

本体论

交叉融合——设计与市场的系统思辨

当今社会,设计已经成为科学技术转化为生产力的重要工具与载体;是推动行业进步,促进生产与销售的重要力量之一;是提升企业竞争力的战略性手段,在企业运营中发挥着日益显著的作用。设计不仅要满足人们的物质需求,还需要满足人们的精神文化需求,对促进社会生产力发展、推动经济文化进步具有重要意义。但这一切都离不开“市场”这一重要平台,虽然市场并不能代表设计所包含的一切,但没有市场则一切设计几乎无从谈起!可以说,市场同设计是不可分割的统一整体,需要进行融合性研究。本篇是“设计市场学”的立论篇,重点从以下两个维度进行辨析与解读,并使之贯通全书始终:

“市场之眼”——从市场的角度解读设计,以市场之眼辨析与透视设计,识别其本质;
“设计之魂”——以设计的立场阐释市场,以设计为核心研究并解析市场,追寻其规律。

2011年10月,武汉理工大学举办的世界华人工业设计论坛强调:“设计是人类文明发展的一种体现,是社会、经济、文化进一步发展的推动力,在人类发展中举足轻重。绿色、文明的设计理念正渗透到世界的每个角落,不断改变着人们的生活方式。实践‘生态文明理论’不仅会深刻影响设计的可持续发展、影响到国家的发展,甚至会影响到整个人类社会的发展。”那么,如何通过设计实践“生态文明理论”呢?该论坛号召“会聚全球设计实务工作者与理论工作者,展开实务与学术的对话,加强在工业设计学术与应用技术领域的交流和沟通,促进设计领域深入探讨产业转型升级视野下的设计问题;为发展可持续设计搭建新知发散与信息共享平台;从而对未来设计实务、设计教育、创意产业及经济发展做出贡献。”这正为设计市场学的研究指明了方向……

正是在这个时代的召唤下,本书拉开了设计市场学研究的大幕。

设计市场学总论

1.1 人类设计活动与市场之手

设计是人类社会发展的产物——更确切地说,是人类“生存与发展的需求”促进了设计的产生与发展。随着商品经济的出现,人类社会的生存与发展需求逐步通过市场体现出来,这就是市场需求产生的根源。因此,市场对设计的推动作用随着商品经济的出现而出现的,随着市场的发展及其范畴的扩大,市场对设计的发展产生的推动作用也越来越明显。

根据人类历史的经济发展程度,人类设计活动的发展历程可初步划分为四个阶段:原始萌芽设计阶段、手工艺设计阶段、工业化设计阶段、信息化设计阶段。在这四个发展阶段中,市场的推动作用无处不在。以商品经济发展及市场需求为线索,可以更加明显地发现“市场之手”对设计发展的推动性作用(图 1-1)。



图 1-1 人类设计活动的发展历程可初步划分为四个阶段

追溯人类历史,在原始社会后期,逐步产生了少量以物易物的现象。随着第一次社会大分工的发生^①,物物交换得到初步发展,商品经济开始萌芽,生产力得到大幅提升。人们开始掌握矿石冶炼和金属加工技术,带有设计意识的造物活动也随着金属加工的发展得到了初步发展。原始社会末期,随着第二次社会大分工的发生^②,商品交换的范围继续扩大,金银等贵金属逐步成为货币商品,并且出现了直接以交换为目的的商品生产,商品经济产生了。人类的设计活动也得到了进一步发展。在原始社会瓦解、奴隶制社会形成时期,随着第三次社会大分工^③,专门从事商品交换的商人阶级出现了。商品买卖时间大幅缩短,商品销路扩大,进一步推动了商品生产和交换的发展,商品经济初具雏形。

