

| 寄语 |

设计让城市更美好

◆ 李耀新

上海市经济和信息化委员会 主任
联合国教科文组织“创意城市”(上海)推进工作办公室 主任

自 2010 年上海正式加入联合国教科文组织“创意城市网络”、被授予“设计之都”称号以来,“设计之都”正逐步成为上海城市转型发展的新名片。经过三年的建设,上海设计之都在产业发展推进、专业资源聚集、整体形象提升等方面均取得了显著的成效。同时我们也欣喜地看到老百姓们也开始在关注设计、重视设计了,因为他们发现设计既是生活的一部分,又提升了生活品质。设计,不仅仅是一句口号、一种工具,更是一种对生活的极致理解和积极应对的态度,设计让城市更美好。

上海这座城市的建设及发展,与设计息息相关;从老厂房的蜕变到时尚地标的打造、创意集群的建设,从传统品牌的回归到新锐品牌的崛起塑造,从产业集群的建设、时尚地标的打造到设计产业地位的确立,上海以海纳百川的姿态拥抱各类“设计”带来的精彩。在每一个平凡的柴米油盐的日子里,优秀的设计以润物细无声的方式,为便利、优质的都市生活保驾护航。不仅是建筑设计、工业设计、时尚设计、商业模式设计,连社会管理模式、经济发展模式都可以有设计的用武之地。设计的概念从小到一个螺丝钉,大到一驾飞机,发展到如今的广义设计。设计,为我们解决问题,创造价值;设计,正影响着这个城市的气质及人们的生活方式。

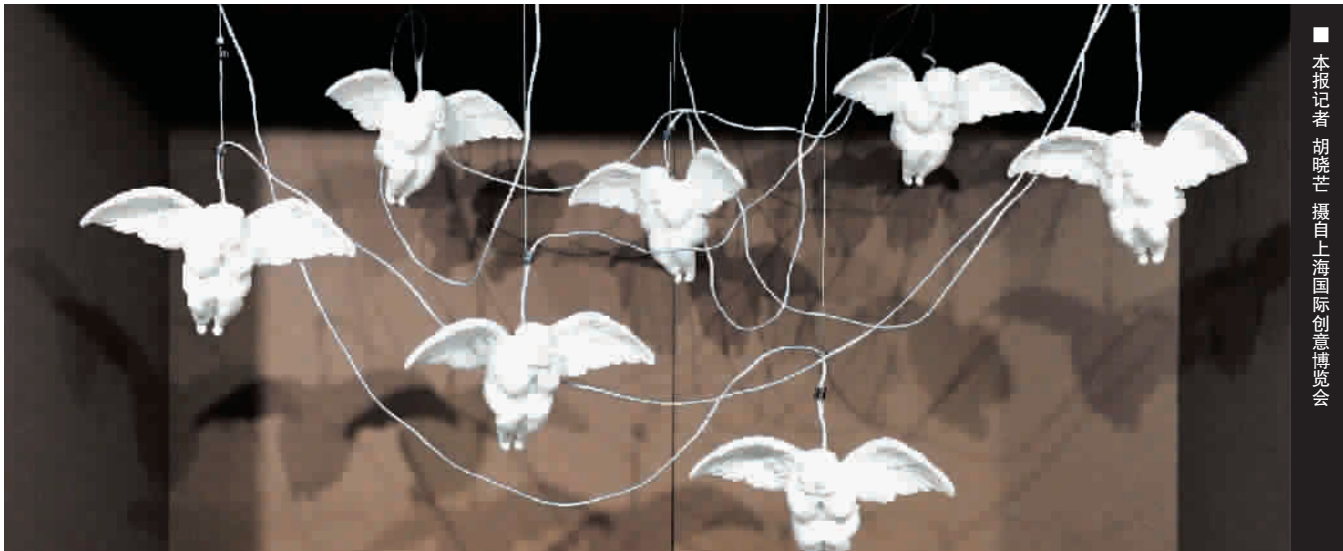
2014 年 3 月 1 日,在联合国教科文组织“创意城市”(上海)推进工作办公室的指导下,上海设计之都促进中心与新民晚报社携手推出《设计之都》特刊,随《新民晚报》一起将设计送入寻常百姓家。我们希望通过《设计之都》特刊搭建一个亲民互动宣传平台,把设计的种子播撒到千家万户和每个人的心中,让生活在这个城市的人们关注设计、参与设计、享受设计。让繁复的设计“平民化”,易懂;让简单的设计“专业化”,好用。将那些与设计有关的话题,带进上海百姓茶余饭后的谈资中。

