

设计信仰

职业的力量

姜奇平

×

张子建

×

米士杰



创于1897

商務印書館
The Commercial Press

新商务系列之发现方法 ③

设计信仰

职业的力量

米士杰 × 张子建 × 姜奇平

新商务系列之发现方法 ③



创于1897

商务印书馆
The Commercial Press

2012年·北京

图书在版编目(CIP)数据

设计信仰——职业的力量/姜奇平, 张子建, 米士杰著. —
北京: 商务印书馆, 2012
(新商务系列之发现方法)
ISBN 978 - 7 - 100 - 09070 - 4

I. ①设… II. ①姜…②张…③米… III. ①职业选择 — 研究 IV. ①C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 074570 号

所有权利保留。
未经许可, 不得以任何方式使用。

设计信仰

——职业的力量

姜奇平 张子建 米士杰 著

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码 100710)

商务印书馆发行

北京瑞古冠中印刷厂印刷

ISBN 978 - 7 - 100 - 09070 - 4

2012 年 9 月第 1 版

开本 787 × 960 1/16

2012 年 9 月北京第 1 次印刷

印张 23

定价: 39.90 元

新商务系列丛书

主 编：汪丁丁

执行主编：姜奇平 方兴东

编 委：胡 泳 吴伯凡 段永朝 梁春晓（排名不分先后）

策划统筹：范海燕

学术秘书：王 敏

商务印书馆历来重视用人类创造的全部知识财富来丰富自己的头脑。其中一个重要取向，是不断用人类新的知识，更新国人旧的头脑。在上一个社会转型时期，通过对工业文明智慧渊源及思想果实的系统引进，为推动中国从农业社会向工业社会转型，提供了有力的智力支持；在下一个社会转型时期，必将通过对信息文明智慧渊源及思想果实的系统挖掘，为推动中国从工业社会向信息社会的转型再次提供智力支持。从这个意义上可以说，新商务，既是商务印书馆的历史，也是商务印书馆的未来。

我们推出这套“新商务”系列丛书的目的，就是继承商务印书馆的启蒙传统，抓住工业文明向信息文明转型的历史机遇，用下一代经济的先进理念，进行新商务启蒙，为迎接互联网带来的新商业文明浪潮，提供值得追随的智慧。

早在上世纪八十年代，托夫勒就预言人类将从单一品种大规模制造，转向小批量多品种的生产方式。以计算机和互联网为代表的先进生产力，有力推动了这一发展方式的转变。这是继农业生产方式转变为工业生产方式之后，人类发展方式又一次深刻的历史转变。从此，人依靠机器生产转变为机器围绕人生产成为可能，个性化制造和规模

化协同创新有机结合将成为重要的生产方式。

人类上一次生产方式转变引发的世界范围的经济、社会、文化变化，包括欧美梦幻般的崛起，人们有目共睹；而对这一次意义更为深远的生产方式的转变，包括中国将对人类做出何种贡献，人们没有理由熟视无睹。

“新商务”系列丛书建立在对“下一代经济”核心理念的发现力之上，通过追踪生产方式转变的历史渊源、现实进展以及未来走向，从中发现新的经典，发现新的规则，发现新的方法。为此，丛书开辟“发现经典”、“发现规则”、“发现方法”三个子系列。

“发现经典”系列，主要定位于从世界范围信息革命中发现驱动国家转型的力量。通过系统翻译和重新发现世界知名学者的新经济思想和经典著作，为人们探索下一代经济的元逻辑，提供思考线索。“发现规则”系列，主要定位于从中国信息革命的实践中发现具有普遍意义的游戏规则。通过汇集中国学者对新商务实践的总结，为提炼新商务规则提供进一步研究的基础。“发现方法”系列，定位于指导新商务实践。侧重对国内外新商务概念的归纳、对前沿商业模式及其本地化的阐释，以期推动理论与实践的良性循环与可持续发展。