市场是商品经济产生和发展的基础。随着交换的产生与不断发展,商品市场逐步形成。商品只有

① 第一次社会大分工,指游牧部落从其他部落中分离出来,物物交换从以前的零散状态成为一种经常性、持续性的行为,极大地促进了生产力的提升。

② 第二次社会大分工,指手工业从农业中分离出来,出现了工具与武器制造、纺织、酿酒、榨油等专门的手工业生产活动,加速了私有制的产生和原始社会的瓦解。

③ 第三次社会大分工,指商人阶级从其他阶级中分离出来,他们不从事生产活动而专门从事交换活动,对推动商品经济的发展具有重要意义。

拿到市场上交换才能实现其交换价值,设计与市场逐渐产生了联系。实用而美观的器物在商品交换中处于优势,促使造物者开始在功能与形式上对器物进行改良与创新,市场销路开始成为影响和推动设计发展的重要因素——因此,从某种程度上说,正是市场的潜在需求推动了设计的发展。

1.1.1 原始萌芽设计阶段——为生存需求而设计

在远古时代,人类生存环境极为严酷。人类最早的设计就是在受到自然威胁的情况下为保护生命安全、满足生存要求而出现的。早期设计与造物活动的代表性器物如狩猎工具、防护武器、遮体衣物、洞穴掩体等大都是为了抵御野兽的袭击和恶劣的自然环境而产生的。在生产力极为低下的条件下,正是生存的迫切愿望和需求催生出“生存式”设计。人类最初只会用天然的石块或棍棒作为工具,以后渐渐学会了挑选石块、打制石器,作为敲、砸、刮、割的工具。“旧石器时代”打制石器本身即体现出了“设计意识”,人类的设计文明在这时萌发了。

随着历史发展,人类在劳动中进一步改进了石器制作,把经过选择的石头打制成石斧、石刀、石铲、石凿等工具,并加以磨光,使其工整锋利,并钻孔用以装柄或穿绳,以提高实用价值。这种磨制石器的时代,称之为“新石器时代”^①。经过磨制的精致石器体现出了一定的形式美感和制作者对于形态的控制能力。值得注意的是,这些石器并非为观赏而生产,而是为了满足生产生活的实际需要而产生的,而且在使用过程中,工具本身被证明是有效的,这在一定程度上体现出功能与形式相统一的主观设计意识(图1-2)。

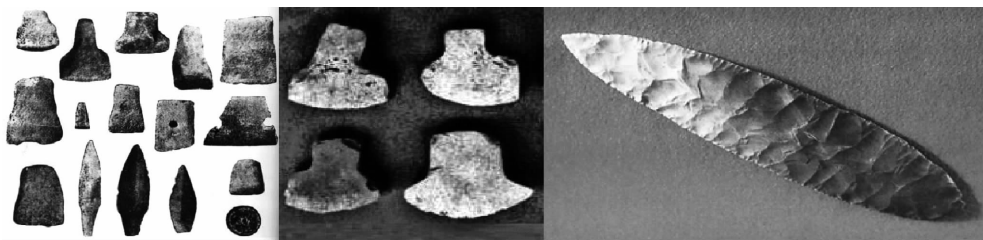


图 1-2 新石器时代的磨制石器(<http://zhikai.heshang.net/>)

虽然在远古时期尚没有产生市场,但触发设计的是人类的生存需求,因此可以说设计一开始就同需求紧密联系在一起,这也成为设计市场学研究的重要线索之一。

1.1.2 手工艺设计阶段——为手工业生产需求而设计

手工艺设计阶段由原始社会后期开始,经过奴隶社会、封建社会一直延续到工业革命前。在数千年漫长的发展历程中,人类创造了光辉灿烂的手工艺设计文明,各地区、各民族都形成了具有鲜明特色的设计传统。在手工艺设计阶段,市场得到了一定程度的发展。但市场对设计的影响仍处于较为宏观的层面,根据商品生产规模及社会经济、文化、地域特征的不同,其影响不同程度地体现在工艺设计风格上。

