

本	B2	艺术教育如何面对文化困境
期	B3	工程花园 大美不言
导	B6	张培础:画身边的人是一种挑战
读	B12	拍着拍着,就成了“城市拾遗者”

Art Weekly

国家艺术杂志

本报副刊主编 | 第 504 期 | 2014 年 2 月 8 日 星期六 本刊主编:黄伟明 责编:文 清 视觉设计:戚黎明



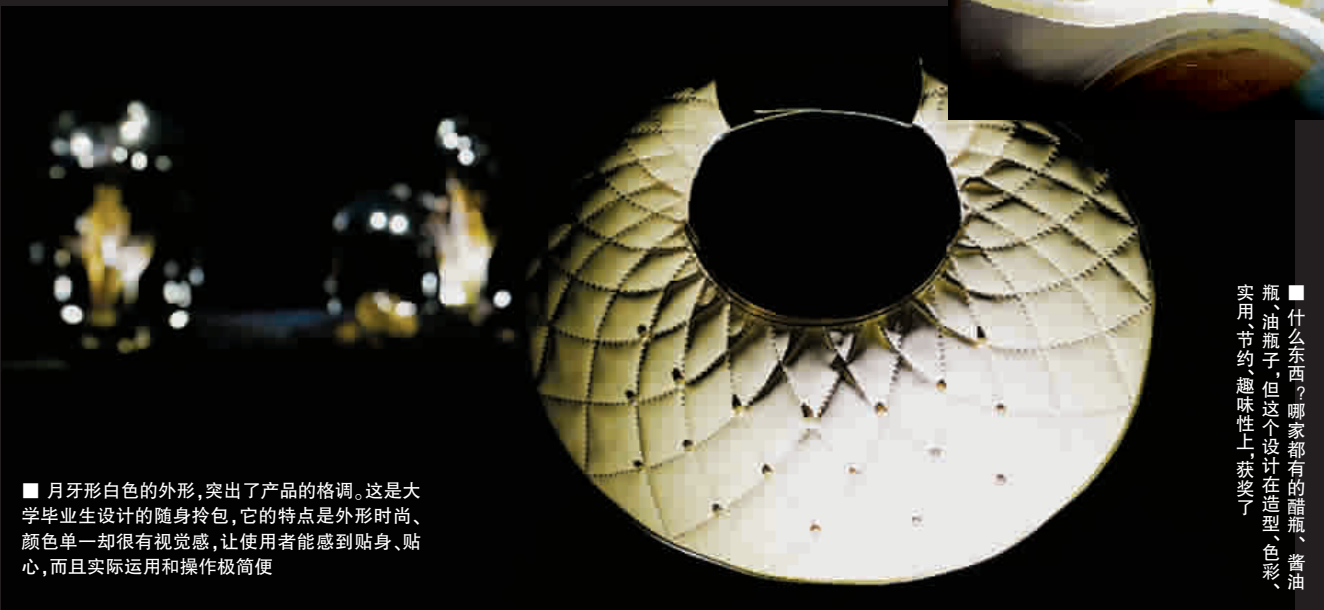
■ 凳子原来还可以这样!波浪形的设计让人艳羡。设计者从人体功效出发,很细心地观察,把椅子的造型从实用过渡到美



■ 造型突出个性,另类的设计营造环境空间。一项好的设计,它势必考虑到视觉美,但实际运用如何?这是一位设计师必须完整照顾到的



■ 获奖作品:柠檬挤



■ 月牙形白色的外形,突出了产品的格调。这是大学毕业生设计的随身拎包,它的特点是外形时尚、颜色单一却很很有视觉感,让使用者能感到贴身、贴心,而且实际运用和操作极简便



■ 什么东西?哪家都有的醋瓶、酱油瓶、油瓶子,但这个设计在造型、色彩、实用、节约、趣味性上,获奖了

创意以“貌”取人? ——中国设计“红星奖”走过 8 年析

◆ 刘艳(本刊特约评论员)

新闻背景:去年底,中国设计红星奖颁奖典礼在京举行,包括唐山产城际动车组在内的一大批产品分获各项奖励。如今,中国设计红星奖已经走过 8 年的历程,8 年来,红星奖一路走得是否好?

