

设计的 精神

32位世界顶尖设计师
讲述自己的设计故事与感悟

跨越设计界限
碰撞思想火花
阅读设计精神

香港设计中心

辽宁科学技术出版社 | 艺术与设计出版联盟

TB47/104

2008

跨越设计界限
碰撞思想火花
阅读设计精神

图书在版编目(CIP)数据

设计的精神 / 香港设计中心, 艺术与设计出版联盟编.

沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2008.4

ISBN 978-7-5381-5381-1

I. 设… II. ①香…②艺… III. 设计学 IV. TB47

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第027116号

设计的精神

出版发行: 辽宁科学技术出版社

地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003

联系电话: 024-23284360 邮购热线: 024-23284502 www.lnkj.com.cn

艺术与设计出版联盟

地址: 北京市西城区阜外大街34号 邮编: 100832

联系电话 / 邮购热线: 010-68587268 www.artdesign.org.cn

印刷者: 北京华联印刷有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 168 x 230 mm

印 张: 17.5

字 数: 285 千字

印 数: 1~5000

出版时间: 2008年1月第一版, 2008年4月第二版

印刷时间: 2008年4月第二次印刷

责任编辑: 陈慈良、钱 竹、胡小惟

编 辑: 朱 林、张晓华、张 佳

摄影编辑: 那 磊

书籍设计: 关云峰、王 江

责任校对: 东 戈

定价: 48.50 元

目 录

010. 从“我家妈妈”到“情感建筑”

丘德威 (Alan Yau)

016. 香港海洋公园：亲爱的人民公园

盛智文 (Allan Zeman)

020. 光就是空间的生命

陈仕芳 (Arnold Chan)

028. 人与设计原型

比尔·摩格里吉 (Bill Moggridge)

034. 明天的设计学校

克里斯托夫·富莱灵 (Christopher Frayling)

044. 从进入到整合，品牌的国际化

陈瑞麟 (Dennies Chan)

048. 芝加哥千禧公园效应

爱德华·库卢尔 (Edward Kluhlir)

056. 变化中的人与世界

陈秉鹏 (Eric Chan)

Contents

066. 源于自然的心灵感悟

伊娃·基里克娜 (Eva Jiricna)

076. 奢华的挑战：变化世界的心理欲望

盖·索尔特 (Guy Salter)

092. 21世纪的旅馆

霍孔锵 (Ho Kwongjan)

104. 设计美梦 奢侈品的起源

让·马克·加迪 (Jean Marc Gady)

114. 与鞋结缘

周养杰 (Jimmy Choo)

120. “巧克力”与流行趋势

金珍 (Kim Jin)

124. 以小博大的品牌价值

乔·菲利 (Joe Ferry)

134. 劣设计之劣后果

约翰·索莱 (John Sorrell)

140. “不创新就灭亡”

卡里姆·莱希德 (Karim Rashid)

154. 表面之后，造型之外

罗维·威米尔斯先生 (Lowie Vermeersch)

164. 设计差异：竞争者无法跨越的差距

马丁·达比希尔 (Martin Darbyshire)

172. 设计的收益观念

皮特·莱克 (Peter Zec)

180. 情景化零售空间

莱希德·丁 (Rasshied Din)

186. 区分好想法和坏想法

隆·阿拉德 (Ron Arad)

200. 不要顺理成章地接受一切

施德明 (Stefan Sagmeister)

214. 巴黎的新艺术精神

史蒂芬·马丁 (Stephane Martin)

220. 香港湿地公园

邓文彬 (Stephen Tang)

228. 设计的有效奢侈

汤马斯·侯隆 (Thomas Houlon)

236. 中国的新设计机遇

王敏 (Wang Min)

240. 典型的香港风格

邓达智 (William Tang)

244. 北京首都博物馆：官方设计体系

严瑞源 (Yim Shui Yuen)

250. 迷恋色彩拼贴

赞德拉·罗德斯 (Zandra Rhodes)

260. 发展出来的设计

张永和 (Zhang Yong Ho)

266. 中国工业设计的现状和困惑

周佚 (Zhou Yi)

香港，创意辐射之岛

/ 刘小康



每年的香港设计营商周举行的时间，都是当地气候最宜人的时间。活动中，人们感受到了设计与生活的密切关系，看见了设计与商业结合的巨大潜力，听到了国际设计巨匠震撼人心的演讲和演示。

