

B

① 产品设计, 韩国, 文字设计, 设计风格

32-33

融入生活的设计

文明史的发展表明, 人类自产生之际就伴随着实用物而出现。物是为了用, 而物为了更好地用已是当代设计家最关心的课题。人类发展至今日, 快节奏的生存运作, 已为人类带来了全部认知观念的转变。

全方位的生存设计, 转换成以设计高质量产品与设计提供于社会, 使人类享受前所未有的生存价值乐趣, 以求其精神上的完善等仍然是当今设计的目的。全方位的设计, 它含有科学技术的、人类生态学的、城市建筑与环境的、生活物品的、精神文化的, 设计内容的丰富已涵盖了整个人类生存的环境。

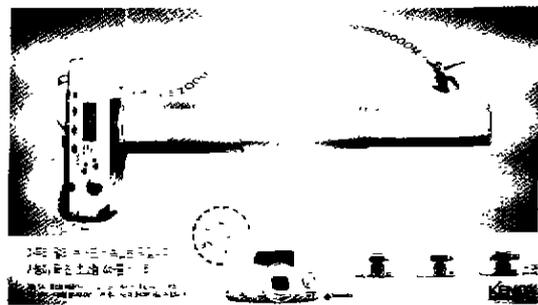
简言之, 当代的设计触角已渗透进人类生存空间的各个角落。设计的内涵随时代的演变而不断演进, 无论哪个时代, 哪个社会, 哪个国家与民族, 始终是为实用而设计, 为人类而设计的。

一股韩国热已在近日形成, 无论是旅游, 购物或是休闲、饮食, 都与KOREA(韩国)沾上边, 原以为仅仅是一股时尚热潮, 而在亲临韩国, 才感受到真正深入生活的设计概念。

考察当代设计发达的国家的生存生活环境, 最主要的

特征就是环境中到处有设计师的努力, 而这种努力所达到的结果, 就是让社会中的人均享受到高质量的产品, 环境乃至空气。这种观察使我看到韩国的城市, 森林、河流、树木、街道、楼房、路标、店面、产品、各类广告、书籍、包装、企业形象、印刷物

等都呈现着美妙亮丽的外形和光彩夺目的色彩。显而易见, 设计已经成为一个国家文化力量和经济力量的标志之一。



建筑的和谐构成体现着韩国城市的全方位的设计追求。以汉城为代表的楼群建筑构成人们生活工作为主要目的生存生活空间设计, 以建筑内外符合人性、美感、便利的室内外设计为目的, 进而与紧邻的建筑群再扩展至街区, 达到整个城市和谐共处的环境设计。鳞次栉比的高楼大厦, 耸立于幽雅宁静的古老宫殿之后, 古老的城廓衬托着现代繁荣的国际大城市, 壮伟奇观, 把古今文化结合得水乳交融。韩国汽车制造业的发达成为质优价廉的代步工具, 韩国汽车的制造历史不长, 20世纪60年代初才起步, 但到1987年已在产量方面攀上世界前10位的位置, 踏入90年代中期, 以极其惊人的速度, 更进一步攀至到世界前5名的位置。除其价格相宜, 品质有一定的保证, 造型简练, 现代, 企业更为其奠定了资讯科技, 发展创新的形象, 因此, 国产汽车主宰了国内的交通工具。大宇(DAEWOO)集团、现代(HYUNDAI)集团的形象在汽车、建筑、指示路牌等等处处可见。其统一的全球性形象已不知不觉融入进人们的日常生活。此外, 韩国最闻名的电器公司, 三星(SUMSUNG)企业与LG集团, 同样以其优质精良的设计, 向多元化发展, 建立起世界性的寰宇贸易网络。其企业形象同样演绎得淋漓尽致, 充分体现了为了使用而设计, 为了发展而策划设计, 为了人类生存生活的现代设计。

