

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

【吴金丹】：谢谢。接下来我想问一个问题，设计到底是以传播个人品牌为主，还是公司品牌为主？

话题四：设计到底是以传播个人品牌为主，还是公司品牌为主？

以设计师个人魅力所创建的品牌优点、缺点是什么？

【维吉】：设计师是能够给大家的生活带来价值，创造价值的。从这个定义来看，每一位设计师都是一位出色的企业家，因为他们通过自己的设计为别人的生活创造了价值。当然这里存在一个问题，这些设计师用多少时间花在研究设计上，有多少时间花在推广、营销商，又有多少时间放在公司的销售商。

在西方国家，经常会提到“时间管理”这个概念，但其实时间是无法管理的，因为世界赋予每一个人的时间都是一样的。所以我们必须要去认识到，只能管理自己，而不能管理时间，因此要看自己远大的理想和抱负到底有多大，如果希望非常快速的，大幅的推动企业的成长和发展，会把很多时间放在产品推广上，而放在企业研究和设计上的时间就少了。

设计师要认识到一个现实，要建立起一个非常正面的形象，而个人的形象和公司的形象应该是统一的。集结一个团队是非常重要的，比如我本人擅长设计，应该把主要精力放在设计上，而不是做产品的销售或推广，我应该找销售、推广方面更加有才华的人员到我的团队里，让他们做他们擅长的事，各施其职，分工是很重要的。

设计师面临一个非常大挑战，客户只想和设计师交谈，并不相信设计师团队中的其他成员。无论他们谈的是设计哪一方面的问题，他们总想和设计师本人进行交谈，这是设计师面临的挑战，应对的方法是慢慢向公众、客户进行普及教育，让客户慢慢建立起对整个团队的信心，让他们相信这个团队当中的其他人在自己的领域中是有能力的，是擅长的，这样才能给设计师时间停下来，做一些思考，做一些研究准备，好好开展设计。

在意大利，高质量是靠时间打磨出来的，用中国的话说慢工出细活，如果希望有高质量的设计，必须给设计师时间去思考，出创造，完成一个好的设计工作。如果设计师总是在仓促中完成工作，不可能有好的设计，这在中国是一个挑战。而意大利有时候太慢了，是一个极端，需要快起来，而中国太快了，没有好好的把握时代的变化，没有时间寻找未来的方向和途径，因此我们要让中国的客户认识到，给予设计师时间是非常重要的。

从速度方面来说，如果让意大利和中国的设计师合作，也许刚好能够平衡一下。

【吴金丹】：这个观点提得太好了，慢下来，给自己以时间。黄主编，您的观点呢？

【黄浩罡】：设计师就象以前的工匠一样，个人的品牌会传扬得非常快，在当今社会，在从事商业社会这个领域，还是和你的设计和定位有很大关系。以个人的名义做推广或宣传，有好有不好，好的是易记，易辨识，不好的是一荣俱荣，一损俱损。不好的是他下面的拍档很难成长起来，很难有归属感，各有利弊。应该在传播渠道上，开创期个人品牌非常快，慢慢的会变成一种精神、符号、标准，然后延续成团队的品牌会更靠谱一些。

【盛宇宏】：如果你想你的企业做大做强，首先设计师必须先学会当明星，在企业刚开始时，宣传企业是没有用的，所有的关注点，所有的客户都会因为你而把你的任务交给公司，一定是因为对你的信任，对你水准的认可才继续委托你。

企业的第一阶段，企业应该不遗余力让设计师站出来，当企业逐步发展时，这时候会有苦恼，因为只是强调你个人的品牌，所有的客户都要找你，而你团队的其他人都不理会，这样你会忙死，这样你无法控制公司的品质，你的企业也不可能发展。我现在在做的，或者我认识的一些其他设计师在做的，要在宣传个人品牌的同时，更多的把你这个团队的品牌摆在最前面。开会过程中有什么进展的小变化，所有的这些都有非常完善的部门体系去做，但是所有的图纸出去时，公司的灵魂人物，主要设计师都看过，这样你可以把自己从很繁杂的日常管理中抽出去，而专注的思考应该给客户什么更好的东西，这才是企业最核心的。这个过程就是企业的管理，转变得好，企业发展，转变得不好，企业就做不大。宣传也讲企业，不能一开始就进入宣传企业，也不可能永远宣传个人。

【潘向东】：我反对个人在品牌中有多大的宣传，一个项目是多方参与的结果，多方配合形成了一件作品。如果说某一个项目，说是我个人做的，我真的不知道自己该藏到哪里去。强调个人的东西，等于抹煞了和你同甘共苦的一大批人，我认为尽量不要去强调个人，因为会伤害与你一起工作的同事。单纯强调个人，在操作上也是不当的，如果在整个公司，就某个人非常有名，非常出色，这样所有的业主都回去找你，你应付两三个没问题，应付到四个时，根本应付不来，这样会严重制约企业的发展。如果知道是你最终的决策，会不停的找你，大家知道在社会上还要面对很多人情世故，有时候你接不了，他可能认为你很高傲，或者对他不重视。我比较享受我目前的状况，可能大部分业主并不知道我，或者只是听过，也就让他不会刻意的找你，这样可以腾出更多时间做设计。

假如我是一个企业家的创始人，如果想聘请一些设计师做到很高的高度，这个可能性比较低，你想做到一定的高度，一定是自己才能做到这点。我不太赞成个人品牌独大，我的团队在发展过程中，我也在苦恼这个问题，今天来参加这个论坛，也想听听各位专家、成功人士能够给我一些启发。

