



怎样迅速找到设计师

◆ 林文婷 张自灵

在“中国制造”走向“中国创造”的产业升级过程中,设计行业也必然从对“量”的追求转向对“质”的追求。在中国,人们可能觉得只有10%的设计是高质量的,而在西方发达国家,可能只有10%不是高质量的,因此通过一定的机制,不仅能推动高质量的设计涌现,还能化解中国设计外包的众多困惑。

设计师的最核心价值是“手艺”,随着社会分工不断专门化,设计师自我实现的本质必然是专业技能的提高和应用。毕业自罗德岛设计学院,目前在旧金山 Prezi 公司任职的设计师张乐乎说:“作为设计师,我希望能专注于设计,不用担心跑单或者客户的百般刁难,做出最棒的设计。”张乐乎刚刚通过特赞接到并完成了美国 Trustlook 公司的视觉设计项目,而他也把自己的这次项目经历撰文放到网上,将经验和方法论传播给了更多的年轻设计师。

处处都是办公室,创意阶层自由工作

2015年,中国的设计行业从业者数量已经达到1700万,而包括设计师在内的创意阶层的体量则更加庞大。根据麦肯锡研究院和多伦多大学商学院的研究表明:在未来5年内,中国创意阶层将占劳动力的17%,达到1.3亿人。“这群人有一个共性:他们无论在

哪,只要一台笔记本电脑、一杯咖啡、无线网和电源,就能投入工作。他们不需要被全职雇佣,只需方便地通过一个平台来对接、管理和完成项目。创意设计是一种工作类型,而非固定的工作形式。”特赞的联合创始人王喆说。王喆毕业于哥伦比亚大学,曾是美国的自由职业者管理平台 Work Market 早期的核心工程师。

在创意阶层崛起的背后,是“按需经济”(On-demand Economy)的崛起。“按需经济”的意思是在互联网经济中,服务方可以根据需求方的需求变化,来实时匹配服务。在美国,随着移动互联网的发展,“按需经济”的发展令人瞩目,并已经深入到大众的日常生活中。从即时打车到美甲上门,都有相对应的互联网平台。对于更高质量的技能的需求,市场正在摸索更好的解决方案。去年,“按需经济”市场规模在美国为2.5万亿美元,30%-40%是创意设计相关的领域。特赞关注的是正是这群高技能的创意人士,在设计这个垂直领域,如何根据需求的波峰波谷来调整服务的

供应频次和质量。

正是看到这样一个市场,范凌通过一年的筹备,借助微信公众号、知乎专栏、“Design Matters”科技设计论坛等方式,将高质量的设计知识传播给设计师,将众多设计师和关注设计的人聚拢到一起,目前特赞已搭建了一个10万人左右的以“知识分享”为核心的社群。同时,他也利用社交平台吸引优秀设计师参与,已有5000多位优质设计师注册,目前转化了800多位设计师参与对接。这个社群、这批设计师将成为改变传统设计行业供需关系的力量。

互联网降低门槛,高质量设计师专心“手艺”

特赞解决的第一个问题是打破信息壁垒,第二个问题是让设计师有尊严地服务客户;第三个问题是让客户获得最优质的服务。特赞目前服务的领域主要涉及三个领域:平面设计、UI设计、插画设计。当客户发布一个

项目,在3天内,平均每个项目会获得8.5个设计师提交报价和合作意向。这样的“派单”模式背后有着特赞特殊的设计师筛选机制,申请入驻设计师在经过筛选后,一般只有15%-20%的获批率。范凌表示:“只有确保优质设计师资源,才能吸引高质量的客户在我们的平台上投入时间和精力。”绿地集团、SOHO中国、蓝色光标、36氩等一批国内外知名企业都曾通过特赞成功完成设计项目。截至今年10月下旬,网站在上线后4个月内已经有2000多个B端客户注册,共发布项目817个。如果按照现有的速率增长,未来12个月特赞会为设计师提供3亿元的项目。

范凌把劳动力比喻为水:“过去,每家每户分别蓄水,有时太多,有时不够,自来水出现以后,人们可以按需取用。特赞就是一个创意设计人的蓄水池,客户可以按时、按需、按要求、实时获得设计能力。”目前,特赞在开发设计师与客户之间“商务流程”工具,更彻底的把设计师从“商人”的角色中解放出来,专注“手艺”。

