中国节约型社会背景下的简约设计之风

杨先艺，王永东
（武汉理工大学，武汉 430070）

摘要：目的 围绕绿色和审美两个角度，论述在节约型社会的背景下，简约设计发展的方式与方法，以及未来简约设计的发展趋势。**方法** 以消费者对于色彩、空间、质感等更深层次的审美需求为依托，运用案例分析和对比国内外设计风格的方法，研究简约主义设计在平面、产品等设计中的应用。**结论** 如今，简约设计早已不仅仅是为了满足当初工业化大批量的要求，更多的是倡导绿色环保理念，以及将中国大道至简的传统美学思想应用于设计中。通过研究，得出了中国简约设计发展的一些基本方法与原则。

关键词： 简约；节约型社会；绿色环保；方法；原则；趋势
中图分类号： TB472 **文献标识码：** A **文章编号：** 1001-3563(2018)20-0126-07
DOI： 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.20.020

The Simple Design Style in the Background of Conservation-oriented Society in China

YANG Xian-yi, WANG Yong-dong
(Wuhan University of Technology, Wuhan 430070, China)

ABSTRACT: The work aims to discuss the ways and means of simple design development under the background of conservation-oriented society from the perspective of greenness and aesthetics, and the development trend of simple design in the future. By relying on consumer's deeper aesthetic demands such as color, space, texture and so on, the study and comparison of design styles at home and abroad were conducted based on cases to study the application of minimalist design in the design of the plane, product and so on. Nowadays, simple design has long been not only to meet the original requirements of industrialization and mass production, but also to advocate for the concept of greenness and environmental protection and apply China's traditional aesthetic thinking --- "the greatest truths are the simplest" in the design. Finally, through the study, some basic methods and principles for the development of China's simple design are concluded herein.

KEY WORDS: simple; conservation-oriented society; greenness and environmental protection; methods; principles; trends

简约设计的思想源于20世纪初期的西方现代主义。欧洲现代主义建筑设计大师米斯·凡德罗“少即是多”的设计名言，更是成为了简约设计风格的核心思想。简约设计的特点是将设计的色彩、照明、原材料等元素简化到最少的程度，但对色彩、材料、质感的要求则非常高，这也就是简约设计所倡导的简约而不简单的设计理念，因此，简约设计往往非常含蓄，但通常能达到以少胜多、以简胜繁的效果。由于简约风格的设计注重功能性、时效性、快速传播性，所以简约设计的理念和设计手法被应用在各种各样的设计上，小到微型电子产品，大到重工业，无一不渗透着简约风格。纵观中外设计史，任何一种设计思潮的出现都有其社会根源，简约设计在中国的盛行同样也不例外，这与中国政府倡导建立资源节约型社会以及大道至简的中国传统美学思想是分不开的。

收稿日期： 2018-04-27
基金项目： 2013 年国家社会科学基金艺术学项目“中国节约型社会的造物设计伦理思想研究”（13BG072）
作者简介： 杨先艺（1963—），男，湖北人，博士，武汉理工大学教授、博士生导师，主要研究方向为艺术学理论、设计史论。

1　国内简约设计现状

相比近代西方各种设计思潮的层出不穷，中国在设计领域则显得相对平静，没有出现一个完整的设计理论体系。随着各种设计类专业在中国高校内陆续成立，设计才逐渐被人们重视。设计类专业在高校的成立，给简约设计在中国的出现打下了坚实的理论基础，苹果、无印良品等一系列产品在中国的出现更让中国人真真切切感受到了简约设计的魅力。这些产品有一个共同的特点，就是始终把功能作为产品的第一要素，不追求过度的新样式。在此影响之下，小米、半木家具等一系列简约设计在中国开始出现，中国的设计师和消费者也真正意识到这种简单的美更能拉近人与产品之间的距离。这两家公司在国外简约设计横扫中国市场的环境下抓住了契机，转型成功，但是更多公司却面临严峻的考验，设计师专业知识的欠缺、不重视设计的制造商、尚需成长的大众审美等一系列问题都是中国简约设计目前面临的问题，值得庆幸的是，仍有一批设计师坚持原创的精神，力求寻找到一种能够为大多数中国消费者所接受的美，并尝试通过设计来改变消费者对美的诉求。目前国内大部分设计师的作品风格趋向于北欧简约和中式简约相结合的独特风格，但如何使自己的设计具有特点，如何在中国市场巩固自己的品牌地位，是目前国内设计师与产品开发商亟待解决的问题。

