

# 设计的意义

杨晓斌 著



高等教育出版社





# 设计的意义

杨晓斌 著

高等教育出版社·北京

## 内容提要

设计的意义在于它一直推动人类进步和社会发展,不断改变生产和生活方式,全面影响人们的工作和生活。本书是有关当代设计文化的文集,涉及当代设计对人类社  
会产生的方方面面的影响,从宏观的国家设计战略到微观的个人诗意生活,从可持续  
的生态设计理念到培养人才的设计教育。每一主题都是作者以全球视野对丰富多元的  
设计文化所见、所闻、所思、所想的文本与图像记录。

## 图书在版编目(CIP)数据

设计的意义 / 杨晓斌著. -- 北京: 高等教育出版  
社, 2018.10

ISBN 978-7-04-049089-3

I. ①设… II. ①杨… III. ①设计学-中国-文集  
IV. ①TB21-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第315672号

## SHEJI DE YIYI

策划编辑 蒋文博 责任编辑 潘亚文 封面设计 李小璐 吴迪

版式设计 吴迪 责任校对 刘娟娟 责任印制 尤静

出版发行 高等教育出版社 社址 北京市西城区德外大街4号 邮政编码 100120

购书热线 010-58581118 咨询电话 400-810-0598

网址 <http://www.hep.edu.cn> <http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.hepmall.com.cn> <http://www.hepmall.com> <http://www.hepmall.cn>

印刷 北京鑫丰华彩印有限公司 开本 787mm×1092mm 1/16 印张 7.5  
字数 120千字 版次 2018年10月第1版 印次 2018年10月第1次印刷 定价 42.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换  
版权所有 侵权必究  
物料号 49089-00



## 前 言

设计的历史几乎与人类生活的历史同步，早在人类能用石块相互敲击、打磨简单工具时就已经开始了。自那时起，设计就一路伴随着人类发展历史与社会进步而行，与我们的生活紧密地联系在一起。许多生活中寻常可见的东西实际上是设计师智慧的结晶，劳动的结果。

人类在漫长的文明历程中，用勤劳和智慧创造出内容丰富、形式繁多、品质精良的社会物质文化，使我们生活得越来越舒适，越来越方便，也自然使我们对设计越来越依赖。用英国波普艺术家汉密尔顿作品中的标题来概括“是什么使得今天的生活如此不同，如此吸引人？”毫无疑问，一切与设计有关，一切因设计而变。设计改变了我们的生活方式，设计提高了我们的生活品质，正是设计创造了我们生活着的这个绚丽多姿、五彩缤纷的大千世界。

维克多·帕帕纳克（Victor Papanek）在《为真实的世界设计》（Design for the Real World）一书中说道：“我们人人都是设计师。我们所做的一切，几乎任何时候所从事的各类活动都是设计，因为设计是人类最基本、最普遍的创造性活动”，它深入人类政治、经济、文化和社会生活等各个方面，我们无时无刻不面临着各种设计问题的挑战，无时无刻不在体会设计的乐趣，无时无刻不享受着设计给我们带来的一切方便和舒适。我们每一个人都在从事各式各样的设计活动，我们每一个人都在享受着设计的一切成果。

设计的魅力在于它的美丽，不是虚幻缥缈的浮华之美，而是精细入微的质朴之美，是科学与艺术的结合之美。从女娲补天到上帝造人，从匠人筑城到万人建塔，从万里长城到空中花园，从兵马俑到金字塔，从圆明园到凡尔赛宫，从高楼大厦到家具陈设，从工业机械到生活用品，一切的一切无不蕴含着人类的无穷智慧和无限创造力，体现出设计之美。

一代代生活在世界各地的设计先辈们创造了浩若繁星的优秀作品，汇集成丰富而灿烂的设计文化星河。当代众多优秀设计人才和才华初显的新人的创造性劳动成果也正源源不断地流入灿烂星河之中，为其增添新内容。每当我看到或构思灵巧、创意非凡；或舒展自如、气势恢宏；或质朴无华、细致入微的设计作品时，我会抑制不住内心的喜悦和冲动，情不自禁地为如此优秀的设计作品而喝彩，对设计者的才智由衷地赞叹，从内心深处真诚地感谢设计者的辛勤劳作。由此而来，我也不由自主地把我看到的、对我有所触动的有关设计的内容和感想记录下来，希望与别人一起分享设计的美丽。书中所涉及的设计内容

