



灵感城市 设计之都 创意上海

指导单位:联合国教科文组织“创意城市”网络(上海)推进工作办公室
协办单位:上海设计之都促进中心

新民晚报 月末特刊

本报副刊部主编 2014年5月31日 星期六 总第519期
主编:黄伟明 执行副主编:吴南瑶 责编:赵美 视觉:戚黎明

B1



■ 旧厂房改造成的创意园区,已成了上海不少企业转型的标志 陈玮 摄

拥抱“设计3.0时代”

◆ 乐岩

中国经济发展进入转型期,在从“制造中国”到“创造中国”的进程中,设计创新的作用越来越突出,它用独特且坚定的方式,改变着我们的生活。最近,中国科学院原院长、全国人大常委会原副委员长路甬祥院士提出,在第三次工业革命浪潮中,“创新设计”将引领以信息化和网络化为特征的绿色、智能、个性化、可分享的可持续发展文明走向。中国需要提升创新设计能力作为促进创新驱动、转型发展、建设创新型国家的重要战略。中国设计要引领世界发展潮流,积极迈向设计3.0时代。

3.0对应知识网络时代

路甬祥提出,从人类文明的三个阶段——农耕时代、工业时代和知识网络时代及其分别对应的自然经济、市场经济和知识网络经济三种经济形态中,可以考察研究设计发展的规律和特点。农耕时代的传统设计、工业化时代的现代设计、知识网络时代的创新设计分别可以用设计1.0、设计2.0、设计3.0来表征。“过去二三十年,凡固守工业化时代设计观念的企业,止步不前,而顺应信息网络时代发展趋势的设计理念则引领企业赢得发展先机。比如诺基亚手机虽不乏优秀的工业设计,但只因为没有能实现由设计2.0向设计3.0跨越,在苹果公司引领的网络智能终端产品面前衰落,而微软、谷歌、苹果、三星、腾讯、华为、阿里巴巴等崛起,无不是顺应了知识网络时代的特征。”

同济大学设计创意学院院长娄永琪教授回应说,设计转化到3.0时代带来了三个巨大转变。一是主体改变,设计3.0,支撑了从“给人们设计(design to people)”,到“为人们设计(design for people)”,到“和人们设计(design with people)”,到“由人们设计(design by people)”的转变。在这个过程中,设计的主体由专业人士越来越多地向用户和普通人转变,让更多的人具有设计能力,参与设计过程,成为3.0时代的重要特征。二是方式改变。信息网络时代的设计,从设计工具、设计方式、设计流程都发生了颠覆性的改变。三是产业改变。信息网络时代使得创新创业和产业转型有了新的途经。

中国工业设计研究院筹备小组副组长周佚则表示3.0时代的设计是一个以互联时代为背景的新创新体系,涵盖产业发展中的全方位与全过程。是一个打破行业界限,设计方

法界限,思维界限的再造过程。这一切基于互联网技术的迅速发展才变成了可能,设计3.0时代是一个从纵向创新程序彻底变为一个横向跨界合作的创新程序。

从设计产品到设计生态系统

路甬祥提出,信息网络时代的产品装备已不是孤立和固化的产品和装备,而是处于信息网络的物理空间中。云计算、大数据、3D打印与仿生等技术,将变革设计研发、制造和服务过程。未来的设计必将满足和引领个性化、分布式、定制式与全球绿色智能制造服务相结合的生产方式。

题内话

请“执念”

◆ 黄伟明

上周,我偶遇沪上一位颇有名气的设计师,他与我提起我在去年写的两篇“题内话”——《首相意识》(见2013年09月14日,B1版)和《灵魂跟上》(见2013年08月10日,B1版),他说:“这两篇文章光是标题就深深触动了大家,同济大学有不少老师都在议论,作为设计师,我们看创意产业的发展正是如此。领导发话,设计者跟风,是该要被叫醒。”这位设计师还和我谈了很多,从他的切身感受中,借这次“设计之都”专刊的平台,我也想再一次“老话”重提,因为我们的城市真正的创意“灵魂”差距还很大,无论是决策者还是设计者都缺少对创意的“执念”。

也许“执念”这个词听起来不怎么动听,但这正是创意产业最需要的。首先作为设计者来说,对于自己的创作思想的执念很有必要。我们常说,艺术家以及设计师往往是走在思想尖端的人,他们能够敏锐地捕捉到时代变化中的细节,并将它们以艺术的方式进行讲述,这一定程度上也是在用艺术改变城市生活并牵引人们的思想。而实际情况却并不如想象中那般美好,我们的城市虽然早在几年前之前就被冠上了“设计之都”的称号,但却多少有些站不住脚,很多设计者一味追求国际流行的一线潮流,却往往变成了跟“洋风”的典型代表,时尚流行的元素固然有

