

这个设计了不起

——《第一财经周刊》首届（2010）创新设计价值评选



这个设计了不起!



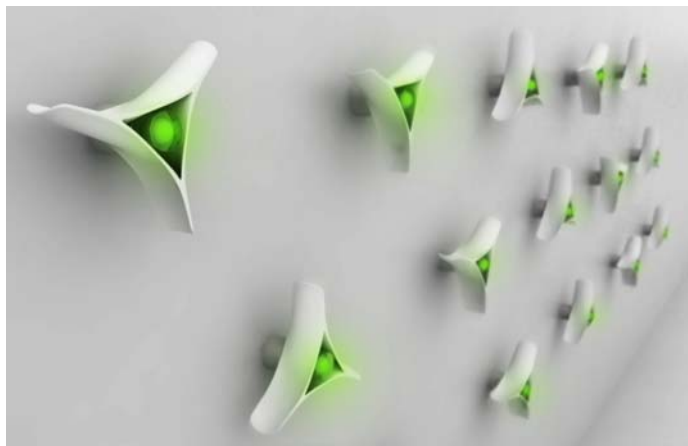
这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

活动简介

这个设计了不起！——《第一财经周刊》创新设计价值奖评选旨在鼓励企业和设计师运用他们的创造力和远景，为中国大众消费者提供有趣而珍贵的产品或者产品概念。因而，参加比赛的设计作品必须与中国用户相关。它可以是成功在中国市场发售的产品，或者是灵感来源于中国文化的作品，又或者是初衷并非为中国设计但是非常适合于当代中国社会需求的作品。

一个好的设计产品不仅仅局限于它漂亮的外观和实用的功能，产品还必须拥有美观性、独特性和深层的意义。消费者正在价格和特点的基础上，将目光逐渐转向方便且有趣的产品上。如果可以以一种探究用户产品体验的全局性的视角，你就可能发现那些遗漏在以功能性为主导的需求视角下还未开垦过的潜在需求。



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

参赛要求

这个设计了不起！——《第一财经周刊》创新设计价值奖评选旨在鼓励企业和设计师运用他们的创造力和远景，为满足中国市场的独特消费者需求提供令人耳目一新的创意产品和启发性概念思路。因而，参加比赛的设计作品必须与中国用户相关。它可以是成功在中国市场发售的产品，又或者是初衷并非为中国设计但是非常适合于当代中国用户需求的作品。

评判标准

- 1、以市场为导向，打动中国数量最庞大，最有潜力的消费人群。
- 2、中国市场上正规渠道发售的产品，以及未来 6 个月内将要发售的产品。
- 3、在视觉及创意上达到比较高的设计水准。
- 4、体验卓越，物有所值，物超所值，满足实用功能，更带来精神享受
- 5、追求完美商业价值，缔造成功的市场销售业绩。
- 6、环境决定生活质量，与环境交好，与未来交好。



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

参赛类别

要求参与者从四个竞赛组别中挑选其中一个递交设计作品。

I、商业单元

健康&生活方式：

1. 运动类
2. 个人护理
3. 家用电器
4. 生命科学和药物
5. 医学用具和卫生护理品
6. 办公用品、浴用设施、空调设备

能源&可持续。品类包括：

7. 交通运输
8. 零售
9. 汽车

媒体&娱乐。品类包括：

10. 游戏
11. 音响设备
12. 计算机
13. 消费电子产品
14. 互联网和通讯技术
15. 电视和视频设备

II、概念单元

备注：商业单元的设计作品上市时间必须在 2009 年 6 月之后，或者参赛后的 6 个月内发售市场。而不打算在参赛后 6 个月内付诸市场的设计作品将被划归为概念组别。



这个设计了不起

—《第一财经周刊》创新设计价值奖

奖项评选

大赛奖项包括年度了不起大奖 (Best of the Best Awards) 三个，最佳类别设计奖 (Category Awards) 十五个和最佳概念设计奖三个，共 21 个奖项。