虽是沧海之一粟，但足以显示出设计之美和设计的非凡意义。

本书不是宏大的长篇巨著，也不是“一本正经”的严肃晦涩文章，而是本人在行走各地之间，尤其是在英国皇家艺术学院进行设计与创意经济研究期间，对有关设计文化的点滴感想、零散认识的自然流露。所见、所闻、所思、所想都流露在本书的图片和文字之间。有些文章略微深沉一些，涉及中国目前的设计状况等问题，有较多的个人看法，系一孔之见，如有不当，权当成微人戏言，不置可否；有些属即兴自由的漫天之作，涉及面较广，有中国旅游标志中的天马行空般的感觉。不过正如老子言之所意：有在无意之中，无在有意之间。如果仔细阅读、细细品味，还是能体会出那么点“味道”来。如果没有什么感觉，就全当成是一种文化消遣和在文字上休息，欣赏方块字形和摄影图片，也绝非是浪费时间和几文小钱。只要对你的神经有一点触动作用，哪怕是一丝一毫，我也深感欣慰和满足。

感谢您有兴趣翻阅此书。若有时间，请继续随意阅读下去，但愿你也同我以及所有阅读此书的其他人一样，在轻松愉快的状态中，尽情享受设计的美丽与魅力，真正体会到设计的意义。

伦敦西郊寓所  
2016年初秋









中国自主设计的中短程双发窄体民用运输机显示出中国的设计实力和设计战略。

# 目录

设计的力量	001
国家设计战略	007
意大利设计	017
巴西设计	021
创意伦敦	025
伦敦——设计之都	027
城市形象设计	031
伦敦的桥	035
伦敦地铁设计文化	039
伪中国风格	043
设计温暖	047
在纽约穿行	051
设计的政治作用	053
和合设计	055
可持续设计	059
绿色设计	063
为方便而设计	069
诗意阿莱西	073
解读福斯特	077
与文丘里面对面	081
盖里与解构主义建筑艺术	083
建筑中的解构和历史文脉	089
艺术设计人才培养	091
设计师的素质和创新能力	095
中国设计的缺席	097
展览策划的艺术	103
维多利亚&阿尔伯特博物馆	107



## CONTENTS

Power of Design	001
National Design Strategy	007
Italian Design	017
Brazilian Design	021
Creative London	025
London—Design City	027
City Image Design	031
London's Bridges	035
London Underground Design Culture	039
Pseudo Chinese Style	043
Design Warmth	047
Stroll through New York	051
Design's Ideological Function	053
Inclusive Design	055
Sustainable Design	059
Green Design	063
Design for Conveniency	069
Poetic Alessi	073
Read Norman Foster's Designs	077
Face to Face with Robert Venturi	081
Gehry and Deconstructivist Architecture	083
Deconstruction and Cultural Context in Architecture	089
Fostering Art Designers	091
Improving the Creativities of Designers	095
The Absence of Chinese Design	097
On Exhibition Curating	103
Victoria & Albert Museum	107

# 设计的力量

改革开放40多年以来，中国经济在引进国外先进技术设备、对外广泛合资合作、产品加工和代工等多种生产方式的激活下，快马加鞭、你追我赶，成就了多年高速发展的辉煌历程。但随着互联网的不断发展，信息技术的应用，劳动力成本的提高，中国经济正承受着不小的压力，GDP增速放慢，产业经济相对萎靡，相当数量的工厂开工不足，整个实体经济处于升级换代和产业结构的调整时期，恢复元气需待时日。

如果辩证地看问题，也许此“祸”可以带来彼“福”。这无疑会促使我国在经济方面更加深入地优化产业结构，大力推动以信息技术为平台、以创意为核心的创新经济发展，重视创意设计在社会经济中的重要地位和作用，使更多的企业从低附加值的“加工型”生产，向高附加值的“创新型”生产转变，使中国从“世界加工厂”向“创新大国”发展。

## 一、历史再现与经验借鉴

世界历史表明，一些发达国家曾有过的多次经济奇迹都是出现在经济萧条之后。否极泰来、涅槃重生等这些富有哲理的词语非常恰当地表明了这样的祸福转换关系。每当危机时刻，革命性的变化总会随之而来。美国、英国、日本、韩国等国家正是在非常时期另辟蹊径，成功地实现了经济结构调整，促成了日后的经济繁荣。