“简单来说,就是从设计产品逐渐转化为设计生态系统。”娄永琪举例说,设计一款冰箱,是2.0时代的设计,讲究外观、功能、性能;但其实,人们并不需要冰箱,人们需要的只是新鲜的食物,也就是说设计一种由智能冰箱带来的个性化智慧家居生活需求被提出,在3.0时代,通过手机APP服务平台,用户可以“一键查杀”冰箱,对食品健康进行智能化管理。另外,冰箱还可以主动为用户推荐养生菜谱,而一旦发现缺少某些食材时,会自动生成一张购物单,用户通过电商网站就可以实现购买。即使遇到不擅长的料理,在特定的交互社区里,还能与其他朋友一起交流、学习,共同分享健康饮食心得……这些元素都共存于智能家居

特色,但却并没有附上上海这座城市的灵魂。尽管国外的设计很出彩,但却恰恰出彩在其设计与城市灵魂的契合上,我们却忽略了这根本上的问题,变得只学其形,却失去了灵魂的鲜活。

当然,设计者的这种只求潮流,乃至追求“高大上”的风气,很多时候也和决策者的发号施令脱不了干系,毕竟“领导发话,不敢不从”。然而,很多决策者自己本身并不懂设计,对于城市发展细节的把握,其实远比不上设计者的眼光来得“毒”;有些决策者甚至喜欢和别的城市PK较量,看谁建得越多、比谁建得越快,至于是否符合城市印象那都被抛在了脑后。正如我在《首相意识》中提过,英国之所以能短时间内成长为国际公认的“设计之都”,正是由于很多政府官员和创意人士比起创意带来的经济利益,更重视享受创意过程带来的快乐体验。决策者对于城市设计的“执念”要有,但应该将创意给城市注入的活力,以及给市民带来的享受放在首位。正如英国前首相布莱尔“抓大放小”,亲自操刀伦敦“创意产业特别工作组”主席那样,用行动为百姓创造真正属于大众的“设计之都”,不是很好?当决策者为民的“执念”,与设计者为艺的“执念”相加,何尝不是“1加1大于2”的效果?

的生态系统中,家电制造商也因而转型为智能家居提供商。在中国,海尔等一批具有前瞻意识的企业正在积极应对和引领这种转型。

“设计3.0时代改变了游戏规则。不是做比别人更好的事,而是要做不一样的事。”韩国KAIST大学设计学教授、前韩国LG公司常务副总裁Kun-Pyo LEE对此深有体会。比如,对电视机设计,过去各品牌电视机的外观、功能差异较大,随着技术的发展,电视进入液晶时代后,工业设计的空间越来越小。“因为屏幕越来越薄,已经没有设计的空间了,只能设计设计支架,要是电视机是挂在墙上的,连支架都没得设计了。”Kun-Pyo LEE调侃说,而在设计3.0时代,当电视机打开时,设计才刚刚开始。电视机只是一个载体,基于电视搭建智能生活平台才是设计的重点。

上海正把握3.0时代的机遇

3.0时代的设计是一个在互联时代为背景的新创新体系,涵盖产业发展中的全方位与全过程,是一个打破行业界限、设计方法界限、思维界限的再造过程。上海正处于产业整体转型的攻坚战,在信息产业、服务产业、交通、装备制造产业等产业,上海的创新设计大有可为。

作为中国工业设计研究院发起单位之一的上海设计之都促进中心,秘书长王乐毅表示:“设计3.0时代是创造新产业、新技术、新模式、新业态的时代。2013年上海设计之都活动周上便提出‘基于信息和网络技术的设计整体解决方案’概念。”他举例说,上海中心的设计建造中使用了BIM(建筑信息模型)技术就是设计3.0,超高层建筑设计中诸多不可预知因素在设计3.0中一览无遗,这是典型的“智造”,而不是制造。

基于以上考虑,在筹备中国工业设计研究院时,上海就提出率先推出一个全国性的创新服务平台机构,其宗旨就是构建一个可以助推打破专业界限服务于全方位全产业链的创新服务体系。“目前中国的设计环境还未形成这三者的完美整合,在机制与理念上都有隔断,要让中国的设计真正走入3.0时代,必须做到设计、技术、市场的三结合。”周佚说,因此在创新设计的驱动下,上海不仅应该利用好自身人才高地的优势,同时应该变成新产业的孵化器,服务于整个长三角乃至全国产业转型。