



搞

设

计

工业设计 & 创意管理的 24 堂课

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字：01-2005-3254 号

图书在版编目 (CIP) 数据

搞设计 工业设计 & 创意管理的 24 堂课 / 李雪如著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2005

ISBN 7-112-07436-3

I. 搞... II. 李... III. 工业设计 IV. TB47

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 050184 号

本书原由巨思文化股份有限公司下属蓝鲸出版公司以《搞设计 工业设计 & 创意管理的 24 堂课》出版 ©2003 by 巨思文化股份有限公司系经巨思文化股份有限公司正式授权我社在中国大陆地区出版发行本书中文简体字版。任何人非经书面同意, 不得任意重制、转载。

责任编辑: 李东禧 董苏华

特约摄影: 陈敏佳

视觉设计: 林宜贤

责任设计: 崔兰萍

责任校对: 李志立 王雪竹

搞设计

工业设计 & 创意管理的 24 堂课
浩汉设计 & 李雪如 著

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

新华书店经销

北京嘉泰利德制版公司制作

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 880 × 1230 毫米 1/24 印张: 7 字数: 260 千字

2005 年 9 月第一版 2005 年 9 月第一次印刷

定价: 48.00 元

ISBN 7-112-07436-3

(13390)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

The book cover features a black background with several red dots of varying sizes scattered across it. A thin, light-colored line weaves through the composition, looping around the central text and ending in a red dot. The central text is arranged vertically in three large, bold, black characters, each contained within a red square.

搞

设

计

工业设计&创意管理的24堂课

浩汉设计 & 李雪如
著



t h e 2 4 l e s s o n s a b o



i n d u s t r i a l d e s i g n

推荐序

我国作为当今世界经济发展速度最快的地区之一,正在沿着新型工业化道路,全面建设小康社会。要实现我国经济发展的战略目标,保持经济增长的高速度和提升国际市场竞争力,就必须注重科技创新与文化艺术的有机融合,而这一融合的核心手段就是工业设计。

工业设计是运用科技手段进行综合产品结构、功能、外观、造型和人文艺术的创新、创造过程,是产品创新的关键环节。可以说,我们在继续“中国制造”辉煌的基础上向“中国创造”跨越,它是不可或缺的方法。然而工业设计作为工业化国家的舶来品,我们应加强学习和研究。

本书从多年工业设计实践的经验出发,对工业设计流程、设计实务方法、设计管理理念和成功设计案例进行简明清晰的论述。读者可从中借鉴和了解到工业设计创新方法与流程中的许多经验和知识。

中国工业设计协会理事长 **朱 焘**

在过度供应的时代里,产品的数量与价格已经不是消费的关键因素,你必须美得令人心动,美得令人想不顾一切地占有它,在这样的时代,美感经验不是多余的装饰,而是一种强大的市场力量。在台湾默默耕耘了15年的浩瀚设计,是台湾近年征服世界市场的新势力,它的工作团队现在跳出来解说他们的概念,有心于下一阶段竞争关键的经营,都应该看一看。

城邦出版集团董事长 **詹宏志**

20世纪70年代末80年代初,工业设计概念从国外引入我国。随之,中国工业设计协会成立,标志着我国工业设计的发展开始步入正轨。

在国际市场上,代表世界一流品质的国际品牌均来自世界上的发达国家,这与他们都很重视工业设计不无关系。他们的经验告诉我们,工业设计是振兴产业、发展经济的重要手段,是增强产品竞争力、企业竞争力和市场竞争力的战略工具。大力发展工业设计,是实现经济飞速发展的重要举措。

随着工业设计概念的引入,我国的一些美术学院和工业学院也开始重视工业设计,把工业设计理念引进大学中,并相继开设了工业设计系,以图在工业设计教育方面培育一批专业设计人才。杨振宁博士曾说过:“21世纪将是工业设计的世纪,一个不重视工业设计的国家将成为明日的落伍者。”我们出版《搞设计》的目的,就是希望本书能为我们培养一批符合21世纪工业设计要求的人才队伍起到一定的作用。

本书作者为我国台湾工业设计领域既有理论水平,又有工业设计实践的专家,他们在多年教学与实践的基础上总结、编写了本书。本书从工业设计的流程、设计的思维、设计师的生活、设计的管理等多方面系统地、深入浅出地向我们解答了在工业设计学习及实践中所遇到的问题。因此,本书对于内地的工业设计发展不失为普及工业设计教育的一本好书。

中国建筑工业出版社副总编辑 **张惠珍**

推荐序

与其说这是24堂课，毋宁将它作为24段珍藏的人生与职业的心得笔记。此心得来自此书作者们15年的设计体验与追求，让我觉得真切而可贵。《搞设计》比较通俗而亲切，读此书如与作者们品茶聊天，知识得到传递，情感也自然抒发。