### （一）美国工业设计发展刺激大萧条经济复苏

1929年，正当美国产业经济快速增长之时，华尔街的股市暴跌引发了美国经济大萧条，整个社会经济全面崩溃，国家陷入经济停滞甚至严重衰退状态中，然而这样的背景却促使美国工业设计有了长足发展的机会。经济危机使美国的工业设计师的职责从过去只关注产品外观和样式，负责外观的“修修补补”转变为“对产品材料、生产工序、市场战略和激发消费者热情等方面进行更加深入理解”。工业设计师在经济活动中的作用得到极大体现。用今日的创意概念来说就是，设计师依靠他们个人的天赋和创造力，通过创意性设计带动工业生产和商业消费，拉动内需，与其他经济政策和措施一道共同刺激经济复苏。

在经济大萧条背景下，美国第一代设计师脱颖而出，诺曼·B.盖蒂、哈



罗德·凡·多伦、亨利·德雷福斯、卢雷尔·古尔德、雷蒙·罗维、沃特·D.提格和卢瑟尔·怀特等便是其中的佼佼者。这一大批来自欧洲或者美国本土的设计师活跃在商业设计活动中。雷蒙·罗维通过无数有影响的设计成为美国家喻户晓的名人，甚至出现在1949年以他设计的许多工业产品为背景的《时代》杂志封面上。以设计促进工业生产、以设计刺激消费成为当时美国的宣传口号。

美国当时举办的一系列设计和工业产品展览以及报纸、杂志和无线广播等大众传播媒体也为设计和消费进行引导性宣传，营造美好的生活气氛，摆脱了萧条经济的阴影。1933—1934年的芝加哥世纪进步展、1934年在大都会艺术博物馆举办的当代工业艺术博览会和1939—1940年的纽约世界博览会声势浩大，宣传工业设计，扩大设计师的影响，倡导新生活。每一场展览都吸引了数以万计的观众观看，感受设计带来的变化。观众在参观和亲身体验中憧憬着明天的美好生活。

美国通过与日常生活紧密相关的工业设计和商业消费文化逐渐摆脱了经济危机带来的阴影，经济在日益增长的消费中得到恢复，创造了富裕的家庭生活和高涨的消费文化，发展成为物质和文化极大丰富的经济强国。

## （二）日本设计的崛起源于战后恢复期

日本是亚洲，乃至世界的设计强国。日本工业设计的崛起主要是抓住了第二次世界大战后经济恢复的契机，以及之后的东京奥运会、石油危机、泡沫经济和危机时期的设计发展机遇。日本以“工业设计立国”为指导思想，推动了汽车、家电、平面、建筑、服装、动漫等设计及相关的创意文化产业发展。

日本人善于借鉴、学习和消化外来文化。在设计崛起的发展道路上，日本借鉴了美国、德国、英国、意大利等国的实践经验，并将它们很好地与本民族文化结合起来，形成了兼具东西方优点的独特设计文化，让西方人感觉到东方趣味，让东方人感觉到西方现代美。在政府、企业财团和整个社会从宏观政策引导、资金保障、人才培养和设计环境营造等方面的支持下，经过持续不断的努力，日本发展成为在电子、汽车、建筑、时装、动漫等方面都具有国际竞争力的经济大国。

当然，影响经济的因素比较复杂，但工业设计对日本战后经济恢复和发展功不可没，可以说起着关键性作用。日本的家用电器和汽车工业在国际市场上一直保持的优势竞争力来源于不断创新和对研发的重视。索尼公司和日产公司

在2008年金融危机之时更是投入巨资加大研发设计力度，招募设计人才，扩大设立在英国的设计中心，力图在经济危机时聚集人才，获得更有力的竞争优势。设计是日本经济的立足之本。

