

论新形势下产品设计管理对企业发展的影响

朱宏轩¹, 唐瑶瑶²

(1. 青岛理工大学, 青岛 266033; 2. 中国兵器工业第五九研究所, 重庆 400039)

摘要:以新形势下企业发展遇到的众多问题为出发点,分析了设计与管理的创新特性,并结合企业发展战略的构成内容,论述了设计研发对企业的重要价值,进而分析了对设计进行管理的可行性。在此基础上,提出了企业发展的基础必须是管理者对设计研发的重视;以及设计与管理的联动机制,可合理调配企业资源和有效的设计管理可以改善企业战略计划结构的核心战略思想。

关键词: 新经济; 创新; 设计管理; 发展

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)18-0090-03

On the Influences of Product Design Management on Enterprise Development under New Economic Situation

ZHU Hong-xuan¹, TANG Yao-yao²

(1. Qingdao Technological University, Qingdao 266033, China; 2. NO.59 Institute of China Ordnance Industry, Chongqing 400039, China)

Abstract: Based on the numerous issues during the development of enterprise under new economic situation, it analyzed the innovation speciality of design and management. Combined with the composing contents of enterprise development strategy, it discussed the important value of enterprise development, and then analyzed the possibility of management to design. On this basis, it put forward the foundation of enterprise development which must think highly of design research to manager, as well as the linkage mechanism of design and management could reasonably organize the enterprise resource and the effective design and management could also improve the core strategy thinking of enterprise strategy plan structure.

Key words: new economy; innovation; design management; development

新经济是相对于“传统经济”或“旧经济”而言的,是指在全球化资源配置和市场开发基础上,以信息和网络技术为支撑,由高新科技产业驱动,以创新为核心,可持续发展的经济,是经济社会发展的一次大调整。

近几年出现的国内劳动人口骤减,人工成本提高,外部环境恶化,是摆在企业面前的首要问题;另外,一些诸如体验经济等新的经济发展模式的出现,同时也作为一种取代服务经济的新的价值源泉,能够为企业带来更多的价值空间。面对如此复杂的经济市场环境,企业间的竞争从各个层面展开,通过设计使产品在市场上取得竞争优势,是企业发展最为直接

和根本的做法。“设计管理使企业的运作走向良性循环^[1]”,设计可以作为企业的战略资源整合到企业的整体战略中,从而真正完成企业的多元化发展。目前国内设计管理的研究还处于一种操作层面,还没有真正把设计管理作为企业的一种核心资源来参与市场竞争,也就是说没有在战略层次把设计管理提升成一种有价值的因素,因而也无法把设计管理融入到企业的核心竞争力中。

1 设计是企业发展的重要资源

新的经济形势必然是导致企业重新审视自身发

收稿日期: 2010-12-06

作者简介: 朱宏轩(1977-),男,黑龙江双鸭山人,硕士,青岛理工大学讲师,主要研究方向为工业设计方法及理论。

展的源动力资源,企业决策者要考虑如何使企业的经营思维从“制造”模式升级到“创造”模式上来。而对设计的有效管理将大大促进企业的创新孵化能力,也是企业发展核心竞争力的重要手段。

如何利用好企业现有的资源,使之成为合力促进企业发展,是企业管理者需要认真面对的问题。

企业实行设计管理目的之一在于促进设计的效率化,对设计研发过程中出现的各项工作加以整合、改善与管理,管理的许多手段和设计研发的特点结合在一起。影响设计研发成败的因素很多,除了设计师的能力素质以外,还很重要的就是设计的管理体制是否先进和规范,先进的设计管理可以推动设计研发。企业需要调配的资源很多,例如资金、原材料、信息、市场、人才等,对这些资源进行有效合理的管理和调配,可以成为企业管理的重要手段。设计作为企业发展的重要资源,可以为企业带来巨大的效益,同时也可以作为一种管理手段把握企业发展的方向,可以作为企业发展的源动力。好的设计不仅能使企业在消费者中建立良好的信誉,还会给企业带来一系列有力的连锁反应,如提升公司形象、吸纳优秀人才等^[1]。