知识与情感素来编织着设计与生活，也惟知识与情感兼备，设计才能走得远，生活才会因设计而更美好。这一点在我看到安藤忠雄平和而朴实地描述他希望孩子们能自由快乐地在他创造的环境中玩耍的设计理想时，已明了于心。知识因积累和融会而成为智慧，情感因真切和投入而打动人心，正如陈文龙先生被“工匠精神”所感动一样，相信所有追求设计梦想的人们能将此感动延续，而所有的知识也可以一直延续成为智慧。

“设计的起源，来自一个问号，一双好奇的手和一种生活方式。”对设计师来说，真实的生活体验胜过任何使用者行为的调查所得，选择了《搞设计》，也就选择了一种生活方式。你需要在消费者与设计者之间不断转换角色，在自己与自然和社会之间交流思考，在生活的每一个细节处，体会爱恨，感受美丑，以双手实现每一个创意。

纸短情长，设计者们共勉之。

《产品设计》杂志社社长 **钱 竹**

本书涉及的理论比较实用，不空洞，没有书卷气，与实践紧密结合，可以说是真正“消化吸收”过后的精华，比较容易为学习者理解，并可以在他们自己今后的实践中尝试着去运用。这样的书，目前在内地工业设计界还很稀少。读了这本书，对很多初入道者和学生可能意味着在以后的实践中要少跌不少跤。而对于高校教师，则是讲授相关设计课程以及进行设计管理研究极好的参考书。

江南大学设计学院教授 **江建民**

Considering today's competitive retail environment and the need for shorter product lifecycles, it is critical for companies like Sunbeam Products, Inc. to identify product development resources that can truly shorten the development process. Nova design is positioned to do just that by leveraging both their industrial design expertise as well as their ability to offer design engineering liaison with Asian manufacturing partners.

Industrial Design solutions provided to Sunbeam by Nova Design have demonstrated a "global nature" to form and style development. Nova designers combine their ID sensitivity with a proficient use of 3D modeling software, allowing them to provide a quality deliverable that captures the design intent and facilitates more efficient design engineering. Nova Design's proximity to the major manufacturing base within Taiwan and China helps to maximize communication during critical engineering and pre-production phases of development.

The product development services provided to us by Nova Design were exceptional. From industrial design through supplier liaison, their involvement was instrumental in helping Sunbeam Health meet the 9 month "concept to shelf" timeline. Having a branch office in the US simplifies daily communication and offers the designers access to key US trends and information critical to meeting the needs of our customers.

在面对竞争激烈的市场，以及产品生命周期愈来愈短的情况下，要快速而确实地找出方法，达到缩短产品研发的时间，这对我们公司来说，的确是一件相当不容易的事。在跟浩汉设计公司合作过程中，他们提供专业能力、工业设计解决方案，并和制造厂商保持密切沟通、贴近消费需求，同时拥有全球化的设计能力，帮助我们顺利生产出兼具品质、设计感、效能的产品。

美国 Sunbeam 公司 新产品开发经理

Ken Parker

迎接一个大写的DESIGN时代

每一个时代，都有其独特流行的“财经知识”，而我敢跟任何一个人打赌：未来5至10年的台湾，最popular的“财经知识”，一定是“设计”(Design)!

每一个赌徒，总是靠概率的计算来赢钱，我们这一把却不是，我们只不过凭一点对“人类追求经济增长强劲动机”的坚定信心，还有一些对台湾产业发展史的了解而已。

英国《经济学人》杂志曾经作过一次统计，由1820年(可非正式地算出人类经济总产值)起算，到2001年为止，即使世界历经天灾人祸无数，全球经济增长的180年曲线还是以固定的斜率向上增长，即使每每到了几近绝望之际，也总会有柳暗花明之转折出现。分析这种追求增长的强劲决心，《经济学人》说：来自“没有一个人可长期容忍减薪”的人性。

当然，我们看看台湾，自然不可能例外于这一世界大潮流。

然而我们却也拥有一股真实无比的焦虑——从1992年台湾每人所得突破10000美元以来，我们已经在13000美元上下徘徊11年，这10年间，台湾写下史上第一次经济负增长纪录、最高失业率纪录，以及规模最大的产业外移浪潮，台湾第一次尝遍“停滞”的苦涩滋味，不少人在这黑暗般的时代里感叹：台湾丧失了勤勉，忘记了刻苦，沉迷于赌博或享乐，好像“只有一同回到从前”，才能“携手再造未来”。

