

CARDESIGN WORKSHOPS

汽车设计教学现场

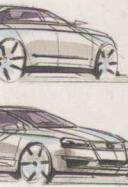
王选政 吴梓荣 主编

AT CENTRAL
ACADEMY OF
FINE ARTS

中国建筑工业出版社

014011662

U462
33



★ 藏书 ★
图书馆

汽车设计教学现场

王选政 吴梓荣 主编



U462
33

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车设计教学现场 / 王选政, 吴梓荣主编. —北京:
中国建筑工业出版社, 2013.8
ISBN 978-7-112-15605-4

I. ①汽… II. ①王… ②吴… III. ①汽车—设计
IV. ①U462

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第159386号

责任编辑: 陈 皓
版式设计: 锋 尚
责任校对: 张 颖 陈晶晶

主 编: 王选政 吴梓荣
编 委: 李 禹 刘 勇 栾寅征 罗先国 沈诗琳 王 楠
吴永平 徐 彤 薛 刚 张所家 庄光明

汽车设计教学现场

王选政 吴梓荣 主编

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)
各地新华书店、建筑书店经销
北京锋尚制版有限公司制版
北京顺诚彩色印刷有限公司印刷

*

开本: 889×1194毫米 1/20 印张: 8 $\frac{2}{5}$ 字数: 200千字
2013年10月第一版 2013年10月第一次印刷

定价: 62.00元

ISBN 978-7-112-15605-4

(23033)

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)

序

“中国汽车设计新秀班”由中央美术学院与中国一汽集团合作主办，已经举办了四期，这既出于应对培养中国汽车设计师的急迫需求，也是我们设计教学产学研密切结合的一种方式。中国第一汽车集团作为新中国的第一个汽车企业，与中国艺术与设计的最高学府中央美术学院合作培养中国汽车设计师应该是顺理成章的。一个是“国车长子”，长期以来支持汽车设计教育；一个是正在大力发展交通工具设计教育，在不同层面上肩负着发展提升中国汽车产业的使命。

新秀班的课程中既有资深汽车设计专家授课，为学生带来最新行业信息、设计经验，也有著名学者为学生教授中国文化类课程，力图在相对较短的上课时间里对学生进行多方面的提升，实现我们快速培养中国汽车设计优秀人才的目标。这书记载了新秀班的一些课程，希望没有机会参与新秀班的设计师与学生可以从中得到一些启发。

中国是世界最大的汽车制造国，最大的汽车市场，期待有一天我们的汽车设计师成为世界最优秀的。这需要我们大家的努力！

中央美术学院设计学院院长

王敏

Contents 目录

序

001 由四个汽车设计工作坊构成的教学尝试

015 **工作坊一：汽车设计基础** 关于汽车设计草图基础技能和形态研究的工作坊

045 **工作坊二：汽车设计研究** 来自梅赛德斯—奔驰的观点——“中国的机遇”设计研究工作坊

067 **工作坊三：汽车设计思维** 邦格的汽车设计观——关于汽车设计思维的工作坊

103 **工作坊四：汽车设计方法与流程** 与奥迪一起工作——“My Mobility”汽车设计工作坊

149 **设计课题：“E-OI”概念车设计**

163 后记

由四个汽车设计工作坊构成的教学尝试

作为一名设计教师，通常情况下笔者不太喜欢用大篇幅的文章来阐述关于设计及其相关问题，过多的文字堆砌实在不适合这个实践性非常强的领域。即使对于只有用长篇文章才能将事情说清楚的情形，笔者也总是尝试用简单的方式来表述。所以在本书中，笔者想简单明了地告诉读者关于“中国汽车设计新秀班”这次汽车设计教学尝试的来龙去脉，让每个读者了解我们为什么要做这件事情以及怎样来做的这件事情。同时，为了让读者尽可能地感受到设计教学的现场感，大量的文字与图像内容被放在了后续的章节中，去阐述四个非常棒的汽车设计教学工作坊。当然，其中也会包含一些笔者对于中国汽车设计教育的思考。

