

第5章 設計的職場行業

5-1 設計產業現象

5-2 設計專業特色

5-3 設計學門與課程領域

5-1 設計產業現象

人類社會在經歷各種產業革命後，進入資本與知識經濟社會，臺灣和世界各國相較下，具有高教育程度、高科技產業、高土地和環境成本的特徵。

因此臺灣設計產業的未來發展與創新轉型，必然會導向以高階專業人力為主，擁有生產高附加價值產品的能力。本節討論臺灣設計產業經營所面臨的問題，了解設計與市場消費、品牌行銷、實務發展趨勢及文化創意產業等的關係。

5-1 設計產業現象

5-1-1 設計產業的特性

5-1-2 設計與市場消費

5-1-3 設計與品牌行銷

5-1-4 設計與智價社會

5-1-5 設計與數位運算

5-1-6 設計與文創策略

5-1-1 設計產業的特性

設計專業屬於知識服務業，設計師除了解技術、時尚、美感和風格的變化外，對於消費市場、行銷管理和文化趨勢也都必須關切。尤其今日的設計產業處於快速變化下的數位資訊環境，和以往工業社會特性不同，設計工作方式逐漸由傳統手繪的方式轉向數位化工具，透過各種繪圖軟體、3D 虛擬實境、動態影像媒體等技術，提升設計創意與感官體驗的內涵，並結合設計管理策略及創新設計方式經營。



圖5-2 義大利ALESSI設計團隊。

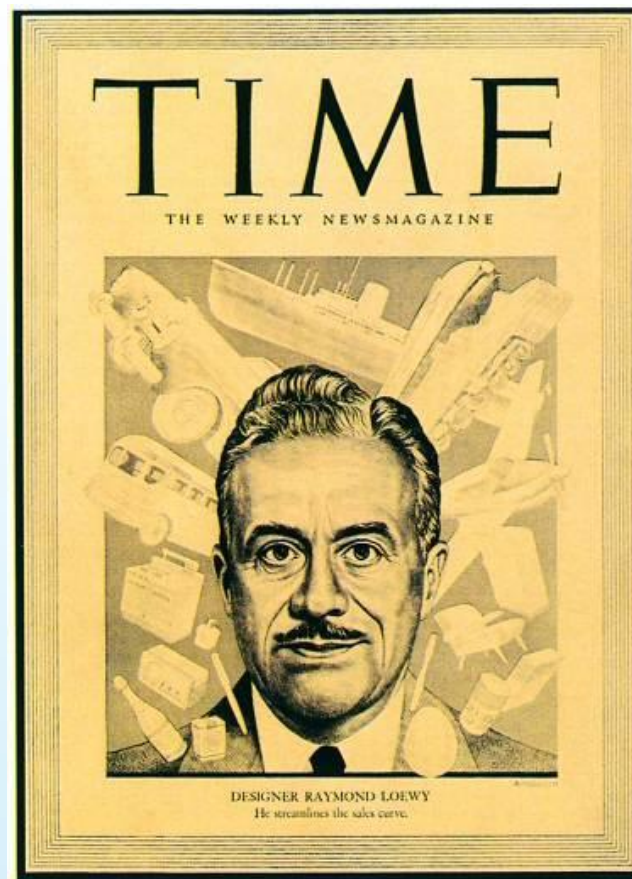


圖5-3 美國設計師雷蒙·洛威。

5-1-2 設計與市場消費

設計者在進行設計前，對於消費市場的分析是必要的，因為設計的消費市場包括各種不同的消費者與使用者，所以在進行設計案之前，設計工作者必須了解消費者心理、行為與價值觀等因素，並以主要使用者導向及讓目標消費者參與設計討論的方式，了解參與者真正需求的設計產品內容。

5-1-3 設計與品牌行銷

品牌專家希伯史丹（Barry Silverstein）曾說：「80%的品牌只是在灰海中踏水，只有20%的品牌能興風作浪。」的確，消費者現在一天內可以接觸到的品牌，比起1930年代十年期間看得到的品牌還要多。