2　简约设计中的三法

2.1　节俭的态度是简约设计的前提

简约设计能在中国出现，有两个方面的原因是不可忽视的。一方面，随着人类文明的不断发展，人类对地球资源的消耗日益严重。如何做到既能够满足消费者的生活需求，又使地球资源不会被过度开发，便成了当今设计师最为关心的问题。在这种情况下，简约主义的设计理念自然就引起了设计行业的共鸣。中国虽然地大物博，但是人口众多，人均所占资源远远落后于其他国家，因此，简约设计在中国的出现已成为必然的结果。另一方面，简约主义风格早在进入设计前，就已经影响着现代人的思想观念。如今，随着科技化、信息化进程的不断推进，快节奏、高频率、满负荷的工作和生活方式已让人的生活压力达到了无可复加的程度，人们在这样日趋繁忙的生活中，渴望得到一种身心上短暂的放松，以简洁、纯净的周边环境和所感知的事物来调节和转换精神空间。在这种互补意识的支配下，人们急着摆脱繁杂、混乱的周围环境，进而追求简单和自然的心理。现如今，奢华、高调已经不再是人们所追求的时尚，而纯朴、节俭却成为人们所追捧的焦点，简约主义正符合人们在这种环境下所产生的思想，追求一种内心宁静、和谐的感觉，以简洁明快的表现形式来满足人们对视知觉环境理性、本能的需求。在这种深受节俭的设计理念的影响下，中国的简约设计也是异军突起，产生了一系列驰名海内外的著名商标，例如被称为中国版无印良品的梵几和木智工坊，就是中国简约设计的杰出代表。梵几的主创设计师古奇高致力于打造一款简约朴素和中国古典禅意相结合的优秀家具设计品牌。这种使用木头、竹子等自然材料的家具不仅满足了设计造型上的简约，同时体现了节俭的道德理念，更是赋予了产品浓厚的意境美。精美的造型、素雅的色彩以及精巧的制作工艺都是极具代表的东方传统美学元素，看似简单的造型背后蕴藏的是满满的禅意美。“梵”字在中国文化中本来就有空净、安静之禅意，同时，“梵”又作“凡”，具有平凡之意。梵几家具没有过多的装饰，产品色彩和造型结构都是极为精简，色彩简洁，没有油漆和涂料等对人体有害的装饰材料。结构的简洁主要表现为产品把使用功能作为第一设计要素，省去了一切多余的结构。单纯的几何元素不但赋予了产品简约、精巧的造型，更在设计中很大程度地节约了材料的运用。这就是节约型设计所追求的，在满足产品使用功能的前提下，以最少的材料表现产品最佳的造型。这种最佳造型不只是材美工巧，更是在这基础上对于经济和审美的精确把握。梵几家具见图 1。

图 1　梵几家具
Fig.1 Fnji furniture

木智工坊是中国简约设计又一具有代表性的优秀品牌，是由建筑师赵雷创立的著名家具品牌，这种追求极简、物尽其用的设计理念是对节约型设计最好的诠释，这种可回收包装不仅是对 3R 环保议题的提倡，更是对中国节俭思想的具体运用。这款木智工坊的云椅运用纯木作为设计材料，在制作工艺方面采用整体加工和榫卯结构，精巧的制作工艺赋予了产品精美的造型。产品没有多余的装饰，保留了木材本身的色彩与质感。木智工坊对于节约型设计有着独特的理解，它呈现的是一种融合北欧简约和中式风格的新中式风格。木智工坊的云椅见图 2。