红星奖设计ABC

先说红星奖的身世来历。2006 年,中国设计红星奖在北京诞生,发起方是北京市科委、中国工业设计协会、北京工业设计促进中心等单位。这个奖项是在创新型国家战略导向之下,探寻科技、文化的融合与创新,探寻设计与产业、民生与城市之间的依存关系,探寻企业与设计师心灵沟通的桥梁,探寻中国设计从边缘、弱小走向辉煌之路。

在此方针指导之下,首届中国设计红星奖选择了联想、海尔等国内知名企业,获奖作品包括了联想的家庭数字娱乐中心、青岛海尔的成套家电等,产品面向工业设计领域,面向百姓生活是其最大的特点。

红星奖官网上说,参评标准、程序公开,评委组来自世界各地,不收报名费,不收评审费,以确保“公平、公正、公益、高水平、国际化”宗旨的纯洁。

获奖作品看过来

首届获得至尊奖的作品就有联想“家庭数字娱乐中心”,不知如今它的销量究竟如何,只是我们没有听说有哪位朋友用这套系统在家里飙歌娱乐;还有康佳手机,连续两次获得红星奖,尤其是 2011 年的“竹”概念手机,可谓是高端大气上档次,可惜这款成本低又满足差异化需求的产品不卖给国人。

再看 2013 年的获奖情况,既有高速动车,也

有我们生活中常见的机顶盒、照明灯、手机、安全锤、壁炉等等。多国评委认为,这些获奖作品大多展现出强烈的个人设计风格,优雅简洁的路线很是清晰,比如获奖的安全锤,就集破窗逃生、应急照明、安全带割断、红灯警示、手摇发电、USB 接口多项功能,还可为苹果、三星等品牌手机充电。

社会知晓度寥寥

仔细搜寻比对 8 年来的红星奖获奖名单,虽然我知道红星奖的初衷可谓用心良苦,操作可谓晶莹剔透,但当年获奖的作品如今还在市场上销售,抑或其升级版还占有一定的市场份额有几何?我没有统计数字,但心中不免嘀咕:红星奖的风向标作用发挥得究竟如何?

2010 年的红星奖,官方提供的信息说,注重节能减排、低碳环保、促进科技成果产业化、关注民生、融合传统文化等特点的创新设计,产品涵盖了电子、汽车、医疗、重大装备等八大重点领域。像节能太阳能照明灯、超轻新材料登山包、可爱贴心的郁金香胎心仪都是其中的佼佼者;尤为可喜的是,2010 年红星奖首次面向外企开放征集,西门子、LG 电子、索尼爱立信等 29 家跨国公司的设计产品参加评选,实现了一次中国设计标准的国际化的跨越。

但现实是,红星奖的社会知晓度还是寥寥,很多百姓依然不知其为何物;业内人士同样鲜有讨论者,红星奖肯定还是缺了些什么,红星奖缺的就是“亲民性”,还有呢?

| 题 | 内 | 话 |

离“设计奥斯卡”还有多远?

◆ 黄伟明

在我看来,红星奖缺的首先是百姓的参与。奥斯卡参评影片全部是上一年院线中接受观众检阅的影片,票房当然是取舍的一个重要因素。红星奖的《章程》也规定“参评产品应在过去二年和未来一年中上市销售的产品”,但我不知道这些产品的业绩,如果曲高和寡呢,是否专家叫好市场不叫座。

百姓参与,不是指百姓参与投票,因为评委们大都是这一领域的专家,自然具有大把的发言权;百姓的参与大多是用“脚”投票,产品是否高大全、价格是否富丽都成为他们取舍的因素。再好的产品,价格不合适,百姓同样会弃之而去。

还有呢,我们在网上随机找了一款红星奖获奖作品——盲文点读机。这款产品的发音器仅有卡片大小,机身与按键分别使用橡胶与塑料,可以清楚分辨按键的位置。还有背面扎凸点、正面摸读盲文的设计,还有按键周边倒角斜面设计,亮丽的颜色与黑色相结合,弱视儿童也可轻松找准。专家说,这是一款

很懂盲童的产品,原来设计师们设计前参加了“黑暗中的对话”体验活动,感同身受后方有此人性化设计。此款产品获奖时还未上市,去年首批产品被送到一所盲童学校。写此文时,笔者搜遍网络,没有发现产品走向市场的任何迹象,什么原因?红星奖的意义呢?

再者,红星奖的宗旨、评奖程序,几乎当今国际上所有的概念它都有了,国家战略也有了,我们仔细揣摩获奖作品,发现国际范儿很足,这显然与国际设计领域的大牌评委喜好有关;民族性不够,可能还与我们当下的设计教育过度国际化有关。总体而言,红星奖的理念有了,实际操作中就矮了,自觉不自觉地模仿抄袭就自然而然了,于是中国传统中的设计养分被挤出,清新喜感的中国风就被关在了获奖的门外。

业内专家说,“设计就是以貌取人”,是以创新之“貌”征服市场,赢得消费者的青睐;智者说,“貌”由心生,这“心”就是民族性、亲民性和清新中国风。