中国古代社会受专制中央集权政府的制约,土地可以自由买卖,地主没有掌控行政权、司法权,因此小农与封建地主之间的人身依附关系相对松弛,自给自足的自然经济相对比较开放,地主、小农都与市场有一定程度的联系。君主制的中央集权制度,使中国长期处于大一统的局面,比较有利于商品的流通,促进了市场的繁荣。秦汉时代,中国商品经济市场处于萌芽期,该时期的手工艺品体现了汉民族本身的文化特色,其风格质朴大气。到盛唐之时,由于与其他地域或国家市场交流频繁,市场化程度有所发展,手工艺品设计受其影响,逐步体现出中外艺术与审美趣味的融合,自由奔放,甚至颇有“胡气”。到清朝时期,相对封闭的市场成熟安定,人们注重享受,追求奢靡的风格,清朝工艺品精雕细刻,花样繁杂,极尽装饰之能,忽略了功能上的要求,从设计的角度分析往往是形式大于功能,审美水平并不太高。从

^① <http://dict.youdao.com>

总体来说,由于市场化程度不高,中国手工艺设计更多地体现出政治、文化特色,处于循环式递进上升的态势,产生了大量艺术精品(图 1-3~图 1-5)。



图 1-3 汉代漆器



图 1-4 唐代海兽葡萄镜



图 1-5 清代瓷器

(<http://www.findart.com.cn>)

埃及处在一个地理位置相对封闭而又高度集权的君主专制国家。这种市场环境与中国类似,其手工艺设计的发展也和中国有异曲同工之处。特别是种类齐全的古埃及家具极富特色,其中有不少是折叠式或可拆卸式的,为后世家具设计发展奠定了一定基础。

古希腊和古罗马是古代著名的海洋民族,它们借助地中海这个“海上走廊”,大力开展商业贸易活动。这种外向型扩张的市场环境使得其手工艺制品呈现出浪漫主义气质。后来罗马取代希腊成为西方文化和经济的中心,其设计风格更加宏大、壮美。

西方步入中世纪后,封建领主掌控着行政权、司法权,对农奴实行超经济的强制。各庄园自成一体,形成了封闭的生产与消费体系。市场发展进入冰冻期,除了宗教意味极浓的哥特式风格,这一时期的工艺设计乏善可陈。16 世纪末风靡欧洲的文艺复兴运动带来了科学与艺术革命^①。在商品经济大发展的刺激下,文艺复兴时代的设计风格一反中世纪的刻板 and 僵化,追求具有人情味的曲线和优美的层次,显示出更大的自由度。曲线被广泛应用,家具的起伏层次更加明显,呈现出一种使人亲近的感情。

17 世纪时文艺复兴运动衰落,但商品经济继续孕育发展,欧洲的设计也进入了一个新的历史时期,史称浪漫时期。该时期的设计风格主要是巴洛克式^②和洛可可式^③。浪漫时期由于市场化程度大大加强,商品经济快速发展,人们耽于享乐,该时期的设计也体现出奢侈靡费之风。图 1-6 体现出了洛可可家具与东方传统艺术的对比与联系。



图 1-6 洛可可家具与东方传统艺术有着微妙的内在联系(左图来源: <http://www.stvilla.com.cn>)

① 文艺复兴的中心思想是“人文主义”。主张文学艺术表现人的思想和感情,提倡个性自由,反对宗教桎梏。

② 巴洛克风格主要在意大利流行,在形、色、质及细部刻画等方面都表现得极为精致,具有热情、奔放、奇特和豪华的时代特征。

③ 洛可可式是 18 世纪法国路易十五时期流行的一种艺术风格,设计图案以花卉等自然形态为主,多采用不对称手法,常用弧线、S 形线和艳丽浮华的色彩,更加女性化,在巴洛克风格基础上将装饰发挥到极致。

从总体来看,手工艺设计阶段的设计是为了满足手工业生产发展的需求而设计。由于商品经济的发展程度仍然有限,因此该时期的设计具有极强的地域化特征,更多地体现出文化艺术特征,但也为以后的设计发展提供了一定的物质基础和丰富的创意源泉。