图 2 木智工坊的云椅
Fig.2 The cloud chair of MZGF

2.2 简洁的形式是简约设计的关键

在现代社会，色彩和装饰的纷繁、杂乱，容易给人带来焦虑不安的情绪。人们往往希望看到单纯、简单的事物，给人内心以清新、宁静的感觉，简约的设计会给人身心带来短暂的安慰与放松。简约是高度复杂的思考和对丰富内涵的概括，是有力度、有生命力的简约，即所谓“设计是复杂的思考，简约的表达”。简约设计中的“简约”一词主要包含了 3 个原则：用料同一性原则、用色单一性原则、风格统一性原则[1]。这 3 个原则很好地诠释了简约设计“少即是多”的核心理念，也是对设计美学的一种重新定义。

2.2.1 用料同一性原则

所谓用料同一性原则是指在设计时尽量追求材料的单一化，这就要求设计师在进行创作时首先要满足产品的基本功能，在此基础上进而考虑产品的保护性、便携性、美观性等因素。单一化的材料可以使产品看起来更加简洁大方[2]。相反，如果出现多种材料的混合使用，这样不但在很大程度上降低了材料的利用率，还会给消费者造成视觉上的混乱感，不利于消费者对产品的定位。例如高光泽的金属给人一种很强的科技感，低光泽纯色塑料材质则会给人一种简朴、素雅的感觉。同时，单一的材料也便于回收和二次加工利用。大多数产品开发商都青睐于单一的材料，尽量保留材料本身的肌理与质感，没有过多的装饰，使产品的外观看起来更加纯粹、简约，便于消费者的识别。例如吕永中设计的半木家具，见图 3。半木设计的哲学理念是“去半舍满”，它既不是空，也不是满，是对时间和空间的准确把握，这与老子的《道德经》中“天下万物生于有，有生于无”的理念是一致的。从图中可以看到几乎全部的家具都选择单一、低光泽的实木材质，与瑞典的宜家风格一样，营造出简约、清新的室内环境。纯天然的实木材质纹理清晰，沉稳大方又不失东方神韵。整体家具与通体的雪白墙壁相结合，仿佛就是一幅以墙壁为背景的画。简单的造型配合天然的木质肌理，给人一种贴近自然的宁静享受。这种半木设计是对“木”材质各种媒介的探索，表现了东方式审美与设计语汇的融合，这也是吕永中先生对生活的感悟，以及他所倡导的一种“半”的生活哲学。

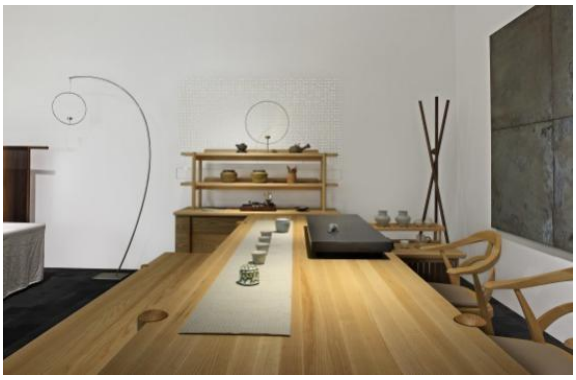

图 3 吕永中的半木家具
Fig.3 LV Yong in the half wood furniture

2.2.2 用色单一性原则

简约主义风格的设计给人的第一印象就是纯净、明朗。简约主义的设计与其他的设计不同，简单中体现着大气。色彩在设计中属于最活跃、最敏感的要素，一件产品的视觉形象在很大程度上受产品的色彩和亮度的影响[3]。简约设计中的配色主要是从商品本身的特征和功能出发，在把握色彩和明暗关系的基础上，运用色彩的审美规律传达出商品的性格特征和美感特征。小米公司的产品用得最多的颜色就是白色和低亮度的纯色，通过彼此间的相互搭配，凸显主题。例如小米插线板的设计，见图 4。插线板的主体外观采用的是低光泽的纯白色，外接导线则使用低亮度的灰色橡胶，使外接导线与插线板之间有一个轻微的对比，但是这两部分颜色的对比恰到好处。如果导线部分的颜色过于深，则对比显得突兀，与整体简洁、素雅的风格格格不入；如果这两部分之间没有颜色对比亦或是对比过于轻微，则产品的两部分混为一体、没有主次。也正是因为小米公司能把这种颜色的处理掌握得恰到好处，所以小米产品才能在国内众多设计领域中走在前列。