“香港设计营商周”的国际研讨会邀请的嘉宾都是国际最好的讲者，连续几年都是如此。有很多人做这件事情，也有很多观众参与。邀请的嘉宾都能准时参与，这本身就说明了品牌有很大的效应。“为亚洲设计”（Design for Asia）大奖邀请了很多名人作为评委。过去几年大家都看到评委、看到得奖的名单和报道，明白这个评奖和其他评奖是有所区别的，我们从纯粹的设计师角度去评一个奖，也希望设计师在思维和商业上的功能、他对亚洲生活的影响这个角度出发可以和其他评奖形成明显的差别。这些让外界知道我们在做其他人没有做过的事情。有了这两点作支撑，“香港设计营商周”的品牌效应就开始慢慢扩大了。

我想说明的一点是，“营商周”的奖项从本质上来说不是颁给设计师的，而是颁给品牌的。设计师当然也会得到奖励，但差别在于本质上。比如说我们为诚品书店颁奖，这个奖不是颁给设计师的，也不是给书店老板的，而是用奖项来鼓励品牌用设计用得对。获奖本身不是给设计师的荣誉，而是对于企业成功运用设计的一种肯定。这种肯定不单是关于漂不漂亮的问题，而是从商业上认可这种设计的价值所在。

刘小康先生是香港设计中心董事会主席，也是香港特别行政区著名设计师。

香港的地理优势在于背后是中国大陆，自己也和亚洲其他很多国家离得比较近，前往这些国家的交通方式也很方便和快捷。其次，香港是一个国际化的城市，在商业、金融等领域的信息结构是非常发达的。也保持了自己作为中国文化一部分的个性所在，香港保存了很多自己的文化。这些都是香港发展设计的优势。

现在我们探讨的问题是香港在世界的位置是什么，香港在亚洲应该充当什么角色。我们现在不总说香港是中国文化的中转站，而是把自己看作是一个国际化的平台。这个平台是开放的，不同的人在这个平台上的所作所为是为自己的国家，也是为中国。

香港最有能力发展品牌战略的制造业目前还没有完全把握品牌发展的过程，还没有把握未来品牌发行的渠道。但是近几年一些企业意识到了品牌的价值，正在做这方面的推动工作。我们不能期望他们有一个立竿见影的效果，应该是逐渐培育吧。香港现在有6万家公司还在珠江三角洲，有1,100万工人，他们主要还是做OEM（OEM是英文“原创设备制造商”的缩写，它的基本含义是定牌加工，俗称“贴牌生产”）的。从OEM到ODM（原创设计制造商）和OBM（原创品牌制造商），我们现在还提出一个OSM（原创战略制造商）的口号，还有很强的发展空间在前面。

从“我家妈妈”到“情感建筑”



我本人并不是一个厨师，可能有人会说，我们做事的方式与其他品牌稍有差别，因为我的品牌对名厨的依赖性不如其他品牌那么强。作为一个餐馆经营者，我可以从很多常见的方面来定义一个餐馆的“产品特性”，如烹饪风格、服务质量、餐厅位置、餐厅内部装修以及餐厅氛围等等。但是，我想从一个不是如此具化的方面来定义餐厅的特性，那就是现代情感建筑所总结的现代真实感。真实感与现代感的融合产生了动态。现在的建筑是从以前的建筑演化而来，建筑师可以把重点放在吸收以前建筑的优点上，因为这些优点经过了岁月的验证。建筑师同时还有很大的自由，他们可以自由地改变一些特性，或者保留一些值得保留的因素。现代性同时要产生一种现世的真实感。我之所以称自己为现代主义者，不仅是因为我对于设计的这些看法，也是因为我对于食物、对于生活方式同样持有不断进步的态度。然而我所推崇的不仅仅是现代性，我同样相信永恒的存在，同样相信经典的品位与美感。但是，经典的品位与美感同样可以在现代的背景下得以演化，并且得到真实感。

