

欲望的教育

美意识创造未来

原研哉

Education of Desire
Aesthetic and The Future
KENYA HARA

GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS
广西师范大学出版社



本书内容由原研哉先生授权，在中国大陆地区编辑出版中文简体字特别版。
未经书面同意，不得以任何形式复制、转载。

图书在版编目(CIP)数据

欲望的教育 / (日) 原研哉著；张钰译. —桂林：广西师范大学出版社，2012.4
ISBN 978-7-5633-9925-3

I. 欲… II. ①原…②张… III. 艺术—设计—日本
IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第026649号

出品人 | 刘瑞琳
责任编辑 | 王罕历
封面设计 | 原研哉
设计制作 | 汪 闿 [朱饴设计事务所]

中文版项目策划及完成 | 朱饴设计事务所

广西师范大学出版社发行

(桂林市中华路22号 邮政编码：541001)
网址：www.bbrpress.com

出版人：何林夏
全国新华书店经销
发行热线：010-64284815
北京图文天地制版印刷有限公司印装

开本 625mm×880mm 1/32
印张 8.5
字数 100千字
版次 2012年3月第1版 2012年3月第1次印刷
印数 00 001~10 000
定价 59.80元

Education of Desire
Aesthetic and The Future
KENYA HARA



欲望的教育

美意识创造未来

原研哉

前言

今天的日本正处在一个历史性的转折点上。战后六十余年来，这个国家的工业生产取得了长足发展，借此，经济成长创下了骄人战绩。然而今天，整个亚洲经济呈现出勃勃生机，从而日本单纯的工业国经济模式也迎来了前所未有的挑战，目前亟待出台新的立国之策；加之国内少子老龄化进程的加剧，社会结构和消费市场都将面临一个无法预知的局面；还有能源的生产和与能源相关的消费形式也开始显露出急剧变化的趋势；包括农业和旅游业，也已着手摸索新的存在形态和发展思路。

面对这一重大转折，想必所有的日本民众都有所察觉。由此，自明治维新以后，渐渐驶向西方经济文化“港湾”的“日本航船”再次被那个久已封存的诘问横在面前，它若隐若现，但又无比真实：历经千百年磨砺而成的属

于日本民族的感知力该这样被消耗、遗忘？还是将之发扬光大？答案不言自明：只有后者，才能让我们不断发现这个国家的潜能并永久保持作为日本人的骄傲和尊严。

我曾经在文章中提到：设计是“欲望的教育”。而所谓商品和环境其实就是从人们的欲望这片“土壤”中收获的“成果”。要想生产出优质的商品，创造出良好的环境，肥沃的土壤必不可少，即，必须实现具有高水准的欲望。而设计是从根本上影响欲望的要素，这也是我选用“欲望的教育”这个标题的原因之一。精心设计的作品可以唤醒沉睡的意识，随后欲望发生变化，进而影响消费模式、资源利用形式，也使生活方式发生改变。就像是在丰饶的，生机勃勃的欲望土壤之上结出“硕果”[即优质的商品和良好的环境]。

如果“欲望”这个词语过于直白当然也可以改用“希望”，不过要想充分表现出一种喷薄欲出的渴求，我以为“欲望”二字也许更加贴切。此外，执意选用“教育 [Education]”一词是因为这个词语中除了有授业育人的意思以外，还包含着一层促使潜在的“萌芽”开花结果的意味。

市场营销用语中有一个词叫做“需求 [Need]”，不知为什么在实际运用时，人们很容易把“需求 [Need]”与“松懈，放任 [Loose]”相联系。然而，欲望绝不可放纵，决不能将欲望培养成一种无节制的需求。在二者之间划出泾渭分明的界限正是文化和审美意识的价值体现，设计在其中起到了穿针引线的作用。

出版本书不为回顾过去，而旨在畅想日本的未来。设计本身就是一个利用有意识的规划达成某个目标的过程；设计的功能体现在对形态的假设和构思。而设计的

本质，则是将潜在的可能性直观地呈现在人们眼前，指明通向未来的具体道路；或是简洁明快地描绘出众人心中共有的愿景。在此恳请读者朋友以此思路去解读本书的书名——《欲望的教育》。

