

周磊晶:万物皆可文化设计

李 慧 / 文

文化产业大IP“故宫淘宝”年销售额达15亿元

李子柒向世界叙述中国故事,“汉服热”持续升温

440年前文徵明手植紫藤种子,预售时便被一抢而空

来自“宇宙”的硬核周边“喵星信号”还是以#国家天文台跨界卖猫窝#话题登上微博热搜

……
凡此种种,这些产品是如何在众多同类产品中杀出一条血路,获得消费者的心的?

6月10日,浙大EMBA 惟学讲堂邀请周磊晶老师精彩开讲。课堂以《产品的文化设计:产品的文化维度和文化设计方法》为主题,从文化的角度阐释产品设计的意义和价值,探讨新兴科技,如物联网、大数据、云计算、人工智能等给文化设计带来的影响。



楼晋瑜 / 摄

◎认知当下的时代需求

设计思维涉及生活方方面面。周磊晶认为,设计一件创新产品,通过PEST分析文化设计的宏观环境,有助于了解该设计方向是否有前途,是否能够满足当下的时代需求。

从政治维度出发,周磊晶指出,从党的十七大提出推动“文化大发展大繁荣”到十八大明确“建设文化强国”,再到十九大强调“坚定文化自信”,文化在国民经济与社会发展中的地位日益提升。“一带一路”倡议为中国文化产业发展提出了更高的要求,文化软实力和输出在当下政治环境中的作用尤为重要。我们要向世界讲述中国故事,传播中国价值理念,彰显本土文化的精神和魅力。

从经济维度出发,文化产业占GDP比重逐年增长。以文化产业大IP“故宫淘宝”为例,2018年数据显示,其天猫旗舰店有542万粉丝,五星评价占比94.79%,年销售额达15亿元。这仅仅是一家博物馆的数据,可以反映出国内的文化资源开发与文化产业发展具有极大的潜力。

从社会维度出发,我们应该透过社会热点,关注其背后反映的道德风尚、消费心理、生活方式、价值观念、文化教育、文化传统等的变化。比如,近年来新中式风格装修备受追捧,河南春晚《唐宫夜宴》火爆出圈,李子柒向世界叙述中国故事,“汉服热”在年轻群体中持续升温,热播影视剧《延禧攻略》中展现打铁花、昆曲、刺绣等非遗文化……这些社会热点,都反映出当下社会大众对中国传统文化的认可。

从科技维度出发,全球正从信息化时代走向智能化和数字化时代,5G商业化、物联网和区块链技术迅速落地,文创服务平台和文化创意产业园将走向云端,科技进步对整个工业发展包括文化产业都带来巨大影响。

学者介绍

周磊晶,浙江大学软件信息学院信息产品设计方向硕士,英国、荷兰、新加坡多年设计留学经历。获得红点设计奖和IF设计奖10余项。研究方向:人机交互和设计教育。

◎万物皆可文化设计

学者通常将文化分为具象形态和抽象形态,图像符号和实物符号。按纵向分类,文化结构具备物质文化、制度行为文化、精神文化三个层次,分别对应产品设计功能层、形式层、反思层三个层次。按横向分类,书法文字、曲艺乐舞、节庆风俗、饮食烹饪、宗教哲学等,对应了一切物质文明和精神文明的总和。

“生活中运用到的物品、精神层面能够想到的内容,都属于文化元素范畴,而且文化没有具体的时间维度,如何将文化的精神内涵体现出来是一大挑战。”由此,周磊晶总结出一句话——万物皆可文化设计。

比如,苏州博物馆的一款畅销文创纪念品超出了大众的传统认知。每年紫藤盛花期后,苏博都会推出文创镇店之宝——440年前文徵明手植紫藤种子,往往在预售时便被一抢而空。

无独有偶,小黄鸭早在1970年就出现在大英博物馆的纪念品商店里,如今衍生出了维京海盗、埃及狮身人面像、古罗马武

士等一系列主题,成为博物馆最受欢迎的文创产品。随着小黄鸭成为热门IP,由荷兰艺术家霍夫曼设计的大黄鸭,自2007年起踏上了游历世界的征程。无论是小黄鸭还是大黄鸭,都唤起了人们的童年回忆,已经成为带有一定象征意义的文化形态载体。

再看世界上最大的单口径射电望远镜“中国天眼”,它的文创产品更是颠覆了大众的想象。天眼接收宇宙的无线电信号,而这款天眼喵星椅按键发射“喵星信号”,就可呼唤爱猫回窝,还能吸引别家的猫。这款来自“宇宙”的硬核周边,还以#国家天文台跨界卖猫窝#话题登上微博热搜。