与工业革命“新商务”思想成果的引进不同，除了具有共同特点外，“新商务”系列丛书具有一些特殊性，一是信息革命正在发生，有待成熟，经典、规则与方法都是相对的，在探索中难免失误，恳请读者以批判态度、宽容心态对待；二是中国与世界同步走上信息高速公路，相对以往，中国学者有了更多产生原创发现的机会和条件，我们将以开放心态力推新人，也希望读者与我们共同前行、共同提高。

春江水暖，先下水者当作先知；继往开来，新商务中敢为人先。让我们共勉。

001	信仰本心 代序1——姜奇平
005	一个设计师的烦恼 代序2——张子建
009	每个人骨子里都有个信仰 代序3——米士杰

I —— 013

幸福在哪里

015	我们到底要什么
016	我们为什么要『成功』
018	梦想的力量
019	内心，改变现状的原动力
020	快乐第一
022	小结与点评
025	是什么阻碍了我们的幸福
025	现实与梦想
026	盲目的物质
027	周围的眼睛
028	吃人的流行
029	迷茫的前景
031	渐远的信仰
032	小结与点评

034	设计从业人员要有『对焦』能力
035	『失焦』，信息不对等所导致的问题
036	打通信息的渠道
039	小结与点评

站得高才能看得清，体验产业下的意义经济

- 045 从乔布斯的成功看体验产业全面到来
- 048 从 GDP 到 GNC，日本产业发展的启示
- 051 爱的经济 GDP+Love
- 054 创造力使人变得更快乐
- 055 人们为创造而工作，博爱成为主要动力
- 057 小结与点评

回过头再看看我们自己

- 061 房产泡沫之后
- 062 步履维艰的突飞猛进，中国式矛盾正在上演
- 064 文化产业需要自由
- 065 小结与点评

现象看得足够多，开动脑筋见经济的本质

- 069 商业社会的核心——买卖
- 071 企业的生老病死
- 073 时代变化趋势，医生与卖药的关系
- 075 如何晋级成为医生
- 076 小结与点评

深入商业看设计，设计师的幸福生活不只那么简单

- 080 设计从产业的幕后走到前台
- 082 做消费者的意见提供者
- 083 生活方式设计师，帮助大众实现自我
- 084 小结与点评

适应新趋势，时代要求设计师的『变身』能力

- 086 农业国家的机会，基层劳动者 + 设计师
- 088 审美营销时代，从设计人到营销人
- 089 营销的进化『关系营销』
- 090 营销从『醒目』到『亲心』
- 091 小结与点评

094	关注设计的动词词性
095	设计是动词
096	艺术是形容词
097	用设计来稀释艺术的糖精
097	新趋势下的设计、艺术、文化和科技
098	小结与点评
101	
103	哲学，人类智慧的大成
104	死亡带来人生的动力
105	易经，中国哲学的起源
107	『禅』才是我们更远的未来
108	从以人为本到天人合一
111	『从摇篮到摇篮』东方是开始也是结束
112	东方体验哲学与体验时代的关系
113	小结与点评
116	汉字，文化精神源泉
116	繁简体之争，汉字承载文化
118	汉字的神圣性
119	汉字与国家统一
121	从字体演变中看审美
123	未来的语言，二维语言
124	小结与点评
127	东方艺术观，发现自己的钥匙
127	庄子东方审美的源头
128	艺术大不同，东西方的艺术观差异
129	真水无香，悟道要有工具
130	从中国鬼文化看中国的阴性文化美
133	人文，尘世之间的生存法则
133	科技的善与恶

