

《装饰》杂志编辑部 编 辽宁美术出版社



装饰文丛

DECORATION THESIS COLLECTION

特别策划卷



04

特别策划卷

装饰文丛

DECORATION THESIS COLLECTION



《装饰》杂志编辑部 编

辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

装饰文丛. 特别策划卷. 04 / 《装饰》杂志编辑部编. —
沈阳: 辽宁美术出版社, 2017.3

ISBN 978-7-5314-7598-9

I. ①装… II. ①装… III. ①艺术-设计-文集
IV. ①J06-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第038265号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 辽宁星海彩色印刷有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 18.75

字 数: 470千字

出版时间: 2017年4月第1版

印刷时间: 2017年4月第1次印刷

责任编辑: 彭伟哲

装帧设计: 彭伟哲 林 枫 王 吉

责任校对: 郝 刚

ISBN 978-7-5314-7598-9

定 价: 275.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

前言 Preface >>

《装饰》是一本有近 60 年历史的设计期刊，也是中国唯一的综合性设计类学术期刊，涵盖了设计学科所有领域。设计学在世界范围内都属于年轻的学科，并且发展、更新的速度极快，无论是观念还是具体知识，因此也对设计期刊的办刊人提出了挑战：刊物如何适应学科特点，如何准确、及时地反映全球设计发展的形势，介绍最新的成果，助推中国设计的发展。伴随着改革开放，中国经济以一日千里的速度成长，设计在其中一方面贡献了很大力量，另一方面也同步得到了有力的环境支撑。在这样的形势下，设计也吸引了越来越多的关注，得到前所未有的重视，自 2007 年以来，《装饰》编辑部逐步调整办刊策略，以期更好地适应形势，推动中国设计学科的健康发展，紧密联结设计学界与产业界。这些举措得到了学界、产业界的广泛认可，在这个过程中也积淀下了一批优质的内容资源。承蒙辽宁美术出版社领导的关爱，自去年开始就酝酿出版《装饰文丛》，以图书的形式重新编辑刊物的优质内容，便于读者系统地了解相关成果。

自 2007 年 4 月始，《装饰》每期组织一个专题，名之“特别策划”，就某个话题邀约专家、学者撰文，集中讨论，拓展议题思考的维度。许多专题特意邀请不同学科背景的学者撰文，力图更为立体、全面地呈现理论探索。专题的策划使刊物每期形成一个重点，给读者留下深刻印象，经年累月地渐次组织，专题的策划至今已逾 100，形成富有特色的一批设计文献，也是《装饰文丛》的重要组成部分。

“特别策划”之外，编辑部自主采编的“第一线”栏目也是《装饰》

有特色的重头内容，栏目的宗旨是更好地联系学界与业界，每期采访一位设计师或一个设计机构，选择的标准并非拘于年资或知名度，而是着重于被访对象从业经验的启发性。其中既有一线的设计明星，也有教育家、协会组织者、产业链的构造者，甚至初出茅庐的新锐，无论何种身份，我们都希望挖掘出现象背后值得深思的规律性内容，这些访问无疑构成一幅幅深入体察中国设计现场的生动画面，成为了解中国当代设计的直观窗口。

编辑部为更好呈现设计的优秀成果，除上述两个栏目之外，还有“海外动向”栏目（邀请国际知名学者、双语发表其成果），“学人问津”栏目（重要学者的最新成果），“纸上展览”栏目，以及有悠久传统的“民俗民艺”“史论空间”“教学档案”“设计实践”“个案点击”等栏目。北京老字号同仁堂有副对联，“修为无人见，存心有天知”。《装饰》编辑一直秉持着精益求精的原则来办刊，《装饰文丛》的编辑出版，既是书刊互动的一种形式，也是多年办刊成果的一次集中展示。

《装饰》的办刊宗旨是“立足当代，关注本土”。相信《装饰文丛》对于关心中国设计的朋友们来说，是非常好的学术资源。在大众创新、万众创业的大形势下，中国的本土设计无疑将发挥更为显要的作用。而《装饰文丛》的出版也将在学术上有力推动中国设计的健康发展。