三个大奖将授予所有主题整体评分和最高的作品。这些获奖产品一般与多个主题领域相关联，因此这些产品给社会带来的福利也是多方面的。

商业单元中，设计产品根据其所属类别，在每个类别中角逐出一个最佳类别设计奖，共十五个。概念性单元下设三个最佳概念设计奖。最佳类别设计奖和最佳概念设计奖分别代表了该类别中最具特色的主题作品。

评判准则说明

所有参赛产品必须与中国用户相关，它必须满足中国市场需求，或者获得中国消费者的认可。

参赛者首先选取一个主题，并在其相关的品类中相互竞争。

设计产品投入市场的成功是商业单元中一个重要的衡量要素。因而，凡参加三个非概念性单元的设计产品皆含有“市场前景”的评判角度。

设计产品与参赛组别主题的相关性也是奖项评判的一个重要因素。该评判标准将体现在各组别独特的评判细则中。

概念性单元，顾名思义，会将评判的重点置于设计产品的原创性、启迪性和社会影响力等方面。



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

评判单元细则

I. 商业单元

1. 健康&生活方式

- **健康关注：**该产品是否促进了公共健康？该产品是否鼓励大众关注健康问题？
- **生活方式的影响：**该产品是否对消费者的生活方式具有积极的影响？它是否引导消费者趋向更健康的生活方式？
- **市场前景：**该产品在中国市场反响如何？是否满足了当地市场的需求？是否取得了预期的销售成功？它是否在未来具有良好的市场增长前景？
- 对应6个**最佳类别设计奖**，类别包括：
 - 1、运动类
 - 2、个人护理
 - 3、家用电器
 - 4、生命科学和药物
 - 5、医学用具和卫生护理品
 - 6、办公用品、浴用设施、空调设备

2. 能源&可持续

- **环境节能：**该产品是否促进节能？它是否帮助减少碳排放，帮助公司或消费者降低污染物排放？该产品是否使用了环保材料设计完成？它是否可再生或循环利用？
- **可持续意识：**该产品是否改变了消费者行为方式，向大众推广了可持续发展理念？它是否增强了消费者可持续发展的消费意识？
- **市场前景：**该产品在中国市场反响如何？是否满足了当地市场的需求？是否取得了预期的销售成功？它是否在未来具有良好的市场增长前景？
- 对应3个**最佳类别设计奖**，类别包括：
 1. 交通运输
 2. 零售
 3. 汽车



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

3. 媒体&娱乐

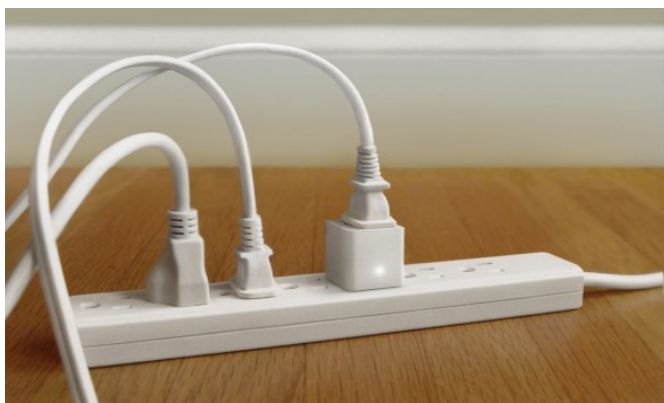
- **促进交流:** 该产品对人们的交流方式行为有何种影响? 它是否优化了信息传播渠道从而令信息传播得更快、更广泛? 它是否在人群中建立了一种亲密而迅速的信息网络?
- **娱乐精神:** 该产品给人们带来了怎样的新媒体体验? 该产品是否开启或者影响了新潮流? 该产品是否帮助消费者消除压力, 带来幸福感?
- **市场前景:** 该产品在中国市场反响如何? 是否满足了当地市场的需求? 是否取得了预期的销售成功? 它是否在未来具有良好的市场增长前景?
- **用户体验:** 该产品是否给消费者带来全新的用户体验? 用户是否在产品使用中形成了更卓越的生活体验方式? 该产品是否积极影响了用户操作的习惯?
- 对应 6 个**最佳类别设计奖**, 类别包括:

1. 游戏
2. 音响设备

3. 计算机
4. 消费电子产品
5. 互联网和通讯技术
6. 电视和视频设备

II. 概念单元

- **原创性:** 该作品是否完全原创, 还是在已有产品上有所更新或发展? 该产品对传统的模式有哪些突破创新?
- **概念性启发:** 该作品的概念是否能够启发商业领导者、设计师或社会公众进行有别于传统方式的思考? 它的概念是否具有应用于其他方面的价值?
- **社会影响:** 该作品的概念是否有利于促进社会的发展? 它是否鼓励人们更积极地参与社会? 它能否引发社会对其文化的反思, 能否具有引导社会进步的观点?



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

评委会

评选的评审来自主办方第一财经周刊、全球创新公司青蛙设计公司和其他不同领域的知名企业、组织和著名设计师。

伊险峰	第一财经周刊	总编辑
刘春	第一财经周刊	编委
Hartmut Esslinger	青蛙设计	创始人及荣誉理事
Ravi Chhatpar	青蛙设计	策略总监
章苏阳	IDG 技术创业投资基金	合伙人
沈南鹏	红杉资本中国基金	创始及执行合伙人
陈冬亮	北京工业设计促进中心	主任
Ron Narbarro	独立设计师	世界知名设计师（红点奖评审）
Tom Tjaarda	独立设计师	世界知名设计师
Tom Matano	美国旧金山艺术大学	世界知名设计师
白鸦	淘宝	首席网页和用户体验设计师
Lorraine Justice	香港理工大学	设计学院院长
王敏	中央美术学院	设计院长
Waldemar Pfoertsch	中欧国际工商学院	营销学副教授
曾成桦	复旦大学	战略管理助理教授
Robert G. Eccles	哈佛商学院亚洲区设计研究中心	工商管理高级讲师
吴昌华	气候组织	气候组织大中国区总裁

奖项公布

大赛的结果将于 2010 年 10 月于《第一财经周刊》的系列特别报道中揭晓。

另外，也将会邀请参赛企业参与我们在活动中举办的创意设计论坛及展示活动。

比赛的结果也将同时将公布于腾讯网、青蛙设计中国官方网站 (www.frogdesign.cn)

和第一财经周刊网站 (www.cbnweek.com)，对获奖者给予特别宣传。



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

报名方式:

请填写报名表，并发到指定的《第一财经周刊》箱：

xuan@lcbn.com

cbnweekly2010@qq.com

详细简述参赛产品之功能与设计，此内文将作为评审阶段参考资料。

填写报名表之时，请为您的产品上传多张照片，照片格式如下：

照片尺寸：800x600，600x800；每张图片不超过 500KB

档案格式：TIFF 或 jpg

作品寄送

图片的上传是报名阶段不可缺少的一部分，为顺利完成报名，请您准备好多张欲上传之图片。

您将会收到电子信函确认我们已接获您的报名与照片。

特别复杂之作品可刻光盘寄到指定地址：

北京市朝阳区光华路阳光 100 G 座 7 层

邮编：100026

联系电话：010-5008-680

传真号：010-65925018

接收人：金英华

所有参赛者需自费以邮寄、快递。

所有参赛作品需于 2010 年 8 月 15 日之前寄达。

作品寄达截止日期：

2010 年 8 月 15 日



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

获奖者服务:

获奖者将会得到广为人知的“这个设计了不起”的标志，获奖者将会获得一年的使用权。为了善加利用这个形象推广的要素，我们为所有获奖者提供诸多有效的广告素材。

- 获奖奖杯
- “这个设计了不起”获奖标志下载
- “这个设计了不起”获奖者手册

新闻

从活动启动开始到结束公布结果，“这个设计了不起”活动将获得网络媒体及平面媒体的关注，会针对竞赛进行推广及报道。

《第一财经周刊》线上服务:

我们会在《第一财经周刊》的官方网站公布获奖名单，并且在网站上展示获奖图片。

我们会与本次活动的独家门户网站合作，公布获奖名单及图片。

《第一财经周刊》线下服务:

我们将在《第一财经 one. bar》展示获奖作品



这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

活动日程规划：

前期：

项目启动	5月25日-7月26日
参赛者招募	6月28日-8月15日

中期：

收集作品	8月2日-8月22日
第一轮筛选	8月23日-9月12日
公布入围名单	9月13日-9月26日

后期：

产品展览	10月10日-10月14日
创新论坛与颁奖典礼	10月15日

联络人：

《第一财经周刊》品牌推广部

姓名：金英华

联系电话：010-65925008-680

邮箱地址：cbnweekly2010@qq.com

这个设计了不起

报名表：

参赛企业名称：_____ 提交日期：_____

(注：参赛作品提交截止日期为 2010 年 8 月 15 日)

1. 联络方式 (*)：

联系人：		手机：	
Email：		MSN/QQ：	
电话：		传真：	
地址：		邮编：	

2. 参选产品信息 (*)：

产品名称：		产品种类：	
在中国的上市日期：		零售价：	
产品信息网址：			

3. 参选产品单元和主题：(请勾选) (*)

- A. 商业单元
- a. 健康与生活方式 (跳至 4. a、5. 3)
 - b. 能源与可持续性 (跳至 4. b、5. 4)
 - c. 媒体与娱乐 (跳至 4. c、5. 5)
- B. 概念单元 (跳至第 5 部分及 5. 6)

4. 商业单元产品所属行业品类：(单选)

- a. 健康与生活方式
 - 运动类 个人护理 家用电器 生命科学和药物 医学用具和卫生护理品
 - 办公用品、浴用设施、空调设备
- b. 能源与可持续性
 - 交通运输 零售 汽车
- c. 媒体与娱乐
 - 游戏 音响设备 计算机 消费电子产品 互联网和通讯技术
 - 电视和视频设备

5. 大赛评选参考信息：(5. 1~5. 2 必填，5. 3~5. 6 选填)

* 5. 1 产品描述 (包括使用方法、功用、核心价值等)。(最多 200 字)

* 5. 2 说明该产品已经或者预期在中国市场取得成功，通过具体的销售数据或增长潜力说明其销售业绩，并且阐述产品如何符合中国市场需求 (商业单元必填，最多 200 字)。

5. 3 说明该产品如何促进了公共健康？如何鼓励大众关注健康问题；说明该产品是否对消费者的生活方式具有积极的影响？它是否引导消费者趋向更健康的生活方式？(最多 200 字)。

5.4 说明该产品是否促进节能，它是否帮助公司或消费者降低污染物排放、减少碳排放？该产品是否使用了环保材料设计完成？它是否可再生或循环利用？说明该产品是否改变了消费者行为方式，如何向大众推广了可持续发展理念？（最多 200 字）

5.5 说明该产品对交流方式和信息传播产生了何种影响，它是否优化了信息传播渠道从而令信息传播得更快捷、更广泛？说明该是否在人群中建立了一种亲密而迅速的信息网络？该产品给人们带来了怎样的新媒体体验？该产品是否帮助消费者消除压力，带来幸福感？说明该产品给消费者带来如何的用户体验？用户是否在产品使用中形成了更卓越的生活体验方式？（最多 200 字）

5.6 说明该非概念性作品是完全原创还是在已有产品上有所改进，对传统的模式有哪些突破创新？阐述该作品的概念是否能够启发商业领导者、设计师或社会公众进行有别于传统方式的思考？它的概念是否具有应用于其他方面的价值？该作品的概念是否鼓励人们更积极地参与社会，其概念内核包含引导社会进步的深远思想，该设计是否有利于促进社会的发展？（最多 200 字）