1. 源起

中国第一汽车集团被称作“国车长子”，作为新中国的第一个汽车企业，一汽集团长期以来热心于对中国汽车设计教育的关注。由一汽集团出资主办的“中国汽车设计大赛”已经连续举办了四届，参与者几乎覆盖了全国绝大多数高校的设计类专业，可以说这项赛事见证了汽车设计教育在中国从无到有的过程，也为行业发掘了不少优秀的设计人才。中央美术学院设计学院的相关师资力量一直为这项赛事的举办和运行提供了专业方面的咨询。赛事运行的具体执行者罗先国先生曾经有过在高校任教的经历，对于设计教育也有着自己独到的见解，笔者在与之关于设计教育的交流中经常擦出火花。对于“中国汽车设计大赛”规模不断扩大、影响力日盛的发展形势，我们认为赛事对中国汽车设计教育的促进作用是毋庸置疑的，而在此基础上如何继续保持并放大这种作用才是当务之急。出于这个目的，中国汽车设计新秀班的创想产生了。模式非常简单：通过“中国汽车设计大赛”从国内高校中选拔出优秀学生，邀请国际一线汽车设计大师来华，为这些学生进行飞行集训式的工作坊授课。目的也非常简单：业界最优秀的师资力量为国内优秀的生源进行专业的汽车设计教育培训，以此为汽车产业输送优秀的设计人才，并在这个过程中探索和实验汽车设计教育在国内的办学模式。同样，这种想法也得到了中央美术学院设计学院的强力支持。

2. 愿景

期望“中国汽车设计新秀班”成为中国汽车设计教育领域的“黄埔军校”。黄埔军校开创了中国人民解放军的正规化建制历史。接近一个世纪后的今天，我们期望以“中国汽车设计新秀班”为平台，拉开系统培养中国职业汽车设计师的序幕，并为汽车设计教育模式的探索贡献力量。

3. 模式

中国汽车设计新秀班采用产学合作的办学模式：由中央美术学院与中国一汽集团合作主办。其中，中央美术学院承担合作中的学术任务和教学管理任务，而一汽集团则承担合作中的运行任务以及对学生和部分师资的资金支持。中央美术学院设计学院设计研究所负责了中国汽车设计新秀班具体的课程设计、师资组织、教学和教学管理工作；一汽集团委托北京新势整合传播机构负责运行管理和日常事务联络协调的工作。

中央美术学院院长潘功凯教授与一汽集团总裁徐建一先生在“中国汽车设计新秀班”开班仪式上共同为新秀班揭幕。



这种合作模式区别于汽车设计教学中常见的企业为院校提供赞助资金来完成课题设计的模式，而是着眼于以院校为学术和教学主导的模式，实现汽车行业对于院校设计教育的诉求。我们期望以中国汽车新秀班的模式为模板，让更多的汽车企业找寻到与院校对接的渠道方式，能够从院校中获取人才以及自己所需要的课题研究成果，促进国内汽车设计教育真正的产学合作，使双方达到共赢的目的。

4. 授课对象

中国汽车设计新秀班的授课对象包括了三部分的生源：通过“中国汽车设计大赛”从国内高校中选拔出的学生自然成为中国汽车设计新秀班的授课对象；中央美术学院设计学院作为课程设计者、师资组织者和教学管理者，相关专业的学生也会参与到课程中来；中国汽车设计新秀班也邀请了一汽集团研发中心派出一定数量的设计师参与到课程之中，此举是期望职业设计师和在校学生共同组成的学习团队可以在思维方式和工作方法上形成良性的互动。

5. 课程设置

中国汽车设计新秀班的课程分为三类：工作坊课程、人文课程，以及商业、艺术调研课程。工作坊课程由一线汽车设计大师担任授课教授，讲授汽车设计内容，工作坊课程是这次教学尝试的主体课程；人文课程由文化学者、设计理论家担任授课教授，提升学生的人文素养；商业、艺术调研课程则由商业设计机构、艺术家工作室的主持者担任指导教师，让学生感受真实的商业设计运作和艺术经营活动。人文课程和商业、艺术调研课程是对工作坊课程的补充。



