

设计驱动商业创新

DESIGN-DRIVEN BUSINESS INNOVATION

2013清华国际设计管理大会论文集(中文部分)

2013 TSINGHUA INTERNATIONAL DESIGN MANAGEMENT
SYMPOSIUM PROCEEDINGS (CHINESE VOLUME)

2013年12月1-2日, 深圳·中国
1-2 Dec. 2013, Shenzhen·China

主编

蔡军

[美]托马斯·洛克伍德 (Thomas Lockwood)

王晨升

唐裔隆 (Gabriel Y. L. Tong)

刘吉昆

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



清华大学
Tsinghua University



清华国际设计管理大会
TSINGHUA INTERNATIONAL
DESIGN MANAGEMENT SYMPOSIUM
SHENZHEN 2013 深圳·中国

DMR
清华大学艺术与科学研究中心
设计管理研究所
Design Management Research Lab



深圳市设计联合会
SHENZHEN DESIGN UNION

设计驱动商业创新

DESIGN-DRIVEN BUSINESS INNOVATION

2013清华国际设计管理大会论文集(中文部分)

2013 TSINGHUA INTERNATIONAL DESIGN MANAGEMENT SYMPOSIUM

PROCEEDINGS (CHINESE VOLUME)

2013年12月1—2日, 深圳·中国

1-2 Dec. 2013, Shenzhen, China

主编

蔡 军

[美] 托马斯·洛克伍德 (Thomas Lockwood)

王晨升

唐裔隆 (Gabriel Y. L. Tong)

刘吉昆



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

设计驱动商业创新 : 2013 清华国际设计管理大会论文集 / 蔡军等主编 . —北京 : 北京理工大学出版社 , 2013.11

ISBN 978-7-5640-8548-3

I . ①设… II . ①蔡… III . ①产品设计 - 企业管理 - 文集
IV . ① F273.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第273129号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京地质印刷厂

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 32.5

字 数 / 920 千字

版 次 / 2013 年 11 月第 1 版 2013 年 11 月第 1 次印刷

定 价 / 96.00 元

责任编辑 / 张慧峰

文案编辑 / 张慧峰

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

2013 清华国际设计管理大会

组织委员会、学术委员会名单

大会组织委员会

大会组委会名誉主席	谢维和	清华大学副校长
	韩望喜	深圳市政府
大会组委会主席	蔡军	清华大学
大会组委会秘书长	刘振	深圳市设计联合会
大会组委会副秘书长	唐裔隆	香港创新与设计管理协会
大会组委会委员		
(排名不分先后)	刘宁	中国工业设计协会
	高建	清华大学
	邱松	清华大学
	王国胜	清华大学
	黄维	清华大学
	徐迎庆	清华大学
	黄峰	UXPA 大会
	Simon Bolton	伯明翰艺术设计学院
	Tore Tore Kristensen	哥本哈根商学院
	罗成	深圳市设计联合会
	陈向锋	深圳市设计联合会
	丁长胜	深圳市设计联合会
	孙磊	深圳市设计联合会

大会学术委员会

大会学术名誉顾问	柳冠中	清华大学
大会学术委员会主席（国际）	Thomas Lockwood	Lockwood Resource
大会学术委员会主席（中国）	鲁晓波	清华大学
大会学术委员会秘书长	王晨升	北京邮电大学
大会学术委员会委员		
(排名不分先后)	何人可	湖南大学
	童慧明	广州美术学院
	娄永琪	同济大学
	朱恒源	清华大学
	赵江洪	湖南大学
	饶培伦	清华大学
	董华	同济大学
	许平	中央美术学院

刘吉昆	清华大学
曲延瑞	北京工业大学
赵超	清华大学
贾荣建	北京工业大学
张立群	上海交通大学
韩挺	上海交通大学
高炳学	北京信息大学
胡飞	武汉理工大学
刘新	清华大学
陆定邦	台湾成功大学
辛向阳	江南大学
杨霖	清华大学
王军	北京大学
姜可	北京信息大学
邱文科	台湾长庚大学
刘曦卉	香港理工大学
唐林涛	清华大学
叶钜志	香港新亚文商书院
邵为忠	香港珠宝商会
李建民	香港创新与设计管理学会
徐放	澳大利亚新南威尔士大学
Cees de Bont	香港理工大学
Richard Buchanan	美国凯斯西储大学
Kyung-won Chung	韩国 KAIST 大学
Kun-Pyo Lee	韩国 KAIST 大学
Kei Sato	美国伊利诺伊理工大学
Alex Willams	英国索福特大学
James Moultrie	剑桥大学
Ashley Hall	英国皇家艺术学院
Gorm Gabrielsen	丹麦哥本哈根商学院
Tore Kristensen	丹麦哥本哈根商学院
Ulla Johansson	瑞典哥德堡大学
Tjamme Wiegeres	荷兰代尔夫特理工大学
Joris Vergeest	荷兰代尔夫特理工大学
Sam Bucolo	澳大利亚昆士兰技术大学
Michihiko Shinozaki	日本 Shibaura Institute of Technology
Venanzio Arquilla	意大利米兰理工大学
Eugenio Andre Dias Merino	巴西圣卡塔琳娜州联邦大学