第一期的《设计之都》特刊重点聚焦 2014 上海设计之都活动周春季首个系列活动——“设计上海”2014 上海国际设计创意博览会。上海以设计之都的魅力,吸引了来自全球逾 150 个知名设计品牌的集中亮相。通过引进国际优质的设计资源,促进本土设计力量的提升发展。

水木无华,相濡而成涟漪,设计本无界,融合而成大器。2015 年末,将上海建成亚太地区领先的设计之都的目标,存在于每一个上海人民对生活的热爱与智慧里。

设计的本质是“设计生活”

——专访联合国教科文组织“创意城市”(上海)推进工作办公室副主任贺寿昌



■ 本报记者 胡晓芒 摄自上海国际创意博览会

近期,上海印发《上海市设计之都建设三年行动计划(2013—2015 年)》,目标是到 2015 年把上海初步建成亚太地区领先的设计之都。而这背后的深意,则是借用“设计之都”城市品牌的运作,实现海派文化与设计产业链的重组延伸,推动上海产业结构优化升级,并最终实现创新转型。

设计之都,不仅正成为上海的城市名片,更渐渐融入我们每个人的生活。上海打造亚太领先的“设计之都”,有何意义?该从何处着手?记者专访上海市文化创意产业推进领导小组办公室执行专员、联合国教科文组织“创意城市”(上海)推进工作办公室副主任贺寿昌。

记者:在“设计之都”架构下,我们应该如何去理解这个“设计”?

贺寿昌:过去我们看待设计有两个误区,要么只重外观设计,要么只重功能设计,现在对设计应该有新的定义。比如,传统的自行车厂把自己的名字定为“自行车”,就很局限,禁锢了市场的发散性思维,导致自行车厂的设计师难以设计出一款跨界产品。从工业设计角度而言,设计是一套体系,其中牵涉到材料、工艺、设备、工程、流程等诸多环节;而从生活层面来理解设计,设计的本质是设计生活,设计生活方式。生活方式改变了,引发了设计需求,新的设计产品诞生,又催生新的生活方式。一个新的设计一旦被大众接受,就变成了一种生活方式。若今天要定义“设计”,需将生活设计与专业设计结合起来思考,设计不能仅仅为产品服务,仅仅为产品服务的制造业是没有生命力的。

记者:那么设计生活是不是紧跟时代发展的脚步,不断推陈出新?

贺寿昌:这是必然的。我想强调的是,我们需要围绕新的生活方式来提升产业能级。比如

针对老年人这一群体,如何设计老年人的生活方式,上网、旅游、家居、安全等各个方面就能产生许多新的想法,甚至发展一个新的产业。又比如,电商的迅猛发展,把一些传统的百货商店变成了“试衣店”,这是不是说明传统商业没前途了?不是!这正说明我们的传统商业需要重新设计,这是一个新课题,这对上海设计来说是一种挑战。

记者:你觉得上海打造“设计之都”需要一种怎样的思维?

贺寿昌:美国有一家专业的调查机构根据字词使用趋势的分析,发布了最新调查结果,上海超过东京排名全球第十、亚洲第一的时尚之都,这说明上海这座城市的人文素质、文化品位都提高了,并且对于时尚设计的接受度越来越高。在这种情况下,我们更要提倡全民创意、全民设计,国内某著名家电企业,裁掉了 200 多个设计师,把设计需求公布在网上,鼓励全民参与设计,结果征集来的设计想法非常好。我认为,上海设计一定要有草根思维,不要只想着如何引进大师,还要想着如何发动全民来体验设计、参与设计。

记者:那么这次共同推出的新民晚报《设计之都》特刊是不是能成为激发草根思维的重要平台?

