

设计管理

DESIGN MANAGEMENT

关于设计成功,
设计与商业成功
About Design,
Business, Success

ISBN 978-7-5086-4401-1



9 787508 644011 >

RMB 70

2014.01
海军/主编

早晨创意,
和而不同_050

Penda, 多元背景下的灵
感碰撞_036

开放式与合作式创新的10种
趋势预测_098

裸心设计,
居于自然_171

COOPERATIVE CAPACITY
能力协作

COMMON VALUES
共同的价值观

INDIVIDUAL ACHIEVEMENT
个人实现



PARTNER

合伙人



中信出版社 CHINA CITIC PRESS

Design Concept Is Coordinated with Environment

做 思与境偕 的设计

本刊记者：严俊峰

刘红霞

2000年毕业于清华大学建筑系，国际室内设计协会会员，加拿大室内注册室内设计师，加拿大室内建筑师协会会员，中国室内装饰协会常务理事，现为多伦多(BIVD)建筑设计咨询公司合伙人、创意总监，被认为是当今中国最有影响力的室内设计师，她独具东方神韵的设计理念“思与境偕”已经成为“中国设计”力量跨越全球室内设计领域的书写之光。

您创造性地提出了“思与境偕”的设计理念，如何将这一理念和“思与境偕”融入设计之中？针对不同的设计，“思与境偕”的理念传递方式有什么异同？

笔者被您提出的设计理念“心为喜悦，思与境偕”，是一种气质，一种设计的思考方式。详细来说，“思与境偕”是与时间和空间的概念一样，人离不开空间，人的活动伴随空间进行，有了人的空间就会产生精神，每一个空间都拥有自己的神灵，那是它世代积淀下来的文化和精神，所以在设计中尤其要重视每一个空间自身的地方性格，挖掘它的历史人文特征，寻求它地域认同感和归属感的来源，并从中总结出这一空间的“精神气质”，从而设计出有归属感的、有灵魂韵的、更贴近当地人心的作品。不同的作品，相通的是都需要在设计过程中探索与激发这样一种空间专属的氛围，不同之处在于不同空间产生不同的氛围，从而引发不同的思考。>>





▲ Lobby, 海口海南国际会议展览中心新馆大堂



▲ Reception, 杭州和达国际会议中心前台

您如何理解文化建筑设计?它考虑的核心问题是什么?

在笔者看来,设计作品所承载的,更多的是设计师对生活的体味,对文化的思考,对物外的精神追求。如同笔者提倡的设计理念“心为景悦,思与境悟”,追求的不仅是简单直白的表达,而是对空间的表现,对城市环境的再现,而不是对场景的模仿照搬。这是我们的设计诠释出的空间的文化精神。

您获得了多项国内外大奖,那么,对于设计,您有什么样的看法?什么是好的设计?

我们的设计作品近年来不断赢得国内外设计大奖,固然是令人高兴的,但所获得的荣誉与殊荣对我而言只是一种外界的判断,是对过去的作品肯定,未来仍是未知的。学海无涯,仍需上下求索,每次面对一个场所项目,在设计上都意味着无限的可能。作为设计师,设计的新鲜感和探索性才是最吸引我的地方。我乐于在这些无限的可能中,在全新的新鲜感中,为它寻找我认为的最佳解决方案。所以在获得每一次获奖与荣誉之后,设计团队和我还是和昨天,和今天,和每一天一样,全心投入于我们的每一个作品。



▲ Reception, 北京天津北辰国际会议中心前台

我们推崇的设计是将现代与传统风格自然地融为一体,是敢于在设计本质基础上进行的精神层面的设计表达,彰显出我们设计的目的——并非为设计而设计,好的设计不仅服务于现实生活,更应当时刻体现着人文关怀,挖掘优秀文化的过去与未来。

对于国内室内设计的设计环境,谈谈您的感受。

就整个室内设计行业来看,在中国,很多设计师非常敬业,也很上进,这都挺好的,但这还是极少数。整个行业现状我觉得还需要从行业链条上进行规范,需要设计师致力于中国室内设计



