

<<设计趋势之上>>

图书基本信息

## <<设计趋势之上>>

### 前言

“世界上最著名的、最富创造力的设计界领袖们有着某些共同特征：他们总是追求原创性设计；他们总是尊敬那些有真才实学的人；他们总是不懈地追求完美，而自觉前行。

”最近，我对于自己的设计作品统统感到特别不满意。

当这种不满意感袭来时，我进行了仔细的剖析，发现竟来自一年前我与朋友泰德赴科德角的旅行。

对于旅途见闻的理解——我敢说，世界上再也找不出像我们两个这样意见如此相左的人了。

像很多设计师一样，我饱受好奇心之累。

受这种好奇心驱使，我酷爱在假期四处旅行，或去阿尔卑斯山远足，或去婆罗洲跋涉，寻找稀有的兰花，甚至去土耳其，只是为了买到看起来很酷的陶器。

单纯为了休息而度假是让我反感的事情。

因此，整整一个星期都无所事事地躺在沙滩上让泰德很激动，而我却感到难以忍受，因为长时间的孤单足以令想象力受到限制。

我之所以愿意与他共赴此行是因为他是我最好的朋友，而他当时正在四处找人分摊旅费。

并且，他以一个短暂的假期对我极有好处来说服我。

但是，我很快意识到我们在休假方式的偏好并非我们之间最大的分歧。

## <<设计趋势之上>>

### 内容概要

设计，无所不在，且受到越来越多的重视。

但各种风格、趋势的过度“拥挤”，可以说造就了一个“有一千种选择却等于没有选择”的时代。

设计师愈来愈工匠化，大家想不出真正有新意、“不为设计而设计”的创意。

在设计界，“产品差异性”导致了设计的竞争愈来愈激烈、消费者对设计的要求愈来愈挑剔。

我们也许已经来到“太阳底下再也没有什么新鲜事”的临界点，一再重复旧点子的想法深深困扰着当代的设计师们……别慌张，这本书会让设计师头脑清醒、创意迭出而不被淘汰。

透过本书，设计师可以了解设计世界即将发生什么，哪种人会是一轮的设计赢家，未来想象与无限可能在哪里，以及“被流行趋势牵着走”的设计思考障碍有哪些……这些肯定会让已经被设计趋势和大众观点压得喘不过气来的设计师们眼睛为之一亮，心灵为之一震。

二百余幅世界著名设计大师的作品，让你一次饱览源源不绝的设计趋势新创意。

## <<设计趋势之上>>

### 作者简介

马特·马图斯（Matt Mattus），在全球最具流行趋势导向的产业里工作了二十多年，他所带领的孩之宝（Hasbro）设计团队创造了许多有关儿童及青少年的知名市场品牌。近年来，孩之宝公司最脍炙人口的作品，是和电影《变形金刚》合作开发的机器人玩具。

在美国设计界，马图斯常被问及关于设计趋势的话题，且常以此议题应邀发表演说，故而享有“趋势猎人”的美誉。

除了本身的设计师身份外，从文化运动到当代艺术、时尚、建筑、电影、饮食等，他都有所涉猎。

## <<设计趋势之上>>

### 书籍目录

前言还有新事物吗太多的设计设计的艺术改变的力量一 趋势之终结 雷同的世界 技术影响设计  
DIY设计 趋势之终结 设计上瘾 更多就是更多 担忧 周而复始 矛盾 视觉疲  
劳 随意的影响 自我表现主义 意义 因特网 二 设计是否已走向穷途末路 文化成长  
品牌设计 全球多元文化和自然史 真相和感知 不确定的未来 创新障碍 为每个人而设计  
循环速度加快, 周期变短 设计趋势在google上搜索即可得到 每个人都想与众不同 每个人  
都能成名 自己动手的世界 透明艺术运动一去不复返 现在的设计是一种商品三 让我们创新  
吧!