### （三）创意设计改变英国形象

英国在1997年亚洲金融风暴和国内经济低迷时期提出“创意经济”的发展理念，通过众多个人的灵感和创造性劳动推动经济发展。的确，“创意经济”使伦敦、利物浦、爱丁堡、格拉斯哥等城市改变了昔日“老朽陈腐”的形象，焕发出了青春和活力。泰晤士河两岸昔日的废弃码头和厂房变成今日生机勃勃的泰特现代美术馆、伦敦现代设计博物馆以及多如牛毛的画廊和设计中心，吸引了来自意大利、丹麦、瑞典、芬兰、荷兰、德国、西班牙和日本等国家的创意人才，并将各种创意设计辐射到世界各地。伦敦已成为世界设计中心，索尼、诺基亚、LG、日产等公司纷纷投巨资在伦敦设立研发设计中心。一年一度的伦敦设计节、伦敦时装周、泰晤士河文化节、伦敦弗雷兹艺术博览会等文化艺术创意活动更是盛况空前，热闹非凡。此外，爱丁堡文化节、利物浦现代艺术展等也毫不示弱地展示出英国其他城市的创意魅力。

英国除了金融服务业，最具优势的就是创意产业，它们是英国经济的两大支柱。如今，金融服务业遭遇“严冬”，非常脆弱地倒下了，创意产业就一枝独秀，成为经济的重要支柱，大放光彩。最近，英国设计协会展开了一次调查，在所调查的企业中，有54%的企业正在加大设计经费投入，通过设计使企业走出低迷和困境，形成竞争优势。通过对形势的认真评估和对企业广泛的调查结果分析，设计协会认为，“只有设计是应对经济低迷期的最有力工具”，并倡导设计界为战胜危机、渡过难关倍加努力。

### （四）创意产业让韩国异军突起

1997年的亚洲金融危机使韩国刚刚起步发展的经济遭受重创。为此，全民动员起来，有钱出钱，有力出力，共同挽救经济。正是这次危机迫使韩国经济开始从“制造”向“创造”转型，出现了“暴风雨后见彩虹”的经济局面。

2001年，为了指导文化创意产业的发展，韩国又设立了文化产业振兴院，负责创意产业的扶持和培育工作，致力于文化产业的发展。经过多年的努力，全球型跨国公司的不断涌现，繁荣的影视文化、富有影响力的动漫和游戏开发，以及韩国文化的海外扩张和推广等示例和活动，表明了韩国以设计创新和文化创意为中心的经济已经成效显著。

以上这些国家在非常时期利用设计创新促进经济转型的历史示例也许能



给我们一些启示，帮助我们认识到在危机和机会并存之时，如何实现有利于经济发展的转换。我认为，只要善于把握机会，“破釜沉舟”能使前途更加光明。

## 二、利用时机，促进设计发展，推动经济结构调整

中国改革开放以来，经济发生了翻天覆地的变化，但经济结构一直没有太大的变化。工业生产基本上是以“加工型”为主体。中国被称为“世界加工厂”，这种说法的确是名副其实，几乎在世界的任何一个角落，都可以见到中国制造的产品。虽然中国通过出口顺差赚取了不少外汇，成为第一大外汇储备国，但我们赚取的是“血汗钱”，是以“牺牲”环境和生态为代价换取来的。其主要原因是我们缺乏具有核心竞争力的知识产权、技术和创新设计。我们要依靠别国的设计和技术进行生产，不但获得的利润微薄，而且还时常被别人所左右，国际经济一有风吹草动，我国制造业就会受到影响，我们还得看“脸”行事、看“天”行事。世界性金融危机和国际形势的变化都会波及我国经济，严重影响加工型经济的发展。因此，为了中国经济能更加稳定、持续发展，突破瓶颈，更上一个台阶，我们必须改变这种被动局面，以创新设计促进创新经济发展。政府一直提出要优化产业结构，调整产业布局，实现“创新国家”的宏伟目标。我认为，在目前全球经济不景气的背景下，发展创新经济正当时。政府提出的扩大内需、优化产业结构和加快经济生产方式转变等一系列刺激经济发展的政策和措施，可以作为我们“加强创新力度、提高生产效率、促进经济发展”的宏观指导思想。

优化产业结构，大力发展创新经济。以设计促进经济发展对于减轻危机影响，增强抗风险的能力，提高产品竞争力，节约自然资源，减少环境污染等方面都具有巨大的作用。

### （一）“创新立国”是国家经济发展方向

发展创新经济是世界经济发展的总趋势，也是我国经济发展的宏观战略目标。中国经济要想上一个新台阶、迈入先进国家行列，必须坚持自主研发和创新设计。许多国家的经济发展历程证明了设计作为创新经济的核心部分对推动经济发展起着决定性作用。近年来，为了鼓励创新发展，国家出台了一系列政策和措施，取得了一定的成效，但一些地方政府部门和许多企业还没有完全意识到创新设计的重要意义，或者忙于日常生产，没有时间和精力顾及研发工作。而且整个社会还缺乏危机意识和创新意识。但在目前经济危机背景下，我