新秀班的学生们对于来自一线的汽车设计师们所带来的专业知识的渴求溢于言表。

基于授课对象采用的是飞行集训的方式，对于中国汽车设计新秀班的主体课程设置，笔者制定了两个原则：第一，每次集训的工作坊在课程内容上要有独立性，并能覆盖汽车设计教育不同层面的内容；第二，保证每个独立的工作坊集训单元之间尽可能形成关联，最终形成一套完整的、递进的汽车设计教学活动。所以，最终确定的四次工作坊集训的主题分别是：

工作坊一：汽车设计基础；

工作坊二：汽车设计研究；

工作坊三：汽车设计思维；

工作坊四：汽车设计方法与流程。

四个工作坊首先由最基础的草图技能培训开始，随后的课程则让学生去关注如何完成设计研究并将研究成果转化为自己设计的支撑，进而了解职业设计师对于汽车及其设计的思维方式，并最终完成一个流程完整的快速课题设计和尝试从中掌握汽车设计的方法与流程。兼顾基础技能和汽车设计方法与流程的教学内容，对于短期的工作坊课程来说，确实难以周全安排。这四个工作坊的主题尽量去涵盖本科教育阶段学生所应当接触到的汽车设计技能与知识内容。虽然没有足够的时间以长期的学期课题方式让学生去演练上述教学内容，但笔者还是希望以此模拟的“压缩版”教学进程，能够给学生带来对汽车设计的正确认识，起码是开始建立正确的工作方法。能够直接接受不同品牌背景的一线职业汽车设计师的教育，对于学生而言，没有比这更好的了解汽车设计的方式了，其效果甚至更胜于单一品牌设计师入校的教学活动。针对生源和师资的实际情况，与担任每段工作坊的教授分别沟通后，上述四个课题得到了最终确认。

另一个问题是，用几个汉字对每段课程主题进行准确的表达是一个有难度的工作。比如布雷教授担纲的工作坊的主题是“汽车设计研究”，我希望其对应的是汽车设计流程中“Research”部分的工作内容，所以“研究”并不一定可以准确地表达工作坊所关注的内容。这就需要通过与授课教授进行协商，请他们在授课过程中有所侧重，以达到教学目的。而授课的教授团队，也都给出了他们的意见和主张，这对于课程设置而言是格外重要的。

每期中国汽车设计新秀班的集训过程中，均有与之并行的“人文课程”和“商业、艺术调研课程”同时展开。因为汽车设计教学绝不仅仅是进行技能培训就足够的了，如同汽车设计的内容也不单纯是草图绘制与模型制作一样，技能只是这个行业的入门门槛，设计师的内在素养才决定其在未来能够达到设计高度。所以，这两门课程设置的意图非常简单：期望从中国汽车设计新秀班走出去的学生不要变成汽车设计行业中的“技术工人”，而是成为有大脑和视野的职业设计师。这两门课程也陆续邀请了文学家、设计总监、设计理论家、艺术家、设计经营者、营销人员、杂志主编等人员进行授课。课程内容并不一定直接与汽车设计关联，而是结合授课者自己的专业范围展开，为学生提供不同方向的“泛设计”信息。