【吴金丹】：潘工太谦虚了，您的作品可出名了，比如西塔的室内设计，那可是如雷贯耳。张

老师怎么看？

【张炳玲】：从媒体的角度看，个人和企业间如何思考，我认为个人和企业是没有矛盾的。一个企业的形象好不好，一定和里面的每一个人相关，是团队把平台搭出来的。作为一个媒体人，我不会考虑以访问企业为主还是个人为主，因为我知道是没有矛盾的。如果一个企业没有很好的设计师，很快会消失在媒体中，所以这对于我们不是大问题。不同阶段有不同变化，如果我是刚从学校里出来的设计师，肯定希望我所在企业的名声很大，可以把我带起来。如果我将来比较成熟了，会更关注企业的信誉。是相互互动的。

【吴金丹】：不同的时间，有不同的传播之道。下面进入最后一个话题。请在座每一位嘉宾用一句话总结：设计企业的品牌建设与传播要义是什么？

话题五：设计企业的品牌建设与传播要义是什么？

【维吉】：不要追随别人，要自己思考，有勇气说不。

【黄浩罡】：正本清源。回归原本。

【盛宇宏】：要有远大的理想，信任专业的团队，坚持不懈。

【潘向东】：一是坚持我团队的原则；二是真实；三是细节。

【张炳玲】：做一个你想像不了的你自己，有一天你的作品会超过你的想象，超过想象力的人生，做什么工作都可以。

【吴金丹】：太棒了，台上的五位嘉宾每一句发言都非常精彩，感谢各位嘉宾非常精彩的发言。由于时间关系，很多问题不能延伸开来聊，希望通过这个环节，大家能够获得一些领悟，相信台下的设计师也会有所收获，感谢台上的各位嘉宾，谢谢你们。

【主持人】：感谢各位对话嘉宾精彩的言论，刚才我在台下也有认真听各位老师的言论，这是一场非常丰富的思想盛宴。在这样信息爆炸的年代，不仅要学会如何创造更多好的作品，更要学会如何通过媒体做更好的传播。商业与艺术如何更好的平衡和取舍，这是见仁见智的问题。

(三)设计传播案例分享

接下来进入论坛的最后一个环节，有请主讲人来自德立淋浴房市场部总监张延华先生，有请！



德立淋浴房 市场部总监 张延华

【张延华】：大家下午好，很快广州国际设计周就结束了，这可能是最后一个论坛。维吉刚才说要学会说不，在我们合作过程中意大利设计师经常和我们说不，所以我们只能去改变。这是我酒店的一个案例，做了一个封闭式的淋浴空间，但是客人觉得这样用起来很不舒服，他希望整个空间变得明亮、透明。它的缺点是空间狭小、比较封闭，不透风。于是我们公司给做了一个小小的改变，做成了夹胶弧形的玻璃，里面有一个浴缸，坐在浴缸里能够看到外面的电视，整个卫生间给人的感觉比较通透。大家现在看到的这幅图，里面有一个浴缸。我们做了哪些工作？

我们用了夹胶户型玻璃，用了比以前更安全可靠玻璃。还用了红外加热玻璃用在淋浴房，普通的淋浴房一般用浴霸，通常头上已经很热了，下面还没有很热，而采用了红外加热玻璃，可以使上下都同时变得很热。我们还做了一个全身镜的玻璃，这样可以在卫生间里看到自己的全身。德立淋浴房是全国唯一一家拥有全套产业链的企业。我们还专门研发了适合轻质砖的拉爆落选，非常结实，我们专门从国外买了专利在中国生产。

如果有一个设计用平开淋浴房，会发现平开淋浴房会挡住浴缸，这时候采用推拉淋浴房，我们有一个专利，叫底轨挡垢专利，这样头发和灰尘掉不到轮子里，可实现10万次的推拉，使人们用起来非常方便，这是我们为这个酒店所做的一些改进。这是生态house，这是loft空间，我们还聘请了意大利的设计师师卡罗·贝利做我们的设计师，我们在全国都设有服务中心，专门为大家提供便捷安全的服务。我们的可靠是没有最好，只有更好，希望通过本次设计师周和各位设计师朋友进行广泛的合作，努力为客户提供极致的淋浴享受。

【主持人】：

“精工品质保证，非标定制王者——德立淋浴房”正如传播语一样，这个设计的分享非比寻常，感谢张先生的分享。

活动进行到这里便进入尾声了，总结一下，论坛从6大问题开聊到各嘉宾们的精彩言论，深入剖析了设计师、设计品牌的传播之道。这是一场思想碰撞后的智慧结晶，感谢出席论坛的嘉宾们，感谢你们的不吝分享。

感谢出席本次论坛的媒体朋友，感谢广州国际设计周及精工品质保证，非标定制王者——德立淋浴房的支持。本次论坛到此圆满结束。谢谢大家！

[上一页][1][2][3][4][5]

本系统支持键盘方向键←和→翻页

[返回搜狐家居首页](#) | [返回家居新闻首页](#)

[我来说两句](#)

[发送给朋友](#)



装修案例精选



清新明亮小资三居



81平米浪漫两居室



120平精致三居设计



活力四射红色三居

[山林原木质感居室](#)

[北欧伊甸园三居室](#)

[文艺青年的一居室](#)

[浓浓中国风小户型](#)