135	自然，科技发展的方向
136	被忽略了的『人心』
137	沟通，人与天地的和谐统一
138	小结与点评
141	东方审美，早该被正名的中国设计
141	设计的层次，设计的着眼点是什么
142	中式传统设计与中国现代设计
144	中国人自己的设计
146	书法和绘画中的气韵
147	气韵设计学，定义东方设计
149	规矩方圆，审美规律的来源与东西方格律的发展
150	经络，生态系统给设计的启示
152	图说政治，等级观念与五行说
153	方法背后的方法，设计研究的必要性
154	小结与点评
157	
159	职业人生，从摇篮开始
160	教育改革，把幼儿园式的教育延续至大学
162	笼罩着中国教育第一大学专业的希望与不安
164	匠人的职业精神
165	设计师是匠人
166	手艺，设计师的唯一依靠
168	设计行当中『师傅』的力量
173	归本溯源，聊聊祖师爷那点事儿
175	墨家思想，设计师的宗教
177	信仰克服恐惧
178	仪式感增加自制力，抵抗信息的诱惑
179	匠人的快乐，匠人文化和精神

181	设计师用职业化精神面对现状
182	青春饭，中国设计师的当下困境
183	打通理想与现实，设计师的多条出路
184	不要太小看了职业现实
187	面对脸上的皱纹，您准备好了吗
187	从土小孩到气质老头
188	从广告到『被告』
189	经纪人角色变得更重要
191	职业的界限越来越模糊
193	小结与点评
V — 199	
201	生存的能力，修行的前提
201	『永远在线』，创造力的杀手
203	自主获取信息的创意人最快乐
205	获取信息，自我修行的第一步
205	简化信息的能力成为一种智慧
206	内容大于外表，寻找意义
207	创意人不能麻木
209	纵向思维，思考的修行
210	中国人的思维习惯
210	西方人的思维习惯
211	拨开迷雾的思维方法，纵向思维
215	将信息转化为智慧，设计师的底气来源
215	世界变得越来越混沌，直觉力变得重要
216	直觉力，服务者的终极『咨询』
217	帮助大众做简化工作
217	创作灵感
219	『顿悟力』和『渐悟力』，老祖宗的智慧

221	在『小生活』中做『大创意』
222	成为仙，不要成为神
222	小结与点评
229	从没劲到充实，金子自然会发光
231	眼界就是力量
232	圈子，进步的阶梯
234	交流让知识更增值
234	沟通解决一切问题
237	清晰使命、看清道路，职业给你幸福感
237	设计的文化使命
239	设计『拯救』地球
241	用爱去工作
242	小结与点评

245	设计意义三人谈
247	从『诛心』看创意中的『心』在什么层面
248	心是存在于语形层面之下的意义
250	工业社会中人被物化失去意义
252	设计的本质：对意义的释放
254	意义需求的产生：物质满足后人们需要差异化
255	意义内生于文化
257	礼品经济的『意义』所在：豪（HAU）
261	意义的内涵与呈现：神仙与红白喜事
262	设计师是匠人：意义与修为的关系
265	从以道入佛看作为意义的『心』是什么
268	在意义水平上『人』和『心』是一回事吗
269	心与心体有别：意义的客观性
273	意义的宇宙论含义
276	

277	意义不等于思考意义的器官
280	意义有赖于语境来确证
281	从意义生成看哭和笑背后的含义
288	本心是回到婴儿状态
292	生活方式设计
299	墨家与儒家的意义观
302	心学的局限与现代墨家的方向
307	有心的匠人
311	意义与实用的结合
312	大设计与小设计
313	本心一直是中国人的信仰
315	冷文化：文化产业的特殊性
318	文化的经济规律
325	文化的前提假设：跳出文明判断文明的好坏
328	意义与现代化代差
331	创意产业的特殊性
334	做有意义的事才是真干
337	国家可以顺应心物一元吗
346	设计自组织：社会的意义化
351	未来生活设计：基于情境的善恶标准