但是如果我们把透视的角度拉高、拉远，我们其实可抚心自慰：台湾不过是正艰苦地要摆渡过它的“经济青春期”而已：要渡过15000~18000美元所得这一关卡，台湾经济光靠勤勉、刻苦等过去的“美德”是不足的(甚或还是个阻碍)，台湾的产品要吸引全世界来采购，除了“品质”、“机能”、“成本”的“逻辑价值优势”外，还必须要有“感性价值优势”；台湾近年来的痛苦，便是在“延续逻辑价值优势”和“催生感性价值优势”间不断尝试错误，试着杀出一条血路来。这个痛苦一定痛彻心扉，因为它牵涉整个社会核心能力的转移，往往伴随着大规模的失业、转业和所得的重分配，以及世代间的激烈汰换。

但我们还是要面对，除非你我都愿意忍受“持续减薪”的折磨；所以我会大胆下注：“设计”(或者它字源的母亲——“创意”)一定会成

为台湾社会争相认识、蜂涌学习的新能力,正如我们在20世纪80年代要跟王永庆学勤勉和合理化,90年代要跟张忠谋、郭台铭学策略和国际化一样。不同的是,勤勉、合理化、策略、国际化,背后的主导因素都是价格下降逻辑(使顾客买到更便宜的产品),而设计,却是要在芸芸众生的产品中标举独特的生活价值,幕后的动机则是价格上涨逻辑(使顾客愿意花更多钱买此一产品),它不只需要工作者与众不同的能力,它还要求整个社会都必须洗心革面,脱掉工业社会的制服装扮和心态,才能孕育出活泼和创意的心灵与企业。

环顾几个世界知名的设计大国或城市,它们得以有好的设计产品,其原因却不只是拥有几所好的学院或设计中心而已,而是这个国家或城市的庶民生活、大街小巷、报章媒体,无一不洋溢着“设计的氛围”——设计不只是工作,而是一种人人感知、身体力行的“生活提案能力”,当这种能力加上了工业的理性,就成了“工业设计”;这种能力进入了金融,就成了“金融创新”;这种能力进入了娱乐,就摇身一变为好莱坞或HBO。对专精制造的台湾而言,落实在产品上的“工业设计”马上就能为产出(output)带来加分的能力,难的是我们如何扭转“逻辑导向”的思维,而能进入“感性欢愉”的同理心中,从而能辨别设计、欣赏设计,继而创造设计。

这本由浩汉设计公司制作撰写的《搞设计—工业设计&创意管理的24堂课》。具有标志台湾经济新、旧时代转型的重要意义,它意味着台湾的设计人在创意经济中找到了最初的成功配方,并且愿意回头来向台湾散播设计的启蒙种子,让这种社会里的新生代,觉得在王永庆、张忠谋、郭台铭的老典范外,还可以有一种“新工作”的可能。浩汉设计由当年设计三阳机车(摩托车)发轫,历经整个20世纪90年代的摸索,目前已成长为160位同仁、营业幅员国际化、设计产品由手机到家电无所不包的台湾第一大工业设计公司,由他们来提供第一本“工业设计入门”的观念书,最是恰当不过。

设计的知识——难吗?一点也不!当你决定要买一部相机、一辆汽车、一台电脑之时,你就已经在求知了(由机能、美感到哲学),差别只是把“消费者”的身份转变成“工作者”而已。这本小书应该可以帮你这个小忙,很轻松又很愉悦地,带你进入工业设计的新世界,加入经济转型的大潮流。