丘德威 (ALAN YAU) 出生于香港，12岁移居英国，是伦敦备受推崇的餐饮钜子，喜以现代厨技配以改良的传统东方烹调方法，将设计的精髓融入餐厅的每个细节。他曾策划和创办了日式拉面连锁店“我家妈妈” (Wagamama)，在过去的10年里，“我家妈妈”已经成为了世界上最有影响力的餐厅品牌之一。他还创办了“客家先生” (Hakkasan) 中餐馆，其姊妹餐馆Yauatcha同获法国权威饮食指南“米其林小册子”的星级评分，成为欧洲最出色的中餐馆品牌。

在空间设计这个领域，我想说的与“理念”有关，我称之为“中心支撑成分”。在各种“中心支撑成分”之中，我对餐厅内部的座位的设计布置有着最浓厚的兴趣。因为作为我这样一个餐馆经营者来说，关注饭店内部有关座位的动力学可以使我的餐厅理念得到更加淋漓尽致的发挥，关注座位的设计不仅与空间动力学有关，还把“移动人体研究”更加个





性化 (F B OPERATION)。以“我家妈妈”为例，我在1992年创立了“我家妈妈”，那时我运用长凳作为座椅取得了很好的效果。因为餐馆里只有长凳，人们就不得不坐在一起吃饭。而“我家妈妈”想要传递的理念就是要创造一个让公众连接得更加紧密的环境。在1997年，也就是我刚刚将“我家妈妈”出售的时候，我看到了一家同样位于伦敦的泰式餐馆，这里的座位方式令我十分感兴趣。我当时就有了这样一个主意，我想：要想让人们之间更加密切，除了使用长凳子，我还可以使用方形的小桌子。所以，我就试用了这种面积为1.6平方米的方形桌子，我想看看通过把这些桌子放在一起，我是否能够更好地传达我的理念，人们按照这种方形结构坐在一起是否真的能够达到我想要的社会功能。

关于“情感建筑”，另一点值得说的是与“座椅高度”有关。这也是我的第二个“中心支撑成分”。我在伦敦有间茶室，通过这间茶室的座位设计，我想要表达的理念是创造出一种不那么中规中矩，而是十分轻松、亲密的氛围。在这家茶室里，椅子的高度是400毫米，桌子的高度是680毫米。我非常喜欢这家茶室的座位设计，因为它们抛弃了拘谨的礼节，营造出了亲密无间的感觉。如果人们想要那种中规中矩的氛围，任何一家中等的餐馆都可以提供。在传统的茶室中，椅子高度通常是460毫米，而桌子的高度通常是720毫米。通过降低桌椅高度，我把人们的关系拉得更近了。我个人非常欣赏这个做法。降低桌椅高度还有一个好处，那就是让人们感觉他们身处的空间更加宽阔。

