语言召唤你带它们回家。事实上，一些东西确实叫人心动。

在过去的10年里，设计师们创造出这些充满想象力的新产品，它们表达新的想法或是在传统命题上进行革新。在书中，你会看到一个用帐篷材料（织物和塑料）制作的可折叠的垃圾桶（见138~139页）；一个能把乱七八糟的馈线收拾妥当的装置（见46~49页）；一个无须任何高科技，但概念被重新诠释的苍蝇拍（见18~19页）；一把陶瓷的茶壶却有塑料般的外观（见66~69页）；为麦当劳开发的可在一个月以后分解的扁平餐具等，这些新奇的创造把我们过去思维的桎梏打开了。

在艰难的收集资料的工作中，我有幸得到了设计专家 Cinzia Anguissola d'Altoe 和 Brice d'Antras 的帮助。他们本身就是富有成就的设计家和教师，他们的努力使我和我的书都受益匪浅。他们就像英国侦探小说里的神探，不知疲倦地为本书寻找素材，不单根据我的需要，更是根据他们自己的判断。

在这本书最后选择入选项目的过程中，一些重要的因素逐渐明朗了。很清楚的情况是荷兰的设计品特别符合本书的宗旨：小型的、非电力或电池驱动的、家居常用的小器具多被采纳。因此，可能会与其他国家的作品在数量上产生不平衡，但这并不是偏见。另一个有争论的方面可能是收录一位尤为杰出的荷兰设计家塞巴斯蒂安·伯格纳 (Sebastian Bergne) 的两件作品而不是一件，这是出于本书的多方面的考虑。

本书的另一方面也验证了麦法登先生在引言中谈到我的“与众不同的视点”。在落实最后的入选项目时，是我一个人独自进行的，我发现花瓶出奇的多。相比于取消或是减少它们的入选数目，我倒决定把这看成一个机会。因此，你会看到不同教育背景下的给不同的厂商从事设计的设计师们是如何围绕一个主题而进行设计的。在不同的情况下完成同一个任务，例如花瓶——这个器具的先决条件对每个设计师都是相同的。

花瓶的设计多姿多彩。其中有一个故事来自约汉·巴克曼思 (Johan Bakermans)。在1992年他还是The Hague 工艺专科学校的学生的時候，被要求从11个选题中选取一个设计项目，他的选择是“可调节的花瓶”。巴克曼思告诉我：“即使人们有101个花瓶，但当他们带一束花回家时还是找不到合适的花瓶。这就是为什么我要做这个选题的原因。设计一个可以根据花束进行调整的花瓶，以寻求解决的办法。我喜欢将东西倒着看，以不同的方法来得到一种产品，这就是创造新产品、新功能的方法。”（参见第104~107页）

另一位花瓶的设计者马丁·布鲁赫尔 (Martin Bruhl) 设计并制作艺术家具，通过荷兰一个不大的画廊网络拓展市场。其中丹福特和鹿特丹的“Oto to Z”画廊老板曾建议他设计能够体现布鲁赫尔特点的花瓶，而且由他自己来制作。他的花瓶设计被证实是非常成功的，但画廊没有把它卖出去，最后由恩德·马松 (Ed Mathon) 将它纳入“工业边缘/尝试”设计事物所的收藏。正因如此，就像马松所说的，“是商人触发了这只花瓶的诞生”（参见第108~109页）。

前言

马松还有一个险些已被我淡忘的见解：“荷兰是世界的花园，无须解释为什么这里的设计师都有设计花瓶的想法。”

以上说明对物品的设计远远不只是视觉的表现。关于这些设计，要说的实在太多了。这些范例向我们展示的是新一代设计师和生产商的奉献，他们明了：好的产品不单是形状和色彩的游戏。好的设计涉及生态学、人体工程学、经济、政治、社会学、人类学及其它诸多重要的因素。然而我们不要忘记另一面，造物可能令人愉悦，也可能无聊之至。不过，在这个你我都看到的，每天都充斥着恐怖和苦难的世界上，我们多少还是需要信仰之类的寄托。从这个角度来看，造物还是某种精神消遣。