大会秘书处

谭艳丽
李媛
姜虹

序 言

欢迎参加在中国深圳举办的 2013 清华国际设计管理大会，我对本次大会充满期待。大会论文集的质量非常出色。遗憾的是我由于个人原因无法出席今年的会议，但我相信下一个设计管理大会将会更激动人心。我有幸参加了过去三届清华国际设计管理大会，相信这次的论文会更精彩。我为每个人发表的演讲而高兴，也希望能与各位对话。祝贺大会成为一个意义深远的、成功的大会。

举办本次大会的目的是为企业、教育、研究和专业的发展创造新的机遇；同时，扩展和提升创新和设计管理的能力，我们预见这个新的价值必将获得。

大会提出的“设计驱动商业创新”的主题很有意义，也正是我在这些年所不断探索的。我认为设计驱动创新的一些最佳实践是对相关主题的挑战，这就是文化的创新。自从离开 DMI 之后，我曾经帮助多家公司构建文化创新，因此我很高兴分享与本主题相关的想法。

文化创新源于适合的人群与过程

经过研究发现，几乎所有企业的 CEO 都希望增加他们企业的组织创新能力，但事实上很多人都不知所措。外部资源？内部资源？对研发的投入？对设计的投入还是对设计思维培训的投入？或是聘用有经验的创新领导者？聘用和授权强有力的设计和创新领导者应当是最根本的，因为设计、创新和企业文化之间的连接是非常强大的。把适合的人和正确的过程结合才是开发创新文化的关键，这需要我们思考。

正确的人：每个创新都始于人的创意。一些人擅长想法，他们创意激情如火花般飞扬，但如果创意没有得到企业成员的接受，创新的努力也会付诸东流。激发团队成员的创造性不仅仅是白板和头脑风暴，而更多的是激励、对机会的前瞻、抗风险能力、对最终用户的聚焦和设计思维引导的领导力。创新不只是依靠技术或研发，或是外部的机构。今天许多企业意识到在激发内部设计驱动创新能力方面也能获得成功。尽管如此，正规的创新和设计领导力功能仍然是非常有效的模型，它能够引导创新的传播和实施。创新和设计领导力团队能够让更多的成员参与到设计思维方法的应用中，这种方法可以量化和有力地影响企业文化，使其走向创新。

正确的过程：创新文化的第二个基础就是正确的过程。这也是一种挑战，因为传统以商业为中心的过程和以创新为中心的过程常常是对立的。大多数企业仍然依赖以商业为基础的瀑布式过程，但创新却因为以人为主导的敏捷过程（agile process）而繁荣兴旺。同时大多数商业过程聚焦在 ISO 质量控制和管理，但创新却更集中在用户。此外，与其将技术、上市时间视为企业要克服的困难，解决方案更佳的答案却往往会在用户的问题中得到。因此战略设计和创新过程应该了然于心而不是具体的解决方案（技术）。在与创新文化的合作中，甚至在组织的中层，都需要围绕解决正确的问题来发现和工作。要做到此并非易事，团队成员需要鼓励提出问题，挑战现状，提早

试错并聚焦解决问题的关键，无论问题属于谁。您认为什么样的人 and 过程是最能够建立创新文化的？

创新文化中，设计和设计思维处于顶层

在对企业利润的持续驱动中，每个企业都竭尽全力，却发现未来的利润必须来自于顶线的增长。他们认识到要扩展新的区域、进行品牌延伸和新的市场营销但却没有驱动新的顾客需求或盈利率。这意味着对新产品和服务的创造是十分紧迫的，它使设计变得更加重要。更重要的是，企业认识到消费者并不是要更多的东西，而是希望更有意味的体验，这就是今天体验设计和服务设计更重要的原因。

因此，重要的问题是，一个组织要创造什么样的新产品、服务和体验才能使未来的消费者满意？我认为最好的企业就是把自己投入到消费者中，设计令他们愉悦的产品，这将使设计思维变得更加重要。围绕这些让人愉悦的体验开发新的商业模式并进行商业模式的创新。说易行难，大多数企业在平庸、改良的产品和服务中挣扎，但一些佼佼者不断尝试设计思维的方法。作为加强战略资源而言，以下几个方面对于设计和设计思维是当务之急。