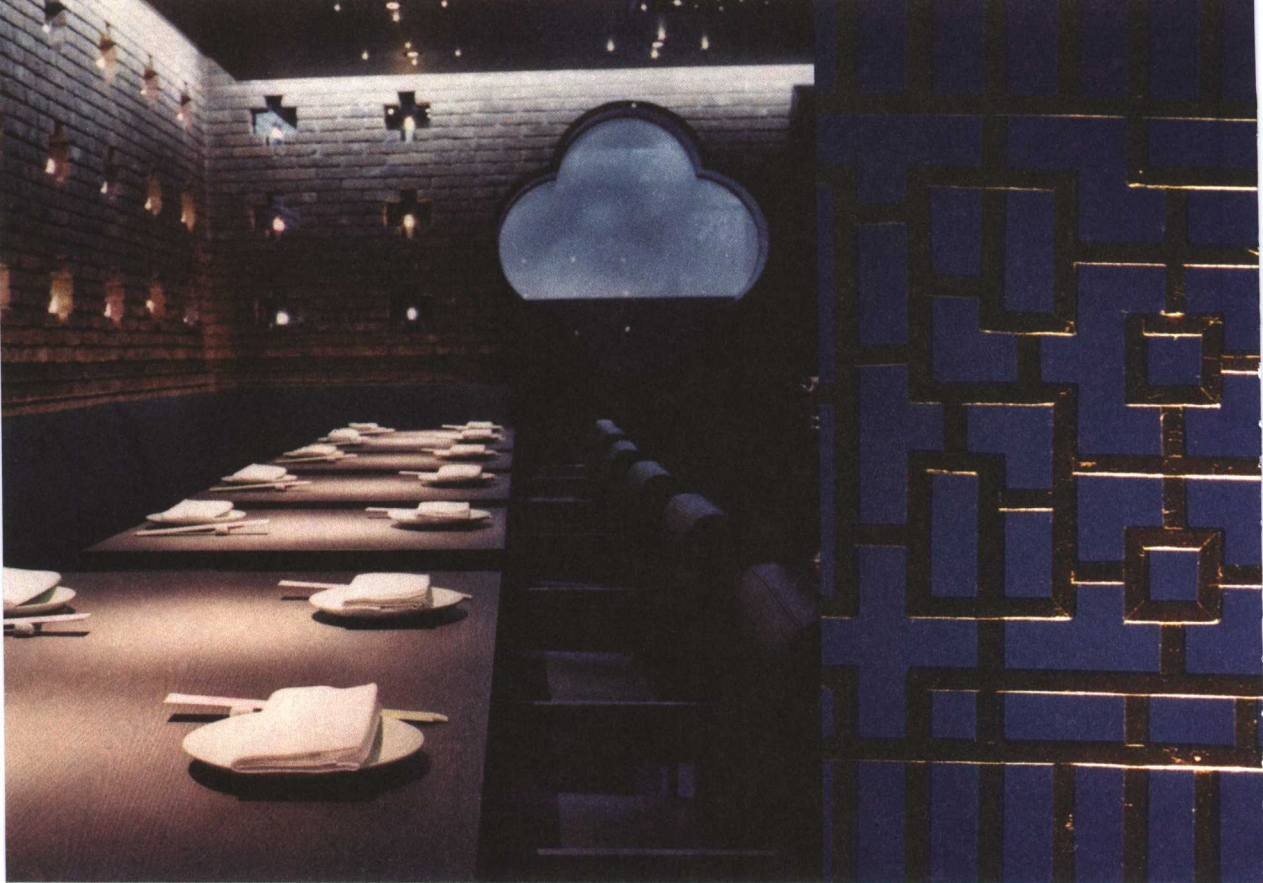
我的另一个观念就是，我的计划布局都是始于设计过程。对于我而言，设计过程远远比餐馆位置重要。这与传统做法相反。按照常规，对于餐厅和酒店经营者来说，有一个“基本准则”，那就是餐厅和酒店所处的位置高于一切。但是，对我来说，我想传达的理念与空间设计是否融合更加重要。我在做“饭店位置可行性调查”时，考察的非常重要的一点就是空间与我所要传达的观念是否相容。很多专业的餐馆经营者在谈到



空间设计的时候，都非常关注比例问题，他们关注前台和后台的比例。但是，这个问题对我来说仅仅是一个为了商业价值而讨论的问题。尽量扩大前台的空间，就是为了尽可能地增加营业额。我也相信比例非常重要，但是不如其他因素重要。我认为充分利用空间就等于最优化地设计空间结构，最好地与我的餐厅理念融合为一体。我的几个重要项目都存在一个共同点。但是“我家妈妈”除外，因为它是我早年创立的。对于空间结构来说，除了要与餐厅理念相兼容之外，还有很多重要的因素。其中一个关键因素就是所谓的“黄金三角”还有“黄金矩形”。黄金矩形具有平稳与和谐的美感，因此设计师大量地把黄金矩形应用在建筑上。因此，很多空间的美感依赖于“黄金矩形”带来的美感。但是，我还是认为形状与兼容性同样重要。这是以前的设计师们经常使用的“黄金矩形”比例，他们根据这个比例来划分空间。

很多建筑师和设计师都十分重视最终的设计成果，他们重视作品的功能性以及形状。他们对于最后的作品关注使他们的设计过程变成了一个美学实验过程。如果把更多的注意力放在设计的意义性而不是美感上，就更可能创造出想要的氛围，表达出材质想要表达的力量。对我来说，“情感建筑”中存在的一个问题就是如何既能表达美感，又能表现意义。当我与约翰·帕森（JOHN PAWSON）就“我家妈妈”进行合作时，我们就试图统一美感和意义，并表达出约翰·帕森经典的极简主义。约翰·帕森把“极简主义”定义为：“当一件作品的内容被减至最低限度时所散发的完美感觉；当物体的所有组成部分，所有细节以及所有的连接都被减少压缩至精华时，它就会拥有这种特性，这就是去掉非本质元素的结果。”在“我家妈妈”这个设计中，约翰·帕森的极简主义确实表达出了日本式精简的设计方式和生活方式。