《装饰》杂志主编 方晓风

目录 Contents >>

前言

设计·应对危机 文图整理 周 志 001

非常时，更显设计本色 杨晓斌 025

创新设计：挑战“风暴”，“危”中寻“机”？

——论金融危机中的企业设计发展契机 汤重熹 033

我们离破产有多远？——经济危机对设计产业的影响与自救 郑 伟 040

玩物自信：中国民间玩具“玩”的特质 李立新 047

收藏记忆——民间玩具收藏家王连海访谈 采访 滕晓铂 黄德荃/整理 黄德荃 058

芭比进化史 滕晓铂 067

中国玩具企业的设计意识——关于扬州玩具企业的设计考察 海 军 079

“I-faction”与“à”的不期而遇

——两个本土青年玩具设计团队的访谈 采访 肇文兵 赵 华/撰稿 肇文兵 086

幸福的味道——鸡蛋花花的故事 采访 赵 华/撰文 杨 柳 赵 华 101

设计优游于高技术与低技术之间 徐恒醇 108

建筑的技术态度 张 利 116

基于低技术的可持续设计 何人可 唐 啸 黄晶慧 128

在“简单”背后 戴吾三 136

设计师专业化的得与失——以挂毯与地毯制作中的设计者与设计技术为例

..... 刘 兵 任玉凤 143

设计，无处不技术——石振宇访谈

..... 采访 田 君 肇文兵/摄影 朱 亮/整理 田 君 150

论国家视觉设计 杭 间 158

吴劳与新中国的展陈设计 编辑、整理 朱 亮 162

关于建国瓷的点滴记忆——访建国瓷亲历者金宝升先生

..... 采访 肇文兵 赵 华/撰稿 肇文兵 168

为国家而设计——访“十大建筑”亲历者常沙娜先生

..... 采访 肇文兵 赵 华/撰稿 肇文兵 173

在平面设计中熔铸国家形象——陈汉民访谈 采访 肇文兵 赵 华/

撰稿 赵 华 180

毛主席纪念堂建筑方案设计过程 编辑整理 朱 亮 185

有机融合与良性循环——张绮曼教授谈国家形象与环境艺术设计

..... 采访 肇文兵 赵 华/撰稿 赵 华 194

走向世界的国家形象——清华大学美术学院参与北京奥运会设计人员访谈

..... 采访 周 志 田 君 李 云/编辑、整理 周 志 201

发展设计水平,提升国家形象——郑曙暘教授访谈

..... 采访 周 志 朱 亮/编辑整理 周 志 216

——“最美的书”设计座谈会 文字整理 朱 亮 223

一书一世界——“世界最美的书”与“中国最美的书”

..... 采访 赵 华 朱 亮/编辑、整理 赵 华 238

“最美的书”与书籍设计的标准——余秉楠访谈

..... 采访 田 君 赵 华 朱 亮/整理 田 君 257

哥特建筑的力量——平民性与整体性 方晓风 263

哥特式时代的服饰文化 李当岐 275

哥特文字 顾 欣 283

设计·应对危机

Design · Meet Crisis

文图整理 / 周 志

编者按：金融危机席卷全球，各行各业均深受其害，艺术设计行业该如何应对？《装饰》2009年第6期特别策划推出专题：“设计·应对危机”为配合本次专题，中国《装饰》杂志社联手尚8创意产业园，在2009年4月25日下午举办了“设计·应对危机”活动，邀请各行各业设计师以及设计管理者从设计的角度来讨论如何面对现实的危机与挑战，同时也希望借此机会能够促进设计行业之间的交流与资源共享。会议记录整理如下，略有删节。

方晓风：

今天非常感谢尚8创意园区给我们提供这个场地，跟园区也建立起了互动，我先介绍一下会议的背景。今天来的嘉宾都比较年轻。设计者行业在中国来说的确属于年轻的行业，可能建筑设计行业来说历史长一点、悠久一点，也有好多设计门类都是改革开放才逐渐发展起来的。今天这个活动的特点是我们请投身于实践的一线设计师来谈实际的问题，来交流感想。

另外，《装饰》杂志一直有这么一个愿望，希望这个杂志成为一个平台，成为融合多个设计门类交流的平台，因为现在设计刊物社会上有很多，但大部分设计刊物都是专业性比较强的，比如室内设计专讲室内设计，建筑设计讲建筑，平面的说平面，产品的说产品。《装饰》应该是国