们应该深入思考创新问题，加大设计投入，营造设计环境氛围，培养全民创新意识，大力优化产业结构，实现从“制造”到“创造”的转化。

### （二）创新设计有助于缓解危机压力

通过自主创新、加强产品研发力度来增强竞争力是抵抗风险、缓解危机压力的最有效的途径之一。当前国际市场萎靡不振，出口大幅下跌。企业只有通过设计开发新产品或者对原有产品升级，降低原材料成本，提升产品附加值，树立良好的企业形象，才能形成竞争优势。由此可以在一定程度上缓解危机压力，同时，通过提高设计研发水平为经济复苏和发展打下坚实基础。

### （三）创新设计有助于可持续发展

工业生产，尤其是粗加工、高消耗生产会对环境和生态造成严重的破坏。通过创新设计可以开发低成本材料、低能耗新产品，改进生产工艺和技术以达到节约型生产的目的。创新设计可以发展我国自身品牌和生产技术，减少外来产品加工，从而减少我国的资源消耗，减轻环境污染。现在多数发达国家通过合资和加工形式把对环境污染严重的产品生产或生产线转移到中国，利用中国的自然资源和廉价劳动力生产销往世界各地的产品。中国成了他们的“大加工厂”。他们赚取的是更大份额的利润，而我们的加工厂和合资企业的中方只能得到微薄的辛苦费。同时，他们还可以避免生产带来的污染，而我们遭受了更多污染。他们那里蓝天白云，一望无际，空气清新，河水清澈，而我们国家许多地方浓烟滚滚，天空灰蒙蒙、雾蒙蒙一片，江河污染，废水污水横流。

英国、德国等国家重点发展设计和研发，进行创意产品输出，而把制造业搬迁到亚洲、非洲等发展中国家，采取独资、合资或者来样加工等形式进行生产，对当地的生态和环境造成严重影响。如果我们自身科技水平较高，拥有自主研发和设计的产品和生产技术，我们就会有选择性地环保、高效低耗、高附加值产品的生产，从而有利于可持续发展。

我们知道，设计是一个涉及范围非常广泛的概念，目光所及之处皆为设计之结果。如果说设计的力量和作用在日常生活中因司空见惯而被忽略的话，那么在非常时期，便可显示出设计的“英雄”本色。德国、美国、英国、日本、韩国等国家能通过设计走上经济强国之路，中国也能通过设计从“制造”走向“创造”，实现“创新富国”的目标。

机会总是青睐有准备的人。只要我们以战略眼光应对危机，掀起设计高潮，以设计促进生产，刺激消费，拉动内需，优化经济结构，就可以将危机转



化成机遇，将我国向“创新大国”的道路上推进。

捷豹路虎设计中心主任盖里·麦克戈文在谈到设计的重要作用时说道：“历史表明，如果你不重视设计，你将很难成功。”

综上所述，历史证明，重视设计在应对各种困难和问题时具有重要作用，有助于实现“设计立国”和“创新强国”之梦。



全民创新是国家设计战略实施的广泛群众基础和强大推动力。

# 国家设计战略

设计与社会经济竞争力的关系在人类文明历史进程和当今世界经济发展格局中显露无遗。纵观整个人类发展历程，从原始社会，一直到21世纪的今天，几乎所有在历史上曾经兴盛过的部落、城邦和国家，以及现在处于世界经济前列的国家和民族，都毫无例外地拥有丰富灿烂的设计文化和领先于同一时期的设计水平。