1.1.3 工业化设计阶段——为机器生产需求而设计

工业革命把人类社会带入了工业化时代。现代化的机器设备成为高效的规模化生产工具,大大提高了商品的生产率,直接促使商品交换的进一步扩大,并客观上推动了世界市场的形成^①。随着现代商品经济的发展和生产的社会化,市场在商品经济中的地位进一步提高,逐步形成了市场经济。随着市场经济的极大繁荣,市场发展迅猛,迅速超越政治、经济、文化等因素,成为推动设计发展的决定性因素,使设计的发展掀开了历史性的新篇章。

随着商品经济的发展,市场竞争日益激烈,设计逐渐成了一种重要的促销方式。但是生产商们只是将装饰图案生搬硬套地印制在产品上。准确地说,这属于产品涂装设计,而不是产品设计。1851年巴黎水晶宫的很多展品就体现出这一特色。正是在这种功能与形式分离的设计背景下,拉斯金和莫里斯倡导了工艺美术运动。强调手工艺,反对机械化生产,崇尚自然主义和东方艺术,开创了新的设计风格。但把复兴手工艺作为美化产品的思路,不符合设计发展的规律。19世纪末,又出现了新艺术运动,为现代工业设计的兴起开辟了道路。

自进入20世纪以来,新产品不断涌现。传统的概念、形式已无法适应新的功能要求,而新的技术和材料则为实现新功能提供了可能性。格罗皮乌斯和柯布西埃等人为探索现代设计发展方向,在1919年创立了“包豪斯”设计学院,这标志着现代设计的开端(图1-7)。

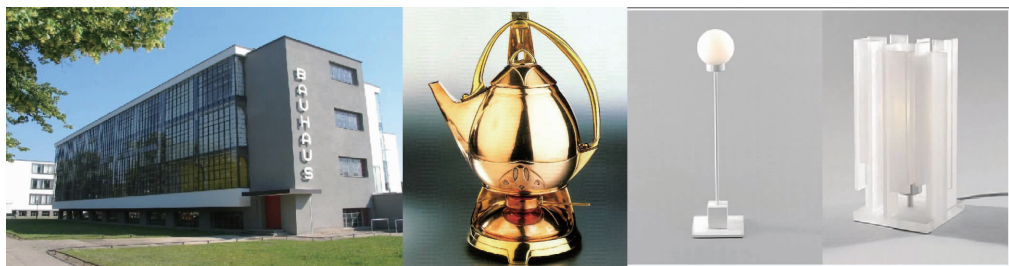


图 1-7 包豪斯校舍及相关设计作品(<http://www.shshenghuo.com>)

纵观工业化设计阶段的设计,在全球化的超大市场背景下,受限于机器大生产的产品量化特征,产品设计重点往往更加注重功能性,形态尽量简洁,便于批量生产,可以说是为满足机器生产需求而设计,而缺乏对人的关注。在工业化的初期阶段,这种强调功能的设计由于具有广阔的市场,尚没有显露其弊端。随着市场的饱和、竞争的加剧,仅仅能够满足功能需求的设计已经无法满足市场的需要。设计逐步趋于能够深入满足人的内在需求,除实用功能外,还要满足审美、品牌认同等多种心理需求。可以说,正是市场环境和市场需求的变化推动着设计不断向前发展,更好地满足着人们生产与生活的需要。

1.1.4 信息化设计阶段——为人性化复合需求而设计

20世纪80年代以来,由于计算机技术的快速发展、普及以及因特网的迅猛发展,人类进入了一个信息爆炸的新时代。作为人类科学技术与文化艺术融合结晶的工业设计正在经受这场剧烈变革的冲击和挑战,并产生了前所未有的重大变化。当前工业设计更加趋向于为高新技术产品服务,正是设计

^① 在19世纪中后期,资本主义国家的工业革命彻底改变了人类古老的生产方式和生活方式,带来了社会物质财富的极大丰富,对资本主义政治、经济、文化产生了重要影响,使社会发生了巨大的变化。马克思曾说:“(工业革命)创立了巨大的城市,使城市人口比农村人口大大增加,因而使很大一部分居民脱离了乡村生活的愚昧状态。”(陈征,《资本论》选读[M],北京:高等教育出版社,2012。)