当务之急一：变革。正如美国著名剧作家威尔·罗杰斯所说，逆水行舟，不进则退。每个公司都需要进化自己创造新的价值，不能满足于现状，创新和变革是当务之急。这也是许多从经济大萧条中所悟出的道理之一——顺潮流者昌，逆潮流者亡。令人钦佩的是，一些公司，如 P&G 和 3M，以其新产品带来的每年营收增长而自豪。虽然这可能意味着更多的东西和包装，同时也意味着我们为未来创造了什么，而不是已经拥有了什么。设计就是变革，我们不设计已知，我们设计未来。

当务之急二：富有内涵的客户体验。窃以为客户的概念包含了外部客户（用户）和内部员工（也是用户），其理由是，在一个设计思维的环境里，我们都是客户。一位前苹果公司 UX 设计主管曾跟我谈到为什么苹果因不做消费者研究而饱受质疑——其员工就是消费者。这也是为什么在苹果好的设计是如此重要的原因。你是否也曾为自己创造或设计过东西？以手机为例——它是否按键过小或在口袋里显得臃肿？或许你可以把它挂在腰带上？或许它应该相当纤细、具有光滑边缘、轻便但耐用、有一些精巧的应用程序、同时具有很直观的用户界面？这些都值得我们去思考。设计思维和以用户为核心的设计能帮到你。没有设计就无法进入市场，无论是产品、服务或经验皆是如此，这也正是设计是如何影响用户体验的真实写照。

当务之急三：架构问题。管理咨询公司和设计公司在架构问题方面显得有能力的原因之一是因为他们不拥有这些问题。客户公司通常由仓储、功能“业主”以及遗留问题和各种约束构成。这也正是为什么那些最激动人心的革新文化往往出自设计公司，那些富有创新力的公司拥有像设计咨询公司那样的团队且精于设计思维方法。他们广集见地、遍寻模式并设计问题的解决架构。其时，他们并不关注问题的归属，他们只是想从客户的角度去弄清问题的实质所在。

当务之急四：开放的议程。一个开放议程的环境包含研究客户体验的专家、所有客户的接触点等，也包括前端体验和后台过程。是故，解决问题或开展创新常常遇到跨界问题，这也是最让产品功能负责人头痛的事情。解决此问题的方法之一是开展战略对话。我的同事达雷尔·雷亚发表在网站（LockwoodResource.com）上的“打造创新文化”的微博文章探讨了开展诚信和开放对话的必要性。在像 Intuit 和 GE 这样的公司里，设计思维文化和设计驱动的创新正蓬勃发展，因为

拥有设计思维团队的好处之一就是解决大型、棘手的问题，同时，创造可促进公司营销增长新产品、服务和体验。

当务之急五：商业模式创新。设计思维对解决某些问题是十分有效的，但这只是一个方面，我们还需为组织创造价值。相对于复杂的传统商业分析模型，本人更喜欢简洁的商业模式创新。几年前，在阿姆斯特丹的 DMI 工作坊上，我与作者兼策展人亚历山大·奥斯特沃德共事，一起探讨了组建我的招聘顾问公司的替代方案和模式。在考虑替代的创新想法时，商业模式画布是一种有效的途径。使用结构化但简单的分析，就像应用一个 APP，能帮助您探索项目的各个方面，不仅仅是客户价值，同时也包括商业价值方面。

当务之急六：有形和无形的价值。就像 Interbrand 在年度“全球最佳品牌”排名中所展现的，无形的价值代表着企业价值的重要组成部分。Interbrand 的品牌估值方法包含了财务表现和“品牌的作用”两方面。在品牌的作用方面，他们“衡量由于品牌影响带来的购买决策部分”，这包括了无形的外部因素，如“真实性、关联性、一致性和分化、存在性”等方面。

或许，进一步的研究可能会寻找到在您的机构中设计是如何影响真实性、关联性、一致性和分化、存在性等方面的答案？在您的公司文化里什么是革新的当务之急？

篇幅所限，不能详尽，容后交流。

预祝本次充满新意、内容丰富的大会取得圆满成功！

最诚挚的祝愿，



托马斯·洛克伍德
大会学术委员会主席（国际）

Lockwood Resource LLC 创始合伙人
美国设计管理协会（DMI）前主席

目 录

第一部分 设计管理、商业创新与市场拓展

面向城市公共空间设计的设计管理方法研究	张伟明, 汤 力, 张 蕾 / 3
寒地城市舒适度提升的策略研究	鞠擎天, 林建群, 杨晓冬 / 8
基于城市文脉的哈尔滨城市街道设施设计与管理探究	伍 潇, 林建群, 马 辉 / 13
服装企业设计管理的模块化建设	郭霄霄 / 19
以设计伦理为导向的设计管理研究	李 珂, 何 洁 / 25
设计管理在中国中小型企业中的创新模式探究	闵 洁 / 30

