

■2010巴黎車展：Renault Dezir Concept 雙座概念跑車。



羅偉基：

「讀中一、中二的時候，作文寫將來想做的事，那時明知中國沒有汽車工業，我依然寫想從事汽車設計。後來在理工大學讀工業設計，問教授這方面的資料，他們也沒有方向。」汽車設計相對其他設計而言較冷門，普通人對這個行業很陌生，讀設計的人也甚少想到可以從事這個行業。而羅偉基在父親、叔伯的薰陶下，從小便很喜歡汽車。「家庭成員經常講車，我又看了很多汽車雜誌，而香港有很多不同的汽車，幾乎甚麼車都可以看到。」

因為喜歡，即使沒有頭緒如何進入這個行業，他依然堅持，在理工大學完成工業設計課程後，遠赴英國攻讀汽車設計碩士課程，畢業後在德國、日本、法國等地工作，曾擔任蓮花、奧迪、奔馳、薩博等汽車品牌的設計師，現在是雷諾汽車的設計總監。「汽車設計是一個很統一的行業，分別只在於每個地方都有其獨特的工作模式。日本人注重teamwork，工作不分個人，不會說誰比較叻、比較能幹；歐洲人則很獨立，大家要不斷溝通，有方向便可以做得很快。」

具備前瞻性眼光

普通人往往著眼於汽車的外型，認為汽車設計師便是負責外型設計。「汽車的外型的確很重要，因為很多人買車是被其外型吸引，但最關鍵的是整個package做得夠不夠好，汽車的功能、cutting、interior，以至試車時的感覺都是買車的決定性因素。所以設計師管轄的範疇很廣泛，畢竟汽車不是一件擺設，裡面有很多裝置，是用來駕駛的，所以我們必須明白所有運作。」

正因為汽車是機械，涉及的層面很廣泛，不像其他設計般獨立，因此不能將設計功勞歸於一人。從事汽車設計必須具備前瞻性的眼光，因為每一款汽車從設計到推出市場需要四五年時間，一旦推出市場便不可以再改。「每做一輛新車，我們都要做briefing，去想四五年後的汽車發展，希望汽車在各方面都有進步。我們會將目標定高一點，突破現有的界限，因為用幾年時間製造一輛車，如果最後發現車輛做得不夠好，亦不可以再改，而這輛車起碼在市場上七八年。」而汽車的技術，如燈光、電子零件等換得很快，每兩三年便換一次，所以設計師很早便要與廠商洽談，了解技術三年後的趨勢。設計本身便是從變化中創新，只是汽車設計師必須比其他人看得更多、更遠。

設計與生活結合

現代設計漸漸與社會、生活連結，汽車設計也不例外，或許應該說它從不脫離生活。人們駕着車在城市中游走，如果在設計時不將城市規劃、環境等因素列入考慮的話，它會對人構成危險。「我們在設計汽車時必須配合人們的生活習慣，以前用汽油會造成環境污染，我們便想怎麼利用新科技來改善這個問題，而電動汽車便是在這個前提下出現。」設計結合生活是一個必然的趨勢，亦是現今汽車設計的核心價值。

「雖然這個行業近年來變化很大，中國亦慢慢發展汽車工業，但內地還是以進口汽車為主，暫時沒有公司建立起一個品牌。歐洲公司將汽車發展成一個個品牌，每個品牌都有歷史，而中國在這方面較為遜色，沒有長遠的計劃，也沒有甚麼特別想做的。」外國因為意識到環境污染是一個迫在眉睫的問題，開始做電動汽車，將新科技，如電池、電動摩打等融入汽車設計中，但研究新科技需要龐大的資金，耗時甚久，不少公司放慢了速度，Anthony認為中國可以考慮從這方面入手，發展電動汽車事業，藉此建立起自己的汽車品牌。

不要被別人的意見左右

香港對Anthony來說別具意義，他每年都會抽時間回來，因為香港對他踏入汽車設計領域起了一定的作用。「很難說香港對我有甚麼具體的影響，但這裡始終是我的家。每次回來都有很多人鼓勵我，有時回去理工大學和學生交流，他們都希望我給下一代設計師一點意見。」