图 4 小米插线板
Fig.4 Millet plug-in board

2.2.3　风格统一性原则

简约设计是在宏观的角度对产品的风格进行把控，在简约设计中整体意识是很重要的，这就要求设计师在设计的过程中处理好整体与部分之间的关系，整体与部分之间的关系主要概括为 3 点：整齐划一、符合规律、和谐之美[4]。这 3 个原则之间存在一种逐渐递进的关系。整齐划一是视觉审美的最低要求，整齐划一的设计会使受众感到轻松、愉悦，不会因为设计元素的杂乱无章而给人带来视觉上的疲劳感。在视觉传达设计中，如何保证画面的简洁、工整是设计的基本要求，这样的设计能够让视觉传达的受众准确无误地接收到画面所呈现的信息，不会给人一种画面繁琐、信息庞杂的感觉，这样才能促进创意的契合，促进信息的传播。平面设计中的整齐划一见图 5。

图 5　平面设计中的整齐划一
Fig.5 Uniformity in gra phic design

符合规律对设计师的要求相比整齐划一要高一个层次。这就要求设计师在设计时，既要突破创新，又要掌握变化的度，局部的变化要在整体的统一范围内[5]。例如在平面设计中，线与线所成的角度以及留白的面积虽然不同，但可以通过调整其整体的色彩基调以及整体与局部的对比关系，使两件不同的设计归于同一种风格。同时，设计也不能过于显得整齐划一，这样在视觉传达上往往不够有张力，很难引起人们的注意，吸引消费者的目光，因此，设计应该在符合规律的范围内力求创新。

图 6　平面设计作品
Fig.6 Graphic design

和谐之美是对设计师审美的最高要求，这其实跟中国传统文化里的天人合一、鱼水交融的意义差不多。这种和谐一般没有章法可寻，除了受设计师审美修养的制约，受众的审美也会对设计的最终结果产生很大的影响。受众的审美受遗传基因、生活经验以及社会文化等诸多因素的影响[5]。本文只研究设计中狭义的和谐，也就是一个设计与另一个设计的和谐或者设计的整体与局部的和谐。设计与周围设计之间的和谐，这主要包括设计中各部位的形状、大小及彼此间的组合关系；设计的整体与局部之间的和谐又包含各零件间的线型风格、比例关系以及色彩搭配等。例如某平面设计作品，见图 6。灰色的背景与主体的颜色呈同一色系，在突出主体的同时不会使主体与背景显得过于突兀。此外，从图中可以看出，主体中纵横交错的线条使上下之间和左右之间分别呈现完美的黄金分割比例，这样的比例不会使主体显得头重脚轻或左重右轻，主体在画面中呈现一种动态的平衡，这也正好符合平面设计中局部的跳跃与整体的平衡。如果整个画面中没有红色的部分，就会显得过于死板，不够有张力。一件家具与室内周围空间关系的和谐，主要包括其与周围产品的色彩搭配关系。设计中的和谐美见图 7。

图 7　设计中的和谐美
Fig.7 Harmonious design

2.3　删减的手段是简约设计的方法

形式上的“减法”是简约设计得以实现的最根本的手段，这里的“减法”主要有材料上的减法、色彩上的减法、功能上的减法[6]。简约设计的设计师都青睐于最质朴的设计语言和最原始的材料，注重消费者的功能诉求和原料本身的质地的肌理，为设计本身的功能服务。简约设计的作品大多摒弃了华而不实、昂贵的材料，取而代之的是具有强烈质感且环保的材料，把对产品设计的着重点放在研发过程中。材料上的回归能使大众真切地体会到设计给自身生活带来的改变。简单的拿来主义不是简约设计，简约设计不是对设计元素进行简单的删减，而是对形体、色彩、材质等高度提炼的“简”。简约设计往往通过一些极其简单的形、色、文完成形式上的演绎，来达到情景上的无