像Rotovision出版社的工业设计系列丛书有关椅子、桌子和灯具的分册一样，这本书包括全世界的许多设计师和制造厂商的工作，包含了那些生产商所有的工人以及那些自由撰稿人的工作。不过，如今又有一个新的人群：设计企业家——他们集企业家、设计师和生产者于一身。他们不但设计，而且进行生产，他们不必再像以前那样被迫将就那些愚昧的领导，或者不得不移居国外从事设计。而现在，他们能够充分发挥才智，通过制作自己的产品，扩展可能性的边界。他们可以快乐地留在故乡了，成为有生产力的和更为幸福的人。

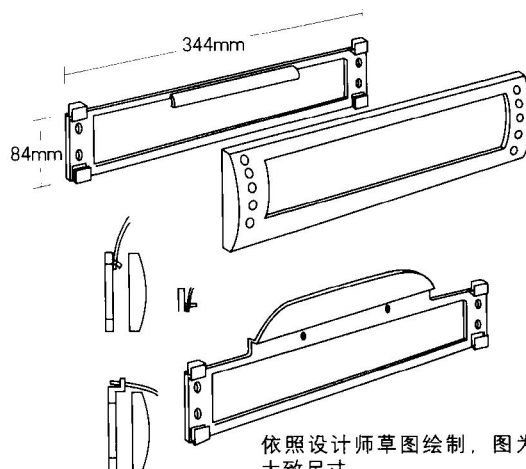
梅尔·拜厄斯
于纽约

一般的家庭用品

信箱槽和存放袋

设计者：“WAAC”设计与咨询处(WAAC's Design
(Joost Alferink 荷兰人，生于1964年) 迪兰德·克里斯蒂 (Dienand Christie, 荷兰人，生于1963年) ”
制造厂商：Gezu Borstel B.V. Nijkerk, The Netherlands
设计日期：1994—1995年

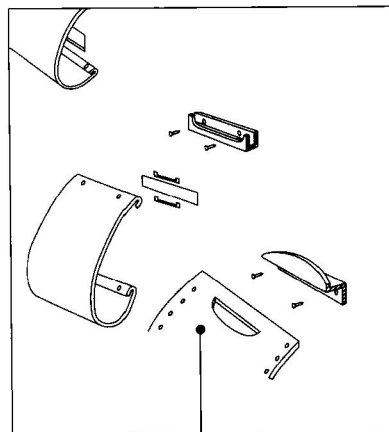
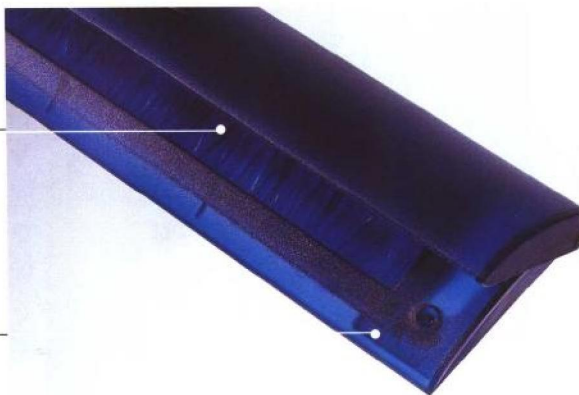
这款防风信箱是由一家老牌毛刷生产商生产的。它一改过去家居信箱的乏味设计，有多种色彩可供选择。信箱槽后面简单而价廉的信袋子可防止邮递员投递进来的信件滑落。