香港新一代設計師其實很希望有所突破，希望從不同人的經驗裡找到方向，他們很清楚自己的不足，所以也用心去尋找自己的道路。從Anthony的工作經驗裡可總結出兩點，不要受背景所限而輕易放棄自己的理想；也不要被別人的意見影響自己。「汽車設計師來自不同的領域，有人讀工業設計出身，也有不少人讀平面設計的，背景不同沒有對錯，對一家公司來說，不同背景的人互相影響有利其發展。」

以前要研究汽車，除了買一輛車回來拆散它之外便沒有其他方法，現在上網可以找到很多資料，很容易受人影響，不自覺便會抄了別人的東西。而且設計師往往以客為本，顧客的意見很容易影響設計的方向。「我們在設計後期會找一些與汽車設計沒有關係的人，問他們的意見，當然不是他們說甚麼我們都會聽，我們會選擇、分析他們的意見，每次都會很小心。」所以Anthony提醒年輕一代的設計師要打好基礎，要成為所學專業的專家，因為設計最困難之處便是容易被他人影響，惟有學得透徹、明白當中的運作才可以站得穩。「最初別人說很多，我們未必知道原因，但接觸多了，有經驗便會得心應手，明白別人為甚麼會給這些意見，慢慢便不會輕易被人影響，所以不要怕。」



■羅偉基參與RENAULT FRENZY概念車的設計項目，此車在2011法蘭克福車展展出。

從平面跳到汽車 用設計訴說故事

他們一個是汽車設計師，一個是平面設計師，同是設計，但兩者南轅北轍，看似沒有關聯，然而他們都以德國作為起點，從歐洲到亞洲，曾在不同的設計氛圍下工作，他們對亞洲的設計市場看得比較透徹，能以旁觀者的身份概括出歐亞設計的分野。羅偉基（Anthony）與何見平剛完成設計營商周的演講，副刊記者邀他們作專訪，分享其工作、設計理念及闡述他們對香港設計的看法。

羅偉基與何見平，都與香港淵源甚深，前者在香港長大、讀書，後者現在在香港理工大學擔任客座教授，他們對香港這個地方有很深的體會，看到香港學生的優缺點，亦察覺到年輕設計師面對各種挑戰時的恐懼，以過來人的身份鼓勵他們「不要怕」。

■文：香港文匯報記者 伍麗微 圖：受訪者提供

■何見平作品：EcoMarx



何見平：

何見平以德國作為起點，先後在柏林、上海、杭州設立工作室，是享譽東西方設計界的平面設計師。柏林是一個很有魅力的地方，既保留了德國保守的文化傳統，又是一個能夠包容190個國家的移民的城市。柏林影響他甚深，他在這裡找到了屬於自己的路，亦讓他重新思考本土的文化，培養出獨特的審美觀。「我先在柏林念藝術，然後被聘為大學教師，工作了7年，在感受到多元文化的魅力之餘亦漸漸意識到大學工作不如自由設計師可以表達自己的價值。隔著半個地球，我更能沉澱於本土文化的理解和思考，我覺得我的設計思想裡，很多營養來自中國文化，如入世哲學、三省自身、雋永含蓄等，間接鍛造了自己的審美觀。」德國人對獨立思考的尊重這一特質特別吸引何見平，這亦是他為甚麼選擇德國作為設計起點的原因。

東西設計風格不一

何見平很重視一個地方的歷史脈絡，因為德國的平面設計可以按時間分得很清楚，如戰後以Max Huber和Ot Aicher為代表的Ulm School，後來由Hans Hillmann引導的Kassel School，然後是Kieser、Rambow等為代表的攝影蒙太奇手法的設計風格，Uwe Loesch的Typo風格等都代表德國不同時期的設計。「這些都是精通設計歷史、不願意墨守成規的平面設計師；包豪斯是從繪畫中獨立出來的，Ulm學院把設計提煉到簡約，Kassel學院派的海報又以藝術作為主要的創作源泉，這些設計師都是時代的先鋒，他們也是勇敢的革新者。」在這裡，不同的風格、理論、流派也能並列存在，德國社會的包容度很大，設計師會獨立思考、實驗原創，這是德國設計的最大特點。

相比德國源遠流長的設計歷史，中國的平面設計歷史很年輕。先受港台、再受日本、歐洲平面設計的影響，獨立的中國平面設計還沒有形成，因為國內美術教育不重視培養學生的文化內涵，許多設計師只注重專業訓練，不重視文化理論的學習，導致設計發展緩慢。「中國的優勢在於其市場容量大，能包容實驗性的設計，只要中國平面設計和哲學、美術理論等結合好，中國平面設計就能在國際舞台書寫自己的歷史。」

