

## 20 世纪晚期英国消费语境下的设计产业

文 / 陈红玉

**摘要:**20 世纪晚期英国处于成熟的消费社会之下,设计师的职业化、设计领军产业的发展使设计成为社会政治、经济以及文化中的内在动力和显性因素,这与当时社会环境和商业消费实践紧密联系,在对强调服务商业的传统中,设计产业发展的相关要素在以消费为核心的环境下联合为一个围绕商业的成熟体系。这一时期英国以设计产业立国,形成了以政府为引领和以市场为导向的设计产业体系,并使设计产业成为其创意产业的重要组成部分。英国以设计产业引领社会创新的独特做法与政策经验等可对当前国家创新转型和“中国创造”有一定的借鉴。

**关键词:**设计产业;商业消费;创意经济

英国的设计产业成熟于 20 世纪晚期,当时,英国处于成熟的消费社会之下,消费在人们现代生活中扮演着重要角色,当时的社会经济与文化环境使人们对消费的依赖不断加深。<sup>[1]</sup>从现代设计产业的历史脉络来看,20 世纪晚期英国逐渐成熟的消费环境和商业空间为其设计产业壮大提供了肥沃土壤,包括、时装、电子、车辆等设计领域以至整个文化层面,设计的职业化也是设计与商业消费交融发展到一定阶段的产物。这时候的英国正处于经济与社会的转型时期,大力推进以设计产业为龙头的创意产业。本文从消费的视角来探讨当时设计产业状况,对当前国家创新转型和“中国创造”有一定的借鉴意义。

### 1 设计产业:创意引领社会发展

英国是世界上最早提出“创意产业”的国家,是欧洲创意产业的第一大国,也是当今观察全球创意产业的指标性国家。从对联合国 2008 年和 2010 年世界创意经济报告的分析来

看,在英国这样一个创意产业发展比较成熟的国家,设计产业融汇在其创意产业的各个领域,因而被看成其创意产业的龙头。同时,英国一直也被视为世界上设计水平最高和设计产业最为成熟的国家之一,根据英国设计委员会 2010 年设计产业整体调查结果显示,设计产业为英国带来高达 150 亿英镑的收入,比 2005 年增长 11%,<sup>[2]</sup>因此这样一个如此有创造力的国度之前以“世界创意工作室”自称则不足为奇。

设计产业成为英国创意产业的重要环节,在国际上极具竞争力。英国设计委员会的数据表明,创意产业在英国的 GDP 总产值中贡献了 8%,大约 850 亿英镑,相当于 1600 亿美金,创意产业在英国是仅次于金融行业的第二大产业,伦敦是英国创意产业的代表性城市,创意产业的产值占总的 GDP 的 25%左右,约 210 亿英镑。英国的创意产业行业,分为 13 个子项,其中设计涵盖非常广泛,包括零售、广告设计、工业设计等。据英国的统计,现在单单广告、设

**基金项目:**2012 年北京市留学人员科技活动择优资助项目

**作者简介:**陈红玉,博士、博士后,北京市社会科学院副研究员

计、电脑相关的游戏以及出版业这四个行业,在当年前三季度的生产总值已经达到850亿英镑。<sup>[3]</sup>另外,英国有超过65000家的设计企业,75%的机构是小咨询公司和自由设计者,少数企业(只有3%)的年营业额超过100万英镑。早在1998年,英国政府《创意产业专题报告》显示,大约有100万人从事文化产业,约占劳动力总数的4%,到了2004年到2005年,英国的设计产业产值达到了116亿英镑,其中设计咨询业的产值就达51亿英镑,自由职业身份的设计产业产值为20亿英镑,其中54%的设计公司认为本公司的产值还有望继续增长。

设计产业的壮大与英国社会的消费环境和传统分不开的。18世纪英国爆发了世界瞩目的工业革命,伴随着机械化大生产,大众消费首先发生在这里;19世纪中后期,设计和设计师正是在这种历史环境下走上历史舞台的,在大众生产的基础上,商业不断地刺激人们的需求和购买欲望,公众趣味的改变和广告的作用改变了人们和消费对象之间的关系,艺术家则被鼓励为商业服务,设计被用来开发新产品以鼓励消费和占领新的市场;20世纪后期,英国处于成熟的消费社会之下,设计师的职业化、设计领军产业发展使设计成为社会政治、经济以及文化中的内在动力和显性要素。从撒切尔政府开始,英国创意经济和文化政策改变了英国在世界上的地位,设计产业与创意产业政策给英国经济带来了活力。英国今天的设计产业体系连同其商业消费都可以直接溯源到20世纪晚期,当时的设计状况和设计产业直接影响了今天英国创意产业的结构与体系。