第二部分 用户研究、设计思维与设计创新

通过群体创新发现设计机会——京港青年人智能沟通生活方式工作坊的延伸思考	李一舟, 陈 昕, 柳冠中, 邵健伟 / 38
人文关怀在产品中的启示	顾建军, 许 佳 / 44
智能城市顶层设计的敏捷过程创新——设计一个软件 EIT 造形, 让顶层设计活动敏捷起来	高焕堂, 高燕平 / 49
生态语境下的创新设计——关于同济大学创意学院体验经济项目“设计丰收”的研究	曹天慧 / 59
互动媒介艺术设计中的感官体验	许 婷 / 63
基于众包模式的用户调研方法探索——以面向退休群体的怀旧类应用用户调研为例	齐 雯, 付志勇 / 70
上肢康复医疗设备的工业设计分析	黄朝晖, 杨 倩 / 76
以“晒上海”概念设计展为样本的独立设计师产品设计与开发模式探究	王卓然 / 81
基于用户数据分析的产品设计与研究——以家用清洁工具拖把为例	刘胜利, 沈 法, 王永东, 秦永涛 / 89
概念模型在产品前期构思中的作用	曹 淮, 付 琪, 吴 磊, 陈 雪 / 94
用户研究在互联网时代商业创新中的应用	赵 昊 / 100
美学与设计再认识——浅析美学与设计价值的关系	吕 洁 / 106
基于反省心理学下的心理暗示理论在减压产品设计中的应用研究	任菁菁, 于鸿飞 / 110
基于材料变量参数分析的碳纤维复合材料家具创新设计研究	李 超, 耿晓杰 / 114
角色体验——作为设计研究的一种方法	蒋红斌, 方 憬 / 121
从符号修辞学角度看中国的礼品设计与文化	梁小雪 / 126
教具设计中的认知摩擦规避方式研究——以地理教具为例	何思倩, 蒋红斌 / 132

大型公共空间照明环境设计研究——以飞机场候机楼为例.....	蒋红斌, 刘瀚泽 / 138
可持续性策略对制造业营销传播的影响——可持续性策略: 理论与应用	陈彦彤 / 145
管理广告创意与商品需求	王伟尧, 刘怡宁 / 153
设计中的仪式感的塑造——以“禅茶一味”为例	陈志刚 / 159
基于物联网的产品系统设计与用户体验创新	张 勇 / 164
基于生活形态的中国女性动态角色模型研究	姜筱玮, 蔡 军 / 169
Livinglab 创新模式下的老龄产品设计方法体系研究	郭 帅, 王 飞, 汪晓春, 纪 阳 / 176
基于老年人手机的可用性研究	曹玉青, 王 飞, 汪晓春, 纪 阳 / 183
小食品生产线外观设计研究	侯志晗, 王晨升, 赵黎畅, 陈 亮 / 189
用户观察与数量信息的可视化研究	张 欣, 方 海, 胡 飞 / 195
设计师对照明产品需求初探	姜颖成, 董 华, 刘 胧 / 201
基于用户反馈的产品开发与设计创新	王 熠 / 206
以设计创新为导向的人种志用户研究方法的应用——以老年人超市购物体验研究为例	白 莹, 刘源源, 邱 松 / 211
基于用户生活形态的设计定位研究	刘源源, 蔡 军 / 217
水墨在设计中的审美表现	田希军 / 223
综合性工业设计网站的功能模块设计研究	高 楠, 胡 鸿 / 227
基于交互认知的远程协同创意平台设计研究	武 静, 刘 胧, 宋东瑾, 姜永琪 / 231
关于国家设计竞争力的初步探讨	农丽媚 / 240
互联网与物联网未来语境下的设计创新思维	徐 剑 / 247
合作设计的反思	袁 姝, 董 华 / 251
以现代服务业为基础的北京设计产业研究	胡 鸿 / 257
机电一体化设计方法下指导的产品设计——以绿色节能冷藏箱为例	赵黎畅, 王晨升, 陈 亮, 侯志晗 / 263
壁挂“斑马洒水”的设计特征	张 灿, 吴 蔚 / 268
学龄前儿童在移动应用软件上的交互行为特点研究	蔡小芳, 王 军 / 271
老年人外出时间观念及其带来的设计启示	龙云飞, 董 华, 袁 姝 / 278
探索 UCD 观念下基于设计创新方法的创业机会识别与开发过程研究	徐 兴, 吴品娴 / 282
基于人因测量的工业设计研究方法初探——以面向老年人的交通工具设计研究为例	杨 浩 / 290
关于设计源头的再思考——从产品创造的初始阶段思考资源的合理利用	刘凯威, 张 雷 / 295
工作室模式的探索	续 骏 / 300
设计范式的改变	王国胜 / 307

第三部分 品牌、设计策略与产品管理

社会化媒体打破品牌体验的 3D 时代	徐小宁 / 317
体现城市个性名片的“食品设计”	马咏蕾 / 321
如何用设计构建正确品牌感觉来提升品牌价值——以创维为例	李 钊, 陈志勇, 汪正贤 / 327
探索城市品牌形象塑造的设计管理	张伟明, 赵立石, 王晓巍 / 332