何見平現正在香港舉辦「De Sein：從戰後到現代德國平面設計」展，這個展覽強調的便是設計歷史，他梳理德國戰後的平面設計歷史，講述Bauhaus在戰前的發展，二戰後它成為世界公認的設計理念，這麼有名的理念理應成為德國平面設計的包袱，但德國卻沒有沉迷於Bauhaus，設計師勇敢地越過Bauhaus的理念，結合現代工業，與時俱進，一直走在前列，成為世界平面設計重要的組成部分。他在展覽展示德國工業設計（如Benz、SIEMENS）、文化藝術設計、政治和社會公益等設計案例，以歷史作為線索，盼望內地、香港多關注設計歷史，梳理出自己的設計歷史，這將有利中港的平面設計發展。

香港學生可以嘗試更多

歐亞設計如此不同，香港處於夾縫中，這個東西合璧的城市的設計發展亦深受大眾關注。何見平在香港理工大學教書，看到了香港有別於中德的設計氛圍，香港在設計上遵循商業模式，以發揮商業能量為主。它不受設計史、藝術史、本土文化等因素束縛，在設計創作上發揮了更大的包容性，這種包容的力量，令香港以商業為核心從而形成自我的文化沉澱。「新康強受中國傳統繪畫、人文思想影響，以水墨、書法為表現手段；陳幼堅融匯中西的設計作品；石漢瑞以西方文化為核心思想的設計，三種風格同時並存，這便是香港設計的獨特之處。」

香港設計有其魅力，然而始終不能走得更遠，歸根到底是年輕一代的設計師一直停留在原地，不敢去作更多的嘗試。何見平指出香港學生很用功，設計質量、個人修養和語言優勢都很明顯，但很多學生畢業了便留在香港找份工作，哪怕這份工作實際上離設計行業很遠，也覺得可以將就。「我在課堂上鼓勵他們，為甚麼你們不去內地，和他們競爭一下，中國那麼大，肯定有更適合香港的機會。只要有30%學生響應，香港的設計環境就不會那麼『同類競爭』了，設計師也會更有自信。」

另外，何見平亦希望香港可以多一些「不成熟」的設計，亦即是實驗設計。這類設計可能外表看起來比較粗糙，不具「設計感」，但卻具備原創性、探索性、實驗性等元素，比一個完美乾淨但設計意識上模仿別人的設計作品更難能可貴。

設計師應承擔社會責任

「設計不一定是乾乾淨淨、完美無瑕或專為富人訂做嫁衣似的。設計也可以不修邊幅、也可以思想深刻，更可以是為窮人、弱者發聲，為遊行示威打造鋒刃的行為。」何見平認為設計師亦必須肩負社會責任，應該有為窮人、弱勢社群而做的設計。

「平面設計師經常抱怨社會對設計師地位不夠重視，我覺得很多設計師其實自己也應該承擔一些責任。尊重不是單方面給予的，我們從事設計工作，設計師很多時被客户引導，作品很容易偏向客戶，彷彿設計師便是他們的形象打造者，慢慢培養了習慣性思維，那就是客戶至上，設計被批評過於浪費、誇張，更糟糕的是設計師漸漸忘記自己的正義感、自己應該承擔的社會責任，你如何能怪設計師不被社會尊重。所以設計師不能樹立『為富作俚』的形象。」

一個社會應該多元化發展，平面設計也如是。德國在希特勒專權時，有John Heartfield的抗議海報，今天也有Klaus Steack的政治海報。「我覺得，不論內地還是香港，都應該有這樣的平面設計師。」

結語：

Anthony提醒年輕設計師不要被別人的意見左右，何見平強調設計師不要被客戶引導，應該多設計一些「不成熟」的作品，也要多為弱者發聲，他們的意見某程度亦反映了設計行業的一個弊病，不論是汽車設計還是平面設計，在商業社會下設計師容易被人牽着鼻子走，失去自己的色彩。他們寄語新一代設計師要多嘗試、多吸收不同的事物，堅持走自己的路。

「不要太過容易被人影響。」

「設計師不能樹立『為富作俚』的形象。」

■汽車設計師羅偉基。



■2011日內瓦車展：Renault Capture 概念車。

■平面設計師何見平。



■何見平為2008年北京奧運設計的海報。



■何見平作品：Taiwan Love