

创新设计与市场现状思考

文/董静

创新是设计活动永恒的话题。设计的创新从大的方面上来说时代对设计的要求，一个新时代的产生往往由于科学技术而有了质的进步，量的改变，人们的生存环境和生活质量也发生了根本性的改变，从而促使设计以新的面貌和新的形式去适应这种变化。在历史上这种创新变化要经历一定的时间和一定的空间才能有一次较大的变革，这样的变革会需要很长时间的酝酿和准备，使它有足够的时间去成长与完善。在这过程中会受到原有设计思想、生产模式和习惯势力的阻碍，但这种创新变化仍具有很强的生命力，而且在相当长的时期内成为人们生活的模式，成为一个时代的经典。我们当今所处的时代正是科学技术的发展十分迅速的时代，以前几百年、几十年才有的变化，现在只要十几年、几年就能完成，由此可见现代社会比以往任何一个时代都更提倡创新，更愿意接受创新的设计。宽松的环境一方面使新的设计理念、新的设计形式层出不穷，涌现出许多好的创新设计，但也造就了问题的另一面，有许多设计经不起推敲，缺乏内在的魅力。这些所谓的创新设计或是仅有一件时尚的外衣，或是用多变的面孔盲目模仿国外潮流，或是刻意追求怪异却与设计服务的对象毫不相干。宽松的环境使许多作品可以轻易登场，对它的宽容和鼓励反过来刺激了更多劣质作品的产生。创新的无原则、无标准使我们丢掉已有的许多宝贵东西，因此对创新设计要有一个评价体系，这个体系中当然要有来自于专家和专业媒体的评价，但更重要的是要来自于市场的评价，使创新设计面向市场，走近社会与消费者。

创新设计要面向市场，服务于市场，其中一方面包括专业设计师群体，尤其是高等院校中的设计资源应当把对设计形式的探索转化为面向市场的设计实践，引导市场向更高的层次发展，另一方面包括在转化过程中要受市场的检验和制约，把脱离市场要求、缺乏服务精神和刻意追求怪异、庸俗低级的作品分离出去，不应放任设计市场处在一种低级水平的竞争之中。

创新设计本身的自我完善，形成了独特的经营管理的方法，对设计的要求也越来越来多，同时也能够独特的意识到市场需要什么，缺少什么，怎样设计，怎样去开发，怎样去经营，而这一切正是创新设计本身的革命，确立了设计价值的新概念，减少了市场许多中间环节，更重要的是设计还日益地进入到每个决策中心，每个经济实体，并正以一种系统的方法来使用设计。创新设计不只是设计产品本身，也是对生产这些产品的组织进行系统管理。因为这种产品的质量和它的市场销售前景很大程度上决定于设计的质量，所以创新设计的质量在一定意义上即是创新了市场，它通过市场潜在的需求关系延伸了设计。市场的意义，完全不是被动的适应了现有市场，而是通过一系列的设计活动分析预见了一种现实存在而又不确定的需求，并通过设计转成一种新产品，从而主动的创新了市场，而这一切又正是设计的目的。

创新设计的产品开发到进入市场，首先是经过新产品的创意鉴别、企业分析、试制、试销等系列过程。每个过程都严格的按照设计程序进行，在这个过程中设计起着重要的作用，市场是核心，创新是灵魂，设计是骨干。

要想把创新设计应用于市场，引导市场向高层次发展需要我们对市场给予精心的呵护和培育，虽然我们可以通过展览、杂志、电视等媒体来宣传创新设计理念和思想，但最直接的方式是通过设计师在为企业服务的过程中，进行耐心而细致的工作来影响和提高整个社会对设计的重视和理解。在设计的市场评价体系中，设计师的服务对象是管理者，这是重要的一环，他们尽管不一定有能力评判一个设计的优劣，却有充分权利给设计师以肯定和否定。设计师在面向市场时，最幸运的莫过于遇上最佳管理者。最佳的管理者的基本特征：一是他很重视设计，有较高的要求，同时对设计的程序和价值有较正确的估量；二是他有兴趣和耐心听取设计师的想法；三是他有能力对好的设计做出判断并给予支持。这样的最佳管理者并不是天生的，是需要社会与设计师精心培育。首先要求设计师认真对待自己的每一件设计作品，拿出去的设计作品必须是精心设计制作的，并且是自己满意的作品，而不仅仅是为了敷衍管理者，迎合管理者。其次要有极大的耐心在与管理者沟通中用充分的理由去说服和影响管理者。应当看到经过二十多年市场经济的培育，企业决策层大多数是一些锐意创新的人。他们能在商海中争得一席之地，大多具有较高的素质，善于学习，只要你能够用这样设计的道理说服他，一般能得到他的支持。

设计仅仅停留在视觉审美上是远远不够的，它还应包含许多不同侧面的创新。如功能的创新、新材料、新工艺的运用，以及后期的制作与成型和销售策略等，这就迫使我们必须去研究设计与科学、设计于市场、设计与生产、设计与销售中的各个环节，在这一点上我们与先进国家之间的差距是明显的。应当加强与设计有关的各个侧面人员的协作关系，建立起一整套适应市场运作的机

制来加强这种协作，因为设计的目的不仅仅是给人们带来精神享受，也是为人类提供更好的生活质量，重要的也是体现社会的精神文明建设（作者单位：东北电力大学）

相关链接

中美石油天然气会计准则若干比较与分析
论市场经济与民主政治的冲突及协调
消费者体育消费心理的分析及调控
中国期货市场混沌结构的实证分析
创新设计与市场现状思考
经济社会中家庭理财现状初探
社会主义市场经济与情报信息
当前我国经济增长与就业关系研究
探究外资在华设立研发机构动因的一个假定
高校与附属企业产学研结合的问题与对策探讨

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心