

A 城市公共空间创意 影响城市气质与审美

主持人：六一节，港汇广场门口立起了一只“大黄鸭”，上面插有1.5万只小黄鸭，吸引了无数游人。这是以小黄鸭为元素的创作，而之前，大黄鸭在中国巡展时，吸引的人潮远远大于这只插满小黄鸭的“大黄鸭”。前不久，大黄鸭的创作霍夫曼还专门为上海打造了“粉红猫”。知名景观设计师曹刚曾参与许多上海公共空间的景观设计工作。对于大黄鸭的热潮，你怎么看？

曹刚：大黄鸭代表的是大众的娱乐文化，它把玩具放大到一定程度后，给人们带来有趣、娱乐的感受，放在城市的公共空间里，让大家开心，这无可厚非。但是，把它说成是公共艺术，那就是误导了。当我们去到欧美国家，会看到在那里的城市公共空间里，有许多艺术性很强的作品。有不少还出自大师之手。中国在这方面的发展迟一些。大黄鸭的火爆，一定程度反映出中国社会的普遍审美。

主持人：城市的公共空间对于城市意味着什么？公共空间的创意和设计，可以给城市带来什么？

曹刚：城市的公共空间，就好比城市的客厅。“大黄鸭”、“粉红猫”都是这个客厅里摆放的玩具。除了玩具，“客厅”里还需要有其他的東西。城市公共空间能够反映出城市的形象、城市的文明水平。我们去巴黎、纽约等城市时，会在城市公共空间中看到高水准的艺术作品，领略到这个城市的气质和审美。上海经常被拿来和巴黎、纽约等国际大都市比较，同为国际知名的大都市，但是，城市公共空间的设计，却还存在较大的差距。

主持人：这些年里，上海城市公共空间的设计有何变化？

曹刚：应该说有了很大的进步。很多人在经过北京西路石门路的时候，会被静安雕塑公园门口那个巨大的风车吸引，那是法国艺术家伊其利的作品（原作）。静安雕塑公园中有许多优秀的雕塑作品。曾有外国朋友告诉我，他不喜欢去上海的公园，因为大多数公园都差不多，但是，他喜欢静安雕塑公园，因为这个公园有主题，有独特的作品。

主持人：曾听到这样的说法，雕塑作品有教育的功能，城市公共空间中的雕塑作品能够培养城市人的审美，我们是否可以理解为，艺术家用创意影响着我们的生活空间，影响着个城市？

曹刚：是的。很多年前，衡山路上有一件很特别的雕塑作品，那是用许多铁轨上的钉子塑起来的一个雕塑。我非常喜欢。那个时代，绝大多数的人可能还没有认识到这类作品的价值，在他们眼里，那只是一堆废铁。这些年，大众对城市公共空间中的艺术作品开始有了越来越多的关注，并且会发出不同的声音。我认为，公共艺术有争议不是坏事。有争议就说明它引起了关注，大家发表不同的观点，这样才好玩。像纽约那样的大都市，在公共空间，有毕加索、米罗等大师的作品，也有很糟糕的作品。



本版插图 郑辛遥

创意 让生活更美好

主持人的话▶▶

当创意与“更美好的生活”，与“城市软实力”等关键词相遇，大众忽然意识到，这原本属于“小部分”人的事情，原来和自己休戚相关。创意到底怎样影响着我们的柴米油盐？

新闻背景 >>>

上周，太湖世界文化论坛第三届年会在沪举行。联合国教科文组织战略规划助理总干事汉斯·道维勒主持主题为“提升文化软实力，打造创意之都”三号主题论坛（上海分论坛），与来自中西方文化产业的领军人物聚焦文化创意产业与城市间的互动和对城市发展的影响，替促进上海文化创意产业发展出谋划策。

B 一个金点子 引领一种新的生活方式

主持人：王澜的名字对于大众来说是陌生的，但是，他创办的5itry 我爱试用网，却曾火爆互联网，尤其受到许多白领的喜爱。而这一切是从王澜的一个金点子开始的。当年是怎样的机缘让你创办5itry 我爱试用网？

王澜：这个点子是源于在路边看到发试用装的女孩，拉着路人塞试用装。我发现，那些发试用装的工作人员为了完成工作，经常会一次塞给路人好多件。

企业发试用装，是希望了解市场反馈，试用装对于那些产品的目标用户是有吸引力的，但是，拦住路人硬塞给人家一把，可能就没有达到企业发试用装的目的了。我当时就想，如果有一个网站，可以替企业向目标用户发试用装，并且收集到相关的用户反馈及数据，应该会很受欢迎。

主持人：事实上，同一时期还有一些类似的网站，这类网站的出现，给人们的生活带来了怎样的改变？

王澜：我们做这个网站是在2005年到2009年，当时互联网上还有只有博客。微博、微信都还没有诞生。2006年左右，大旗网、口碑网兴起，2008年左右，淘宝的试用频道才上线。当时，有媒体创造了“试客”这个新名词，并把它炒成了热点话题。

这样的网站会热起来，首先当然是它们满足了消费者的需求，自己喜欢的产品的免费试用装谁不想要？同时，它们也满足了企业的需求。以5itry为例，消费者通过网站拿到试用装的同时，还会收到网站针对产品发出的调查问卷。

另一个副产品是论坛、博客里最早的一批“意见领袖”，有不少是从这些网站起步的。当时我们很鼓励消费者试用之后写下自己的体验。有一批人很愿意写，而且文笔不错，他们写的东西很多人愿意看，并且成为自己购物时的参考。其中一部分人在积攒了互联网上的人气后，成为了网上的“意见领袖”。

