

<<世界是设计的>>

图书基本信息

书名：<<世界是设计的>>

13位ISBN编号：9787500690153

10位ISBN编号：7500690150

出版时间：2009-11

出版时间：中国青年出版社

作者：迪人

页数：211

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<世界是设计的>>

前言

推动现代设计发展 在现代文化中，设计自然是最强有力的一个门类，也是最多样化的一个门类。

在经济高速度发展的时候，设计推动经济，在富强充裕的社会，设计丰富了文化，设计的重要性自然无人质疑了。

但是对于设计的若干问题，设计界往往过于实用主义的处理，因此颇有“实践过度，理论不足”的感觉。

凡是有理论探索的文章，我都会很注意地去阅读，去学习。

比如“设计”这个专业领域如何定义，就从来没有人说清楚过，以至有西方理论家说定义本身就在危机状态（原话是：设计的“its identity as a profession is in a state of incoherent disarray verging on crisis”）。

设计发展的过去一百年中，技术突飞猛进，信息发展迅速，而设计门类急剧膨胀，设计内涵急剧扩大，已经到了急需理论整理的地步了。

设计理论界有不少人开始对设计理论进行比较大的探讨和研究。

去年十一月份，曹刚先生联系到我，他带了他的新著作《世界是设计的》来与我探讨，希望我写点文字。

见面的时候，他做了一番阐述。

我看完书稿之后，感觉这是一本在设计探讨研究方面主题思想比较鲜明的书，其中提出了一些作者独特的对设计的观点，全书的结构也很灵活，试图用全景式的方式来研究设计文化。

作者能够吸纳种种知识领域的成果，特别他对于现代设计的已有见解和思维模式提出挑战，试图让设计从当代文化大繁荣的表象中走出来。

他呼吁设计在二十一世纪要充分觉醒、资源整合与全面的能量开发。

在撰写意图上观点比较鲜明，在设计理论类书中，这样的来撰写还是属于比较少见的。

虽然我还没有深入地去解读作者的思维方式，但是作为一本有独特见解的著作，我还是认为值得好好看看和研究的。

曹刚先生很执着，对设计理论如此入迷，在设计界这样的人为数不多，应该大力支持和充分评价。

现在他的著作在中国青年出版社出版，对此，我谨表示关切和祝贺。

希望此书能够激发更多面向这个方向的思维和讨论。

<<世界是设计的>>

内容概要

本书提出了崭新的思路和立足时代面向未来的原创性主题：世界是设计的。在独有的大设计观、穿越时空的战略视野、全景式的广阔背景之下，推开设设计通向真实世界的观念之门，首次冲破现代设计意识与思维的一道藩篱，以及与社会学、文化学、未来学等知识领域的界限，揭示我们身边生活中设计现象的发生和本质特征，提出设计品谱系和生态圈、设计品牌和设计文化、战略设计等概念，阐明现代设计被赋予的角色使命，并预言了即将到来的设计革命。

全书以富有生机的笔调，深入浅出地表述了严谨、睿智、复杂的学术命题。犹如一位朋友，热情地引导读者纵览设计文明的神圣景观及处女地。书中有一些突破乃至颠覆传统的学术观点、独特的论证和设计语言表达，为读者留下了充分的想象空间，让读者对设计产生从未有过的感悟和理解。另外，数十个国际经典案例将与读者尽情享受。

作者认为：古往今来，真正以“设计”认识设计的人少之又少；就人类知识而言，向后看多远，才能向前看多远；设计与人的本质直接相关；设计是人类生活的关键要素；设计不易定义，可一目了然；二十一世纪赋予设计以不可替代的重大角色；设计的主战场从来没有如此明晰；现代设计正处于战略转折的关键时刻；世界范围的金融危机可能导致设计文化的极大繁荣……虽然作者无意建立一个设计学体系，但试图为构建未来独立的设计学做一铺路石，为现代设计的健康有序发展和在二十一世纪的重大突破提供某种解决之道。