内唯一一本综合性涉及多个领域的设计刊物，所以，我们有一点义不容辞。因为我们平时能接触到这么多设计师，所以想构建一个平台，让不同门类的设计师也能一起交流。这样有一个好处，在目前的社会背景下，设计在中国还不是一个特别强势的话语群体，如果再被各个专业门类分割，他的话语权更小，影响力也更小，包括对我们的设计成果来讲，可能也会呈现出一种隔离的现象。所以，我们想尽微薄之力尝试一下。我们在去年也搞过一次活动叫“设计生存”，邀请的都是设计公司的管理层，都是比较高层的来谈这个问题，反响也还不错，包括很多读者都反映，说对大家有点启发。包括我认识一个设计院的院长跟我讲，他说这个不错，因为不同公司的管理理念是不一样的，包括有些管理层会考虑到下属的想法是什么，他说有些问题我以前没有考虑到，但是我听别人谈了以后就对他有启发，所以听到这样的话我感到很高兴，感觉我们的工作还是有一定意义的。

今天，我只是起一个引子的作用，我不多说，下面的时间交给各位。

王辉：

刚才讲到咱们这次主题关于“危机”对行业的影响，今天不是一个诉苦大会，而是面对当前的危机如何给设计本身创造了机遇，应该危险、机会本身就是共存的状态，这是危机比

较好的解释。

当前的经济危机本质上讲还是由于人类生产过剩的危机，或者是产业结构跟人的消费结构的脱节危机，或者说人类不可承担的，因为生产过剩以后使人类无法承担的危机。现在确实很有必要重新思索一下人类生产本身有什么问题，尤其是作为建筑师来说在这个领域里头是一个很大的生产者，我们一些生产理念本身就是带来危机的根源。

尤其是我们做建筑的，特别体会到我们以前潜意识、下意识、无意识的行为本身是带来危机的主要因素。作为建筑师，或者城市的建筑者来说，如何对待土地问题？总的来讲，我们所有的土地都是从农业用地、自然用地转移过来的。农业本身是一个很好的因素，是人类在几千年，甚至上万年时间里头把自然土地转移成适合人类自身生存的土地这么一个过程。但是工业革命以后，大的城市化以后，人类自己剥夺了自己经过几千年慢慢转移过来的土地，使它变成一个城市土地。

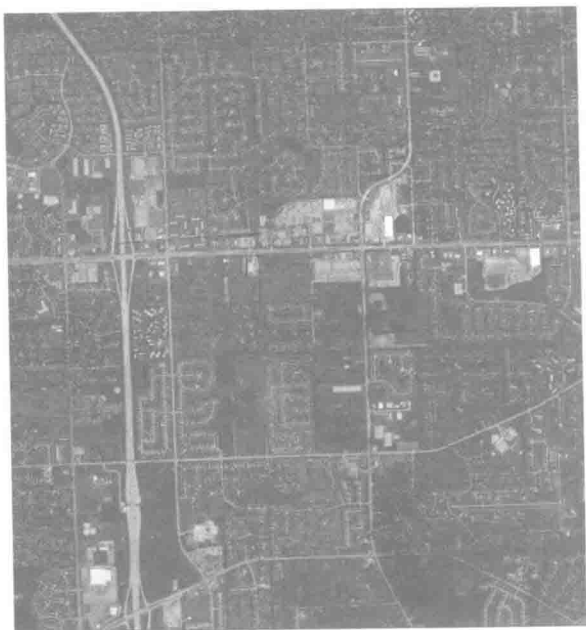


图1

城市土地本身对自然破坏是显而易见的，特别是在中国，这是一个更突出的问题。我们比较了三种城市土地扩张带来了土地的性质转变。

（图1—图3）我们经常批评的美国的交集化问题就是城市蔓延问题，实际上美国的（交集化）相对于中国来说并不坏，在城市蔓延过程中最起码有非常秩序地对土地的梳理，而且扩张到了郊区的半城市环境本身，应该说相对比较优美。香港也是非常好的，它非常有节制地使用土地，有一个事实可以注意到，香港目前的人口比深圳少得多，但是为什么香港一定要把人集中到高密度的环境里，就是他用法律法规很好地保留住土地，土地是不扩张的，所以导致城市密度高度发达。日本的情况更好。日本跟中国一样，人多缺地，但是在这个国家里，城市主体扩张的时候，没有破坏自然的机理，假如是一条河流，他把河流的支脉等都很好地保留下来了。对比中国就可以看到，国内对土地的切割是非常残暴的，不比不知道，一比吓一跳。

