

设计众包：

地方本科高校视觉传达设计专业转型路径研究

陈竑著



中国海洋大学出版社



● 青岛 ●

# 众设计

湖南省教育科学『十三五』规划2018年度课题结题成果  
湖南省教育厅海外名师项目资助  
湖南人文科技学院设计学重点学科资助

图书在版编目(CIP)数据

设计众包:地方本科高校视觉传达设计专业转型路径研究 / 陈竑著. —青岛:中国海洋大学出版社, 2019.8

ISBN 978-7-5670-2350-5

I. ① 设… II. ① 陈… III. ① 视觉设计—教学研究—高等学校 IV. ① J062

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 176831 号

出版发行 中国海洋大学出版社

社 址 青岛市香港东路23号

邮政编码 266071

出 版 人 杨立敏

网 址 <http://pub.ouc.edu.cn>

电子信箱 [oucpublishwx@163.com](mailto:oucpublishwx@163.com)

订购电话 0532-82032573 (传真)

责任编辑 王 晓

电 话 0532-85901092

印 制 青岛国彩印刷有限公司

版 次 2019年9月第1版

印 次 2019年9月第1次印刷

成品尺寸 170 mm × 230 mm

印 张 13.5

字 数 220千

印 数 1~1000

定 价 39.00元

发现印装质量问题,请致电 0532-88183078,由印刷厂负责调换。

路 专 传 高 地

径 业 达 校 方

● 研 转 设 视 本  
●  
●

陈  
竑  
著

究 型 计 赏 科

# 序

## PREFACE

陈竑老师的《设计众包：地方本科高校视觉传达设计专业转型路径研究》一书就要出版了，我感到欣喜的是他近些年来一直对地方本科高校视觉传达设计专业如何转型发展进行了深入的思考，并将思考的点滴撰写成书。自教育部《关于引导部分地方普通本科高校向应用型转变的指导意见》和省政府《湖南省全面推进一流大学与一流学科建设实施方案》关于地方本科高校如何健康转型发展的系列政策可以看出：其一，应用型人才培养是地方普通本科高校转型发展的时代需求；其二，应用特色学科是我省地方本科高校“双一流”建设的重要指标。

对于地方本科高校视觉传达设计专业而言，如何培养应用型设计人才，为打造具有竞争优势的设计学应用特色学科提供筹码。以应用型设计人才培养和促进学生就业为目标，陈竑老师提出“设计众包”服务跨地域设计需求的视觉传达设计专业课程教学新模式，不断从理论和实践探索构建多角度、分层次的课程教学新模式，其可行性体现在以下两点：其一，该教学模式紧紧围绕“产业需求一定向设计”，以“设计众包”网络平台为支撑主体，将跨地域企业的设计需求与视觉传达设计专业相关核心课程的教学内容与课程作业进行衔接；其二，邀请企业负责人来课程现场或通过网络视频不定期参与学生设计方案的讨论，评选出最终的优秀设计方案，承诺在规定时间内方案市场化，并确保按征集简章给予学生相

应的设计费用。该教学模式已取得了很好的教学效果，受到了师生们的普遍欢迎，并为其他地方本科高校视觉传达设计专业的转型发展提供了一定的参照。

至于更成熟的教学专著，期待作者与更多的设计教育工作者假以时日，可以在教学当中探索、调整与完善。

是为序。

A large, expressive handwritten signature in black ink, consisting of the characters '朱平' (Zhuo Ping).

二级教授 / 博士生导师

全国优秀教师 / 湖南省徐特立教育奖获得者

湖南省艺术学省级学科带头人

湖南工业大学校长助理

中国包装教育委员会副主任

2019 年 7 月

# 目 录

## CONTENTS

●●●	<b>第一章 问题提出：相关概念的理论阐释</b>	
	1.1 相关概念	003
	1.1.1 众包与设计众包之解析	003
	1.1.2 设计众包平台现有种类	005
	1.1.3 设计众包的困境与发展	008
	1.1.4 课题的提出	013
	1.2 研究意义与价值	014
	1.3 国内外研究现状	016
	1.3.1 国内研究现状	016
	1.3.2 国外研究现状	021
	1.3.3 现存的问题	021
	1.4 研究的方法与思路	022
	1.4.1 研究方法与手段	022
	1.4.2 研究假设与创新	023
	1.4.3 本书的思路及框架	024

## ●●● 第二章 视觉传达设计：图形设计的现代转向

2.1 从图形艺术到图形设计·····	029
2.1.1 商业驱动·····	029
2.1.2 复制再生·····	032
2.1.3 多重共生·····	036
2.2 从图形设计到视传设计·····	042
2.2.1 媒介进化·····	042
2.2.2 外延模糊·····	045
2.2.3 传达解码·····	046
2.3 视传设计学科起源发展·····	055
2.3.1 学科正名之缘由·····	055
2.3.2 课程内容之设置·····	058
2.3.4 多样毕设之展示·····	066