把高新技术转化为人性化商品,并产生了许多经典案例。美国苹果公司极具代表性:图 1-8 所示为苹果 iMac 电脑,前期产品采用半透明塑料机壳,造型雅致略带童趣,色彩采用诱人的糖果色,打破了个人电脑严谨造型和乳白色调的传统。高技术、高情趣特征得到了完美体现。而近期设计则更趋于理性的科技化特征。



图 1-8 苹果 iMac 系列电脑

随着人类由以机械化、电气化为特征的工业社会走向以信息化、网络化为特色的“后工业化社会”,工业设计的范畴也大大扩展,由先前主要是为制造型的工业企业服务扩大到为金融商贸、旅游娱乐等第三产业服务;由产品设计扩展到产品谱系、品牌战略、企业形象等方面;由有形产品设计扩展到“交互设计”、“体验设计”、“形象设计”、“非物质设计”等无形产品的设计。工业设计概念逐渐扩展为内涵更加丰富的全方位现代“设计”概念。

设计创新形态正在发生嬗变,设计向更广泛的用户参与演变。以用户为中心的、用户参与式的设计方法引起关注。以用户体验为核心,以协同式创新、开放式创新、融合式创新为特点的用户参与式设计创新模式正在逐步形成。体现出信息化社会市场竞争白热化状态下,设计为满足更深层次的人性化复合需求的特点。这更说明了经济与市场对设计的内在推动力。另一方面,设计把文化、艺术、科学、技术等多方面因素进行整合,以人性化为切入点,通过市场的作用,越来越强烈地改变着人类的生活(图 1-9)。

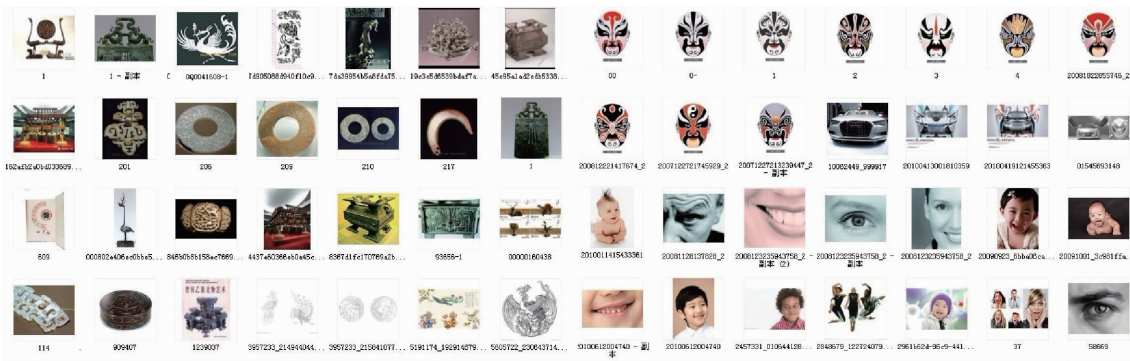


图 1-9 文化艺术与人性化是现代设计的重要创意源泉



思考与练习

1. 试结合自己生活中较为熟悉的某一款产品,分析其设计特点及其所受到的市场的影响。
2. 针对某类具有一定发展历史的产品,进行文献检索,分析该类产品在设计发展过程中市场起到的作用,再把分析内容制作为 PowerPoint 文件,并进行小组讲述与讨论。

1.2 人类市场活动与设计之魂

人类自出现以来,就伴随着各种各样的生存与创造活动,也正是创造性的活动推动了人类文明的发展。在人类的各种活动中,具有市场性质的活动虽然产生的时间较短,但在近几千年的人类发展史中,却发挥着举足轻重的作用。