正好我们在上海嘉定要做一个高新科技园区的规划（图4—图6），但是区域不是很大，每一块相当于一个工厂大小，总共有6块地。我们考察地的时候发现，这还好，基本属于原始的农业用地状态里头，是没有被污染的河流，没有被污染的风景，没有被污染的民间生活。他们想把它变成郊区办公的业态，这种业态本身也是从城市吸引人才，但是我们希望这个东西不是作为城市里头产业梯度转移的过程，不是一个垃圾场。在这里有农业、水乡的种植，以此对抗城市里面恶劣的办公环境，希望大家到农村来办公。

由于我们这里有一条河流，我们希望在河流两侧能够保留住这样一个农业用地。这种农业用地在向两侧扩张以后，能够起到帮助河流蓄水，同时也引导河流的水向土地排放。这么一来，我们规划了这么一片，它比较好的是沿着这条河流，我们在纵深方向形成一个连续的土地。因为



图2

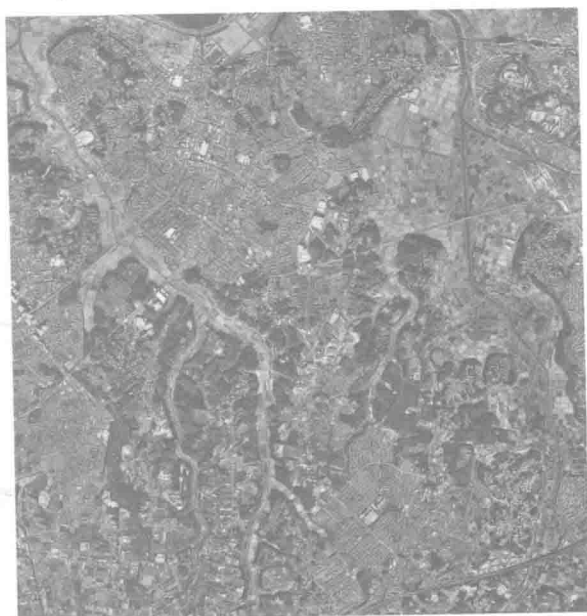


图3

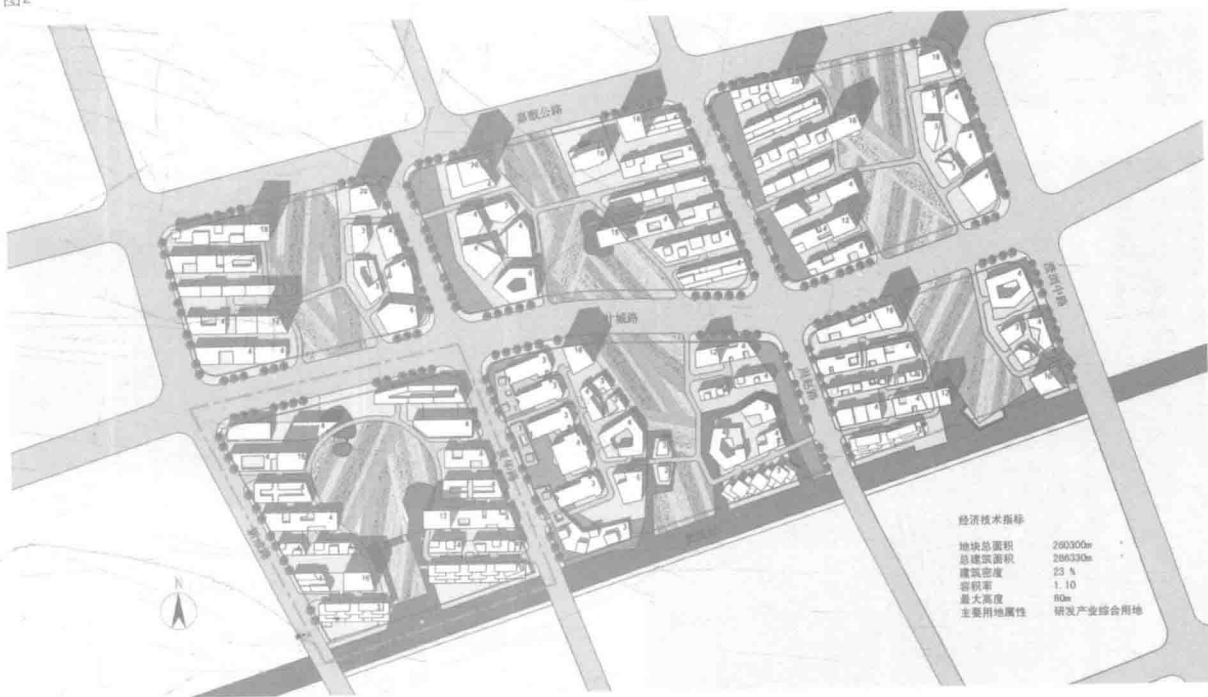


图4

农业生态需要有一个连续性和一定的量才能形成较为生态的东西。这条路是一个城市的主干道，在主干道上看的时候也挺壮观的，当开车看到这个的时候，两边是比较高的楼，中间有一个敞开的空间，可以看到非常深远的场景，这也是城市

景观的方式。

但是以后随着城市发展，比如预期在10年以后，上海城市肯定要扩张到这里，当扩张到这里，土地的价值就会被另外的东西代替了，在这种模式里头，我们希望它本身带来一种非常浪漫



图5



图6

的工业化图景，而不像现在完全是为了生产而生产的工业厂房，所以每个工业厂房顶端都是有不同的内容，比如有些是老板的办公室，有些是宿舍，有些是打球的地方之类的。因此，形成了一些有多层次的，空间比较复合的城市，而不是单纯的生长性的城市。

这片办公区工业完全和农业结合在一起的，