肇始于英国的设计产业及其政策体系,是当时的设计与商业消费交融发展到一定阶段的产物。20世纪后期,从福特主义向后福特主义的过渡,反映了西方社会从传统的以“生产”为中心向以“消费”为中心转变,后福特主义进一步加快了消费的步伐,同时也创造了更多的消费形式,为消费文化的发展提供了新的动

力。以设计业的成熟为背景,消费主义在英国的最终成熟就在这一时期。这一时期,包括设计产业在内的创意产业在政治、经济策略中扮演了重要角色,英国在时装、电子、车辆等设计领域以至整个文化层面,产品都是通过商业手段来推向大众,媒体的发展与成熟也为这种商业和消费活动提供了前所未有的空间。为迎合大众消费和商业利益,产品更新换代的速度超乎想象,设计也面临着这些问题。

当时英国的市场与消费环境决定了政府对设计的大力支持与资助。20世纪晚期经济不景气,而设计产业则成为英国的润滑剂,在国际严峻的竞争形势下,政府意识到必须复苏工业,而提高工业竞争力的最有力和有效的手段正是优秀的设计。1982年,撒切尔夫人亲自主持英国工业的工作,在一次名为“产品设计与市场成功”的工业设计研讨会上,她明确提出重视工业设计以促进英国经济实力的政策,并针对现状制定了英国发展设计的长期战略和具体措施,之后撒切尔政府对设计进行了大量的投资,其中包括设计顾问的资助计划和扶持设计计划。仅用了3年的时间,在促进产品的竞争力方面就卓见成效,6年时间获利为5亿英镑,远远超过政府2000多万英镑的投资。从1982年之后,撒切尔政府还通过一个叫做顾问资助项目来激励设计,后来重新更名企业原创,在开始的两年里,政府花费了10万英镑在这个项目上,1984年项目的资助计划达到1500多项,项目同时也组织设计论坛和资助伦敦经济学院的设计管理教育和实践,当时,政府还期望到对设计的整体投资大幅度提高。

## 2 商业实践:设计的职业化

在英国,设计的职业化是市场自身的选择,是商业环境的产物。在战后英国工业和商业领域中,设计和设计师的职业化是最令人振奋的事情。在波普艺术和设计运动之后,设计顾问职业的成熟,设计公司的成立以及国际化设计业务的拓展是前所未有的景象。20世纪中

期是顾问设计发展的黄金时期,英国工业开始意识到需要设计和设计师去改变其公众形象和销售新的技术产品,一些新型的设计公司逐渐成立,它们大多一开始就受到美国的影响。到20世纪70年代末,设计成为英国工业部门盈利最快的职业,20世纪80年代经济快速成长的多数是大型设计顾问公司,设计师和设计公司还逐渐把业务扩展了国际市场,并且国际市场营业额占绝对的优势。

设计师因为大众消费而批量生产。为工业和商业所培训的设计师与艺术家、手工艺人的教育培训是不一样的。为了工业和大众生产需要,大量地培训设计师,这是20世纪尤其20世纪后期英国设计教育的任务。随着社会经济重心从生产到市场的转变,早期顾问设计师的作用逐渐下降,设计也在设计产业的成熟以及当时社会经济结构的转变中重新界定了自身。设计业的发展也需要设计人才,尽管在英国设计教育19世纪就已经开始了,直到20世纪后期,设计师培训才像设计所服务的大众消费一样进行大批量的人才生产。

设计产业因设计的职业化而不断扩张。20世纪80年代在英国兴起的设计产业意味着潜在的商业机遇,大部分设计和相关的顾问设计公司的经营方式是多元的,把设计和技术、市场和金融联系在一起,甚至还涉足产品发展战略、工业和消费者、模型制造、技术绘图、包装、展示设计、市场研究和人机工程研究等领域。当时,很多设计公司都实施着类似的战略。它们的业务涉及购物中心、娱乐公园和飞机场等场所,几乎囊括了大众的衣、食、住、行的所有方面,其多样化的服务让人大开眼界。据英国设计委员会的报道,<sup>[4]</sup>这种状况具有普遍性,且呈上升趋势。在20世纪80年代一半以上的设计咨询公司已经诞生,其中四分之一拥有100名以上的雇员。这时,设计公司也在不断寻求国际市场,纷纷在世界重要城市建立工作机构,这说明了英国的设计师和设计公司在国际