长三角地区文化品牌的认定和保护	刘 焱 / 338
传承与创新：上海食品老品牌的品牌文化与品牌延伸策略的研究	张一士，马咏蕾 / 342
基于城市文化的区域品牌建设研究——以上海新天地为例	尤 嵩 / 350
以植物元素为核心打造中国城市品牌“个性脸谱”	刘晓菁，马咏蕾 / 355
中国金银器品牌设计的传统文化应用探析	谭佳佳 / 361
浅谈科普旅游目的地品牌化经营驱动科普展示设计创新	李亚婷 / 366
设计需要管理——设计管理人才培养模式研究	吴 颖 / 373
从绘图师到文化创造者：设计师角色在品牌形象思想演进中的转型	聂晓梅 / 378
从设计服务到自有品牌开发——谈设计服务业的创新之路	周 兴 / 387

第四部分 设计与企业创新战略

工业设计公司的业务模式研究	武月琴 / 393
论珠三角中小制造业产品创新模式	王金广 / 397
设计战略研究——论设计与战略的关系	罗丹玲，朱美伶，林浩文 / 402

第五部分 商业模式、系统和服务设计

设计教育教学方法创新研究——以中芬中心跨学科实践课程为例	陆 洲 / 411
基于社交网络模型推荐系统的需求分析与再设计	张重骐，王 飞，汪晓春 / 417
设计产业商业模式创新类型研究	王效杰 / 425
乐高产品的服务设计模型研究	刘 军，帅 斌 / 430
基于设计管理理念下的历史街区商业发展比较研究——以哈尔滨为例	周 悦，张伟明，吕勤智 / 433
寒地城市公共设施的投资及控制研究	张伟明，张 茜，张 蕾 / 438
3D 打印技术推动下的中小企业设计创新与管理模式	王小龙 / 443
约菜——基于物联网的家庭种植服务与儿童教育体验设计	夏 晴，付志勇 / 448
面向校园初创团队的协同工作模式与服务原型探究	李 寅，付志勇 / 452
基于用户体验的包容性城市公交系统设计研究——公交车系统中影响用户体验的因素	韩星谋，刘 胧 / 460
辅助企业转型的工业设计模式探索	黄 旋，王习之 / 467
基于二维码智能终端的云到端创新服务设计	黄威迪，王 飞，徐 悬，汪晓春 / 473
以私营公司主导的创新垃圾分类回收系统——自下而上的“品牌识别”垃圾分类回收系统的提出	陈昱良 / 479
设计效用——经济学与设计研究概念的统合	唐裔隆，蔡 军，李 媛 / 486

第六部分 知识产权与设计管理教育

基于设计创意与知识产权结合的资源协作开发模式	杨 霖，李梦捷 / 495
社会化媒体干预的教育教学服务系统设计——以设计学科学习体验设计为例	于丹丹 / 501

第一部分
设计管理、商业创新与
市场拓展

A Study of Design Management Methodology Confronted with Urban Public Space

Weiming Zhang¹, Li Tang²

Harbin Institute of Technology
Harbin, China

1. 13313658366@163.com, 2. tangbao19900310@sina.com

Lei Zhang

Harbin University of Science and Technology
Harbin, China

BB0623@163.com

Abstract—Confronted with the urgent need of constructing urban public spaces and enhancing the degree of comfort, this paper develops through content and method of design management and uses design management system as the research object. Combined with the research theory and practical significance, here we make the management analysis in respect of design tactic, design organization and design project which is aimed at urban public space and try to propose the management methods correspondingly. Furthermore, the author seeks to present some basic methodology in deepening the research of design management.

Keywords—urban public space, comfort, design strategy management, design organization management, design project management

面向城市公共空间设计的设计管理方法研究

张伟明¹, 汤力², 张蕾³

1.2. 哈尔滨工业大学, 哈尔滨, 中国, 150001

3. 哈尔滨理工大学, 哈尔滨, 中国, 150001

1. tangbao19900310@sina.com, 2. 13313658366@163.com, 3. BB0623@163.com

【摘要】面对城市公共空间建设和舒适度提升的迫切需要,以设计管理的内容和方法拓展,以及设计管理系统作为研究对象。结合研究的理论和实践意义,针对城市公共空间进行设计策略、设计组织和设计项目的管理分析,并提出相应的管理方法。力图设计管理的深化研究提出一点新的方法论基础。

【关键词】城市公共空间;舒适度;设计策略管理;设计组织管理;设计项目管理

1 研究对象

1.1 设计管理

本文的研究对象之一是面向城市公共空间设计的设计管理的内容和方法。随着设计管理理论研究的深入,设计管理的内涵和外延也得到了极大的拓展。但是关于设计管理的内容仍然众说纷纭,不同的研究者对其有不同的认知。这主要是因为这个概念涉及了两个领域的内容:一是“设计”;二是“管理”。首先,关于设计。设计是一种创造新的存在的行为,创造新的存在的目的是满足人的需求。其次,关于管理。管理包含着两层含义:规划与控制。规划,即建立目标及确定

