

图书基本信息

书名：<<設計管理的美力競界-華人世界最大設計公司浩漢的知識管理學>>

13位ISBN编号：9789573268017

10位ISBN编号：9573268019

出版时间：2011-7-1

出版人：遠流出版事業股份有限公司

作者：陳文龍,齊若蘭

页数：192

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>

前言

出版緣起 在此時此地推出《實戰智慧館》，基於下列兩個重要理由：其一，台灣社會經濟發展已到達了面對現實強烈競爭時，迫切渴求實際指導知識的階段，以尋求贏的策略；其二，我們的商業活動，也已從國內競爭的基礎擴大到國際競爭的新領域，數十年來，歷經大大小小商戰，積存了點點滴滴的實戰經驗，也確實到了整理彙編的時刻，把這些智慧留下來，以求未來面對更嚴酷的挑戰時，能有所憑藉與突破。

我們特別強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭對手強而有力的挑戰與壓力之下，為了求生、求勝而擬定的種種決策和執行過程，最值得我們珍惜。

經驗來自每一場硬仗，所有的勝利成果，都是靠著參與者小心翼翼、步步為營而得到的。

我們現在與未來最需要的是腳踏實地的「行動家」，而不是缺乏實際商場作戰經驗、徒憑理想的「空想家」。

我們重視「智慧」。

「智慧」是衝破難局、克敵致勝的關鍵所在。

在實戰中，若缺乏智慧的導引，只恃暴虎馮河之勇，與莽夫有什麼不一樣？

翻開行銷史上赫赫戰役，都是以智取勝，才能建立起榮耀的殿堂。

孫子兵法云：「兵者，詭道也。」

意思也明指在競爭場上，智慧的重要性與不可取代性。

《實戰智慧館》的基本精神就是提供實戰經驗，啟發經營智慧。

每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，為未來建立「中國式管理」，鋪設牢固的基礎。

遠流出版公司《實戰智慧館》將繼續選擇優良讀物呈獻給國人。

一方面請專人蒐集歐、美、日最新有關這類書籍譯介出版；另一方面，約聘專家學者對國人累積的經驗智慧，作深入的整編與研究。

我們希望這兩條源流並行不悖，前者汲取先進國家的智慧，作為他山之石；後者則是強固我們經營根本的唯一門徑。

今天不做，明天會後悔的事，就必須立即去做。

臺灣經濟的前途，或亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，為明日臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書的前53種，我們請到周浩正先生主持，他為叢書開拓了可觀的視野，奠定了扎實的基礎；從第54種起，由蘇拾平先生主編，由於他有在傳播媒體工作的經驗，更豐富了叢書的內容；自第116種起，由鄭書慧先生接手主編，他個人在實務工作上有豐富的操作經驗；自第139種起，由政大科管所教授李仁芳博士擔任策劃，希望借重他在學界、企業界及出版界的長期工作心得，能為叢書的未來，繼續開創「前瞻」、「深廣」與「務實」的遠景。

<<設計管理的美力競界-華人世界最大設計>>

內容概要

浩漢設計公司從設計三陽機車起家，如今為華人圈最大的設計公司，設計的產品包羅萬象，從機車、汽車、手機、筆電、電冰箱到花博機器人，在國外獲獎無數。

浩漢公司董事長陳文龍是亞洲首位提出「將設計知識系統化」的設計管理者，他在《設計的美麗競界》中暢談他如何以理性的知識管理系統來管理感性的創意人／設計師，借用“混沌理論”的思維，在有限的框架中激發出無限創新活力，並以技術力、組織力、創新力，打造浩漢的設計系統競爭力。

<<設計管理的美力競界-華人世界最大設計>>

作者簡介

陳文龍 台中一中、成功大學工業設計系、大同工學院機械研究所畢業。
1985年進入三陽工業研發部門擔任設計師。

1988年設計部門自三陽集團獨立，成立浩漢產品設計公司（Nova Design）並由陳文龍擔任副總經理負責新公司的規畫與建立。

陳文龍在設計領域獲獎無數，曾榮獲經濟部科技創新管理個人成就獎，擔任過 iF 國際工業設計獎評審，及世界工業設計協會（ICSID）執行理事，目前是浩漢工業產品設計公司董事長兼浩漢上海總經理。