限扩张。简约设计通过对造型和色彩的过滤和提炼，使得功能更加明显、有针对性，视觉传达的信息更加清晰、明朗。部分“拿来主义”设计往往走入误区，对设计元素进行盲目的删减，其结果可想而知，最终只能是“画虎不成反类犬”。例如在平面设计中对图文的盲目删减、在产品设计中对造型处理的简单化等都不是真正的简约设计。简约设计往往是通过对“简”与“精”的外在形式进行探索，以精致的细节彰显品质。例如小米遥控器，见图 8。从图中可以看出这款产品的主色调为中光度白色，产品标志采用高光白，整体色彩搭配非常和谐，呈现出很强的科技感。开关按键的图标采用红色，使得用户很容易就把视觉中心点放在开关按键上，色彩层次清晰、主次明显。在造型方面，主要采用的是点、线、面的构成元素，没有多余的造型元素，更没有大量的流线型造型。即便如此，细小的倒角又使得产品整体不会过于坚硬，整体的科技感十足。

图 8 小米遥控器
Fig.8 Xiaomi remote control

3 简约设计中绿色环保的设计理念

中国正在大力推进建设节约型社会，要求通过消耗最少的资源来创造最大的经济效益和社会效益。节约型社会主要有两层涵义：第一，在生产、消费、流通的各个渠道尽量避免资源的浪费；第二，在第一的基础上创造更多的财富与经济效益，也就是合理开发资源，运用最少的资源给人类创造最大的经济效益。从这两层涵义中可以看出，节约不是毫无作为，也不是停止开发资源，而是在满足人们生活需要的前提下，把对资源的消耗和浪费降到最低，这与现代简约设计的理念不谋而合。简约设计不等于简单设计，它是在充分保证产品应有的功能、外观、使用寿命、质量等的基础上，对产品的装饰和材料进行一定程度的精减。设计师在设计之初就必须考虑到产品整个生命周期内的环境属性（可拆卸性、可回收性、可维护性、可重复利用性等），并将其作为设计追求的目标[7]。同时，在满足环境目标要求的同时，尽可能追求一种设计上的美感。例如某款木质简约自行车的设计，见图 9。这款木质自行车的设计已经将结构精简到无以复加的程度，车的整体结构采用整块的木质框架，在造型方面采用自然灵动的有机造型，相比传统棱角分明的钢架结构，显得更加亲切、有活力。其没有使用任何多余的装饰色彩，木质材料本来的色彩与黑色的搭配让整个造型在极具科技感的同时又不会显得过于机械、死板。在功能方面，这款自行车减去了其他的一些附加功能，把骑行这一主要功能表现得更加极致。

图 9 木质简约自行车
Fig.9 Wooden simple bike

4 影响中国简约设计的主要因素

4.1 消费者心理

消费者心理是决定一个设计能否被受众所接受的重要因素之一，这个过程是：从一件设计引起消费者的注意，进而到消费者接触该设计；消费者在决定购买之前的心理活动；做出购买决定，最后买下产品；消费者用后的反馈。首先，简约设计所采用的统一的材质、单一的色彩、整体的风格，最终给消费者呈现出一种简洁、大气的视觉效果，使简约设计能够在众多设计中更加醒目，引起消费者的关注；其次，简约设计更能满足消费者对审美的追求，消费者在近距离接触简约设计的时候就会被它所表现出来的含蓄的色彩搭配、细腻的表面质感所吸引[8]。

4.2 科学技术

科学技术是简约设计得以发展的前提，先进的科学技术能赋予设计一种技术美。这种技术美也是一种社会美，一般专指工业产品之美，也泛指工业技术之美，故亦称为工业美或机械美。技术美是内容与形式的统一，是功能与形式的审美关系的最高表现。随着科学技术的不断发展，手机、电脑等一系列电子产品不断更新换代，功能越来越先进，造型越来越新颖，表面质感处理越来越细腻。1946 年 2 月 14 日，世界上第一台电脑 ENIAC（埃尼阿克）在美国宾夕法尼亚大学诞生。随着科学技术的不断发展，电脑的内部构件不断地被微型化，智能芯片等越做越小，外部造

型也越来越简单，各种表面处理技术（拉丝、磨砂等）和表面成型技术（冲压、轧制、拉拔成型等）的不断使用，使今天的笔记本电脑已不仅满足了消费者的功能需求，还有审美层面的需求。从以前的大哥大、ENIAC（埃尼阿克），到今天的苹果手机、苹果笔记本，不难发现，科学技术在简约设计发展的过程中所起到的作用是不可忽视的。