通过梳理历史，我们悉数可知，在古代历史上，中国的四大发明以及众多的先进设计和制造工艺使中国成为强盛的东方大国。《考工记》《营造法式》《天工开物》等设计文献展现出中国先进的设计文化和精湛的制造工艺。罗马帝国的崛起和横跨亚非欧的扩展在一定程度上得益于先进的设计文化和领先的工程技术，体现在军事工程、民用建筑、生产设施和生活用具等方面。维特鲁威的《建筑十书》至今仍是设计经典著作。中世纪之后，以意大利为先导的文艺复兴时期欧洲各国在人文主义思想大放光芒的背景下，依靠科学求实的设计实践相继步入近现代发展的道路。布鲁内莱斯基、达·芬奇等杰出人物是文艺复兴时期设计活动的探索者和实践家。18世纪以来，以蒸汽机为标志的工业革命在一系列机器和工业产品的设计支持下推动英国发展成为欧洲乃至世界强国。法国、荷兰、德国等国家紧随其后，相继以设计促进本国经济发展。美国在20世纪初，尤其是在1929年大萧条后，大力发展工业设计，促进社会消费，在提格、德雷福斯、盖蒂斯、罗维等众多设计师的支持下，以设计带动经济复苏，并快速发展成为世界第一大经济强国。第二次世界大战后的日本向西方学习和借鉴，通过以工业设计为主导的设计发展创造了经济奇迹。亚洲金融危机后的韩国提出“设计韩国”战略，通过大力发展设计改变经济状况，在比较短的时间内发展成为亚洲的经济强国。

放眼古今世界，无论是以四大文明古国、希腊城邦、罗马帝国为代表的古代强盛世界，还是以工业革命后的欧洲、美国和第二次世界大战后的日本等为代表的现代经济强国，都是依靠发明和设计等创新活动及成果推动社会和经济发展，凸显其经济发展优势和强大竞争力，从而领先于时代的。

## 一、全球视野下的国家设计战略与经济发展

国家和民族的兴盛离不开设计的强力支持。当今世界经济发达国家无不是



依靠设计发展起来的。许多国家把设计提到国家发展战略的高度，通过制订全面、长期的设计发展规划和具体实施方案来提高设计能力，以设计创新带动经济全面发展，由此走上设计强国之路。英国前首相戈登·布朗在谈到设计与经济的关系时说道：“对于现代经济来说，设计不是随意的附属物，而是必要的有机体，不是对成功起部分作用，而是成功的核心力量。”一个国家在设计越重视，该国家经济就发展得越快，在世界经济竞争中就越具有优势。

在过去的19世纪到20世纪的工业经济发展过程中，英国、法国、荷兰、德国、意大利、瑞典、芬兰等欧洲国家，美国以及日本、韩国等亚洲国家通过以政府为主导、设计机构组织参与的国家设计战略的制订和实施，在不同时期先后迈入了经济强国的行列，占有了经济发展先机和优势。

在21世纪的今天，进入知识和信息经济时代，创新设计在国家经济发展中更显示出重要地位。许多国家意识到设计在国家经济发展中的巨大作用，纷纷制订与新经济时代相适应的设计战略和政策，促进设计全面发展，满足国民经济发展需要，推进国家经济发展。为了便于更加清楚地了解国家设计战略与该国经济的发展，我们不妨对全球具有代表性的国家进行全景式的浏览。

### （一）欧洲

从全球视野来看，欧洲多数国家为了保持长期的设计优势，对经济发展进行持续支持，政府根据发展需要全面制订新时期的设计战略，一如既往地全方位支持设计发展。同时，企业也保持重视设计的传统。整个社会形成了对设计有认同感和持积极支持态度的环境和氛围。总体上看，西欧和北欧国家在设计发展上仍然居领先地位。其中最为突出的是英国、荷兰、瑞典、芬兰、德国和意大利等国家。

最先进入工业化国家的英国，在1851年的“水晶宫”世界工业博览会和1951年的“英国设计节”上展示了设计实力和设计对经济的推动作用。在20世纪80年代，英国开始实施以创意促发展的经济战略，强调设计在21世纪经济竞争中的核心作用。英国设计委员会制订了国家总体设计战略和阶段性实施计划。在2004—2008年的执行计划完成后，根据国际经济发展，为应对形势挑战，制订了“优良设计计划：2008—2011年国家设计战略和设计委员会执行计划”。该计划总纲中提出：“作为国家设计战略主体，我们的任务是激发出最好的设计并能最好地使用推广，使英国成为更具有竞争力、更具有创造力和更持续发展的国家。”英国通过设计战略的实施进一步发挥设计优势，除了推动本国经济发展，提升产品和服务竞争力外，还进一步扩大设计出口。目前，