市场上的优势。

同时,设计产业也是在设计师的职业化进程中实现的。不过,在这个过程中,消费就像无形帷幕一样,是设计成熟的背景。自20世纪70年代以来,随着设计业和消费社会的成熟,品牌又呈现出新的意义。媒体把品牌、设计师和商业活动联系在了一起,因为媒介的作用,人们对品牌有一种膜拜的感觉,设计产品自然提升了其在人们心中的文化威望,更能体现它们的价值体系,人们则会因为品牌而固定消费某一类产品或者狂热的追求品牌消费。

20世纪80年代以来,设计的发展使设计师逐渐确立了自己在现代社会中的角色,设计在文化研究中逐渐被理解成包括广告作品和市场等在内整个过程的环节之一,杂志、电视、电影等大众媒体比以前似乎更为重要,设计能够创造特殊的身份,并连同设计的商品和图像一道在市场中被消费。在这个过程中,消费者也在不断地确定自身,一旦有不满意的念头,轻易地迅速地选择其他消费对象,可见,设计的职业化,并不是一个静态的过程,相反总是处于流动和变换的过程之中。20世纪晚期,英国社会文化消费和商业之间的交织比之前更为紧密,消费文化作为大众遍布社会文化结构和产业经济系统之中,文化消费成为时尚,文化创意产业逐渐兴起,在这一背景下,文化作为产业被开发和利用,设计不遗余力地成为文化创意产业的引领力量。

### 3 政府引领:下一轮竞争优势

在英国,现代设计的发展从来就与商业消费实践联系在一起的,在国家政策的引导下,艺术服务于商业实践的传统成为世界创意经济发展史上的经典案例。在设计组织促进设计和商业发展的历史上,英国有着独特的看点。由政府资助的“设计委员会奖”已经在企业和公众中深入人心,获奖的设计和产品在委员会的设计展览中心长期陈列,从而成为商家和消费者采购商品的指南,企业也把参选此项设奖

视为最好的商业促销手段。

作为政府的设计管理和财政主体,英国设计委员会为英国的设计发展做出了不可磨灭的贡献。享有特殊声誉的英国设计委员会(Design Council)是英国设计业内最早、最完善,也是最有实力的设计组织之一。设计委员会的前身是工业设计委员会(Council of Industrial Design),成立于1944年12月,隶属商业部(board of trade),由英国政府从贸易和产业部门拨款支持。英国政府对于设计的潜在力量方面有着独到的认识,约翰·布彻(John Butcher)负责商业和工业部(Department of trade and industry)的设计方面业务,从设计委员会多年以来的努力和其他设计拥护者所传达的信息,他认识到设计是影响英国产品获得市场的主要原因之一,是国家经济复兴的关键,这一理念进而指导着他的工作。

政府对设计的这种大力支持和资助政策极大地鼓舞了设计行业,这也是设计顾问公司在这一时期急剧增多的原因之一。佩尼·斯帕克教授认为,英国政府又一次在国内和国际商业的背景中对设计进行调查,并把设计作为工具,这对于设计业有着非一般的意义。<sup>[5]</sup>而且首相撒切尔夫人曾在道陵(Downing)街上还举行了一次座谈会,让人们聚焦设计产业,并显示出未来政府的兴趣所在,以及设计在未来稍近阶段与大众消费纠合在一起的时尚风暴。政府行动目的无疑是为了提高英国的产品在国内市场及海外市场上的竞争力。

政府的支持为设计产业提供了相对完善的设计环境与公共服务。众所周知,英国拥有世界上著名的博物馆、成熟的博物馆管理体系和博物馆学研究,这是英国设计产业的重要部分。同时,英国还拥有世界上著名的艺术和设计院校、各类不同层次的设计教育机构和组织。在20世纪晚期,扩张的消费主义,文化商业化和产业化,博物馆和设计教育作为产业体系中的一部分,成为文化产业的亮点,博物馆