## ●●● 第三章 现状调研：教学成果转化遇瓶颈

3.1 设计模板之滥用·····	083
3.1.1 恶劣影响·····	084
3.1.2 纵行原因·····	088
3.1.3 解决策略·····	091
3.2 课程观念之落后·····	092
3.2.1 具体体现·····	092

3.2.2 落后原因 .....	093
3.2.3 解决策略 .....	094
<b>3.3 企业资源之匮乏 .....</b>	<b>103</b>
3.3.1 主观和客观因素 .....	103
3.3.2 解决策略 .....	104

## ●●● 第四章 设计众包：激发学生能动性

<b>4.1 教学思路之定位 .....</b>	<b>111</b>
4.1.1 指导思想 .....	111
4.1.2 问题解决 .....	113
4.1.3 方法路径 .....	116
4.1.4 特色创新 .....	121
4.1.5 方案展现 .....	122
<b>4.2 课程模块之优化 .....</b>	<b>134</b>
4.2.1 课程模块 .....	134
4.2.2 课程需求 .....	149
4.2.3 学生行为 .....	151
4.2.4 校企课程 .....	154
4.2.5 教纲展示 .....	160
<b>4.3 教学推广之传播 .....</b>	<b>165</b>
4.3.1 同行评价得美誉 .....	165
4.3.2 学生就业传赞誉 .....	166

4.3.3 学生实践成常态 ..... 166

## ●●● 第五章 展望未来：创新创业筑梦新发展

5.1 课程创新：娄底市“创文创卫”教学案例 ..... 171

5.1.1 教学背景 ..... 171

5.1.2 教学执行 ..... 172

5.1.3 教学思考 ..... 183

5.2 学生创业：觅彩包装设计工作室教学案例 ..... 184

5.2.1 教学背景 ..... 184

5.1.2 教学执行 ..... 185

5.1.3 教学思考 ..... 188

## ●●● 附 录

陈竝：勤于思考 ..... 191

陈竝：艺为上 / 技为下 ..... 195

学生获奖与科研成绩展示 ..... 197

睿点品牌设计工作室学生日常工作场景 ..... 202

## ●●● 后 记



Chapter 1

## 第一章

### 问题提出：相关概念的理论阐释



## 1.1 相关概念

### 1.1.1 众包与设计众包之解析

20 世纪 90 年代以后，由于互联网的高速发展带动了电子商务、业务外包等新型产业的发展，并影响了传统产业的销售、生产模式，企业经营发展模式呈现多样化的趋势。如果说业务外包（outsourcing）模式使企业得以集中发展核心业务，扩大企业生产、销售和管理能力，近几年发展起来的“众包”（crowdsourcing）则反映了网络时代的一种新的经营理念和实践，其中所呈现的参与式文化和所体现的集体智慧以及其所具有的开放式创新特点正在改变企业传统的研发、设计、市场开发等创新性活动，甚至辐射和影响到整个社会的创新行为。<sup>①</sup> 外包与众包的不同之处体现在以下两点：第一，众包的主要核心是自由与自愿地与他人分享、合作自己的创意任务，外包存在着雇用的关系，是其中一方寻求外部高度专业化的帮助，另一方高度去执行；第二，众包包含着发包方和接包方共同努力创造实现的部分，所以相对于外包，众包的尽心程

<sup>①</sup> 肖岚. 服装设计“众包”案例分析及其启示[J]. 山东纺织经济, 2010(3):69.

度更高一层，达到的效果也更好。

“众包”这一词真正首次出现在 2006 年 6 月刊的美国《连线》杂志上，该杂志的记者 Jeff Howe 推出了“众包”的概念，并指出“众包”是一场商业变革。<sup>①</sup>随后，Howe 为其下了一个定义：“众包”是指一个公司或机构把过去由员工执行的工作任务，以自由自愿的形式外包给非特定的（通常是大型的）大众网络的做法。<sup>②</sup>很明显，从“众包”的概念我们可以看出人类很早就懂得集思广益的道理，是我国俚语“三个臭皮匠顶过一个诸葛亮”的有力印证。

而“设计众包”的概念则是由以往“设计成果→产业承接”的对接模式，转变为“产业需求→定向设计”，即由企业提出设计要求，只要设计师有充沛的精力和充足的工作业余时间，就可以通过设计众包进行投标，成为兼职设计师，获取个人价值的实现和精神的满足。

