

感悟“BIAD设计”的品牌思想 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/275/2021_2022__E6_84_9F_E6_82_9F_E2_80_9CB_c67_275204.htm 早在2007年院工作会上，北京建筑设计研究院党委书记、院长朱小地就在工作报告中首次提出了“BIAD设计”品牌这样一个完整的概念。虽然人们从字面上理解也许会不以为然，因为它仅仅是在“BIAD”上增加了“设计”二字，但经过分析会发现其含义已经发生了本质的变化它已从北京院“建筑服务社会”的核心理念、设计高完成度产品等，上升到了“BIAD设计”的品牌建设的新高度，使成为中国最卓越的建筑设计机构的奋斗目标更具可能。在6月9日结束的“上海设计展”上，北京院不仅以全新创作理念下的“新作品展”令所有参展方瞩目，朱小地院长接受多家媒体采访并就“BIAD设计”品牌战略发表的演讲，再次彰显着作为国有大型设计研究单位管理者的社会责任与胸怀。熟读2007年度院工作报告的每个人都会为其中的某些关键词所感染，如朱小地院长在报告中五论了“年轻的心态”，并提出“建院在新世纪的发展还刚刚开始，保持年轻的心态，迎接更大的困难与挑战，创造更加辉煌的业绩，是我们建院人本应具备的风范”。这自然让人联想到一种工作状态与激情，因为在工作实际中，人们会感受到事实上“没有平庸的工作，只有平庸的态度”。从不成熟地理解“BIAD设计”品牌战略出发，我认为它表达了其管理者的企业家的社会责任，可以说，“BIAD设计”品牌又是一个具有开创意义的企业品牌发展战略。其实每个人的社会责任就是做好自己的本职工作，那种“只管别人身上霜，不扫自己门前雪”

的人，那种“胸怀世界”却不屑于做好自己事情的人，根本谈不上社会责任。正是从此种想法出发，我们学习并探索了“BIAD设计”的含义，旨在传承并传播以“建筑服务社会”为核心理念的非凡领悟，使北京院的优秀作品不断涌现，让青年建筑师英才不断成为有非凡才情的“设计家”。在“BIAD设计”需要总结并不断完善的设计文化上，“BIAD设计”的内涵至少探讨了如下八个方面的内容：首先，它是根植于中国传统文化及现代建筑创作的思考，显示本土文化自觉及文化自信的品牌战略。它以人的生活方式为出发点，让设计成为充满人文关怀、创造和谐生活方式、走近公众和社会的活动。其次，它强调科学理性的设计，即从可持续设计的理念出发，建造世界上环境质量最好的建筑物。如城市和街区质量、能源利用率、水资源利用率、室内环境质量以及建筑物健康质量等，都成为对建筑物实施可持续鉴定的重要考核因素，其中BIAD的标准化设计及统一的高完成度要求又尤为关键。第三，它是一个广义的设计战略观，概括了整个建设过程，如策划、规划、设计、施工、监理、运行、维护的全过程，是跨越单纯设计阶段的建筑全寿命周期的设计。正是由于全过程的设计投入，使“可持续性”强调的生活环境、安全环境充满和谐，从而为公众提供一个完美的生存空间。第四，坚持高完成度的设计理念，提倡适度消费，注重生态美学、倡导节约和循环利用的思想等。它追求的设计是一种动态性的生态伦理观和生态美学共同驾驭的发展观，其遵循的设计原则是：注重自然、注重人与自然的沟通、注重集约化、注重本土化等。第五，建筑的目的是提升生活质量，建筑设计必须融入人类活动中。“BIAD设计”手法与其它

建筑机构应该无差别，那便是创造最有趣、最合适的外形及空间，体现舒适生活。只有这种追求，自然而然使“BIAD设计”的品牌效应得到凸显，使美学、艺术、文化、科技等形成了一个不可分割的联合体。在这里，它承载了一种审美、一种文化、一种境界或生活方式，使“BIAD设计”与卓越的中国设计品牌渐行渐近。第六，瞩目世界，趋向尊重本土文化是“BIAD设计”品牌之魂。什么是传统文化中最核心的精神，什么是“BIAD设计”的语言，它不仅需要开拓精神，更需要用作品潜心培育并向公众解读建筑文化。建筑设计品牌需要原创支持，这是当代视觉多元化的需求。任何定点的视觉通过“BIAD设计”品牌已变成多维可流动的透视，原创的建筑活动及个性设计的理性作品取代着“复制品”。第七，以“为人民服务”的名义创作，大力彰显企业社会责任的思想；用诚信的态度及优秀的作品，既对企业负责，也对社会负责。做中国最卓越的建筑设计研究机构的“搅局者”，重在建设研究型设计团队、学习型设计团队，并培育一大批创新型建筑师和工程师，为中国建筑走向世界搭建平台。第八，所追求的是品牌战略，它的谋变与不断被业内认可的地位不是喊出来的，而是靠建筑师创作的实力及新作品的筑造、靠企业的全国化思路上的全新破局而赢得；是新理念下脚踏实地一步一个脚印磨砺出的伟大历程。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com