

# 伊利诺理工学院设计学院：全球顶尖设计的摇篮

---

<http://www.sina.com.cn> 2005年09月08日 15:35 新浪科技



图为：伊利诺理工学院设计学院总监 派屈克。

[点击此处查看全部科技图片](#)

**编者按：**中国正逐渐从“中国制造”走向“中国创造”。站在跻身为世界工厂的“中国制造”肩膀上，创造对中国来说既是机遇更是挑战。

创造的核心——说白了，就是一种广义的设计能力。纵观世界知名的顶尖品牌，无不以品牌经验与用户体验的设计能力作为核心竞争力。

我们试图通过本专题中与西方大师的对话交流中，了解他们心目中的设计理念。西方设计在技术和多国文化之间如何连结，学术界如何培育新兴市场需要的设计精英，预备颠覆明日世界设计哲学是什么，以及他们共同对正在崛起的中国市场的看法。

希望迈向中国品牌的路，能从这些设计大师的对话中找到一些启示。

---

对话伊利诺理工学院设计学院总监 派屈克-惠特尼教授(Patrick Whitney)

伊利诺理工学院设计学(Institute of Design, 简称 ID) 的前身是 Laszlo Moholy-Nagy 于 1937 年成立的新鲍豪斯学校, 1949 年与伊利诺理工大学(IIT) 合并。ID 不但是全美最大的具有设计专业研究生教学资格的学校, 同时它也是第一个具有授予博士学位资格的设计学校, 被誉为全球顶尖设计的摇篮。

现任 ID 院长的惠特尼教授(Patrick Whitney), 不仅担任白宫设计委员会的一员, 并曾任美国设计中心主席, 并于 1995 年获“总统设计奖”。他对设计的理解是: 设计是人类创造产品的一门艺术, 他一直致力于对设计本身加以改良和完善, 并且始终坚持“功效重于样式、实质大于形式”和“以人为本”的设计理念。作为新鲍豪斯的 ID, 正是凭借这一理念, 在设计发达的西方仍然领全球设计学院之风骚。ID 的毕业生在高手济济的西方设计界占有一席之地, 他们大多就职于像艾德奥(IDEO)、奇巴(Ziba) 之类的设计公司, 以及像 Ebay、微软、摩托罗拉之类的科技巨头。仅在 1999 年至今的 5 年中, IDEO 和 ZIBA 中的 ID 毕业生就在美国工业设计大奖赛中获大奖 7 次。

而企业管理者通过 ID 设立的“设计方法硕士学位”(Master of Design Method) 课程, 将企业的创新战略由“技术创新”逐步转向“设计创新”。正如惠特尼教授指出, 在当今风云变化的商界, 设计已成为了成功的关键所在。

本次新浪有幸在由设计学院所举办的芝加哥设计峰会上与惠特尼教授对话。以下为本次对话的全文:

**访问者: 蒋显斌**

**整理: 新浪翻译中心**

问: 伊利诺理工学院是一所工科学校。在这样一个以工科为主的教育环境里, 你们的设计学院有什么特别之处吗?

答: 推动创新的力量有三种, 一个是科技, 一个是商业, 还有一个是用户体验。有了这三种因素, 才能不断创新。对于伊利诺理工学院而言, 设计代表了用户体验的创新, 而这其中可以融合商业和科技因素。

问: 在工科学学校里开设设计学院是不是挑战比较大?

答：这个倒不是问题，我们的院系其实比较全面，除设计学院外，还有法学院、工学院、理学院、建筑学院、心理学院等。

问：我是斯坦福大学工学院毕业的，我知道斯坦福花了很长时间筹备自己的设计学院，目前还处于最后的准备阶段。而且它将开设的只是证书课程，还不是学位课程，而伊利诺理工学院早就有设计专业的博士学位课程了。我想知道你们是怎么做的？

答：通用电气在多年前给我们捐了笔钱，用于设立美国第一个设计学博士学位课程。现在，除了伊利诺理工学院外，卡内基·梅隆大学、加州州立大学和日本的筑波大学都能授予设计学博士学位。

问：那么目前设计领域的博士研究有哪些潮流或者方向？

答：目前的方向有：项目计划流程、互动式媒体，还有互动产品，就是研究在互动情境中产品的变化，有点像唐·诺曼从事的领域。博士学位课程注重的是新理论和新方法的建立，而硕士课程注重的是发展应用。