▲ Lobby bar, 海口嘉州悦庭酒店项目嘉州悦庭大堂吧

发展的同行共同推动, 并且推向更职业化、更专业化的水平, 在作品设计理念上, 我也相信, 真正反映我们优秀民族文化的设计作品会越来越多地涌现, 毕竟在当下的中国也正兴起一阵自内而外的中式潮流, 真正从中国文化的内核去重视与彰显我们自己民族的风采。

关于度假地产中的景观设计, 如何把握设计的度? 是按照设计师的设计思路, 做到极致, 还是尽力维护原本的生态形式? 从您个人的设计经历来讲, 哪一个更好?

没有哪一个更好, 生态馆自创立以来的每一个规划景观园林设计作品都在最大程度地保持其原真风貌, 减少生态负担, 探寻自然与园林之间的关系, 尤其在度假地产的规划设计景观方面, 生态馆更多的是将景观与园林结合进行一体化设计, 达到景观是园林, 园林是景观的效果, 使得漫步于一个景观公园的区间享受到商业服务的便利和愉悦, 通过我们的设计力量让政府巧妙实现土地开发, 让购买土地的开发商认识到了土地的价值, 让租用园林的运营商对商业环境的未来有了信心, 更重要的是让普通百姓体验到了场地精神, 而且愿意在这个具有体验价值的地方消费。

这个问题涉及我们行业中的“生态设计”范畴, 也是当下比较热门讨论, 比较广泛的议题, 从生态馆在中国市场运营的12年来所取得的经验来看, 我们的景观园林设计团队始终坚持贯彻“产业城市一体化”和“环境城市一体化”的理念, 近年来, 随着生态馆景观及部门的合并壮大, 设计的城市规划和城市公园不断增多, 加上生态规划概念在全社会的日渐普及, 我们现在越来越发现把生态仅仅当作影响方案的一个因素是远远不够的, 在我们的方案中最大程度地保持原真风貌, 减少生态负担, 几乎成为最主要的条件。如2012年正式对外招商的万达长白山假日酒店的设计, 也是凸显了生态馆在设计上的一贯着特点。>>

▼ Lounge, 北京天行北京花园及酒



毕赣德的设计理念是“针对不同项目予以业主原创”，现在的设计有很多相雷同的，您怎样界定原创？什么样的设计可以被称为原创？

“原创”应该是存在对文化背景的思考与支撑，存在对社会责任的担当，对业主的想法和诉求的探究与探讨，也要注重艺术层次上的高品位表达。与之相反，只考虑项目本身功能与利益的只能流于商业产品，服务于表层需求，无法满足当地场地精神和文化传承的使命。

作为现代都市人，当标多人眼中，都能深切感受到空间所汇聚的来自古老东方的壮阔恢弘之气，透过酒店内宁静深邃的景致，西方也能更深刻理解中国人内敛含蓄的民族性情，而奥丽多

空的价格以及自然和谐的氛围，会令每一颗寻找度假休憩的心灵深受感动。

专注观者体验，为环境带来可消费体验，怎样理解？

对于毕赣德而言，娱乐设计是生活方式的一种固化，多元的生活方式启发多元的娱乐解决方案，故根据具体的案例打造适合的概念，而设计作为艺术是娱乐这种消费品的基本价值的增值，因此娱乐设计与业主、市场、最终消费者的需求相结合最终上升成为可消费的艺术。