吸引合适的人才 缔造创造性文化 创新 创新=功用+意义 作为文化创造的创新 四 新型消费  
者 混合文化 走进优秀设计 意义与个性的沦丧 五 精美设计之必要 真实与精美 超越潮流的创  
新 渴望受到关注 文化创造性 自我评价 评价才能与人才 数字化工人的影响 知识不可或缺  
设计是一种贸易 创造型领导的技巧 创造性组织的变化 设计领导层监督而非指挥 聘用人才 文  
化创造者 崇尚独创性 感兴趣的是正确性 拥有永不衰竭的好奇心 尊重稀有之物 发  
展他们的才能 在创作上无所畏惧 成长为专家 追求至善至美 都是研究专家 谦恭六  
自觉的创新 创新精神 设计与科学 追求刺激的渴望 创造世纪的开端 是时候为诚实设计而战了  
创造就是打破常规 理解设计的含义 设计就像性爱 联系 机会与选择 保持领先 鸣谢图片鸣  
谢

## <<设计趋势之上>>

### 章节摘录

插图：设计师们一般都有自己的嗜好：一家秘密的印度餐馆，一块特殊原料做成的布料或纸，一个制作奇特纸杯蛋糕的蛋糕店，某个品种的酒，或是一件穿了15年的T恤仍不合得扔掉，等等。

设计师们积极体验所见、所买或第一次新鲜事物所带来的新奇感受，然而，对于其他人而言，不熟悉的事物并不吸引人。

我们都知道，人们一般害怕新的款式，其原因是多方面的，也许是你妈妈从未买过其它品牌的衣服，或者这种款式总是给你留下不舒服的感觉。

我们人类总是习惯于喜欢被传授的东西，无论我们意识到与否，我们总是依据天生的好恶，作出是否采纳建议的决定。

设计师却有所不同。

一个人越有创造性，他的爱好可能就会越“危险”。

他可能会热衷骑摩托车，也可能是吸食毒品；或者，敢于去危险的地方旅行，或是在测试选择颜色时总是极端自信。

作为设计者，我们必须了解观众们是如何接近新设计作品的，并且要帮助他们克服掉那些不舒服的感觉。

我们必须拿好鱼竿，把观众们从“新东西”的水塘里拉上来，并保证在此过程中他们不会脱钩。

这是一个关于“原创性的困惑”古老的话题。

现在，将这一话题置于当前设计环境下。

目前设计环境有两大特点：大众消费市场的设计紧跟名牌精品店的原创性设计步伐；新兴设计运动追随大众市场的脉搏，等不及设计趋势成长为有影响的复杂的潮流。

最大的零售商总是立即停止对原创性设计的研发，而转向新的设计。

正是对新设计无休止的追求，设计业的运行周期大大缩短，而消费者却尽力不丢掉自己花15美元买的短长裤。

简而言之，设计正在消耗它的青春。

## <<设计趋势之上>>

### 媒体关注与评论

当故事性、娱乐性成为商品的终极需求求后，设计师仅仅出美观的设计图已经远远不够，唯仔认真地“讲一个故事”，让最终使用者感动到无以复加，这样的设计才算成功。

——马特·马图斯

## <<设计趋势之上>>

### 编辑推荐

《设计趋势之上》：设计到底是什么？

设计会成瘾吗？

当今的设计趋势是什么？

“好的设计”在未来会改变它的意义吗？

未来世界需要的设计能满足人们的哪些愿望？

为什么当前的设计工具更加便捷，而新的革命性的创意却更难想出来？

设计师的真正价值何在？

设计师该害怕还是该爱上这个时代？

电影《变形金刚》红透全球，“变形金刚”玩具在全世界拥有数亿计的拥趸——美国设计界的“趋势猎人”，美国孩之宝(Hasbro)公司视觉总监，“变形金刚”玩具的总设计师，精心探寻当今艺术、时尚、建筑、电影、饮食等领域的设计趋势，引导设计界如伯乐之后资产成功转变为品牌资源。



#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>