这些农业就形成了一种新的城市绿化。实际上我们在做的时候，这也是最大的斗争对象。甲方看到我们保留一片地挺感兴趣，但是希望这片地变成公园绿化。其实他意识不到城市绿化需要很大投入，需要有一帮人管理，需要很大的投入和技术性的运作，而农业不追求产量的时候是荒地，不需要很高的技术来维持，同时也一部分解决了

当地的农民转移成城市人口。

我简单总结一下，为什么说危机来了？就是一种生产方式需要结束了，另外一种生产方式需要产生了，当我们在各行各业运作的时候都有潜在的规则和潜在的意识，由于平时忙于工作不太会思考这些东西到底是什么，正好经济危机来了，使我们忽然意识到不是盖得越多越好，而是要有节制地盖，而且为以后留下空间。这个项目就是利用这种方式，把工业城市已经完全废弃和忘却的农业生产保留到当代城市里头，而作为一种更高水准运作的城市空间的经营方式，这个时候，“危机”就会带给我们一个新的时代的机遇。

谷巍：

2006年回国以后我做建筑，也做一些跨界设计。最早的跨界设计是参加了07年大声展，我设计了一个“体检系列的互动装置”，这个装置分两部分，一部分是两个玩偶，另一部分是通过肺活量改造的一个装置，这两个装置合起来就像一个体检的房间，这个玩偶后面会发展成玩具的原型。

首先说一下这个“肺活量改造的装置”（图7-图8），通过原来的改造，老的肺活量仪器在底下，上面加入一个设备，让别人通过测量肺活量的过程，上面有一个罗盘在转，转完以后会掉下来一个避孕套，我想用这个装置测验一下大家的勇气，你有足够的肺活量，就是说有足够的肺活量才能吹起这个避孕套，但是要有足够的勇气才去吹，因为这个展览在商场里头。它的反响挺出乎我意外的，有很多人都会试验这个东西。第二个是玩偶装置，也用了一个体检过程中的听诊器，它戴在耳朵上之后，可以在玩偶身上找8个部位，这8个部位不知道，没有人确定，然后让大家去找这8个部位，每当找到一个会通过无线发出相应的音乐来。（图9-图10）整个过程是



