

設計營商周2006

BODW（設計營商周）已經踏入了第五個年頭，在這短短5年裡，經已在國際建立了極高的權威地位，今屆BODW將在11月27日假會展舉行。每年BODW的重頭戲碼——「亞洲最具影響力設計大獎」的評審程序已經展開，今次請來其中兩位設計界名師進行簡短訪問。

Henry Steiner
Head, Steiner & Co.
Hong Kong

Katherine McCoy
Partner, High Ground Tools and Strategies for Design,
United States

亞洲最具影響力設計大獎2006

亞洲最具影響力設計大獎是設計營商周的焦點。是項大獎頒予世界各地以優秀設計締造商業成就，並且在設計中影響亞洲或帶動亞洲生活時尚的企業及人士。此獎項旨在推廣優秀的設計，並且讓企業和公眾人士明白優秀設計正是拓展商機和提升生活質素的關鍵。評審團以設計的質素、其對亞洲和當地生活風尚的影響、以及所創造的商業成就為評審準則。評審團成員包括：陳德堅、劉小康、張智強、鄭慶源、John Heskett、Katherine McCoy、Henry Steiner等。

M：MILK

H：HENRY STEINER

K：KATHERINE McCOY

M：看完參賽作品後有甚麼感覺？

H：兩年前我都是評審成員，除了今年的參賽作品比兩年前多之外，作品都充滿亞洲特色，正正切合帶動亞洲設計的比賽目的，是設計營商週的成功之處。另外今年有很多的參賽作品都圍繞環保議題，與現代的设计大方向雷同，加重了時代感。

K：我很高興看到今屆的參賽作品國際化之餘又各具特色，完全沒有大企業的影子。而且在眾多來自不同地區的參賽作品中，它們都很聰明地帶出種種的國家文化的特色，令比賽走向國際化。

M：你們認為全球化對設計業有甚麼影響？

K：全球化當然有它的好處，但它具有很大的潛在風險，就是抹殺固有的本土特色。設計師應該以自己的視野保護傳統，甚至將它發揚光大。

H：在這次的參賽作品中，有幾個提倡保護和保育(PRESERVE/RESERVE)的概念計劃令我印象很深。其中有一個在越南的酒店規劃是收購了一大片的渡假村重組，但出來的設計並不是一大所酒店，反而是由很多小建築群組成一所酒店，這個規劃既多樣化又保留了渡假村的影子，是保護和保留的成功例子(SUCCESSFUL DESIGN)。香港的建築活動很多，但卻完全沒有保留傳統建築的意欲，眼看這些傳統建築不斷被摧毀，真的很心痛。

K：我去了日本共25次，但香港倒是第一次。高樓大廈絕非吸引遊客的事物，這些東西那裡都有，用不著要我乘15個小時的飛機來看。對我而言，傳統且有特色的建築物才夠獨特和具吸引力。

H：無錯，高樓大廈沒有甚麼HERITAGE的價值，相反香港僅有的兩棟BAUHAUS式建築—中環街市和灣仔街市就有很大的文化藝術價值，而它們的命運是等待拆卸。

M：據聞鄰近的著名建築藍屋都將被拆卸呢！

H：以藝術價值而論，藍屋的價值只在於它的油漆和名氣，意義還不及兩個街市，但無論如何這個是香港的壞習慣，令人很失望。當年知道維多利亞式建築的西港城能夠保存下來，開心之餘亦被嚇一跳。

M：除了保護和保育(PRESERVE/RESERVE)，可持續(SUSTAINABILITY)是另一個近年被各個設計界別內熱烈討論的課題呢，你們對這個課題有何看法？

K：以這屆的參賽作品為例，有幾個電子作品是以小巧為特色。以較少的物料去製造同樣功能的產品，算是設計上的一種可持續的設計方式。

H：其實市場因素有很大的影響，無疑用紙製的產品可達至可持續效果，但要市場接納才真的能帶出效果。iPod的設計非常完美，所以多年來全球累積銷量達5千萬部，但市場並不會被一個設計所滿足，而大家都想辦法搶這個市場，可持續性的議題變得較次要。大城市都有一個特色，就是不會修理壞了的產品，香港的情況最為嚴重，大家都習慣「壞了便換個新」。更諷刺的是大家願意用更貴的價錢去買一條比全新更貴的仿古牛仔褲。

M：以相機為例，CONTAX所生產的相機性能優越，而且非常耐用。但亦因為它們太耐用而結果被淘汰，真的很諷刺。

H：當設計師絞盡腦汁設計出一件非常好的產品時，公司當然會為了銷量急升而興奮，但並不代表下一個季度的預算會降低，來季目標都會設定增長50%或更多，這點構成了設計師很大的無形壓力。但以公司的立場，老闆要賺錢工廠要接訂單，大家都處於一個無可奈何的狀況。

K：有任何地方喜歡一個靜止的經濟，所以各國的政府都鼓吹推動經濟的活動。

M：你們心目中的完美產品有甚麼特點？你們如果平衡各元素？

K：作為一個GRAPHIC DESIGNER，我會用可循環用的物料設計筆記簿和書本，因為它們都會有收藏價值，所以我倒沒有這方面的顧慮。

H：作為一個老闆，我認為一件能夠影響消費者使用習慣的設計是一件PERFECT DESIGN。畢竟產品設計的對象是消費者。而用設計師的身份去評論的話，循環再造概念是PERFECT DESIGN不可或缺的地方。

M：最後想問甚麼是一件好的設計(GOOD DESIGN)，或者怎樣才是一個好的設計師？

H：這個好像牽涉到設計師的道德問題呢。我認為好的設計太個人，很難給它一個清晰的定義，反而成功的設計(SUCCESSFUL DESIGN)比較易說明。論成功的設計，設計師所設計的產品會引人抄襲，而抄襲的元素不單是產品的外表，還包括產品的功能和背後的理念。

K：我認為如果能夠讓顧客會被產品的文化意義或傳統所感動而購買的話，就是一件成功的產品。而能夠吸引老闆再三聘用的設計師就是一個成功的設計師，當然這個設計師要懂得替顧客賺錢呢。

H：成功的設計師有能力為潮流定方向，就好像當年的AARON CHAIR和SEGWAY的設計師一樣。

K：SEGWAY車真是一件好得無話可說的產品，它好像能閱讀你的思想，作出非常細微的動力配合，是一個了不起的產品設計呢。

設計營商周2006

日期：11月27日至12月2日

地點：香港會議展覽中心