	工作坊一： 汽车设计基础	工作坊二： 汽车设计研究	工作坊三： 汽车设计思维	工作坊四： 汽车设计方法与流程
工作坊导师课程	关于汽车设计草图基础技能和形态研究的工作坊	来自梅赛德斯—奔驰的观点：“中国的机遇”工作坊	邦格的汽车设计观：关于汽车设计思维的工作坊	与 奥 迪 一 起 工 作：“My Mobility” 工作坊
	导师：理查德·佩塔斯卡	导师：奥列佛·布雷	导师：克里斯·邦格	导师：奥迪北京设计团队
	美国帕萨迪纳艺术中心设计学院交通工具系教授	梅赛德斯—奔驰中国高级设计中心副总裁	邦格咨询总裁、前宝马设计总监	
人文课程	工业时代的汽车文化(一)	工业时代的汽车文化(二)	日本美学与设计	体悟美学：由平淡面向深远的拓展
	主讲：阿城	主讲：阿城	主讲：许平	主讲：许平
	著名文学大家	著名文学大家	中央美术学院教授、研究生处处长、博士生导师	中央美术学院教授、研究生处处长、博士生导师
商业、艺术调研	I.A.T 阿尔特(中国)汽车技术有限公司	LKK 洛可可设计公司	吴永平工作室	中央美术学院美术馆 北京长城华冠汽车科技有限公司
	指导：陈群一	指导：贾伟	指导：吴永平	指导：翁云鹏 单德伟
	I.A.T 设计总监	LKK 洛可可设计公司总裁	中央美术学院设计学院 12 工作室导师、副教授、著名艺术家	著名艺术家 长城华冠设计总监
设计课题	概念车设计定位	概念车设计提案与草图提交	概念车数模设计与模型制作	概念车方案设计发布
	指导教师：王选政			

6. 设计课题

在中国汽车设计新秀班开班伊始，经与一汽集团研发中心沟通后，我们为学生提供了两个可选择的设计课题：“为20年后的中国而设计的家用轿车”和“为20年后的中国而设计的商用车”。学生开始设计并提交方案后，以比稿的方式进行竞争，获胜的团队将会获得将方案模型化，并于次年上海国际车展一汽集团展区展出的奖励。最终由来自中央美术学院、北京工业大学和北京信息科技大学的五位学生共同组成的团队所完成的“E-QI”概念车胜出，并于上海车展发布。

“设计课题”的设置有三个目的：首先，是让学生将与一线汽车设计大师共同工作、学习过程中获得的相关知识和技能通过“设计课题”得到应用，激发他们的学习热情；其次，期望学生可以体验到职业设计师的竞争意识；最后，也是最重要的一点，“设计课题”是一个模拟全流程汽车设计过程的长期课题，可以对短期的集训教学形成合理的补充。

7. 师资

对于师资的选择，是按照课程设置的需要进行。一个重要的选择标准是必须来自服务于汽车设计（包括汽车设计教育）一线的、知名品牌的设计师（或者教授）。当然，如果具有行业内的影响力那将是非常完美的。在这个原则下，笔者在全球范围内展开了联络，并划定了备选名单保持继续沟通，以确定其时间计划是否能够进行课程以及能够承担工作坊课程内容。最终确定了如下的工作坊课程师资：

由来自美国帕萨迪纳艺术中心设计学院（Art Center College of Design in Pasadena）的理查德·佩塔斯卡（Richard Pietruska）教授进行“关于汽车设计草图

基础技能和形态研究的工作坊”；

由来自奔驰中国高级设计中心的奥列佛·布雷（Olivier Boulay）副总裁进行“来自梅赛德斯—奔驰的观点：‘中国的机遇’汽车设计工作坊”；

由前宝马设计总监克里斯·邦格（Chris Bangle）进行“邦格的汽车设计观：关于汽车设计思维的工作坊”；

由奥迪北京设计团队进行“与奥迪一起工作：‘My Mobility’汽车设计工作坊”。

前宝马设计总监邦格先生与新秀班教务主管中央美术学院设计学院王选政老师。



联络过程中，多位知名的汽车设计大师表达出了对于这次在中国进行的汽车设计教学尝试的兴趣，但遗憾的是因为时间等原因无法参与其中。像意大利的汽车设计大师乔治亚罗先生，当时忙于大众对其公司的整合事宜，因此无法成行。但从各位知名设计师的反馈来看，中国的汽车设计教育对他们充满了吸引力，相信未来他们将会出现在国内设计教育的舞台上。在此还要特别感谢参与教学的各位教授和他们所属的公司，没有他们的无私奉献，也就不会有这次教学实验的完整呈现。

