







关于设计的思考

← 整理 | Anne 制图 | 刘绮黎



设计也是品牌战略 Ubiquity of Design

方彬 Bin Fang 品牌中国集团董事局丰席 艺术百代美术馆创始人

柳冠中先生在为约翰 赫斯科特的《设计无处不 在》撰写的序言中提出关 于"设计"的思考:设计 一旦被锢于一种"物"的 设计关系,设计师就已经 被这个物的感念和现象束 缚住了创造力。社会的不 断发展,人的认知审美标 准可接纳事物的程度都在 不断地提高, 也为设计者 提出了新的需求。而设计 就是为了发现、分析、判 断和解决我们生存和发展 中的问题,这些问题中已 然包含着对于审美的需求。

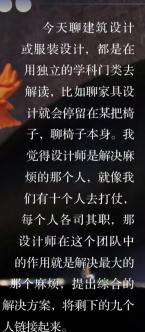
设计的发展、是我们 适应外部发展进而形成的 一个新的审美系统,如此 交互。它更像一个纽带, 无处不在,影响着我们的 生活,影响着无数企业和 品牌的发展进程。反过来,

激烈的商业市场竞争,也 是驱动设计不断创新、突 破的动力。我们在探讨设 计为企业、品牌赋能,输 出文化、情感价值的同时, 也不可忽略商业这个"助 力器"。中国设计发展 道路上的开拓者们, 感 谢他们在探寻的道路上, 无畏荆棘,坚持着师法 造化的设计精神。而我 们,也希望通过多年品 牌营销的成功经验, 助 力打造一个"生态"桥梁, 以更高的视野, 更先锋 的创意为品牌、企业、 设计师等等提供平台, 打破壁垒, 营造有利于 "设计"成长的新环境。 设计, 也是品牌战略, 辩证地看待设计与商业 的关系,才能让两者突 破局限,熠熠生辉。



中国设计之发展 Development of Chinese design

钱竹 Zhu Qian 《艺术与设计》杂志社 社长兼总编辑



伴随着中国从改革开 放到全球化的发展,中国 设计在浪潮中沉浮。过去 很长时间,设计和商业是 存在着某种对峙状态的, 设计师一直在激荡不成熟 的市场中寻找自我价值。

如何做自己喜欢的作品, 如何帮助客户呈现有市场 的商品? 在时间的锤炼 中,设计的开拓者们凭借 对设计的执着和热情,不 断探寻,或许到今日仍有 困顿, 但在这条荆棘无前 人开拓的新生之路上,有 人打破了人们对中国设计 的局限想象, 让世界看到 了中国精神与中国设计, 令人激动。

在国际舞台上, 我们 能看到越来越多中国设计 师的名字, 比起国外稳步 发展的设计历程, 我们的 设计需求应对高速发展的 市场难免有"速成"之惑, 但中国设计并未给自己书 写定义, 不计其数的创新 将在修正中成长, 拓向更 远的天地。