從設計師到設計管理者，長期致力推動創意管理，是亞洲首位提出「設計知識系統化」的設計管理者。

著作包括《搞設計》及《設計．品》。

採訪整理 齊若蘭 台大外文系畢業，美國北卡羅萊納大學教堂山校區新聞碩士。

曾任職好時年出版社、天下雜誌、康健雜誌。

譯作包括：《第五項修練II實踐篇》、《彼得．杜拉克的管理聖經》、《杜拉克談高效能的5個習慣》、《從A到A+》、《基業長青》、《為什麼A+巨人也會倒下》等；並曾採訪整理《棋局雙贏 苗豐強的全球化策略》，及參與紀錄片《西瓜大王陳文郁》、《趨勢科技張明正》、《與自然對話》企劃撰稿。

書籍目錄

專文導讀 深度經濟+網絡經濟，造就設計系統競爭力 / 李仁芳強力推薦 追求創新與挑戰 / 施顏祥

<<設計管理的美力競界-華人世界最大設計>>

章節摘錄

管理才是設計的競爭力在多年工業設計的實踐中，我體會到材料、力量與形態之間的關係，換言之，也就是「力量加諸在材料之上而產生的形態與造型」。

使用不同的材料加上各自相對應的合適力量，便可以塑造出預期的形態與造型。

試想像一下：想要折斷、扭曲一個物件，或將堅硬的鋼板變成為曲面的汽車外觀鈹金，或用塑膠顆粒生產出各種部件產品等，這些都需要借助物理性的「有形力量」才能完成。

例如同樣是杯子，如果選用的材料是紙張、金屬、玻璃或瓷器，便會因為不同的材料、應用不同外力的形式，完成製作一個功能相同卻呈現出不同特質與形態的杯子。

隨著科技進步，「有形力量」的技術與應用不斷地改變與提升，使用的材料也更加精進，包括材質與表面處理如電鍍、塗裝，都會影響產品的造型與質感。

今天只要得到這些應用的技術，也就能夠掌握「怎麼做」的技巧，而獲得與掌握這些技術並不難，且可以學習。

但如果要決定「做什麼」與「為什麼要這樣做」，卻是相對困難而且不易複製的，必須靠著各個組織的發展策略、創造力、熱情、意識與企圖心才能完成，也就是說，這是一股「無形的力量」且是關鍵的力量，用來推動與支持你所要做與決定要做的事。

「材料 + 力量 = 形狀」其發展的方向除了功能考量，在今天更要去滿足市場的流行需求與消費者的慾望，因此工業設計扮演愈來愈重要的角色。

市場上的產品不論大小，都是以人本作為設計的訴求，新一代行銷模式的美感經濟因應成為風潮，廠商應用設計創造美力的競爭力，希望能給人們帶來整體愉悅的消費經驗。

若從另一個層面觀之，就算再知名的公司或品牌在設計新產品之前，對於「做什麼」與「為什麼要這樣做」都進行過嚴謹的分析與探討，並且努力提升美的附加價值，但也不能保證其產品在市場上就一定會成功。

浩漢設計因為與三陽母公司的關係，讓我們一路走來前後歷練了「In-house」與獨立設計公司兩種不同的專業角色，設計標的從本土品牌到ODM（設計加工），再到中國大陸的OBM（自有品牌），更從台灣市場進入中國大陸及國際市場。

也因此，讓我們有機會看到許多不同產業的廠商如何看待設計這件事，以及他們如何應用設計的價值。

浩漢經歷許多設計作品的發想、完成、上市或不上市、成功或不成功的過程，更讓我深深體認到設計是否能夠發揮競爭力，其實管理才是重要的關鍵推力！

不論是對一家小的設計公司或大企業皆是如此。

因此如何讓組織持續保有「有形力量 + 無形力量」的設計專業與動能，以及「企業 + 設計組織」如何發揮設計競爭力，便成了一直在從事設計服務業的我不斷學習、反思與努力的課題。

感謝遠流出版提供這次機會，讓我整理在浩漢20多年來經過實驗、調整並持續推動設計管理系統的点滴實務。

在幾次更換本書的撰寫者之後，如冥冥中得到了眷顧，最後由齊若蘭老師主筆，以她豐富的經驗加上專業知識、敬業的態度，還有遠流團隊的一起引導、幫助，讓設計背景的我完成了管理知識外顯化的心願。

我想這些從台灣出發的經驗應該可以為需要的人提供一些參考與借鏡，並瞭解如何善用管理，讓設計創新美學發揮更高的競爭力。

" />

媒体关注与评论

「浩漢從三陽悍將機車到變形金剛，這20多年來，一直不斷追求創新與挑戰，積極培育設計人才，也引領台灣設計服務模式創新轉型。本書難得將浩漢經營關鍵祕笈公諸於世，其成功經驗值得所有設計師與創新管理者學習借鏡。」

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>