

Analysis on Frog Design*

Kai Huang, Zhe Li, Zhongfeng Zhang[#]

Furniture and Art Design Department, Central South University of Forestry and Technology, Changsha
Email: [#]csfuzhangzf@163.com

Received: Jan. 17th, 2013; revised: Feb. 14th, 2013; accepted: Feb. 17th, 2013

Copyright © 2013 Kai Huang et al. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Abstract: By introducing the necessity of studying on Frog Design, it briefly summarized the development progress of Frog Design. Then it analyzed its design concepts combining with the typical cases and discussed its design objectives. Finally, it pointed out that understanding Frog Design correctly and realizing sinicization would contribute to demonstrating the development direction of China's design and accelerating to the optimization of China's design industry to make our country create a powerful transformation from the manufacturing power to the creative power.

Keywords: Frog Design; Design Concepts; Design Objectives; Sinicization; Enlightenment

解读“青蛙”*

黄凯, 李哲, 张仲凤[#]

中南林业科技大学家具与艺术设计学院, 长沙
Email: [#]csfuzhangzf@163.com

收稿日期: 2013年1月17日; 修回日期: 2013年2月14日; 录用日期: 2013年2月17日

摘要: 通过介绍了对青蛙设计进行解读的必要性, 进而简要概括了青蛙设计的发展历程; 而后结合典型案例深入分析了青蛙设计公司的设计理念; 继而阐明了其设计宗旨; 最后指出对青蛙设计正确解读并实现其中国化, 有助于指明我国设计发展方向, 加快我国设计产业优化升级和推动我国由“中国制造”向“中国创造”转型。

关键词: 青蛙设计; 设计理念; 设计宗旨; 中国化; 启示

1. 引言

我国现正处于调整产业结构、转变发展方式的战略转型关键期, 为与制造业关系密切的设计产业提供了发展的良机。2011年, 国家出台的《我国国民经济和社会发展十二五规划纲要》, 把发展设计产业作为培育壮大高技术服务业一个方面, 可见设计产业在国民经济中的地位也在稳步提升。但我国的设计产业还处于规模较小较为分散, 发展方向不明确, 设计人员

不足导致设计能力不足的状况^[1,2]。如何进行产业化年的发展, 提升设计品质, 进而形成由“中国制造”到“中国设计”的转型是我国研究者研究的热点。在此, 笔者通过对国际设计界最负盛名的欧洲设计公司—青蛙设计公司的设计理念与设计宗旨进行解读, 以期给我国设计公司的提供借鉴。

2. 青蛙设计的发展历程简况

青蛙设计公司的创始人艾斯林格(Hartmut Esslinger)于1969年在德国黑森州创立了自己的设计

*资助信息: 湖南省大学生研究性学习和创新性实验计划项目(项目编号: 601000227)。

[#]通讯作者。

事务所，这是青蛙设计公司的前身。1982年，艾斯林格为维佳(Wega)公司设计了一种亮绿色的电视机，命名为青蛙，获得了很大的成功。于是艾斯林格将“青蛙”作为自己的设计公司的标志和名称。另外，青蛙(Frog)一词恰好是德意志联邦共和国(Federal Republic of Germany)的缩写。从那以后，青蛙在其工业设计传统基础上不断拓展自己的业务范围，不断适应市场上科技和文化的发展。20世纪80年代，青蛙公司意识到跨平台统一的用户体验—从产品设计和机械工程到图形、徽标、包装和生产—对企业的重要性，开始涉足企业品牌策略。青蛙公司的全球化战略始于1982年，当年青蛙公司在美国加州坎贝尔(Campbell)设立了事务所。青蛙美国事务所为许多高科技公司提供设计服务，青蛙是苹果公司长期的合作伙伴，积极探索“对用户友好”的计算机，通过采用简洁的造型、微妙的色彩以及简化了的操作系统，取得了极大的成功。1984年，青蛙为苹果设计的苹果II型计算机出现在时代周刊的封面，被称为“年度最佳设计”。从此以后，青蛙公司几乎与美国所有重要的高科技公司有成功的合作，其设计被广为展览、出版，并成为荣获美国工业设计优秀奖最多的设计公司之一。90年代，frog成立了数字媒体部门，涉足网站、计算机软件和移动设备的用户界面设计。1999年为SAP重新设计的企业软件将全世界的业务管理效率提升到一个新高度。2000年的Dell.com网站设计树立了电子商务的楷模。2011年与微软携手，设计Windows XP的外观感受，进入了全球几百万消费者的生活。随着电脑的普及，青蛙与各大公司在网站设计、软件、移动设备和电子消费品方面的合作仍在不断改进人们的数字体验。近几年，青蛙进一步扩展业务，对复杂的商业挑战和长期业务规划进行战略咨询机构，为世界500强企业提供一流的解决方案，在全球拥有九间工作室和400多名员工，服务与包括Alltel、迪士尼、通用电气、惠普、罗技、微软、MTV、希捷和雅虎等众多世界顶级企业。和其他类似的公司相比，青蛙设计公司有更丰富的经验，因而能洞察和预测新的技术、新的社会动向和新的商机。正因为如此，青蛙设计能成功地诠释信息时代工业设计的意义。