代序
1
信仰
本心

姜奇平

与张子建、米士杰两位设计精英的对话，高潮出现在对话结束后。

我们正在收拾东西，随便闲聊到中国人有没有宗教这个话题，子建忽然说，中国人并非没有宗教，只不过信仰的不是神，中国人信仰的是本心。

这句话一下就击中了我。中国人到底信什么？这一直是我苦苦求索，而不得其解的问题。

不知从何时起，犬儒主义在中国开始弥漫：许多人嘴上说的，与实际做的，完全是两回事；虽然不信嘴上说的，还要假装信了那样去说；明明不信，还要假装信了似地去听。

于是老人就感慨，现在的人都没有信仰了。然而，从前就有信仰吗，从前以为真信的，就是中国人的信仰吗？在几十年内，说不信就不信的，很难说是一个民族真正的信仰。

从民间来看，一位西方传教士曾谈及一个故事。他劝中国乡下人改信上帝，乡下人被说服了，答应信上帝。下次去看，大吃一惊，见那中国人案上平行供着佛、真主和上帝，乡下人似乎觉得并无矛盾。事实上，中国人还拜送子观音、灶王爷等等，多了去了。

从官方来看，中国信过的也不少，照搬过印度人的信仰、德国人的信仰、苏联人的信仰、美国人的信仰，以致形成了经典模式：看到别人灵验—西游取经—照搬照抄—不灵后扔掉—再看还有谁灵……，周而复始。这使人们（包括我）很容易形成一个印象，中国人没有自己的信仰。

但叫子建一说，我忽然发现，不是这样。

中国人其实有信仰。只不过这种信仰，不在意识这个层面，不在经这个层面，更不在教这个层面，而在道这个层面。不能说出来，一说出来就是错；但要说没有，也不是。就像一个人的潜意识，你不能说它没有，但又无法在意识层面用概念说清。但是如果有人忽然一语点破，会击节称妙：我想的正是这个。但如果用语言固化了，同样的说法，过不久又会觉得还欠缺一点，没有完全传神尽意。

这就是本心。

本心存在的证据就是，中国人虽然说不清信的是什么，但你如果真拿一个教条给他，说你信的就是这个，他试过之后可以明确判断出：不是。如果他本心什么都不信，他怎么会认为自己不信呢？

再验算回去，就通了：中国人长期以来，一直依靠的是这个“道可道，非常道”的本心，作为信仰及信仰的判断系统。佛教那是什么，那叫印度来的尘埃；计划经济那是什么，那叫苏联来的尘埃……如此类推。一部中国的信仰史，闹半天就是“时时勤拂拭，勿使惹尘埃”的过程。所以，追求信仰，不是追求尘埃本身，而是追求本心。

不久前，凯文·凯利到中国来，问大家：中国人信仰什么？段永朝答得好，他说中国人信仰天人合一。按王阳明的说法，天人合一，就是本心。本心既不是精神，也不是物质，是自然与生命的太极循环，是生生不息。

《设计信仰》，谈的是设计师的信仰。设计师是职业的人类灵魂设计师。他的职业信仰和作为人的信仰，应该是一体的。设计师只有本

心澄明，才能作为人类灵魂的设计师，在职业化的设计行为中为人们呈现出生活的意义。

我理解这是本书的灵魂。它在通过职业来谈信仰。谈的既是设计这个职业所依靠的信仰，也是对趋向信仰的道路设计。

对两位年轻设计师对话进行点评的过程，也是我学习的过程。他们对职业精神的理解，给我很深的印象。以往我对于“匠人”的理解，没有他们到位。人不光要求道，而且要力行，要知行合一。匠人就是践行、力行之人。王阳明说的本心，必须通过工夫达到。没有脱离工夫的本心。从这个意义上来说，职业信仰是需要通过工夫实现的本心。

我不懂设计，两位职业设计师才是本书真正的作者。我只不过是对他们之间的对话加以点评而已。出于谦虚，他们怎么也不肯把名字署在前面。我争不过他们，所以被署名在前。但我要说，他们才真正是我的老师。

在互联网时代，人不管从事什么样的职业，都需要从生活出发，进行生活方式的设计，使自己的生产方式和生活方式一致起来。将来，在家办公时代将到来，我们每个人的职业将是生活，生活将是职业，每个人都将成为自己和他人的设计师。因此设计信仰不光是设计师的事，也是每个人的事。

尊崇本心，将使每个人活得更有意义。

www.ertongbook.com