8. 运行

敲定了课程设置和师资安排之后，中国汽车设计新秀班拉开了帷幕。新秀班的日常事务运行则由罗先国先生带领的北京新势整合传播机构的一支专业团队负责，他们以极其专业的操作方式完成了包括开学典礼、课程、调研、模型制作展示以及结业典礼在内的所有事务性管理工作，保证了所有课程的顺利进行。对此，笔者认为这也是产学合作在国内的重要模式尝试：通过专业服务机构的平台，运用他们服务于企业的经验，达成院校的学术目的和企业投入的协调。

9. 评价

作为一次汽车设计教学尝试，应当说中国汽车设计新秀班在以产学合作的方式进行汽车设计教育、汽车设计大师工作坊授课的教学内容和新秀班的教学管理模式三个方面具有标本意义，对当下中国的汽车产业和设计教育行业提供了合作的可能性参考。在此基础上，如何继续尝试深化教育与产业的合作，打造以院校为平台、服务行业的汽车教育体系，将成为中国汽车设计新秀班所承启的重要课题。

从中国汽车设计新秀班结业的学生，虽然很多人在自己的母校接受的是非专业的交通工具设计教育（诸如多名学生的教育背景为工业设计和室内设计），但经过四个工作坊课程的洗礼，已初步具备了汽车设计师的素质。有多名学生在结业后进入包括奥迪汽车、一汽集团和长城华冠等国内外知名车企以及专业汽车设计机构工作，这就是对新秀班教学成果的最好评价。

正如中央美术学院院长潘公凯先生在中国汽车设计新秀班的开班仪式上所言：“这是教育领域校企合作的一个典范。作为国内首屈一指的汽车厂商和美术教育机构，中国一汽与中央美术学院的合作必然会给中国汽车设计教育注入强大的动力。今天的学生们还是一块块璞玉，我们用一年的时间来精雕细琢，把它们打造成器。我们的目标就是要为中国培养自己的汽车设计大师。”作为教师，我们也期待着中国汽车设计大师的早日出现。

10. 感悟

在中国汽车设计新秀班中，笔者作为教务主管承担了课程设计、师资组织以及部分的教学任务。有幸能够与一线的汽车设计师们一起工作，去见证新秀班学生的成长，也因此收获颇多。对于汽车设计以及汽车设计教育的认知等同于经历了一场观感颇佳的旅程，产生了重要的影响。

首先应该阐述的一点是：汽车设计教育必须不能是职业技能培训。毋庸置疑，汽车设计要有坚实的技能作为支撑基础，这也是汽车设计与其他设计学科之间的外在差异所在。注重基础技能培训将学生带入汽车设计的入门门槛是必要的，同时也是非常容易实现的。但如果将此作为教育的全部内容，那就进入了极大的误区，而这也是目前国内汽车设计教学正在面临的问题。在本书的写作过程中，笔者正好在德国弗茨海

姆大学设计学院（Hochschule Pforzheim）汽车设计专业访问，这个学院的汽车设计专业为业界输送了大量优秀人才，甚至在美国、英国的同类院校出现衰退趋势的时候，仍然保持了强大的教学质量和人才输送能力。很重要的原因之一，就是弗茨海姆采用了非“技能培养”方式来教育汽车设计师。该校本科生从入学到毕业至少需要七个学期，其中第一个学期完全是由与汽车设计无直接关联的课程构成，对于所谓“技能”则只有在第二学期专门安排了课程，剩下的五个学期则由课题项目和实习构成，并且补充有并行的、泛设计的课程内容。在与该校教授的交流中，他们也反复强调在其教学过程中，要求学生小到草图风格、大到设计思路必须要不同于他人，保持自己的独特性。至于草图绘制、模型制作等技能训练环节也是溶解在课题中进行，每个学生从这里毕业的时候，已经完成了“身”、“心”两方面成为职业汽车设计师的准备。国内汽车设计教育起步虽晚，关注基础技能训练的同时，我们要做的仍是对未来的汽车设计师进行“全面”的教育。

另一个需要着重阐述的观点是：汽车设计教学必须与产业协作。“闭门造车”是中国早有的成语，用来警示汽车设计教学是非常合适的，如果没有与产业的合作，



工作坊现场。