文化设计在各行各业都有体现,定位为“新中式奶茶”的茶颜悦色、国潮品牌中国李宁、老干妈卫衣、大白兔奶糖香水……文化设计可以包罗万象。周磊晶强调文字也是文化一种形态,“中国的首辆月球车叫‘玉兔’,中国的登月探测器叫‘嫦娥’,华为的手机芯片叫‘麒麟’,华为的操作系统叫‘鸿蒙’……文字在文化设计中的运用,架起了连接中国

古代传说和当今前沿科技的桥梁,充分体现了我们的文化自信。”

◎取其形,取其用,取其神

文化设计在现实中的运用,可以根据文化结构的三个纵向维度概括为“取其形,取其用,取其神”。

“取其形”,是文化设计最初级的阶段,不是拷贝,而是在借鉴的基础上创新。周磊晶介绍,国外诸多奢侈品品牌直接拷贝中国元素,就是生硬取其形的表现。相反,中国联通的logo由中国古代吉祥图形“盘长”纹样演变而来,文化底蕴与深刻寓意兼具;故宫文创做大“朕的生意”,推出皇家生活系列,掀起文创产品热;再如《哪吒之魔童降世》,能够票房口碑双丰收,在于人物形象的创新:哪吒是个熊孩子,殷夫人是个女强人,太乙真人说起了四川话,玉帝王母如寻常夫妻般争吵打斗……这些设计的创新,符合现代生活中的人物形象特点,更是大众所熟悉的现代生活细节。

“抄袭,借鉴。”周磊晶认为,“文化

设计不要抄袭古人,而是要做一些有趣的,接地气的,情感化的,符合年轻人审美的创新。”

做好文化设计,其次要“取其用”。产品功能的文化构成,包含文化形象原型和现代生活方式两部分,将两者融合在一起,能够在潜移默化中起到文化体验和传播的效果。

比如,各大旅游景点推出的网红雪糕,中国国家博物馆和KFC合作的全家桶,取名为“瓶安蘸福”的青花酱油碟,汉字时钟,浙大门牌号冰箱贴……周磊晶给学员们一一列举介绍,产品激发了现场学员们的极大兴趣。

做好文化设计,最重要的是“取其神”。周磊晶说,在形、用的基础上,注入精神内涵,能够使文化设计“活”起来。

“宁可食无肉,不可居无竹。无肉令人瘦,无竹令人俗。”在中国传统文化里,竹子象征着高洁的君子品质和高雅的生活情操,以竹叶形态为时针和分针的墨竹挂钟,则将“取其神”发挥到了极致。再如明式家具,明代的文人将清高孤傲的精神价值观融入设计,形成了简约内敛的中式风格。

◎人工智能融入艺术创作是大势所趋

新兴科技如物联网、大数据、云计算、人工智能等的出现,引发了一场全新的文化创意产业革命,赋能文化设计的同时,也为产业转型升级提供了机遇。

讲完文化设计的形态层面、功能层面、精神层面,周磊晶向学员们着重介绍了科技赋能下的文创形态。中国国家博物馆推出一款语音导览棒棒糖,成为高颜值和高科技融合的代表,游客在享用美味糖果的同时,还能通过骨传导芯片聆听文物讲解的语音;故宫推出VR体验馆,让游客突破时空限制,在鲜活的历史场景中行走、触摸和体验,身临其境感受故宫的历史和文化魅力;b基于AR、地图和GPS技术的华为河图将敦煌的洞窟三维虚拟数字内容与莫高窟实景融合,创造了全新的数字体验方式。

周磊晶表示,在人工智能赋能文化产品设计的进程中,人工智能融入艺术创作是大势所趋。人工智能给设计师提供新的设计结合点,将传统固定的艺术创作模式转向更加多元化的艺术思考,使艺术设计在科学技术的融合下绽放新的生命力。

以浙大文创为例,软件学院的作品“想定——人工智能文创产品定制服务平台”斩获中国设计智造大奖。该平台运用的“风格迁移”技术,是人工智能领域较新的图像处理技术,利用卷积神经网络,将风格图片的特征信息迁移变换到目标内容图片上,最终生成的合成图片,既保持目标内容图片的形状和结构信息,又具有风格图片的色彩和纹理信息。

“如果从文化设计入手,产品打动消费者一定会有无限可能。”周磊晶最后强调说,

田伟建:触摸跳动的改革脉搏

▶▶▶ [紧接 A1]

行人,车子熄火停下,冬夜的寒冷直往骨髓里钻,冻得人直哆嗦。等到税务局工作人员次日上班,掀篷布查验后确保没问题,车子才被放行,这一茬足足耽误了12小时。

放行后一路的艰辛不胜枚举。车子继续南下,到达江西赣州的深山老林时,正值半夜三更,暗夜里突然出现的强光手电刺得人睁不开眼,定睛一看,田伟建才意识到遇到了检查站,“你知道这个检查站查什么吗?检查汽车尾气!”他破天荒第一次听说查尾气的项目,后来才知道醉翁之意不在酒,意在“过路费”。

回忆起这段往事,田伟建露出了哭笑不得的神情,向记者滔滔不绝地诉起苦来。到1994年,他累计押了27次车,跑了27趟长途。“每一次发过去的车都是我的身家性命,每一次我都是提心吊胆、如履薄冰,那时候法律法规不健全,车匪路霸简直多如牛毛!”

