



好设计就是功能第一的设计

北京国际设计周 / WIGD

2015年10月，北京市东城区歌华大厦十一层举行了“苹果设计之弧展”创新设计体验展，这是国内首次大规模苹果展，通过设计与科技的结合，看苹果如何诠释“好设计”。

为此，我们专门采访了此次苹果作品收藏者、雅昌文化集团董事长万捷，他认为：“我觉得好的设计首先是要有目的的，你的目的是什么，你为谁设计？设计的时候应该思考清楚要达到什么样的功能、什么样的价值？要给用户、客户什么样的一个效果？设计完了，然后自己说‘我的设计怎么怎么的好’，那是艺术专业。我觉得设计应该是功能第一，在满足功能价值的情况下，更有艺术性、更有现代感、更独特、更个性化，这才是好的设计。”



您是从什么时候开始了解苹果，什么时候第一次使用苹果？

好像是从 93 年创业开始就使用苹果，第一台苹果买的是 950。我们几个大学生，一个清华学计算机的博士，一个上海交大的研究生，一起一边研究一边使用，后来一路都在用苹果。在国内，也是行业里最早使用苹果电脑的。

您为什么会买苹果？那个时候应该还有别的选择。

苹果颠覆了印刷行业。过去的印刷行业都要制版，比如你要换一个服装的颜色，或者同一个文件要做一些调整，那个时候都需要两三千万的机器，非常大型的机器。那时候有以色列的、美国的、日本的机器，都非常庞大，体积可能需要上百平米的房子才能装下。一方面是投资非常大，另外一方面做转变（换个色彩换个人头）、合成图都是非常非常复杂的，是一个大工程；时间长，设备投资贵，工作复杂，技术也很复杂，但是有了苹果电脑以后一切都改变了。虽然那个时候一台苹果电脑十几万人民币，非常贵，功能跟现在比也差很多，但是有了苹果电脑以后整个行业颠覆了。

您个人是从什么时候开始了解苹果电脑的？

我个人了解苹果电脑和公司使用苹果电脑几乎是同步的，我们公司使用苹果电脑在这个行业里是最早的，也是最多的。苹果电脑可能有一两千台，还不算 iPad，iPad 是人手一个，还不算手机。公司光采购苹果电脑可能就花了一两千万了。

这次我们展览里最老的那台苹果是 Apple II，1978 年出产的？

这台机器其实不是我们用的，是我收购的一个公司的。当时这个公司是一个自动化控制系统公司，收购的时候车间里面很乱，都是自动流水线，有很多电子设备（自动控制设备）。突然我看到一台苹果电脑，我说其他东西都可以卖掉，就把这台机器给我留下。因为我们已经在用苹果了，后来才收购的这个公司，所以当我看到这台老的苹果时觉得特别有意思，想把它留下来作为历史传承下来。那个时候我就对苹果、对老的苹果开始关注、研究。之后用的苹果电脑就多了，各种型号；从 950 开始，6100、8100、630、73、74、75 等等各种型号各种颜色各种配置，包括苹果和其他设备结合的一些机器。苹果的显示器其实挺漂亮的，但是我们用的不是苹果显示器，是艺卓的显示器。苹果机器配上一个对颜色高保真的显示器，这样的配合可能是全国，



甚至在世界也是少有的，这个显示器比一套苹果还贵。

听说您除了收藏 Apple II 之外还收了一个由乔布斯签名的合同，那个是在什么情况下收藏的？

是去年我去美国，在维加斯看到一套乔布斯和他的拍档大概 70 年代末签的一个商业合同。一共有八张，而且还是打字机打的，不是打印的。上边的乔布斯的名字还写错了，然后乔布斯给划了，重新写的。我觉得这个非常有意义，因为我们雅昌使用了 20 年的苹果，受益于苹果电脑，同时也感受到了苹果电脑的发展。苹果电脑有一段时间几乎快要倒闭了，因为发展的方向不太清楚，没有为大众服务，只有设计行业和印刷行业在用。我们看到了苹果一路发展的过程：从很有创意的领先到困难时期，再到重新起来，特别是 iPod 以后。所以，当时我买这个合同就觉得特别有意义，我们也有心做一个苹果的博物馆。我



们现在的收藏里，苹果电脑大部分是自己用过的，也有一些是从市面上收购的，包括乔布斯这份合同、乔布斯所有的出版物以及和乔布斯有关的，苹果电脑做的一些当代艺术作品。另外，我还收了 13 张乔布斯的时代周刊的封面，全世界一共是 50 张摄影作品，我收了 13 张。可能美国人也觉得奇怪，为什么中国人要收 13 张。其中一张作品很有代表性，是时代周刊的封面，乔布斯传的封底，还有很多乔布斯的书里面都有这张图，就是乔布斯和 Apple II 的合影，很帅的。

雅昌 93 年开始用苹果的时候苹果还在走专业路线，到后来乔布斯再回苹果之后，发布了 iMac 开始走大众路线。您怎么看苹果在专业路线和大众路线之间的转变。因为有些专业人士会觉得现在苹果走的是大众路线，所以他们专业的软件开发、硬件服务都会比以前要弱；他们会觉得现在出的一些东西没有以前好用了，您是怎么看这个问题的呢？

我觉得其实走专业路线和走大众路线其实并不矛盾。如果为了走专业路线，这个公司死了，那你这个专业也不存在了，大众路线使这个公司更好的发展，它的专业方面事实上也在发展。另外，这个行业的专业公司很多了，比如 PS 等等很多软件在 PC 机上也能完成了，不一