交通是其城市的命脉, 是社会商业人际流通的动脉, 是现代人们生活的需要, 设计在交通工具及交通结构中都起着核心作用。随着公共交通的完善, 城市交通也成为城市形象及管理质量、生活质量的体现。在韩国各大城市交通中, 一切的指挥和运转都在科学的视觉信号、符号、标识的指导下, 这明显地减少了城市噪音的产生, 人们自觉遵守着无声的指挥, 呈现着非常好的秩序。汉城的出租车分为模范出租车与普通出租车, 车体、色泽都有不同的设计, 但普遍绿色, 给人以平安健康之感, 使绿色交通穿梭于城市生活中, 显示出关注健康与环境是人们永恒的主



TB497

文·成朝晖
杭州

题,交通工具呈现着多功能、多样化、立体化的发展,并且被美化。城市因为这些色泽艳丽、悦目流动、快速有效传递的交通增色不少。地铁、地道更是时间、效率和质量同时的体现。精彩纷呈的各类广告装点着原本冷漠的墙面,在地道中心交叉处,设计了供路人休憩的小椅。悦目的广告跳入人们的视野,印制精美、创意卓越的公益宣传广告和产品广告明信片早已不失时机地放置在一旁,使路人随便取阅。另外,路边不间断的有3个小报箱,里面放置一些设计新颖的最新的求职和招聘广告,这皆表现了全社会的物品以符合人性、功能、美感、经济为最高要求。

深入街区,最密集繁华的物品充斥眼帘,无形中也演绎着异彩纷呈的店铺形象牌,设计各异的店面环境与橱窗展示空间、产品的样宣POP。现代与经典、前卫与简约、古典与华贵都有不同的演绎,各种形象元素亦体现了企业理念的宗旨,而且处处流露点滴亚洲风情,披露独特的韩国特色。

韩国的化妆品也是世界有名的,品牌繁多,其设计也就提升到一个更高的位置,早已进入我国的蝶妆(DEBON)和近期才充斥我国北京、上海等地各大商场的爱茉莉(AMORE)是韩国两人著名的品牌,无人不知,其产品系列极多,充斥着市场,甚至在韩国的宾馆客房中也可以看到,在各化妆品的百货商店和连锁店,都是统一的设计,赠品、包装袋,特别是这两个名牌每月都有型录和样宣的期刊,都有专用的品牌形象代表,每期除介绍新产品之外,另附有保养、护肤、健身之道等内容,吸引着女性朋友。期刊设计的典雅、印刷精美,令人爱不释手。两大品牌一直立于不败之地,除了得到韩国本地消费者的信任,也常常是我国等女性青睐的品牌。这体现产品质量得到共识的同时,还需要有符合市场、富于美感、富于机能、富于诱导的包装、造型、摄影、用色等合成的整体形象包装,视觉策划也作为隐形的投资,以其简练、凝缩、醒目的标识图像、全球性的标准用色、温馨之语向社会自然展现。

有幸在韩国朋友的陪同下到汉城、釜山最大的书店,那里琳琅满目的图书以丰富多彩的设计演示着悦目的视野冲击。韩国的文字本身设计感极强,横、竖、

方形、圆形的组合,好似一个个小小的构成,字体的变形组合成为一种有效的形式语言和有效手法,

焕发出丰富的效果和浓烈的文化气息。同时,也有其强大生命力的汉字。韩国书籍的设计,内容广博、形式灵活以及制作的精美,叫我们大开眼界,呈现文字传达的多向性,图文并茂,立体地编织知识的网络,从而畅游在信息量极大、有极具新鲜感的知识海洋中。

设计是时代的一个具有深远影响的特征,消费品设计、汽车设计、商业设计、图片设计、包装设计,媒体设计和时装设计等,向人们展示它们与我们的喜好密切相关。人们无形中陷入到一个形象依存的网络之中,这一网络功能完美并且由完整的品牌系统所组成。最完美的设计是看不出痕迹,仅有的是以整体的凝聚体向外界发射信息的视觉形象,虽在韩国走马观花,却为其真正融入生活的设计所感动。

〔附图请见彩页第Z(5)页〕