依照设计师草图绘制，图大致尺寸。

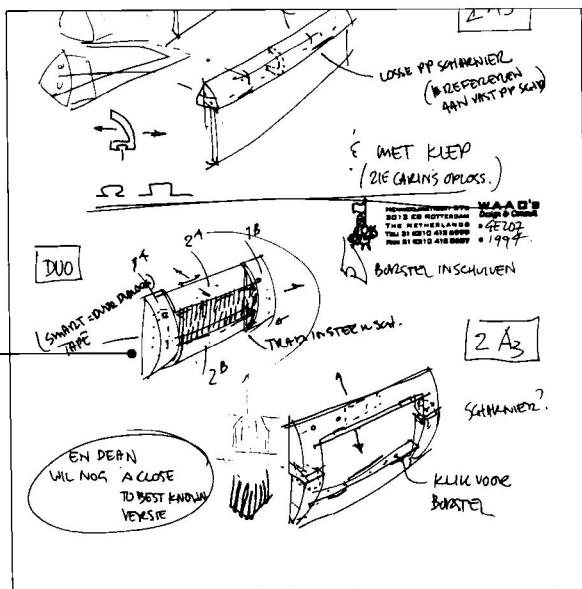
信箱口特别设计的紧密的塑料刷可以防风，灵感来自鲸鱼的须。

信箱对着门外或走廊的一面，是由半透明的彩色ABS注塑而成的。



邮件袋和ABS袋扣的细部。

从设计师的草图中，可以了解设计师解决传统信箱口灌风问题的几个创意。



激光切割的聚丙烯信袋上部可以打开，由一个方便的ABS扣固定。



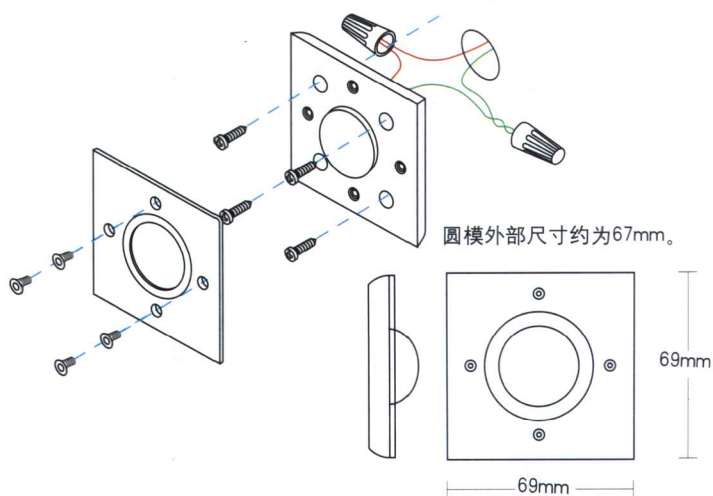
“孢子” 门铃按钮

设计者：汤姆·戈登 (Tom Gordon, 美国人, 生于1966年) 特得·皮尔逊 (Ted Pierson, 美国人, 生于1967年)。

制造厂商：the designers' firm, spOre Inc. Seattle, WA, U.S.A.

设计日期：1995年

这款吸引人的、制作精良的门铃的特点是采用长寿的发光二极管为光源，能持续用11年，只耗电1W。设计着眼点在于发光的按钮在晚间也清晰可见。其中设计成圆形的按钮除了具有温暖的视觉、柔软的触觉以外，其外形更让人联想到“乳头”的形状。