达成目标的途径。控制,即确保进程不会偏离目标。从不同的角度理解,设计管理会出现不同的研究内容:“可以是对设计进行管理研究,也可以是对管理进行设计研究,和可以从企业经营角度的设计进行管理研究。”然而不管怎样,设计管理有利于提高设计工作的效率,可以促进学科的整合与交叉,促使设计理念的突破,有利于对设计师进行合理安排及有效管理^[1]。在这一点上设计研究者们已经达成了共识。从设计的领域来看,设计管理即是给设计制定方向,并保证设计的实施能够实现既定的目标^[2]。

文章主要按照设计管理不同的对象将其分为3个部分,并结合具体的城市公共空间设计来展开内容和方法的研究。其中3个部分内容是:综

合战略方法的管理（对目标的管理——设计策略管理）；设计团队组织的整体管理（对人的管理——设计组织管理）；设计的工程管理（对事务的管理——设计项目管理），如图1所示。具体方法的研究，则侧重于城市公共空间的设计管理问题。

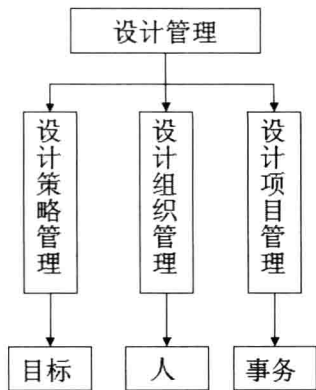


Figure 1. The Framework of Design Management
图 1. 设计管理的构架

1.2 设计管理系统

本文的研究对象之二是设计管理系统。在设计价值日益提高的今天，随着设计活动的不断扩展，设计管理呈现出越来越强的系统性，因而本文将设计管理作为一个系统研究的对象。设计项目从立项到最终完成牵扯到诸多方面的因素，对这些因素的思考、判断和组织实施是得到准确设计理念和立足点的必要过程，根据研究发现这一过程单凭设计师临时的、主观的灵感和理解是无法实现的，其需要经过积累的信息管理基础的支撑和系统化运作^[3]。

为了保证设计活动的正常进行、设计效率的最大限度发挥，必须对设计部门以及相关部门进行系统的管理。其不仅包括设计组织的管理，还包括协调各部门之间的关系，设计管理系统的建立能确保设计由始至终有条不紊地进行与展开。

城市公共空间作为城市的基本组成部分，其设计的好坏直接关系到城市居民生活品质的优劣问题，本文面向城市公共空间设计展开设计管理系统的研究是对城市公共空间设计方法的新突破。

2 研究意义

城市公共空间是指城市或城市群中，在建筑实体之间存在着的开放空间体，是所有公众共同享有的空间，是城市居民进行公共交往、举行各种活动的开放性场所，在人们的生活中具有举足

轻重的地位。将设计管理理论引入城市公共空间设计无疑为其开创了新的研究领域。同时，从横向交叉研究的视角来看，面向城市公共空间设计的设计管理方法的探讨，也能够促进设计管理理论的不断深化。鉴于上述两方面内容，本文的研究具有理论和实践的双重意义。

2.1 理论意义

文章提出“城市公共空间设计管理”的概念，即传达了通过设计管理来对城市公共空间建设进行“约束”的理念。这里的“约束”有两层含义：第一，通过法定的程序对具体工程建设加以“控制”，保证其后发生的城市公共空间的建设行为在一个预定的合理框架内运行，避免可能发生的不良后果；第二，通过合理的规划管理手段，“引导”后续的工程设计和建设行为导向一个理想的目标。这个理想的目标就是提升城市公共空间的舒适度。其中，上面提到的“约束”在城市公共空间建设及其相关领域内发挥着一种“桥梁”作用。其作为设计管理理论方法的拓展，一方面编织了一张“无形的网”，一个设计管理的“决策框架”，也是指导后续设计的控制纲领性文件；另一方面，它强调引导作用，引导后续工程设计和建设行为能创造性地执行城市公共空间建设成果，为实现提升城市公共空间舒适度的建设目标留出可能的空间。这一“设计约束”概念的提出，对设计管理方法研究的深入具有一定的理论意义。

2.2 实践意义

城市公共空间建设是一个“实践”的问题。一方面，快速城市化进程已经严重地威胁了城市公共空间的舒适度，“千城一面”的“特色危机”问题更是屡见不鲜。历史街区的破坏、公共环境景观的失控、绿化休闲空间的消失等问题已经造成了城市公共空间环境品质的恶化，其中尤以建设“失控”问题最为严重。这些均已成为亟待解决的问题。