图7



图8

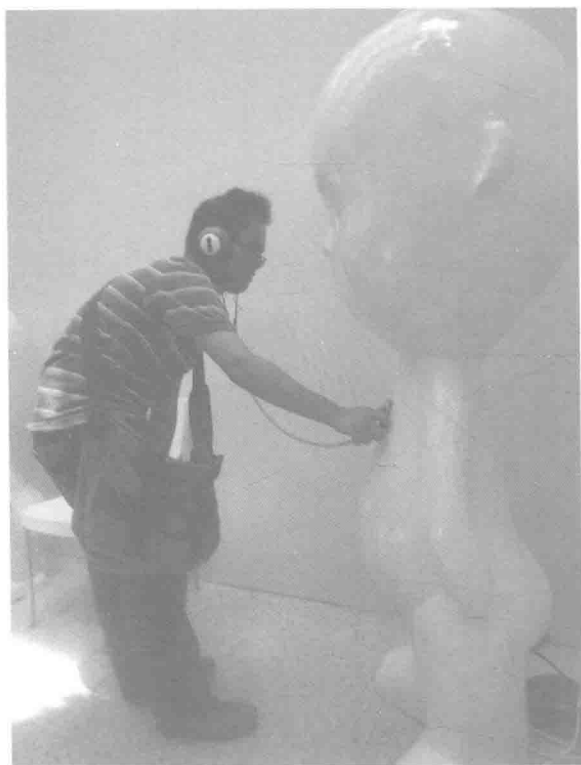


图9

这是美棉的展览，也是我在2007年做的一个装置。（图12）主要是要做跟棉花有关系的东西，我想做一堵比较柔软的墙，这堵墙有一定的厚度，包括一些跟观众互动的行为。这堵墙有凹有凸，人可以把自己的身体探到墙里，有一种进入棉花里面的感觉。但是由于后来经费和时间的问题，有一些想法没被实现。最后的效果其实我也挺吃惊的，跟我一开始设计的有一些差异。

我还有一个小项目。为什么我拿这个项目，而我大部分工作中的项目都没有拿过来？因为它遇到了经济危机，设计完了没有做，所以比较能说明问题。这是一座办公室的改造。（图13）这个办公室是一个设计院，砖混结构的5层楼，是苏联式的老楼，简单的楼道，两边全部是房间。它的层高也很高。它的平面非常简单，全部是用苏联式的老楼，全部是承重的砖混结构墙。我们



图10

一个跨界的过程，跟一些艺术家合作，包括音乐家，甚至机械工人，帮我把整套系统设计出来了，这个过程对我来说也是挺有意义的。最后玩偶变成了一个雏形，我跟我姐姐就做了一个TOYGO的玩具，希望把这种互动的精神一直延续下去，这个玩具很简单，就是一个瓷的白色玩具，门槛比较低，大家都可以买，很便宜，大家在玩具上自己创作。（图11）



图11



图12

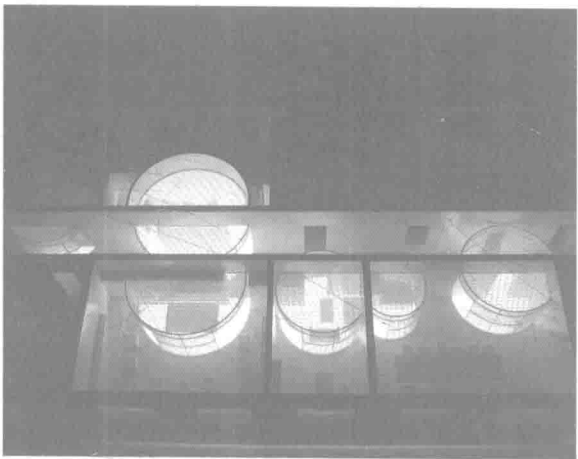


图13

想通过改造，除了改变一下整个楼的面貌，还想改变一下在楼里工作的人的工作模式。因为现在一个走廊两边的房间非常封闭，一个走廊只要门一关上，里面的公共空间和工作空间完全是隔绝的，所以这种模式造就了一些人的惰性，当他关上门的时候可能会偷懒，会走神，工作效率也会因此而降低，所以我们希望改造之后，能够除了改变它的面貌以后，大家的精神面貌也改变一下。所以，在很正焦的墙体上加一些跟它冲突非常大的圆形，在圆形的基础上，第一造成视觉上反差非常强烈，第二企图延伸一部分室内空间到走廊里，也希望走廊的空间能够嵌入到原来封闭的室内空间，最后，公共空间、办公空间就会形

成跟原来相差很大的局面。

林晓：

这次主题是关于金融危机。我们是设计师，也是艺术家，我觉得金融危机对我们不会很直接，它可能会影响到我们的客户，然后再影响到我们。

对我来说，我在北京生活了大概十多年，其实危机对我来说是无时不在的，除了金融危机我还有很多危机。面对危机，我忽略掉这次的金融危机，我把它理解成单纯的危机，我觉得危机对于我们来说，它会蕴含着更深的东西，只有在危机出来的时候，它的采用会重新分配人的需求。