CHAPTER.1

导读 008 迎接一个大写的 DESIGN 时代

代序 015 管理设计 管理直觉 - 浩汉经验 15 年

设计的流程

lesson01 > 学习如何学习 022 从学徒到大师

lesson02 > 学设计流程 028 设计三部曲：概念、视觉、量产

lesson03 > 学分析市场 036 市场，设计中

lesson04 > 学创意发想 044 从脚踏车到健身车

lesson05 > 学开动脑会议 050 馊主意变好主意

lesson06 > 学团队合作 052 设计，好戏上台

lesson07 > 学善用工具 056 工具上手 设计上路

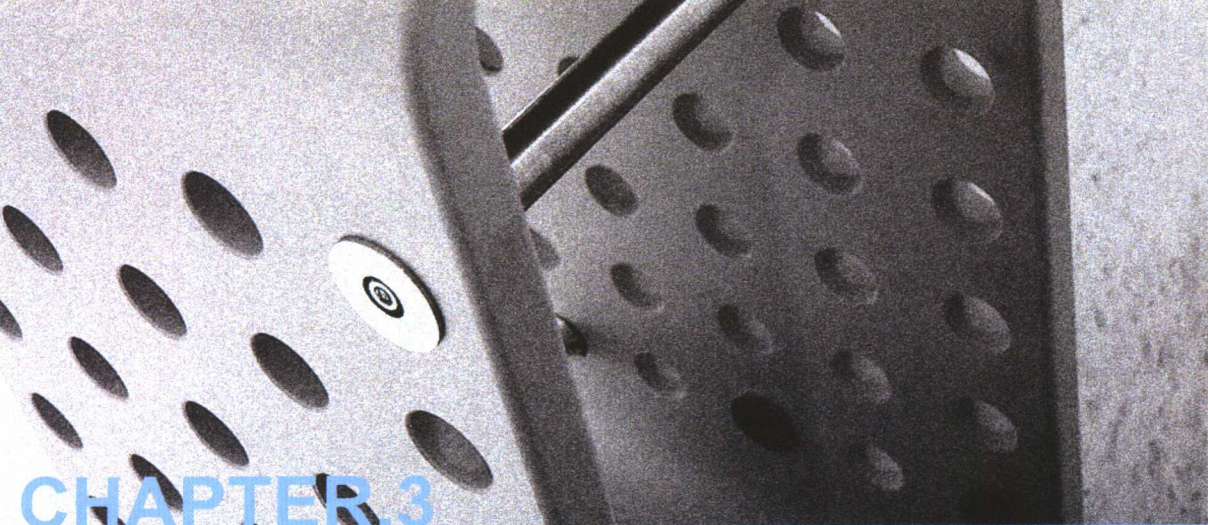


CHAPTER.2

- 打造完美的工匠精神 062 lesson08 > 模型的制作与色彩
美感，来自知识产生的直觉 066 lesson09 > 学工程面的创意及美感
以最少的规范产出最多价值 070 lesson10 > 谈设计规范

设计的思维

- 手机行为学 076 设计与人性 < lesson11
你放安全帽，我藏大把钞票 082 设计与环境 < lesson12
是电脑还是高档家电？ 086 开发具有未来概念的商品 < lesson13
全球思考，当地设计 094 学全球化与当地化 < lesson14
如何打造复古风 102 解读流行密码 < lesson15
色彩材质会说话 108 学运用材质的创意 < lesson16



CHAPTER 3

设计师生活

lesson017 > 设计师的生活美学 114 设计—就是一种生活方式

lesson18 > 学感受能力 118 设计，从笨问题开始

lesson19 > 学习忍受挫折 124 打赢理性与感性的脑内战争



CHAPTER 4

设计的管理

知识，就是资产 130 学知识管理 < lesson20

当喝咖啡的设计师 碰到穿制服的师傅…… 138 管理冲突 < lesson21

纪律，打造设计明星 142 设计师的纪律 < lesson22

管理·混沌 144 设计公司的管理 < lesson23

从设计师到经营者 148 学习不同的角色扮演 < lesson24

OTHERS

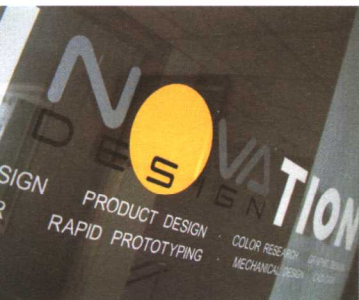
缘起 156 2003 设计长征

设计长征 在路上 164 2003 设计长征

推荐阅读 166



NOVA DESIGN



管理设计 管理直觉－浩汉经验 15 年

设计公司的经营，在不同阶段，面对的问题与挑战都不一样。最初 3 至 5 年，合伙人常会因为对专业技术的见解及执行方式不同而拆伙；然后到第 7 年会是一个关卡，公司会面临组织管理的问题；最后到第 13 年又是一个关卡，追求企业文化的融合。

台湾的设计公司很多，但解散的也不少。相对而言，15 年历史的浩汉，就像站在一个制高点，我们已经发展出一套自己的管理方法，进展到塑造组织文化的阶段。

最近浩汉在上海的分公司正式开幕，因为 15 年的经验，让我们一开始就规划出公司该有的规模和配置。5 月到公司位址去看的时候，还只是一大片空厂房而已，不到 3 个月时间，一切准备就绪。同时施工期间，上海分公司已经承接设计案，人员培训在外租的场地同时展开进行。一切的推进都有计划，这就是我们 15 年来所发展出来的经历模式。我相信不止上海，假设我们想在其他地方成立分公司，只要把我们的管理模式整个搬过来，就能快速复制成功经验。加上知识管理系统的联结，不论是台北、上海，还是美国、意大利，所有资源马上都能支援与共享。

从一开始，我们就希望浩汉能变成世界级的公司，但是一家台湾的设计公司要站上世界舞台，光凭 Design in