和设计教育也随着产业发展而不断完善,这两个方面不仅促进了经济的发展,而且为英国的设计发展和设计产业提供了成熟的环境。随着博物馆的兴起,商业活动在以博物馆建设的基础上活跃起来,这为英国其经济停滞带来了曙光,而设计也在博物馆管理的革新和实验性活动方面则起着关键性的作用。在20世纪80年代,伦敦领导着英国的博物馆建设,并采用企业的设计战略和文化创意用来指导城市建设,通过城市修葺计划来进行,这个计划在当时受到美国和欧洲的影响,不过执行时也只是地区性的,一些明显的诸如购物中心、公共场所和博物馆等,设计的商业元素都是其中不可分割的一部分。

鉴于与商业的密切关系,位于泰晤士南岸的设计博物馆还被批评太过强调商业,而失去对文化视野的关注,这从侧面也说明了当时英国设计产业以商业和消费为重的背景。20世纪90年代,设计师和博物馆联系在一起,同时博物馆的商业操作模式带给这些设计师名气,设计师很快地在英国甚至国际上闻名。他们逐渐发现英国国内市场对设计师的需求是有限度的,在国际上比在国内更能获得成功,因此很多设计师在英国获得专业教育之后便在国际商业环境中谋求发展,其中就有Norman Foster、Daniel Libeskind、Zaha Hadid和Eva Jiricna,<sup>[6]</sup>他们的名气也跟随着他们所参与的博物馆设计项目计划而传播开来。

政府还作为公共的购买者(The public sector as purchaser)来实现它的经济和设计政策,对设计发展来说,可以通过这种方式帮助建立设计标准,在激励设计方面有重要影响。公众采购部扮演着客户或者消费者的角色,作为巨大的消费力量,需求量大,可以带来巨大的经济利润,因而这一点自然是促进和鼓励优秀设计最有效的方法之一,客户的要求最终会对设计和设计队伍的发展和成熟提出条件和要求。英国政府倡导设计引导经济的政策

表明他们一直认为设计应该是经济投资的一个方向,而且设计是工业投资的一部分。

#### 4 结语

设计是创意产业的引擎,英国政府对设计产业的重视,使英国创意产业从一开始就把设计与设计产业当作重心,因此其文化产业体系的特点更多偏向于创意特点,设计产业也为英国赢得了声誉,这也是英国在称谓上强调创意产业而不是文化产业的根本原因。英国设计产业与消费及商业的天然联系,使设计产业在其创意经济产值份额中占据重要比重,美国《商业周刊》曾以专刊介绍设计对于国家创意经济竞争力的意义,并把商业设计定位于全球的“新一轮竞争优势”,<sup>[7]</sup>这说明设计产业对于创意经济的风向标的意义。

今天,英国已经形成了比较完善的设计产业和创意产业发展和管理体系,设计产业也仍然一直和政府的经济政策联系在一起,而政府参与设计的管理机制也成为许多国家学习的对象,政府支持设计组织及其相关政策也成为许多国家效仿的楷模,自然英国的经验对我们也有重要参考价值。当前,我们国家正处于创新转型时期,设计产业还处于起步阶段,设计

业作为文化创意产业的龙头将在这一创新转型中扮演重要角色。

#### 参考文献:

- [1]Mike Featherstone.Consumer Culture and Post-modernism[M].London: Sage, 1991:21.
- [2]British Design Council.Design Industry Research 2010 [R].London:British Design Council, 2010:5.
- [3]英国伦敦创意连接项目总监劳拉.是什么推动了英国伦敦的创造力,<http://sh.people.com.cn/GB/138704/139982/8463529.html>.
- [4]Frederique Huygen.British Design: Image and Identity[M].London:Thames and Hudson, 1989:64.
- [5]Penny Sparke.Consultant design: the History and Practice of the Designer in Industry [M].London: Pembrige Press, 1983:82.
- [6]K. G. Corfield.Product Design a Report for the National Economic Development Council [R].London:National Economic Development Office, 1979:35.
- [7]罗杰·马丁.商业设计:新一轮竞争优势[M].哈佛:哈佛商业出版社,2009:2.

(收稿日期:2014年5月28日)

#### 更正说明

刊登于本刊2014年第3期第5页右栏末行“5.1,5.4,5.6……”应为“5.2,5.4,5.6……”;第8页左栏倒数第8行“引人人胜”应为“引人入胜”。