另一方面，随着城市的发展，城市功能逐步完善，全国各地城市建设重点正由“生产型”转向“生活型”。其中最主要的是试图弥补快速城市化初期造成的公共服务设施相对不足和环境品质不尽如人意的的问题。城市公共空间建设的紧迫任务就是要强化“生活功能”，而这种“生活功能”，绝不是抽象的美学或形式化的艺术形态，而是普通市民能实实在在亲身体验到的生活环境，它应具备最基本的安全、方便、舒适的内涵要求^[4]。从这个意义上来说，城市公共空间建设面临的紧

迫工作并不是如何去创造出精彩绝伦的“旷世杰作”，而是思考怎么能避免日益严重的破坏性的设计行为。因此，十分有必要对设计本身进行有效的控制和管理，从而提升城市公共空间的舒适度。本文的研究紧紧围绕上述问题的解决来展开，因而对具体的建设问题具有积极的实践指导意义。

3 研究分析

城市公共空间作为市民进行城市生活的重要舞台，其整体环境品质直接影响到城市的综合竞争力和宜居水平。如何提升城市公共空间的舒适度成为其中的关键问题。本文将探讨面向城市公共空间设计中满足舒适度提升的设计管理方法，具体从其设计管理的内容方面展开分析，如图2所示。

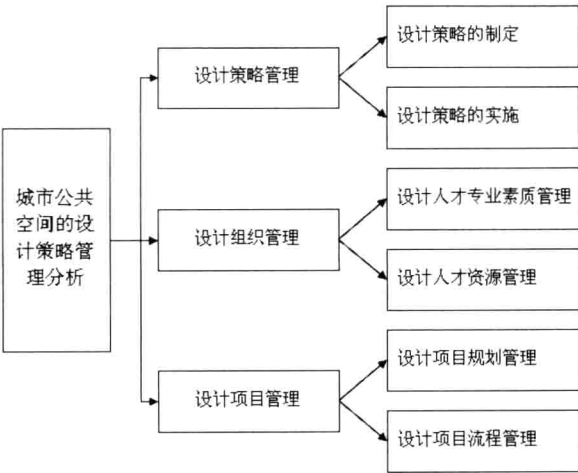


Figure 2. Design Management Analysis of Urban public space
图 2. 城市公共空间的设计策略管理分析

3.1 城市公共空间的设计策略管理分析

设计策略管理——是对设计工作的长期规划和方法策略。制定合理的设计策略，并加以良好而有效的管理，是对设计大方向的有利把握。

在设计策略管理理念下，城市公共空间的设计策略主要是指在城市公共空间建设初期制定的设计方案。从宏观方面来把握设计预期的成果，它能从最根本的方面来影响城市公共空间建设的过程和结果。

3.1.1 设计策略的制定

城市公共空间的设计策略管理是一种宏观的管理范畴，是设立目标并对实现目标的途径进行的谋划。针对城市公共空间的设计策略，其制定应建立在指导性、系统性及长远性的基础上。

指导性——设计策略是一种具有指导意义的

规范，它能明确城市公共空间建设当下或某一时期内应该做什么、为什么做以及怎样做。

系统性——设计策略的制定不应是强调某一设计过程局部的重要性，尤其是在城市公共空间的建设中，其本身就是一个庞大的环境系统，因而制定宏观的设计目标战略来协调设计过程中各环节的表现，能够帮助后续的设计实施科学、有序的开展。

长远性——设计策略应着眼于城市公共空间长期生存和可持续发展的思考。因而在其设计策略的制定过程中需要具有前瞻性及长效的稳定性，而且作为核心的整体策略不能朝令夕改。这样才能保证在城市公共空间生长过程中的统一性问题。

3.1.2 设计策略的实施

设计策略制定后，接着是下一步的实施环节，为了能完成既定内容，正确的策略实施是基本的保证。同时，为了保证策略的实施，需要制定策略行动计划，合理分配城市公共空间的环境资源，并在实施过程中进行适当的调整，保证设计策略实施的顺利进行。在城市公共空间的设计中，设计策略的实施程度及效果直接影响了城市公共空间的舒适程度。

3.2 城市公共空间的设计组织管理分析

设计组织管理——是在设计中有效的进行组织，充分发挥和调动人的能动性，进而推进设计的有效进行和设计创新。

在设计组织管理理念下，城市公共空间的设计组织主要是针对设计者的组织、调动、管理进行设计。设计组织的管理不当能够引发的城市公共空间与周边环境的不和谐问题，从而降低城市公共空间环境的品质。

