

# 直播实录：“设计·品牌传播之道”论坛

来源：搜狐家居设计师网 作者：吴金丹

2012年12月09日14:27 我来说两句

## (二)对话：设计·品牌传播之道

【主持人】：感谢约翰·亚当·林伯先生的精彩演讲，他的言论给我不少开悟。接下来进入论坛的对话环节，有请出本次论坛的总执行人，对话环节的主持人--搜狐家居网设计师频道记者吴金丹，我把话筒交予她。

【吴金丹】大家好，我是搜狐焦点家居网设计师频道的金丹。

有设计师在网络上，在微博@我，这样子问道：“是否做设计行业，最高的成就就是成为像梁志天、高文安、王澍先生那样的人呢？最低的就会被公司淘汰掉？却没有人告诉我们，中间位置是什么？”

把当今中国的设计师行业比作一个金字塔，绝大多数人只关注塔尖上10%的亮点，而没有人真正关心过塔下90%的大多数。

我们认为正是这塔下90%的大多数力量支撑了这个行业，他们不能被忽视。能解决这一部分设计师走上中上层的，只有靠我们自己，所以我们要懂设计，更要懂设计的传播！

接下来。我们来对话媒体人、建筑师、室内设计师及意大利致力于设计品牌传播的经理人，大家的智慧分享或许会给你一些启发，提供精神的正能量。这也是今天举办这场论坛的初衷。



论坛主持人、搜狐记者金丹

有请对话嘉宾上台：

有请莫伯治建筑师事务所董事总经理/汉森伯盛国际设计集团董事长、总裁、总建筑师盛宇宏先生

广州市城市组设计有限公司 总设计师 潘向东先生

意大利资深设计师 维吉女士 她致力于中国与意大利设计师的交流，是设计师卡罗·贝利先生的拍档

《雅居生活》杂志 总策划黄浩罡先生

香港资深媒体人《artech》杂志主编 大石馆创意总监 策展人张炳玲女士



论坛现场

维吉女生是意大利资深设计师、致力于中国与意大利设计师的交流、是卡罗·贝利先生的拍档，还在赶来的路上。

昨天在设计周的展会上与设计师们聊天，聊到“设计品牌传播”话题，他说行业里有三种“设计师”，第一种是不用画图不用悲催就可以谈下高额设计费；第二种是干活很多，画的图很多，工资比保姆还少，第三种是挂着设计师的头衔干着却比游击队还惨的活，为什么差别会那么大？

这是今天“设计·品牌的传播之道”对话环节会一聊到的问题。

我设置了设计师最关注的6个问题与在座的嘉宾们探讨。

**话题一：设计师，如何包装推广？**



《雅居生活》杂志 总策划 黄浩罡

【黄浩罡】：从辩证的角度看，不需要包装，也不需要推广，有实力就不需要包装，有好的产品就不需要推广，像在座的盛老师、潘老师，他们需要包装吗，他们的包装是对内部团队和定位理念的自我包装。有了好的产品，好的作品，口碑传播更为重要。内部包装，强化内功，靠口碑推广；要有一个思想，一个动作，一个形象和一个声音，推广是陈述事实，过度则得不偿失，好的品牌、好的包装、好的推广是在消费者心中留下好的用户体验。

【吴金丹】：盛老师怎么看这个问题？



莫伯治建筑师事务所董事总经理 盛宇宏

【盛宇宏】：品牌和宣传，对于现在中国的很多设计师还比较欠缺，或者说设计师不需要包装，但需要被包装。包装的意思可以是正面，也可以是反面，以外表的东西把它美化，这点并不完全需要，建筑师和设计师都是靠好作品说话，告诉别人你自己做过什么项目，而且一般客户也会去你做过的项目感受，他感受到了，欣赏到了才会委托你进行设计。

很多设计师还生活在水深火热之中，干得最辛苦的工作，但却并没有取得相对合理的报酬，比如建筑师这个行业，设计费是涨了，但是过去十年增长的价值，和房价，和社会经济发展的倍数相差非常远。但是我们要承担的责任是非常多的，房子到了80年时如果出了问题你可能还要负责任，付出和所得相差很远。从这个角度讲，设计师行业需要被包装，要把我们的作品用大众传播的渠道，让更多人知道，把我们的创意传播出去，让人家认识到，如果我们这个社会会欠缺更多美好的东西，而这种创意是无价的，价值也比我们现在应该得的更好，这是一个很矛盾的问题，不应该主动去掩饰自己的不足，主动的包装自己，我们需要真正有专业的团队，就象搜狐今天提供这样的渠道，让我们在更多的传播领域中得到宣传。

【吴金丹】：盛工的观点是设计师需要被包装。潘工怎么看？



广州市城市组设计有限公司 总设计师 潘向东

【潘向东】：设计师团队的管理一定要真实，我不认为设计师包装是褒义词，包装确实可能给项目带来一些帮助，但是会把你的能力放大，其实有时候是有害的，要做力所能及的事，通过自己的作品让别人了解到你的作品不错，你可以做这样的事就去做，而且会越做越好。我个人认为包装一定要非常慎重，要真实，这在发展过程中是非常关键的。包装会带给你过多虚的东西，如果你的作品都是靠包装出来的，这时候别人给你很多东西做，但是实际你的团队根本支撑不了这些，只能不断的炒作，这样可能慢慢的往下行。

【吴金丹】：潘工的观点是设计师要靠自己的作品说话，传播要真实。张老师，您作为资深的媒体人，怎么看设计是否需要包装？



资深媒体人《artech》杂志主编 大石馆创意总监张炳玲

【张炳玲】：要看是包装你，还是包装你的作品，如果作品本身很好，真的不需要包装。做《建筑杂志》的媒体，很多时候都是先包装一个人。在中国，大家认为“包装”这个词是假装的意思，其实包装不等同于假装，我认为最重要的是设计师本人是特别可贵的，如果你的作品不是抄的，而是原创的，那个作品多多少少会表现你的生活观、价值观。

一步一步推回来看，设计本身是要解决问题的，解决的是设计师吃饭的问题，是透过作品解决你本身的问题，还是想解决其他人的问题，还是解决这个问题。一个设计师是不是真的爱他的事业，是用什么方法都藏不过去的亮点，有时候很难评估一个设计师是好还是不好。全世界有几千万设计师，出名的可能不多，我今年去威尼斯的建筑双年展之后，我感触特别深，什么才是设计师，对此应该重新再思考。有时候家里的一些东西，实际上已经是垃圾了，家里多了一个椅子，多了一个衣服，可能是你不需要的，但因为设计师设计得太好了，所以就留下了，但他实际上已经是垃圾了。这涉及怎样面对世界，面对垃圾越来越多的问题。

【吴金丹】：张老师提的是社会责任感的问题，也是当下需要思考的问题。待会有时间，这个话题可以延伸来聊。下面我们来聊聊第二个话题，设计师有了好的作品，怎样让更多人知道？

[上一页][1][2][3][4][5][下一页]  
本系统支持键盘方向键←和→翻页