现代市场学认为:市场是生产力发展到一定阶段的产物,是随商品生产和交换的发展而发展的。相应地,“市场”这一概念在不同时期具有不同内涵。人类在最初的市场活动中以物物交换为主。当货币出现后,人们的交换方式得到了很大改变,交换频率及范围也得到了扩展。以此为基础逐渐形成了“场所”概念的市场,即“商品进行交换的场所”。随着商品经济的发展,市场逐渐被赋予多种含义,不仅指实际的场所,也代表非实体的买方需求,是指在特定的时空对某一类产品或服务需求的总和。市场活动同商品经济密切相关,同时伴随着人类政治经济、科学技术、文化艺术的发展而不断发展,共同促进了人类的进步。

人类的创造活动离不开设计,创造性的设计活动推动了人类文明的发展。设计产生于市场出现之前,市场作为人类文明发展到一定阶段的产物,以商品为纽带,一开始就同设计有着千丝万缕的联系。有了商品交换才出现了市场,随着交换的产生、商品市场的形成,设计逐步融入了市场。若把人类文明发展的历史初步划分为史前人类时期、古代文明时期、现代文明时期三个阶段^①,就可清晰地阐明市场活动及设计的发展脉络,如图 1-10 所示。

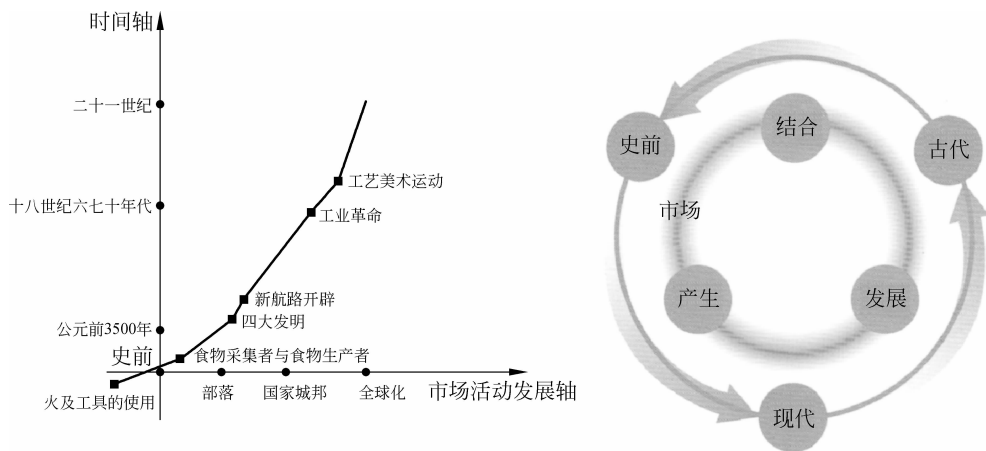


图 1-10 人类文明发展、市场活动与设计的发展脉络及相互关系

1.2.1 史前人类时期：设计促进了市场的产生

史前人类时期包含文明社会之前长达四百万年的历史。该阶段人类发展史可分为两部分：

(1) 食物采集阶段：该时期的人类发展步伐极为缓慢，逐步从类人猿发展为人类，在此期间，能够使用工具起到了重要作用。早期人类生产力水平低下，没有多余的物品用于交换，市场尚没有产生，但人类此时从事的一些活动已开始具有设计意识的萌芽，譬如对工具的简单处理与初步使用，即是一种原始的“设计”活动，根据很多原始洞穴绘画中的描绘，可发现早期人类已开始利用经过选择与处理的工具进行狩猎、采集等活动。对于设计来讲，人类能够处理工具比直接利用工具有着更为重要的意义，最先对石块、木棒进行简单处理的原始人是人类历史上的第一批设计者，其开创性的举动深刻地影响了人类的生活方式，这可以称作人类设计的起源，也引发了人类文明的迅速发展。