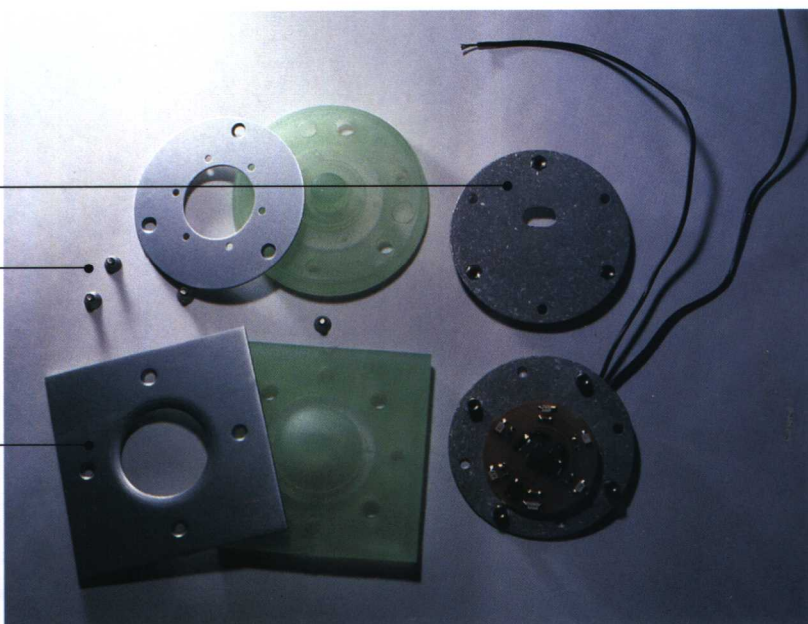


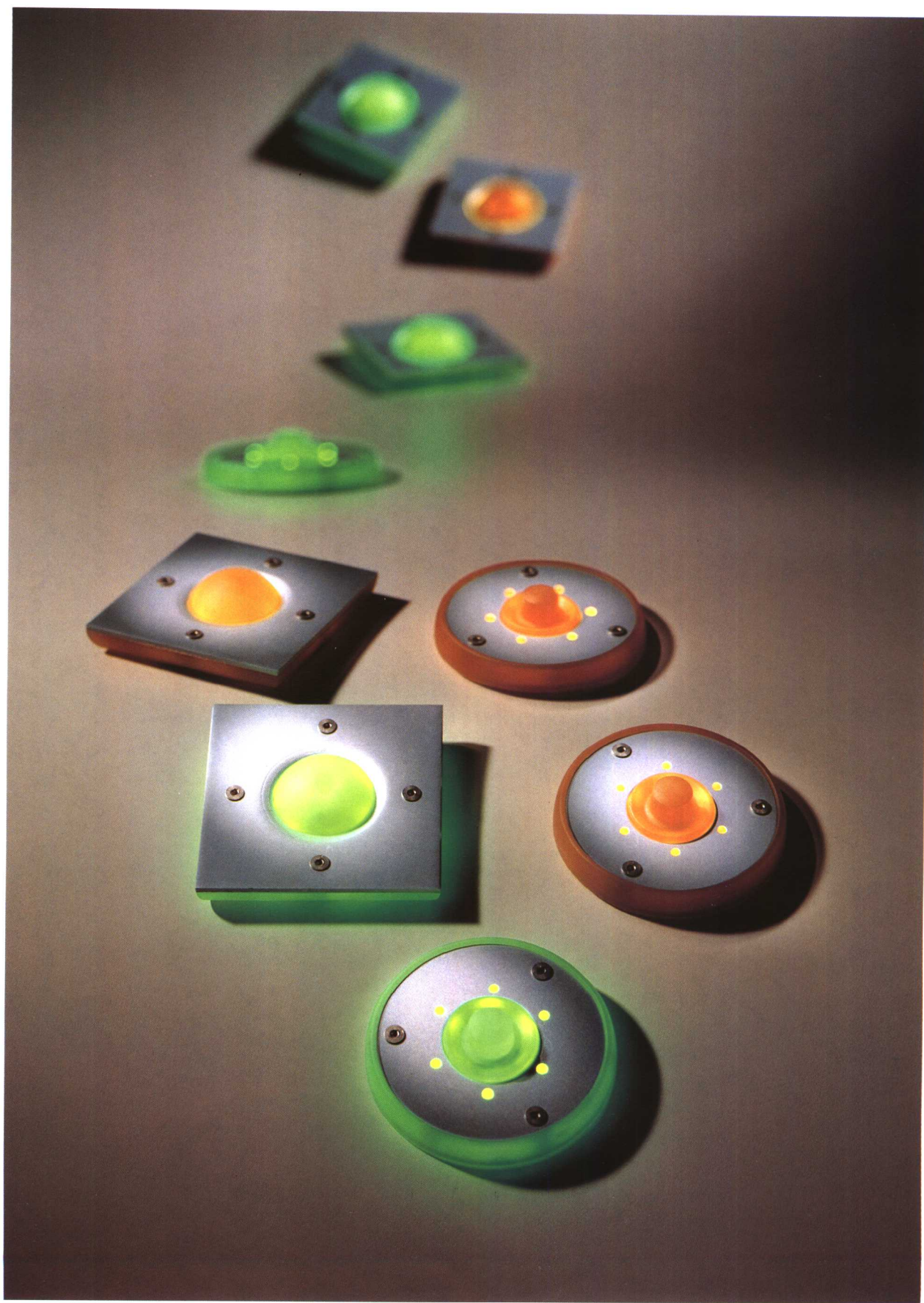
5052铝质背板，用计算机控制的冲床冲压，后抛光，冲有4-40螺纹支架孔。

不锈钢螺钉（连接电线的螺帽）。

5052铝面板，用计算机控制的冲床冲压，表面经过打磨、整饰、腐蚀和阳极氧化处理（用不锈钢螺钉装配）。

温暖（来自光源）而有柔软触摸感的按钮，有绿色和琥珀色的，用加有紫外荧光剂的“Dynaflex”人造橡胶注塑而成。





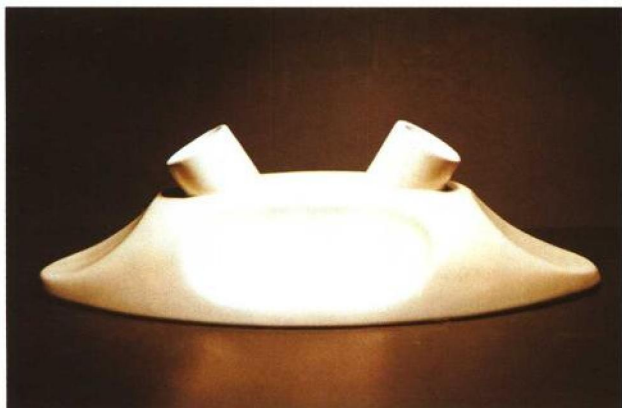
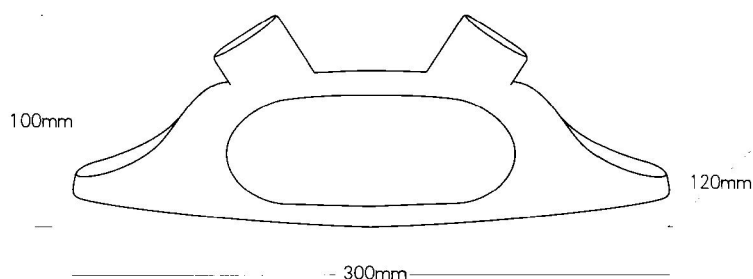
“班轮”空气加湿器

设计者：布鲁诺·格雷戈里 (Bruno Gregori, 意大利人, 生于1954年) Setsu Ito (日本人, 生于1964年)

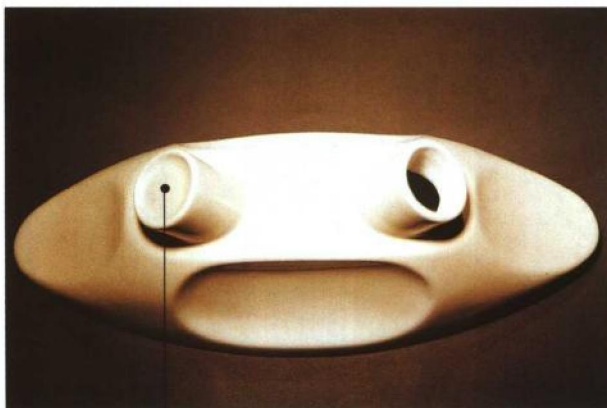
