

设计多面体

一贯不变的特色发型，有棱有角的五官上架着一副黑框眼镜，这似乎就是他的肖像符号。囊括了包括五项德国红点奖以及德国IF、日本G-Mark、美国IDEA奖、亚洲最具影响力设计银奖在内的五十多项的国内著名产品设计师，这也许是他的身份符号。其实透过这些表现，在我们眼里，他是一个生活的多面设计师。

文 | 曹莉 图 | 受访者提供



杨明洁

著名产品设计师，YANG DESIGN 设计总监，德国工业设计硕士，曾任职于慕尼黑西门子设计总部。

“设计师，不但是对产品敏感的人，更是对经济、对文化，甚至对人的心理敏感的人。当一个设计师拥有这样一颗敏感的心，当一个设计师，在敏锐的视觉下，还有一个思辨的头脑，那么他也将拥有更强烈的社会责任感。”

Q:生活周刊
X
杨明洁:A

Q:您眼中的理想好生活?

A:一是，要自由，精神自由，思想自由；二是，基本的生活环境要好，生态环境以及整个大环境。

Q:您在衣着、饮食、居住环境、交通工具上有什么偏好?

A:衣着：裤子的颜色比较多。饮食：不挑食，喜欢吃的东西会一直吃，直到吃腻。居住环境：居住的地方，门窗打开要看见绿色；不喜欢钢筋水泥的高楼大厦，以及里面由空调打出来的空气。交通工具：喜欢自己开车。

Q:分享随时能为您战胜负能量的一件东西。

A:时间。不将负能量影响到他人，不带入到工作中；放空，不去想，用其他东西来填充。



杨明洁设计发现之旅·设计考古学

标准缔造设计

杨明洁，一位风格严谨的产品设计师。这也许和他留学德国的经历有关，他非常坚持他德国导师迪特·齐墨的设计标准，在他的眼里，一个优良的产品一定能从五个层面上去判断：观察者层面、使用者层面、拥有者层面、生产者层面和社会层面。产品是设计师和外界沟通的桥梁，也是设计师向世界述说自己的媒介。当问及杨明洁在众多作品中，目前最喜欢的是哪几款时，他特别提到了今年得了红点奖的施耐德摄像头Sarix IL10系列，在他自己撰著的“设计发现之旅”中，他还专门从上述的五个层面来阐述了这一产品。杨明洁认为：设计师不是艺术家，设计师要更多地考虑消费者的需求。

跳蚤市场的灵感

杨明洁说，生活是工作重要的部分，生活和工作是不分开的。因此，在他的生活中，有许多部分是和工作重叠的。比如，他每去到世界各地一个新的城市，他都会去逛那里的跳蚤市场，他可以从那里的旧东西中读到很

多产品及产品使用者的信息。他就像一个考古学者，通过这些老物件，来了解不同地区的人文审美。

在他的《设计发现之旅》中，就有很多存在于设计边缘的文化思考。比如，他会研究产品设计的国家性和民族性。当一位法国记者问他什么是中国设计时，他思考了一周后，回复她，“筷子是可以代表中国的一件优良产品。因为不论从精神层面还是用户层面，筷子都体现了典型的东方哲学思维与生活方式，以不变应万变。”基于此，他想到了优良产品诞生的国家产业背景和文化背景。比如：北欧的寒冷天气间接导致他们每一件室内用品都耐人寻味；意大利的高端家具和箱包之所以会畅销全球，是脱胎于传统手工艺和强大产业基础。

他还研究了14年的中国“亚文化群”的生活形态，从1999年的SOHO族，2000年的雅皮们……杨明洁认为“亚们”（“亚文化群体们”）永远是新生活形态的开拓者。所以，他更想要明白“亚文化”对于主流文化，对于商业、品牌等等又是以什么意义而存在。



施耐德摄像头



限量版茶几·风的固态