<<世界是设计的>>

作者简介

曹刚，笔名迪人，1956年生人。

大学主攻艺术设计专业。

从事设计实践、学术研究、设计管理以及品牌形象战略研究近三十年。

曾分别于济南、北京创办大弘现代设计机构。

成功地与一批著名品牌进行了战略设计合作。

近年专注于设计战略研究。

多次在国际工业设计、包装设计等学术研讨会上发表论文及演讲。

主持多项重大战略研究与社会合作项目，《多元设计论》等十余项学术成果发表及获奖。

五十余项实战设计、策划与品牌案例获奖。

<<世界是设计的>>

书籍目录

序 引言 大峡谷 穿越设计文明 在设计的影子背后 设计是生活的第几要素? 设计品的自由王国 设计精神与现代设计品的本质特征第一章 世纪追问 设计的时代 一个预言设计突破的最佳时机 达沃斯与设计毫不相干吗? 共享主题不再袖手旁观口红效应[迪拜实验场] 文化对于设计的冲击 “深度撞击”设计在文化创意产业中的地位[《星球大战》之赢] 网络中的我们 突破时空“SETI” 在家设计正被彻底改变[泛在计算与Orb光明蛋] 美字博士之恋 美的权力转移商品选择关键词调查[生活的“美杜莎”] 生态时代的旷世钟鸣 可持续发展的设计意识[伊甸园考察]第二章 设计的藏身之地 设计就是设计 艺术、科学、设计——失去的平衡 设计的再定位 全方位设计[Haier设计] 你是设计师吗? 平凡与非凡博物馆的实验[T恤挽救生命] 设计思维是最活跃的思维 思维空间[飞翔的梦想] 体验成为时尚之后 体验附加值[‘第三生活空间’] 消费什么? 鹅卵石打火机消费导向与设计导向[无印良品] 品牌对于设计 设计的真正战场从来没有如此明晰品牌战略与整合营销传播 [国际品牌的节日营销设计]第三章 重大角色 后经典设计的早晨 设计角色的生命力 设计无人替代 角色要素角色关系[“形式追随激情”——青蛙设计哲学] 创意值多少? “海卫星”作为一种资源创意并不孤独[世纪景观].....第四章 设计观与设计战略 结语主要参考书目跋 后记

<<世界是设计的>>

章节摘录

设计战略是现代设计角色的要素之一，是设计人才成长、设计品的合理开发、设计价值等优势体现，以及设计产业推进、设计品牌的壮大和设计文化的巨大活力的重要保障。设计战略在二十世纪下半叶逐渐由一些发展迅速、积极参与消费市场的竞争与变革的产业和优势品牌倡导并身体力行。

有些欧洲和亚洲发达国家的政府也开始重视和推广设计战略。

然而，由于历史的原因，特别是现代设计的发展还未形成自己自主的较完整的体系，从战略的高度认识设计还有一些问题有待探讨，故而专业范围的设计战略研究至今还没能迈出一大步。

好在这种专业研究的缺失似乎并没有影响那些明智的产业大亨、品牌主管乃至国家决策者们设计战略意识的增进和实质性举措的推出。

中国力量 在国际化市场竞争和文化创意产业的浪潮中，设计战略成为立足现实面向未来的产业、品牌和机构的制胜王牌。

社会经济迅猛发展的中国，进入二十一世纪以来，也在许多方面对此作出了积极的回应。

《商业周刊》两年前的一份“中国设计”专刊，预见到了设计战略将为中国社会带来巨变。

该刊指出：“中国将成为全球热门的产品设计中心”，一股设计浪潮已扑面而来，一些敏感的产业和著名品牌着力“打造自己的设计队伍，或纷纷聘请外援以推出更多有自主知识产权的产品。”

该刊资料显示，“在时下的中国大陆，设计已成为大学里最热门学科之一。”

并且，“成百上千的设计公司”参与到设计竞争中来。

《财富》中文版前不久研究指出，“创造让消费者眼前一亮的产品，正成为各家公司商业战略中最重要的因素。

在技术创新艰难突围的今天，希望在激烈竞争中脱颖而出的公司越来越将设计看作实现利润增长的推进力。

于是，我们看到，更多的公司聘请设计团队，并试着在公司内部重新塑造设计管理的流程和体系。

据不完全统计，开设中国艺术设计专业的大专院校已达1400多家，每年毕业生数量达10多万，成为紧逼计算机专业之后的第二大热门专业。

《数字商业时代》在一次较大范围的设计调查分析中，列出“将设计作为创新战略的三种途径”和一系列的成功实例。

途径之一：“把设计上升为公司战略”。

分析说，从阿迪达斯研究的“团队之星”足球到耐克的“水银3号”产品等，感性科技的背后是越来越多的公司对设计战略的重视。

<<世界是设计的>>

编辑推荐

谁将赢得未来设计的先机？

是崭露头角的青年设计师，是富有实战经验和胆识的设计中坚力量，还是傲立时代颠峰的设计精英？

抑或是某一类原创、时尚、生活角色充分融合的文化主体？

《世界是设计的》——包豪斯诞生90周年之际浮出的一只“黑天鹅” 著名专家学者王受之（序）、许平（跋）、黑马、汪家明、张夫也、童慧明、周卫特别推荐。

实战派学者的最新力作 向传统的思维方式与设计提出挑战 打开设计之门，讲述经典故事，导游大设计未来景观。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>