3. 青蛙公司的设计理念解析

青蛙公司的设计既保持了乌尔姆设计学院和博

朗的严谨和简练，又带有后现代主义的新奇、怪诞、艳丽，甚至嬉戏般的特色，在设计界独树一帜，而同时这些产品又是人情味十足^[3]。它在很大程度上改变了20世纪末的设计潮流。青蛙的设计理念是“形式追随激情(Form Follows Emotion)”，他们认为消费者购买的不仅是产品，还是赏心悦目的形式，从中体会到文化的品位和美的情感。因此许多青蛙的设计都有一种欢快、幽默的情调，令人忍俊不已。图1是青蛙公司设计的一款儿童鼠标器，看上去就好像一只真老鼠，诙谐有趣，逗人喜爱，让小孩有一种亲切感。图2是青蛙公司2003年为迪斯尼公司设计的一系列儿童电子产品，逗人喜爱，极富童趣。“形式追随激情”的提出使得现代主义的“盛产”理想转向了“生活”理想，设计不再局限于单一的功能元素，而是更注重情感层次的因素。“以人为本”的设计观念使设计师开始把更多的目光从产品功能转移到产品的使用者。过去宣扬设计的广泛性，通过设计的理念引导消费者，而今转化为尊重消费者、尊重个性，使设计适应消费者情感上的要求。如此，“人性化”设计不是单纯的制造可供使用的产品，而是通过形态的塑造赋予产品生命感，使产品不再是一种简单工具，同时“人性化”设计能让人们感受到产品背后所蕴含的关爱，因为对人们生理上的关怀往往可以引发人们内心的



Figure 1. Mouse design for children
图1. 儿童鼠标



Figure 2. Electronic product design for children
图2. 儿童电子产品

感动。正如青蛙设计公司的设计师哈特穆斯所说：“我相信顾客购买的不仅仅是商品本身，他们购买的是令人愉悦的形式、体验和自我认同”。1995年初，台湾最大的计算机生产厂家宏基预见到了家用PC的市场不断扩大，委托青蛙公司创造一种崭新的产品系列，青蛙设计师们以人的需求为导向，将文化、热情与刺激为一体，使个人计算机真正做到个性与人性的融合。

4. 青蛙公司的设计宗旨阐明

艾斯林格曾说：“设计的目的是创造更为人性化的环境，我的目标一直是将主流产品作为艺术来设计”。而人性化设计的关键在于理解人，通过研究人们的生活、行为和态度，设计出各种各样的人性化产品。因此，我们可以从青蛙公司的工作流程阐明其设计宗旨——以人为本：首先，通过设计研究，市场分析和战略评估，深入洞察客户的品牌特性、市场细分现有资产和关键市场机会，并运用此种研究发现作为设计前的跳板，保证每项建议都能满足客户及消费者的各方需求。其次，根据用户测试、客户反馈和战略分析，对产品特性进行评估和优化，并考虑技术、文化和商业方面的影响，并从一系列广泛的初始构想中，提炼出唯一一种可行的流程，化无形为有形——在整个设计阶段，根据用户测试、客户反馈和战略分析，审查并细化工作的各个层面。最后，将创意转化为现实，为保证创意能被精确的转化为现实，所有项目细节均详细说明，整理归纳后交付给客户执行，多数情况下，设计公司的人会亲自监控整个制作流程，推进合作关系和管理软件开发，并提供必要的支持。为保证整个工作流程通畅，青蛙的内部和外部结构都作了调整，使原先传统上各自独立的领域的专家协同工作。由于青蛙的设计师们能应付任何前所未有的设计挑战，从事各种不同的设计项目，大大提升了工业设计职业的社会地位，向世人展示了工业设计师是产业界最基本的重要成员以及当代文化生活的创造者之一。

5. 解读“青蛙”对中国设计发展的启示

在中国，当我们提到设计，大家想到的只是谁的

价格更便宜，而不是谁提出了什么新创意，青蛙设计是为新理念、新潮流而生的，而不是为价格。其成功发展历程已经证明了唯有把握社会之动向(包括技术、文化、审美等方面)，用设计去引导人们消费，才能有破有立，永葆生机。因此，笔者认为中国设计唯有立足于自身优秀传统文化，着眼于设计前沿，寓立于破，走超越传统，富于本国特色而具时代精神的设计之路。

青蛙设计公司“形式追随激情”的设计理念与“以人为本”的设计宗旨，指出了设计不仅仅是美感，真正好的设计可以满足人内心的需求和向往，而不易受潮流趋势和低价的影响，以此建立用户对设计品牌持久的忠诚度。为实现其中国化，就必须既要立足于我国经济国情与设计现状，又要切实研究我国人们生活习惯、对产品的相关行为与产生的相应态度，真正了解其内心需求，形成基于需求的设计创新，进而以设计创新推动品牌认可，最终形成具有独特核心技术与设计知识产权的设计品牌，以加快我国设计产业优化升级。

另外，青蛙设计公司“以人为本”的设计宗旨不仅体现在设计为人，还体现在设计靠人。设计人才是提高设计企业竞争能力和实现设计企业可持续发展最重要的动力。因此，我国必须重视设计人才的培养，注重理论与实践的结合，加强多学科、跨领域人才的交流，吸收国际人才来中国发展，同时加强国内设计人才的国外培训。

中国设计要想走向世界就须树立全球化视野，全球化的激烈市场竞争对我国设计企业提出了更高的要求，促使企业不断地通过设计创新，提升企业竞争力。只有通过了市场竞争考验，企业的核心竞争力才能得到全方位的提升，才能使中国设计真正从本质上由“中国制造”走向“中国创造”。

参考文献 (References)

- [1] 曾辉. 国家设计产业亟待全面提升[N]. 人民政协报, 2012-3-5: F03.
- [2] 张大为. 我国设计产业发展模式研究[D]. 东华大学, 2012.
- [3] 蒋中秋, 方兴. 浅析产品设计中的人性化[J]. 国外建材科技, 2002, 23(1): 112-115.