大赛说明：

一、参选申请表填写说明：

1. 以上（*）为必填内容，其他内容根据参赛所选组别选择填写。
2. 每个参选产品都须填写一份参选申请表。
3. 此次评选报名时需提交：产品图片、参选申请表。
4. 每个企业提交作品数量不得超过 3 个单独的商品。每个商品不得超过 5 张图片（高质量），其中必须包含一张真实的产品照片。
5. 产品图片尺寸为：800x600, 600x800；每张图片不超过 500KB、TIFF 或 JPG 格式。
6. 非概念性的设计作品上市时间必须为 2009 年 6 月之后，或者参赛后 6 个月内。而不打算在参赛后 6 个月内付诸市场的设计作品将被划归为概念组别。
7. 参选报名提供的图片只供专家评审使用，终评后我们会通知您提交可供印刷的图片文件。
8. 此次报名提交至邮箱 cbnweekly2010@qq.com 后，我们会以电话形式确认。参选联系人：金英华

二、获奖结果公布与颁奖日期：

1. 作品收集时间截止日期：8月15日
2. 第一轮筛选时间：8月23日-9月12日
3. 公布入围名单时间：9月13日-9月26日
4. 产品展览和颁奖仪式时间：10月10日-10月15日

三、奖项设置共21个奖项，包括：

1. 2010年度大奖 (Best of the Best Awards) 三个
2. 最佳类别设计奖(Category Awards)十五个
3. 最佳概念设计奖(Conceptual Awards) 三个

声明：

产品所有权（归属权）属于本企业所有。

1. 企业授权该产品参加此评选。
2. 组委会有权使用该产品图片、信息于以下杂志及网站上：
第一财经周刊：www.cbnweek.com
青蛙设计官方网站：www.frogdesign.cn
腾讯网：www.qq.com
3. 以上各条自报名之日起生效，恕不另行通知。

这个设计了不起

评审简介

1. 罗伟 (Ravi Chhatpar)

青蛙设计 策略总监

Ravi Chhatpar 作为青蛙设计上海工作室的策略官，主要的工作在于创新战略。他致力于为寻求着突破性成长机会的各国客户引进战略性思维。他的客户经验包括与财富一百强企业的广泛合作，以及与电子消费品、工业产品、技术、手机、医疗健康、传媒和金融服务等行业的全球跨国企业的深入合作。

2. 弗沃德教授 (Waldemar Pfoertsch)

中欧工商管理学院 市场营销副教授

Waldemar A. Pfoertsch 是中欧国际商学院的市场行销学副教授，同时也是伊利诺伊大学、芝加哥大学和柏林的斯登贝斯大学 (Steinbeis University) EMBA 课程的客座教授。Pfoertsch 博士拥有丰富的管理咨询经验。在 UBM 咨询集团、Arthur Andersen 和 LEK 咨询公司的几年工作中，他走遍了欧洲、亚洲和北美洲，与公司一起开展国际战略。他还担任过联合国工业发展组织的经济顾问。

3. 罗伯特·G·艾克利斯 (Robert G. Eccles)

哈佛商学院 工商管理高级讲师

他于 1979 年开始在哈佛商学院任教，1989 年取得哈佛终身教授资格。1993 年他离开哈佛，创办了自己的公司。2007 年 9 月，他以高级讲师的身份重新回到哈佛执教。他现在教授 MBA 选修课程“顶尖专业服务公司”。就在取得终身教授资格后不久，他着手研究“公司报告”，还与人合著了三本书《价值报告革命：远离盈余游戏》、《建立公信力：企业报告的未来》以及《一份报告：可持续战略的综合报告》。

4. 汤姆·特嘉达 (Tom Tjaarda)

著名汽车设计师

原籍荷兰的美国汽车业设计师，曾为很多知名意大利公司工作，例如 Ghia、Pininfarina 和 Italdesign，德托马索 (De Tomaso) 可能是其中最知名的。菲亚特 124 蜘蛛和德托马索的 Deauville 均遵循他的设计风格。