研究发现,管理设计越有效的公司,在竞争中就越能有良好的表现,比竞争对手能获得更多的发展机会和更好的利润。设计是企业资源的一部分,也是企业发展战略的一个重要部分,因此要对设计进行有效合理的管理。企业需要通过一系列科学管理手段来组织和管理设计活动。要充分利用设计这种无形的企业资源,创造出富有竞争性的产品和特点鲜明的企业形象。

2 设计与管理的联动机制可合理调配企业资源

不断变化的外部经济形式是企业自身无法控制的,要想“以不变应万变”,企业必须认真对待内部可持续发展的源动力资源。

企业的经济行为需要管理,设计在企业发展中的作用就决定了必须要与管理相结合。设计和管理的结合是一种必然的趋势,设计管理决定了设计和管理的发展方向,关系到企业的经济效益。越来越多的企业管理者开始认识到了设计与管理相结合对企业发展的重要性,把商业竞争的关注点从外部环境开始转移到企业内部环境的控制,开始寻找企业发展的内在

源动力。在有效的设计管理工作中,决策者可以很容易的和设计人员进行有效地沟通,各部门之间、设计师之间也可以有效地沟通和交流。这样就避免了孤立的个体设计行为,使整个设计研发链条良性运转,使沟通渗透到产品开发的每个阶段和细节。

设计与企业管理的结合是设计发展的必然趋势^[2]。设计管理就像纽带一样,把原来企业中各个部门有效的连接起来,打破了传统的部门界线,形成一种新的、紧密的组织结构,形成了一种联动机制。这种机制的作用体现在:把产品研发和公司的整体战略规划紧密相连,使产品研发成为企业发展的孵化动力;设计管理可以有效的把握产品开发的方向,把企业形象融入具体的产品设计中,符合产品策划的要求,使企业精神渗透到产品形象中;能够合理调配企业现有的资源,进行有效整合,避免资源浪费,解决企业发展成本问题;可以对产品开发进行阶段控制,以便能保证产品设计的质量,配合产品开发进程中对时间进度的要求;可以规范各部门的设计行为,运用规范的管理机制对设计工作进行有效的评价和监督,并能整合研发文件,总结经验教训,为以后的产品设计进行指导;协调不同专业背景和个性的设计人员,进行有效沟通与合作,提高研发效率。内部的有效管理又为企业在制定市场战略时提供有益的动力支持。

3 设计管理是企业市场战略决策的重要手段

设计的目的是为人创造出更为合理舒适的生活方式,体现了以人为本的设计思想,要达到这个目的,就必须深入研究市场,研究市场的发展趋势,预测产品研发方向。产品创新设计始终围绕着市场目标进行,强调的是市场运营价值^[3],市场与设计密不可分。设计管理是使设计成为一项具有管理性质的活动,并且存在于公司组织架构中,使设计能对公司策略性企划有所贡献^[4]。

设计师在进行设计的时候首先就要考虑如何把自己的设计推销给消费者,消费者是检验设计优劣的重要因素。体验经济作为一种取代服务经济的新的价值源泉,能够为企业带来更多的价值空间。新的价值空间的界定,对于勇于创新的企业会带来新的机遇。而设计管理作为企业战略的一部分,处于一种随时代变化而变化的价值观中。

在体验经济时代,企业所提供的不再是能够单独来剖析的产品,企业提供给消费者的东西既是产品本身,又是产品之外的与企业品牌联系在一起的精神上的感受。对于没有构建品牌形象、没有设计积累的企业,要在体验经济时代做一个跟进将是难上加难。企业要摆脱一种跟进者、模仿者的形象,就只能找到一条真正能够带领企业前行的设计战略,减少企业模仿他人的痕迹,逐渐形成企业特有的风格。