如何保证设计出来的是作品而不是产品？作品和产品的根本区别是什么？请您谈谈毕赣德团队的发展成长模式。

在我看来，作品是有思想、有社会责任担当，并且有艺术高度的表达，产品是符合商业利益驱动的设计，这其中包括来自客户和来自自身的商业利益。

▼ Model Display, 杭州钱江新城国际中心展示厅





▲ Chat Zone, 北京天津北花园创新中心会议室

竺嵩嵩始终如一地重视作品质量,在创业之初是一帮志同道合的人组建而成,大家都愿意从事商业活动,不愿意宣传,对挣钱不感兴趣,喜欢做纯粹的高姿态设计,这种运作模式源于国外设计界务虚的特点,规模不大,大家都认为自己是个艺术家,而不是商人。在进入中国市场后不久,发现这个观念行不通,市场完全不同,人口尺度不同,四五个人的公司被认为是小规模,在中国要取得公认的信任,第一两个作品是不行的,更多是要靠公司规模、业绩和口碑。拥有这些条件,公司才能发展壮大,而且,员工也希望公司能够整体发展,这么多因素推动公司向前的走,做的项目也越来越多,形成良性循环,我们的客户很多是主动找上门,但我们也不会什么项目都接,而是努力把每个项目做好。

我们拥有一支优秀的国际化设计团队,实行总监负责制管理并重视学术化的追求,在这里,每一个竺嵩嵩人每天都从各个领域学习业界新的知识,也不断创新一些东西,竺嵩嵩接的项目量

不是很大,但让每个项目都成为大家的兴趣点,这是我们工作的意义和快乐所在,我们愿与团队实现设计与研究的良性互动。

您作为设计师,又是企业的管理者,如何看待企业的商业设计?

对于任何商业设计来说,设计一个商店也好,一个景观也罢,它都是作为一个综合经济体而存在的,且设计是由业主的盈利模式,即面向市场推出的功能决定的,如目标客户群、项目面积、游客承载量、项目对配套及区域产业化的要求……关系到今后的运营方,更与使用者的体验感息息相关,在此技术层面之上才能谈艺术,即欣赏价值,设计在技术和艺术方面均要符合业主预期,此外设计师还要帮着业主控制造价,竺嵩嵩作为一家成熟的商业设计机构,提交的每一个项目,都是我们与每一位客户达成的最和谐的艺术结晶,这就对专业设计师提出了更高、更全面的职业能力要求,因为每个人的思想不同,传达给客户也不一样,客户可能是专业人士,可能不是,但都对自己的审美品位和需求,设计师需要跟客户进行深度的沟通,从而尽量满足他的需求,在这基础上再通过自己的才识,将需求>>



▲ Mezzanine Lounge, 杭州和达御银湖中心天豪酒店

并升到更高的精神层面上, 这样既能满足客户的需要, 又能满足自己的需要。当然, 这要求设计师有很强的沟通能力和理解力, 要见多识广, 而且要随机应变, 不能一味根据自己的喜好。在双方良性互动上互动的, 设计师发挥的空间是极大的, 这取决于设计师的能力和修为, 修行更高, 就会更容易达成。

毕路德未来10年会逐步向国际化迈进, 以中国设计“代言人”的身份走向世界, 如何成就这一发展态势? 相较于其他的设计机构, 毕路德能够脱颖而出的优势是什么?

如果把我此次在自个世界室内设计师大会IWIMI“中国日”上的演讲作为毕路德的“脱颖而出”, 不知说是毕路德对设计的信仰和为东西方设计对话桥梁的成立奠定了基础。进入中国市场12年来, 毕路德对设计的热爱始终未变, 那怕设计与生俱来的天良、追求和审美, 让我们在做设计与审美设计时, 更重视作品是否引发更完美的环境体验, 是否在完美的基础功能体验之上带来更多精神追求的心灵满足。与这怕对设计的热爱始终相伴的对设计工作每个环节一丝不苟的责任心, 无论是对待设计还是对待生活, 我们都会将这种责任感融入其中, 希望作品更多地服务于社会生活, 为当代与未来的空间环境注入可持续发展的、积极的社会力量。

我们未来10年的发展目标是把这个品牌发展成为国际上认可的高端设计品牌, 第二个发展10年的毕路德已将下一个奔袭10年的宏图勾勒出来, 作品地域全球化, 服务体系一体化, 人才系统国际化, 品牌发展精英化。

▼ 实际和想象总是有巨大差距和不同, 为设计每一系列商业空间时, 当中有总是有上百个历史的包袱。