5. 汤姆·马塔诺 (Tom Matano)

艺术大学工业设计学院 执行总监

在汽车设计领域有超过 30 年的经验，曾在通用汽车、沃尔沃和宝马担任设计师，1983 年他作为首席设计师加入马自达北美工作室，继而成为马自达北美运营的副总裁、执行设计师和设计总监。从 2002 年起，马塔诺在旧金山的艺术学院致力于提升工业设计的课程。

6. 白鸦

支付宝 首席网页和用户体验规划师

UCDChina 发起人，五季咨询合伙人，UPA(可用性专业协会)中国团队成员；专注于用户体验的互联网产品设计师。他长期从事于用户研究、数据分析、信息架构、交互设计、易用性、情感化设计等用户体验设计领域。作为 DDF·UPA 中国团队成员，已连续四年组织“中国用户体验行业年会”，致力于打造中国用户体验行业的非盈利性平台，推动用户体验设计在中国地区的发展和普及。

7. 吴昌华

气候组织 大中华区总裁

吴昌华女士是国际性非营利机构——气候组织 (THE CLIMATE GROUP) 的大中国区总裁，负责该组织在中国的战略发展和管理运作。作为一名专注于中国环境与发展的政策分析人士，吴女士还是英国前首相布莱尔先生的专家顾问组成员，为 2009 年在哥本哈根联合国气候变化大会可能达成的全球气候协议献计献策。

8. 陈冬亮

北京工业设计促进中心 主任

中国工业设计协会常务理事；中国工业设计协会专业咨询委员会秘书长。长期从事科技研发、设计管理和设计实践工作，多次荣获国家科技进步奖项，他积极致力于促进和推动工业设计发展的政府和社会活动。陈冬亮被聘为 2006 意大利设计中国巡展唯一华人评委；成为国际科技博览会“创意盛典”的评委；被中国创造学会、国际管理学会授予中国“创意产业先锋”称号。

9. 章苏阳

IDG 技术创业投资基金，合伙人

章苏阳先生 1994 年加入 IDGVC。他在技术及国际金融方面有坚实的专业背景，并与中国的创业者

群体有着密切关系。他曾成功地完成了电子、通讯及软件等领域的一系列投资项目。章苏阳曾任上海贝尔公司中央计划协调高级主管、上海电话设备制造公司副总经理及上海万通工业公司总经理。

10. Lorraine Justice

香港理工大学设计学院 院长

她在美国从事设计教育逾二十年，专长于设计研究、工业设计、电脑界面设计。历年来在设计及教育界所获得的荣誉包括美国SIGGRAPH教育家大奖、美国工业设计协会IDSA院士、凭“Mission to Mars”获得Smithsonian教育家大奖。她曾参与设计的产品多达五十件，并为各大企业，如苹果电脑及微软等，提供顾问服务。2006年1月，她被美国权威杂志《The International Design Magazine》选为全球最具影响力的四十位设计大师之一（The I.D. Forty）。

11. 朗·纳巴罗 (Ron A. Nabarro)

red dot 设计概念奖评审团成员

高级接触 (Senior-Touch)有限公司联合创始人和董事长

朗·纳巴罗教授是以色列Technion技术研究院工业设计的教授，也是工业设计和设计管理部门毕业生计划的创办人和主管，他是ICSID即工业设计协会国际理事会的高级董事会成员，现成为ICSID大使。自1970年始，他设计了多数属于高科技领域的超过600种产品。他是Innovation by Design -革新设计的创立人和董事长，2001年design4all的创办人和董事长，Scentcom森特康有限公司的设计总监和联合董事长。他获得过23个设计奖，是多个国际项目的设计协调人。主要工作范围、研究和兴趣包括设计管理、老年人士设计、设计教育和多学科综合性设计。