許多學者的研究均指出，在產品的物理性質差異愈來愈小（即「同質化」高）的時候，「品牌」的意義便成了市場致勝的關鍵。所以，產品是由工廠製造，品牌卻是由人的心製造的。臺灣的經濟未來勢必要走上「品牌化」的道路，才能創造更高階的經濟體系及更高的利益。

圖5-4 蘋果電腦具有鮮明的品牌特質。



5-1-4 設計與智價社會

在知識經濟時代裡，知識是生產經濟資財的要素，設計工作者必須做好時間、知識和資源的管理，利用創新與創意解決設計問題，讓知識具有更高的生產力。

通常設計工作需要長時間的耕耘，並從相關資訊與行業的應用得到相乘的效果。當設計成為社會文化與消費動機的催化劑，設計創新價值與理念將隨設計作品深植消費者心中，合作企業也將獲得利益與發展，設計產業的經營與發展也有更多的能量加入。

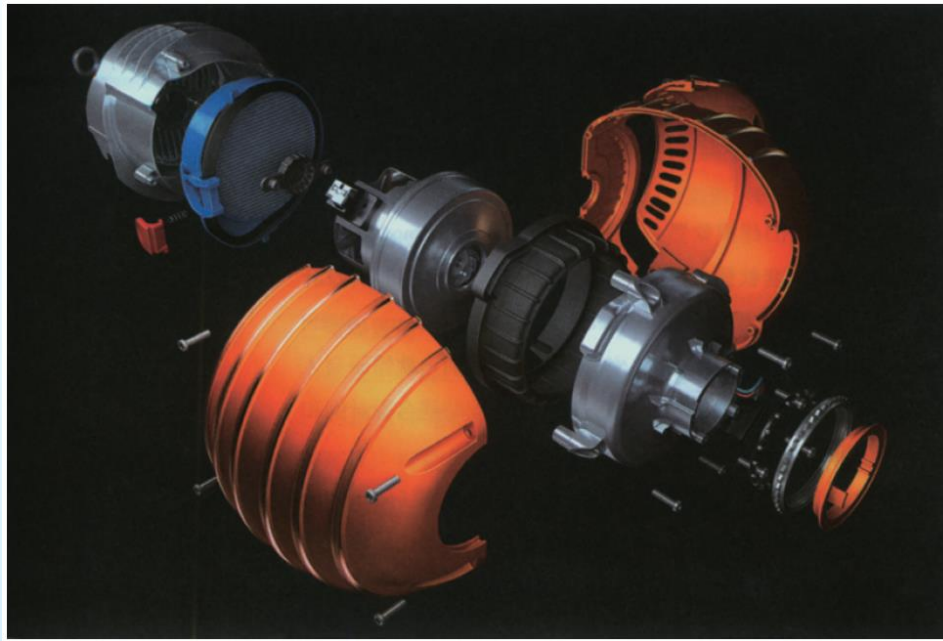
5-1-5 設計與數位運算

面對e化網路世代的生活與思考模式，設計產業的發展必須因應調整，包括設計技術、設計思考和設計管理等層面的重整。在設計技術上，對於電腦繪圖應用軟體、設計運算程式的導入與應用，可提升設計表現能力與圖面整合，而數位專家系統與人工智慧的運用，可以幫助繁雜的設計思考，讓設計者更專注於設計內涵的提升。網路通訊、資料庫系統與知識管理等相關軟體模式，協助設計者進行設計管理統計、資料存取與知識分析工作，將設計結合資訊科技管理，可達成設計知識管理網路架構，跨國分享設計團隊的力量，設計的品質與成果也可以透過儲存、分享而累積增長，讓設計產業經營邁向永續性的知識產業。