比如说这次金融危机，设计要赋予它，我们要满足人的需求，金融危机会重新让所有的人对物质的、精神的，甚至纯粹是个人的需求，他会重新有一些变化。其实我认为我们比较开心的就是我们会带来更新的市场。而且更有意思的是，有自己的想法，有独立观念的人一定会赢得市场。比如说去年我们有一个客户，他以前去委托设计师做他的创意方面工作，他是无所谓，他觉得有就可以了，但是面临这次金融危机以后他说不行了，搞不定了，我需要你这样的，你有能力的，你有独立想法的，有竞争力的东西。所以，危机淘汰的永远是弱势，留下来的一定是强势的，这些是我对危机的简单看法。

我之前是做平面的，做了大概十年以后，我觉得非常枯燥，也没有什么意思，最让我接受不了的是平面设计对人的影响力太差，我做了十年没有人知道我做了什么，除了赚到钱以外，别人不知道我做了什么贡献，从两年前我开始转变，想尝试做一个实践，我可不可以站在十年以后的我做今天的工作，所以我就开始做工业设计。

这是我做的一个沙发，这是我用手工做的泥稿。（图14）是用亚克力来做的，我们未来的需求一定会是需要很个人的东西，而不是很大规模

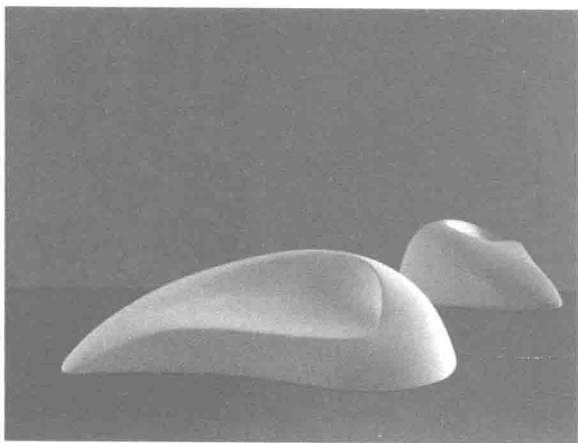


图14

重复的东西。这个沙发只可以坐两个人，中间大一点，旁边小一点，这也是我们周围的“暧昧”关系，我把这把椅子命名为“等待”，就是永远在等待这个人来坐，那这个人是谁？

这是我做的“兰博基尼”未来的一个跑车（图15），这个跑车的灵感是我当时在泰国旅行的时候，我的朋友给我介绍了一个“眼镜王蛇”，只要你碰到它的时候，咬到手切手，是很狂妄的。当时我看到眼镜王蛇构造的时候，这可以设计在跑车里，其实现在工业的进步完全可以制造出来，不像以前只可以做圆的、方的，现在可以做很锐利的线条。这是我在制作车的时候一个草图。

还有一个草图，是我做的一个音响（图17—图18），音响大概是这种形状，因为我觉得我们的生活有很多矛盾，矛盾是因为我对它的片面误解，但实际上矛盾会充满很多美好的东西，比如是我们去听音乐的时候，有没有可能会看到画面，这个作品的名字就叫“声音被看见”，看到声音仿佛在动，它的触角长短是不一样的，比如我们听MP3有声波，听觉的东西最终一定会转化为视觉，我把视觉做到音响上面。