田伟建经常遇到车匪路霸,当时的他无能为力,只能自认倒霉。“车匪路霸常常在马路上放置钉子,车胎扎破以后,他们就抄起粗棍子直接爬上车抢货,有一次甚至开来了拖拉机,还有一次车子开到山沟里后,20个人一哄而上,他们早已经埋伏算计好,最后抢走了半车货物。”

企业能够存活下来,可谓历经千辛万苦、千难万险,田伟建接连叹气,感慨吃了太多苦头。在广州,他还曾遭遇绑架,“我还算好的,供销员被抢过几十次。”话毕,他陷入深深的回忆,沉默良久,摇头叹气道,“现在是在天堂里做生意啊!”

◎“做小池塘里的大鱼”

谁能想到,如今风光无限的成功企业家、高尔夫球场叱咤风云的人物,曾吃遍筚路蓝缕的创业之苦呢。“我们这种企业是社会上最弱势的,我不敢得罪任何一个人,我

忍辱负重,也能屈能伸,所以说企业坚持了四十年真的不容易。”田伟建感叹道。

20世纪90年代中期到本世纪第一个十年,田伟建根据切身体验,将这一时段的企业经营管理总结为“税务领导下的企业主负责制”。

由于公司财务制度不够健全,财务人员法制观念淡薄,2000年,企业因虚构生产经营成本,被税务机关罚款100万元。“确实是我们的错,那段时间,我的头发全白了。”此次事件,对田伟建而言,无疑是一次巨大的精神打击。事情平息后,他换了会计、出纳,引进了有专业水准、法制观念强的财务人员。从此以后,他更是谨慎经营,生怕出丝毫差错。也正是因为他的谨小慎微,田野提花历经大浪淘沙,得以生存至今,成为杭州市萧山区最老的企业之一。

企业发展到一定阶段会遇上瓶颈,罚款事件不久后,田野提花也步入了不上不下的发展滞后期,田伟建因没有方向而陷入迷

惘,但他深知企业发展要跟上时代发展的步伐,更需要科学理论知识的指导。为此,田伟建于2003年前往清华大学就读MBA。

“用专业的人,做专业的事,赚专业的钱”,看了杰克·韦尔奇的自传后,田伟建一下子醒悟过来:“我就要搞一辈子提花床垫布,做精做强,不要做大,三层楼房的地基上怎么能造出十层楼呢?”“不是你该赚的别去赚,不是你该拿的东西别去拿。”“干好一件事情非常不容易,不要吃着碗里的,看着锅里的。”“细节决定成败。”……

四十年来,这位老企业家见证了太多大企业的倒闭,因此,说起四十年的经营管理体悟,他条条是道,滔滔不绝。

“我就是小老百姓,过小老百姓的生活,我们不贪,不攀比。民营企业解决了大量就业,我们没有给国家造成一分一厘的负担,同时我们也在为社会做贡献。”多年来,田伟建从未间断对贫困孩子的学业赞助。在他看来,民营企业得利于改革开放的好政策,应当肩负起更多的社会责任。

田伟建直言,办厂的初心就没有想要大富大贵,做小池塘里的大鱼,才是田野提花的追求。“几十年的苦都吃下来了,我现在非常满足,也不会乱花钱,就想着留一点东西给下一代。”对田伟建而言,田野提花是他毕

生的心血,也是他留给后代最宝贵的财富,这是一份长达四十年的情怀,关乎事业,关乎责任。

“这家工厂,比我的命还重要,因为有了这家工厂,我的儿女才有机会获得优质的教育,有了去海外留学的经济基础。”如今,企业转交到了女儿和女婿的手里,田伟建很放心,“他们有学识有文化,了解新型原材料,就是缺少了历练,我相信在他们手里,企业会发展得越来越好。”

中型企业的生存发展是最难的。发展到如今,田野提花已是行业顶尖,但仍然危机重重,即将面临的厂房拆迁就是一大考验。面对考验,田伟建信誓旦旦地说:“虽然我们很老,但我们就像早晨八九点钟的太阳,非常健康!”

时代的车轮注定滚滚向前。改革开放四十余年,中国已发展成为世界第二大经济体,田伟建有幸见证了蜕变的全程。他由衷感谢伟人邓小平的雄才伟略,感谢改革开放赋予广大民营企业家的机会,感谢经历过的苦难,感谢时代的恩赐。也因此,“不忘初心,牢记使命”这句话,在他听来,是那么直击人心!