企业产品风格和系列的形成,需要设计师亲自研究市场,从消费者角度体验生活,而不是单凭从销售人员那里得来的信息。工业设计师必须和消费者进行面对面的交流,了解典型用户的需求,听取产品开发意见。例如:青岛海信在2002年成立了家电研究所,目的就是研发家用电冰箱,这方面成功的借鉴了海尔的一些经验,首先成立了产品策划部,并选拔一线工业设计师与消费者参与进来,进行前期的市场研究。从设计的角度来看待市场研究,避免了研发活动中的资源浪费,为迅速有效的开发新产品、把产品推向生产、形成商品,提供了时间上的保证。实践证明,这样的办法是有效的,海信的白色家电迅速崛起,推出的新产品在市场上很受欢迎,成为了继海信原有的电视机、空调等主打产品之外的又一个优势产品。多角度研究市场成为企业战略决策的重要手段。

设计以市场为检验手段,符合市场的设计具有很大的竞争力,不考虑市场状况的闭门造车行为势必失败。建立符合市场需求的企业设计战略管理体系,是社会经济发展的需要。

设计管理可以保证企业的创新设计顺利进行。提高企业的创新实力。海尔首席执行官张瑞敏就“新经济”形势提出了“3个方向的转移”,其中之一就是从直线职能性管理向业务流程再造的市场链转移^[6]。设计管理成为企业战略管理中最为活跃的一份子,它的创新特点可以保证企业战略管理的不断更新与提升。

设计管理的最终目的之一,是将产品的核心要素在开发阶段进行合理规划,追求以最适当的时间和成本来展开产品开发^[7]。有效的设计管理为企业的整体战略提供帮助。企业在战略规划和调整的时候把设计管理作为决策的重要部分,这样能更好的带动企业研发的自我调整。设计管理帮助企业完成对研发力量的整合、设计人才的培养、研发新产品的目标等方面做出指导。企业中设计管理的作用就是理顺各种

关系,促使设计部门能够顺利完成工作任务^[8]。实行什么样的产品战略,其实就是企业战略的重要决策内容。产品战略的运作最为明显的就是汽车行业,比如宝马旗下就有BMW和MINI 2个品牌,而BMW下又分成10多个产品线,每个产品线所对应的定位是有差异的。这种差异不是追随时尚而突然上一个新车型,也不是目前某种车型好卖就上一款,每个产品线所彰显的理念是不同的,所以造型、色彩、材料都在产品开发之初期就已经为设计管理战略所综合平衡。这种平衡能力不仅仅是企业设计管理战略的成功体现,同时也是企业核心竞争力的重要内容。

4 结语

其实,就本来的意义来说,“设计”本身就意味着“管理”的要素,“管理”因素本来就是“计划”过程与终结的题中之义;企业通过科学管理的理念与方法,使设计创造的效益最大化。这里所强调的,既有设计的经济增值效益,更有设计管理符合企业发展的长远利益,设计管理作为一种无形的资源可以丰富企业战略管理的内容,能够应对不断变化的外部经济形势。

参考文献:

- [1] 刘和山,李普红,周意华.设计管理[M].北京:国防工业出版社,2006.
- [2] 王春鹏,赵勇智.设计及其管理与企业发展[J].装饰,2004(7):10.
- [3] 程能林.工业设计概论[M].北京:机械工业出版社,1999.
- [4] 杨雪松,康立志.产品创新设计的若干问题再认识[J].包装工程,2008,29(11):133.
- [5] 陈振甫.设计管理与公司策略之结合[J].产品设计与包装,1993,45.(余不详)
- [6] 颜建军,胡泳.海尔中国造[M].海口:海南出版社,2001.
- [7] 颜其锋,何人可.基于“虚拟企业”的设计管理模式[J].包装工程,2002,23(3):139-140.
- [8] 杨君顺,王肖烨.在企业中充分发挥设计管理的作用[J].包装工程,2005,26(2):110-112.