我在1998年卖掉“我家妈妈”时认识了菲利普·斯塔克（PHILLIP STARCK）。与他的合作非常有趣，因为菲利普·斯塔克非常强调表现作



品的意义，而不是美感。我认为菲利普·斯塔克卓尔不群的才能就在于他能够创造出力度与能量，创造出充满活力的氛围。他的作品表示出他的理念：他想实现作品本身的意义，达到更高的目标，而不是让作品仅仅成为审美的工具。在我看来，他的理念虽然在当时与主流理念相背离，但是这个理念是非常重要的。虽然我自己不是一个建筑师，但我曾经接受过建筑与设计的训练，我也曾从约翰·帕森那里学到一些东西。我知道即使是看同样一个空间设计，从审美的角度看与从意义的角度看得到的结果是不一样的。所以你会发现，分别从这两个角度看菲利普·斯塔克的作品，大家的发现也会迥异。从“情感建筑”的角度看菲利普·斯塔克的设计，我从他身上学到的就是：设计师能够创造出力度。设计师不仅可以通过空间设计，同时可以通过把一些元素慢慢融入一个空间来创造出这种力度。

我不想在“风水”上大费口舌，虽然我在别处经常尽力解释“风水”意



意味着什么，但是在中国，大家和我一样了解“风水”。在我所说的“情感建筑”中，我确实运用了“风水”这个元素。因为我深信“风水”有再平衡一个空间的能力，并且“风水”在估测一个空间的潜力时起了非常重要的作用。

人们对于菲利普·斯塔克的作品一直存在这样一种批评的声音，他们认为菲利普·斯塔克的作品过于强调意义，所以他的作品常常表达了太多的东西，过于现代，同时没有什么规则性。但是，我觉得这正是因为设计师想在他的设计中表达力度。

设计中式餐馆的时候，我们经常面临一个难题，我们经常把中餐馆设计得不是太具现代气息，就是太富有传统中国味道。所以问题就在于，我们如何在表达出中国元素和中国特色风味的时候，又糅合进现代的时尚元素，我们应该如何结合两者。

香港海洋公园：亲爱的人民公园



我想从我是如何和香港政府一起开始计划，重新塑造和香港一同成长的“香港亲爱的老妇人”开始说起。我以前从未涉足主题公园这个领域，了解我的人可能知道我很年轻的时候是在时尚界做事，后来在香港创立了自己的品牌，叫做兰桂坊。现在中国各处以及亚洲很多地方都有模仿兰桂坊的酒吧。它已经变成了香港酒吧的象征。大约四五年前，香港前任特首董建华和美国迪士尼公司达成一项协议，迪士尼想来香港发展，并在香港建立一个主题公园，这是香港未来发展的趋势。

海洋公园像是个“劳累的老妇人”（当时海洋公园27岁），而且政府也不知道该如何处理公园。海洋公园在香港仔，那里非常非常美丽，公园建在山上，俯视着东博寮海峡，这个地理位置非常非常优越。就像通常一样，政府非常有智慧，许多人到政府游说，现在迪士尼来了，可能海洋公园无法维持下去，因为多年来海洋公园就一直在亏损，但是政府并没有因为海洋公园在亏损就决定关闭公园，把这块地卖给开发商，建一些丑陋的住宅楼和商业楼。虽然这样更赚钱，香港四分之三的土地都是这样规划的。董先生是我的朋友，有一天他给我打电话，他说我们成立了一个委员会对海洋公园的未来进行调研，我们不知道如何应对迪士尼来港建立公园的事情。政府里有很多意见，我们想让你担任委员会的新主席。我说，你想让我当主席，你是不是疯了。我从来没去过这个主题公园，虽然我在香港生活了37年，而且我的孩子是在海洋公园长大

盛智文（Allan Zeman）是兰桂坊控股有限公司主席，该集团是香港高级餐饮领域主要的发展商。同时，他是香港海洋公园及位于洛杉矶的独立电影工作室After Dark Films主席。盛智文多年来为主题公园注入生命和使更加多样化。而这一切并不是为了利益。他以同样的创造性和毅力投入到许多产业中，并获得了成功。与此同时，他还强调了教育、资源保护、认知度，尤其是对年轻人。