定非得苹果机了。涉及到设计专业还是苹果最专业，虽然说可能没有以前好用，但事实上一定比以前好用，只是期望值可能更高了。但是您想想，过去做一个苹果的操作员非常抢手的，很多网络公司或者我的客户从我们公司挖走苹果的操作员，甚至苹果的操作员在社会上都是有培训班的，专门技能的培训班。太专业的时候不方便普及，现在年轻人都会操作苹果了。苹果的软件也好，PC 的软件也好，很容易操作。公司不会再因为你会操作苹果而招聘你，这不再是一种技能。我觉得可能从设计师对苹果的要求来说，他们认为应该有更好的、更专业的或者说只适合他们的，现在的苹果对他们来说可能不够用了，但现在很多软件也是可以自己去创造的，因为时代不一样了。

您收了这么多苹果的东西，还打算做一个苹果的博物馆，那您一定是非常喜欢苹果，是大苹果粉？

因为一方面是我们有这种缘分用到苹果电脑，苹果确实给我们带来了很多好处，另一方面苹果也是我们学习的榜样。苹果电脑是技术与科技的完美结合，到今天也是。印刷行业实际上也是艺术和科技的结合，这两个行业本身一个是制造商，一个是应用商，都艺术和科技的结合。特别是在互联网时代、IT 时代更是这样。雅昌一直是最先尝试用现

代科技来为艺术界服务的，不管是在苹果电脑的使用上，还是其他先进技术、设备、材料、工艺的使用上，或者是数据库、互联网方面的应用以及其他 IT 方面的应用上，我们都是领先的。我觉得我们为乔布斯、为苹果建这样的博物馆是缘分，也是机会。苹果确实对我们、对行业的发展起到了一个颠覆的作用，未来我们也希望能这样一直用苹果。当然，我们现在用的不光是苹果的电脑，还有其他很多先进的设备、技术，但苹果对我们来说是一个偶像，是一个奇迹：从开始在设计行业专业的一个高度，经过一段时间的低潮，又从新到达一个新的高度。我觉得任何企业都是有生命的，跟人一样。产品、企业都是有生命的，生是偶然死是必然。我们现在只知道它辉煌的这一段，纪念它辉煌的这一段，未来可能很难说。从技术革新的角度来说，可能一个方向错了就都会夭折，特别是在不断被颠覆的数字时代、IT 时代。所以我们不只是纪念、学习苹果的成功，还要不断地去创新、去改变、去颠覆自己，就像乔布斯说的：活着就是为了改变世界，实际上也是在改变自己。

您觉得什么样的设计才是好设计？

实际上我做这个行业 30 年了，一直跟设计师打交道，以平面设计师为主。我觉得好的设计首先是要有目的的：你的目的是什么，你为谁设计？我觉得既然是设计，就要讲究功能。如果说我们在设计之前没有任何规划，那你设计出来就等于是“打哪指哪”。设计完了然后自己说“我的设计怎么怎么的好”，那是艺术专业。设计的时候就应该思考清楚要达到什么样的功能，什么样的价值，要给用户、客户什么样的一个效果？功能应该是第一位的。使用的功能和审美方面相比，功能还是第一，任何设计产品都应该具有功能性。功能一共分两种，一种是客户的需求，一种是帮助客户创造一个新的需求。不管哪种需求都是要有价值的：客户用起来方便、能提高效率、或者是有趣。在满足功能价值的情况下，更有艺术性、更有现代感、更独特、更个性化，这才是好的设计。很多中国的设计，不管是平面设计也好，建筑设计也好，工业设计也好；设计师在一开始更想当艺术家，这就完蛋了。设计师要把自己定位清楚，你作为设计师要实现什么？设计师一定要满足用户的需求，如果不能满足用户的需求或者不清楚用户的需求，







你很难做出一个好设计。所以，我觉得，设计首先要满足功能；在满足功能、客户需要的情况下，尽量突出设计师的艺术天分、审美创意，让设计更个性化，更独特。

我们这次的展览主要是从设计的角度去看苹果。您到时候去现场观展希望从这个展览里看到什么？

我觉得既然是设计周，雅昌又把苹果收集得这么全，包括资料、出版物、相关的艺术品、摄影作品都有，就是想让观众能够看到：第一，一个高科技公司它是有基因的。苹果是什么基因？是它一直所追求的艺术和科技的结合。艺术性是苹果的一个基因，苹果不是现在出了iPad、iPhone才艺术的，从开始它就是这样具有艺术性的。乔布斯可能就想把它做成一个艺术与科技结合的公司。第二，它是在创造价值，它永远在为客户创造价值。过去，它为专业客户创造价值，现在为大众创造价值。第三，能够看到苹果在不断创新，有的创新可能成功了，有的创新可能也不是很成功。比如，这次的iWatch可能就是不太成功的产品，我那个摁了两下就碎了，拿去换，昨天刚换好。我就会觉得它不是特别好用也不是特别实用。但任何产品都可能会有这样的情况。它在尝试，在不断的去创新，在解决问题。设计还是要解

决问题，光漂亮不行，还要有功能，要有价值。iWatch再漂亮，再多款式，但如果功能达不到，消费者还是不会去买。另外，苹果是一种精神，一种坚持。在苹果30多年的发展中乔布斯一直在这个公司坚持他的精神，才有了今天这个结果。怎么样通过创新，通过自己的不断地发展、不断地进步、不断地改变，使这个企业能够基业常青？我觉得这次的展览应该包含物质与精神两个层面，有视觉上的好产品，也有很强的艺术性。