问：现在，设计好像越来越偏向心理学和团队创新是吧？

答：设计学界注重创新的重要性，以及人类心理学的重要性，并将这些领域的知识运用到产品和媒介中，以解决特定的任务和问题。

问：听说您已经与中国的设计教育界进行接触。对于新兴市场的人才教育，您认为他们所面临的挑战是什么？您可以给他们一些有用的建议吗？

答：设计有三个层面。第一个层面是对工程的辅助。第二个层面是造型和美学设计。中国目前处在第二个层面上。设计学校面临的问题是，在这样一个瞬息万变的环境中，人们对于设计教育的要求也在快速提升，但这些学校却难以跟上变化的步伐，它们限制了设计人才的成长。这是一个不容忽视的问题。

除了为辅助工程而设计，以及为外观风格塑造而设计，第三个层面是为更佳的用户体验而设计，中国的设计人员在这个层面上还罕有作为。以我与中国设计教育界的接触经验来看，注重外观塑造的设计人员已为数众多，而我们应该培养更多的专注于用户体验设计的人才。

问：作为今年芝加哥设计大会的主办人，您能告诉我们今年大会的主题吗？

答：这是一个“关于设计的商业大会”和“关于商业的设计大会”。

问：这次会议提出了一个新的热点概念——“为金字塔底层而设计”（编者按：金字塔底层 BOP (Bottom of the Pyramid) 指当今看似低收入的经济消费底层，由于规模巨大，是藏有高度营收潜力的新市场。）“金字塔底层”被国际设计业界视为一个新的巨大的市场层级，而中国和印度是“金字塔底层”的重心。听说今年 12 月您将在北京举办一个设计会议，你会在会上讨论这个概念吗？

答：当然。这次会议分为两个部分。第一部分是了解中国，我们将安排关于知识产权问题的讨论以及关于中国文化环境的议题

第二部分的主题是设计的力量。我们将邀请一些跨国公司的首席执行官和首席运营长出席，请他们与大家分享西方公司在进入中国消费市场时获取的宝贵经验。

问：这次会议的重点是“为中国设计”还是“由中国设计”？

答：其实，这次会议是“为新兴市场设计”主题的一部分。我们首先选择了中国。如果我们在北京取得了成功，就会在印度再举办一次。中国市场的变化速度飞快，我们不断听到人们讨论中国省与省之间的差异。中国是一个单一的大市场吗？不，它是由 30 个区域市场组成的。成都、杭州、上海、广东，这些地方的现代化程度和人群特点各不相同。

问：正如你所说，设计有不同的层次，在中国，如果你问 10 个人什么是“设计”，你会得到 10 个不同的答案。那么你认为“设计”的最佳定义是什么？

答：如果谈到“以用户为本的创新”，我们会想到

苹果电脑；如果谈到“以科技为本的创新”，我们会想到 Google；如果谈到“以商业模式为本的创新”，我们会想到戴尔。

一般公司只关注商业和科技，其实还有第三个方面——就是以用户为本的创新。三者缺一不可。

问：我们应该如何评估设计的价值，或者说我们怎样才能知道一项对设计的投资是合理的？

答：这是个复杂的问题。

人们需要了解这方面的经济模型。比较接近问题答案的是一个叫作“新增长区域”的东

西。它是模型中惟一能够显示出创新价值的因素，通过它我们可以了解巧妙的设计、效率、规模等因素带来的增长。要证明设计的价值的确很困难。

另一方面，我们知道有些高科技或低科技公司的利润率要远远高于沃尔玛，因为他们在用户体验方面有着更好的设计。

因此，设计的价值并非体现在经济模型当中，而是体现在利润上。

#### 附记：

由今年12月1-2日由美国伊利诺理工大学设计学院和中国知识产权局共同举办的“[设计高峰论坛](#)”将于北京召开。本次论坛，将针对愿意了解设计对中国新市场的影响，并致力于开发新产品的企业领导人群和设计人群。

随着中国成熟消费者消费理念的日趋成熟，中国的企业也开始了对设计的关注。同样在地球的另一端，许多定位于向中国新兴市场销售产品和服务的外国公司逐渐意识到：他们必须开发出适合中国文化和生活方式的产品来满足中国消费者的需求。很多人都认为，中国今天的经济发展水平和设计理念所处的阶段就相当于日本在二十世纪五十年代或者韩国在二十世纪七十年代所处的水平。从某种意义上说，它们的确有一定的可比性。但是有一点非常不同的是：中国有着巨大的与日俱增的中产阶级消费者群体，在不远的将来他们必将会成为产品和服务的主要消费市场。

此次论坛仅限持有邀请函的150名嘉宾。

谁来参加？

- 希望开发更适合中国新兴市场的产品和服务的企业领导人
- 致力与产品开发及创新的企业设计部门领导人
- 对国际设计新方法感兴趣的教授和工业设计师

想参加？[请您留下您的联系方式，以索取邀请函。](#)