^① 该划分方式参考了美国斯塔夫里阿诺斯所著的《全球通史》对人类历史的划分方法。

(2) 食物生产阶段: 原始人类在从食物采集者过渡到食物生产者这一过程中, 人类从旧石器时代进入到了新石器时代。在磨制石器的过程中, 人类的设计意识进一步加强, 而磨制石器以其功能与形式相统一的特征, 也当之无愧地成为成功的“设计品”。由设计带来的生产力提升, 不仅提升了人类的生活水平, 而且对于商品交换及市场的出现也有着重要意义。自从人类开始利用工具进行粮食种植、狩猎等活动后, 逐渐拓展了物质资料的获取渠道, 剩余物质资料逐渐增多, 于是开始出现了少量以物易物的交换活动。随着几次社会大分工, 这种交换活动逐步增加, 并开始形成相对固定的交换场所, 商品经济条件下的市场产生了, 各种生产及物资资料纷纷流入市场进行交换, 人们交易的内容也变得日益丰富, 市场活动日趋活跃, 促进了人类文明的进一步发展。寻根溯源, 设计对于市场的形成起到了重要作用。

1.2.2 古代文明时期: 设计助力于市场的发展

从全球范围看, 古代文明时期大致包括公元前 3500 年至 18 世纪中后期这一历史阶段。在该时期, 就市场空间而言, 人类的商品贸易活动范围从原始的狭小区域发展到全世界^①。原先仅仅以部落之间、国家内部的商品交换为基础的市场区域, 逐渐转变为国家之间、大洲之间的商品贸易往来, 不同地域的物品往往以其独有的设计特色获得其他国家的青睐, 设计对市场的发展起到了重要作用, 代表性的如中国的丝绸与瓷器, 很早就远销欧洲。就市场贸易活动的商品种类而言, 几乎包含了绝大部分类型的生产、生活物品。其中有些是为了满足少数皇室贵族的需要而制作的器物, 其比重很少, 但影响巨大。统治阶级的权贵占有大多数生产资料, 易于滋生奢靡享乐主义。于是被统治者专门为其设计、制造出精美的玉器、青铜器、漆器、瓷器、丝绸等物品, 并设计、建造出宏大的宫殿、陵墓、庙宇(图 1-11)。这些设计往往代表着该时代生产力的最高水平, 体现出功能构造、工程技术、审美艺术的高度统一。除了满足高端市场的需求外, 广大劳动人民也需要通过市场获得必要的生产、生活用品。于是, 能工巧匠们也相应地设计、制造出大量服务于大众群体的物品。如中国古代的瓷窑就分为官窑和民窑, 官窑专门为皇宫贵族制作瓷器, 民窑则主要服务于大众(图 1-12、图 1-13), 体现出了设计针对不同市场需求的灵活性。



图 1-11 希腊帕提农神庙



图 1-12 明宣德官窑瓷器



图 1-13 明宣德民窑青花绘麒麟纹盘

古代的生产方式主要是手工作坊, 效率很低, 无法满足大批量生产需求, 也难以满足更广阔的市场需求。但中国的四大发明却给世界带来了新的契机, 指南针、造纸术、黑火药、印刷术正是古代优秀设计的代表。四大发明对促进市场贸易的全球化具有重要意义, 对后来大工业化生产的出现也起到了积极作用。随着经济的发展, 西方国家希望找到一条通往东方的海上道路, 以便进行贸易活动。东方的指南针已经由丝绸之路传播到了西方, 西方国家的生产力水平也已达到了一定高度, 可以设计、制造大型的多桅帆船, 远洋探险的条件逐步具备。随之, 新航路被开辟出来, 商品贸易全球化的大幕被正式拉开。

总结这一阶段, 市场活动在人类的生活中已占有相当比重。但由于市场本身的限制, 经济发展尚不成熟, 人类的创造性活动有限。但是在这一时期, 人类留下了众多设计典范, 对后世产生了深远的影响, 为之后世界贸易的繁荣及设计运动的蓬勃发展打下了基础。