发生在日本东部地区的大地震仿佛给了整个日本一次沉重的打击，此次灾难也许会成为改变日本未来命运的历史性转折。在本书中，我以自身的经验就日本的产品制造业、民众生活，包括旅游观光和服务业的未来，以及正在面临的少子老龄化等问题，结合实际阐述自己的观点。未来，这诸多领域将成为我从事设计的土壤。

之前我曾在自己的另一本拙作《设计的设计 | 全本》前言中这样写到：“阐述设计本身也是一种设计”，对此认识我没有丝毫改变，在此只想通过本书斗胆踏入设计的另一层境界——创想并构思未来。

目录

前言

中文版序	011
------	-----

序 —— 美意识即资源	015
-------------	-----

1 移动 —— 设计的平台	025
---------------	-----

面向饱和的世界

展览“日本，车”

对移动的欲望及未来

2 简与空 —— 美意识的谱系	059
-----------------	-----

柳宗理的水壶

简单是何时产生的

“空”的丰富性

阿弥众和设计

3 家——居住的洗练 099

生活方式
打造家园的智慧
无的富有
出口日本的家

4 旅游——文化的基因 139

日本的眼光
别样的视角
关于亚洲式度假村
国家公园
濑户内国际艺术节

5 未来的素材——“事件”的设计 189

触发创意的媒介
时尚与纤维
宁为鸡口无为牛后的创造
在异国探寻日本的未来

6 生长点——未来社会的设计 233

东日本大地震以来
成人的原则
从北京眺望

后记 266

中文版序

无论是电视、汽车还是家居住宅，这些经过某种制造工艺的“产品”都像是树上结的“果实”。想要结出硕果，就必须确保“树”的繁茂；而要使树木茁壮生长，又离不开肥沃的“土壤”。在此，我们可以把生活在产品制造的经济文化圈中的人们“对生活的追求水平”定义为“土壤的品质”。人们心中希望的生活状态，期待的幸福感等“对欲望的品质追求”决定了“树[企业]的培育方式”，进而会影响结出果实[产品]的质量。因此，设计绝不只是简单地接触“果实”的行为，而是在长期的生产与消费的大循环系统中润泽欲望的土壤，使之肥沃的手段。

设计的意义并不在于创造靓丽的形态，设计的力量体现在探求事物与人类之间潜藏的那种肉眼看不到的关系的过程中，让人们意识到在日常生活的背后隐含的环

境形成系统中存在的诸多本质性的问题。

一个波澜壮阔的亚洲时代在中国经济勃勃生机的引领下即将到来。毋庸置疑，亚洲的未来应该在亚洲人自己的手中实现，而不应该再走西方化的老路。我们不否认从西方的现代文明中汲取了大量的知识，而今天，该轮到我们延续着前人留下的传统和文化的轨迹，对未来生活需求的本质展开深入的思考，在此过程中，我们一定会为自己能够勇敢地面对生活并心存感激而倍感自豪。

本书着眼于能源和新一代产业以及成熟市场，以日本的视角结合实例对新型市场营销、家居住宅的建造方式及美意识资源的运用方法等进行了详细阐释。日本走过了经济高度成长期，目前正面临着一个重大的历史转折点，迄今为止日本所经历的问题带有一定的普遍性，

希望亚洲各国在今后的发展中能够予以借鉴。期待能与更多的朋友分享以上的诸多认识，与各位共同拥有一个美好的未来愿景。

心中怀着几多期许，我将本书定名为“欲望的教育”。

原研哉

2012年2月3日

序——美意识即资源

飞机抵达成田机场后，在通往入境边检站的途中总是要经过一段毫无粉饰的空间。每当此时，我总会有所感触：如此平淡无奇的场所，清扫和整理工作为何总是做得那么细致入微呢？地上的瓷砖闪闪发光，即使在地上打几个滚，衣服仍然会保持整洁如新。铺着地毯的地面也很干净。就算曾经有过污渍，也能从处理过的痕迹中感觉到工作人员所付出的努力。可以想见，即使到了下班时间，清洁人员也不会迅速收拾好拖把、吸尘器，而一定是等所有工作告一段落后才肯离去。从外国回来时，才更能真切地体会到这份认真。即使出了机场，乘车驶在高速公路上，这份感受依然持续着。两侧飞驰而过的田园景致虽不会让人兴奋雀跃，但路平如镜，四周几乎