12. 沈南鹏

红杉中国基金 创始及执行合伙人；

耶鲁大学毕业，曾在花旗等国际大行工作，1999年，通过在美国的中国朋友认识了梁建章，合资创办了携程网。沈南鹏担任过携程网的执行董事、首席财务官。2005年8月，沈南鹏离开携程，加入红杉资本，出任创始合伙人。2009年12月15日，被《福布斯》中文版杂志评选为“2009福布斯中

国最佳创业投资人”，位列第五。

13. Hartmut Esslinger

青蛙设计公司 创始人及荣誉理事

Hartmut是首位将以人为主的理念和人性化设计植根于复杂的软硬件科技世界的战略家和设计师。他的远见塑造了 frog design 公司，他曾为苹果、路易威登、汉莎航空、奥林巴斯、SAP、三星、索尼和维嘉 (WEGA) 等公司负责发展全球化的设计战略。1990年，他成为《商业周刊》的封面人物，被誉为是自1930年以来美国最有影响力的工业设计师、“高科技设计领域的首位超级明星”。

14. 王敏

中央美术学院设计学院 院长

1982年毕业于浙江美术学院后留校任教。1983年以访问学者身份游学欧洲，曾就读于柏林艺术与慕尼黑造型艺术学院。1986年自欧洲赴美考入耶鲁大学，两年后取得平面设计硕士学位并被授以诺尔曼·艾弗斯纪念奖。曾任全球最大的图像设计软件公司Adobe设计总监，曾任教于耶鲁大学的艺术研究生院平面设计系。2001年参与北京市申奥工作，2007年当选“国际平面设计联合会”副主席。

15. 曾成桦

复旦大学管理学院战略管理助理教授。

曾博士曾参加过哈佛商学院与INSEAD的高级师资培养项目，他在复旦管理学院的MBA(MIT以及S3Asia项目)以及EMBA(华盛顿大学奥林项目)英文教授战略管理相关课程。他同时担任麻省理工-复旦ChinaLab咨询项目指导老师以及哈佛-复旦高阶管理课程“专业服务公司发展战略”授课老师。他的研究接受国家自然科学基金以及教育部人文社会科学的资助，学术成果发表在国际SSCI以及EI期刊。曾博士筹备2007年美国战略管理协会(SMS)中国战略特别会议，担任2008年美国管理年会(AOM)分会场的主席，2009年《哈佛商业评论》(HBR)全球编辑年会的panelist，以及筹备2010年中国管理研究国际学会(IACMR)年会。

16. 伊险峰

第一财经周刊 执行总编辑

17. 刘春

第一财经周刊 编委

这个设计了不起

- 《第一财经周刊》创新设计价值奖

组织机构和主办方简介

主办方：第一财经周刊 CBN Weekly

智库支持：青蛙设计 frog design

独家网络门户：腾讯网 qq.com

第一财经周刊

第一财经周刊定位于报道节奏快且深入；着眼商业创新；着眼于中国经济转型之后，致力宣扬市场化商业逻辑和与世界接轨的商业手法，立志成为中国知识青年的商业读本；发行量大目标专注，致力于成为华人世界上最专注于公司人群、发行量最大的商业读物；以生动的方式洞悉商业世界，致力于使商业报道更加轻松、好看、有用、时尚；

青蛙设计 (frog design)

frog design是一家国际化创新公司。它帮助世界顶级的公司创造富有影响力的产品、服务和体验并将其成功商业化。frog design的工作流程涵盖多个专业领域，体现出对市场和消费者的洞察力，提供持续有效的人性化解决方案。frog design的团队由450多名多名顶尖级设计师、技术专家、策划师和分析师组成，能够提供结合多项技术、平台和媒介的综合性解决方案，广泛应涉足各种行业，其中包括电子消费电子产品、电信、医疗、媒体、教育、金融、零售和时尚业等。他们的客户包括迪斯尼、通用电气、惠普、罗技电子、微软、MTV、希捷、雅虎等。