圖5-7 美國動畫媒體產業代表公司，迪士尼、皮克斯與夢工廠的公司標誌。



圖5-8 用CAD繪製的Dyson Ball吸塵器分解圖／
2005／電腦繪圖可以塑型、修改，把複雜的形體
準確的規格化。



5-1-6 設計與文創策略

隨著服務業和文化工業的蓬勃發展，目前各國均積極推動以文化創意帶動經濟的發展。從英國工黨推出「文創產業」以來，歐美的文化、產業、社會學者對「文化」、「創意」產業的研究投入甚多，並成為文化產業輸出的強國，亞洲的日本、韓國、泰國等國也急起直追。臺灣的經濟發展，除了高科技產業和資訊工業外，也開始積極推動文化創意產業的行銷。

圖5-11 琉璃工坊是傳統玻璃工藝創新與文化行銷的代表。

LIULIGONGFANG
琉璃
坊



圖5-12 以剔透品牌為名的琉園是臺灣重要文化創意產業。



tittot



5-2 設計專業特色

全球化的發展趨勢是將製造業移轉到低成本國家，或是透過自動化與資訊管理減少成本為企業獲取利潤。設計專業經常被應用於解決客戶問題，發展新的商品與價值，使企業的利潤極大化，因此設計專業知識與實務技術上必須更深入的發展。本節將討論設計專業在當代社會發展下的價值特色，以及其專業特質與管理形式的理論與實務。

5-2 設計專業特色

5-2-1 設計價值發展

5-2-2 設計專業特質

5-2-3 設計職場管理

5-2-1 設計價值發展

無可否認，設計的價值在過去是經常受到輕忽的。設計早期往往被視為一種裝飾的行為，這種觀念反映在社會上，就如家具商以買家具送室內設計的方式進行促銷；輸出中心與印刷廠也常見免費協助編排圖文等，似乎設計只是一種「錦上添花」的專業。這種狀況也說明國人美感教育的不足與對智慧財產的蔑視。

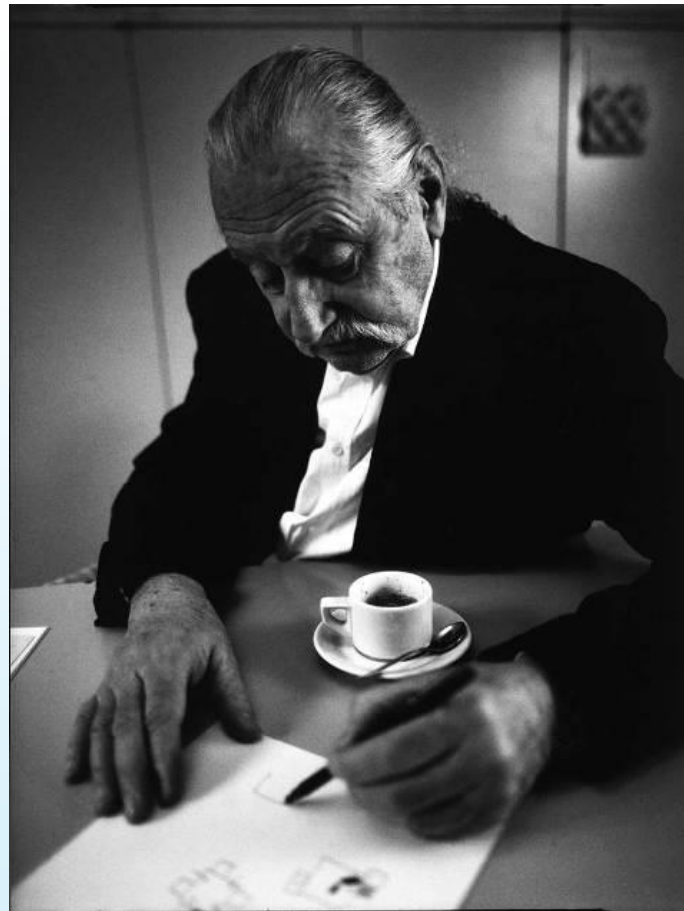


圖5-16 義大利著名設計師梭德薩斯。