4.3　生活理念

设计所针对的对象被称为受众、消费者或是用户，因此，消费者或受众是设计师在进行设计时最先考虑的要素，当然，设计师不可能做到让所有的消费者或受众满意，只能满足大多数消费者的生活需求，这里的生活需求主要包括消费者的功能需求与审美需求。消费者的这些需求因所处时代的不同而变化，主要是受消费者所处时代的生活理念的影响。当下中国政府正在努力倡导构建社会主义和谐社会、建立中国特色的节约型社会等一系列举措，因此，节约、绿色、环保等词就是这个时代中国设计的核心，从近几年各大设计竞赛的参赛要求就可以看出，节约、绿色、环保等一系列要求已经成为了设计师在进行设计创作时不得不考虑的要素。这也为中国简约设计的发展创造了社会环境。

4.4　经济因素

虽然中国的 GDP 总值排名世界第二，仅次于美国，但人均 GDP 仍居世界排名的第 70 位，这个数据可以简单说明两个问题。第一，从世界人均 GDP 的排名可以看出，中国的人均消费水平并不高，大多数消费者属于中下消费水平，设计师是否能设计出令消费者满意的产品就显得尤为重要。在这一客观因素的制约下，中国设计师应在消费者的购买力的范围之内选择简约设计来满足消费者对功能与审美的双重需求。第二，各种自然资源和能源被大量消耗，生态环境被严重破坏。例如一次性筷子、塑料购物袋、一次性纸杯等的设计，在方便消费者的同时也给生态环境带来了巨大的压力，这显然不算是好的设计。在新的时代条件下，只有简约设计所倡导的可拆卸性、可回收性、可维护性、可重复利用性等才真正符合中国构建节约型社会的时代特点。

4.5　其他因素

每一种设计思潮的诞生都与其时代背景有着密不可分的关系，中国简约设计的发展与中国当下的政策和环境息息相关。纵观历史，从改革开放到今天习近平总书记倡导的一带一路，中国在走进世界舞台、带动全球经济发展的同时，也愈发受到国外新的思想、新的理念的影响。苹果手机、北欧自然文化下的宜家风格，日本禅宗文化下的简约设计等都受到了中国消费者的普遍青睐。中国消费者所接触的已经不仅仅是单纯意义上的外国设计，更多的是一种新的审美、新的文化。

5　中国当代简约设计的发展方向

5.1　从产品到生活方式过渡

好的设计并不是仅仅满足消费者的功能需求或审美需求，而是通过设计改变消费者的生活方式。例如垃圾桶的出现不只是让人们意识到垃圾可以有专门的去处，更重要的是在很大程度上规范人们的道德行为，让人们知道在没有垃圾桶的地方不可以乱扔垃圾。简约设计通过简约、节约的设计理念引导消费者建立一种绿色、环保、可持续的生活方式。当下共享经济的发展如火如荼，共享单车的出现更让人眼前一亮。共享本来就是一种简约的思想，共享设计是对人们的生活方式进行设计，共享单车的出现改变了一大批人的出行方式，相继产生的共享雨伞、共享充电宝、共享停车位等都是为了方便人们的生活方式所做出的探索。中国作为一个人口大国，这种共享模式在很大程度上缓解了人口因素给人们生活方式带来的压力。

5.2　以互联网为依托的简约设计

从商业的角度来说，互联网的发展赋予了简约设计更多的媒体属性，同时互联网也赋予了设计一种全新的营销方式，进而改变了产品一贯的营销标准。互联网的发展使得这个时代变得更加碎片化和扁平化。设计师为了确保自己的设计能够被消费者认可，单单依靠对产品自身功能和结构的创新是远远不够的，在设计之初就必须考虑到设计的营销思路，有计划地增加设计的媒体属性。无论是设计的功能、外观、质感还是交互方式，都应该最大程度地满足互联网时代媒体营销的方式与手段。简约设计应该通过色彩、造型、质感提高自身的品牌辨识度，而不应该仅仅依靠过度的装饰和媒体的语言。