贺寿昌:我们要让设计“飞入寻常百姓家”,设计进入百姓家将真正激活设计之都的潜力,我这里举个例子,上海现在的养花服务业十分发达,许多家庭的阳台都种上了各种各样的花,并且这些花的陈列方式都经过了精心的设计,我想以此发展上海会变成一个花的城市,不是因为市政规划,而是市民自觉让城市有了更美好的主题。同时,我们今年将做好围绕创意设计的展节周工作,邀请更多的市民关注设计与参与设计,让创意设计无处不在。

记者:在去年的政府工作报告中,中国工业设计研究院的建设也已写入今年的政府工作报告。它将对上海的设计产业起到哪些作用?目前的进展如何?

贺寿昌:中国工业设计研究院是一个国家级的集成式的工业设计产业研究机构。它落户上海,说明了上海“设计之都”建设已具备相当的承载能力。它主要有三大作用,一是为国家的战略服务;二是搭建协同服务平台,要把国际上一流的以及国内的、上海的研究所都连接起来。今天的工业设计,需要设计、制造、营销等环节,不仅网下也要网上,不是点对点而是协同作业,所以工业研究院考虑搭建一个开放式的平台,概念设计之后的操作阶段,可以引进各个层面的设计师队伍,甚至业余的设计师也可以参与。三是展示平台,把国内外的优秀设计资源、设计产品、设计师集结起来。我们要以研究院为抓手,成立一个国际智库,把国际上各种展、节、周的主办方、组织者纳入到我们的智库来。

中国工业设计研究院已有一批重大项目处于待签状态,目前与太仓市已达成初步意向;同时,研究院也聚焦大企业,与海尔共同成立机构,合力研究下一代新产品。

记者:你觉得上海设计产业的短板有哪些?

贺寿昌:上海的优势是人才优势,但在创意设计业中,人才问题也比较严重。在工业设计领域,高素质人力资源非常匮乏,工业设计高等教育的整体水平偏低,与市场需求存在严重脱节,尚未形成企业、高校、科研院所之间的协同教育与创新体系。在战略层面从事设计工作的人才严重短缺。我们需要大力发展六大方面的人才,包括推动设计产业发展的战略人才、经营人才、设计师、完成设计思想的制造业人才、围绕设计而不是围绕产品的销售人才以及设计产业的中介服务人才。本报记者 叶薇

2014上海设计之都活动周“春”季板块正式启动

上海设计之都建设经过三年的持续推进,在产业发展推进、专业资源聚集、整体形象提升等方面均取得显著的建设成效,在成功举办 2012、2013 上海设计之都活动周的基础上,2014 年起,上海设计之都活动周会以全新的面貌呈现,将“周”的概念衍生为“季”的形态,通过举办活动周春秋两季充分展现上海创意设计的活力,以形成国际交互、全城联动、全民

参与的具有影响力和知名度的品牌性活动。

活动周春季板块从 2 月底启动至 5 月,秋季板块从 9 月至 11 月,预计在两季期间,国际、国内和全市有超过百余场设计相关活动在此绽放,而其中大部分活动对公众免费开放。而上海设计之都活动周的主场活动将于 2014 年 10 月 10 日在上海展览中心拉开序幕。

在活动周春季期间,“设计上海”(上海国

际设计创意博览会)、上海国际精品设计展、上海国际建筑电气与建筑智能化展、上海国际时尚服饰展览会、2014 上海国际建筑师大会等重量级的活动都将在此呈现,其中“设计上海”是活动周春季首个系列活动,上海以设计之都的魅力,吸引了来自全球逾 150 个知名设计品牌在此集中亮相,而本期“设计之都”专刊将通过文字与图片的方式让读者“亲临”现场。