据调研，设计众包正在稳中求进，承载着社会高度的期望，其打破了陈旧的模式从而达到一种创新的、真正对于设计任务发包方与接包方都花心血的新模式。所以说，设计众包平台的意义不仅仅限于改革创新这一点，更多的是能够实现新创意，同时又可以具体落地，或许这也是设计众包平台得到更多的关注与发展的原因。因本书是关于地方本科高校视觉传达设计专业教学改革相关的专著，所以不可避免地需要阐释设计众包对于视觉传达设计专业的教学及学生的学习有着积极的意义，其主要体现在以下几点：相对于传统的视觉传达设计专业的教学而言，第一，设计众包可以及时掌握社会信息，使教学内容不与社会需求相脱离，培养学生能更好地适应社会发展；第二，因为设计众包是一

---

① Jeff Howe. The rise of Crowdsourcing[J]. Wired, 2006 (6):38.

② Eric von Hippel. Democratizing Innovation [M]. The MIT Press, 2005:30-32.

种网络平台，所以在网络上的实践是不受限制的，学生可以自由选择自己实践规模的大小；第三，传统模式下学生如果有问题要向教师请教还要受到双方时间地点的限制，但利用设计众包学生既可以随时得到教师或企业方的指导；第四，由于各方面条件的限制，传统的艺术设计内容在项目的选择上，可选择的范围较小，而利用设计众包学生可以根据自己的兴趣与专业特长自由选择相应的设计项目。

### 1.1.2 设计众包平台现有种类

设计众包已逐渐成为一种主流的商业模式，相对于外包（设计服务）更加具有灵活性与成本上的优势。设计众包的出现为企业从大众挖掘创意和实施创新提供了可能。实际上，随着社会经济的发展和消费结构的升级，人们的审美偏好和消费需求正在日趋走向多元化。同质化、大众化的设计已越来越难以取悦消费者，企业往往需要更多的点子，所以更好的创意才能从竞争白热化的市场竞争中脱颖而出。<sup>①</sup>这对于诸多企业尤其是刚创业起步的微型企业而言，设计众包的出现是企业“开源节流”的高端体现，“开源”体现在公司可以从众多专业设计师身上得到全新的创意和灵感，而“节流”是企业对于低价劳动力的渴望，可以通过设计众包来实现。总而言之，设计众包作为商业模式来说，这是一个双赢的平台。

设计众包的种类可分为以下两类：知识共享类、任务共享类。<sup>②</sup>知识共享类，比较典型的是豆瓣、维基百科等平台（图 1-1）。这些平台都是自由的，每个人都可以参与到其中的一个设计知识类的众包，大家运用自己的智力，相

① 贾京鹏. 影响产品消费中审美偏好转变的三大因素[J]. 理论探索, 2015(5):35-37.

② [美]达伦·布拉汉姆. 众包(MIT新概念丛书)[M]. 重庆:重庆大学出版社, 2016:6-8.

互协作来完成、分享设计方面的知识 with 成果。这是一个典型的、非营利的、非商业的、成熟的设计众包平台，这中间依靠的是大众的热情与分享，没有奖励的模式，激励大家完成的动力是分享之后的快乐。



图 1-1: 设计众包平台——豆瓣与维基百科的标志 (图片来自网络)

维基百科的成立时间是 2001 年，其背后依靠的资金来自维基媒体基金会。里面的任何设计内容都是向所有人开放，并且可以修改的。当然，大家提供的设计内容都是经过严格审核的，审核者是维基百科的管理员，会拥有一定的权限。值得指出的是，管理员不仅仅有维基百科的工作人员，而是只要在维基百科中有一定的活跃性，给予了很大的贡献，在维基的社群中被大家所熟知，那么就可以成为管理员，如以对于设计知识的完成与分享著称的全球设计大师斯德明、欧莎菀以及克劳斯海瑟等都是维基百科的管理员。对于设计知识的创建与分享而言，我国的知乎、豆瓣、百度百科也都借鉴了维基百科的成功经验。

任务共享类有猪八戒网、一品威客网以及设计征集网（图 1-2），这就是一个发布设计需求、找设计师接包的典型设计众包平台，而且发展至今已经形成一套成熟的商业化运营模式。分布在全国各地的设计师只要在该平台注册后，均可以在该网络平台接设计项目，并将其转化为设计利润。在猪八戒网、一品威客网以及设计征集网发布设计的任务可以是来自当地甚至是来自各个国家和地区的企业、机构、社会团体，这些企业、机构、社会团体均可在该平台上获得诸多的设计创意方案。



图 1-2：任务共享类——猪八戒网、一品威客网以及设计征集网的首页（图片来自网络）