^① 新航路的开辟为商品贸易全球化提供了契机, 西方的殖民主义侵略活动也客观上推进了商品贸易全球化。

1.2.3 现代文明时期：设计与市场深度结合

现代文明时期的时间范畴是从工业革命(18世纪中叶)至今。新航路的开辟为世界各国提供了一个互相交流与沟通的途径,西方资本主义开始萌芽并进一步发展,原始资本通过全球范围的贸易活动不断积累,18世纪爆发工业革命,机器化大生产使生产效率大幅提高,批量化的生产对于传统手工业者来说是一种挑战,众多传统行业在这一时代逐渐凋零。

在工业化大生产的背景下,市场导向的设计在这一时期倾向于大众化和批量化。随着生产能力的进一步增强,制造商们往往通过固定的模式或简单的模仿来生产商品,并依靠低廉的价格抢占市场。产品的设计几乎全由技术决定,设计被看做一件后期修饰工作而不是应事先计划的工作,设计过程与生产基本脱节。随着市场经济的进一步发展,竞争加剧,人们逐渐厌恶了面目单一的产品,不再仅仅满足于产品的使用功能,注意力再一次转移到其艺术价值上来,工艺美术运动再一次将古老的手工业唤醒,作为一种以新的方式出现的产品,在市场上占据了一席之地。这种现象不仅仅是市场活动,还反映出人们不满足于毫无生气的产品,而转向自然有活力的商品,这体现出了市场与设计相互影响、相互促进的特征。

工业革命之后,人类社会文明飞速发展,依次进入机械化、电气化、电子化、信息化、网络化时代。在21世纪的今天,全球化市场模式拉近了人与人的距离,人们无时无刻不受到全球化经济的影响,商品种类也已极大丰富,其中既有制作精良的高端精品,也有粗制滥造的低劣产品。这既是由于地域差异及不同的经济实力、审美能力和兴趣爱好所致,也是由于市场活动对于商品的调节作用所致。设计更加深入地融入了人们的生活,可以说生活中处处有设计,处处离不开设计。设计不仅要满足基本的功能与审美需求,还要在更高层次达到情感与价值的和谐统一,这是市场的需求所决定的,也是用户需求的集中反映。



思考与练习

1. 结合宏观经济形势思考当前社会市场活动的特点,与之相对应的设计应以何种面目呈现?
2. 选择某一产品类型,思考在当代社会中如何才能充分地将设计与市场进行结合。并在市场调研的基础上,尝试进行面向市场的产品开发练习,然后以手绘设计提案的形式进行小组讨论,并选择最优方案进行三维设计表现。

1.3 设计与市场的交融关系

在人类历史中,随着商品交换活动的出现与发展,市场也逐步出现了。在经历了数千年的发展后,市场的内涵与外延进一步扩大,逐步呈现出全球一体化的发展趋势。市场通过满足人们的生产、生活需求,创造出巨大的经济价值和社会财富,发挥着不可替代的作用。设计是人类基于通过生活与学习积累的知识与经验,对现有产品的优化、改良与创新,以及对满足未来生活方式的新产品的探索性的创造活动。设计作为商品内涵价值的直观体现,融入了设计师的创造性思维,产品外观及使用直接影响到消费者的判断与选择,甚至能够主导市场的潮流趋势和引领市场未来的发展方向。设计与市场的相互关系如图1-14所示。

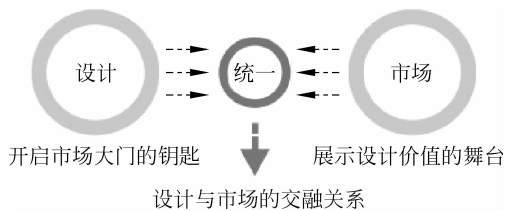


图 1-14 设计与市场的相互关系

1.3.1 设计与市场——不可或缺的统一

在相当长的社会历史发展阶段里,“设计”与“市场”二者间都呈现出一种密切联系、不可分割的交融性关系。这种整体统一的关系不仅促成了现有产品形式的多样化、艺术化,而且在满足人们需求的同时