3.2.1 设计人才的专业素质管理

设计活动是知识密集型的创意活动，因此，要求人才资源具备很强的专业性。设计人才的能力和技能将决定一个项目整体的发展趋势，因此，人才的专业素质能力对设计的成败至关重要。从事城市公共空间设计的专业人员需要具备的专业素质相对来说比较多元，其不仅需要环境和空间设计的专业能力，还需要具有城市设计、城市规划，以及社会学等相关领域的专业知识。很多从业者由于涉及的领域较多而出现了“多而杂”的情况，面对这样的问题，从终身学习的角度，以及设计内容的特殊性和复杂性角度，笔者认为需要利用设计管理理论中对设计人才的管理方法，来展开对城市公共空间从业设计师专业素质和职业能力的管理，在扩展知识储备的同时，增加相应的技能，

不断满足设计实践的需要^[5]。

3.2.2 设计人才的人力资源管理

众所周知,任何设计都是由设计师来完成的。设计人才的人力资源管理即对设计人员和设计小组的管理,其职责在于要全力组织设计人才完成设计目标,其中最重要的是人员的合理配置,使其充分发挥自身的能力。设计人才管理的宗旨是使每个人都各得其所,各尽其才。也就是说,要最大限度地发挥每个人的才能和激发他们的潜能,并使每个人的才能全部朝着有利于达到设计目标的方向发展。对城市公共空间设计人才的管理,需要结合设计工作和设计人才本身的特点,才能充分调动他们的积极性。除此之外,城市公共空间设计人才的人力资源管理还包括对设计人才的吸纳和引进,目前很多团队都遇到了设计人才资源的新陈代谢问题,因此对设计人才的人力资源管理正能够处理好这一亟待解决的问题。

3.3 城市公共空间的设计项目管理分析

设计项目管理——是以设计项目为对象的系统管理方法,通过寻找合适的设计团队,对设计项目进行高效率的组织和控制,以实现设计项目全过程的整合。

在设计项目管理理念下,城市公共空间设计项目的管理主要是指在具体的设计项目开展过程中使设计全过程高效整合、协调优化,在城市公共空间设计完成实现舒适度的提升。

3.3.1 设计项目规划管理

城市公共空间设计项目规划管理的目的是使设计项目在较长而复杂的进展过程能够在一个科学、有条不紊的状态下进行。其侧重于对设计运作中的程序管理。设计项目的规划管理计划中,城市公共空间设计各项任务都极为重要,它们是后续设计项目管理工作的展开、评估的参考依据,它们的“质量”好坏直接影响着最终设计成果的成败。

3.3.2 设计项目流程管理

城市公共空间设计项目的流程管理即设计项目的程序管理,其目的是对设计实施过程进行有效的监督控制,确保设计的进度和质量。

在城市公共空间设计项目的整个设计周期内,规范有效的设计程序和正确的方法是设计取得成功的基本保证。设计项目的所有工作都要通过一定的流程来完成,设计的流程与项目的流程相互呼应,对设计项目生命周期的各个流程进行管理和控制,从而使设计项目执行的全过程处于最佳的运行状态,是设计项目成功的要素之一。

4 讨论

从城市公共空间建设的视角出发,来探讨设计管理的方法是本文的重要内容。这里结合设计管理的3个层次——设计的策略管理、设计的组织管理、设计的项目管理,来对城市公共空间设计的管理方法进行讨论。

4.1 设计的策略管理方法

4.1.1 统筹布局结构

城市公共空间的布局与结构是在设计初期就应合理规划和控制的,它是直接影响城市舒适度的因素,是城市公共空间设计的大方向。城市的空间布局与结构是城市要素在空间范围内的分布和组合状态,合理的城市结构与布局能够使人们在城市公共空间产生行为时,具有便捷感和舒适感。因此需要设计管理者充分考虑统筹城市公共空间的结构布局,从而制定明确的设计策略。

4.1.2 构建空间和谐

和谐统一性是从城市公共空间设计的整体来考虑的,不论从建筑的体量、建筑围合的空间尺度、建筑装饰风格、环境色彩等方面,都需要在前期设计时做全盘的考虑,以避免局部产生的不和谐导致对整体空间品质的降低。同时,盲目地追逐所谓的时尚和国际化,处处跟风,都会使城市公共空间的和谐统一性遭到破坏。这就需要在深入研究地域的独特性及其文化的基础上结合其城市建筑空间环境来做出整体考虑,构建一种空间环境和谐统一感。

4.2 设计的组织管理方法

4.2.1 增强组织“细胞”素质

设计人才是设计组织的细胞,设计人才作为设计组织的基本要素之一,提高人才的专业素质和处理实践问题的能力对优化城市公共空间的设计有着至关重要的作用。其中,设计师应该具备以下的能力:

- (1) 具有创新意识,思维活跃。
- (2) 敏锐的洞察和感受能力。
- (3) 优秀的美学能力。
- (4) 良好的表达能力,善于合作。
- (5) 具有一定的深度,善于综合全面地解决问题。

优秀的设计师才能做出好的作品,人才的能力决定着城市公共空间设计的发展趋势,只有增强设计师的能力,他们才能设计出更舒适的城市公共空间环境。