



上海市青年创意人才协会  
Shanghai Creative Youth Talents Association

# 中国气质 中国智造

【文/周琳琳】

谈到汽车设计,最夺人眼球的要数造型别致、未来感十足的概念车。随着人类科技的不断创新和进步,很多设想逐渐化为现实,未来汽车的前景令人遐想万千。汽车将成为移动智能终端,同时形成以地图和大数据为核心的完整生态。然而改变不是一蹴而就的,在畅想未来的同时,也必须脚踏实地环顾当下。汽车设计领域,尤其是中国自主汽车设计行业,正在用自己的努力,扎实地一步一步做出改变和发展。

中国汽车设计行业沉淀了几十载,2016年上汽荣威RX5以光芒之姿闪耀问世,并获得巨大市场成功。其设计者,上汽集团设计总监邵景峰先生,也凭借该设计,被世界顶级汽车设计杂志日本《Car Styling》杂志评选为“2016年度中国最佳汽车设计师”。这是该杂志创刊40多年来,首次由中国籍设计师获得该奖项。这不仅标志着中国自主设计研发的汽车产品已经达到国际认可的高度,还给予了中国的整个设计创新领域更大的信心和更强的发展动力。由此,邵景峰也大声呼吁:中国设计师们务必站出来,不断发出自己的声音,向世界表达自己对消费者的理解、自己的设计诉求、自己的设计战略。在邵景峰看来,这种发声的底气,还来自于中国未来汽车行业的良好前景。中国势必会因为拥有广阔市场而成为未来全球汽车设计潮流新的策源地。

针对如何在汽车设计上使用中国元素的课题,邵景峰认为不能简单地摘取中国某一时期的文化元素,直接用于造型设计中。而应该去研究中国人审美背后的内因,并提炼中国文化元素所包含的深层含义,使设计表达出简约但不失大气的造型特点,在细节中体现精致的工艺追求。

通过与专家学者共同深入研究中国人的审美沿革,邵景峰深刻地理解到在中国消费者的内心深处,讲求“安”的传统中式审美和心理诉求根深蒂固。这种“安”,是大概念的安全性,既包括车体外观所带来的安全感、大气感,也包括车自身性能的高质量。

再把目光投向当下。现在中国消费者的购车目的,多是出于整个家庭的使用需求,其中涵盖了不同身份、职位、年龄的人群。这不仅对汽车容量和汽车功能提出了新要求,而且也需要汽车具有符合更多人审美的外观。由此,邵景峰意识到对于品牌能否成功而言,设计出尽量满足更多人需求的车型是何等重要。

对于这座城市的建设和发展,邵景峰心怀责任。一方面,身为汽车设计师,他需要对城市流动风景线进行研究;另一方面,他希望利用自己的影响力和号召力集结各方力量,给予上海民间创意人才更多自由空间和展示机会。因为创意不易,需要全社会的珍惜,并且常怀敬畏之情。



QA

生活周刊

×  
邵景峰

## 设计尽量满足更多人的需求

Q: 您设计过朗逸、帕萨特、荣威等车型,一路走来,您形成了怎样的设计理念?

A: 从大众到上汽,每个产品本身就具有不一样的设计风格和要,同时每个品牌、每个产品都蕴含着设计师的个人风格。

目前,国内职业汽车设计师并不多见。这是一个新兴的行业,甚至带有神秘色彩。很多人以为,从事这份职业就是在设计概念车,每天的工作就是做天花乱坠的车型和引人注目的设计,其实这是错误的印象。这只是职业汽车设计师工作中的很小一部分。在我看来,就某种程度而言,设计惊艳的概念车车型,比设计一款“普通”的车型“简单”。这里的“普通”车,是指能被较多消费者接受并愿意购买的车。这种车型的设计难度更大。

18年的设计经验积累,使我逐渐对这个四轮交通工具形成了专属的设计理念。在中国城乡差异较大的国情下,设计出能够尽可能满足不同层次需求的产品,则更具价值。所以,我的设计不会只满足某个群体的审美诉求,也不会追逐易被更替的时尚潮流,而是扩大产品接受度,使之符合更大范围消费者的审美需求,能够让当下的年轻父母,甚至祖父母辈都接受和喜爱,我把它定义为国民需求。就如荣威RX5,它具有时尚美观的外型、高端舒适的内饰,还具有性价比高、车型大、适合家用等特点,能较好地满足整个家庭各个年龄层的人的需要。我的设计初心是让更多的消费者接受我的产品,无论车上贴有何种标志,具备何种特殊功能设计,这一点从未改变,十几年如一日。