我简单总结一下，我们可以完全不屑于危机，只要你认定一点，我是完全可以接受的，我无所谓，因为危机对设计师来讲，金融危机真



图15

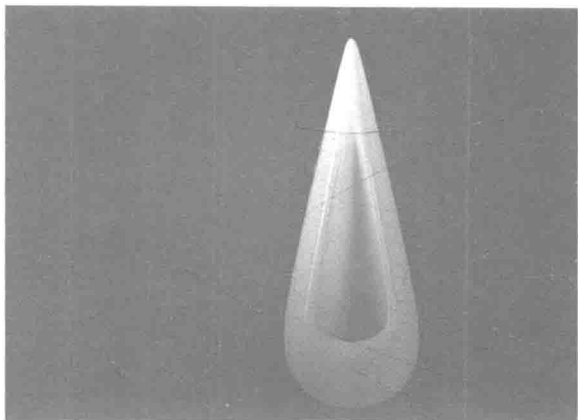


图16

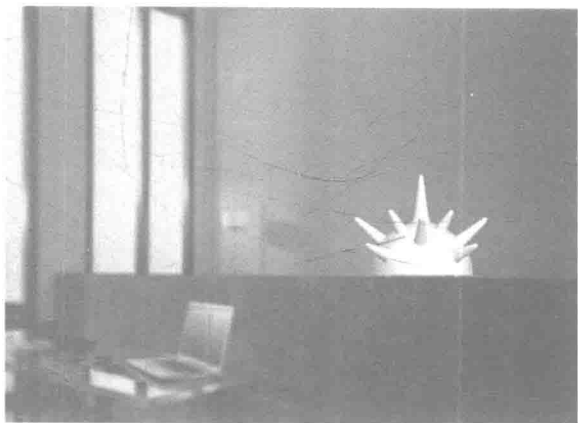


图17

是太小了，我们还要面对很多很多的问题，很多很多困难。其实有一点，设计师如果能掌握未来，你可以站在将来的角度去生存，那你一定会掌握现在，因为现在其实就是我们十年前的未

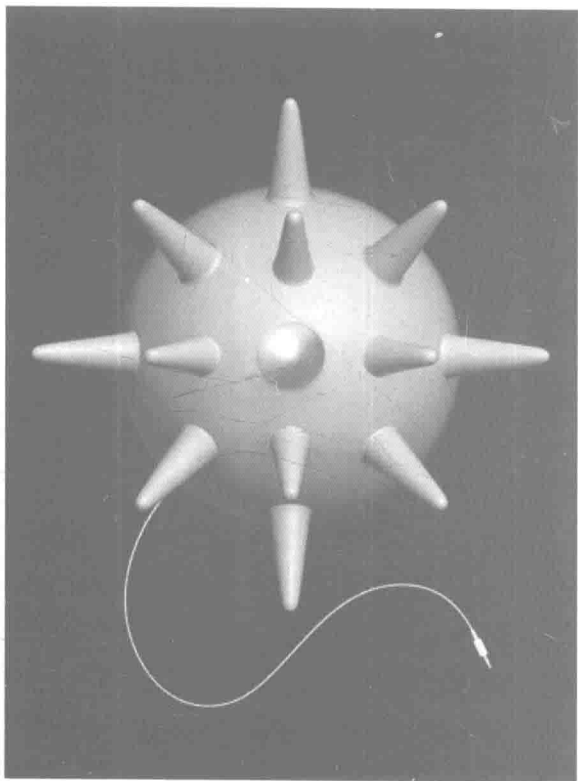


图18

来，比如我们今天坐在这，今天其实就是十年前的未来。我们今天要想的问题，就是要想想十年后我是什么样的，我要掌握它，那我今天就要知道做什么。

俞泓：

今天非常高兴跟大家分享一下我给大家带来的这两个产品，主要目的是跟大家互相交流、互相学习，向各位同行、前辈学习。我从公司的8大类的产品里面挑了两类，作为案例向大家介绍一下，在里面有关于金融危机的想法。

首先从消费电子类来看，这是一款LOMO相机。随着时代的进步，大家用的数码相机越来越多，但这款相机却深受青少年追捧。LOMO相机最早起源于苏联的一款胶卷相机，非常小，非常便携，后来人们偶然发现它的胶卷能产生出像漏光、鱼眼等不同的效果，后来发展成一种美

学。我们就在以前的LOMO相机上做了一些发展变化，产生了现在这种产品。这一款相机，跟原来反差特别大，原来都是非常笨重、非常专业的相机，（图19—图20）而我们把它重新定位了，找到了适合它的人群。（图21—图24）大家都知道，以前胶卷像零配件相关的东西生产量是非常大的，到现在很大的量是没有用完的，传统相机样式逐渐被淘汰，突然被淘汰掉，那部分资源是被浪费的，所以我们跟我们的客户共同开发了一款LOMO相机。它的主要人群是青少年。这个项目做完之后，反响非常好，平均一家专卖店一个月可以售出1000件，售价在200元左右，它的成本非常低，因为通过设备把成本全降低下来了，包括有些零配件是通过采购可以买到的。从工业设计来讲，首先外形非常符合青少年，尤其是高中生（高中女生）的喜好。整体相机的表面材质、材料，我们采用透明的、软性的材料，大大降低了材料成本。像以往相机的零部件是非常贵的，而我们的工艺非常简单，而且材料本身的价格也很低。同时它表面的效果带来了意想不到的惊喜。同时它还防摔，手感很好，所以用户非常喜欢。同时我们设计了一款镜头盖，小女孩可以直接拿下来放一些照片在里面随身携带。我们等于再造了传统的产品，利用设计公司的资源对产



图19