制造厂商：Il Coccio Umidificatori, Barberino del Mugello (FI), Italy

设计日期：1996年

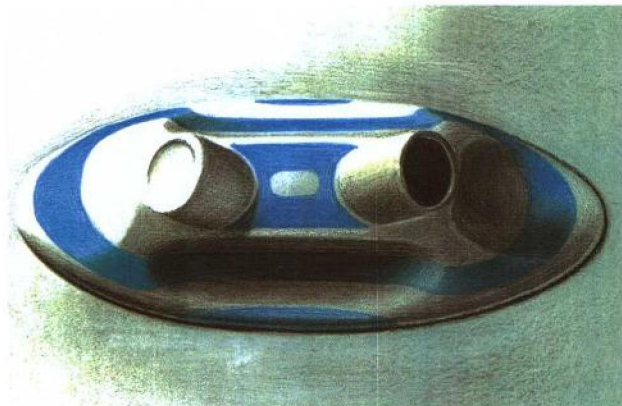
设计师将这个加湿器称为“人造器官”，它有缩小的远洋客轮的外观。用抗热的硬陶制作，在灌满水后放在暖气片上。它只有一个小的开口，清洁起来可能很困难。这家工厂生产各种加湿器已有35年的历史。



Il Coccio的陶器配方来自意大利佛罗伦萨的化工研究部门的试验成果。这种材料由陶土（制陶用的土）和高岭土（粘土填充剂或添加剂）制成，具有高度的蒸发能力，于白垩模子里成型。



可能是出于对称的原因，这个容器有两个烟囱状的突起，但只有一个有开口，便于容器注入水，并让蒸汽流出。



这家公司大多是意大利设计师，这是他们设计的“Il Coccio d'Autore”系列的21件中的一件。这一件最初也是从装饰的目的来考虑的（右上图）。不过幸好最后还是采用全白的装饰。