【主持人】

燕来

【嘉宾】

曹刚

景观设计师

雷海波

视觉中国创始人、太火鸟创始人

王澜

上海蜂叹文化传播有限公司总经理



C 中国原创设计产品 缺乏成熟的营销体系

主持人：你曾被《新周刊》推选为“改变中国创意的20个右脑”之一，你自己如何定义“创新”？

雷海波：《新周刊》对我的采访是2006年，视觉中国当时刚刚成为国内创意设计类首个获得风险资本战略投资的互联网垂直平台。2000年我和孙伟等多人联合创办视觉中国，是当年的一个巨大创新点。在那个时候，国内的几大门户刚刚开始起步，我们是为数不多的把视线聚焦在“大视觉”领域的垂直门户，而且一开始就是高起点的“社区+媒体”模式的商业化运营。而国内大范围的对文化创意产业的推动是2005年到2006年才开始的。因此，视觉中国的“创新”不仅仅是技术的创新和商业模式创新，而是“设计创新+模式创新+技术创新”。

主持人：从视觉中国的“锐店”到如今太火鸟，你的关注点似乎一直是在聚焦原创设计产品，在这个过程中你有没有遇到困难或者困惑？

雷海波：视觉中国锐店是建立在视觉中国“社区+媒体”基础之上的商业模式创新，目的是为了帮助有想法但是缺少平台的设计师实现自我原创设计品牌和产品梦想。但是经过1年多的实践，视觉中国锐店遇到了一些瓶颈，其一是中国缺少独立的原创设计师产品和品牌，无法支撑作为一个创意产品闪购模式需要的庞大的商品数量，其二是中国的消费者对原创设计产品的消费习惯还需要培养，这两个问题是单靠视觉中国锐店推动不了的。

“太火鸟”是我独立在视觉中国之外建立的创新产品孵化加速器 and 原创产品社会化电商平台，算是我作为创始人完成“视觉中国”使命之后的二次创业。我会更

D 设计产品和百姓生活 到底有多远

主持人：这几年创意、设计成为了热门词。设计产品与普通百姓的生活到底有多大的距离？

雷海波：从老百姓的生活水准来讲，在人均8000美元的时候，是淘宝的时代，低价的没有品质的产品大行其道，人均GDP达到1.5万美元的时候，人们对高品质的有创意的产品需求是极其旺盛的。所以，在未来，高品质个性化需求的产品越来越多。

我们倡导的是设计主导的创新产品，为什么说必须是设计主导？是因为设计师

加聚焦在“孵化”和“营销”两个环节，以弥补视觉中国锐店遇到的两个产品不足以及渠道不够畅通的问题。

主持人：中国原创设计产品品牌面临怎样的困境？

雷海波：在中国大多数设计公司都是介于20—70个人的规模。大量的公司全年赢收只有50万。而且78%的设计公司过去平均应收增长利润低于30%。我们做了专门的调查，获得的数据显示，91%的设计师有推出自我品牌的梦想，64%的设计师之所以没有推出产品就是因为“缺乏成熟的营销体系和孵化平台”。

主持人：孵化平台可以为这些设计师做什么？设计师要怎样获得风投的青睐？

雷海波：“太火鸟”最近的两个案例，一个全球最小的高科技可穿戴设备和一个获得红点设计大奖的电子蜡烛分别在产品尚未量产的情况下，利用互联网获得的30万人民币和16万人民币的众筹资金支持，就是太火鸟在营销端帮助设计品牌将产品成功推向市场的典型案例。

好项目其实不需要找风投，因为风投主动找上门。以智能产品为例，首先是有巨大的用户“痛点”需要满足的产品，如智能医疗和健康监测、智能家居和安防等；其次是不需要教育用户的产品，这个产品老百姓每天都需要用，只是它们还没有更加智能化，或者说没有在互联网及移动互联网时代进行更新升级；最后是可以持续产生用户“大数据”的产品，这部分才是智能硬件最大的想象空间。

最近有一个很经典的个案就在我身边发生，那是一款针对婴儿的体温计。这个体温计可以粘贴在婴儿腋下，它与手机直接联网，家长可以设定一个体温数值，当孩子的体温达到那个数值时，体温计会通过手机发出警报。这个设计中所有涉及的技术都是成熟技术，只是没有人把它们这样整合起来。而这个设计师做了这样的事情。这款产品现在已经获得了风投。

的使命天然是从消费者的需求出发，通过整合现有的技术和商业模式，去发掘消费者尚未满足或者尚未发现的需求（痛点）。而且设计主导的产品通常是让消费者赏心悦目的，甚至愿意溢价购买的“性感或者感性”的产品。

未来的时代是感性的时代，未来的时代将是设计师主导的时代。硅谷的设计师目前已经成为大科技公司和创业团队非常抢手的人才，因为设计师是天然的感性思维+右脑思维的人群，特别是在软件硬件创业的道路上，海外的设计师作为创始人或者联合创始人，已经创造了一批市值超过10亿美元的优秀创业公司。而国内也开始出现了几个设计师主导的市场超过1亿美元的创业公司。

结束语

创意，支撑起一座城市的文化软实力，影响着我们的生活方式和生活品质。与其说未来的时代是设计师主导的时代，不如说，每一个有创意的人都可以成为自己生活圈子的设计师，能力越大，影响的半径就越大。