从消费者角度来说，用户对于设计的需求不再是简单的功能需求，更多的是精神层面的诉求。设计应该是对用户的生活方式有导向性的，不应该仅仅是解决某个生活问题，而是要挖掘新的体验方式，尽可能延伸到更多的配套服务领域，通过整合碎片化资源，系统地解决消费者所遇到的问题[9]。

从设计本身的角度来说，设计应更加网络化、数据化，消费者对于功能的需求不再是一个大概的范围，而应精确到一个确切的数据。简约设计在未来的发展应当充分考虑是否需要智能化、数据化，能否并入或者整合新的资源等一系列的问题。从情感传达上来说，随着智能化设计的发展，设计的造型将会越来越简约，进而缺乏人情味，因此，设计师首先要做的是考虑在简约智能化设计中，如何照顾到消费者的情感需求，进而使产品更加人性化，帮助用户更好地与

智能化设计进行交流。

5.3 根植在中国文化下的简约设计

每一种简约风格的背后都有特定的文化载体，文化因素的植入往往会使得设计具有生命力，企业经常会选择把文化作为宣传自己品牌的重要手段[10]。中国的简约设计只有找到属于自己的文化与理念，才能被更多的消费者认可。中国文化博大精深，任何一种文化都可以成为设计的灵感，设计师应如何学习与借鉴国外的优秀设计，通过了解中国传统文化，寻找能被中国乃至世界消费者所普遍认可的简约设计。

6 结语

随着社会的发展和人类文明的不断进步，消费者对产品的功能需求与审美情趣也在不断发生变化。设计师应根据消费者的审美，实时端正自己的美学观。“简约”也只是目前被大众所承认的审美之一，并不是所有的美都意味着“简约”，但简约设计所倡导的功能至上和绿色环保的设计理念，不管在任何时候都是决定一款设计能否被大众接受的重要因素。在新时代的背景下，中国简约设计的发展必将接受更多的考验。

参考文献：

[1] 原研哉.设计中的设计[M]. 济南：山东人民出版社, 2012.
KENYA H. Design of the Design[M]. Jinan: Shandong People's Publishing House, 2012.

[2] 李轶. “无印良品”包装设计的简约主义特征[D]. 保定：河北大学, 2010.
LI Yi. "MUJI" Packaging Design of the Minimalist Features[D]. Baoding: Hebei University, 2010.

[3] 杜肇铭. 论室内环境中的简约设计[J]. 装饰, 2005(4): 127—128.
DU Zhao-ming. On the Simple Design of Indoor Environment[J]. Zhuangshi, 2005(4): 127—128.

[4] 白舸. 论室内环境中的简约设计[J]. 装饰, 2005(8): 116.
BAI Jian. On the Simple Design of Indoor Environment[J]. Zhuangshi, 2005(8): 116.

[5] 穆旭龙. “一把椅子就足够了”——设计关键词之“简约设计”[J]. 美苑, 2009(6): 78—81.
MU Xu-long. "A Chair is Enough": Designing Keywords "Simple Design"[J]. Meiyuan, 2009(6): 78—81.

[6] 胡伟. 简约设计·诗意升华[J]. 装饰, 2006(11): 88.
HU Wei. Simple Design, Poetry and Sublimation[J]. Zhuangshi, 2006(11): 88.

[7] 张思瑶. “大道至简”——浅谈简约主义风格及其影响下的减法设计[D]. 大连：辽宁师范大学, 2011.
ZHANG Si-yao. "Avenue to Jane": On the Minimalism Style and Its Influence on the Subtraction Design[D]. Dalian: Liaoning Normal University, 2011.

[8] 柳冠中. 从“造物”到“谋事”——工业设计思维方式的转变[J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2015(3): 1—6.
LIU Guan-zhong. From "Creation" to "Seek Truth": The Transformation of the Industrial Design Thinking Mode[J]. Journal of Suzhou Arts & Crafts Institute, 2015(3): 1—6.

[9] 陈跃娟. 简约主义在平面设计中的运用[J]. 包装工程, 2016, 37(14): 193—196.
CHEN Yue-juan. The Application of Minimalism in Graphic Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(14): 193—196.

[10] 王锋. 简约主义在平面设计中的运用研究[J]. 包装工程, 2017, 38(4): 202—204.
WANG Feng. Application of Minimalism in Graphic Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 202—204.