优秀珠宝设计师所需要的素养

专访欧纳菲珠宝设计院院长、创始人吉奥·卡邦

前不久,一部《克拉恋人》的电视剧火了,让很多女生抱起了做一名珠宝设计师的梦想。珠宝设计,首饰设计,有术有道,道术有别。技术、材质、概念、工艺是“术”,美感、风格、理念、趋势是“道”。

2015上海设计之都活动周上设立了“当代首饰艺术设计展览”、“‘瑞丽宫’玉雕文化艺术”、传统宝玉石的设计展,及意大利欧纳菲珠宝当代珠宝设计学院的设计师与学生作品展,所占区域达到近千平米,让珠宝与首饰设计爱好者领略到最新的风潮。在上海设计周期间,主办方还邀请了全球知名的当代珠宝设计学院欧纳菲的院长吉奥·卡邦来到上海,举办了一场珠宝设计工作坊活动。

“珠宝的世界是复杂的,它并不独立,包罗万象,珠宝不仅仅涉及材料,还涉及科技、工艺、设计、技巧,如何将概念表现出来,用什么技术来实现想要表达的效果,这些都和珠宝设计有关。”吉奥表示,“因此我们在教学过程中会将材料、技术、工艺、相关度设计、概念性设计等的教学结合起来,将课程分化详细,将教学设备分门别类。同时课程也会邀请各领域的资深人士,包括手工艺家、艺术家、设计师和专业者一起参与教学,为学生传递不同的设计思维,建立珠宝设计的跨界思维。”

在珠宝设计培训上,除了保证雄厚的师资,欧纳菲在针对基础的人才选拔方面也要有更高的要求。在吉奥看来,从事珠宝设计是要有天分的,欧纳菲在选拔学员时看重学生是否对珠宝设计有敏锐的触感,这样设计出来的作品才可能达到学校所期待的高度。艺术的价值很大程度上取决于其风格的独特性,千篇一律的设计会让艺术没有价值。因此,珠宝设计教学要引领学生形成个性,这是欧纳菲和欧洲其他珠宝设计学校不同点。



另一方面,技术的进步总会带来新的发明和新的材质,珠宝设计不仅需要宽领域的知识,更需要与新技术对接,敏锐洞察时尚变化,学习珠宝设计不能将所学范围局限在狭窄的领域里,而应将珠宝设计看做一个永无止境的进程,树立终身学习的观念。

与其他设计相比,因为珠宝要被人佩戴,所以这也要求设计出的形式和美感必须符合人体的审美。珠宝设计师并不需要很多和其他设计师不一样的特质,唯独要保持对人体的敏感度。比如如何保证手指粗大的人佩戴戒指有美感,在选拔人才时也会招收一些懂肢体表达、舞蹈、表演的人,这些素养都会使设计出的作品更打动人。风格化、个性化、终身化、有美感,这些都为珠宝教学提出了更高的要求。

追本溯源,辨析潮流。虽然珠宝设计必须以新技术为支撑,但传统手工业仍不可忽视。传统能够揭示技术沿革的路线,有助于做设计的时候知道现在的趋势从何而来。设计师必须明了这个行业的演进,这有助于把握设计之道,并预测未来的潮流趋势。珠宝设计的潮流,不同国家、地区的潮流也是不一样的,就如意大利和德国的潮流都是不一样的,因为这涉及到不同国家的文化、习俗、传统。一些国家的人喜欢佩戴许多珠宝,就连男士也喜欢佩戴珠宝,比如意大利的男士会佩戴很多钻石、项链,这都根源于不同的文化理念。因此,趋势并不单一,趋势需要辨析。珠宝设计需要“道术合一”,让设计风格化、有美感、合潮流。

尚禾

作为2015上海设计之都活动周系列活动,知名设计师梁志天与意大利知名家居品牌 Visionnaire 联手推出的10周年纪念家居“天然珠宝盒”系列在多摩仕奥瑞家居发布。

发布会上,多摩仕奥瑞家居董事长 GEORGE CHEONG 上台发表演讲,并与梁志天先生、上海设计之都促进中心副秘书长何炯女士一同为新品系列揭幕。

梁志天表示:“我很开心能与多摩仕奥瑞家居这样的高品质品牌合作。通过这个系列,我希望能把大自然的元素带进家居,让生活紧张的都市人,在忙碌的一天过后,能享受悠然惬意的居家生活。我对这个作品非常满意,也希望给大家带来惊喜。”

据了解多摩仕奥瑞将引进该套系列产品在其江宁路445号的多摩仕奥瑞家居展厅内长期展销。

藏在天然珠宝盒里的家居设计 设计师梁志天新品设计发布